

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده روانشناسی و امور تربیتی

پایان نامه جهت دریافت مدرک کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی
(گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی)

عنوان:

تدوین برنامه استراتژیک خصوصی سازی در ورزش کشور

براساس مدل SWOT

استاد راهنما:

دکتر فرزاد غفوری

استاد مشاور:

دکتر حبیب هنری

پژوهشگر:

امیر نیک‌پی

تابستان ۹۱

تقدیر و تشکر

سپاس خداوند بخشاینده‌ای که فرصت دوباره آموختن به من عطا کرد.

در ابتدا از استاد ارزشمند جناب آقای دکتر فرزاد غفوری که به عنوان استاد راهنمای این پایان‌نامه، نقش مهمی در محقق شدن این پژوهش داشتند و در تمامی مراحل تحقیق با صبر و حوصله ی خود راهنمایی های ارزنده‌ای را ارائه فرمودند، کمال تشکر و سپاسگزاری را ابراز می‌دارم.

از جناب آقای دکتر حبیب هنری به عنوان استاد مشاور که از نظرات ایشان بهره‌مند شدم و از سرکار خانم دکتر سارا کشکر که داوری پایان‌نامه اینجانب را بر عهده گرفتند، تشکر و قدردانی می‌نمایم.

و از کلیه‌ی اساتید و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی که با پاسخ دادن به سؤالات پرسشنامه‌ها در به نتیجه رسیدن این پژوهش اینجانب را یاری رساندند، سپاسگزاری می‌نمایم.

تقدیم به :
پدرم که نگاهش تمام هستی من است
مادرم که وجودش معنی زندگی من است

و

همسر عزیزم که همواره در سختی‌ها پشتیبان من بوده است.

تدوین برنامه استراتژیک خصوصی سازی در ورزش کشور براساس مدل SWOT

چکیده

طی سال‌های اخیر بحث برنامه‌ریزی استراتژیک در سطح گسترده‌ای در جامعه به ویژه در سطح تربیت بدنی مطرح بوده است. این پژوهش به منظور تدوین برنامه استراتژیک خصوصی سازی در ورزش کشور براساس مدل SWOT در سال ۱۳۹۱ صورت پذیرفت. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و توصیفی-تحلیلی بر جامعه مورد مطالعه شامل اساتید و دانشجویان دکتری رشته مدیریت و برنامه ریزی ورزشی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران صورت پذیرفت. جهت تدوین برنامه استراتژی خصوصی سازی در ورزش، از پرسشنامه‌ها، ماتریس SWOT و سایر آزمون‌های آماری به تناسب استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷۵ به دست آمد. و پس از آن چشم انداز خصوصی سازی ورزش کشور تدوین شد که مهمترین رکن آن توسعه اقتصادی-علمی-اجتماعی و فرهنگی بدست آمد. با در نظر گرفتن این مهم ما موریت خصوصی سازی وزارت ورزش وجوانان جمهوری اسلامی ایران، توسعه حوزه های اصلی ورزش (پرورشی، همگانی و قهرمانی) از طریق افزایش سطح کارایی و بهره وری. در ورزش و تربیت نیروی انسانی متخصص به منظور استفاده کمتر از منابع دولتی عنوان گردید. سپس به بررسی عوامل داخلی و خارجی خصوصی سازی در ورزش پرداخته شد. و به دنبال آن تهیه و تنظیم جدول SWOT و نهایتاً تدوین استراتژی ها میسر شد.

