



Analysis of the Lean Business Model Canvas for Fan Tokens

(Case Study: Socios)

Mehdi Rasooli^{1✉} 

1. Department of Sport marketing and commercialization, Faculty of Sport technology, Sport sciences research institute, Tehran, Iran. E-mail: m_rasooli@ssrc.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Introduction: Fan tokens, as an innovation at the intersection of blockchain technology and the sports industry, have introduced a new model for fan engagement and club revenue generation. Socios, a leading platform in this domain, leverages the Chiliz cryptocurrency to enable fans to participate in limited club decision-making processes.
Article history: Received: 8 April 2025 Received in revised form: 9 August 2025 Accepted: 12 August 2025 Published online: 7 October 2026	Methods: This study employs a qualitative focus group method and thematic analysis to examine the Socios fan token business model through the lens of Osterwalder's Lean Business Model Canvas.
Keywords: <i>Blockchain, Business Model Canvas, Club revenue model Fan, engagement, Fan tokens, Lean.</i>	Results: The findings indicate that the platform's key value proposition lies in fan empowerment and digital engagement. However, challenges such as token price volatility, blockchain technology complexity, and financial and technical access limitations hinder its widespread adoption. Additionally, the dual nature of fan tokens—serving as both an engagement tool and a speculative asset—has raised concerns over their financial sustainability and fan trust. Furthermore, Socios' dependency on Chiliz poses a risk to its revenue stability.
	Conclusion: Strategic recommendations from this study include simplifying the technology, reducing entry costs, enhancing transparency, diversifying rewards, and managing financial risks. This research suggests that fan tokens have the potential to redefine sports engagement, but their success depends on striking a balance between fan value and club profitability.

Cite this article: Rasooli, M (2026). Analysis of the Lean Business Model Canvas for Fan Tokens (Case Study: Socios). *Sport Management Journal*, 18 (3), 213-225. DOI: <http://doi.org/10.22059/jsm.2025.391604.3452>



Journal of Sport Management by [University of Tehran Press](http://www.ut.ac.ir) is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
| Website: <https://jsm.ut.ac.ir/> | Email: jsm@ut.ac.ir.



Extended Abstract

Introduction

Fan tokens have emerged as a groundbreaking innovation at the intersection of blockchain technology and the sports industry, offering a transformative approach to fan engagement and club revenue models. By enabling fans to participate in club decisions and access exclusive experiences, platforms such as Socios have redefined traditional fan dynamics. However, while fan tokens promise increased engagement and empowerment, concerns have been raised regarding their speculative nature, financial risks, and actual impact on fan-club relationships. This study aims to explore the business model of Socios through the lens of Osterwalder's Lean Business Model Canvas, identifying its value propositions, key activities, and the challenges it faces within the fan token ecosystem.

Methods

This qualitative study employed a focused group discussion method, gathering insights from ten experts in sports marketing and digital innovation. Participants were selected through purposive sampling based on their expertise in fan engagement strategies and blockchain applications in sports. Data collection was conducted through structured online sessions, and the findings were analyzed using thematic analysis to identify key patterns related to Socios' business model and its implications for fan engagement and revenue generation.

Results

The analysis revealed that Socios addresses a fundamental gap in traditional fan engagement by offering participatory experiences, such as voting on minor club decisions and exclusive fan rewards. Experts agreed that these interactive elements foster a sense of ownership among fans, aligning with previous research that highlights the empowerment potential of blockchain-based fan engagement tools. However, several challenges were identified, including the complexity of blockchain technology for the average fan,

geographical disparities in fan access, and concerns about token price volatility. Furthermore, while fan tokens serve as a new revenue stream for clubs, the speculative aspect of token trading raises ethical concerns about fan exploitation and the sustainability of this model. Experts also pointed out that fan tokens might risk alienating lower-income supporters due to entry costs, exacerbating social inequalities in sports fandom.

Conclusion

Socios' innovative use of blockchain technology has successfully introduced a novel business model that transforms fan engagement from passive consumption to active participation. Its competitive advantage lies in its first-mover status, robust network of partner clubs, and creation of a digital ecosystem for global fan interaction. Nevertheless, the platform must address key challenges, such as simplifying its technology, reducing entry barriers, ensuring financial stability, and maintaining the balance between fan identity and financial speculation. Future fan token platforms, especially in emerging markets like Iran, should prioritize inclusivity and long-term fan value over short-term financial gains to ensure sustainable growth.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

This research was conducted in full compliance with ethical research standards. Participants provided informed consent, and their identities and contributions were kept confidential.

Funding

This study received funding and was supported by Rahpooyan Innovative Company.

Authors' contribution

Only the researcher contributed to the conception, design, data collection, analysis, and writing of this manuscript.

Conflict of interest

The author declare no conflicts of interest regarding the publication of this paper.

Acknowledgments

The author express his sincere appreciation to all participants in the expert panel for their valuable

تحلیل بوم کسب و کار ناب توکن های هواداری (مطالعه موردی: Socios)

مهدی رسولی  

۱. گروه بازاریابی و تجاری ورزشی، پژوهشکده فناوری ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران. رایانامه: m_rasooli@ssrc.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: توکن های هواداری، به عنوان یک نوآوری در تقاطع فناوری بلاک چین و صنعت ورزش، مدل جدیدی برای تعامل هواداران و ایجاد جریان های درآمدی باشگاه ها ارائه کرده اند. پلتفرم سوشیوز یکی از پیشگامان این حوزه است که با بهره گیری از ارز دیجیتال چیلز، امکان مشارکت هواداران در تصمیم گیری های محدود باشگاهی را فراهم می کند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۹	روش پژوهش: این پژوهش با استفاده از روش کیفی گروه متمرکز و تحلیل مضمون، به بررسی مدل کسب و کار سوشیوز از منظر بوم کسب و کار ناب استرووالدر پرداخته است.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۵/۱۸	یافته ها: یافته ها نشان می دهند که مهم ترین ارزش پیشنهادی این پلتفرم، توانمندسازی هواداران و ایجاد تعامل دیجیتال است. با این حال، چالش هایی نظیر نوسانات قیمت توکن ها، پیچیدگی فناوری بلاک چین، و محدودیت دسترسی مالی و فنی هواداران، پذیرش گسترده آن را تهدید می کند. از سوی دیگر، ماهیت دوگانه توکن ها - به عنوان یک ابزار تعامل و همزمان یک دارایی سرمایه ای - باعث شده است که جنبه سفته بازاری آن، اعتماد هواداران را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین، وابستگی سوشیوز به ارز چیلز، پایداری مدل درآمدی آن را با ریسک مواجه کرده است.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۲۱	نتیجه گیری: پیشنهاد های استراتژیک این پژوهش شامل ساده سازی فناوری، کاهش هزینه های ورود، افزایش شفافیت، تنوع در پاداش ها، و مدیریت ریسک مالی است. این مطالعه نشان می دهد که توکن های هواداری می توانند آینده تعاملات ورزشی را شکل دهند، اما برای موفقیت، باید توازن بین ارزش هواداری و سودآوری باشگاه ها برقرار شود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۱۵	
کلیدواژه ها: توکن های هواداری، بلاک چین، بوم کسب و کار ناب، تعامل هواداران، مدل درآمدی باشگاه ها.	

