جائزة أم

جيريمي كليفت
Jeremy Clift

على مبعدة مسافة كبيرة عبر المحيط من «تيبل ماونتن»، تلك الهضبة في جنوب إفريقيا التي تطل على واحد من المواقع الرئيسية لمباريات كأس العالم لكرة القدم، تأهب صناع السلع الرياضية في تايلند لهذا الحدث شهورا طويلة. وتايلند ليست من بين الفرق الإثنين والثلاثين التي نجحت في الوصول إلى التصفيات النهائية لهذه المسابقة العالمية، وهي أكبر مهرجان رياضي في العالم خارج نطاق الدورات الأوليمبية. ولكن صناع الأحذية الرياضية والكرات وقمصان كرة القدم يتوقعون رواجا عالميا في الصادرات – وهي بمثابة دفعة جديرة بالترحيب بعد الهبوط الذي شهدته صادرات البلاد من المنسوجات والملابس في العام الماضي، إبان الأزمة الاقتصادية العالمية.

يقول والوب ويتاناكورن – الأمين العام لرابطة صناع الملابس التايلندية: «إننا نؤمن إيمانا راسخا بأن كأس العالم، ستضخ دماء جديدة في صادراتنا، خاصة الملابس والملبوسات الرياضية. ونتوقع أن يساعد هوس كرة القدم في زيادة شحنات الملابس من تايلند في عام ٢٠١٠ وأن نشهد نموا في حدود ١٠–١٥٪».

وربما ينظر البعض في تايلند إلى كأس العالم، التي تنظم كل أربع سنوات، بمقاييس اقتصادية صرفة، لكنها تعتبر في البلد المضيف، جنوب إفريقيا، لحظة محورية فاصلة بالنسبة للبلاد. فمنذ انتهاء الفصل العنصري في عام ١٩٩٤، استضافت جنوب إفريقيا على نحو منتظم أحداثا رياضية دولية كبرى، بما في ذلك كأس العالم لكرة الرغبي في عام ١٩٩٥ وكأس العالم في الكريكيت في عام ٢٠٠٣. ولكن كأس العالم لكرة القدم لها منزلة خاصة بها وحدها من حيث ما تحظى به من الاهتمام العالمي والمشاهدة التليفزيونية الواسعة.

وتلك هي المرة الأولى التي تستضيف فيها إفريقيا كأس العالم لكرة القدم وتتجاوز قيمتها الرمزية الافتخار المباشر باستضافة الحدث. وقد اقترن تنظيم جنوب إفريقيا لأهم بطولة لكرة القدم في العالم بإعادة بناء اقتصادها والتخفيف من حدة الانقسامات الاجتماعية المترسبة من العهد السابق وإبراز الهوية القومية الجديدة.

جزاء

الأحداث الرياضية مثل كأس العالم لكرة القدم تعمل على تنشيط التجارة حول العالم وتسلط الأضواء على البلد المضيف

ومن ثم، قد لا يهم كثيرا أن يتشكك عدد من الاقتصاديين المرموقين الذين يدرسون الرياضة في قيمة مثل هذه الأحداث الرياضية الضخمة مثل كأس العالم والدورات الأوليمبية. فهم يقولون: إن التكاليف تتجاوز المنافع الاقتصادية. وفي هذا العدد من مجلة *التمويل والتنمية* ننظر في مغانم ومغارم استضافة أحداث رياضية ضخمة وكذلك ما قد يتمخض عنها من إعطاء دفعة للتجارة.

وقد تنبأ تقرير قدمته شركة «غرانت ثورنتون» الاستشارية في عام ٢٠٠٨ بأن بطولة كأس العالم التي تمتد على مدار شهر قد تضخ نحو ٧،٦ مليار دولار في اقتصاد جنوب إفريقيا، وتؤدي إلى خلق أكثر من ٤٠٠ ألف وظيفة أو تحافظ على استمرارها، وتجذب ما يقرب من ٤٩٠ ألف سائح أجنبي للبلاد.

ويشيد الرئيس جاكوب زوما بالتأثير الاقتصادي للحدث بقوله: «لقد تم الارتقاء بقطاعات النقل والطاقة والاتصالات السلكية واللاسلكية والبنية التحتية الاجتماعية وجرى توسيعها. ويسهم هذا الأمر في التنمية الاقتصادية في خضم ركود عالمي، وفي الوقت نفسه يحسن مناخ الاستثمار».

ولكن بعض الاقتصاديين يتشككون. فهم يتوقعون إنفاق مبالغ ضخمة على مشروعات البذخ بلا طائل، كإقامة الإستادات الرياضية التي لا تستخدم إلا قليلا بعد الحدث الذي شيدت من أجله، ويتوقعون بوجه عام تحويل الأموال إلى هذا الحدث الضخم بدلا من إنفاقها على المشروعات الاجتماعية، كالمدارس والمستشفيات.

ومع ذلك، في نهاية المطاف لا يهم إن كان الاقتصاديون أم المروجون للحدث هم المصيبون. إذ يبدو أنه لا يمكن إشباع الرغبة في استضافة كأس العالم أو الدورات الأولمبية. ومثلما قال سيمون كوبر وستيفان زيمانسكي في كتابهما المعنون «اقتصاديات كرة القدم» (Soccernomics)، الذي يستعرضه هذا العدد في صفحة ٥٦، «إن الاستضافة لن تجعلك غنيا، لكنها بلا ريب ستجعلك سعيدا». ■

جيريمي كليفت هو رئيس تحرير مجلة التمويل والتنمية.