

بررسی عوامل موثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور

علی نقی غلامی^۱، علیرضا زارع^{۲*}، اکبر فلاوند^۳، رضوان شیرالی^۴

۱. مربی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور.

۲. دبیر آموزش و پرورش استان فارس.

۳. مدرس مدعو، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور.

۴. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز.

تاریخ دریافت: (۹۴/۹/۲۹) تاریخ پذیرش: (۹۵/۹/۶)

The study of factors affecting the formation of small and medium-sized institution in the sports industry

A. N. Gholami^{1*}, A. Zare², A Ghalavand³, R. ShirAli⁴

1. Faculty Member Of Sports Management and Physical Education, Payame Noor University.

2. Teacher Of Education And Training Fars Province.

3. Affiliated Instructor Of Sports Management and Physical Education, Payame Noor University.

4. M.A in Sport Management, Shahid Chamran University of Ahvaz.

Received: (20 December 2015)

Accepted: (26 November 2016)

Abstract

The purpose of this paper is to examine the factors affecting the formation of small and medium-sized institution in the country as the sports industry. The research method was applied survey that conducted as a field. The statistical society consisted of all academics and entrepreneurs and awareness people in this area. 35 university professors with Ph.D degree in sports management, 48 selected entrepreneurs in the field of sport were selected as a sample. Study questionnaire was a self-made questionnaire that its validity and construct validity and reliability were confirmed. The research methods of exploratory factor analysis and path analysis by SPSS and AMOS software were used to analyze the data. The results showed that 83.835 variances were included 5 factors. The findings showed the effectiveness of technology factors was 0.459, so it had the greatest impact on the formation of small and medium institutions in country sports industry. This study results confirmed that technology factors have effective role in the formation and success of small and medium-sized businesses in the sports industry

Keywords

Agents technology, small and medium enterprises, the factors that facilitate, Formation.

چکیده

هدف از مقاله حاضر بررسی عوامل موثر بر شکل‌گیری از بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور می‌باشد. روش تحقیق حاضر پیمایشی از نوع کاربردی بوده که شکل میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی اساتید دانشگاهی و کارآفرینان و افراد آگاه در این حوزه بودند. بدین منظور تعداد ۳۵ استاد دانشگاهی با مدرک دکتری مدیریت ورزشی، تعداد ۴۸ کارآفرین منتخب در حوزه ورزش به عنوان نمونه تحقیق مشخص گردیدند. پرسشنامه تحقیق حاضر، پرسشنامه محقق ساخت ای بود که روایی صوری و روایی سازه و همچنین پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر از روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل مسیر به وسیله نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده گردید. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که در کل ۵ عامل حدود ۸۳/۸۳۵ درصد از واریانس‌ها را شامل می‌شدند. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که عوامل تکنولوژی با تاثیر ۰/۴۵۹ بیشترین تاثیر بر شکل‌گیری از بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور را دارا بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که عوامل تکنولوژی در توفیق و شکل‌گیری کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی تاکید داشتند.

واژه‌های کلیدی

عوامل تکنولوژی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، عوامل تسهیل‌کننده، شکل‌گیری.

*Corresponding Author: Alireza Zare

E-mail: zarealireza206@yahoo.com

* نویسنده مسئول: علیرضا زارع

مقدمه

جهان در اواخر قرن بیستم، شاهد تغییرات بسیار گسترده در تمام عرضه‌های کسب و کار بوده است به طوری که مفاهیمی چون جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت کالا و خدمات، مشتری‌مداری و مانند این‌ها، اداره امور را در بخش عمومی با چالش‌های جدیدی روبرو کرده است. از جمله راه‌کارهای موثر دولتی برای رویارویی با این چالش‌ها، روی آوردن به بحث کار آفرینی در جامعه است (قاسم‌نژاد، ۱۳۸۹، ۱). بدون شک توسعه اقتصادی یک کشور در گرو ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب و بهبود فضای کسب و کار است (عقیلی، ۱۳۹۱، ۱۴۶). در سال‌های اخیر اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است. در دو دهه گذشته با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در قابلیت‌های واحدهای صنعتی، روش‌های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده که عموماً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است (یه یانگ و زنگ، ۲۰۰۵، ۱۴۶). امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه‌های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند و در بسیاری از کشورها این واحدها تأمین‌کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند (استیونس، ۲۰۰۷، ۳۸). صنعت ورزش یکی از مهم‌ترین و جذاب‌ترین صنایع در جهان است که محصولات آن با رقابت‌های شدیدی در سطح جهان مواجه است (محمدی، ۱۳۹۵، ۴۴). ورزش یک سرمایه‌گذاری دراز مدت است که در اثر آن رشد و توسعه معلوم و محرز است (نظری قنبری، ۱۳۹۳، ۹۶). در حال حاضر، صنعت ۱۵۲ میلیارد دلاری ورزش در آمریکا با رشدی ۵۰ درصدی در ۴ میلیون شغل به طور غیرمستقیم و اشتغال ۲۴ هزار نفر به طور مستقیم به یکی از ده صنعت برتر در ایالات متحده آمریکا تبدیل شده است. وابستگی شدید صنعت ورزش کشور به دولت شرایطی را فراهم کرده است که نیازمند به همکاری پژوهشگران و متخصصان در این زمینه و مدیران با تجربه حرفه‌ای در این صنعت نیازمند است تا با مطالعه و تحلیل پیچیدگی حاکم بر بازار ورزش کشور، در این بخش، حجم عظیم گردش پولی و افراد شاغل در آن، با مدیریتی علمی و صحیح اداره شوند (معماری، ۱۳۸۸). در کشور ما وزارت تعاون در کنار وزارتخانه‌های جهاد

