

شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند

نوع مقاله:

پژوهشی اصیل

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۹/۰۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۱۶

تاریخ چاپ: ۱۴۰۵/۰۳/۳۱

مشخصات نویسندگان:

۱. فرهاد تفقیدی‌کارده: گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
۲. اکرم اصفهانی‌نیا: گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
۳. محمدعلی نودهی: گروه دروس عمومی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، ایران
۴. مجتبی احمدی: گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

* پست الکترونیکی نویسنده مسئول: akramesfahani@iau.ac.ir

© ۱۴۰۵ تمامی



حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.

انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با

گواهی [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) صورت گرفته است.

شیوه استناددهی: تفقیدی‌کارده، فرهاد، اصفهانی‌نیا، اکرم، نودهی، محمدعلی، و احمدی، مجتبی. (۱۴۰۵). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند. حکمرانی و شهر هوشمند، ۲(۱)، ۱-۲۳.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند انجام شد. روش پژوهش، آمیخته بود. نمونه‌ای آماری بخش کیفی شامل متخصصان آگاه به موضوع پژوهش بودند. به‌منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. این نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت ۱۴ نفر به‌عنوان نمونه در بخش کیفی شرکت کردند. در بخش کمی، جامعه‌ای آماری پژوهش شامل فعالان حوزه‌ی استارت‌آپ در ورزش بودند که استادان، دانشجویان، شتاب‌دهنده‌ها و متخصصان این حوزه را در بر می‌گرفت. برای انجام معادلات ساختاری، با توجه به تعداد گویه‌ها، ۳۳۵ نفر به‌عنوان نمونه‌ی پژوهش در نظر گرفته شدند. در نهایت پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های پژوهش، ۳۰۵ پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته بود. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از کدگذاری و همچنین آزمون معادلات ساختاری استفاده شد. تمام روند تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در نرم‌افزارهای SPSS، PLS و Maxqda انجام شد. در نهایت، ۶۷ کد به‌عنوان عوامل مؤثر مشخص شدند. نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند شامل ۱۲ عامل (اجتماعی، فرهنگی، مدیریتی، فناوری، روان‌شناختی، مدیریتی، محیطی، بین‌المللی، آموزشی، رقابتی، شبکه‌سازی و فناوری‌های مالی) است. با توجه به این که میزان t تمامی عوامل بیش‌تر از ۱/۹۶ و سطح معناداری پایین‌تر از ۰/۰۵ بود، مشخص شد تمامی عوامل حضوری معنادار در مدل پژوهش دارند.

واژگان کلیدی: استارت‌آپ، خلاقیت، رفتار، نوآوری، صنعت ورزش.

Identifying Factors Affecting the Development of Startup Behaviors in Iranian Sports with a Smart Governance Approach

Article Type:
Original Research

Submit Date: 2025/11/30
Revise Date: 2026/01/14
Accept Date: 2026/02/05
Publish Date: 2026/06/21



© 2026 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0 License](#).

Authors' Information:

1. Farhad Tafaghodi Kardeh: Department of Physical Education and Sport Sciences, Ak.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
2. Akram Esfahani Nia*: Department of Physical Education and Sport Sciences, Ak.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
3. Mohammadali Noudehi: Department of General Education Courses, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan, Iran
4. Mojtaba Ahmadi: Department of Physical Education and Sport Sciences, BG.C., Islamic Azad University, Bandar Gaz, Iran

* Corresponding author's email: akramesfahani@iau.ac.ir

How to cite this article: Tafaghodi Kardeh, F., Esfahani Nia, A., Noudehi, M., & Ahmadi, M. (2026). Identifying Factors Affecting the Development of Startup Behaviors in Iranian Sports with a Smart Governance Approach. *Governance and Smart City*, 2(1), 1-23.

Abstract

The present study aimed to identify the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports with a smart governance approach. The research method was mixed-methods. The statistical sample in the qualitative section included experts knowledgeable about the research subject. Purposive sampling was used to identify these individuals. This sampling continued until theoretical saturation was reached, and ultimately, 14 individuals participated as the sample in the qualitative section. In the quantitative section, the statistical population included active members of the sports startup ecosystem, encompassing professors, students, accelerators, and experts in this field. To conduct Structural Equation Modeling (SEM), considering the number of items, 335 individuals were selected as the research sample. Finally, after distributing and collecting the research questionnaires, 305 questionnaires were analyzed. Data collection tools included semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire. Coding and structural equation modeling were used to analyze the research data. The entire data analysis process was performed using SPSS, PLS, and MAXQDA software. Ultimately, 67 codes were identified as influential factors. The results showed that the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports with a smart governance approach consist of 12 factors (social, cultural, managerial, technological, psychological, managerial [note: repeated in the original text], environmental, international, educational, competitive, networking, and financial technologies). Given that the t-value for all factors was greater than 1.961.961.96 and the significance level was lower than 0.050.050.05, it was determined that all factors have a significant presence in the research model.

Keywords: Behavior, Innovation, Creativity, Startup, Sport Industry

در دهه‌های اخیر، تحولات فناورانه و گسترش اقتصاد دیجیتال، الگوهای سنتی توسعه‌ی اقتصادی را دگرگون کرده و زمینه‌ی شکل‌گیری اکوسیستم‌های کارآفرینی نوآورانه را فراهم کرده است. در این میان، استارت‌آپ‌ها به‌مثابه‌ی موتورهای محرک نوآوری، اشتغال‌زایی و خلق ارزش افزوده، نقشی روبه‌رشد در توسعه‌ی پایدار ایفا می‌کنند. حوزه‌ی ورزش نیز از این تحولات مستثنا نیست و با ظهور استارت‌آپ‌های ورزشی در زمینه‌هایی نظیر فناوری‌های ورزشی، تحلیل داده‌های عملکردی، سلامت دیجیتال، پلتفرم‌های تعاملی و خدمات هوشمند شهری، به یکی از عرصه‌های نوظهور کارآفرینی تبدیل شده است (Mueller, 2024). باین‌حال، توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش با چالش‌هایی همچون ساختارهای نهادی سنتی، محدودیت‌های سیاست‌گذاری، ضعف زیرساخت‌های حمایتی و ناهماهنگی بین بازیگران اکوسیستم مواجه است (Rehman et al., 2022). در چنین وضعیتی، رویکرد «حکمرانی هوشمند» می‌تواند چارچوبی تحلیلی برای فهم و تقویت این رفتارها فراهم آورد. حکمرانی هوشمند بر استفاده از فناوری‌های نوین، تصمیم‌گیری داده‌محور، شفافیت، مشارکت ذی‌نفعان و هماهنگی نهادی تأکید دارد و می‌کوشد کارآمدی و پاسخ‌گویی نظام‌های مدیریتی را ارتقا دهد (کیخا و باقی یزدل، ۲۰۱۹). حکمرانی هوشمند در بستر شهرها و نظام‌های مدیریتی نوین، نه تنها به بهبود خدمات عمومی منجر می‌شود، بلکه می‌تواند از طریق سیاست‌گذاری‌های حمایتی، تسهیل دسترسی به داده‌ها، ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال و توسعه‌ی شبکه‌های همکاری، زمینه‌ی رشد اکوسیستم‌های استارت‌آپی را فراهم کند؛ بنابراین، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش با رویکرد حکمرانی هوشمند، مستلزم توجه هم‌زمان به متغیرهای فردی (مانند نگرش کارآفرینانه و ریسک‌پذیری)، سازمانی (ساختارها و منابع) و نهادی-حکمرانی (سیاست‌ها، قوانین، شفافیت و زیرساخت‌های هوشمند) است (Choi et al., 2021).

در سال‌های اخیر، صنعت ورزش یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد شناخته می‌شود که تأثیرگذاری چشم‌گیری در جوامع امروزی دارد. طبق گزارش‌های اخیر، این صنعت نه تنها منبع اصلی سرگرمی برای میلیون‌ها نفر در سرتاسر جهان است، بلکه همچون محرک اقتصادی و اجتماعی نیز عمل می‌کند، به‌طوری‌که در سال ۲۰۲۰، درآمد جهانی صنعت ورزش بالغ بر ۶۰۰ میلیارد دلار گزارش شده است که پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۰ به بازاری جهانی با ارزش حدود ۸۰۰ تا ۱ تریلیون دلار برسد. این رشد نتیجه‌ی افزایش سرمایه‌گذاری‌ها، بهره‌وری بالا و تغییر در الگوهای مصرف خواهد بود (Berkani et al., 2024). در ایران، باوجود پتانسیل‌های فراوان فرهنگی و تاریخی که در ورزش وجود دارد، هنوز این صنعت به‌طور کامل شکوفا نشده است. ضعف زیرساخت‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری‌های کلان و نبود نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی، ازجمله چالش‌هایی به شمار می‌روند که مانع رشد این صنعت‌اند (محیطی و همکاران، ۲۰۲۵). به‌صورت کلی ورزش امروز یکی از صنایع مهم در جهان محسوب می‌شود که توانسته است در مسیر رشد تولید ناخالص داخلی تأثیرات بی‌شماری بر کشورها داشته باشد (Lu et al., 2024). رشد و گسترش ورزش در ابعاد بین‌المللی سبب شده است که امروزه از آن به‌عنوان یکی از صنایع مهم و کلیدی در سطح جهان یاد شود (Ratten, 2020). در بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری‌های فراوانی در جهت بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزش انجام شده است (Liu et al.,



2017). گستردگی ورزش باعث شده است امروز، شاهد شکل‌گیری صنعت ورزش به‌صورت گسترده باشیم (Meier et al., 2018) و استفاده از ظرفیت‌های این صنعت می‌تواند سبب رشد شاخص‌های اقتصادی در کشورهای مختلف شود (Li & Huang, 2024).

