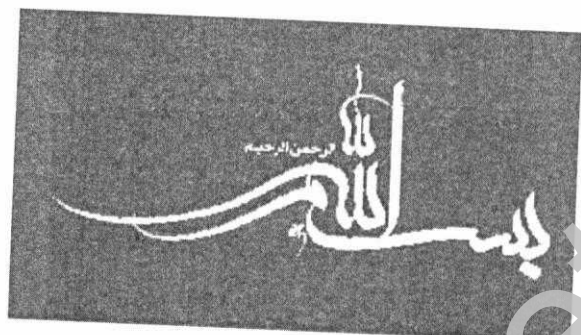




www.ketab.ir

توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط
ورزشی در مناطق روستایی
لکهنوت

تالیف:

احمد سعیدی کیا

مریم صادقی

سرشناسه	: سعیدی کیا، احمد، ۱۳۴۸ - صادقی، مریم ۱۳۶۵
عنوان و نام پدیدآور	: توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی در مناطق روستایی ایران / تألیف احمد سعیدی کیا. مریم صادقی
مشخصات نشر	: قم: موسسه انتشاراتی امام عصر (عج)، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۸ ص: ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۸۵-۰۷۲-۹
وضعیت فهرست نویسی: فیبا	
موضوع	: کارآفرینی / Entrepreneurship
موضوع	: عمران روستایی - ایران / Rural development -- Iran
موضوع	: ورزش - نوآوری / Sports -- Technological innovations
موضوع	: کسب و کار خرد - توسعه / Growth -- Small business
رده بندی کنگر	: ۷۹۰.۹۱۳۹۷:۰۹۶۷ س/
رده بندی دیویی	: ۰۴/۰۲۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۴۱۱۲۷



مؤسسه انتشاراتی امام خمینی

عنوان: توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی در مناطق روستایی ایران

تألیف: احمد سعیدی کیا - مریم صادقی

ناشر: موسسه انتشاراتی امام عصر (عج)

صفحه‌آرا: زهرا حسن خانی

چاپ: اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۸۵-۰۷۲-۹

قیمت: ۱۶۵۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است

فهرست □

۱۱	مقدمه
۱۵	□ فصل اول: تعاریف و مفاهیم / (مربوط به کسب و کارهای کوچک و متوسط).
۱۷	تعاریف
۲۰	شرکت های کوچک و متوسط
۲۰	مفهوم شرکت های کوچک و متوسط
۲۳	چالش های شرکت های کوچک و متوسط
۲۶	جایگاه شرکت های کوچک و متوسط در محیط امری
۳۱	□ فصل دوم: تاریخچه و انواع کارآفرینی
۳۳	تاریخچه کارآفرینی
۳۴	مفهوم کارآفرینی
۳۸	کارآفرینی سازمانی
۳۸	تعاریف کارآفرینی سازمانی
۳۸	۱- عناوین متفاوت در تعریف این مفهوم
۳۹	۲- سازمان هایی با اندازه و پیشینه متفاوت

- ۴۲..... کارآفرینی سازمانی در سازمان های کوچک و متوسط
- ۴۳..... مزایای کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط
- ۴۵..... مدل های کارآفرینی سازمانی
- ۴۵..... مدل کوراتکو و همکارنش
- ۴۶..... مدل کوین و سلوین
- ۴۷..... مدل ونکر و همکاران
- ۴۸..... مدل لامکین و دس
- ۴۸..... مدل کوین و سیلر
- ۴۸..... مدل کارآفرینی سازمانی شاکر؛ ها (مدل تحقیق)
- ۵۱..... □ فصل سوم: کارآفرینی در ورزش
- ۵۳..... انواع کارآفرینی در ورزش
- ۵۹..... آشنایی با مفهوم نوآوری و کارآفرینی ورزشی
- ۶۰..... کارآفرینی ورزشی
- ۶۰..... نوآوری در ورزش
- ۶۲..... کارآفرینی فناورانه به چه معناست و ابعاد آن چیست؟
- ۶۴..... آشنایی با مفهوم کارآفرینی فناورانه
- ۶۴..... ابعاد تشکیل دهنده کارآفرینی فناورانه
- ۶۵..... ایجاد فرهنگ سازمانی اثر بخش برای توسعه کارآفرینی:
- ۶۷..... راهکارهایی در خصوص توسعه کارآفرینی در کشور
- ۶۷..... بهبود نگرش های مدیریتی برای توسعه کارآفرینی:

- ایجاد و توسعه سیستم‌های تحقیق و توسعه برای توسعه کارآفرینی: ۶۸
- بهبود نقش دولت در توسعه کارآفرینی: ۶۹
- بهبود فرهنگ جامعه برای توسعه کارآفرینی: ۷۰
- نوآوری ۷۲
- تجدید استراتژیک ۷۶
- توسعه کسب و کار ۷۸
- تفاوت‌های سازمان‌های کوچک و بزرگ ۸۱
- بازاریابی شرکت‌های کوچک و متوسط ۸۶
- فصل چهارم: کارآفرینی در مناطق روستایی ایران ۹۵
- کارآفرینی روستایی ۹۷
- کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار ۹۹
- کارآفرینی روستایی و زنان کارآفرین روستایی در چند کشور جهان ۱۰۲
- الف. فیلیپین و مشارکت زنان و دختران در توسعه روستایی ۱۰۲
- ب. بنگلادش؛ تحول در نظام بانکداری گامی در جهت توسعه اقتصادی ۱۰۲
- کارآفرینی زنان و دختران روستایی در ایران طی چند سال اخیر ۱۰۴
- توانمندسازی زنان و دختران روستایی با هدف ترویج کارآفرینی ۱۰۴
- الف. ضرورت اجرایی این طرح ۱۰۴
- ب. اهداف و پیامدهای حاصل از طرح ۱۰۵
- طرح توسعه اشتغال و کارآفرینی در مناطق روستایی کشور از طریق توسعه کسب و کارهای اینترنتی ۱۰۶

- کسب و کار اینترنتی چیست؟ ۱۰۶
- طرح کسب و کارهای مرتبط با تلفن همراه ۱۱۰
- طرح توسعه اشتغال و کارآفرینی در مناطق روستایی کشور از طریق ایجاد و توسعه
بنگاه‌های کوچک و متوسط ۱۱۱
- اهداف: ۱۱۱
- نتایج و دستاوردهای اجرای طرح: ۱۱۲
- فصل پنجم: کارآفرینی ورزشی در مناطق روستایی ایران ۱۱۵
- کارآفرینی ورزشی در مناطق روستایی ایران ۱۱۷
- مقدمه ۱۱۷
- شکل‌گیری ایده کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی ۱۱۸
- چه باید کرد؟! هفت مرحله تا رسیدن به شکل‌گیری فرصت کارآفرینی باقیست. ۱۲۰
- مرحله اول - تشخیص فرصت ۱۲۰
- مرحله ۲ - تمرکز بر روی فرصت مورد نظر ۱۲۱
- مرحله ۳ - تعهد ۱۲۱
- مرحله ۴ - ورود به بازار ۱۲۲
- مرحله ۵ - راه اندازی کامل و رشد ۱۲۲
- مرحله ۶ - بلوغ و توسعه ۱۲۳
- مرحله ۷ - ارزش ۱۲۳
- تشخیص فرصت‌های کارآفرینی (۵ قدم تا موفقیت) ۱۲۴
- قدم اول: بررسی فرصت‌های کسب و کار ۱۲۴

- ۱۲۵..... قدم دوم: معرفی ایده و ایده‌یابی
- ۱۲۶..... قدم سوم: روش‌های خلق ایده
- ۱۲۷..... قدم چهارم: غربال کردن ایده‌ها
- ۱۲۹..... مهارت‌های مربوط به خلاقیت
- ۱۳۱..... قدم پنجم: قوانین
- ۱۳۳..... مدل بخش‌بندی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی
- ۱۳۷..... راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی ورزشی
- ۱۳۸..... برگزاری جشنواره‌های ورزشی
- ۱۳۹..... راه‌اندازی باشگاه بدنسازی
- ۱۴۰..... راه‌اندازی خانه ورزش روستایی
- ۱۴۱..... پیشنهادات:
- ۱۴۵..... منابع

□ مقدمه □

پس از گذر از موج صنعتی شدن که اوج رقابت در صنایع بزرگ و توجه به تولید انبوه به حساب می‌آمد و ورود به ربع آخر قرن بیستم، معادلات توسعه و پیشرفت دگرگون شد (بافنده‌زنده، نوروزی، عالی، ۱۳۸۹). در این دوره و به دلیل تغییرات روزافزون محیطی (حسنقلی‌پور، آقازاده، ۱۳۸۴؛ کریستین، ۲۰۰۴)^۱، تحولات سریعی در تکنولوژی، بازار و حتی ساختارهای کسب و کار اتفاق افتاد (کریستین، ۲۰۰۴). در چنین محیطی، شرکت‌ها با عدم اطمینان، فشارهای رقابتی (حسنقلی‌پور، آقازاده، ۱۳۸۴)، تقاضاهای روبه رشد و متناقض در حجم، کیفیت، قیمت و دیگر ویژگی‌ها مواجه شدند (کریستین، ۲۰۰۴).

