

Research Paper

Survey the Financing of Sports Startups**Zohre Khosravipoor¹, Mohammad Reihani^{2*}, Zahra Taslimi³**

1. M.A. Student of Sport Management, Faculty of Humanities, University of Bojnord, Bojnord, Iran
2. Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Humanities, Department of Sport Sciences, University of Bojnord, Bojnord, Iran (Corresponding Author)
3. Ph.D. of Sports Management, Deputy Minister of Physical Education and Health, Ministry of Education

Received: 2021/02/22**Accepted:** 2021/12/11**Abstract**

Startups are faced many challenges. One of the most important of these challenges is the ability to finance and launch sports startups today. The purpose of this study was to survey the financing of sports startups. The method of the present study is descriptive-survey. The statistical population included all experts in sports startups and sports finance. The sample number is 221 people who were selected by random sampling method. The validity of the questionnaire was confirmed using content validity method and the reliability of the questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha test. To identify the factors, exploratory factor analysis to investigate the relationship between variables, path analysis method was used in Smart PLS structural equation modeling software. The results showed that the market capacities of startups and the environmental support network of startups have a significant impact on the financing performance of startups. Startups' business capabilities have a significant impact on startups' financial management efficiency and startups' financial management efficiency on startups' financing performance. However, the market capacities of startups and the environmental support network of startups do not have a significant effect on the efficiency of startup financial management. In addition, the efficiency of startup financial management as an intermediary variable has a significant effect on startup financing performance. Considering that the market capacities of sports start-ups, including the structural capacities of the market and the culture of customers, were introduced, it is suggested that the marketing plans of start-up companies be made to build market capacity in order to provide more financial support. In addition, considering the efficiency of financial management of sports startups, including the capabilities of the financial system and financial strategy of startups, it is suggested that financial management programs as well as financial management literacy training be included in the agenda of startup companies in sports.

1. Email: zohrekhosravipoor@gmail.com

2. Email: mo.reihani@yahoo.com

3. Email: zahrataslimi66@gmail.com



Keywords: Financing, Industry Sport, Market Capacities, Sport Startups.

Extended Abstract

Background and Purpose:

The biggest effect on choice of financing instrument is the firm life cycle stage. Stages of firm life cycle consist of start-up, growth, maturity, and decline in which financing instruments and marketing strategy to attract investors differ. According to high failure rate of businesses in stage of growth and lack of due financing as one of the reasons for failure (Rezvani, 2016, p. 278), identifying ways of financing is of essence in this stage. Accordingly, identifying ways to provide financing and financial resources in initiating new businesses in particular start-ups is of great importance due to their failure rate. In line with diversity on the one hand, and obscurity of sport industry to investors on the other hand, it is very necessary to conduct deep studies on sports start-ups in specific financing. Based on what is stated, current study seeks to provide a model for financing sports start-ups.

Materials and Methods:

A descriptive survey with applied objectives and field data collection has been carried out. Statistical population of the survey consists of all experts in sports start-ups and financing. According to the number of variables, current quantitative research is complicated and sample size was estimated 221 people. In order to avoid sample attrition, 250 academic experts in sports businesses and start-ups were chosen through simple random sampling. Online questionnaires were sent to 250 people and eventually 221 questionnaires were collected and analyzed. Research tools were questionnaires and through a semi-structured exploratory interview, they were finalized. Questionnaire consisted of 44 variables in relation to determinants which formed 5 determinants and 12 sub-determinants. In order to evaluate the content validity of research tools, questionnaires were used by sports management experts (5 people) and sports start-ups. Reliability of questionnaires with Cronbach alpha was evaluated in the initial stage (Read Manual). In order to identify the determinants, exploratory factor analysis was applied with Varimax rotation. Questionnaire and research structure were tested through confirmatory factor analysis (CF). Descriptive data were extracted with



SPSS 26.0 and fitness of the proposed model was evaluated through structural equation modelling (SEM) with Smart PLS 3.0.

Findings:

- Results of the factor analysis showed that respectively, dimension, capacity of market structure, and customer culture significantly determine market capacity of sports startups.
- Business empowerment dimensions and business strategy, respectively, significantly determine market capacity of sports start-ups.
- Respectively, providing legal support, expert support, and financing significantly determine the structure of network support for sports start-ups.
- Respectively, capacities of financial system, financial guideline of start-ups significantly determine the structure of financial management efficiency in start-ups.
- Respectively, debt-based approach, income-based approach, and supportive approach significantly determine the structure of financing activity of the start-ups.
- Path analysis showed that variables including market capacity of sports start-ups, network support, and business capabilities of start-ups in financial management directly, positively, and significantly affect financing of sports start-ups. Indirect effects of market capacities and network support of startups on financial management of start-ups (start-ups as mediator) are significant and were more than the direct effect.
- In this study, market capacities of start-ups, business capabilities of start-ups, network support of start-ups, and efficiency of financial management of start-ups were identified as 4 key factors in financing sports start-ups.

Conclusion:

Overall, since market capacities of sports start-ups consist of market structural capacities, and customer culture, it is recommended that business owners conduct marketing programs to build market capacity in order to provide financing. Based on the fact that network support of sports start-ups consists of legal support, expert support, and financial support, it is recommended that policy makers adopt structural support for sports start-ups in a big scale.

Business owners are recommended to adopt the empowering variables introduced in this study in order to increase the business capacities and capabilities for



financing since business capabilities of sports start-ups is in fact, business strategy.

With regard to the fact that financial management efficiency of sports start-ups consists of financial system capabilities, and financial guideline of start-ups, it is recommended that financial management programs, and also financial management education be conducted in sports start-up companies.

Keywords: Financing, Industry Sport, Market Capacities, Sport Startups.

References

1. Ahmadi Kafeshani, A., Rezvani, M., Chitsazan, H., & Mohammadkazemi, R. (2019). Entrepreneurial marketing mix in Fundraising from business angels. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(4), 621-640.
2. Mittal, T., & Madan, P. (2020). Impact of financing patterns on business performance of e-startups in India: A research model. *International Journal of Business Innovation and Research*, 21(4), 490-508.
3. Spender, J.-C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: A review of the literature. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 4-30.



بررسی تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی

زهرا خسروی‌پور^۱، محمد ریحانی^۲، زهرا تسلیمی^۳

۱. دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران
۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران (نویسنده مسئول)
۳. دکتری مدیریت ورزشی، معاونت تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۴

چکیده

استارت‌آپ‌ها با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند. توانایی تأمین مالی یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها است؛ از این‌رو پژوهش حاضر با هدف بررسی تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی انجام گرفت. روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش همه صاحب‌نظران استارت‌آپ‌های ورزشی و تأمین مالی در ورزش بودند. تعداد نمونه ۲۲۱ نفر بود که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. روایی پرسشنامه با استفاده از روش روایی تحلیل محتوا و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ تأیید شد. برای شناسایی عامل‌ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی و برای بررسی ارتباط بین متغیرها از روش تحلیل مسیر در نرم‌افزار مدل‌سازی معادلات ساختاری پی‌ا.اس. استفاده شد. نتایج نشان داد که ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها و شبکه حمایت محیطی آن‌ها بر عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌ها تأثیر معنادار داشتند. قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌ها بر کارایی مدیریت مالی آن‌ها و کارایی مدیریت مالی استارت‌آپ‌ها بر عملکرد تأمین مالی آن‌ها تأثیر معنادار داشتند، اما ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها و شبکه حمایت محیطی آن‌ها بر کارایی مدیریت مالی تأثیر معنادار نداشت؛ درحالی‌که کارایی مدیریت مالی به‌عنوان متغیر واسطه بر عملکرد تأمین مالی تأثیر معنادار داشت. با توجه به اینکه ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها ورزشی شامل ظرفیت‌های ساختاری بازار و فرهنگ مشتریان معرفی شد، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های بازاریابی شرکت‌های استارت‌آپ برای ظرفیت‌سازی بازار به‌منظور تأمین مالی بیشتر و متنوع‌تر انتخاب شود. علاوه‌براین، با توجه به اینکه کارایی مدیریت مالی استارت‌آپ‌های ورزشی شامل قابلیت‌های سیستم مالی و راهبرد مالی است، به نظر می‌رسد باید برنامه‌های مدیریت مالی و همچنین آموزش سواد مدیریت مالی در دستور کار شرکت‌های استارت‌آپی در ورزش قرار گیرد.

واژگان کلیدی: استارت‌آپ ورزشی، تأمین مالی، صنعت ورزش، ظرفیت‌های بازار.

1. Email: zohrekhosravipoor@gmail.com

2. Email: mo.reihani@yahoo.com

3. Email: zahrataslimi66@gmail.com



مقدمه

فعالیت‌های سازمانی نیازمند منابع مالی است. هر سازمانی برای اینکه بتواند کالا و خدمات خود را عرضه کند، ابتدا به منابع مالی و سرمایه نیازمند است تا منابع انسانی را استخدام کند، منابع تجهیزاتی و اطلاعاتی را تهیه کند و هزینه‌های عملیات را بپردازد؛ به همین دلیل، مدیریت منابع مالی شریان حیاتی یک سازمان محسوب می‌شود (گودرزی، ۲۰۱۷، ۶۸). زمانی که تأمین مالی یک کسب‌وکار مطرح می‌شود، به‌طور سنتی از بانک‌ها یاد می‌شود؛ درحالی‌که امروزه بانک‌ها معمولاً تمایلی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر ندارند. ضمن اینکه اغلب مدیران به‌ویژه در مراحل راه‌اندازی و رشد، وثیقه‌ها و اعتبارات کافی به‌منظور تأمین مالی از منابع مرسوم ندارند (رضوانی و فتایی، ۲۰۱۶، ۲۷۸). تأمین مالی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کارآفرینان و یکی از مشکلات اصلی و دلایل شکست کسب‌وکارهای کوچک است (احمدی کافشانی، رضوانی، چیت‌سازان و محمدکاظمی، ۲۰۱۹، ۶۲۱). درواقع، دسترسی به یک روش مناسب از تأمین مالی، همواره مشکلی پیچیده برای صاحبان کسب‌وکار و کارآفرینان است (محمدکاظمی، حسینی‌نیا و حبیبی، ۲۰۱۹، ۲۸۲).