اگرچه همواره از ورزش به‌عنوان موضوعی مهم یاد می‌شود، هماهنگی ورزش با اوضاع روز جامعه از مسائل مهمی است که باید مد نظر قرار گیرد. استارت‌آپ‌ها از جمله‌ی این مسائل‌اند. رشد و گسترش استارت‌آپ‌ها در سطح جهان به شکل‌گیری ظرفیت‌های مطلوبی در حوزه‌های مختلف منجر شده است (Chung et al., 2024). به‌طور کلی استارت‌آپ به معنای «شرکت نوپا» است و به شرکت‌های جدید و نوآورانه‌ای اشاره دارد که به دنبال ایجاد، توسعه و تجاری‌سازی محصولات یا خدمات جدیدند. این نوع کسب‌وکارها عمدتاً ویژگی‌هایی از جمله نوآوری، رشد سریع، ریسک‌پذیری و غیرمطمئن بودن، جذب سرمایه و تجربیات کارآفرینی دارند (Okunnuga et al., 2024). گسترش استارت‌آپ‌ها و موفقیت آن‌ها در عرصه‌های ملی و بین‌المللی سبب شده است تا نگاه‌های بسیاری را به خود جلب کنند (Choi et al., 2021). در مسیر توسعه‌ی استارت‌آپ‌ها باید یک سری ظرفیت‌های فرهنگی (Cervantes & Nardi, 2012)، زیرساختی (Petrova & Ivanov, 2020)، اقتصادی (نورمحمدنصرآبادی، ۲۰۲۰) و دولتی (کیخا و باقی یزدل، ۲۰۱۹) ایجاد شود. استارت‌آپ‌ها به‌عنوان نهادهای فعال و نوآور در بازارهای اقتصادی، نقشی بسیار حیاتی در توسعه و تحول صنایع مختلف دارند. در صنعت ورزش، می‌توانند با ارائه‌ی فناوری‌های نوین و خدمات جدید، تحولی بنیادین در تجربه‌های ورزشی ایجاد کنند. این شرکت‌ها قادرند فرصت‌های بیش‌تری برای مشارکت افراد و بهبود تجربه‌ی تماشاگران و ورزشکاران فراهم کنند (Zheng et al., 2024). اهمیت استارت‌آپ‌ها در ورزش ایران به این اعتبار است که با نگاهی نو به بازار می‌توانند به رشد و رونق این صنعت کمک کنند؛ بنابراین، شناسایی و بررسی رفتارهای استارت‌آپی و عوامل مؤثر بر آن‌ها به‌عنوان ضرورتی برای رشد پایدار صنعت ورزش ایران مطرح است (Mueller, 2024).

یکی از مسائل مهم در مسیر توسعه‌ی استارت‌آپ‌ها لزوم ایجاد رفتارهای استارت‌آپی است. رفتارهای استارت‌آپی به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، مهارت‌ها و فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که کارآفرینان و بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها در راستای راه‌اندازی و اداره‌ی کسب‌وکار خود در پیش می‌گیرند. این رفتارها شامل نوآوری (ایجاد راه‌حل‌های جدید برای مشکلات موجود)، ریسک‌پذیری (قبول خطرات شروع کاری جدید)، انعطاف‌پذیری (توانایی سازگاری با تغییرات سریع بازار) و شبکه‌سازی (ایجاد ارتباطات مؤثر با دیگر کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و مشتریان) است (Mai et al., 2024). بررسی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش نیازمند چارچوب مفهومی کاملاً شفاف‌ی است. در این راستا، می‌توان به نظریه‌های مختلفی از جمله نظریه‌ی کارآفرینی اجتماعی و نظریه‌های نوآوری و به‌طور خاص به این موضوع پرداخت که چگونه این نظریه‌ها می‌توانند در متن ورزش ایران شرایط عینی‌تری پیدا کنند. شناخت دقیق این رفتارها و عوامل مؤثر بر آن‌ها، بستر شناسایی فرصت‌ها و چالش‌ها برای استارت‌آپ‌ها در ورزش را فراهم می‌آورد (Rehman et al., 2022). رفتارهای استارت‌آپی به تلاش‌های هدفمندی اشاره دارد که در حوزه‌ای مشخص برای توسعه و بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و کارکردهای استارت‌آپ‌ها در جهت کمک به گروه و جامعه‌ای خاص برای ارائه‌ی خدمات و محصولات انجام می‌شود (Burstein, 2016). رفتارهای استارت‌آپی نه تنها بر موفقیت فردی بنیان‌گذاران تأثیر می‌گذارد، بلکه به شکل‌گیری اکوسیستم‌های استارت‌آپی و پیشرفت اقتصادی کشورهای مختلف نیز کمک می‌کند. این رفتارها شامل ویژگی‌هایی چون نوآوری، ریسک‌پذیری، تمایل به ایجاد ارتباطات



مؤثر و انعطاف‌پذیری برای تطابق با تغییرات بازار است. در عصر دیجیتال کنونی، کارآفرینان به‌ویژه باید بتوانند به‌سرعت به تغییرات و نیازهای بازار پاسخ دهند و این امر مستلزم ترویج و شناسایی رفتارهای مؤثر استراتژی است (Pramono et al., 2021). یکی از دغدغه‌های اصلی در مورد رفتارهای استراتژی، نداشتن شناخت کافی از این رفتارها و تأثیرات آن‌ها بر موفقیت استراتاپ‌هاست. این موضوع مستلزم مطالعات عمیق و تحلیلی در خصوص رفتارهای کارآفرینان و تحلیل عواملی است که بر شکل‌گیری این رفتارها تأثیر می‌گذارد. از سوی دیگر، با توجه به چالش‌های مربوط به بازار، سرمایه‌گذاری و رقابت، استراتاپ‌ها باید استراتژی‌های منسجم و هدفمندی را در زمینه‌های مختلف از جمله بازاریابی، توسعه‌ی محصول و جذب سرمایه به‌کارگیرند (Yasir et al., 2017). علاوه بر این، اهمیت فرهنگ و فضای جغرافیایی در شکل‌گیری رفتارهای استراتاپی نیز نمی‌تواند نادیده گرفته شود. شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر منطقه می‌تواند بر نحوه‌ی شکل‌گیری و توسعه‌ی استراتاپ‌ها تأثیر بگذارد و شناخت این عوامل برای کارآفرینان و سیاست‌گذاران ضروری است. درک صحیح رفتارهای استراتاپی و شاخص‌های کلیدی آن‌ها، به دولت‌مردان و نهادهای مرتبط این امکان را می‌دهد تا با ایجاد زیرساخت‌ها و برنامه‌های حمایتی لازم، بستر مناسبی برای رشد و شکوفایی استراتاپ‌ها فراهم آورند (Astuti et al., 2023).

باوجود اهمیت روزافزون استراتاپ‌های ورزشی در اقتصاد دانش‌بنیان و نقش بالقوه‌ی آن‌ها در توسعه‌ی شهری و اجتماعی، پژوهش‌های اندکی به‌صورت نظام‌مند به تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و تقویت رفتارهای استراتاپی در این حوزه با تأکید بر حکمرانی هوشمند پرداخته‌اند. خلأ نظری و کاربردی موجود، ضرورت انجام پژوهشی جامع در این زمینه را دوچندان می‌کند. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتاپی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند انجام‌شده است تا بتواند چارچوبی مفهومی برای سیاست‌گذاران، مدیران شهری و متولیان ورزش کشور ارائه دهد و زمینه‌ی افزایش کارآمدی نظام حکمرانی را در حمایت از نوآوری‌های ورزشی فراهم آورد. اگرچه در سال‌های اخیر، توجه به کارآفرینی ورزشی و شکل‌گیری استراتاپ‌های فعال در حوزه‌ی فناوری‌های ورزشی، سلامت دیجیتال، پلتفرم‌های خدمات ورزشی و نوآوری‌های مبتنی بر داده افزایش‌یافته است، توسعه‌ی رفتارهای استراتاپی در ورزش ایران همچنان با موانع ساختاری و نهادی متعددی روبه‌روست. ساختارهای مدیریتی متمرکز، پیچیدگی‌های قانونی، ضعف زیرساخت‌های اطلاعاتی، نبود دسترسی شفاف به داده‌های ورزشی و ناهماهنگی میان نهادهای سیاست‌گذار از جمله عواملی به شمار می‌روند که می‌توانند شکل‌گیری و گسترش این رفتارها را محدود کنند. از سوی دیگر، رویکرد حکمرانی هوشمند بر تصمیم‌گیری داده‌محور، شفافیت، مشارکت ذی‌نفعان، تعامل شبکه‌ای و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای بهبود کارآمدی نظام مدیریتی تأکید دارد. بااین‌حال، مشخص نیست کدام‌یک از مؤلفه‌های حکمرانی هوشمند بیش‌ترین تأثیر را بر توسعه‌ی رفتارهای استراتاپی در بخش ورزش دارند و این مؤلفه‌ها چگونه با عوامل فردی، سازمانی و محیطی تعامل پیدا می‌کنند. در ادبیات داخلی، اغلب مطالعات کارآفرینی ورزشی به بررسی ویژگی‌های فردی یا موانع اقتصادی پرداخته‌اند و کم‌تر پژوهشی با رویکرد حکمرانی و نگاه سیستمی به تحلیل هم‌زمان ابعاد نهادی، سیاستی و فناورانه پرداخته است. این خلأ پژوهشی موجب شده است که سیاست‌گذاری‌ها در این حوزه عمدتاً مقطعی و غیرسیستمی باشد و چارچوبی جامع برای تقویت اکوسیستم استراتاپی ورزش شکل نگیرد؛ بنابراین، مسئله‌ی اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتاپی در ورزش ایران در چارچوب



حکمرانی هوشمند کدام‌اند و چگونه می‌توانی این عوامل را تبیین و اولویت‌بندی کرد. پاسخ به این مسئله می‌تواند زمینه‌ی طراحی سیاست‌های هوشمند، ارتقای هماهنگی نهادی و توسعه‌ی زیرساخت‌های حمایتی را فراهم آورد و به شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی ورزشی کارآمد در کشور کمک کند. بنابراین، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران کدام‌اند.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه‌ی گردآوری داده‌ها، آمیخته بود. روش کیفی استفاده‌شده در پژوهش از نوع روش دلفی بود به این صورت که تا رسیدن به مرحله‌ی اجماع در مورد عوامل طی سه مرحله انجام شد. ابزار استفاده‌شده شامل مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته بود. خروجی مصاحبه‌های پژوهش به شکل‌گیری پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته منجر شد که ۶۷ سؤال داشت. سؤالات این پرسش‌نامه به صورت طیف پنج‌ارزشی لیکرت طراحی شد.

به‌منظور بررسی روایی بخش کیفی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأیید پذیری استفاده شد. پژوهشگر برای بررسی قابلیت باورپذیری از تأیید فرایند پژوهش به‌وسیله‌ی هفت متخصص استفاده کرد. همچنین دو کدگذار چند نمونه مصاحبه را کدگذاری کردند تا از یکسانی دیدگاه کدگذاران اطمینان حاصل شود. از سوی دیگر، برای بررسی انتقال‌پذیری با سه متخصص، که در پژوهش مشارکت نداشتند، در مورد یافته‌های پژوهش مشورت شد. همچنین به‌منظور بررسی قابلیت تأییدپذیری، تمامی مصاحبه‌ها ثبت و ضبط و در زمان‌های موردنیاز بررسی شدند. برای بررسی روایی بخش کمی از بررسی نظرات خبرگان و برای بررسی نهایی پرسش‌نامه از محاسبه‌ی آلفای کرونباخ استفاده شد ($\alpha = 0/88$). همچنین به‌منظور بررسی روایی سازه از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. با توجه به‌پیش فرض‌های آزمون تحلیل عاملی اکتشافی ($\alpha = 0/905$ ؛ شاخص KMO؛ پایین‌تر بودن سطح معناداری از $0/05 =$ آزمون بارتلت) و همچنین معنادار بودن بار عاملی و میزان t هر گویه در آزمون تحلیل عاملی، روایی سازه‌ی ابزار فوق تأیید شد.

