



Presenting a Model of Optimal Use of Crowdfunding by Iranian Sports Entrepreneurs based on Grounded Theory

Mahdiye Hossein Aliyani¹, Nematollah Nemati^{2*}, Tahere Bagherpour³

¹PhD Student, Department of Sports Management, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

^{2,3}Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:

Original Research

Received: 12.26.2021

Revised: 09.11.2022

Accepted: 12.18.2022

Keyword:

Crowdfunding
Sports Entrepreneurs
Sports Business
Economic Productivity
Capital Raising

*Corresponding Author:

Nematollah Nemati

Email: nnemati258@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to present a model of optimal use of crowdfunding by Iranian sports entrepreneurs based on grounded theory. The research methodology used were analytical and qualitative for this purpose. The research strategy was grounded theory based on Strauss and Corbin's approach. The participants in the study included 16 university professors in the field of sports management, entrepreneurship management, sports entrepreneurs and activists in the field of sports businesses. Content analysis of the interviews and coding were used to analyze the data. The research tool was open interviews and the results were analyzed based on the three stages of open, axial and selective coding. The results showed that 109 open codes and 22 axial codes were identified. Causal factors included the central codes of entrepreneurial attitude, entrepreneurial human capital, and entrepreneurial policies. Underlying conditions included the institutionalization of entrepreneurship, transparency and improved business management, the existence of a customer-oriented culture, and cultural and social factors. In addition, the intervening factors consisted of laws and regulations, economic and financial factors ahead, protection laws and technology and information technology. Effective strategies included expertise, confidence building, supportive and financial policies, and communication with entrepreneurs. Finally, consequences included the growth of sports businesses, the distribution of equity in financial resources, economic productivity, and a positive attitude toward sports entrepreneurs as a social asset. It can be concluded that crowdfunding is a means of improving business in the field of sports, which should be considered by entrepreneurs in this field and entrepreneurs to provide the context.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Today, countries have turned to creativity and innovation for economic progress and growth. Therefore, they are trying to take steps with all their potential to strengthen the entrepreneurial spirit of people in society. Funding has always been one of the main challenges of entrepreneurs. When starting a business, entrepreneurs should look for other methods than traditional methods for financing. Sports is also expressed as a profitable entrepreneurial activity and its marketing activity is evolving. Among the various methods, financial crowdsourcing can be an effective way to provide the capital needed by entrepreneurs. Crowdfunding is a new and growing phenomenon in entrepreneurial finance. Sports cannot survive without generating income, and crowdfunding is a flexible way to finance projects for individuals. On the one hand, the strong presence of the government in professional sports has created challenges for both sides in addition to the severe economic constraints in the country and intervening factors such as sanctions and jeopardizing the livelihood of people as in the past. Spending a huge amount of money on professional sports is not justified for the government and the nation. On the other hand, professional sports have become dependent by benefiting from government and sovereign budgets. Despite the existence of many potentials for income generation, sports clubs in Iran are not profitable for governments and capital owners and paying their expenses has become a major challenge. Therefore, the issue of financing and existing tools, methods and strategies to attract capital for the dynamic and efficient management of professional sports has become more important than ever. In Iran, sports rely on government revenues, and this has caused serious damage to the development of sports in the country. Crowdfunding is a new and growing phenomenon in entrepreneurial finance and considering the undeniable importance of providing financial resources in the projects of sports entrepreneurs, the aim of the present study researchers was to address the following question: How can crowdfunding in sports be utilized by sports business owners in Iran?

Methodology

A qualitative method was used for conducting the present research. The research strategy used was grounded analysis based on the method of Strauss and Corbin, which was carried out systematically. The statistical population included university professors in the field of sports management, entrepreneurial management, entrepreneurs in the field of sports and activists in the field of sports business. A non-probability sampling method was used, with purposeful selection and maximum diversity or heterogeneity. Sampling continued until theoretical saturation was reached. Theoretical saturation was achieved when no additional data could be extracted for the researcher to compile properties or characteristics (categories). The number of participants in the interviews was 16 people.

In order to collect information, first, literature and research background were examined using books, magazines, theses, regulations and related documents and websites. After preparing the interview guide, the statistical sample was selected and the required data collected using open interviews. The duration of the interviews was 45-60 minutes and the

interviews were recorded by a digital recorder. Before interviewing participants, in order to maximize the participation of experts and professors, a letter with the basic details of the objectives of the study and related questions was sent to the participants by e-mail with a request to meet in person. To analyze the interviews from an editorial approach, Glaser and Strauss data-based theory which is a data analysis approach, was used in the interviews. It is noteworthy that due to the novelty of the research and the possible limitations of data, the triangulation approach was used. Triangulation refers to the process of using different approaches and sources to collect information in research.

Results and discussion

The paradigm model of the research is shown in Figure 1. As can be seen, the research model was drawn by adapting the foundational data theory (Strauss and Corbin's approach).

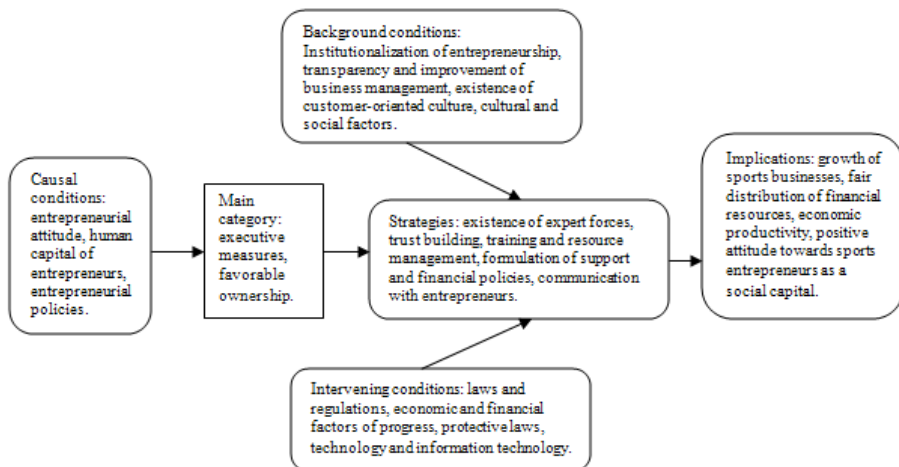


Figure 1. The ultimate model of optimal use of crowdfunding by entrepreneurs.

The findings showed that 109 open codes and 22 core codes were identified. Causal factors included the core codes of entrepreneurial attitude, entrepreneurial human capital, and entrepreneurial policies. The core phenomenon consisted of executive actions and desirable ownership. The background conditions included the institutionalization of entrepreneurship, transparency and improvement of business management, the existence of a customer-oriented culture, and cultural and social factors. In addition, the intervening factors were formed from laws and regulations, financial economic factors, protective laws, and information technology. The effective strategies also included expert forces, trust building, creating supportive and financial policies and communicating with entrepreneurs. Finally, the results included the growth of sports businesses, distribution of justice in financial resources, economic productivity and positive attitude towards sports entrepreneurs as social capital.

Conclusion

Recently, we have witnessed turning to new financial sources in the development of the national economy and using the sports industry for income in general and the financial independence of the sports sector of the society in particular. Sports is considered to be part of the gross national product, and an increase in sports-educated forces and the diversity of people's needs and interests justify the existence of sports businesses. In addition, the highly competitive environment and increasing recessions and inflation encourage sports business owners to voluntarily exit the market. It can also be concluded that currently governments are no longer able to take charge of all affairs as in the past. Considering the increase of internal and external threats to the country and the livelihood of people, the high current expenses of the governments and the exorbitant expenses needed to develop the infrastructure and solve the basic economic and social issues of the country, we cannot expect the country's sports to be the same as in the past and provide its resources from the government. Crowdfunding is a means of improving the business of sports, entrepreneurs need to pay attention to and provide appropriate platforms.

ارائه مدل استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد

مهديه حسين علياني^۱، نعمت‌الله نعمتی^{۲*}، طاهره باقرپور^۳

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.
۲ و ۳- استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۰۵

بازنگری مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۲۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۲۷

کلید واژگان:

تأمین مالی جمعی
کارآفرینان ورزشی
کسب و کار ورزشی
بهره‌وری اقتصادی
جذب سرمایه

*نویسنده مسئول: نعمت‌الله نعمتی

پست الکترونیکی:

nnemati258@gmail.com

هدف از این پژوهش، ارائه مدل استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد بود. روش تحقیق، تحلیلی است که بدین منظور از روش‌شناسی کیفی استفاده شد. استراتژی تحقیق، استفاده از نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین بود. مشارکت‌کنندگان در تحقیق ۱۶ نفر که شامل استادان دانشگاه رشته مدیریت ورزشی، مدیریت کارآفرینی، کارآفرینان حوزه ورزش و فعالان در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی بودند و استراتژی نمونه‌گیری در بخش کیفی، هدفمند و حداکثر تنوع یا ناهمگونی بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و کدگذاری استفاده شد. ابزار تحقیق، مصاحبه باز بود و نتایج بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که تعداد ۱۰۹ کد باز و ۲۲ کد محوری شناسایی گردید. عوامل علی شامل کدهای محوری نگرش کارآفرینانه، سرمایه انسانی کارآفرینانه و خط‌مشی‌های کارآفرینانه بود. پدیده محوری، متشکل از اقدامات اجرایی و مالکیت مطلوب بود. شرایط زمینه‌ای شامل نهادینه‌شدن کارآفرینی، شفافیت و بهبود مدیریت کسب‌وکار، وجود فرهنگ مشتری‌مداری و عوامل فرهنگی و اجتماعی بود. همچنین عوامل مداخله‌گر از قوانین و مقررات، عوامل اقتصادی مالی پیش روی، قوانین حمایتی و تکنولوژی و فناوری اطلاعات تشکیل شده بود. راهبردهای مؤثر نیز شامل نیروهای متخصص، اعتمادسازی، تدوین سیاست‌های حمایتی و مالی و برقراری ارتباط با کارآفرینان بود و در نهایت پیامدها شامل رشد کسب‌وکارهای ورزشی، توزیع عدالت در منابع مالی، بهره‌وری اقتصادی و نگرش مثبت به کارآفرینان ورزشی به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی بود. در نهایت می‌توان گفت تأمین مالی جمعی، یکی از مواردی است که می‌تواند باعث بهبود کسب‌وکار در حوزه ورزش گردد که باید مورد توجه کارآفرینان این حوزه قرار گیرد و ضروری است که بسترهای آن فراهم گردد.

مقدمه

یکی از موضوعاتی که با بحث کارآفرینی^۱ گره خورده است موضوع کسب و کارهای کوچک و متوسط^۲ است. این نگاه‌های اقتصادی^۳، با وجود آن که به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز دارند، بازدهی بیشتری دارند و در اشتغال‌زایی، ایجاد بستر مناسب برای نوآوری و اختراعات و افزایش صادرات این کشورها، نقش مهمی را ایفا می‌کنند (قوامی‌پور و خدای، ۲۰۱۸). تحقیقات نشان داده است که بیشتر شرکت‌های فعال در کشورهای در حال توسعه و بازار اشتغال از شرکت‌های کوچک و متوسط، تشکیل شده‌اند (حمیدی‌زاده و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین، ایجاد کسب و کارها، منابع جدید ثروت را تولید می‌کنند و فرصت‌های جدید کسب و کاری را منجر می‌شوند. همچنین، بالا بردن مشارکت در ایجاد کسب و کارها، تعداد افرادی که به‌طور مستقیم در کارآفرینی درگیرند را افزایش و تلاش‌های کارآفرینانه را نیز ارتقا می‌دهد. از این رو، مشخص کردن عوامل مهم ایجاد کسب و کارها (مثل، تجربه قبلی صاحبان کسب و کارهایی که در زمینه ورزش کار کرده‌اند می‌تواند پیش از ایجاد آن‌ها، به شروع‌کنندگان شناخت خوبی دهد و آن‌ها را در زمینه موفقیت و حمایت در ایجاد، کمک کند (ریو و همکاران، ۲۰۱۹)^۴. همچنین در بیشتر کشورها، اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه، جایگاه نگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد مورد توجه سیاست‌گذاران اقتصادی قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود تا از پتانسیل‌های این گروه از نگاه‌ها برای تحقق اهداف کلان اقتصادی استفاده گردد. تقویت روحیه رقابت و کارآفرینی در اقتصاد، افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال، سه ویژگی عمده نگاه‌های کوچک و متوسط است که چنین جایگاهی به آن‌ها بخشیده است. به‌طور کلی برخی از کارشناسان عقیده دارند نگاه‌های کوچک و متوسط، بهره‌وری بالاتری از نگاه‌های بزرگ دارند ولی معضلات و موانع آن‌ها در رابطه با تأمین مالی از بازار مالی و سایر نهادهای مرتبط می‌تواند مانع از رشد و توسعه آن‌ها گردد از این رو برنامه‌های حمایتی دولت به‌خصوص در زمینه تأمین مالی توسعه اقتصادی را ارتقا دهد (ولتر و اسمالبن، ۲۰۱۷)^۵. ورزش مدرن نه تنها به‌عنوان یک فعالیت اجتماعی بلکه به‌عنوان یک فعالیت کارآفرینی در حال توسعه است (نواک و همکاران، ۲۰۱۸)^۶. امروزه، کشورها برای پیشرفت و رشد اقتصادی، به سمت خلاقیت و نوآوری روی آوردند. از این رو، در تلاش هستند تا با تمام پتانسیل خود در راستای تقویت روحیه کارآفرینی افراد جامعه گام بردارند. به ادعای محققان، نیروی پیش‌برنده اقتصاد نوین دنیا در ده سال گذشته و در آینده، کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را همه‌ساله با ایجاد هزاران کسب و کار جدید، مرتفع می‌کند (تانگ، ۲۰۰۱)^۷. تأمین سرمایه^۸ همواره یکی از معضلات اساسی کارآفرینان بوده است. کارآفرینان در شروع کسب و کار باید به دنبال یافتن روش‌های دیگری غیر از روش‌های سنتی، برای تأمین مالی باشند (وینبرگ، ۲۰۰۹)^۹. ورزش نیز به‌عنوان فعالیت کارآفرینی سودآور بیان می‌شود و فعالیت بازاریابی آن در حال تکامل است (نواک و همکاران، ۲۰۱۸). روش‌های بی‌شماری برای تأمین مالی در ورزش وجود دارد (نواک و همکاران، ۲۰۱۸). دسترسی به روشی مناسب از تأمین مالی، همواره مشکلی پیچیده برای کارآفرینان بوده است (چیت‌سازان و همکاران، ۲۰۱۷). چرخه عمر سازمان، روش‌های تأمین مالی کارآفرینان، براساس مراحل گوناگون مختلف می‌باشد (هاشمی‌نکو و همکاران، ۲۰۱۸). از میان روش‌های مختلف، جمع‌سپاری مالی می‌تواند راهی مؤثر برای تأمین سرمایه موردنیاز کارآفرینان باشد (پورسعید و همکاران، ۲۰۱۹). تأمین مالی جمعی، پدیده‌ای جدید و رو به رشد در امور

¹ Entrepreneurship

² SMEs

³ Businesses

⁴ Ryu

⁵ Welter & Smallbone

⁶ Novak

⁷ Tong

⁸ Capital financing

⁹ Winborg

مالی کارآفرینی است (کای و همکاران، ۲۰۲۱)^۱ که مبتنی بر پارادایم‌های نوآوری باز و جمع‌سپاری است. یکی، از این راهکارها برای خلق ارزش مشترک، استفاده از فناوری اینترنت و جمعیت است که به دنبال رکود اقتصادی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۸ مورد اقبال پژوهشگران و کارآفرینان قرار گرفت (ژو و همکاران، ۲۰۱۶)^۲. این فناوری به کارآفرینان اجازه می‌دهد تا از یک مجموعه بالقوه بزرگ سرمایه‌گذار که مردم هستند، درخواست بودجه کنند (کای و همکاران، ۲۰۲۱). (چیت‌سازان و همکاران، ۲۰۱۷) بیان کردند که تأمین مالی جمعی، یکی از روش‌های نوین تأمین مالی برای کارآفرینان است و به آن‌ها این امکان را می‌دهد که منابع مالی را از طیف گسترده‌ای از افراد عادی که قادرند سرمایه‌گذاری اندکی انجام دهند، جمع‌آوری کنند. این روش در سال‌های اخیر، رشد چشم‌گیری در بیشتر نقاط جهان داشته است به طوری که گفته می‌شود به منبعی جایگزین برای تأمین مالی طیف گسترده‌ای از انواع طرح‌ها و پروژه‌ها تبدیل شده است (آگروال و همکاران، ۲۰۱۵؛ هارزر، ۲۰۱۳)^۳. با این وجود تاکنون بیش از یک میلیارد دلار توسط میلیون‌ها نفر از حمایت‌کنندگان تأمین مالی جمعی در سراسر دنیا گردآوری شده است و بسیاری از کشورها از جمله آمریکا تأمین مالی از طریق این روش را برای گردآوری منابع مالی لازم به منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید مورد تشویق قرار می‌دهند (آگروال و همکاران، ۲۰۱۶)^۴. این شیوه تأمین مالی، راهی جدید و دموکراتیک برای سازمان‌هاست تا ضمن استفاده از مشارکت اینترنتی جمعیتی گسترده از افراد درون یا خارج از سازمان، به ایده‌یابی، حل مسئله و تأمین مالی پروژه‌هایشان بپردازند (سیمونس و همکاران، ۲۰۱۹)^۵. با نگاهی به اکوسیستم تأمین مالی جمعی، متوجه می‌شویم سه بازیگر اصلی در این فرایند حضور دارند: کارآفرینان ورزشی (جویندگان سرمایه)، تأمین‌کنندگان سرمایه و پلتفرم تأمین مالی به عنوان واسطه‌ای بین کارآفرین ورزشی (جویننده سرمایه) و تأمین‌کنندگان سرمایه عمل می‌کند (اسچولز، ۲۰۱۵)^۶. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد وجوهی که از طریق جمع‌سپاری مالی به دست می‌آیند؛ به چهار مدل طبقه‌بندی می‌شود شامل: اهدا، پاداش، وام و سهام (کای و همکاران، ۲۰۲۱).

تاکنون موارد استفاده از تأمین مالی جمعی بیشتر بر استفاده از آن توسط استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان نوپا در پلتفرم‌های عمومی متمرکز بوده است (پاسچن، ۲۰۱۷)^۷. (چیت‌سازان و پوربصیر، ۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «تبیین عوامل مؤثر بر قصد مشارکت مالی حامیان در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی» بیان کردند که عامل اعتماد در بالا رفتن قصد مشارکت مالی حامیان، نقش کلیدی دارد. همچنین ارزش‌های مشترک حامیان با صاحبان پروژه از طریق بالا بردن اعتماد حامیان در قصد مشارکت مالی ایشان تأثیر مثبت دارد. در زمینه تأمین مالی جمعی نیز مدل پذیرش فناوری به کار گرفته و نشان داده شد که سودمندی ادراک‌شده حامیان از وبسایت با قصد مشارکت مالی ایشان، ارتباط مثبت معناداری دارد. برخلاف پژوهش‌های پیشین، نتیجه این پژوهش حاکی از رد شدن تأثیر عواملی مانند تضمین ساختاری و ارتباط بر قصد از طریق اعتماد بود که بیانگر نبود اعتماد به عوامل نهادی در جامعه پژوهش می‌باشد (چیت‌سازان و پوربصیر، ۲۰۲۲). (غفوری‌یزدی و همکاران، ۲۰۲۱) بیان کردند راهبردهای تأمین مالی در ورزش حرفه‌ای ایران، راهبردهای تأمین مالی مبتنی بر دارایی‌ها متشکل از تأمین مالی مبتنی بر اماکن، تأمین مالی مبتنی بر بدهی، تأمین مالی مبتنی بر سرمایه، تأمین مالی مبتنی بر مشارکت و تأمین مالی مبتنی بر هدایا و کمک‌ها، منابع درآمدی ورزشی متشکل از تبلیغات، حامیان مالی، حق پخش، روز بازی، مبتنی بر برند، مبتنی بر ورزشکاران و هواداران و مبتنی بر کالا و خدمات و مؤلفه‌های عملیاتی

¹ Cai

² Xu

³ Agrawal; Harzer

⁴ Agrawal

⁵ Simons

⁶ Scholz

⁷ Paschen

مشکل از اقدامات اجرایی و مالکیت مطلوب نیز به عنوان مهم‌ترین مقوله‌های اصلی و فرعی تأمین مالی در ورزش حرفه‌ای ایران معرفی شدند.

(آقاجانی و همکاران، ۲۰۱۳) در پژوهشی تحت «عنوان تبیین روش‌های مالی طرح‌های کارآفرینانه» سیستم‌های مالی را یکی از مهم‌ترین معضلات پیش روی کارآفرینان یا شاید مهم‌ترین مانع آن‌ها برای راه‌اندازی و استمرار کسب و کارشان می‌دانند. **(براون و همکاران، ۲۰۲۰)**^۱ در تحقیقی تحت عنوان «تأمین مالی کارآفرینی در زمان بحران: تأثیر کووید ۱۹ بر بازار امور مالی کارآفرینی در انگلستان» به تأثیر سریع و عمدتاً منفی کووید ۱۹ بر بازارهای کارآفرینان و مشاغل آن‌ها پرداختند. آنها بیان کردند که سرمایه‌گذاران به‌طور فزاینده‌ای با «زمینه‌های ویدیویی» برخط و از طریق پلتفرم‌های جمع‌سپاری مالی به سرمایه‌گذاری روی آوردند. شاید این روندها نیاز به ملاقات فیزیکی برای تعامل با سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را در حوادثی مانند بحران COVID-19 کاهش دهد.

به عقیده **(کوپوسوامی و بایوس، ۲۰۱۸)**^۲ تأمین مالی جمعی باید با استفاده از یک اعلان عمومی و دریافت منابع مالی از تعداد زیادی از افراد صورت پذیرد. بر اساس پژوهش مذکور، روش تأمین مالی جمعی از چهار منظر می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد که تأمین مالی جمعی مبتنی بر اهداف (کمک بدون توقع و انتظار)، پاداش (تأمین مالی برای دریافت پاداش غیر نقدی)، (بدهی تأمین مالی به‌صورت وام) و سهم سرمایه‌گذاری به‌منظور (دریافت سهم) انواع روش‌های مرسوم تأمین مالی جمعی هستند **(کوپوسوامی و بایوس، ۲۰۱۸)**. از جمله مزیت‌های این روش، استفاده از کمک‌های مالی اندک مردم و هواداران، در راستای تأمین سرمایه موردنیاز باشگاه‌های ورزشی است. با استفاده از این روش و مبتنی بر علاقه و احساس زیاد هواداران به باشگاه‌های ورزشی می‌توان با استفاده از روش‌های خلاقانه و فراخوان‌های عمومی مانند کمپین «یک آجر بخريد» یا «یک مترمربع از زمین چمن را بخريد» بخش زیادی از هزینه‌های مربوط به احداث استادیوم‌های ورزشی را تأمین مالی کرد **(بلیک و همکاران، ۲۰۱۹)**^۳. بر اساس نتایج پژوهش **(هات، ۲۰۱۸)**^۴، فروش اختیار نام‌گذاری استادیوم‌های ورزشی نیز یکی از کارکردهای تأمین مالی جمعی است.

بر اساس گزارش رقابت‌پذیری جهانی که مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۷-۲۰۱۸) منتشر کرده است ایران از نظر شاخص‌های تأمین مالی در زمینه دسترسی به وام، رتبه ۱۲۴ و از نظر دسترسی به سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، رتبه ۱۱۰ را در میان ۱۳۸ کشور بررسی شده دارد **(شواب، ۲۰۱۶)**^۵. از این رو کارآفرینان ورزشی نه تنها در تهیه وام درگیر مسائل و مشکلات زیادی هستند بلکه از نظر دسترسی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز در مضیقه قرار می‌گیرند. از آنجا که تأمین مالی جزو لاینفک تمام فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد و از سویی، طبق آمارها کشور ایران از لحاظ ساختار تأمین مالی، در شرایط نامطلوبی قرار دارد و با توجه به شرایط پاندمیک کووید ۱۹، استفاده از روش‌های تأمین مالی جمعی به‌ویژه در کارآفرینان ورزشی می‌تواند بسیار مفید و کارا باشد.

ورزش بدون درآمدزایی، قادر به حیات نمی‌باشد و جمع‌سپاری مالی، روشی انعطاف‌پذیر برای تأمین اعتبار برای پروژه‌ها برای افراد (برای مثال هنرمندان، ورزشکاران برتر، یا افراد خصوصی) یا گروه‌های ساختاری مجزا (برای مثال انجمن‌ها) یا شبکه‌ها (برای مثال دوستان) است **(عبدورضاکو و لروکس-سوستنز، ۲۰۱۶)**^۶. در پایان باید پذیرفت حضور پررنگ دولت در ورزش حرفه‌ای برای هر دو طرف مشکلاتی را خلق کرده است: از یک طرف، با وجود تنگنای شدید اقتصادی در کشور و عوامل مداخله‌گری همچون تحریم‌های ظالمانه و به‌خطر افتادن تأمین معاش مردم، دیگر همچون

¹ Brown

² Kopusuami & Baus

³ Blake

⁴ Huth

⁵ Schwab

⁶ Abdourazakou & Leroux-Sostenes

گذشته، صرف هزینه‌های فراوان ورزش حرفه‌ای برای دولت و ملت توجیه‌پذیر نیست، از طرف دیگر، ورزش حرفه‌ای نیز به واسطه بهره‌مندی از بودجه‌های دولتی و حاکمیتی به پدیده‌ای وابسته تبدیل شده است. علی‌رغم وجود پتانسیل‌های فراوان برای درآمدزایی، باشگاه‌های ورزشی در ایران نه تنها برای دولت‌ها و صاحبان سرمایه سودآور نیستند بلکه در تأمین هزینه‌های خود نیز دچار مشکلات اساسی شده‌اند. از این‌رو، موضوع تأمین مالی و ابزارها و روش‌ها و راهبردهای موجود برای جذب سرمایه به‌منظور اداره پویا و بهره‌ور ورزش حرفه‌ای، ضرورتی بیش از پیش پیدا کرده است. در کشور ما متأسفانه ورزش متکی به درآمدهای دولتی می‌باشد و همین امر به توسعه ورزش در کشورمان آسیب جدی وارد کرده است (رضائی صوفی و شعبانی، ۲۰۱۴). از طرفی تأمین مالی جمعی، یک پدیده جدید و رو به رشد در امور مالی کارآفرینی است از این رو تحقیق پیش رو با توجه به اهمیت انکارناپذیر تأمین منابع مالی در پروژه‌های کارآفرینان ورزشی به دنبال پاسخ به این سؤال است که تأمین مالی جمعی در ورزش توسط صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی در ایران چگونه است؟

روش‌شناسی تحقیق

روش انجام این پژوهش، کیفی است. راهبرد تحقیق در این مطالعه، تحلیل داده‌بنیاد روش استراوس و کوربین بود که به‌صورت نظام‌مند انجام گرفت. جامعه آماری، استادان دانشگاه رشته مدیریت ورزشی، مدیریت کارآفرینی، کارآفرینان حوزه ورزش و فعالان در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی بودند. روش نمونه‌گیری به‌صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی^۱، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. نمونه‌گیری تا رسیدن به کفایت نظری ادامه داشت. وقتی کفایت نظری حاصل شد هیچ نوع داده‌های اضافی نمی‌توان یافت که پژوهشگر به وسیله آن بتواند خواص یا ویژگی‌ها (مقوله‌ها) را تدوین کند. به موازاتی که داده‌های مشابه را جمع‌آوری می‌کند، از لحاظ تجربی اطمینان حاصل می‌کند که یک مقوله به کفایت رسیده است (دانایی‌فرد و همکاران، ۲۰۰۴). از این‌رو، تعداد مشارکت‌کنندگان در مصاحبه ۱۶ نفر بود. برای گردآوری اطلاعات ابتدا منابع و پیشینه تحقیق با استفاده از کتب، مجلات، پایان‌نامه‌های مربوط، آیین‌نامه و اسناد مرتبط و سایت‌های اینترنتی بررسی شد. پس از تهیه راهنمای مصاحبه به نمونه آماری مراجعه شد و داده‌های موردنیاز با استفاده از مصاحبه‌های باز جمع‌آوری شد. طول مدت مصاحبه‌ها ۶۰-۴۵ دقیقه بود و مصاحبه‌ها توسط دستگاه ضبط دیجیتال ثبت شد. پیش از مصاحبه با افراد به‌منظور حداکثر مشارکت متخصصان و استادان، نامه‌ای همراه با جزئیات اساسی اهداف مطالعه و سؤال‌ها مرتبط با آن توسط E-mail به مشارکت‌کنندگان ارسال شد و از آن‌ها برای ملاقات حضوری درخواست شد. برای تحلیل مصاحبه‌ها از رویکرد ویرایشی^۲، تئوری مبتنی بر داده^۳ گلاسر و استراوس که یکی از رویکردهای تحلیل داده‌ها در مصاحبه‌ها است استفاده شد (دانایی‌فرد و همکاران، ۲۰۰۴).

شایان ذکر است که به دلیل جنبه نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده‌ها، از رویکرد مثلث‌سازی^۴ استفاده شد. مثلث‌سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون برای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می‌شود (اسکینر و همکاران، ۲۰۱۴)^۵. با توجه به استفاده از شیوه مثلث‌سازی (استفاده از منابع چندگانه شامل منابع کتابخانه‌ای، گروه کانونی با کارشناسان و مصاحبه با متخصصان) در این تحقیق از موارد متنوع به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. علاوه بر این، در پژوهش حاضر به‌منظور سنجش روایی، از معیارهای (اسکینر و همکاران، ۲۰۱۴) که در جدول ۱ به آن اشاره شده است استفاده شد.

¹ Non probability

² Editing approach

³ Grounded Theory

⁴ Triangulation

⁵ Skinner

جدول ۱. روش‌های اطمینان از روایی.

روش‌ها	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی‌مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشته‌های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به‌دست‌آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع موردپژوهش
چک کردن	بررسی اطلاعات به‌دست‌آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از صاحب‌شوندگان در خصوص نتایج
مثلث‌سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به‌دست‌آمده از منابع موردبررسی با سایر منابع به‌صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص مدیریت ورزشی که در مراحل انجام پژوهش حضور داشت و از آگاهی مناسبی در خصوص این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به‌عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش‌ها و روش‌های لازم برای کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به‌عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی محاسبه شد که با استفاده از فرمول زیر محاسبه گردید:

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

در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدهای به‌ثبت‌رسیده، معادل ۱۱۰ کد است و تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۴۱ می‌باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش معادل ۷۸ درصد است؛ لذا، با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بود و می‌توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌کنونی، مناسب می‌باشد.

جدول ۲. محاسبه پایایی.

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	کدهای عدم توافق	پایایی
۱	۴	۱۰	۴	۲	۰/۸۰
۲	۹	۱۵	۶	۳	۰/۸۰
۳	۱۲	۱۶	۶	۴	۰/۷۵
جمع		۴۱	۱۶	۹	۰/۷۸

یافته‌های تحقیق

جدول ۳. مشخصات افراد مصاحبه‌شونده.

ردیف	سن	جنسیت	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات
۱	۵۲	مرد	هیئت علمی دانشگاه	کارآفرینی	دکتری مدیریت کارآفرینی
۲	۴۸	زن	هیئت علمی دانشگاه	کارآفرینی	دکتری مدیریت کارآفرینی

ردیف	سن	جنسیت	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات
۳	۵۵	مرد	هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری مدیریت ورزشی
۴	۴۹	مرد	هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری مدیریت ورزشی
۵	۶۲	زن	هیئت علمی دانشگاه	بازاریابی ورزشی	دکتری بازاریابی ورزشی
۶	۴۷	مرد	عضو کارگروه اشتغال و کارآفرینی	کارآفرینی	دکتری کارآفرینی
۷	۳۸	مرد	عضو کارگروه اشتغال و کارآفرینی	کارآفرینی	دکتری کارآفرینی
۸	۴۵	مرد	کارآفرین ورزشی	مدیریت ورزشی	ارشد مدیریت ورزشی
۹	۳۶	مرد	کارآفرین ورزشی	مدیریت بازاریابی ورزشی	ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی
۱۰	۴۱	مرد	مدیران سازمان ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری مدیریت ورزشی
۱۱	۴۶	مرد	کارآفرین	کارآفرینی	دکتری کارآفرینی
۱۲	۳۹	مرد	کارآفرین	کارآفرینی	دکتر کارآفرینی
۱۳	۳۸	مرد	کارآفرین	کارآفرینی	ارشد کارآفرینی
۱۴	۴۳	زن	کارآفرین	کارآفرینی	ارشد کارآفرینی
۱۵	۵۱	مرد	مدیران سازمان ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری مدیریت ورزشی
۱۶	۴۶	مرد	مدیران سازمان ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری مدیریت ورزشی

در این پژوهش از ۱۶ نمونه تا رسیدن به اشباع نظری مصاحبه شد. با انجام مصاحبه با این افراد، تشخیص محقق و گروه تحقیق این بود که اطلاعات گردآوری شده به نقطه اشباع رسیده است و نیازی به انجام مصاحبه‌های بیشتر نیست. در جدول شماره ۴، نتایج مربوطه به عوامل علی استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان گونه که مشاهده می‌شود، ۳ مفهوم و ۱۷ کد نهایی شناسایی و مورد تأیید قرار گرفته‌اند.

جدول ۴. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل علی.

کد اولیه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
کارآفرینی به نگرش		
نگاه سنتی به کسب و کار و کارآفرینی در ورزش	نگرش کارآفرینانه	
انگیزه‌های نوآورانه در کسب‌وکارهای ورزشی		
نگرش و دیدگاه جامعه به کارآفرینی و کارآفرینان		
میزان آگاهی و دانش کارآفرینان ورزشی به منظور حمایت از کسب و کار		
میزان تمایل به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی	سرمایه انسانی	
میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش توسط کارآفرینان	کارآفرینان	
تمایل به استقلال‌پذیری در به دست آوردن درآمد	عوامل علی	
قصد کارآفرینان ورزشی برای راه اندازی کسب‌وکارهای ورزشی		
ایجاد بسترهای لازم کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی		
ایجاد محیط کارآفرینانه در کسب‌وکار ورزشی		
وجود فرهنگ کارآفرینی و کار تیمی	خط‌مشی‌های	
حمایت از ایده‌های نوآورانه در کسب‌وکارهای ورزشی	کارآفرینانه	
تقویت خلاقیت برای بهبود فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
روش مدیریتی مدیران برای کمک به فضای کسب‌وکارهای ورزشی		

کد اوليه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
ریسک‌پذیر بودن مدیران در فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
بهره‌گیری از مدیریت کاریزماتیک برای توسعه کارآفرینی در صنعت ورزش		

در جدول ۵، نتایج مربوط به پدیده‌محوری استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ۲ مفهوم و ۱۰ کد نهایی، شناسایی و تأیید شدند.

جدول ۵. مفاهیم و کدهای نهایی پدیده‌محوری.

کد اوليه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
استفاده از سرمایه‌داران مردمی علاقه‌مند به ورزش	اقدامات اجرایی	پدیده‌محوری
ارزش‌گذاری دارایی‌های ناملموس باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها		
اجرای خصوصی‌سازی اصولی مبتنی بر ضوابط و قوانین		
قطع کمک‌های نقدی دولت به رشته‌هایی درآمدزا مثل فوتبال		
اخذ برنامه کسب‌وکار و مطالعات امکان‌سنجی از مدیران سرمایه‌گذاران		
امکان‌سنجی مالکیت شرکت تعاونی سهامی عام برای باشگاه‌داری		
سهام عام مدل مالکیت مطلوب باشگاه‌ها		
تبدیل مالکیت مؤسسه فرهنگی- ورزشی غیرتجاری به شرکت تجاری		
تلفیق مالکیت شرکت‌های سرمایه‌گذار، مردم و دولت برای باشگاه‌داری در ایران		
مشارکت دادن پیشکسوتان و سایر ذینفعان در مالکیت باشگاه‌ها		

در جدول ۶، نتایج مربوطه به عوامل زمینه‌ای استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۴ مفهوم و ۱۹ کد نهایی، شناسایی و تأیید شدند.

جدول ۶. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل زمینه‌ای.

کد اوليه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
منزلت و جایگاه اجتماعی کارآفرینان	نهادینه شدن کارآفرینی	عوامل زمینه‌ای
نهادینه ساختن کارآفرینی در جامعه		
ایجاد علاقه و نگرش و نوعی رفتار در فعالیتهای کارآفرینانه		
نهادی کردن مرتبط با قوانین و بازاری رقابتی است		
نهادینه شدن ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی در جامعه		
شفافیت در فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
محیط رقابتی سالم در فضای کسب‌وکارهای ورزشی		
نظام حقوقی شفاف برای بهبود الگوی کسب‌وکارهای ورزشی		
شفافیت قوانین و مقررات کشور برای طراحی کسب‌وکارهای ورزشی		
شفاف‌سازی در راه اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای ورزشی		
وجود الگوهای نو در مشتری‌مداری برای رونق کسب‌وکارهای ورزشی	وجود فرهنگ مشتری‌مداری	
ارائه ایده جدید به مشتری برای حفظ آن‌ها در کسب‌وکارهای ورزشی		

کد اولیه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
شناخت مشتری برای طراحی الگوی کسب‌وکار ورزشی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
حفظ مشتری‌های فعلی برای تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی		
فرهنگ مشارکت در ورزش		
باورها و ارزش‌ها		
بالا بودن مشارکت بانوان و آقایان در ورزش		
علاقه‌مند بودن جامعه به فعالیت در حوزه ورزش		
بازتولید ارزش‌های متناسب با شرایط روز		

در جدول ۷، نتایج مربوط به عوامل مداخله‌گر استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ۴ مفهوم و ۱۹ کد نهایی، شناسایی و تأیید شدند.

جدول ۷. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل مداخله‌گر.

کد اولیه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
نبودن قانون‌های حمایتی برای ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی	قوانین و مقررات	
ضعف در سیاست‌گذاری‌های مربوط به تأمین منابع مالی در حوزه کارآفرینی ورزش		
موانع قانونی در روند رشد کسب‌وکارهای ورزشی		
اختصاص ندادن تسهیلات برای کارآفرینان ورزشی		
نقش مسائل اقتصادی در افزایش تنش در کسب‌وکارهای ورزشی	عوامل اقتصادی و مالی	
تأمین نشدن منابع مالی برای طراحی کسب‌وکارهای ورزشی		
تأثیر تحریم‌های اعمال شده بر رشد کارآفرینی کسب‌وکارهای ورزشی		
موانع مربوط به اخذ تسهیلات از بانک‌ها و مؤسسات مالی		
تأثیر محدودیت‌های ارتباطات بین‌المللی بر رشد کارآفرینی ورزشی	عوامل مداخله‌گر	
نبود بسترهای مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی در کسب‌وکارهای ورزشی		
مشکلات اجرایی قانونی در حمایت از کسب‌وکارهای نوپای ورزشی		
نبود حمایت مسئولین در رونق کارگاه‌های تولیدی در صنعت ورزش		
نبود صنف‌های منسجم در کارآفرینی ورزشی	قوانین حمایتی	
حمایت نکردن کافی دولت برای تأمین مواد اولیه در کارآفرینی ورزشی		
فعالیت پارک‌های علم و فناوری در کسب‌وکارهای ورزشی		
فناوری‌های نرم‌افزاری در کسب‌وکارهای ورزشی		
بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین در کسب‌وکارهای ورزشی	تکنولوژی و فناوری	
دسترسی به اطلاعات روز دنیا در کسب‌وکارهای ورزشی		
رشد تجهیزات و لوازم ورزشی در صنعت ورزش		

در جدول ۸، نتایج مربوط به راهبردهای استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۵ مفهوم و ۲۳ کد نهایی، شناسایی و تأیید شدند.

جدول ۸. مفاهيم و كدهای نهایی راهبردها.

كد گزينشی	كد محوری	كد اوليه (باز)
وجود نیروهای متخصص		شناسایی ایده‌های جدید برای به‌وجود آوردن طرح‌ها و الگوهای نوآورانه
		ورود افراد متخصص علوم ورزشی به بازار کسب‌وکارهای ورزشی
		پرورش نیروهای نوآور در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان
		بهره‌مندی از سرمایه‌های انسانی نوآور برای بقای سازمان‌های ورزشی کارآفرین
اعتمادسازی		جلب اعتماد کارآفرین‌های داخلی و خارجی توسط هیئت‌ها و فدراسیون‌ها
		جذب کارآفرین با فراهم کردن مباحث پیشگیرانه و جلب اعتماد کارآفرین از طریق انتصاب افراد شایسته
		استقبال و پیگیری پیشنهادهای داوطلبانه کارآفرین‌ها
		خودکفایی در انجام و استمرار کارآفرین‌ها و حفظ کارآفرین‌ها با رفع نیازهای آنها
راهبردها	آموزش و مدیریت منابع	بهره‌برداری از دستاوردهای کارآفرین‌ها توسط خود کارآفرین‌ها
		برقراری ارتباط مناسب با کارآفرین‌ها
		شناسایی خیرین حوزه سلامت و آموزش و پرورش و راههای جذب آنها
		تربیت مدیران آگاه و توانمند به‌منظور شناسایی و استفاده از ظرفیت موجود در جامعه
تدوین سیاست‌های حمایتی و مالی		شرح وظایف و تعریف چارچوب و روال کارمجامع کارآفرینان ورزشی
		ارجاع کارآفرینان توسط فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی به وزارت ورزش و برعکس
		به‌کارگیری زنان و جوانان در مجمع کارآفرینان
		کمک گرفتن از کارآفرینان در رویدادهای ورزشی توسط فدراسیون‌ها
برقراری ارتباط با کارآفرینان		حمایت دولت از کارآفرینان صنعت ورزش
		تأسیس صندوق حمایت برای کسب‌وکارهای ورزشی
		تدوین سیاست‌های مالی، پولی و ارزی در حمایت از کسب‌وکارهای ورزشی مؤثر
		اجرای سیاست خصوصی‌سازی به شیوه مناسب در صنعت ورزش
		تدوین استراتژی‌های جذب کارآفرینان در صنعت ورزش
		تقویت اکوسیستم کارآفرینی در کسب‌وکارهای ورزشی
		تغییر رویکرد و سیاست در ارتباط با کارآفرینان حوزه صنعت ورزش

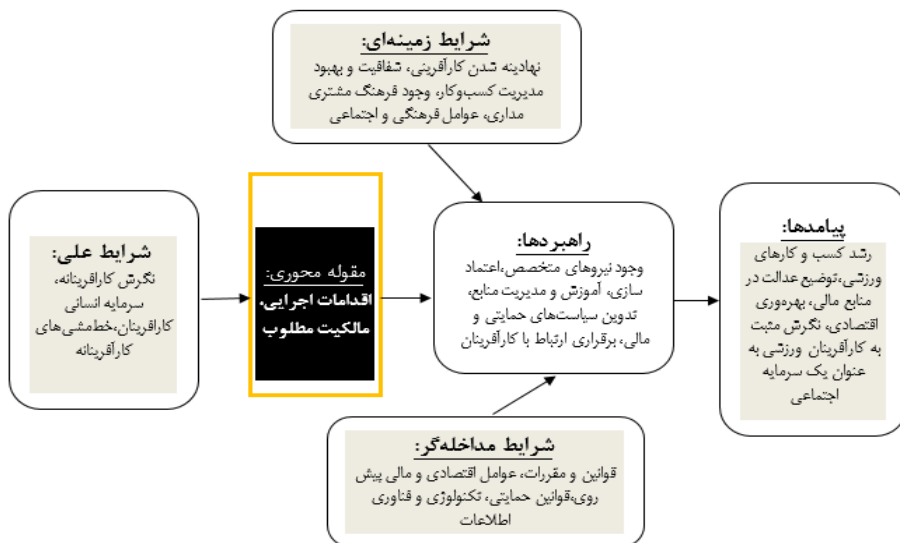
در جدول ۹، نتایج مربوطه به پیامدهای استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ۴ مفهوم و ۲۱ کد نهایی، شناسایی و تأیید شدند.

جدول ۹. مفاهيم و كدهای نهایی پیامدها.

كد گزينشی	كد محوری	كد اوليه (باز)
پیامدها	رشد کسب‌وکارهای ورزشی	ارتقای جایگاه ورزش در کسب‌وکارهای کشور
		معرفی هرچه بیشتر ماهیت و حوزه‌های مختلف صنعت ورزش در جامعه
		ارتقای جایگاه ورزش در بهبود سلامت جامعه
		رشد و توسعه ابعاد مختلف صنعت ورزش
		شناسایی و معرفی مشاغل ورزشی جدید
		ایجاد اشتغال در جامعه از طریق در صنعت ورزش

کد اولیه (باز)	کد محوری	کد گزینشی
تنوع شغلی در صنعت ورزش و کسب‌وکارهای آن		
پراکندگی مناسب صنایع تولیدی ورزشی تأسیس شده در مناطق مختلف	توضیح عدالت در منابع مالی	
پراکندگی کسب‌وکارهای ورزشی در مناطق مختلف کشور		
بهره‌گیری صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی از صندوق تأمین مالی کارآفرینان		
پایین آمدن نرخ ورشکستگی کسب‌وکارهای ورزشی		
بالارفتن تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی		
ایجاد ارزش افزوده در کسب‌وکارهای ورزشی	بهره‌وری اقتصادی	
رشد درصد سهم بازارهای ورزشی		
بهبود میزان درآمد کسب‌وکارهای ورزشی		
بالارفتن میزان توجه رسانه‌ای به کارآفرینان ورزشی		
بهبود نگرش مثبت به کارآفرینی در ورزش		
به وجود آمدن نگرش به کارآفرینی ورزشی به عنوان گزینه شغلی مناسب	نگرش مثبت به کارآفرینان ورزشی به عنوان یک سرمایه اجتماعی	
بالارفتن اجتماعی کارآفرینان ورزشی		
تقویت نگرش مثبت به ریسک‌پذیری در جامعه		
به وجود آمدن حس مسئولیت اجتماعی و اخلاقی کارآفرینان در قبال جامعه		

الگوی نهایی پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود الگوی پژوهش با اقتباس از نظریه داده‌بنیاد (رویکرد استراوس و کوربین) ترسیم گردید.



شکل ۱. مدل نهایی استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، ارائه مدل استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران بود. روش‌های تأمین مالی بدهی همچون وام‌ها و انتشار اوراق و روش‌های تأمین مالی مبتنی بر سرمایه و روش‌های تأمین مالی مبتنی بر پروژه، ابزارها و روش‌هایی هستند که از حوزه اقتصاد و مدیریت مالی وارد دنیای ورزش شده‌اند. همان‌طور که بیان شد در حال حاضر با توجه به شرایط اقتصادی کشور، بودجه کافی برای تأمین مالی زیرساخت‌های ورزشی وجود ندارد. در همین راستا معاون ورزش قهرمانی کشور اعلام کرد حدود ۴۰۰۰ پروژه ورزشی نیمه‌تمام رها شده در کشور وجود دارد (سلطانی فر، ۲۰۱۷). در چنین شرایطی است که روش‌های تأمین مالی مذکور می‌توانند نقش آفرینی کنند. در روش انتشار اوراق بدهی، باشگاه‌های ورزشی می‌توانند نقدینگی موردنیاز برای احداث اماکن ورزشی را با استفاده از سرمایه‌های مردمی که این اوراق را خریداری می‌کنند، تأمین کنند و سپس با درآمدهای حاصل از همان دارایی اصل و فرع سرمایه را بازگردانند. (مصطفی پور، ۲۰۱۶) جلوگیری از قفل شدن منابع بانکی، ایجاد تناسب بین ریسک و بازده، جذب نقدینگی - های سرگردان از بازارهای دارایی، تقسیم وظایف مالی در بازار پول و بازار سرمایه بر اساس اندازه بنگاه‌ها، تزریق غیرتورمی منابع مالی به اقتصاد و افزایش شفافیت را از جمله مزایای ابزارهای تأمین مالی بدهی در کشور می‌داند. در همین راستا (بهرامی، ۲۰۱۵) نیز صکوک مباحه را ابزاری مناسب برای تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال معرفی کرده است. (لی و همکاران، ۲۰۱۱)^۱ در یک بررسی مروری اعلام کردند تأمین مالی زیرساخت‌های ورزشی در چین از وابستگی به دولت به سوی بازار سرمایه در حال تغییر است. به منظور ارائه یک مدل نظام‌مند و شماتیک از یافته‌های برخاسته از داده‌های کدگذاری شده، از رویکرد نظام‌مند نظریه داده‌بنیاد که توسط استراوس و کوربین در سال (۱۹۹۸) ارائه شده، استفاده شد. مدل نظام‌مند از لایه‌های تفکیک شده‌ای حاصل شده است و براساس قرار گرفتن این لایه‌ها در کنار هم، مدل نهایی تحقیق ارائه می‌شود. در ادامه این لایه‌ها به تفکیک کدهای حاصل شده بررسی و تحلیل می‌گردد. منظور از شرایط علی، مقوله‌هایی مربوط به شرایطی است که بر مقوله محوری که همان استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی در بین مخاطبان این حوزه است تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). در این رابطه می‌توان به مفاهیم نگرش کارآفرینانه، سرمایه انسانی کارآفرینان و خط‌مشی‌های کارآفرینانه استخراج‌شده اشاره کرد. نگرش کارآفرینانه عاملی برای شروع فعالیت‌های کسب و کار است، چنان‌که اگر شخصی نگرش کارآفرینانه نداشته باشد، به کسب و کار نمی‌پردازد، نگرش کارآفرینانه در تحقیقات دیدبان جهانی کارآفرینی، به عنوان عاملی برای اندازه‌گیری فرایند کارآفرینی کشورها در نظر گرفته شده است. اهمیت این موضوع به حدی است که در رابطه با کسب و کارها، نقش کارآفرینان به عنوان رهبران و مدیران ارشد سازمان‌ها، در فرایند نهادی کردن بسیار مهم تلقی شده است که این مورد می‌تواند عاملی تسهیل‌کننده و انگیزه‌ای برای کارآفرینان باشد که در تأمین مالی جمعی گام‌های مثبتی بردارند. دیگر عامل شناسایی شده، بحث خط‌مشی‌های کارآفرینانه می‌باشد که می‌تواند حاوی ایده‌های مناسبی مرتبط با پژوهش حاضر باشد. غالباً نوآوری به‌طور گسترده‌ای به پذیرش یک ایده یا رفتاری نسبت داده شده است که برای سازمان جدید است. ایده جدید نه تنها باید از طرف سازمان پذیرش شود بلکه باید به‌طور موفقیت‌آمیزی نیز به کار گرفته شود علاوه بر این سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کارآفرینانه برای شیوه‌های یکپارچه و ایجاد روابط قوی می‌تواند در ایجاد تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی مؤثر باشد (راتن و فریرا، ۲۰۱۷)^۲. صنعت ورزش فرصت‌های مختلفی مانند ایجاد راه‌هایی ممکن بر مبنای ارتباطات موجود کسب و کار به وجود می‌آورد (گران و همکاران، ۲۰۱۴)^۳، در واقع این

¹ Li

² Ratten & Ferreira

³ Grant

فرصت‌های گسترده در بازار ورزش است که زمینه بیشتری برای نوآوری در این عرصه ایجاد می‌کند. در این راستا، به نظر می‌رسد لازمه به‌کارگیری ایده‌های نوآورانه در دنیایی که فرصت‌های نوآورانه زیادی وجود دارد، ختم‌شده‌های کارآفرینانه و استقبال از نوآوری است که چنین سیاست‌ها و خط‌مشی‌هایی بر عملیاتی کردن ایده‌های نوآورانه تأکید می‌کند.

منظور از شرایط زمینه‌ای، شرایط خاصی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). عوامل زمینه‌ای در پژوهش حاضر از نهادینه شدن کارآفرینی، شفافیت و بهبود مدیریت کسب و کار، وجود فرهنگ مشتری‌مداری و عوامل فرهنگی و اجتماعی تشکیل شده است. از جمله عوامل زمینه‌ای لازم برای استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی، فراهم کردن بستری برای پایداری کسب‌وکارهای ورزشی و نیز نهادینه شدن آن می‌توان به حمایت‌های دولتی، خلق نهادهای ارتباطی، تقویت عملکرد رسانه‌ای و تداوم سیاست‌های مشوق کارآفرینی اشاره کرد. حمایت‌های دولتی را می‌توان در حمایت از تولید، اختصاص یارانه به تولید و ایجاد تسهیلات بانکی عنوان کرد. (داوری و رضایی، ۲۰۰۶) از جمله بسترهای لازم برای نهادینه کردن کارآفرینی در جامعه را بسترسازی برای کارآفرینی (آموزش و فرهنگ‌سازی) و هدایت کارآفرینی در مرحله عمل (قانون‌گذاری و پشتیبانی) بیان کردند. در ادامه می‌توان به الگوهای موفق اشاره کرد که می‌توان از این الگوها نیز در صورت امکان، بهره لازم را برد و به یک الگوی واحد در زمینه کسب موفقیت دست یافت. این عوامل ملزم به یک مدیریت قوی و موفق است که باید افرادی در رأس مدیریت قرار گیرند که از دانش لازم برخوردار باشد و تجربه کافی را در هدایت حوزه استفاده بهینه از تأمین مالی کسب و کار ورزشی داشته باشند و لازم است که افرادی که در حوزه مدیریت در این بخش‌ها فعالیت می‌کنند به‌صورت کاملاً شفاف فعالیت‌های خود را گزارش کنند چون شفافیت، اصلی مهم در مباحث مدیریتی است (آقامحمدی و همکاران، ۲۰۲۱). مدیریت موفق بدون بهره‌گیری از تکنولوژی، امکان‌پذیر نخواهد بود. در واقع، مدیریت صحیح سرمایه انسانی نه‌تنها می‌تواند از علل ایجاد نوآوری استراتژیک باشد بلکه مدیران نهادهای مسئول در ورزش، چه نهادهای رسمی و چه نهادهای غیررسمی می‌توانند نقش مهمی را در این زمینه ایفا کنند. عوامل زمینه‌ای در بخش کمی نیز مورد تأیید جامعه قرار گرفت که نشان‌دهنده عوامل شناسایی‌شده در زمینه بهبود وضعیت استراتژی‌های کسب و کار ورزشی می‌باشد. عوامل فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جامعه نیز در مورد استفاده بهینه از تأمین جمعی مالی از طریق کارآفرینان بدون شک تأثیرگذار است و می‌تواند یکی از بسترهای لازم باشد. باورها و ارزش‌هایی که در جامعه وجود دارد می‌تواند بر تمایل کارآفرینان برای تأمین مالی از طریق کارآفرینان مؤثر باشند.

منظور از شرایط مداخله‌گر، شرایطی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). تکنولوژی در دنیای امروزی یکی از عوامل پیش‌برنده مثبت است که در همه امور باعث استفاده بهینه و تسریع استفاده شده است. در بحث استفاده بهینه از تأمین جمعی توسط کارآفرینان هم بدون شک تأثیرگذار است و فضای مناسبی را برای کارآفرینان ورزشی ایجاد می‌کند که در حوزه کسب و کار ورزشی نیز فعالیت کنند زیرا برای کارآفرینان ثابت خواهد شد صنعت ورزش نیز با فناوری روز دنیا در ارتباط است و همراه با این فناوری‌ها در حال حرکت است و کیفیت و پتانسیل نهفته‌ای که در ورزش وجود دارد برای کارآفرینان روشن خواهد شد. همچنین، کیفیت نهادی و از جمله مؤلفه‌های آن شامل هماهنگی نهادها، تعهد نهادها و کسب‌وکارهای ورزشی به اجرای قوانین و برنامه‌ها، حمایت نهادهای دولتی از کارآفرینی ورزش و نوآوری، لزوم برنامه محوری و برنامه‌ریزی راهبردی و متناسب ساختن اهداف چنین برنامه‌هایی متناسب با نیازهای فرهنگی می‌تواند در ایجاد نوآوری استراتژیک باشد. قوانین حمایتی وضع‌شده هم باید در راستای تقویت سیاست‌های این حوزه باشد که تأثیرات مثبتی داشته باشد. یکی از موارد مهم در زمینه کسب‌وکار یا در دیگر زمینه‌ها مباحث اقتصادی و موانع مرتبط در زمینه اقتصادی است. ورزش هم مانند دیگر صنایع دنیا به اقتصاد وابسته است و از مهم‌ترین ارکان آن می‌باشد. موانع اقتصادی بسیاری پیش روی کسب‌وکارهای ورزشی است که می‌توان به همکاری نکردن بانک‌ها اشاره کرد که تسهیلات مناسبی را در اختیار این حوزه قرار نمی‌دهند یا نبود راهکارهای مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی در بخش کسب‌وکار ورزشی و حتی تحریم‌های اعمال‌شده نیز بر کسب‌وکارهای ورزشی نیز

تأثیرگذار بوده است که باید این موارد ارزیابی شوند و با برنامه‌ریزی‌های درست درصد رفع آن‌ها گام برداشته شود. قوانین حمایتی می‌تواند در زمینه‌های گفته‌شده مفید باشد و به صورتی که دولت یا ارگان‌های مرتبط بتوانند حمایت‌های لازم را داشته باشند بخش تولیدات ورزشی داخلی نیز رغبت لازم را برای ادامه کار خواهد داشت. عوامل مداخله شناسایی شده در بخش کمی نیز تأیید شد و بارهای عاملی به‌دست‌آمده نشان‌دهنده اهمیت کدهای شناسایی‌شده در این حوزه بود و توجه ویژه به آن می‌تواند وضعیت کسب و کار را در نهایت بهبود بخشد.

منظور از راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی است که از پدیده‌محوری منتج می‌شود (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). تخصص و داشتن نیروی متخصص در هر حوزه، یکی از عوامل اصلی در موفقیت است. در حوزه ورزش نیز وجود نیروی متخصص می‌تواند در راستای بهبود کسب و کار ورزشی می‌تواند باعث پیشرفت در این زمینه شود که این عامل می‌تواند کارآفرینان را برای تأمین مالی جمعی راغب کند و حوزه ورزش با استفاده از نیروهای متخصص استفاده بهینه را از فرصت به‌دست‌آمده، داشته باشد. لازم است که از افراد تحصیل کرده با تحصیلات مرتبط مانند رشته‌های بازاریابی ورزشی استفاده شود که دانش خود را در بهبود وضعیت کسب‌وکارهای ورزشی به کار گیرند. همچنین در راستای توانمندسازی کارکنان و مسئولین نیز باید اقداماتی مانند برگزاری دوره‌های آموزشی برگزار شود که این افراد بتوانند آموزش‌های لازم را ببینند. همچنین دوره‌هایی برگزار شود که افراد تحصیل کرده و علاقه‌مند برای آموزش دیدن در آن‌ها شرکت کنند. توجه به بحث برندینگ هم باید در دستور کار مسئولین قرار گیرد. باید به نحوی عمل کرد که برندهای متنوعی در کسب‌وکار ورزشی ایجاد شود. این کار زمانی شکل می‌گیرد که محصولاتی طبق نیازهای مشتری تولید شود و دارای کیفیت لازم باشد که اگر این امر محقق نگردد استقبال مناسبی از سوی مصرف‌کنندگان شکل نخواهد گرفت. البته در این رابطه تا زمانی که قانون کپی‌رایت رعایت نشود نمی‌توان به یک برند مورد اعتماد دست یافت و همچنین نبود قانون کپی‌رایت باعث شده است که سرمایه‌گذاران ریسک کمتری کنند و در این حوزه، سرمایه‌گذاری کنند. در این رابطه لازم است قوانین سختی تنظیم شود و به مرحله اجرا دربیاید تا کسب‌وکارهای ورزشی رونق لازم را داشته باشند. حمایت‌های دولتی را می‌توان در حمایت از تولید، اختصاص یارانه به تولید و ایجاد تسهیلات بانکی عنوان کرد. (داوری و رضایی، ۲۰۰۶)، از جمله راهبردهای لازم برای نهادینه کردن کارآفرینی در جامعه بسترسازی برای کارآفرینی (آموزش و فرهنگ‌سازی) و هدایت کارآفرینی در مرحله عمل (قانون‌گذاری و پشتیبانی) بیان کردند. اعتمادسازی نیز دیگر راهبرد شناسایی شده بود که در این رابطه می‌توان به برقراری ارتباط و جلب حمایت مناسب کارآفرینان تأمین جمعی مالی استفاده کرد و از این طریق اعتماد لازم بین طرفین حاصل گردد. در این رابطه اگر بسترهایی فراهم شود که کارآفرینان نیز از دستاوردهای که داشتند استفاده بهینه کنند بدون شک اعتماد به‌وجودآمده، بیشتر خواهد شد. همچنین، در نهایت می‌توان به آموزش و مدیریت منابع اشاره کرد که در این رابطه عواملی مانند کمک گرفتن از کارآفرینان در رویدادهای ورزشی توسط فدراسیون‌ها اشاره کرد که کارآفرینان را راغب به فعالیت می‌کند و فرصت مناسبی برای تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان در حوزه ورزش ایجاد می‌شود. استفاده از روش‌های تأمین مالی جمعی راهبرد دیگری بود که در نتایج پژوهش گزارش شد. استفاده از پول کم افراد زیاد برای حل مشکلات مالی و سرمایه‌گذاری‌های خرد و کلان باشگاه، یکی از مزایای روش تأمین مالی جمعی است. هواداران ورزشی اگرچه ممکن است در ازای پولی که مشارکت می‌کنند پاداشی را نیز دریافت کنند اما هدفی والاتر، عامل مشارکت است و آن، بهبود وضعیت اقتصادی باشگاه و کمک به کسب نتایج بهتر است. همان طور که از تعریف برمی‌آید انگیزه‌های درونی در مدل‌های تأمین مالی جمعی نقش بسزایی دارد. بنابراین، باشگاه‌های ورزشی به‌واسطه بهره‌مندی از ظرفیت بزرگ هواداری استعداد بالایی برای بهره‌مندی از روش‌های تأمین مالی جمعی دارند. (هاث، ۲۰۱۸) روش‌های تأمین مالی جمعی را روش مطلوب برای فروش حق نام امکان ورزشی به هواداران اعلام می‌دارد. باشگاه‌ها با استفاده از این روش می‌توانند از طریق مشارکت دادن هواداران در کمپین تأمین مالی جمعی هم‌زمان با جذب منابع مالی، نام موردنظر هواداران را روی امکان ورزشی باشگاه‌ها قرار دهند (هاث، ۲۰۱۸).

منظور از پیامدها، خروجی حاصل از استخدام راهبردها است (داناوی فرد و امامی، ۲۰۰۷). یکی از پیامدهای حاصل از پژوهش حاضر، بحث عدالت اجتماعی در حوزه ورزش می‌باشد. عدالت اجتماعی اقتصادی، در شاخص‌هایی مانند نسبت پراکندگی صنایع و کسب‌وکارهای ورزشی در مناطق مختلف، سهولت دسترسی به باشگاه‌ها و خدمات ورزشی در نظر گرفته شد. اهمیت این موضوع در این مسئله است که دسترسی به باشگاه‌ها و خدمات ورزشی می‌تواند از نتایج عدالت در مناطق مختلف باشد چنان‌که مکان‌یابی درست اماکن براساس نیازهای مناطق می‌تواند بهره‌وری اجتماعی و اقتصادی را دربر داشته باشد. بهره‌وری اقتصادی در شاخص‌هایی مانند نرخ ورشکستگی کسب‌وکارهای ورزشی، میزان تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی، درصد سهم بازار از صادرات محصولات ورزشی، ارزش افزوده ایجادشده کسب‌وکارهای ورزشی، ارزش ستاده کارگاه‌های ورزشی، درصد رشد سهم بازار، میزان تثبیت کسب‌وکارهای ورزشی و قابلیت رقابت محصولات ورزشی بیان شد. در نهایت، می‌توان بیان کرد که ارتقای کسب‌وکارهای ورزشی و ایجاد بازارهای جدید نیز یکی دیگر از پیامدهای حاصل بود که در این رابطه می‌توان گفت زمانی که کسب‌وکارهای ورزشی داخلی، رونق پیدا کند بدون شک می‌تواند با محصولات خارجی در داخل و حتی در منطقه نیز به رقابت بپردازد و یک بازار جدید داخلی برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران باشد. در واقع رونق کسب‌وکارهای ورزشی منجر به توسعه اقتصادی ورزش خواهد شد و از این طریق افراد بسیاری مشغول به کار خواهند شد و مشاغل جدیدی به وجود خواهند آمد که افراد در حیطه ورزش به فعالیت بپردازند و چرخ صنعت ورزش به حرکت درآید. از طرفی، می‌توان به توسعه پایدار اشاره کرد که از طریق رونق گرفتن کسب‌وکارها به وجود می‌آید. ورزش به‌عنوان یکی از حوزه‌هایی که مخاطبان بسیار زیادی در تمامی نسل‌های جامعه دارد می‌تواند نقش مهمی در توسعه پایدار جامعه ایفا کند به‌نحوی که اگر درآمدی در حوزه ورزش باشد بدون شک به این دلیل که مخاطبان آن هر روز بیشتر خواهند شد این درآمد و توسعه هر روز پایدارتر خواهد شد و جذب سرمایه هر روز بیشتر و بیشتر خواهد شد که این امر نیز مستلزم بهره‌گیری از ایده‌های جدید و نو می‌باشد. پیامدهای مهم ورزش به وجود آمدن کسب‌وکارهای متعدد می‌باشد و کسب‌وکارهای ورزشی در رشد انواع ورزش بی‌تأثیر نیستند. امروزه شاهد روی آوردن به منابع مالی جدید در توسعه اقتصاد ملی و بهره‌گیری از صنعت ورزش برای درآمدزایی به‌صورت عام و استقلال مالی بخش ورزش جامعه به‌صورت خاص هستیم و در این راستا ایجاد و موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی، یکی از کانال‌های بسیار مهم جهانی در توسعه سهم صنعت ورزشی از تولید ناخالص ملی محسوب می‌گردد و از طرفی، افزایش نیروهای تحصیل کرده ورزشی و تنوع نیازها و علاقه‌مندی‌های مردم، وجود کسب‌وکارهای ورزشی را توجیه می‌کند. علاوه بر این موارد، محیط کاملاً رقابتی و افزایش رکودها و تورم، صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی را به خروج داوطلبانه از بازار تشویق می‌کند. همچنین، چنین می‌توان جمع‌بندی کرد که در دنیای امروز، دیگر دولت‌ها همچون گذشته قادر به تصدی‌گری در تمام امور نیستند. با توجه به افزایش تهدیدهای داخلی و خارجی کشور و مشکلات فراوان معیشتی مردم و زیاد بودن هزینه‌های جاری دولت‌ها و هزینه‌های گزاف موردنیاز برای توسعه زیرساخت‌ها و حل مسائل اساسی اقتصادی-اجتماعی کشور نمی‌توان انتظار داشت ورزش کشور همچون گذشته منابع خود را از دولت تأمین کند. بنابراین باید حرکت را از وابستگی به بودجه دولت و اقتصاد نفتی به سوی استقلال مالی و اقتصاد آزاد را آغاز کرد. واقعیت آن است دولت‌مردان باید به این ادراک برسند تغییر در سیاست‌های مالی ورزشی حرفه‌ای به دلیل بیش از ۳۰ سال وابستگی، یک فرایند تدریجی و نه دفعی است. متأسفانه بیشتر طرح‌های موجود، جنبه رسانه‌ای و تبلیغی دارد حال آن‌که ورزش دولتی‌شده امروز، نیازمند اقدامات تدریجی برخاسته از پژوهش‌های این‌چنینی و کشورهای موفق می‌باشد. بهترین رویکرد آن است که طی یک دوره ۵ تا ۱۰ ساله، حرکت به سمت خودکفایی و بعد از آن سودآوری در ورزش حرفه‌ای را آغاز کرد. راهبردهای معرفی‌شده در پژوهش حاضر به‌ویژه روش‌های تأمین مالی می‌تواند یک برنامه عملیاتی روشن را پیش روی متصدیان ورزش حرفه‌ای کشور قرار دهد. از این‌رو، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان پیشنهاد که با تدوین سیاست‌های حمایتی و مالی مناسب، بسترهای لازم را برای تأمین مالی جمعی کارآفرینان ورزشی فراهم کرد.

در پایان باید گفت هر پژوهشی، محدودیتهایی دارد. از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به تعمیم دادن نتایج اشاره کرد که در حوزه ورزش انجام شده است و نمی‌توان نتایج آن را به دیگر حوزه‌ها تعمیم داد از این رو پیشنهاد می‌شود استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی در دیگر حوزه‌ها مانند صنعت مختلفی که وجود دارد، بررسی و ارائه شود. محدودیت دیگری که در پژوهش حاضر می‌توان به آن اشاره کرد، ارزیابی یافته‌های پژوهش حاضر که به صورت کیفی است که امکان ارزیابی آن در پژوهش حاضر به صورت کمی نبود از این رو پیشنهاد می‌شود دیگر محققان پس از تأیید روایی سازه‌های شناسایی شده، عوامل شناسایی شده و مورد تأیید را ارزیابی کنند.

References

- Abdourazakou, Y., & Leroux-Sostenes, M-J. (2016). Crowd Funding: the New Frontier of Sports Sponsorship? *International Journal of Kinesiology and Sports Science*, 4(2), 18-26. <https://journals.aiac.org.au/index.php/IJKSS/article/view/2330>
- Aghajani, H. A., Pour, M. A., & Rad, M. F. (2013). Investigation about Financing in Entrepreneurial Projects. *Roshd -e- Fanavari*, 9(36), 29-36. <http://rimag.ricest.ac.ir/en/Article/20043>
- Aghamohammadi, S., Khosravizadeh, E., & Mondalizade, Z. (2021). Identify and validate strategies affecting strategic innovation in sports businesses. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, (-), -. <https://doi.org/10.48301/kssa.2021.287687.1545>
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253-274. <https://doi.org/10.1111/jems.12093>
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2016). Are Syndicates the Killer App of Equity Crowdfunding? *California Management Review*, 58(2), 111-124. <https://doi.org/10.1525/cm.2016.58.2.111>
- Bahrami, P. (2015). Murabaha sukuk is a suitable tool for financing sports. *Bourse Monthly*, 52(121), 80-85. <https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/1089200>
- Blake, J., Fourie, S., & Goldman, M. (2019). The relationship between sports sponsorships and corporate financial returns in South Africa. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(1), 2-25. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-12-2016-0088>
- Brown, R., Rocha, A., & Cowling, M. (2020). Financing entrepreneurship in times of crisis: Exploring the impact of COVID-19 on the market for entrepreneurial finance in the United Kingdom. *International Small Business Journal*, 38(5), 380-390. <https://doi.org/10.1177/0266242620937464>
- Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 162(1), 120412. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120412>
- Chitsazan, H., & Pourbasir, M. (2022). Factors Affecting Backers' Funding Intention in Crowdfunding Platforms. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(4), 599-618. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.320354.653622>
- Chitsazan, H., Talebi, K., & Mohebbali, A. (2017). Identifying and Prioritizing the Most Common Methods of Bootstrap Financing in IT-based Start-ups. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(1), 61-79. <https://doi.org/10.22059/jed.2017.62291>
- Danaeifard, H., Alvani, S. M., & Azar, A. (2004). *Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach*. Ishraqi, Saffar <https://www.gisoom.com/book/1282235/>
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Qualitative Research Strategies: A Reflection on Grounded Theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97. <https://doi.org/10.30497/smt.2007.104>

- Davari, A., & Rezaei, H. R. (2006). The Role of Government Policies on Entrepreneurship Development. *Iranian journal of management sciences*, 1(2), 109-129. http://journals.iams.ir/article_34.html?lang=en
- Ghafouri Yazdi, M., Khabiri, M., Alidoust Ghahfarokhi, E., & Sharif Zadeh, M. J. (2021). Identifying Financing strategies in Iran's Professional Sports. *Applied Research in Sport Management*, 9(4), 23-40. <https://doi.org/10.30473/arsm.2021.7624>
- Ghavamipour, M., & Khodami, M. (2018). *Translation of the Global Entrepreneurship Report 2018*. Entrepreneurship Development and Labor Productivity Office. <https://karafarini.mcls.gov.ir/fa/article/1158/>
- Grant, A. M., Berg, J. M., & Cable, D. M. (2014). Job titles as identity badges: How self-reflective titles can reduce emotional exhaustion. *Academy of Management journal*, 57(4), 1201-1225. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.0338>
- Hamidzadeh, M., Hajikarimi, A., Babaie, M., & Tabatabaee, N. S. (2010). Designing & Explanation Of Service Loyalty Model (Study Domain: Private Banks). *Journal Of Business Administration Research*, 1(2), 133-170. <https://www.sid.ir/paper/360721/en>
- Harzer, A. (2013). *Erfolgsfaktoren im crowdfunding* (A. Will & D. Brüntje, Eds.). Universitätsverlag Ilmenau. https://www.db-thueringen.de/receive/dbt_mods_0002_0873
- Hashemi Nekoo, A. R., Mobaraki, M. H., Rezaeian, A., & Imanipour, N. (2018). Goals, Beliefs and Decision Making Process of Business Angels. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(3), 561-850. <https://doi.org/10.22059/jed.2018.259999.652629>
- Huth, C. (2018). Back to traditional stadium names. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(3), 214-234. <https://doi.org/10.1108/SBM-05-2017-0027>
- Kuppuswamy, V., & Bayus, B. L. (2018). A review of crowdfunding research and findings. In P. Golder & D. Mitra (Eds.), *Handbook of Research on New Product Development*. Edward Elgar. <https://doi.org/0.2139/ssrn.2685739>
- Li, H., Jin, H., Cao, J., Hua, Y., Kong, C., & Lin, L. (2011). Review of Financing Model of Stadium and Gymnasium Construction in China. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 232-235. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p232>
- Mostafapour, M. (2016). A look at financing methods and tools; With an emphasis on the debt market. *Economic Journal*, 16(7 & 8), 17-32. <http://ejip.ir/article-1-877-en.html>
- Novak, I., Knežević, B., & Škrobot, P. (2018). Sport as An Entrepreneurial Activity and Possibility of Self-financing Throughout Crowdfunding Platforms. *International Journal Vallis Aurea*, 4(1), 59-74. <https://doi.org/10.2507/IJVA.4.1.5.47>
- Paschen, J. (2017). Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. *Business Horizons*, 60(2), 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.11.003>
- Poursaeed, M. M., Hashemi, S. A., Forghani, M., & Barzegarpour, M. (2019). Identifying and categorization the mindset of bank depositors for crowdfunding in startup and knowledge based companies. *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 199-181. <https://doi.org/10.22059/jed.2019.281305.653004>
- Ratten, V., & Ferreira, J. (2017). *Entrepreneurship and sport innovation*. Rutledge. <https://www.routledge.com/Sport-Entrepreneurship-and-Innovation/Ratten-Ferreira/p/book/9781138941748>
- Rezae Soofi, M., & Shabani, A. (2014). The effect of mass media on sports financing. *Communication Management in Sport Media*, 1(3), 43-49. https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_864.html?lang=en

- Ryu, S., Kim, K., & Hahn, J. (2019). The Effect of Crowdfunding Success on Subsequent Financing Outcomes of Start-ups. *Academy of Management Proceedings*, 2019(1), 17486. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.17486abstract>
- Scholz, N. (2015). *The relevance of Crowdfunding: The impact on the innovation process of small entrepreneurial firms*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-658-09837-7>
- Schwab, K. (2016). *The Global Competitiveness Report 2016–2017*. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf
- Simons, A., Kaiser, L. F., & Vom Brocke, J. (2019). Enterprise Crowdfunding: Foundations, Applications, and Research Findings. *Business & Information Systems Engineering*, 61(1), 113-121. <https://doi.org/10.1007/s12599-018-0568-7>
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). *Research methods for sport management*. Routledge. <https://www.routledge.com/Research-Methods-for-Sport-Management/Skinner-Edwards-Corbett/p/book/9780415572569>
- Soltanifar, M. (2017, March 5). *Completion of 4,000 unfinished sports projects requires 11,000 billion tomans of credit/ The Magpies do not use a single rial from the government budget*. Irna. <https://www.irna.ir/news/82452766/>
- Tonge, J. (2001). *A review of small business literature part 2: Birth, growth and death of the small business*. Manchester Metropolitan University. <https://e-space.mmu.ac.uk/1644/>
- Welter, F., & Smallbone, D. (2017). Entrepreneurship and enterprise strategies in transition economies: An institutional perspective. In D. A. Kirby & A. Watson (Eds.), *Small firms and economic development in developed and transition economies: A Reader*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315192451-7/entrepreneurship-enterprise-strategies-transition-economies-institutional-perspective-friederike-welter-david-smallbone>
- Winborg, J. (2009). Use of financial bootstrapping in new businesses: a question of last resort? *Venture Capital*, 11(1), 71-83. <https://doi.org/10.1080/13691060802351248>
- Xu, B., Zheng, H., Xu, Y., & Wang, T. (2016). Configurational paths to sponsor satisfaction in crowdfunding. *Journal of Business Research*, 69(2), 915-927. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.040>