مرور روش‌های تأمین مالی نشان می‌دهد سازمان‌ها و صنایع مختلف متناسب با هدف و امکانات و ظرفیت‌هایشان از روش‌های مختلفی استفاده می‌کنند. یک روش تأمین مالی جدید و دموکراتیک این است که سازمان‌ها می‌توانند از طریق مشارکت اینترنتی جمعیت زیادی از افراد داخل یا خارج از سازمان برای یافتن ایده، حل مشکلات و تأمین مالی پروژه‌های خود استفاده کنند (محمدکاظمی، حسینی‌نیا و حبیبی، ۲۰۱۹، ۲۸۳). در میان صنایع گوناگون، صنعت ورزش نیز همگام با سایر صنایع به‌دنبال منابع مالی برای انجام‌دادن اهداف خود است. تخصیص منابع مالی به‌صورت وجوه تخصیص‌یافته یا بودجه مصوب، به‌عنوان مهم‌ترین منبع تأمین مالی در حوزه صنعت ورزش کشور ایران همواره مدنظر بوده است (تسلیمی، ۲۰۱۶، ۴).

یکی از حوزه‌های پراهمیت در صنعت ورزش و به‌خصوص در کسب‌وکارهای ورزشی، استارت‌آپ‌ها^۱ هستند. استارت‌آپ رویکرد و مفهومی است که در کمتر از یک دهه توانسته است در دنیای کارآفرینی و کسب‌وکار، انقلاب بزرگی ایجاد کند. استارت‌آپ رویدادی است که به‌منظور راه‌اندازی شرکت‌ها و

1. Start Up



کمپانی‌های نوپا برگزار می‌شود. بنابر تعریف متخصصان، استارت‌آپ یک کمپانی نوپا است که راه‌حلی نوین برای حل یک مسئله ارائه می‌کند؛ درحالی‌ه تضمینی برای موفقیت کمپانی از طریق راه‌حل ارائه‌شده وجود ندارد. برخی نیز استارت‌آپ را فرهنگ نوینی برای اندیشه‌های نو و خلاقیت پرفراز ایده‌های موجود می‌دانند که هدف آن برطرف کردن مشکلات موجود در نقاط کلیدی است که به‌عنوان پاشنه آشیل راه‌حل‌های موجود شناخته می‌شود (شهرابی، اشرفی و عباسی، ۲۰۱۹، ۶۲). درواقع، استارت‌آپ‌ها سازمان‌های نوپایی هستند که اگر به‌خوبی روی آن‌ها سرمایه‌گذاری لازم صورت گیرد و اقدامات مدیریتی مناسب برای پیشبرد آن‌ها انجام شود، می‌توانند به رشد و توسعه هر چه بیشتر جوامع منجر شوند (محمدزاده روشتی، قیاسی و طهماسبی لیمونی، ۲۰۲۰، ۹۴). استارت‌آپ‌ها می‌توانند محصولات و خدمات مورد نیاز مردم را ایجاد کنند، فرصت‌های شغلی فراهم کنند، تجارت و ادغام اقتصادی منطقه‌ای را فراهم کنند، از طریق فناوری‌های جدید بهره‌وری را ارتقا بخشند، با چالش‌های زیست‌محیطی برخورد کنند، بر اهداف اقتصادی-اجتماعی تأثیر بگذارند و نوآوری ایجاد کنند (فرارو و دی فرانچسکو^۱، ۲۰۱۸، ۱۳).

در اقتصاد جدید جهانی، استارت‌آپ‌ها یکی از بازیگران اصلی در توسعه اقتصادی قلمداد شده‌اند. دلایل اهمیت آن‌ها، سهم آن‌ها در ایجاد شغل و رشد اقتصادی در سطوح منطقه‌ای، ملی و صنعتی است (تریپاتی، سپ‌آنن، بومیناتانو، اوئو و لیوکونن^۲، ۲۰۱۹، ۱). اسپندر، کورولو، گریمالدی و ریپا^۳ (۲۰۱۷) گزارش کردند که شرکت‌های نوپا و جوان موتور قدرتمندی برای نوآوری هستند و نقشی اساسی در روند نوآوری دارند (اسپندر، کورولو، گریمالدی و ریپا، ۲۰۱۷، ۲). در حوزه ورزش نیز نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌ها ۱۵۲ میلیارد دلار در صنعت ورزش وارد کرده‌اند و باعث ایجاد ۲۴۰۰۰ شغل شده‌اند (تقوی رفسنجانی، حکاک‌زاده و منوچهری‌نژاد، ۲۰۲۰، ۴۰).

استارت‌آپ‌ها اغلب شرکت‌هایی کوچک هستند که در مقایسه با شرکت‌های بزرگ منابع کمتری دارند (سنتوبلی، سرکیونه و اسپوزیتو^۴، ۲۰۱۷، ۲). با توجه به ماهیت استارت‌آپ‌ها و تکیه اصلی

1. Ferraro & Di Francesco
2. Tripathi, Seppänen, Boominathan, Oivo & Liukkunen
3. Spender, Corvello, Grimaldi & Ripa
4. Centobelli, Cerchione & Esposito



آن‌ها بر دانش و نوآوری باید به‌طور مؤثر از منابع دانشی استفاده کنند (اولیوا و کتاب^۱، ۲۰۱۹، ۱۸۳۹)؛ زیرا در مراحل اولیه یک استارت‌آپ به سرمایه برای تأمین کارکنان و هزینه‌های توسعه نیاز هست (نولین^۲، ۲۰۲۰، ۱۲). درواقع، یکی از مسائل اساسی در حوزه استارت‌آپ‌ها، شروع آن‌هاست. آن‌ها در مراحل اولیه به‌دلیل محدودیت‌های مالی، داشتن محصولات نابالغ و نداشتن اطمینان کلی به نیاز بازار، امکان ورشکستگی بسیار زیادی دارند. میانگین زمانی بین آخرین مرحله تأمین مالی و شکست ۲۰ ماه است. تقریباً ۷۱ درصد از شکست استارت‌آپ پیش از سپری شدن دو سال از آخرین تأمین مالی آن‌ها اتفاق می‌افتد (شهرابی، اشرفی و عباسی، ۲۰۱۹، ۶۵).

منابع مختلفی برای شرکت‌های استارت‌آپی در دسترس است که می‌توانند منابع مالی را از آن‌ها تأمین کنند. محمدکاظمی، حسینی‌نیا و حبیبی (۲۰۱۹) تأمین مالی جمعی را به‌عنوان جایگزین یا مکمل روش‌های مرسوم تأمین مالی استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان نوپا معرفی کردند و به بررسی کاربردهای تأمین مالی جمعی درون کسب‌وکارهای تثبیت‌شده خدماتی-ورزشی پرداختند (محمدکاظمی، حسینی‌نیا و حبیبی، ۲۰۱۹، ۲۸۱). از نظر بک، دمیرگوچ کونت و ماکسیموویچ^۳ (۲۰۰۸)، روند تأمین مالی سال‌های مختلف به‌صورت منابع بدهی و حقوق صاحبان سهام، باعث ایجاد ساختار سرمایه برای راه‌اندازی شرکت‌ها شده است (بک، دمیرگوچ کونت و ماکسیموویچ، ۲۰۰۸، ۴۶۸). هاکتال و اشمیت^۴ (۲۰۰۴) نیز دریافتند که الگوی تأمین مالی به معنای داده‌های دوره زمانی مربوط به ابزار مالی خاص است. آن‌ها همچنین اشاره کردند که از طریق الگوی تأمین مالی می‌توان تشخیص داد که کدام منبع تأثیرگذاری بیشتری بر واحد تجاری دارد (هاکتال و اشمیت، ۲۰۰۴، ۷). براساس نتایج پژوهشگران یادشده، می‌توان نتیجه گرفت که ترکیبی از منابع مختلف، ساختار سرمایه یا ساختار مالی یا الگوهای تأمین مالی برای شرکت‌های استارت‌آپی یا هر شرکت نوپایی ایجاد می‌کند (میتال و مدان^۵، ۲۰۲۰، ۴۹۴).