جامعه‌ی آماری پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان آگاه به موضوع پژوهش بود. در این بخش، معیارهای ورود خبرگان به پژوهش شامل سه دسته‌ی تحصیلات (داشتن مدرک تحصیلی دست‌کم کارشناسی ارشد)، سوابق شغلی (داشتن دست‌کم ۵ سال سابقه‌ی شغلی در حوزه‌ی مورد مطالعه)، سوابق پژوهشی (داشتن دست‌کم ۲ مقاله‌ی علمی در حوزه‌ی مورد مطالعه) و آشنایی با اکوسیستم استارت‌آپی (درک و آگاهی از اکوسیستم استارت‌آپی ایران، شامل نهادها، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و حمایت‌های دولتی) بود. برآورده کردن دست‌کم ۳ معیار از ۴ معیار ورودی شرط حضور نمونه‌ها در بخش کیفی پژوهش حاضر بود. به‌منظور شناسایی نمونه‌های بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در این پژوهش با توجه به هدف مطالعه، شرکت‌کنندگان بخش کیفی بر اساس نمونه‌گیری هدفمند از بین افراد آگاه به موضوع پژوهش انتخاب شدند. پنج معیار برای انتخاب شرکت‌کنندگان در پژوهش شناسایی شد که عبارت بودند از:

۱. کلیدی بودن: آیا افراد شناسایی‌شده کاملاً با موضوع آشنایی دارند؟

۲. شناسایی‌شده از سوی دیگران: آیا ذی‌نفعان، افرادی که برای مصاحبه انتخاب‌شده‌اند را خبرگان این حوزه می‌دانند؟



۳. فهم نظری موضوع: آیا این افراد درک درستی از موضوع پژوهش دارند؟

۴. تنوع: آیا مصاحبه‌شوندگان از گروه‌های مختلف (نظری و عملی) انتخاب‌شده‌اند؟

۵. موافقت با مشارکت: آیا افراد منتخب انگیزه‌ی مناسبی برای مشارکت در پژوهش دارند؟

فرایند گزینش نمونه‌ها ادامه پیدا کرد تا هنگامی که در جریان کسب اطلاعات، هیچ داده‌ی جدیدی پدیدار نشد و به عبارتی داده‌ها در ۱۲ مصاحبه به اشباع رسیدند و ادامه‌ی مصاحبه صرفاً برای اطمینان از یافته‌ها انجام شد. در این پژوهش ۱۴ مصاحبه با ۱۴ نفر انجام شده است. مصاحبه‌های پژوهش به درخواست نمونه‌ها در محل کار آن‌ها و به‌صورت حضوری انجام شد. مدت‌زمان مصاحبه‌ها به‌طور میانگین ۴۱ دقیقه بود، به‌طوری که طولانی‌ترین مصاحبه ۷۳ دقیقه و کوتاه‌ترین مصاحبه ۳۴ دقیقه به طول انجامید.

جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر در بخش کمی شامل فعالان حوزه‌ی استارت‌آپ در ورزش بودند که این افراد شامل استادان، دانشجویان، شتاب‌دهنده‌ها و متخصصان حوزه‌ی استارت‌آپ در ورزش می‌شدند. با توجه به این که برای انجام معادلات ساختاری نیاز است، با توجه به تعداد گویه‌ها، دست‌کم ۵ نفر به‌عنوان نمونه‌ی پژوهش مشخص شوند، با در نظر گرفتن تعداد گویه‌های پژوهش حاضر، تعداد نمونه‌ها ۳۳۵ نفر تعیین شد. درنهایت پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های پژوهش، ۳۰۵ پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شد، بدین‌صورت درصد بازگشت پرسش‌نامه‌ها ۹۰ درصد بود. با توجه به منابع معتبر روش پژوهش از جمله Fowler (۲۰۱۳) که به ریزش ۱۰-۲۰ درصدی پرسش‌نامه‌ها در روند جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها اشاره دارند و با توجه به حجم نمونه، این درصد بازگشت قابل‌قبول است. داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری تحلیل شدند. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی انجام شد و با ارائه‌ی پارادایمی منطقی یا تصویری تجسمی از نظریه‌ی در حال تکوین پایان یافت. همچنین داده‌های کمی پژوهش با استفاده از روش معادلات ساختاری تحلیل شدند. تمام روند تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در نرم‌افزارهای SPSS و PLS انجام شد.

نتایج

جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های بخش کیفی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های بخش کیفی

نمونه‌ها	جنسیت	سن	تحصیلات	حوزه‌ی فعالیت	سابقه‌ی شغلی
نمونه‌ی ۱	مرد	۵۴	دکتری	فعال استارت‌آپ	۱۵ سال
نمونه‌ی ۲	زن	۴۵	کارشناسی ارشد	شتاب‌دهنده	۱۳ سال
نمونه‌ی ۳	مرد	۴۰	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۱۳ سال
نمونه‌ی ۴	مرد	۴۱	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۱۰ سال
نمونه‌ی ۵	مرد	۳۸	کارشناسی ارشد	فعال استارت‌آپ	۱۰ سال
نمونه‌ی ۶	مرد	۳۶	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۱۱ سال
نمونه‌ی ۷	زن	۴۴	دکتری	شتاب‌دهنده	۱۴ سال
نمونه‌ی ۸	مرد	۳۵	کارشناسی ارشد	شتاب‌دهنده	۷ سال
نمونه‌ی ۹	زن	۵۰	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۲۵ سال



نمونه ۱۰	مرد	۴۸	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۵ سال
نمونه ۱۱	زن	۳۷	کارشناسی ارشد	فعال استارتاپ	۱۰ سال
نمونه ۱۲	مرد	۴۰	دکتری	شتاب دهنده	۱۲ سال
نمونه ۱۳	مرد	۴۲	کارشناسی ارشد	فعال استارتاپ	۱۵ سال
نمونه ۱۴	مرد	۴۴	دکتری	فعال استارتاپ	۱۲ سال

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد مشارکت کنندگان بخش کیفی شامل ۷۱/۴٪ مرد و ۲۸/۶٪ زن بودند که از میان آن‌ها افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری با ۶۴/۳٪ بیشترین تعداد را دارا بودند. یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌ی آماری بخش کمی پژوهش در **جدول ۲** به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۲. یافته‌های توصیفی نمونه‌های بخش کمی

ویژگی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۳۷	۷۷/۷
	زن	۶۸	۲۲/۳
تحصیلات	کارشناسی	۱۲۵	۴۱/۰
	کارشناسی ارشد	۱۱۹	۳۹/۰
	دکتری	۶۱	۲۰/۰

نتایج توصیفی پژوهش در بخش کمی نشان داد ۷۷/۷ درصد نمونه‌های پژوهش را مردان و ۲۲/۳ درصد از آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین، افراد دارای مدرک کارشناسی با ۴۱ درصد بیشترین فراوانی را دارا بودند. کدهای اولیه و مقولات با استفاده از روش دلفی استخراج شدند و در نهایت، تعداد ۶۷ کد اولیه و ۱۲ مقوله استخراج شد. **جدول ۳** نتایج مربوط به کدهای اولیه را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج کدگذاری باز

ردیف	کدهای اولیه	فراوانی	شماره‌ی مصاحبه کنندگان
۱	مدیریت هوشمند تورم و رکود در اکوسیستم ورزش	۸	q2, q5, q9, q11, q12, q14, q15, q8
۲	ایجاد محیط‌های کارآفرینی هوشمند در ورزش	۷	q3, q6, q7, q10, q13, q1, q4
۳	جهت‌دار کردن روندهای سرمایه‌گذاری در حوزه‌ی استارت‌آپ‌های ورزشی	۶	q8, q11, q14, q2, q5, q9
۴	مدیریت هزینه‌ی انطباق	۷	q1, q4, q7, q10, q12, q15, q3
۵	ایجاد سرمایه‌گذاران در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی	۸	q5, q6, q9, q11, q13, q14, q2, q7
۶	ایجاد شتاب‌دهنده‌ها در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی	۷	q3, q8, q10, q12, q15, q1, q4
۷	ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی	۶	q7, q9, q11, q13, q2, q6
۸	ایجاد تنوع، برابری و شمول در حوزه‌های ورزشی	۷	q1, q4, q5, q8, q10, q12, q14
۹	شناخت داده‌محور از اولویت‌های جامعه‌ی ورزشی	۹	q2, q3, q6, q7, q9, q11, q13, q15, q4
۱۰	افزایش پویایی و چابکی تیم‌های استارت‌آپی	۸	q5, q8, q10, q12, q14, q1, q3, q7
۱۱	حفظ آگاهی موقعیتی	۸	q6, q9, q11, q13, q15, q2, q4, q5
۱۲	پرورش احساس تعلق و تعهد در بین اعضای تیم	۹	q1, q3, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q6
۱۳	ابتکارات با هدف افزایش مشارکت گروه‌های کم‌نمایش	۹	q2, q4, q5, q9, q11, q13, q6, q7, q8



