

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

علی نقی غلامی^۱، علیرضا زارع^{۲*}، اکبر قلاوند^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 Iranian Sport Industry

A. N. Gholami^{1*}, A. Zare², AGhalavand³, R. ShirAli⁴

1. Faculty Member Of Sport 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 aware people of 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. The questionnaire was a researcher-made questionnaire that its face validity and construct validity and reliability were confirmed. To analyze the data The research methods of exploratory factor analysis and path analysis by SPSS and AMOS software were used. 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 Iranian 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

Technology factors, small and medium enterprises, facilitation factors, Formation.

چکیده

هدف از مقاله حاضر بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور می‌باشد. روش تحقیق حاضر پیمایشی از نوع کاربردی بوده که به 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 ساخته‌ای بود که روایی صوری و روایی سازه و همچنین پایایی آن مورد تأیید 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 تأثیر ۰/۴۵۹ بیشترین تأثیر 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 تأکید داشتند.

واژگان کلیدی

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

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، مشتری مداری و مانند این‌ها، اداره امور را در بخش عمومی با چالش‌های جدیدی روبرو کرده است. از جمله راه‌کارهای مؤثر دولتی برای رویارویی با این چالش‌ها، روی آوردن به بحث کارآفرینی در جامعه است (قاسم نژاد، 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^۱، 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 تأمین کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند. از طرف دیگر این بنگاه‌ها با صادرات قابل توجه نقش مؤثری در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند، به گونه‌ای که امروزه تقریباً همه کشورهای سعی در توسعه این بنگاه‌ها در ساختار صنعتی خود دارند. وجود چالش‌های محیطی و تغییر در فرآیندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته‌تر ساخته است و سیاست‌های کوچک سازی، برون سپاری فعالیت‌ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است (اسوتلیسیک^۲، ۲۰۰۷، ۳۸). با توجه به موقعیت کنونی کشور و فقدان انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری برای ایجاد صنایع بزرگ توسط بخش خصوصی از یکسو و طرح‌های کاهش تصدی دولت در امور اقتصادی از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که کمک به ادامه حیات واحدهای تولیدی کوچک و متوسط موجود و ایجاد شرایط مناسب برای راه‌اندازی واحدهای جدید توسط کارآفرینان بالقوه، از جمله راه‌های مؤثر برای تحرک بخشیدن به فعالیت‌های 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 بازاری محسوب می‌شوند (سیمیسون^۳، 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 می‌نماید (کرسون^۴، ۲۰۰۵ و داس^۵، ۲۰۰۶). 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^۶، 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 تأمین کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند (استیونس^۷، 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 کشاورزی و صنعت و معدن متولی SME ها می‌باشد. تعاونی‌های کوچک و متوسط نوعی تشکل تعاونی است که

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

1. Yeh-Yun Lin & Zhang
2. Svetlicic

۳۵ استاد دانشگاهی با مدرک دکتری مدیریت ورزشی، تعداد ۴۸ نفر از مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط شهر شیراز تحقیق مشخص گردیدند ($n=۸۳$). در نهایت تعداد ۷۸ پرسش‌نامه برگشتی مورد بررسی قرار گرفت. در این تحقیق از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد که در بخش اول، شامل مشخصات فردی (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات و...) و بخش دوم آن را پرسش‌نامه عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط را تشکیل داد. و در ۵ خرده‌مقیاس عوامل تسهیلاتی، عوامل حمایتی، عوامل تکنولوژی، عوامل تولیدی و عوامل آموزشی دسته‌بندی شد. پرسش‌نامه بر اساس مقیاس ۷ ارزشی لیکرت تنظیم گردید. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی سؤال‌ها از نظرات چندین نفر از اساتید مدیریت ورزشی، که در این زمینه تخصص داشتند، استفاده شد. همچنین اعتبارسازه پرسش‌نامه مذکور نیز توسط تحلیل عاملی اکتشافی مورد تأیید قرار گرفت و پایایی پرسش‌نامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که در جدول ۱ گزارش داده شده است. برای تجزیه و تحلیل آماری استنباطی از تحلیل عامل اکتشافی و تحلیل مسیر استفاده گردید.