استناد: رسولی، مهدی (۱۴۰۵). تحلیل بوم کسب و کار ناب توکن های هواداری (مطالعه موردی: Socios). نشریه مدیریت ورزشی، (۳)، ۲۲۵-۲۱۳.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jsm.2025.391604.3452>

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



ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی. © نویسندگان.

مقدمه

توکن‌های هواداری به‌عنوان یکی از نوآوری‌های برجسته در تقاطع فناوری بلاک‌چین و صنعت ورزش، در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده‌اند. این توکن‌ها، که اغلب به‌صورت دارایی‌های دیجیتال مبتنی بر بلاک‌چین عرضه می‌شوند، به هواداران امکان می‌دهند تا در فعالیت‌هایی نظیر رأی‌گیری برای تصمیمات محدود باشگاه‌ها، دسترسی به پاداش‌های انحصاری و تجربه‌های دیجیتال منحصر به فرد مشارکت کنند (انت و ساندنر^۱، ۲۰۲۳). پلتفرم سوشیوز^۲، که از ارز دیجیتال چلیز^۳ پشتیبانی می‌کند، به‌عنوان یکی از پیشگامان این حوزه شناخته می‌شود و با همکاری با باشگاه‌های معتبر جهانی مانند بارسلونا، یوونتوس، پاری سن ژرمن و منچستر سیتی، مدلی را ارائه کرده است که هدف آن تبدیل هواداران از مصرف‌کنندگان منفعل به مشارکت‌کنندگان فعال در اکوسیستم‌های ورزشی است. این مدل نویدبخش تحولی در تعاملات هواداری و جریان‌های درآمدی باشگاه‌ها بوده، اما در عین حال با چالش‌ها و ابهاماتی روبه‌روست که نیازمند بررسی عمیق‌تر است (وب‌سایت سوشیوز، ۲۰۲۵).

صنعت ورزش در دهه‌های گذشته به‌طور فزاینده‌ای تحت تأثیر دیجیتالی‌سازی قرار گرفته است. از پخش آنلاین مسابقات تا تعاملات شبکه‌های اجتماعی، هواداران به دنبال راه‌هایی برای نزدیک‌تر شدن به تیم‌ها و بازیکنان مورد علاقه خود هستند. با این حال، روش‌های سنتی تعامل، مانند خرید بلیت، تماشای بازی‌ها یا خرید کالاهای هواداری، اغلب نمی‌توانند نیازهای عاطفی و اجتماعی هواداران مدرن را به‌طور کامل برآورده کنند. به‌عنوان مثال، هواداران در مناطق جغرافیایی دوردست، مانند آسیا یا آفریقا، به دلیل محدودیت‌های فیزیکی و مالی، از تجربه مستقیم و معنادار با باشگاه‌های اروپایی محروم هستند (ژانگ و همکاران^۴، ۲۰۲۲). از سوی دیگر، باشگاه‌ها نیز با فشارهای اقتصادی فزاینده‌ای مواجه‌اند. کاهش درآمدهای سنتی مانند فروش بلیت به دلیل همه‌گیری‌ها یا رقابت با گزینه‌های سرگرمی دیگر، آن‌ها را وادار کرده است تا به دنبال منابع درآمدی جدید باشند (اسمیت و همکاران^۵، ۲۰۲۳). در این زمینه، توکن‌های هواداری به‌عنوان راه‌حلی نوظهور معرفی شده‌اند که می‌توانند این شکاف‌ها را پر کنند. این توکن‌ها به هواداران اجازه می‌دهند با خرید و نگهداری آن‌ها، در تصمیم‌گیری‌هایی مانند انتخاب طرح لباس، نام‌گذاری بخشی از استادیوم یا حتی انتخاب آهنگ ورودی بازیکنان مشارکت کنند. در مقابل، باشگاه‌ها از فروش اولیه توکن‌ها و معاملات بعدی آن‌ها در بازارهای ثانویه سود می‌برند. این مدل، که از فناوری بلاک‌چین بهره می‌برد، شفافیت و امنیت را تضمین می‌کند و به هواداران حس مالکیت و هویت جمعی می‌دهد (انت و ساندنر^۱، ۲۰۲۳). با این حال، این نوآوری بدون پیچیدگی نیست. دوگانگی نقش توکن‌ها – به‌عنوان ابزاری برای تعامل هواداری و در عین حال دارایی مالی قابل معامله – پرسش‌هایی را درباره کارایی، پایداری و ارزش واقعی آن‌ها مطرح کرده است.

یکی از مسائل محوری در تحلیل توکن‌های هواداری، ماهیت مالی و سفته‌بازانه است. شارنوسکی^۶ (۲۰۲۱)، در مطالعه خود نشان داده‌اند که قیمت توکن‌های هواداری، مانند بسیاری از ارزهای دیجیتال دیگر، تحت تأثیر عوامل بازار کلی کریپتو، عرضه و تقاضا و احساسات سرمایه‌گذاران قرار دارد و ارتباط چندانی با عملکرد واقعی تیم‌ها در زمین بازی ندارد. به‌عنوان مثال، توکن باشگاه پاری سن ژرمن ممکن است پس از یک برد بزرگ افزایش قیمت پیدا کند، اما این رشد اغلب کوتاه‌مدت است و به سرعت با نوسانات بازار تعدیل می‌شود. ویدال توماس^۷ (۲۰۲۳)، این موضوع را تأیید می‌کند و استدلال می‌کند که سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت در این توکن‌ها معمولاً زیان‌ده است، در حالی که بازده بلندمدت آن‌ها به شدت به روند کلی بازار ارزهای دیجیتال

¹ Ante & Sandner

² Socios

³ Chiliz

⁴ Zhang

⁵ Smith

⁶ Scharnowski

⁷ Vidal-Tomás

وابسته است. این ویژگی، توکن‌ها را از یک ابزار هواداری پایدار به دارایی‌های پرریسک تبدیل می‌کند که می‌تواند اعتماد هواداران را تضعیف کند.

