

Research Paper

## Background Model of Start-up Development in Iran's Sport

E. Taghavi Rafsanjani<sup>1</sup>, M. Hakakzadeh<sup>2</sup>, M. Manochehri Negad<sup>3</sup>

1. Ph.D. Student in Sports Marketing Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran
2. Assistant Professor in Sport Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran (Corresponding Author)
3. Assistant Professor in Sport Management, Farhangian University, Tehran Branch, Tehran, Iran

Received: 2020/06/09

Accepted: 2021/02/06

---

---

### Abstract

The purpose of this study was to provide a background model for start-up development in Iran's sports. This study had a qualitative approach that was implemented as a grounded theory. The statistical population of the present study included professors and managers aware of the field of research and activists in the area of sports start-ups. The sampling method was purposive in a standard type and continued to the point of theoretical saturation. For data analysis, continuous comparison method was used during the three stages of open, axial and selective coding. The results showed that issues such as human resources, financial characteristics, idea characteristics, legal characteristics, infrastructure characteristics and cultural conditions were identified as background factors. The results also revealed that personality traits, individual abilities, market characteristics and risk in the idea are identified as intervening factors in this area. The development of start-ups in the country's sports can have positive effects in the personal, sports and intellectual fields, and this issue considers the necessity of executive activities in this field more and more important.

**Keywords:** Startup, Information Technology, Professional Sport

---

---

- 
1. Email: ehsantaghavi31@gmail.com
  2. Email: hakakzadeh\_m@yahoo.com
  3. Email: manochehrinejad\_m@yahoo.com



## Extended Abstract

### Background and Purpose

Today, the sports industry has been identified as one of the most lucrative industries at the international level and has become a place for financial benefits for different countries and groups (Zhuo, Guan, & Ye, 2020, 2). The expansion of the field of sports at the community level has caused the sports industry to have extensive financial resources worldwide. The improvement of the sports industry has led to the creation of large businesses internationally, which has led to the growth of new businesses (Radman Cicin-Sain & Blazevic, 2017, 122).

### Materials and Methods

This study was qualitative research that was performed using grounded theory method. Strauss and Corbin (1998) method was used to conduct the present study. In this study, through literature review and exploratory interviews, the method derived from data and the method of grounded theory (coding of analysis unit, categories and registration unit) a local model of start-up development in sports in the country from and in was provided. the study's participants were professors and managers aware of the field of research and activists in the field of sports startups. These people generally included some university professors, sports administrators, start-up activists, sports start-ups, and investors in the area. After analyzing the literature and completing the indicators of improving the development of start-ups in the country's sports, 16 participants were interviewed to complete the list of indicators of the local model of start-up development in the country's sports. One of the interviewees (first person interviewee) was interviewed twice because in the first interview, there were some issues from the interviewee's point of view that were tried to be corrected in the re-interview. No new data was obtained from the thirteenth interview, but to be sure, it continued until the interview with the sixteenth person. Before conducting the interview, along with the interview questions, a letter was sent to be signed by the researcher stating that he / she has a moral obligation to maintain the contents of the interview and the details of the participants and not to publish it. Moreover, with the knowledge of the participants, all interviews were recorded and reviewed to extract key points. After announcing the agreement, interviews were held with the focus on the participants' perception to identify the most important indicators of the local model of start-up development in the country's sports and. In the interviews, the respondents commented on the question about presenting a new component or index or approving the collected components and indicators. Coding steps in the present study were performed in three stages including open, axial and selective coding.



### Findings

Qualitative research data were analyzed through coding process. Data analysis steps are performed through Strauss and Corbin paradigm model of open coding, axial coding and selective coding (selecting an axial category as the main category and specifying the relationship between each of the central categories and providing a logical paradigm or visual image). It ended with an evolving theory. Sixteen interviews were analyzed through content analysis and open, pivotal and selective coding in the form of five general components: causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, main phenomenon, actions and consequences. According to the results of open coding, 100 codes were finalized after the research interviews. Then, In axial coding, the identified open codes were categorized according to their nature. In general, in the axial coding process, the extracted codes were classified into sections of causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, strategies, and consequences. In this model, causal factors are the factors that explain how the current situation is and why it is important to address the central issue. In this model, causal conditions, sports factors, environmental factors and job characteristics that can affect the local model of start-up development in sports in the country were considered. Further, the basic conditions of human resources, financial characteristics, idea characteristics, legal characteristics, infrastructure characteristics and cultural conditions to have a native model of start-up development in the country's sports, are conditions for better success in the implementation of this process. The paradigm model of this research was designed based on the paradigm model of Strauss and Corbin.

### Conclusion

In this study, causal conditions are events that create situations and issues related to a phenomenon and explain why individuals and groups respond in specific ways and means. Causal conditions include categories that directly affect the improvement of the indigenous models of the start-up development model in the country's sports, or these factors are the creators and developers of the phenomenon. In this study, there are three categories of sports factors, environmental factors and job characteristics that can affect the local model of start-up development in sports in the country. The high volume of university graduates, especially in the fields of physical education as well as the easy and wide access to new applications and technologies has provided an acceptable level of technical and technological knowledge and access to work. However, unfortunately, the country does not rank high in the world in terms of ease and



entrepreneurial atmosphere, young people's risk power and self-confidence of them to start a new business.

**Keywords:** Start-up, Information Technology, Professional Sports

### **References**

1. Radman Peša, A., Čičin-Šain, D., & Blažević, T. (2017). New business model in the growing e-sports industry. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture kvalitete i poslovne izvrsnosti*, 11(2), 121-131.
2. Zhuo, L., Guan, X., & Ye, S. (2020). Quantitative Evaluation and Prediction Analysis of the Healthy and Sustainable Development of China's Sports Industry. *Sustainability*, 12(6), 1-16.



## مدل زمینه‌ای توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور

### احسان تقوی رفسنجانی<sup>۱</sup>، مینا حکاک زاده<sup>۲</sup>، محسن منوچهری نژاد<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی رسانه ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فرهنگیان، واحد تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۰

#### چکیده

هدف از این پژوهش ارائه مدل زمینه‌ای توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور بود. این پژوهش دارای رویکردی کیفی بود که به صورت داده‌بنیاد (گراند تئوری) اجرا گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اساتید و مدیران آگاه به حوزه پژوهش و فعالان حوزه استارت‌آپ ورزشی بود. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند از نوع معیاری و تا حد اشباع نظری ادامه یافت. برای تحلیل داده‌ها از روش مقایسه مداوم در طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که مسائلی از جمله توان انسانی، ویژگی‌های مالی، ویژگی ایده، ویژگی‌های حقوقی و ویژگی‌های زیرساخت و شرایط فرهنگی به عنوان عوامل زمینه‌ای مشخص گردید. همچنین نتایج نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های فردی، ویژگی بازار و ریسک موجود در ایده به عنوان عوامل مداخله‌گر در این حوزه مشخص می‌باشد. توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور می‌تواند آثار مثبتی در حوزه‌های فردی، ورزشی و فکری داشته باشد و این مساله ضرورت فعالیت‌های اجرایی در این حوزه را بیش از پیش مهم تلقی می‌نماید.

**واژگان کلیدی:** استارت‌آپ، فناوری اطلاعات، ورزش حرفه‌ای

1. Email: ehsantaghavi31@gmail.com
2. Email: hakakzadeh\_m@yahoo.com
3. Email: manochehrinejad\_m@yahoo.com



## مقدمه

امروزه صنعت ورزش به عنوان یکی از صنایع درآمدزا در سطح بین‌المللی مشخص شده است و به محلی جهت کسب منافع مالی برای کشورها و گروه‌های مختلفی تبدیل شده است (ژو، گوان و یه، ۲۰۲۰، ۲). گسترش حوزه ورزش در سطح جامعه سبب گردیده تا صنعت ورزش نیز به منابع مالی گسترده‌ای در سطح جهان دست یابند. بهبود صنعت ورزش سبب گردیده است تا کسب‌وکارهای گسترده‌ای در سطح بین‌المللی ایجاد گردد که این مساله سبب رشد کسب‌وکارهای جدید شده است (رادمن‌پسا، کیسین‌ساین و بلاژیویچ، ۲۰۱۷، ۱۲۲). این در حالی است که در دهه حاضر یکی از بزرگترین چالش‌ها و یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت ورزش کشور، کارآفرینی و اشتغال بوده است. ورزش به عنوان یک صنعت رو به توسعه، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را در دل خود جای داده است و جنبه‌های گسترده اقتصادی در صنعت ورزش، امکان کارآفرینی را به عنوان حل مشکل بیکاری بیان کرده است (مندعلی زاده و همکاران، ۲۰۱۲، ۱۴۷). اما مقوله بیکاری تنها به همین سادگی با کارآفرینی حل و فصل نمی‌گردد، به بیان بهتر، رضایی (۲۰۱۸) عقیده دارد که ایران به لحاظ قانون-گذاری در صنعت ورزش به ویژه سیاست‌های توسعه و ساختار ورزش با ضعف‌های بسیاری روبه‌رو است. در کشور ما به علت وجود نیروهای جوان و دانش‌آموخته که البته تعداد قابل توجهی از آنان بیکارند، کسب و کارهای نوپا می‌توانند زمینه‌ی مناسبی برای ایجاد اشتغال فراهم آورند. براساس گزارش مرکز آمار ایران (۱۳۹۳)، نرخ بیکاری در میان جوانان (۱۵-۲۴ سال) ۲۵.۲ درصد گزارش شده است. از سوی دیگر، براساس گزارش کارگروه کارآفرینی و اشتغال وزارت ورزش و جوانان کشور، از سال ۱۳۹۲ به طور متوسط ۱۰ هزار نفر فارغ‌التحصیل دانشگاهی متقاضی ورود به بازار کار ورزش کشور هستند که درصد بالایی از این آمار در کار و حرفه‌هایی غیر از رشته تحصیلی مشغول به کار می‌شوند. وجود جمعیت عظیم جوان و تحصیل کرده، اما بیکار در سطح جامعه از یک سو به عنوان سرمایه اقتصادی و از سوی دیگر، به عنوان تهدیدی جدی و بالقوه در ایران مطرح می‌باشد، این آمار حاکی از آن است که با وجود صنعت ورزش و درآمدهای همراه با آن این صنعت از ظرفیت‌های نیروی‌های انسانی و کشف فرصت‌های پیرامونی آن استفاده نکرده است. از سوی دیگر، مدل صنعت ورزش در هر کشوری متناسب با نظام‌های سیاسی، حکومتی و ساختار تشکیلات دولتی، شرایط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور طراحی می‌شود لذا الگو برداری کامل از یک مدل برای سایر

1. Zhuo, Guan & Ye
2. Radman Peša, Čičin-Šain & Blažević



کشورها به دلیل تفاوت شرایط مختلف، اثربخشی لازم را در بر نخواهد داشت (رضایی صوفی و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۰۱).