جدول ۱. مقادیر میانگین، انحراف معیار و پایایی ابعاد عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط

عوامل	تعداد گویه‌ها	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب آلفای 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

یافته‌های پژوهش

به منظور دسته‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط از تحلیل عامل اکتشافی استفاده گردید. نتیجه آزمون کفایت نمونه برداری کیزر، می‌یر، ال‌کین، میزان $۰/۸۱۲$ را نشان داد. آزمون کرویت بارتلت در سطح ۹۹ درصد

گروهی از افراد متقاضی با اتحاد یکدیگر کارگاه‌های تولیدی در حیطه فعالیت‌های صنعتی تشکیل می‌دهند و با استفاده از اصول و قواعد نهضت تعاونی‌های تولیدی - صنعتی خویش را اداره می‌کنند و از سوی وزارت تعاون در راستای سیاست‌های اقتصادی و صنعتی کشور هدایت و حمایت می‌شوند. براین اساس، پژوهش حاضر، برای شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط، از دیدگاه صاحب‌نظران انجام می‌گیرد و در پی پاسخ به این پرسش است که عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط چیست؟؟ اولویت‌بندی هر یک از عوامل از نظر صاحب‌نظران چگونه است؟

در زمینه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط چندین تحقیق انجام شده است. ناصح و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان مقایسه دیدگاه‌های کارشناسان تعاون و صاحب‌نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاون به این نتیجه رسیدند که توافق در دیدگاه‌های هر دو گروه کارشناسان و صاحب‌نظران دانشگاهی را در خصوص اهمیت عوامل حمایتی - تشویقی، قانونی - ساختاری، آموزشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و عامل اطلاع‌رسانی - فرهنگی به عنوان مهمترین عوامل تأثیرگذار در توسعه و تشکیل بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی، نشان داد. احسانی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان ویژگی‌های 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 وجود 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 تأهل و سطح تحصیلات با ایجاد کسب و کار ارتباط معناداری مشاهده نشد. عظیم‌زاده (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 سرمایه‌ای با ایجاد کسب و کار ورزشی نقش مؤثری ایفا می‌کند.

روش پژوهش

روش تحقیق حاضر پیمایشی از نوع کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی اساتید دانشگاهی و کارآفرینان و افراد آگاه در این حوزه بودند. بدین منظور تعداد

همانطور که در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد ارائه خدمات تضمینی و بیمه‌ای مود نیاز شرکت‌ها با حداقل سپرده‌گذاری و کارمزد با بار عاملی ۰/۸۰۵ مهم‌ترین گویه و تدوین سازوکارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی با بار عاملی ۰/۵۲۱ کم اهمیت‌ترین گویه در بین عوامل حمایتی بوده است.

مقدار ویژه عامل دوم حدود ۴ درصد می‌باشد که تقریباً ۲۰ درصد کل واریانس را شامل می‌شود. با توجه به گویه‌های بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل حمایتی نام‌گذاری گردید. جدول شماره ۴ گویه‌های بارگذاری شده در این ویژگی‌ها را نشان داده است.

جدول ۴. گویه‌های مربوط به عوامل حمایتی و مقدار بار عاملی

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

همانطور که در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی با بار عاملی ۰/۷۹۶ مهم‌ترین گویه و انجام حمایت‌های تجاری با بار عاملی ۰/۵۱۳ کم اهمیت‌ترین گویه در بین عوامل حمایتی بوده است.

اطمینان معنادار شد. نتایج آزمون‌های کیزر- می‌یر- ال‌کین و بارتلت نشان داد که داده‌های تحقیق حاضر برای تحلیل عاملی مناسب می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که در کل ۴۵ عامل ۸۳/۸۳۵ درصد از واریانس‌های کل سوالات را در بر گرفت (جدول شماره ۲).