مولد، تأمین بخشی از نیازهای جامعه، حضور بیشتر در بازارهای جهانی و کاهش مشکلات ناشی از نرخ بیکاری در کشور می‌باشد (شایقی، ۱۳۸۶، ۳۶). کسب و کارهای کوچک و متوسط امروزه نقش کلیدی در پیشرفت‌های اقتصادی ایفا می‌کنند و منابعی جهت اشتغال زایی، دستیابی به نوآوری و رقابت در هر بازی محسوب می‌شوند (سیمپسون، ۲۰۱۱، ۲). مهم‌تر از این موضوع، به اثبات رسیده است که با توجه به مفاهیم و فنون و اصول بازاریابی در کسب و کارهای کوچک و متوسط، موفقیت را تضمین می‌نمایند (کرسون، ۲۰۰۵، ۴ و داس، ۲۰۰۶، ۵). در کشور ما، ۹۲ درصد شرکت‌های ایرانی را شرکت‌های کوچک و متوسط تشکیل داده است و این شرکتها ۵۶ درصد نیروی کار را به اشتغال گرفته‌اند (منوریان، ۱۳۹۳: ۱۴۷). امروزه در کشورهای پیشرفته، ارزش افزوده صنعت ورزش بخش چشمگیری از محصول ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و نیز تفریح و سرگرمی دارد (هات، ۲۰۰۷، ۵۱). امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه‌های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند و در بسیاری از کشورها این واحدها تأمین‌کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند (استیونس، ۲۰۰۷، ۳۸). صنعت ورزش یکی از مهم‌ترین و جذاب‌ترین صنایع در جهان است که محصولات آن با رقابت‌های شدیدی در سطح جهان مواجه است (محمدی، ۱۳۹۵، ۴۴). ورزش یک سرمایه‌گذاری دراز مدت است که در اثر آن رشد و توسعه معلوم و محرز است (نظری قنبری، ۱۳۹۳، ۹۶). در حال حاضر، صنعت ۱۵۲ میلیارد دلاری ورزش در آمریکا با رشدی ۵۰ درصدی در ۴ میلیون شغل به طور غیرمستقیم و اشتغال ۲۴ هزار نفر به طور مستقیم به یکی از ده صنعت برتر در ایالات متحده آمریکا تبدیل شده است. وابستگی شدید صنعت ورزش کشور به دولت شرایطی را فراهم کرده است که نیازمند به همکاری پژوهشگران و متخصصان در این زمینه و مدیران با تجربه حرفه‌ای در این صنعت نیازمند است تا با مطالعه و تحلیل پیچیدگی حاکم بر بازار ورزش کشور، در این بخش، حجم عظیم گردش پولی و افراد شاغل در آن، با مدیریتی علمی و صحیح اداره شوند (معماری، ۱۳۸۸). در کشور ما وزارت تعاون در کنار وزارتخانه‌های جهاد

3. Simpson
4. Carson
5. Das
6. Holt
7. Svetlicic

1. Yeh-Yun Lin & Zhang
2. Svetlicic

آماری تحقیق حاضر شامل تمامی اساتید دانشگاهی و کارافرینان و افراد آگاه در این حوزه بودند. بدین منظور تعداد ۳۵ استاد دانشگاهی با مدرک دکتری مدیریت ورزشی، تعداد ۴۸ نفر از مدیران بنگاه های کوچک و متوسط شهر شیراز تحقیق مشخص گردیدند (n=۸۳). در نهایت تعداد ۷۸ پرسشنامه برگشتی مورد بررسی قرار گرفت. در این تحقیق از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد که در بخش اول، شامل مشخصات فردی (سن، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات و...) و بخش دوم آن را پرسش نامه عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط را تشکیل داد. و در ۵ خرده مقیاس عوامل تسهیلاتی، عوامل حمایتی، عوامل تکنولوژی، عوامل تولیدی و عوامل آموزشی دسته بندی شد. پرسش نامه بر اساس مقیاس ۷ ارزشی لیکرت تنظیم گردید. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی سوالات، از نظرات چندین نفر از اساتید مدیریت ورزشی، که در زمینه تخصص داشتند، استفاده شد. همچنین اعتبار سازه پرسش نامه مذکور نیز توسط تحلیل عامل اکتشافی مورد تایید قرار گرفت و پایایی پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که در جدول ۱ گزارش داده شده است. برای تجزیه و تحلیل آماری الاستیباتی (تحلیل عامل اکتشافی و تحلیل مسیر) استفاده گردید.

جدول ۱. مقادیر میانگین، انحراف معیار و پایایی ابعاد عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط

عوامل	تعداد گویه ها	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب آلفا کرونباخ
عوامل تسهیلاتی	۷	۱/۸۹	۰/۸۹	۰/۸۹
عوامل حمایتی	۸	۱/۵۶	۰/۶۷	۰/۸۳
عوامل تکنولوژی	۶	۱/۴۵	۰/۶۶	۰/۸۶
عوامل تولیدی	۴	۱/۲۰	۰/۵۹	۰/۸۱
عوامل آموزشی	۴	۱/۰۶	۰/۸۲	۰/۷۹

یافته های تحقیق

به منظور دسته بندی عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط از تحلیل عامل اکتشافی استفاده گردید.

کشاورزی و صنایع معدن متولی SME ها می باشد. تعاونی های کوچک و متوسط نوعی تشکل تعاونی است که گروهی از افراد متقایی با اتحاد یکدیگر کارگاه های تولیدی در حیطه فعالیت های صنعتی تشکیل میدهند و با استفاده از اصول و قواعد نهضت تعاونی های تولیدی - صنعتی خویش را اداره می کنند و از سوی وزارت تعاون در راستای سیاست های اقتصادی و صنعتی کشور هدایت و حمایت می شوند. براین اساس، پژوهش حاضر، برای شناسایی عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط، از دیدگاه صاحب نظران انجام می گیرد و در پی پاسخ به این پرسش است که عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط چیست؟؟ اولویت بندی هر یک از عوامل از نظر صاحب نظران چگونه است؟

