

مدیریت اماکن و رویدادهاک مهم ورزشی



مولفین:

عسین رحمانی

(دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه‌های ورزش)

دکتر محمد حامی

(عضو هیات علمی، آگاه آزاد اسلامی واحد ساری)

علی اکبر جرسرایی

(دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی ورزش)

ویراستار علمی:

دکتر محمد حامی

(دکتری مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری)

انتشارات شمال پایدار

۱۳۹۶



سرشناسه	: رحمانی، حسین، ۱۳۷۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت اماکن و رویدادهای مهم ورزشی / حسین رحمانی، محمد حامی و علی اکبر جیرسرای؛ ویراستار علمی محمد حامی.
مشخصات نشر	: امل: موسسه فرهنگی هنری شمال پایدار، نشر شمال پایدار، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۳۴۷ ص.: مصور، جدول، نمودار.؛ ۲۲ × ۲۹ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۴۸-۷۹-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
یادداشت	: واژه نامه.
موضوع	: ورزش -- تسهیلات -- مدیریت
موضوع	: Sports facilities-- Management
موضوع	: ورزشگاه ها -- طرح و ساختمان
موضوع	: Stadiums -- Design and construction
شناسه افزوده	: حامی، محمد، ۱۳۶۰ -
شناسه افزوده	: جیرسرای، علی اکبر، ۱۳۴۴ -
شناسه افزوده	: حامی، محمد، ۱۳۶۰ -، ویراستار
رده بندی کنگره	: ۷۹۰.۶۹ : ۱۳۱۰ م ۷۴۰ GV۴
رده بندی دیویی	: ۷۹۰.۶۹
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۰۴۱۳۸

مدیریت اماکن و رویدادهای مهم ورزشی

مؤلفین:	حسین رحمانی، محمد حامی، علی اکبر جیرسرای
ناشر:	انتشارات شمال پایدار
چاپ و صحافی:	چاپ نیک
صفحه آرا:	مریم رحیمی
طراح جلد:	رضا کاوه
نوبت چاپ:	نخست - ۱۳۹۶
شمارگان:	۲۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۴۸-۷۹-۲
قیمت:	۳۳،۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

پیش گفتار	۱۵
فصل اول: مقدمه ای بر مدیریت رویدادها و اماکن ورزشی	۱۷
اگر اماکن ورزشی را بسازید، مردم خواهند آمد	۱۸
ماهیت متغیر مدیریت اماکن و رویدادهای ورزشی	۱۸
طرح کلی محتوای کتاب	۱۹
پیدایش بخش مدیریت اماکن و رویدادهای ورزشی	۲۱
روندهایی که موجب رشد بخش مدیریت رویدادها و اماکن ورزشی شدند	۲۲
سایر دلایل ساخت اماکن جدید	۲۴
افزایش تعداد و انواع رویدادهای ورزشی	۲۶
بازارهای جدید رویدادهای ورزشی و پیامدهای آن برای اماکن ورزشی	۲۷
بازارهای جدید محصولات ورزشی	۲۷
ارزش افزوده اماکن و رویدادهای ورزشی برای گروههای مصرف کننده و غیر مصرف کننده	۳۳
رشد اجتماعی	۳۴
رشد اقتصادی	۳۴
رشد دانش و اطلاعات	۳۵
رشد فرهنگی و اجتماعی	۳۶
خلاصه مطالب	۳۷
فصل دوم: عوامل اصلی موفقیت در اداره اماکن ورزشی و برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی	۴۱
مبانی موفقیت	۴۲
هفدهمین دوره جام کشورهای مشترک المنافع، منچستر ۲۰۰۲	۴۲
"علت" مشارکت شورای شهر منچستر	۴۵
مدیریت پروژه	۵۰
۱- مرحله مدیریت پیش از رویداد	۵۱
۲- مرحله تحقق رویداد	۵۶
۳- مرحله ارزیابی پس از رویداد	۵۷

