

مدیریت ورزشی - بهار ۱۴۰۰
دوره ۱۳، شماره ۱، ص: ۲۵۵ - ۲۳۷
تاریخ دریافت: ۹۸ / ۰۲ / ۱۴
تاریخ پذیرش: ۹۸ / ۰۵ / ۲۸

مطالعه تحلیل موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی به روش کیو (Q)

فریبرز رضائی^۱ - محمد کشتی دار^{۲*} - داود مودی^۳

۱. مربی، گروه آموزش تربیت بدنی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. ۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. ۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تحلیل موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی به روش کیو انجام گرفت. روش پژوهش برحسب هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت اکتشافی و از نوع تحقیقات آمیخته (کیفی-کمی) بود. در این پژوهش ۳۰ نفر از کارآفرینان ورزشی که بین ۱۵ تا ۴۰ سال تجربه فعالیت در عرصه کسب و کارهای ورزشی را داشتند، به عنوان جامعه هدف انتخاب شدند و با آنها مصاحبه مبتنی بر روش کیو انجام گرفت و کارت‌های مبتنی بر گزاره‌های کیو در بین آنان توزیع شد. براساس کارت‌های توزیع شده ۳۸ گزاره نهایی شناسایی و در مرحله بعد توسط مشارکت‌کنندگان اولویت‌بندی شدند. در نهایت با توجه به یافته‌ها و نتایج تحلیل عاملی کیو، مشخص شد نه الگوی ذهنی در زمینه موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی وجود دارد که با توجه به این نه الگو می‌توان نتیجه گرفت که منابع مالی موتور محرکه کسب و کارهای ورزشی است و در صورتی که کارآفرینان برای رشد و توسعه کسب و کار با مواردی مانند بروکراسی‌های شدید اداری، فقدان دانش کارآفرینی و ارتباطات در جامعه و تسهیلات بانکی با سود بالا مواجه باشند، رونق به محیط کسب و کارهای ورزشی بازمی‌گردد.

واژه‌های کلیدی

تأمین مالی، روش کیو، کارآفرینان ورزشی.

مقدمه

براساس نظریه‌های نوین اقتصادی، تغییر ایده‌ها و خلق نوآوری‌ها پایه اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و کارآفرینی بارزترین ابزار رساندن جامعه به این مقصود است. کارآفرینی عامل بسیار مهمی برای دستیابی به رشد اقتصادی است (۱). کارآفرینی در سال‌های اخیر به‌طور کمی و کیفی امری ضروری به‌نظر می‌رسد و نقشی مهم در توسعه اقتصاد جهانی و افزایش نرخ اشتغال ایفا می‌کند (۲). از طرفی ورزش به‌دلیل ماهیت تغییرپذیر و رشد مداومش از جمله صنایع بسیار رقابتی به‌شمار می‌رود (۳). در صنعت ورزش کسب‌وکارهای زیادی وجود دارند که رشد این صنعت در رشد این کسب‌وکارها تأثیرگذار بوده و هرساله تعداد این مشاغل رو به افزایش است که از دلایل این افزایش، سرمایه کم برای شروع یک کسب‌وکار، نبود آموزش‌های طولانی و الزامات آموزشی و قابلیت انعطاف در ساعت و زمان‌های کاری است که این کسب‌وکارها می‌توانند در اکوسیستم اقتصادی و اجتماعی ورزش تعبیه شوند و موجب ایجاد همکاری و تسهیل نوآوری‌های این صنعت شوند (۴). یکی از مؤلفه‌های کلیدی در رفتار ایجاد کسب‌وکار جدید، فرایند طی شده برای ایجاد کسب‌وکار است (۳) و مدیریت و ساختار حکومت ممکن است بر تصمیمات راهبردی شرکت مانند صادرات، نوآوری، همکاری و آموزش که عوامل مهمی در مشارکت شرکت در کسب‌مزیت رقابتی‌اند، تأثیرگذار باشد. همچنین، تمایل به کمرنگ کردن مالکیت و پذیرش ساختار مالکیت نامتمرکز، مطلوب رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است، به‌طوری‌که به کاربرد بیشتر تأمین مالی خارجی منجر می‌شود (۵). استروم^۱ و همکاران (۲۰۱۸) شرکای مهم در توسعه باشگاه‌های فوتبال را سهامداران دولتی، خصوصی و داوطلبان نام بردند. از طرفی دسترسی به امور مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) پس از بحران مالی، اهمیت زیادی یافته است (۶). به‌طوری‌که SMEs ها که ستون فقرات اقتصاد اروپا هستند، ۵۸ درصد از ارزش‌افزوده بخش غیرانتفاعی را شامل می‌شوند و تقریباً ۹۰ میلیون نفر را استخدام می‌کند که در حدود دوسوم کل اشتغال است (۷). کایا و ماستی^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی نشان دادند، بازار اوراق بهادار در واقع می‌تواند ابزاری امیدوارکننده برای افزایش گزینه‌های مالی برای SMEs باشد و اگر این بازار به‌خوبی طراحی شده باشد، به‌عنوان وسیله‌ای برای گسترش مکانیسم انتقال سیاست پولی عمل می‌کند (۸).

-
1. Straume
 2. Kaya & Masetti

اقدامات مالی در کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش تعیین کننده در حیات آنان دارد و با اصلاح سازوکارهای مالی توسط دولت‌ها به‌ویژه در ساختارهای بانکی کسب و کارهای کوچک و متوسط قادر به ایجاد حساب، سرمایه‌گذاری، تأمین بدهی مالی و خلق اعتبار برای خود هستند (۹). کسب و کارها و شرکت‌ها هنگام نیاز به منابع مالی می‌توانند وجوه موردنظر را یا با قرض گرفتن یا با واگذاری قسمتی از مالکیت شرکت به‌دست آورند. همچنین شرکت‌ها هنگام تصمیم‌گیری برای استفاده از منابع جدید، باید هزینه منابع مختلف تأمین مالی را مشخص کرده و آثاری را که هرکدام از این منابع بر بازده و ریسک عملیاتی می‌گذارند، تعیین کنند (۷). یکی از روش‌های تأمین مالی داخلی، تأمین مالی بلندمدت است که برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و عمرانی استفاده می‌شود و از طریق سهام عادی، سهام ممتاز، اوراق قرضه، اوراق مشارکت و اوراق بهادار قابل تبدیل به اوراق قرضه صورت می‌گیرد (۱۰). برای افزایش دسترسی به منابع مالی برای SMEs و در نتیجه بهبود توانایی آنها در سرمایه‌گذاری و کمک به تولید و اشتغال، سیاستگذاران و شرکت‌کنندگان در بازار به‌دنبال راه‌هایی برای کاهش محدودیت‌های اعتباری هستند (۸). از طرفی ساختارها و قوانین کشور در حوزه تأمین مالی و اعطای تسهیلات در بخش کسب و کار و به‌ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط به‌خوبی معماری نشده است؛ بدین معنا که بخش مالی اقتصاد باید در خدمت بخش حقیقی اقتصاد قرار بگیرد تا نتیجه آن ایجاد تقارن اطلاعاتی و هدایت منابع در جهت افزایش بازدهی در بخش کسب و کارهای کوچک و متوسط باشد (۱۱). با وجود امتیازات چشمگیر و نقش مهم شرکت‌های کوچک در توسعه اقتصادی، موانع و مشکلات فراوانی بر سر راه این بنگاه‌ها وجود دارد. افزون بر مشکلاتی مانند وجود درآمدهای سرشار نفتی و توجه نکردن به درآمدهای ارزی بنگاه‌های اقتصادی کوچک، نبود سیاست‌های پایدار در راهبرد توسعه صنعتی کشور برای حمایت از بنگاه‌های اقتصادی کوچک، نبود ارگانی که به‌طور خاص متولی امور مربوط به بنگاه‌های اقتصادی کوچک باشد و ... که موجب رشد نکردن بنگاه‌های اقتصادی کوچک در کشور شده‌اند، از جنبه مالی نیز شرکت‌های اقتصادی کوچک و متوسط با مشکلات عمده‌ای از جمله کمبود سرمایه، ناتوانی در ارائه ابزار جدید مالی، مشکل تهیه مواد اولیه و مشکل فروش محصولات مواجهند (۱۲). در پژوهش‌های مختلف موانع کسب و کار مورد توجه قرار گرفته است؛ از جمله وانگ و فانگ^۱ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «استراتژی نوآوری و توسعه صنعت ورزشی چین تحت اکوسیستم اقتصادی جدید»، نشان دادند که صنعت ورزش در چین با مشکلات