در زمینه ی بنگاه های کوچک و متوسط چندین تحقیق انجام شده است. ناصح و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان مقایسه دیدگاه های کارشناسان تعاون و صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاون به این نتیجه رسیدند که توافق در دیدگاه های هر دو گروه کارشناسان و صاحب نظران دانشگاهی را در خصوص اهمیت عوامل حمایتی - تشویقی، قانونی - ساختاری، آموزشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و عامل اطلاع رسانی - فرهنگی به عنوان مهمترین عوامل تأثیرگذار در توسعه و تشکیل بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی، نشان داد. احسانی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بین ویژگی های شخصیتی و کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی به این نتیجه رسیدند که بین شخصیت کارآفرینانه با ایجاد کسب و کار ارتباط مثبت و معنا داری دارد و به جز بعد تحمل ابهام، مابقی ابعاد شخصیت کارآفرینانه با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی ارتباط معناداری دارد. همچنین نتایج رگرسیون دو متغیره نشان داد شخصیت کارآفرینانه حدود ۲۰ درصد از واریانس ایجاد کسب و کار را تبیین کرد و بین جنسیت، سن، وضعیت تاهل و سطح تحصیلات با ایجاد کسب و کار ارتباط معناداری مشاهده نشد. عظیم زاده (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان مدلی برای راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی به این نتیجه رسید که سه عامل فردی، محیطی و سرمایه ای با ایجاد کسب و کار ورزشی نقش موثری ایفا می کند.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر پیمایشی از نوع کاربردی می باشد. جامعه

بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی

همانطور که در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد ارائه خدمات تضمینی و بیمه ای مورد نیاز شرکتها با حداقل سپرده گذاری و کارمزد با بار عاملی ۰/۸۰۵ مهم ترین گویه و تدوین ساز و کارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی با بار عاملی ۰/۵۲۱ کم اهمیت ترین گویه در بین عوامل حمایتی بوده است.

مقدار ویژه عامل دوم حدود ۴ درصد می باشد که تقریباً ۲۰ درصد کل واریانس را شامل می شود. با توجه به گویه ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل حمایتی نام گذاری گردید. جدول شماره ۴ گویه های بارگذاری شده در این ویژگی ها را نشان داده است.

جدول ۴. گویه های مربوط به عوامل حمایتی و مقدار بار عاملی

ردیف	نام گویه	مقدار بار عاملی هر گویه
۱	کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی	۰/۷۹۶
۲	کمک برای شرکت در نمایشگاه های داخلی و خارجی	۰/۷۶۳
۳	کمک به ارتقاء فعالیت های صادراتی و صدور محصولات به بازارهای خارجی	۰/۶۹۸
۴	کمک به بهبود قابلیت های تجاری و ارتقاء فروش	۰/۶۰۶
۵	ارائه خدمات در زمینه تحقیقات بازاریابی	۰/۵۸۷
۶	ارائه خدمات در زمینه تجارت الکترونیک	۰/۵۵۳
۷	دادن تسهیلات و حمایت های مالی و غیرمالی بعمل آمده از بنگاههای کوچک و متوسط	۰/۵۲۰
۸	انجام حمایت های تجاری	۰/۵۱۳

همانطور که در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد کمک به

نتیجه آزمون کفایت نمونه برداری کیزر می یر الکین میزان ۰/۸۱۲ را نشان داد. آزمون کروییت بارتلت در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار شد. نتایج آزمون های کیزر- می یر- الکین و بارتلت نشان داد که داده های تحقیق حاضر برای تحلیل عامل مناسب می باشد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که در کل ۴۵ عامل ۸۳/۸۳۵ درصد از واریانس های کل سوالات را در بر گرفت (جدول شماره ۲).

جدول ۲. مجموع واریانس های تعیین شده بعد از چرخش

عامل	ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس
تسهیلاتی	۷/۴۸۴	۲۹/۱۴۳	۲۹/۱۴۳
حمایتی	۴/۴۰۱	۲۰/۳۴۵	۴۹/۴۸۸
تکنولوژیکی	۳/۲۳۱	۱۳/۱۱۲	۶۲/۶
تولیدی	۲/۵۶۱	۱۱/۱۳۴	۷۳/۷۳۴
آموزشی	۱/۸۷۶	۱۰/۱۰۱	۸۳/۸۳۵

مقدار ویژه عامل اول حدود ۷ درصد می باشد که تقریباً ۲۹ درصد کل واریانس را شامل می شود. با توجه به گویه ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تسهیلاتی نام گذاری گردید. جدول شماره ۳ گویه های بارگذاری شده در این ویژگی ها را نشان داده است.

جدول ۳. گویه های مربوط به عوامل تسهیلاتی و مقدار بار عاملی

ردیف	نام گویه	مقدار بار عاملی هر گویه
۱	ارائه خدمات تضمینی و بیمه ای مورد نیاز شرکت ها با حداقل سپرده گذاری و کارمزد	۰/۸۰۵
۲	کمک به تأمین نقدینگی تولید	۰/۷۸۴
۳	ارائه تسهیلات برای تهیه زمین و ساختمان	۰/۷۲۱
۴	ارائه تسهیلات برای خرید ونوسازی ماشین آلات	۰/۶۵۲
۵	تخفیف یا معافیت مالیاتی	۰/۶۰۳
۶	پرداخت تسهیلات ارزی برای واردات مواد اولیه مورد نیاز	۰/۶۰۱
۷	تدوین ساز و کارهای مناسب برای	۰/۵۲۱

هر گویه		
۰/۷۵۲	کمک به بهینه سازی خطوط تولید و کاهش هزینه ها (تکنیکهای مدیریت تولید)	۱
۰/۷۲۰	کمک به ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی	۲
۰/۶۱۲	کمک به تأمین مواد اولیه مرغوب	۳
۰/۵۶۷	کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت	۴

همانطور که در جدول شماره ۶ نشان می دهد کمک به بهینه سازی خطوط تولید و کاهش هزینه ها (تکنیکهای مدیریت تولید) با بار عاملی ۰/۷۵۲ مهم ترین گویه و کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت با بار عاملی ۰/۵۶۷ کم اهمیت ترین گویه در بین عوامل تولیدی بوده است. مقدار ویژه عامل پنجم حدود ۱ درصد می باشد که تقریباً ۱۰ درصد کل واریانس را شامل می شود. با توجه به گویه ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل آموزشی نام گذاری گردید. جدول شماره ۷ گویه های بارگذاری شده در این ویژگی ها را نشان داده است.