۶۰	رویکرد سیستم‌ها در مدیریت رویدادها و اماکن ورزشی
۶۱	محرک‌های اصلی موفقیت در مدیریت رویدادها و اماکن ورزشی
۶۴	خلاصه مطالب
۶۷	فصل سوم: برنامه ریزی رویدادها و اماکن ورزشی جدید: امکان‌سنجی و بررسی بازار
۶۸	ضرورت مطالعات امکان‌سنجی
۷۰	تعیین دامنه استراتژیک پروژه اماکن و رویداد ورزشی
۷۳	منشور پروژه
۷۳	طرح ریزی پروژه
۷۴	تحقیق و بررسی بازار
۷۴	تحلیل بازار و رقبا
۷۴	تحلیل صنعت
۷۹	تحلیل محیط بیرونی
۸۰	تحلیل بازار مصرف‌کننده
۸۲	تحلیل رقابت
۸۳	تحلیل برون‌سپاری در بازار با وجود سازمانی
۸۷	تحلیل مسائل حقوقی و نظریاتی
۸۸	تحلیل مالی
۸۹	هزینه‌های پروژه
۸۹	تأمین مالی پروژه
۹۲	استقراض
۹۴	پیش‌بینی‌های مالی
۹۶	پیش‌بینی‌های مالی عملیات
۹۶	ارکان بودجه
۹۹	خلاصه مطالب
۹۹	موردپژوهی
۱۰۳	فصل چهارم: توسعه اماکن ورزشی جدید: مسائل طراحی و ساخت و ساز
۱۰۴	فرایند طراحی و ساخت
۱۰۶	مشورت مداوم با افراد جامعه و مشتریان
۱۰۷	انتخاب محل احداث بنا
۱۰۹	دستورالعمل طراحی و ساخت
۱۱۳	مشخصه‌های اصلی طراحی
۱۱۴	زمین چمن و سطح زمین بازی خارج سالن
۱۱۶	سطوح زمین بازی داخل سالن
۱۱۸	جزئیات و مقررات خاص ورزشی
۱۱۹	سقف سازی
۱۲۰	الزامات خاص ساخت

۱۲۰	فرضیات عملیاتی
۱۲۰	ارائه تسهیلات رفاهی
۱۲۲	دفاتر اداری
۱۲۲	دسترسی و جریان رفت و آمد
۱۲۲	مسائل ایمنی در طراحی
۱۲۵	بهره وری انرژی
۱۲۵	انبار
۱۲۶	فرضیات خدماتی
۱۲۶	صندلی
۱۲۷	تابلوهای امتیاز
۱۲۷	روشنایی
۱۲۹	پارکینگ/حمل و نقل
۱۲۹	رسانه ها/ بخش برنامه
۱۳۰	اماکن نگهداری از کودکان
۱۳۱	کنترل دما
۱۳۱	عرصه های مخارج ثانویه
۱۳۱	عرضه محصولات تبلیغاتی تیم ورزشی
۱۳۱	غذا و آشامیدنی
۱۳۲	هویت معماری
۱۳۲	تعیین محل مکان ورزشی
۱۳۳	مکان ورزشی موقتی
۱۳۴	خلاصه مطالب
۱۳۹	فصل پنجم: توسعه اماکن ورزشی جدید: آماده سازی زیرساخت مدیریت اماکن ورزشی
۱۴۰	نهایتاً این افراد هستند که کار را راه می اندازند
۱۴۰	ساختارهای سازمانی
۱۴۱	نوآوری ها در ساختار سازمانی
۱۴۳	توسعه ساختار منابع انسانی در مکان ورزشی: نقش های تأمین نیرو
۱۴۴	برون سپاری و مدیریت قرارداد
۱۴۵	فرایندها و سیستم های مدیریت منابع انسانی
۱۴۵	جذب نیرو و گزینش
۱۴۶	سیستم های مدیریت عملکرد
۱۴۷	پاداش دادن به عملکرد
۱۴۸	پاداش
۱۴۸	سایر تشویقی ها

