



Competitiveness and Growth of Small and Medium-Sized Sports Businesses

Sargol Alizadeh¹, Zahra Nobakht^{*2}, Nima Majedi³

Received: Dec 15, 2019

Accepted: Mar 04, 2020

Abstract

Objective: The purpose of the present study was to examine the competitiveness and growth of small and medium-sized sports businesses.

Methodology: The research method was quantitative (descriptive-correlational) conducted in two phases of Delphi and survey. The statistical population consisted of faculty members of the faculties of physical education and management with specialization in sport entrepreneurship and business management. In the first step, the researcher identified and categorized by comparative study of conceptual model of exogenous factor relationships in the form of 9 main factors and 23 items; endogenous factors in the form of 8 main factors with 48 items and competitiveness index in 9 dimensions with 28 items in sport business level. Then a Delphi panel of 21 accredited sports business experts and ultimately 180 sports business owners responded to the tool.

Results: The results of structural equation modeling analysis showed that the effect of exogenous factors on competitiveness and growth of businesses had more effect on endogenous factors than on endogenous factors, respectively. Generally, customer satisfaction, productivity, future capabilities, financial indices, contract growth, employee satisfaction, community satisfaction explained significantly constructs of competitiveness.

Conclusion: The conceptual model of competitiveness mutual relations creates a new approach in the analysis of competitive variables and enables managers to better understanding the relevance of competitiveness factors and indices to the development of an internal competitiveness measurement system for sports businesses to analyze performance and factors of their competitiveness.

Keywords: small and medium-sized sports businesses, competitiveness, growth.

1. PHD Student, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Department of Physical Education & Sport Sciences, Qazvin, Iran.

2,3. Assistant Professor, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Department of Physical Education & Sport Sciences, Qazvin, Iran

* Corresponding author's e-mail address: nobakht11@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction and State of Problem

Since competitiveness plays an important role in the growth of small and medium-sized sports businesses and causes value added, job creation, rapid response to environmental changes and thus sustainable development in the sports industry, this research seeks to determine the factors that play a role in improving and strengthening the competitive ability and development of these businesses.

Methodology

In the first step, the researcher presented a conceptual model of interaction between effective exogenous and endogenous factors of competitiveness and its indicators at the business level by comparative study of theoretical researches; Exogenous factors were identified and categorized into 9 main factors, 23 sub-factors, endogenous factors in the form of 8 main factors with 48 sub-factors and finally competitiveness index in 9 dimensions with 28 items. Then, it was validated in a Delphi panel of 21 sports business experts and finally tested it among the owners of 180 sports businesses.

Results

The results of structural equation modeling analysis showed that each of the factors and components of competitiveness with what priority and to what extent affects the growth of sports businesses. Among exogenous factors respectively the amount of effects, dimensions, political issues, macroeconomic conditions, regulatory environment, international dimensions, technological position, competitive environment, characteristics of the sports industry, and social and cultural factors were significantly explaining the effective factors of exogenous. Among the exogenous dimensions respectively the amount of effect, dimensions of institutional relations, financial capacity, marketing, human resource management, innovation, technology, strategic management, project management were significantly explaining the effective factors of exogenous. Among the dimensions of competitiveness index were the amount effect, overall performance, customer satisfaction, productivity, future capabilities, financial indicators, contract growth, employee satisfaction, and community satisfaction, respectively. From the perspective of sports business owners, exogenous factors have more effect on competitiveness and business growth than endogenous factors. Also, comparing the effect of factors on competitiveness and growth, the contribution of the effect of most effective factors on competitiveness can be considered.

The choice of methods of growth of sports businesses depends on the level of recognition of 1) vital factors affecting competitiveness, 2) indicators that affect the current position and 3) very suitable actions for maintaining or improving the position.

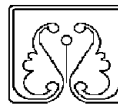
Discussion and Conclusion

This research, due to the comprehensiveness of the factors and indicators, has provided the basis for future studies in the field of competitiveness of sports businesses. The competitiveness reciprocal relationship model has provided a new perspective for analyzing the variables that shape competitive business performance, so managers can have a greater understanding of the relationship between competitiveness factors and indicators, thus providing a clear image about the growth of their business. The next step in this direction is to develop a competitiveness assessment system for domestic use in sports businesses that allows them to review and analyze their performance and competitiveness factors.

Keywords: Sports Business, Competitiveness, Growth, Endogenous Factors, Exogenous Factors.

References

1. Abdolmaleki, H., & Mirzazadeh, Z. (2015). Investigating and prioritizing the factors affecting the establishment of a knowledge management system in the Ministry of Sport and Youth. *Organizational Behavior Management Studies in Sport*, 2 (5), 97-104. [Persian]
2. Ariboun, A., Abdollah Zadeh, G., Sharifzadeh, A., & Mohseni, A. (2010) Identifying and Prioritizing the Determinants of Business Entrepreneurship, *Entrepreneurship Development*, 2(8), 65-97. [Persian]
3. Azimzadeh, S. M., Asadollah Kadayaj, M., & Kouzehchian, H. (2014). Explain a conceptual model for creating small and medium-sized sports businesses. *Sport Management Studies*, 22 (1), 189-208. [Persian]
4. Azimzadeh, S. M., Kozhian, H., Mohammad-Kurdnaij, A., & Pitts, B. (2014). A model for launching small and medium-sized sports businesses. *Sport Management and Development*, (4), 51-68. [Persian]
5. Barashkova, E. (2018). Analysis of Construction Company's Competitiveness Factors and Development of Its Competitive Strategy. Department of Economics and Management in Civil Engineering, Czech Technical University.



رقابت‌پذیری و رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی

سرگل عزیزاده^۱، زهرا نوبخت^{۲*}، نیما ماجدی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۲۴

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر رقابت‌پذیری و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی بود. **روش‌شناسی:** روش تحقیق حاضر از نوع کمی (توصیفی-همبستگی) و در دو فاز دلفی و پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری شامل اعضای هیأت علمی دانشکده های تربیت بدنی و مدیریت با تخصص کارآفرینی و مدیریت کسب و کار ورزشی بودند. در گام نخست با بررسی تطبیقی پژوهش‌ها، مدل مفهومی روابط عوامل برون‌زا در قالب ۹ عامل اصلی و ۲۳ گویه؛ عوامل درون‌زا در قالب ۸ عامل اصلی با ۴۸ گویه و شاخص رقابت‌پذیری در ۹ بعد با ۲۸ گویه در سطح کسب و کارهای ورزشی شناسایی و دسته‌بندی شد. سپس در پیل دلفی متشکل از ۲۱ خبره کسب و کار ورزشی اعتبارسنجی و درنهایت صاحبان ۱۸۰ کسب‌وکار ورزشی به این ابزار پاسخ دادند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد از نظر صاحب‌نظران به ترتیب میزان اثر عوامل موثر برون‌زا نسبت بر عوامل درون‌زا بر رقابت‌پذیری و رشد کسب و کارها اثر بیشتری دارد. همچنین در میان ابعاد رقابت‌پذیری به ترتیب میزان اثر عملکرد کلی، رضایت مشتری، بهره‌وری، قابلیت‌های آتی، شاخص‌های مالی، رشد قراردادهای رضایت کارکنان، رضایت جامعه به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده سازه رقابت‌پذیری بودند. **نتیجه‌گیری:** مدل مفهومی روابط متقابل رقابت‌پذیری و رشد، موجب ایجاد رویکردی جدید در تحلیل عوامل و شاخص‌های آن و در نتیجه درک بیشتر مدیران در جهت رشد و توسعه سیستم سنجش رقابت-پذیری در سطح کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی است.

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی، رقابت‌پذیری و رشد

۱. دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، قزوین، ایران، ۲ و ۳. استادیار دانشگاه

آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، قزوین، ایران.