جدول ۷. گویه های مربوط به عوامل آموزشی و مقدار بار عاملی

مقدار بار عاملی هر گویه	نام گویه	ردیف
۰/۷۰۳	کمک به اجرای دوره های آموزشی	۱
۰/۶۵۴	ارائه خدمات مشاوره مالی	۲
۰/۶۳۴	انجام حمایت های مدیریتی	۳
۰/۵۸۷	ارائه خدمات مشاوره حقوقی	۴

همانطور که در جدول شماره ۷ نشان می دهد کمک به اجرای دوره های آموزشی با بار عاملی ۰/۷۰۳ مهم ترین گویه و ارائه خدمات مشاوره حقوقی با بار عاملی ۰/۵۸۷ کم اهمیت ترین گویه در بین عوامل تکنولوژی بوده است. به منظور بررسی و میزان اهمیت هر یک از این ۵ عامل شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. نتایج این آزمون در جدول شماره ۷ و ۸ نمایش داده شده است.

همان طور که جدول شماره ۷ نشان می دهد عوامل تکنولوژیکی با اثر کلی ۰/۴۹۸ بیشترین تاثیر را بر شکل گیری بنگاه های کوچک و متوسط دارد. شکل شماره یک مدل نهایی تحقیق حاضر را به نمایش گذاشته است.

شناسایی بازارهای داخلی و خارجی با بار عاملی ۰/۷۹۶ مهم ترین گویه و انجام حمایت های تجاری با بار عاملی ۰/۵۱۳ کم اهمیت ترین گویه در بین عوامل حمایتی بوده است. مقدار ویژه عامل سوم حدود ۳ درصد می باشد که تقریباً ۱۳ درصد کل واریانس را شامل می شود. با توجه به گویه ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تکنولوژی نام گذاری گردید. جدول شماره ۵ گویه های بارگذاری شده در این ویژگی ها را نشان داده است.

جدول ۵. گویه های مربوط به عوامل تکنولوژی و مقدار بار عاملی

مقدار بار عاملی هر گویه	نام گویه	ردیف
۰/۷۸۵	ارائه خدمت مشاوره ای در طراحی محصول و فرایندهای تولید	۱
۰/۷۴۲	کمک به انتخاب فناوری مناسب	۲
۰/۷۱۲	کمک به راه اندازی واحد تحقیقاتی و تأمین محقق	۳
۰/۶۳۱	ایجاد بانکهای اطلاعاتی و مراکز اطلاع رسانی برای افزایش آگاهی شرکتهای تولیدی از آخرین تحولات اقتصادی و بازرگانی داخل و خارج کشور	۴
۰/۵۲۱	کمک به نصب و راه اندازی ماشین آلت تولیدی	۵
۰/۵۰۱	اطلاع رسانی در مورد تکنولوژیهای جدید و پیشرفته	۶

همانطور که در جدول شماره ۵ نشان می دهد ارائه خدمت مشاوره ای در طراحی محصول و فرایندهای تولید با بار عاملی ۰/۷۸۵ مهم ترین گویه و اطلاع رسانی در مورد تکنولوژیهای جدید و پیشرفته با بار عاملی ۰/۵۰۱ کم اهمیت ترین گویه در بین عوامل تکنولوژی بوده است. مقدار ویژه عامل چهارم حدود ۲ درصد می باشد که تقریباً ۱۱ درصد کل واریانس را شامل می شود. با توجه به گویه ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تولیدی نام گذاری گردید. جدول شماره ۶ گویه های بارگذاری شده در این ویژگی ها را نشان داده است.

جدول ۶. گویه های مربوط به عوامل تولیدی و مقدار بار عاملی

مقدار بار عاملی	نام گویه	ردیف
-----------------	----------	------

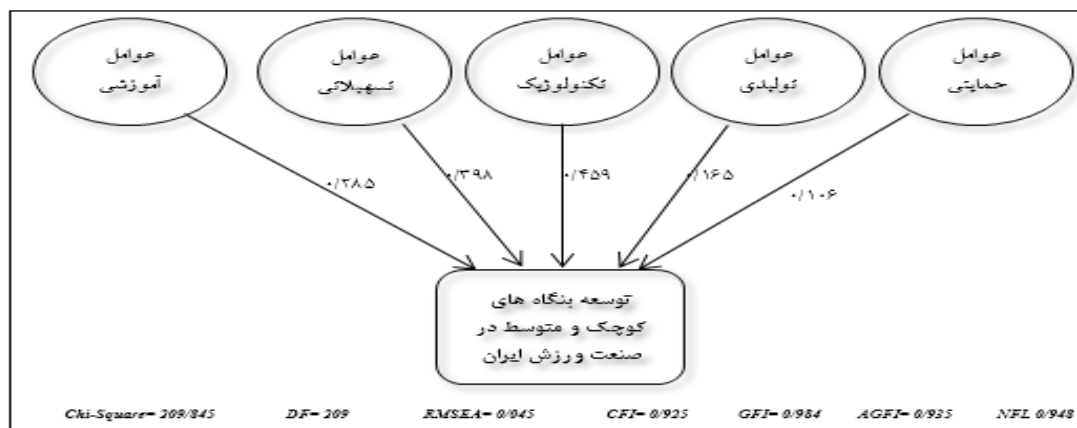
همانطور که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌شود در کل مدل تحقیق با توجه به شاخص‌های پرازش نیکویی مدل مناسبی را نشان می‌دهد. در شکل شماره یک تاثیرات

جدول ۷. اثرات متغیرها بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط

متغیرها	مقدار آماره تی	سطح معنی داری	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی
عوامل تکنولوژیکی	۱۸/۵۶۷	۰/۰۰۱	۰/۴۵۹	ندارد	۰/۴۵۹
عوامل تسهیلاتی	۱۲/۳۸۷	۰/۰۰۱	۰/۳۹۸	ندارد	۰/۳۹۸
عوامل آموزشی	۹/۵۴۳	۰/۰۰۳	۰/۲۸۵	ندارد	۰/۲۸۵
عوامل تولیدی	۶/۱۲۳	۰/۰۰۵	۰/۱۶۵	ندارد	۰/۱۶۵
عوامل حمایتی	۵/۴۳۵	۰/۰۰۵	۰/۱۰۶	ندارد	۰/۱۰۶

جدول ۸. برازش مدل

NFL	AGFI	GFI	CFI	RSMEA	X ² /df	Df	Chi-square (X ²)	
۰/۹۴۳	۰/۹۳۶	۰/۹۸۴	۰/۹۵۲	۰/۰۴۵	۱/۰۰۴	۲۰۹	۲۰۹/۸۴۵	میزان
بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	کمتر از ۰/۰۵	کمتر از ۳	کوچک تر از صفر نباشد	ملاک
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر



شکل ۱. مدل نهایی تحقیق

بحث و نتیجه گیری

چگونه است؟ بر اساس یافته‌ها ۵ عامل اصلی که نقش قابل ملاحظه‌ای در شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط داشته، شامل: "عوامل تسهیلاتی، عوامل حمایتی، عوامل تکنولوژیکی، عوامل تولیدی و عوامل آموزشی" می‌باشد. از طریق تحلیل مسیر اولویت هر کدام از عوامل مشخص گردید. عامل شماره یک عوامل تکنولوژی که شامل: ارائه خدمت

هدف از پژوهش حاضر، مطالعه عوامل موثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش ایران، از دیدگاه صاحب نظران می‌باشد. این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است که عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط چیست؟ اولویت بندی هر یک از عوامل از نظر صاحب نظران

صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی همخوان می باشد (ناصح، ۱۳۹۳، ۴۶۰). او در اولویت بندی عوامل توانمند سازی عامل تسهیلات بانکی و غیر بانکی را به عنوان یکی از عوامل توانمندسازی بنگاه ها معرفی کند (علیپور، ۱۳۸۸، ۱۴۸). وحیدزاده ضعف بنیه مالی تعاونی ها را مهمترین ضعف تعاونی ها می داند (وحید زاده، ۱۳۸۳؛ معران فر، ۱۳۸۴). تسهیلات به موقع و به اندازه را عامل اصلی در شکل گیری تعاونی ها می داند (ناصح، ۱۳۹۳). از آنجا که ساختار این بنگاه ها کوچک و متوسط، حجم سرمایه آنها کم و ورود به بازارهای بورس هم برای آنها تعریف نشده، لذا این بنگاه ها نیازمند تسهیلات مناسبی از سوی دولت برای بقا می باشند. از طرفی اعطای این تسهیلات باید با نظارت های کافی صورت گیرد. زیرا اعطای این تسهیلات بدون نظارت مناسب می تواند زمینه ساز فعالیتهای دلالی در اقتصاد کشور شود تا تولید محصولات و اشتغالزایی کارآمد شود.

عامل شماره سه عوامل آموزشی که شامل: کمک به اجرای دوره های آموزشی، ارائه خدمات مشاوره مالی، انجام حمایت های مدیریتی، ارائه خدمات مشاوره حقوقی می باشد. این یافته با نتایج تحقیقات زیر همسو بوده است. نکویی و همکاران در تحقیق خود بیان داشتند، در کشورهای در حال توسعه و به ویژه ایران، به دلیل کم بودن میزان آگاهی و آموزش تعاون در سطح عمومی و نیز فقدان منابع مالی مناسب و کافی برای تامین نیازهای اولیه و سرمایه مورد نیاز، بستری برای پیدایش تعاونی های خودجوش فراهم نیست (نیکویی، ۱۳۸۸). ضعف مدیریت تعاونی به دلیل عدم آموزش کافی درباره فعالیت های تولیدی، را سبب کندی رشد تعاونی ها ذکر کرده است (علی دوست قهفرخی، ۱۳۸۹؛ پهلوانی، ۱۳۸۷). ناصح عوامل آموزشی را به عنوان عوامل تاثیرگذار در توسعه و تشکیل بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی می داند (ناصح، ۱۳۹۳). وحیدزاده یکی از علل شکست تعاونی ها را پایین بودن تحصیلات مدیران و فقدان آموزش آنها معرفی می کند (وحید زاده، ۱۳۸۳). عباسی بر نقش آموزش و کاروزی دانشجویان در راستای توسعه تعاونی های دانش آموختگان را مورد تاکید قرار می دهد (عباسی، ۱۳۸۸). همچنین تحقیق اکبری، طالبی، مقیمی با این یافته می باشد (ناصح، ۱۳۹۳؛ مقیمی، ۱۳۸۷؛ طالبی، ۱۳۸۷؛ اکبری، ۱۳۸۳). لولین و ویلسن (۲۰۰۳) بیان می دارند که آموزش ممکن است باعث ارتقای ظرفیت خلاقیت، انعطاف پذیری،

مشاوره ای در طراحی محصول و فرایندهای تولید، کمک به انتخاب فناوری مناسب، کمک به راه اندازی واحد تحقیقاتی و تأمین محقق، ایجاد بانکهای اطلاعاتی و مراکز اطلاع رسانی برای افزایش آگاهی شرکتهای تولیدی از آخرین تحولات اقتصادی و بازرگانی داخل و خارج کشور، کمک به نصب و راه اندازی ماشین آلات تولیدی و اطلاع رسانی در مورد تکنولوژیهای جدید می باشد. این یافته با نتایج تحقیقات زیر همخوان است. علیپور در تحقیق خود، تجهیزات و ماشین آلات صنعتی را به عنوان مهمترین عوامل توانمندسازی و تقویت بنگاه های کوچک و متوسط معرفی می کند (علیپور، ۱۳۸۸، ۱۴۸). ناصح در تحقیق خود با عنوان مقایسه دیدگاه تعاون و صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی به این نتیجه رسید که بهره گیری از تجهیزات فناوری و تکنولوژی و گسترش ارتباطات شبکه ای از عوامل مهم در به وجود آمدن بنگاه های کوچک و متوسط ورزشی می باشد (ناصح، ۱۳۹۳، ۴۶۰). در تحقیق فروغی پور به ارزیابی و معرفی مهم ترین اولویت های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست اندرکاران ورزش کشور پرداخته و یکی از زمینه های اصلی کارآفرینی در ورزش را ساخت و تولید تجهیزات ورزشی می داند (فروغی، ۱۳۸۶، ۵۵). آلن تاملینسون (۲۰۰۲) در مقاله خود، به یکی از تجهیزات ورزشی یعنی پوشش ماهواره ای فعالیت های ورزشی و به تاثیر این تکنولوژی در توسعه ورزش و روشهای برقراری ارتباط و نمایش لحظه به لحظه بازی پرداخته است. او بیان می دارد، این تکنولوژی جدید خود سبب فعالیتهای اقتصادی سودآور و اشتغال تعداد زیادی از کارآفرین شده است (فروغی، ۱۳۸۶، ۶۳). با توجه به اینکه ساخت و تولید تکنولوژیهای جدید ورزشی با رونق فراوانی روبرو شده، از طرفی هم با گرانی دستگاه ها و وسایل آزمایشگاهی ورزشی و لوازم بدنسازی خارجی، این مساله می تواند به انگیزه ای برای تولید کنندگان داخلی در بنگاه های کوچک و متوسط تبدیل شود و سبب تلاش برای تولید این تجهیزات ورزشی گردد (فروغی، ۱۳۸۶، ۶۳).

