



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پروژه‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی

هم آفرینی ارزش در مدیریت ورزشی

نویسندگان

هربرت وراتسچک، کریس هوربل، باستین پوپ

مترجمان

دکتر مصطفی افشاری

(استادیار پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی)

دکتر فهیمه محمد حسن

(ادکتری مدیریت ورزشی)

عنوان و نام پدید آور	: هم آفرینی ارزش در مدیریت ورزشی. نویسندگان: هربرت وراستچک؛
مترجمان: مصطفی افشاری، فهیمه محمد حسن	
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، انتشارات، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	: ۱۷۵ ص. مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۳۰-۴۶-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Value Co- Creation in Sport Management 2017
موضوع	: بازاریابی ارتباطی
موضوع	: Relationship marketing
شناسه افزوده	: ارزش
شناسه افزوده	: Value
شناسه افزوده	: ورزش -- جنبه های اقتصادی
شناسه افزوده	: Sports -- Economic aspects
شناسه افزوده	: افشاری، مصطفی، ۱۳۶۳، مترجم
شناسه افزوده	: محمد حسن، فهیمه، ۱۳۶۸، مترجم
شناسه افزوده	: پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی. انتشارات
رده بندی کنگره	: ۷۷۳
رده بندی دیویی	: ۷۸۶/۰۶۹
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۴۶۵۴



پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

هم آفرینی ارزش در مدیریت ورزشی

مترجمان: دکتر مصطفی افشاری، دکتر فهیمه محمد حسن

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۳۰-۴۶-۴

ناشر: پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

شمارگان: ۵۰۰ نوبت چاپ: تهران، اول ۱۴۰۰ قطع: وزیری

لیتوگرافی: کیامرثی چاپ و صحافی: پادینا

قیمت: ۷۲۰۰۰۰ ریال

تهران: خیابان مطهری، خیابان میرعماد، کوچه پنجم، پلاک ۳- کد پستی: ۱۵۸۷۹۵۸۷۱۱

تلفن: ۸۸۷۴۷۸۸۴ (۰۲۱) نامبر: ۸۸۷۳۹۰۹۲ info@ssrc.ac.ir ssrc.ac.ir

کلیه حقوق برای پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری محفوظ است.

پیشگفتار

تربیت بدنی و علوم ورزشی به عنوان یک حوزه علمی دانشگاهی در سال‌های اخیر روند رو به رشدی را در تمامی زمینه‌های آموزشی، پژوهشی و اجرایی داشته است. یکی از مسائل مهم مورد توجه مسئولان و برنامه‌ریزان، شناسایی، فراهم سازی و تقویت زمینه‌های لازم برای تولید دانش علوم ورزشی و به کارگیری علوم ورزشی تولید یافته در عرصه‌های ورزش قهرمانی و میادین بین‌المللی و نیز ورزش همگانی و سلامت عمومی است. به همین جهت پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی که در راستای سیاست‌های علمی، آموزشی و پژوهشی خود، برای انتقال آخرین یافته‌ها به منظور توسعه روزافزون دانش و فناوری در ایران اسلامی بنیان نهاد شده، در نظر دارد با فراهم کردن بستری مناسب برای پیشبرد فعالیت‌های پژوهشی و نیز ارتقای سطح علمی، فرهنگی و کمک به تلفیق علم و عمل، گامی مؤثر در رفع نیازهای علمی ورزش کشور بردارد. در این راستا، پژوهشگاه اقدام به انتشار کتاب‌های علمی- ورزشی- تخصصی برگرفته از تلاش‌های متخصصان، محققان و دانش- آموختگان تربیت بدنی و علوم ورزشی نموده است. امید است با انتشار اینگونه کتب، به فضل خداوند متعال، گام‌های مؤثری در جهت تحقق اهداف عالیه نظام جمهوری اسلامی ایران برداشته باشیم.

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

پیشگفتار مترجمان

دانش بازاریابی دیربازی است که در عرصه ورزش دارای جایگاه ویژه‌ای برای رشد و ارتقاء سطح ورزش از طریق ایجاد بسترهای مالی و سرمایه‌گذاری شده است. در این عرصه جایگاه مشتری از همان ابتدا سرلوحه امور بوده و در حتی نظریات فرانوگرایی این عرصه نیز توجه ویژه‌ای به آن شده است.

در انتخاب و ترجمه کتاب باید بیان نماییم که در حال مطالعه در خصوص ابزارها و دانش نوین در حوزه بازاریابی ورزشی بودیم که به کتاب حاضر برخوردیم. در نگاه اول جذابیت کتاب، محتوای متفاوت، تخصصی و در عین حال زبان ساده آن متقاعدمان کرد که آن را ترجمه و در اختیار دانش پژوهان کشور عزیزمان قرار دهیم.

