۲۰۲۱۷۴۳

نوآوری و کارآفرینی ورزشی

تصحیح و ویرایش‌شده توسط:

ونسان‌انتونی جوآ جی. فرریرا

ترجمه:

دکتر مرتضی دوستی (عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران)

دکتر تقی عاشوری

(دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران- پژوهشگر، مدرس و مشاور کارآفرینی ورزشی)

میثم عسگرشمسی

(دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی گرایش بازاریابی و رسانه در ورزش دانشگاه پیام نور تهران)

دفتر ورزش

www.ketab.ir

نوآوری و کارآفرینی ورزشی

ونسا راتتن و جوآ جی. فرریرا

ترجمه: دکتر مرتضی دوستی - دکتر تقی عاشوری - میثم عسگرشمسی

ویراستار ادبی: ناصر فتوگرافی

نوبت چاپ: نخست - بهار ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قطع و وزیری - ۴۵۶ صفحه

ایک ۰-۱۳-۶۱۶۷-۶۲۲-۹۷۸

تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.

فروست: ۲۱۱

ناشر همکار: بامداد کتاب

قیمت: ۸۰۰ تومان

مرکز پخش و فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، خیابان جاوید نظری، پلاک ۱۰۰، طبقه ۲

تلفن: ۴-۶۶۴۸۱۲۴۳ ۰۲۱

خرید آنلاین: www.bamdadketab.com

www.ketab.ir

عنوان و نام پدیدآور	نوآوری و کارآفرینی ورزشی/ اصلاح و ویرایش شده توسط ونسا راتتن و جوآ جی. فرریرا؛ ترجمه مرتضی دوستی، تقی عاشوری، میثم عسگرشمسی.
مشخصات نشر	تهران: ورزش، بامداد کتاب، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	۴۵۶ص.: مصور، جدول.
شابک	978-622-6167-13-0
وضعیت فهرست‌نویسی	فیپا
یادداشت	عنوان اصلی: Sport entrepreneurship and innovation, 2017
یادداشت	کتابنامه.
عنوان دیگر	کارآفرینی و نوآوری ورزشی.
موضوع	ورزش -- مدیریت -- ورزش - استرالیا - کارآفرینی
موضوع	Sports administration - Sports - Social aspects - Entrepreneurship
شناسه افزوده	راتتن، ونسا، ویراستار - Ratten, Vanessa؛ فریرا، ژوائون ژوته لم، ویراستار - Ferreira, João J. M
شناسه افزوده	دوستی، مرتضی، ۱۳۶۰ - مترجم؛ عاشوری، تقی، ۱۳۶۵ - مترجم؛ عسگرشمسی، میثم، ۱۳۵۸ - مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۷ ۲ک/GV۷۱۳
رده‌بندی دیویی	۷۹۶/۰۶۹
شماره کتابشناسی ملی	۵۵۲۱۵۳۷

فهرست مطالب

سخن ناشر ۶
نوآوری و کارآفرینی ورزشی ۷
پیشگفتار ۸
مقدمه ۱۲
تشکر و قدردانی ۱۵
سخن مترجمان ۱۶
فصل ۱/ نوآوری و کارآفرینی ورزشی- مفاهیم و نظریه ۱۷
مقدمه ۱۷
مرور مبانی نظری ۲۰
نوآوری در خدمات ۲۲
نوآوری در فرایندها ۲۴
چارچوب نظری در نوآوری ورزشی ۲۵
دلایل [illegible] ۲۷
اهداف مدیریتی ۳۱
پیشنهادهای پژوهشی آینده ۳۲
نتیجه‌گیری ۳۳
فصل ۲/ توانایی و قابلیت نوآوری سازمان‌های ورزشی غیرانتفاعی ۳۹
مقدمه ۳۹
نوآوری در سازمان‌های غیرانتفاعی ۴۱
نوآوری در ورزش ۴۵
نوآوری در سازمان‌های غیرانتفاعی ورزشی ۴۹
قابلیت نوآوری سازمان‌های غیرانتفاعی ورزشی ۵۱
بحث در مورد مدل توانایی و قابلیت نوآوری در سازمان‌های غیرانتفاعی ورزشی ۵۶
نتیجه‌گیری و پژوهش بیشتر ۵۸
فصل ۳/ تأثیر رویدادهای ورزشی در گردشگری بومی (بوم‌گردی) ۷۳
مقدمه ۷۳
شرکت‌کنندگان در رویدادهای ورزشی ۷۹
مدل تحلیلی ۸۲
روش‌شناسی کاربردی ۸۴
منابع اطلاعات و نمونه کاربردی ۸۴
نتایج ۸۵
بحث و گفتگو ۸۵
نتیجه‌گیری ۸۶
فصل ۴/ نوآوری برای مشارکت اجتماعی در ورزش ۹۱
مقدمه ۹۱
نوآوری ۹۳
نوآوری ورزشی ۱۰۰
محرومیت اجتماعی و مشارکت در ورزش ۱۰۲
نوآوری برای مشارکت اجتماعی در ورزش: احتمالات و خطرات ۱۰۴
نوآوری برای مشارکت دختران و زنان به ورزش تخته‌پالیزه ۱۰۷
نتیجه‌گیری ۱۱۴
نکات ۱۱۵