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: nobakht11@yahoo.com

مقدمه

اقتصادهای ملی و محلی به موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط وابسته هستند، زیرا آن‌ها منبع اصلی رشد مشاغل جدید محسوب می‌شوند. از این رو، انعطاف‌پذیری و سازگاری آن‌ها در شرایط اقتصادی معاصر به‌طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است. در حقیقت، در مقایسه با افزایش ۱۳٪ در تعداد بنگاه‌های بزرگ بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۸ تعداد کسب و کارهای کوچک و متوسط^۱ در همان مدت ۴۷٪ افزایش یافته است (چشم‌انداز مشاغل کوچک^۲، ۲۰۱۹). با توجه به تغییراتی که در فضای کسب‌وکار ورزشی در دهه‌های اخیر رخ داده، ضرورت توجه به مزیت رقابتی و توان رقابت با کسب‌وکارهای دیگر، مسأله‌ای است که ذهن پژوهشگران و صاحبان کسب‌وکار را در حوزه ورزش به خود مشغول داشته است. رقابت در سازمان شامل بازدهی محصولات، بهره‌وری تولید، موقعیت مالی و اثربخشی سازمان، افزایش خرید و فروش و تحریک تقاضا است (سیبل^۳، ۲۰۱۵). ضعف در رقابت‌پذیری یکی از مشکلات کسب‌وکارهای ورزشی است. از دلایل اصلی این مشکل، نبود رویکرد مشخص نسبت به عوامل افزایش توان رقابتی آن‌هاست. ویژگی‌هایی نظیر محدودیت منابع، تمرکز محلی، محدودیت حوزه جغرافیایی، و مقاومت اندک در برابر تغییرات، کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی را دستخوش آسیب‌پذیری بیشتری نسبت به رقبای خود قرار داده است. آنچه بیش‌ازپیش به‌عنوان ضرورت

مطرح می‌شود مطالعه عواملی است که تقویت آن‌ها می‌تواند قدرت پایداری و بلندگاری در بازار رقابتی را بهبود بخشد و در شرایط متزلزل کنونی یاری‌رسان صاحبان کسب و کارهای ورزشی باشد (نوبخت و همکاران، ۱۳۹۳).

در دنیای رقابتی امروز دیگر کسب و کار نمی‌تواند به حفظ یک روند ثابت طی مدت زمان طولانی متکی باشد و برای بقا و حفظ و بهبود جایگاه خود نسبت به بنگاه‌های دیگر ناچار از رشد مستمر هستند. این رشد می‌تواند در عرصه‌های مختلف نظیر رشد فروش، رشد سهم بازار، رشد دارایی و رشد منابع انسانی و غیره صورت پذیرد (تورفس^۴، ۲۰۱۹) و از آنجاکه رقابت‌پذیری نقش حائز اهمیتی را در رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی ایفا می‌کند موجب ارزش‌افزوده، اشتغال‌زایی، پاسخگویی سریع به تغییرات محیطی و در نتیجه توسعه پایدار در صنعت ورزش می‌شود (هوگینز^۵ و همکاران، ۲۰۱۹، توکر^۶ و همکار، ۲۰۱۷). مفهوم رشد در کسب و کارها به دو معنا دلالت دارد، مفهوم اول، که در آن به رشد عملکرد نظیر رشد تولید و رشد فروش تمرکز شده است؛ در مفهوم دوم، منظور از رشد اندازه بنگاه و بهبود کیفیت ناشی از فرآیند توسعه آن است. کسب و کارها به روش‌های مختلف رشد می‌کنند، دامنه این روش‌ها از حالت رشد در اندازه کسب و کار با تمرکز بر مدیریت عوامل داخلی کسب کار گرفته تا خرید اکثریت سهام یک کسب و کار دیگر یا ادغام در کسب و کار دیگر را پوشش می‌دهد (پنروز^۷، ۲۰۰۹).

5 Huggins et al.

6 Tukker et al.

7 Penroz

1 Small And Medium-Size Enterprises

2 Small Business Outlook

3 Sibel

4 Torfs

استراتژی‌شان هستند (عظیمی دلار و همکاران، ۱۳۹۶). هر چند مرور پیشینه نشان می‌دهد، عوامل مؤثر رقابت‌پذیری کسب‌وکارها در حوزه‌های دیگر سبب طبقه‌بندی‌های متفاوتی شده است که می‌توان به رویکرد غالب، رویکرد سیستمی (دارایی - فرایند - عملکرد)، رویکرد منبع گرا (مشمول بر عوامل داخلی سازمان نظیر عوامل تصمیمات استراتژیک، منابع انسانی و سرمایه مالی) و رویکرد دانش گرا (مبتنی بر توان خلاقیت و نوآوری، دربرگیرنده توان تحقیق و توسعه محصول جدید، توان بکارگیری فناوری اطلاعات و مدیریت دانش) اشاره نمود (بارتلت و قوشال، ۱۹۸۹؛ پراهال و همل، ۱۹۹۰؛ گرنت، ۱۹۹۵؛ بارنی، ۱۹۹۱، ۲۰۰۱؛ پتراف، ۱۹۹۳؛ اولریچ، ۱۹۹۳؛ اسمیت، ۱۹۹۵؛ باکلی و موملیا، ۲۰۰۰، ۲۰۰۱؛ مگهان و سیلورمن، ۱۳، ۲۰۰۶؛ لو و همکاران، ۱۴، ۲۰۰۸). عوامل رقابت‌پذیری کسب‌وکار را می‌توان به عوامل درون‌زا و برون‌زا تقسیم‌بندی کرد. عوامل درون‌زا، عواملی هستند که درون کسب‌وکار ایجاد می‌شوند که از این‌رو به منظور تحقق اهداف صاحب کسب‌وکار می‌تواند آن‌ها را مدیریت کند. عوامل برون‌زا در خارج از کسب‌وکار شکل می‌گیرند و مدیریت اثری بر آن‌ها ندارد. عوامل برون‌زا، محیطی را شکل می‌دهند که در آن کسب‌وکارها بلید رقابت کنند. از این‌رو، هر صنعت یا کشوری دارای عوامل برون‌زای متفاوتی است. با مرور تحقیقات پیشین مرتبط با رقابت‌پذیری، عملکرد، ارتقاء، موفقیت، چارچوب رقابت‌پذیری،

در این میان صنعت ورزش در قرن بیست و یکم، با تقاضاها و محدودیت‌های بی‌شماری مواجه بوده (چرنوشنکو^۱، ۱۳۸۴) و به عنوان صنعتی رو به توسعه فرصت‌های کارآفرینانه فراوانی را در دل خود جای داده است (کلت و راسل^۲، ۲۰۰۹). از این‌رو، تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی توانسته است به رونق اقتصادی و رشد کسب‌وکارهای ورزشی کمک نموده و سبب بهبود رقابت‌پذیری در سطح ورزش شود (نادریان جهرمی، ۱۳۸۴).

نویسندگان مختلفی، رابطه‌ی رقابت‌پذیری در سطح کسب‌وکار را برجسته ساخته‌اند: کریستنسن^۳ (۲۰۱۲) بیان نموده تنها در صورتی که شرکت‌ها بتوانند رقابت کنند ملتها نیز می‌توانند رقابت نمایند، پورتر^۴ (۱۹۹۳) ادعا نموده است کسب‌وکارها هستند که در بازارهای بین‌المللی رقابت می‌کنند نه ملتها و دیگر نویسندگان ارتباط و عملی بودن آن را تأیید کرده‌اند.

