



Modeling the Role of Startups in the Development of Sports Businesses

Reza Ariyayar^{1✉} | Ziba Vatankhah² | Samaneh Safari Hassanabadi³ | Sanaz Abiri⁴

¹Department of Sports Management, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: karimihamed120@gmail.com

²Department of Sports Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran. . E-mail: ziba.vatankhah66@gmail.com

³Department of Sports Science, Zard.C., Islamic Azad University, Zarrin Dasht, Iran. E-mail: samaneh.safarihassanabadi11@gmail.com

⁴M.A., Charkh Niloufar Non-Profit University, Tabriz, Iran. E-mail: niyazabiri@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: The aim of this study is to model the role of startups in the development of sports businesses.
Article history: Received 8 February 2025 Revised 7 March 2025 Accepted 10 March 2025 Published 19 March 2025	Methods: The statistical population of this research includes sports management professors, entrepreneurship specialists, and business experts in sports, with a sample of approximately 150 individuals selected through convenience sampling. The data collection tool was a researcher-made questionnaire on sports startups and sports businesses. The face and content validity of the questionnaires were reviewed by 12 experts in sports management, entrepreneurship, and business. The construct validity of the questionnaire was also assessed through structural equation modeling. The reliability of the questionnaire was above 0.7, indicating that the research tool is valid and reliable. To analyze the data, statistical methods such as mean, standard deviation, frequency percentage, convergent validity, composite reliability, factor loading, and T-values for each item were employed, using SPSS version 20 and PLS version 3 software.
Keywords: Startups, Sports Startups, Business, Sports Businesses.	Results: The results indicated that if the T-value for a path exceeds 1.96, it signifies a significant effect of the specified constructs on each other along that path. Identifying the key factors in the creation of sports startups can provide valuable insights to entrepreneurs before launching a business, aiding them towards success.
	Conclusions: Therefore, identifying and analyzing the factors influencing the creation of sports startups can be a crucial step in raising necessary awareness for sports entrepreneurs.

Cite this article: Ariyayar, Reza. Vatankhah, Ziba. Safari Hassanabadi, Samaneh. Abiri, Sanaz. (2024). Modeling the Role of Startups in the Development of Sports Businesses. *Jahesh*, 2 (4), 25-38.



© The Author(s).

Publisher: Gorgan Branch, Islamic Azad University.



مدلسازی نقش استارتاپ‌ها در توسعه کسب و کارهای ورزشی

رضا آریایار^{۱✉} | زیبا وطن‌خواه^۲ | سمانه صفری حسن آبادی^۳ | ساناز عبیری^۴

^۱ نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: karimihamed120@gmail.com

^۲ گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: ziba.vatankhah66@gmail.com

^۳ گروه علوم ورزشی، واحد زرین دشت، دانشگاه آزاد اسلامی، زرین دشت، ایران. رایانامه: samaneh.safarihassanabadi11@gmail.com

^۴ کارشناسی ارشد، دانشگاه غیرانتفاعی چرخ نیلوفری، تبریز، ایران. رایانامه: niyazabiri@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف از تحقیق حاضر، مدلسازی نقش استارتاپ‌ها در توسعه کسب و کارهای ورزشی بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۰	روش پژوهش: جامعه آماری تحقیق حاضر، اساتید مدیریت ورزشی، متخصصان کارآفرینی و کسب و کار در ورزش بود و نمونه آماری به صورت در دسترس انتخاب شد (حدود ۱۵۰ نفر). ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی، کارآفرینی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت و روایی سازه پرسشنامه نیز از طریق مدلسازی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. پایایی پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بود که نشان دهنده معتبر و مورد اعتماد بودن ابزار تحقیق بود. به منظور بررسی داده‌های تحقیق حاضر از روش‌های آماری میانگین، انحراف استاندارد، درصد فراوانی، روایی همگرا، پایایی مرکب، بار عاملی و مقادیر تی هر یک از گویه‌ها و مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۱۷	یافته‌ها: نتایج تحقیق نشان داد، مقدار T مربوط به یک مسیر در بازه بیش‌تر از ۱/۹۶ باشد؛ بیانگر معنادار بودن تأثیر سازه‌های مشخص در آن مسیر بر یکدیگر می‌باشد. مشخص کردن عوامل مهم ایجاد استارتاپ‌های ورزشی می‌تواند قبل از ایجاد کسب و کار، به شروع‌کنندگان شناخت خوبی دهد و آن‌ها را در جهت موفقیت یاری کند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰	نتیجه‌گیری: بنابراین، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد استارتاپ‌های ورزشی می‌تواند گام مهمی در ایجاد آگاهی لازم برای کارآفرینان ورزشی باشد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۲۹	
کلیدواژه‌ها: استارتاپ‌ها، استارتاپ‌های ورزشی، کسب و کار، کسب و کارهای ورزشی.	

استناد: آریایار، رضا. وطن‌خواه، زیبا. صفری حسن آبادی، سمانه. عبیری، ساناز. (۱۴۰۳). مدلسازی نقش استارتاپ‌ها در توسعه کسب و کارهای ورزشی. جهش، ۲ (۴)، ۳۸-۲۵.



© نویسندگان.