1. Oliva & Kotabe
2. Naulin
3. Beck, Demirgüç-Kunt & Maksimovic
4. Hackethal & Schmidt
5. Mittal & Madan



اغلب سرمایه‌گذاری‌ها روی ایده‌های برتر در استارت‌آپ‌ها برای سرمایه‌گذاران همواره با ریسک همراه‌اند. از یک طرف، صاحبان ایده بر تفکر و ایده خود متعصب‌اند و آن را بهترین گزینه برای سرمایه‌گذاری می‌دانند و از طرف دیگر، سرمایه‌گذاران روی این ایده همواره به‌دنبال بیشترین نرخ بازده هستند و نیز به‌راحتی جذب ایده‌ای نمی‌شوند؛ بر همین اساس پیش از تصمیم‌گیری درباره سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها باید نکاتی را مدنظر قرار داد. به‌هر حال باید پذیرفت که سرمایه‌گذاری، یک ایده هیجان‌انگیز و درعین حال خطرآفرین می‌تواند باشد (شهرابی، اشرفی و عباسی، ۲۰۱۹، ۶۲). درواقع، حل مسئله اساسی چه برای صاحبان استارت‌آپ‌ها و چه برای سرمایه‌گذاران این حوزه بحث تأمین مالی به‌خصوص قبل از راه‌اندازی و در مراحل اول راه‌اندازی استارت‌آپ‌هاست. در این بین با توجه به ریسک زیاد و نبود شناخت از استارت‌آپ‌های حوزه ورزش، این مسئله احتمالاً در صنعت ورزش بسیار حساس‌تر است.

با توجه به جایگاه ورزش در همه سطوح اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، بحث تأمین مالی همه فعالیت‌های ورزشی از مسائل بسیار حیاتی محسوب می‌شود. در همین ارتباط استارت‌آپ‌ها نقش مهمی در به‌کارگیری حداکثری از فواید صنعت ورزش می‌توانند ایفا کنند؛ این در حالی است که تأمین مالی در صنایع و سازمان‌های ورزشی ایران نظیر فدراسیون‌ها، هیئت‌ها، شرکت‌های تولیدی و خدماتی، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های ورزشی مانند بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های خاص به‌دلیل نداشتن انطباق با الگوهای رایج تأمین مالی در سیستم بانکی و نیز نبود اطمینان موجود در وضعیت آتی سرمایه‌گذاری، چالش‌های بسیاری همچون سودآوری، مدیریت کسب‌وکار، نظارت بر مصرف تسهیلات و غیره به همراه داشته است (گودرزی، ۲۰۱۷، ۷۰). هان، کونینگ و ون ویتلوستویجن^۱ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند ورزش به‌عنوان یک صنعت جدید دارای مشکلات یک صنعت جوان است. جایگاه صنعت ورزش در اقتصاد کشورها و همچنین جایگاه تولید به‌عنوان موتور رشد اقتصادی این صنعت از اهمیت انکارناپذیری برخوردار است. درواقع، محصولات ورزشی یک بخش مهم و مؤثر در توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند (هان، کونینگ و ون ویتلوستویجن، ۲۰۰۲، ۴)؛ البته صنعت ورزش به‌دلیل پیچیدگی‌های اجتماعی بسیار که سبب شکست بازار می‌شود، نیازمند

1. Haan, Koning & Van Witteloostuijn



کمک‌های مالی متنوعی است. در همین ارتباط و با توجه به اهمیت تأمین مالی ورزش، بسیاری از جوامع در جست‌وجوی ابزارهایی برای دستیابی به منابع مالی بیشتر در حوزه صنعت ورزش از طریق استفاده از بخش خصوصی هستند (تسلیمی، ۲۰۱۶، ۲).

براساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۰)، تأمین مالی یکی از موانع کارآفرینی و دلیل خروج از کسب‌وکار در اقتصادهای منبع‌محور از جمله ایران است. ایران در شاخص تأمین مالی کارآفرینانه رتبه پنجاه‌وسوم را از میان ۵۴ کشور کسب کرده است که نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب کشورمان در این بعد از چارچوب کارآفرینانه است (احمدی کافشانی، رضوانی، چیت‌سازان و محمدکاظمی، ۲۰۱۹، ۶۲۲). در این بین در سال‌های اخیر، با پیدایش استارت‌آپ‌ها در ایران، افزایشی در تعداد و انواع محصولات خلاقانه مشاهده می‌شود. همچنین همراه با پیشرفت فراوان کسب‌وکارهای نوپا در ایران و تحریم‌ها فعالیت‌های متفاوتی انتخاب شده است (ندافی و احمدوند، ۲۰۱۷، ۵۲۰)؛ البته با مقایسه شاخص‌های کارآفرینی فعالیت‌های استارت‌آپی ایران با سایر کشورها می‌توان دریافت که از لحاظ قابلیت‌های درک‌شده کارآفرینی، رتبه مناسب، دوازدهم، به دست آمده است؛ اگرچه از لحاظ فرصت‌های درک‌شده کارآفرینی و ترس از شکست، ایران به ترتیب رتبه سی‌وششم و سی‌وسوم را داراست که چندان مناسب نیست. همچنین از لحاظ مجموع فعالیت‌های کارآفرینانه^۱ (TEA) در سال ۲۰۱۵، ایران رتبه بیست‌وسوم را در بین کشورهای بررسی‌شده به دست آورد که نشان می‌دهد فرصت‌های بسیاری برای بهبود این شاخص در کشور باید فراهم شود. همچنین از لحاظ شاخص «کارآفرینی به‌عنوان یک فرصت شغلی خوب» رتبه کشور سی‌وهفتم است. شاخص TEA به معنای مجموع فعالیت‌های (تعداد) کارآفرینی نوپا، به‌عنوان یک معیار ابتدایی، نشان‌دهنده وضعیت فعلی فضای استارت‌آپ و به‌طور خلاصه تعداد استارت‌آپ‌های جدید ایجادشده در یک سال اخیر در هر کشور است؛ به تعبیری، پس از بررسی شاخص‌هایی مانند فرصت‌های درک‌شده، قابلیت‌های درک‌شده، ترس از شکست، تصمیم به کارآفرینی و غیره، آنچه درنهایت در یک

1. Beck, Demirgüç-Kunt & Maksimovic



اقتصاد به‌عنوان خروجی فضای کسب‌وکارهای نوپا ملموس است، تعداد استارت‌آپ‌های جدید ایجادشده است (کلی، سینگر و هرینگتون^۱، ۲۰۱۶، ۴ و ۹).

الیاسی، محمدی، جعفری و کرمی (۲۰۱۸) در بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپ در حوزه ورزش و سلامت جسمانی و براساس آمار سایت انگل^۲، شرکت‌های فعال در حوزه استارت‌آپ ورزشی را به هفت بخش تقسیم بندی کردند: ترویج و توسعه ورزش (۳۴ درصد)، بهبود فرایندهای باشگاه‌داری و مدیریت ورزشی (چهار درصد)، واسطه بین ورزشکاران و ارائه‌دهندگان خدمات ورزشی (۱۵ درصد)، تحلیل، مشاوره و ارائه راهکارهای بهبود به ورزشکاران (۱۱ درصد)، آموزش و ارتقای بهره‌وری ورزشی (۱۳ درصد)، فراهم کردن تجهیزات، اماکن و کلاس‌های ویژه افراد دارای معلولیت (یک درصد) و ارائه گجت‌های بهبوددهنده فعالیت‌های ورزشی (۲۲ درصد). این گزارش از نمونه شرکت‌های استارت‌آپ ورزشی فعال در دنیا به شرکت Ofo (محصول/خدمت: اجاره شرکت در سطح شهر)، شرکت Peloton incentive (محصول/خدمت: ورزش در منزل)، شرکت AAPTIV (محصول/خدمت: گجت‌های پوشیدنی، کلاس‌های مجازی)، شرکت Every move (محصول/خدمت: ورزش در منزل)؛ شرکت MyFitnessPal (محصول/خدمت: ورزش در منزل)، شرکت KUAI (محصول/خدمت: مربی آنلاین، هدفون هوشمند)، شرکت Sporty app (محصول/خدمت: فراهم آوردن امکان ورزش در کنار یکدیگر)، شرکت Via cycle (محصول/خدمت: اجاره دوچرخه در سطح شهر)؛ شرکت iMovR (محصول/خدمت: ساخت میزهای کار مناسب با انجام دادن فعالیت ورزشی)، شرکت GeoPalz (محصول/خدمت: بازی‌های پرتحرک)، شرکت Qinetic (محصول/خدمت: آموزش آنلاین)، شرکت Goalline (محصول/خدمت: مدیریت باشگاه)، شرکت Game time (محصول/خدمت: فروش آنلاین بلیت)، شرکت StubHub (محصول/خدمت: اپلیکیشن خرید و فروش بلیت)، شرکت Krossover (محصول/خدمت: تحلیل عملکرد ورزشکاران)، شرکت Coach up (محصول/خدمت: مربیگری تخصصی)، شرکت Beeline Bikes (محصول/خدمت: نرم‌افزار تعمیر دوچرخه)، شرکت Alisports (محصول/خدمت: تحلیل داده‌های کلان با ارائه پلت فرمی در حوزه مدیریت اقتصاد

1. Kelley, Singer & Herrington
2. Angel



ورزش)، شرکت MOOV (محصول/خدمت: گجت‌های پوشیدنی)، شرکت Gait up (محصول/خدمت: ارزیابی عملکرد ورزشی)، شرکت QinetiC (محصول/خدمت: آموزش آنلاین)، شرکت SPORTSY (محصول/خدمت: آموزش مهارت‌های ورزشی) و غیره پرداخته است (الیاسی، محمدی، جعفری و کرمی، ۲۰۱۸، ۱۹). مرور مدل‌های درآمدی مطرح در استارت‌آپ‌های ورزشی اشاره شده نشان می‌دهد نحوه درآمدزایی این استارت‌آپ‌ها بیشتر از طریق فروش مستقیم محصول/خدمت، دریافت حق اشتراک، واسطه‌گری، نمایش تبلیغات و کمک‌های مردمی بوده است. در همین ارتباط و در ادامه سلسله‌گزارش‌های بررسی تجربیات جهانی استارت‌آپ‌ها، کیائی، صارمی، کوهی و کرمی (۲۰۱۹) با بررسی تجربیات داخلی شرکت‌های فناور در حوزه ورزش و سلامت جسمانی در ایران، ضمن معرفی برخی شرکت‌های استارت‌آپی ورزشی در داخل کشور، حوزه‌های فعالیت کسب‌وکارهای فناور در حوزه ورزش و سلامت جسمانی در کشور را در هشت حوزه آموزش، ترویج و توسعه ورزش، مدیریت ورزشی، بازارگاه‌های ورزشی، سامانه‌ها و گجت‌های بهبوددهنده و تجزیه و تحلیل ورزشی، تجهیزات ورزشی، ورزش معلولان، مکمل‌های ورزشی و دستیاران تندرستی تقسیم‌بندی کرده‌اند (کیائی، صارمی، کوهی و کرمی، ۲۰۱۹، ۲۳).