در سطح کسب و کار، رقابت‌پذیری دارای دو مؤلفه اصلی است. از یک‌سو، عوامل مؤثر و تعیین‌کننده‌ای در درون و بیرون کسب و کار وجود دارد که بر سطح رقابت‌پذیری کسب‌وکار اثر می‌گذارد، از سوی دیگر، شاخص‌هایی وجود دارد که رقابت‌پذیری کسب‌وکار شده توسط شرکت را می‌سنجد و نشانگر عملکرد رقابتی کسب‌وکار ورزشی در نقطه زمانی خاص می‌باشد. کسب و کارهای ورزشی بر اساس عواملی عمل می‌کنند که رقابت‌پذیری‌شان را بالا برده و در تلاش برای اثرگذاری بر اهداف مرتبط، مطابق با

- 8 Barney
- 9 Peterof
- 10 Olrich
- 11 Smith
- 12 Buckley & Momaya
- 13 McMahan & Sliverman
- 14 Liu et al.

- 1 chernoshenco
- 2 Kellet & Russel
- 3 Christensen
- 4 porter
- 5 Bartlett & Ghoshal
- 6 Prahalad & Hamel
- 7 Grantt

مدل‌های کسب‌وکار، مطالعه مدیریت کیفیت جامع^۱، عواملی که به‌عنوان محرک‌های بسیار مهم رقابت‌پذیری معرفی شده‌اند، استخراج و فهرست جامعی از عوامل تهیه شد. در این بررسی، عوامل درون‌زای رقابت‌پذیری کسب و کار ورزشی شامل هشت مؤلفه مدیریت استراتژیک، مدیریت پروژه، مدیریت منابع انسانی، ظرفیت مالی، روابط نهادی و کسب‌وکار، نوآوری، بازاریابی و عوامل تکنولوژیک بودند.

عوامل برون‌زای رقابت‌پذیری کسب‌وکار ورزشی نیز شامل محیط تنظیم‌گری، شرایط اقتصاد کلان، جنبه‌های اجتماعی فرهنگی، محیط رقابتی، موقعیت تکنولوژیکی، شرایط نیروی کار، مسائل سیاسی، ابعاد بین‌المللی و ویژگی‌های صنعت ورزشی بودند.

همچنین، عملکرد رقابت‌پذیری کسب‌وکار نیز از طریق نه شاخص مالی، بهره‌وری، رضایت مشتری، سهم بازار، رضایت جامعه، رشد قراردادهای قابلیت‌های آتی، رضایت کارکنان و عملکرد کلی ارزیابی می‌گردد.

محققان بسیاری، رابطه عوامل و شاخص‌هایی رقابت‌پذیری را تجزیه و تحلیل نموده‌اند (هوگینز و تامپسون، ۲۰۱۹؛ کایزا و همکاران^۲، ۲۰۱۵؛ سیل، ۲۰۱۵؛ باسیون^۳، ۲۰۰۵؛ چی و همکاران، ۲۰۰۷؛ لئو، ۲۰۰۸؛ ژائو و همکاران^۴، ۲۰۱۵؛ نوبخت و همکاران، ۱۳۹۳؛ طوقلانی و همکاران، ۱۳۹۱). باین‌حال، یک تحلیل بسیار جامع موردنیاز است که تا حدود زیادی از مدیریت رقابت‌پذیری در کسب‌وکارهای ورزشی حمایت کند.

در زمینه رقابت‌پذیری و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی چند تحقیق انجام شده

است. در تحقیق طوقانی و همکاران (۱۳۹۱) عوامل مؤثر به سه رویکرد منبع‌گرا، دانش‌گرا و بازارگرا تقسیم شده است که در این میان رویکرد بازارگرا با تمرکز بر عواملی چون رضایت مشتری، محیط کسب‌وکار، ساختار صنعت، زنجیره ارزش و کیفیت بیشترین تأثیر را در افزایش توان رقابتی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط داشته است. نوبخت، احسانی و کوزه‌چیان (۱۳۹۴) عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای متوسط و کوچک ورزش در ایران را عوامل بازاریابی، طرح کسب‌وکار، حملیت دولت، شبکه‌سازی، آمادگی کارآفرینی، فناوری، دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه و قلنونمندی می‌دانند. عظیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان مدلی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی نشان دادند عامل فردی، محیطی و سرمایه‌ای با ایجاد کسب‌وکار رابطه مثبت و معنی‌داری دارند. با وجود این، برازش مدل تحقیق نشان داد که تنها عامل فردی توانست در ایجاد کسب‌وکار ورزشی نقش مؤثری ایفا کند. هرچند، عامل محیطی نیز به صورت غیرمستقیم و از طریق عامل فردی آن تأثیر گذاشت. عظیمی‌دلار و همکاران (۱۳۹۶) عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کار ورزشی را در ۶ عامل سیاست‌های دولت، عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی، عوامل فرهنگی، سیاست‌های تجاری و عوامل حاکمیتی طبقه‌بندی کردند. غلامی و همکاران (۱۳۹۵) نیز عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور را ۵ عامل تسهیلاتی، حمایتی، تکنولوژی، تولیدی و آموزشی معرفی کردند.

3 Bassioni
4 Zhao et al.

1 Total Quality Managment
2 Caiazza et al.

شامل مشخصات فردی (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات و...) و بخش دوم، عوامل مؤثر بر رقابت پذیری و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی را در ۳ خرده مقیاس عوامل درونزای رقابت پذیری، عوامل برونزای رقابت پذیری و شاخص های رقابت پذیری را اندازه گیری می کرد. این ابزار خروجی فاز دلفی بود. پرسشنامه براساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت تنظیم گردید. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی آن، ۱۷ نفر از خبرگان (۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و ۷ نفر از کارشناسان خبره در شرکت های تولیدی ورزشی) استفاده شد. همچنین اعتبار سازه پرسشنامه مذکور توسط روایی همگرا و واگرا مورد تایید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی از طریق نرم افزار SPSS23 محاسبه و تایید گردید. برای تجزیه و تحلیل آماری استنباطی (آزمون رتبه های دلیو کندال، آزمون KMO و بارلت و مدل سازی معادلات ساختاری) استفاده گردید.

عامل های فرعی گنجانده شده در هر یک از سه مولفه ی اصلی و اهمیت نسبی هر یک ابتدا از طریق انجام سه دور پانل دلفی متشکل از ۲۱ خبره دانشگاهی در حوزه کسب و کار تنظیم شده و سپس فرضیه ی اصلی پژوهش با پیمایش انجام شده در میان صاحبان کسب و کارهای ورزشی مورد آزمون قرار گرفت. با توجه به نتایج دور سوم دلفی و همچنین ضریب توافق نسبتا بالا که در جدول ۱ آمده است در نهایت ۳ مولفه، ۲۶ معرف و ۱۰۲ گویه استحصال شد.

جدول ۱. نتایج آماری دور سوم دلفی

N	۲۱
Kendall's W(a)	۰/۷۱
Chi-Square	۱۳۱/۴۶۸
df	۱۱۰
Asymp. Sig.	۰.۰۷۳

این پژوهش درصدد است با نظرجویی از خبرگان مسأله، عواملی را که در بهبود و تقویت توان رقابتی و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی نقش دارند، شناسایی نموده و اولویت آن ها را مشخص سازد تا راهکاری جدید فراروی صاحبان کسب و کارهای ورزشی قرار گیرد. درواقع کسب و کارهای ورزشی برحسب افزایش میزان رقابت پذیری می توانند موجبات رشد خود را فراهم آورده و به طور پدیدارتری در عرصه اقتصاد ملی ایفای نقش کنند.