زیادی در مؤسسات و مکانیسم‌های تقویت‌کننده، موجودی بازار و نیاز مصرف‌کننده و محیط صنعتی این کشور مواجه است (۱۳). دایگان^۱ و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که بانک‌ها در ابتدا در واکنش به محدودیت‌های ترازنامه، بدهی را به شرکت‌های کوچک و غیرشفاف کاهش می‌دهند (۱۴) و این محدودیت‌های بانکی برای کسب‌وکارهای بزرگ به مراتب بیشتر است (۱۵). بک^۲ و همکاران (۲۰۰۳) نشان داد که اصلی‌ترین موانع تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، اندازه بزرگ و دارایی کم کسب‌وکارها بوده است (۱۶). در پژوهشی دیگر مشخص شد که مهم‌ترین موانع تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، محدودیت در دستیابی به منابع مالی خارجی است (۱۷). همچنین هزی (۲۰۱۱) در تحقیقی دیگر نشان داد که مهم‌ترین مشکل شرکت‌های کوچک و متوسط در زمینه تأمین منابع مالی، اندازه کوچک این شرکت‌ها و بالا بودن نرخ بهره وام‌های بانکی است (۱۸). در صنعت ورزش و در تحقیقی والان ترتولیانو (۲۰۱۸) روی درآمدهای مالی باشگاه‌های فوتبال برزیل، نتایجی مشابه به دست آمد. در این پژوهش تیم‌های برزیلی به سه گروه تقسیم شدند؛ در گروه یک که تیم‌های تراز اول لیگ برزیل وجود داشت، گردش مالی بالایی نسبت به دو گروه دیگر مشاهده شد، همچنین تیم‌های این گروه قادر به جمع‌آوری منابع بیشتر از حامیان مالی و تلویزیون بودند، و بازیکنان این گروه شانس بیشتری برای جذب در تیم ملی داشتند (۱۹).

صنعت تجارت ورزش از بزرگ‌ترین صنایع در جهان محسوب می‌شود. این صنعت بخش‌های متعددی دارد و تجارت‌های متنوع و فراوانی را پوشش می‌دهد. محققان و سازمان‌های زیادی در تلاش‌اند تا تأثیرات اقتصادی صنعت ورزش را تخمین بزنند، ولی دلیل بزرگی این صنعت در مقایسه با سایر صنایع، درک وسعت و فراگیر بودن این صنعت است (۲۰). تعدادی زیادی از تحصیل‌کرده‌های رشته تربیت بدنی و همچنین دیگر افراد در سایر رشته‌ها، صنعت ورزش را به‌عنوان فرصتی مناسب برای ایجاد کارآفرینی انتخاب می‌کنند و بی‌شک سازوکارهای زیادی موجب ترغیب و سوق دادن آنها یا عاملی بازدارنده برای فعالیت در این صنعت می‌شود. از مهم‌ترین دغدغه‌های هر کارآفرینی، تأمین مالی برای راه‌اندازی، توسعه و بقای کسب‌وکار است و چه‌بسا بسیاری از کسب‌وکارها به دلیل کمبود سرمایه و فقدان حمایت‌های مالی با گذشت عمری کوتاه از تأسیس آن به مرحله افول می‌رسند، منابع مالی موتور محرکه کسب‌وکار است و

-
1. Duygan
 2. Beck
 3. Tertuliano

هر وقت به آن تزریق شود، موجب حرکت سریع تر و مزیت رقابتی نسبت به رقبا می شود. از این رو کارآفرینان حوزه ورزش در تأمین مالی برای کسب و کارشان با موانع زیادی مواجهند که اولویت بندی این موانع می تواند به عنوان سندی معتبر کمک بزرگی به نهادهای تصمیم گیرنده و حمایت کننده این کسب و کارها به شمار آید. این پژوهش با تأکید بر موانع تأمین مالی با روش کیو و استفاده از دیدگاه خبرگان و کارآفرینان ورزشی به دنبال اولویت بندی موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی است و به این پرسش اساسی پاسخ خواهد داد که موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی چیستند؟

روش تحقیق

چارچوب فلسفی این پژوهش از نوع پارادایم تفسیری - اثبات گرایی و از لحاظ جهت گیری در دسته پژوهش های کاربردی است. شناسایی ذهنیت، این پژوهش را به پارادایم تفسیری نزدیک می کند و به سبب به کارگیری روش تحلیل عاملی اکتشافی، این پژوهش به پارادایم اثبات گرایی نزدیک می شود که از راهبرد همبستگی استفاده می کند. شیوه انجام این پژوهش از نوع ترکیبی است. در مراحل گردآوری نظرها از روش کیفی و در مرحله کشف ذهنیت ها از رویکرد کمی بهره می برد (تحلیل عاملی اکتشافی). جامعه آماری پژوهش تعدادی از کارآفرینان برتر در صنعت ورزش بودند. شایان ذکر است که در روش کیو نمونه آماری به شکل تصادفی از جامعه آماری انتخاب می شود (۲۱). برواور (۱۹۹۹) تعداد مشارکت کنندگان در روش شناسی کیو را مرتبط با تعداد عبارت کیو دانسته و مطرح می کند که تعداد مشارکت کنندگان باید کمتر از تعداد عبارت کیو باشد (۲۲).

فرایند مصاحبه ها و جمع آوری اطلاعات

در آغاز فرایند عملیاتی پژوهش، موضوعات و موارد متعدد و متنوع مرتبط با موانع تأمین مالی، از مقالات علمی - پژوهشی، کتاب های معتبر، گفت و گو با اهل فن و صاحبان تجربه یادداشت برداری و مشخص شد. سپس برای تعیین عبارات کیو، با هشت نفر از افراد فعال در کسب و کارهای ورزشی به شیوه گلوله برفی مصاحبه شد، نظرات و موارد مطرح شده توسط آنان فهرست و مرتب شد و از میان بیش از هشتاد مورد مانع مورد اشاره، موارد تکراری و آنهایی که از لحاظ مفهوم و کاربرد مشابهت داشتند، تعدیل شده و در نهایت ۳۸ مورد به عنوان عبارات کیو تعیین شد. عبارات نهایی کدگذاری شده و مجدداً به

خبرگان به منظور اظهار نظر نهایی داده شد و پس از تأیید نهایی آنان این ۳۸ مورد به عنوان عبارات کیو در کارت‌های کیو قرار گرفت. در مرحله بعد به شیوه نمونه‌گیری هدفمند کارت‌های حاوی عبارات کیو به ۳۰ نفر از فعالان در عرصه کسب‌وکارهای ورزشی، مشتمل بر الف) فعالان در تجارت کالاها و ورزشی، ب) مدیران و مؤسسان اماکن و باشگاه‌های ورزشی و ج) استادان و مربیان کلاب‌ها و آکادمی‌های علمی و آموزشی ورزشی داده شد تا عبارات کیو را طبق نظر خود اولویت‌بندی و مرتب کنند، شایان ذکر است که در روش کیو، به طور معمول انتخاب بین ۲۰ تا ۸۰ نمونه از افراد مورد بررسی برای دستیابی به دیدگاه‌های مختلف در خصوص یک موضوع کفایت می‌کند.