از منظر هواداری، سوشیوز ادعا می‌کند که این توکن‌ها به هواداران قدرت و صدا می‌دهند. با این حال، تحقیقات نشان می‌دهند که تأثیر واقعی این مشارکت محدود است. به عنوان مثال، هواداران ممکن است در انتخاب رنگ لباس یا یک پیام روی دیوار رختکن رأی دهند، اما تصمیمات استراتژیک مانند نقل و انتقال بازیکنان یا مدیریت مالی باشگاه همچنان خارج از دسترس آن‌هاست (چن، ۲۰۲۴). این محدودیت باعث شده برخی این مدل را به عنوان ابزاری برای سودجویی مالی باشگاه‌ها تلقی کنند تا یک تحول واقعی در تعامل هواداری. [لوپز گونزالس و همکاران](#)^۲ (۲۰۲۳)، حتی ویژگی‌های شبه‌قمار را در این توکن‌ها شناسایی کرده‌اند، زیرا هواداران ممکن است با انگیزه کسب سود وارد معاملات شوند و در نهایت با ضرر مواجه شوند، مشابه پویایی‌های شرط‌بندی.

از منظر اقتصادی، توکن‌سازی هواداری پتانسیل ایجاد جریان‌های درآمدی متنوع را دارد. [اسمیت و همکاران](#) (۲۰۲۳)، استدلال می‌کنند که این مدل می‌تواند به عنوان پارادایمی جدید در صنایع خلاق عمل کند، جایی که دارایی‌های دیجیتال به عنوان منبع درآمد مستقل از روش‌های سنتی عمل می‌کنند. برای مثال، فروش توکن‌های هواداری می‌تواند هزینه‌های زیرساختی مانند بازسازی استادیوم یا جذب بازیکنان جدید را تأمین کند بدون اینکه فشار مستقیمی بر هواداران محلی وارد شود. با این حال، [سینگال و همکاران](#)^۳ (۲۰۲۳)، هشدار می‌دهند که موفقیت این مدل به طراحی استراتژیک، پذیرش گسترده و مدیریت ریسک‌های مالی وابسته است. در مورد سوشیوز، وابستگی به ارز چلیز و نوسانات آن یکی از نقاط ضعف کلیدی است که می‌تواند پایداری درآمدی را به خطر بیندازد.

یکی دیگر از چالش‌های اساسی، دسترسی و فراگیری است. هزینه اولیه خرید توکن‌ها، که گاهی به ده‌ها دلار می‌رسد، برای هواداران کم‌درآمد در بسیاری از نقاط جهان مانع بزرگی ایجاد می‌کند (زینگال و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، پیچیدگی فناوری بلاک‌چین و نیاز به کیف پول دیجیتال و دانش پایه درباره ارزش‌های دیجیتال، مشارکت را برای هواداران غیرمتخصص دشوار می‌کند. این موضوع با یافته‌های [جانسون و همکاران](#)^۴ (۲۰۲۲)، هم‌راستا است که نشان می‌دهد فناوری‌های نوین اغلب شکاف‌های اجتماعی-اقتصادی موجود را تشدید می‌کنند، به ویژه در جوامع هواداری که تنوع بالایی دارند.

با وجود این چالش‌ها، پتانسیل توکن‌های هواداری قابل چشم‌پوشی نیست. [انت و همکاران](#) (۲۰۲۳)، تأکید می‌کنند که بلاک‌چین می‌تواند اعتماد را در تعاملات دیجیتال افزایش دهد و هواداران را به عنوان ذی‌نفعان واقعی وارد اکوسیستم‌های ورزشی کند. [پرینسپ و همکاران](#)^۵ (۲۰۲۴)، این توکن‌ها را ابزاری برای تحول اقتصاد دیجیتال ورزش می‌دانند که می‌تواند مدل‌های سنتی را به چالش بکشد. به عنوان مثال، در سوشیوز، هواداران می‌توانند از پاداش‌هایی مانند ملاقات با بازیکنان یا دسترسی به محتوای انحصاری بهره‌مند شوند، که تجربه هواداری را غنی‌تر می‌کند. با این حال، این مزایا تنها زمانی به طور کامل محقق می‌شوند که پلتفرم بتواند تعادلی بین ارزش هواداری، سودآوری و پایداری مالی برقرار کند.

تناقضات موجود در مدل سوشیوز و توکن‌های هواداری به طور کلی، ضرورت تحلیل عمیق‌تر را برجسته می‌کند. از یک سو، این توکن‌ها به عنوان ابزاری برای تقویت هویت هواداری و ایجاد ارتباط عمیق‌تر با باشگاه‌ها تبلیغ می‌شوند ([مانولی و هادکینسون](#)^۶، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، ماهیت سفته‌بازانه و تجاری آن‌ها انتقاداتی را برانگیخته است که آن‌ها را به عنوان ابزاری

¹ Chen

² López-González

³ Singhal

⁴ Johnson

⁵ Principe

⁶ Manoli & Hodgkinson

برای بهره‌برداری مالی از هواداران معرفی می‌کند. چن (۲۰۲۴)، این دوگانگی، همراه با موانع دسترسی و پیچیدگی فناوری، پرسش‌هایی را درباره اینکه آیا سوشیوز واقعاً می‌تواند به وعده‌های خود عمل کند یا خیر، مطرح می‌کند.

در سطح کلان‌تر، توکن‌های هواداری نشان‌دهنده روند روبه‌رشد توکن‌سازی در صنایع مختلف هستند. از آثار هنری دیجیتال توکن‌های غیر قابل معاوضه^۱ تا املاک و مستغلات، بلاک‌چین به عنوان ابزاری برای بازتعریف مالکیت و ارزش در حال ظهور است (برون و لی، ۲۰۲۳). در ورزش، این روند می‌تواند به دموکراتیزه کردن تعاملات منجر شود، اما بدون استراتژی‌های مناسب، خطر تبدیل شدن به یک روند زودگذر را نیز دارد (تیلور و واگستاف، ۲۰۲۳). برای سوشیوز، موفقیت در گرو توانایی آن در جلب اعتماد هواداران، کاهش ریسک‌های مالی و ارائه ارزش واقعی فراتر از سود کوتاه‌مدت است.

از منظر اجتماعی، تأثیر این توکن‌ها بر رفتار هواداران نیز قابل تأمل است. آیا این مدل می‌تواند وفاداری هواداران را افزایش دهد یا به دلیل ماهیت مالی‌اش، آن‌ها را به سرمایه‌گذارانی فرصت‌طلب تبدیل می‌کند؟ دیویس و همکاران^۲ (۲۰۲۲)، استدلال می‌کنند که تعاملات مبتنی بر بلاک‌چین می‌توانند حس جمعی را تقویت کنند، اما اگر به‌درستی مدیریت نشوند، ممکن است به فردگرایی و سودجویی منجر شوند. این موضوع در سوشیوز مشهود است، جایی که برخی هواداران توکن‌ها را به عنوان نشان افتخار می‌بینند، در حالی که دیگران آن‌ها را صرفاً ابزاری برای کسب سود می‌دانند.

