

بخت سنگین هتل داران در مستطیل سبز

برندگان و بازندگان اقتصادی جام جهانی



نیوشا شایان مهر

جام جهانی تنها بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان نیست؛ رسانه‌ای نیز به‌شمار می‌رود. گردش میلیاردها دلار سرمایه در حوزه‌هایی مانند حق پخش تلویزیونی، تبلیغات، گردشگری، فروش کالاهای هواداری و شرط‌بندی، این مسابقات را به‌بازاری جهانی تبدیل کرده که مسافع آن بسیار فراتر از مستطیل سبز گسترش یافته است. با این حال، همان‌گونه که هر رویداد اقتصادی بزرگ برندگان و بازندگان خود را دارد، جام جهانی ۲۰۲۶ نیز فرصت‌های کم‌سابقه‌ای برای برخی بازیگران ایجاد کرد و در مقابل، انتظارات گروهی دیگر را برآورده نساخت. از فیفا و حامیان مانگفته تا شرکت‌های شرط‌بندی و فروشندگان کالاهای ورزشی، در برابر هواد آسانی که با هزینه‌های سنگین مواجه شدند، هتل‌هایی که به رونق مورد انتظار نرسیدند و شهرهای میزبانی که از منافع بلندمدتی بهره‌ماتدند، هر یک روایت متفاوتی از پیامدهای اقتصادی این تورنمنت دارند.

بزرگ‌ترین برنده

درآمد فدراسیون جهانی فوتبال از جام جهانی سال ۲۰۲۶، سرسام‌آور است. این نهاد پیش از این در جام جهانی ۲۰۲۲ قطر رقمی معادل ۷٫۶ میلیارد دلار درآمد کسب کرده بود. با این حال اکنون فیفا درآمد بی‌سابقه ۱۵ میلیارد دلاری از جام جهانی ۲۰۲۶ به‌دست آورده است. این عده به‌طور قابل‌توجهی از اهداف مالی تعیین‌شده پیش از آغاز مسابقات فراتر رفته است. ماریون لاپور، انترناژنیست ارشد موسسه Deutsche Bank Research، می‌گوید: فیفا با خرید بزرگ‌ترین برنده این رقابت‌هاست چرا که این نهاد با راه‌اندازی بازار رسمی فروش مجدد بلیت وارد بازار ثانویه شده و از هر معامله، ۱۵ درصد کارمزدهم از خریدار و هم از فروشنده در یافت کرده است. منابع درآمد فیفا شامل فروش حق پخش تلویزیونی، اعطای مجوزهای تجاری، خدمات نشریفانی، قراردادهای اسپانسری و فروش بلیت است. از این رو، در سال جاری با افزایش تیم‌ها از ۳۲ به ۴۸ تیم کمک‌معداری به جهش درآمدی فیفا کرد؛ و به نظر می‌رسد این روند در دوره‌های آینده نیز ادامه یابد؛ چرا که فیفا در حال بررسی افزایش دوباره تعداد تیم‌های جام جهانی به ۶۴ تیم است. این اقدام می‌تواند کشورهایمانند چین وهند را نیز به این رقابت‌ها وارد کند و به‌نهایت‌ها ببیند جدید برای این مسابقات به همراه داشته باشد.

بخت هواداران

اگرچه بسیاری از هواداران در این جام جهانی رفاهی حضور در بزرگ‌ترین رویداد فوتبال جهان را محقق کردند، اما از نظر مالی بهای سنگینی برای آن پرداختند. هزینه‌های سرسام‌آور خرید بلیت و انتقاد از سیاست قیمت‌گذاری پویبی فیفا از همان ابتدای مسابقات خبرساز شد. در این راستا حتی دونالد ترامپ در واکنش به احتمال رسیدن قیمت بلیت دیدار افتتاحیه تیم ملی کشورش در برابر پان‌اگونه به هزار دلار گفت: من چنین پولی پرداخت نمی‌کنم.