ردیف	کدهای اولیه	فراوانی	شماره‌ی مصاحبه‌کنندگان
۱۴	اشتراک‌گذاری نظام‌مند دانش در اکوسیستم ورزش	۸	q1, q3, q10, q12, q14, q15, q5, q7
۱۵	نهادینه‌سازی فرهنگ یادگیری مستمر	۷	q4, q6, q8, q9, q11, q13, q2, q3
۱۶	تقویت ریسک‌پذیری کارآفرینانه در چارچوب حمایتی	۶	q7, q10, q12, q14, q15, q1
۱۷	ایجاد فرهنگ استقبال از ایده‌های جدید	۷	q5, q6, q9, q11, q13, q2
۱۸	تشویق ابتکارات از سوی نهادهای دولتی و خصوصی	۸	q1, q3, q4, q7, q8, q10, q12, q14
۱۹	بهره‌گیری از پیشرفت‌های فناوریانه در حکمرانی ورزش	۸	q2, q5, q6, q9, q11, q13, q15, q7
۲۰	ایجاد کانال‌های ارتباطی مؤثر	۸	q3, q8, q10, q12, q14, q1, q4, q6
۲۱	اقدامات امنیتی سایبری قوی	۸	q5, q7, q9, q11, q13, q15, q2, q4
۲۲	حفاظت هوشمند از داده‌های حساس ورزشی	۸	q1, q3, q6, q8, q10, q12, q14, q15
۲۳	افزایش قابلیت‌های تصمیم‌گیری	۸	q2, q4, q5, q7, q9, q11, q13, q6
۲۴	افزایش هوش هیجانی	۷	q1, q3, q8, q10, q12, q14, q15, q5, q7
۲۵	ایجاد محرک‌های استارت‌آپی	۶	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3
۲۶	افزایش خودآگاهی	۷	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۲۷	افزایش اشتیاق و انعطاف‌پذیری	۹	q1, q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۲۸	تقویت وفاداری افراد	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1
۲۹	بهبود ارتباطات و حل تعارض در چارچوب حکمرانی تیمی	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۳۰	ایجاد بانک اطلاعاتی از ایده‌ها، خلاقیت‌ها و نوآوری	۹	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3, q5
۳۱	امکان تبادل آزاد ایده‌ها	۹	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1, q14
۳۲	تقویت نظام مالکیت معنوی در استارت‌آپ‌های ورزشی	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۳۳	نظارت بر رفتارهای استارت‌آپی	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۳۴	تعریف مقررات مرتبط با حوزه‌ی استارت‌آپ	۶	q8, q10, q12, q14, q15, q2
۳۵	چارچوب انعطاف‌پذیر حقوقی	۷	q1, q3, q8, q10, q12, q14, q15, q5, q7
۳۶	کانال‌های ارتباطی باز با نهادهای نظارتی	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3
۳۷	افزایش چابکی نظارتی	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۳۸	برگزاری دوره‌های آموزشی	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۳۹	توجه حکمرانی‌محور به تغییرات اقلیمی در ورزش	۹	q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3, q5, q7
۴۰	توجه به استارت‌آپ‌های متمرکز بر حفاظت از محیط‌زیست در ورزش (مانند استفاده از مواد بازیافتی)	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1
۴۱	تعامل با نهادهای سازمان‌های حمایتی	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۴۲	افزایش آگاهی و آموزش در مورد مسائل زیست‌محیطی	۶	q4, q6, q9, q11, q13, q1
۴۳	پذیرش مسئولیت اجتماعی در استارت‌آپ‌های ورزشی	۷	q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۴۴	افزایش دسترسی به بازارهای جهانی و فرصت‌های صادرات محصولات ورزشی	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1
۴۵	استفاده از فناوری‌های بین‌المللی و تجربه‌های موفق سایر کشورها	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۴۶	افزایش مشارکت در رویدادهای بین‌المللی	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3
۴۷	مدیریت هوشمند چالش‌های بین‌المللی	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1
۴۸	افزایش رقابت با استارت‌آپ‌های ورزشی خارجی	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۴۹	اعمال برنامه‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات ورزشی	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۵۰	ایجاد سفیران ورزشی به‌عنوان مدرسان کارآفرینی و توسعه‌ی مهارت‌های کسب‌وکار	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۵۱	ارتقای آموزش‌های عملی و کارآموزی	۶	q8, q10, q12, q14, q15, q2
۵۲	ارزیابی تأثیر برنامه‌های آموزشی بر مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی	۷	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1
۵۳	وجود منابع آموزشی آنلاین و دسترسی به محتوای بین‌المللی	۹	q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3, q5, q7
۵۴	افزایش شدت رقابت در بازار ورزش	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۵۵	پایش داده‌محور رقبا	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2



ردیف	کدهای اولیه	فراوانی	شماره‌ی مصاحبه‌کنندگان
۵۶	آگاهی از محصولات و خدمات جدید در بازار	۹	q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3, q5, q7
۵۷	اعمال راهبردهای توسعه‌ی پایدار در مواجهه با رقبا	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۵۸	انتقال اهمیت شبکه‌های ارتباطی در توسعه‌ی کسب‌وکارهای ورزشی	۶	q4, q6, q9, q11, q13, q1
۵۹	تقویت نقش جوامع حرفه‌ای در حکمرانی مشارکتی	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14
۶۰	بهبود ملاقات‌ها و رویدادهای شبکه‌سازی در سرمایه‌گذاری و همکاری	۸	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q15, q1
۶۱	به اشتراک‌گذاری منابع و اطلاعات بین استارت‌آپ‌های ورزشی	۸	q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15, q2
۶۲	گسترش همکاری‌های نهادی حمایتی	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۶۳	بهره‌گیری از فناوری‌های مالی در تأمین مالی	۹	q4, q6, q9, q11, q13, q1, q3, q5, q7
۶۴	تقویت نقش فین‌تک در اکوسیستم ورزش	۸	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14, q15
۶۵	کاربرد بلاکچین و رمزارز در بازار ورزش	۷	q2, q4, q6, q9, q11, q13, q1
۶۶	مدیریت چالش‌های پذیرش فناوری‌های مالی	۶	q8, q10, q12, q14, q15, q2
۶۷	توسعه‌ی پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی ورزشی	۷	q3, q5, q7, q8, q10, q12, q14

پس از انجام مصاحبه‌های پژوهش، ۶۷ کد کلی مشخص شد که در ۱۲ دسته‌ی عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فناوری، روان‌شناختی، مدیریتی، اکولوژیک (محیطی)، بین‌المللی، آموزشی، رقابتی، شبکه‌سازی و فناوری‌های مالی طبقه‌بندی شدند. **جدول ۴** نتایج مربوط به دسته‌بندی مقولات را نشان می‌دهد.

جدول ۴. کدگذاری بخش کیفی

مقولات	کدهای اولیه
عوامل اقتصادی	مدیریت هوشمند تورم و رکود در اکوسیستم ورزش
	ایجاد محیط‌های کارآفرینی هوشمند در ورزش
	جهت‌دار کردن روندهای سرمایه‌گذاری در حوزه‌ی استارت‌آپ‌های ورزشی
	مدیریت هزینه‌ی انطباق
	ایجاد سرمایه‌گذاران در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی
	ایجاد شتاب‌دهنده‌ها در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی
عوامل اجتماعی	ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری در حوزه‌های استارت‌آپ‌های ورزشی
	ایجاد تنوع، برابری و شمول در حوزه‌های ورزشی
	شناخت داده‌محور اولویت‌های جامعه‌ی ورزشی
	افزایش پویایی و چابکی تیم‌های استارت‌آپی
	حفظ آگاهی موقعیتی
	پرورش احساس تعلق و تعهد در بین اعضای تیم
عوامل فرهنگی	ابتکارات با هدف افزایش مشارکت گروه‌های کم‌نمایش
	اشتراک‌گذاری نظام‌مند دانش در اکوسیستم ورزش
	نهادینه‌سازی فرهنگ یادگیری مستمر
	تقویت ریسک‌پذیری کارآفرینانه در چارچوب حمایتی
	ایجاد فرهنگ استقبال از ایده‌های جدید
	تشویق ابتکارات از سوی نهادهای دولتی و خصوصی
عوامل فناوری	بهره‌گیری از پیشرفت‌های فناوریانه در حکمرانی ورزش
	ایجاد کانال‌های ارتباطی مؤثر
	اقدامات امنیتی سایبری قوی



مقولات	کدهای اولیه
عوامل روان‌شناختی	حفاظت هوشمند از داده‌های حساس ورزشی
	افزایش قابلیت‌های تصمیم‌گیری
	افزایش هوش هیجانی
	ایجاد محرک‌های استارت‌پی
	افزایش خودآگاهی
	افزایش اشتیاق و انعطاف‌پذیری
	تقویت وفاداری افراد
	بهبود ارتباطات و حل تعارض در چارچوب حکمرانی تیمی
	ایجاد بانک اطلاعاتی از ایده‌ها، خلاقیت‌ها و نوآوری
	امکان تبادل آزاد ایده‌ها
عوامل مدیریتی	تقویت نظام مالکیت معنوی در استارت‌آپ‌های ورزشی
	نظارت بر رفتارهای استارت‌آپی
	تعریف مقررات مرتبط با حوزه‌ی استارت‌آپ
	چارچوب انعطاف‌پذیر حقوقی
	کانال‌های ارتباطی باز با نهادهای نظارتی
	افزایش چابکی نظارتی
	برگزاری دوره‌های آموزشی
	توجه حکمرانی‌محور به تغییرات اقلیمی در ورزش
	توجه به استارت‌آپ‌های متمرکز بر حفاظت از محیط‌زیست در ورزش (مانند استفاده از مواد بازیافتی)
	تعامل با نهادهای و سازمان‌های حمایتی
عوامل اکولوژیک (محیطی)	افزایش آگاهی و آموزش در مورد مسائل زیست‌محیطی
	پذیرش مسئولیت اجتماعی در استارت‌آپ‌های ورزشی
	افزایش دسترسی به بازارهای جهانی و فرصت‌های صادرات محصولات ورزشی
	استفاده از فناوری‌های بین‌المللی و تجربه‌های موفق سایر کشورها
	افزایش مشارکت در رویدادهای بین‌المللی
	مدیریت هوشمند چالش‌های بین‌المللی
	افزایش رقابت با استارت‌آپ‌های ورزشی خارجی
	اعمال برنامه‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها و مؤسسات ورزشی
	ایجاد سفیران ورزشی به‌عنوان مدرسان کارآفرینی و توسعه‌ی مهارت‌های کسب‌وکار
	ارتقا آموزش‌های عملی و کارآموزی
عوامل آموزشی	ارزیابی تأثیر برنامه‌های آموزشی بر مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی
	وجود منابع آموزشی آنلاین و دسترسی به محتوای بین‌المللی
	افزایش شدت رقابت در بازار ورزش
	پایش داده‌محور رقبا
	آگاهی از محصولات و خدمات جدید در بازار
	اعمال راهبردهای توسعه‌ی پایدار در مواجهه با رقبا
	انتقال اهمیت شبکه‌های ارتباطی در توسعه‌ی کسب‌وکارهای ورزشی
	تقویت نقش جوامع حرفه‌ای در حکمرانی مشارکتی
	بهبود ملاقات‌ها و رویدادهای شبکه‌سازی در سرمایه‌گذاری و همکاری
	به اشتراک‌گذاری منابع و اطلاعات بین استارت‌آپ‌های ورزشی
عوامل شبکه‌سازی	گسترش همکاری‌های نهادی حمایتی
	بهره‌گیری از فناوری‌های مالی در تأمین مالی
	تقویت نقش فین‌تک در اکوسیستم ورزش
عوامل فناوری‌های مالی	