به عنوان جمع بندی می‌توان بیان نمود ضرورت پرداختن به توکن‌های هواداری به عنوان ابزارهای نوین هواداری از منظر سازمان‌های ورزشی به عنوان ابزارهای جدید تامین مالی و اقتصادی و همچنین افزایش وفاداری هواداران قابل تأمل است و از نقطه نظر هواداران این ابزار می‌تواند به تعامل بیشتر با باشگاه و افزایش حس تعلق کمک نماید. اهمیت این تحقیق نیز از دو منظر قابل بررسی است. اول غنی‌سازی ادبیات آکادمیک. پرکردن خلأ پژوهشی به ویژه با تأکید بر عدم وجود تحقیقات مرتبط با توکن‌های هواداری در داخل کشور و شناخت پایین از ظرفیت فناوری نوینی همچون بلاک‌چین در دنیای ورزش و هوادار که بر این اساس، تحقیق حاضر می‌تواند بستری برای تحقیقات آتی فراهم نماید. دوم، ارائه چارچوبی تحلیلی از بخش‌های مختلف کسب و کاری توکن‌های هواداری برای سازمان‌های ورزشی ایرانی مانند باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی که می‌تواند زمینه ساز استفاده آن‌ها از منابع جدید مالی و ابزارهای نوین اقتصادی باشد. همچنین شناخت این فناوری‌ها از این بابت دارای اهمیت است که خود بستر پیشرفت‌های آتی در زمینه هواداری ورزشی خواهند بود.

در نهایت، تحلیل بوم کسب‌وکار ناب سوشیوز می‌تواند به روشن شدن این ابهامات کمک کند. این چارچوب، که بر شناسایی مشکلات، راه‌حل‌ها، ارزش پیشنهادی و مزیت رقابتی تمرکز دارد، ابزاری مناسب برای درک پویایی‌های این مدل نوظهور است (استرووالدر و پیگنیر، ۲۰۱۰). با توجه به تنوع ذی‌نفعان – از هواداران و باشگاه‌ها گرفته تا سرمایه‌گذاران و توسعه‌دهندگان فناوری – این تحلیل می‌تواند بینش‌هایی برای بهبود استراتژی‌ها و افزایش پایداری ارائه دهد.

روش‌شناسی پژوهش

^۱ NFT

^۲ Brown & Lee

^۳ Taylor & Wagstaff

^۴ Davis et al

^۵ Osterwalder & Pigneur

این پژوهش با رویکرد کیفی و توصیفی-تحلیلی انجام شده و از گروه متمرکز^۱ به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها استفاده شده است. همچنین، به منظور افزایش دقت و عمق تحلیل، داده‌های تکمیلی از منابع مختلف جمع‌آوری و پیش از جلسه در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. این اطلاعات شامل موارد زیر است:

۱. تحلیل محتوای وبسایت سوشیوز: برای درک بهتر ساختار پلتفرم و میزان تعامل کاربران، بخش‌های کلیدی وبسایت Socios.com مورد بررسی قرار گرفت. این تحلیل شامل امکانات پلتفرم، سیاست‌های باشگاه‌های طرف قرارداد، نحوه رأی‌گیری کاربران، و میزان مشارکت آن‌ها بود. نتایج این تحلیل به عنوان مبنایی برای درک عمیق‌تر از مدل کسب‌وکار سوشیوز به کار گرفته شد.
۲. نمودارهای آماری از بازار توکن‌های هواداری: به منظور ارائه تصویری جامع از بازار توکن‌های هواداری، آمارهایی از تعداد کاربران، حجم معاملات، روند قیمتی و میزان پذیرش در میان باشگاه‌های ورزشی مختلف گردآوری شد. این اطلاعات، که از گزارش‌های تحلیلی و داده‌های موجود در پلتفرم‌های معاملاتی استخراج شده‌اند، به شرکت‌کنندگان ارائه شد تا دیدگاه‌های خود را با تکیه بر داده‌های واقعی مطرح کنند.
۳. مثال‌هایی از عملکرد توکن‌های هواداری در باشگاه‌های مختلف: نمونه‌هایی از نحوه استفاده از توکن‌های هواداری در باشگاه‌های ورزشی مختلف (مانند بارسلونا، یوونتوس، پاری سن ژرمن و منچستر سیتی) ارائه شد. این نمونه‌ها شامل امتیازاتی که هواداران از طریق این توکن‌ها کسب کرده‌اند، چالش‌های اجرایی این مدل، و بازخورد هواداران نسبت به آن بود.

استفاده از این داده‌ها کمک کرد تا شرکت‌کنندگان در گروه متمرکز بر اساس اطلاعات مستند و قابل اتکا به بحث و تحلیل بپردازند و درک عمیق‌تری از موضوع پژوهش به دست آید. در این پژوهش، روش‌شناسی به طور انحصاری بر گروه متمرکز با حضور متخصصان بازاریابی ورزش متمرکز است. این روش کیفی به منظور بررسی عمیق مدل کسب‌وکار پلتفرم سوشیوز و تطبیق آن با بوم کسب‌وکار ناب استرووالدر طراحی شده است. هدف این رویکرد، بهره‌گیری از دانش و تجربه حرفه‌ای متخصصان برای تحلیل استراتژی‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با توکن‌های هواداری است.

برنامه‌ریزی گروه متمرکز به شرح زیر بود:

- شرکت‌کنندگان: شامل ۱۰ متخصص بازاریابی ورزش بودند. محقق به عنوان یک نفر از اعضای گروه به عنوان راهنبر گروه متمرکز تحقیق ایفای نقش نمود. این موضوع با هدف افزایش اعتبار درونی پژوهش با اطمینان از تمرکز بر سؤالات تحقیق، بهبود سازماندهی داده‌ها برای تحلیل کارآمدتر و جلوگیری از خارج شدن بحث از موضوع اصلی انجام شد. این رویکرد امکان استخراج بینش‌های عمیق از تجربیات متخصصان را فراهم کرد و به تدوین مدل تحلیلی جامعی از توکن‌های هواداری منجر شد.
- معیارهای انتخاب: حداقل ۵ سال تجربه علمی و یا اجرایی در حوزه بازاریابی ورزش، آشنایی با فناوری بلاک‌چین با تمرکز بر تنوع در نقش‌ها (مدیران باشگاه، کارشناسان دیجیتال مارکتینگ، پژوهشگران).
- روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری هدفمند.
- ۳ جلسه به صورت آنلاین گروهی، هر کدام ۹۰ دقیقه.