واژه‌های کلیدی: برنامه استراتژیک، خصوصی سازی، SWOT، سازمان تربیت بدنی

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق ۱

۱-۱- مقدمه ۲

۲-۱- بیان مسئله ۳

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق ۵

۴-۱- اهداف تحقیق ۸

۴-۱-۱- هدف اصلی: ۸

۴-۱-۲- اهداف ویژه: ۸

۵-۱- سوالات تحقیق ۸

۶-۱- محدودیت‌های تحقیق ۹

۷-۱- مفاهیم و واژگان تخصصی ۹

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق ۱۲

۱-۲- تاریخچه خصوصری سازی ۱۳

۱-۱-۲- تاریخچه خصوصری سازی در جهان ۱۳

۲-۱-۲- تاریخچه خصوصری سازی در ایران ۱۴

۲-۲- خصوصری سازی به لحاظ نظری ۱۸

۲-۲-۱- آدم اسمیت و بخش خصوصری ۱۸

۲-۲-۲- فردریک لیبست و بخش خصوصری ۱۹

۲-۲-۳- جان مینارد کینز و بخش خصوصری ۲۰

۲-۲-۴- فراملیتی ها و بخش خصوصری جهان سوم ۲۱

۳-۲- تعریف خصوصری سازی ۲۲

۴-۲- معنای سرکاسی خصوصری سازی ۲۴

۵-۲- اثر سرکاسی خصوصری سازی ۲۵

.....۲۵.....	۶-۲ - دلایلی خصوصی سازی
.....۲۷.....	۷-۲- تفاوت مکلن دو واژه دولتی و عمومی
.....۲۸.....	۸-۲- تفاوت مکلن خصوصی سازی و عمومی سازی
.....۲۸.....	۹-۲- نظری لایه‌ها لی مراحل خصوصی سازی
.....۳۶.....	۱۰-۲- اهداف خصوصی سازی
.....۳۷.....	۱۰-۲-۱- اهداف اقتصادی
.....۴۱.....	۱۰-۲-۲- هدف‌های مالی
.....۴۲.....	۱۰-۲-۳- هدف‌های اجتماعی و سرمایه‌ری
.....۴۵.....	۱۴-۲- روش‌های خصوصی سازی
.....۴۵.....	۱۴-۲-۱- انحلال، تجزیه و تفکیک
.....۴۶.....	۱۴-۲-۲ مذاکره
.....۴۶.....	۱۴-۲-۳- عقد قراردادهای واگذاری مدیریت و اجرای دارایی‌های بخش دولتی
.....۴۷.....	۱۴-۲-۴- مشارکت
.....۴۸.....	۱۴-۲-۵- عرضه سهام مشمول واگذاری به عموم و افزایش سرمایه
.....۴۹.....	۱۴-۲-۶- توزیع کوپن
.....۵۰.....	۱۴-۲-۷- فروش به مدیران و کارکنان داخلی
.....۵۱.....	۱۴-۲-۸- واگذاری به گروه سرمایه‌گذاران خارجی
.....۵۲.....	۱۴-۲-۹- بازسازی
.....۵۲.....	۱۴-۲-۱۰- واگذاری به گروه مدیریت خارج از شرکت
.....۵۲.....	۱۴-۲-۱۱- ترکیب روش
.....۵۲.....	۱۴-۲-۱۲- مزایده
.....۵۴.....	۱۵-۲- روش‌های خصوصی سازی صورت گرفته در ایران:
.....۵۶.....	۱۶-۲- مدی‌ت استراتژیک
.....۵۸.....	۱۷-۲- برنامه ری استراتژیک
.....۵۸.....	۱۸-۲- ویژگی‌های برنامه استراتژیک