عامل شماره دو عوامل تسهیلاتی که شامل: ارائه خدمات تضمینی و بیمه ای مود نیاز شرکتهای با حداقل سپرده گذاری و کارمزد کمک به تأمین نقدینگی تولید، ارائه تسهیلات برای تهیه زمین و ساختمان، ارائه تسهیلات برای خرید و نوسازی ماشین آلات تخفیف یا معافیت مالیاتی، پرداخت تسهیلات ارزی برای واردات مواد اولیه مورد نیاز، تدوین ساز و کارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی می باشد. این یافته با نتایج تحقیق ناصح که با عنوان مقایسه دیدگاه تعاون و

خود هدایتی و توانایی بهتر برای شکلگیری رفتار نوآورانه در درون یک شرکت شود. باج کانویولا و همکاران (۲۰۰۱) کمبود آموزش را به عنوان یک مانع برای یک کارآفرین مطرح می‌کنند (منوریان، ۱۳۹۱). مالیم^۸ ضعف آموزش و تحقیق را مهمترین مشکل تعاونی‌های تولیدی در ترکیه معرفی می‌کند. یکی از ابزارهای بسیار هم برای گسترش تعاونی‌های ورزشی در جامعه، کار فرهنگی است، یعنی ابتدا باید بینش و تفکر مردم را درباره این موضوع آماده کرد تا به آسانی مورد پذیرش قرار گیرد (مالیم، ۲۰۰۳). اگر زمینه‌های فکری و مبانی اخلاقی تعاونی در جامعه گسترش یابد و تعاون‌گرایی جزئی از منش مردم شود، در آن صورت تاسیس و گسترش تعاونی‌ها کار دشواری نخواهد بود (علی دوست قهفرخی، ۱۳۸۹؛ سرآبادانی، ۱۳۸۳). آموزش کارآفرینان و بخصوص مدیران می‌تواند زمینه ساز ارتقای توسعه و رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش گردد.

عامل شماره ۴ عوامل تولیدی می‌باشد که شامل: کمک به بهینه‌سازی خطوط تولید و کاهش هزینه‌ها (تکنیکهای مدیریت تولید)، کمک به ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی، کمک به تأمین مواد اولیه مرغوب، کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت می‌باشد. این یافته با نتایج تحقیق علیپور (۱۳۸۸) همخوان می‌باشد او در تحقیق خود به افزایش سطح تولید و کیفیت کالا به عنوان آخرین عامل تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط معرفی کرده است. فارسی یکی از موانع کارآفرینی در ورزش کشور را عدم توجه به تولید و کیفیت محصولات و خدمات ورزشی می‌داند. همچنین میزان رقابت در بازار ورزشی در زمینه تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری را از موانع توسعه محیط کسب و کارهای ورزشی می‌داند (فارسی، ۱۳۹۰).

از آنجا که کیفیت تولیدات ورزشی قابل‌ارایه توسط کارآفرینان عامل مهمی در ارتقای توان رقابت‌پذیری و کسب سهم بالایی از بازار است. پایین بودن سطح کیفیت تولیدات ورزشی در ایران و قیمت تمام شده بالاتر، باعث جذابیت بیشتر محصولات مشابه خارجی برای مصرف‌کنندگان داخلی می‌شود. توجه به کیفیت تولیدات ورزشی توسط تولیدکنندگان کالا و ارایه خدماتی ورزشی و حمایت دستگاه‌های ذی‌ربط می‌تواند نقش عمده‌ای در توسعه بنگاههای اقتصادی ایفا کند

(فارسی، ۱۳۹۰).

عامل شماره ۵ عوامل حمایتی که شامل: کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی، کمک برای شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، کمک به ارتقاء فعالیت‌های صادراتی و صدور محصولات به بازارهای خارجی، کمک به بهبود قابلیت‌های تجاری و ارتقاء فروش، ارائه خدمات در زمینه تحقیقات بازاریابی، ارائه خدمات در زمینه تجارت الکترونیک، دادن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی بعمل آمده از بنگاههای کوچک و متوسط، انجام حمایت‌های تجاری می‌باشد. این یافته همسو با تحقیقات زیر می‌باشد. سوری نیز در تحقیق خود بیان می‌دارد که بخش تعاونی در بنگاه‌های کوچک و متوسط از حمایت‌های دولتی، وام‌های بانکی و سایر خدمات حمایتی نسبت به کارگاه‌های خصوصی برخوردار نیستند (سوری، ۱۳۸۳). در تحقیق ناصح توسعه تعاونی‌ها را نیازمند سازوکارهای حمایتی، رفع موانع ساختاری و همچنین ارتباط بین نظام‌های آموزش و محیط کار می‌داند (ناصرح، ۱۳۹۰). ناصح مهمترین عوامل تاثیر گذار در توسعه و تشکیل بنگاه‌های کوچک و متوسط در قالب تعاونی را شامل: عوامل حمایتی - تشویقی، قانونی - ساختاری، آموزشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و عامل اطلاع‌رسانی فرهنگی می‌داند (ناصرح، ۱۳۹۳). افجه و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی و اولویت‌بندی حمایت‌های دولت از بنگاه‌های کوچک و متوسط را مهمترین اولویت را حمایت‌های مالی و اعتباری می‌داند و پس از آن حمایت‌های زیرساختی، حمایت‌های بازاریابی و حمایت‌های آموزشی و مشاوره‌ای را به عنوان اولویتهای بعدی معرفی می‌کند (افجه، ۱۳۹۰). عباسی و استادی نیز حمایت‌های دولت از تشکیل تعاونی‌ها را مهم ارزیابی کرده‌اند. عوامل حمایتی مانند: قوانین حمایتی برای رفع موانع سرمایه‌گذاری در این بنگاه‌ها، اطمینان خاطر و امنیت بیشتر برای فروش و بازاریابی محصولات، اعطای مشوق‌های مالیاتی و واکذاری وام‌های کم بهره و غیره می‌تواند زمینه ساز انگیزش، ترغیب و تشویق و مشارکت کارآفرینان و سرمایه‌گذاران در این بخش گردد (استادی، ۱۳۸۸؛ عباسی، ۱۳۸۸).

