

Identifying Factors Affecting the Success of Sports Startups and Knowledge-Based Companies

Mahshid Rangrizrostami¹, Morteza Doosti^{*2}, Behnaz Saboori³

1. Ph.D. in Sports Management, Faculty of Sports Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
2. Professor of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. **Email: dosti@umz.ac.ir**
3. Assistant Professor of Natural Resource Economics, College of Marine Sciences and Agriculture, Sultan Qaboos University, Muscat, Oman.

ABSTRACT

The aim of this research was to develop a framework of factors affecting the success of sports startups and knowledge-based companies. A qualitative research method with a systematic exploratory approach (based on the content analysis technique) was chosen. The research population consisted of two parts: human resources (professors, managers, etc.) and information resources (relevant and reliable scientific, library, and media resources). The interviewees and information resources were selected in a purposeful and accessible manner, based on reaching theoretical saturation (16 people and 34 sources). The research tools included semi-structured exploratory interviews and a systematic library study. The validity of the tools was evaluated and confirmed based on practical competence, legal and scientific validity of the sample, and expert opinion. To analyze the findings, a multi-stage conceptual coding method (open, selective, and thematic) with a content analysis approach was used. The final conceptual framework included 88 components, 8 dimensions (social, cultural, governmental and political support, legal and regulatory, economic and commercial, managerial, technological, individual and personal), and an overall perspective (success of sports startups and knowledge-based companies). The general themes and perspectives were chained and interconnected. Based on the research findings, it can be concluded that successful sports startups and knowledge-based companies in the country can not only act as the main engines of innovation and development in the sports industry but also play a very important role in economic growth and social development. In addition, these companies, by considering the findings of the present research and achieving success, can help create jobs and employment opportunities for young people, develop technology, and increase the reputation and praise of the country's name in the global sports community.

**Keywords: Innovation in Sports, Sports Businesses, Sports Entrepreneurship
Sports Knowledge-Based Companies, Sports Startups.**

JEL: M13, O32, L26, L83, O31.

شناسایی عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی

مهشید رنگریز رستمی^۱، مرتضی دوستی^{۲*}، بهناز صبوری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۸

چکیده

هدف از این پژوهش تدوین چارچوب عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی بود. روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد اکتشافی نظام‌مند (مبتنی بر تکنیک تحلیل مضمون) انتخاب شد. جامعه آماری پژوهش شامل دو بخش منابع انسانی (اساتید، مدیران و ...) و منابع اطلاعاتی (علمی، کتابخانه‌ای و رسانه‌ای مرتبط و معتبر) بود. مصاحبه شونده‌گان و منابع اطلاعاتی به تعداد قابل کفایت، به‌صورت هدفمند و در دسترس، بر مبنای رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند (۱۶ نفر و ۳۴ منبع اطلاعاتی). ابزار پژوهش شامل مصاحبه‌های اکتشافی نیمه ساختارمند به همراه مطالعه کتابخانه‌ای نظام‌مند بود. روایی ابزار بر اساس شایستگی عملی، اعتبار حقوقی و علمی نمونه و نظر خبرگان ارزیابی و تایید گردید. جهت تحلیل یافته‌ها از روش کدگذاری مفهومی چندمرحله‌ای (باز، گزینشی و موضوعی) با رویکرد تحلیل مضمون استفاده شد. چارچوب مفهومی نهایی شامل ۸۸ مؤلفه، ۸ بعد (اجتماعی، فرهنگی، حمایتی دولتی و سیاسی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و تجاری، مدیریتی، فناوری، فردی و شخصیتی) و یک منظر کلی (موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان) شناسایی شد. مضامین کلی و منظرها به‌صورت زنجیره‌ای و ارتباط باهم بودند. براساس یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی موفق در کشور نه تنها می‌توانند به عنوان موتورهای اصلی نوآوری و توسعه در صنعت ورزشی عمل کنند، بلکه نقش بسیار مهمی در رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی نیز دارند. به علاوه، این شرکت‌ها با در نظر گرفتن یافته‌های پژوهش حاضر و دستیابی به موفقیت، می‌توانند به ایجاد شغل و فرصت‌های اشتغال جوانان، توسعه فناوری و افزایش شهرت و تمجید از نام کشور در جامعه جهانی ورزش کمک نمایند.

واژه‌های کلیدی: استارت‌آپ‌های ورزشی، دانش‌بنیان‌های ورزشی، کارآفرینی ورزشی، کسب و کارهای ورزشی،

نوآوری در ورزش.

طبقه‌بندی JEL: O31, L83, L26, O32, M13

^۱. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران.

^۲. استاد، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران. (نویسنده مسئول: dosti@umz.ac.ir).

^۳. دانشیار اقتصاد منابع طبیعی، کالج علوم دریایی و کشاورزی، دانشگاه سلطان قابوس، مسقط، عمان.

مقدمه

امروزه استقبال از کارآفرینی در جهان به دلیل ظرفیت‌های آن برای نوآوری، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در حال افزایش است و تغییر نگرش نسبت به ریسک‌پذیری و شکست، اشتغال‌زایی را جذاب‌تر و از نظر اجتماعی قابل قبول‌تر نموده است (پالالیچ^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). یک سیستم کسب و کار نوپا و غنی ارزش‌افزایی را در سطح منطقه‌ای فراهم می‌کند. دولت‌هایی که به دنبال شکوفایی اقتصادی خود هستند باید محدودیت‌های کارآفرینی را به حداقل برسانند (کوبرو^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). همچنین موفقیت استارت‌آپ‌ها و نوآوران برتر، الهام‌بخش سایرین می‌باشد تا سرمایه‌گذاری‌های خود را دنبال نموده و با ارج نهادن خلاقیت و ابتکار به موفقیت-های بزرگ دست یابند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۲).

شرکت‌های نوپا یا استارت‌آپ‌ها^۳ معمولاً به تازگی و در نتیجه کارآفرینی یک یا چند فرد ایجاد شده‌اند که معمولاً رشد سریعی دارند و در جهت تولید راه‌حلی نوآورانه و دوام‌پذیر برای رفع یک نیاز در بازار شکل می‌گیرند. این شرکت‌ها با هدف توسعه و رشد سریع در صنعت‌های مختلف تأسیس می‌شوند و اغلب با فناوری‌ها و نوآوری‌های جدید به بازار وارد می‌شوند که در ابتدا، معمولاً دارای تیم‌های کوچکی هستند و منابع مالی محدودی دارند (وانگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). بر اساس گزارش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)، در سال ۲۰۱۶، شرکت‌های کوچک و متوسط کره جنوبی که ۸۰ درصد از اشتغال بخش تجاری را به خود اختصاص داده‌اند، بسیار بالاتر از ژاپن (۵۳٪) و ایالات متحده (۴۲٪) و در رتبه دوم قرار دارد. همچنین آمار و ارقام موجود نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۷ کره جنوبی مسئول ایجاد ۲٫۵ میلیون شغل بوده است که تقریباً ۹۳ درصد از افزایش اشتغال در این کشور را تشکیل داد (چوی و کسلر^۵، ۲۰۲۳).

صنعت ورزش یکی از صناعی می‌باشد که مجموعه وسیعی از فرصت‌های کارآفرینی را در خود جای داده است و در سراسر جهان خدمات نوینی از نوآوری‌های فناوری تا تناسب اندام، پلتفرم‌های تعامل با طرفداران و تجزیه و تحلیل عملکرد ورزشی را ارائه می‌دهد (لندو و سولنتسوف^۶، ۲۰۲۲). با ظهور فناوری‌های ورزشی، رقابت‌پذیری منطقه‌ای و حوزه‌های فناوری نوآورانه از طریق ورزش می‌تواند با هم ترکیب شده و به عنوان مولد توسعه، ایجاد شغل، توسعه اقتصاد محلی و جذب استعدادها در شهرها عمل کند. کارآفرینان در صنعت ورزش این شانس را دارند که با مختل نمودن مدل‌های سنتی، عملکرد ورزشکاران را بهبود بخشند، تعاملات طرفداران را افزایش دهند و جریان‌های درآمدی جدیدی را از طریق محصولات و خدمات نوآورانه ایجاد نمایند (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۲).

استارت‌آپ‌های ورزشی نقش مهمی در ایجاد نوآوری، تنوع و رشد در صنعت ورزش دارند و دیدگاه‌های تازه، روش‌های نوین و فناوری‌های پیشرفته را جهت بهبود تجربه کلی ورزش برای ورزشکاران، طرفداران و سازمان‌ها به ارمغان می‌آورند. خلاقان ورزشی همچنین با پرداختن به شکاف‌های موجود در بازار، به تکامل صنعت کمک

¹. Palalić

². Cubero

³. Startups

⁴. Wang

⁵. Choi & Kessler

⁶. Lednev & Solntsev

نموده، رقابت‌پذیری را تحریک و فرصت‌هایی برای همکاری ایجاد می‌کند (کلمبو و بوگاتی^۱، ۲۰۱۵). علاوه بر این، خلاقان ورزشی این پتانسیل را دارند که ورزش را برای افراد با هر پیشینه‌ای در دسترس‌تر، فراگیرتر و جذاب‌تر نمایند و در نهایت شیوه بازی، تماشا و تجربه ورزش در سطح جهانی را متحول سازند (شی^۲ و همکاران، ۲۰۲۳).

استارت‌آپ‌های ورزشی ایران درحالی‌که با چالش‌هایی مانند دسترسی محدود به منابع مالی، موانع نظارتی و کمبود زیرساخت‌ها روبرو هستند، انعطاف‌پذیری و خلاقیت خود را در ارائه راه‌حل‌های منحصر به فرد به بازار حفظ نموده‌اند. از طرفی تحریم‌های اقتصادی اعمال‌شده بر ایران از دیگر مسائل حائز اهمیت است که بر توانایی این نوآوران برای گسترش و دسترسی به بازارهای بین‌المللی تأثیرگذار است (خسروی پور و همکاران، ۱۴۰۰). موانع فرهنگی و بازار داخلی نسبتاً کوچک نیز چالش‌هایی را برای کسب و کارهای نوپای ورزشی به دنبال رشد و موفقیت ایجاد می‌کند. علاوه بر این، چشم‌انداز رقابتی در صنعت ورزش نیازمند راه‌حل‌های مبتکرانه و استراتژی‌های تمایز اثرگذار است تا ارزش‌آفرین‌ها قدرتمند شوند که غلبه بر این موانع مستلزم همکاری با نهادهای دولتی، مشارکت استراتژیک و رویکردهای خلاقانه برای تامین مالی و ورود به بازار است (طالبی و همکاران، ۱۴۰۲). بنابراین با توجه به مسائل مطرح شده، به نظر می‌رسد انجام تحقیق حاضر نیاز روز کشور در زمینه موفقیت استارت‌آپ‌های ورزشی باشد.

موفقیت استارت‌آپ‌های ورزشی در کشور از آن جهت نیازمند توجه است که می‌توانند نقش مهمی در ایجاد نوآوری، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال داشته باشند. همچنین کسب و کارهای موفق ورزشی پتانسیل جذب سرمایه‌گذاری، تحریک رقابت و الهام بخشیدن به کارآفرینان را داشته و اکوسیستم نوآور پررونقی را ایجاد می‌کنند که برای کل جامعه مفید است (یلانگ^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). و این مسأله‌ای است که باید مدنظر قرار گیرد.

همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی با افزایش کارایی، بهبود روش‌های آموزشی و ارائه دستاوردهایی ارزشمند از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها، سهم قابل توجهی در رشد صنعت ورزش دارند. این شرکت‌ها از فناوری، علم داده و علوم ورزشی برای بهینه‌سازی عملکرد ورزشکاران، پیشگیری از آسیب‌ها و ارتقای مدیریت در ورزش استفاده می‌کنند (سنچای^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). شرکت‌های مبتنی بر دانش ورزشی با بهره‌گیری از رویکردهای مبتنی بر داده‌ها و فناوری‌های پیشرفته، به تیم‌ها، ورزشکاران و سازمان‌ها کمک می‌کنند تا مزیت رقابتی کسب نمایند و منجر به نتایج بهتر در داخل و خارج از میدان شوند. موفقیت آن‌ها نه تنها منجر به نوآوری در صنعت ورزش می‌شود، بلکه بر روند عملکرد ورزشی و شیوه‌های مدیریت در سطح جهانی نیز تأثیر می‌گذارد (لارا بوکنگرا^۵ و همکاران، ۲۰۲۲).

1. COLOMBO & BUGATTI
2. Xi
3. Yilong

4. Saengchai
5. Lara-Bocanegra

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته می‌توان بیان کرد که، بهره‌گیری از کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش می‌تواند مشکلات و نیازهای ورزش را شناسایی و رفع نماید (میهای داین^۱، ۲۰۱۵). این مسئله با ارائه محصولات و خدمات با محوریت رفع نیازهای ورزشی انجام می‌شود. ارزش‌آفرینان دانش می‌توانند زمینه توسعه نوآوری در حوزه ورزش را فراهم نمایند و از طریق امکانات و دستگاه‌های ورزشی و مربیان و اساتید تحصیل کرده در پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، دانشگاه‌ها، مدارس و غیره، تمامی شهروندان را از لحاظ تندرستی و سلامت حمایت کنند (گانگ^۲، ۲۰۱۷). همچنین در زمینه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای نیز این شرکت‌ها می‌توانند معضلات مربوط به قراردادهای بازیکنان، مربیان، دلال‌ها و کسانی که به صورت غیر رسمی در حوزه انتقال بازیکنان و تیم‌ها فعالیت می‌کنند، به صورت قانونی و نظام‌مند حل کنند (پیرجمادی و همکاران، ۱۴۰۰). از دیگر کارکردهای مهم موسسات متمرکز بر دانش، در حوزه اشتغال می‌باشد. با توجه به اهمیت توسعه مسائل مربوط به ایجاد اشتغال در میان دانش‌آموختگان ورزش، توسعه فعالیت‌های اقتصادی، تجاری و صنعتی در ورزش لازم و ضروری است. استفاده از پتانسیل‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه، می‌تواند دستیابی به اهداف عالیه را تسریع کند (گارسیا-پرز^۳ و همکاران، ۲۰۲۰).

توسعه موسسات مبتنی بر دانش در ورزش می‌تواند فوایدی از جمله توسعه کسب و کارهای ورزشی، ایجاد ارزش و اهمیت در ورزش، درآمدزایی و در نتیجه رشد اقتصادی صنعت ورزش را به همراه داشته باشد (ژانگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). این در حالی است که صنایع خلاق در حوزه ورزش نتوانسته‌اند نیازهای شغلی و تجاری کشور را به خوبی پاسخ دهند. موفقیت ناکام موسسات دانش‌محور ورزشی در کشور می‌تواند نتیجه مواجهه با مسائل مختلف باشد (پیرجمادی و همکاران، ۱۴۰۰) و این مساله‌ی دیگریست که جای نقد و بحث فراوان دارد.

صنعت ورزش در ایران ممکن است به طور کامل مفهوم شرکت‌های دانش‌بنیان را نپذیرفته باشد که منجر به فقدان پشتیبانی و زیرساخت لازم برای رونق چنین مشاغلی شده است و یا مسائلی همچون کمبود بودجه، دسترسی محدود به فناوری پیشرفته و شکاف در فرهنگ اشتغال‌آفرینی که برای موفقیت موسسات متمرکز بر دانش بسیار مهم است. همچنین قوانین و مقررات قدیمی و موانع بوروکراتیک نیز می‌توانند مانع رشد شرکت‌های ورزشی نوآورانه در ایران باشند (حمیدپور و همکاران، ۱۴۰۱). پرداختن به این چالش‌ها از طریق شناخت عوامل موثر بر موفقیت این شرکت‌ها و سیاست‌هایی که نوآوری را تقویت می‌کند، انگیزه‌های مالی را فراهم می‌کند، انتقال فناوری را ترویج می‌کند و فرآیندهای بوروکراتیک را ساده‌سازی می‌کند، می‌تواند راه را برای موفقیت شرکت‌های ورزشی دانش‌بنیان در کشور هموار کند (آتاسوی و اوزر^۵، ۲۰۲۱) که نیازمند تحقیقات آکادمیک می‌باشد؛ از این رو ضرورت توجه به حوزه کارآفرینی و اهمیت انجام تحقیق حاضر را نشان می‌دهد. بنابراین باتوجه به مطالب فوق و اهمیت جایگاه ارزش‌آفرینان و شرکت‌های ورزشی نوآورانه برای کشور، همچنین با در نظر گرفتن شرایط خاص کنونی با وجود تحریم‌ها و نبود امنیت اقتصادی برای سرمایه‌گذاری و شروع

1. Mihai-Daian
2. Gong
3. Garcia-Perez

4. Zhang
5. Atasoy & Özer

کارآفرینی در ورزش ایران و معضل اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی خصوصاً در رشته تربیت بدنی (فربد و همکاران، ۱۴۰۱)، هدف این تحقیق شناسایی عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان ورزشی در کشور و ارائه چارچوبی کاربردی در این زمینه می‌باشد.

امید است که تحقیق حاضر بتواند بر غنای منابع موجود در این زمینه بیافزاید. در مجموع، با توجه به نقش موسسات دانش‌محور و اشتغال‌آفرین‌ها و با در نظر گرفتن راهکارهای علمی و عملی مستلزم شناخت عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای نوپا بوده است و با توجه به نقش صنعت ورزش، لذا در پژوهش حاضر در نظر است که به شناسایی و تحلیل این عوامل پراخته و به این سوال پاسخ داده شود که عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان ورزشی در کشور چیست؟

مبانی نظری

صنعت ورزش

صنعت ورزش یکی از بخش‌های مهم و پویای اقتصاد جهان است که به دلیل تأثیر بزرگی که بر اقتصادها و فرهنگ‌ها دارد، توجه بسیاری را به خود جلب کرده است. این حرفه شامل فعالیت‌های مختلف ورزشی از جمله تولید و فروش تجهیزات و لباس، برگزاری رویداد، مدیریت تیم‌ها و باشگاه‌ها، تولید محتوا و تبلیغات مرتبط با آن است. تکنیک مذکور با استفاده از فناوری‌های پیشرفته، تحولات فرهنگی و تغییرات اجتماعی، به سرعت در حال توسعه و رشد است (ساویک^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). استارت‌آپ‌ها شکل جدیدی از سرمایه‌گذاری تجاری هستند که به دلیل توانایی خود در توسعه سریع ایده‌ها در نهادهای تجاری، به سرعت این پیشه را متحول کردند (راتن و همکاران، ۲۰۲۳).

صنعت ورزش فراتر از ساخت کالاهای ورزشی است و برخلاف تصور برخی تنها شامل ورزش حرفه‌ای نمی‌شود. تاریخچه آن به گذشته دور برمی‌گردد، اما در دهه‌های اخیر، با پیشرفت‌های فناوری، افزایش توجه به سلامتی و فرهنگ ورزش در جوامع، این حرفه به سرعت گسترش یافته است (لوی^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). از ابتدای تأسیس باشگاه‌ها و تشکیل اولین فدراسیون‌های ورزشی در قرن نوزدهم، تا ارتقای فناوری در تولید تجهیزات و توسعه رویدادهای ورزشی بزرگ مانند المپیک، تاریخچه تکنیک ورزش نشان‌دهنده رشد و پیشرفت مداوم آن است. امروزه، ورزش نه تنها به عنوان یک صنعت اقتصادی بلکه به عنوان یک عامل مؤثر در تأثیر بر سلامتی، فرهنگ و روابط اجتماعی در جوامع مدرن تلقی می‌شود (جمز^۳ و همکاران، ۲۰۲۲).

کارآفرینی

کارآفرینی فعالیتی است که با نظم و انضباط کامل و مستقل، روش‌های قدیمی را به سوی روش‌های جدید سوق می‌دهد. اشتغال‌زایی یک هنر است (چانگ و همکاران^۴، ۲۰۱۵). تعاریف بسیاری از نوآوری در صنعت

1. Savić

2. Lv

3. Gems

4. Chang

وجود دارد، برخی از آنها کارآفرینی را فرآیندی از یک سازمان موفق می‌دانند و برخی دیگر آن را ایجاد ذهنیت و مهارت می‌دانند. با این حال، مقصد نهایی تعریف ارزش‌آفرینی ایجاد فرصت‌های شغلی و رسیدن به توسعه اقتصادی است (هسلز^۱، ۲۰۱۹).

کارآفرین کسی است که خطر مالی شروع و مدیریت یک سرمایه‌گذاری جدید را به عهده می‌گیرد. این سرمایه‌گذاری می‌تواند مبتنی بر ایده کاملاً جدید، روش جدید انجام کارها، مکان جدید یا تلاش برای کاری باشد که شخص دیگری قبلاً انجام نداده است. به عبارت دیگر، یک ارزش‌آفرین به عنوان شخصی شناخته می‌شود که یک فرصت استفاده نشده قبلی را برای کسب سود قابل توجه (یا با کاهش هزینه تولید کالاها/خدمات موجود یا با ایجاد محصولات کاملاً جدید) تشخیص می‌دهد. به طور خلاصه، اشتغال‌زایی نوآوری است که با انجام فرآیند جدید در بازار تغییراتی را اعمال می‌کند. انجام فرآیند جدید می‌تواند به چندین شکل: معرفی کالای جدید یا کیفیت آن، معرفی یک روش جدید تولید، افتتاح بازار جدید کنگره منبع جدید تأمین مواد یا قطعات جدید، انجام سازمان جدید هر صنعت انجام شود (موپلولو و مودی^۲، ۲۰۱۲).