درمجموع باید گفت که موضوع نقدینگی و تأمین منابع به‌خصوص منابع مالی از اولویت‌های استارت‌آپ‌ها و به‌خصوص استارت‌آپ‌های حوزه ورزش نیز است. در همین راستا مشاهده می‌شود که در سال‌های اخیر (در کشورهای توسعه‌یافته)، شرکت‌های تجاری، بانک‌ها، انجمن‌ها و رسانه‌ها به تأمین مالی حوزه ورزش علاقه نشان داده‌اند (تسلیمی، ۲۰۱۶، ۵). درواقع، همه صنایع و واحدهای تجاری از جمله صنایع و واحدهای ورزشی به‌منظور راه‌اندازی و شروع فعالیت به سرمایه و به‌منظور توسعه و تداوم فعالیت خود به سرمایه‌گذاری جدید نیاز دارند. دسترسی به منابع مالی یکی از عوامل مهم موفقیت شرکت‌ها و یکی از دغدغه‌های مهم شرکت‌ها در مراحل مختلف عمر آن‌هاست (رضوانی و فتایی، ۲۰۱۶، ۲۷۸). درمجموع باید گفت که برای ایده‌ها و طرح‌های انتخابی، جذب سرمایه‌گذار بسیار مشکل است و از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است؛ ازاین‌رو تأمین مالی در استارت‌آپ‌ها همواره با مشکلات متعددی روبه‌رو بوده است (شهرابی، اشرفی و عباسی، ۲۰۱۹، ۶۴).



هرچند در دهه‌های گذشته به دانش بازاریابی توجه زیادی شده است، به فنون بازاریابی برای تأمین مالی کمتر توجه شده است. بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد در این حیطه پژوهش‌های جامع و کاملی انجام نشده است؛ به نحوی که به نادیده گرفتن یکی از راه‌های مؤثر در جذب سرمایه در بیشتر صنایع منجر شده است؛ در حالی که به دلیل محدود بودن منابع مالی بنگاه‌های تسهیلات‌دهنده و انتظارات و نیاز بنگاه‌های تسهیلات‌گیرنده، تدوین راهبرد مناسب و آمیخته از تکنیک‌ها و ابزارهای بازاریابی، عاملی کلیدی برای موفقیت استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود. در همین ارتباط پژوهش‌ها ثابت کرده‌اند که بزرگ‌ترین تأثیر بر انتخاب ابزارهای تأمین مالی، مرحله عمر شرکت است. مراحل عمر شرکت شامل راه‌اندازی، رشد، بلوغ و افول است که در هر کدام از این مراحل ابزار تأمین مالی و راهبرد بازاریابی برای جذب سرمایه‌گذار متفاوت است. با توجه به میزان زیاد شکست کسب‌وکارها در مرحله رشد و نبود تأمین مالی به موقع به عنوان یکی از دلایل شکست (رضوانی و فتایی، ۲۰۱۶، ۲۷۸)، شناسایی راه‌های تأمین مالی در این مرحله بسیار ضروری است؛ بر این اساس شناسایی روش‌های تأمین مالی و منابع مالی در راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید، به خصوص استارت‌آپ‌ها با توجه به وضعیت شکننده موفقیتشان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در همین ارتباط با توجه به گستردگی صنعت ورزش از یک طرف و ناشناخته بودن این حوزه برای سرمایه‌گذاران از طرف دیگر، بسیار ضروری است تا در حوزه استارت‌آپ‌های ورزشی به خصوص تأمین مالی آن‌ها مطالعات عمیق‌تری انجام گیرد. با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی برای تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی است.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها میدانی بود. جامعه آماری پژوهش همه صاحب‌نظران استارت‌آپ‌های ورزشی و تأمین مالی در ورزش بودند. با توجه به تعداد متغیرهای بررسی‌شده، پژوهش حاضر از نوع کمی پیچیده است و حجم نمونه ۲۲۱ نفر برآورد شد. کلاین^۱ (۲۰۰۵، به نقل از فیاض، عامری و بشارت، ۲۰۱۵، ۱۱۶) برای برآورد حجم

1. Klein



نمونه در پژوهش‌های مبتنی بر همبستگی و رگرسیون، با تقسیم انواع مدل‌های تحلیل مسیر به سه نوع ساده، کمی پیچیده و پیچیده، حجم نمونه در الگوی ساده کمتر از ۱۰۰، در الگوهای کمی پیچیده بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ و در الگوهای پیچیده بیشتر از ۲۰۰ نفر پیشنهاد شده است. با توجه به تعداد متغیرهای بررسی‌شده، پژوهش حاضر از نوع کمی پیچیده بود و حجم نمونه ۲۰۰ نفر برآورد شد. البته به‌منظور جلوگیری از ریزش نمونه، ۲۵۰ نفر از صاحب‌نظران دانشگاهی در حوزه کسب‌وکار ورزشی و صاحبان استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه برای ۲۵۰ نفر از نمونه انتخاب‌شده به‌صورت اینترنتی ارسال شد که درنهایت ۲۲۱ پرسشنامه کامل جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. داده‌های مورد نیاز توسط سه روش زیر جمع‌آوری شد:

الف- مطالعه کتابخانه‌ای: استخراج مؤلفه‌ها با بررسی مبانی و پیشینه از طریق مطالعه اسناد، کتاب‌ها و مقالات شامل منابع داخلی و خارجی انجام شد؛

ب- مصاحبه اکتشافی نیمه‌هدایت‌شده: از مصاحبه‌های اکتشافی نیمه‌هدایت‌شده برای تکمیل و تطبیق عوامل و روابط شناسایی‌شده در مطالعه کتابخانه‌ای استفاده شد. انجام دادن مصاحبه‌ها براساس چارچوب تحلیلی طراحی‌شده از قبل صورت گرفت و قبل از انجام، تحلیل یافته‌ها مبنای مصاحبه جدید قرار گرفت؛

ج- پرسشنامه: براساس جمع‌بندی مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه اکتشافی نیمه‌هدایت‌شده، پرسشنامه محقق‌ساخته شامل ۴۴ متغیر مربوط به عوامل تعیین‌کننده در پنج عامل اصلی و ۱۲ عامل فرعی ساخته شد. پرسشنامه حاوی متغیرهای پژوهش (گویه‌های پرسشی)، با مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (از بسیار کم = یک تا بسیار زیاد = پنج)، از مجموع متغیرهای شناسایی‌شده، پس از بررسی و غربالگری تعداد مناسب که از لحاظ تعداد، بیشترین تکرار و تأکید را در مصاحبه‌ها، مقالات، اسناد و گزارش‌ها داشتند، استفاده شد.

برای بررسی روایی محتوایی ابزار پژوهش، ابتدا از نظر متخصصان مدیریت ورزشی (پنج نفر) و صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی (پنج نفر) استفاده شد. سپس پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ در مرحله مقدماتی (مطالعه راهنما) ارزیابی شد (جدول شماره یک). درنهایت برای شناسایی عامل‌ها



از روش تحلیل عاملی اکتشافی به روش مؤلفه اصلی با استفاده از چرخش واریماکس استفاده شد. تعداد عامل‌های به‌دست‌آمده از ترکیب معیارهای زیر تعیین شد: ۱- شناخت اولیه تعداد عامل‌ها براساس مرور مقالات، ۲- انتخاب عامل‌ها براساس مقادیر ویژه^۱ بیشتر از یک، ۳- بررسی بصری براساس آزمون اسکری^۲ (نقطه پرش برای چرخش عامل‌ها جایی است که شیب خط تغییر می‌کند)، ۴- استفاده از معیار توصیف واریانس و ۵- قابلیت درک عامل‌های اقتباس‌شده. همچنین ساختار پرسشنامه و سازه پژوهش با استفاده از روش تحلیل عاملی (CF) و برازش آزمون شد. با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.^۳ نسخه ۲۶ اطلاعات توصیفی لازم از داده‌ها استخراج شد و به‌وسیله نرم‌افزار اسمارت.پی.ال.اس.^۴ نسخه سه برازندگی الگوی پیشنهادی از طریق الگوی معادلات ساختاری^۵ ارزیابی شد.