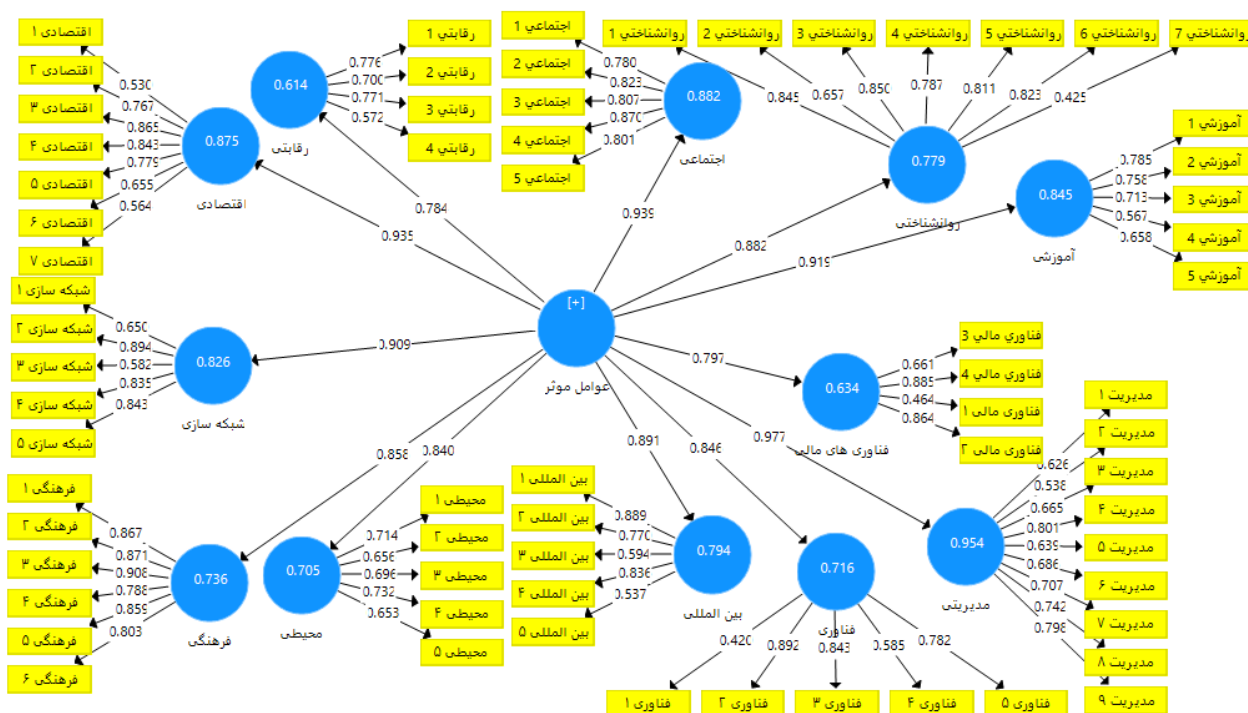
کدهای اولیه

کاربرد بلاکچین و رمزارز در بازار ورزش

مدیریت چالش‌های پذیرش فناوری‌های مالی

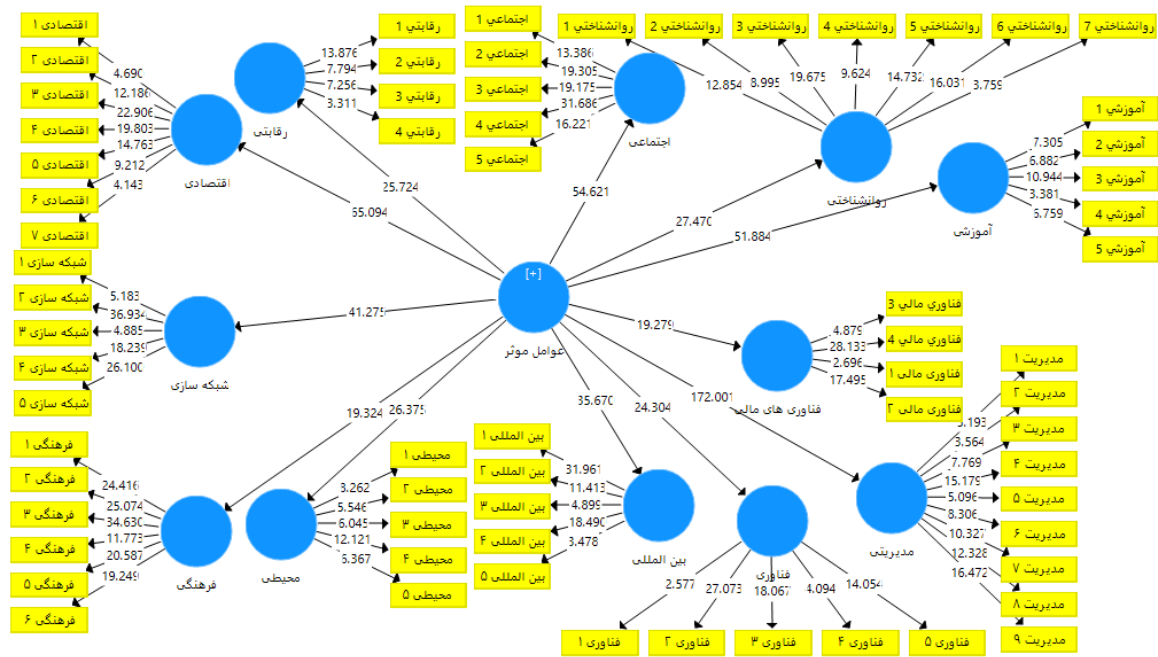
توسعه‌ی پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی ورزشی

به‌منظور بررسی عوامل شناسایی‌شده در بخش کمی، از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج آزمون کلوموگراف-اسمیرنف نشان داد توزیع داده‌های پژوهش طبیعی نیست. با توجه به این مسئله، پیش‌فرض‌های استفاده از نرم‌افزارهای کوواریانس‌محور شکل گرفت. بنابراین، در ادامه، برای آزمون عوامل شناسایی‌شده از نرم‌افزار PLS استفاده شد. شکل ۱ عوامل شناسایی‌شده در حالت ساختاری و شکل ۲ عوامل شناسایی‌شده در حالت ضرایب t را نشان می‌دهد.



شکل ۱. عوامل شناسایی‌شده در حالت ساختاری پژوهش





شکل ۲. عوامل شناسایی‌شده در حالت ضرایب t

برای بررسی برازش عوامل شناسایی‌شده در حالت ساختاری از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین آن‌ها، ضرایب معناداری t یا همان مقادیر t-values است. اگر مقدار این اعداد از ۰/۹۵ بیش‌تر شود، صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه وجود روابط در سطح اطمینان ۱/۹۶ تأیید می‌شود. با توجه به نتایج پژوهش مشخص شد تمامی عوامل حضوری معنادار دارند. **جدول ۵** نتایج مربوط به شاخص‌های برازش عوامل شناسایی‌شده را نشان می‌دهد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش عوامل شناسایی‌شده در حالت ساختاری پژوهش

عوامل شناسایی‌شده	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا	R2	GOF
اجتماعی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۶۴	۰/۸۸	۰/۷۵۰
فرهنگی	۰/۸۱	۰/۹۷	۰/۶۷	۰/۷۳	۰/۶۹۹
فناوری	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۶۱	۰/۷۱	۰/۶۵۸
روانشناختی	۰/۸۳	۰/۸۹	۰/۶۰	۰/۷۷	۰/۶۷۹
مدیریتی	۰/۸۹	۰/۹۲	۰/۶۸	۰/۹۵	۰/۸۱۲
اقتصادی	۰/۸۷	۰/۹۰	۰/۶۰	۰/۸۷	۰/۷۲۳
اکولوژیک	۰/۸۴	۰/۸۹	۰/۶۷	۰/۷۰	۰/۶۸۴
بین‌المللی	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۶۴	۰/۷۹	۰/۷۱۰
آموزشی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۶۹	۰/۸۴	۰/۷۶۰
رقابتي	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۷۸۱
شبکه‌سازی	۰/۸۱	۰/۸۶	۰/۶۵	۰/۸۲	۰/۷۶۰
فناوری‌های مالی	۰/۸۹	۰/۹۳	۰/۶۶	۰/۶۳	۰/۶۴۴

با توجه به نتایج شاخص‌های برازش مشخص شد شاخص‌های برازش در میان تمامی عوامل از سطح مطلوبی برخوردارند.



در راستای پاسخ به سؤال اصلی پژوهش مبنی بر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند، داده‌های حاصل از مرحله‌ی گردآوری اطلاعات تجزیه و تحلیل شدند. تحلیل یافته‌ها نشان دادند شکل‌گیری و تقویت رفتارهای استراتژی در حوزه‌ی ورزش متأثر از مجموعه‌ای از عوامل در سطوح مختلف فردی، تیمی، نهادی، فناورانه و اقتصادی است که در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند. شکل‌گیری شواهد علمی در خصوص رفتارهای استراتژی در ورزش می‌تواند زمینه‌ساز تلاش‌های عملی در این حوزه باشد. با توجه به اهمیت فعالیت‌های عملی در حوزه‌ی استراتژیک، مطالعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش می‌تواند از طریق ارائه‌ی شواهد در این خصوص به ایجاد دغدغه‌ی توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش کمک کند. از این‌رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند طراحی و اجرا شده است.

نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران با رویکرد حکمرانی هوشمند شامل ۱۲ عامل (اجتماعی، فرهنگی، مدیریتی، فناوری، روان‌شناختی، مدیریتی، محیطی، بین‌المللی، آموزشی، رقابتی، شبکه‌سازی و فناوری‌های مالی) است. به عبارت دیگر، برای توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران نیاز است این عوامل مد نظر قرار گیرند.

Prommer et al (۲۰۲۰) در پژوهش خود، که باهدف آینده‌ی استراتژیک‌ها انجام شد، مشخص کردند که در آینده‌ی نزدیک استراتژیک‌ها یکی از ضروریات جوامع تلقی خواهند شد و به‌صورت جدی گسترش خواهند یافت. ملک‌آرا (۲۰۲۰) در پژوهش خود، که باهدف بررسی استراتژیک و مراحل راه‌اندازی آن انجام شد، پی برد در روند توسعه‌ی استراتژیک‌ها باید به مسائل فرهنگی و فنی توجه جدی داشت. توانایی انطباق ساختارهای سازمانی برای گشودگی و انعطاف‌پذیری بیش‌تر، رفتارهای کارآفرینانه را با امکان تبادل آزاد ایده‌ها و همکاری بین اعضای تیم ترویج می‌کند. علاوه بر فرهنگ سازمانی، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به شکلی فزاینده در حوزه‌ی شبکه‌های ورزشی تأثیرگذارند. آن‌ها دسترسی آسانی برای افراد فراهم می‌آورند تا با دیگران در صنعت ارتباط برقرار کنند و در نتیجه، تسهیل شکل‌گیری روابط حرفه‌ای می‌تواند به ایجاد فرصت‌های کارآفرینی منجر شود. استراتژیک‌ها اغلب با تعاملی پیچیده از چارچوب‌های نظارتی مواجه می‌شوند که می‌تواند مانع توسعه‌ی محصول شود. برای غلبه‌ی مؤثر بر این پیچیدگی‌ها، استراتژیک‌ها باید کانال‌های ارتباطی باز با نهادهای نظارتی ایجاد کنند تا از به‌روزرسانی خط‌مشی‌ها مطلع باشند و فرهنگ انطباق را از ابتدای توسعه‌ی محصول تقویت کنند. این مسئله باعث شده است گام‌های شناسایی شده شامل مسئله‌یابی و آگاهی، علاقه‌مندی و ایده پردازی، اجرا و تقویت رفتار، تکرار و استمرار و ارزیابی به‌عنوان عوامل مهم و کلیدی در مسیر توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران مدنظر قرار گیرند.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران پدیده‌ای چندبعدی و متأثر از مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، نهادی، فناورانه، اجتماعی و فردی است که می‌توان آن‌ها را در چارچوب حکمرانی هوشمند تبیین کرد. نتایج نشان می‌دهد صرف تمرکز بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان یا حمایت‌های مالی مقطعی برای تقویت رفتارهای استراتژی کفایت نمی‌کند، بلکه شکل‌گیری نظام حکمرانی



هوشمندی مبتنی بر تنظیم‌گری چابک، تصمیم‌گیری داده‌محور، شفافیت نهادی، توسعه‌ی زیرساخت‌های دیجیتال و مشارکت شبکه‌ای ذی‌نفعان نقشی تعیین‌کننده در پایداری و گسترش این رفتارها دارد. به‌بیان‌دیگر، رفتارهای استراتژی در ورزش ایران نه‌تنها محصول انگیزش‌های فردی و پویایی تیمی‌اند، بلکه در بستری از سیاست‌گذاری اقتصادی هوشمند، حمایت نهادی، امنیت داده، شبکه‌های ارتباطی مؤثر و رویکرد توسعه‌ی پایدار شکل می‌گیرند. از این منظر، حکمرانی هوشمند می‌تواند به‌مثابه‌ی چارچوبی یکپارچه برای هم‌افزایی این عوامل عمل کند و زمینه‌ی ایجاد اکوسیستم استراتژی پویا و رقابت‌پذیر در صنعت ورزش کشور را فراهم آورد. بر این اساس، در ادامه، تحلیل نتایج با تأکید بر ابعاد مختلف حکمرانی هوشمند و پیامدهای سیاستی آن بررسی می‌شود.