کارآفرینی ورزشی

کارآفرینی ورزشی به عنوان یک حوزه جدید و متنوع در عرصه ارزش‌آفرینی، به ایجاد، توسعه و مدیریت کسب و کارهای مرتبط با صنعت ورزش می‌پردازد. این مفهوم شامل ایجاد و اداره باشگاه‌ها، تیم‌ها، فروشگاه‌های تجهیزات و لباس‌ها، مراکز تمرین و توانبخشی، و حتی فعالیت‌های مربوط به تولید محتوا برای رسانه‌ها و پلتفرم‌های آنلاین، کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی است (رتن^۳، ۲۰۱۸). تاریخچه کارآفرینی ورزشی با ظهور و گسترش رویدادها و مسابقات ورزشی در دهه‌های اخیر، به شکل قابل ملاحظه‌ای رشد کرده است. در دوران مدرن افزایش توجه به سلامت و تناسب اندام، روزه‌های جدیدی برای ایجاد کسب و کارهای ورزشی فراهم کرده است. از اوایل قرن بیستم، با ظهور باشگاه‌ها و فدراسیون‌های مختلف، زمینه‌های جدیدی برای فعالیت‌های ارزش‌آفرینانه در صنعت ورزش پدیدار شد (سانچز-الیور^۴، ۲۰۱۹). امروزه، با پیشرفت فناوری و افزایش دسترسی به اطلاعات، فرصت‌های کارآفرینی این حوزه به شدت گسترش یافته است. تأسیس استارت‌آپ‌های فعال در زمینه ورزش و تناسب اندام، ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای ارتباط بین ورزشکاران و مربیان، و حتی توسعه فناوری‌های پوشیدنی مرتبط با ورزش، نمونه‌هایی از کارآفرینی ورزشی در دنیای امروز هستند. در نتیجه، اشتغال‌آفرینی ورزشی به عنوان یک حوزه رو به رشد، با بازدهی و پتانسیل اقتصادی بالا، برای علاقه‌مندان به دنیای کسب و کار، شامل جذابیت‌های فراوانی است (پورتر و ومپلو^۵، ۲۰۱۸).

1. Hessels
2. Mopolola and Momodu
3. Ratten

4. Sánchez-Oliver
5. Porter & Vamplew

استارت‌آپ‌ها

استارت‌آپ‌ها به شرکت‌های نوپا گفته می‌شود که با استفاده از نوآوری و فناوری، به تولید محصولات یا ارائه خدمات جدید و متمایز در بازارها می‌پردازند (آلبورینی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). این شرکت‌ها معمولاً با تیم‌های کوچک شروع به کار می‌کنند و با تمرکز روی ایده‌های نوآورانه و راهکارهای خلاقانه، سعی در حل مشکلات موجود در بازار یا ارائه خدماتی بهتر دارند (تانگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). کسب و کارهای نوپا در مراحل اولیه فعالیت خود معمولاً با محدودیت منابع مالی و منابع انسانی مواجه هستند، اما با رشد و توسعه، می‌توانند به شرکت‌های بزرگ و پرقدرتی در صنایع مختلف تبدیل شوند. تاریخچه استارت‌آپ‌ها به دهه‌های اخیر بازمی‌گردد، اما این مفهوم به طور معمول با ظهور صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و افزایش دسترسی به اینترنت و فناوری‌های نوین گسترش یافت. این افزایش دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین، امکانات جدیدی را برای ایجاد شرکت‌های نوپا و نوآور فراهم کرد (اسکالا و اسکالا^۳، ۲۰۱۹). بقا در بازار کار پرنوسان امروزی مستلزم عملکرد کارآتر شرکت و نقش فعال‌تر در فرآیند خلق دانش است. جهت گیری کارآفرینی و تعیین اهداف، فرآیند خلق دانش را تسهیل می‌کند. استارت‌آپ‌هایی با قابلیت‌های علم‌آفرینی، شرکت‌ها را وادار به توسعه عملکرد تجاری مثبت خواهند کرد. کسب و کارهایی که دانش‌افزایی و مشتری‌مداری را دنبال می‌کنند، به ارزش‌های اصلی کسب و کار و توسعه عملکرد دست پیدا می‌کنند و آن را تقویت می‌کنند. جهت‌گیری‌های استراتژیک مختلف و توسعه مستمر مهارت‌های مدیریت دانش به آنها کمک می‌کند تا به اهداف عملکرد کارآتر شرکت دست یابند (ژانگ و اومبونسوکه^۴، ۲۰۲۳).

استارت‌آپ‌های ورزشی

استارت‌آپ‌های ورزشی به شرکت‌های نوپا و نوآور در حوزه صنعت ورزش گفته می‌شود که با استفاده از فناوری، نوآوری، و ایده‌های خلاقانه، به ارائه محصولات و خدمات مرتبط با آن می‌پردازند (کوالو^۵ و همکاران، ۲۰۲۴). این کسب و کارها معمولاً با توجه به نیازهای جدید ورزشکاران، علاقه‌مندان به ورزش و صنعت ورزش به طراحی و ارائه راهکارهایی برای بهبود تجربه ورزشی، تسهیل دسترسی به امکانات و تسهیلات ورزشی، و یا ارائه خدمات تحلیل داده‌های این حوزه می‌پردازند. شرکت‌های مذکور معمولاً با تیم‌های کوچک و منابع محدود شروع به کار می‌کنند، اما با رشد و توسعه می‌توانند به عنوان شرکت‌های بزرگی در صنعت ورزش شناخته شوند. استارت‌آپ‌های ورزشی می‌توانند شامل تولید تجهیزات و لوازم، اپلیکیشن‌های موبایل و وب، پلتفرم‌های آنلاین برای رزرو و مدیریت فعالیت‌ها، و یا خدمات مرتبط با تحلیل داده‌ها در حوزه ورزش باشند (رتن، ۲۰۲۰).

1. Albourini
2. Tang
3. Skala & Skala

4. Zhang & Aumeboonsuke
5. Kovalov

دانش بنیان‌های ورزشی

شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی موسساتی هستند که با استفاده از فناوری و دانش علمی، بهبودها و نوآوری‌هایی را در صنعت ورزش ایجاد می‌کنند (گوزل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹). این شرکت‌ها توسط افراد متخصص در زمینه‌های مختلف از فناوری، طراحی، تحلیل داده‌ها، تغذیه، بهبود عملکرد ورزشکاران و سایر حوزه‌های مرتبط تشکیل می‌شوند (پیرجمادی و همکاران، ۱۴۰۰). تاریخچه پیدایش این شرکت‌ها به دهه‌های اخیر بازمی‌گردد، زیرا با پیشرفت فناوری و افزایش دسترسی به داده‌ها، فرصت‌های جدیدی برای بهبود عملکرد ورزشکاران و تجربه‌ی ورزشی عمومی ایجاد شده است. موسسات ورزشی نوآورانه از روش‌ها و ابزارهای نوینی مانند هوش مصنوعی، تحلیل داده‌ها، واقعیت مجازی، سنسورها و دستگاه‌های پوشیدنی برای ارتقاء کارایی، ایمنی و سرگرمی در ورزش استفاده می‌کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در ایران در زمینه‌هایی مانند توسعه نرم‌افزارهای مرتبط با ورزش، طراحی دستگاه‌های پوشیدنی برای مانیتورینگ ورزشکاران، و تحلیل داده‌های ورزشی فعالیت می‌کنند. با افزایش توجه به سلامت و فعالیت‌های ورزشی در کشور، انتظار می‌رود که این شرکت‌ها به دنبال ارائه راهکارهای نوینی برای بهبود تجربه ورزشی و ارتقاء عملکرد ورزشکاران باشند. با این حال، محدودیت‌هایی مانند مشکلات مالی، دسترسی محدود به فناوری‌های پیشرفته، و مقررات صنعت ورزش در ایران می‌توانند به چالش‌هایی برای رشد و توسعه این شرکت‌ها تبدیل شوند (حمیدپور و همکاران، ۱۴۰۱).

پیشینه پژوهش

از طرفی مرور ادبیات تحقیق حاکی از آن است که پیرامون استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که نشان از اهمیت موضوع مورد بررسی در سال‌های اخیر می‌باشد. در پژوهش‌های داخلی طالبی و همکاران (۱۴۰۲) به اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی پرداختند و مدل نهایی را در چهار عامل مدیریتی، تجاری، محیطی و فنی مورد تایید قرار دادند. بنار و بیگ محمدی (۱۴۰۲) نشان دادند که عوامل بازاریابی، طرح کسب و کار، شبکه‌سازی، آمادگی کارآفرینی، فناوری، دسترسی به اطلاعات، امکانات و تسهیلات، عوامل فرهنگی اجتماعی، عوامل حاکمیتی، سیاست‌های تجاری، نظام آموزشی، عوامل قانونی، دسترسی به سرمایه و قانونمندی، منابع مالی، سیاست‌های حمایتی دولت، استفاده از فرصت‌های بازار، شناخت سلايق مشتری، هوش تجاری، نوآوری، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، قابلیت‌های بازاریابی و فناوری از عوامل زمینه‌ای موثر بر رشد و موفقیت استارت‌آپ‌های ورزشی می‌باشند.

گودرزی و همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند که عوامل موثر در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی شامل هفت مولفه ویژگی‌های فردی موسس، امکانات و تسهیلات، عوامل فرهنگی، ماهیت نوآورانه بودن کسب و کار نوپا، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی و برندسازی استارت‌آپ می‌باشند. میرزازاده و همکاران (۱۴۰۰) عوامل موثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور را تعداد ۴۱ عامل در ۶ خوشه: عوامل فردی موسس، محیط آموزشی دانشکده، اقتصادی دانشگاهی، فناوری و ارتباطات، امکانات و تسهیلات و فرهنگی اجتماعی به عنوان

دسته‌بندی و اولویت‌گذاری کردند. در رتبه‌بندی کلی زیر معیارها نیز، معیار هوش اجتماعی و هیجانی موسس استارت‌آپ مهمترین اولویت و افزایش طرفداری خانواده‌ها از ورزش با کمترین اهمیت اولویت‌بندی شد. حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند شرایط علی (نیروی کار آموزش‌دیده، فرصت کارآفرینانه ورزشی، ویژگی‌های فردی، منابع مالی، ارتباطات محیطی)، عوامل زمینه‌ای (فرهنگ عمومی، نظام اداری کشور، شرایط اقتصادی، سیاسی، دانشگاه‌ها)، عوامل مداخله‌گر (ماهیت صنعت ورزش، نابسامانی ورزش کشور، وضعیت بازار هدف، فضای کسب و کار، توانمندی تولیدی و فنی)، راهبردها (جهانی‌سازی، واگذاری باشگاه‌ها به بخش خصوصی، اصلاح قوانین، توانمندسازی پارک‌های علم و فناوری، ارتقای توانمندی بازاریابی و برندسازی)، پیامدها (توسعه پایدار، توسعه صنعت ورزش کشور، رشد اقتصادی) فاکتورهای تأثیرگذار بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در کشور هستند. گوزل‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که در بین عوامل شناسایی شده مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه، عوامل سازمانی و بازاریابی در شرایط مطلوبی قرار دارند، اما عوامل اقتصادی، فناوری و انسانی در شرایط نامناسبی هستند. همچنین عوامل اقتصادی مهم‌ترین و عوامل فناوری کم‌اهمیت‌ترین عامل در بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش می‌باشد.