بلیت رسمی فیتال در ورزشگاه مت‌لایف نیوجرسی تا

اقتصاد کره‌جنوبی در پسا کرونا

خبرگزاری یونپا گزارش داد تولید ناخالص داخلی (GDP) سرانه کره‌جنوبی در سال ۲۰۲۶ با رشد ۷٫۶ درصدی نسبت به سال قبل، به حدود ۳۹ هزار دلار خواهد رسید که در صورت تحقق، بزرگ‌ترین افزایش سالانه در پنج سال اخیر خواهد بود. تداوم عملکرد قدرتمند صادرات، به‌ویژه در بخش ترانه‌های حافظه، مهم‌ترین عامل این رشد عنوان شده است. این برآورد بر پایه داده‌های نهادهای مالی و همچنین پیش‌بینی اصلاح‌شده دولت از رشد ۱۲٫۲ درصدی تولید ناخالص داخلی اسمی در سال ۲۰۲۶ انجام شده است. در این محاسبات، تولید ناخالص داخلی اسمی از ۲۶۶٫۶ تریلیون وون (معادل یک هزار و ۷۶۶ میلیارد دلار) در سال ۲۰۲۵ به ۳ هزار و ۵۰۹ تریلیون وون در سال ۲۰۲۶ افزایش یافته و در نظر گرفتن جمعیت ۱٫۶ میلیاردی نقری، سرانه GDP محاسبه شده

به گفته کارشناسان، هزینه پخش یک انگهی ۳۰ ثانیه‌ای در جریان جام جهانی از شبکه فاکسی به‌طور متوسط بین ۳۰۰ تا ۳۰۰ هزار دلار است و در مسابقات تیم ملی آمریکا در مراحل پایانی، این رقم حتی به ۷۵۰ هزار دلار نیز رسید.

در این میان باید درنظر داشت که هزینه‌های هواداران تنها به بلیت محدود نمی‌شود و قیمت پروازها، اقامت و غذا نیز فشار مالی قابل‌توجهی بر آنها وارد کرده است. یکی از نمونه‌های جنجالی، افزایش شدید کرایه قطارهای New Jersey Transit بود. هزینه سفر ۲۰ دقیقه‌ای به ورزشگاه مت‌لایف که در حالت عادی ۱۲٫۹ دلار برای بلیت رفت و برگشت بود، در جریان جام جهانی به ۱۵۰ دلار رسید. هرچند پس از موج انتقادها این نرخ کاهش یافت، اما همچنان به‌مراتب بالاتر از قیمت معمول باقی ماند.

پخش کنندگان تلویزیونی و حامیان مالی

اگرچه شبکه‌های تلویزیونی برای خرید حق پخش جام جهانی هزینه‌های هنگفتی پرداخت کرده‌اند، اما آمار بالای بینندگان و هجوم برنده‌ها برای دیده شدن، باعث شده است از محل فروش انگهی‌های تبلیغاتی سودهای کلانی به دست آورند.

فیفا در جام جهانی ۲۰۲۶ وقفه‌های معروف آب‌رسانی (Hydration Breaks) را به مسابقات اضافه کرد و جهانی اینفلانسنو تأکید کرد که این تصمیم صرفاً با اهداف ورزشی اتخاذ شده و درآمد مستقیمی برای فیفا ایجاد نمی‌کند. با این حال، همین سه دقیقه توقف برای نوشیدن آب، فرصت تجاری زیادی برای شبکه‌های تلویزیونی و اسپانسرها فراهم کرده است. شبکه Fox Sports که گفته می‌شود حدود ۴۸۵ میلیون دلار برای خرید حق پخش مسابقات در آمریکا پرداخت کرده، این وقفه‌ها را با عنوان ابا حمایت مالی... یک برند به مخاطبان معرفی می‌کند. به عبارتی وقفه‌های آب‌رسانی عملاً فضای جدیدی برای فروش تبلیغات ایجاد کرده‌اند و حذف این وقفه‌ها در دوره‌های بعدی محتمل به نظر نمی‌رسد؛ چرا که اکنون افزایش مقیاس به مدل کسب‌وکار فیفا تبدیل شده است.