در مجموع ایجاد بنگاههای کوچک و متوسط در تمام صنایع بخصوص در صنعت ورزش در حال رونق بوده و با عنایت به نقش مهم این بنگاه‌ها در افزایش صادرات و ایجاد خلاقیت در ورزش به نظر می‌رسد که یکی از مهمترین شیوه‌ها جهت توسعه این بنگاه‌ها، توجه خاص سیاستگذاران ورزشی

باشد. لذا کارآفرینان داخلی با ایمن سازی اماکن و تاسیسات ورزشی با وسایل و تجهیزات مخصوص موجب رضایت بیشتر مردم برای مراجعه به مجموعه های ورزشی گردند.

همچنین آموزش یکی از عوامل موثر بر شکل گیری بنگاه های ورزشی می باشد. زیرا آموزش، خاص یک گروه یا منحصر به یک مقطع زمانی خاص نبوده، بلکه تمام مدیران و کارآفرینان در طول عمر کاری خود باید به طور دائم و مستمر، آموزش ببینند تا در سمتی که انجام وظیفه می کنند، حداکثر کار آیی و اثر بخشی را داشته باشند. یکی از عوامل موثر دیگر در گسترش این بنگاه ها، قدرت بازاریابی این بنگاه ها برای فروش محصولات خود است. عدم اطلاع از نیازهای بازار در داخل و خارج موجب شده که این بنگاه ها با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود روبرو شود و این موضوع در روند توسعه این بنگاه ها تاثیر گذار است. لذا پیشنهاد می شود صاحبان ورزشی با ترغیب تقاضا برای خرید محصولات داخلی با روشهای تبلیغات و مدیریت برند های ورزشی داخلی، زمینه رشد و شکوفای این صنایع ورزشی را در کشور فراهم نمایند.

به اهمیت و کارکرد این بنگاهها در ورزش می باشد. با توجه به یافته تحقیق که مهمترین عوامل شکل گیری این بنگاه ها، عوامل تکنولوژی است و از طرفی در بیشتر بنگاه های کوچک و متوسط به دلیل هزینه زیاد تکنولوژی های جدید ورزشی و عدم آشنایی با فناوری های جدید، کیفیت تولیدات و خدمات را از دست داده و توان رقابت با سایر بازارهای رقیب در سطح منطقه و جهان از دست می دهند. لذا اعطای تسهیلات در زمینه های گوناگون از جمله تسهیلات بانکی در زمینه خرید و نصب تجهیزات و یا تولید تجهیزات با کیفیت و ایجاد شبکه های ارتباطی با سایر رقیبا و بازاریابی مناسب جهت فروش تولیدات ورزشی باید مورد توجه نهادهای ورزشی قرار گیرد. فضاهای ورزشی مناسب و استاندارد، تجهیزات ورزشی کافی و استاندارد و آگاهی از امکانات ورزشی جدید یک امر ضروری و مهم در توسعه بنگاههای زود بازده می باشد. این بنگاه ها می توانند در تولید چمن مصنوعی، پوشاک ورزشی و تجهیزات بدنسازی و وسایل آزمایشگاهی در داخل کشور به فعالیت اقتصادی بپردازند. از آنجا که در کشور ما یکی از موانع رشد ورزش کمبود زیر ساختهای ورزشی و تکنولوژی مناسب می

منابع

- احسانی، محمد، عظیم زاده، سید مرتضی، کردنائیچ، اسدالله. (۱۳۹۴). بررسی ارتباط بین ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه و ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۸۲-۶۹
- استادی، حسین، علیرضا، علیرضا. (۱۳۸۸). "بررسی راهکارهای حمایت دولت از تشکیل و توسعه تعاونی ها از طریق اعطای تسهیلات بانکی مطالعه موردی استان کهگیلویه و بویراحمد". تعاون، سال بیستم، شماره ۲۰۶ و ۲۰۷، صص ۴۸-۵۸.
- افجه، سید علی اکبر، سجادی نایبی، سیدعلی. (۱۳۹۰). "بررسی و اولویت بندی انواع حمایت های دولتی از بنگاههای کوچک و متوسط". فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳، صص ۱۱۱-۸۵.
- اکبری، صفدر. (۱۳۸۳). "نگاهی به وضعیت اشتغال و بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی". ماهنامه کار و جامعه، شماره ۵۳، صص ۲۲-۲۷.
- پهلوانی، مصیب، کریم، محمد حسین، قربانی، حسین. (۱۳۸۷). "بررسی و نظرسنجی درباره مشکلات و توانمندی های بخش تعاون در استان سیستان و بلوچستان". فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۱، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۹.
- سرآبادانی، غلامرضا. (۱۳۸۳). "اقتصاد تعاونی در اسلام". فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۱۲۷-۱۰۵.
- سادات عقیلی، فریبا، طیبی، سید کمال، زمانی، زهرا، ابراهیمی، نسرين. (۱۳۹۱). اثر کارآفرینی و توسعه بنگاه های کوچک و متوسط بر اشتغال: چند کشور منتخب در حال توسعه. توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، صص ۱۴۵-۱۶۴
- سوری، علی. (۱۳۸۳). "کارآیی بخش های تعاونی، خصوصی و دولتی در کارگاه های بزرگ صنعتی". مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، سال شانزدهم، شماره ۳ و ۴، صص ۴۱-۶۲.
- شایقی، محمد (۱۳۸۶)، "نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور"، تهران: انتشارات آریا.
- طالبی، کامبیز، زارع یکتا، محمدرضا. (۱۳۸۷). "آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs) دانش بنیان". توسعه کارآفرینی، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۱۳.
- عباسی، محمد، قورچیان، ناد قلی. (۱۳۸۸). "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی های دانش آموختگان". فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال سوم، شماره ۲، صص ۱۴۲-۱۷۰.
- علیپور، حمیدرضا. (۱۳۸۸). "بررسی عوامل توانمندسازی بخش تعاون در استان گیلان با تأکید بر تقویت بنگاههای کوچک و متوسط". تعاون، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱، صص ۱۳۵-۱۴۷.
- علی دوست قهفرخی، ابراهیم، جلالی فراهانی، مجید، نادران، الیاس. (۱۳۸۹). "موانع توسعه تعاونی های ورزشی در ورزش