ناشر: واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

امروزه موضوع اشتغال نه تنها یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی کشورهاست، بلکه با توجه به نرخ رشد جمعیت در دو دهه اخیر، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی در چند دهه آینده قلمداد کرد (راتن و فریرا^۱، ۲۰۱۶). صنعت جهانی ورزش از آغاز تا کنون که حدود یک قرن می‌باشد؛ رشد قابل توجه‌ای داشته است که تخمین زده می‌شود بین ۴۸۰ میلیارد تا ۶۲۰ میلیارد دلار اندازه کل این صنعت باشد؛ هرچند منابع کمی نیز بیان کرده‌اند که این اندازه حتی کمی بزرگ‌تر است و نزدیک به ۷۵۰ میلیارد دلار است (کو^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). شروع کار جدید علاوه بر ایده جدید، نیازمند افراد متخصص و متعهد است تا ایده موجود را به نتیجه و کارکرد مورد نیاز جامعه تبدیل کنند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینی فرآیند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کار جدید در موقعیت‌های پرخطر از طریق کشف فرصت‌ها و استفاده از منابع است (راتن، ۲۰۲۳). کارآفرینی تبدیل یک ایده جدید به محصول یا خدمت است که نتایج آن می‌تواند افزایش بهره‌وری، تولید ثروت، رفاه و ایجاد شغل باشد (راتن، ۲۰۱۸). توسعه کارآفرینی در کشورها و تبدیل آن‌ها به جوامع کارآفرین مستلزم سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اقدامات همه جانبه، علمی و هدفمند در زمینه‌ها و عرصه‌های مختلف است که باور مسئولان دولتی و مشارکت حداکثری مردم به ویژه دانشگاهیان و صنعت‌گران بسیار است (شهبازی و همکاران، ۲۰۱۹). در دنیای امروز، ورزش از یک سرگرمی صرف به یک صنعت پر رونق با حجم سرمایه‌گذاری بالا تبدیل شده است (پلگرینی و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به ابعاد گسترده ورزش می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جهان مطرح کرد، دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد (شهبازی و همکاران، ۲۰۱۸)، به عبارت دیگر افزایش فرایندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (سرگولزایی و همکاران^۳، ۲۰۲۲).

استارت‌آپ (کسب و کارهای نوپا) به یک شرکت یا یک سازمان موقت گفته می‌شود که در جهت جستجوی راه‌حلی برای یک کسب و کار مقیاس‌پذیر و تکرارپذیر راه‌اندازی می‌شود (میرزازاده و همکاران، ۱۴۰۰)؛ این نوع کسب‌وکارها معمولاً با ایده‌های نوآورانه و فناوری‌محور شروع می‌شوند و هدف اصلی آن‌ها حل یک مشکل خاص یا ارائه یک محصول یا خدمت جدید به بازار است (شهبازی و همکاران، ۲۰۲۵). استارت‌آپ‌ها اغلب در مراحل اولیه خود با عدم قطعیت و ریسک‌های زیادی مواجه هستند، اما در صورت موفقیت، پتانسیل رشد سریع و تأثیرگذاری قابل توجهی دارند. سرمایه‌گذاران و شتاب‌دهنده‌ها معمولاً از این نوع کسب‌وکارها حمایت می‌کنند تا بتوانند به مرحله سودآوری و گسترش برسند (مک‌الهران و همکاران^۴، ۲۰۲۴)؛ به عبارت دیگر، استارت‌آپ رویدادی است که به منظور راه‌اندازی شرکت‌ها و سازمان‌های نوپا برای جستجوی مدل‌های کسب و کار گسترش‌پذیر

¹. Ratten & Ferreira

². Ko

³. Sargolzaei

⁴. McElheran

و سودمند ایجاد شده است (راتن، ۲۰۲۱). استارت‌آپ‌ها انواع مختلفی دارند و تاکنون چارچوب مشخصی جهت تقسیم‌بندی آن‌ها ارائه نشده است. استارت‌آپ‌ها بر اساس حوزه فعالیت‌شان یا بر اساس مدل کسب و کار تقسیم‌بندی می‌شوند. طبیعتاً نحوه دسته‌بندی مناسب استارت‌آپ‌ها تابع هدف و انتظار افراد از استارت‌آپ‌ها می‌باشد (صالحیان و همکاران، ۲۰۲۲ و کانو^۱، ۲۰۱۹). زیلسک و هلد^۲ (۲۰۲۰) و کانو (۲۰۱۹)، استارت‌آپ‌ها را به سه دسته: استارت‌آپ‌های جوانان، استارت‌آپ‌های سرمایه‌گذاری و استارت‌آپ‌های دانشجویی طبقه‌بندی کردند. استارت‌آپ‌های جوانان، توسط افراد زیر ۶۰ سال تأسیس می‌شود، استارت‌آپ‌های سرمایه‌گذاری از محل صندوق حمایت از فناوری، تأمین بودجه می‌شود، یا از تحقیقات و توسعه در کالج‌ها و آزمایشگاه‌های تحقیقاتی دولتی شروع می‌شوند. استارت‌آپ‌های دانشجویی نوعی کسب و کار نوپا است که توسط دانشجویان دانشگاه تشکیل شده و بیش‌تر مبتنی بر فناوری می‌باشد. گونزالس^۳ و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان "طراحی الگوی کسب و کارهای ورزشی" به این نتیجه رسیدند که خلاقیت و نوآوری، تحقیق و توسعه کارآفرینان ورزشی در هنگام رقابت با نزدیک‌ترین رقبای در طول همه‌گیری کوید-۱۹ با دیجیتالی شدن خدمات ورزشی برای حفظ عملکرد کسب و کارهای ورزشی ضروری بوده است. میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان "شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور" نشان دادند که عوامل فردی مؤسس، محیط آموزشی دانشکده، اقتصادی دانشگاهی، تکنولوژی و ارتباطات، امکانات و تسهیلات و فرهنگی اجتماعی در اولویت قرار دارند. راتن (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان "نقش استارت‌آپ‌ها در آینده کسب و کارهای ورزشی" به این نتیجه دست یافتند که امروزه وجود و توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی برای جوامع الزامی است، زیرا یکی از مهم‌ترین چالش‌های کنونی جوامع موضوع اشتغال و سلامتی عموم مردم است که در این زمینه نقش فعالیت‌های ورزشی بیش‌تر نمایان می‌شود؛ بنابر این اهمیت دادن به استارت‌آپ‌های ورزشی باید در اولویت برنامه‌های مدیریتی قرار گیرد. صالحیان و همکاران (۲۰۲۲)، در تحقیقی با عنوان ارائه مدل توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی در ایران نشان دادند که هر یک از مؤلفه‌های ماهیت نوآورانه، شناخت بازار، سازمانی، فناورانه، محیطی، مدیریت تیم، فردی و انسانی، به ترتیب از عوامل مؤثر بر توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی در ایران مؤثر می‌باشند.