برنده بزرگ خارج از زمین

دیوید بکام در جریان دیدار انگلیس و برزیل نیز از تیم ملی کشورش حمایت می‌کرد، اما حضور او در جام جهانی تنها به جایگاه یک هوادار محدود نمی‌شود. کمپین اصلی تبلیغاتی آفیداس حتی از نسخای مبتنی بر هوش مصنوعی از بکام استفاده کرده است که شاید به این دلیل بود که او فرصت حضور در فیلم‌برداری را نداشت، تخسین ورزشکاران میلیاردر بر پانیا این روزها در تبلیغات برنده‌های مختلفی، از Home Depot گرفته تا Bank of America، دیده می‌شود؛ تا جایی که گاهی فراموش

می‌شود دقیقاً سفیر کدام برند است. با وجود اینکه بیش از یک دهه از خداحافظی او از فوتبال می‌گذرد، بکام همچنان یکی از مهم‌ترین چهره‌های فوتبال در آمریکا محسوب می‌شود. باشگاه اینتر میامی که او یکی از مالکانش است، اکنون با ارزشی حدود ۱٫۴۵ میلیارد دلار، ارزشمندترین باشگاه لیگ حرفه‌ای فوتبال آمریکا (MLS) برآورد می‌شود. بکام شاید هرگز نتوانست جام جهانی را به‌عنوان بازیکن فتح کند، اما بسیاری معتقدند در میدان تجارت و بازار پای، پیروز واقعی بوده است.

زبان شهرهای میزبان

۱۶ شهر میزبان در آمریکا، کانادا و مکزیک در طول مسابقات پذیرای موج بزرگی از هواداران و گردشگران بوده‌اند که به رونق هتل‌ها، رستوران‌ها و کسب‌وکارهای محلی کمک کرده است. با این حال کارشناسان می‌گویند این رونق، آثار اقتصادی پایداری به همراه ندارد. برای نمونه، هرچند هواداران اسکانه‌ی فضای شهر بوستون را کاملاً تحت تأثیر قرار دادند و محبوبیت زیادی میان مردم محلی پیدا کردند، اما از نظر اقتصادی اثر بلندمدت قابل‌توجهی بر جای نگذاشتند. فیفا برآورد کرده بود جام جهانی حدود ۳۱ میلیارد دلار به اقتصاد جهان اضافه خواهد کرد که ۱۷ میلیارد دلار از آن سهم اقتصاد آمریکا خواهد بود و حدود ۱۸۵ هزار شغل، عمدتاً در بخش‌های گردشگری و اقامت، ایجاد می‌شود. با این حال الکساندر بوذیزر، پژوهشگر دانشگاه اسکسفورد و مدیرعامل شرکت Oxford Global Projects، معتقد است تجربه نشان داده میزبانی چنین رویدادهایی معمولاً منافع اقتصادی بلندمدت وعده‌ده شده را محقق نمی‌کند. به گفته او بسیاری از گردشگران عادی برای قرار از شلوغی و ازدحام ناشی از مسابقات، سفر خود به شهرهای میزبان را به تعویق می‌اندازند؛ بنابراین این شهرها حتی با کاهش تعداد گردشگران معمول نیز مواجه می‌شوند. بوذیزر همچنین می‌گوید اگرچه در دوران برگزاری مسابقات فرصت‌های شغلی بیشتری ایجاد می‌شود، اما اغلب این مشاغل در بخش خدمات و با دستمزد پایین هستند.

به عبارتی جام جهانی شغل ایجاد می‌کند اما ثروت نه. اما برای رسمی نیز نشان می‌دهد استفاده در رستوران‌ها، کافه‌ها و بارهای آمریکا در استانه آغاز مسابقات افزایش یافت، اما این رونق تنها مدت کوتاهی دوام داشت. به اعتقاد بوذیزر، تنها منفعت اقتصادی واقعی چنین رویدادهایی اجرای پروژه‌های عمرانی و زیرساخت‌های است؛ همان‌گونه که پس از المپیک ۲۰۱۲ لندن، منطقه استر افورد درگون شد و پروژه‌های گسترده مسکن و بازآفرینی شهری در آن اجرا شد. اما از آنجا که جام جهانی ۲۰۲۶ عمدتاً برای پروژه‌ها، هتل‌ها و زیرساخت‌های موجود استفاده کرده است، او معتقد است این دوره از جام جهانی دست‌نورد توسعه‌ای قابل‌توجهی برای شهرهای میزبان نداشته است.