۱۴۹	شناسایی و تأمین نیازهای آموزشی
۱۵۱	مسئولیت‌های حقوقی
۱۵۲	روابط صنعتی
۱۵۳	ایمنی و بهداشت حرفه ای
۱۵۳	بیانیه کلی سیاست
۱۵۳	مکانیسم‌های تحلیل ریسک
۱۵۳	تخصیص مسئولیت ها
۱۵۴	بیانیه رویه ها
۱۵۴	مکانیسم‌های نظارت بر ارزیابی
۱۵۴	خلاصه مطالب
۱۵۹	فصل ششم: اداره اماکن ورزشی جدید: جذب رویدادهای ورزشی
۱۶۰	سهم بردن از کار
۱۶۰	تغییر مرزها برای جذب رویداد ورزشی
۱۶۲	جذب رویدادها
۱۶۳	جذب رویدادهای ورزشی به واسطه
۱۶۴	جذب رویدادهای ورزشی به مکان ورزشی
۱۶۶	شرح فرایند برگزاری مزایده رویداد ورزشی
۱۶۷	فرصیات برگزاری مزایده
۱۶۸	ویژگی‌های سیاسی و اقتصادی
۱۶۹	ویژگی‌های ارتباطات و تبلیغات رسانه ای
۱۶۹	زیرساخت و ویژگی‌های مکان موجود
۱۶۹	توانایی و ویژگی‌های فنی
۱۷۰	ویژگی‌های ترکیب تیم مزایده
۱۷۰	ویژگی‌های پاسخگویی
۱۷۱	ویژگی‌های بازاریابی رابطه مند
۱۷۲	سند درخواست پیشنهاد مزایده
۱۷۳	۱۸ مضمون
۱۷۶	چرخه عمر برگزاری مزایده رویداد ورزشی
۱۷۹	روابط شبکه ای در فرایند برگزاری مزایده رویداد ورزشی
۱۸۳	خلاصه مطالب
۱۸۷	فصل هفتم: اداره اماکن ورزشی جدید: آماده سازی زیرساخت مدیریت رویداد ورزشی
۱۸۸	اگر اماکن ورزشی را بسازید، مردم خواهند آمد
۱۸۸	آماده سازی مکان برای رویداد ورزشی
۱۸۹	مکان ورزشی با حال و هوای رویداد ورزشی
۱۹۰	مرحله مفهوم و برنامه ریزی
۱۹۱	مرحله عملیات

۱۹۳	مرحله پس از رویداد
۱۹۳	جذب رویدادهای ورزشی به مکان ورزشی
۱۹۴	مدیریت کارآمد ظرفیت
۱۹۵	زمان بندی رویدادهای ورزشی
۱۹۷	خلاصه تأثیر رویداد ورزشی
۱۹۷	ساختار عملیات کارآمد
۱۹۹	تأمین نیروی مکان ورزشی برای رویداد ورزشی
۱۹۹	تأمین نیروی رویداد ورزشی
۲۰۰	از ساختار مدیریت رویداد ورزشی تا ساختار مدیریت مکان ورزشی
۲۰۰	مدیریت قرارداد
۲۰۱	مدیریت ریسک
۲۰۵	شناسایی ریسک
۲۰۵	تحلیل ریسک
۲۰۶	ارزیابی ریسک
۲۰۷	رسیدگی به ریسک
۲۰۸	کنترل ریسک
۲۰۸	رویه عملیاتی استاندارد
۲۰۹	خلاصه مطالب
۲۱۳	فصل هشتم: جذب مشتریان: بازاریابی رویدادهای ورزشی و اماکن ورزشی
۲۱۵	خواسته‌ها و نیازهای مشتریان
۲۱۶	محصول خدمات رویداد و مکان ورزشی
۲۱۷	ناملموس بودن
۲۱۷	جدایی ناپذیری
۲۱۷	عدم تجانس
۲۱۷	ناپود شدنی
۲۱۸	استراتژی بازاریابی
۲۱۸	تقسیم بازار
۲۱۹	هدف گیری بازار
۲۲۰	جایگاه یابی بازار
۲۲۲	قیود استراتژی بازاریابی
۲۲۴	جذب مشتریان در برابر حفظ مشتریان
۲۲۶	استراتژی‌های حفظ مشتریان
۲۲۶	مدل servuction ورزشی
۲۲۸	طراحی مکان ورزشی و شواهد عینی

