



بلیت فروشی در فوتبال ایران گره‌ای که کورتر می‌شود

خدمات رفاهی ورزشگاه‌ها را افزایش می‌دهد. همین امر سؤال دیگری برابمان ایجاد می‌کند؛ اینکه آیا در فوتبال حرفه‌ای دنیا، چیزی به نام «بلیت ارزان» وجود دارد؟ بله وجود دارد.

تجارب دنیای حرفه‌ای نشان می‌دهد که اتفاقاً بلیت‌های ارزان قیمت، دارای جایگاه ویژه‌ای در توسعه فرهنگی فوتبال هستند؛ اینها بلیت‌هایی هستند که در اختیار کانون‌های هواداری باشگاه‌ها قرار می‌گیرند تا هواداران ضمن برخورداری از تسهیلات مناسب، خود را با مقررات باشگاه وفق دهند و اینکه اگر به بایدها و نیایدهای مدنظر باشگاه توجه نکنند؛ این تسهیلات را از دست داده و در ادامه باید برای همراهی باشگاه محبوب خود بلیت‌های گرانقیمت تهیه کنند.

این رویه‌ای است که اتفاقاً جواب داده و به بهبود مؤثر جو فرهنگی ورزشگاه‌ها و رفتارهای هواداری منجر شده است. در فوتبال حرفه‌ای امروز، هواداران به ازای مشارکت و همراهی مؤثر با باشگاه، امتیاز دریافت کرده و این امتیاز به کاهش هزینه بلیت در طول سال‌های متمادی، صندلی بهتر، امکان دیدار با بازیکنان محبوب و صدها منفعت دیگر منجر شده است. اتفاقات جذابی که هنوز چشم‌انداز مشخصی برای آنها در کشور ما وجود ندارد.

بلیت‌ها گران می‌شوند بدون آنکه به جنبه‌های پنهان این تصمیم توجه شود. با توجه به آنچه گفته شد مخالف گران شدن بلیت بازی‌ها نیستیم، به شرط آنکه خدمات رفاهی ورزشگاه‌ها بهبود یابند و از آن طرف باشگاه‌ها و کانون‌های هواداری به کانون‌هایی برای خلق رضایتمندی در هواداران منجر شوند. اگر چنین نشود؛ این تصمیم، گره کور دیگری است که به جمع گره‌های فوتبال ایران اضافه خواهد شد.

قبل از شروع فصل به طور کامل پیش فروش می‌شود و این امر ضمن افزایش رضایتمندی هواداران، درآمد خوبی را نصیب باشگاه‌ها می‌کند.

شاید بگویید مقایسه فوتبال ما با فوتبال روز اروپا قیاسی مع‌الفارق است که در بسیاری از موارد درست است؛ مهم‌ترین آن بی‌اختیاری باشگاه‌ها در مدیریت استادیوم‌های خود و نقش مبهم آنها در فرآیند بلیت فروشی است. همین امر نگرانی دیگری است که احتمال گرانی بلیت بدون امیدواری به بهبود وضعیت

جزیره به نسبت باشگاه متفاوت است؛ «آرسنال» با بالاترین قیمت بلیت، سالانه ۸۹۱ یورو و «وستهم» با نازل‌ترین قیمت رقمی معادل ۳۲۰ یورو را برای بلیت یک فصل تعیین کرده است.

میانگین قیمت بازی‌های لیگ برتر انگلستان به ازای هر بازی ۳۲ یورو است و اینکه ۵۲ درصد تماشاگران و هواداران در هر بازی بین ۲۰ تا ۴۰ یورو و ۲۰ درصد آنها نیز بین ۴۰ تا ۶۰ یورو برای تهیه بلیت هزینه می‌کنند. این در حالی است که ۴۷ درصد بلیت مسابقات،

اجتماعی.

تجارب بین‌المللی هم این تحلیل را تأیید می‌کنند؛ به عنوان مثال؛ بلیت تماشای بازی‌های لیورپول در جایگاه اصلی برای یک فصل ۶۵۲ یورو تعیین شده است که این باشگاه برای افراد بالای ۶۰ سال حدود ۲۵ درصد، برای جوانان پنجاه درصد و برای نوجوانان رقمی معادل ۷۰ درصد تخفیف در نظر گرفته است. حتی دو درصد بلیت‌ها در طول یک فصل هم برای استفاده معلولین کنار گذاشته می‌شوند. رقم تهیه بلیت برای یک فصل لیگ



دکتر رضا شجیع

استاد دانشگاه

شواهد نشان می‌دهد؛ بلیت مسابقات فوتبال تقریباً در همه جای دنیا گران شده است؛ به‌ویژه در کشورهایی که فوتبال به عنوان یک ورزش کاملاً حرفه‌ای دنبال می‌شود. حتی تجارب گذشته فوتبال حرفه‌ای دنیا نشان می‌دهد که این گران شدن، بدون اعتراض و مقاومت هواداران و تماشاگران نبوده است.

سیاست گران‌سازی بلیت مسابقه، اولین گام در فرآیند عقلانی‌سازی استادیوم‌های ورزشی است که نهایتاً هدف بهبود شرایط رفاهی و خدماتی این اماکن را دنبال می‌کند. مهم‌ترین گام برای تبدیل استادیوم به مکانی برای خلق رضایت و ارائه خدمات رضایت بخش به تماشاگران، توجه به این مهم است که هزینه‌های یک استادیوم ورزشی ضرورتاً باید با درآمدهایش سازگاری داشته باشد و اینکه فکر کنیم استادیوم‌ها تا ابد باید به این شکل یلخی و بی‌برنامه مدیریت شوند، تفکری است که تاریخ مصرفش تمام شده است.

سیاست گران‌سازی بلیت از آنجا ناشی می‌شود که با گران شدن بلیت بازی‌ها که قاعدتاً از آن طرف باید با بهبود امکانات رفاهی و شرایط حضور تماشاگران و هواداران همراه باشد؛ به نوعی پای طبقات متوسط به بالای جامعه، نوجوانان، جوانان و خانواده‌ها نیز به ورزشگاه باز می‌شود و در بلندمدت شاهد یک نوع تغییر ماهیت در تماشاگران و هواداران خواهیم بود. چه از نظر تنوع و چه از نظر طبقه