^۱ Focus Group

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌ها از روش‌های کیفی تحلیل مضمون^۱ با پیروی از رویکرد براون و کلارک^۲ (۲۰۰۶) استفاده شده است. این رویکرد یکی از رایج‌ترین و معتبرترین روش‌های تحلیل مضمون در تحقیقات کیفی است که بر پایه ساختاری شش مرحله‌ای برای شناسایی و تفسیر الگوهای معنادار در داده‌ها استوار است. این روش به‌عنوان یک رویکرد انعطاف‌پذیر و سیستماتیک، امکان شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای معنادار در داده‌ها را فراهم می‌کند. مراحل تحلیل مضمون بدین ترتیب صورت پذیرفت: آشنا شدن با داده‌ها، تولید کدهای اولیه، جستجوی مضامین، بازبینی مضامین، تعریف و نام‌گذاری مضامین، تهیه گزارش نهایی.

یافته‌های پژوهش

برای بررسی دقیق مدل کسب‌وکار سوشیوز و تحلیل ابعاد مختلف آن، گروه متمرکزی متشکل از ۱۰ متخصص حوزه بازاریابی ورزشی، فناوری‌های دیجیتال و اقتصاد ورزش تشکیل شد. این متخصصان با معیارهایی مانند حداقل ۵ سال تجربه کاری در صنعت ورزش، آشنایی با فناوری بلاک‌چین، و فعالیت در حوزه‌های مرتبط با بازاریابی ورزشی و تعاملات دیجیتال انتخاب شدند. هدف از این گروه متمرکز، شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مدل سوشیوز از دیدگاه افراد آگاه به ساختار بازار ورزش و فناوری‌های نوین بود. در ادامه، جدول اعضای گروه متمرکز به همراه تخصص و نقش آن‌ها در پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱. اعضای گروه متمرکز

شماره	تخصص	حوزه تخصصی	نقش در بحث	سابقه کاری
۱	استادیار مدیریت ورزشی	بازاریابی ورزشی، فناوری‌های نوین	تحلیل تأثیر بلاک‌چین در تعامل هواداری	۱۰
۲	مدیر بازاریابی دیجیتال یک باشگاه ورزشی	دیجیتال مارکتینگ ورزشی، وفاداری هواداران	ارزیابی تعامل هواداران در پلتفرم سوشیوز	۸
۳	تحلیل‌گر کسب‌وکار ورزشی	مدل‌های درآمدی، اقتصاد ورزش	بررسی چالش‌های اقتصادی توکن‌های هواداری	۷
۴	مشاور توسعه استارت‌آپ‌های ورزشی	نوآوری ورزشی، استارت‌آپ‌های دیجیتال	تحلیل قابلیت تجاری‌سازی مدل سوشیوز	۶
۵	پژوهشگر فناوری‌های نوین در ورزش	بلاک‌چین و ورزش، تحول دیجیتال	ارزیابی ریسک‌های فناوریانه و امنیتی	۹
۶	مدیر اجرایی یک پلتفرم بلاک‌چین در ورزش	راهکارهای بلاک‌چینی، فین‌تک ورزشی	تحلیل فنی ساختار توکن‌های هواداری	۱۲
۷	استاد بازاریابی ورزشی	اقتصاد ورزشی، رفتار مصرف‌کننده	تحلیل رفتار هواداران در پذیرش توکن‌ها	۱۵
۸	متخصص دیجیتال مارکتینگ در ورزش	تبلیغات دیجیتال، گیمیفیکیشن	بررسی مشوق‌ها و انگیزه‌های خرید توکن	۷
۹	کارشناس ارشد مدیریت ورزشی	مدیریت هواداری، مدل‌های تعامل دیجیتال	تحلیل تأثیر تعامل دیجیتال بر وفاداری هواداران	۶
۱۰	سرمایه‌گذار در استارت‌آپ‌های ورزشی	اقتصاد دیجیتال، نوآوری در ورزش	بررسی پایداری اقتصادی مدل سوشیوز	۱۰

این گروه شامل ترکیبی از متخصصان دانشگاهی، فعالان صنعت، سرمایه‌گذاران و مدیران کسب‌وکارهای دیجیتال ورزشی است که مدل کسب‌وکار سوشیوز را از ابعاد بازاریابی، فنی، اقتصادی، حقوقی و مدیریت هواداری بررسی کردند.

^۱ Thematic Analysis

^۲ Braun & Clarke

در راستای تحلیل مدل کسب‌وکار سوشیو و بررسی فرصت‌ها و چالش‌های توکن‌های هواداری، داده‌های گردآوری‌شده از جلسات گروه متمرکز مورد تحلیل مضمون قرار گرفتند. این تحلیل، الگوهای اصلی را در تعامل هواداران، پایداری اقتصادی، چالش‌های فناورانه و فرصت‌های بهبود مدل کسب‌وکار آشکار ساخت. در ادامه، نتایج تحقیق به صورت دسته‌بندی‌شده ارائه شده است تا درک جامعی از ابعاد مختلف این مدل کسب‌وکار فراهم شود.