.....۵۹	برنامه ریزی استراتژیک و تفاوت آن با سایر روش های برنامه ریزی
.....۶۲	۲۰-۲ چشم انداز:
.....۶۲	۲۰-۲-۱- اهمیت و ضرورت چشم انداز
.....۶۳	۲۰-۲-۲- بیانیه چشم انداز
.....۶۴	۲۱-۲- مأموریت:
.....۶۵	۲۱-۲-۱- ویژگی های بیانیه مأموریت یک سازمان
.....۶۵	۲۲-۲- بیانیه مأموریت
.....۶۶	۲۳-۲- تجزیه و تحلیل منابع و امکانات سازمان
.....۶۶	۲۴-۲- تجزیه و تحلیل شرایط محیطی
.....۶۷	۲۵-۲- تعیین و تدوین اهداف آینده ی سازمان
.....۶۸	۲۶-۲- شناخت وضعیت موجود
.....۶۸	۲۷-۲- استراتژی
.....۶۹	۲۸-۲- مدل سوات (توز)
.....۷۱	۲۹-۲- مدل های برنامه ریزی استراتژیکی
.....۷۱	۲۹-۲-۱- مدل های برنامه ریزی استراتژیک مک نامارا
.....۷۲	۲۹-۲-۲- مدل برنامه ریزی استراتژیک استونر و فریمن
.....۷۳	۲۹-۲-۳- مدل برایسون
.....۷۵	۲۹-۲-۴- مدل وایتمن
.....۷۵	۲۹-۲-۵- مدل دیوید
.....۷۸	۳۰-۲- خصوصی سازی و کارآفرینی
.....۷۹	۳۱-۲- نقش بخش خصوصی در کارآفرینی ورزشی
.....۷۹	۳۲-۲- چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴
.....۸۰	۳۳-۲- وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران
.....۸۲	۳۴-۲- فعالیتهای خصوصی سازی در تربیت بدنی طی برنامه های اول، دوم، و سوم و چهارم توسعه کشور

۳۵-۲- سن تفصیلی نظام جامع ورزش کشور

۳۶-۲- تحقیقات انجام شده در داخل کشور

۳۷-۲- تحقیقات انجام شده در خارج کشور

۸۷.....

۸۸.....

۱:۹.....

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۱-۳- جامعه آماری

۲-۳- نمونه آماری و روش نمونه گیری

۳-۳- روش تحقیق

۴-۳- روش جمع آوری داده ها

۵-۳- ابزار تحقیق

۶-۳- روش آماری

۱۲.....

۱.۲.۱.....

۱.۲.۱.....

۱.۲.۱.....

۱.۲.۲.....

۱.۲.۲.....

۱.۲.۴.....

فصل چهارم: یافته ها و نتایج تحقیق

۱-۴- مقدمه

۲-۴- توصیف ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های تحقیق

۱-۲-۴- نمونه های تحقیق

۲-۲-۴- جنسیت

۳-۲-۴- میزان تحصیلات

۴-۲-۴- سن

۵-۲-۴- سابقه خدمت

۶-۲-۴- میزان آشنایی

بخش دوم: تحلیل داده ها

۳-۴- آزمون بررسی مناسب بودن سوالات (چشم انداز، ماموریت، ضعفها، قوت ها، فرصت ها و

تهدیدها)

۱.۳.۱.....

۴-۴- تدوین چشم انداز خصوصی سازی در ورزش کشور

۱.۳.۳.....

.....۱۳۴.....	۵-۴- تدوین طرح ماموریت خصوصی سازی در ورزش کشور
.....۱۳۶.....	۶-۴- تعیین اهداف بلند مدت خصوصی سازی در ورزش کشور
.....۱۳۷.....	۷-۴- شناسایی نقاط قوت و ضعف خصوصی سازی در ورزش کشور
.....۱۳۹.....	۸-۴- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی خصوصی سازی در ورزش کشور (IFE)
.....۱۴۱.....	۹-۴- شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای خصوصی سازی در ورزش کشور

.....۱۵۳.....	فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری
.....۱۵۵.....	۲-۵- بحث و نتیجه‌گیری
.....۱۵۵.....	۱-۲-۵- نتایج توصیفی
.....۱۵۶.....	۲-۲-۵- نتایج تحلیلی
.....۱۶۶.....	۳-۵- پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های پژوهش
.....۱۶۸.....	۴-۵- پیشنهادهایی برای سایر محققان
.....۱۶۹.....	منابع و ماخذ:
.....۱۷۶.....	پیوست

