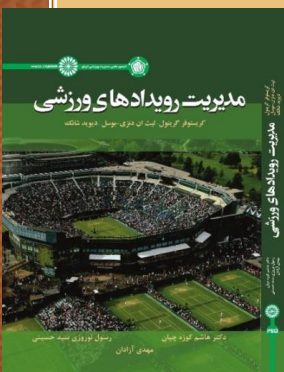


مدیریت رویدادهای ورزشی

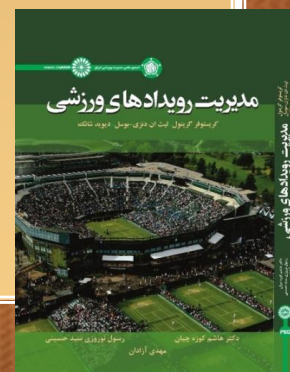
نویسندگان: کریستوف گرینول - لی آن دنزی باسل - دیوید شانک

مترجمین: دکتر کوزه چیان - رسول نوروزی - مهدی آزادان



HUMAN
KINETICS

www.HumanKinetics.com



فهرست مطالب

بازاریابی در رویداد	فصل ۷	شناخت صنعت رویداد ورزشی	فصل ۱
ترویج و روابط رسانه ای	فصل ۸	طرح ریزی رویداد	فصل ۲
ملاحظات حقوقی در قراردادها	فصل ۹	پیشنهاد میزبانی رویداد	فصل ۳
مدیریت ریسک و بی احتیاطی	فصل ۱۰	کارگزینی در رویداد	فصل ۴
تدارکات و خدمات در رویداد	فصل ۱۱	بودجه بندی رویداد	فصل ۵
مدیریت روز برگزاری رویداد	فصل ۱۲	حمایت مالی در رویداد	فصل ۶
ارزیابی و جزئیات پس از رویداد	فصل ۱۳		

فصل ۱

شناخت صنعت رویداد ورزشی

تاریخچه ورزش

- یکی از نمونه های اولیه مستند شده در رویدادهای ورزشی، بازی های یونان باستان در ۷۷۶ سال پیش از میلاد است
 - این جشنواره هر چهار سال یکبار به عنوان روشی برای آرامش و استراحت مردان پس از کار سخت یکساله برگزار می شد
- کلمه ورزش مشتق شده از فعل **disport** به معنی «دور کردن از» است.
 - عقیده بر این بود که ورزش توجه فرد را از سختی ها و فشارهای زندگی روزمره دور می کند

تاریخچه رویدادهای ورزشی

- برخی از رویدادهای ورزشی معاصر همچون تنیس و گلف، ناشی از سیستم ورزش‌های باشگاهی انگلیسی است که توسط نخبگان ثروتمند آن جامعه مدیریت و کنترل می‌شد.
- اربابه رانی نخستین تفریح و ورزش حرفه‌ای در آمریکا بود. این امر منجر به توسعه بسیاری از لیگ‌های حرفه‌ای از قبیل MLB، NFL و NHL شد.
- امروزه ارزش صنعت ورزش ۴۱۱ میلیارد دلار است.
 - فناوری نحوه بازاریابی رویدادهای ورزشی را تغییر داده است و می‌توان آن را به ارزش افزایش یافته این صنعت نسبت داد. فناوری برای بازاریابان ورزشی این امکان را فراهم می‌کند که محصولات را برای مخاطبان جهانی ترویج دهند.
 - مسائل اساسی در صنعت رویداد ورزشی، شامل کاهش میزان مشارکت جوانان در ورزش و تجاری سازی ورزش است.

مسیرهای شغلی در مدیریت رویدادهای ورزشی

- همانگونه که صنعت ورزش به صورت مستمر رشد می کند، به تبع آن شغل های مرتبط با مدیریت رویدادهای ورزشی نیز افزایش پیدا می کند.

– تقریباً تمام برنامه های ورزشی در ورزش حرفه ای دانشگاهی و تجاری تعدادی از انواع مدیران رویداد را استخدام می کنند.

– بیش از ۳۰۰ شهر در سراسر ایالات متحده یک کمیسیون ورزشی یا نهادی شبیه به این دارند.