www.ketab.ir

فصل ۵/ تأثیر مدیریت کیفیت جامع در توانایی و قابلیت نوآورانه شرکت‌های ورزشی شهرداری‌ها ۱۲۳
مقدمه ۱۲۳
مرور مبانی نظری ۱۲۶
نوآوری و توانایی و قابلیت نوآوری ۱۲۹
ارتباط بین مدیریت کیفیت جامع و نوآوری ۱۳۰
روش‌شناسی ۱۳۳
بحث در مورد نتایج ۱۳۶
مدیریت کیفیت جامع ۱۳۸
توانایی و قابلیت نوآوری ۱۴۲
نتیجه‌گیری ۱۴۵
فصل ۶/ رهبری ورزشی، روان‌شناسی و نوآوری ۱۴۹
مقدمه ۱۴۹
مرور مبانی نظری ۱۵۲
روان‌شناسی ورزشی و کسب‌وکار ۱۵۴
رهبری ورزشی ۱۵۷
رهبران ورزشی و حاکمیت ۱۵۹
رفتار رهبری ورزشی ۱۶۲
مضامین بازاریابی ورزشی ۱۶۵
پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ۱۶۶
نتیجه‌گیری ۱۶۸
فصل ۷/ راهبرد اقیانوس آبی در زمینه ورزش – نوعی طبقه‌بندی از ادبیات موضوع بحث ۱۷۳
مقدمه ۱۷۳
ادبیات تحقیق ۱۷۶
مدل مفهومی پیشنهادی برای اعمال از راهبرد اقیانوس آبی برای باشگاه‌های سلامت و تناسب‌اندام ۱۹۸
نتیجه‌گیری‌ها و خط‌مشی‌های آینده ۲۰۱
فصل ۸/ ارتباط تأثیر اجتماعی رویدادهای ورزشی در زمینه تأمین مالی عمومی در ورزش ۲۰۹
مقدمه ۲۰۹
تأمین مالی عمومی رویدادهای ورزشی ۲۱۱
تأثیر اجتماعی رویدادهای ورزشی ۲۱۸
ارزیابی تأثیر اجتماعی رویدادهای ورزشی ۲۲۰
نتیجه‌گیری ۲۳۹
فصل ۹/ کارآفرینی ورزشی و توسعه جوامع در ژاپن ۲۵۱
مقدمه ۲۵۱
محیط ورزشی در ژاپن ۲۵۲
توسعه جوامع از طریق سازمان‌های ورزشی جامع همگانی محلی ۲۵۷
توسعه اجتماعی به‌وسیله شرکت‌های تجاری قایق‌رانی در آب‌های خروشان ۲۶۰
برگزارکنندگان برنامه‌های ورزشی در فضای آزاد منطقه میناکامی ۲۶۴
امکان افزایش کارآفرینی ورزشی در ژاپن ۲۶۸
فصل ۱۰/ انسجام، آغاز و پایان هر چیزی ۲۷۳
مقدمه ۲۷۳
طرح کارآفرین ۲۷۴
عناصر اساسی انتخاب‌های کارآفرینانه ۲۷۸
شناسایی هدف مشتری («مکان رقابت») ۲۸۶