در پژوهش‌های خارج از کشور نیز کوالو و همکاران (۲۰۲۴) عوامل اصلی شکست و عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها شامل مشکلات مربوط به بازاریابی، امور مالی و سرمایه‌گذاری، مهارت‌ها، تجربه و نگرش، مسائل قانونی و مقرراتی، مسائل مربوط به محصول و مدل کسب و کار دانستند. سانتیستبان^۱ و همکاران (۲۰۲۱) عوامل حیاتی موفقیت برای شرکت‌های مبتنی بر فناوری را نظارت فناوریانه، ظرفیت جذب دانش، عملکرد درک شده از یک محصول یا خدمات، فرهنگ نوآرانه و کارآفرینی و رضایت مشتری دانستند. رتن (۲۰۲۰) استارت‌آپ‌های ورزشی نوع جدیدی از کسب و کار دانست که به سرعت در بازار جهانی به عنوان راهی برای گنجاندن نوآوری‌های فناوری دیجیتال در ایده‌های تجاری جدید در حال ظهور هستند و بیان نمود، ایده پشت یک استارت‌آپ این است که اندیشه کارآفرینی می‌تواند به سرعت به واقعیت تبدیل شود و منجر به سرمایه‌گذاری‌های تجاری پایدارتر شود.

بنابراین صنعت ورزش پذیرای نوآوری‌های بسیاری است و برای رقابت‌پذیری نیاز به معرفی سریع این خلاقیت‌ها از طریق استارت‌آپ‌ها دارد. زابورووا^۲ (۲۰۲۴) مهم‌ترین راهبرد پایداری، موفقیت و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت ورزش را اصلاح نظام مناقصه و معاملات و حذف مقررات پیچیده برشمرد. با توجه به مرور ادبیات پیشین می‌توان گفت مطالعاتی که تاکنون انجام شده مربوط به قلمرو جغرافیایی خاصی بوده، با زمان‌بندی‌های متفاوت با حوزه مطالعاتی ما، ضمناً هیچ یک از آنها به بررسی شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی نپرداختند و حتی اشاره‌ای به آن نکردند به جز یک مورد که به بررسی کلی عوامل راهبردی این شرکت‌ها پرداخت. ۹ مورد از پژوهش‌های انجام شده در این حوزه به بررسی چالش‌های پیش روی کارآفرینان استارت‌آپ‌ها پرداختند و ۲ مورد از مطالعات صرفاً به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت پرداختند. در پژوهش‌های دیگر به عواملی غیر از این ۸ مورد پرداخته شد و فقط در دو مقاله به چند مورد اشاره شده که در مجموع متفاوت بوده است. هیچ مقاله‌ای در بازه

1. Santisteban

2. Zaborova

زمانی ۱۰ سال اخیر از دید ما پنهان نمانده در نتیجه مدل و عوامل مذکور جزو کامل‌ترین، جامع‌ترین و فراگیرترین می‌باشند. امید است که یافته‌ها و مدل ارائه شده توسط ما چراغ راهی باشد برای کسب موفقیت‌های روزافزون برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در سرتاسر کشورهایی که به نوآوری و خلاقیت روی آوردند.

روش پژوهش

روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد اکتشافی نظام‌مند (مبتنی بر تکنیک تحلیل مضمون) بود که برای اولین بار با این رویکرد در این حوزه مطالعاتی به شناسایی عوامل پرداخته شد و پژوهش‌های انجام شده قبل با رویکرد گرند تئوری و مطالعه موردی انجام گرفته است. همچنین در مرحله مرور پیشینه و مطالعات انجام شده ما فقط به بررسی مقالات ۱۰ سال اخیر این حوزه پرداختیم و از کتاب‌ها و سایت‌ها به دلیل به روز نبودن آن‌ها استفاده‌ای نکردیم و این موجب موثق بودن و اعتبار هر چه بیشتر اطلاعات می‌شود. جامعه آماری شامل دو بخش مشارکت‌کنندگان (اساتید، مدیران و ...) و منابع اطلاعاتی (اسناد، مقالات و ...) مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب شد. مشارکت‌کنندگان و منابع اطلاعاتی به صورت هدفمند و در دسترس انتخاب و نظرخواهی شدند. در مرحله مصاحبه افراد انتخاب شده از کشورهایی مثل سوئد، چین، فنلاند و ایران بودند که این ابتکار موجب جامعیت و جهانی بودن عوامل مطرح شده می‌باشد در هیچ یک از پژوهش‌های قبل جامعه آماری مصاحبه به صورت بین‌الملل انتخاب نشده بودند و این مورد از نوآوری‌های پژوهش پیش رو است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان پژوهش

مشارکت‌کنندگان	گروه مطالعه	نمونه‌گیری	نمونه
منابع انسانی	مدیر یا کارشناس مراکز رشد ورزشی و غیرورزشی	قضاوتی مبتنی بر شایستگی علمی و اجرایی	۴ نفر
	مدیران پارک‌های علم و فناوری	قضاوتی مبتنی بر شایستگی علمی و اجرایی	۴ نفر
	اساتید دانشگاهی متخصص در زمینه استارت‌آپ‌ها	قضاوتی مبتنی بر شایستگی علمی و اجرایی	۵ نفر
	موسسان و پایه‌گذاران شرکت‌های دانش‌بنیان	قضاوتی مبتنی بر شایستگی علمی و اجرایی	۳ نفر

ابزار پژوهش شامل مصاحبه اکتشافی نیمه ساختارمند بود. جهت تکمیل و شناسایی مولفه‌ها و ابعاد کامل‌تر از مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی متون و سندهای مختلف استفاده شد. مشخصات ابزارهای پژوهش به صورت زیر می‌باشد. روایی ابزار با استفاده از روش‌های روایی‌سنجی ذکر شده کنترل و مطلوب ارزیابی شد.

جدول ۲. مشخصات ابزار پژوهش

روش	مطالعه کتابخانه‌ای	مصاحبه
نوع	نظام‌مند و ساختارمند	نیمه ساختاریافته
ابزار	رونوشت (چک‌لیست استخراج مفاهیم)	چارچوب پرسش (پرسشنامه باز پاسخ)
زمینه	نمونه آماری منابع اطلاعاتی	نمونه آماری منابع انسانی

روایی و پایایی	انتخاب نسخه‌های معتبر به لحاظ علمی و حقوقی روایی محتوایی و صورتی رونوشت از دیدگاه متخصصان	انتخاب افراد برحسب شایستگی علمی و اجرای روایی محتوایی و صورتی سوالات مصاحبه از دیدگاه متخصصان محاسبه ضریب توافق بین اساتید کدگذار و مصحح ضریب کاپا: ۰/۷۳
----------------	--	---

در نمونه‌گیری نظری و هدفمند پژوهشگر می‌کوشد تا به صورت هدف‌دار نمونه‌های تحقیق را بر اساس توانایی در شکل‌گیری نظریه و تکرارپذیری یافته‌ها انتخاب کند. تکرارپذیری از دو جنبه ۱. تکرارپذیری لغوی که در آن تولید نتایج مشابه با انتخاب موردهای مشابه هدف بود؛ ۲. تکرارپذیری نظری که در آن تولید نتایج متضاد از طریق انتخاب موردهایی در قطب‌های مخالف هدف بود، اهمیت دارد. در این پژوهش، با ارائه دادن بازخورد به مصاحبه‌شوندگان به منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. محقق جهت جلوگیری از پیش‌فرض و جهت‌گیری مصاحبه‌شونده‌ها، نکات مصاحبه‌های قبل را بازخورد می‌داد. هم‌زمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آن‌ها طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی نیز شروع شد. کار گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کرد که ادامه کار موضوع تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید. پس از انجام ۱۶ مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد و بعد از آن با استفاده از منابع اطلاعاتی یافته‌ها و مولفه‌های شناسایی شده تکمیل و کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر چند پژوهشگر انجام شد. کدگذاری در سه مرحله کدگذاری اول (باز)، کدگذاری دوم (گزینشی) و کدگذاری سوم (موضوعی) انجام شد تا مقوله‌ها تبدیل به مؤلفه‌ها، سپس عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی به صورت ذیل (اجتماعی، فرهنگی، حمایتی دولتی و سیاسی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و تجاری، مدیریتی، فناوری، فردی و شخصیتی) شوند.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش شامل چهارچوب کدگذاری مؤلفه‌ها و مدل مفهومی برخاسته از آن است. یک نمونه از کدگذاری به صورت جدول ۴ می‌باشد.

جدول ۳. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده

منظرها	ابعاد	مؤلفه‌ها	مفاهیم متن مصاحبه	مصاحبه شونده‌ها
موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان	اجتماعی	وجود نیروی کاری	اولین محور برای موفقیت در دنیای رقابتی استارت‌آپ‌ها وجود افراد زیاد متخصص در این حوزه برای شرکت می‌باشد.	مصاحبه شونده دوم (P2)
		متخصص و کاربرد	داشتن افراد متخصص و مرتبط با بخش‌های مختلف اهمیت دارد.	مصاحبه شونده هفتم (P7)

چارچوب مفهومی استخراج‌شده شامل ۸ ابعاد و ۸۸ مؤلفه کلیدی (دارای تکرار مضامین) بود. ابعاد و مؤلفه‌های آن‌ها در جداول زیر گزارش شده است.

جدول ۴. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل اجتماعی موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	اجتماعی	وجود نیروی کاری متخصص و کاربلد	۳	P10,p9
		حمایت اجتماعی از فارغ‌التحصیلان ورزشی	۲	P4,p2
		کانون‌های فکری و آینده‌نگری دانشگاهی	۳	P4,p11
		مشارکت بیش‌تر زنان در سال‌های اخیر	۲	P8,p12
		برگزاری نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی	۳	P1
		برگزاری رویدادهای استارت‌آپی ورزشی	۴	P12,p3
		به دست آوردن شناخت عمومی	۲	P14,p6
		تهییج اذهان عمومی	۲	P16
		حمایت دوستان و خانواده	۳	P2
		موقعیت خوب جغرافیایی	۲	P7
		نوآوری بالای مصرف‌کننده	۵	P11,p10

جدول ۵. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل فرهنگی موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	فرهنگی	سطح تحصیلات بالاتر	۲	P9
		سن کارآفرینی پایین‌تر از سایر کشورها	۸	P6,p9
		برنامه‌های آموزشی کارآفرینی	۲	P3,p1
		احترام و اعتلای کارآفرین	۳	P5,p7
		ایجاد مشاغل توسط خود فرد	۶	P10,p3
		بهبود شرایط زندگی	۲	P13
		رفع تبعیض‌های جنسیتی	۳	P5
		به صداقت شهره شدن	۳	P16,p6
		تعهد به یادگیری	۴	P15
		روشن‌فکری سازمانی	۶	P2,p13
		ایجاد فرهنگ یادگیری	۲	P8

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
		استفاده از استراتژی‌های سازگار با محیط زیست	۵	P9,p7
		توسعه محصولات سبز	۶	P4,p16
		گرایش به کارآفرینی سبز	۴	P7,p14
		گرایش به بازاریابی سبز	۵	P15,2
		ارزش آفرینی برای مصرف کننده و ایجاد تقاضا	۳	P11,p5