فهرست جداول

.....51	جدول ۱-۲- نرخ رشد واگذاری از طریق فروش بهمدیران و کارکنان داخلی.
.....53	جدول ۲-۲- روشهای خصوصی سازی صورت گرفته در کشور های اروپای شرقی
.....54	جدول شماره ۲-۳- تعداد واحدهای تحت پوشش سازمانهای مختلف دولتی.
.....55	جدول شماره ۲-۴- تعداد واحدهای مشمول واگذاری به بخش عمومی.
.....61	جدول ۲-۵- تفاوت برنامه ریزی استراتژیک لبرنامه ریزی بلندمدت
.....71	جدول ۲-۶- ماتریس تهدیدات،فرصت ها،نقاط ضعف،نقاط قوت(TOWS).
.....86	جدول ۲-۷- شاخص های ارزیابی عملکرد تربیت ببری در برنامه چهارم .
.....121	جدول ۳-۱- نمونه آماری پژوهش
124	جدول ۳-۲- میزان پلمبی محاسبه شده در هر یک از پرسشنامهها از طریق ضرب آلفای کرونباخ.
.....126	جدول ۴-۱- توزیع درصدی نمونه های تحقیق
.....128	جدول ۴-۲- توزیع درصدی گروه سری
.....129	جدول ۴-۳- توزیع درصدی سابقه تدریس اساتذ مدییت ورزشی
.....129	جدول ۴-۴- توزیع درصد سابقه تدریس دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی
.....130	جدول ۴-۵- توزیع درصدی میزان آشنایی نمونه های تحقیق با خصوصی سازی ورزشی
131	جدول ۴-۶- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به چشم انداز خصوصی سازی در ورزش
131	جدول ۴-۷- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به ماموریت خصوصی سازی در ورزش
132	جدول ۴-۸- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به اهداف خصوصی سازی در ورزش
132	جدول ۴-۹- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به قوت های خصوصی سازی در ورزش
132	جدول ۴-۱۰- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به ضعف های خصوصی سازی در ورزش
.....132	
.....132	جدول ۴-۱۱- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به فرصت های خصوصی سازی در ورزش
.....132	

جدول ۴-۱۲- آزمون بارتلت و KMO برای سوالات مربوط به تهدیدهای خصوصی سازی در ورزش

.....132.....

.....134..... جدول ۴-۱۳- توزیع وارننس کل چشم انداز خصوصی سازی در ورزش کشور

.....134..... جدول ۴-۱۴- بارهای عاملی چشم اندازهای پیشنهادی خصوصی سازی در ورزش کشور

.....135..... جدول ۴-۱۵- توزیع وارننس کل ماموریت خصوصی سازی در ورزش کشور

.....135..... جدول ۴-۱۶- بارهای عاملی ماموریت خصوصی سازی در ورزش کشور

.....136..... جدول ۴-۱۷- آزمون فریمن برای یکسان بودن اولویت اهداف خصوصی سازی

.....137..... جدول ۴-۱۸- رتبه بندی اهداف بلند مدت خصوصی سازی در ورزش کشور

جدول ۴-۱۹- آزمون فریمن برای یکسان بودن اولویت بندی قوتها و ضعفهای خصوصی سازی 137.

.....138..... جدول ۴-۲۰- رتبه بندی قوتهای خصوصی سازی در ورزش کشور

.....138..... جدول ۴-۲۱- رتبه بندی ضعفهای خصوصی سازی در ورزش کشور

.....140..... جدول ۴-۲۲- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

141. جدول ۴-۲۳- آزمون رتبه بندی فریمن برای یکسان بودن رتبه بندی فرصتها و تهدیدهای