فروشندگان کالاهای هواداری

شور و اشتیاق هواداران باعث شده فروش پیراهن‌ها و سایر کالاهای هواداری در سراسر جهان جهشی قابل‌توجهی داشته‌باشد. تا یکی اعلام کرده فروش لباس تیم‌های ملی تحت پوشش این شرکت در سال جاری بیش از دو برابر جام جهانی ۲۰۲۲ بوده است. پیراهن تیم ملی انگلیس و فروش‌ترین محصول این شرکت بوده و پس از آن فرانسه، برزیل، هلند و آمریکا قرار دارند. در مقابل، برای آفیداس، پیراهن تیم ملی مکزیک بیشترین فروش را ثبت کرده است. شرکت JD Sports نیز اعلام کرده امسال ر کورد فروش پیراهن تیم ملی انگلیس شکسته شده است، هرچند در مجموع، پیراهن تیم ملی اسکاتلند عنوان پرفروش‌ترین لباس این رقابت‌ها را به دست آورده است. این شرکت همچنین از رشد چشم‌گیر فروش لباس تیم‌های آلمان، برزیل، مکزیک و آرژانتین خبر داده است.

سیی والتینیا، روزنامه‌نگار حوزه فرهنگ و مد فوتبال، می‌گوید این استقبال چندان عاقلگیرکننده نیست؛ زیرا پیراهن فوتبال دیگر تنها لباس هواداری نیست و به بخشی از پوشش روزمره و مد خیابانی تبدیل شده است. به باور او علاقه‌سال به سبک‌های نوستالژیک، تقاضای برای پیراهن‌های قدیمی و همچنین لباس‌های سفارشی ویراه زنان را به‌طور محسوسی افزایش داده است.

با این حال روی دیگر این رونق، گسترش بازار کالاهای تقلبی است. به گفته والتینیا، هر زمان پیراهن فوتبال به یک کالای مد تبدیل شود، قیمت آن نیز افزایش می‌یابد؛ اما در مقابل، تولید نسخه‌های تقلبی نیز اجتناب‌ناپذیر است. زیرا دسترسی آسان به محصولات، بخشی از فرهنگ فوتبال محسوب می‌شود.

شکست غیرمنتظره هتل‌ها

برخلاف پیش‌بینی‌ها، تقاضای مورد انتظار برای رزرو اتاق‌های هتل محقق نشد و نهادهای صنعتی از کاهش میزان رزرو در شهرهای میزبان نسبت به سال گذشته خبر داده‌اند. انجمن هتل‌های بریتیش کمبیا اعلام کرده است که با وجود میزبانی شهر ونکوور از هفت مسابقه جام جهانی، میزان رزرو هتل‌ها در ماه‌های ژوئن و ژوئیه از سال‌های گذشته کمتر بوده است. این انجمن تأکید می‌کند که چنین تورنمنت‌هایی موجب بر شدن کامل هتل‌ها برای ۴۰ روز متوالی نمی‌شوند، بلکه تنها در روزهای نزدیک به مسابقات تقاضا افزایش پیدا می‌کند.

در آمریکا نیز صنعت هتل‌داری از نتایج جام جهانی رضایت نداشته است. انجمن هتل‌ها و اقامتگاه‌های آمریکا (AHLA) فیفا را منعی کرده که تعداد هتل‌های اتاق هتل را برای استفاده خود از پیش رزرو کرده و به این ترتیب، تصویری گمراه‌کننده از میزان تقاضا ایجاد کرده است. فیفا این اتهام را رد می‌کند.