جدول ۲. مجموع واریانس‌های 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 می‌باشد که تقریباً ۲۹ درصد کل واریانس را شامل می‌شود. با توجه به گویه‌های بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تسهیلاتی نام‌گذاری گردید. جدول شماره ۳ گویه‌های بارگذاری شده در این ویژگی‌ها را نشان داده است.

جدول ۳. گویه‌های مربوط به عوامل تسهیلاتی و مقدار بار عاملی

ردیف	نام گویه	مقدار بار عاملی هر گویه
۱	ارائه خدمات تضمینی و بیمه‌ای مود نیاز شرکت‌ها با حداقل سپرده‌گذاری 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 و نوسازی ماشین‌آلات	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 بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی	۰/۵۲۱

جدول ۶. گویه‌های مربوط به عوامل تولیدی و مقدار بار عاملی

مقدار بار عاملی هر گویه	نام گویه	ردیف
۰/۷۵۲	کمک به بهینه‌سازی خطوط تولید و کاهش هزینه‌ها (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

مقدار ویژه عامل پنجم حدود ۱ درصد می‌باشد که تقریباً ۱۰ درصد کل واریانس را شامل می‌شود. با توجه به گویه‌ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل آموزشی نام‌گذاری گردید. جدول شماره ۷ گویه‌های بارگذاری شده در این ویژگی‌ها را نشان داده است.

جدول ۷. گویه‌های مربوط به عوامل آموزشی و مقدار بار عاملی

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

همانطور که در جدول شماره ۷ نشان می‌دهد کمک به اجرای دوره‌های آموزشی با بار عاملی ۰/۷۰۳ مهم‌ترین گویه و ارائه خدمات مشاوره حقوقی با بار عاملی ۰/۵۸۷ کم اهمیت‌ترین گویه در بین عوامل تکنولوژی بوده است. به منظور بررسی و میزان اهمیت هر یک از این ۵ عامل شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. نتایج این آزمون در جدول شماره ۷ و ۸ نمایش داده شده است.

همان‌طور که جدول شماره ۷ نشان می‌دهد عوامل تکنولوژیکی با اثر کلی ۰/۴۹۸ بیشترین تأثیر را بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط دارد. شکل شماره ۱ مدل نهایی تحقیق حاضر را به نمایش گذاشته است.

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 ۱ تأثیرات متغیرها بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط را نشان می‌دهد.

مقدار ویژه عامل سوم حدود ۳ درصد می‌باشد که تقریباً ۱۳ درصد کل واریانس را شامل می‌شود. با توجه به گویه‌ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تکنولوژی نام‌گذاری گردید. جدول شماره ۵ گویه‌های بارگذاری شده در این ویژگی‌ها را نشان داده است.

جدول ۵. گویه‌های 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 آلات تولیدی	۵
۰/۵۰۱	اطلاع رسانی در مورد تکنولوژیهای جدید و پیشرفته	۶

همانطور که در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد ارائه خدمت مشاوره ای در طراحی محصول و فرایندهای تولید با بار عاملی ۰/۷۸۵ مهم‌ترین گویه و اطلاع رسانی در مورد تکنولوژیهای جدید و پیشرفته با بار عاملی ۰/۵۰۱ کم اهمیت‌ترین گویه در بین عوامل تکنولوژی بوده است.

مقدار ویژه عامل چهارم حدود ۲ درصد می‌باشد که تقریباً ۱۱ درصد کل واریانس را شامل می‌شود. با توجه به گویه‌ها بارگذاری شده این عوامل به عنوان عوامل تولیدی نام‌گذاری گردید. جدول شماره ۶ گویه‌های بارگذاری شده در این ویژگی‌ها را نشان داده است.