امروزه اهمیت کسب و کارهای نوین در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی جوامع بسیار مورد توجه قرار گرفته است (شهبازی و همکاران، ۲۰۱۹). دلیل اصلی توجه کنونی به استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوین، موفقیت‌های چشم‌گیری بوده که در حوزه فناوری اطلاعات کسب شده است (شین^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). کسب و کارهای نوپا با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته و نوآوری‌های مداوم، توانسته‌اند تحولات بزرگی در صنایع مختلف ایجاد کنند و به بهبود کیفیت زندگی، افزایش بهره‌وری و ایجاد

¹. Canu

². Zielske & held

³. González

⁴. Shin

فرصت‌های شغلی جدید کمک نمایند (باسو^۱، ۲۰۲۳)؛ این کسب‌وکارها با ارائه راه‌حل‌های خلاقانه و مقیاس‌پذیر، نه تنها به رشد اقتصادی کشورها کمک می‌کنند، بلکه نقش مهمی در حل چالش‌های اجتماعی و محیطی نیز ایفا می‌نمایند؛ از این‌رو، حمایت از استارت‌آپ‌ها و ایجاد اکوسیستم‌های مناسب برای رشد آن‌ها، به یکی از اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران در سراسر جهان تبدیل شده است (تریپاتی^۲ و همکاران، ۲۰۱۹).

کسب و کارهای نوین ورزشی به دلیل تغییرات فناوری، تغییرات در سبک زندگی و افزایش توجه به سلامتی، به سرعت در حال ظهور هستند. برای مثال، پلتفرم‌های تمرین آنلاین، با ایجاد وبسایت‌ها یا اپلیکیشن‌های تمرین آنلاین که افراد را با مربیان و تمرینات ورزشی متنوع و تخصصی ارتباط برقرار کنند. سنجش عملکرد بدنی با استفاده از سنسورها و دستگاه‌های هوشمند، توسعه دستگاه‌ها و سنسورهای هوشمند برای اندازه‌گیری عملکرد ورزشی، تعیین سطح تمرینات و بهبود عملکرد فیزیکی؛ ایجاد کسب و کارهای مرتبط با تغذیه مناسب برای ورزشکاران و علاقه‌مندان به ورزش، ایجاد وبسایت‌ها یا اپلیکیشن‌هایی که افراد را تشویق به ورزش می‌کنند و اطلاعات عملکرد ورزشی را جمع‌آوری و به اشتراک می‌گذارند؛ تولید و فروش تجهیزات و وسایل هوشمند مانند هوش سنج‌ها، گجت‌های حمل و نقل و دستگاه‌های ضربه‌ای قلب هوشمند؛ ایجاد سرویس‌های مختلف برای تجربه ورزش در خانه، از جمله دستگاه‌های تمرین خانگی هوشمند و پلتفرم‌های تمرین آنلاین؛ ایجاد اپلیکیشن‌ها یا وبسایت‌هایی که به افراد امکان رزرو وقت تمرین در باشگاه‌ها، استودیوها و فضاهای ورزشی را فراهم می‌کنند؛ نمونه‌ای از کاربردهای استارت‌آپ‌های ورزشی است.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری تحقیق حاضر، اساتید مدیریت ورزشی، متخصصان کارآفرینی و کسب و کار در ورزش بود و نمونه آماری از بین اعضای جامعه آماری به روش نمونه‌گیری در دسترس حدود ۱۵۰ نفر انتخاب شد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری و عدم دسترسی محقق به فهرست دقیق و مشخص از تعداد اعضای جامعه، نمونه‌گیری تحقیق به صورت در دسترس انجام گرفت. این روش به دلیل امکان‌پذیری در جمع‌آوری داده‌ها از افراد متخصص و مرتبط با موضوع پژوهش، انتخاب و تلاش شده است که نمونه انتخاب‌شده نماینده‌ای مناسب از جامعه هدف باشد. طبق توصیه‌های مربوط به استفاده از PLS-SEM، حداقل تعداد نمونه باید ۱۰ برابر بیشترین تعداد مسیرهای ورودی به یک متغیر در مدل تحقیق باشد. در این مطالعه، با در نظر گرفتن پیچیدگی مدل و تعداد متغیرهای تحقیق، ۱۵۰ نفر به عنوان حداقل مقدار قابل قبول برای تحلیل SEM در نظر گرفته شده است. در پژوهش‌هایی که از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده می‌شود، پیشنهاد می‌شود که حداقل ۱۰۰ تا ۲۰۰ نمونه