روش شناسی پژوهش

رویکرد کلی پژوهش حاضر کمی (توصیفی - همبستگی) است که طی دو فاز دلفی و پیمایش به انجام رسیده است. جامعه آماری در این تحقیق شامل اعضای هیأت علمی دانشکده های تربیت بدنی و علوم ورزشی (با تخصص کارآفرینی و مدیریت کسب و کار) و دانشکده مدیریت کارآفرینی، مشاوران و مدیران منتخب و برجسته توسعه کسب و کارهای ورزشی است. نمونه آماری در بخش دلفی به تعداد ۲۱ نفر از خبرگان دانشگاهی در حوزه کسب و کار به روش هدفمند و در دسترس (قضاوتی) انتخاب و پرسشنامه طی سه دور تشکیل پانل، نهایی گردید. در بخش پیمایش نمونه آماری از طریق نمونه گیری تصادفی در دسترس و هدفمند، ۲۱۰ نفر از مدیران برجسته شرکت کننده در نمایشگاه بین المللی کسب و کارهای ورزشی به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند ($n=210$). در نهایت، ۲۰۴ پرسشنامه جمع آوری شد که از این تعداد ۱۸۰ پرسشنامه کامل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

برای فاز دلفی از دو ابزار مطالعه کتابخانه ای نظام مند و مصاحبه های اکتشافی و برای فاز پیمایش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که بخش اول،

لذا ضریب توافق در حد نسبتاً قوی ارزیابی می‌شود، همانگونه که مشاهده می‌شود انحراف معیار مشاهده شده کوچک و نشان دهنده پراکندگی اندک در میان نظرات است و نشان می‌دهد توافق میان اعضا بالا است. در جدول ۲، مولفه‌های اصلی و فرعی آمده است.

براساس نتایج، به دلیل اینکه سطح معنی‌داری آزمون خی دو بزرگتر از ۰.۰۵ به دست آمده است، لذا می‌توان عنوان نمود که تفاوت میانگین رتبه‌ها از لحاظ آماری معنی‌دار نیست و در نتیجه اتفاق نظر بین اعضای پانل وجود دارد. به علاوه ضریب کندال در جدول ۱ از ۰.۵ بالاتر است و به ۱ بیشتر میل می‌کند.

جدول ۲. مولفه‌های اصلی و فرعی

آیتم‌ها	نام متغیرها	آیتم‌ها
عوامل مؤثر برون‌زا	EXT	مولفه‌ها
عوامل مؤثر درون‌زا	INT	
شاخص‌های رقابت‌پذیری	IND	
محیط تنظیم‌گری	EXT1	
شرایط اقتصاد کلان	EXT2	عوامل برون‌زا
عوامل اجتماعی- فرهنگی	EXT3	
محیط رقابتی	EXT4	
موقعیت تکنولوژیک	EXT5	
شرایط نیروی کار	EXT6	
مسائل سیاسی	EXT7	
ابعاد بین‌المللی	EXT8	
ویژگی‌های صنعت ورزش	EXT9	عوامل درون‌زا
مدیریت استراتژیک	INT1	
مدیریت پروژه	INT2	
مدیریت منابع انسانی	INT3	
ظرفیت مالی	INT4	
روابط نهادی و کسب‌وکار	INT5	
نوآوری	INT6	
بازاریابی	INT7	
تکنولوژی	INT8	شاخص‌ها
شاخص‌های مالی	IND1	
بهره‌وری	IND2	
رضایت مشتری	IND3	
سهم بازار	IND4	
رضایت جامعه	IND5	
رشد قراردادها	IND6	
قابلیت‌های آتی	IND7	
رضایت کارکنان	IND8	
عملکرد کلی	IND9	

مولفه‌های اصلی و فرعی رقابت‌پذیری بااستناد مرور تحقیقات پیشین که در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. مؤلفه های اصلی و فرعی باستاند تحقیقات پیشین

محقق	عنوان	عوامل مؤثر ذکر شده
هویگنز و تامسون (۲۰۱۹)	شاخص های رقابت پذیری کشور انگلستان	تأثیر ارزیابی معیار و شاخص های رقابت پذیری بر رشد و توسعه پایدار کسب و کارها
توکر و تیزچینر (۲۰۱۷)	تجارت جدید برای اروپای قدیمی: توسعه رقابت پذیری، کالا و خدمت	به بررسی نحوه رشد و توسعه کالا و خدمات در شرکت های تجاری و روابط بین توسعه پایدار و رقابت پذیری
سبیل (۲۰۱۵)	عوامل مؤثر بر افزایش رقابت در شرکت های کوچک و متوسط SME در بلغارستان	رقابت شرکت های کوچک و متوسط، توسعه پایدار
اوروزکو، سیریل (۲۰۱۱)	عوامل و شاخص های رقابت پذیری در شرکت های ساختمانی	شناسایی عوامل و شاخص های رقابت پذیری
فلاگگان، لو و شن (۲۰۰۷)	رقابت در ساخت و ساز: یک مرور انتقادی از تحقیقات مدیریت ساخت و ساز و اقتصاد	بررسی تحقیقات انجام شده در این زمینه از ۴ بعداً - مفهوم رقابت پذیری ۲ - تحقیقات رقابت - پذیری در سطح صنعت ساخت و ساز ۳ - تحقیقات رقابت پذیری در سطح شرکت ۴ - در نهایت تحقیقات رقابت - پذیری در سطح پروژه
زرنندی، شریفیان، قهرمان تبریزی (۱۳۹۵)	موقع رقابت پذیری کالاهای داخلی با نمونه های خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران	بین موقع رقابت پذیری (درون بخشی، فرا بخشی داخلی، فرا بخشی خارجی)، کالاهای خارجی در بخش تولیدی، صنعت ورزش ایران
حمیدی، جمشیدی و خبیری (۱۳۹۴)	تحلیل وضعیت رقابتی صنعت تولید پوشاک ورزشی ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر	شدت رقابت بین رقبا، تهدید ورود تازه واردان، قدرت چانه زنی مشتریان، قدرت چانه زنی تأمین کنندگان، تهدید محصولات جایگزین
زمانیان، داوودی (۱۳۹۵)	تجزیه و تحلیل رقبا و راهبردهای رقابتی در حوزه کسب و کار	استراتژی های رقابتی، سطح کسب و کار بازار گرای، خرجه حیات سازمان
نوبخت، احسانی و کوزه چیان (۱۳۹۳)	عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای متوسط و کوچک ورزش در ایران	بازاریابی، طرح کسب و کار، حمایت دولت، شبکه سازی، آمادگی کارآفرینی، فناوری، دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه و قانونمندی
عظیم زاده، احسانی و همکاران (۱۳۹۳)	مدلی برای راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی	عمل فردی، محیطی و سرمایه ای، ایجاد کسب و کار
مندعلیزاده، هنری، شهلائی (۱۳۹۱)	تعیین موقعیت استراتژیک و وضعیت موجود و مطلوب کارآفرینی در ورزش کشور	تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدید کارآفرینی ورزشی
برزگر (۱۳۸۹)	بررسی تأثیر استراتژی های رقابتی بر گسترش بازار داخلی صنعت فرش ایران (مطالعه موردی شهر تهران)	استراتژی تمرکز، تمایز و رهبری هزینه، گسترش بازار داخلی
نجاتی، حسینی و مداری (۱۳۸۷)	ارزیابی استراتژی های مختلف در کسب مزیت رقابتی در صنعت ساخت ایران	شناسایی و ارزشیابی استراتژی هایی رقابت پذیری، مزیت رقابتی، صنعت
غریب نواز، بابایی (۱۳۸۷)	تحلیل استراتژی بازاریابی رقابتی از دیدگاه بازاریابی و دیدگاه رقابت	استراتژی بازاریابی رقابتی، مزیت رقابتی، صنعت
احسانی، امیری و قره خانی (۱۳۹۳)	طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه ای کشور	سیستم های پشتیبانی نرم (منابع انسانی، منابع مالی، جنبه های حقوقی و قانونی و نهادهای ورزش حرفه ای) و سیستم های پشتیبانی سخت (امکانات وسخت افزار ورزشی و تجهیزات ورزشی)، مدل SWOT
معماری (۱۳۸۶)	تحلیل و مدل سازی آمیخته بازاریابی صنعت ورزش کشور با رویکرد تصمیم محور	عمل های قدرتهای حاکم بر بازار، حمایت مالی، مدیریت قیمت گذاری، مدیریت ترویج، مدیریت فرآیند، مدیریت روابط عمومی، مدیریت نشان و مدیریت مکان، تبیین آمیخته بازاریابی
نقوی، میرغفوری، شریف آبادی (۱۳۹۵)	شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت در پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان های ورزشی	عمل های مدیریت ساخت سازمانی، معماری دانش، فرهنگ، منابع انسانی، فناوری اطلاعات، فرایندهای دانشی، دانشهای انگیزشی و محتوای دانش
عبدالملکی، میرزآزاده، علی دوست (۱۳۹۴)	بررسی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر استقرار سیستم مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان	فناوری اطلاعات، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی

نرمال می‌باشند. بنابراین از روش مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS استفاده گردید. مسیر بررسی و تأیید برازش مدل پژوهش در شکل ۲ آمده است که از سه بخش مدل اندازه‌گیری (روابط سؤالات و مؤلفه‌های هر بعد همراه با آن بعد و تجزیه و تحلیل روابط میان سؤالات و ابعاد)، مدل ساختاری (حاوی تمامی سازه‌های مطرح در مدل اصلی و میزان همبستگی سازه‌ها و روابط میان آن‌ها) و مدل کلی (شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل) استفاده گردید.

برای ارزیابی روایی همگرا از روش بررسی بارهای عاملی استفاده شد. با محاسبه بارهای عاملی، گویه‌هایی که بار عاملی آنها کمتر از ۰.۴ بود، از تحلیل حذف شدند. برای برقراری روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج‌شده استفاده شد. بارعاملی، پایایی ترکیبی متوسط واریانس استخراج شده برای مؤلفه‌های اصلی تحقیق در جدول ۴ آمده است.

به منظور بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش از آزمون معتبر کولموگروف- اسمیرنوف استفاده شد و سطح معناداری برای تمامی متغیرهای پژوهش به جز دو بعد اقتصاد کلان و مدیریت پروژه کوچک‌تر از مقدار ۰/۰۵ است. در نتیجه توزیع غیر

جدول ۴. بار عاملی، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

سازه‌ها	آیندها	بار عاملی	پایایی ترکیبی	AVE
عوامل برون‌زا	EXT1	0.75	0.84	0.51
	EXT2	0.68		
	EXT3	0.68		
	EXT4	0.65		
	EXT5	0.8		
	EXT6	0.66		
	EXT7	0.73		
	EXT8	0.76		
	EXT9	0.71		
عوامل درون‌زا	INT1	0.74	0.86	0.59
	INT2	0.73		
	INT3	0.63		
	INT4	0.69		
	INT5	0.75		
	INT6	0.82		
	INT7	0.65		
	INT8	0.64		
شاخص‌ها	IND1	0.62	0.89	0.53
	IND2	0.71		
	IND3	0.77		
	IND4	0.63		
	IND5	0.76		
	IND6	0.73		
	IND7	0.78		
	IND8	0.76		
	IND9	0.64		

بر عوامل برون‌زا و سهم بازار بر رقابت‌پذیری مورد تأیید قرار نگرفت ($P > 0/05$)، ولی تمامی ضرایب معنی‌داری t از ۱/۹۶ بزرگ‌تر هستند که این امر

یافته‌های پژوهش

یافته‌ها نشان می‌دهد که با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها جدول ۵، به جز دو اثر شرایط نیروی کار

مؤثر بر رشد کسب و کارهای ورزشی فرضیه چهارم مبنی بر، رقابت پذیری کسب و کارهای ورزشی بر رشد کسب و کارهای ورزشی و فرضیه پنجم مبنی بر الگوی تبیین کننده عوامل مؤثر بر رشد و رقابت پذیری کسب و کارهای ورزشی به تأیید رسید.

معنی دار بودن تمامی سؤالات و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می کند. بنابراین فرضیه اول مبنی بر اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری، فرضیه دوم مبنی بر شناسایی شاخص های رقابت پذیری کسب و کارهای ورزشی، فرضیه سوم مبنی بر اولویت بندی عوامل

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه ها

فرضیه	آماره T	ضریب مسیر	سطح معنی داری	نتیجه فرضیه
عوامل برونزا				
محیط تنظیم گری	۴/۳۹۰	۰/۸۴۶	۰/۰۰۱	تایید
شرایط اقتصاد کلان	۱۸/۹۰۳	۰/۸۵۳	۰/۰۰۱	تایید
اجتماعی- فرهنگی	۹/۸۵۹	۰/۳۹۹	۰/۰۰۱	تایید
محیط رقابتی	۱۳/۸۳۰	۰/۷۶۲	۰/۰۰۱	تایید
موقعیت تکنولوژیک	۶/۵۴۰	۰/۸۰۱	۰/۰۰۱	تایید
شرایط نیروی کار	۱/۸۱۳	۰/۶۲۳	۰/۰۰۱	رد
مسائل سیاسی	۸/۱۴۶	۰/۹۰۰	۰/۰۰۱	تایید
ابعاد بین المللی	۱۱/۲۵۰	۰/۸۰۴	۰/۰۰۱	تایید
ویژگی های صنعت ورزش	۶/۶۹۶	۰/۶۹۳	۰/۰۰۱	تایید
عوامل درونزا				
مدیریت استراتژیک	۷/۳۵۹	۰/۷۰۶	۰/۰۰۱	تایید
مدیریت پروژه	۱۹/۸۲۷	۰/۵۲۲	۰/۰۰۱	تایید
مدیریت منابع انسانی	۷/۸۳۲	۰/۸۱۶	۰/۰۰۱	تایید
ظرفیت مالی	۱۶/۷۳۳	۰/۸۶۰	۰/۰۰۱	تایید
روابط نهادی و کسب و کار	۲۱/۸۳۸	۰/۸۹۴	۰/۰۰۱	تایید
نوآوری	۱۰/۷۹۹	۰/۷۸۳	۰/۰۰۱	تایید
بازاریابی	۵۱/۸۰۳	۰/۸۴۱	۰/۰۰۱	تایید
تکنولوژی	۲/۲۰۱	۰/۷۳۷	۰/۰۰۱	تایید
شاخص های رقابت پذیری				
شاخص های مالی	۴۰/۷۶۶	۰/۷۸۳	۰/۰۰۱	تایید
بهره وری	۲۳/۷۷۳	۰/۸۰۹	۰/۰۰۱	تایید
رضایت مشتری	۱۱/۲۹۰	۰/۸۴۴	۰/۰۰۱	تایید
سهم بازار	۱/۶۱۸	۰/۳۰۶	۰/۰۰۱	رد
رضایت جامعه	۱۶/۳۱۸	۰/۳۲۹	۰/۰۰۱	تایید
رشد قراردادهای	۱۰/۳۷۷	۰/۷۵۸	۰/۰۰۱	تایید
قابلیت های آتی	۵/۰۱۰	۰/۷۸۴	۰/۰۰۱	تایید
رضایت کارکنان	۹/۸۷۷	۰/۵۵۱	۰/۰۰۱	تایید
عملکرد کلی	۲۱/۴۲۱	۰/۸۶۰	۰/۰۰۱	تایید
عوامل مؤثر برونزا - < رقابت پذیری				
عوامل مؤثر درونزا - < رقابت پذیری	۱۲/۱۲۵	۰/۶۴۷	۰/۰۰۱	تایید
عوامل مؤثر برونزا - < رشد	۲/۵۹۶	۰/۷۳۰	۰/۰۰۱	تایید
عوامل مؤثر درونزا - < رشد	۱۱/۲۵۳	۰/۶۱۹	۰/۰۰۱	تایید
رقابت پذیری - < رشد	۴۲/۲۴۳	۰/۷۸۵	۰/۰۰۱	تایید



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش

(۰/۵۴۲) به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده عوامل موثر درون‌زا بودند. در میان ابعاد شاخص رقابت‌پذیری به ترتیب میزان اثر، عملکرد کلی (۰/۸۶۰)، رضایت مشتری (۰/۸۴۴)، بهره‌وری (۰/۸۰۹)، قابلیت‌های آتی (۰/۷۸۴)، شاخص‌های مالی (۰/۷۸۳)، رشد قراردادهای (۰/۷۵۸)، رضایت کارکنان (۰/۵۵۱)، رضایت جامعه (۰/۳۲۹) به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده سازه رقابت‌پذیری بودند.