امروزه در جهت توسعه صنعت ورزش می‌بایستی به کسب و کارهای نوپا در حوزه استارت‌آپ‌های توجه جدی شد و از آن بهره مناسب در ابعاد مختلف صنعت ورزش را داشت. به عبارتی استارت‌آپ‌ها ظرفیت گسترده‌ای در جهت بهبود وضعیت کارآفرینی و اشتغال دارد (الیاسی و همکاران، ۲۰۱۸، ۶۵). کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ)، به پروژه‌هایی گفته می‌شود که در جریان آن، یک ایده‌ی خام، به کمک تلاش و کوشش یک گروه به تولید یک محصول می‌انجامد و زمینه برای فروش آن محصول فراهم می‌شود (منصوری فر، ۲۰۱۸، ۷۴). استارت‌آپ اشاره به پروژه‌هایی دارد که به واسطه آن یک ایده به فعالیت اجرایی تبدیل می‌شود و منجر به شکل‌گیری خدمات و محصولات در میان یک یا تمامی گروه‌های جامعه گردد (کورپجوویت و واگنر<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰، ۶۵). استارت‌آپ معمولاً به صورت مستقل از دولت‌ها شکل و اجرا می‌گردد و دولت‌ها تنها در روند توسعه آن به واسطه برخی فعالیت‌ها از این مساله حمایت می‌نمایند. استارت‌آپ سعی به اجرا رساندن، یک ایده، خلاقیت و یا نوآوری دارد (پیکن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷، ۵۸۸). استارت‌آپ موتور محرک اقتصاد جامعه به شمار می‌رود و نقش دولت‌ها در توسعه کسب‌وکار نوپا از جمله وظایف آشکار و پنهان آنهاست که تاثیر بسزایی در رشد جامعه دارد. بررسی این نقش حمایتی در ایجاد انگیزش در میان کارآفرینان و شناسایی برخی از شاخص‌های ارزیابی از اهمیت فوق‌العاده‌ای در سنجش اقتصاد ملی برخوردار است که با مقایسه این شاخص‌ها در ایران با سایر کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، چشم‌انداز وضعیت موجود را ترسیم و مسیر راه را برای رشد کشور می‌نمایند (فرشیان و رنجبرعالی، ۲۰۱۵، ۱). استارت‌آپ‌ها الگوهای چابکی در مسیر راه اندازی کسب و کارهای جدید در صنعت ورزش هستند و به منظور حل مشکلات حاصل از محیط پیرامونی راه اندازی می‌شوند، در صنعت ورزش، در واقع استارت‌آپ‌ها نقش موثری در مدیریت واردات در صنعت ورزش، جلوگیری از قاچاق، سیاست‌های مالی صحیح، شفاف سازی محیط کسب و کار، تنظیم قوانین می‌توانند داشته باشند، به طور مثال در روند اجرایی برخی از استارت‌آپ‌های موفق برای تولید محتوای ورزشی استارت‌آپ اسپورت اسکیدا<sup>۳</sup>، تحلیل و پیشنهاد قیمت مکان‌های ورزشی و جذب حامیان مالی استارت‌آپ اپن اسپانسرشیپ، اتصال جامعه ورزش با یکدیگر استیروا<sup>۴</sup>،

1. Kurpjuweit & Wagner
2. Picken
3. Skida Sport
4. Stirwa



رسیدن به تناسب اندام استارت اپ فیت بیت<sup>۱</sup>، فروش بلیط رویدادهای ورزشی استارت آپ سیت گیگ<sup>۲</sup> و غیره خلق شده اند (الیاسی و همکاران، ۲۰۱۸، ۶۵). استارت آپ ها می‌توانند ارزش افزوده را ایجاد کنند، ارزش جدید برای مخاطب داشته باشند، سرعت را بالا ببرند، کارها را ساده کنند، ارزیابی را دقیق تر کنند، مشتری را بهتر شناسایی کنند، صرفه جویی در هزینه ها را فراهم سازند و انعطاف را بالاتر ببرند برای فهم نتیجه و اهمیت توجه به این مقوله پژوهش‌های حاضر نشان داده که صنعت استارت آپی ۱۵۲ میلیارد دلار در صنعت ورزش ورود داده و سبب ۲۴ هزار شغل شده است، از سوی دیگر توسعه اقتصادی صنعت ورزش کشور می‌تواند در اقتصاد کل کشور سهم داشته باشد (مندعلی زاده و همکاران، ۲۰۱۲، ۱۴۷). استارت‌آپ‌ها نقش مهمی در روند توسعه کسب و کارها دارند. بهبود کسب‌وکار به عنوان یکی از مسائل مهم در مسیر رونق اشتغال و توسعه روند اقتصادی مشخص شده است. امروزه کشورهای پیشرفته از شکل‌گیری و ایجاد کسب‌وکارهای جدید سعی در رفع نیازهای در حوزه اشتغال دارند (جنی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸، ۳۵). محیط‌های دانشگاهی و آموزشی نیز در این کشورها سعی در توانمندسازی افراد در جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید دارند (ژانگ، کیم، ماسترومارتینو، کیان و نائورایت<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸، ۱۱۱). تطابق کسب‌وکارهای جدید با فناوری‌های موجود به عنوان یکی از مسائل مهم در موفقیت کسب‌وکارها دارد. همخوانی کسب‌وکارهای جدید با روند توسعه فناوری سبب گردیده است تا امروزه شاهد شکل‌گیری برخی فعالیت‌های جدید از جمله استارت‌آپ‌ها شده است (راتن و تاج‌الدینی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹، ۲).

استارت‌آپ‌ها ظرفیت‌های گسترده‌ای در سطح جهان به وجود آورده‌اند. اگرچه هنوز اطلاعات دقیق و گسترده‌ای در خصوص ابعاد مالی استارت‌آپ‌ها در خصوص تولید ناخالص داخلی ارائه نشده است اما به عنوان مثال پیش بینی می‌شود که بخش استارت‌آپ کشور استرالیا در سال ۲۰۳۳ بیش از ۵۴۰ هزار شغل ایجاد نماید و سهم خود از تولید ناخالص داخلی این کشور را به ارزش ۱۰۹ میلیارد دلار به ۴ درصد برساند (جانتیلا<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰، ۲۴). اقتصاد استارت آپ جهانی تقریباً ۳ تریلیون دلار ارزش دارد که ۲۰ درصد رشد در دو سال گذشته را داشته. این میزان برای یک اقتصاد نه چندان کوچک،

1. Fitbit
2. Cit Gig
3. Jenny
4. Zhang, Kim, Mastromartino, Qian & Nauright, J.
5. Ratten & Tajeddini
6. Junttila





بزرگتر از تولید ناخالص داخلی کشورهای انگلیس، فرانسه یا برزیل می‌باشد (الدار، گرنان و والدوک<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰، ۳). این در حالی است که در کشور ایران آمارهای جامع و مشخصی در خصوص سهم استارت-آپ‌ها در تولید ناخالص داخلی وجود نداشت اما مشخص گردیده است که سهم اقتصاد دیجیتال (که استارت‌آپ هم بخشی از آن اقتصاد می‌باشد) به ۶/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی رسیده است (دفتر بررسی‌های اقتصادی وزارت ارتباطات، ۲۰۱۹). این در حالی است که در برخی کشورها استارت‌آپ‌ها ظرفیت گسترده‌ای در حوزه‌های اقتصادی ایجاد کرده‌اند. در برخی کشورها از جمله هند رشد استارت‌آپ‌ها تسریع پیدا کرده است و پیش‌بینی می‌شود طی یک دهه آینده استارت‌آپ‌ها سبب سه برابر شدن تولید ناخالص داخلی کشور هند شوند. این کشور در حال حاضر ۸۰ هزار استارت‌آپ فعال دارد (ناراین و اسنووا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹، ۷). اگرچه رشد استارت‌آپ‌ها کاملاً مشهود می‌باشد اما آمارها نشان می‌دهد که هنوز از ظرفیت‌های موجود در مسیر توسعه استارت‌آپ‌ها نهایت استفاده نشده است. آمارها نشان می‌دهد که از صاحبان استارت‌آپ‌ها تنها ۱۴/۱ درصد زن می‌باشند که این مساله بیان‌گر این مهم می‌باشد که از پتانسیل‌های زنان در جهت رشد استارت‌آپ‌ها استفاده نشده است. از طرفی آمارها نشان می‌دهد که حدود ۷۴ درصد از کل ارزش تولید شده در خصوص استارت‌آپ‌ها صرفاً در ۱۰ شهر جهان می‌باشد و این مساله مشخص می‌نماید که علاوه بر برخی کشورها از جمله آمریکا، چین و هند سایر کشورها همچنان از ظرفیت‌های کلیدی استارت‌آپ‌ها نتوانسته‌اند استفاده نمایند (الدار، گرنان و والدوک<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰، ۳).

زیمرن<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) در تحقیق خود مشخص نمود که نیازهای شغلی در عصر حاضر سبب گردیده است تا نیاز به جنبه‌های جدیدی از کارآفرینی مطابق با شرایط موجود می‌باشد. یروث<sup>۵</sup> (۲۰۱۰) نیز اشاره داشتند که جنبه‌های شغلی سبب گردیده است تا ضرورت کارآفرینی با تاکید بر استارت‌آپ‌ها درک گردد. چیتی تارون<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) نیز در پژوهش خود مشخص نمود که به علت اهمیت مسائل محیطی در حوزه کسب‌وکارها، عوامل محیطی نقش مهمی در روند موفقیت در کسب‌وکار شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور تایلند دارد. استفانویچ<sup>۷</sup> (۲۰۱۰) نیز مشخص نمود که ایجاد محیطی انگیزشی در

1. Eldar, Grennan & Waldock
2. Narain & Assenova
3. Eldar, Grennan & Waldock
4. Zimmerman
5. Yearworth
6. Chittithaworn
7. Stefanovic



جهت موفقیت افراد کارآفرین مهم می‌باشد. بردفورد<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، اینسا<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) و بیکر<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) اشاره داشتند که در مسیر شکل‌گیری ایده‌ها نیازمند توجه به جنبه‌های مختلفی از جمله اهمیت مزیت رقابتی، ریسک‌پذیری و مسائل حقوقی می‌باشد. اونیوس<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) نیز مشخص نمود که جنبه‌های سخت‌افزاری اهمیت مهمی در روند بهبود استارت‌آپ‌ها می‌باشد. همچنین آدرتون<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) مشخص نمود که توجه به جنبه‌های مالی نقش مهمی در روند عملیاتی نمودن ایده‌ها می‌باشد. ستار<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) در پژوهش خود پی برد که مهارت برنامه‌ریزی و مدل‌سازی کسب و کار، رویکرد کارآفرینانه، رهبری، شبکه‌ارتباطات، خلاقیت مالی، برنامه‌ریزی مالی بر اساس (سود، بازگشت سرمایه و حقوق صاحبان سهام)، بازاریابی کسب و کارهای اجتماعی، سرمایه‌انسانی، فرهنگ سازمانی، ارزیابی بازخوردهای اجتماعی، خلاقیت و نوآوری متعادل از عوامل توسعه مدل کسب‌وکارهای نوپا می‌باشد. مکودا لافونته<sup>۷</sup> (۲۰۱۳) نیز مشخص نمود که نیازهای تامین مالی، اقدامات بازاریابی، نوآوری مستمر و تلاش در زمینه‌های بین‌المللی‌سازی و پایدارسازی بر روند بهبود استارت‌آپ‌ها تاثیرگذار می‌باشد. هیئو، جانگ و لی<sup>۸</sup> (۲۰۱۷) مشخص نمودند که حمایت‌های دولتی نقش مهمی در روند توسعه استارت‌آپ‌ها دارد. تزابار و مارگولیس<sup>۹</sup> (۲۰۱۷) نیز ضمن بررسی روند توسعه استارت‌آپ‌ها مشخص نمودند که مسائل انسانی سبب می‌گیرد تا دانش کافی و مهارت مناسب در روند توسعه استارت‌آپ‌ها شکل گیرد. در برخی تحقیقات از جمله مونرویی‌شریدان<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۸) نیز اشاره داشتند که در مسیر توسعه استارت‌آپ‌ها نیاز است تا حمایت‌های قانونی به واسطه وضع قوانین حمایتی از این فعالیت‌ها ایجاد گردد. شارما و گوپال<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۹) نیز پس از بررسی‌های خود پی بردند که جنبه‌های فنی و تکنولوژیکی سبب گردیده است تا روند توسعه استارت‌آپ‌ها به سرعت شکل گیرد. روند توسعه استارت‌آپ‌ها در محیط‌های مختلف، متفاوت می‌سبازد. ابهام در خصوص روند توسعه برخی استارت-آپ‌ها در کشور ایران به خصوص استارت‌آپ‌های ورزشی سبب گردیده است تا دانش کافی و مناسبی

1. Bradford
2. Inessa
3. Baker
4. Onesun
5. Atherton
6. Satar
7. Maqueda Lafuente
8. Heo, Jang & Lee
9. Tzabbar & Margolis
10. Monroe-Sheridan
11. Sharma & Goyal



در خصوص توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی در کشور ایران وجود نداشته باشد. نبود مدل‌های بومی در خصوص توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور سبب گردیده است تا استارت‌آپ‌های ورزشی در کشور ایران به صورت هدفمند و منظم شکل نگیرد. مشکلات موجود در خصوص استارت‌آپ‌های ورزشی سبب شده است تا امروزه دانشجویان، اساتید و محققان ورزشی به صورت گسترده سعی در ایجاد استارت‌آپ‌های ورزشی و استفاده از ظرفیت‌های آن در روند توسعه اشتغال‌زایی، بهبود اقتصاد ورزش و توسعه خدمات و محصولات ورزشی نداشته باشند. این مساله سبب گردیده است تا استارت‌آپ‌های ورزشی سهم گسترده‌ای را از صنعت ورزش در کشور ایران نداشته باشند و به عبارتی استارت‌آپ‌های ورزشی نتوانسته است تا کمک چندانی به ارتقا صنعت ورزش در کشور ایران داشته باشد. این در حالی است که استفاده از ظرفیت‌های استارت‌آپ‌های ورزشی می‌تواند منجر به ارتقا عملکرد مالی و اقتصادی صنعت ورزش گردد و روند ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی و همچنین بهبود وضعیت اشتغال را تسریع دهد. با این توجه خلا مدل‌های بومی در خصوص توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی در کشور ایران کاملا درک می‌گردد.

با توجه به ابهامات اساسی در حوزه استارت‌آپ‌ها و همچنین نامشخص بودن رویه‌ها و فرایندها آن به خصوص در ابعاد ورزش کشور ایران، نیاز است تا رویکرد کیفی در جهت تشریح عمیق این پدیده اقدام نمود. به عبارتی بهره‌گیری از روش کیفی در این تحقیق و استفاده از نظرات گروه‌های مختلف از جمله متخصصان، افراد فعال در حوزه استارت‌آپ و همچنین اساتید دانشگاهی می‌تواند شواهد مناسبی در خصوص روند توسعه استارت‌آپ‌ها در ورزش ایران ارائه دهد. استفاده از روش داده بنیاد در جهت بررسی کیفی در این تحقیق و همچنین بهره‌گیری از مدل استراس و کوربین می‌تواند ضمن مشخص نمودن جنبه‌های زمینه‌ای و مداخله‌گر در روند توسعه استارت‌آپ‌ها در ورزش و همچنین ایجاد دلایلی بر اهمیت توسعه آن در ورزش، سبب گردد تا رویه‌های اجرایی در این خصوص ایجاد گردد. بهره‌گیری از این روش در انجام مطالعه کیفی تحقیق حاضر در نهایت منجر به ارائه مدلی زمینه‌ای می‌شود که چارچوب اولیه مناسبی در جهت روند توسعه استارت‌آپ‌ها در ورزش ایران را فراهم می‌نماید. این مساله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور سعی در پاسخ به این سوال داشته باشد که مدل بومی توسعه استارت‌آپ‌ها در ورزش کشور به چه صورت می‌باشد؟



### روش پژوهش

این مطالعه از نوع پژوهش‌های کیفی بود که با استفاده از روش گراندد تئوری انجام گردید. در جهت انجام تحقیق حاضر از شیوه استراس و کوربین (۱۹۹۸) استفاده شد. در این پژوهش از طریق بررسی ادبیات و مصاحبه اکتشافی نسبت به ارائه مدل بومی توسعه استارت آپ در ورزش کشور از روش برخاسته از داده‌ها و به شیوه گرانددتئوری (کدگذاری واحد تحلیل، مقوله‌ها و واحد ثبت) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

برای انجام مصاحبه میدانی، مشارکت‌کنندگان پژوهش را اساتید و مدیران آگاه به حوزه پژوهش و فعالان حوزه استارت‌آپ ورزشی تشکیل دادند. این افراد به صورت کلی شامل برخی اساتید دانشگاهی، مدیران ورزشی، فعالان حوزه استارت‌آپ، افراد دارای استارت‌آپ‌های ورزشی و سرمایه‌گذاران این حوزه بودند. جدول شماره ۱ مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۱- مشارکت‌کنندگان پژوهش

Table 1. Research participants

حوزه فعالیت Field of activity	تحصیلات Education	جنسیت Gender	مشارکت‌کنندگان Participants
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت‌کننده ۱ Participant 1
مدیر ورزشی Sports Manager	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت‌کننده ۲ Participant 2
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت‌کننده ۳ Participant 3
فعال حوزه استارت‌آپ Active in the field of startups	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت‌کننده ۴ Participant 4
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	زن Female	مشارکت‌کننده ۵ Participant 5
مدیر ورزشی Sports Manager	کارشناسی ارشد Masters	مرد Man	مشارکت‌کننده ۶ Participant 6
فعال حوزه استارت‌آپ Active in the field of startups	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت‌کننده ۷ Participant 7



ادامه جدول ۱- مشارکت کنندگان پژوهش

Table 1. Research participants

حوزه فعالیت Field of activity	تحصیلات Education	جنسیت Gender	مشارکت کنندگان Participants
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۸ Participant 8
مدیر ورزشی Sports Manager	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۹ Participant 9
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	زن Female	مشارکت کننده ۱۰ Participant 10
مدیر ورزشی Sports Manager	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۱۱ Participant 11
فعال حوزه استارت‌آپ Active in the field of startups	کارشناسی ارشد Masters	مرد Man	مشارکت کننده ۱۲ Participant 12
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۱۳ Participant 13
فعال حوزه استارت‌آپ Active in the field of startups	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۱۴ Participant 14
فعال حوزه استارت‌آپ Active in the field of startups	کارشناسی ارشد Masters	مرد Man	مشارکت کننده ۱۵ Participant 15
استاد دانشگاه University professor	دکتری P.H.D	مرد Man	مشارکت کننده ۱۶ Participant 16

پس از تحلیل ادبیات و برای تکمیل شاخص‌های بهبود توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور، با ۱۶ نفر از مشارکت‌کنندگان مصاحبه شد تا فهرست شاخص‌های مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور تکمیل گردد. با یک نفر از مصاحبه‌شوندگان (مصاحبه شونده نفر اول)، دو بار مصاحبه صورت گرفت چرا که در اولین مصاحبه صورت گرفته، مواردی از نگاه مصاحبه‌شونده جا افتاده بود که سعی شد در مصاحبه مجدد، آن موارد اصلاح گردد. همچنین از مصاحبه سیزدهم، داده جدیدی به دست نیامد ولی برای اطمینان، تا مصاحبه با نفر شانزدهم ادامه پیدا کرد. قبل از انجام دادن مصاحبه و به همراه سؤالات مصاحبه، نامه‌ای با امضای پژوهشگر مبنی بر تعهد اخلاقی در نگهداری مفاد مصاحبه و مشخصات مشارکت‌کنندگان و انتشار نکردن آن ارسال شد. همچنین، با اطلاع مشارکت‌کنندگان



تمام مصاحبه‌ها ضبط و برای استخراج نکات کلیدی بررسی شد. پس از اعلام موافقت، مصاحبه‌ها با محوریت تلقی، برداشت و شاخص‌های مورد نظر برای شناسایی شاخص‌های مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور و مهمترین شاخص‌ها، برگزار شد. در مصاحبه‌های انجام شده پاسخگویان به سوال مورد نظر در مورد ارائه مؤلفه یا شاخص جدید و یا تایید مؤلفه‌ها و شاخص‌های گردآوری شده ابراز نظر کردند. مراحل کدگذاری در پژوهش حاضر در سه مرحله شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گردید.