- دانشجویانی که در پی شغل های مرتبط با رویدادهای ورزشی هستند باید منعطف بوده و به صورت خلاقانه ای در مورد انواع سازمان هایی که در زمینه رویداد استخدام دارند یا فرصت شغلی ارائه کرده اند، به تفکر و تعمق بپردازند.

رویدادهای ورزشی در برابر رویدادهای غیرورزشی

رویدادهای ورزشی

- ورزش شامل رقابت است.
- عنصری هیجانی به نام درامای ورزش وجود دارد.
- بسته به نوع ورزش، شرایط آب و هوایی می تواند اثر قابل ملاحظه ای در موفقیت رویداد بازی کند.
- ورزش یک پدیده فرهنگی است و می تواند بر مبنای شرایط جغرافیایی متفاوت باشد. فرهنگ و جغرافیای می توانند محبوبیت رویدادهای خاصی را دیکته کنند.
- اغلب به آن به عنوان ضد رکود اقتصادی نگریسته می شود

ادامه دارد

رویدادهای ورزشی در برابر رویدادهای غیرورزشی

رویدادهای غیرورزشی

- شامل رویدادهای جلسات هیات مدیره، جلسات تجاری، و رویدادهای قدردانی کردن از مشتریان است.
- اغلب حول موضوعات خاص تجاری برگزار می‌شوند و دارای ماهیتی آموزشی هستند.
- در شرایط سخت اقتصادی، رویدادهای شرکتی (سازمانی) کمتری ممکن است برنامه ریزی شود.

مهارت‌ها، دانش و خصیصه‌های لازم برای موفقیت

فعالیت در حیطه مدیریت رویداد مستلزم تعداد وسیعی از مهارت‌ها و خصیصه‌هاست:

- توانایی مدیریت و حفظ کردن زندگی شخصی قوی
- توانایی سازماندهی کردن، اولویت دهی کردن، سرپرستی کردن و واگذاری مسئولیت
- توجه به جزئیات
- مهارت‌های ایجاد شبکه
- مهارت‌های مدیریت زمان
- توانایی انجام چند وظیفه
- مهارت‌های کامل فناوری

مدیریت رویداد و گردشگری ورزشی

- گردشگری ورزشی به صورت فزاینده‌ای به یکی از مهمترین عناوین مطالعاتی تبدیل شده است. در ایالات متحده، گردشگری ورزشی یک صنعت ۲۷ میلیارد دلاری در سال است.

– گردشگری ورزشی «مسافرت برای شرکت کردن یا حضور داشتن در یک فعالیت ورزشی از قبل تعیین شده» است

• انواع گردشگری ورزشی:

- ورزش های رویدادی ابررویدادهایی از قبیل بازی های المپیک و سوپر جام هستند
- گردشگری ورزشی فعال اشاره به مناطق یا دیگر بخش های صنعت مهمانداری نظیر زمین های گلف، و مناطق اسکی است
- گردشگری ورزشی مبتنی بر نوستالژی شامل جاذبه های مرتبط با ورزش نظیر تالار مشاهیر، موزه ها و استادیوم های ورزشی است

گردشگری ورزشی

انگیزه های گردشگران برای مسافرت می تواند گردشگری ورزشی یا ورزش گردشگری باشد:

- گردشگری ورزشی: هدف اصلی مسافران از بازدید، ورزش است
- ورزش گردشگری: گردشگر به ورزش به عنوان یک فعالیت ثانویه می پردازد

(ادامه دارد)

گردشگری ورزشی

بازیکنان همانند هنرمندان، تماشاگران همانند مخاطبان و حضار در سالن عمل می کنند. برنامه ریز رویداد نیز به عنوان هنرمند و بازیگر عمل می کند.