ماریون لاپور نیز می‌گوید اتفاق مشابهی در جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه رخ داد و میران تقاضا هرگز به سطح پیش‌بینی شده نرسید. او می‌افزاید: تا ماه آوریل، ۸۰ درصد هتل داران آمریکا اعلام کرده بودند میزبان رزرو کمتر از برآورد اولیه است. دو سوم هتل داران نیویورک از استقبال کمتر از انتظار خبر دادند و در سیاتل نیز نزدیک به ۸۰ درصد فعالان این صنعت، جام جهانی را عملاً یک رویداد با تأثیر کم توصیف کردند.

شرکت‌های شرط‌بندی

جام جهانی ۲۰۲۶ از روزهای نخست در مسیر تبدیل شدن به بزرگ‌ترین رویداد شرط‌بندی تاریخ قرار گرفت. برآوردهای موسسه خدمات مالی Macquarie نشان می‌دهد حجم کل شرط‌بندی‌ها از ۵۰ میلیارد دلار فراتر رفته، یعنی به‌طور متوسط ۰۰۰ میلیون دلار روی هر مسابقه شرط بسته شده است. این رقم در حالی ثبت شده که حجم معاملات در مدت مشابه سال گذشته حدود ۲ میلیارد دلار بود. چند بینون، تحلیلگر حوزه بازی و هتل‌داری در موسسه خدمات مالی Macquarie Group، می‌گوید عملکرد بازارهای پیش‌بینی در جریان جام جهانی از تمام برآوردهایی که انجام داده بودند، فراتر رفته است. به گفته او، این رقابت‌ها باعث شده حجم معاملات ماهانه در دو پلتفرم Kalshi و Polymarket حدود چهار برابر شود. داده‌های شرکت Aptopia نیز نشان می‌دهد در سه ماهه اول جام جهانی، نزدیک به ۲۷۰ هزار نفر رایلیکشن Kalshi را دنبالود کردند، در حالی که تنها دو هفته قبل، تعداد داللودهای آن حدود ۶۰ هزارا مورد بود. مهم‌ترین دلیل این رشد، افزایش تعداد تیم‌ها و برگزانی بیش از ۱۰۰ مسابقه در مقایسه با ۶۴ دیدار جام جهانی ۲۰۲۲ است. چند بینون، تحلیلگر مک کورای، می‌گوید امروز شرط‌بندی‌های زنده جای شرط‌بندی سنتی پیش از شروع مسابقه را گرفته‌اند. او توضیح می‌دهد: اکنون همه چیز به واکنش لحظه‌ای نسبت به اتفاقات داخل زمین بستگی دارد و افراد همزمان با جریان بازی پیش‌بینی‌های خود را تغییر می‌دهند. در گذشته باید قبل از آغاز مسابقه شرط خود را ثبت می‌کردید و فقط منتظر نتیجه می‌ماندید. صنعت شرط‌بندی ورزشی در آمریکا هنوز نسبتاً نوپا است. تا سال ۲۰۱۸، شرط‌بندی ورزشی تنها در ایالت نوادا و شهر لاس‌وگاس قانونی بود، اما رای دیوان عالی آمریکا راه را برای قانونی شدن آن در بسیاری از ایالت‌ها باز کرد. با این حال، در برخی ایالت‌ها مانند کالیفرنیا و تگزاس، شرط‌بندی ورزشی همچنان غیرقانونی است. در این مناطق، بازارهای پیش‌بینی (Prediction Markets) که از نظر قانونی در دست قمار قرار نمی‌گیرند، به سرعت محبوب شده‌اند، بازاری چندمیلیارد دلاری که به‌ویژه بین مردان جوان طرفداران زیادی پیدا کرده و امکان پیش‌بینی نتایج مسابقات را بدون محدودیت‌های قوانین شرط‌بندی سنتی فراهم می‌کند.