۲۲۸	افراد واسطه
۲۲۸	مشتری B
۲۲۸	دایره بازاریابی
۲۲۹	نمودار گردش کار
۲۳۲	بازاریابی رابطه مند
۲۳۲	با کدام مشتریان باید ارتباط برقرار کرد
۲۳۴	ذینفعان متعدد بازاریابی: چالش‌های هماهنگی و تعهد منابع
۲۳۵	خلاصه مطالب

فصل نهم: برگزاری رویداد ورزشی: عملیات‌های ورزشی

۲۳۸	دوربین ، نور ... حرکت
۲۳۸	ساختارهای عملیاتی و هفدهمین جام کشورهای مشترک المنافع منچستر ۲۰۰۲
۲۴۴	لجیستیک در محل رویداد ورزشی
۲۵۱	فعالیت‌های مهم در مرحله پیاده سازی رویداد ورزشی
۲۵۱	امنیت رویداد ورزشی و اعضای حاضر
۲۵۵	سوانح، موارد اضطراری، و مدیریت بحران
۲۶۰	نیازهای خاص و ویژه
۲۶۱	مدیریت نیروهای داوطلب
۲۶۵	خدمات رسانه
۲۶۸	خلاصه مطالب

فصل دهم: سنجش عملکرد و کارایی رویداد و اماکن ورزشی: رویکرد برگ امتیاز ها

۲۷۴	علت سنجش عملکرد
۲۷۶	زمان بندی
۲۷۶	گستره
۲۷۸	کارت امتیازی متوازن
۲۷۸	۴ منظر کارت امتیازی متوازن
۲۸۹	شناسایی مقیاس‌های مهم
۲۹۰	کارت امتیازی متوازن به عنوان سیستم مدیریت استراتژیک
۲۹۱	خلاصه مطالب

فصل یازدهم: سنجش عملکرد و کارایی رویداد و اماکن ورزشی: تأثیر بر ذینفعان

۲۹۶	اثر اقتصادی
۲۹۶	ارزیابی تأثیر اقتصادی
۲۹۷	مطالعه اثر اقتصادی
۳۰۲	اثرات ناملموس
۳۰۴	تأثیر زیست محیطی
۳۰۵	مدیریت مکان ورزشی به شیوه سازگار با محیط زیست
۳۰۶	رویدادهای ورزشی سازگار با محیط زیست

۳۰۷.....	ارزیابی تأثیر زیست محیطی
۳۰۸.....	تأثیر اجتماعی
۳۰۹.....	دینفعان
۳۱۰.....	خلاصه مطالب
۳۱۵.....	پیوست یک: اماکن ورزشی سرپوشیده
۳۲۱.....	پیوست دو: ساخت و طراحی استخر
۳۳۵.....	سخن آخر
۳۳۷.....	فهرست منابع

مقدمه مولفین:

مدیران اماکن و رویدادهای ورزشی از جایگاههای وی آی پی گرفته تا سیستم اطفأ حریق، از دکههای خوراکی گرفته تا سرویسهای بهداشتی، از جعبه کمکهای اولیه گرفته تا رسانهها، مسئول موفقیت رویدادها و مسابقات ورزشی هستند.

کتاب مدیریت اماکن و رویدادها، مبحث ورزشی، نحوه انجام این کار را شرح می‌دهد. این کتاب با موردپژوهیهای جامع بین‌المللی در هر فصل، راهنمای نظام یافته‌ای را درخصوص مسائل مدیریتی و مسائل عملی که مدیران ورزش باید جهت تضمین موفقیت مالی، ورزشی، و اخلاقی بدان بپردازند، فراهم می‌آورد.

فصول این کتاب دربرگیرنده امکان‌سنجی، بررسی ازا، برگزاری مزایده رویداد ورزشی و برندسازی، تحلیل ریسک، مدیریت پروژه و قراردادهای ساختار شرکت، تضمین کیفیت، بودجه بندی، مدیریت اماکن ورزشی، تأمین نیرو، ایمنی و بهداشت حرفه‌ای، فرضیات قرارداد، همچنین مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی هستند.

در انتها، اصول کلی طراحی و ساخت اماکن ورزشی سرپوشیده و اسخرها برای استفاده بیشتر اساتید و دانشجویان مدیریت ورزشی آورده شده است.

دکتر محمد حامی
حسین رحمانی
علی اکبر جیر سرایی