

پرسون از علل نابسامانی فوتبال در غرب کشور گزارش می دهد؛

چرا فوتبال در استان های غربی مهجور است

پایگاه خبری و تحلیلی پرسون در گزارشی به بررسی علل وضعیت نابسامان فوتبال در استان های کردستان و کرمانشاه پرداخته است.

به گزارش سایت خبری پرسون، فوتبال مسلما یکی از پرتعدادترین ورزشها در دنیا است و بازاریابی در این ورزش به شکل فزاینده ایی به عنوان موضوع مهمی مطرح است. یکی از عوامل بازاریابی ورزشی، سرمایه گذاری داخلی و خارجی است که به عنوان ابزاری برای اقتصادی شدن ورزش و تولید ارزش افزوده و راه حلی مهم جهت تولید درآمد از ورزش مطرح می باشد.

متاسفانه علم بازاریابی ورزش خاصه فوتبال در استان های غرب کشور و علی الخصوص کردستان و کرمانشاه تاکنون جایگاهی نداشته است.

تاسف بار تر آنکه مدیران و سکانداران ورزش در این استان ها نیز تا حدود زیادی با این علم ثروت ساز آشنایی نداشته یا اصولا سواد آن را ندارند؛ که عمدتا گزینه دوم محتمل تر است.

استانهای غربی به جهت موقعیت خاص استراتژیکی و اقتصادی از چند جهت قطب مهم و بزرگ صنعتی و کشاورزی هستند همچنین این استان ها از یک خصیصه و فاکتور مهم و اساسی نیز بهره مند هستند اما با این وجود چرا و چگونه مدیران ورزشی ما نتوانسته اند از این سه فاکتور مهم بهره ببرند موضوعی است کاملا پیچیده که نیاز به تشکیل یک کارگروه اقتصادی متشکل از کارشناسان بازاریابی و اقتصادی است.

کردستان و کرمانشاه قطب های صنعتی

استان های کردستان و کرمانشاه بواسطه دارا بودن انواع شهرکهای صنعتی در مرکز استان و شهرستان های تابعه یقینا یکی از قطب های بزرگ صنعتی در کشور محسوب می شوند همچنین شرکت پالایشگاهی نفت و گاز در کرمانشاه، شرکت ملی نفت ایران در کرمانشاه و... که واقعا هنوز هیچکس نمیداند میزان تولیدات و محصولات هلدینگ بزرگ نفتی این استان چقدر بوده و چه میزان صادرات دارد؟؟

دو کارخانه بزرگ سیمان غرب و سامان که این دو با توجه به برآوردهای اقتصادی سهم بزرگی از تامین سیمان داخل و خارج از کشور را دارا می باشند.

شرکت بزرگ کشت و صنعت نازگل و سیمان سامان و... با سرمایه های چند هزار میلیاردی. پتروشیمی کرمانشاه و فولاد کرمانشاه و روژین تاک و..... هر یک به تنهایی می توانند چند تیم ورزشی از جمله فوتبال را در لایه های برتر ورزش کشور ساپورت و حمایت کنند.

اما چرا رغبتی در مدیران آنها برای سرمایه گذاری در ورزش این استان ها و مهمتر از آن فوتبال دیده نمی شود.

به قطع یقین این مساله به همان نحوه مدیریت بازاریابی در ورزش باز می گردد، شاید مدیران این هلدینگ های بزرگ اقتصادی به طور مناسب توجیه اقتصادی و علمی نشده اند و برای آنان سهم آوردن و هزینه های سود و زیان و بهره وری ورزشی برایشان خوب توضیح داده نشده و شاید هم علل و عوامل دیگری دست به دست هم داده که مدیران شرکت های بزرگ اقتصادی در کردستان و کرمانشاه تمایلی به حمایت های مالی از خود نشان نمی دهند که این مهم می بایست توسط همان کارگروه اقتصادی که ذکرش رفت پیگیری شده و قطعا نیاز به ورود حوزه اقتصادی و سرمایه گذاری استانداردی های کردستان و کرمانشاه و احساس می شود.

گزارش: سیدوحید حسینی - استان کردستان