.....142..... جدول ۴-۲۴- رتبه بندی فرصت‌های خصوص سازی در ورزش کشور

.....143..... جدول ۴-۲۵- رتبه بندی تهدیدهای خصوصی سازی در ورزش کشور

.....148..... جدول ۴-۲۷- ماتریس SWOT

فهرست اشکال و نمودارها

.....35.....	شکل ۱-۲- هر م سازمانی و عملیاتی فرآیند خصوصی سازی.
.....56.....	شکل ۲-۲- تعامل بخش‌های سه گانه مدیریت استراتژیک.
.....57.....	شکل ۳-۲- الگوی مدیریت استراتژیک
.....67.....	شکل ۴-۲- اجزای محیط خارجی شرکت شامل محیط عمومی و تخصصی
.....73.....	شکل ۵-۲- مدل برنامه‌ریزی استراتژیک استونر و فریمن .
.....74.....	شکل ۶-۲- مدل تفصیلی برنامه‌ریزی استراتژیک برایسون .
.....75.....	شکل ۷-۲- مدل برنامه‌ریزی استراتژیک وایتمن .
.....77.....	شکل ۸-۲- مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید
.....146.....	شکل ۱-۴- ماتریس داخلی و خارجی خصوصی‌سازی در ورزش
.....127.....	نمودار ۱-۴- توزیع درصدی جنسیت نمونه‌های تحقیق
.....128.....	نمودار ۲-۴: توزیع درصدی میزان تحصیلات نمونه‌های تحقیق

فصل اوّل

كليات تحقيق

۱-۱- مقدمه

خصوصی‌سازی^۱ اصطلاحی فراگیر و متنوع است، که به واگذاری کنترل عملیاتی و یا مالی مؤسسات در مالکیت دولت به بخش خصوصی اطلاق می‌شود و همراه مالکیت، «قدرت» نیز به مردم منتقل می‌گردد. نخستین هدف خصوصی‌سازی، «افزایش کارایی اقتصاد ملی» است که مسیری مطمئن و مناسب برای عقلانی کردن هدف‌ها و متناسب ساختن اهداف با خواست‌های عمومی است، به عبارت دیگر در فرآیند خصوص‌سازی از یک سو حجم و اندازه‌ی دولت در اقتصاد، باز تعریف می‌شود و از سویی دیگر توانایی‌ها، ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بالقوه مردم، امکان بروز می‌یابد و در خدمت تحقق آرمان‌های جامعه به صورتی کارآمد و بهره‌ور به چالش می‌پردازد. علاوه بر آن خصوصی‌سازی موجب انعطاف و تحرک بیشتر در بخش‌های تولیدی می‌شود و کارایی و بهره‌وری را به دلیل کاهش بوروکراسی، افزایش می‌دهد؛ و بخش دولتی را از یک شریک بی‌انگیزه ولی تمامیت‌خواه در اقتصاد، به یک راهبر و هدایت‌کننده‌ی مصلحت‌گرا تبدیل می‌کند (کاشف بهرامی، ۱۳۸۸). خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتی یکی از مهمترین ابزار بهبود عملکرد اقتصادی در کشورهای صنعتی بوده است (داوری، اکبری، ۱۳۸۰).

شایان ذکر است که «خصوصی‌سازی» یک «استراتژی کلان اقتصادی» محسوب می‌شود و مدیریت این فرآیند زیربنایی در نظام اقتصاد کشورمان نیاز به بکارگیری فنون و علوم «مدیریت استراتژیک» دارد. از این‌رو بسیاری از سازمان‌های ذیربط با فرآیند خصوصی‌سازی می‌توانند از مدیریت

۱. Privatization

استراتژیک^۱ خصوصی سازی سود جویند (کاشف بهرامی، ۱۳۸۸). در اصل خصوصی سازی واگذاری مسئولیت دولت در هر چه کارآمدتر کردن سرمایه ها با اتکا به مشارکت بخش خصوصی است و ناگفته نماند که سرمایه گذاری در ایجاد هر فضای ورزشی منجر به ایجاد ارزش افزوده آن مکان می شود؛ با این مفهوم هرگونه فعالیت بنگاه های اقتصادی در هر مکان موجب افزایش تولید ناخالص ملی و سرمایه های ملی است (صدریا، ۱۳۸۷).