جدول ۶. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی‌شده مرتبط با عوامل حمایت دولتی و سیاسی مؤثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل مؤثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	حمایت دولتی و سیاسی	مشارکت و همکاری در R&D جهانی	۲	P12,p7
		فراهم آوردن امنیت دیجیتال توسط سران دولتی	۳	P1,p14
		فراهم آوردن شرایط مساعد برای جذب استعداد از طریق دولت	۲	P2,p8
		وجود تعاملات علمی و پژوهشی در سطح بین‌الملل	۴	P9,p15
		حمایت‌های مادی و معنوی دولت	۴	P10
		همکاری بخش خصوصی-دولتی	۷	P16
		وجود معافیت‌های مالیاتی	۶	P5
		تخصیص ارز دولتی	۶	P8,p12
		تسهیلات بانکی	۵	P6,p13
		ایجاد شرکت‌های چند ملیتدر سطح بین‌المللی	۲	P7
		فراهم آوردن محیط سیاسی مطلوب	۳	P9,p14
		تشویق به نوآوری و کارآفرینی توسط دولت	۲	P15,p3
		تمایل زیاد برای ارتباط با جامعه بین‌الملل	۵	P14,p6
		تامین منابع اولیه لازم توسط دولت	۴	P13
		ارتباط خوب دولت و دانشگاه و انجام تحقیقات تجاری	۳	P8,p13
		مشارکت دولت، صنعت و دانشگاه در توسعه محصول جدید	۲	P10
		ارتباطات گسترده با خریداران خارجی	۳	P4,

جدول ۷. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل حقوقی و قانونی موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر دانش‌بنیان	حقوقی و قانونی	مالکیت معنوی و حق ثبت ایده‌ها	۲	P3,
		چارچوب‌های قانونی مشخص	۳	P8,
		وجود تحریم‌های بین‌المللی	۴	P14

جدول ۸. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل اقتصادی و تجاری موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	اقتصادی و تجاری	متعادل شدن تورم در کشور	۳	P11,
		کاهش نوسانات نرخ ارز	۷	P3
		فراهم شدن امنیت کاری و شغلی	۲	P15,p9
		استفاده از منابع غیر دولتی به عنوان منبع سرمایه	۶	P7,p11
		وجود انگیزه جهت رسیدن به درآمد بالاتر	۸	P4,p5
		وجود مشوق‌های گمرکی	۱	P16,p7
		کمپین‌های تبلیغ و فروش جهانی	۲	P6,p1
		تجاری‌سازی محصولات داخلی	۳	P12
		فراهم کردن جذب سرمایه‌گذاران خارجی	۸	P5,p14
		فراهم کردن شرایط دسترسی به سرمایه بیشتر	۱	P15,p4
		قیمت پایین محصولات	۴	P11,p6
		توسعه یکپارچه و پایدار در همه ابعاد مالی و تجاری	۷	P6,p9
		استفاده از رسانه برای ایده یابی و نوآوری	۶	P7,p10
		رشد سریع و وجود مزیت رقابتی بالا	۲	P9,p2

جدول ۹. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی شده مرتبط با عوامل مدیریتی موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و	مدیریتی	مدیریت کمی و کیفی کارمندان شرکت‌های مرتبط	۴	P7,p3
		مدیریت واردات و صادرات کشورها از داخل و خارج کشور	۵	P8,p8

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
شرکت‌های دانش‌بنیان		نظارت بر مراکز رشد استارت‌آپ‌های ورزشی	۳	P1,p15
		نظارت و حمایت از هم‌آفرینی در پارک‌ها و مراکز رشد	۲	P3,p13
		مدیریت و ارزیابی صندوق‌های حمایتی از فناوری و کارآفرین	۳	P14,p2
		حمایت از مدیریت ارتباط با مشتری	۲	P11,p7
		وجود ساماندهی شرایط در مدیریت رقبا	۴	P13,p5
		ارائه خدمات خوب به مشتریان	۴	P10,p6
		توسعه خوشه‌ها و شهرک‌های صنعتی ورزش	۷	P7,p1
		مشتری مداری و داشتن پرسنل خوب	۶	P6,p7
		توانایی و داشتن تجربه غنی و مدیریت منابع انسانی	۶	P5,p8
		داشتن استراتژی‌های نوآور جهت توسعه شرک‌های دانش بنیان	۵	P11,p5
		به وجود آوردن شبکه‌های ناهمگن با محصولات متفاوت	۲	P16
		توجه به مدیریت سبز مرتبط با استارت‌آپ‌ها	۳	P14,p11
		سرعت بالا در نیازسنجی مصرف‌کننده و تامین آن	۲	P1,p4

جدول ۱۰. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی‌شده مرتبط با عوامل فناوری موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	فناوری	وجود محیط دیجیتالی یکپارچه در ورزش	۵	P2, P9
		مدرنیزاسیون کسب و کارهای نوپای ورزشی با استفاده از فناوری‌های نوین تجاری و ورزشی	۴	P6, P14
		استفاده از فناوری جهت ارائه محصول با کیفیت	۳	P8,
		شبکه‌سازی با فناوری، دانش و فرصت‌های مختلف	۲	P14,
		توسعه صنعت هوش مصنوعی در شرکت‌های ورزشی	۳	P16, P6
		استفاده از محیط دیجیتال برای کشف نیازهای مصرف‌کننده ورزشی	۲	P4, P14

جدول ۱۱. چارچوب‌بندی و کدگذاری مؤلفه‌های شناسایی‌شده مرتبط با عوامل فردی و شخصیتی موثر بر

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌های کلیدی (مؤلفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
عوامل موثر بر استارت‌آپ‌ها و	فردی و	داشتن انگیزه جهت رسیدن به موفقیت شخصی	۳	P3, P13
	شخصیتی	حفظ آزادی شخصی	۴	P8, P10

مضمون اصلی (منظر)	مضمون فرعی (ابعاد)	مولفه‌های کلیدی (مولفه‌ها)	فراوانی مضامین	مصاحبه‌ها
شرکت‌های دانش‌بنیان		داشتن روحیه نوآورانه	۳	P4, P9
		داشتن اعتماد به نفس و سخت کوشی در ارتباط با مسائل و مشکلات	۷	P16
		داشتن برنامه جهت توسعه شخصی مرتبط با استارت‌آپ‌ها	۲	P13, P6
		قابلیت بالا در شناسایی و بهره برداری از ایده ها و احتمالات مرتبط با نوآوری	۶	P8, P3

مدل پژوهش (شکل ۱) مستخرج از چارچوب مفهومی جداول ۴ است. مدل شامل هشت بعد اجتماعی، فرهنگی، حمایتی دولتی و سیاسی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و تجاری، مدیریتی، فناوری، فردی و شخصیتی است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی مدل عوامل موثر در موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان

مطابق شکل شماره ۱؛ عوامل موثر در موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان شامل عوامل اجتماعی، فرهنگی، حمایتی دولتی و سیاسی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و تجاری، مدیریتی، فناوری، فردی و شخصیتی تعیین گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، چارچوب مفهومی نهایی شناسایی شده شامل ۸۸ مؤلفه و ۸ بعد بود. ابعاد اصلی مدل شامل بعد اجتماعی، فرهنگی، حمایتی دولتی و سیاسی، حقوقی و قانونی، اقتصادی و تجاری، مدیریتی، فناوری، فردی و شخصیتی بود که متغیرهای زیرمجموعه آن‌ها به صورت زنجیره‌ای باهم ارتباط داشتند. این چارچوب رویکردی جامع، سیستمی و چندسطحی به موضوع عوامل مؤثر بر استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی دارد. از دیدگاه جامعیت، انواع متغیرها و عوامل دارای نقش و اثر مشهود در نظر گرفته شده‌اند. از منظر چندسطحی بودن عوامل کلان-خرد شناسایی شده‌اند. پژوهش‌های پیشین نیز تأییدکننده کلیات یا جزئیات مدل مفهومی پژوهش هستند.

بعد اجتماعی به ارتباطات بین افراد جامعه اشاره دارد و شامل مفاهیم مرتبط با تعاملات اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی، اعتماد و همکاری بین اعضا، انتقال اطلاعات و دانش بین افراد و گروه‌ها می‌باشد. براساس یافته‌ها نوآوری بالای مصرف‌کننده با بالاترین فراوانی می‌تواند به طور قابل توجهی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تأثیرگذار باشد. زیرا به ارتقای تجربه مصرف‌کننده، ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان و جذب بازار هدف کمک می‌کند. نوآوری بالای مصرف‌کننده می‌تواند به ایجاد تفاوت منحصر به فردی برای برند کمک کند و باعث افزایش شناخت و تمایز برند در بازار شود. کسب و کارهای نوپا و موسسات دانش‌محور که به خلاقیت بالای مصرف‌کننده تمرکز داشته باشند، ممکن است بتوانند در فرآیند جذب سرمایه‌گذار به طور موفق تری عمل نمایند چرا که این امر می‌تواند نشان دهنده توانایی آن‌ها در ارائه محصولات و خدمات جذاب به بازار باشد. همچنین استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی با ارائه محصولات و خدمات نوآورانه که به نیازها و ترجیحات مصرف‌کننده پاسخ می‌دهند، می‌توانند رقابت‌پذیری خود را افزایش داده و در بازار موفق‌تر عمل کنند. بنابراین، نوآوری بالای مصرف‌کننده می‌تواند به ارتقای موفقیت و پایداری ارزش‌آفرین‌ها و شرکت‌های مبتنی بر علم ورزشی کمک کند و آن‌ها را از رقبا متمایز سازد.

یافته‌ها همچنین نشان داد برگزاری رویدادهای کارآفرینی ورزشی نیز می‌تواند بر موفقیت آن‌ها مؤثر باشد. در تفسیر می‌توان گفت این رویدادها فرصتی است که استارت‌آپ‌ها می‌توانند ایده‌های خود را ارائه دهند، با مربیان و متخصصان ارتباط برقرار کنند و جوایز و منابع مالی دریافت نموده و شور و اشتیاق در میان ارزش‌آفرینان جوان و تشویق آن‌ها برای ورود به این حوزه ایجاد کنند. برگزاری رویدادهای اشتغال‌زایی ورزشی می‌تواند امکان فراهم آوردن فضایی برای معرفی محصولات و خدمات جدید، جذب سرمایه‌گذاران و ایجاد فرصت برای تبادل دانش و تجربه بین کسب و کارهای نوپا و صنعت این حوزه را فراهم می‌آورند. علاوه بر این، حضور در چنین رویدادهایی می‌تواند به مبتکران صنعت کمک کند تا از نقاط قوت و ضعف خود آگاه شوند و استراتژی‌های جدیدی برای رشد و توسعه بیشتر اجرا کنند. به این ترتیب، برگزاری رویدادهای استارت‌آپی ورزشی می‌تواند به عنوان یک پل ارتباطی بین استارت‌آپ‌ها، صنعت ورزش و جامعه مورد استفاده قرار گیرد و به توسعه و موفقیت

آن‌ها کمک کند. این یافته‌ها با نتایج گودرزی و همکاران (۱۴۰۱)، پیرجمادی و همکاران (۱۴۰۰)، حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱)، مانکا^۱ و همکاران (۲۰۲۳)، البورینی و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد.