در میان عوامل برون‌زا به ترتیب میزان اثر، ابعاد؛ مسائل سیاسی (۰/۹۰۰)، شرایط اقتصاد کلان (۰/۸۵۳)، محیط تنظیم‌گری (۰/۸۴۶)، ابعاد بین‌المللی (۰/۸۰۴)، موقعیت تکنولوژیک (۰/۸۰۱)، محیط رقابتی (۰/۷۶۲)، ویژگی‌های صنعت ورزش (۰/۶۹۳)، و عوامل اجتماعی و فرهنگی (۰/۳۹۹) به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده عوامل موثر برون‌زا بودند.

در میان ابعاد درون‌زا، به ترتیب میزان اثر، ابعاد روابط نهادی (۰/۸۹۴)، ظرفیت مالی (۰/۸۶۰)، بازاریابی (۰/۸۴۱)، مدیریت منابع انسانی (۰/۸۱۶)، نوآوری (۰/۷۸۳)، تکنولوژی (۰/۷۳۷)، مدیریت استراتژیک (۰/۷۰۶)، مدیریت پروژه

جدول ۶. ضرایب اثر فرضیه های اصلی

فرضیه	ضریب مسیر
عوامل موثر برونزا -> رقابت پذیری	۰/۸۹۲
عوامل موثر درونزا -> رقابت پذیری	۰/۶۴۷
عوامل موثر برونزا -> رشد	۰/۷۳۰
عوامل موثر درونزا -> رشد	۰/۶۱۹
رقابت پذیری -> رشد	۰/۷۸۵

همان طور که از نتایج جدول ۶ قبل مشاهده است، از نگاه صاحبان کسب و کارهای ورزشی، عوامل موثر برونزا نسبت به عوامل موثر درونزا هم بر رقابت پذیری، هم بر روی رشد کسب و کارها، اثر بیشتری دارد. همچنین، در مقایسه میزان تاثیر عوامل بر روی رقابت پذیری و رشد، می توان سهم اثر بیشتر عوامل موثر را بر روی رقابت پذیری ملاحظه کرد.

بحث و نتیجه گیری

در سطح کسب و کار، مدیریت رقابت پذیری دارای دو مؤلفه اصلی است. از یک سو، عوامل مؤثر و تعیین کننده ای در درون و بیرون کسب و کار وجود دارد که بر سطح رقابت پذیری کسب و کار اثر می گذارد. از سوی دیگر، شاخص هایی وجود دارد که رقابت پذیری کسب شده توسط شرکت را می سنجد و نشانگر عملکرد رقابتی کسب و کار ورزشی در نقطه زمانی خاص می باشد.

با توجه به نتایج پژوهش، شاخص های استخراج شده در مورد عوامل موثر بر رقابت پذیری و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی با سایر نتایج پژوهش های مطرح شده همسو و همخوان است. به ویژه این همسویی و همخوانی به شکل ویژه ای در تحقیقات متمرکز بر رقابت پذیری و رشد کسب و کار مانند عظیمی دلار (۱۳۹۶)،

غلامی و همکاران (۱۳۹۶)، نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، کریمی و همکاران (۱۳۹۳)، طوفانی و همکاران (۱۳۹۱)، هوگینز و تامپسون (۲۰۱۹)، کایزا و همکاران (۲۰۱۵)، سیبل (۲۰۱۵)، باسیونی (۲۰۰۵)، چی و همکاران (۲۰۰۷)، لو (۲۰۰۸) و ژائو و همکاران (۲۰۱۵) که بر عوامل مؤثر بر رقابت پذیری و رشد کسب و کارها کوچک و متوسط تاکید داشته اند، قابل توجه می باشد. مدل مفهومی این پژوهش هم راستا با مطالعات نواک، ۲۰۱۹، هوگینز و تامپسون، ۲۰۱۹ و باراشکوا، ۲۰۱۸ است.

در این تحقیق، عوامل موثر برونزا نسبت به عوامل موثر درونزا هم روی رقابت پذیری و هم بر روی رشد کسب و کارها، اثر بیشتری دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش عظیمی دلار (۱۳۹۶)، نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، طوفانی و همکاران (۱۳۹۱)، سیبل (۲۰۱۵)، لو (۲۰۰۸) و تورفس (۲۰۱۹) همسو می باشد.

در همین راستا عظیمی دلار (۱۳۹۶)، به منظور رونق کسب و کارهای کوچک و متوسط مرتبط با ورزش، فراهم آوردن شرایط زمینه ای را لازم می داند که نهایتاً سبب ایجاد مزیت های رقابتی در کسب و کارها می گردد. در همین راستا، دولت ها می توانند با اجرای نقش حیاتی خود در رویکرد تنظیمی، هنجاری و شناختی به عنوان یک

تسهیل‌کننده عمل‌کنندو شرایط محیطی را برای صاحبان کسب و کارها آماده نمایند. نوبخت (۱۳۹۳)، حمایت دولت در بعد کلان مثل رویکردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و در بعد خرد مثل مالیات، یارانه‌های شرکتی، تسهیلات ارزان قیمت و سیاست‌های تقویتی کسب و کار در موفقیت کسب و کارها قابل توجه است. از طرفی، به دلیل لوکس بودن بحث ورزش از منظر اقتصادی در داخل کشور حمایت دولت را در کسب و کارهای ورزشی حائز اهمیت می‌نماید. بنابراین انتظار بر این است که کسب و کارهای ورزشی ضمن تدوین طرح کسب و کار آموزش‌هایی را در زمینه دسترسی به سرمایه و اطلاعات، بازاریابی، تکنولوژی‌های جدید، مهارت‌های کارآفرینی و توسعه شبکه کسب و کار فراگیرند و از حمایت‌های دولتی و قانونی غافل نشوند.

از نظر سیبل (۲۰۱۵)، عوامل کلیدی محیطی درونی و بیرونی شامل شرایط رشد اقتصاد کلان، سطح درآمد ملی، تمرکز ثروت، تورم، نرخ بهره، نرخ ارز، شرایط آزادی سیاسی - اقتصادی، روش‌های اداری، سیستم کلی مالیات، قراردادهای تجاری با سایر کشورها، سهمیه صادرات و واردات، زیرساخت‌ها، تقاضا، نوسانات فصلی، سطح رقابت بین المللی، فرآیندهای فن‌آوری، تکنولوژیک، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، بازار، منابع انسانی تاثیر بالقوه‌ای بر رقابت‌پذیری و رشد کسب و کارها دارد.