سازمان آگاه‌ها

فصل اقتصاد

۰۲۱-۸۹۰۱

(خط ویژه)

sazman.agahi@den.ir

آگهی فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همزمان با ارزیابی کیفی

"تامین، حمل و نصب و راه‌اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور به توان KVA 1500 در حالت Prime در ساختمان ستاد"

به شماره سامانه ستاد: ۰۰۰۱۱۰۰۰۳۳۹۲۲۰۰۵

مأمان بناد و پارتنری

بدینوسیله به اطلاع می‌رساند سازمان بنادر و در بانوردی در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همزمان با ارزیابی کیفی "تامین، حمل و نصب و راه‌اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور به توان KVA 1500 در حالت Prime در ساختمان ستاد" به شماره "۰۰۰۱۱۰۰۰۳۳۹۲۲۰۰۵" را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

شرایط الزامی شرکت در مناقصه مطابق الزامات استعلام ارزیابی کیفی شامل موارد ذیل می‌باشد:

۱- مرتبط بودن موضوع فعالیت شرکت در اساسنامه یا موضوع مناقصه(در صورت تغییرات در اساسنامه، آخرین روزنامه تغییرات حاوی موضوع فعالیت شرکت ارائه گردد)

۲- کبرخورداری از صورت‌های مالی حسابرسی شده سال ۱۴۰۳ یا ۱۴۰۴

(۱) **موضوع مناقصه:** تامین، حمل و نصب و راه‌اندازی یک دستگاه دیزل ژنراتور به توان KVA 1500 در حالت Prime در ساختمان ستاد

(۲) **نوع مناقصه:** عمومی، یک مرحله‌ای (فشرده)

(۳) **شماره ثبت در سامانه ستاد:** ۰۰۰۱۱۰۰۰۳۳۹۲۲۰۰۵

(۴) **نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گذار:** تهران، میدان ونک، ابتدای بزرگراه حقانی، بعد از چهارراه جهان کودک، خیابان دکتر شهیدی، پلاک ۱، ساختمان سازمان بنادر و در بانوردی دورنگار؛ ۱۱۹۱۰۵۱۸۸۶۵۰۲۱- تلفن: ۰۲۱-۸۴۹۹۲۳۵

(۵) **مدت پیمان:** ۴ ماه

(۶) **تضمین فرایند ارجاع کار:** مناقصه‌گر می‌بایست یک فقره اصل ضمانت‌نامه مطابق با فرم مندرج در اسناد مناقصه بدون قید و شرط که به مدت ۹۰ روز از مهلت تعیین شده برای تسلیم پیشنهاد اعتبار داشته و قابل تمدید باشد را به مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ (سی میلیارد ریال) را در پاکت(الف) به دبیر خانه سازمان به آدرس فوق تحویل و اسکن آن را در سامانه ستاد بارگذاری نماید.

(۷) **تاریخ انتشار مناقصه در سامانه:** روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۳۰ ساعت ۱۰:۰۰ صبح

(۸) **مهلت زمانی در یافت اسناد از سایت:** روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۰۶ ساعت ۱۳:۰۰ عصر

(۹) **زمان برگزاری جلسه پرسش و پاسخ:** روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۰ ساعت ۱۰:۰۰ صبح

(۱۰) **مهلت زمانی ارسال پیشنهاد:** روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۰ ساعت ۱۳:۰۰ عصر

(۱۱) **زمان بازگشایی پاکت‌ها:** روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۴ ساعت ۸:۰۰ صبح

نکات مهم:

۱. از آنجایی که فرایند در سامانه "ستاد" انجام می‌گردد، لازم است در یافت و از سال اسناد صرفاً از طریق سامانه مذکور صورت گیرد، در غیر این صورت امکان شرکت در ادامه فرایند برای شرکت‌های متقاضی وجود نخواهد داشت.

۲. چنانچه شرکت‌های متقاضی پیش از این در سامانه مذکور ثبت نام نکرده‌اند، باید مراحل ثبت نام و در یافت گواهی امضای الکترونیک(توکن) را انجام دهند.

۳. جهت ثبت نام و در یافت گواهی امضای الکترونیک(توکن) با شماره‌های درج شده در قسمت پشتیبانی سامانه مذکور تماس حاصل نمایید.

شماره آگهی: ۳۳۹۲۲۰۰۵

م/م: ۱۲۱۸