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری در سازه مرتبه اول به دلیل انعکاسی بودن، علاوه بر بررسی بارهای عاملی (بیشتر از ۰/۴) و ضرایب معناداری (بیشتر از ۱/۹۶) از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. برای سنجش پایایی مدل به بررسی پایایی ترکیبی^۶ و آلفای کرونباخ پرداخته شد. برای سنجش روایی همگرا از شاخص واریانس متوسط استخراج‌شده^۷ استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره یک مشخص است، پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ درباره همه متغیرها از ۰/۷ بیشتر است؛ در نتیجه نتایج پژوهش حاضر درباره این دو معیار برازش مناسب مدل را تأیید می‌کند. همچنین با توجه به نتایج، واریانس متوسط استخراجی همه سازه‌ها از ۰/۵ بیشتر است؛ در نتیجه روایی همگرای مدل و مناسب بودن برازش مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

-
1. Eigen Values
 2. Scree Test
 3. SPSS
 4. Smart PLS
 5. Structural equation modeling
 6. Composite Reliability
 7. Average Variance Extracted (AVE)



جدول ۱- گزارش معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی

Table 1- Report of Cronbach's Alpha, Combined Reliability and Mean Extraction Variance

| ضریب آلفای کرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient s (Alpha \geq 0.07) | میانگین واریانس استخراجی Extraction Variance Mean (AVE \geq 0.5) | پایایی ترکیبی Combined Reliability Coefficient (CR \geq 0.5) | ابعاد فرعی Sub- Dimensions | ابعاد اصلی Main Dimensions |
|---|---|--|--|---|
| 0.79 | 0.623 | 0.868 | ظرفیت‌های ساختاری بازار Structural Capacities of the Market | ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌های ورزشی Capacities of the Sports Startup Market |
| 0.82 | 0.663 | 0.887 | فرهنگ مشتریان Customer Culture | |
| 0.79 | 0.711 | 0.88 | حمایت‌های حقوقی Legal Protections | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌های ورزشی |
| 0.87 | 0.802 | 0.924 | حمایت‌های تخصصی Specialized Support | Environmental Support Network of Sports Startups |
| 0.89 | 0.826 | 0.935 | حمایت‌های مالی Financial Support | |
| 0.92 | 0.817 | 0.947 | توانمندی‌های کسب‌وکاری Business Capabilities | قابلیت‌های کسب‌وکاری |



| | | | | |
|------|-------|-------|--|---|
| 0.89 | 0.762 | 0.927 | استراتژی کسب و کار Business Strategy | استارت‌آپ‌های ورزشی Business Capabilities of Sports Startups |
| 0.91 | 0.75 | 0.938 | قابلیت‌های سیستم مالی Financial System Capabilities | کارآیی مدیریت مالی استارت‌آپ-های ورزشی Efficiency of Financial Management of Sports Startups |
| 0.84 | 0.688 | 0.898 | راهبرد مالی استارت‌آپ‌ها Startup Financial Strategy | |
| 0.86 | 0.681 | 0.865 | رویکرد بدهی Debt Approach | عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی Financial Performance of Sports Startups |
| 0.83 | 0.749 | 0.899 | رویکرد درآمدی Income Approach | |
| 0.87 | 0.722 | 0.912 | رویکرد حمایتی Supportive Approach | |

در قسمت روایی واگرا، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. نتایج روایی واگرایی مدل در جدول شماره دو آمده است. همان‌گونه که از جدول مشخص است، مقدار جذر واریانس متوسط استخراجی متغیرها در پژوهش حاضر از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است؛ از این رو می‌توان اظهار کرد که در پژوهش حاضر، سازه‌ها در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر؛ به بیان دیگر، روایی واگرایی مدل در حد مناسب است. نتایج پژوهش در ارتباط با تحلیل عاملی اکتشافی ۱۲ مؤلفه شناسایی شده، ۷۹/۱۳۱ درصد از واریانس را تبیین کرد. نام‌گذاری این عوامل براساس مفاد آیتم‌های توصیف‌کننده هر یک از عوامل پایه‌ریزی شد.



جدول ۲- مقادیر پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر و بار عاملی

Table 2 - Reliability Values of Observable Variables

| وضعیت Condition | T Statistics | ضریب Coefficient | بار عاملی Factor Load | متغیرهای مشاهده‌پذیر Variables Visible | ابعاد Dimensions |
|--------------------|-----------------|---------------------|--------------------------------|--|---|
| تأیید | 29.234 | 0.808 | 0.625 | (۱) تمایل سرمایه‌گذاران استارت‌آپی به ایده‌های ورزشی | ظرفیت‌های ساختاری بازار Structural Capacities of the Market |
| تأیید | 32.783 | 0.810 | 0.674 | (۲) زنجیره تأمین برای استارت‌آپ‌های ورزش | |
| تأیید | 26.477 | 0.770 | 0.735 | (۳) قابلیت دسترسی به اطلاعات بازار برای استارت‌آپ‌ها | |
| تأیید | 26.059 | 0.769 | 0.649 | (۴) رقابت‌پذیری بازار خدمات مجازی در ورزش | |
| تأیید | 39.135 | 0.814 | 0.582 | (۵) گرایش مشتریان ورزشی به محصولات و خدمات استارت‌آپی | |
| تأیید | 44.857 | 0.845 | 0.743 | (۶) مصرف مجازی مشتریان ورزشی در فضای آنلاین | فرهنگ مشتریان Customer Culture |
| تأیید | 33.240 | 0.821 | 0.797 | (۷) تمایل مشتریان به خرید الکترونیک در ورزش | حمایت‌های حقوقی Legal Protections |
| تأیید | 23.859 | 0.777 | 0/69 | (۸) تمایل مشتریان ورزشی به محصولات و خدمات نوین و فناورانه | |
| تأیید | 25.977 | 0.795 | 0.572 | (۹) ارتقای مواد حقوقی مالکیت فکری معنوی (کپی‌رایت) برای استارت‌آپ‌ها | |
| تأیید | 52.938 | 0.888 | 0.642 | (۱۰) اولویت برون‌سپاری دولتی در حوزه ورزش به شرکت‌های استارت‌آپی | |
| تأیید | 31.364 | 0.844 | 0.728 | (۱۱) اصلاح برخی موارد قوانین مرتبط با کارآفرینی و | |



| | | | | | |
|-------|--------|-------|-------|--|---|
| | | | | استارت‌آپ نسبت به بخش ورزش مانند مجوزها و غیره | |
| تأیید | 74.735 | 0.903 | 0.511 | (۱۲) حمایت اطلاعاتی، فنی و علمی از استارت‌آپ‌های ورزشی | |
| تأیید | 55.720 | 0.895 | 0.532 | (۱۳) حمایت‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی از استارت‌آپ‌های ورزشی | حمایت‌های تخصصی Specialized Support |
| تأیید | 66.375 | 0.888 | 0.584 | (۱۴) برگزاری رویدادهای مختلف آموزشی، رقابتی، نمایشگاهی و غیره برای فراهم کردن بستری برای رشد استارت‌آپ‌های ورزشی | |
| تأیید | 71.039 | 0.913 | 0.736 | (۱۵) ارائه تسهیلات به استارت‌آپ‌های ورزشی | حمایت‌های مالی Financial Support |
| تأیید | 80.079 | 0.929 | 0.778 | (۱۶) معافیت‌های مالیاتی برای استارت‌آپ‌های ورزشی | |
| تأیید | 41.009 | 0.885 | 0.741 | (۱۷) اصلاح نرخ بهره و تنفس در حوزه تسهیلات استارت‌آپ‌های ورزشی | |
| تأیید | 53.853 | 0.904 | 0.717 | (۱۸) مهارت‌های بازاریابی | توانمندی‌های کسب‌وکاری Business Capabilities |
| تأیید | 62.984 | 0.915 | 0.822 | (۱۹) توانمندی در نوآوری و تحقیق و توسعه | |
| تأیید | 79.419 | 0.923 | 0.759 | (۲۰) تخصص‌ها و مهارت‌های کسب‌وکار | |
| تأیید | 46.433 | 0.874 | 0.785 | (۲۱) مهارت آی‌تی و دیجیتال | |
| تأیید | 37.866 | 0.869 | 0.75 | (۲۲) تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات | استراتژی کسب‌وکار Business Strategy |
| تأیید | 41.881 | 0.874 | 0.664 | (۲۳) ارائه محصولات و خدمات با دامنه بزرگ‌تری از بازار | |
| تأیید | 44.675 | 0.880 | 0.646 | (۲۴) تناسب بین دریافت سفارش از مشتری و ارائه نوآوری | |