جدول ۲. نتایج کدگذاری گروه متمرکز تحقیق

مضمون نهایی	مضمون بازبینی‌شده	مضمون اولیه	نمونه کد اولیه
چالش‌های موجود	مشکلات ارتباطی و وفاداری	چالش‌های تعامل هواداران	کمبود تعامل مستقیم هواداران با باشگاه‌ها
		موانع جغرافیایی	فاصله‌گذاری جغرافیایی هواداران بین‌المللی
		کاهش تعهد هواداران	کاهش وفاداری هواداران
	مشکلات اقتصادی	محدودیت‌های مالی باشگاه‌ها	محدودیت درآمدزایی سنتی
	راه‌حل‌های تعاملی	ابزارهای تعاملی جدید	نظرسنجی‌های هواداری از طریق توکن‌ها
راه‌حل‌های مبتنی بر توکن		مشوق‌های هواداری	ارائه پاداش‌های انحصاری
	راه‌حل‌های هویتی	تقویت هویت هواداری	توکن‌سازی هویت هواداری
	راه‌حل‌های اقتصادی	فرصت‌های مالی جدید	ایجاد جریان درآمدی جدید برای باشگاه‌ها
	ارزش پیشنهادی تعاملی	مشارکت هواداران	توانمندسازی هواداران از طریق مشارکت در تصمیم‌گیری
ارزش پیشنهادی برای هواداران		بهبود ارتباط	تقویت ارتباط هوادار-باشگاه
	ارزش پیشنهادی فناورانه	نوآوری دیجیتال	تجربه دیجیتال نوین با بلاک‌چین
	ارزش پیشنهادی اقتصادی	جذابیت مالی برای هواداران	فرصت سرمایه‌گذاری برای کاربران
		مزیت رقابتی	پیشگامی در استفاده از بلاک‌چین در ورزش
مزیت ناعادلانه در بازار	مزیت‌های استراتژیک	همکاری‌های بین‌المللی	شبکه گسترده باشگاه‌های همکار (مثل بارسلونا، PSG)
		اکوسیستم نوآورانه	اکوسیستم دیجیتال منحصربه‌فرد با Chiliz
		مشتریان وفادار	هواداران متعصب باشگاه‌ها
بخش‌های مشتریان هدف	گروه‌های هدف	مشتریان سرمایه‌گذار	سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به ارزش‌های دیجیتال
		هواداران جهانی	هواداران بین‌المللی دور از مراکز باشگاهی
		کانال‌های دیجیتال	اپلیکیشن سوشیو
	مسیرهای دسترسی	کانال‌های رسمی	سایت رسمی
		کانال‌های اجتماعی	رسانه‌های اجتماعی (توییتر، اینستاگرام)
		کانال‌های مشارکتی	همکاری با باشگاه‌ها و رویدادهای ورزشی
		درآمد از فروش	فروش توکن‌های هواداری
	منابع درآمدی	درآمد ترانکشی	کارمزد ترانکشن‌ها در پلتفرم
جریان‌های درآمدی نوین		درآمد مشارکتی	مشارکت با باشگاه‌ها برای عرضه توکن
		هزینه‌های فناوری	توسعه و نگهداری اپلیکیشن و بلاک‌چین
	هزینه‌های عملیاتی	هزینه‌های ترویجی	بازاریابی و تبلیغات
		هزینه‌های شراکتی	هزینه‌های همکاری با باشگاه‌ها
		هزینه‌های خدماتی	پشتیبانی کاربر
معیارهای کلیدی موفقیت		معیارهای فروش	تعداد توکن‌های فروخته‌شده
	شاخص‌های عملکرد	معیارهای تعامل	میزان مشارکت در نظرسنجی‌ها
		معیارهای رشد	رشد تعداد کاربران فعال
		معیارهای مالی	حجم معاملات توکن‌ها

با توجه به نتایج به دست آمده بوم کسب و کار ناب توکن‌های هواداری سوشیو به شکل زیر به دست آمد.

بخش‌های	مزیت ناعادلانه	ارزش پیشنهادی یکتا	راه حل	مساله
---------	----------------	--------------------	--------	-------

(مشکلات ارتباطی و وفاداری مشکلات اقتصادی) چالش‌های تعامل هواداران موانع جغرافیایی کاهش تعهد هواداران محدودیت‌های مالی باشگاه‌ها	ابزارهای تعاملی جدید مشوق‌های هواداری تقویت هویت هواداری فرصت‌های مالی جدید سنج‌های کلیدی معیارهای فروش معیارهای تعامل معیارهای رشد معیارهای مالی	ارزش پیشنهادی تعاملی ارزش پیشنهادی فناوریانه ارزش پیشنهادی اقتصادی	(مزیت‌های استراتژیک) جذابیت مالی برای هواداران مزیت رقابتی همکاری‌های بین‌المللی اکوسیستم نوآورانه کانال‌ها کانال‌های دیجیتال کانال‌های رسمی کانال‌های اجتماعی کانال‌های مشارکتی	مشتریان مشتریان وفادار مشتریان سرمایه‌گذار هواداران جهانی
ساختار هزینه هزینه‌های فناوری هزینه‌های ترویجی هزینه‌های شراکتی هزینه‌های خدماتی		جریان درآمد درآمد از فروش درآمد تراکشی درآمد مشارکتی		

شکل ۱. بوم کسب و کار ناب توکن هواداری سوشیوز

بحث و نتیجه‌گیری

توکن‌های هواداری به‌عنوان یکی از نوآوری‌های مهم در تقاطع فناوری بلاک‌چین و صنعت ورزش، ظرفیت تحول بنیادین در شیوه‌های تعامل هواداران و مدل‌های درآمدزایی باشگاه‌ها را دارند. پلتفرم سوشیوز به‌عنوان پیشگام این حوزه، با بهره‌گیری از ارز دیجیتال چیلز و ارائه توکن‌های مبتنی بر بلاک‌چین، مدلی نوین برای توانمندسازی هواداران و ایجاد جریان‌های درآمدی جدید پیشنهاد کرده است. این پژوهش با استفاده از روش کیفی گروه متمرکز متشکل از متخصصان بازاریابی ورزشی و تحلیل مضمون داده‌های گردآوری‌شده، به بررسی این مدل کسب‌وکار از منظر بوم کسب‌وکار ناب استرووالدر پرداخته است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که یکی از چالش‌های اصلی اکوسیستم هواداری، «فقدان تعامل مستقیم» میان هواداران و باشگاه‌ها است؛ همان‌طور که متخصصان اظهار داشتند: «هواداران اغلب اذعان می‌کنند که باشگاه‌ها به نظرات آنان بی‌توجه هستند». این مسئله با نتایج پژوهش [چن \(۲۰۲۴\)](#) هم‌راستا است که نشان می‌دهد هواداران، توکن‌ها را بیشتر به‌عنوان ابزاری برای کسب سود مالی تلقی می‌کنند تا وسیله‌ای برای تقویت تعامل واقعی. پلتفرم سوشیوز با ارائه «نظرسنجی‌های هواداری» به‌عنوان یک راهکار دیجیتال، سعی در پر کردن این خلأ داشته است. به باور متخصصان: «اختصاص حق رأی به هواداران در انتخاب رنگ لباس یا برنامه‌های خیریه، موجب تقویت حس مالکیت در آنان می‌شود». این یافته با مطالعه [آنتی و همکاران \(۲۰۲۳\)](#) که بر توانمندسازی هواداران از طریق توکن‌های بلاک‌چین تأکید می‌کند، هماهنگی دارد. با این حال، چالش‌هایی نظیر «فاصله جغرافیایی» و «کاهش وفاداری هواداران» نیز مطرح است که سوشیوز می‌تواند با گسترش بازار جهانی و تقویت هویت هواداری از طریق توکن‌ها به آن‌ها پاسخ دهد. بنا به اظهارات متخصصان: «این مدل می‌تواند هواداران سراسر جهان را به باشگاه‌ها متصل کند». این دیدگاه با تحلیل‌های [اسمیت و همکاران \(۲۰۲۳\)](#) همسو است که توکن‌ها را ابزاری برای پیوند هواداران بین‌المللی می‌دانند. البته پیچیدگی فناوری بلاک‌چین نیز، همان‌طور که متخصصان اشاره کردند («بلاک‌چین برای هواداران عادی پیچیده است»)، می‌تواند مانعی برای پذیرش گسترده باشد؛ نکته‌ای که [ژانگ و همکاران \(۲۰۲۲\)](#) نیز بر ضرورت طراحی ساده و کاربرپسند برای رفع آن تأکید کرده‌اند.