- حرفه ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر سیاست های کلی اصل ۴۴". مدیریت ورزشی (حرکت)، شماره ۷، ص ۳۴-۴۲.
- فرزین فر، مهرداد. (۱۳۸۴). " کارآفرینی و تعاون ". مجموعه مقالات منتخب اولین کنفرانس ملی تعاون اشتغال و توسعه، دانشگاه یزد.
- فروغی پور، حمید، مظفری، امیر احمد، اشرف گنجویی، فریده. (۱۳۸۶). ارزیابی و معرفی مهمترین اولویت کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست اندرکاران ورزش، پژوهش های کاربردی، شماره ۱۵، صص ۶۸-۵۵
- قاسم نژاد مقدم، نیما. (۱۳۸۹). ارزیابی میزان کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم، شماره اول، صص ۲۰-۱
- کاوسی، شراره. (۱۳۸۶). امکان سنجی ایجاد تعاونی های صنعتی کوچک و زود بازده با توجه به چشم انداز، طرح پژوهشی وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان گیلان.
- محمدی، سمیه، نورایی، طهمورث، شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۵). ارائه مدل معادلات ساختاری عوامل تاثیر گذار بر توسعه خرید اینترنتی کالاها و ورزشی، نشریه پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره ۴، ص: ۴۳-۵۴.
- معماری، ژاله، خبیری، محمد، حمیدی، مهرزاد، کاظم نژاد، انوشیروان، یداللهی، جهانگیر. (۱۳۸۸). مدل سازی هفت عاملی آمیخته بازاریابی صنعت خدمات ورزش ایران، پژوهش در علوم ورزشی، ۲۲، ۱۹۱-۱۷۳
- مقیمی، سید محمد؛ احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). "آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها". توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۱، صص ۲۴۵-۲۰۷
- منوریان، عباس، مقیمی، سید محمد، موحدی، مسعود، حسین زاده، ماشالله. (۱۳۹۱). تبیین حط مشی گذاری توسعه صادرات بنگاه های کوچک و متوسط با استفاده از راهبرد نظریه پردازان داده بنیاد، نشریه مدیریت دولتی، شماره ۳، صص ۱۴۴-۱۲۳.
- منوریان، عباس، مانیان، امیر، موحدی، مسعود، اکبری، محسن. (۱۳۹۳). بررسی عوامل تاثیر گذار بر توسعه تجارت الکترونیکی (مطالعه موردی بنگاه های کوچک و متوسط تهران)، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، شماره ۱، صص ۱۶۰-۱۴۵
- مهران فر، صفر. (۱۳۸۴). "بررسی شیوه های اشتغال دانش آموختگان دانشگاهی و افراد جویای کار در تعاونیها". مجموعه مقالات منتخب اولین کنفرانس ملی تعاون، اشتغال و توسعه، دانشگاه یزد.
- ناصح، مهتاب؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۰). "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تعاونیهای ورزشی در ایران". پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۸، صص ۵۱-۶۴
- ناصح، مهتاب، قهرمان تبریزی، کوروش، شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۳). مقایسه دیدگاه کارشناسان تعاون و صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه های کوچک و متوسط در قالب تعاونی، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۳، صص ۴۷۳-۴۵۹
- نظری قنبری، میثم، صابونچی، رضا. (۱۳۹۳). تحلیل نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت پذیری اقتصادی ورزش استان های غرب کشور، نشریه مطالعات مبنای مدیریت در ورزش، شماره ۲، صص ۹۷-۹۳
- نکویی نائینی، علی، علی بیگی، امیر حسین، زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۸). "واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی های روستایی شهرستان کرمانشاه". فصلنامه روستا و توسعه، سال دوازدهم، شماره ۴، صص ۲۲-۱.
- وحیدزاده، علی. (۱۳۸۳). "آسیب شناسی مدیریت در شرکت تعاونی". نشریه تعاون، شماره ۱۵۹، صص ۶۴-۶۰
- یداللهی فارسی، جهانگیر، غلامی، ناصر، حمیدی، مهرزاد، کنعانی، علی. (۱۳۹۰). مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور، توسعه کار آفرینی، شماره ۱۲، صص ۱۲۴-۱۰۵

REFERENCES

- Boheim, R., Stiglbaure, A. and Winter-Ebmer R., (2009), "On the Persistence of Job Creation in Old and New Firms". Economics Letters 105, pp. 17-19.
- Carson, D. (2005). Towards a Research Agenda. Academy of Marketing Marketing/Entrepreneurship Interface SIG January, 7(5).
- Gencturk, E.F., Kotabe, M. (2001), The effect of export assistance program usage on export performance: a contingency explanation. Journal of International Marketing, 9 (2): 51-72.
- Holt, M. (2007). "The ownership and control of elite club competition in european football". Soccer and society, Vol. 8 (1). PP: 50-67.
- Kauffman Foundation Research Series (2010): "Firm Formation and Economic Growth", Tim Kane, Ewing Marion Kauffman Foundation, the Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction.
- Mülayim, Z. G. (2003). "cooperative, Yetkin Yayınları". Ankara, pp: 125-128.

- Simpson, M., Taylor, N., & Padmore, J. (2011). Marketing in SME: an Introduction. Entrepreneurship Marketing, Principle and Practice of SME Marketing, Routledge, 1-10.
- Svetlicic, M., & et al. (2007), "Internationalization of Small and Medium – size Enterprises from selected central European economies", Eastern European Economics, Vol.45, No.4, pp.36-65.
- Yeh-Yun Lin, & Zhang, J., (2005), "Changing Structures of SME Networks: Lessons from the Publishing Industry in Taiwan, long range planning , NO.38,PP.145-162