^۱. Basu

^۲. Tripathi

برای تحلیل دقیق روابط بین متغیرها در نظر گرفته شود. در این تحقیق، با توجه به تعداد گویه‌ها و متغیرهای مدل، ۱۵۰ نمونه عدد مناسبی برای اطمینان از دقت و اعتبار نتایج بوده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته استارتاپ‌های ورزشی و کسب و کارهای ورزشی بود. این پرسشنامه دارای ۵ مؤلفه (رهبری مشارکتی، نوآوری، منابع مالی، فرهنگ کارآفرینی و تسهیلات حمایتی) و ۳۰ سوال بود که روایی صوری و محتوایی پرسشنامه تحقیق حاضر توسط ۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی، کارآفرینی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت و روایی سازه پرسشنامه نیز از طریق مدلسازی معادلات ساختاری مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بود که نشان دهنده معتبر و مورد اعتماد بودن ابزار تحقیق بود. به منظور بررسی داده‌های تحقیق حاضر از روش‌های آماری میانگین، انحراف استاندارد، درصد فراوانی، روایی همگرا، پایایی مرکب، بار عاملی و مقادیر تی هر یک از گویه‌ها داده‌ها و مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های آماری تحقیق حاضر را نشان می‌دهد:

جدول شماره ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی تحقیق

پارامتر	شاخص آماری	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۸۸	۵۸/۶۶
	زن	۶۲	۴۱/۳۴
سن	کم‌تر از ۳۵ سال	۲۸	۱۸/۶۷
	۳۶ الی ۴۰ سال	۴۱	۲۷/۳۳
	۴۱ الی ۴۵ سال	۴۶	۳۰/۶۷
	۴۶ الی ۵۰ سال	۲۰	۱۳/۳۳
	بالای ۵۰ سال	۱۵	۱۰
	کارشناسی	۱۵	۱۰
میزان تحصیلات	کارشناسی ارشد	۳۵	۲۰/۷۷
	دکتری	۲۹	۶۹/۳۳
وضعیت تأهل	مجرد	۳۲	۲۱/۳
	متأهل	۱۱۸	۷۸/۷

برای رسم مدل کلی تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار PLS که یک فن مدل‌سازی مسیر واریانس محور است و امکان بررسی نظریه و سنجه‌ها را به طور همزمان فراهم می‌سازد، استفاده شد. در مدل‌های PLS دو مدل آزمون می‌شود، مدل بیرونی که هم ارز مدل اندازه‌گیری و مدل درونی مشابه مدل ساختاری در مدل‌های معادلات ساختاری است. از این‌رو در این

بخش ابتدا مدل بیرونی ارائه و سپس به مدل درونی تحقیق پرداخته می‌شود. مدل بیرونی در PLS هم‌ارز مدل اندازه‌گیری در معادلات ساختاری است. مدل بیرونی در برگرنده روایی همگرا و واگرا، پایایی ترکیبی و بررسی بار عاملی گویه‌های مربوط به سازه‌های پژوهش می‌باشد. پایایی ترکیبی بیانگر میزان همبستگی سوالات یک بعد به یکدیگر برای برازش کافی مدل‌های اندازه‌گیری را مشخص می‌کند (فورنر ولارکر، ۱۹۹۱). هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا می‌باشد. وجود این همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج (AVE) و پایایی مرکب (CR) محاسبه می‌شود. باید روابط زیر برقرار باشد: $CR > 0.5$ و $AVE > 0.5$.

در مدل‌یابی PLS، یکی دیگر از معیارهای مناسب برای ارزیابی مدل بیرونی این است که سازه باید بیش‌ترین واریانس مشترک را با نشانگرهایش نسبت به اشتراک آن با سازه‌های دیگر در یک مدل معین داشته باشد. برای این ارزیابی محققین استفاده از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) یعنی میانگین واریانس مشترک بین سازه و نشانگرهایشان را پیشنهاد می‌کنند. در این معیار که نشان دهنده روایی ابزار اندازه‌گیری است، فرض بر این است که متغیر پنهان مورد نظر واریانس مشترک بیش‌تری با نشانگرهای تعیین شده نسبت به هر متغیر پنهان دیگری دارد.

جدول ۲. نتایج روایی همگرا و پایایی مرکب

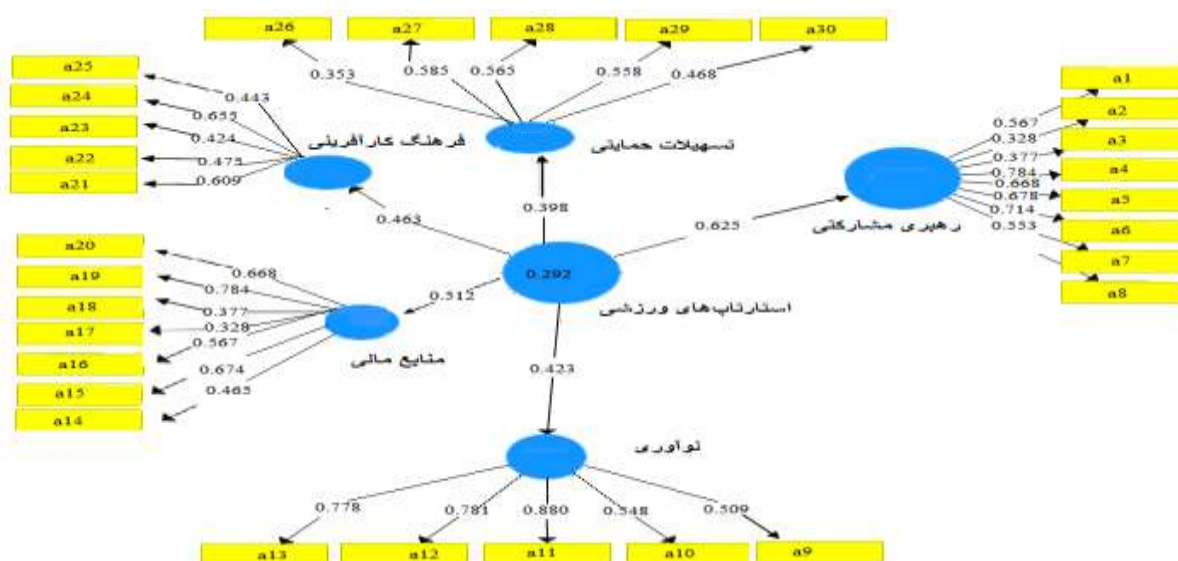
متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)
نوآوری	۰/۷۴	۰/۸۹
رهبری مشارکتی	۰/۶۲	۰/۷۴
تسهیلات حمایتی	۰/۵۲	۰/۷۹
منابع مالی	۰/۷۱	۰/۸۴
فرهنگ کارآفرینی	۰/۶۶	۰/۷۳