ارزش پیشنهادی سوشیوز بر دو محور اصلی «توانمندسازی هواداران» و «ارائه تجربه دیجیتال نوین» استوار است. متخصصان اظهار داشتند: «زمانی که هوادار می‌تواند بر تصمیمات کوچک تأثیر بگذارد، حس قدرت بیشتری پیدا می‌کند». این نکته با یافته‌های [مانولی و همکاران \(۲۰۲۴\)](#) که توکن‌ها را بخشی از «اوقات فراغت جدی» و نمادی از هویت هواداری می‌دانند،

مطابقت دارد. از سوی دیگر، «فرصت سرمایه‌گذاری» نیز به عنوان یک ارزش دوگانه مطرح است؛ به طوری که برخی هواداران توکن‌ها را نه فقط برای هواداری، بلکه به عنوان گزینه‌ای جذاب برای سرمایه‌گذاری تلقی می‌کنند. این دوگانگی با تحلیل [شارنوفسکی و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) که توکن‌های هواداری را دارایی‌هایی با ماهیت سفته‌بازانه می‌دانند، تأیید می‌شود. این دوگانگی، اگرچه جذابیت مالی پلتفرم را افزایش می‌دهد، اما ریسک‌هایی نیز به همراه دارد. «نوسانات قیمتی توکن‌ها» به عنوان چالشی مهم مطرح شده است؛ به گونه‌ای که «نوسانات شدید قیمت توکن‌ها می‌تواند هواداران را دلسرد کرده و اعتماد آنان را کاهش دهد». این موضوع با هشدارهای [لوپز-گونزالس و گریفیتس \(۲۰۲۳\)](#) درباره ویژگی‌های شبه‌قمارگونه توکن‌ها و تأثیرات احتمالی آن بر سلامت روانی هواداران هم‌راستا است. بنابراین سوشیوز باید تعادلی میان جنبه هویتی و مالی توکن‌ها ایجاد کند تا از تبدیل شدن آن به ابزاری صرفاً سودمحور جلوگیری نماید.

سوشیوز با نوآوری در تعاملات و بهره‌گیری پیشگامانه از بلاک‌چین در ورزش، مزیتی رقابتی برای خود ایجاد کرده است. متخصصان اظهار داشتند: «سوشیوز نخستین پلتفرمی است که بلاک‌چین را وارد دنیای ورزش کرد و این خود یک برتری بزرگ محسوب می‌شود». این دیدگاه با تحلیل [ویدال-توماس \(۲۰۲۳\)](#) که موفقیت چیلز را نشان‌دهنده استقبال باشگاه‌ها و هواداران می‌داند، همسو است. همچنین، شبکه گسترده باشگاه‌های همکار نظیر بارسلونا و پاری سن ژرمن و ظرفیت ایجاد «اکوسیستم دیجیتال» به عنوان یکی از مزایای رقابتی مهم مطرح شده است. باین‌حال، این مزایا با چالش‌هایی نظیر «محدودیت دسترسی» روبه‌رو هستند؛ به گونه‌ای که هزینه بالای خرید توکن برای هواداران با درآمد پایین مانعی جدی محسوب می‌شود. این محدودیت با انتقادات [چن \(۲۰۲۴\)](#) درخصوص تجاری‌سازی بیش‌ازحد هواداری هم‌راستا است و نشان می‌دهد سوشیوز باید راهکارهایی برای افزایش مشارکت هواداران ارائه دهد.

"ایجاد جریان درآمدی جدید" از محل فروش توکن‌ها نیز به عنوان یکی از نقاط قوت سوشیوز مطرح است؛ به طوری که فروش توکن‌ها به باشگاه‌ها این امکان را می‌دهد که بدون فشار بر هواداران محلی، منابع مالی تازه‌ای کسب کنند. این موضوع با تحلیل [سینگال و همکاران \(۲۰۲۳\)](#) همسو است که توکن‌ها را ابزاری نوین برای درآمدزایی در ورزش می‌دانند. باین‌حال، وابستگی به بازار پرنوسان ارزهای دیجیتال، پایداری این مدل را تهدید می‌کند؛ همان‌طور که [شارنوفسکی و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) تأکید کرده‌اند، نوسانات قیمت توکن‌ها بیشتر تابع بازار کریپتو است تا عملکرد باشگاه‌ها، که این مسئله می‌تواند در بلندمدت خطرات مالی قابل توجهی ایجاد کند.

تحلیل بوم کسب و کار ناب سوشیوز نشان می‌دهد که این پلتفرم توانسته است چالش‌هایی مانند کمبود تعامل و محدودیت‌های درآمدزایی سنتی را هدف قرار دهد و راهکارهای دیجیتال نظیر نظرسنجی‌ها و پاداش‌های متنوع ارائه کند. ارزش پیشنهادی این پلتفرم در توانمندسازی هواداران و ارائه تجربه‌ای نوآورانه نهفته است، با این حال دوگانگی میان هویت هواداری و جنبه‌های سرمایه‌گذاری، چالشی جدی ایجاد کرده است. مزیت رقابتی سوشیوز در نوآوری و شبکه‌سازی قوی آن است، اما موانعی همچون پیچیدگی فناوری و محدودیت‌های دسترسی، فراگیری آن را تهدید می‌کند. بر اساس مطالعات علمی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که توکن‌های هواداری ظرفیت تحول در صنعت ورزش را دارند ([پرنسیپه و همکاران، ۲۰۲۴](#)؛ [آنتی و همکاران، ۲۰۲۳](#))، اما نوسانات قیمتی و تمرکز بر جنبه‌های مالی ممکن است اعتماد هواداران را تضعیف کند ([شارنوفسکی و همکاران، ۲۰۲۱](#)؛ [لوپز-گونزالس و گریفیتس، ۲۰۲۳](#)). بنابراین، برای دستیابی به پایداری بیشتر، سوشیوز باید اقداماتی در راستای مدیریت ریسک مالی، ساده‌سازی فناوری و افزایش مشارکت هواداران اتخاذ کند. همچنین پیشنهاد می‌شود پلتفرم‌های مشابه و استارت‌آپ‌های جدید، به ویژه در ایران، با تمرکز بر تقویت هویت هواداری و کاهش وابستگی به رفتارهای سفته‌بازانه، ارزش پیشنهادی خود را بهبود بخشند.