جهت بررسی روایی و پایایی داده‌ها از معیارهای مختلفی استفاده شد. جهت بررسی اعتبارپذیری، روال و سوالات مصاحبه‌ها به تایید برخی اساتید آگاه به موضوع پژوهش و همچنین آگاه به روش پژوهش رسید تا میزان موثق بودن داده‌های پژوهش مورد تایید قرار گیرد. همچنین جهت بررسی انتقال پذیری، یافته‌های پژوهشی توسط دو متخصص در حیطه کسب‌وکار که در پژوهش مشارکت نداشتند، مورد بررسی قرار گرفت. همچنین جهت اطمینان‌پذیری جزئیات پژوهش و یادداشت برداری‌ها ثبت و ضبط شد. از طرفی جهت بررسی معتبر بودن نیز تمامی متون ایجاد شده از مصاحبه‌ها و کدهای استخراج شده به مشارکت‌کنندگان پژوهش ارسال شد تا آنان دوباره متون و کدهای استخراج شده را مورد تایید قرار دهند.

همچنین برای سنجش پایایی داده‌های کیفی در این پژوهش از روش "پایایی بازآزمون" استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد. این شاخص را می‌توان زمانی محاسبه کرد که یک کدگذار یک متن را در دو زمان متفاوت کدگذاری کرده باشد. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آنها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دوباره کدگذاری می‌شوند؛ سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شوند و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود در دو مرحله کدگذاری، شاخص ثبات برای آن پژوهش محاسبه می‌گردد. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص می‌شوند. شاخص پیشنهادی زیر را برای محاسبه پایایی بازآزمون بین کدگذاری‌های پژوهشگر در دو فاصله زمانی پیشنهاد داده است.

$$\text{درصد توافق} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}} \%$$



پژوهشگر در حین انجام این پژوهش و در جریان کدگذاری مصاحبه‌ها چند مصاحبه‌را به عنوان نمونه در یک فاصله ۸ روزه مورد کدگذاری مجدد قرار داد. با مراجعه به کدهای اولیه استخراج شده از آن مصاحبه‌ها و کدهای مجدد آنها جدول زیر به دست آمده است.

جدول ۲- پایایی بازآزمون در بخش کیفی پژوهش

Table 2- Reliability of retest in qualitative part of research

پایایی بازآزمون (درصد) Reliability of retest (percentage)	تعداد عدم توافقات Number of disagreements	تعداد توافقات Number of agreements	تعدد کل داده‌ها Multiplicity of total data	عنوان مصاحبه Interview title	ردیف Row
٪ 77.3	19	32	89	1	1
٪ 72.2	13	24	77	6	2
٪ 69.1	25	41	110	12	3
٪ 70.3	57	97	276	Total	

### یافته‌های پژوهش

داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرآیند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری (مدل پارادایمی استراس و کوربین) و کدگذاری گزینشی (انتخاب یک مقوله محوری به عنوان مقوله اصلی و مشخص کردن ارتباط بین هر یک از مقوله‌های محوری) انجام و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت. نتایج حاصل از ۱۶ مصاحبه که تا حد اشباع نظری ادامه یافت و از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب پنج مؤلفه‌ی کلی شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده اصلی، اقدامات و پیامدها انجام شد.

### کدگذاری باز

جدول شماره ۳ کدهای باز استخراج شده از مصاحبه‌های تحقیق را به نمایش گذاشته است.



## جدول ۳- کدهای باز شناسایی شده

Table 3. Identified open codes

ردیف Row	کدهای استخراج Extraction codes	شماره مصاحبه ها Interview number	ردیف Row	کدهای استخراج Extraction codes	شماره مصاحبه ها Interview number
1	شرایط ورزشی کشور	۱۲-۱۲-۱۰-۹-۷-۶-۲ ۱۶-۱۵	51	سختکوشی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۶-۱۵-۱۴-۹-۴-۲
2	عقب‌افتادگی ورزش نسبت به سایر حوزه‌ها در مبحث استارت‌آپ	۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۱	52	برنامه ریزی مناسب افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳-۱
3	نبود استارت‌آپ ورزشی	۱۶-۱۵-۸-۷-۶-۵-۲	53	مدیریت ریسک افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۵-۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳
4	تعطیلی برخی کسب و کارهای باسابقه ورزشی	۱۵-۱۴-۱۲-۹-۸-۷-۵-۳ ۱۶	54	مدیریت مالی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۱ ۱۶-۱۵-۱۴
5	تغییرات در شرایط صنعت	۱۲-۱۱-۱۰-۹-۸-۶-۴-۳-۱ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲	55	تعداد کالا در حوزه استارت‌آپ	۲-۱۰-۹-۸-۵
6	قوانین و مقررات	۱۶-۱۵-۱۴-۸-۵-۴	56	امکان ورود به بازار های جدید در حوزه استارت‌آپ	۱۵-۱۴-۱۲-۱۰-۸-۷ ۱۶
7	حمایت‌های دولت از استارت‌آپ	۱۳-۱۰-۹-۸-۴-۳-۱	57	امکان ورود به بازار های خارجی در حوزه استارت‌آپ	۱۶-۱۲-۱۲-۹-۸-۷-۳
8	سیاست‌های حمایتی دولت از استارت‌آپ	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲-۱۱	58	پیش بینی تقاضا در حوزه استارت‌آپ	۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۱ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲-۱۱
9	وجود زیرساخت‌های فناورانه	۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵-۱۴	59	وجود بازار هدف در حوزه استارت‌آپ	۱۵-۱۴-۱۱-۹-۸-۷-۵ ۱۶
10	حمایت موسسات محلی	۱۴-۱۰-۹-۸-۵-۴-۲	60	دسترسی به تامین کنندگان در حوزه استارت‌آپ	۱۵-۱۲-۱۰-۹-۸-۶-۴
11	حمایت موسسات مالی و بانک‌ها	۱۴-۱۲-۱۰-۹-۸-۶-۵-۴ ۱۵	61	شرایط اقتصادی	۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۱ ۱۵-۱۴-۱۳-۱۰
12	روش‌های تامین سرمایه	۱۶-۱۵-۱۲-۹-۸-۶-۵-۴	62	تحریم‌ها	۱۴-۱۰-۹-۸-۶-۵-۱ ۱۵
13	حمایت خانواده از فرد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۶-۱۰-۹-۸-۶-۵-۴-۲	63	تورم	۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۳-۱۲
14	بیکاری فارغ‌التحصیلان	۱۶-۱۵-۱۴-۱۱-۹-۸-۷-۵	64	نوسانات ارزی	۱۵-۱۴-۹-۸-۷-۶-۴-۳ ۱۶
15	بهره‌گیری از مهارت‌های فنی	۱۵-۱۴-۱۰-۹-۶-۵-۴-۲	65	نگرش مثبت به استارت‌آپ	۱۶-۱۴-۱۳-۱۰-۹-۷-۶
16	افزایش تعداد افراد تحصیل کرده	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲-۱۱	66	امید به کارکردهای استارت‌آپ	۱۲-۱۰-۹-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵-۱۴
17	اخراج یا تعدیل نیروها	۱۴-۱۰-۹-۸-۶-۵-۳	67	توسعه نگرش خوداشتغالی در میان افراد	۱۰-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۱ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۳-۱۲-۱۱
18	نیاز به پایداری مشاغل ایجاد شده	۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳-۱	68	برنامه ایجاد توانمندی‌های کسب و کارهای نوپا ایرانی	۱۰-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۳-۱۲-۱۱
19	اهمیت ایجاد مشاغل جدید	۱۵-۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳	69	نقشه راه ملی صنایع نوپا	۱۱-۱۰-۸-۷-۶-۵-۴ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲
20	برخورداری از نیروی انسانی خبره در مباحث آموزشی	۱۶-۱۴-۹-۷-۶-۵-۴-۲	70	تدوین برنامه ارزشیابی برند کسب و کارهای ورزشی	۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۱ ۱۶-۱۵-۱۴
21	علاقه و اشتیاق افراد حاضر درخصوص استارت‌آپ	۱۶-۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۲	71	برنامه ارتقا صنایع پشتیبان در ورزش	۱۴-۱۰-۹-۶-۵-۴-۲ ۱۵