www.ketab.ir

پیشنهاد ارزش مشتری («چگونگی پیروزی») ۲۸۸
منابع و قابلیت‌ها ۲۹۰
انسجام و مزیت رقابتی ۲۹۹
نتیجه‌گیری ۳۰۴
تذکرات (نکته‌ها) ۳۰۸
فصل ۱۱/ ورزش، نوآوری و سیاست عمومی ۳۱۵
مقدمه ۳۱۵
مرور ادبیات تحقیق ۳۱۸
تجزیه‌وتحلیل سیاست ۳۲۳
اهمیت فرهنگی ورزش ۳۲۴
سیاست‌های بین‌المللی ۳۲۶
سیاست‌های ورزشی و اکوسیستم نوآوری ۳۲۸
پیشنهادهای پژوهشی آینده ۳۳۳
فصل ۱۲/ [illegible] به بیرون؟ یک چشم‌انداز مادی- اجتماعی در نظام بازبینی تصمیم‌گیری در ورزش کریکت حرفه‌ای ۳۳۷
مقدمه ۳۳۷
چشم‌انداز اجتماعی- مادی مربوط به نوآوری فن‌آورانه ۳۳۹
پذیرش سیستم بازبینی تصمیم (DRS) و منشأ آن ۳۴۲
طرح پژوهشی ۳۴۷
رویدادهای مهم مسابقات [illegible] دوره‌های آزمایش‌شده با نظام (DRS) ۳۵۳
بحث: بازسازی سیستم بازبینی تصمیم بر پایه عامل مادی- اجتماعی ۳۶۴
نکته‌ها ۳۶۶
فصل ۱۳/ تجزیه‌وتحلیل رفتار مصرف‌کننده- روندهای نوآورانه در سازمان‌های ورزشی غیرانتفاعی ۳۷۱
مقدمه ۳۷۱
پیشینه نظری ۳۷۳
روش ۳۷۵
نتایج ۳۷۶
بحث و گفتگو ۳۷۷
نتیجه‌گیری و برخی مفاهیم ۳۸۷
فصل ۱۴/ بررسی انگیزه دوندگان دوی ماراتن ۳۹۳
مقدمه ۳۹۳
پیشینه نظری ۳۹۸
روش‌شناسی ۴۰۹
نتایج- بحث و تبادل‌نظر ۴۱۰
فصل ۱۵/ کارآفرینی در ورزش و ظهور فرصت‌ها- به سوی یک برنامه تحقیقاتی آینده ۴۲۷
مقدمه ۴۲۷
نظریه کارآفرینی ورزشی ۴۳۰
عوامل زمینه‌ای ۴۳۰
توسعه فعالیت اقتصادی جدید ۴۳۶
ورزش و خلاقیت ۴۳۸
ورزش، کارآفرینی و نوآوری ۴۴۰
فرصت‌های پژوهش در آینده ۴۴۴
نتیجه‌گیری ۴۴۶

www.ketab.ir

پیشگفتار

در جهان ورزش، تنها امر ثابت، تغییر است. طبق گزارش نشریه کسب‌وکار ورزشی[1]، ورزش یک صنعت ۲۱۳ میلیارد دلاری[2] است و به‌طور پیوسته در حال رشد است. در واقع، ۴۰ نفر از ۴۰۰ ثروتمندترین افراد آمریکایی (به‌طور تقریبی یک در هر چهار نفر که توسط مجله فوربس در سال ۲۰۱۶ اندازه‌گیری شد) از لحاظ مالی در ورزش سرمایه‌گذاری می‌کنند.

چراکه نه‌تنها هر ورزش دارای اکوسیستم خاص خود است و به‌طور تعاملی با یک جامعه همواره در حال تغییر با لیگ گسترده‌ای از بازیکنان مرتبط است.

با کتاب نوآوری و کارآفرینی ورزشی، ونسا راتتن و جوآ فرریرای نشان می‌دهند که چگونه کسب‌وکار ورزشی به امر اقتصادی و اجتماعی پویا تبدیل شده است و چگونه کارآفرینی و نوآوری تغییری در شیوه‌های سنتی، راه‌اندازی و اجرای کسب‌وکارهای مرتبط با ورزش در قرن بیست‌ویکم، ایجاد کرده‌اند.

اندازه‌گیری موفقیت و شکست[3] در عرصه ورزش به‌وسیله پیروزی و شکست[4] (بردوباخت[5] و تساوی)[6] متفاوت، مفهوم پیروزی یا شکست در فضای کارآفرینی هست. این مسئله در فرآیندها، خدمات، محصولات، فن‌آوری‌ها و ... کسب‌وکار و کاربرد راه‌حل‌هایی برای رسیدگی به چالش‌های جدید، الزامات و نیازهای فرهنگی امروزی رایج‌تر است.

امروزه تصور بر این است که چگونه انواع ورزش‌های جدیدتر مانند موج‌سواری و فوتسال[7] می‌توانند در آینده روی عملکرد بالای ورزشکاران، نشان‌های تجاری، طرفداران

1. The Sports Business Journal
2. $213 billion dollar
3. Success and Failure
4. Victory and Defeat
5. Wins and Losses
6. Draws
7. Surfing and Futsal

www.ketab.ir

رسانه‌ها و حامیان مالی برای ایجاد ویژگی‌های جدید تأثیر بگذارند. این کتاب به بررسی نسل بعدی ورزش می‌پردازد و پیش‌بینی‌هایی از تأثیر اجتماعی، پایداری و میراث آن را به تصویر می‌کشد.

فرصت‌های رشد و توسعه در فضای ورزشی امروز در بسیاری از زمینه‌های فنی از جمله تماشاگری تعاملی[1]، تجزیه‌وتحلیل عملکرد، ورزش‌های الکترونیکی[2] و واقعیت مجازی[3] به نظر می‌رسد، کمتر مشهورند؛ اما امروزه، مهارت‌های نرم‌افزاری[4] مورد نظر هستند و بیشتر از راه تأثیر اجتماعی و سیاست عمومی به‌صورت سازمانی[5] (بنیادی) به دست می‌آیند.

برای موفقیت در بازار ورزشی جدید، متخصصان باید در برنامه‌ریزی کسب‌وکار ماهر باشند، توسعه نتایج عملی، تغییر مدیریت و بهبود (بازگشت) سرمایه‌گذاری و اشتغال داشته باشند؛ بنابراین، این کتاب مربوط به خوانندگانی است که تمایل دارند مفاهیم و نظریه‌های کارآفرینی را در صنعت ورزش، چه به‌عنوان بخشی از راه‌اندازی پیشگام[6]، سرمایه‌گذاری (معامله قماری) خصوصی[7]، یک سرمایه‌گذار[8]، کارمند یا دانشجو، به‌کارگیرند.

در طول چند سال اخیر در ایالات‌متحده آمریکا، نشان تجاری (برند) آندرآمور[9] به ما نشان داد که درست، همان چیزی است که راتنر و فیرا به طرز محسوسی به‌عنوان یک طرح[10] برای موفقیت در نوآوری و کارآفرینی ورزشی قرار داده‌اند. کوین پلانک[11]، بنیان‌گذار آندرآمور، این شرکت پوشاک ورزشی و لوازم جانبی[12] (تزئینی) آمریکایی را از زیرزمین مادربزرگش در واشنگتن دی‌سی[13] راه‌اندازی کرد.

1. Interactive Spectatorship
2. e- Sports
3. Virtual Reality
4. Soft Skills
5. Organically
6. Start- up
7. Private Venture
8. Investor
9. Under Armor
10. Blueprint
11. Kevin Plank
12. Accessories
13. Washington, DC

www.ketab.ir

پلانک با شناسایی یک نیاز شروع کرد: لباس ورزشی که با عرق‌ریزی[1] خیس نمی‌شود. او یک راه‌حل را در قالب یک پارچه مصنوعی فیتیله‌سازی رطوبت‌گیر[2] ارائه داد که کاربردی، راحت و «خنک»[3] بود. سپس، از شیوه‌های فنی بازاریابی مردمی[4] (ریشه‌ای) و مشارکت‌های مالکیتی نشان تجاری‌ساز راهبردی، استفاده نمود، آندرآمور تصورات (پندار) ورزشکاران و تیم‌ها را در برگرفت، به ایجاد آگاهی از نشان تجاری و جذبه و شهرت معنوی به‌ویژه برای نسل (هزاره‌ی) بعدی[5] کمک کرد.

در بازاری که شامل دو تا از بزرگ‌ترین نشان‌های تجاری جهان، نایک و آدیداس[6] است، آندرآمور سهم بازار خود را با گسترش کفش[7] و پوشاک زنانه هم در داخل کشور و هم در نهایت در سطح بین‌المللی به دست آوردند. به‌تازگی پلانک و آندرآمور آینده خود را در فضای مناسب‌اندام دیجیتالی[8] با سرمایه‌گذاری و دستیابی به وسایل پوشیدنی و برنامه‌های کاربردی تلفن همراه[9] که سلامت و تناسب‌اندام را اندازه‌گیری و بهبود می‌بخشد، در نتیجه برای دسترسی‌پذیری به مخاطبان گسترده‌تر، خود را به مخاطره می‌اندازند.

همان‌طور که صنایع ورزشی همچنان به کمک فناوری‌های جدید و نوآوری رشد و نمو می‌یابند، رهبران کسب‌وکار باهوش باید پول را دنبال کنند. مخاطره سرمایه و سرمایه‌گذاری‌های تقاطع[10] (نقطه مشترک) ورزش را به‌عنوان یک اشتیاق فرهنگی با فن‌آوری‌های دیجیتالی و دیگر فن‌آوری‌ها که تجربه مشارکت و هماهنگی با مصرف‌کننده را افزایش داده، هدف قرار می‌دهند. این تولید درآمد همچنان یک ترازنامه[11] (سند مالی) تأثیر خواهد گذاشت که برای سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاران مهم است.

حرکت به جلو، آینده ورزش، بااین‌حال، ممکن است در دنیای مجازی[12] اتفاق بیفتد. ورزش‌های الکترونیکی، فضای بازی‌های رقابتی ویدئویی سرمایه‌گذاری‌های عظیم آن،

1. Sweat
2. Moisture- wicking synthetic fabric
3. Cool
4. Grass- roots Market ing
5. Millenniats
6. Nike and Adidas
7. Footwear
8. Digital Fitness Space
9. Mobile or Wearable Devices and Applications
10. Intersection of Sports
11. Bottom line
12. Virtual World

www.ketab.ir

مخاطبان بی‌حدوحصر[1] را دیده است. افزون بر این، ادغام یکپارچه‌سازی زنان و کودکان در فضای بازار می‌تواند فرصت‌های مجوزدار بیشتری در این فضا ایجاد کند.

به‌طورکلی، کتاب نوآوری و کارآفرینی ورزشی بر نیاز به تنظیم نوآوری‌های فن‌آورانه و تشکیلات اقتصادی (سرمایه‌گذاری‌های) اجتماعی جدید تأکید می‌کند. هنوز در مراحل ابتدایی خود، کار بسیار بزرگی برای انجام‌وظیفه و درک آن لازم است؛ اما هیئت‌مدیره (رئیسه)، ورزشکاران، مدیران، سرمایه‌گذاران، دانشگاهیان، دانشجویان و طرفداران ورزشمند خواهند یافت. بینش‌ها و منابع در سراسر این کتاب، ارائه شده و تفسیر آن یک طرح مجازی برای آینده کسب‌وکار ورزشی است.

مت وینکلر[2]

دانشگاه واشنگتن دی‌سی آمریکا

مؤسس دانشگاه جورج تاون[3]، مدیریت صنعت ورزش

بنیان‌گذار کتاب ارزیابی رویدادهای ورزشی[4] (SEME)

1. Boundless Audience
2. Matt Winkler
3. Georgetown University
4. The Sports Events Marketing Experience

www.ketab.ir