- یک برنامه ریز رویداد ممکن است توسط سازمان های مختلفی بکار گرفته شود که برخی از این سازمان ها عبارتند از سازمان های دارنده حق برگزاری رویداد (RHOS) و سازمان های بازاریابی مقصد (DMOS).
- سازمان های دارنده حق انحصاری برگزاری رویداد، سازمان هایی هستند که معمولاً حق برگزاری یک یا بیش از یک رویداد را در اختیار دارند. مثلاً انجمن آمریکایی سرطان و Relay for Life
- سازمان های بازاریابی مقصد سازمان هایی هستند که یک مقصد ویژه را ارائه می کنند، نظیر کمیسیون های ورزشی، دفاتر بازدید کنندگان و مجامع
- ترکیب ورزش و گردشگری بدین معنی است که برنامه ریزان رویداد باید قابلیت تشریک مساعی با یک شبکه متفاوت سازمان ها یا اجرا کنندگان را داشته باشند.

رابطه بین مدیریت رویداد ورزشی و مدیریت اماکن و تأسیسات ورزشی

- تمامی رویدادهای ورزشی نیازمند اماکن و تأسیسات برای میزبانی رویداد هستند.

– برای سازمانهای دارندهی حق برگزاری رویدادها، میادین و اماکن رویداد مهمترین عامل برای تعیین محل یک رویداد ورزشی است؛ زیرا مسافرتهاى افراد شرکت کننده در رویداد، بین میادین و اماکن مختلف انجام می شود .

- مدیران اماکن ورزشی از ذینفعان کلیدی در شبکه رویداد ورزشی هستند و برنامه ریزان رویداد زمان زیادی را صرف کار کردن با آنها می کنند.

– مدیر اماکن ورزشی مسئول هماهنگی تمامی افراد و نهادهای مرتبط با اماکن و تأسیسات است تا اطمینان یابد که آنها اهداف را برآورده می کنند. آنها همچنین باید از اجرای قراردادهای اطمینان اصل کنند.

انواع رویدادهای ورزشی

ابر رویدادها

- رویدادهایی در سطح وسیع، کوتاه مدت و با طیف وسیعی از ویژگی‌های منحصر به فرد هستند که اثر معنی داری بر جوامع یا کشورهای میزبان می‌گذارند
 - سوپر جام، بازی‌های المپیک، و جام جهانی فوتبال
- اثرات اقتصادی زیادی را طریق گردشگری، بهبود و ارتقاء زیرساخت‌ها، و توسعه اقتصادی به جا می‌گذارند.
- جلب توجه بسیار زیادی را فراتر از خود رویداد به همراه دارند.
- رویدادها شامل برنامه ریزی تدارکاتی وسیعی بوده و نیازمند حمایت‌های سیاسی و اقتصادی هستند.

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای چندورزشی

- رقابت هایی در یک شهر یا یک منطقه میزبان در تعداد متعددی از رشته های ورزشی
- شرکت کنندگان را برای رقابت در ورزش های مختلف تحت یک طرح کلی یا سازماندهی شده در یک منطقه مشخص دور جمع می کنند.
- بازی های المپیک، بازی های پان آمریکن، و بازی های آتش نشان ها و پلیس های جهان
- میزبانی موفق نیازمند برنامه ریزی بلند مدت، در اختیار داشتن میادین متعدد مسابقه، وجود فضاهای زیاد محل اقامت و هتل ها، و داشتن شرکای متعدد در منطقه است.
- مشارکت کنندگان و تماشاچیان زیادی را به خود جلب کرده، یک رویداد هیجان انگیز را ایجاد نموده و گردش اقتصادی بهتری را برای میزبان به وجود می آورند

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهایی با مکان‌های چندگانه

- رویدادهایی که در مکان‌های متعدد برگزار می‌شوند چالش‌های ویژه‌ای را ایجاد می‌کنند.
- سازمان دهندگان معمولاً یک تیم مدیریتی برای هر مکان مسابقه تعیین می‌کند که امکان تصمیم‌گیری سریع و کنترل وسیع‌تر فعالیت‌ها را فراهم می‌کند

رویدادهای بین فرهنگی

- دربردارنده‌ی تعامل بین اعضای مختلف گروه‌های فرهنگی است
- هنگام برگزاری چنین رویدادی، بسیار مهم است که هنجارهای فرهنگی مورد شناسایی قرار گیرد