۱-۲- بیان مسئله

بسیاری از مشکلات مالی که کشورهای در حال توسعه در حال حاضر با آن روبرو هستند، در حقیقت نتیجه ی خط مشی های پیشین آن کشورها است (داوری، اکبری، ۱۳۸۰). علاوه بر این هم در اقتصادهای پیشرفته وهم در اقتصادهای در حال توسعه، نارضایتی عمومی از عملکرد بنگاه های دولتی به دلیل قیمت و کیفیت کالاها، به خصوص کلاها و خدمات تجاری و محصولات تولیدی رو به افزایش است و بنگاه های دولتی ناتوان از توزیع کارای محصولات و خدمات هستند. دولتها در سراسر جهان خصوصی سازی را به دلایل مختلفی تجربه نموده اند (همان ص ۱۲). هزینه های در حال افزایش دولت منجر به افزایش بدهی های خارجی یا تعهدات دولت شده است. قرض های سنگین و پیشرفت های اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه منجر به کمبود سرمایه برای سرمایه گذاری در کارخانجات و تجهیزات جدید در بنگاه های دولتی و گسترش خدمات دولتی بخصوص در شهرهای دارای رشد سریع شده است. خصوصی سازی بنگاه های دولتی برای اکثر دولتها نه تنها روشی جهت افزایش کارایی اقتصاد ملی، بلکه روشی جهت کاهش نارسائیهای بودجه ای و ایجاد درآمد است (همان ص ۱۳). برای نمونه از سال ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۹ دولت انگلستان توانست، بیش از ۸۰ میلیارد دلار از خصوصی سازی ۴۶ شرکت بزرگ و کوچک به دست آورد و در امد حاصل از مالیات

^۱ strategic management

بر درآمد آن، بیش از ۴ میلیارد دلار بود (رضوی، ۱۳۸۳). خصوصی سازی یک فرایند جامع اقتصادی، مالی، فرهنگی، مدیریتی، اجتماعی و حتی سیاسی تلقی می شود؛ به طوری که اگر غیر از این بینش وارد این جرگه ی عظیم شویم، نتیجتاً ما را به هیچ کجا نمی رساند و شرایط اقتصادی و اجتماعی کشورمان را به همان صورتی که هست؛ استمرار می دهد و تغییرات تنها در حد یک رفورم سطحی اقتصادی، جاری می گردد (کاشف بهرامی، ۱۳۸۸).

شایان توجه است که خصوصی سازی یک استراتژی کلان اقتصادی محسوب می شود و مدیریت این فرایند زیر بنایی در نظام اقتصادی کشورمان نیاز به بکارگیری فنون و علوم مدیریت استراتژیک دارد. از دیدگاه ساختاری^۱، مدیریت فرایند استراتژی خصوصی سازی در نظام تشکیلاتی اقتصاد کشورمان به عهده ی سازمان خصوصی سازی می باشد (همان ص ۳۷).

از نظر تاریخی منفعت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان خصوصی سازی کمک می کند از مجرا و روش منظم تر، معقول تر و منطقی تر راهها یا گزینه های استراتژیک را انتخاب نماید و بدین گونه استراتژیهای بهتری را تدوین نماید (همان ص ۴۶). سهم ورزش در اقتصاد ملی، رابطه مستقیمی با میزان سرمایه گذاریها، در بخش ورزش کشور دارد که در حال حاضر، با توجه به محدودیت و تنگناهایی که بخش خصوصی برای مشارکت در توسعه ورزش کشور در مقایسه با کشورهای توسعه یافته دارد، بسیار پایین است (طرح جامع ورزش کشور، ۱۳۸۲).

