

اصول و مبانی کارآفرینی در ورزش

مؤلفان:

دکتر ابوالقاسم ابراهیمی

(کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی)

اعظم حسینی

(کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی)

محبوبه زوری

(کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی)



سازمان انتشارات واحد مازندران

۱۳۹۸

سرشناسه	:	توپاابراهیمی، سارا، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآور	:	اصول و مبانی کارآفرینی در ورزش / مؤلفان سارا توپاابراهیمی، اعظم حسن پور، محبوبه زوری.
مشخصات نشر	:	ساری: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد مازندران، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۱۹۲ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۳۵۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۲۱-۹۲-۹
وضعیت فهرست نویسی	:	فیفا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۹۲.
موضوع	:	ورزش -- جنبه های اقتصادی
موضوع	:	Sports -- Economic aspects
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
شناسه افزوده	:	حسن پور، اعظم، ۱۳۶۳ -
شناسه افزوده	:	زوری، محبوبه، ۱۳۶۲ -
شناسه افزوده	:	جهاد دانشگاهی. سازمان انتشارات. واحد مازندران
شناسه افزوده	:	Press Organization Jahade Daneshgahi. Mazandaran Branch
رده بندی کنگره	:	GV ۱۶
رده بندی دیویی	:	۳۳۸/۲۷۷۹۶
شماره کتاب شناسی ملی	:	۶۱۰۴۰۷۷

اصول و مبانی کارآفرینی در ورزش

مؤلفان: سارا توپاابراهیمی، اعظم حسن پور، محبوبه زوری
ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد مازندران
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۳۵۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۲۱-۹۲-۹

حق چاپ و نشر محفوظ است



ساری - خیابان امیر مازندرانی - خیابان وصال - جهاد دانشگاهی مازندران صندوق پستی: ۱۶۴۷-۴۸۱۷۵

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: کارآفرینی
۳۳	فصل دوم: ارزیابی محیط ضرورت ورود به تجارت جدید
۵۵	فصل سوم: الگوهای طراحی مدل کسب و کار
۷۱	فصل چهارم: امکان‌سنجی و تدوین طرح کسب و کار
۸۳	فصل پنجم: ایده، خلاقیت و نوآوری
۱۰۷	فصل ششم: پژوهش‌های بازاریابی برای پروژه‌های اقتصادی جدید
۱۳۵	فصل هفتم: تأمین سرمایه و موضوعات سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار
۱۵۵	فصل هشتم: بازار، حمل و نقل و مشتری در کسب‌وکار
۱۷۷	فصل نهم: تیم مدیریت در کارآفرینی
۱۹۱	منابع

پیشگفتار

با پیشرفت و توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی^۱ فاصله زمانی و مکانی کشورها کاهش یافته و دنیای پیرامون ما به یک دهکده جهانی^۲ تبدیل شده است. به همین دلیل سازمان‌های امروزی جهت سازگاری و همراهی با تحولات گسترده جهانی و پاسخگویی سریع به نیازهای متغیر و متنوع محیط، در جستجوی شیوه‌های کارآ و نوآورانه برای تولید محصول و ارائه خدمات با کیفیت و قیمت مناسب و متنوع به منظور تضمین بقای خود در محیط رقابتی هستند. از این رو شرکت‌های ساختار از، با استفاده از کارآفرینی^۳ به دنبال بهره‌برداری از فرصت‌های جدید می‌باشند و می‌کوشند تا از یک شیوه سنتی^۴ به یک شیوه کارآفرین^۵ تبدیل شوند که این فرآیند به کمک ایجاد استراتژی کارآفرینی امکان‌پذیر می‌باشد. در این راستا بررسی عملکرد شرکت‌های ساخت‌وساز، بیانگر عدم کارایی و موفقیت این سیستم در تجهیز منابع و تخصیص بهینه و مطلوب آن می‌باشد و این شرکت‌ها با این پرسش اساسی مواجه هستند که چرا با وجود داشتن منابع مادی و انسانی، توانایی ارائه سیستم‌ها و فرآیندها، کاری این، خدمات جدید و محصولات نوآور ساخت‌وساز در سطح داخلی و جهانی را ندارند.

امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی بوده و نقش اصلی را در نوآوری و ارائه محصولات و خدمات جدید^۶ ایفا نماید. کارآفرینی نوآوری از مشخصه‌های یک اقتصاد سالم بوده و پلی است بین یک جامعه به عنوان یک کارآفرین، به جنبه‌های غیراقتصادی جامعه (و مؤسسات انتفاعی تأسیس شده برای بهره‌گیری از مزیت‌های اقتصادی، تأمین اهداف اقتصادی. به عبارت دیگر کارآفرینی به معنی آگاهی از فرصت‌های سودآور و شناسایی آن است.

^۱ Information, communication technology

^۲ Global village

^۳ Entrepreneurship

^۴ Traditional organization

^۵ Entrepreneurial corporation

^۶ Innovation

^۷ New services and products