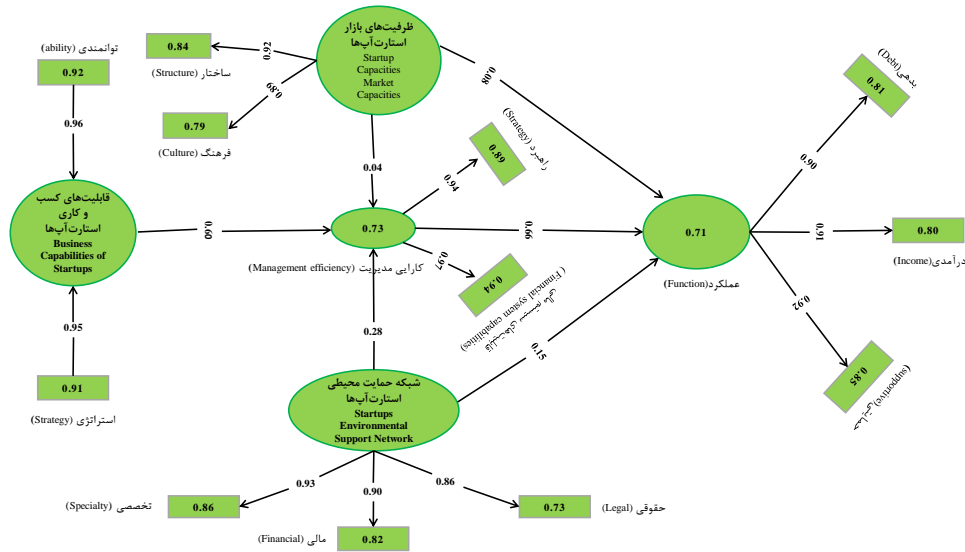
| | | | | | | |
|-------|--------|-------|-------|---|--|--|
| تأیید | 43.206 | 0.867 | 0.654 | ۲۵) نوآوری و کیفیت بخشی به محصولات و خدمات موجود | قابلیت های سیستم مالی Financial System Capabilities | |
| تأیید | 49.404 | 0.883 | 0.55 | ۲۶) متخصص مالی در تیم استارت آپ | | |
| تأیید | 56.325 | 0.891 | 0.544 | ۲۷) برنامه ریزی مالی در استارت آپ های ورزشی | | |
| تأیید | 42.688 | 0.858 | 0.54 | ۲۸) دسترسی به فناوری های مالی در استارت آپ های ورزشی | | |
| تأیید | 51.412 | 0.856 | 0.642 | ۲۹) قابلیت های حسابداری و گزارشگری مالی | | |
| تأیید | 38.279 | 0.841 | 0.496 | ۳۰) توانایی مناسب در ارزش گذاری و قیمت گذاری | | |
| تأیید | 52.554 | 0.862 | 0.444 | ۳۱) تنوع بخشی به روش ها و منابع تأمین مالی | | |
| تأیید | 29.480 | 0.846 | 0.549 | ۳۲) کاهش و هدفمندسازی هزینه های مالی | | راهبرد مالی استارت آپ ها Startup Financial Strategy |
| تأیید | 32.052 | 0.818 | 0.473 | ۳۳) تمایل به سرمایه گذاری بلندمدت یا کوتاهمدت | | |
| تأیید | 27.166 | 0.790 | 0.737 | ۳۴) استفاده از روش های مالی جذب مشتری مانند تخفیف و غیره | | |
| تأیید | 25.519 | 0.772 | 0.692 | ۳۵) استفاده از دارایی های تیم استارت آپ و دوستان و خانواده | | |
| تأیید | 34.709 | 0.843 | 0.713 | ۳۶) گرفتن وام و تسهیلات بانکی | رویکرد بدهی Debt Approach | |
| تأیید | 44.852 | 0.859 | 0.526 | ۳۷) جذب سرمایه گذار و فروش سهام | | |
| تأیید | 41.100 | 0.839 | 0.653 | ۳۸) پیش فروش محصولات و خدمات | رویکرد درآمدی Income Approach | |
| تأیید | 56.241 | 0.897 | 0.518 | ۳۹) فروش محصولات و خدمات اولیه، ساده و مکمل در مقایسه با محصولات و خدمات اصلی | | |



| | | | | | |
|-------|--------|-------|-------|--|--------------------------------------|
| تأیید | 46.102 | 0.859 | 0.504 | ۴۰) شراکت و همکاری با سایر کسب‌وکارها | رویکرد حمایتی Supportive Approach |
| تأیید | 28.913 | 0.822 | 0.582 | ۴۱) جذب حمایت مالی عمومی | |
| تأیید | 52.817 | 0.875 | 0.723 | ۴۲) جذب از پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد | |
| تأیید | 66.566 | 0.894 | 0.698 | ۴۳) جذب از مراکز شتاب‌دهنده | |
| تأیید | 25.660 | 0.806 | 0.596 | ۴۴) جذب تسهیلات دولتی | |

نتایج

طبق بررسی‌ها از مجموع ۲۲۱ شرکت‌کننده، ۱۴۴ مرد (۶۵/۲ درصد) و ۷۰ زن (۳۴/۸ درصد) بودند. طبق بررسی‌ها از تعداد کل ۲۲۱ نمونه آماری، چهار نفر (۱/۸ درصد) مدرک تحصیلی کاردانی، ۶۲ نفر (۲۸/۱ درصد) کارشناسی، ۹۹ نفر (۴۴/۸ درصد) کارشناسی‌ارشد و ۵۶ نفر (۲۵/۳ درصد) مدرک تحصیلی دکتری داشتند.



شکل ۱- ضرایب اثر مدل پژوهش

Figure 1 - Effects of Research Model



جدول ۳- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری عوامل مدل پژوهش

Table 3 - Results of Direct Relationship and Significance Coefficients of Research Model Factors

| نتیجه Result | نسبت بحرانی Critical Ratio | ضریب رگرسیون Regression Coefficient | مسیر Direction |
|-----------------------|-------------------------------------|--|---|
| تأیید Confirmation | 96.42 | 0.92 | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها Specialized Startups Support Environmental Support Network <- |
| تأیید Confirmation | 37.03 | 0.87 | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها Legal Startups Protections Environmental Support Network <- |
| تأیید Confirmation | 2.33 | 0.13 | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها عملکرد تأمین مالی Financial Performance Startups Environmental Support Network <- |
| تأیید Confirmation | 64.40 | 0.90 | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها حمایت‌های مالی Financial Support Startups Environmental Support Network <- |
| تأیید Confirmation | 4.65 | 0.26 | شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها کارایی مدیریت مالی Financial Management Efficiency Startups Environmental Support Network <- |
| تأیید Confirmation | 61.76 | 0.89 | ظرفیت‌های ساختاری بازار Structural Capacities of the Market <- ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها Startup Capacities Market Capacities |



| | | | | | |
|--------------------------|--------|------|---|----|---|
| تأیید Confirmation | 2.04 | 0.10 | عملکرد تأمین مالی Financial Performance | <- | ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها Startup Capacities Market Capacities |
| تأیید Confirmation | 68.36 | 0.90 | فرهنگ مشتریان Customer Culture | <- | ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها Startup Capacities Market Capacities |
| عدم تأیید Disapproval | 0.44 | 0.03 | کارایی مدیریت مالی Financial Management Efficiency | <- | ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها Startup Capacities Market Capacities |
| تأیید Confirmation | 64.09 | 0.90 | رویکرد بدهی Debt Approach | <- | عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌ها Startup Finance Performance |
| تأیید Confirmation | 85.84 | 0.93 | رویکرد حمایتی Supportive Approach | <- | عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌ها Startup Finance Performance |
| تأیید Confirmation | 66.62 | 0.90 | رویکرد درآمدی Income Approach | <- | عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌ها Startup Finance Performance |
| تأیید Confirmation | 11.24 | 0.62 | کارایی مدیریت مالی Financial Management Efficiency | <- | قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌ها Business Capabilities of Startups |
| تأیید Confirmation | 189.76 | 0.95 | استراتژی کسب‌وکار Business Strategy | <- | قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌ها Business Capabilities of Startups |
| تأیید Confirmation | 239.29 | 0.96 | توانمندی‌های کسب‌وکاری Business Capabilities | <- | قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌ها |



| | | | | |
|--------------|--------|------|-------------------------------|---|
| | | | | Business Capabilities of Startups |
| | | | کارایی مدیریت مالی | |
| تأیید | 14.74 | 0.67 | عملکرد تأمین مالی | استارت‌آپ‌ها |
| Confirmation | | | Financial Performance | <- Efficiency of Startup Financial Management |
| | | | | کارایی مدیریت مالی |
| تأیید | 118.95 | 0.94 | راهبرد مالی | استارت‌آپ‌ها |
| Confirmation | | | Financial Strategy | <- Efficiency of Startup Financial Management |
| | | | قابلیت‌های سیستم مالی | کارایی مدیریت مالی |
| تأیید | 224.86 | 0.97 | Financial System Capabilities | استارت‌آپ‌ها |
| Confirmation | | | | <- Efficiency of Startup Financial Management |

برازش کلی مدل

در روش پی‌ال‌اس. هیچ معیار کلی به‌منظور برازش مدل کلی (مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود) وجود ندارد؛ به همین منظور تلاش‌های بسیاری برای حل این مشکل شد. تنها تننهایوس^۱ و همکاران (۲۰۰۴) معیاری کلی با عنوان GOF^۲ را برای حل این مشکل پیشنهاد دادند که می‌تواند شاخصی مطمئن برای برازش کل مدل محسوب شود. با توجه به بررسی‌های آن‌ها، GOF از طریق معادله شماره یک قابل محاسبه است. مقادیر به‌دست‌آمده توسط این فرمول با توجه به مطالعات وتزلس^۳ و همکاران (۲۰۰۹) می‌تواند با سه مقدار ۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ در سه سطح ضعیف، متوسط و قوی تقسیم‌بندی شود.

معادله (۱): فرمول محاسبه برازش کلی مدل در روش PLS

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times \bar{R}^2}$$

1. Tnnhavs
2. Goodness of Fit
3. Vtzls



به منظور توضیح در رابطه با اجزای فرمول شماره یک، باید اذعان کرد که *communalities* نشانه میان اشتراکی هر سازه است که برای بررسی برازش بخش مدل اندازه‌گیری به کار گرفته می‌شود و برای ارزیابی کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری از این معیار استفاده می‌شود. این معیار نشان می‌دهد که چه مقدار از تغییرپذیری شاخص‌ها (سؤال‌ها) توسط سازه مرتبط با خود تبیین می‌شود. R^2 نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است که برای بررسی برازش بخش ساختاری مدل به کار گرفته می‌شود و نشان از میزان قوت سازه‌های درون‌زا با دیگر سازه‌ها دارد؛ بدین ترتیب GOF برای مدل پژوهش به صورت زیر محاسبه شد:

نکته ۱- تنها باید مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول را در محاسبه *communalities* دخیل کرد.

نکته ۲- برای محاسبه $\overline{R^2}$ باید مقادیر R^2 مربوط به تمامی متغیرهای پنهان درون‌زای مدل اعم از مرتبه اول و مرتبه دوم را مدنظر قرار داد.

$$GOF = \sqrt{0.071 \times 0.074} = 0.072$$

با توجه به اینکه معیار نام‌برده برابر با ۰/۰۷۲ است، براساس پژوهش وتزلز و همکاران (۲۰۰۹)، برازش کلی مدل در حد «بسیار قوی» تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در شرایط رقابتی بازار، برای راه‌اندازی کسب‌وکار و افزایش سودآوری و عمر شرکت‌ها لازم است روش تأمین مالی مناسب شناسایی و انتخاب شود؛ از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی انجام شد. با توجه به اینکه در بخش استارت‌آپی سابقه کشور در بخش عملیاتی و پژوهشی مربوط به چند سال اخیر بوده است و به تبع آن استارت‌آپ‌های ورزشی نیز تازه وارد صحنه عملیاتی شده‌اند، شرایط پژوهشگران برای استفاده از تجربیات مطالعاتی محدود بود؛ براین اساس در شناسایی عوامل ضمن بررسی پژوهش‌های استارت‌آپی و به خصوص شرایط خاص استارت‌آپ‌های ورزشی در ایران سعی شد تمرکز بحث به جای مقایسه با سایر پژوهش‌ها باشد که در سایر بسترهای غیرمرتبط بودند، بر ارائه یافته‌های پژوهش متمرکز باشد.



نتایج پژوهش درباره شناسایی روش‌های تأمین مالی نشان داد که دو بُعد ظرفیت‌های ساختاری بازار و فرهنگ مشتریان به ترتیب در عامل ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌های ورزشی، دو بُعد توانمندسازی کسب‌وکاری و استراتژی کسب‌وکار به ترتیب در عامل قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌های ورزشی، سه بُعد حمایت‌های حقوقی، حمایت‌های تخصصی و حمایت‌های مالی به ترتیب در عامل شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌های ورزشی و دو بُعد قابلیت‌های سیستم مالی و راهبرد مالی استارت‌آپ‌ها به ترتیب در عامل کارایی مدیریت مالی، مهم‌ترین روش‌های تأمین مالی در شرکت‌های استارت‌آپی در ورزش بودند. به‌طور خلاصه و براساس ابعاد اصلی، در این مطالعه ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌ها، قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌ها، شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌ها و کارایی مدیریت مالی استارت‌آپ‌ها، چهار عامل کلیدی تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی شناسایی شدند. ضمن اینکه مهم‌ترین رویکردهای تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی به ترتیب رویکرد بدهی، رویکرد درآمدی و رویکرد حمایتی بودند. با توجه به اینکه توسعه شرکت‌های استارت‌آپی به‌صورت عام و استارت‌آپ‌های ورزشی به‌صورت خاص در رشد اشتغال‌زایی، تأمین نیازهای بازار با اتکا به توانمندی‌های داخلی، افزایش خلاقیت و نوآوری و توسعه پایدار اقتصادی مؤثر است، حمایت‌های شناسایی شده در زمینه تأمین مالی این شرکت‌ها می‌تواند زمینه‌ساز شکوفایی و توسعه این شرکت‌ها و درنهایت شرکت‌های وابسته به استارت‌آپ‌ها و گسترش تولیدات و خدمات ورزشی و ایجاد ارزش افزوده در این صنعت شود.

نتایج نشان داد که ابعاد ظرفیت‌های ساختاری بازار و فرهنگ مشتریان، به ترتیب به‌طور معناداری تبیین‌کننده سازه ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌های ورزشی بودند. براساس اولویت، چهار متغیر تمایل مشتریان ورزشی به محصولات و خدمات نوین و فناورانه، تمایل مشتریان به خرید الکترونیک در ورزش، مصرف مجازی مشتریان ورزشی در فضای آنلاین و گرایش مشتریان ورزشی به محصولات و خدمات استارت‌آپی در بُعد فرهنگ مشتریان، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. همچنین براساس اولویت، چهار متغیر رقابت‌پذیری بازار خدمات مجازی در ورزش، قابلیت دسترسی به اطلاعات بازار برای استارت‌آپ‌ها، زنجیره تأمین برای استارت‌آپ‌های ورزشی و تمایل سرمایه‌گذاران استارت‌آپی به ایده‌های ورزشی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند؛ از این رو با در نظر گرفتن مزیت‌های ایران در حوزه استارت‌آپ‌های ورزشی ضروری است هم دولت برای بهبود



روابط اقتصادی و ورود به بازار سایر کشورها، به‌ویژه کشورهای منطقه سیاست‌گذاری مناسبی اتخاذ و اجرا کند و هم سایر بازیگران زیست‌بوم استارت‌آپی کشور با افزایش سطح دانش و توانایی خود عزم جدی برای حضور در بازارهای جهانی داشته باشند تا بتوان از طریق آن سرمایه‌گذاران را برای استارت‌آپ‌های ورزشی جذب کرد.

ابعاد حمایت‌های حقوقی، حمایت‌های تخصصی، حمایت‌های مالی به ترتیب میزان اثر، به‌طور معناداری تبیین‌کننده سازه شبکه حمایت محیطی استارت‌آپ‌های ورزشی بودند. براساس اولویت، سه متغیر اصلاح برخی موارد قوانین مرتبط با کارآفرینی و استارت‌آپ نسبت به بخش ورزش مانند مجوزها و غیره، ارتقای مواد حقوقی مالکیت فکری معنوی (کپی‌رایت) برای استارت‌آپ‌ها و اولویت برون‌سپاری دولتی در حوزه ورزش به شرکت‌های استارت‌آپی در بعد حمایت حقوقی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. همچنین براساس اولویت، سه متغیر برگزاری رویدادهای مختلف آموزشی، رقابتی، نمایشگاهی و غیره برای فراهم کردن بستری برای رشد استارت‌آپ‌های ورزشی، حمایت‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی از استارت‌آپ‌های ورزشی و همچنین حمایت اطلاعاتی، فنی و علمی از استارت‌آپ‌های ورزشی در بعد حمایت‌های تخصصی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. درنهایت براساس اولویت، سه متغیر اصلاح نرخ بهره و تنفس در حوزه تسهیلات استارت‌آپ‌های ورزشی، ارائه تسهیلات به استارت‌آپ‌های ورزشی و همچنین معافیت‌های مالیاتی برای استارت‌آپ‌های ورزشی حمایت‌های مالی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. با تأکید بر اینکه استارت‌آپ‌ها مثل یک موجود زنده هستند و باید برای توسعه آن‌ها اکوسیستم استارت‌آپی وجود داشته باشد، پس زیست‌بوم استارت‌آپ‌ها باید موجودیت‌هایی مانند دانشگاه‌ها، مراکز رشد و پارک‌ها، سرمایه‌گذاران، شتاب‌دهنده‌ها، دولت و نهادهای حاکمیتی موجودیت‌های اکوسیستم استارت‌آپ‌ها باشند و این مراکز از استارت‌آپ‌ها در رسانه‌های خود حمایت کنند.

ابعاد توانمندهای کسب‌وکاری و استراتژی کسب‌وکار به ترتیب میزان اثر، به‌طور معناداری تبیین‌کننده سازه قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌های ورزشی بودند. براساس اولویت چهارم، متغیر تخصص‌ها و مهارت‌های کسب‌وکار، توانمندی در نوآوری و تحقیق و توسعه، مهارت آی‌تی و دیجیتال و همچنین مهارت‌های بازاریابی در بعد توانمندهای کسب‌وکاری، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی



استارت‌آپ‌ها داشتند. همچنین براساس اولویت، چهار متغیر تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات، نوآوری و کیفیت‌بخشی به محصولات و خدمات موجود، ارائه محصولات و خدمات با دامنه بزرگ‌تری از بازار و همچنین تناسب بین دریافت سفارش از مشتری و ارائه نوآوری در بعد استراتژی کسب‌وکار، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. کسب‌وکارهای ورزشی مختلف اهداف متفاوتی دارند و برای تحقق اهداف خود، مسیرهای متفاوتی را طی می‌کنند. این مسیرهای متفاوت، استراتژی کسب‌وکار هریک از مشاغل را تشکیل می‌دهند که درک آن به نظر آسان می‌رسد، اما گاهی اوقات تشکیل و اجرای یک کسب‌وکار موفقیت‌آمیز بسیار دشوار است که در نتیجه با دنیای متغیر امروز، استراتژی‌های کسب‌وکار نیز باید انعطاف‌پذیر و قابل تغییر باشند تا در دنیای پرتلاطم امروزی بتوانند موفق باشند.

ابعاد قابلیت‌های سیستم مالی و راهبرد مالی استارت‌آپ‌ها به ترتیب میزان اثر، به‌طور معناداری تبیین‌کننده سازه کارایی مدیریت مالی استارت‌آپ‌های ورزشی بودند. براساس اولویت، پنج متغیر توانایی مناسب در ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری، برنامه‌ریزی مالی در استارت‌آپ‌های ورزشی، قابلیت‌های حسابداری و گزارشگری مالی، متخصص مالی در تیم استارت‌آپی و همچنین دسترسی به فناوری-های مالی در استارت‌آپ‌های ورزشی در بعد قابلیت‌های سیستم مالی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. همچنین براساس اولویت، چهار متغیر استفاده از روش‌های مالی جذب مشتری مانند تخفیف و غیره، کاهش و هدفمندسازی هزینه‌های مالی، تمایل به سرمایه‌گذاری بلندمدت یا کوتاه‌مدت و همچنین تنوع‌بخشی به روش‌ها و منابع تأمین مالی در بعد راهبرد مالی استارت‌آپ‌ها، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. با پیشرفت کسب‌وکارها و همچنین پیچیدگی مدیریت آن‌ها، اهمیت مدیریت مالی روز به روز بیشتر مشخص می‌شود. در واقع، رشد، ارتقا و رسیدن به امنیت مالی بدون مدیریت آن امکان‌پذیر نیست. شاید کسب‌وکارها ثروت‌آفرینی زیادی داشته باشد، اما اگر نحوه مدیریت آن را ندانید، تمام این ثروت هدر خواهد رفت. از آنجاکه مدیر مالی با ذی‌نفعان شرکت مانند مالکان، بستانکاران و فعالان بازار سرمایه در ارتباط است، لازم است بتواند استراتژی مناسبی از سود و رشد ارزش شرکت داشته باشند.



ابعاد رویکرد بدهی، رویکرد درآمدی و رویکرد حمایتی به ترتیب میزان اثر، به‌طور معناداری تبیین‌کننده‌ی سازه‌ی عملکرد تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی بودند. براساس اولویت، سه متغیر استفاده از دارایی‌های تیم استارت‌آپی و دوستان و خانواده، گرفتن وام و تسهیلات بانکی و همچنین جذب سرمایه‌گذار و فروش سهام در رویکرد بدهی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. همچنین براساس اولویت، سه متغیر شراکت و همکاری با سایر کسب‌وکارها، پیش‌فروش محصولات و خدمات و همچنین فروش محصولات و خدمات اولیه، ساده و مکمل در مقایسه با محصولات و خدمات اصلی در رویکرد درآمدی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. درنهایت، براساس اولویت، چهار متغیر جذب از مراکز شتاب‌دهنده، جذب از پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، جذب تسهیلات دولتی و همچنین جذب حمایت مالی عمومی در رویکرد حمایتی، بیشترین تأثیر را بر تأمین مالی استارت‌آپ‌ها داشتند. باید بپذیریم که کشور وارد دوران رکود شده است و خواه‌ناخواه این رکود بر اکوسیستم‌های استارت‌آپی ایران نیز تأثیر گذاشته است؛ در نتیجه باید مدل‌های درآمدی استارت‌آپ‌های ورزشی نیز تغییر کنند و به‌سوی پویایی بیشتر حرکت کنند.

در مجموع با توجه به اینکه ظرفیت‌های بازار استارت‌آپ‌های ورزشی شامل ظرفیت‌های ساختاری بازار و فرهنگ مشتریان معرفی شد، به صاحبان کسب و کار پیشنهاد می‌شود، برنامه‌های بازاریابی شرکت‌های استارت‌آپ برای توسعه بازار و ظرفیت‌سازی بازار به‌منظور تأمین مالی بیشتر و متنوع‌تر انتخاب شود. با توجه به اینکه شبکه‌ی حمایت محیطی استارت‌آپ‌های ورزشی شامل حمایت‌های حقوقی، حمایت‌های تخصصی و حمایت‌های مالی معرفی شد، به سیاست‌گذاران پیشنهاد می‌شود که ساختار حمایتی در سطح کلان سیاست‌گذاری کشور از استارت‌آپ‌های ورزشی صورت گیرد. پیشنهاد می‌شود صاحبان کسب‌وکار با توجه به اینکه قابلیت‌های کسب‌وکاری استارت‌آپ‌های ورزشی، استراتژی کسب‌وکار است، متغیرهای توانمندساز معرفی شده در این پژوهش را برای افزایش ظرفیت‌ها و قابلیت‌های کسب‌وکار خود به‌منظور تأمین مالی به کار بندند. همچنین به صاحبان کسب‌وکارها پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه کارایی مدیریت مالی استارت‌آپ‌های ورزشی شامل قابلیت‌های سیستم مالی و راهبرد مالی استارت‌آپ‌ها است، برنامه‌های مدیریت مالی و همچنین آموزش سواد مدیریت مالی را در دستور کار شرکت‌های استارت‌آپی در ورزش قرار دهند.



تشکر و قدردانی

از تمامی مشارکت‌کنندگان و صاحب‌نظران به خصوص صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی و اساتید صاحب نظر در حوزه کسب و کار که با صبوری مشارکت فعال در این پژوهش داشتند، سپاسگزاریم.

References

1. Ahmadi Kafeshani, A., Rezvani, M., Chitsazan, H., & Mohammadkazemi, R. (2019). Entrepreneurial marketing mix in Fundraising from business angels. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(4), 621-640.
2. Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2008). Financing patterns around the world: Are small firms different? *Journal of financial Economics*, 89(3), 467-487.
3. Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2017). Knowledge management in startups: Systematic literature review and future research agenda. *Journal of Sustainability*, 9(3), 1-19.
4. Eliassy, M., Mohammadi, M., Jafari, H., & Karami, P. (2018). Evaluation of global experiences of startup companies in the field of sports and physical health, Tehran, Knowledge-Based Technology Publisher, 2, 1-94. (in Persian).
5. Fayyaz, R., Ameri, F., & Besharat, M. A. (2015). Comparison between parenting styles and children Ego strength. *Rooyesh*, 4(1), 109-126. (in Persian).
6. Ferraro, P., & Di Francesco, A. N. D. R. E. A. (2018). Digital sport startups: Global trends and determinants of success. Available at: <https://www.politesi.polimi.it/> (Accessed 19-apr-2018).
7. Goudarzi, M. (2017). Determine The exploratory model of financial management in sport federations. *Journal of Applied Research in Sport Management*, 6(2), 67-79. (in Persian).
8. Haan, M., Koning, R. H., & van Witteloostuijn, A. (2002). Market forces in European soccer (Vol. 22). Netherlands : University of Groningen.
9. Hackethal, A., & Schmidt, R. H. (2004). Financing patterns: Measurement concepts and empirical results (No. 125). Working Paper Series: Finance & Accounting.
10. Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global entrepreneurship monitor. Global Report Available at: <https://www.gemconsortium.org/report>, (Accessed 16, 2015).
11. Kiai, S. A., Saremi, M. S., Koohi, M., & Karami, P. (2019). Review of global experiences for technology companies in the field of physical health (Vol. 2). Tehran: Publisher of Technology-Based Knowledge. (in Persian).
12. Mittal, T., & Madan, P. (2020). Impact of financing patterns on business performance of e-startups in India: A research model. *International Journal of Business Innovation and Research*, 21(4), 490-508.
13. Mohammadkazemi, R., Hosein Nia, G., & Habibi, H. (2019). Enterprise crowdfunding in Iranian Football Clubs: Applications & requirements. *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 281-300. (in Persian).



14. Mohammadzadeh Ravshiti, Z., Ghiasi, M., & Tahmasebi Limooni, S. (2020). Components of startups knowledge management in knowledge and information science discipline. *Library and Information Sciences*, 23(3), 91-118. (in Persian).
15. Nadafi, R., & Ahmadvand, M. (2017). Identification and prioritization of development factors of startups using Q methodology. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(3), 517-534. (in Persian).
16. Naulin, T. (2020). New venture financing and business support: Three papers on accelerators' impact on startups' development (Doctoral dissertation). Heinrich Heine University, Düsseldorf.
17. Oliva, F. L., & Kotabe, M. (2019). Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups. *Journal of Knowledge Management*, 23 (9), 1838-1856.
18. Rezvani, M., Fataei, P. (2016). Identifying Marketing Strategies for Financing Companies in the Growth Stage Case Study: Food Industry Active Companies in Tehran Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9 (2), 277-296. (in Persian).
19. Shahrabi, B., Ashrafi, M., & Abbasi, E. (2019). Modeling factors affecting startups financing using dematel technique. *Journal of Financial management strategy*, 7(2), 61-89. (in Persian).
20. Spender, J.-C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: A review of the literature. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 4-30.
21. Taslimi, Z. (2016). Providing a financial framework for self-sufficiency sports federations (Case study: athletics, swimming, gymnastics federations) (Unpublished doctoral dissertation). University of Guilan, Rasht, Iran. (in Persian).
22. Taghavi Rafsanjani, E., Hakakzadeh, M., Manochehri Negad, M. (2020). Develop strategies for developing student startups in the country's sports. *Journal of Business Management*, 12(48), 39-53. (in Persian).
23. Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito, V. V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*, 1(2), 739-742.
24. Tripathi, N., Seppänen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K. (2019). Insights into startup ecosystems through exploration of multi-vocal literature. *Information and Software Technology*, 105, 56-77.
25. Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.



استناد به مقاله

خسروی پور، زهره؛ ریحانی، محمد؛ و تسلیمی، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی تأمین مالی استارت‌آپ‌های ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳(۶۹)، ۱-۳۲.

شناسه دیجیتال: 10.22089/SMRJ.2021.10184.3335

Khosravipoor, Z., Reihani, M., & Taslimi, Z. (2022). Survey the Financing of Sports Startups. Sport Management Studies, 13(69), 1-32. (in Persian). DOI: 10.22089/SMRJ.2021.10184.3335