همچنین میزان سرمایه گذاری دولت در بخش ورزش، متناسب با جمعیت و متقاضیان ورزش نیست و چنانچه همین روند در آینده ادامه یابد، کمبودها بیشتر آشکار می شود. بنظر می رسد ایجاد تعادل و پاسخگویی به نیازهای اقشار جامعه به خدمات ورزشی، با میزان سرمایه گذاریهای دولتی در بودجه سالانه میسر نبوده؛ راه حل منطقی و مفیدی که در بسیاری از کشورها تجربه شده اجرای مکانیزم سرمایه گذاری بخش های غیر دولتی و ترغیب و تشویق آنان در این زمینه بوده است که موجب شده بار مالی دستگاهها کاهش یابد، از منابع و امکانات موجود بهره برداری کارآمد تری به

۱. Structural attitude

عمل آید، کارایی فعالیت‌ها گسترش پیدا کند، تجهیز منابع مالی افزایش یابد، درآمدزایی دولت افزایش یافته و موجبات ارتقاء و کارایی^۱ و رشد اقتصادی^۲ فراهم شود. با توجه به مطالب گفته شده و با توجه به نیاز مبرم بخش ورزش کشور به بخش خصوصی و به منظور رشد و ارتقای سطح کیفیت خدمات ورزشی^۳ و همچنین توسعه بخش ورزش کشور، نیازمند تدوین برنامه‌ای استراتژیکی به منظور اجرای هرچه بهتر اهداف خصوصی سازی در ورزش کشور می‌باشیم. با توجه به مطالب گفته شده محقق در صدد است به سوالات زیر پاسخ دهد:

۱- وضعیت خصوصی سازی در ورزش کشور از لحاظ شاخصهای مرتبط با برنامه ریزی استراتژیک چگونه است؟

۲- شاخص‌های تدوین برنامه استراتژیک خصوصی سازی در ورزش کشور چیست؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

بنا به دیدگاه بانک جهانی، به دلایل زیر خصوصی سازی ضرورت دارد:

قدرت بخشی به یک بخش خصوصی ضعیف که عمدتاً در اثر اعمال سیاست‌های حمایتگرانه ی دهه‌های گذشته تضعیف شده است، ایجاد نسبت‌های بالاتر سرمایه‌گذاری و کسب سرمایه اضافی برای سرمایه‌گذاری در اقتصاد، انتقال تکنولوژی به بخش‌های استراتژیک و تولید اشتغال (ماهر، ۱۳۸۵).

به گزارش بانک جهانی^۴ (۱۹۹۳) مزایای اجرای سیاست خصوصی سازی در آمریکای لاتین، آفریقا، آسیا و اروپا چشمگیر بوده است. خصوصی سازی موجب بهبود رفاه اجتماعی^۵ در ۱۱ کشور از ۱۲ کشور مورد مطالعه شده است. بهره‌وری^۶ در ۹ کشور افزایش یافته و در سه کشور تغییری نکرده

۱. Efficiency
۲. Economic growth
۳. Sport services
۴. World bank
۵. Social welfare
۶. Productivity

است. در مؤسسه‌هایی که خصوصی شده‌اند سرمایه‌گذاری و تنوع تولید منجر به رشد سریع شده است (همان، ۹۰).

به طور کلی خصوصی‌سازی فرآیندی است که به موجب آن مالکیت‌ها و تصدی‌گری‌های دولت به کارآفرینان بخش خصوصی واگذار می‌شود؛ در واقع خصوصی‌سازی یک الزام و ضرورتی است که به دو دلیل در رژیم اقتصاد بسته دولتی ما باید انجام گیرد:

اول آن که اقتصاد دولتی طی ۳۰ سال گذشته؛ به رغم دسترسی و تملک تمام ثروت‌های ملی از جمله درآمدهای نفت و گاز و شرکت‌های دولتی و ملی شده، قادر نبوده است به اهداف و وظایفی که به موجب قانون اساسی به ویژه اصول ۲۸ تا ۳۱، بر عهده آن گذاشته شده است، تحقق بخشد. دلیل دوم، الزامات جهانی و قرار گرفتن در روند ادغام^۱ اقتصادهای ملی در اقتصاد جهانی است که تمام کشورهای جهان در تلاشند تا جایگاه مستحکم و پایداری را در صحنه اقتصاد و تجارت بین‌المللی کسب کنند؛ زیرا در غیر این صورت نصیبی جز انزوای اقتصادی و به تبع آن سیاسی نخواهد داشت (کاشف بهرامی، ۱۳۸۸).