با توجه به نگاه صاحب‌نظران کسب و کارهای ورزشی مبنی بر اهمیت عوامل برونزا، به این نتیجه مهم می‌رسیم که به منظور افزایش میزان رقابت‌پذیری و رشد کسب و کارهای ورزشی، نه تنها از طریق بخش خصوصی، بلکه باید بخش

دولتی خود را نیز تقویت نماییم. تقویت سیاست‌های دولت برای ارثه منابع جایگزین تامین مالی از طریق شرکت‌های SMEs یک امر حیاتی است که باید در بحران اخیر اقتصادی کشور در نظر گرفته شود. با توجه به این امر، استراتژی‌های رشد شرکت‌های کوچک و متوسط می‌تواند در اقتصاد کشور نقش ارزنده و مهمی داشته باشد. در بخش صندوق سرمایه‌گذاری، با وضع مقررات جدید باید امکان افزایش سرمایه و دسترسی به منابع مالی را فراهم آوریم. ابزارهای مالی می‌توانند بهبود دهنده دسترسی به منابع مالی برای کسب و کارها باشند که پنج مورد از آنها عبارت از صندوق کسب و کار، سرمایه‌گذاری در صندوق، صندوق رشد، صندوق کوتاه مدت و صندوق ضمانت است. از طریق این وجوه و یا ترکیبی از حمایت مردم و سرمایه‌گذاری خصوصی، کسب و کارهای ورزشی می‌توانند به تامین مالی قابل توجهی دست یابند.

از سوی دیگر، نتایج حاصل نشان داد که در میان عوامل برونزا به ترتیب میزان اثر، ابعاد؛ مسائل سیاسی (۰/۹۰)، شرایط اقتصاد کلان (۰/۸۵۳)، محیط تنظیم‌گری (۰/۸۴۶)، ابعاد بین‌المللی (۰/۸۰۴)، موقعیت تکنولوژیک (۰/۸۰۱)، محیط رقابتی (۰/۷۶۲)، ویژگی‌های صنعت ورزش (۰/۶۹۳)، و عوامل اجتماعی و فرهنگی (۰/۳۹۹) به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده عوامل موثر برونزا بودند. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های قبلی و همکاران (۱۳۹۶)، زمانیان و همکاران (۱۳۹۵)، ناصح و همکاران (۱۳۹۱)، جانيسکا و همکاران (۲۰۱۵) و اوروزکو (۲۰۱۱) همسو می‌باشد.

از این رو با توجه به ترتیب میزان اثر، مسائل سیاسی (۰/۹۰)، شرایط اقتصاد کلان (۰/۸۵۳)،

صاحبان کسب و کار شناخته شده است، لکن به نظر می رسد سطح فعالیت های مربوط به نوآوری در شرکت های ورزشی هنوز هم بسیار کم است و اهمیت نسبی آنها در مقایسه با سایر عوامل بایستی بیش از پیش مورد تامل و بازنگری واقع شود.

از منظر صاحبان کسب و کارهای ورزشی، در میان عوامل داخلی، روابط نهادی (۰/۸۹۴) حائز رتبه نخست و مدیریت استراتژیک (۰/۷۰۶)، هفتمین عامل درونی موثر بر روی رقابت پذیری و رشد کسب و کارهای ورزشی است عظیمی دلار (۱۳۹۶)، برتری یافتن نسبت به رقبای نیازمند فعالیت های ارزشمند منحصر به فرد است. برای ایجاد چنین کسب و کاری باید توانایی منحصر به فرد و ویژه ای در راستای تمرکز بر روی مدیریت استراتژیک داشت. این قابلیت بر پایه دانش فنی و عملیاتی شرکت بر اساس شیوه ها، فرایندها و روش ها است. از این رو سایر تغییرات جدید در کسب و کار نیز نیازمند پررنگ شدن نقش استراتژیک است.

با توجه به یافته های این پژوهش، در میان ابعاد درون زاء، میزان اثر ابعاد بازاریابی (۰/۸۴۱)، مدیریت منابع انسانی (۰/۸۱۶) نشان دهنده تأثیر مثبت این عوامل بر رقابت پذیری و رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی است. منگلی و همکاران (۱۳۹۵)، یکی از بهترین راه ها برای رسیدن به مزیت رقابتی، توسعه آموزش و یادگیری سازمانی و مدیریت دانش شرکت های کوچک و متوسط است. آموزش و یادگیری سازمانی می تواند به عنوان یک فرآیندی در نظر گرفته شود که باعث رشد شرکت به منظور دستیابی به عملکرد بهتر می شود.

محیط تنظیم گری (۰/۸۴۶)، این مهم حائز اهمیت است ناصح و همکاران (۱۳۹۱)، دربعد سیاسی؛ اصلاحات بنیادین در قوانین و مقررات، در بعد شرایط اقتصاد کلان؛ اصلاحات ساختار اقتصادی کشور و رکود تورمی و در بعد محیط تنظیم گری نظارت بر شرایط صنعتی، ارتقای زیر ساخت ها به عنوان مهمترین شرایط پیش نیاز و موانع جدی در نگاه صاحبان کسب و کار تلقی شده و باید دیر یا زود در اولویت خط مشی گذاران قرار گیرد.

تحلیل صورت گرفته بر روی داده ها نشان داد که در در میان ابعاد درونزا، به ترتیب میزان اثر، ابعاد روابط نهادی (۰/۸۹۴)، ظرفیت مالی (۰/۸۶۰)، بازاریابی (۰/۸۴۱)، مدیریت منابع انسانی (۰/۸۱۶)، نوآوری (۰/۷۸۳)، تکنولوژی (۰/۷۳۷)، مدیریت استراتژیک (۰/۷۰۶)، مدیریت پروژه (۰/۵۴۲) به طور معنی داری تبیین کننده عوامل موثر درونزا بودند. این نتیجه با نتایج پژوهش عظیم زاده و همکاران (۱۳۹۳)، شریفیان و همکاران (۱۳۹۶)، یوسفی و همکاران (۱۳۹۳)، مندعای زاده و همکاران (۱۳۸۹)، فروغی پور و همکاران (۱۳۸۶)، باراشکوا (۲۰۱۸) و فلانگان و همکاران (۲۰۰۷) همسو می باشد.

بر اساس ترتیب ضرایب اثر نوآوری (۰/۷۸۳)، تکنولوژی (۰/۷۳۷)، در میان ۸ عاملی درونی، این دو عامل حائز رتبه پنج و شش شده اند. این در حالی است که مطالعات پیشین نشان داده که نه تنها رشد SMEs بلکه بقای آنها نیز تا حد زیادی وابسته به توانایی شرکت از حیث نوآوری و خلاقیت است. عبدالملکی (۱۳۹۴)، ایجاد دانش کارآفرینی در شرکت ها یک مسیر جدیدی را پیش روی کسب و کارهای ورزشی می گذارد. با اینکه اهمیت این عوامل توسط

of a knowledge management system in the Ministry of Sport and Youth. *Organizational Behavior Management Studies in Sport*, 2 (5), 97-104. [Persian]

- Ariboun, A., Abdollah Zadeh, G., Sharifzadeh, A., & Mohseni, A. (2010) Identifying and Prioritizing the Determinants of Business Entrepreneurship, *Entrepreneurship Development*, 2(8), 65-97. [Persian]
- Azimzadeh, S. M., Asadollah Kadayaj, M., & Kouzehchian, H. (2014). Explain a conceptual model for creating small and medium-sized sports businesses. *Sport Management Studies*, 22 (1), 189-208. [Persian]
- Azimzadeh, S. M., Kozhian, H., Mohammad-Kurdnaaj, A., & Pitts, B. (2014). A model for launching small and medium-sized sports businesses. *Sport Management and Development*, (4), 51-68. [Persian]
- Barashkova, E. (2018). Analysis of Construction Company's Competitiveness Factors and Development of Its Competitive Strategy. Department of Economics and Management in Civil Engineering, Czech Technical University.
- Bassioni, H. A., Price, A. D., & Hassan, T. M. (2005). Building a conceptual framework for measuring business performance in construction: an empirical evaluation. *Construction Management and Economics*, 23(5), 495-507.
- Caiazza, R., Richardson, A., & Audretsch, D. (2015). Knowledge effects on competitiveness: from firms to regional advantage. *The Journal of Technology Transfer*, 40(6), 899-909.
- Fadai, A., & Obaid Abdul Zahra, H. (2014). Business Growth Strategies. International Conference on Economics, Accounting, Manag
- ement and Social Sciences. [Persian]

آموزش کارکنان برای فعالیت‌های شرکت‌های کوچک و متوسط و توسعه استراتژی‌های بازاریابی امری حیاتی است.