## ادامه جدول ۳- کدهای باز شناسایی شده

Table 3. Identified open codes

ردیف	کدهای استخراج	شماره مصاحبه‌ها	ردیف	کدهای استخراج	شماره مصاحبه‌ها
Row	Extraction codes	Interview number	Row	Extraction codes	Interview number
22	وجود صلاحیت‌های فردی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۵-۱۴-۱۰-۷-۶-۵-۴-۲	72	بازنگری برنامه ۱۴۰۴ در حوزه تولید و صادرات	۱۵-۱۴-۱۰-۷-۶-۵-۴-۲
23	وجود گروه کاری ویژه استارت‌آپ	۱۲-۱۰-۹-۸-۴-۳-۱	73	تدوین مدل همکاری بلند مدت با سازندگان	۱۴-۱۰-۸-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵
24	وجود شبکه‌های ارتباطی در حوزه استارت‌آپ	۱۶-۱۲-۹-۸-۷-۵-۴-۱	74	برنامه بلند مدت زیرساخت های تکوین محصول جدید	۱۴-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۲ ۱۵
25	وجود سرمایه گذاران مخاطره پذی	۱۴-۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۱ ۱۶-۱۵	75	تدوین برنامه جامع ارتقا سازندگان در سطح خارج از کشور	۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳-۱
26	تأمین مالی ایده های مربوط به استارت‌آپ	۱۰-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵-۱۴-۱۲-۱۱	76	تدوین برنامه جامع خودکفایی	۱۵-۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۲
27	وجود صندوق های تامین مالی	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۲ ۱۶-۱۴	77	بهینه کاوی فنی و حقوقی با سایر صنایع	۱۴-۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۲ ۱۶-۱۵
28	قدرت بازپرداخت صاحبان استارت‌آپ	۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۱	78	نقشه راه عدم موفقیت اقتصاد سیاسی در کسب و کارهای ایرانی	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۴-۲ ۱۶-۱۴
29	تعداد حامیان مالی در حوزه استارت‌آپ	۱۴-۱۰-۹-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵	79	تدوین برنامه شناسایی رفتار مصرف کننده	۲-۱۰-۹-۸-۵
30	حمایت شتاب دهندها در ایده	۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۵-۱۴-۱۲-۱۱-۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶	80	تدوین برنامه شناسایی ریسکهای سیاسی و تکنولوژیکی حوزه توسعه محصول	۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۵-۱۴-۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱
31	میزان نیازمندی به لجستیک و سخت‌افزار	۱۵-۱۴-۱۱-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶	81	تدوین برنامه همکاری مشترک چند کشوری	۲-۱۰-۹-۸-۵
32	قابلیت تجاری سازی استارت‌آپ	۱۵-۱۴-۱۰-۹-۷-۵-۴-۳-۲-۱	82	ایجاد مراکز تحقیقاتی مستقل تکنولوژی محور	۱۶-۱۲-۹-۸-۶-۴-۳-۱
33	ارزش ایده در حوزه استارت‌آپ	۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵-۱۴	83	مهندسی مجدد ساختار سازمانی در ارتباط با متولیان استارت‌آپ	۱۴-۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۵
34	قابلیت نوآوری در حوزه استارت‌آپ	۱۲-۱۰-۹-۸-۴-۳-۲-۱	84	کمیته ملی نظارت بر رقابت و برنامه توسعه کسب و کارهای ایرانی در ورزش	۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۱
35	قابلیت تبدیل به کسب و کار	۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۵-۴-۳-۲-۱	85	بهینه کاوی ساختارهای جهانی	۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶
36	وجود مجوزهای متعدد جهت حمایت از استارت‌آپ	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۵-۱۴-۱۲	86	بازنگری قوانین ملی در همکاری مشترک	۱۴-۱۰-۸-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵
37	کیفیت ثبت در مراکز رسمی	۱۶-۱۵-۱۴-۱۱-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲-۱	87	مدل کسب و کار جدید در ورزش	۱۴-۱۰-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵
38	حمایت قانونی از اقدامات خلاقانه	۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳-۲-۱	88	عارضه یابی ساختاری و فرآیندی مراکز طراحی و توسعه کسب و کار در ورزش	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۴
39	کاهش زمانی مجوزها	۱۵-۱۱-۱۰-۹-۷-۴-۳-۲-۱	89	بهبود وضعیت اشتغال افراد حاضر در ورزش	۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵-۱۴
40	معافیت های تشویقی در حوزه استارت‌آپ	۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵-۱۴	90	افزایش میزان اعتماد به نفس کارکنان و صاحبان ایده	۱۴-۱۲-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۵
41	خلاقیت افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	۱۴-۱۲-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۶-۱۵	91	بهبود اعتماد به نفس فارغ التحصیلان ورزشی	۱۲-۹-۸-۶-۵-۳-۲-۱



## ادامه جدول ۳- کدهای باز شناسایی شده

Table 3. Identified open codes

شماره مصاحبه ها Interview number	کدهای استخراج Extraction codes	ردیف Row	شماره مصاحبه ها Interview number	کدهای استخراج Extraction codes	ردیف Row
۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۲	بهبود وضعیت اقتصادی صنعت ورزش	92	۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۱	شهود افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	42
۱۳-۱۰-۹-۸-۴-۳-۱	افزایش جایگاه کسب و کارهای ورزشی در سطح جامعه	93	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۲ ۱۶-۱۴	دستیابی به موفقیت (توفیق طلبی) افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	43
۱۴-۱۰-۹-۷-۶-۴-۲	کمک به مدرنیزاسیون کسب و کارهای نوپا در ورزش	94	۱۶-۱۴-۱۰-۹-۶-۵-۴-۲	مرکز کنترل درونی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	44
۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۱ ۱۵-۱۴-۱۳-۱۰	بهبود شهرت ورزش	95	۱۴-۱۲-۱۰-۹-۸-۵-۴-۱ ۱۶-۱۵	خطریزبری افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	45
۱۵-۱۴-۱۱-۹-۸-۷-۵ ۱۶	به روز رسانی خدمات و محصولات ورزشی	96	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۲ ۱۶-۱۴	تحمل ایهام افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	46
۱۴-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۱	حمایت از خلاقیت و نوآوری	97	۱۵-۱۴-۱۰-۷-۶-۵-۴-۲	نیاز به دستاوردهای شخصی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	47
۱۲-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۲ ۱۶-۱۵-۱۴	عملی نمودن ایده‌ها	98	۱۲-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۲ ۱۶-۱۴	استقلال طلبی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	48
۱۴-۱۲-۹-۸-۶-۵-۴ ۱۵	تسریع در فرایند تبدیل ایده به نوآوری در ورزش	99	۱۵-۱۲-۹-۸-۷-۵-۴-۲	رقابت طلبی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	49
۱۶-۱۵-۱۰-۷-۶-۵-۴-۲	افزایش اعتبار ایده‌پردازی در ورزش	100	۱۲-۱۰-۹-۸-۴-۳-۱	دانشتن انگیزه قوی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ	50

مطابق با نتایج کدگذاری باز تعداد ۱۰۰ کدنهایی پس از مصاحبه های تحقیق نهایی گردید.

### کدگذاری محوری

در ادامه روش کیفی به کدگذاری محوری پرداخته شد. در این بخش کدهای باز شناسایی شده بر اساس ماهیت خود دسته بندی شدند. جدول شماره ۴ نتایج کدگذاری محوری را نشان می دهد.



جدول ۴- نتایج کدگذاری محوری

Table 4- Axial coding results

مقوله‌ها Categories	ابعاد Dimensions
<p>شرایط ورزشی کشور</p> <p>عقب‌افتادگی ورزش نسبت به سایر حوزه‌ها در مبحث استارت‌آپ</p> <p>نبود استارت‌آپ ورزشی</p> <p>تعطیلی برخی کسب و کارهای باسابقه ورزشی</p> <p>تغییرات در شرایط صنعت</p> <p>قوانین و مقررات</p> <p>حمایت‌های دولت از استارت‌آپ</p> <p>سیاست‌های حمایتی دولت از استارت‌آپ</p> <p>وجود زیرساخت‌های فناورانه</p> <p>حمایت موسسات محلی</p> <p>حمایت موسسات مالی و بانک‌ها</p> <p>روش‌های تامین سرمایه</p> <p>حمایت خانواده از فرد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>بیکاری فارغ‌التحصیلان</p> <p>بهره‌گیری از مهارت‌های فنی</p> <p>افزایش تعداد افراد تحصیل کرده</p> <p>اخراج یا تعدیل نیروها</p> <p>نیاز به پایداری مشاغل ایجاد شده</p> <p>اهمیت ایجاد مشاغل جدید</p>	<p>عوامل ورزشی Sports factors</p> <p>عوامل محیطی Environmental factors</p> <p>شرایط علی Causality factors</p> <p>ویژگی‌های شغلی Job characteristics</p>
<p>برخورداری از نیروی انسانی خبره در مباحث آموزشی</p> <p>علاقه و اشتیاق افراد حاضر درخصوص استارت‌آپ</p> <p>وجود صلاحیت‌های فردی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات</p> <p>وجود گروه کاری ویژه در حوزه استارت‌آپ</p> <p>وجود شبکه‌های ارتباطی در حوزه استارت‌آپ</p> <p>وجود سرمایه گذاران مخاطره پذیر</p> <p>تامین مالی ایده های مربوط به استارت‌آپ</p> <p>وجود صندوق های تامین مالی</p> <p>قدرت بازپرداخت صاحبان استارت‌آپ</p> <p>تعداد حامیان مالی در حوزه استارت‌آپ</p> <p>حمایت شتاب دهندها در ایده</p> <p>میزان نیازمندی به لجستیک و سخت‌افزار</p> <p>قابلیت تجاری سازی استارت‌آپ</p> <p>ارزش ایده در حوزه استارت‌آپ</p> <p>قابلیت نوآوری در حوزه استارت‌آپ</p> <p>قابلیت تبدیل به کسب و کار</p> <p>وجود مجوزهای متعدد جهت حمایت از استارت‌آپ</p> <p>کیفیت ثبت در مراکز رسمی</p> <p>حمایت قانونی از اقدامات خلاقانه</p> <p>کاهش زمانی مجوز ها</p> <p>معافیت های تشویقی در حوزه استارت‌آپ</p>	<p>سرمایه انسانی Human Capital</p> <p>ویژگی های مالی Financial features</p> <p>شرایط زمینه ای Underlying conditions</p> <p>ویژگی ایده Idea feature</p> <p>ویژگی های حقوقی Legal features</p>