یافته‌ها در بعد فرهنگی نشان داد که مؤلفه‌های سن کارآفرینی پایین‌تر از سایر کشورها، ایجاد مشاغل توسط خود فرد، روشن‌فکری سازمانی و توسعه محصولات سبز بیشترین اثرگذاری را بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی دارند. در تفسیر می‌توان گفت با توجه به جمعیت جوان و پویای کشور، کسب و کارهای نوپا به راحتی می‌توانند بازار مورد نیاز خود را شناسایی و به آن پاسخ دهند. علاوه بر این، سن اشتغال‌زایی پایین‌تر می‌تواند منجر به ایجاد ارتباطات قوی با جوانان و جامعه فعال در فضای ورزشی شود که این ارتباطات می‌تواند در تبلیغات، بازاریابی و همچنین توسعه محصولات مفید باشند. همچنین، این وضعیت می‌تواند باعث شود که اشتغال‌آفرینان به سرعت و با هزینه کمتر به تجربه و یادگیری بیشتری دست یابند که این موضوع بهره‌وری و رشد آنها را تسریع می‌بخشد. در نتیجه، سن ارزش‌آفرینی پایین در ایران می‌تواند به عنوان یک عامل تسهیل‌کننده و پشتیبانی‌کننده برای رشد و موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی عمل کند.

همچنین ایجاد مشاغل توسط خود فرد می‌تواند به عنوان یک مؤلفه اساسی برای موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی محسوب شود. زمانی که فرد به عنوان یک کارآفرین فعالیت می‌کند و مشاغل جدید را راه‌اندازی می‌کند، در حقیقت فرصت‌های جدید برای همه اشخاص و سایر شرکت‌ها در صنعت ورزش بوجود آورده است که می‌تواند به عنوان محرکی برای نوآوری، رقابت و رشد در صنعت ورزشی عمل کند و موفقیت کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های مبتنی بر دانش را تسهیل نماید. براساس یافته‌ها می‌توان اذعان داشت فرهنگ سازمانی پویا و روشن‌فکرانه می‌تواند محیطی را فراهم آورد که افراد به راحتی و نوآورانه ایده‌های خود را ارائه کنند. این فرهنگ می‌تواند باعث تشویق، همکاری، ارتباطات باز و ایجاد محیطی پویا و خلاق شود که انگیزه و انرژی افراد را تقویت می‌کند. با وجود روشن‌فکری، این شرکت‌ها می‌توانند بهترین استفاده را از منابع خود داشته، ریسک‌ها را کاهش دهند و به سرعت به بازار و نیازهای مشتریان پاسخ دهند که همگی از عوامل اساسی موفقیت در دنیای پویای استارت‌آپی به شمار می‌روند.

در ادامه ارائه محصولاتی در صنعت ورزش که از منابع طبیعی کمتری استفاده می‌کنند، اثرات مخرب زیست‌محیطی را کاهش داده و محافظت از محیط زیست را در پی دارند. این راهبرد نه تنها به افزایش انگیزه مصرف‌کنندگان برای خرید محصولات و خدمات ورزشی کمک می‌کنند، بلکه باعث ارتقای شاخص‌های اجتماعی و محیط‌زیستی شرکت‌ها نیز می‌شوند. علاوه بر این، توجه به محصولات سبز می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای نوآوری و توسعه به وجود آورد و در نهایت باعث رشد و پایداری مالی شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی شود. این یافته‌ها با نتایج طالبی و همکاران (۱۳۹۹)، حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱) و سانتیستیان و همکاران (۲۰۲۱) همسو می‌باشد.

نتایج نشان داد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی جهت موفق عمل کردن به حمایت‌های دولتی و سیاسی از جمله همکاری بخش خصوصی-دولتی، وجود معافیت‌های مالیاتی و تخصیص ارز دولتی (تسهیلات مالی، وام‌ها، گرانته‌ها) در صدر سایر حمایت‌ها نیاز دارند. در تبیین این نتیجه باید گفت بخش خصوصی از منابع مالی و تجربیات غنی برخوردار است که می‌تواند به کسب و کارهای نوپای ورزشی در ایجاد و توسعه محصولات و خدمات جدید، بازاریابی و رشد سریع کمک کند. از سوی دیگر، دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات مالی، حمایت قانونی و مالیاتی، تشویق به نوآوری، ایجاد زیرساخت‌های لازم و تشویق به تحقیق و توسعه، محیط وسیعی را برای رشد این استارت‌آپ‌ها فراهم کند. همچنین، ایجاد همکاری‌های راهبردی میان دولت و بخش خصوصی در زمینه‌های تحقیقاتی، آموزشی، و فناوری می‌تواند به اشتراک‌گذاری دانش و منابع و در نتیجه تسریع رشد و پیشرفت این شرکت‌ها کمک کند. این همکاری می‌تواند به ورود به بازار جهانی، ایجاد شغل و توسعه اقتصادی منجر شود و در نهایت باعث توسعه پایدار و افزایش توانمندی‌های ایران در صنعت ورزشی شود.

همچنین اقدامات مالیاتی همچون وجود معافیت‌های مالیاتی و تخصیص ارز دولتی، می‌تواند برای اشتغال‌آفرینان چالش‌های مالی کمتری را به همراه داشته باشند و این امکان را برای آن‌ها فراهم کند تا منابع مالی بیشتری را برای توسعه فعالیت‌های خود به کار گیرند. تخصیص ارز دولتی می‌تواند به استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی امکان دسترسی به منابع خارجی را فراهم آورده و از نگرانی‌های مربوط به تبادل ارز و نرخ ارز مصرفی آن‌ها کاسته و به رشد و توسعه کمک کند. این اقدامات می‌توانند به طور مستقیم به افزایش سرمایه‌گذاری، ایجاد شغل و توسعه اقتصادی در حوزه ورزشی کمک نموده و باعث ایجاد یک بستر مثبت برای رشد و پیشرفت موسسات دانش‌محور و کسب و کارهای ورزشی در ایران شوند. این یافته‌ها با نتایج پیرجمادی و همکاران (۱۴۰۲)، ناظمیان اردکانی و همکاران (۱۴۰۲)، خانم‌رادی و همکاران (۱۳۹۸)، وی^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، کانی‌گه‌ام^۲ و همکاران (۲۰۱۶) و کیم^۳ و همکاران (۲۰۰۹) همسو می‌باشد.

در بعد حقوقی و قانونی، وجود تحریم‌های بین‌المللی بیش از سایر موارد بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تأثیرگذار می‌باشد. تحریم‌های بین‌المللی در ایران می‌تواند باعث محدودیت در دسترسی به منابع مالی و تجاری شود، زیرا بسیاری از بانک‌ها و شرکت‌های خارجی ممکن است به دلیل تحریم‌ها همکاری با این شرکت‌ها را متوقف کنند. این امر می‌تواند باعث کاهش توانایی صنایع خلاق و موسسات دانش‌محور ورزشی در دسترسی به سرمایه، فناوری و بازارهای بین‌المللی شود که در نتیجه، فرصت‌های رشد و توسعه آن‌ها را محدود می‌کند. علاوه بر این، تحریم‌های بین‌المللی ممکن است باعث ایجاد موانع در مسیر تبادل فناوری و دسترسی به دانش فنی جدید شود. این شرایط می‌تواند به کاهش توانمندی‌های تحقیق و توسعه و فرآیند نوآوری در صنعت ورزشی ایران منجر شود.

همچنین عدم دسترسی به آخرین فناوری‌ها و دانش فنی می‌تواند باعث تکراری شدن کارها و کاهش رقابت‌پذیری در بازار شود. بنابراین، تحریم‌های بین‌المللی می‌تواند به عنوان یک مانع اصلی برای رشد و توسعه

1. Wei
2. Cunningham

3. Kim

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در ایران مطرح شوند. این یافته‌ها با نتایج حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱)، کاولو و همکاران (۲۰۲۴) و زابورو (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. استارت‌آپ‌های ورزشی در نظام حقوقی ایران با چالش‌های خاصی مواجه هستند که البته با آگاهی از این مسائل حقوقی می‌توانند به گسترش فناوری‌های خلاقانه ورزشی و توسعه سلامت جسمانی جامعه کمک کنند. همچنین انعقاد قراردادهای متناسب با نیازها این کسب و کارها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در بعد اقتصادی و تجاری، جذب سرمایه‌گذاران خارجی، وجود انگیزه جهت رسیدن به درآمد بالاتر، کاهش نوسانات نرخ ارز و توسعه یکپارچه و پایدار در همه ابعاد مالی و تجاری به طور قابل توجهی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی موثر است. سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانند به عنوان یک منبع اصلی سرمایه و منابع مالی برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی عمل کنند و این امکان را برای شرکت‌ها فراهم می‌آورد تا به توسعه و گسترش فعالیت‌های خود بپردازند.

علاوه بر این، سرمایه‌گذاران خارجی می‌توانند برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی به عنوان منابع فراورده‌های مالی نهایی، دسترسی فراوانی به بازارهای بین‌المللی فراهم آورند و به آن‌ها کمک کنند تا در مقابل رقبای خود موفق عمل نموده و به توسعه بیشتری برسند. همچنین، ورود سرمایه‌گذاران خارجی می‌تواند باعث افزایش اعتبار استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی شود و به آن‌ها کمک کند تا به شهرت و تأثیرگذاری بیشتری در بازار برسند. گفتنی است وجود انگیزه قوی و مستمر تیم‌های این شرکت‌ها، باعث می‌شود که اعضا به صورت فشرده و مشتاقانه به کار خود پرداخته و در زمینه‌های مختلف از جمله تحقیق و توسعه، بازاریابی، فروش و خدمات مشتریان، تلاش کنند، به دنبال راهکارهای نوآورانه برای بهبود محصولات و خدمات خود باشند و بتوانند با رقبا رقابت کنند. در ادامه کاهش نوسانات نرخ ارز از یک سو باعث پایدارتر شدن هزینه‌ها و درآمدها برای این شرکت‌ها می‌شود، که این امر بهبود قابل توجهی در برنامه‌ریزی مالی و مدیریت ریسک آن‌ها را به همراه دارد.

از سوی دیگر، دانش‌بنیان‌های ورزشی می‌توانند بهتر و موثرتر بر روی استراتژی‌های بازاریابی، تأمین مواد اولیه، و توسعه محصولات خود کار کنند. به طور کلی توسعه یکپارچه و پایدار در همه ابعاد مالی و تجاری با ایجاد پایداری در سیستم مالی، تضمین می‌کند که این شرکت‌ها به راحتی به منابع مالی مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند و در پروژه‌های خود به تداوم بپردازند. علاوه بر این، توسعه یکپارچه می‌تواند فرصت‌های جدیدی از جمله دسترسی به بازارهای نوین، همکاری‌های بین‌المللی و ارتقای فناوری‌های مورد استفاده در صنعت ورزش برای این شرکت‌ها فراهم کند. این اقدامات می‌توانند باعث رشد پایدارتر، افزایش درآمد و سودآوری و تقویت برند این شرکت‌ها در بازارهای داخلی و بین‌المللی شود که در نهایت با موفقیت این شرکت‌ها به ایجاد یک صنعت ورزشی پویا و پیشرفته‌تر در ایران کمک خواهد کرد. این یافته‌ها با نتایج راعی بیدگلی و همکاران (۱۴۰۲)، خانمرادی و همکاران (۱۳۹۸)، کاولو و همکاران (۲۰۲۴)، زابورو (۲۰۲۴) و سولازو^۱ (۲۰۲۴) همسو می‌باشد.

1. Sollazzo

در بعد مدیریتی توسعه خوشه‌ها و شهرک‌های صنعتی ورزش، مشتری مداری و داشتن پرسنل خوب، توانایی و داشتن تجربه غنی و مدیریت و رهبری منابع انسانی با بالاترین فراوانی از عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در ایران تعیین شدند. در تفسیر می‌توان گفت توسعه خوشه‌ها و شهرک‌های صنعتی ورزشی، با ایجاد محیطی فرهنگی_تجاری فعال و پویا در زمینه ورزش، فرصت‌های جدیدی برای رشد و توسعه فراهم می‌کنند که می‌تواند باعث تقویت همکاری‌ها، اشتراک تجارب، و تبادل دانش بین شرکت‌ها گردد. این امر به افزایش نرخ نوآوری و بهبود کیفیت محصولات و خدمات ورزشی منجر می‌شود.

از سوی دیگر، حضور در این خوشه‌ها و شهرک‌ها به استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌ها امکان دسترسی به زیرساخت‌ها و منابع مشترک را می‌دهد، هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و ریسک‌های مرتبط با راه‌اندازی و اجرای کسب و کار را کاهش می‌دهد. مشتری مداری، با تمرکز بر نیازها و ترجیحات مشتریان، می‌تواند بهبود مستمری در تجربه مشتری فراهم کند و باعث ایجاد ارتباطات قوی و مثبت شود. این ارتباطات می‌توانند به نوعی از وفاداری مشتریان و افزایش احتمال تکرار خرید و استفاده از خدمات شرکت‌ها منجر شوند، به عبارت دیگر، برندسازی یا شناخته شدن در بازار و ایجاد اعتماد در بین مشتریان از عوامل بسیار مهم در این حوزه می‌باشد.

همچنین، داشتن پرسنل خوب با مهارت‌ها و تجربه کافی می‌تواند به بهبود عملکرد و کیفیت خدمات و محصولات کمک کند و اعتماد مشتریان را بیشتر کند. این امر می‌تواند منجر به افزایش فروش، ارتقاء برند و جلب مشتریان جدید شود که در نهایت به رشد و پایداری استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی در ایران کمک می‌کند. مدیریت منابع انسانی مؤثر بهبود فرآیندهای استخدام، انتخاب و اعمال استانداردها و فرآیندهای کاری، توسعه و آموزش کارکنان، مدیریت عملکرد و انگیزش کارکنان، و ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت را فراهم می‌کند. این اقدامات می‌توانند به افزایش بهره‌وری، کاهش هدررفت منابع، افزایش رضایتمندی کارکنان، و ایجاد بستری سالم برای رشد و توسعه شرکت‌ها کمک کنند.

در عین حال، مدیریت منابع انسانی قادر است تا با توجه به نیازها و هدف‌های استراتژیک شرکت، توانمندی‌ها و استعداد‌های موجود را بهینه استفاده کرده و راهبردهایی برای جذب و نگهداری استعدادهای مورد نیاز ایجاد کند. همچنین داشتن استراتژی مناسب و تصمیم‌گیری درست از عوامل مهم در موفقیت اشتغال‌آفرینان ورزشی و پایداری آن‌ها در بین رقبا می‌باشد. این اقدامات باعث تسهیل رشد و پیشرفت پایدار استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی در ایران می‌شود و زمینه‌ساز موفقیت آن‌ها در صنعت می‌گردد. این یافته‌ها با نتایج مجیدی پرت و همکاران (۱۴۰۲)، ناظمیان اردکانی و همکاران (۱۴۰۲)، حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱)، کاولو و همکاران (۲۰۲۴)، سانتیستبان و همکاران (۲۰۲۱) و تانگ و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد.

در بعد فناوری وجود محیط دیجیتالی یکپارچه در ورزش و مدرنیزاسیون کسب‌وکارهای نوپا با استفاده از فناوری‌های نوین تجاری و ورزشی از برترین عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی می‌باشند. محیط دیجیتال شامل ابزارها و پلتفرم‌های آنلاین، اپلیکیشن‌های موبایل، و سیستم‌های فناوری اطلاعات مختلف می‌شود که به ایجاد ارتباطات بین فعالان حوزه ورزش و بهبود فرآیندهای مختلف مرتبط با آن کمک می‌کند و به ارزش‌آفرینان و موسسات دانش‌محور ورزشی امکان می‌دهد تا به راحتی به بازارهای جدید

دسترسی یابند، خدمات و محصولات خود را بهبود بخشند و تجربه مشتریان را بهبود بخشند که در صورت یکپارچه بودن، می‌تواند بهبود مستمری در عملکرد و پیشرفت آن‌ها در ایران ایجاد کند. همچنین مدرنیزاسیون کسب‌وکارهای نوپای ورزشی امکانات جدیدی را برای بهبود فرآیندهای کسب و کار، ارتقاء تجربه مشتریان، و ایجاد رویکردهای نوین در بازاریابی و فروش ایجاد می‌کند. از جمله این فناوری‌ها می‌توان به اپلیکیشن‌های موبایل، پلتفرم‌های آنلاین برای رزرو و خرید بلیت، فناوری‌های پوشیدنی برای اندازه‌گیری فعالیت‌های ورزشی، و راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل داده‌ها اشاره کرد. این ابزارها به استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی امکان می‌دهند تا به راحتی بازارهای جدید را شناسایی کنند، روابط با مشتریان را تقویت کنند، و فرصت‌های جدید را برای رشد و گسترش حرفه خود ایجاد کنند. این یافته‌ها با نتایج صالحیان و همکاران (۱۴۰۳)، ناظمیان اردکانی و همکاران (۱۴۰۲)، فرول^۱ و همکاران (۲۰۲۲) و رتن (۲۰۲۰) همسو می‌باشد.

در بعد فردی و شخصیتی نیز داشتن اعتماد به نفس و سخت‌کوشی در ارتباط با مسائل و مشکلات به طور قابل توجهی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی تأثیرگذار است. اعتماد به نفس، به عنوان یکی از عوامل کلیدی در پیشبرد هدف‌ها و ایجاد روحیه مثبت، می‌تواند باعث ایجاد انگیزه برای پیگیری آرمان‌ها و اهداف و تلاش برای حل مسائل و مواجهه با چالش‌ها شود. در عین حال، سخت‌کوشی و پافشاری در مقابل مشکلات و موانع، امکان تلاش مداوم و پیشرفت را فراهم می‌کند و به استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی کمک می‌کند تا با تحلیل دقیق مشکلات، ارائه راه‌حل‌های نوآورانه و انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات، به سرعت واکنش نشان دهند. مهارت‌ها، تجربه، انگیزه و شخصیت مؤسس در توسعه کسب و کارهای نو تأثیرگذار است. این ویژگی‌ها، در مجموع، بهبود مستمری در عملکرد و توانمندی‌های ارزش‌آفرینان و موسسات دانش‌محور در ایران را تضمین می‌کند و زمینه‌ساز موفقیت آن‌ها در محیط رقابتی صنعت ورزش می‌شود. این یافته‌ها با نتایج صالحیان و همکاران (۱۴۰۱)، حمیدپور و همکاران (۱۴۰۱)، خانمرادی و همکاران (۱۳۹۸)، کلیفتین^۲ و همکاران (۲۰۲۰) و تانگ و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد.

به‌طور کلی بر پایه مدل طراحی‌شده می‌توان عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی در ایران را تجزیه و تحلیل کرد و به دسته‌بندی جدیدی دست‌یافت که مبتنی بر مطالعات پیشین، تجارب مدیران و ادراک متخصصان است؛ این مدل، می‌تواند چارچوبی مناسب و بومی برای مطالعات در زمینه رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها و دانش‌بنیان‌های ورزشی باشد و به‌عنوان مقدمه‌ای به‌منظور موفقیت کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های مبتنی بر دانش ورزشی مبنای عمل قرار بگیرد. همچنین مدل ترسیم‌شده شناختی جامع از اهمیت این شرکت‌ها در ورزش را بر پایه شناسایی عوامل کلیدی و چگونگی تعامل آن‌ها با یکدیگر پدید می‌آورد و می‌تواند مبنای عقلانی برای مدیران و کارشناسان ورزشی در این زمینه نیز قرار بگیرند.

1. Frevel

2. Clifton

در پایان با توجه به مطالعات محدودی که در زمینه اشتغال‌آفرینی‌های مرتبط با فعالیت‌بدنی در داخل کشور صورت گرفته است و شناسایی چارچوب عوامل موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها و موسسات دانش‌محور ورزشی در این پژوهش به نظر می‌رسد تحقیقات آتی می‌توانند بر مولفه‌های جزئی از این چارچوب تمرکز داشته باشند و از روش‌های تحقیق دیگری به بازنگری در تعداد و تعریف رویکردهای مختلف ارتقا و توسعه کسب و کارهای نو و شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی و یا کشف موانع عدم موفقیت آن‌ها بپردازند؛ تا با به‌کارگیری عوامل شناسایی شده، موجبات موفقیت و رشد و توسعه و نیز پایداری در عرصه رقابت را برای فرصت‌ورزان سخت‌کوش ورزشی فراهم آورند.

منابع

- بنار، نوشین. بیگ محمدی، طوبی. (۱۴۰۲). مروری بر عوامل موثر بر رشد و موفقیت استارت آپ های ورزشی. **اولین همایش ملی علوم ورزشی با رویکرد ورزش های همگانی**، اردیبل.
- پیرجمادی، سحر. هنری، حبیب. کارگر، غلامعلی. شعبانی بهار، غلامرضا. (۱۴۰۰). طراحی مدل شرکت های ورزشی دانش بنیان پایدار در ایران. **نشریه مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۳، شماره ۶۶، ۱۴۱-۱۷۰.
- پیرجمادی، سحر. هنری، حبیب. کارگر، غلامعلی. شعبانی بهار، غلامرضا. (۱۴۰۲). تدوین مدل راهبردی شرکت های ورزشی دانش بنیان کارآفرین محور در ایران: یک نظریه ی برخاسته از داده‌ها. **پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، دوره ۱۹، شماره ۳۷، ۳۳-۴۵.
- حمیدپور، هاله. فردوسی، محمد حسن. ندری، امیر. اسمعیلی، محسن. (۱۴۰۱). طراحی مدل کیفی عوامل موثر بر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی. **نشریه مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۴، شماره ۷۳، ۵۳-۷۶.
- خانمرادی، سعید. سجادی، سید نصرالله. زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۸). تأسیس شرکت دانش بنیان در حوزه علوم ورزشی: مدلی با رویکرد آمیخته. **فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی**، سال هشتم، شماره ۳، ۱۱۳-۱۲۸.
- خسروی‌پور، زهره. ریحانی، محمد. تسلیمی، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی. **مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۳، شماره ۶۹، ۱-۳۲.
- راعی بیدگلی، فاطمه. صفانی، علیمحمد. فراهانی، ابوالفضل. قاسمی، حمید. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل شتاب‌دهنده به استارت‌آپ‌های ورزشی (رویکردی آمیخته). **پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، دوره ۲، شماره ۹، ۵۵-۶۸.
- صالحیان، مسلم. بهرامی، شهاب. راسخ، نازنین. ریزوندی، آیه. (۱۴۰۱). ارائه مدل توسعه استارت آپ‌های ورزشی در ایران. **پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی**، دوره ۱۲، شماره ۲۳، ۸۱-۹۴.
- صالحیان، مسلم. بهرامی، شهاب. راسخ، نازنین. ریزوندی، آیه. (۱۴۰۳). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی. **نشریه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی**، دوره ۱۱، شماره ۳، ۱-۱۹.