یکی از عوامل شناسایی‌شده عوامل اجتماعی است. [Ratten \(۲۰۲۰\)](#) و [Malau et al \(۲۰۲۰\)](#) نیز در پژوهش‌های خود به این مسئله اشاره داشته‌اند. به‌طور کلی عوامل اجتماعی یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش ایران به شمار می‌روند. فرهنگ جمعی، روحیه‌ی کارآفرینی و اقبال عمومی به فعالیت‌های استراتژی ازجمله‌ی این عوامل به شمار می‌روند. جوامعی که در آن‌ها روحیه‌ی همیاری و حمایت اجتماعی وجود دارد، غالباً فضاهای مناسبی برای رشد کسب‌وکارهای نوپا فراهم می‌کنند. برای مثال، وجود گروه‌های اجتماعی و شبکه‌های حمایتی می‌تواند نقشی مؤثر در تشویق افراد به ورود به عرصه‌ی کارآفرینی داشته باشد. علاوه بر این، تأثیر الگوهای رفتاری و تجربه‌های موفق سایر کارآفرینان نیز نباید نادیده گرفته شود. رسانه‌ها و رویدادهای عمومی می‌توانند به ترویج این الگوها کمک کنند و به رشد فرهنگ استراتژی دامن بزنند. درنتیجه، توجه به طراحی برنامه‌ها و سیاست‌های اجتماعی در جهت تقویت این فرهنگ می‌تواند جنبه‌های مثبت رشد استراتژی را تحت تأثیر قرار دهد.

یکی از عوامل شناسایی‌شده عوامل فرهنگی است. [نورمحمد نصرآبادی \(۲۰۲۰\)](#)، [Astuti et al \(۲۰۲۳\)](#) و [Burstein \(۲۰۱۶\)](#) نیز در پژوهش خود به این مسئله اشاره داشته‌اند. عوامل فرهنگی تأثیری چشم‌گیر بر توسعه‌ی رفتارهای استراتژی دارند. فرهنگ نوآوری، استقبال از ریسک و تحمل ناپایداری ازجمله مؤلفه‌های مهم فرهنگی‌اند که می‌توانند بر انگیزه‌های کارآفرینانه تأثیر بگذارند. در جوامعی که افکار و ایده‌های نوین ارج نهاده می‌شوند، افراد تمایل بیشتری به جست‌وجوی فرصت‌ها و ایجاد استراتژی‌ها دارند. به‌علاوه، تغییر در نگرش‌ها و ارزش‌ها در راستای تأمین نیازهای جدید ورزش کشور می‌تواند به گسترش استراتژی‌ها کمک کند. فرهنگ سیاسی و اجتماعی نیز می‌تواند نقش بسزایی در پذیرش ایده‌های نو و کارآفرینی در حوزه‌ی ورزش ایفا کند. درنهایت، نیاز به ایجاد ارکان و ساختارهای فرهنگی حمایتی به‌منظور تقویت رفتارهای استراتژی ضروری به نظر می‌رسد.

همچنین عوامل مدیریتی، دیگر عامل شناسایی‌شده در پژوهش حاضر است. [Rehman et al \(۲۰۲۲\)](#)، [Pramono et al \(۲۰۲۱\)](#) و [Yasir et al \(۲۰۱۷\)](#) نیز در پژوهش خود به این مسئله اشاره داشته‌اند. عوامل مدیریتی از ارکان مؤثر در ایجاد و توسعه‌ی استراتژی‌های ورزشی در ایران شناخته می‌شوند. نحوه‌ی مدیریت منابع انسانی، مالی و فنی می‌تواند به‌مثابه‌ی عامل تمایز در موفقیت یا شکست استراتژی‌ها ایفای نقش کند. مدیریت قوی که قادر به تشخیص نقاط قوت و ضعف بازار باشد، می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا تصمیم‌گیری‌های بهتری داشته باشند و ریسک‌ها را به حداقل برسانند. علاوه بر این، برنامه‌ریزی استراتژیک و تعیین اهداف روشن از دیگر مؤلفه‌های کلیدی مدیریتی محسوب



می‌شوند که در توسعه‌ی رفتارهای استراتژی تأثیرگذارند. این نوع مدیریت به کارآفرینان کمک می‌کند تا با بهره‌برداری از فرصت‌ها خود را برای مواجهه با چالش‌ها آماده کنند؛ بنابراین، تقویت توانمندی‌های مدیریتی و آموزشی در حوزه‌ی استراتژی‌های ورزشی بسیار حائز اهمیت است.

یکی دیگر از عوامل شناسایی‌شده عوامل فناوری است که در پژوهش Mueller (۲۰۲۴) و Ratten (۲۰۲۰) نیز مد نظر قرار گرفته است. فناوری یکی از عوامل کلیدی در توسعه‌ی رفتارهای استراتژی در ورزش به شمار می‌رود. ورود فناوری‌های نوین به عرصه‌های ورزشی می‌تواند شیوه‌های جدیدی از کسب‌وکار را به ارمغان آورد. ازجمله‌ی این فناوری‌ها می‌توان به نرم‌افزارهای تحلیل داده، اپلیکیشن‌های ورزشی و پلتفرم‌های آنلاین اشاره کرد که به‌ویژه در عصر دیجیتال اهمیت بسیار زیادی دارند. علاوه بر این، فناوری‌های نوین فرصتی برای بهبود روابط میان ورزشکاران و علاقه‌مندان به ورزش فراهم می‌آورند و می‌توانند به افزایش دسترسی و تسهیل ارتباطات میان ذی‌نفعان در ورزش کمک کنند. به‌طورکلی، بهره‌گیری بهینه از فناوری‌های روز دنیا نیازمند فرهنگ‌سازی و آموزش مناسب در زمینه‌ی فناوری‌های ورزشی است.

عوامل روان‌شناختی، دیگر عامل شناسایی‌شده در پژوهش حاضر است که Astuti et al (۲۰۲۳) نیز در پژوهش خود به آن اشاره کرده‌اند. عوامل روان‌شناختی تأثیر بسزایی در رفتارهای استراتژی دارند. انگیزه، اعتمادبه‌نفس و تسلط بر هدف‌گذاری ازجمله‌ی این عوامل به شمار می‌روند. کارآفرینان موفق کسانی هستند که بتوانند بر ترس و نگرانی‌های ناشی از ناامنی‌های مالی غلبه کنند. ایجاد طرز فکر مثبت و یادگیری از شکست‌ها به موفقیت استراتژی‌ها کمک خواهد کرد. به‌علاوه، ریسک‌پذیری و توانایی تحمل فشارهای روانی ناشی از مقابله با چالش‌های بازار می‌تواند بر مزایای رقابتی استراتژی‌ها بیفزاید و آن‌ها را برای تصمیم‌گیری‌های مؤثرتر توانمند کند؛ بنابراین، تقویت وضعیت روانی کارآفرینان و ایجاد محیط حمایت‌کننده از آنان می‌تواند به رشد رفتارهای استراتژی در ورزش ایران کمک کند.

عوامل محیطی، دیگر عامل شناسایی‌شده در پژوهش حاضر است که در پژوهش نورمحمد نصرآبادی (۲۰۲۰)، Astuti et al (۲۰۲۳) و Burstein (۲۰۱۶) نیز ذکر شده است. محیط اطراف کارآفرینان می‌تواند بر رفتارهای استراتژی آن‌ها تأثیر بگذارد و شرایط رشد یا رکود را فراهم آورد. مسائلی چون زیرساخت‌های شهری، دسترسی به منابع مالی، تجهیزات ورزشی و اوضاع اقلیمی ازجمله مؤلفه‌های محیطی به شمار می‌روند که در تأثیرگذاری بر توسعه استراتژی نقش دارند. وجود زیرساخت‌های مناسب در ایجاد فضایی حمایت‌گرانه برای نوآوری، می‌تواند سبب ایجاد انگیزه برای کارآفرینان شود. به‌علاوه، وجود فضای باز برای تبادل ایده‌ها و تجربه‌ها در محیط‌های ورزشی و اقتصادی می‌تواند در ترغیب و جذب کارآفرینان به فعالیت‌های استراتژی مؤثر باشد. ایجاد محیط‌های تسهیل‌کننده که امکان همکاری و ارتباطات مؤثر بین افراد و نهادهای مختلف فراهم کنند، اهمیت بسیار زیادی دارد.

یکی از عوامل شناسایی‌شده، عوامل بین‌المللی است. Rehman et al (۲۰۲۲)، Pramono et al (۲۰۲۱) و Yasir et al (۲۰۱۷) نیز در پژوهش خود به این عامل اشاره کرده‌اند. به دلیل جهانی‌شدن و رقابت‌های بین‌المللی، عوامل بین‌المللی تأثیری فزاینده‌ای بر رفتارهای استراتژی دارند. فرصت‌های بین‌المللی برای صادرات و تعامل با بازارهای جهانی در عرصه‌ی ورزش می‌تواند به گسترش کارآفرینی در ایران کمک کند. این ارتباطات جهانی، کارآفرینان را با بازارهای جدید، فناوری‌های نوین و روش‌های مدیریتی مدرن آشنا می‌کند. ایجاد همکاری‌های بین‌المللی و



افزایش ارتباطات و تبادل تجربیات با کشورهای دیگر می‌تواند موجب ارتقای سطح کیفی استارت‌آپ‌ها شود. در نتیجه، سیاست‌گذاری‌های مناسب در زمینه همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند به تحقق اهداف استارت‌آپی در ورزش ایران کمک کند.