این مسائل به رکود شرکت‌های بزرگ که به عنوان ستون اقتصادی کشورها به حساب می‌آمدند، منجر گردید؛ زیرا شیوه‌های مدیریتی، ساختار سازمانی و فرهنگی این شرکت‌ها برای محیط‌های ثابت با بازارهای متجانس و روبه رشد طراحی شده بود و قادر به انطباق خود با تغییرات محیطی نبودند (بارت، ۱۹۹۶). این عدم انطباق با محیط برای این شرکت‌ها، چالش‌ها و مشکلاتی را بوجود آورد

که از جمله آن می‌توان به تعدیل نیروی کار اشاره کرد (موریس، کوراتکو^۱، ۲۰۰۲). به طوری که مثلاً در بین سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۲ شرکت‌های آمریکایی، ۲/۳ میلیون نفر از کارکنان خود را اخراج کردند (بارت، ۱۹۹۶).

این عدم توانایی شرکت‌های بزرگ در پاسخگویی سریع به تغییرات محیطی و همچنین ضعف شیوه‌های سنتی از قبیل برنامه‌ریزی استراتژیک، تحقیقات و پیش‌بینی‌های بازار در اداره این تغییرات (بارت، ۱۹۹۶؛ سیگلکو، ریوکن، ۲۰۰۵)، توجه به شیوه‌های جدید، جهت فائق آمدن بر مشکلات سازمان‌ها را ضروری کرد (سیگلکو، ریوکن، ۲۰۰۵). یکی از این شیوه‌های جدیدی که امروزه در فعالیتهای صنعتی بسیاری از کشورهای جهان (به‌خصوص در بخش خصوصی‌شان) مورد توجه قرار گرفته‌است، بنگاه‌های کوچک و متوسط است (اسد سعدی، افتخار، ۲۰۱۱؛ حسنقلی‌پور، آقازاده، ۱۳۸۴؛ راجا، کوما،^۲، ۲۰۰۸).

شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل دارا بودن پتانسیل بالقوه برای ایجاد اشتغال و درآمد (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷)، انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات محیطی (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷؛ بارت، ۱۹۹۶؛ زری‌باف، شفیع خانی، ۱۳۸۵)، توانایی‌های لازم جهت جذب سرمایه‌های محدود و پراکنده موجود در جامعه و هدایت آن‌ها در فعالیتهای تولیدی و صنعتی (سمیع زاده، چهارسوقی، ۱۳۸۷)، متکی بودن به منابع داخلی، پرورش نیروهای متخصص در جهت رفع مشکلات بیکاری، فقر، عدم توازن منطقه‌ای و دستیابی به توسعه صنعتی (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷؛ اسپاچتییک^۳، ۲۰۱۱) مورد توجه قرار گرفته‌اند. به طوریکه

1. Morris & Kuratko

2. Raja & Kumar

3. schachteback

امروزه از این شرکت‌ها به عنوان ستون فقرات اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته (افجه، سجادی نائینی، ۱۳۸۹) و مولفه‌ای مهم در رشد و توسعه اقتصادی همه کشورها یاد می‌شوند (اسچاچتیک، ۲۰۱۱؛ زری باف، شفیع خانی، ۱۳۸۵؛ سمیع زاده، چهارسوقی، ۱۳۸۷؛ معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، ۱۳۸۸).

در حال حاضر نیز، تقریباً ۴۰ درصد از تولیدات صنایع مختلف در این شرکت‌ها تولید می‌شود (راجا، کومار، ۲۰۰۸). همچنین ۹۹/۷ درصد از کارفرمایان کشورهای آمریکای شمالی در این حوزه فعالیت می‌کنند که ۵۰ درصد از درآمد و ۵۴ درصد از مشاغل بخش خصوصی این کشورها را به خود اختصاص داده‌اند (موریس، اسچیندهوت، لافورگ، ۲۰۰۲) و پیش‌بینی می‌شود که همچنان به روند رو به رشد خود ادامه دهند (اسد سعدی، افتخار، ۲۰۱۱). به همین دلیل، امروزه این شرکت‌ها را به عنوان موتورهای محرک توسعه می‌شناسند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷)؛ لذا محققان امروزه بیش از پیش به تحقیق بر روی فعالیت‌ها و عملیات‌های این بنگاه‌ها پرداخته‌اند (هیل، مک گوان، ۱۹۹۲).

در این بخش، نخست ماهیت شرکت‌های کوچک و متوسط مورد بررسی قرار گرفته، سپس بکارگیری کارآفرینی در این شرکت‌ها بحث شده است. در خاتمه به تکنیک‌های بازاریابی متناسب با این شرکت‌ها در مناطقی روستایی پرداخته می‌شود.