از سوی دیگر نتایج حاصل نشان داد که در میان ابعاد شاخص رقابت‌پذیری به ترتیب میزان اثر، عملکرد کلی (۰/۸۶۰)، رضایت مشتری (۰/۸۴۴)، بهره‌وری (۰/۸۰۹)، قابلیت‌های آتی (۰/۷۸۴)، شاخص‌های مالی (۰/۷۸۳)، رشد قراردادهای (۰/۷۵۸)، رضایت کارکنان (۰/۵۵۱)، رضایت جامعه (۰/۳۲۹) به‌طور معنی‌داری تبیین‌کننده سازه رقابت‌پذیری بودند. این نتیجه با نتایج پژوهش عربیون و همکاران (۱۳۸۹)، هویگنز و تامسون (۲۰۱۹)، توکر (۲۰۱۷) و لو (۲۰۰۸) همسو می‌باشد.

در میان ابعاد شاخص رقابت‌پذیری به ترتیب میزان اثر، رضایت کارکنان (۰/۵۵۱)، رضایت جامعه (۰/۳۲۹) در دو رتبه انتهایی این شاخص جای گرفته‌اند. این یافته همچنان حاصل نگاه سنتی صاحبان کسب و کار در حوزه ورزش است که کارکنان را موظف می‌دانند بر اساس پاداش‌های مادی وظایف‌شان را انجام دهند و همچنین پایین بودن ضریب اثر عامل رضایت جامعه نشان می‌دهد هنوز اهمیت مسئولیت اجتماعی از سوی صاحبان کسب و کار شناخته شده نیست. لذا می‌توان با تغییر دیدگاه، شاهد تغییرات آتی بود. رشد SMEs ها نیازمند تصویب مدل‌های سازمانی مدرن‌تری می‌باشد که نیازمند یادگیری و از بین بردن روش‌های سنتی و کلیشه‌ای است.

منابع

- Abdolmaleki, H., & Mirzazadeh, Z. (2015). Investigating and prioritizing the factors affecting the establishment

- Fertash, K., Salam, R., & Mousavi Davoodi, S. M. (2013). The Role of Absorption Capacity in Improving Technology Competitiveness: The Key to the Success of Government Organizations in Developing Countries (with Emphasis on Iran). *Management of government agencies*, 2 (6), 76-106. [Persian]
- Flanagan, R., Lu, W., Shen, L., & Jewell, C. (2007). Competitiveness in construction: a critical review of research. *Construction management and economics*, 25(9), 989-1000.
- Foroughi Pour, H., Mozafari, A., & Ashraf Ganjoui, F. (2007). Assessing and Introducing the Most Important Priority of Entrepreneurship in Sport from the Perspective of Sport Perspectives. *Applied Research*, 15, 55-68. [Persian]
- Gholami, A. N., Zare, A., Ghlavavand, A., & Shirali, R. (2017). Investigation of Factors Affecting the Formation of Small and Medium Enterprises in the Iranian Sports Industry. *Applied Research in Sport Management*, 6 (2), 57-66. [Persian]
- Huggins, R., Thompson, P., & Prokop, D. (2019). UK Competitiveness Index.
- Janeska-lliev, A., & Debarliev, S. (2015). Factors Affecting Growth Of Small Bussiness: The Case Of A Development Countury Having Experienced Transition. *European Scientific Journal*, 11(28), 1-28.
- Karimi, A., Banki Pour, B., & Ahmadpour Dariani, M. (2014). Analysis of Small and Medium Business Development Mechanisms (Case Study: Qazvin Small and Medium Business). *Entrepreneurship Development*, 7 (24), 305-326. [Persian]
- Kraemer-Eis, H., Botsari, A., Gvetadze, S., Lang, F., & Torfs, W. (2019). *European Small Business Finance Outlook: June 2019* (No. 2019/57). EIF Working Paper.
- Luu, T. V., Kim, S. Y., Cao, H. L., & Park, Y. M. (2008). Performance measurement of construction firms in developing countries. *Construction Management and Economics*, 26(4), 373-386.
- Mandal, P., Howell, A., & Sohal, A. S. (1998). A systemic approach to quality improvements: the interactions between the technical, human and quality systems. *Total Quality Management*, 9(1), 79-100.
- Mandali Zadeh, Z., & Henry, H. (2010). Investigating the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport as an Interdisciplinary Area. *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 2 (2), 113-136. [Persian]
- Mangoli, N., Rezaei, R., & Safa, L. (2016). Investigating the Impact of Marketing Capabilities on the Performance of Small and Medium Businesses. *Entrepreneurship in Agriculture*, 6 (3), 147-160. [Persian]
- Nazari Pouri, A., Sepahvand, R., & Massoud Rad, M. (2016). Investigating the Formation of Competitive Intelligence Based on the Knowledge-Based Dynamic Capabilities Approach (Case Study: Small and Medium-Sized Businesses). *Modern Marketing Research*, 6 (3), 147-160. [Persian]
- Nobakht, F., Ehsani, M., Kozhian, H., & Amiri, M. (2014). Factors Influencing the Success of Medium and Small Businesses in Iran. *National Conference on New Approaches in Business Management*. [Persian]
- Novak, I. (2019). Resources and Destination Competitiveness Factors Important for Planning Sport Tourism Supply. In *7th International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship: Embracing Diversity in Organisations. April 5th-6th, 2019, Dubrovnik, Croatia* (pp. 402-424). Zagreb: Governance Research and Development Centre (CIRU).

- Orozco, F., Serpell, A., & Molenaar, K. (2011). Competitiveness factors and indexes for construction companies: findings of Chile. *Revista de la Construcción*, 10(1), 91-107.
- Seyed Javadin, S. R., Moghimi, S.M., & Sidamiri, R. (2017). Entrepreneurial Marketing for Small and Medium-sized Businesses in the Information Technology Industry with a Classical Theory Approach. *Business Management*, 7 (23), 101-125. [Persian]
- Sharifian, I., & Yousefi Zarandi, M. H. (2016). Barriers within the Sports Industry to Compete with Foreign Sporting Goods. *Applied Research in Sport Management*, 5 (17), 73-82. [Persian]
- Sharifian, I. (2011). Identifying Factors Influencing the Development of Sport Co-operatives in Iran. *Physiology and Management Research in Sport*, 8, 51-62. [Persian]
- Tukker, A., & Tischner, U. (Eds.). (2017). *New business for old Europe: product-service development, competitiveness and sustainability*. Routledge.
- Yousefi Zarandi, M. H., & Sharifian, I. (2014). Barriers to Competitiveness of Domestic Goods with Foreign Samples in the Manufacturing Sector of Iranian Sports Industry. *Contemporary Research in Sport Management*, 6 (11), 73-83. [Persian]
- Zamanian, A., & Davoodi, A. (2016). Analysis of competitors and competitive strategies in the business field. World Conference on Management, Accounting Economics and Humanities at the Beginning of the Third Millennium. [Persian]
- Zhao, X., Zhao, Y., Zeng, S., & Zhang, S. (2015). Corporate behavior and competitiveness: impact of environmental regulation on Chinese firms. *Journal of Cleaner Production*, 86, 311-322.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی