

Identifying and Analyzing the Challenges of the Startups in the Field of Sports Businesses with a Thematic Analysis Approach

Mahdis Parvaz¹ , Hossein Eydi² 

1. Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: parvazmahdis1997@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: h.eydi@razi.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 27 January 2020 Received in revised form: 30 April 2022 Accepted: 7 May 2022 Published online: 23 August 2023</p> <p>Keywords: <i>Entrepreneurship, Nvivo Software, Sport, Startups, Thematic analysis.</i></p>	<p>Introduction: The purpose of this study was to identify and analyze the challenges of the startups in the field of sports businesses with a Thematic analysis method.</p> <p>Methods: The research method was qualitative and based on the content analysis approach. Experts and owners of startups and sports businesses were considered as the statistical population of this study. The sampling method was purposive. The research tool was an interview that was conducted with 13 people. Interviews with experts and professors indicated the validity of the research tool (interview). Intra-subject agreement method was used to measure reliability. Data from this study were analyzed using QSR Nvivo software.</p> <p>Results: Result of data analysis 6 sub-themes (financial and credit, legal and legal, business and marketing, organizational and administrative, hardware and software and lack of proper training) in the form of 3 main themes (lack of financial support for business and the work, the existence of strict rules and regulations and the lack of manpower) in relation to the challenges of startups in the field of sports businesses were presented in the form of a model.</p> <p>Conclusion: Therefore, stakeholders and activists in the field of sports businesses can, while recognizing the challenges and problems of forming sports startups, provide the basis for the development of this emerging phenomenon in the field of sports.</p>

Cite this article: Parvaz, M., & Eydi, H. (2023). Identifying and Analyzing the Challenges of the Startups in the Field of Sports Businesses with a Content Analysis Approach. *Sport Management Journal*, 15 (2), 167-181.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.338091.2894>



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under CC BY-NC 4.0
| web site: <https://jrm.ut.ac.ir/> | Email: jrm@ut.ac.ir

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

Extended Abstract

Introduction

Startups as the units related to entrepreneurship are the key factors of economic development in the modern global economy which, in addition to creating employment and economic growth at different global levels, are also considered as valuable resources in the field of knowledge and innovation. Startups are companies that are launched to solve a problem, but the solutions are not clearly defined and success is not guaranteed. In fact, startups are companies that are based on extreme uncertainty whose goal is to create products and services that the developers want to revolutionize the market with them. Also, sports startup is of new types of business that is rapidly developing in global markets. They are considered a means to include digital innovations in new business ideas, which these entrepreneurial ideas can quickly turn into reality and lead to sustainable business ventures. Recognizing the needs and challenges, problems and issues that are in the path of growth and development of startups can create key opportunities for the development of sports startups and ultimately the improvement of sports businesses in the society. Therefore, the purpose of the current research is to identify the challenges faced by startups in the development of sports businesses using thematic analysis approach.

Methods

In terms of the practical purpose and method of conducting this qualitative research, the strategy used was thematic analysis. Thematic analysis is one of the appropriate analytical techniques in qualitative research that helps researchers in different fields to convey their findings and interpretations to others and to make these results understandable with different orientations. Also, the possibility of converting qualitative information into quantitative and also converting scattered data into rich and detailed data is one of the prominent features of this method. Experts and owners of startups and sports businesses were considered as the statistical population of this research. The sampling method was purposive. The research tool was an interview that was conducted with 13 people. Interviews with experts and professors showed the validity of the research tool (interview). In order to measure the reliability, intra-subject agreement method was used. The data obtained from this study were analyzed with QSR Nvivo software.

Results

According to the findings of the present research, from the total codes obtained from the opinions of 13

experts participating in the interview, 48 interpretive codes and 6 subthemes (financial and credit, legal and legal, business and marketing, organizational and administrative, hard hardware and software and lack of proper training) were obtained. The analysis of these 6 sub-themes also showed that there are similarities between them, which led to their division into 3 main themes: lack of financial support for businesses, the existence of strict rules and regulations, and the lack of specialized human resources. In relation to the challenges of startups in the field of sports business, they were presented in the form of a model.

Conclusion

According to the results of the research, it can be concluded that for the development of startups, the knowledge and awareness of the private sector investors regarding the atmosphere of new sports businesses, the allocation of suitable facilities and funds to business entrepreneurs by the government sector is very effective. On the other hand, the stakeholders in the field of sports business can, while recognizing the challenges and problems of the formation of sports startups, provide the basis for the development of this emerging phenomenon in the field of sports.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This article has been done considering all ethical principles.



Funding: No organization or individual financially supported this study, and all the financial resources were borne by the authors

Authors' contribution: All authors discussed the results and contributed to the final manuscript.

Conflict of interest: This article is extracted from a master's thesis. Therefore, it is original and all authors declare that there is no conflict of interest.

Acknowledgments: Since this article is taken from the Master's thesis, I am very grateful to all the professors who helped me in writing, judging and correcting the stages of this article.

شناسایی و تحلیل چالش‌های استارت‌آپ‌ها در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی با رویکرد تحلیل مضمون

مهدیس پرواز^۱، حسین عیدی^۲  

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: parvazmahdis1997@gmail.com

۲. نویسنده مسؤول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: h.eydi@razi.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: هدف پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل چالش‌های استارت‌آپ‌ها در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی با رویکرد تحلیل مضمون بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۷	روش پژوهش: روش پژوهش کیفی و بر اساس رویکرد تحلیل مضمون بود. خبرگان و صاحبان استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی به‌عنوان جامعه آماری این پژوهش در نظر گرفته شدند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. ابزار تحقیق مصاحبه بود که از ۱۳ نفر به‌عمل آمد. مصاحبه با خبرگان و استادان بیانگر روا بودن ابزار پژوهش (مصاحبه) بود. برای سنجش پایایی نیز از روش توافق درون‌موضوعی استفاده شد. داده‌های حاصل از این مطالعه با نرم‌افزار QSR Nvivo تحلیل شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۲/۱۰	یافته‌ها: نتیجه تحلیل داده‌ها شش مضمون فرعی (مالی و اعتباری، قانونی و حقوقی، کسب‌وکار و بازاریابی، سازمانی و اداری، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و عدم آموزش مناسب) در قالب سه مضمون اصلی (عدم حمایت مالی از کسب‌وکارها، وجود قوانین و مقررات سخت و عدم وجود نیروی انسانی) در رابطه با چالش‌های استارت‌آپ‌ها در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی بود که در قالب یک مدل ارائه شدند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۷	نتیجه‌گیری: بنابراین ذی‌نفعان و فعالان حوزه کسب‌وکارهای ورزشی می‌توانند ضمن شناخت چالش‌ها و مشکلات شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی، زمینه توسعه این پدیده نوظهور در حوزه ورزش را فراهم کنند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۶/۰۱	کلیدواژه‌ها: استارت‌آپ‌ها، تحلیل مضمون، کارآفرینی، نرم‌افزار Nvivo، ورزش.

استناد: پرواز، مهدیس؛ عیدی، حسین (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل چالش‌های استارت‌آپ‌ها در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی با رویکرد تحلیل مضمون. نشریه مدیریت ورزشی، (۲) ۱۵، ۱۸۱-۱۶۷.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.338091.2894>.

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کرییتیو کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jrm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jrm@ut.ac.ir



ناشر: انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه

ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه در سال‌های اخیر با بحران بیکاری قابل توجهی روبه‌رو بوده، تا جایی که این مسئله به یکی از چالش‌های اصلی دولت‌ها در دوره‌های مختلف تبدیل شده است (قربانی و همکاران، ۲۰۲۱). در سال‌های اخیر روند افزایش بیکاری در کشور و به‌خصوص جمعیت فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بیشتر به چشم می‌خورد. در این بین هر ساله به تعداد فارغ‌التحصیلان رشته‌های تربیت بدنی به امید استخدام در سازمان‌های ورزشی و دولتی افزوده می‌شود. اما ظرفیت جذب این سازمان‌ها با این جمعیت مطابقت ندارد و این افراد بایست در جاهای دیگر به فکر ایجاد اشتغال برای خود باشند. این وضعیت نگران‌کننده در موضوع اشتغال، موجب شده است که مسئولان کشوری به دنبال راهکارهایی برای نجات از این مشکل باشند (خدایاری و تجاری، ۲۰۰۶). در شرایط پر تغییر کسب‌وکار جهانی، همواره نوآوری و تغییر نیز بر کانون ورزش اثرگذار بوده‌اند. همچنان که رقابت جهانی در این حوزه افزایش می‌یابد، سازمان‌های ورزشی نیز به‌منظور حصول مزایای رقابتی بیشتر، از طریق نوآوری، ماهیت خود را نمایان می‌سازند (محمدکاظمی و امیدی، ۲۰۱۲). کارآفرینی، شیوه‌ای برای اندیشیدن است که در آن فاصله‌ی اکتشافات نوآورانه و بهره‌برداری از فرصت‌ها برطرف می‌شود. با این حال، این کار برای بسیاری از کارآفرینان به‌تنهایی و بدون حضور دیگران امکان‌پذیر نیست (محمدکاظمی و علیزاده، ۲۰۱۹). در دنیای امروز کارآفرینی می‌تواند عاملی جهت رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی محسوب شود. کارآفرینی علاوه بر توسعه اشتغال می‌تواند با بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و کاهش اضطراب‌های اجتماعی، موجبات رشد اقتصادی جامعه را نیز فراهم کند (صادقی و مالکی‌نیا، ۲۰۱۱). از طرفی فشارهای رقابتی زیادی امروزه به کسب‌وکارها به‌خصوص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط وارد شده است، کسب‌وکارها باید این فشار را از طریق توانمندسازی، کارآفرینی و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه کاهش دهند (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از واحدهای مرتبط با کارآفرینی، استارت‌آپ‌ها هستند که به‌عنوان عوامل کلیدی توسعه اقتصادی در اقتصاد نوین جهانی نام برده می‌شوند؛ که علاوه بر ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در سطوح مختلف جهانی منبع ارزشمندی در زمینه دانش نوآوری نیز به حساب می‌آیند (نصرالهی و همکاران، ۲۰۱۹). استارت‌آپ‌ها شرکت‌هایی هستند که برای حل یک مشکل راه‌اندازی می‌شوند، اما راه‌حل‌ها در آن به‌وضوح مشخص نیستند و موفقیت در آن نیز تضمین شده نیست. در واقع استارت‌آپ‌ها شرکت‌هایی هستند که بر روی عدم قطعیت شدید بنا شده‌اند و هدف آنها ایجاد محصولات و خدماتی است که می‌خواهند به‌وسیله آنها بازار را متحول کنند (مورانی^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). استارت‌آپ کسب‌وکاری است نوپا، که به‌منظور برطرف شدن یک نیاز تازه و در ارتباط با کارآفرینی شکل می‌گیرد. این کسب‌وکارها به‌منظور تولید در بازارها علاوه بر رشد سریع خود، همیشه راه‌حلی نوآورانه و بادوام ارائه می‌دهند. استارت‌آپ‌ها معمولاً با فناوری بالا سروکار دارند، به همین سبب محصولات آنها غالباً به‌صورت نرم‌افزار تولید و تکثیر می‌شوند (نجفی و همکاران، ۲۰۲۰). این شرکت‌ها در دو دهه اخیر مورد توجه قرار گرفته‌اند. آنها بر پایه ریسک‌پذیری شکل گرفته‌اند که بازار هدفشان به‌صورت یک فرضیه ترسیم می‌شود و به‌نوعی می‌توان گفت که مدل کسب‌وکارشان مشخص نیست (رحیم‌پور و همکاران، ۲۰۲۰). استارت‌آپ‌ها یا کسب‌وکارهای نوپا با جمع‌آوری ایده‌های نو علاوه بر ایجاد شغل، به‌عنوان یک منبع مهم رشد اقتصادی و اجتماعی به دولت‌ها کمک می‌کنند که این مسئله توجه کشورهای توسعه‌یافته را به خود جلب کرده است. برای نمونه ایالات متحده آمریکا در ۱۵ سال اخیر بخشی از تولید ناخالص داخلی خود (معادل ۲۰ تریلیون دلار) را مدیون استارت‌آپ‌های موفق آن کشور همچون اپل، آمازون، فیس‌بوک، گوگل و توییتر است (کراجیک و فرمانیک^۲، ۲۰۱۵). پس می‌توان گفت که کسب‌وکارهای نوپا و نوآور (استارت‌آپ‌ها)، رشد خالص اشتغال را به‌همراه دارند. از این‌رو در آینده اقتصادهایی می‌توانند رونق بگیرند که دارای سیستم‌های منظمی از کسب‌وکارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها باشند. در این بین ورزش به‌عنوان یک صنعت رو به رشد که ارزش جهانی آن بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را به‌وجود آورده است (مندعلیزاده و همکاران، ۲۰۱۲). استارت‌آپ‌های ورزشی نوع جدیدی از کسب‌وکارها هستند که به‌سرعت در بازارهای جهانی در حال توسعه هستند. آنها وسیله‌ای برای گنجاندن نوآوری‌های دیجیتال در ایده‌های جدید

¹. Moroni

². Krajcik & Formanek

تجاری محسوب می‌شوند، که این ایده‌های کارآفرینی به سرعت می‌تواند به واقعیت تبدیل و به مشاغل پایدار تجاری منجر شوند (راتن، ۲۰۲۰). استارت‌آپ‌های مطرح در حوزه ورزش می‌توانند در بخش‌های مختلف از جمله ترویج و توسعه فعالیت‌های ورزشی، بهبود فرایندهای باشگاه‌داری و مدیریت ورزش، ارائه گجت‌های بهبوددهنده فعالیت‌های ورزشی و تحلیل، مشاوره و ارائه راهکارهای بهبود به ورزشکاران کمک‌کننده باشند. با این حال مطالعات پژوهشی اذعان دارند که شناس کسب موفقیت در استارت‌آپ‌ها کم است، و این کسب‌وکارهای نوپا با چالش‌هایی روبه‌رو هستند (آرورا و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از خصوصیات بارز استارت‌آپ‌ها ریسک بالای آنهاست، زیرا با شیوه جدیدی از کسب‌وکارهایی که قبلاً آن را تجربه نکرده‌ایم، مواجهیم (نادری و همکاران، ۲۰۱۶). به همین سبب بخش زیادی از تلاش کارآفرینان در این زمینه به شکست منتهی می‌شود؛ تا جایی که از هر ۱۰ استارت‌آپ ۹ مورد شکست می‌خورند که مدیریت نادرست، کمبود بودجه، عدم نیاز بازار، بی‌تجربگی، رقبای قوی از عوامل شکست این استارت‌آپ‌ها ذکر شده است (کریشن^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). برای نمونه در ایالات متحده آمریکا فقط حدود ۴۰ درصد از استارت‌آپ‌ها به موفقیت دست پیدا کرده‌اند (آمینوا و مارچی^۳، ۲۰۲۱).

پیشینه مطالعات نشان می‌دهد که حتی با وجود نو بودن موضوع استارت‌آپ‌ها در ورزش، اما مطالعه مدونی در زمینه چالش‌ها و موانع پیش و روی استارت‌آپ‌های ورزشی انجام نگرفته است. با این حال محققان در چند سال اخیر به دلیل بین‌رشته‌ای بودن این موضوع و ارتباط آن با کارآفرینی و مدل‌های مختلف کسب‌وکار، به پژوهش در این زمینه علاقه نشان داده‌اند.

محمدکاظمی و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهش خود با عنوان «طراحی مدل توانمندسازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دانش‌بنیان با رویکرد دیمتل» به این نتیجه رسیدند که مدل توانمندسازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دانش‌بنیان متشکل از پنج بعد توانمندی فردی، توانمندی مالی، توانمندی کارآفرینانه، توانمندی بازاریابی و توانمندی فناوری است. همچنین یافته‌های بخش کمی نشان داد عوامل تأثیرگذار بر توانمندسازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، توانمندی فردی و توانمندی مالی بوده و عوامل تأثیرپذیر نیز شامل توانمندی کارآفرینانه، توانمندی بازاریابی و توانمندی فناوری هستند. مرادی و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهش خود با عنوان «بررسی فرایند توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران»، چالش‌های قانونگذاری، نبود راهبرد شفاف و شرایط کلان سیاسی و اقتصادی کشور به‌ویژه تحریم‌ها را از مهم‌ترین چالش‌های موجود در زمینه عدم توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک ذکر کردند. تقوی رفسنجانی و همکاران (۲۰۲۰)، نیز در پژوهشی با موضوع ارائه مدل بومی توسعه کیفیت استارت‌آپ‌ها در ورزش کشور، شرایط علی و عوامل زمینه‌ای مختلف را در توسعه کسب‌وکارهای نوپا مؤثر دانستند. مرادی و همکاران (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان «بررسی سیستماتیک موضوعات مرتبط با فقر» که در ادبیات کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته است. نشان دادند که اگرچه تلاش‌های زیادی برای پوشش موضوعات مرتبط با فقر در مطالعات کارآفرینی از جمله کارآفرینی مبتنی بر ضرورت، کارآفرینی در مناطق روستایی و توانمندسازی افراد فقیر برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه انجام شده است، اما هنوز بسیاری از ابعاد فقر دست‌نخورده است. در پژوهش دیگری آماری (۲۰۲۱)، که با هدف بررسی ابعاد و چالش‌های حقوقی تأسیس شرکت‌های استارت‌آپی انجام گرفت، از «مشکلات حقوقی» به‌عنوان عامل مهمی در عدم پیشبرد و شکست سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها نام برده شد. عوامل ساختاری مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌ها در ایران، موضوع پژوهش دیگری بود که در آن تاری و پورحلم (۲۰۲۰)، پس از بررسی ۱۲۹ استارت‌آپ، عوامل مختلفی همچون هوش تجاری، منابع مالی، سرمایه‌گذاری در تحقیق و قابلیت‌های فناوری را جهت رشد و بقای استارت‌آپ‌ها مورد تأکید و واکاوی قرار دادند. در پژوهش دیگری با عنوان «ارائه مدل بومی توسعه کیفیت استارت‌آپ در ورزش کشور مطابق با استانداردهای جهانی»، محققان ده عنصر کلیدی از جمله سیاست‌گذاری، منابع مالی، ایده‌ها، بازار رقبای، فرهنگ کارآفرینانه و مدیریت استعدادها را به‌عنوان فاکتورهای نهایی مدل پژوهش خود بررسی کردند. در نهایت طالبی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با هدف اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی، به ترتیب عوامل مدیریتی، تجاری، محیطی و فنی را در زمینه شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها تأیید کردند. در خارج از کشور نیز در زمینه موضوع

1. Ratten

2. Krishna

3. Aminova & Marchi

مورد بررسی پژوهش‌هایی انجام گرفته است. آمینووا و مارکی^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با موضوع «شکست یا موفقیت استارت‌آپ‌ها»، وجود متغیرهایی مانند سرمایه‌گذاری، صنعت رقابتی، اندازه شرکت، تحصیلات مؤسس و سطح تحصیلات کارکنان را بر نوآوری استارت‌آپ‌ها و به بهبود عملکرد آنها مؤثر می‌دانند. همچنین راتن (۲۰۲۰)، به‌طور ویژه به موضوع نقش شبکه‌سازی در استارت‌آپ‌های ورزشی پرداخت. او اذعان می‌کند که استارت‌آپ‌های ورزشی به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری ورزشی جدید، به‌سرعت وارد بازار شده‌اند که می‌توانند به شکل‌گیری انواع مشاغل منجر شوند. پیکن^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی با موضوع مراحل گذر در کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها)، تا به ثمر رسیدن و رشد آنها، ۸ عامل جدی از جمله موقعیت‌یابی محصولات، تیم مدیریتی و منسجم، توسعه زیرساخت‌ها، توسعه و پرورش فرهنگ سازمانی و مدیریت خطرها و آسیب‌های احتمالی را مهم‌ترین عوامل رشد استارت‌آپ‌ها در مراحل اولیه شکل‌گیری برشمرد.

توجه به کسب‌وکارهای نوپا و اکوسیستم‌های استارت‌آپی با هدف توجه به دستاوردهای علمی و فناورانه از فرایند تولید تا بازار و پاسخگویی به نیازهای مخاطبان در حال افزایش است. با گستردگی روزافزون صنعت ورزش، روند روبه‌رشدی در استارت‌آپ‌های ورزشی دیده می‌شود که با ارائه راه‌حل‌های خلاقانه برای حل مسائل و چالش‌های حوزه ورزش مبتنی بر مدل‌های کسب‌وکار جدید، کمک‌های بزرگی می‌کنند. در کشور ما به‌علت وجود علاقه‌مندان به فعالیت در بخش‌های گوناگون ورزش و همچنین وجود نیروهای دانش‌آموخته ورزشی که تعداد زیادی از آنان بیکارند، کسب‌وکارهای نوپای ورزشی می‌توانند زمینه مناسبی برای ایجاد اشتغال فراهم آورند. ورود کارآفرینان ورزشی به بخش استارت‌آپ‌های ورزشی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر اقتصاد و اشتغال در حوزه ورزش داشته باشد. اما شناخت و آگاهی علاقه‌مندان و مخاطبان استارت‌آپ‌های ورزشی از چالش‌های موجود در ایجاد این کسب‌وکارها می‌تواند از مهم‌ترین عوامل موفقیت این افراد در این زمینه باشد. از این طریق می‌توان برای پاسخ به نیازهای هر گروه از مخاطب‌ها، ایده‌های خلاقانه ارائه کرد و مانع از تعطیلی این کسب‌وکارها شد. پس شناخت نیازها و چالش‌ها (مشکلات و مسائلی که در مسیر رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها قرار دارند) می‌تواند فرصت‌های کلیدی را برای توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی و در نهایت بهبود کسب‌وکارهای ورزشی در جامعه ایجاد کند. بنابراین هدف پژوهش حاضر شناسایی چالش‌های پیش و روی استارت‌آپ‌ها در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش انجام این پژوهش کیفی و استراتژی استفاده‌شده تحلیل مضمون خواهد بود. تحلیل مضمون از تکنیک‌های تحلیلی مناسب در پژوهش‌های کیفی است که به پژوهشگران رشته‌های مختلف کمک می‌کند که یافته‌ها و تفاسیر خود را به دیگران انتقال دهند و با جهت‌گیری‌های متفاوت این نتایج را قابل فهم‌تر کنند و امکان تبدیل اطلاعات کیفی به کمی و همچنین تبدیل داده‌های پراکنده به داده‌های غنی و تفصیلی از ویژگی‌های بارز این روش است و از آن به‌عنوان یک ابزار پژوهشی دارای انعطاف بالا، می‌توان به‌منظور تحلیل حجم زیادی از داده‌های پیچیده و گوناگون بهره برد. در روش تحلیل مضمون پژوهشگر به‌دنبال یافتن الگوهای تکراری و معنادار است، به این معنا که حداقل در دو مورد از متن بتوان یک موضوعی را دریافت کرد (کمالی، ۲۰۱۸). در این روش به‌طور مشخص و در سه سطح، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (به‌دست‌آمده از ترکیب و خلاصه مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل) را به‌صورت نظام‌مند (به توجه به رابطه اعم و اخص) ارائه می‌کند. شبکه مضامین هرچند روشی برای ارائه نتایج پایانی محسوب نمی‌شود، اما یک تکنیک کاربردی جهت شکستن متن و یافتن نکات مهم و برجسته درون متن است که از آن می‌توان به‌خوبی برای شناخت الگوهای داده‌های کیفی بهره برد.

¹. Aminova & Marchi

². Picken



شکل ۱. ساختار یک شبکه مضامین

جامعه آماری پژوهش حاضر خبرگان، استادان دانشگاهی و صاحبان استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی بودند. روش نمونه‌گیری مصاحبه غیرتصادفی از نوع هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری بود که در نهایت ۱۳ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند که از آنها مصاحبه به‌عمل آمد، البته از مصاحبه یازدهم به بعد، اطلاعات جدید و مرتبط با موضوع کمتر به چشم می‌خورد و به‌نوعی در این نقطه اشباع نظری حاصل شد (کواله، ۱۹۹۴). برای اجرای پژوهش، پس از طراحی سؤالات کلی و تدوین پروتکل مصاحبه، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند با صاحب‌نظران انجام پذیرفت. مصاحبه‌ها به‌صورت نیمه‌ساختاریافته با نمونه‌های آماری با هماهنگی و تعیین وقت قبلی به مدت یک ساعت انجام شد. پس از پایان هر مصاحبه، مصاحبه‌ها به‌صورت کامل روی کاغذ پیاده و اقدام به کدگذاری اولیه داده‌ها شد تا مفاهیم اولیه استخراج شوند. همزمان با انجام مصاحبه‌ها اقدام به مطالعه عمیق‌تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین شده تا از ترکیب مفاهیم گذشته، تجارب پژوهشگر و نظرهای صاحب‌نظران به مراحل بعدی تجزیه و تحلیل داده‌ها اقدام شود. جهت اعتباربخشی به نتایج پژوهش، نیاز به بررسی روایی و پایایی یافته‌ها (مصاحبه‌ها) بود. تعیین اعتبار و پایایی یافته‌ها، مرحله‌ای حیاتی در فرایند مصاحبه به‌حساب می‌آیند. روایی در پی این است که پژوهش دقیقاً چه اندازه، آنچه را که قرار است بسنجد، می‌سنجد. هرچند این تعریف در پژوهش‌های کیفی شاید چندان جایگاهی نداشته باشد، زیرا هدف، ارزیابی و سنجش چیزی نیست؛ بلکه درک و شناخت موضوعی است. روایی این پژوهش از طریق مصاحبه با استادان دانشگاهی و خبرگان حوزه کارآفرینی ورزش حاصل شد که علاوه بر آن فرایند پژوهش توسط دو نفر از استادان مطالعه و بازبینی شده و با مواردی جهت اصلاح و تغییر تأیید شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌گرفته نیز از روش توافق درون‌موضوعی استفاده شد. پایایی در واقع به همسانی نتایج برآمده از مصاحبه و اعتبار و توانایی مصاحبه در سنجش اهداف پژوهش اشاره دارد (کریمی و محمدی، ۲۰۱۷). به‌منظور ارزیابی پایایی مصاحبه با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک کارشناس خبره در زمینه استارت‌آپ‌ها درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت داشته باشد. میزان توافقات و عدم توافقات در کدگذاری‌ها در یک فاصله کوتاه زمانی و مشخص‌شده، شاخص ثبات برای آن پژوهش در نظر گرفته می‌شود و قابل استناد است. درصد توافق درون‌موضوعی که جهت شاخص پایایی تحلیل به‌کار می‌رود، با استفاده از فرمول زیر قابل محاسبه است. مقدار معمول ضریب پایایی برای بیشتر پژوهش‌ها بین ۸۰ تا ۱۰۰ درصد است و اگر این مقدار به کمتر از ۷۰ درصد برسد، برای تفسیر داده‌ها با مشکل مواجه خواهیم شد. مطابق با جدول ۱ و با توجه به فرمول ذکرشده در زیر، پایایی بین دو کدگذار ۸۹ درصد است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌ها مورد تأیید است.

$$100 \times \frac{\text{تعداد کل داده‌ها}}{2 \times \text{تعداد توافقات}} = \text{درصد توافق درون‌گروهی}$$

جدول ۱. نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل داده‌ها	تعداد توافق	مجموع درصد
۱	۴	۱۹	۹	۹۵
۲	۷	۲۲	۱۰	۹۰
۳	۱۱	۱۷	۷	۸۲
کل	-	۵۸	۲۶	۸۹

در این پژوهش به منظور بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Nvivo استفاده شد. Nvivo بسته نرم‌افزاری تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی است که در تحلیل داده‌ها و بررسی روابط میان مضامین به محقق یاری می‌رساند.

یافته‌های پژوهشی

یافته‌های توصیفی نمونه آماری در جدول ۲ ارائه شده است. در ادامه به منظور تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تحلیل مضمون که در پژوهش‌های کیفی کاربرد فراوانی دارد، استفاده شد. به همین منظور، مصاحبه‌ها به طور دقیق مرور و بازخوانی شدند و مطالب مرتبط و مورد علاقه پژوهشگران که در حقیقت پاسخ به پرسش اصلی پژوهش بودند، مشخص و مضامین توصیفی مرتبط با سؤال‌ها و اهداف تحقیق استخراج شد. با اتمام کدگذاری توصیفی، در گام سوم مضامین پایه از تحلیل و ترکیب کدهای توصیفی پدید آمدند. در گام چهارم و با توجه به مضامین پایه ایجاد شده در طول پژوهش، مضامین فراگیر مشخص شدند. در مرحله پنجم و در سطح نمایش داده‌ها یک نقشه از تم‌ها در قالب شبکه مضامین ترسیم، و در آخرین مرحله، داده‌های پردازش شده کیفی تفسیر شدند.

جدول ۲. ویژگی‌های فردی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	جنسیت	تحصیلات	حیطه شغلی	ردیف	جنسیت	تحصیلات	حیطه شغلی
۱	زن	دکتری تخصصی	فعال حوزه استارت‌آپ	۸	مرد	کارشناسی ارشد	فعال حوزه استارت‌آپ
۲	زن	دانشجوی دکتری	آکادمیک	۹	مرد	دانشجوی دکتری	کسب‌وکار ورزشی
۳	مرد	دانشجوی دکتری	آکادمیک	۱۰	مرد	کارشناسی ارشد	بنیانگذار استارت‌آپ فیت شیپ
۴	مرد	کارشناسی ارشد	آکادمیک	۱۱	مرد	کارشناسی ارشد	کسب‌وکار ورزشی
۵	مرد	دانشجوی دکتری	کسب‌وکار ورزشی	۱۲	مرد	دکتری تخصصی	فعال حوزه استارت‌آپ
۶	مرد	دکتری تخصصی	کسب‌وکار ورزشی	۱۳	زن	دکتری تخصصی	کسب‌وکار ورزشی
۷	زن	دانشجوی دکتری	کسب‌وکار ورزشی				

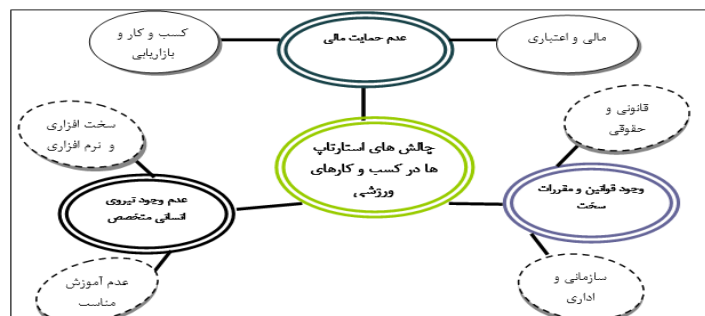
در ادامه یافته‌های استنباطی (کدبندی مصاحبه‌ها) بررسی می‌شود.

جدول ۳. عناوین و مضامین استخراج شده در پژوهش

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
عدم حمایت مالی از	مالی و اعتباری	جذب سخت سرمایه مالی و اعتباری جهت تولید و تبدیل ایده به محصول
		کمبود سرمایه در افراد
		مالیات و حق عوارض گمرکی

تخصیص اعتبار مالی ویژه از سوی باشگاه‌های حرفه‌ای	کسب‌وکارها	
عدم حمایت‌های مالی و بانکی		
ارائه محصولات یا خدمات ضعیف		
اطلاعات سطحی از بازار توسط افراد		
عدم شناخت بازارهای داخلی و خارجی		
بی‌توجهی به نیاز مشتری		کسب‌وکار و بازاریابی
عدم رقابت		
عدم شناخت ایده‌ها و کسب‌وکارهای پرسود		
نبود ثبات در بازار		
شناخت بازار توسط افراد باتجربه به دانشجویان		
اخذ مجوز فعالیت و تبلیغ	قانونی و حقوقی	
عدم ارائه شفافیت کسب‌وکارهای استارت‌آپ‌ها		
عدم استفاده از خدمات عمومی		
وجود قوانین سخت از سمت دولت		
تجاری‌سازی فناوری‌ها و الگوهای اختراعات ثبت		
نبود قوانین مناسب زیرساختی کشور		
عدم حمایت دستگاه‌ها به‌خصوص وزارت ورزش		
ارتباط ضعیف بین دانشگاه‌ها با سازمان‌های ورزشی		وجود قوانین و مقررات سخت
کافی نبودن فعالیت‌ها توسط ارگان‌های دولتی		
بوروکراسی اداری		
عدم استقبال بیمه‌های دولتی و خصوصی		
نبود پارک‌های علم و فناوری	سازمانی و اداری	
نبود متولی		
ارتباط ضعیف با دانشگاه‌ها و دانشکده‌های تربیت بدنی		
ایجاد و توسعه مراکز شتاب‌دهی کسب‌وکارها		
عدم حمایت‌های بخش دولتی و خصوصی از استارت‌آپ‌ها		
عدم بیمه کارآفرینی		
کمبود اپلیکیشن‌های ورزشی		سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
نبود شبکه گسترده اینترنت		
وجود فیلترینگ		
حق نسخه‌برداری و مالکیت فکری و معنوی		
ایجاد سامانه اینترنتی ثبت ایده یا ثبت نیازهای سازمان		
بومی‌سازی استارت‌آپ‌های ورزشی خارجی در داخل		
نبود خدمات و کالاهای مختلف ورزشی آنلاین و آفلاین		
عدم آموزش صحیح و علمی دانشجو	نبود نیروی انسانی متخصص	
عدم حرکت دانشگاه‌ها به سمت عملی شدن استارت‌آپ‌ها		
رشد و حرکت پارک‌های فناوری		
ناآگاهی افراد برای شکل‌دهی به استارت‌آپ‌ها		
عدم شناخت نیاز بازار توسط دانشجویان به‌دلیل کمبود آموزش		عدم آموزش مناسب
آشنا نبودن دانشجویان با کسب‌وکارهای نوپا خارجی		
آشنا نبودن رشته‌های مرتبط با تربیت بدنی		
عدم فرهنگ‌سازی مناسب برای تغییر سبک زندگی		
عدم برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی		
عملی نکردن برنامه‌های آموزشی		
نبود دوره‌های آموزشی مناسب برای ورزشکاران و مربیان		

در نهایت از مجموع کدهای به دست آمده از نظرهای ۱۳ متخصص شرکت کننده در مصاحبه، ۴۸ کد تفسیری و ۶ مضمون فرعی (مالی و اعتباری، قانونی و حقوقی، کسب و کار و بازاریابی، سازمانی و اداری، سخت افزاری و نرم افزاری و عدم آموزش مناسب) حاصل شد. تحلیل این شش مضمون فرعی نیز نشان داد که در بین آنها مشابهت‌هایی وجود دارد که همین مسئله به تقسیم‌بندی آنها در قالب سه مضمون فراگیر، شامل عدم حمایت مالی از کسب و کارها، وجود قوانین و مقررات سخت و نبود نیروی انسانی متخصص منجر شد.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش در قالب شبکه مضامین

شکل ۲ شبکه مضامین در راستای شناسایی چالش‌های استارت‌آپ‌ها در کسب و کارهای ورزشی را نشان می‌دهد. در این شبکه مشاهده می‌شود که سه مضمون اصلی «عدم حمایت مالی، وجود قوانین و مقررات سخت و نبود نیروی انسانی متخصص» هر کدام دارای دو مضمون فرعی هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

استارت‌آپ‌ها کسب و کارهای نوپایی هستند که بر اساس یک ایده جدید مبتنی بر یک نیاز به دنبال تولید ارزش و اتخاذ راه‌حلی برای حل یکی از معضلات اجتماع و گسترش فعالیت خود هستند. در این میان استارت‌آپ‌های ورزشی از اهمیت ویژه‌ای در میان کسب و کارهای نوپا برخوردارند. این کسب و کارها با پارادایم جدید زندگی شهری همراه‌اند و تلاش خلاقانه خود را اغلب مبتنی بر فناوری به کار می‌بندند تا بازارهای هدف بیشتری را تحت اختیار بگیرند و با ایجاد رغبت به فعالیت‌های ورزشی با صرف زمان کم، شهروندان را به محبوب‌ترین امکانات و نتایج برسانند. با توجه به اهمیت استارت‌آپ‌های ورزشی در حوزه کسب و کارهای نوپا، و نظر به اینکه این استارت‌آپ‌ها ممکن است در نیل به اهداف خود با چالش‌هایی هنگام راه‌اندازی روبه‌رو شوند، در این پژوهش به بررسی چالش‌های استارت‌آپ‌ها در کسب و کارهای ورزشی با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون پرداخته شد.

نتایج نشان داد که از مجموع کدهای به دست آمده از نظرهای ۱۳ متخصص شرکت کننده در مصاحبه، ۴۸ مضمون پایه، ۶ مضمون فرعی و ۳ مضمون اصلی، عدم حمایت مالی از کسب و کارها، وجود قوانین و مقررات سخت و نبود نیروی انسانی متخصص دسته‌بندی شدند.

با توجه به یافته‌های این پژوهش اولین چالش اصلی استارت‌آپ‌های ورزشی عدم حمایت مالی از این کسب و کارهای ورزشی است که این مقوله نیز خود شامل مضامین فرعی «کسب و کار و بازاریابی و مالی و اعتباری» است. طبق نتایج این پژوهش، عوامل مختلفی از جمله جذب سخت سرمایه مالی و اعتباری جهت تولید و تبدیل ایده به محصول، جذب سخت سرمایه مالی و اعتباری جهت تولید و تبدیل ایده به محصول، مالیات و حق عوارض گمرکی، تخصیص اعتبار مالی ویژه از سوی باشگاه‌های حرفه‌ای و عدم حمایت‌های مالی و بانکی به عنوان چالش‌های مالی و اعتباری برای استارت‌آپ‌های ورزشی در کسب و کارهای ورزشی شناسایی شد. طبق نتایج این پژوهش،

تأمین مالی و عدم سرمایه‌گذاری می‌تواند بزرگ‌ترین چالشی باشد که دامن‌گیر فضای استارت‌آپ‌های ورزشی شود. نتایج پژوهش‌های آمینووا و مارکی (۲۰۲۱)، رحمانپور (۲۰۲۰) و نصرالهی و نوایی (۲۰۱۹) زمهریر نیز با این بخش از نتایج تحقیق همخوانی دارند. آنها افزایش هزینه‌ها و منابع محدود مالی را از موانع جدی سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها ذکر کرده بودند. این مسئله می‌تواند یک چالش طبیعی برای هر استارت‌آپ به حساب آید. از طرف دیگر پیش‌بینی چنین موضوعی در هر استارت‌آپ می‌تواند سخت و حتی غیرممکن باشد و در نهایت موجب شود استارت‌آپ‌ها به هر دلیلی نتوانند به فعالیت خود ادامه دهند و یا به سودآوری نزدیک شوند. عدم شناخت و آگاهی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نسبت به فضای کسب‌وکارهای نوپا نیز می‌تواند این مشکل را برجسته‌تر کند و در نتیجه موجب افزایش عدم اطمینان و اعتماد سرمایه‌گذاران در بخش راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها شود. علاوه بر این تعداد نهادها و اتحادیه‌های سرمایه‌گذار در این بخش که از طرف دولت پشتیبانی شوند، بسیار کم است و به‌طور معمول پشتیبانی مناسبی از این نظر صورت نمی‌گیرد. «ناقص بودن زنجیره تأمین مالی طرح‌های نوآور و شرکت‌های نوپا»، «نوپا بودن نهادهای متولی در نظام مالی کشور»، «نبود بسترهای حقوقی برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر» و «بی‌توجهی به جنبه‌های اقتصادی این زمینه»، موجب عدم ورود جدی افراد به حوزه استارت‌آپ‌ها و دیگر سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر شده است. تقوی رفسنجانی و همکاران (۲۰۱۹) نیز در راستای این بخش از نتایج، ضمن اشاره به اهمیت کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) و وابستگی آنها به فناوری روز دنیا، عواملی مانند «ریسک‌پذیری زیاد، توان بالا برای قابلیت رشد و بازگشت سریع سرمایه و هزینه راه‌اندازی و به‌طور کلی به عوامل مالی» به‌عنوان یکی از چالش‌های مهم در راه‌اندازی و کسب موفقیت استارت‌آپ‌های ورزشی اشاره کرده بودند. هرچند چالش‌های محیطی عوامل کنترل‌نشده هستند که اغلب خارج از محیط کسب‌وکارهای نوپا قرار دارند و استارت‌آپ‌ها به‌تنهایی قادر به رفع آنها نیستند. ولی با این حال برای حل مشکلات مربوط به تأمین مالی و سرمایه‌گذاری شرکت‌هایی تحت عنوان «شتاب‌دهنده‌ها» شکل گرفته‌اند که توانسته‌اند قسمتی از بار فضای کسب‌وکار استارت‌آپی را به دوش بکشند. امروزه اگر شما به معنای واقعی ایده نابی داشته باشید، می‌توانید از شتاب‌دهنده‌ها برای اجرای ایده‌های خود کمک بگیرید. ولی با این حال لازم است که برای حل قسمت بیشتری از بزرگ‌ترین مشکل استارت‌آپ‌ها یعنی تأمین مالی آنها، تلاش‌های بیشتری هم از جانب بخش خصوصی و هم از جانب نهادهای دولتی صورت بگیرد، تا بتوان استارت‌آپ‌ها را در مسیر رشد و توسعه قرار داد و شرایط را برای استفاده عموم از این فناوری مهیا ساخت. بنابراین در چند دهه اخیر با توجه به رشد فزاینده کسب‌وکارهای استارت‌آپی و چالش‌های این کسب‌وکارها که در اشتغال‌زایی و خلق ثروت و اقتصاد کشور نقش بسزایی دارند نیاز به سیستم منظومه‌ای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور به‌منزله بستر بسیار مناسب برای کاهش چالش‌ها و همچنین بهره‌برداری از کسب‌وکارهای استارت‌آپی بیش از پیش احساس می‌شود. از این‌رو وجود استارت‌آپ‌ها در کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند رونق بسزایی در ورزش، سازمان‌های ورزشی و در نهایت بازارهای ورزشی ایجاد کند. از این‌رو یکی از راهکارهای مقابله با چالش مالی و نبود وضعیت مناسب بودجه در این زمینه حضور دولت به‌عنوان یک عامل کمک‌کننده و توسعه‌دهنده در این حوزه است. از مهم‌ترین اقدام‌ها در این زمینه، شروع یک کسب و تضمین وجود منابع مالی کافی است. بنابراین دولت می‌تواند به روش‌های مختلفی چون ایجاد مراکز رشد، توسعه مراکز علم و فناوری، اصلاح مقررات، کمک‌های مالی و غیره، در روند توسعه استارت‌آپ‌ها تأثیرگذار باشد. پس یافتن منابع مالی برای شروع یا توسعه یک استارت‌آپ ورزشی از مهم‌ترین برنامه‌هایی است که استارت‌آپ‌ها برای رشد و توسعه به آن نیاز دارند. در این زمینه همچنین عوامل مرتبط با کسب‌وکار و بازاریابی و به‌طور کلی دسترسی به بازار هدف نیز از چالش‌های اساسی و اصلی اکوسیستم استارت‌آپی در کسب‌وکارهای ورزشی به حساب می‌آید. این مشکلات شامل بی‌ثباتی در بازار، عدم دسترسی به اطلاعات بازار عرضه و تقاضا، بی‌توجهی به نیاز مشتری و در نهایت ارائه محصولات یا خدمات ضعیف به بازار است. در این زمینه عدم دسترسی گسترده به بازارهای بین‌المللی به دلیل وجود تحریم‌های همه‌جانبه کشورمان و به‌تبع آن مشکلات اقتصادی و کمبود نقدینگی در اقتصاد کشور، مشکلاتی هستند که سد راه شکل‌گیری و پیشرفت استارت‌آپ‌های ایرانی شده‌اند که مرادی و همکاران (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود به این موضوع اشاره کرده و به‌صراحت از شرایط اقتصادی و مسائل مربوط به تحریم‌ها به‌عنوان چالش‌های موجود بر سر راه توسعه استارت‌آپ‌ها نام برده‌اند. شناخت بازار در چنین شرایطی برای استارت‌آپ‌ها کمی مشکل به‌نظر می‌رسد، اما این شناخت در زمینه کسب‌وکارهای پرسود حیاتی است و اطلاعات عمیقی در این زمینه مورد نیاز یک استارت‌آپی جهت موفقیت هر چه بیشتر لازم است. همچنین استفاده از سطوح مختلف کارآفرینی در این زمینه

می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد، از این رو یکی از راه‌هایی که موجب می‌شود تا مدیران و بازاریابان ورزشی همچنان در عرصه رقابتی باقی بمانند این است که کارآفرین باشند. کارآفرینی مسیری را به صاحبان مشاغل ارائه می‌دهد که قصد دارند عملکرد کلی‌شان را بالا ببرند (محمدکاظمی و امیدی، ۲۰۱۲). بنابراین به‌کارگیری اصول کارآفرینی در توسعه وضعیت کلی کسب‌وکارها می‌تواند آنها را در مسیر رشد و توسعه قرار دهد.

یکی دیگر از چالش‌های اصلی که از نظر خبرگان و متخصصان حوزه کسب‌وکارهای ورزشی در این پژوهش به‌عنوان مانع جدی بر سر راه توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی قرار گرفته، وجود قوانین و مقررات سخت است که خود شامل مضامین فرعی «قانونی و حقوقی و سازمانی و اداری» است که با نتایج پژوهش‌های نصرالهی (۲۰۱۹) و تقوی رفسنجانی (۲۰۱۹) نیز همخوانی دارند. موانع و محدودیت‌های قانونی در حوزه استارت‌آپ‌های ورزشی به دلیل نوپا بودن این کسب‌وکارها به مرور می‌تواند موجبات دلسردی فعالان این حوزه را فراهم کند. این چالش‌ها شامل مواردی مانند عدم اخذ مجوز فعالیت و تبلیغ، عدم استفاده از خدمات عمومی، وجود قوانین سخت از سمت دولت، تجاری‌سازی فناوری‌ها و الگوهای اختراعات ثبت، قوانین مناسب زیرساختی کشور و عدم حمایت دستگاه‌ها به‌خصوص وزارت ورزش از این نوع کسب‌وکارها در راستای ارتقای استارت‌آپ‌هاست. سیاست‌گذاری‌های دولت و ضعف در سیاست‌گذاری، به‌رغم تلاش‌ها و اقدامات ارزشمند، همچنان از چالش‌های رشد استارت‌آپ‌هاست که آماری (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود به این عوامل دست و پاگیر اشاره کرده است. بر اساس نتایج این پژوهش و در خصوص چالش‌های حقوقی و قانونی در این حوزه، به‌نظر می‌رسد بیشترین مشکلات قانونی و حقوقی مربوط به استارت‌آپ‌های با عمر ۱ تا ۳ سال است. بعضاً یک استارت‌آپ دقیقاً نمی‌داند از چه سازمان‌هایی باید مجوز اخذ کند و فرایند اخذ مجوز سرعت بسیار پایینی دارد و در نتیجه نوعی سردرگمی برای استارت‌آپ‌ها را به‌وجود می‌آورد. در این فرایند استارت‌آپ‌ها درگیر پروسه‌های اداری طولانی‌مدت و مستهلک‌کننده‌ای می‌شوند که این شرایط گاه‌متناسب با امکانات و منابع در اختیار استارت‌آپ‌ها نیست. همچنین در بسیاری از حوزه‌ها قوانینی وجود دارد که مدت زمان زیادی است که بازبینی نشده است. امروزه در کشورهای در حال توسعه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌عنوان ستون فقرات هر اقتصاد محسوب می‌شوند، زیرا آنها نقش شایان توجهی در اشتغال و رشد اقتصادی و تحرک نوآوری و خلاقیت دارند. به‌طور کلی، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بیشترین مشاغل تأسیس‌شده را تشکیل می‌دهند و به‌عنوان منبعی برای موفقیت کسب‌وکارهای بزرگ در آینده شناخته می‌شوند.

از طرفی با توجه به سرعت زیاد تغییرات در حوزه فناوری اطلاعات لازم است برخی قوانین بازبینی شود و توسط افراد متخصص و آشنا با این حوزه بازنویسی شود. این چالش در حالی یکی از مهم‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای نوپا در کشور است که در بسیاری از اکوسیستم‌های موفق دنیا، شفافیت در فرایند شروع یک کسب‌وکار به شکل مشخصی وجود داشته و طی کردن این مراحل یک فرایند بسیار ساده برای فعالان این حوزه محسوب می‌شود. در زمینه چالش‌های اداری و سازمانی می‌توان گفت که در یک اکوسیستم رشدیافته، بازیگران مختلفی وجود دارند که در تعامل تنگاتنگ با یکدیگر زمینه رشد و توسعه فعالیت موردنظر خود را فراهم می‌کنند. وجود نهادهای پشتیبان در فعالیتهای استارت‌آپی که اغلب شرکت‌های بزرگ را در برمی‌گیرد، از جمله این بازیگران هستند که با ارائه خدمات مشاوره‌ای، لجستیک و بیمه‌ای و ... به حمایت از استارت‌آپ‌ها می‌پردازند. نبود نهادهای پشتیبان و کمبود شرکت‌هایی که خدمات کسب‌وکاری و تجاری به استارت‌آپ‌ها ارائه می‌کنند و همچنین ارتباط ضعیف سازمان‌های ورزشی با مراکز علمی به‌عنوان یک چالش در بسیاری از سازمان‌ها نمایان شده است. درحالی‌که کسب‌وکارهای ورزشی برای رشد و رقابت در بازار به ارتباطات قوی و دوسویه‌ای نیاز دارند که متأسفانه در جامعه هنوز به آن توجه ویژه‌ای نشده است، از این رو عدم استقبال مراکز مختلف برای سرمایه‌گذاری در این حوزه مشکلاتی را پدید آورده است. از طرفی یکی از مشکلاتی که با رفع آن می‌توان به کمک استارت‌آپ‌های جدید و مستعد شتافت، برطرف کردن عدم تمایل استارت‌آپ‌های موفق و شرکت‌های بزرگ‌تر برای همکاری و مشارکت با استارت‌آپ‌های جدید و کوچک‌تر است. با برقراری ارتباطات بیشتر بین شرکت‌های بزرگ و کوچک می‌توان شاهد رونق گرفتن فضای کسب‌وکار شد که می‌تواند برای شرکت‌های بزرگ‌تر و استارت‌آپ‌های رشدیافته نیز مفید و مؤثر واقع شود. از این رو وجود ارتباطات مناسب بین سازمان‌های مختلف با استارت‌آپ‌های ورزشی می‌تواند در این کسب‌وکارها رونق ایجاد کند و در نتیجه به رشد همه‌جانبه بازارهای ورزشی در کشور منجر شود.

در نهایت آخرین چالش پیش روی استارت‌آپ‌های ورزشی مطابق با یافته‌های پژوهش، مقوله نبود نیروی انسانی متخصص است که خود شامل مضامین فرعی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و عدم آموزش مناسب است. این نتایج به‌نوعی با یافته‌های آمینووا و مارکی (۲۰۲۱)، راتن (۲۰۲۰) و جمالی و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی داشتند. در زمینه موارد مرتبط با مشکلات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری می‌توان به وجود زیرساخت‌های قوی همچون پهنای باند مناسب، سرعت بالای اینترنت، سرعت در هزینه‌های پستی و ... اشاره کرد که در دسترس بودن آنها برای همه و با قیمت مناسب می‌تواند موجب ارتقای وضعیت اکوسیستم استارت‌آپی می‌شود. در اکوسیستم‌های رشدیافته‌تر، معمولاً این چالش‌ها حل شده است. برای نمونه در سنگاپور و استرالیا زیرساخت‌های مناسب اکوسیستم استارت‌آپی به‌راحتی در دسترس فعالان این حوزه قرار دارد، اما در کشور ما همچنان این مسئله از موضوعات مهم و دغدغه‌های اصلی استارت‌آپ‌هاست. مهم‌ترین موضوعاتی که هر کسی از آن مطلع است، کیفیت نامناسب زیرساخت‌های ارتباطی مانند پهنای باند و سرعت اینترنت است. علاوه بر اینها چنین خدماتی نسبت به کشورهای دیگر از نظر قیمت و هزینه نیز اصلاً وضعیت مناسبی ندارند و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات هزینه‌های بسیار هنگفتی برای استارت‌آپ‌های جدید و تازه ایجاد می‌کنند. در مجموع این هزینه‌ها می‌تواند یکی از موانع رشد و توسعه استارت‌آپ‌های مختلف از جمله در زمینه ورزش باشند. همچنین فناوری‌های جدید مانند رایانش ابری، اینترنت اشیا (IoT)، تحلیل داده‌های حجیم و ارتباطات سیار رشد کافی را در کشور نداشته‌اند. همچنین کمبود اپلیکیشن‌های ورزشی در جامعه و عدم حمایت از توسعه آنها به چالش مهمی در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی تبدیل شده است. نداشتن برنامه مناسب برای استفاده از نمونه‌های خارجی و بومی‌سازی نیز به‌عنوان یکی دیگر از مشکلات پیش روی این استارت‌آپ‌ها مورد توجه است، چراکه وجود یک برنامه استارت‌آپی مناسب می‌تواند در ارائه خدمات باکیفیت به مشتری و رفع نیاز آنها تأثیرگذار باشد که متأسفانه در کشور ما آنچنان که باید به آنها اهمیت داده نشده است. از این‌رو یکی از راهکارهای مناسب برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی، استفاده بیشتر و هدفمند از شبکه‌های مجازی و اجتماعی، همسو با جلب اعتماد و نیازهای مشتریان است که در درازمدت می‌تواند موجب رشد و گسترش استارت‌آپ‌های ورزشی شود. از این‌رو تغییرات و پویایی محیط رقابتی، کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌ها را وادار ساخته است تا به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه روی آورند و خود را در جهت توانمند شدن، نوآور بودن و استفاده از فرصت‌های موجود آماده سازند. توانمندسازی رویکردی چندجانبه است که در آن قابلیت‌های مختلف شرکت پرورش می‌یابد و زمینه‌ساز نوآوری و خلق ثروت برای کسب‌وکار می‌شود (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین در زمینه چالش مرتبط با عدم آموزش مناسب می‌توان به مواردی همچون دسترسی به نیروی فنی ماهر مانند برنامه‌نویس حرفه‌ای و نیروهای مجرب بهره‌مند از دانش کسب و اشاره کرد. آشنا کردن دانشجویان با کسب‌وکارهای نوپای خارجی و داخلی مرتبط با ورزش در محیط آکادمی مثل دانشگاه‌ها و همچنین تعامل دانشکده‌های تربیت بدنی با برخی رشته‌های دانشگاهی مانند الکترونیک و مکانیک در جهت آموزش فناوری‌های نوین در حوزه کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوپا می‌تواند گام محکمی جهت توسعه و پیشرفت این عرصه به‌حساب آید.

با توجه به نتایج تحقیق می‌توان نتیجه گرفت برای توسعه استارت‌آپ‌ها شناخت و آگاهی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی از فضای کسب‌وکارهای نوپای ورزشی، تخصیص تسهیلات و بودجه مناسب به کارآفرینان حوزه کسب‌وکار توسط بخش دولتی بسیار تأثیرگذار است. از طرفی ذی‌نفعان حوزه کسب‌وکارهای ورزشی می‌توانند ضمن شناخت چالش‌ها و مشکلات شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی، زمینه توسعه این پدیده نوظهور در حوزه ورزش را فراهم کنند.

از جمله محدودیت‌های تحقیق حاضر عدم همکاری یا همکاری کم خبرگان مسلط به موضوع بود، یکی دیگر از محدودیت‌های این پژوهش از لحاظ زمانی است، زیرا جمع‌آوری مصاحبه‌ها و کدبندی آنها زمان زیادی را به خود اختصاص داده است.

با توجه به موضوع پژوهش حاضر، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که این موضوع را در پژوهش‌های آینده خود به‌صورت کمی و با هدف سنجش و ارزیابی استارت‌آپ‌های مختلف ورزشی در سراسر کشور به کار گیرند و ضمن مقایسه و رتبه‌بندی چالش‌ها و مشکلات این استارت‌آپ‌ها، با طراحی یک مدل بومی گامی نو در جهت رشد و توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی کشور بردارند.

تقدیر و تشکر

مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است، از این‌رو از همه استادانی که در نگارش، داوری و اصلاح این مقاله بنده را یاری کردند، کمال تشکر را دارم.

References

- Amareh, K. (2021). Investigation of dimensions and legal challenges of establishing tartup companies in light of laws. *3rd International and National Conference on Management, Accounting and Law Studies, Tehran, 3*, 1-13.
- Aminova, M., & Marchi, E. (2021). The role of innovation on start-up failure vs. its success. *International Journal of Business Ethics and Governance, 4*(1), 41-72.
- Arora, A., Fosfuri, A., & Rønde, T. (2021). Waiting for the payday? The market for startups and the timing of entrepreneurial exit. *Management Science, 67*(3), 1453-1467.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research, 1*(3), 385-405.
- c, P. j. (2017). From startup to scalable enterprise: Laying the foundation. *Business Horizons, 60*(5), 1-10.
- Ghorbani, M. H., & Safari Jafarloo, H. R. (2021). A Model for Development of Sport Careers in Iran. *New Trends in Sport Management, 8*(31), 55-72. (in persian).
- Jamali, B., MohammadKazemi, R., Farsi, J., & Dehkordi, A. (2018). Theories of opportunity creation and effective entrepreneurial actions in opportunity creation context. *Decision Science Letters, 7*(4), 443-454. (in persian).
- Kamali, Y. (2018). Methodology of Thematic Analysis and its Application in Public Policy Studies. *Public policy, 4*(2), 189-208. (in persian).
- Karimi, A., & Mohammadi, M. (2017). Spirituality Components on Resiliency in Entrepreneurs. *6*(14), 263-280. http://miu.nahad.ir/article_479_14e486df55cba030d532a9431c343b05.pdf (in persian).
- KHODAYARI, A., & Tojari, F. (2006). Examination of Entrepreneurs Readiness in Sport Arena: Preliminary Analysis of The Entrepreneur Scales. *Research in Sport Sciences, 10*, 73-88. (in persian).
- Krajcik, V., & Formanek, I. (2015). Regional Startup Ecosystem. *European Business & Management, 1* (2): 14-18. In.
- Krishna, A., Agrawal, A., & Choudhary, A. (2016). Predicting the outcome of startups: less failure, more success. 2016 IEEE 16th International Conference on Data Mining Workshops (ICDMW),
- Kvale, S. (1994). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications, Inc.
- Mandalizadeh, Z., Honary, H., & Shahlayee, J. (2012). Determine the strategic position and the current and desired status of entrepreneurship in the country's sport. *Journal of sports management and motor behavior, 2*(3), 141-154. (in persian).
- Mohammad kazemi, R., & Alizadeh, M. (2019). The impact of the structural characteristics of the entrepreneurial team on the performance of IT business: the role of the environmental dynamism and entrepreneurial network. *Journal of Entrepreneurship Development, 12*(3), 361-380. <https://doi.org/10.22059/jed.2019.271050.652823> (in persian).
- Mohammad Kazemi, R., & Omidi, Y. (2012). Sport Entrepreneurship: A Recent Approach in Entrepreneurship and Sport Management [Research]. *Research in Sport Management and Motor Behavior, 1*(2), 69-86. <http://jrsm.khu.ac.ir/article-1-144-fa.html> (in persian).
- Mohammadkazemi, R., Talebi, K., Davari, A., & Dehghan, A. (2021). Designing a Model of Empowerment for Small and Medium-Sized Businesses Knowledge-Based with a DEMATEL Approach. *Iranian journal of management sciences, 16*(61), 1-16. http://journal.iams.ir/article_345_279470bfbbda0ed286c832689e96550b.pdf (in persian).

- Moradi, M., Imanipour, N., Arasti, Z., & Mohammadkazemi, R. (2020). Poverty and entrepreneurship: a systematic review of poverty-related issues discussed in entrepreneurship literature. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(2), 125-152. (in persian).
- moradi, s., naderi, n., & Delangizan, S. (2020). Analyzing Fintech Startups Development Process in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(1), 121-140. <https://doi.org/10.22059/jed.2020.296930.653250> (in persian).
- Moroni, I., Arruda, A., & Araujo, K. (2015). The design and technological innovation: how to understand the growth of startups companies in competitive business environment. *Procedia Manufacturing*, 3, 2199-2204.
- Naderi, N., Yusefi, Z., & Rezaee, B. (2016). Phenomenology Barriers to the Creation and Launch Agricultural Startups. *Journal of Entrepreneurship and Agriculture*, 3(5), 35-46. (in persian).
- Najafi, F., Irandoost, M., Soltanpanah, H., & Sheikhhahmadi, A. (2020). A Model for relationship management with fintech and financial startups in banking industry. *Commercial Strategies*, 16(13), 1-18. (in persian).
- Nasrollahi, M., Fathi, M. R., & Shoshpari, F. (2019). Study of effective factors on the selection of collaboration strategy among (institutionalized companies) and startups (Case study: startups of Qazvin Science and Technology Park). *17(35)*, 63-72. (in persian).
- Navaei Zamharir, R. M., Reza., Shokrkah, Y. (2020). MEDIA ENTREPRENEURSHIP FOR THE BUSINESS OF ADVERTISING MEDIA IN IRAN. *Journal of Journal of Organizational Behavior Research*, 5(2). (in persian).
- Rahimpour, M., Yahyazahfar, M., Aghajani, H., & Azar, A. (2020). A ecosystematic model for creating start-up and innovative businesses. *Journal of Strategic Management Studies*, 11(43), 95-111. (in persian).
- Ratten, V. (2020a). Sport Startups: What Does the Future Hold? In *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship* (pp. 105-116.). Emerald Publishing Limited.
- Ratten, V. (2020b). Sport Startups: What Does the Future Hold? In *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship*. Emerald Publishing Limited.
- Sadeghi, M., & Malekinia, E. (2011). University student's assessment of entrepreneurial environments and its relationship with entrepreneurial intention. *Research and Planning in Higher Education*, 17(1), 69-89. (in persian).
- Taghavi Rafsanjani, E., & Hakkakzadeh, M., Manouchehrinejad, M. . (2020). Presenting a native model of quality development of start-ups in the sport of the country in accordance with international standards. *Standard management and quality*, 10(2), 107-125. <https://doi.org/10.22034/jsqm.2020.121768> (in persian).
- Talebi, M., Nourbakhsh, P., Zarei, A., & Noorbakhsh, M. (2020). Designing a Model and Prioritizing the Factors Affecting the Formation of Sport Start-Ups. *Sport Management Studies*. (in persian).
- Tari, G., & Porhelm, H. (2020). Structural Model of Factors Affecting Survival and Growth of Startups in Iran. *Journal of Executive Management*, 12(23), 315-341. <https://doi.org/10.22080/jem.2020.17998.3096>