پیشنهادهایی برای راه‌اندازی و مدیریت استارت‌آپ‌های مشابه عبارتند از:

۱. ساده‌سازی فناوری: طراحی رابط کاربری ساده و ارائه آموزش‌های گام‌به‌گام برای هواداران غیرمتخصص که باعث افزایش پذیرش می‌شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۲). همچنین، [تامپسون و همکاران](#) (۲۰۲۳) پیشنهاد می‌کنند که اپلیکیشن‌های موبایلی با قابلیت کیف پول داخلی می‌توانند این مشکل را برطرف کنند.
 ۲. کاهش هزینه‌های ورود: عرضه توکن‌های ارزان‌تر یا امکان پرداخت اقساطی برای هواداران با درآمد پایین جهت افزایش مشارکت ([جانسون و همکاران، ۲۰۲۲](#))، که می‌تواند به کاهش شکاف‌های اجتماعی-اقتصادی کمک کند.
 ۳. افزایش شفافیت: ارائه گزارش‌های منظم در خصوص نحوه استفاده از درآمد توکن‌ها جهت جلب اعتماد هواداران ([آنتی و سندرن، ۲۰۲۳](#))، که می‌تواند پاسخ مناسبی به انتقادات مربوط به تجاری‌سازی بیش‌ازحد باشد ([چن، ۲۰۲۴](#)).
 ۴. تنوع‌بخشی به پاداش‌ها: ارائه پاداش‌های غیرمادی مانند تورهای مجازی از استادیوم یا تعامل زنده با بازیکنان به‌منظور تقویت وفاداری عاطفی ([مانولی و هاجکینسون، ۲۰۲۴](#)).
 ۵. مدیریت ریسک مالی: ایجاد صندوق‌های تثبیت قیمت یا همکاری با پلتفرم‌های مالی برای کاهش اثرات نوسانات ارز دیجیتال و افزایش پایداری ([گرین و وایت، ۲۰۲۳](#)).
- این پژوهش با ارائه دیدگاهی تخصصی از منظر بازاریابی ورزشی، به درک بهتر مدل کسب‌وکار سوشیوز کمک می‌کند و می‌تواند مرجعی مناسب برای مدیران ورزشی و سیاست‌گذاران جهت بهره‌گیری از فناوری بلاک‌چین باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی با تحلیل داده‌های واقعی کاربران و مقایسه عملکرد سوشیوز با سایر پلتفرم‌های مشابه، این نتایج را تکمیل و تعمیق بخشند.

تقدیر و تشکر

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

References

- [Ante, L., Schellinger, B., & Wazinski, F.-P. \(2023\). "Enhancing trust, efficiency, and empowerment in sports: Developing a blockchain-based fan token framework". *Proceedings of the 2023 European Conference on Information Systems \(ECIS\)*. DOI: 10.2139/ssrn.4421055](#)
- [Brown, T., & Lee, K. \(2023\). "Tokenization trends across industries". *Journal of Blockchain Research*, 4\(1\), 45–67.](#)
- [Chen, C. \(2024\). "Contesting fan tokens under crypto-capitalism: How sport NFT furthers the hypercommodification of fandom". *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*. DOI: 10.1108/IJMS-03-2023-0057](#)
- [Davis, R., et al. \(2022\). "Digital collectives and fan behavior". *Sociology of Sport Journal*, 39\(3\), 210–225.](#)
- [Deloitte. \(2024\). "The future of sports tokenization" \(Industry report\). *Deloitte*.](#)
- [Green, J., & White, S. \(2023\). "Cryptocurrency volatility and market stability". *Financial Studies Review*, 12\(4\), 89–102.](#)
- [Johnson, P., et al. \(2022\). "Technology adoption and social equity". *Technology & Society*, 15\(2\), 134–150.](#)
- [Kumar, A., et al. \(2023\). "Investment patterns in digital assets". *Journal of Financial Innovation*, 6\(3\), 78–95.](#)

- Lee, J., & Kim, H. (2024). "Cultural dimensions of sports fandom". *International Review for the Sociology of Sport*, 59(1), 33–50. DOI: [10.1177/1012690X231158984](https://doi.org/10.1177/1012690X231158984)
- López-González, H., & Griffiths, M. D. (2023). "Gambling-like features in fan tokens". *Journal of Gambling Studies*, 39(4), 1579–1596. DOI: [10.1007/s10899-023-10215-0](https://doi.org/10.1007/s10899-023-10215-0)
- Manoli, A. E., & Hodgkinson, I. R. (2024). "Football fan tokens as a mode of "serious leisure": Unveiling the dual essence of identity and investment". *Leisure Studies*. DOI: [10.1080/02614367.2024.2301949](https://doi.org/10.1080/02614367.2024.2301949)
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Patel, S., et al. (2024). "Speculative behavior in blockchain markets". *Economic Perspectives*, 18(2), 56–73.
- Principe, V. A., & Lima, R. (2024). "Avaliando o impacto dos fan tokens na economia digital dos esportes: Uma análise correlacional [Evaluating the impact of fan tokens in the digital sports economy: A correlational analysis]". *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 29(312), 26–40. DOI: [10.46642/efd.v29i312.7487](https://doi.org/10.46642/efd.v29i312.7487)
- Scharnowski, M., & Scharnowski, S. (2021). "Fan tokens: Sports and speculation on the blockchain". *SSRN Electronic Journal*. DOI: [10.2139/ssrn.3992430](https://doi.org/10.2139/ssrn.3992430)
- Singhal, P., et al. (2023). "Fan tokens analysis". *Tuijin Jishu / Journal of Propulsion Technology*. <https://doi.org/10.52783/tjjpt.v44.i3.2243>
- Smith, J., Brown, T., & Lee, K. (2023). "Tokenomics in creative industries". *Journal of Digital Economy*, 5(2), 123–145.
- Socios. (2025.). Homepage. Retrieved July 10, 2025, from <https://www.socios.com>
- Taylor, M., & Wagstaff, D. (2023). "Fans and futures in sports tech". *Sports Innovation Journal*, 2(1), 15–30.
- Thompson, R., et al. (2023). "Strategies for blockchain adoption". *Business Strategy Review*, 14(3), 101–120.
- Vidal-Tomás, D. (2023). "Blockchain, sport and fan tokens", *Journal of Economic Studies*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JES-02-2023-0094>
- Zhang, L., Wang, Q., & Li, X. (2022). "Blockchain technology and digital engagement". *Sport Management Review*, 25(3), 301–320. DOI: [10.1016/j.smr.2021.08.002](https://doi.org/10.1016/j.smr.2021.08.002)