خصوصی‌سازی در سطح ملی باید با اتکا بر اهداف استراتژیک خاص آغاز شود؛ چرا که بسیاری از طرح‌ها به علت نبود اهداف استراتژیک^۲ مشخص، قابل پیگیری و قابل ارزیابی نبوده بنابراین یا از حرکت می‌ایستند و یا از مسیر اصلی خود خارج می‌شوند. اهداف تبیین شده باید بدون تعارض، تداخل منفی و در کوشش هماهنگ و اولویت‌بندی شده تعریف گردند. اهداف استراتژیک خصوصی‌سازی رقابت، اشتغال‌زایی^۳، توسعه فعالیت، کاهش هزینه‌های جاری شرکت‌ها و کوچک شدن اندازه دولت باشند (حساس یگانه، ۱۳۸۷).

۱. Integration
۲. Strategic objective
۳. Employment

توسعه‌ی ورزش و دستاوردهای اقتصادی آن در عرصه های مختلف، موجب پیدایش صنعت ورزش^۱ شده است تا حدی که نقش ورزش در توسعه‌ی اقتصادی جوامع و ملل در قرن بیست و یکم در مقایسه با بازرگانی‌های سایر صنایع در سطح جهانی به عنصری مهم در بازار اقتصادی^۲ جهان تبدیل شده است (بلوریان، ۱۳۸۲).

با این وجود می‌بینیم که پوشش تمام این فعالیت‌ها به گونه‌ای مطلوب و استفاده از فرصت‌های جهانی در این زمینه از عهده‌ی سازمان دولتی به تنهایی خارج است و استفاده بهینه از تمام فرصت‌های جهانی مستلزم مشارکت مردم و بخش خصوصی است تا بتوانیم با جلب حضور افراد مجرب و کارآمد از فرصت‌ها و شایستگی‌ها بهره بگیریم (رضوی، ۱۳۸۲).

با توجه به نظریه‌ها و شرایط ایران، سیاست راهبردی باید سرلوحه کار قرار گیرد (التجایی، ۱۳۷۸) و همچنین به منظور اصلاح ساختار ورزش کشور باید هدف، طرح و برنامه مشخصی را برای اجرای این امر تعیین نمود (رضوی، ۱۳۸۵). امروزه دولت‌ها در نظام‌های گوناگون اقتصادی و سیاسی، بیشتر سیاست‌گذاری و جهت‌گیری کلان ملی و منطقه‌ای را بر عهده دارند و تلاش می‌کنند که بخش خصوصی را برای اجرای هدف‌های خود ترغیب نمایند. با توجه به اینکه دولت سرمایه‌گذاری هنگفتی در ورزش کشور داشته است، بررسی عملکرد نشان می‌دهد که استفاده بهینه‌ی از منابع سرمایه‌ای موجود کشور نشده است. بنابراین، منطق سیاست خصوصی‌سازی در چنین شرایطی، واگذاری بخشی از اختیارات دولت به بخش خصوصی را توجیه‌پذیر می‌نماید (رضوی، ۱۳۸۵).

در چنین شرایطی است که تولید و تجارت از فضای اطمینان بخشی برخوردار خواهند شد و سرمایه‌هایی که پیوسته از کشور خارج شده بودند، دوباره به کشور برمی‌گردند و کشور می‌تواند از منابع و پس‌اندازهای خارجی نیز بهره‌مند شود (رحیمی بروجردی، ۱۳۸۵).

۱. Sport industry

۲. Economic market