در این پژوهش ۳۰ نفر به عنوان جامعه هدف انتخاب شدند و با آنها مصاحبه مبتنی بر روش کیو انجام گرفت و کارت‌های مبتنی بر گزاری کیو در بین آنان توزیع شد. به واسطه جنبه‌های کیفی روش‌شناسی کیو، روایی به صورت متفاوتی با روش‌های پژوهش کمی ارزیابی می‌شود (۲۳). روایی در پژوهش‌های کمی هنگامی مطرح است که یک سازه یا متغیر پنهان، اندازه‌گیری می‌شود. از آنجا که روش کیو در پی اندازه‌گیری هیچ سازه‌ای نیست، روایی محتوا در نمونه کیو (مجموعه عبارت کیو) به جامعیت در گردآوری عبارات از منابع مختلف در موضوع بررسی می‌شود که بعد از تهیه گزاره‌های تحقیق به تأیید ۱۰ تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید. شایان ذکر است که روش تحلیل عاملی کیو در این پژوهشی با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق

تشکیل دسته کیو و مراحل مرتب‌سازی

مجموعه عبارات کیو، ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های انجام گرفته در خصوص موضوع تحقیق هستند، که به تأیید نظر خبرگان نیز رسیده‌اند و شامل ۳۸ عبارت هستند که در جدول ۱ مشخص است.

جدول ۱: نمونه عبارات کیو

کد عبارت	نمونه کیو
۱	نبود و یا ضعف ارائه خدمات مشاوره‌ای لازم در زمینه اعتبارات ورزشی
۲	ضعف دانش و آموزش لازم مدیران و کارآفرینان ورزشی در زمینه اعتبارات
۳	نبود زیرساخت‌های مناسب در زمینه‌های مختلف ارتباطی و اطلاعاتی در زمینه تولیدات ورزشی
۴	آشنا نبودن کارآفرینان ورزشی با انواع تسهیلات اعطایی و شیوه‌های دریافت آنها
۵	نبود تحقیقات کاربردی و پژوهشی در زمینه یافتن راهکارهای تقویت و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی
۶	ضعف در زمینه صادرات تولیدات ورزشی و حضور در عرصه‌های بین‌المللی

ادامه جدول ۱: نمونه عبارات کیو

کد عبارت	نمونه کیو
۷	بالا بودن هزینه‌های تولید در عرصه‌های ورزشی
۸	چالش در زمینه دریافت وام‌ها و تسهیلات بانکی (رویه‌های نادرست در اعطای تسهیلات، بوروکراسی زائد، رانتهای خاص و ...)
۹	بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی و عدم تناسب آن با وضعیت مالی فعالان و تولیدکنندگان ورزشی
۱۰	مشکلات مربوط به تحریم و روابط خارجی با سایر کشورها
۱۱	ضعف در برقراری ارتباط بین شرکت‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی در مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی
۱۲	نبود برنامه راهبردی برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی
۱۳	ضعف نظام اطلاعاتی در زمینه بازار کالا و خدمات ورزشی در سطوح ملی و بین‌المللی
۱۴	ضعف در سرمایه‌گذاری‌های مشترک از طریق کسب‌وکارهای ورزشی
۱۵	فقدان مؤسسات آموزشی معتبر و تخصصی در زمینه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری ورزشی
۱۶	عدم اعطای کمک‌های مالی بلاعوض به شرکت‌های مستقر به منظور جلوگیری از ورشکستگی
۱۷	ضعف در آموزش کارکنان و فقدان نیروی کار ماهر در کسب‌وکارهایی مرتبط با ورزش
۱۸	نبود نظام مناسب رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌های فعال در حوزه کارآفرینی ورزشی
۱۹	بالا بودن هزینه‌های تولید به دلیل قیمت بالای مواد اولیه و عدم ثبات قیمت‌ها
۲۰	استفاده نکردن از برندهای مطرح به جای دریافت وثیقه‌های ملکی و یا سایر وثیقه‌ها
۲۱	تغییر قیمت‌های غیرقابل پیش‌بینی مواد اولیه و عدم قطعیت در پیش‌بینی قیمت فروش محصولات و خدمات
۲۲	نبود سیستم پوشش ریسک نوسانات قیمت در رابطه با تبادل ارز و تغییر مکرر سیاست‌های ارزی کشور
۲۳	عدم ارتباط مناسب بین شرکت‌های کوچک و متوسط با شرکت‌های بزرگ در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی
۲۴	پایین بودن میزان سرمایه ثابت شرکت‌ها (شروع فعالیت) و توان مالی کم صاحبان سرمایه در جذب یا افزایش سرمایه
۲۵	نبود زیرساخت‌های مناسب برای استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه کارآفرینی ورزشی
۲۶	عدم تمایل شرکت‌های ورزشی برای انجام سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز
۲۷	پایین بودن سودآوری شرکت‌های فعال در حوزه کسب‌وکار ورزشی متناسب با فرصت‌های سرمایه‌گذاری
۲۸	ضعف اتحادیه‌ها و اصناف در حمایت از شرکت‌ها و کسب‌وکارهای ورزشی
۲۹	عدم جذب منابع غیربانکی برای تأمین مالی شرکت
۳۰	عدم وضع قوانین و مقررات حمایتی کافی در زمینه فروش و بازاریابی محصولات تولیدی شرکت‌ها
۳۱	نبود سازوکارهای تشویقی برای کسب‌وکارهای ورزشی
۳۲	بهره نگرستن از متخصص مالی در شرکت‌ها به منظور جذب سرمایه
۳۳	نبود منابع و ابزار مالی متنوع برای تأمین مالی شرکت‌های کارآفرین ورزشی
۳۴	تخصص ناکافی مدیران شرکت‌ها در زمینه توسعه مالی و عدم آشنایی با دانش لازم در این حوزه
۳۵	حمایت ناکافی دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط و ضعف قوانین موجود
۳۶	مشکلات و چالش‌های حضور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی در بورس و فرا بورس
۳۷	نبودن بورس‌های رسمی، خاص شرکت‌های کوچک و متوسط
۳۸	بالا بودن هزینه‌های تولید به دلیل نبود شیوه‌های تولید مناسب

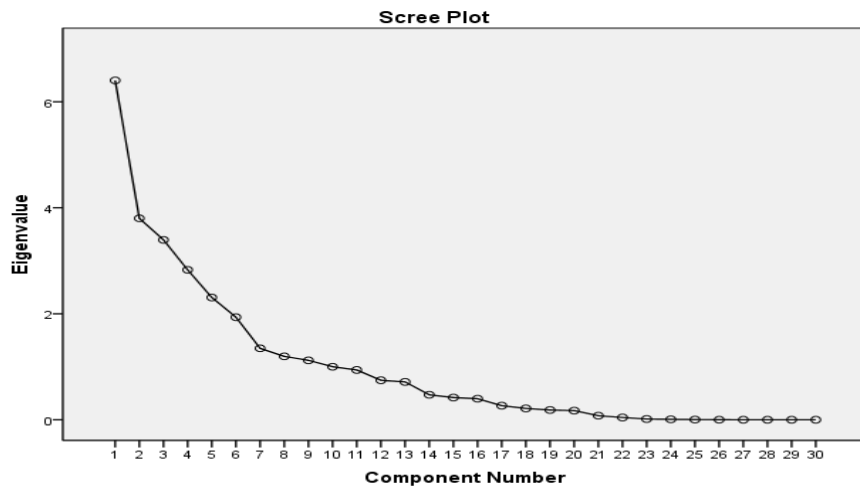
هر کدام از عبارات جدول ۱، با کد مربوط به هر کدام از آنها روی کارتی به نام کارت کیو نوشته شد. این کارت‌ها از نظر ظاهری (شکل، رنگ، اندازه، قلم و سبک نگارش) با یکدیگر کاملاً یکسان بودند. سپس این کارت‌ها در اختیار مشارکت‌کنندگان پژوهش قرار گرفت تا براساس دستورالعمل مرتب‌سازی کیو اقدام