طالبی، محبوبه. نوربخش، پریوش. زارعی، علی. نوربخش، مهوش. (۱۴۰۲). طراحی مدل و اولویت بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری استارت آپ های ورزشی. **نشریه مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۵، شماره ۷۸، ۱۷-۴۶.

عاشوری، تقی. دوستی، مرتضی. رضوی، سیدمحمدحسین. حسینی، ابوالحسن. (۱۴۰۲). شناسایی راهکارهای توسعه فرصت‌های کارآفرینی ورزشی در سه سطح کلان، میانی و خرد. **مدیریت و کارآفرینی در ورزش**، دوره ۲، شماره ۱، ۵۱-۷۳.

عباسی، داود. مهدیه، امید. شهبواری، فاطمه. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها: مطالعه‌ای پدیدارشناسانه. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی**، دوره ۱۶، شماره ۴، ۱۸۷-۲۱۴.

فربد، مریم. صفانیا، علی محمد. برومند، محمدرضا. نقشبندی، سید صلاح الدین. باقریان فرح آبادی، محسن (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اشتغال فارغ التحصیلان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی با رویکرد اکوسیستمی. **نشریه مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۴، شماره ۷۲، ۳۶۳-۳۹۴.

گودرزی، مائده. اصائلو، پرستو. نوروزی سید حسینی، رسول. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر در توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی مرتبط با فعالیت بدنی و سلامتی. **نشریه مطالعات مدیریت ورزشی**، مقالات آماده انتشار.

گوزل زاده، المیرا. دانا، امیر. افشاری، مصطفی. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش. **پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش**، دوره ۱۲، شماره ۱، ۱۵۱-۱۵۹.

مجیدی پرست، معصومه. خردمندیان، حسین. اصغری صارم، علی. جلیوند، محمد. (۱۴۰۲). اولویت‌بندی استراتژی‌های تامین و نگهداشت نیروی انسانی در مراحل مختلف چرخه عمر در استارت‌آپ‌های ورزشی ایران. **مدیریت منابع انسانی در ورزش**، دوره ۱۱، شماره ۱، ۱-۱۵.

میرزازاده، زهراسادات. کشتی دار، محمد. رحمان پور، عادل. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه (ANP). **فصلنامه علمی پژوهشی‌های کاربردی در مدیریت ورزشی**، سال نهم، شماره ۴، ۷۱-۹۰.

Albourini, F., Ahmad, A., Abuhashesh, M., & Nusairat, N. (2020). The effect of networking behaviors on the success of entrepreneurial startups. *Management Science Letters*, 10(11), 2521-2532.

Atasoy, B., & Özer, U. (2021). Database Knowledge Management in Sport. *International Journal of Sport Culture and Science*, 9(1), 37-53.

Chang, W.J., Wyszomirski, M., (2015). What is Arts Entrepreneurship? Tracking the Development of its Definition in Scholarly Journals. *Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 4(2), 11-31.

Choi, J., & Kessler, D. (2023). Influences of Start-Up's Financial Intermingling on Entrepreneurial Stress in Sustainable Family Businesses: Mediation Effect of Work-Family Balance. *Sustainability*, 15(18), 13944.

- Clifton, Donald S., and Andrew F. Wall. "The roles of personal and collective entrepreneurial capital in sports entrepreneurship: An exploratory study." *International Entrepreneurship and Management Journal* 16.2 (2020): 779-803.
- COLOMBO, G. G., & BUGATTI, M. (2015). Digital innovation in sport industry: *analysis of the emerging startups*.
- Cunningham, George B., et al. "Knowledge-based sports enterprises: An entrepreneurial approach to sport management education." *Sport Management Review* 19.4 (2016): 385-397.
- Frevel, N., Beiderbeck, D., & Schmidt, S. L. (2022). The impact of technology on sports—A prospective study. *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121838.
- Garcia-Perez, A., Ghio, A., Occhipinti, Z., & Verona, R. (2020). Knowledge management and intellectual capital in knowledge-based organisations: a review and theoretical perspectives. *Journal of Knowledge Management*, 24(7), 1719-1754.
- Gems, G. R., Borish, L. J., & Pfister, G. (2022). Sports in American history: From colonization to globalization. *Journal of Sport History*, 37 (3), 462-473.
- Gong, Y. (2017, May). Business performance evaluation of sports industry listed-companies based on factor analysis. In 2017 International Conference on Smart Grid and Electrical Automation (ICSGEA), 7 (5), 450-453.
- Hessels, J., & Naudé, W. (2019). The Intersection of the Fields of Entrepreneurship and Development Economics: A Review towards a New View. *Journal of Economic Surveys*, 33(2), 389-403.
- Kim, Seungbum, and Sung-Jin Park. "Government support for sport industry clusters: the case of Korea." *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* 10.4 (2009): 299-315.
- Kovalov, B. L., Karepina, A. S., & Ponomarenko, I. O. (2024). The essence of startup: factors of success and failure. *Mechanism of an Economic Regulation*, 1 (103), 9-16.
- Lara-Bocanegra, A., Bohorquez, M. R., & Garcia-Fernandez, J. (2022). Innovation from sport's entrepreneurship and intrapreneurship: opportunities from a systematic review. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 863-880.
- Lednev, V. A., & Solntsev, I. V. (2022). Entrepreneurship in sports industry: directions, innovations and support. *Strategic decisions and risk management*, 12(3), 252-261.
- Ly, C., Wang, Y., & Jin, C. (2022). The possibility of sports industry business model innovation based on blockchain technology: Evaluation of the innovation efficiency of listed sports companies. *Plos one*, 17(1), e0262035.

- Mainka, M. K., Melnichenko, O., Tsybrovskyi, A., Sidelnikov, D., Nitsenko, V., & Zakharin, S. (2023). Strategies of socially responsible marketing of companies in the sphere of sports. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, 2(49), 435-444.
- Mihai-Daian, C. (2015). Multisectoral Models for Advanced Knowledge in Culture And Sports Organizational Entities, In Small And Medium Companies. *Management Strategies Journal*, 27(1), 26-33.
- Mopolola, M.A., and Momodu, A.S. (2012). *Entrepreneurship Education and Entrepreneurship Capacity Development in Nigeria*. Being A Paper Presented at Workshop in Obafemi Awolowo University.
- Palalić, R., Gerguri-Rashiti, S., Zeqiri, J., & Dzenopoljac, V. (2023). Guest editorial: Entrepreneurship activities among the Gulf Cooperation Council (GCC) enterprising communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(5), 961-965.
- Porter, D., & Vamplew, W. (2018). Entrepreneurship, sport, and history: An overview. *The International Journal of the History of Sport*, 35(7-8), 626-640.
- Ratten, V. (2018). Sport entrepreneurship: Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture. *Part of the book series: Management for Professionals*.
- Ratten, V., Escamilla-Fajardo, P. and Núñez-Pomar, J. (2020), "Sport Start-up Practices: Thoughts and Insights", Ratten, V. (Ed.) *Entrepreneurship as Empowerment: Knowledge Spillovers and Entrepreneurial Ecosystems*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 111-125.
- Ratten, V. (2020). Sport Startups: What Does the Future Hold? In *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship*, Emerald Publishing Limited, 105-116.
- Rosado-Cubero, A., Hernández, A., Jiménez, F. J. B., & Freire-Rubio, T. (2023). Promotion of entrepreneurship through business incubators: Regional analysis in Spain. *Technological Forecasting and Social Change*, 190(122419), 1-10
- Saengchai, S., Sawasdee, A., & Jermsittiparsert, K. (2019). The knowledge management, product innovation, and process innovation as antecedents of sports manufacturing firms of Thailand.
- Sánchez-Oliver, A. J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Fernández-Gavira, J., & García-Fernández, J. (2019). New ways of sports entrepreneurship in the university. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 5-21.
- Santisteban, J., Mauricio, D., & Cachay, O. (2021). Critical success factors for technology-based startups. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 42(4), 397-421.
- Savić, Z., Randelović, N., Stojanović, N., Stanković, V., & Šiljak, V. (2018). The sports industry and achieving top sports results. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*, 15(3), 513-522.

- Skala, A., & Skala, A. (2019). Characteristics of startups. *Digital Startups in Transition Economies: Challenges for Management, Entrepreneurship and Education*, 41-91.
- Sollazzo, R. N. (2024). Financing and innovation in start-ups: A comparative analysis between Italy and the Netherlands, Doctoral dissertation, Management Engineering, Innovation Management and Entrepreneurship. From Polytechnic of Turin.
- Tang, W., Blackman, R. J., & is a doctoral Teaching, W. T. (2018). Startup Leadership in Sports. *The Sport Journal*, 21, 1-14.
- Wei, Mei-Ying, and Ming-Chu Yu. "Government Policy and Support for the Development of the Sports Industry in Taiwan." *International Journal of Sport Finance* 12.3 (2017): 219-231.
- Xi, L., Sun, Y., & Wu, S. (2023). Analyzing the Impact of Dual Learning on the Performance and Sustainable Innovation Practices of Start-ups in the Sports Sector. *Revista de Psicología del Deporte (Journal of Sport Psychology)*, 32(4), 143-153.
- Yilong, Z. H. A. O., Mingxiao, B. A. O., & Kaidi, Z. H. U. (2020). Direction and Path of the Research on Promoting the Growth of Sports Start-ups by Individual Social Network of Entrepreneurs, *Journal of Shanghai Institute of Physical Education*, 44(3), 46-54.
- Zaborova, V. (2024). Examining the Sustainability Strategies of Knowledge-Based Sports Enterprises Using the Three Branch Paradigm. *Power System Technology*, 48(1), 85-95.
- Zhang, H., & Aumeboonsuke, V. (2023). Entrepreneurial and Customer Orientation Affect the Success and Sustainability of Firm Performance Through the Knowledge Creation Process. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(3), 745-756
- Zhang, Y., Ding, J., Yan, H., He, M., & Wang, W. (2022). A study of the influence of collaboration networks and knowledge networks on the citations of papers in sports industry in China. *Complexity*, 2022(1), 9236743.