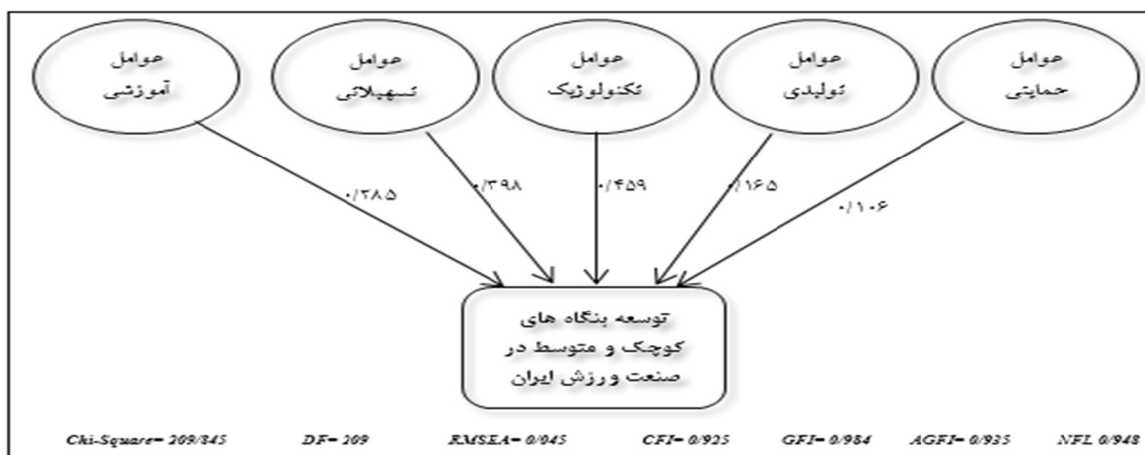
همانطور که در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد کمک به بهینه‌سازی خطوط تولید و کاهش هزینه‌ها (تکنیک‌های مدیریت تولید) با بار عاملی ۰/۷۵۲ مهم‌ترین گویه و کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت با بار عاملی ۰/۵۶۷ کم اهمیت‌ترین گویه در بین عوامل تولیدی بوده است.

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

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



شکل ۱. مدل نهایی تحقیق

بحث و نتیجه گیری

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

تعاونی‌ها را مهم‌ترین ضعف تعاونی‌ها می‌داند (وحیدزاده، ۱۳۸۳؛ معران فر، ۱۳۸۴). ناصح تسهیلات به موقع و به اندازه را عامل اصلی در شکل‌گیری تعاونی‌ها می‌داند (ناصر، ۱۳۹۳). از آنجا که ساختار این بنگاه‌های کوچک و متوسط، حجم سرمایه آنها کم و ورود به بازارهای بورس هم برای آنها تعریف نشده، لذا این بنگاه‌ها نیازمند تسهیلات مناسبی از سوی دولت برای بقا می‌باشند. از طرفی اعطای این تسهیلات باید با نظارت‌های کافی صورت گیرد. زیرا اعطای این تسهیلات بدون نظارت مناسب می‌تواند 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 دوره‌های آموزشی، ارائه خدمات مشاوره مالی، انجام حمایت‌های مدیریتی، ارائه خدمات مشاوره حقوقی می‌باشد. 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 تأمین نیازهای اولیه و سرمایه مورد نیاز، بستری برای پیدایش تعاونی‌های خودجوش فراهم نیست (نیکویی، ۱۳۸۸). ضعف مدیریت تعاونی به دلیل عدم آموزش کافی درباره فعالیت‌های تولیدی، را سبب کندی رشد تعاونی‌ها ذکر کرده است (علی دوست قهفرخی، ۱۳۸۹؛ پهلوانی ف ۱۳۸۷). ناصح عوامل آموزشی را به عنوان عوامل تأثیرگذار در توسعه و تشکیل بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی می‌داند (ناصر، ۱۳۹۳). وحیدزاده یکی از علل شکست تعاونی‌ها را پایین بودن تحصیلات مدیران و فقدان آموزش آنها معرفی می‌کند (وحیدزاده، ۱۳۸۳). عباسی بر نقش آموزش و کارروزی دانشجویان در راستای توسعه تعاونی‌های دانش‌آموختگان را مورد تأکید قرار می‌دهد (عباسی، ۱۳۸۸). همچنین تحقیق اکبری، طالبی، مقیمی هم‌خوان با این یافته می‌باشد (ناصر، ۱۳۹۳؛ مقیمی، ۱۳۸۷؛ طالبی، ۱۳۸۷؛ اکبری، ۱۳۸۳). لولین و ویلسن (۲۰۰۳) بیان می‌دارند که آموزش ممکن است باعث ارتقای ظرفیت، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، خود هدایتی و توانایی بهتر برای شکل‌گیری رفتار نوآورانه در درون یک شرکت شود. باج کانویالا و همکاران (۲۰۰۱) کمبود آموزش را به عنوان یک مانع برای یک کارآفرین مطرح می‌کند (منوریان، ۱۳۹۱). مالیم^۸ ضعف آموزش و تحقیق را مهم‌ترین مشکل تعاونی‌های