## ادامه جدول ۴- نتایج کدگذاری محوری

Table 4- Axial coding results

مقوله‌ها Categories	ابعاد Dimensions
<p>خلافت افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>شهرد افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>دستیابی به موفقیت (توفیق طلبی) افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>مرکز کنترس درونی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>خطریسذیری افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>تحمل ابهام افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>نیاز به دستاوردهای شخصی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>استقلال طلبی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>رقابت طلبی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>دانش‌تن انگیزه قوی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>سختکوشی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p>	<p>ویژگیهای شخصیتی Personality Traits</p>
<p>برنامه ریزی مناسب افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>مدیریت ریسک افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>مدیریت مالی افراد فعال در حوزه استارت‌آپ</p> <p>تعداد کالا در حوزه استارت‌آپ</p> <p>امکان ورود به بازار های جدید در حوزه استارت‌آپ</p> <p>امکان ورود به بازار های خارجی در حوزه استارت‌آپ</p> <p>پیش بینی تقاضا در حوزه استارت‌آپ</p> <p>وجود بازار هدف در حوزه استارت‌آپ</p> <p>دسترسى به تامین کنندگان در حوزه استارت‌آپ</p> <p>شرایط اقتصادی</p> <p>تحریمها</p> <p>تورم</p> <p>نوسانات ارزی</p> <p>نگرش مثبت به استارت‌آپ</p> <p>امید به کارکردهای استارت‌آپ</p> <p>توسعه نگرش خوداشتغالی در میان افراد</p>	<p>توانایی های فردی Individual abilities</p> <p>شرایط مداخله گر Interfering conditions</p> <p>ویژگی بازار Market features</p> <p>ریسک موجود در ایده Risk in the idea</p> <p>شرایط فرهنگی Cultural conditions</p>
<p>• برنامه ایجاد تواناسازهای کسب و کارهای نوپا ایرانی</p> <p>• نقشه راه ملی صنایع نوپا</p> <p>• تدوین برنامه ارزشیابی برند کسب و کارهای ورزشی</p> <p>• برنامه ارتقا صنایع پشتیبان در ورزش</p> <p>• بازننگری برنامه ۱۴۰۴ در حوزه تولید و صادرات</p> <p>• تدوین مدل همکاری بلند مدت با سازندگان</p> <p>• برنامه بلند مدت زیرساخت های تکوین محصول جدید</p> <p>• تدوین برنامه جامع ارتقا سازندگان در سطح خارج از کشور</p> <p>• تدوین برنامه جامع خودکفایی</p> <p>• بهینه کاوی فنی و حقوقی با سایر صنایع</p> <p>• نقشه راه عدم موفقیت اقتصاد سیاسی در کسب و کارهای ایرانی</p> <p>• تدوین برنامه شناسایی رفتار مصرف کننده</p> <p>• تدوین برنامه شناسایی ریسکهای سیاسی و تکنولوژیکی حوزه توسعه محصول</p> <p>• تدوین برنامه همکاری مشترک چند کشوری</p> <p>• ایجاد مراکز تحقیقاتی مستقل تکنولوژی محور</p> <p>• مهندسی مجدد ساختار سازمانی در ارتباط با متولیان استارت‌آپ</p> <p>• کمیته ملی نظارت بر رقابت و برنامه توسعه کسب و کارهای ایرانی در ورزش</p> <p>• بهینه کاوی ساختارهای جهانی</p> <p>• بازننگری قوانین ملی در همکاری مشترک</p> <p>• مدل کسب و کار جدید در ورزش</p> <p>• عارضه یابی ساختاری و فرآیندی مراکز طراحی و توسعه کسب و کار در ورزش</p>	<p>راهبردهای برنامه ای Program strategies</p> <p>راهبردها Strategies</p> <p>راهبردهای ساختاری Structural strategies</p> <p>راهبردهای زیر ساختی Infrastructure strategies</p>



ادامه جدول ۴- نتایج کدگذاری محوری

Table 4- Axial coding results

مقوله‌ها Categories	ابعاد Dimensions
بهبود وضعیت اشتغال افراد حاضر در ورزش افزایش میزان اعتماد به نفس کارکنان و صاحبان ایده بهبود اعتماد به نفس فارغ التحصیلان ورزشی بهبود وضعیت اقتصادی صنعت ورزش افزایش جایگاه کسب‌وکارهای ورزشی در سطح جامعه کمک به مدرنیزاسیون کسب و کارهای نوپا در ورزش بهبود شهرت ورزش به روز رسانی خدمات و محصولات ورزشی حمایت از خلاقیت و نوآوری عملی نمودن ایده‌ها تسریع در فرایند تبدیل ایده به نوآوری در ورزش افزایش اعتبار ایده‌پردازی در ورزش	پیامدهای فردی Individual consequences  پیامدهای ورزشی Sports Consequences  پیامدهای فکری Intellectual consequences  پیامدها consequences

به صورت کلی در روند کدگذاری محوری کدهای استخراج شده در بخش‌های شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها دسته‌بندی شدند. در این مدل عوامل علی عواملی هستند که چگونگی وضع موجود و چرایی اهمیت پرداختن به مقوله محوری را تبیین می‌کند. در واقع کشف نقایصی است که برای رفع‌اش باید به مقوله محوری پرداخت و برطرف شدن آن‌ها بهبود وضع موجود را رقم خواهد زد. در این پژوهش سه مقوله ویژگی‌های ورزشی، عوامل محیطی و شغلی هستند که می‌تواند بر مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور تأثیر می‌گذارد. همچنین شرایط زمینه‌ای بیانگر مجموعه خاصی از ویژگی‌های مربوط به پدیده است که به شکل عمومی به مکان رویدادها و وقایع مربوطه اشاره دارد. ویژگی‌های زمینه‌ای شامل عواملی می‌شوند که بدون آنها تحقق بهبود شاخص‌های مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور امکان‌پذیر نیست و زمینه شرایط خاصی را، که در آن راهبردها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد، فراهم می‌کنند. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. در این پژوهش توان انسانی، ویژگی‌های مالی، ویژگی‌ایده، ویژگی‌های حقوقی و ویژگی‌های زیرساخت و شرایط فرهنگی عوامل زمینه‌ای هستند.

شرایط مداخله‌گر شامل شرایط عام‌تری همچون زمان، فضا و فرهنگ می‌شود که به عنوان تسهیل‌گر یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کنند. این شرایط در راستای تسهیل یا محدودیت کنشی/کنشی



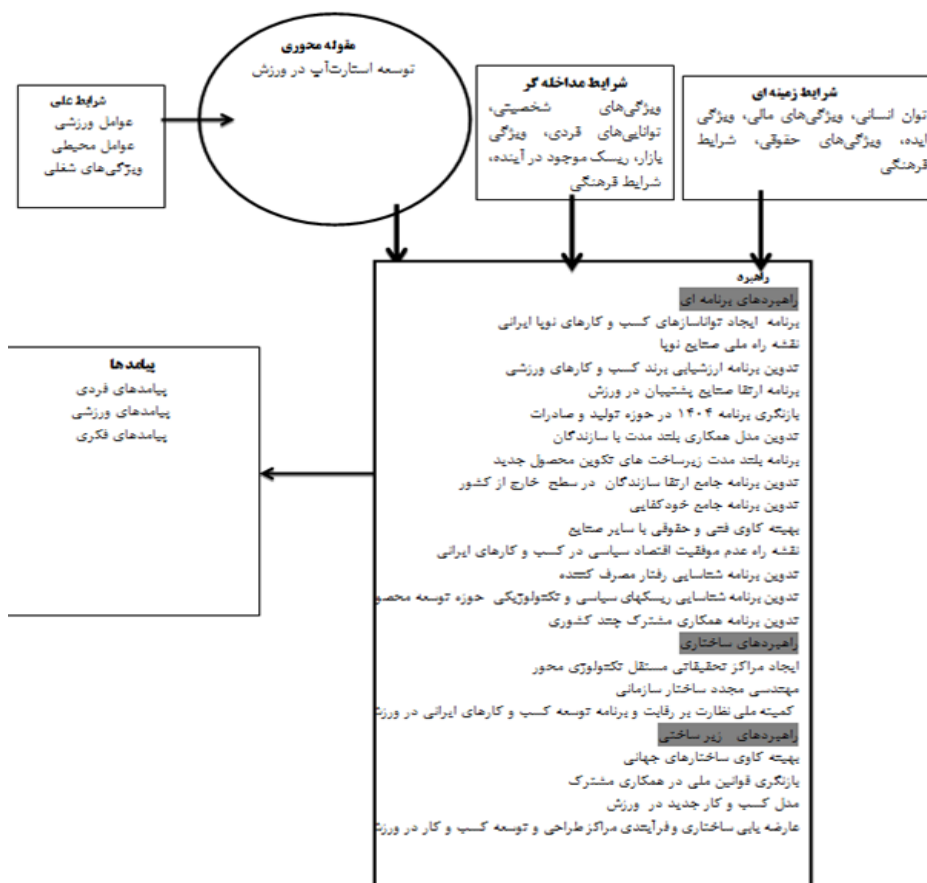
متقابل در زمینه خاصی عمل می کنند. هر یک از این شرایط، طیفی را تشکیل می دهند که تأثیر آنها از بسیار دور تا بسیار نزدیک متغیر است. در این پژوهش چهار ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های فردی، ویژگی بازار و ریسک موجود در ایده به عنوان مقوله‌های مداخله‌گر در نظر گرفته شده است. پدیده مد نظر باید محوریت داشته باشد، یعنی همه مقوله‌های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند و به تکرار در داده‌ها ظاهر شود. به این معنا که در همه یا تقریباً همه موارد، نشانه‌هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می کنند. پدیده محوری، به ایده یا پدیده‌های اطلاق می شود که اساس و محور فرآیندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده می شود. مقوله محوری در پژوهش حاضر توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور می باشد. همچنین راهبردها در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می شوند. راهبردها مجموعه تدابیری هستند که برای مدیریت، اداره یا پاسخ به پدیده تحت بررسی اتخاذ می شوند. پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از لا به لای مصاحبه‌ها و کدهای نهایی استخراج شده، مقوله فرعی را ایجاد راهبردهای برنامه‌ای، راهبردهای ساختاری، راهبردهای زیر ساختاری نامگذاری کرده است. پیامدها همان بروندادها یا نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. بخش آخر ارایه مدل بهبود شاخص‌های مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور شامل پیامدهای فردی، ورزشی و فکری است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده‌اند، سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم‌ها و مفاهیم مقوله‌های اصلی استخراج و نامگذاری شده‌اند.

### کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی نتایج گام‌های قبلی کدگذاری را به کار برده، مقوله‌های اصلی را انتخاب می کند، آن را به شکل نظام مند به سایر مقوله‌ها ارتباط می دهد، ارتباطات را اعتبار می بخشد و مقوله‌هایی را که نیاز به بست و توسعه بیشتری دارند را توسعه می دهد. مدل پارادایمی این پژوهش بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین طراحی شد. در این مدل، شرایط علی، عوامل ورزشی، عوامل محیطی و ویژگی‌های شغلی که می تواند بر مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور تأثیر می گذارد. همچنین شرایط زمینه‌ای توان انسانی، ویژگی‌های مالی، ویژگی ایده، ویژگی‌های حقوقی، ویژگی‌های زیرساختی و شرایط فرهنگی برای داشتن مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور است، شرایطی که برای موفقیت بهتر در اجرای این فرآیند باید بیشتر مد نظر قرار گیرند. این شرایط اثرهای مثبت یا منفی خاصی بر اجرای فرآیندها ندارند. در این پژوهش سه مقوله ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های فردی، ویژگی بازار و ریسک موجود در ایده چالش‌های مدل بومی به عنوان



مقوله‌های مداخله‌گر در نظر گرفته شده است و می‌توانند اجرای آن را مختل، تسهیل و همچنین تسریع کنند. در این فرآیند اصلی‌ترین عامل در ایجاد فرآیند مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور در نظر گرفته شده است. عامل راهبردی مدل، راهبردهای برنامه‌ای، راهبردهای ساختاری، راهبردهای زیر ساختاری برای مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور در نظر گرفته شده است و در بعد پیامدها نیز پیامدهای فردی، پیامدهای ورزشی و پیامدهای فکری از جمله پیامدهای شناسایی شده مشخص گردید. مدل پارادایمی پژوهش به شرح شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل پارادایمی پژوهش

Figure 1- Paradigm model of research

## بحث و نتیجه‌گیری

کسب و کارهای کوچک و نوپا نیروی اصلی توسعه در اقتصاد بازارهای توسعه یافته هستند. طبق نظر تارون (۲۰۱۱) در اکثر کشورهای توسعه یافته، درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط از کل موسسات موجود، بالغ بر ۹۵ درصد برآورد شده است و حدود ۶۰ درصد از نیروی کار در دسترس در این مراکز مشغول به کار هستند. برای مثال در اتحادیه اروپا (۲۰۰۹) کسب و کارهای کوچک و متوسط ۹۹/۸ درصد کلیه کسب و کارها محسوب می‌شوند که از آن تعداد، شمار زیادی را کسب و کارهای کوچک تشکیل می‌دهند. این کسب و کارها شغل مورد نیاز ۶۷/۱ درصد نیروی کار را تامین می‌کنند و در ۵۷/۶ درصد ارزش افزوده کل سهیم هستند. این مسئله اهمیت نقش کسب و کارهای کوچک و نوپا را در به حرکت درآوردن چرخ‌های اقتصاد جوامع به روشنی نشان می‌دهد. وجود کسب و کار نوپا را می‌توان به عنوان راهکاری برای حل یک مشکل در نظر گرفت - تبدیل سرمایه‌گذاری‌های مالی در ایده‌های جدید به کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدیدی که بازده قابل توجهی را برای صاحبان سرمایه به دنبال دارند و نیازمند اقتصاد گسترده تری برای رشد هستند. البته برخی از کسب و کارهای جدید توانایی مشارکت بیشتری در خلق شغل و نیز خلق و تجاری‌سازی ایده‌های باکیفیت تری در مقایسه با همکاری خود دارند (اونیوس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷، ۱۴۵). در این پژوهش، شرایط علی رویداد هایی هستند که موقعیت‌ها و مسائل مرتبط با یک پدیده را خلق کرده و تشریح می‌کنند که افراد و گروه‌ها، چرا و چگونه به روشهای خاصی پاسخ می‌دهند شرایط علی شامل مواردی مقولات است که به طور مستقیم بر بهبود شاخص‌های مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور تأثیر می‌گذارد یا این عوامل به گونه‌ای ایجادکننده و توسعه‌دهنده پدیده هستند. در این پژوهش سه مقوله عوامل ورزشی، عوامل محیطی و ویژگی‌های شغلی هستند که می‌تواند بر مدل بومی توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور تأثیر می‌گذارد. این یافته‌ها با یافته‌های زیمرمن (۲۰۱۳)، پروت (۲۰۱۰)، چیتی تارون (۲۰۱۲) و استفانویچ (۲۰۱۰) همخوان می‌باشد. استفانویچ (۲۰۱۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که جهت دستیابی به موفقیت بیشتر در کسب و کار، نیاز است تا برخی مسائل فردی و انسانی به صورت مناسبی در کسب‌وکارها اجرایی شود. همچنین هفت فاکتور موثر در موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه شناسایی شدند: شغل و جایگاه در جامعه، مهارت‌های بین فردی، موافقت‌ها و حمایت‌ها، محصول/خدمت رقابت پذیر، مهارت‌های رهبری، همواره در جریان امور بودن و شهرت کسب و کار از عوامل مهم می‌باشد. تارون (۲۰۱۱) در پژوهش خود پی برد ویژگی‌های کسب و کار

### 1. Onesun





، مدیریت و دانش فنی ، محصولات و خدمات، مشتریان و بازار، طریقه فعالیتها و همکاریها، منابع و تامین مالی، استراتژی، و محیط خارجی از عوامل توسعه در بنگاه های کوچک و توسط می باشد. همچنین نتایج پژوهش زیمرمن (۲۰۱۳) حاکی از آن است که داشتن استقلال ( رئیس خود بودن) و افزایش درآمد انگیزه های مهمی برای کارآفرینان ونزوئلایی به حساب می آیند. رقابت، اقتصاد ضعیف و محدودیت های مبادلات خارجی از مشکلات آنان به شمار می روند؛ در حالیکه مهارت های بالای مدیریت عمومی ، آموزش مناسب، ثبت دقیق یادداشت ها و بایگانی ها و مشارکت سیاسی جزو عوامل موفقیت شناسایی شده اند. در این پژوهش شرایط زمینه ای بیانگر مجموعه خاصی از ویژگی های مربوط به پدیده است که به شکل عمومی به مکان رویدادها و وقایع مربوطه اشاره دارد. ویژگی های زمینه ای شامل عواملی می شوند که بدون آنها تحقق بهبود شاخص های مدل بومی توسعه استارت آپ در ورزش کشور امکان پذیر نیست و زمینه شرایط خاصی را، که در آن راهبردها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می گیرد، فراهم می کنند. این شرایط را مجموعه ای از مفاهیم، مقوله ها و متغیرهای زمینه ای تشکیل می دهند. در این پژوهش توان انسانی، ویژگی های مالی، ویژگی ایده، ویژگی های حقوقی و ویژگی های زیرساخت، شرایط فرهنگی عوامل اصلی زمینه ای هستند. اولیت<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که یک ایده برای تبدیل به نوآوری باید قابلیت تمایز از سایر ایده ها و نیز قابلیت تبدیل به یک محصول و نیز قابلیت تجاری سازی را نیز داشته باشد که با یافته های این پژوهش در مورد ویژگی ایده همخوان می باشد. بردفورد<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) محصول تولیدشده از استارت آپ ها حتماً باید قابلیت مزیت رقابتی و قابلیت فروش را در بلندمدت داشته باشد و یا امکان صادرات برای آن وجود داشته باشد که با یافته های این پژوهش در مورد ویژگی های بازار همخوان می باشد. اینسا<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) ایده توسعه یافته و قابلیت تجاری پیدا می کند که نرخ بازده از ریسک بیشتر باشد. تنها به این شرط است که سایر موسسات مالی از جمله بانک ها و صندوق های تأمین مالی و حتی سرمایه گذاران داخلی و خارجی بر روی این ایده سرمایه گذاری می کنند. که با یافته های این پژوهش در مورد ویژگی های مالی همخوان می باشد. بیکر<sup>۴</sup> (۲۰۰۴) ساده سازی فرآیند های اخذ مجوز و همچنین ایجاد مشوق ها و تقویت مالکیت معنوی از جمله مسائل حقوقی می باشند که شفافیت و بهبود تأمین مالی استارت آپ ها نقش اساسی دارد

1. Aulet
2. Bradford
3. Inessa
4. Baker



که با یافته های این پژوهش در مورد ویژگی های حقوقی همخوان می باشد. اونیوس<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) از عوامل سخت افزاری می توان به عوامل وجود شبکه های ارتباطی قوی و مناسب و دسترسی به تجهیزات سخت افزاری مناسب که شفافیت و بهبود تأمین کارایی و شروع به کار استارت آپ ها نقش اساسی دارد که با یافته های این پژوهش در مورد ویژگی های زیر ساخت همخوان می باشد. آدرتون<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) اثر نیروهای اقتصادی اجتماعی بر ایده و شرایط حاصل از تحریم و نوسانات ارزی و شرایط آتی و سایر نوسانات اقتصادی، می توانند بر ایده موردنظر و انگیزه لازم برای سرمایه گذاری و تأمین مالی آن تأثیر بگذارد که با یافته های این پژوهش در مورد ریسک موجود در ایده همخوان می باشد. در این پژوهش سه مقوله ویژگی های شخصیتی، توانایی های فردی، ویژگی بازار و ریسک موجود در ایده چالش های مدل بومی به عنوان مقوله های مداخله گر در نظر گرفته شده است. این یافته ها با یافته های مکودا لافونته<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) همخوان می باشد. در این پژوهش پدیده مد نظر باید محوریت داشته باشد، یعنی همه مقوله های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند و به تکرار در داده ها ظاهر شود. به این معنا که در همه یا تقریباً همه موارد، نشانه هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می کنند. پدیده محوری، به ایده یا پدیده های اطلاق می شود که اساس و محور فرآیندی است که تمام مقوله های اصلی دیگر به آن ربط داده می شود. مقوله محوری حاصل از شرایط علی بعد منابع انسانی، استراتژی، مسائل مالی، فعالیت های بازاریابی، پژوهش و توسعه؛ توسعه محصول / کسب و کار، رضایت مشتریان، عوامل سازمانی در نظر گرفته شده است.