بر اساس نتایج جدول فوق، مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد، بنابراین روایی همگرا تایید می‌شود. مقدار پایایی مرکب (CR) در تمامی موارد از ۰/۷ بالاتر است که نشان دهنده پایایی مرکب است. جهت بررسی روایی واگرا از ماتریسی استفاده می‌کنیم که توسط فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ابداع شده است. مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در قطر اصلی این ماتریس قرار دارد و سایر خانه‌های ماتریس میزان همبستگی بین متغیرهای مکنون است.

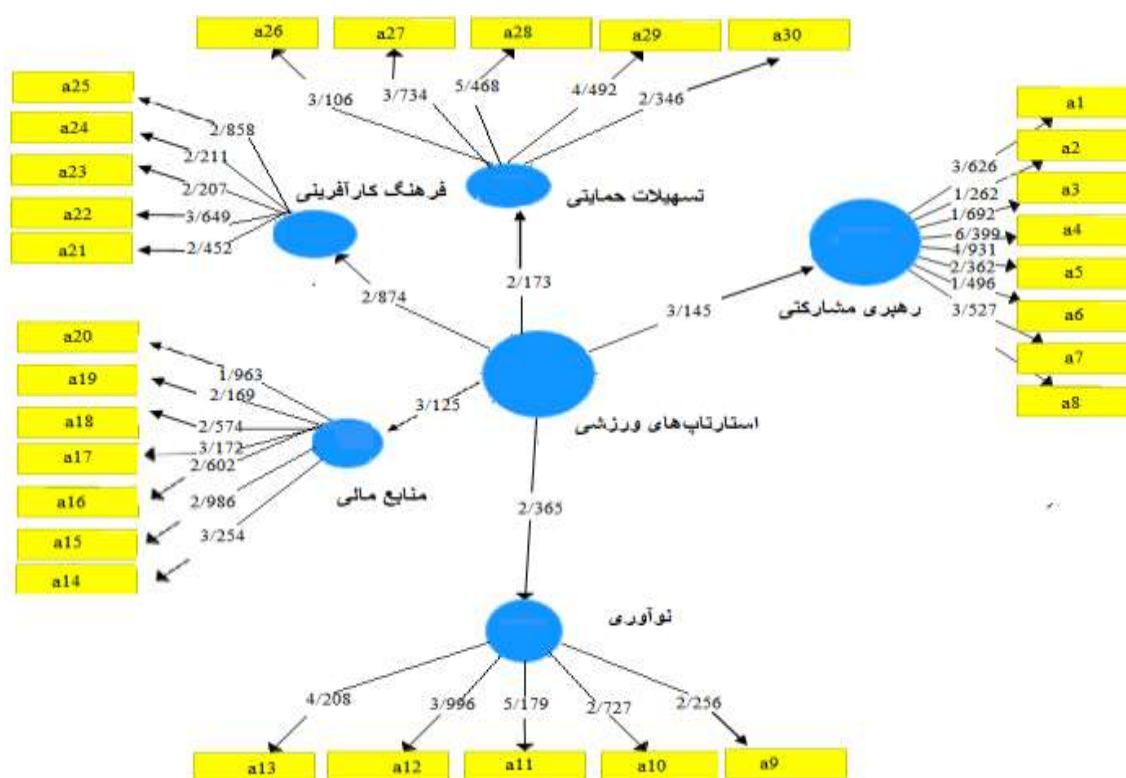
جدول ۳. نتایج روایی واگرا

تسهیلات حمایتی	منابع مالی	رهبری مشارکتی	نوآوری	فرهنگ کارآفرینی
فرهنگ کارآفرینی	۰/۶۲۱			
نوآوری	۰/۵۴۱	۰/۴۱۵		
رهبری مشارکتی	۰/۴۳۶	۰/۳۲۵	۰/۴۱۵	
منابع مالی	۰/۴۱۲	۰/۳۱۲	۰/۳۱۹	۰/۴۷۸
تسهیلات حمایتی	۰/۳۹۶	۰/۳۰۱	۰/۱۷۸	۰/۳۹۸

همان طور که در جدول بالا قبل مشاهده است مقادیر قطر اصلی ماتریس (جذر ضرایب AVE هر سازه) از مقادیر پایین (ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه دیگر) بیش تر بوده و این مطلب نشان دهنده قابل قبول بودن روایی واگرایی سازه‌هاست. جهت تعیین پایایی سنج‌ها در روش معادلات ساختاری با استفاده از پی ال اس از بار عاملی آن‌ها استفاده می‌شود. این معیار نشان‌دهنده همبستگی این سنج‌ها در سازه مربوطه می‌باشد. پس از آزمون مدل بیرونی لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش، ارایه شود. با استفاده از مدل درونی می‌توان به بررسی فرضیات تحقیق پرداخت. خروجی به دست آمده از اجرای مدل حاوی ضرایب استاندارد شده و ضرایب معناداری T در نمودار زیر آمده است. وقتی مقدار T مربوط به یک مسیر در بازه بیش‌تر از ۱/۹۶ باشد بیانگر معنادار بودن تأثیر سازه‌های مشخص در آن مسیر بر یکدیگر و در پی آن تأیید فرضیه تحقیق می‌باشد (وینزی و همکاران، ۲۰۱۰). اعداد نوشته شده بر روی خطوط در حالت استاندارد، در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیون میان متغیرها است که همان ضریب مسیر است.



