

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت خرید بلیت الکترونیکی در فوتبال

ترجمه و گردآوری مطالب:

وحید حافظی (دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز)

سجاد پاشایی (دانشجوی دکتری حسابداری مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه تبریز)

حسن فاتح (دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز)



نشر فرهنگ

بهار ۹۷



سرشناسه	: حافظلی، وحید، ۱۳۶۴
عنوان و نام پدید آور	: مدیریت خرید بلیت الکترونیکی در فوتبال / ترجمه و گردآوری مطالب: حافظلی، وحید، پاشایی، سجاد، فاتح، حسن
مشخصات نشر	: تبریز، عصر زندگی، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	: ۱۳۴ ص: مصور.
شابک	: ۹۷۸۶۰۰۸۰۸۵۸۵۰۰۰ ریال. ۱۳۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: قیپا.
موضوع	: انتقال وجوه الکترونیکی
موضوع	: Electronic Funds Transfer
موضوع	: فوتبال
موضوع	: Soccer
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی - خدمات مشتری - مدیریت
موضوع	: Electronic Commerce - Customer Service - Management
شناسنامه افزوده	: پاشایی، سجاد، ۱۳۶۴
شناسنامه افزوده	: فاتح، حسن، ۱۳۶۸
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ۴م ج، ۱۳۶۸
رده بندی دیویی	: ۳۳۲/۱۷۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۲۲۶۶۶

عنوان	: مدیریت خرید بلیت الکترونیکی در فوتبال
مؤلف	: وحید حافظلی، سجاد پاشایی، حسن فاتح
طراحی جلد و صفحه آرای	: امیرحسین پاشایی
نوبت چاپ	: یکم، ۱۳۹۷، ۷۰۰ نسخه
مونتاز و صفحه بندی	: آذین
چاپ	: آذین
ناشر	: عصر زندگی
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۸۸-۵۸-۵ (ISBN : 978-600-8088-58-5)
تلفن پخش	: ۰۹۳۹۱۸۳۵۵۵۶ / ۰۹۱۰۴۹۷۸۰۶۳
سایت	: www.azbooks.ir

همه مسئولیت های کتاب بر عهده مؤلف، مترجم / گردآورنده می باشد.

پیشگفتار

در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدیدی را تجربه می‌کند. تحولات سریع و گسترده در تمام ابعاد ورزشی، استفاده از شیوه‌ها و فنون بازاریابی را در ورزش مورد توجه قرار داده است. امروزه در بین رشته‌های ورزشی فوتبال با پشت سر گذاشتن تغییرهای فراوان، از حالت ورزش ساده به یک تجارت مبدل شده و خود را در کنار سایر صنایع و حرفه‌های موجود مطرح نموده است. فوتبال جزء زیباترین و پرطرفدارترین و محبوبترین رویدادهای ورزشی به شمار می‌رود. فوتبال پدیده‌ای است که بر بسیاری از مسائل اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی کشورها اثر می‌گذارد و به علت گستردگی فوق‌العاده، تعداد بیشمار ورزشکاران و باشگاهان، سرمایه‌گذاری‌های کلان مالی و پوشش وسیع رسانه‌ای عرضه‌ای بسیار فراتر از دیگر ورزش‌ها، کسب کرده است.

در تجارت الکترونیکی خرید و فروش کالا، خدمات از طریق اینترنت و به خصوص شبکه جهانی انجام می‌شود. از مزایای تجارت الکترونیکی کاهش محدودیت زمانی، افزایش حق مصرف‌کنندگان (انتخاب خدمات و محصولات بیشتر)، کاهش محدودیت مکانی، شرکت آسان در خراجی‌ها و کاهش محدودیت افراد ناتوان می‌توان نام برد.

سامانه بلیت فروشی برای تسهیل بلیت‌فروشی الکترونیک مسابقات فوتبال در سراسر کشور، برای اولین بار در ایران با آغاز چهاردهمین دوره‌ی لیگ برتر فوتبال آغاز به کار کرد. این سامانه منحصر به فرد بدون اغراق کاملترین و بزرگترین سیستم هوشمند بلیت

فروش، عضویت و کنترل تردد در کشور است و قابلیت های بسیار گسترده ای در حوزه های وب، کارت هوشمند، گیت و پوز به جامعه ورزشی ایران ارائه کرده است.

هدف از این کتاب، ارائه منبع جامعی از خرید بلیت الکترونیکی فوتبال، می باشد. همان طور که در ادامه مطالب کتاب خواهید دید سعی در ارائه نگرش ها و متغیرهای مربوط به قصد خرید بلیط الکترونیکی در فوتبال مطرح است. تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه ها و لیگ های حرفه ای دارند، به صورت غیرمستقیم سهم عمده ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی خدمات جنبی دارند. در حال حاضر در ایران بلیت فروشی منبع ناچیزی از درآمد باشگاه ها را تأمین می کند، از این رو هزینه های مالی باشگاه ها بیشتر توسط سازمان های دولتی تأمین می شود. سیاست های کلان کنفدراسیون فوتبال آسیا و اداره ورزش و جوانان به سمتی است که باشگاه ها خصوصی شود و از حیث مالی مستقل و خودکفا شوند و به این ترتیب در آینده ای نزدیک باشگاه ها باید به دنبال راهکارهایی برای جذب تماشاگران بیشتر و در نهایت افزایش درآمد خود باشند.

برخورد واجب می دانیم از زحمات دکتر فاطمه عبدوی و سایر کسانی که در تدوین و گردآوری مطالب این کتاب ما را یاری نموده اند، نهایت تشکر و قدر دانی را داریم.

وحید حافظی

سجاد پاشایی

حسن فاتح