ستار (۲۰۱۶) در پژوهش خود پی برد که مهارت برنامه ریزی و مدل سازی کسب و کار، رویکرد کارآفرینانه، رهبری، شبکه ارتباطات، خلاقیت مالی، برنامه ریزی مالی بر اساس (سود، بازگشت سرمایه و حقوق صاحبان سهام)، بازاریابی کسب و کارهای اجتماعی، سرمایه انسانی، فرهنگ سازمانی، ارزیابی بازخوردهای اجتماعی، خلاقیت و نوآوری متعادل از عوامل توسعه مدل کسب و کارهای نوپا می باشد. نتایج پژوهش مکودا لافونته (۲۰۱۳) نشان می دهد عواملی که اهداف مورد نظر را تشکیل می دهند شامل نیازهای تأمین مالی، اقدامات بازاریابی، نوآوری مستمر و تلاش در زمینه های بین المللی سازی و پایدارسازی می باشد که با یافته های این پژوهش همخوان می باشد راهبردها در واقع طرح ها و کنش هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می شوند. راهبردها مجموعه تدابیری هستند که برای مدیریت، اداره یا پاسخ به پدیده تحت بررسی اتخاذ

1. Onesun
2. Atherton



می‌شوند. پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از لا به لای مصاحبه‌ها و کدهای نهایی استخراج شده، مقوله فرعی را ایجاد راهبردهای برنامه‌ای، راهبردهای ساختاری، راهبردهای زیر ساختاری نامگذاری کرده است. همچنین پیامدها همان برون‌دادها یا نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده‌اند، سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم‌ها و مفاهیم مقوله‌های اصلی استخراج و نامگذاری شده‌اند. پنهان نیست که کشور ما سرمایه‌انسانی بسیار بالا و ارزشمندی برای موفقیت در حوزه کارآفرینی به ویژه حوزه کسب و کار نوپا دارد. حجم بالای فارغ‌تحصیلان دانشگاهی ویژه در رشته‌های تربیت بدنی از سویی و دسترسی آسان و وسیع به نرم‌افزارها و فناوری‌های نوین، سطح قابل قبولی از دانش فنی و فناورانه و دسترسی و کاربری رسانه‌های دیجیتال را رقم زده است. با این همه متأسفانه کشور از نظر سهولت و فضای کارآفرینی قدرت ریسک‌جویان و اعتماد به نفس آنها برای آغاز کسب و کار جدید در رتبه جهانی بالایی قرار ندارد. همچنین با وجود بالا بودن توان ایده‌پردازی و جذابیت‌های این حوزه برای جوانان، سطح دانش مدیریت و بازاریابی و روحیه کار تیمی در میان جوانان مشتاق به کارآفرینی پایین است و به آموزش‌های متناسب و عمل‌گرا نیاز دارد. به نظر می‌رسد این نیروی عظیم جوانان کارآفرین است که با اقبال به این حوزه و پیگیری و جدیت می‌تواند شرایط را تغییر داده و زمینه رشد کسب و کارهای مبتنی بر ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های تخصصی در این حوزه را برای خود عملی کنند. بخش سرمایه در نگاه جوانان کارآفرین به یکی از موانع جدی پیگیری ایده‌ها تبدیل شده است. آموزه‌های حوزه استارت‌آپ نشان می‌دهد که چنین نیست و این رشد اعتماد به نفس و فعالیت نوپاها (استارت‌آپ) است که به ورود هرچه بیشتر سرمایه در پی تحقق هرچه بیشتر نمونه‌های موفق کمک خواهد کرد.

## Reference

1. Atherton, A. (2012). "Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18 (1), 28-47.
2. Aulet, B. (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup*. John Wiley & Sons.
3. Baker, S. & Krawiec, K. (2004). *The Economics of Limited Liability: An Empirical Study of New York Law Firms*. Unpublished Manuscript.



4. Bradford, A. (2015). Deductive Reasoning vs. Inductive Reasoning. Live Science [Retrieved 19 May 2016]. [Http: //www. livescience. Com/21569- deduction-vs-induction. Html](http://www.livescience.com/21569-deduction-vs-induction.html)
5. Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian social science*, 7(5), 180-190.
6. D'Angelo, E. (2018). Regulatory Compliance Management in the Professional Sport Industry: Evidence from the Italian Serie A. *International Business Research*, 11(3), 149-161.
7. Eldar, O., Grennan, J., & Waldock, K. (2020). Common ownership and startup growth. *Duke Law School Public Law & Legal Theory Series*, (2019-42).
8. Eliyasi, M. Mohamadi, M. Jafari, H. Karami, P. (2018). A Study of Global Experiences of Startup Companies in the Field of Sports and Physical Health, Danesh Bonyan Technology Publishing, 1-78 . (Persian).
9. Farshian, R., & Ranjbar, N. (2015). Investigating the role of government support for new start-up businesses in the entrepreneurial motivation process, the annual conference on management and business economics, electronically, Vira Capital Institute of Managers. 1-9. (Persian).
10. Gasmann, E. A. (2016). Open Innovation: Transferrable to Startups? Master Thesis Centre for Entrepreneurship, UNIVERSITETET I OSLO. [Http: //www.duo.uio.no](http://www.duo.uio.no).
11. Inessa, L. & Maria, S., & Martínez, P. (2015). "How Bank Competition Affects Firms' Access to Finance." *World Bank Economic Review*, 29 (3), pp.413–48.
12. Ireland, R.D., Hitt, M.A., and Sirmon, D.G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963–989.
13. Jenny, S. E., Keiper, M. C., Taylor, B. J., Williams, D. P., Gawrysiak, J., Manning, R. D., & Tutka, P. M. (2018). eSports Venues: A New Sport Business Opportunity. *Journal of Applied Sport Management*, 10(1), 34-49.
14. Junttila, J. (2020). Collaboration within a startup ecosystem-Enhancing entrepreneurial activities through collaboration in the startup ecosystem of Sydney, Australia.
15. Heo, S. Y., Jang, H. E., & Lee, J. H. (2017). Exploring the government policy for promoting university startups in Korea. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 18(1), 75-84.
16. Kurpjuweit, S., & Wagner, S. M. (2020). Startup supplier programs: a new model for managing corporate-startup partnerships. *California Management Review*, 62(3), 64-85.
17. Lafuente, F. J. M., Lafuente, A. M. G., Guzman-Parra, V. F., & Lafuente, J. G. (2013). Key factors for entrepreneurial success. *Management Decision*.
18. Manalizadeh, Z. Ehsani, M. Honari, H. (2016). Designing a sustainable entrepreneurship model in sports using data-driven theory. *Sports Management*, 8 (5): 709-725. (Persian)



19. Mansorifar, M. (2018). What is a startup? Startup steps and successful examples. <https://modireweb.com/what-is-the-startup>. (Persian)
20. Monroe-Sheridan, A. R. (2018). Promoting Legal Innovation in Japanese Startup Financing. *Geo. Mason J. Int'l Com. L.*, 10, 22.
21. Narain, N., & Assenova, V. (2019). Entrepreneurial Quality and Startup Growth in India. Available at SSRN 3449777.
22. Office of Economic Studies of the Ministry of Communications. (2019). [www.ict.gov.ir/ICTContent/media/image/2020/05/203780orig.pdf](http://www.ict.gov.ir/ICTContent/media/image/2020/05/203780orig.pdf)
23. Oliva, F. L., & Kotabe, M. (2019). Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups. *Journal of Knowledge Management*.
24. Onesun, S., Yoo, O., Huang, T., & Arifoglu, K. (2017). A Theoretical Analysis of the Lean Startup's Product Development Process.
25. Picken, J. C. (2017). From startup to scalable enterprise: Laying the foundation. *Business Horizons*, 60(5), 587-595.
26. Radman Peša, A., Čičin-Šain, D., & Blažević, T. (2017). New business model in the growing e-sports industry. *Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kulture kvalitete i poslovne izvrsnosti*, 11(2), 121-131.
27. Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.
28. Rezaee, Sh. (2017). Designing a revenue model for Iranian football clubs: with a grand theory approach. *Applied Research in Sports Management*, 6 (3), 116-101. (Persian)
29. Rezaei, M. Farahani, A. Shabani, A. (2017). Environmental analysis of Iranian professional sports. *Applied Research in Sports Management*, 6 (1,) 119-109. (Persian)
30. Satar, M. S., & John, S. (2016). A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 113-138.
31. Shariati, M. Dasrgerdi, M. (2018). *Entrepreneurship and Sports with a New Business Approach*, Tanin Danesh Publishing, First Edition, 135-141. (Persian)
32. Sharifar, F. Mohamidian, F. (2017). Intra-organizational factors affecting the entrepreneurship of sports organizations: a meta-analysis. *Contemporary Research in Sports Management*, 7 (14), 53-64. (Persian)
33. Sharma, S., & Goyal, D. P. (2019). Mobile marketing adoption intention by startup companies in India: a technological-organisational-environmental framework-based approach. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 18(4), 458-474.
34. Souza, C. M. (2019). A framework for identification, selection and collaboration of Corporations with Start-ups within Open Innovation.
35. Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 28(2), 251-269.



36. Tzabbar, D., & Margolis, J. (2017). Beyond the startup stage: The founding team's human capital, new venture's stage of life, founder-CEO duality, and breakthrough innovation. *Organization Science*, 28(5), 857-872.
37. Yearworth, M. (2010, July). Inductive modelling of an entrepreneurial system. In *Proceedings of the 28th International Conference of the System Dynamics Society*, Seoul, Korea (pp. 25-29).
38. Zimmerman, M. A., & Chu, H. M. (2013). Motivation, success, and problems of entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), 76-90.
39. Zhang, J.J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T.Y. & Nauright, J. (2018), "The sport industry in growing economies: critical issues and challenges", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19 (2). 110-126.
40. Zhuo, L., Guan, X., & Ye, S. (2020). Quantitative Evaluation and Prediction Analysis of the Healthy and Sustainable Development of China's Sports Industry. *Sustainability*, 12(6), 1-16.

#### استناد به مقاله

تقوی رفسنجانی، احسان؛ حکاکزاده، مینا؛ و منوچهری نژاد، محسن. (۱۴۰۲). مدل زمینه‌ای توسعه استارت‌آپ در ورزش کشور. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۵(۷۸)، ۴۷-۷۶. شناسه دیجیتال: 10.22089/SMRJ.2021.9059.3067

Taghavi Rafsanjani, E., Hakakzadeh, M; & Manochehri Negad, M. (2023). Background Model of Start-up Development in Iran's Sport. *Sport Management Studies*, 15(78), 47-76. (in Persian). DOI: 10.22089/SMRJ.2021.9059.3067