نمودار ۱. مدل آزمون شده پژوهش در حالت ضرایب استاندارد



نمودار ۲. مدل آزمون شده پژوهش در حالت معناداری

بحث و نتیجه‌گیری

استارت‌آپ‌های ورزشی یکی از نوآوری‌های مهمی است که با پیشرفت علم و تکنولوژی در راستای توسعه صنعت ورزش به وجود آمده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عوامل نوآوری و خلاقیت، رهبری مشارکتی، تسهیلات حمایتی، کارآفرینی، منابع مالی و ارتباطات نقش مهمی در بهبود شناخت و عملکرد کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها در صنعت ورزش دارند. این نتایج با یافته‌های صالحیان و همکاران (۲۰۲۲)، میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲)، گونزالس و همکاران (۲۰۲۳) و راتن (۲۰۲۳) همسو است که بیان می‌کنند نوآورانه بودن استارت‌آپ ورزشی و مدیریت مناسب آن یکی از عوامل بسیار مهم در توسعه این استارت‌آپ‌ها در ایران است. صالحیان و همکاران (۲۰۲۲) هر یک از مؤلفه‌های ماهیت نوآورانه، شناخت بازار، سازمانی، فناوری، محیطی، مدیریت تیم، فردی و انسانی را به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی در ایران می‌دانند. میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲)، به این نتیجه دست یافتند، آموزش کارآفرینی باید در اولویت برنامه‌های درسی و آموزشی قرار داشته باشد، اگر به موضوع کارآفرینی اهمیت داده شود و برای آن برنامه‌ریزی مناسب صورت بگیرد، می‌توان شاهد توسعه استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای ورزشی بود. گونزالس و همکاران (۲۰۲۳) به این نتیجه دست یافتند، دیجیتالی شدن خدمات ورزشی برای حفظ عملکرد کسب و کارهای ورزشی ضروری بوده است؛ بنابر

این، بهبود شایستگی‌های دیجیتالی کارآفرینان ورزشی، توسعه برنامه‌ها و فعالیت‌های استراتژیک مرتبط با نوآوری و بهبود فرآیندها، اقدامات مهمی برای حفظ رقابت‌پذیری کسب و کارهای ورزشی است. راتن (۲۰۲۳) به این نتیجه دست یافتند که ورزش می‌تواند سیاستی همچون کارآفرینی و ایجاد اشتغال از طریق آن نهادینه و ترویج کند، به شرطی که بسترها و زمینه‌های آن در جامعه شناخته شده و موانع و مشکلات پیشرو را از بین برده باشد تا بتواند به عنوان ابزاری قوی برای رسیدن به توسعه اقتصادی، اجتماعی و پایدار موفق بود. توجه به کسب و کارهای کارآفرینانه یا استارت‌آپ یکی از عوامل بسیار مهم در شکوفایی صنعت ورزش است. در محیط‌های کسب و کار امروزی که دارای تغییرات سریع هستند، کسب و کارها دائماً در جستجوی فرصت‌های جدید هستند و می‌توانند از گرایش کارآفرینانه بهره ببرند. به این منظور، به طور مستمر نوآوری می‌کنند، در توسعه محصول و نوع بازار خود ریسک‌پذیر هستند و با پیش‌بینی تقاضا و توسعه محصولات یا خدمات جدید، عملکرد خود را بهبود می‌بخشند. کارآفرینی ورزشی می‌تواند راهکارهای بزرگی برای تمامی سازمان‌های درگیر در ورزش فراهم کند. کارآفرینان ورزشی نیازمند انعطاف‌پذیری و شکیبایی برای تحقق ایده‌های خود هستند و این نیاز به خلاقیت و بردباری در تمرکز بر شرایط بازار برای بهترین عملکرد دارد. کارآفرینان ورزشی نقش مهمی در شکل‌دهی به جامعه دارند و در بسیاری از موارد حتی از تنظیم‌کننده‌ها نیز فراتر می‌روند. این کارآفرینان با همکاری تنظیم‌کننده‌ها، پروژه‌هایی را توسعه می‌دهند که اهداف اجتماعی و مالی را تحقق می‌بخشند.

تسهیلات حمایتی نیز از دیگر عوامل مؤثر در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی هستند. نتایج این تحقیق با یافته‌های کانو (۲۰۱۹) و راتن (۲۰۲۳) همخوانی دارد. کانو (۲۰۱۹) نشان داد، کسب و کارهای ورزشی سازمان‌ها را از خطر ورشکستگی و حذف از اکوسیستم ورزشی نجات می‌دهند و با افزایش تاب‌آوری و امکانات، این بنگاه‌ها را برای بحران‌های بعدی مقاوم می‌سازند. بنابراین، کارآفرینان ورزشی باید از فرصت‌های موجود در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، توزیعی و سایر جنبه‌های مرتبط با ورزش برای خلق فعالیت‌های کارآفرینانه استفاده کنند. نتایج تحقیق راتن (۲۰۲۳) نشان داد، امکانات و تجهیزات نقش اصلی را در فرآیندهای کسب و کار دارند. کارآفرینی در ورزش می‌تواند از فرصت‌های موجود در ورزش استفاده کند. ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری و تبدیل کمبودها به فرصت برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید از جمله موضوعاتی است که در کارآفرینی ورزشی می‌توان به آن‌ها پرداخت.