یکی دیگر از عوامل شناسایی‌شده، عوامل آموزشی است. Ratten (۲۰۲۰) و Malau et al (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود این عامل را مد نظر قرار داده‌اند. آموزش یکی از عوامل اساسی برای توسعه رفتارهای استارت‌آپی به شمار می‌رود. فراهم آوردن آموزش‌های لازم و برنامه‌های یادگیری در زمینه‌های مختلف مدیریت، بازاریابی و فناوری اطلاعات به کارآفرینان کمک می‌کند تا مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای نوپا را کسب کنند. دوره‌های آموزشی می‌تواند در کاهش خطاهای اولیه و افزایش شانس موفقیت تأثیرگذار باشد. علاوه بر این، افزایش آگاهی در زمینه قابلیت‌های کارآفرینانه و فراهم آوردن امکان یادگیری از تجربیات کارآفرینان موفق می‌تواند به ارتقای روحیه تلاش و پیگیری در افراد کمک کند. به‌طور کلی، استفاده از محیط‌های آموزشی متنوع و ایجاد زیرساخت‌های آموزشی می‌تواند به توسعه رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران منجر شود.

عوامل رقابتی، دیگر عامل شناسایی‌شده در پژوهش حاضر است که در پژوهش Pramono et al (۲۰۲۱) نیز آمده است. عوامل رقابتی در بازار استارت‌آپی، درواقع به توانایی کارآفرینان در جذب و نگهداری مشتریان مرتبط می‌شود. شناسایی رقبا و تحلیل قدرت‌های آن‌ها می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا تمایزات خود را شناسایی و راهبردهای منحصربه‌فردی برای خود ایجاد کنند. ساختار رقابتی بازار می‌تواند بر قیمت‌گذاری، کیفیت خدمات و نوآوری تأثیر بگذارد. رقابت سالم باعث می‌شود استارت‌آپ‌ها تشویق شوند تا خدمات و محصولات خود بهبود دهند و درنهایت به نفع مصرف‌کننده خواهد بود. در این راستا، کمک به ایجاد بسترهای رقابتی منصفانه و حمایت از نوآوری‌ها بازار بهتر و کارآمدتری را ایجاد خواهد کرد.

یکی دیگر از عوامل شناسایی‌شده، عوامل شبکه‌سازی است. Rehman et al (۲۰۲۲)، Pramono et al (۲۰۲۱) و Yasir et al (۲۰۱۷) نیز در پژوهش خود به این عامل اشاره داشته‌اند. شبکه‌سازی در توسعه رفتارهای استارت‌آپی فوق‌العاده مهم است. ارتباطات قوی و ایجاد شبکه‌های حمایتی امکان دستیابی به منابع، مشاوره و همکاری را فراهم می‌آورد. کارآفرینان موفق معمولاً در شبکه‌های گوناگونی عضویت دارند که به آن‌ها کمک می‌کند از تجربیات دیگران بهره‌مند شوند، ایده‌های جدید را جست‌وجو کنند و درنهایت، خدمات و محصولات خود را به نحو بهتری ارائه دهند. ایجاد جوامع حمایتی و شبکه‌های تجاری نیز می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌های کارآفرینان اثرگذار باشد و اثربخشی فعالیت‌های استارت‌آپی را افزایش دهد. بنابراین، تأکید بر تقویت شبکه‌های ارتباطی و همکاری‌های بین افراد ذی‌نفع می‌تواند موجب تسهیل و تسریع راه‌اندازی استارت‌آپ‌های ورزشی شود.

یکی از عوامل شناسایی‌شده، عوامل فناوری مالی است که در پژوهش نورمحمد نصرآبادی (۲۰۲۰)، Astuti et al (۲۰۲۳) و Burstein (۲۰۱۶) نیز به آن اشاره شده است. فناوری‌های مالی می‌توانند یکی از عوامل کلیدی در راه‌اندازی و توسعه استارت‌آپ‌ها در عرصه ورزش باشند. قابلیت‌های این فناوری‌ها موجب می‌شود دسترسی به سرمایه‌گذاری و منابع مالی برای کارآفرینان تسهیل شود. توانمندی‌هایی مثل جمع‌آوری سرمایه از طریق پلتفرم‌های آنلاین و ارائه مشاوره‌های مالی به استارت‌آپ‌ها می‌تواند به شکل‌گیری پایه‌های مالی محکم در کسب‌وکارها کمک



کند. به علاوه، شرکت‌های فناوری مالی می‌توانند با ارائه‌ی راهکارهای نوین پرداخت و مدیریت مالی، در بهبود عملکرد مالی و کاهش هزینه‌ها به کارآفرینان کمک کنند. در نتیجه، شناسایی و حمایت از توسعه‌ی فناوری‌های مالی مناسب می‌تواند به رشد و استمرار استارت‌آپ‌ها در حوزه ورزش کمک بسزایی داشته باشد.

عوامل اکولوژیک (محیطی)، دیگر عامل شناسایی شده است که Ratten (۲۰۲۰) و Malau et al (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود آن را مد نظر قرار داده‌اند. عوامل محیطی مانند تغییرات اقلیمی، آلودگی و قوانین زیست‌محیطی، تأثیری مهم بر استارت‌آپ‌ها دارند. مهم است که کسب‌وکارها به نحوی طراحی شوند که با پایداری محیط‌زیست هم‌خوانی داشته باشند. کارآفرینان نه تنها باید به دنبال راهکارهایی باشند که به رشد اقتصادی کمک کند، بلکه در عین حال رضایت مشتریان نگران سلامت کوهی زمین را نیز جلب کنند. علاوه بر این، کیفیت زیرساخت‌های ورزشی و سیاست‌های دولتی در حوزه‌ی محیط‌زیست می‌تواند بر توسعه‌ی استارت‌آپ‌های ورزشی تأثیر بگذارد. بنابراین، توجه به تأثیرات محیطی در حال گسترش استارت‌آپ‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد.

مجموعه عواملی که در پژوهش مشخص شده‌اند، نمایانگر پیچیدگی و تنوع عوامل مؤثر بر توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران است. شناخت و تحلیل دقیق این عوامل می‌تواند به توسعه و ترویج رفتارهای کارآفرینی در این حوزه کمک کند و زمینه‌های مناسب برای رشد و پیشرفت ورزش کشور را فراهم آورد. طراحی راهبردهای مناسب با توجه به این عوامل، می‌تواند گام مؤثری در راستای تحقق این هدف باشد. توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در صنعت ورزش به‌طور قابل‌توجهی تحت تأثیر عوامل فناورانه‌ی مختلف است. پیشرفت فناوری، نه تنها کاتالیزوری برای نوآوری است، بلکه به‌مثابه‌ی عنصری عمل می‌کند اساسی که چشم‌انداز صنعت را تغییر می‌دهد. فناوری برای اکوسیستم ورزشی مدرن بسیار مهم است و به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا با مخاطبان گسترده‌تری ارتباط برقرار کنند و تجربیات جذابی برای طرفداران فراهم کنند. ظهور پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی، تعامل با طرفداران را متحول کرده و کانال‌های جدیدی برای تعامل به وجود آورده است که قبلاً در دسترس نبودند. همچنین عوامل نظارتی نقشی مهم در شکل‌دهی رفتارها و استراتژی‌های استارت‌آپ‌ها در بخش ورزش دارند. استارت‌آپ‌ها باید چشم‌انداز پیچیده‌ای از مقررات را دنبال کنند که می‌تواند تأثیری چشم‌گیر بر عملکرد آن‌ها داشته باشد، از توسعه‌ی محصول گرفته تا جذب مشتری. علاوه بر این، فرهنگ‌سازمانی در شرکت‌های ورزشی بسیار مهم است. عواملی مانند به اشتراک‌گذاری دانش، فرهنگ یادگیری و کانال‌های ارتباطی مؤثر به تسهیل محیطی مساعد برای کارآفرینی کمک می‌کند. به‌طور خاص، وجود فرهنگی که آموزش و انگیزش کارکنان را تشویق می‌کند برای به حداکثر رساندن پتانسیل افراد در سازمان حیاتی است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود در چارچوب حکمرانی هوشمند در ورزش، از طریق طراحی و اجرای پروژه‌های آزمایشی در مقیاس کوچک بستری برای توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی در ورزش ایران فراهم شود. اجرای آزمایشی ایده‌های نوآورانه در قالب «محیط آزمون» یا طرح‌های آزمایشی، این امکان را فراهم می‌کند که پیش از توسعه‌ی این ایده‌ها در مقیاس ملی، میزان کارآمدی، ریسک‌ها و پیامدهای آن‌ها به‌صورت داده‌محور ارزیابی شود. چنین رویکردی می‌تواند به کاهش عدم قطعیت، افزایش یادگیری نهادی و شکل‌گیری نمونه‌های موفق در اکوسیستم استارت‌آپی ورزش منجر شود.



همچنین با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود با تشکیل انجمن‌های کارآفرینی ورزشی در قالب ساختارهای رسمی و مورد حمایت نظام حکمرانی، بستر توسعه‌ی رفتارهای استارت‌آپی تقویت شود. این انجمن‌ها می‌توانند به‌عنوان نهادهای میانجی در حکمرانی شبکه‌ای عمل کنند و از طریق تسهیل تبادل دانش، تقویت ارتباطات بین‌بخشی و ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی، نقشی مؤثر در هم‌افزایی میان کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و نهادهای سیاست‌گذار ایفا کنند. چنین سازوکاری به ارتقای مشارکت ذی‌نفعان و تقویت حکمرانی مشارکتی در حوزه ورزش کمک خواهد کرد.

علاوه بر این، نتایج پژوهش بر ضرورت تقویت حکمرانی اقتصادی هوشمند در حمایت از ایده‌های نو تأکید دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود از طریق ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری تخصصی ورزش، توسعه‌ی شتاب‌دهنده‌های هوشمند و بهره‌گیری از ابزارهای نوین تأمین مالی نظیر تأمین مالی جمعی، شرایط لازم برای تجاری‌سازی ایده‌های استارت‌آپی فراهم شود. چنین اقداماتی می‌تواند به هدایت هدفمند منابع مالی، کاهش موانع ورود و افزایش پایداری اقتصادی استارت‌آپ‌های ورزشی منجر شود.

از منظر حکمرانی پایدار، پیشنهاد می‌شود توسعه‌ی استارت‌آپ‌های ورزشی با رویکرد مسئولیت اجتماعی و ملاحظات زیست‌محیطی همراه باشد. توجه به استارت‌آپ‌های سبز، استفاده از مواد پایدار در تولیدات ورزشی و طراحی مدل‌های کسب‌وکار سازگار با محیط‌زیست، می‌تواند علاوه بر ارتقای مشروعیت اجتماعی، به ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای استارت‌آپ‌های ورزشی منجر شود. در این راستا، نظام حکمرانی باید چارچوب‌های تشویقی و حمایتی لازم را برای تقویت این رویکرد فراهم آورد.

در نهایت، با توجه به اهمیت تصمیم‌گیری داده‌محور در حکمرانی هوشمند، پیشنهاد می‌شود توسعه و به‌کارگیری سیستم‌های هوشمند پشتیبان تصمیم‌گیری در اکوسیستم ورزش در دستور کار قرار گیرد. بهره‌گیری از فناوری‌های هوش مصنوعی و تحلیل کلان‌داده‌ها می‌تواند در انتخاب راهبردهای بازاریابی، شناسایی روندهای آینده‌ی بازار، تحلیل رقبا و مدیریت ریسک به کارآفرینان کمک کند. استقرار چنین زیرساخت‌هایی نه تنها کیفیت تصمیم‌گیری را ارتقا می‌دهد، بلکه موجب هم‌راستایی بیشتر اکوسیستم استارت‌آپی با اصول حکمرانی هوشمند خواهد شد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچگونه تضاد منافی وجود ندارد.