تکنولوژی‌های جدید می‌باشد. 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 بنگاه‌های کوچک و متوسط معرفی می‌کند (علیپور، ۱۳۸۸، ۱۴۸). ناصح در تحقیق خود با عنوان مقایسه دیدگاه تعاون و صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی به این نتیجه رسیدند که بهره‌گیری از تجهیزات فناوری و تکنولوژی و گسترش ارتباطات شبکه‌ای از عوامل مهم در به وجود آمدن بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی می‌باشد (ناصر، ۱۳۹۳، ۴۶۰). در تحقیق فروغی‌پور به ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش کشور پرداخته و یکی از زمینه‌های اصلی کارآفرینی در ورزش را ساخت و تولید تجهیزات ورزشی می‌داند (فروغی‌پور، ۱۳۸۶، ۵۵). آلن تاملینسون (۲۰۰۲) در مقاله خود، به یکی از تجهیزات ورزشی یعنی پوشش ماهواره‌ای فعالیت‌های ورزشی و به تأثیر این تکنولوژی در توسعه ورزش و روش‌های برقراری ارتباط و نمایش لحظه به لحظه بازی پرداخته است. او بیان می‌دارد، این تکنولوژی جدید خود سبب فعالیت‌های اقتصادی سودآور و اشتغال تعداد زیادی از افراد شده است (فروغی‌پور، ۱۳۸۶، ۶۳). با توجه به اینکه ساخت و تولید تکنولوژی‌های جدید ورزشی با رونق فراوانی روبرو شده، از طرفی هم با گرانی دستگاه‌ها و وسایل آزمایشگاهی ورزشی و لوازم بدنسازی خارجی، این مسأله می‌تواند به انگیزه‌ای برای تولیدکنندگان داخلی در بنگاه‌های کوچک و متوسط تبدیل شود و سبب تلاش برای تولید این تجهیزات ورزشی گردد (فروغی‌پور، ۱۳۸۶، ۶۳).

عامل شماره دو عوامل تسهیلاتی که شامل: ارائه خدمات تضمینی و بیمه‌ای مورد نیاز شرکت‌ها با حداقل سپرده‌گذاری 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 سازوکارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی می‌باشد. این یافته با نتایج تحقیق ناصح با عنوان مقایسه دیدگاه تعاون و صاحب نظران مدیریت ورزشی در خصوص توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی در قالب تعاونی همخوان می‌باشد (ناصر، ۱۳۹۳، ۴۶۰). علیپور در اولویت‌بندی عوامل توانمندسازی، عامل تسهیلات بانکی و غیر بانکی را به عنوان یکی از عوامل توانمندسازی بنگاه‌ها معرفی می‌کند (علیپور، ۱۳۸۸، ۱۴۸). وحیدزاده ضعف بنیه مالی