کتاب حاضر در صدد است به مخاطبان علاقه‌مند به ورزش و بازاریابی ورزشی کلید واژه ارزش را در عرصه محصولات ورزشی تشریح نموده و شکل‌دهی آن را در یک چرخه که شامل مشارکت مشتریان، تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات است بیان نماید. همچنین نویسندگان در پنج فصل با ارائه تمثیل‌های به روز در تلاشند به خوانندگان اهمیت اشتراک نظر مشتریان و برگزاردکنندگان رویدادها و تولیدکنندگان و حامیان ورزش و محصولات ورزشی را نشان دهند. در این بین نقد شرایط کنونی، نتایج آخرین تحقیقات، بازتعریف اقتصاد ورزش و همچنین بکارگیری این مفاهیم در صنعت ورزش به رشته تحریر درآمده است.

علاقه‌مندان به مدیریت ورزش، بازاریابی و اقتصاد ورزشی در هر سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری همچنین مدیران و علاقه‌مندان به مدیریت و بازاریابی ورزشی می‌توانند بهره‌مند از نکات ارزشمند این کتاب شوند.

بدیهی است تمام تلاش مترجمان انتقال ماهیت و اصل مطالب در نسخه اصلی بوده و مانند همه آثار ترجمه شده خالی از اشکال و ایراد نمی‌باشد. لذا از همه علاقه‌مندان تقاضا داریم

نکات و پیشنهادات ارزشمند خود را از طریق ایمیل Afshari.ua@gmail.com یا ما در میان بگذارند.

مصطفی افشاری - فهیمه محمدحسن

زمستان ۱۳۹۹

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول: هم آفرینی ارزش در مدیریت ورزشی.....	۱۳
فصل دوم: چارچوب ارزش ورزشی: منطقی بنیادی و نوین برای تحلیل در مدیریت ورزشی.....	۲۱
۱. مقدمه.....	۲۲
۲. منطق چیرگی کالاها.....	۲۳
۳. اندیشه‌ی سنتی در مورد ماهیت مدیریت ورزشی.....	۲۴
۴. منطق چیرگی خدمات.....	۲۹
۵. طراحی یک چارچوب ارزش ورزشی.....	۳۲
۶. نتایج کلی و تحقیقات آینده.....	۴۴
فصل سوم: بررسی بسترها و فعالیت‌های هم آفرینی ورزش به شیوه مشتری به مشتری.....	۵۱
۱. مقدمه.....	۵۲
۲. مروری بر تحقیقات پیشین.....	۵۶
۳. روش انجام مطالعه و جمع آوری داده‌ها.....	۶۰
۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های مطالعه.....	۶۲
۵. بحث در مورد مطالعه.....	۷۷
منابع.....	۸۲
فصل چهارم: ارزش آفرینی از طریق عضویت و مشارکت در گروه‌های مصرف‌هواداران.....	۸۸
۱. مقدمه.....	۸۹
۲. مروری بر تحقیقات پیشین.....	۹۲
۲.۲. مشارکت.....	۹۵
۳. روش انجام مطالعه.....	۹۷
۴. بحث در مورد نتایج.....	۱۰۹
منابع.....	۱۱۵
فصل پنجم: هم تخریبی ارزش توسط تماشاگران: مورد پژوهی اعتراضات سکوت.....	۱۲۰
۱. مقدمه.....	۱۲۱
۲. پیشینه نظری.....	۱۲۳
۲.۲. جنبه‌های منفی ارزش آفرینی.....	۱۲۵
۳. روش انجام مطالعه.....	۱۳۰
۴. نتایج.....	۱۳۳

۱۳۶	۵. بحث در مورد نتایج.....
۱۴۰	منابع.....
۱۴۳	فصل ششم: بررسی راهکارهای هم‌رقابتی در شبکه‌های گردشگری.....
۱۴۴	۱. مقدمه.....
۱۴۶	۲. مروری بر مطالعات پیشین.....
۱۴۶	۲.۱. تعریف هم‌رقابتی.....
۱۴۹	۳. چارچوب مفهومی: ماهیت و پیچیدگی راهکارهای هم‌رقابتی.....
۱۵۴	۴. روش انجام مطالعه.....
۱۵۶	۵. راهکارهای هم‌رقابتی در گردشگری ورزشی: باشگاه‌های ورزش دریاپی در ساحل.....
۱۵۹	۵.۲. ترکیب عمودی بدون (راهکار دوم) و با (راهکار سوم) هم‌رقابتی با یک شرکت.....
۱۶۵	۶. نتیجه‌گیری کلی.....
۱۶۸	منابع.....