— تفاوت‌های مذهبی

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای بین المللی

- امروزه بازی کردن ورزشکاران در سایر کشور و دسترسی هواداران به مکانهای برگزاری رویدادها راحت تر از هر زمان دیگری است
- در برخی از رویدادها، کشورهای مختلفی در ورزشهای متعددی با یکدیگر به رقابت می پردازند، در حالیکه برخی دیگر از رویدادها، چند کشور در یک رشته ورزشی با یکدیگر به رقابت می پردازند
- از منظر بازاریابی، جذابیت جهانی این رویدادها می تواند برای حامیان مالی جذاب باشد چراکه این رویدادها میلیون ها بیننده را به خود جلب می کنند.
- از رویدادهای بین المللی همچنین می توان برای ترویج یک ورزش یا یک نهاد ورزشی استفاده کرد.

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای جوانان

- مشارکت در ورزش‌های جوانان از ۲۳ میلیون نفر در سال ۱۹۹۷ به ۴۴ میلیون در سال ۲۰۰۸ رشد داشته است.
- ورزش‌های جوانان همچنین تعداد بسیار زیادی از مریان و اعضای خانواده‌های ورزشکاران را به خود جذب می‌کنند که این امر کسب و کارهای وسیعی برای رستوران‌ها و هتل‌ها فراهم کرده است.
- حامیان مالی به ورزش‌های جوانان به عنوان یک فرصت مطلوب برای دستیابی به مشتریان جوان که در حال تصمیم‌گیری در مورد برندها هستند، نگاه می‌کنند.
- در مدیریت یک رویداد جوانان، نیازهای شرکت‌کنندگان باید با نیازهای بزرگسالان متعادل گردد. نقش رقابت می‌تواند در رویدادهای ورزشی جوانان متفاوت باشد.

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای ویژه معلولان

- برخی از ورزش ها برای افراد با معلولیت های جسمانی تعدیل شده اند در حالی که برخی دیگر به صورت ویژه ای برای شرکت کنندگان معلول ایجاد شده اند
- پرستیزدارترین رویداد در این زمینه بازی های پارالمپیک است: بازی های ۲۰۰۸ ورزشکارانی به تعداد ۳۹۵۱ نفر از ۱۴۶ کشور را در بر داشت
- سایر رویدادها شامل المپیک ناشنوایان، بازی های مخاطره جویانه، و المپیک ویژه است

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای پیشکسوتان

- بازی‌های تابستانی ملی پیشکسوتان، بزرگ‌ترین رویداد چند ورزشی در جهان برای پیشکسوتان است. در سال ۲۰۰۹ بیش از ۱۰ هزار ورزشکار و ۲۰ هزار بازدیدکننده را دور هم جمع کرد که ۳۵ میلیون دلار درآمدزایی داشت.
- رویدادهای پیشکسوتان بسیار پر بازده و منفعت هستند؛ زیرا ورزشکاران پیشکسوت معمولاً درآمد بالایی داشته و تمایل دارند در رستوران‌های مجلل غذا خورده و از جاذبه‌های محلی نیز استفاده می‌کنند

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای خانوادگی

- دور هم جمع شدن خانوادگی و ابعاد آموزشی ارجح تر از رقابت است

– دربی ماهیگیری: بزرگسالان و جوانان ماهیگیری می کنند و بازی ها و رقابت هایی انجام می دهند که روی تکنیک های ماهیگیری و ایمنی در آب تمرکز دارند.

– Soap box derby

- برخی از رویدادها عناصری از قبیل اجرای زنده موسیقی، کلینیک ها، و فعالیت هایی برای بچه ها را به رویدادشان اضافه می کنند تا خانواده ها را به سمت خود جلب کنند

(ادامه دارد)

انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای مخاطره جویانه

- رویدادهای Dew Tour و X Games در این سال ها محبوبیت یافته اند.
- این رویدادها ارتباطی ارزشمند را بین حامیان مالی و مصرف کنندگان جوان فعال برقرار می کنند.
- اخیراً Gatorade حامی حق نام گذاری برای یک تور ورزش های آماتوری مخاطره جویانه شده است
- Gatorade این فرصت را در اختیار دارد که برند خود را علاوه بر ورزش های سنتی، از طریق ۵۰ رقابت تابستانی و ۱۰ رقابت زمستانی گسترش دهد