تولیدی در ترکیه معرفی می‌کند. یکی از ابزارهای بسیار مهم 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 مبنای اخلاقی تعاونی در جامعه گسترش یابد و تعاون‌گرایی جزئی از منش مردم شود، در آن صورت تأسیس و گسترش تعاونی‌ها کار دشواری نخواهد بود (علی دوست قهفرخی، ۱۳۸۹؛ سرآبادانی، ۱۳۸۳). آموزش کارآفرینان و بخصوص مدیران می‌تواند زمینه‌ساز 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 ارائه خدمات‌های 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 به‌عمل 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 (ناصر ف ۱۳۹۰). ناصح مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار 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 (ناصر، 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 واگذاری وام‌های کم بهره و غیره می‌تواند زمینه‌ساز 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 به‌خصوص 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 به اهمیت و کارکرد این بنگاه‌ها در ورزش می‌باشد. با توجه به یافته تحقیق که مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری این بنگاه‌ها، عوامل تکنولوژی است و از طرفی در بیشتر بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل هزینه زیاد تکنولوژی‌های جدید ورزشی و عدم آشنایی با فناوری‌های جدید، کیفیت تولیدات و خدمات را از دست داده و توان رقابت با سایر بازارهای رقیب در سطح منطقه و جهان از دست می‌دهند. لذا اعطای تسهیلات در زمینه‌های گوناگون از جمله تسهیلات بانکی در زمینه خرید و نصب

های ورزشی می‌باشد. 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 می‌کنند، حداکثر کارایی و اثر بخشی را داشته باشند. یکی از عوامل مؤثر دیگر در گسترش این بنگاه‌ها، قدرت بازاریابی این بنگاه‌ها برای فروش محصولات خود است. عدم اطلاع از نیازهای بازار در داخل و خارج موجب شده که این بنگاه‌ها با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود روبرو شوند و این موضوع در روند توسعه این بنگاه‌ها تأثیر گذار است. لذا پیشنهاد می‌شود صاحبان ورزش با ترغیب تقاضا برای خرید محصولات داخلی با روشهای تبلیغات و مدیریت برندهای ورزشی داخلی، زمینه رشد و شکوفایی این صنایع ورزشی را در کشور فراهم نمایند.

تجهیزات و یا تولید تجهیزات با کیفیت و ایجاد شبکه‌های ارتباطی با سایر رقبا 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 می‌باشد. این بنگاه‌ها می‌توانند 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 می‌باشد. لذا کارآفرینان داخلی با ایمن سازی اماکن و تأسیسات ورزشی با وسایل و تجهیزات مخصوص می‌توانند موجب رضایت بیشتر مردم برای مراجعه به مجموعه‌های ورزشی گردند. همچنین آموزش یکی از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه

منابع

- اسدانی، محمد؛ عظیم زاده، سید مرتضی؛ کردنائیچ، اسدالله (۱۳۹۴). «بررسی ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی»، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۸۲-۶۹
- استادی، حسین؛ علیزاده، علیرضا (۱۳۸۸). «بررسی راهکارهای حمایت دولت از تشکیل و توسعه تعاونی‌ها 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 نایینی، سیدعلی (۱۳۹۰). «بررسی و اولویت بندی انواع حمایت‌های 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 توانمندی‌های 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 عقلی، فریبا؛ طیبی، سید کمال؛ زمانی، زهرا؛ ابراهیمی، نسرين (۱۳۹۱). «اثر کارآفرینی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط بر اشتغال: چند کشور منتخب در حال توسعه». توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، صص ۱۴۵-۱۶۴
- سوری، علی (۱۳۸۳). «کارایی بخش‌های تعاونی، خصوصی و دولتی در کارگاه‌های 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، نادقلی (۱۳۸۸). «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی‌های دانش‌آموختگان». 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 تعاونی‌های ورزشی در ورزش حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر سیاست‌های کلی اصل ۴۴». مدیریت ورزشی (حرکت)، شماره ۷، صص 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، امیراحمد؛ اشرف گنجوی، فریده (۱۳۸۶). «ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش». پژوهش‌های 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). *امکان‌سنجی ایجاد تعاونی‌های صنعتی کوچک و زودبازده با توجه به چشم‌انداز، 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 کالاهای ورزشی»، نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره ۴، صص: ۴۳-۵۴.
- معماری، ژاله؛ خیبری، 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 خط‌مشی گذاری توسعه صادرات بنگاه‌های 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 تأثیر 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». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۸، صص ۵۱-۶۲.
- 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 رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان های غرب کشور». نشریه مطالعات مبنایی 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 کارآفرینی، شماره ۱۲، صص ۱۲۴-۱۰۵.
- 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.
- Mülâyim, 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