ماهیت نوآورانه و خلاقانه استارت‌آپ‌ها نیز از دیگر عوامل مؤثر در توسعه کسب و کارهای الکترونیکی در ورزش است. نتایج این تحقیق با یافته‌های میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲) و گونزالس و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. میرزازاده و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که ماهیت نوآورانه استارت‌آپ ورزشی و مدیریت مناسب آن یکی از عوامل بسیار مهم در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی است. گونزالس و همکاران (۲۰۲۲) نیز دریافتند که استارت‌آپ‌های مبتنی بر ایده‌های نوآورانه و خلاقانه می‌توانند یکی از ساختارهای بهینه برای دستیابی به اهداف سازمان باشند. استارت‌آپ‌های ورزشی از طریق شبکه‌سازی، ساختارهای کار تیمی و مشارکت فعال افراد در تصمیم‌گیری‌های سازمانی همراه با رهبری مشارکتی، بسترهای لازم را برای ایجاد رویکردهای مشارکتی فراهم می‌کنند.

نکته بسیار مهمی که می‌تواند در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی اهمیت ویژه‌ای داشته باشد، توجه به عوامل مالی و اقتصادی است. نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های راتن (۲۰۲۳) و کو (۲۰۱۹) همسو است. نتایج یافته‌های تحقیق با یافته‌های همسو نشان می‌دهد که تأمین بودجه مورد نیاز استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای ورزشی به عنوان یک عامل مؤثر در تحقیقات مالی و توسعه استارت‌آپ‌ها می‌باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌گردد مدیران ورزشی از لحاظ مالی و اقتصادی مثلاً اختصاص وام‌های کم بهره به استارت‌آپ‌های ورزشی در جهت جذب حامی مالی به آن‌ها کمک کنند. از آنجایی که ورزش بخشی از بافت اجتماعی جامعه به شمار می‌رود، تأثیر آن بر اقتصاد را نمی‌توان نادیده گرفت. در کارآفرینی به روی تمام کسانی که چشم‌اندازهای جدید دارند، باز است اما در برخی مواقع از نظر دسترسی به منابع، محدود می‌شود و دلیل آن این است که کمبود وقت و بودجه مالی، نحوه پیشرفت ایده‌ها را در ورزش تحت تأثیر قرار می‌دهد. تغییرات تکنولوژیکی با ایده‌هایی که به صنعت ورزش راه پیدا می‌کنند، حاصل شده است؛ یعنی فرصت‌های بیشتری برای پیشرفت ایده‌ها در صنعت ورزش وجود دارد که با تلفیق تکنولوژی می‌تواند رقابت‌گرایی را بالا ببرد.

عوامل رهبری مشارکتی و ارتباطی نیز به عنوان یکی از عوامل مؤثر در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی شناخته می‌شوند. نتایج این تحقیق با یافته‌های میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲)، صالحیان و همکاران (۲۰۲۲) و سرگولزایی و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی دارد. میرزازاده و همکاران (۲۰۲۲) به این نتیجه رسیدند که کسب و کارهای ورزشی و مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی تأثیر قابل توجهی بر وفاداری مشتری الکترونیکی دارند. با یک برنامه مدیریت ارتباط با مشتری، سازمان‌ها می‌توانند از اطلاعات جمع‌آوری شده از منابع مختلف مانند مراکز تماس، وب، خدمات میدانی و کارکنان بازاریابی بهره‌مند شوند. نتایج تحقیق صالحیان و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که کارآفرینان نقش اساسی در ایجاد فعالیت‌های نوآورانه دارند و کارآفرینی ورزشی به حوزه‌های متعددی از مدیریت، مانند استراتژی کسب و کار، مدیریت بحران، توسعه ورزش‌های جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری در تولید، استراتژی‌های ترویجی، موضوعات اجتماعی و توسعه فناوری، تأثیر می‌گذارد. نتایج سرگولزایی و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد، توسعه کسب و کار و استارت‌آپ‌های ورزشی باید در اولویت برنامه‌های مدیریتی در ورزش کشور قرار گیرد. بخش رهبری و مدیریت در هر حوزه‌ای تصمیم‌گیرنده اصلی و نهایی است و می‌تواند با تصمیمات و راهبردهای مناسب موفقیت را به همراه آورد. ورزش نقش مهمی در سلامتی جامعه ایفا می‌کند و مشارکت در ورزش و تفریح به بهبود سلامت، کاهش سطح جرم و جنایت، ایجاد اشتغال و تشویق رفتار مثبت منجر می‌شود. به دلیل محبوبیت ورزش، سیاست‌های ورزشی کارآفرینانه و نوآورانه ابزاری مهم برای سیاست‌گذاران، شرکت‌ها و سایر نهادها هستند. ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم برای توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی را فراهم می‌کند. استارت‌آپ‌های ورزشی نیز با ایجاد کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات پزشکی ورزشی به سلامت عموم مردم کمک می‌کنند.