تشکر و قدردانی

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از تمامی افرادی که به تیم پژوهش کمک کردند و نظرات ارزشمندشان را در مورد متن مقاله‌ی حاضر ارائه دادند، سپاسگزاری کنند. این مقاله برگرفته از رساله دانشجویی مقطع دکتری می‌باشد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.



این پژوهش با رعایت تمامی اصول اخلاق در پژوهش‌های انسانی انجام شده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Astuti, T., Helmi, A. F., & Riyono, B. (2023). Differences in organizational behavior amongst startup and established company: A literature review. *Buletin Psikologi*, 31(2), 1–13. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.82949>
- Berkani, A. S., Moumen, H., Benharzallah, S., Yahiaoui, S., & Bounceur, A. (2024). Blockchain use cases in the sports industry: A systematic review. *International Journal of Networked and Distributed Computing*, 12(1), 17–40. <https://doi.org/10.1007/s44227-024-00022-3>
- Burstein, M. J. (2016). The entrepreneurial commons: Reframing the relationship between intellectual property and entrepreneurship. *Utah Law Review*, 2016(4), 611–667.
- Cervantes, R., & Nardi, B. (2012). Building a Mexican startup culture over the weekends. In *Proceedings of the 4th International Conference on Intercultural Collaboration* (pp. 11–20). ACM. <https://doi.org/10.1145/2160881.2160884>
- Choi, J., Goldschlag, N., Haltiwanger, J. C., & Kim, J. D. (2021). *Founding teams and startup performance* (NBER Working Paper No. 28417). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3776985>
- Chung, W. Y., Jo, Y., & Lee, D. (2021). Where ICT startup companies should be established? Efficiency comparison between cluster types. *Telematics and Informatics*, 56, Article 101482. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101482>
- Fowler, F. J., Jr. (2013). *Survey research methods* (5th ed.). Sage Publications.
- Kaykha, A., & Baghi Yazdel, R. (2019). An analytical look at the causes and factors of startup failure. *Third National Entrepreneurship Conference*, Tehran, Iran. [In Persian].
- Li, A., & Huang, W. (2024). A comprehensive survey of artificial intelligence and cloud computing applications in the sports industry. *Wireless Networks*, 30(8), 6973–6984. <https://doi.org/10.1016/j.engappai.2022.104669>
- Liu, D., Zhang, J. J., & Desbordes, M. (2017). Sport business in China: Current state and prospect. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 18(1), 1–9. <https://doi.org/10.1108/ijms-12-2016-0086>
- Lu, L., Yang, S., & Li, Q. (2024). The interaction of digital economy, artificial intelligence and sports industry development—Based on China PVAR analysis of provincial panel data. *Heliyon*, 10(4), Article e25688. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25688>
- Mai, A., Wagner, B., & Hofmann, M. (2024). Current harmonics minimization of permanent magnet synchronous machine based on iterative learning control and neural networks. In *Intelligent Motion, Renewable Energy and Energy Management* (pp. 284–289). VDE. <https://doi.org/10.3390/machines11080784>
- Malau, D. N., Setiawan, A. D., & Hidayatno, A. (2020). Model conceptualization on startup company development and valuation in Indonesia. In *2020 IEEE 7th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)* (pp. 298–302). IEEE. <https://doi.org/10.1109/iciea49774.2020.9102089>
- Malek-ara, M. (2020). Study of startups and their launch stages. *Second International Conference on Finance, Business, Banking, Economics and Accounting Management*, Tehran, Iran. [In Persian].
- Meier, M., Tan, K. H., Lim, M. K., & Chung, L. (2018). Unlocking innovation in the sport industry through additive manufacturing. *Business Process Management Journal*, 24(1), 1–8. <https://doi.org/10.1108/bpmj-10-2017-0285>
- Mohity, Z., Mokhtari Dinani, M., Rezaei Pandari, A., & Afshar Jahanshahi, A. (2025). Financial growth of sport industry in the extreme context: Evidence from Iran under economic sanction and COVID-19 pandemic. *Journal of Public Affairs*, 25(1), 1–11. <https://doi.org/10.1002/pa.70011>
- Mueller, C. E. (2024). What drives the effectiveness of public startup support programs? Empirical insights from the “EXIST-business startup grant”. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 13(1), 111–133. <https://doi.org/10.1108/jep-08-2023-0083>



- Noormohammad Nasrabadi, G. (2020). Identifying and prioritizing key success factors for startups using fuzzy DNP (Case study: Healthcare startups). *Second International Conference on Innovation in Business Management and Economics*, Tehran, Iran. [In Persian].
- Okunnuga, I., Korkor, P. M., Fatai, F. O., Tochukwu, N. K., & Elisha, A. O. (2024). Optimizing government grants for startups: Encouraging growth of technology startups within the US entrepreneurial ecosystem. *International Journal of Advanced Research, Ideas and Innovations in Technology*, 10(2), 507–519.
- Petrova, S., & Ivanov, S. (2020). Integration of a distributed Hadoop system into the infrastructure of a technology startup company. *Izvestia Journal of the Union of Scientists-Varna: Economic Sciences Series*, 9(2), 76–84. <https://doi.org/10.36997/ijusv-ess/2020.9.2.76>
- Pramono, C. A., Manurung, A. H., Heriyati, P., & Kosasih, W. (2021). Factors affecting start-up behavior and start-up performance during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 809–817. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0809>
- Prommer, L., Tiberius, V., & Kraus, S. (2020). Exploring the future of startup leadership development. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, Article e00200. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00200>
- Ratten, V. (2020a). Sport startups: What does the future hold? In V. Ratten (Ed.), *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship* (pp. 1–15). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-081-420201001>
- Ratten, V. (2020b). Sport technology: A commentary. *The Journal of High Technology Management Research*, 31(1), Article 100383. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2020.100383>
- Rehman, Z. U., Arif, M., Gul, H., & Raza, J. (2022). Linking the trust of industrial entrepreneurs on elements of ecosystem with entrepreneurial success: Determining startup behavior as mediator and entrepreneurial strategy as moderator. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 877561. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.877561>
- Yasir, M., Majid, A., & Yasir, M. (2017). Entrepreneurial knowledge and start-up behavior in a turbulent environment. *Journal of Management Development*, 36(9), 1149–1159. <https://doi.org/10.1108/jmd-10-2016-0193>
- Zheng, F., Sun, H., Ren, R., & Chang, W. (2024). Impact of the digital entrepreneurial ecosystem on startup performance: An empirical study from China. *International Review of Economics & Finance*, 96, 103–111. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2024.103611>



Identifying Factors Affecting the Development of Startup Behaviors in Iranian Sports with a Smart Governance Approach

Extended Abstract

Introduction

In recent decades, technological developments and the expansion of the digital economy have transformed traditional patterns of economic development and paved the way for the formation of innovative entrepreneurial ecosystems. In the meantime, startups, as engines driving innovation, job creation, and value-added creation, play an increasing role in sustainable development. The field of sports is no exception to these developments, and with the emergence of sports startups in fields such as sports technologies, performance data analysis, digital health, interactive platforms, and smart urban services, it has become one of the emerging areas of entrepreneurship. This research gap has caused policymaking in this area to be mainly cross-sectional and non-systemic, and a comprehensive framework for strengthening the sports startup ecosystem has not been formed. Therefore, the main issue of the present study is: What are the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports within the framework of smart governance, and how can these factors be explained and prioritized? The answer to this question can provide the basis for designing smart policies, promoting institutional coordination, and developing supportive infrastructure, and help form an efficient sports entrepreneurship ecosystem in the country. Therefore, the main question of the present study is: What are the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports?

Methodology

The present study was a mixed method in terms of data collection method in terms of its applied purpose. The qualitative method used in the present study was the Delphi method. The Delphi method of the present study was carried out in three stages until reaching the consensus stage in the cases. The tools used in this study included semi-structured interviews and a researcher-made questionnaire. The output of the research interviews led to the formation of a researcher-made questionnaire that had 67 questions. The questions of this questionnaire were designed as a 5-value Likert scale. To examine the validity of the qualitative section, credibility (validity), transferability, and verifiability were used. For this purpose, the researcher used the approval of the research process by seven experts to examine the credibility and also used two coders to code several interview samples to ensure the uniformity of the coders' views. On the other hand, to examine the transferability, the opinions of three experts who did not participate in the study were consulted about the research findings. Also, to examine the verifiability, all interviews were recorded and reviewed at the required times. To examine the validity of the quantitative part of the survey, experts' opinions were reviewed, and to examine the end of the questionnaire, Cronbach's alpha was calculated.

Results

The results of the present study showed that 67 codes were identified as effective factors. The results showed that the effective factors on the development of startup behaviors in Iranian sports with a smart governance approach include 12 factors (social, cultural, managerial, technological, psychological, managerial, environmental, international, educational, competitive, networking, and financial technologies). Considering the t-value of all factors, which is higher than 1.96 and the significance level, which is lower than 0.005; it was determined that all factors have a significant presence in the research model.

Discussion and Conclusion

In order to answer the main research question of identifying the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports with a smart governance approach, the data obtained from the information collection stage were analyzed. The analysis of the findings showed that the formation and strengthening of startup behaviors in the field of sports is influenced by



a set of factors at different individual, team, institutional, technological and economic levels that interact with each other. The formation of scientific evidence regarding startup behaviors in sports can provide the basis for creating practical efforts in this area. Given the importance of practical activities in the field of startups, the study of startup behaviors in sports can help to form the necessary concern for the development of startup behaviors in sports by creating evidence in this regard. This issue has led to the design and implementation of the present study with the aim of identifying the factors affecting the development of startup behaviors in Iranian sports with a smart governance approach. In this regard, the governance system should provide the necessary incentive and support frameworks to strengthen this approach. Finally, given the importance of data-driven decision-making in smart governance, it is suggested that the development and application of smart decision-support systems in the sports ecosystem be put on the agenda. The use of artificial intelligence technologies and big data analysis can help entrepreneurs in choosing marketing strategies, identifying future market trends, analyzing competitors, and managing risk. The establishment of such infrastructures will not only improve the quality of decision-making, but will also further align the startup ecosystem with the principles of smart governance.

Keywords: Behavior, Innovation, Creativity, Startup, Sport Industry

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this study.

Acknowledgment

The authors would like to express their sincere gratitude to all individuals who assisted the research team and provided valuable feedback on the manuscript of this article. This study is derived from a doctoral dissertation.

Author Contributions

All authors contributed equally to the preparation of this manuscript.

Ethical Considerations

This study was conducted in accordance with all ethical principles for human research.

Data Transparency

The data and references supporting the findings of this study are available from the corresponding author upon reasonable request, provided that copyright and privacy policies are respected.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