به قرار دادن هر کدام از کارت‌ها روی نمودار کیو کنند. پس از مرتب‌سازی کارت‌ها توسط مشارکت‌کنندگان پژوهش، نحوه امتیازدهی هر کدام از مشارکت‌کنندگان به عبارات نمونه کیو بر روی نمودار کیو، توسط فرم مخصوصی که برای این منظور طراحی شده بود، ثبت و جمع‌آوری شد. داده‌های حاصل از مرتب‌سازی مشارکت‌کنندگان در نرم‌افزار SPSS وارد شد تا به کمک تحلیل عاملی کیو ذهنیت‌های این مشارکت‌کنندگان شناسایی شود. شایان ذکر است در تحلیل عاملی کیو مبنا همبستگی میان افراد است و تأکید می‌شود در فرایند تحلیل عاملی، افراد به جای متغیرها دسته‌بندی می‌شوند. برای انجام تحلیل عاملی از ماتریس همبستگی که روشی مرسوم و معمول است، استفاده شد. عامل‌ها به روش واریماکس که نوعی چرخش متعامد است، چرخش یافتند. اعداد استخراج‌شده از تحلیل عاملی کیو به روش مؤلفه‌های اصلی می‌باشند.

جدول ۲. واریانس کل تبیین شده

مجموع مجذورات دوران یافته			
الگوها	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۳/۳۶۱	۱۱/۲۰۴	۱۱/۲۰۴
۲	۳/۲۹۵	۱۰/۹۸۳	۲۲/۱۸۷
۳	۳/۲۱۷	۱۰/۷۲۳	۳۲/۹۱۰
۴	۳/۰۶۰	۱۰/۲۰۰	۴۳/۱۱۰
۵	۲/۹۰۸	۹/۶۹۴	۵۲/۸۰۴
۶	۲/۶۱۷	۸/۷۲۳	۶۱/۵۲۷
۷	۲/۵۶۰	۸/۵۳۲	۷۰/۰۶۰
۸	۶۸۰۱	۵/۵۹۹	۷۵/۶۵۸
۹	۱/۶۳۷	۵/۴۵۶	۸۱/۱۱۴

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که با توجه به دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان، در مجموع نه عامل (الگوی ذهنی) را شناسایی و نه عامل در مجموع ۸۱/۱۱۴ درصد واریانس کل را تبیین می‌کنند و پوشش می‌دهند. براساس این جدول الگوی ذهنی اول ۱۱/۲۰۴ درصد واریانس کل و الگوهای ذهنی دیگر به ترتیب مقادیر ۱۰/۹۸۳، ۱۰/۷۲۳، ۱۰/۲۰۰، ۹/۶۹۴، ۸/۷۲۳، ۸/۵۳۲، ۵/۵۹۹ و ۵/۴۵۶ درصد واریانس کل را تشکیل می‌دهند. همچنین در شکل ۱ نمودار سنگریزه مربوط نشان داده شده است که این نمودار، عامل‌های با مقادیر ویژه بالای یک یا همان عوامل (الگوی ذهنی) اصلی را مشخص می‌کند.



شکل ۱. نمودار سنگریزه

در جدول ۳ ماتریس چرخش یافته عامل‌ها نشان داده شده است. با توجه به این ماتریس، افرادی که در هریک از این نه الگوی ذهنی قرار می‌گیرند، مشخص شده‌اند.

با توجه به جدول ۳ و نظر به اینکه بارهای عاملی مشخص شده بالاتر از ۰/۴۰ هستند، با اطمینان می‌توان گفت ۹۹ درصد بارهای عاملی رنگ‌شده معنادارند. بنابراین مشارکت‌کنندگان ۸، ۱۴ و ۱۸ به‌طور مشترک الگوی ذهنی اول، مشارکت‌کنندگان ۱۷، ۲۱ و ۲۶ الگوی ذهنی دوم، مشارکت‌کنندگان ۳، ۴، ۶، ۱۶، ۲۰ و ۲۹ الگوی ذهنی سوم، مشارکت‌کنندگان ۱۱، ۱۵ و ۲۸ الگوی ذهنی چهارم، مشارکت‌کنندگان ۱۲، ۲۲ و ۲۳ الگوی ذهنی پنجم، مشارکت‌کنندگان ۷، ۹، ۲۷ و ۳۰ الگوی ذهنی ششم، مشارکت‌کنندگان ۱، ۲۴ و ۲۵ الگوی ذهنی هفتم، مشارکت‌کنندگان ۲ و ۱۳ الگوی ذهنی هشتم و مشارکت‌کنندگان ۵، ۱۰ و ۱۹ به‌طور مشترک الگوی ذهنی نهم را تشکیل می‌دهند.

جدول ٣. ماتریس چرخش یافته عاملها

		الگوها								
		٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١
مشارکت کننده	١	٠/٠٥٣	٠/٠٨١	٠/٩١٢	-٠/٠٩٤	٠/١٤١	٠/١٨٨	٠/٠٦٧	٠/٠٠٢	-٠/٠٣٥
مشارکت کننده	٢	-٠/٠٠١	٠/٧٥٧	٠/٣٠٣	٠/٠٤٤	٠/٠١٥	-٠/١٠٦	-٠/٠٩٦	-٠/٠٩٤	٠/١٢٢
مشارکت کننده	٣	٠/٠١٢	-٠/١١٠	٠/١٩٧	٠/٠٠١	-٠/٠٨٦	٠/٠٦٣	٠/٧٥٥	٠/٠٠٤	٠/٢٢٣
مشارکت کننده	٤	٠/٣٧٧	٠/٠٢٦	٠/٣٩٥	٠/١٤٤	٠/٢٣٤	-٠/٠٢٨	٠/٤٩١	-٠/٠٧٦	٠/٢٢٤
مشارکت کننده	٥	٠/٧٦١	٠/٠٤٨	٠/٢٢١	-٠/٠٩٤	٠/٠٥٦	٠/١١٤	٠/١٢٠	٠/٠٥٤	-٠/٠٧٤
مشارکت کننده	٦	٠/٢٥٩	٠/٢٥٠	٠/٠٩٧	-٠/٠٦٧	٠/٣٦٧	٠/٣٤٦	٠/٤٥١	-٠/٠٢٩	٠/١٨٤
مشارکت کننده	٧	-٠/٠٨٢	٠/١٠١	-٠/١٤٨	٠/٦٥٤	٠/٤١٧	٠/٣٨٩	٠/٢١٠	٠/٠٥٥	٠/١٥٣
مشارکت کننده	٨	٠/٠٠١	٠/٠١٩	٠/٠٠٣	٠/٠٢٨	-٠/٠٧٩	٠/١٣٣	٠/٠٢٧	٠/٠١٢	٠/٩٥٢
مشارکت کننده	٩	٠/٠٩٥	-٠/٢٥٦	٠/٢٨٣	٠/٤٦٧	-٠/٢٠٣	٠/٣٧٠	٠/٠٦٠	٠/١٣٦	٠/٢٧٩
مشارکت کننده	١٠	٠/٦٠٥	٠/٠٦٨	-٠/٠٨١	٠/٣٩٩	٠/٠٨٢	٠/٠٧٨	٠/٠٥٨	٠/٣١٣	٠/٢١٤
مشارکت کننده	١١	٠/٠٢١	٠/١٠٦	-٠/٠٨٥	٠/٤٤١	-٠/١٥٠	٠/٦٥٧	٠/٢٢٣	-٠/٠٨١	٠/١٠١
مشارکت کننده	١٢	٠/٠٥٦	-٠/٠٠٥	٠/١٣١	-٠/٠٢٠	٠/٩٢٧	-٠/٠٥١	٠/٠٢٤	٠/٠٠٦	٠/١٤٥
مشارکت کننده	١٣	٠/٢٧٥	٠/٤٧٧	-٠/٠٥٨	-٠/٢٨٦	٠/٤٢٤	٠/١٧٤	٠/٣٩٦	٠/٠٧١	-٠/٠٥٠
مشارکت کننده	١٤	-٠/٠١٩	٠/٠٦٢	-٠/٠٠١	٠/٠٠٢	-٠/٠٧٣	٠/١١٣	٠/٠٣٨	-٠/٠٠٩	٠/٩٤٩
مشارکت کننده	١٥	٠/٠٧٤	-٠/٠١١	٠/١٩٤	٠/٠٥٢	٠/٠١٠	٠/٨٩٧	٠/١٦٨	٠/٠٦٥	٠/١٨٨
مشارکت کننده	١٦	-٠/١٥٩	٠/٤٢١	٠/١١٦	٠/٠٩٨	-٠/٢٥٧	٠/٣١٠	٠/٤٦٢	٠/٢٢٣	٠/١٩٤
مشارکت کننده	١٧	٠/٠٢٣	-٠/٠٥٦	-٠/٠٠٨	٠/٠٠٧	٠/٠١٨	٠/٠٢٣	٠/٠٦٨	٠/٩٨٧	٠/٠٠٨

ادامه جدول ۳. ماتریس چرخش یافته عاملها									
الگوها									
۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
۰/۰۳۳	۰/۰۵۳	۰/۰۰۵	-۰/۰۰۳	۰/۰۶۹	۰/۱۶۸	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۹۵۳	مشارکت‌کننده ۱۸
۰/۵۳۳	۰/۵۵۷	-۰/۱۰۸	۰/۱۹۶	۰/۰۳۰	-۱/۰۰	۰/۱۶۵	۰/۳۱۴	-۰/۱۵۰	مشارکت‌کننده ۱۹
۰/۱۰۶	۰/۰۵۲	۰/۰۰۲	۰/۲۳۳	۰/۰۷۸	۰/۲۰۵	۰/۸۵۳	-۰/۰۷۸	-۰/۱۲۲	مشارکت‌کننده ۲۰
۰/۰۱۶	۰/۱۱۶	-۰/۰۲۲	۰/۰۱۳	۰/۰۰۶	۰/۰۳۴	۰/۰۷۰	۰/۹۸۷	۰/۰۱۲	مشارکت‌کننده ۲۱
-۰/۰۵۱	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۲	-۰/۷۸۹	۰/۱۸۵	۰/۰۷۲	-۰/۱۰۲	-۰/۰۳۲	۰/۱۳۲	مشارکت‌کننده ۲۲
۰/۰۵۶	۰/۳۱۰	۰/۱۳۱	-۰/۰۲۰	۰/۹۲۷	-۰/۰۵۱	۰/۰۲۴	۰/۰۰۶	-۰/۱۴۶	مشارکت‌کننده ۲۳
۰/۰۶۴	۰/۰۹۰	۰/۴۷۹	۰/۱۷۳	-۰/۲۴۶	-۰/۰۱۲	۰/۲۴۸	-۰/۱۱۷	۰/۲۰۵	مشارکت‌کننده ۲۴
۰/۰۷۱	-۰/۰۲۱	۰/۹۲۴	-۰/۰۵۰	۰/۱۵۰	۰/۱۳۴	۰/۰۷۸	۰/۰۴۵	-۰/۰۶۳	مشارکت‌کننده ۲۵
-۰/۰۴۰	۰/۲۶۰	۰/۰۲۰	۰/۰۴۳	۰/۰۱۶	۰/۰۰۹	۰/۰۰۹	۰/۹۸۱	۰/۰۱۵	مشارکت‌کننده ۲۶
-۰/۱۳۱	-۰/۰۱۱	۰/۱۴۸	۰/۴۹۳	-۰/۳۹۷	۰/۳۶۱	۰/۱۵۰	-۰/۳۱۰	۰/۱۷۶	مشارکت‌کننده ۲۷
۰/۰۷۴	۰/۰۵۲	۰/۱۹۴	۰/۰۵۲	۰/۰۱۰	۰/۸۹۷	۰/۱۶۸	۰/۰۶۵	-۰/۱۸۸	مشارکت‌کننده ۲۸
۰/۱۰۶	۰/۱۰۱	۰/۰۰۲	۰/۲۳۳	۰/۰۷۸	۰/۲۰۵	۰/۸۵۳	۰/۰۷۸	-۰/۱۲۲	مشارکت‌کننده ۲۹
-۰/۰۸۲	۰/۱۰۱	-۰/۱۴۸	۰/۶۵۴	۰/۴۱۷	۰/۳۸۹	۰/۲۱۰	۰/۰۵۵	۰/۱۵۳	مشارکت‌کننده ۳۰

تحلیل الگوهای ذهنی شناسایی شده

در این پژوهش ۹ الگوی ذهنی در مورد موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی مشخص شد.

الگوی ذهنی اول

متخصصان در این الگوی ذهنی بر موانع تسهیلاتی در تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی اشاره دارند. در این الگوی ذهنی چالش در زمینه دریافت وام‌ها و تسهیلات بانکی و بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی و عدم تناسب با وضعیت مالی تولیدکنندگان جزء مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی محسوب می‌شود.

الگوی ذهنی دوم

در این الگوی ذهنی یکی از مهم‌ترین موانع تأمین مالی، پایین بودن میزان سرمایه ثابت شرکت‌ها برای شروع فعالیت و توان مالی کم صاحبان سرمایه در جذب یا افزایش سرمایه است. علاوه بر این، از موانع دیگر نبود زیرساخت‌های مناسب برای استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه کارآفرینی ورزشی است که از دلایل این موانع بهره نگرستن از متخصصان مالی در شرکت‌ها به‌منظور جذب سرمایه است.

الگوی ذهنی سوم

کارآفرینان ورزشی در این الگوی ذهنی، نیز به اهمیت بالا بودن هزینه‌های تولید در عرصه‌های ورزشی اشاره می‌کنند، همچنین در کنار این مانع مشکلات مربوط به تحریم‌های و روابط خارجی با سایر کشورها را مانع مهم دیگر می‌دانند که حمایت ناکافی دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط و ضعف قوانین می‌تواند از دلایل احتمالی باشد. از مهم‌ترین موانع دیگر در این الگوی ذهنی عدم وضع قوانین و مقررات حمایتی کافی در زمینه فروش و بازاریابی محصولات و فقدان مؤسسات آموزشی معتبر و تخصصی در زمینه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری ورزشی است.

الگوی ذهنی چهارم

از مهم‌ترین موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی طبق نظر متخصصان این الگوی ذهنی، ضعف دانش و آموزش لازم مدیران و کارآفرینان ورزشی در زمینه اعتبارات، نبود زیرساخت‌های مناسب در زمینه‌های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی و آشنا نبودن کارآفرینان ورزشی با انواع تسهیلات اعطایی و شیوه‌های دریافت آن است.

الگوی ذهنی پنجم

مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی در این الگوی ذهنی، ضعف در آموزش کارکنان و فقدان نیروی کار ماهر در کسب و کارهای مرتبط با ورزش است. علاوه بر این، از دیگر موانع تأمین مالی در این الگو بالا بودن هزینه‌های تولید به دلیل قیمت بالای مواد اولیه و عدم ثبات قیمت‌هاست.

الگوی ذهنی ششم

موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی در این الگو عبارت‌اند از: ضعف در زمینه صادرات تولیدات ورزشی و حضور در عرصه‌های بین‌المللی، بالا بودن هزینه‌ای تولید و نبود برنامه راهبردی برای توسعه کسب و کارهای ورزشی.

الگوی ذهنی هفتم

متخصصان در این الگوی ذهنی مواردی مانند پایین بودن میزان سرمایه ثابت شرکت‌ها (شروع فعالیت) و توان مالی صاحبان سرمایه در جذب یا افزایش سرمایه، نبود سازوکارهای تشویقی و نبود زیرساخت‌های مناسب برای استفاده از فناوری‌های نوین را از مهم‌ترین موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی نام بردند.

الگوی ذهنی هشتم

در این الگوی ذهنی کارآفرینان ورزشی، عدم جذب منابع غیربانکی برای تأمین مالی و حمایت ناکافی دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط را از مهم‌ترین موانع مهم در تأمین مالی کسب‌وکارشان نام بردند.

الگوی ذهنی نهم

از مهم‌ترین موانع در این الگوی ذهنی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

تغییر قیمت و عدم قطعیت در پیش‌بینی قیمت فروش محصولات، بالا بودن هزینه‌های تولید به دلیل نبود شیوه‌های تولید مناسب و چالش‌ها در زمینه وام‌های بانکی.

بحث و نتیجه‌گیری

صنایع در تثبیت درآمدها، رشد اقتصادی و اشتغال جامعه نقش مهمی ایفا می‌کنند. از این رو توسعه صنایع کوچک و متوسط برای کاهش فقر و ارتقای سطح زندگی جوامع کثرت‌گرا سازگارتر است. عوامل مختلفی مانند محیط مساعد، منابع مالی، فعالیت‌های بازاریابی و فروش، به کارگیری مناسب فناوری اطلاعات و... بر عملکرد و پایداری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر دارند (۲۴). در این پژوهش موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی بررسی شد.

نتایج تحلیل عاملی کیو در خصوص موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی نشان داد که ۹ الگوی ذهنی بر اساس نتایج تحقیق وجود دارد که در الگوی ذهنی اول موانعی مانند چالش در زمینه دریافت وام‌ها و تسهیلات بانکی و بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی و عدم تناسب با وضعیت مالی تولیدکنندگان جزء مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی بود. نتیجه تحقیق هزی (۲۰۱۱) نشان داد که بالا بودن نرخ بهره وام‌های بانکی از مهم‌ترین موانع کسب‌وکارها محسوب می‌شود. امروزه در بسیاری از ادارات وام‌های با بهره سود بسیار کم برای کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار اختصاص پیدا می‌کند، کارآفرینان ورزشی یکی از دغدغه‌های خود را نبود وام‌هایی با سود بسیار کم اعلام کردند و در صورت وجود چنین وام‌هایی مبالغ بسیار کم برای شروع کسب‌وکار به کارآفرینان اعطا می‌شود که کارآفرین ورزشی مجبور به گرفتن وام‌های با سود بسیار زیاد از چندین مؤسسه مالی و بانک است. در صورتی که مؤسسات اعتباری مانند بانک کارآفرین به‌عنوان متولی اصلی اعطای وام به کسب‌وکارهای ورزشی و بانک‌ها عامل دیگر با تغییراتی در شیوه اعطای تسهیلات و نگرش در تغییر بهره وام‌ها در مراحل مختلف چرخه حیات کسب‌وکارهای ورزشی به کمک کارآفرینان ورزشی موجب رشد صنعت ورزش در کشورمان خواهند شد.

الگوی ذهنی دوم نشان داد، موانع مهمی مانند پایین بودن میزان سرمایه ثابت شرکت‌ها برای شروع فعالیت و توان مالی کم صاحبان سرمایه در جذب یا افزایش سرمایه و نبود زیرساخت‌های مناسب برای استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه کارآفرینی ورزشی در این الگوی ذهنی قرار می‌گیرد. از سرمایه‌های ثابت که برای تأسیس هر شرکت ورزشی مهم است و کارآفرینان ورزشی که از حیث دارا بودن این سرمایه نیمی از مسیر تأسیس کسب‌وکار را طی می‌کنند، وجود زمین و فضای مناسب برای کسب‌وکار ورزشی است. دولت می‌تواند با واگذاری زمین‌هایی حتی در اطراف شهرها با قیمت‌های مناسب به کارآفرینان ورزشی تا حدودی استرس کارآفرینی را از نظر تأمین مکان برای شروع کسب‌وکار کاهش دهد. همچنین بسیاری از مشاغل در حوزه ورزش نیازمند وجود زیرساخت‌های فناورانه و تکنولوژیکی در کشورند که در این خصوص مراجع تصمیم‌گیرنده در کشور مانند وزارت ارتباطات با تسهیل و فراهم ساختن زیرساخت‌های اینترنتی، ارتباطی و همچنین مدیران نمایشگاه‌های بین‌المللی با برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در عرصه کسب‌وکارهای نوین ورزشی و مشارکت رقابتی خارجی در این نمایشگاه ضمن تقویت نیروهای داخلی موجب افزایش آگاهی کارآفرینان ورزشی داخل و انتقال دانش خواهند شد. نتایج تحقیقات بک و همکاران (۲۰۰۳) و وانگ و فانگ (۲۰۱۹) از این حیث با این الگوی ذهنی همسوست. الگوی ذهنی سوم نشان داد که مانع اهمیت بالا بودن هزینه‌های تولید در عرصه‌های ورزشی از مهم‌ترین موانع این الگوی ذهنی است. همچنین موانع مربوط به تحریم‌های و روابط خارجی با سایر کشورها و عدم وضع قوانین و مقررات حمایتی کافی در زمینه فروش و بازاریابی محصولات و نبود مؤسسات آموزشی معتبر و تخصصی در زمینه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری ورزشی از مهم‌ترین موانع این الگوی ذهنی به‌شمار می‌روند. براساس نتایج تحقیق کیا و ماستی (۲۰۱۹) ساختارها و قوانین کشور در حوزه تأمین مالی و اعطای تسهیلات در بخش کسب‌وکار و به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط معماری نشده است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. تأمین مالی با رویکرد بازاریابی از مهم‌ترین تأثیرات بازاریابی برای جذب سرمایه و نقدینگی است. به‌طوری‌که یکی از موضوعات بازاریابی شناسایی روش‌های مالی در راستای تحقق اهداف شرکت است. بی‌شک، بهره‌گیری از بازاریابی تأثیرات چشمگیری بر عملکرد عملیات تأمین مالی دارد (یو و همکاران، ۲۰۱۴). استفاده از متخصصان بازاریابی در بدنه کسب‌وکار به‌عنوان مشاور نقش مهمی در رشد آن دارد، همچنین تشکیل کارگروه‌هایی در دانشگاه‌های تراز اول کارآفرینی کشور و همچنین برگزاری همایش‌های ملی و بین‌المللی با محوریت آموزش کارآفرینی ورزشی با توجه به ویژگی‌های صنعت ورزش، از جمله مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی برای ارتقای سطح دانش کارآفرینان و پرورش کارآفرینانی

با اکتساب دوره‌های کارآفرینی است. علاوه بر این بسیاری از کارآفرینان ورزشی برای اداره کسب‌وکار با ضعف مدیریت مالی مواجهند و شکست بسیاری از مشاغل به دانش ناکافی صاحبان کسب‌وکار در خصوص مباحث مالی برمی‌گردد. از این رو برگزاری دوره‌های مدیریت مالی برای کارآفرینان ورزشی الزامی است و از شروط مهم دادن مجوز به کارآفرین موفقیت در این دوره و گذراندن آن است. از موانع مهم الگوی ذهنی چهارم در تأمین مالی کارآفرینان ورزشی، ضعف دانش و آموزش لازم مدیران و کارآفرینان ورزشی در زمینه اعتبارات، نبود زیرساخت‌های مناسب در زمینه‌های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی و آشنا نبودن کارآفرینان ورزشی با انواع تسهیلات اعطایی و شیوه‌های دریافت آن است. نتایج تحقیقات کیا و ماستی (۲۰۱۹)، وانگ و فانگ (۲۰۱۹) با نتایج تحقیق مطابقت دارد. این الگوی ذهنی اهمیت ارتباطات در کسب‌وکارهای ورزشی و اینکه یک کارآفرین بدون مهارت ارتباطی محکوم به شکست است را یادآور می‌شود. برای اینکه جامعه به رشد و توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و غیره برسد، ناگزیر از تقویت پیوندهای قوی چندگانه و ارتباطات مستحکم است. الگوی ذهنی پنجم، موانع ضعف در آموزش کارکنان و فقدان نیروی کار ماهر در کسب‌وکارهای مرتبط با ورزش و بی‌ثباتی قیمت‌ها را به‌عنوان مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی قید کردند. نبود نیروهای تحصیل‌کرده در حوزه مدیریت کسب‌وکار که به‌صورت تجربی و دانشگاهی محیط کسب‌وکار را تجربه کرده باشند، از ضعف‌های مهم در کارآفرینی ورزشی است. متأسفانه ناآگاهی از صنعت ورزش و ویژگی‌های ناملموس این صنعت موجب شده است که کارکنان شاغل در این صنعت آگاهی کافی از مشتری و نیازهای او نداشته باشند و این ضعف ساختار یک کسب‌وکار را با تهدید رقبا و شکست روبه‌رو می‌کند. علاوه بر این روند تورم در کشور و بی‌ثباتی قیمت کالاها برای تولید و برای خدمات چالش بزرگ دیگری برای کارآفرینان ورزشی به‌شمار می‌رود که موجب تصمیم‌گیری‌های نادرست و پیش‌بینی‌نشده آنان می‌شود.

در الگوی ذهنی ششم، موانع ضعف در زمینه صادرات تولیدات ورزشی و حضور در عرصه‌های بین‌المللی، بالا بودن هزینه‌های تولید و نبود برنامه راهبردی برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی جزء مهم‌ترین موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی محسوب می‌شود. پسارديس و همکاران (۲۰۰۴) در پژوهشی نشان دادند که مهم‌ترین موانع تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، محدودیت در دستیابی به منابع مالی خارجی است. صنعت ورزش در کشور ما صنعتی در حال رشد است و رقابت با غول‌های کسب‌وکار ورزشی نیازمند آگاهی بیشتر در خصوص کسب‌وکار، دانش بازاریابی و تجهیزات روز دنیا است. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی زمینه‌ای بسیار مناسب برای تبادل اطلاعات و دانش کسب‌وکار بین

کارآفرینان ورزشی با کارآفرینان خارجی است. از طرفی حمایت دولت از ایده‌های کارآفرینانه در حوزه ورزش و کمک به آنان تا مرحله تجاری‌سازی و صادرات موجب سودآوری برای کشور و صاحبان کسب‌وکار می‌شود. از موانع مهم دیگر در این الگوی ذهنی نبود برنامه راهبردی در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی است که در این زمینه حرکت دانشگاه‌ها به سمت دانشگاه‌های نسل سوم و کارآفرین‌محور و همچنین پژوهش‌های کاربردی در خصوص توسعه کارآفرینی ورزشی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند در جهت رفع این مانع قدمی بزرگ باشد.

الگوی ذهنی هفتم در موانع تأمین مالی کسب‌وکارهای ورزشی نشان داد که موانع پایین بودن میزان سرمایه ثابت شرکت‌ها (شروع فعالیت) و توان مالی صاحبان سرمایه در جذب یا افزایش سرمایه، نبود سازوکارهای تشویقی و نبود زیرساخت‌های مناسب برای استفاده از فناوری‌های نوین، جزء مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی به‌شمار می‌روند. بک و همکاران (۲۰۰۳) اصلی‌ترین موانع تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط را اندازه بزرگ و دارایی کم کسب‌وکارها نام بردند. به نظر هاینز (۲۰۱۱) مهم‌ترین مشکل شرکت‌های کوچک و متوسط در زمینه تأمین منابع مالی، اندازه کوچک این شرکت‌هاست. جذب سرمایه برای ادامه کار نیازمند شناخت سرمایه‌گذاران و آگاه ساختن آنان از نیاز به سرمایه است، سازوکارهایی مانند سایت‌هایی که متقاضی درخواست سرمایه با تعدادی زیادی از سرمایه‌گذاران در ارتباط باشد یا اینکه تولید برنامه‌های رسانه‌ای که کارآفرینان ورزشی بتوانند نیازمندی خود به سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه را به گوش سرمایه‌گذاران برسانند، از اقدامات مهمی است که می‌تواند موجب جذب سرمایه برای کارآفرینانی که با کمبود سرمایه و کسری منابع مالی مواجهند، شود. از طرف دیگر سازوکارهای تشویقی که افراد را به سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای ورزشی علاقه‌مند کند، وجود ندارد و در صورت وجود این سازوکارها در مرحله عمل با بروکراسی‌های شدید از سمت مؤسسات عامل انگیزه کارآفرینان ورزشی را برای ادامه کار کاهش می‌دهد (۱۸).

الگوی ذهنی هشتم نشان داد، حمایت ناکافی دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط از مهم‌ترین موانع مهم در تأمین مالی کارآفرینان ورزشی در این الگوی ذهنی است. وانگ و فانگ (۲۰۱۹) نشان دادند که ضعف در مؤسسات و سازوکارهای تقویتی عامل مهمی در رشد صنعت ورزش چین محسوب می‌شود. نیر و داس^۱ (۲۰۱۹) بیان کرد اصلاح سازوکارهای مالی توسط دولت‌ها به‌ویژه در ساختارهای بانکی

کسب و کارهای کوچک و متوسط موجب رشد کسب و کارها می‌شود. با توجه به ضعف مالی بیشتر کسب و کارهای ورزشی، دولت باید حداکثر حمایت خود را از این واحدها داشته باشد. این حمایت در بدو تأسیس این شرکت‌ها اهمیت بیشتری دارد و حمایت‌ها باید تا زمانی که شرکت‌ها به ثبات نسبی دست یابند و همچنین در شرایط بحرانی ادامه یابد. اعطای وام‌های با بهره پایین و دوره بازپرداخت طولانی‌تر و همچنین تقویت اصناف، اتحادیه‌ها، صندوق‌های مخاطره‌پذیر و اعتباری، راهکارهایی هستند که می‌تواند به صورت مستقیم و غیرمستقیم سبب توانمندی این کسب و کارها شود.

الگوی ذهنی نهم نشان داد، تغییر قیمت و عدم قطعیت در پیش‌بینی قیمت فروش محصولات، بالا بودن هزینه‌های تولید به دلیل نبود شیوه‌های تولید مناسب و چالش‌ها در زمینه وام‌های بانکی از مهم‌ترین موانع تأمین مالی برای کارآفرینان ورزشی محسوب می‌شود. دایگان و همکاران (۲۰۱۵) و بک و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقات خود به محدودیت‌های بانکی در پرداخت وام‌ها به کارآفرینان اشاره کردند. استفاده از شیوه‌های تصمیم‌گیری اقتضایی برای غلبه بر تغییرات سریع قیمت‌های کالا، نیازهای بازار، فروش محصولات و .. برای کارآفرینان ورزشی از الزامات است، محیط کسب و کار با شرایط عدم اطمینان روبه‌روست و کارآفرینانی که نتوانند تمام جوانب را بسنجند، به شکست زودهنگام دچار می‌شوند.

این پژوهش با محوریت قرار دادن کارآفرینان ورزشی که سال‌های زیادی در عرصه ورزش فعالیت می‌کنند و در این مسیر با مشکلات فراوانی روبه‌رو بودند، نشان داد که تأمین مالی از مهم‌ترین دغدغه‌های کارآفرینان ورزشی است و رفع این موانع برحسب اهمیتی که برای کارآفرینان در فرایند کسب و کارشان دارد، زمینه رشد کسب و کارهای ورزشی در کشورمان را فراهم می‌سازد. صنعت ورزش بسیار درآمدزاست و فرصت‌های زیادی را برای اشتغال و کارآفرینی ایجاد می‌کند که ما تاکنون به قطره‌ای ناچیز از اقیانوس بیکران این صنعت دست یافته‌ایم. رشد کسب و کارهای ورزشی نیازمند بسیج تمامی نهادهای ذی‌ربط در توسعه کارآفرینی کشور است، زنجیره ارتباطات بین این نهادها از بروکراسی‌های اداری می‌کاهد و کارآفرینان ورزشی را برای صادرات محصولاتشان و نشان دادن برندهای ایرانی به بازار بین‌الملل آماده‌تر می‌سازد. تغییرات در ساختار بانکی کشور و انعطاف‌پذیری در تسهیلات مرتبط با کارآفرینی در حوزه ورزش و پشتیبانی نظام بانکی از کسب و کارهای ایجادشده نیز نقش مهمی در رشد و پایداری مشاغل حوزه ورزش دارد. با توجه به اینکه با جست‌وجوهای صورت‌گرفته محققان، تحقیقی در خصوص موانع تأمین مالی کارآفرینان ورزشی در کشور صورت نگرفته است، این پژوهش و نتایج حاصل از آن می‌تواند کمک شایانی به توسعه کسب و کارهای ورزشی و تأمین مالی آنان کند. از طرفی انجام تحقیقات بیشتر در این

حوزه با توجه به بزرگ بودن صنعت ورزش در بخش تولیدات و خدمات موجب شفاف ساختن بیشتر مباحث مالی در کسب و کارهای ورزشی می‌شود. همچنین دخالت دادن ساختارهای فرهنگی و اجتماعی هر شهر یا کشور، سیاست‌های مالی و بودجه‌بندی دولت‌ها و سیاست‌های بین‌المللی هر کشور زمینه‌های مناسب دیگر برای مطالعه و تحقیق بیشتر در خصوص تأمین مالی برای کسب و کارهای ورزشی است.

منابع و مآخذ

1. Urbano D, Aparicio S. Entrepreneurship capital types and economic growth: International evidence. *Technological Forecasting and Social Change*. 2016 Jan 1; 102:34-44.
2. Welsh DH, Memili E, Kaciak E. An empirical analysis of the impact of family moral support on Turkish women entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2016 Jan 1;1(1):3-12.
3. Borgers J, Pilgaard M, Vanreusel B, Scheerder J. Can we consider changes in sports participation as institutional change? A conceptual framework. *International review for the sociology of sport*. 2018 Feb;53(1):84-100.
4. Ratten V. *Sport entrepreneurship: Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*. Springer; 2018 Feb 5
5. Ahmadpoor dariyani M. Identify Success Factors for Managing Human Resources in Small and Medium Business. *Entrepreneurship Development*, 2017. 10(1):1-20. (In Persian).
6. Straume, Solveig, Kari Bachmann, Guri K. Skrove, Sunniva Nerbøvik, and Kristin Røvik. "Prevention of economic exclusion in Norwegian football." (2018).
7. EC. "Annual Report on European SMEs 2014/15." Technical Report No. 2467-0162, European Commission, 2015a. "A European Framework for Simple and Transparent Securitisation." Technical Report No. 15/5733, European Commission - Fact Sheet, 2015b
8. Kaya O, Masetti O. Small-and Medium-Sized Enterprise Financing and Securitization: Firm-Level Evidence from the Euro Area. *Economic inquiry*. 2019 Jan;57(1):391-409.
9. Nair T, Das K Financing the Micro and Small Enterprises in India Antecedents and Emerging Challenges. *Economic & Political Weekly* 2019.3:37-43.
10. Kotler P, Armstrong G. *Principles of Marketing*, Sixteenth Edition, London: Pearson 2015.
11. Cooray N. Cleaner production assessment in small and medium industries of Sri Lanka. *Global Competitiveness through Cleaner Production: Second Asia Pacific Cleaner Production Roundtable*. 1999 Apr.
12. Porter M. *Competitive Strategy (Technique by industry and competitor analysis)*, Published Rasa. 2007. 12: 143
13. Wang Y, Fang W. Innovation and Development Strategy of China's Sports Industry under the New Economic Ecology. In 2nd International Conference on Social Science, Public Health and Education (SSPHE 2018) 2019 Jan 9. Atlantis Press.

14. Duygan-Bump B, Levkov A, Montoriol-Garriga J. Financing constraints and unemployment: Evidence from the Great Recession. *Journal of Monetary Economics*. 2015 Oct 1; 75:89-105.
15. Beck T, Degryse H, De Haas R, Van Horen N. When arm's length is too far: Relationship banking over the credit cycle. *Journal of Financial Economics*. 2018 Jan 1;127(1):174-96.
16. Beck T, Demirgüç-Kunt A, Maksimovic V. Bank competition, financing obstacles, and access to credit. *The World Bank*; 2003 Mar 14.
17. Pissarides F, Singer M, Svejnar J. Objectives and constraints of entrepreneurs: evidence from small and medium size enterprises in Russia and Bulgaria. *Journal of comparative economics*. 2003 Sep 1;31(3):503-31.
18. Hyz AB. Small and medium enterprises (SMEs) in Greece-Barriers in access to banking services. An empirical investigation. *International Journal of Business and Social Science*. 2011 Feb 1;2(2).
19. Tertuliano IW, Rocha LE, De OV, Pavlović V, Machado AA, Fischer CN. Do financial results influence sports results in football industry? Case study of the Brazilian football league. *Industria*. 2018;46(1):97-114
20. Brnada P. *Basics of Sports Marketing*. Translated by Morteza Azimzad et al., Mashhad: Ferdowsi University Press, Mashhad.2016:20. (In Persian).
21. Maleki M, Hosseini SF. Identifying and Prioritizing the Effective Factors on Entrepreneurial Marketing in Small and Medium Business Enterprises Using the Quo Method. Master's thesis, MBA, Semnan University.2014. (In Persian).
22. Sadeghi M. Identifying Managers Common Mental Models in Strategic Thinking (Case Study of Kish Free Zone) Master's Degree in Public Administration, Ilam University.2016. (In Persian).
23. Danaeifar H, Hoseni SY, Shekha R. *Q Methodology: Theoretical Foundations and Framework for Research*. Tehran: Saffar.2013. (In Persian).
24. Rauch A, Hatak I. A meta-analysis of different HR-enhancing practices and performance of small and medium sized firms. *Journal of business venturing*. 2016 Sep 1;31(5):485-504.

An Analysis of the Barriers to Financing Sport Entrepreneurs by Q Method

Fariborz Ramezani¹ - Mohammad Keshtidar*² - Davood Moodi³

**1. Instructor, Department of Physical Education, Farhangian
University, Tehran, Iran2. Associate Professor of Sport management,
Faculty of Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad,
Iran3. Ph.D. Student of Sport Management, Faculty of Sport Sciences,
Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran**

(Received: 2019/05/14; Accepted: 2019/08/19)

Abstract

The aim of this study was to analyze the barriers to financing sport entrepreneurs by Q method. The methodology of the research was applied in terms of objectives, exploratory in nature and of mixed research (qualitative-quantitative). 30 sport entrepreneurs who had experience in sport businesses between 15 and 40 years were selected as the population. They were interviewed with Q method, and cards based on Q propositions were distributed among them. Based on the distributed cards, 38 final propositions were identified and subsequently prioritized by the participants. Finally, Q factor analysis findings and results revealed 9 mental patterns for the barriers to financing sport entrepreneurs. With regard to these nine patterns, it can be concluded that financial resources are the driving force of sport businesses and that if entrepreneurs face issues such as severe administrative bureaucracy, lack of entrepreneurial knowledge and communications in the community and high-profit banking services to grow and develop businesses, the boom will not return to the sport businesses.

Keywords

Financing, Q method, sport entrepreneurs.

* Corresponding Author Email: keshtidar@um.ac.ir; Tel: +989153167792