بر اساس نتایج این تحقیق، مجموعه شرایطی بر چگونگی فرآیند و استراتژی‌های سازمان‌های ورزشی در ایجاد کسب و کارهای ورزشی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، ایجاد سیستم تحقیق و توسعه، پرورش نیروهای متخصص و تزریق انگیزه در صاحبان کسب و کارهای ورزشی می‌تواند به راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی با توجه به حمایت‌های قانونی و آیین‌نامه‌های تشویقی کمک کند. وجود استارت‌آپ‌های ورزشی به عنوان راهکاری برای حل مشکل بیکاری فارغ‌التحصیلان ورزشی و تبدیل سرمایه‌گذاری‌های مالی در ایده‌های جدید به کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید که بازده قابل توجهی برای صاحبان سرمایه دارند، می‌تواند بسیار مفید باشد. مشخص کردن عوامل مهم ایجاد استارت‌آپ‌های ورزشی می‌تواند قبل از ایجاد کسب و کار، به شروع‌کنندگان شناخت خوبی دهد و آن‌ها را در جهت موفقیت یاری کند؛ بنابراین، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد استارت‌آپ‌های ورزشی می‌تواند گام مهمی در ایجاد آگاهی لازم برای کارآفرینان ورزشی باشد.

تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله از همکاری تمامی افراد شرکت‌کننده در این پژوهش تشکر و قدردانی می‌نمایند. همچنین از داوران محترم، جهت ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌گردد.

منابع

- Basu, B. (2023). "Perspectives on the Intersection Between Sports and Technology. In: Basu, B., Desbordes, M., Sarkar, S. (eds) Sports Management in an Uncertain Environment". Sports Economics, Management and Policy, vol 21. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7010-8_7.
- Canu, A. (2019). "Assessing student startup teams interactions through performative patterns approach". POLITesi - Archivio digitale delle tesi di laurea e di dottorato.
- González Serrano, M.H., Dos Santos, M.A, Garcia, J. S., Calabuig, F. (2023). "Sports entrepreneurship during COVID-19: Technology as an ally to maintain the competitiveness of small businesses". Technological Forecasting and Social Change, 187, 122256. <https://doi.org/10.1016/j.techfore>.
- Hosseini, M.E., Alidoust Ghahfarokh, E., Jabbare, T., Ganji Imche, H., Shahbazi, R. (2021). "Designing Performance Assessment Model for Contractors of Sports Complex Construction Projects with Integrated Balanced Scorecard (BSC) and Fuzzy VIKOR Approach". Sport Management Studies, 12 (64), 277-304. (In Persian).
- Ko, C., Ryong, A., Jong, I. (2019). "Success Factors of Student Startups in Korea: From Employment Measures to Market Success". 8. 97-121. 10.7545/ajip.2019.8.1.097.

- McElheran, K., Li, J. F., Brynjolfsson, E., Kroff, Z., Dinlersoz, E., Foster, L., & Zolas, N. (2024). AI adoption in America: Who, what, and where. *Journal of Economics & Management Strategy*, 33 (2), 375-415. <https://doi.org/10.1111/jems.12576>.
- Mirzazadeh, ZS. Keshtidar, M. Rahmanpour, A. (2022). "Identifying and prioritizing factors affecting the growth of sports science student startups in the country using network analysis technique". *Applied research in sports management*, 4, 71-90. (In Persian).
- Pellegrini, M.M., Rialti, R., Marzi, G. (2020). "Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives". *Int Entrep Manag J*, 2 (4), 624 -640.
- Ratten, V. (2018). "The future for sport entrepreneurship". *Sport Entrepreneurship*, 12 (5), 139-149
- Ratten, V. (2021). "Introduction: Innovation and entrepreneurship in sport management". *Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*, Cham: Springer.
- Ratten, V. (2023). "Critiquing the Social Media Scholarship in Sport Studies: A Sport Entrepreneurship Analysis". *International Journal of Sport Communication*, DOI: <https://doi.org/10.1123/ijsc.2022-0198>.
- Ratten, V., Ferreira, J. (2016). "Sport entrepreneurship and the emergence of opportunities". *Sport Entrepreneurship and Innovation*, Routledge, 21-32.
- Salihian, M. Bahrami, Sh. Rasekh, Nazanin. Rizondi, Aye. (2022). "Presenting the development model of sports startups in Iran". *Contemporary researches in sports management* doi: 10.22084/smms.2021.23216.2752 (In Persian).
- Sargolzaei, N., Razavi, S.M.H., Amirnejad, S. (2022). "Designing a model for establishing holographic concept in sport startups". *Sport Sci Health*, <https://doi.org/10.1007/s11332-022-00921-4>.
- Shahbazi, R., Jalali Farahani, M., Khabiri, M. (2019). "Reviewing and Rating the Role of Mass Media in Development of Sport Tourism in Tabriz City". *Journal of Communication Management in Sports Media*, 7 (1), 77-84. (In Persian).
- Shahbazi, R., Mostafaei Kiwi, J., Daei, R., Sajjadi, S.N. (2018). "Role of Mass Media on Development of Sport for All (from the Perspective of Students of University of Tehran)". *Journal of Communication Management in Sports Media*. Seventh Year, 6 (21), 34-42. (In Persian).
- Shahbazi, R., Pashaie, S. , Khodadadi, M. R. and Badriazarin, Y. (2025). "Roadmap for Sports Startup Development in Iran: Identifying Key Indicators". *Research in Sport Management and Marketing*, 6(1), 45-61. doi: 10.22098/rsmm.2024.14885.1338. (In Persian).
- Shin, D.P., Bae, Y.K., Son, S.H. (2018). "The Present and Implications of Technologybased Business Activation Support Policy". *KISTEP Issue Weekly*, KISTEP, 26 (8), 456-468.
- Tripathi, N., Oivo, M., Liukkunen, K., & Markkula, J. (2019). "Startup Ecosystem Effecton Minimum Viable Product Development in Software Startups". *Information and Software Technology*, 114, 77-91.
- Zielske, M., Held, T. (2020). "The use of agile methods in logistics start-ups: An explorative multiple case study". *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17 (06), 2050042.

