

Article history:

Received: 29 May 2024

Received in revised form: 24 August 2024

Accepted: 16 December 2024

Published online: 18 March 2025



## Strategies for Developing income generation and financing of women's basketball in the west of the country

Mahboobeh Rouzbahani 

Corresponding Author, Department of Sport Management, University of Payam Noor, Tehran, Iran. E-mail: [m.rouzbahani@pnu.ac.ir](mailto:m.rouzbahani@pnu.ac.ir)

Masoomeh Sadat Pakideh Delshad 

Master of Sport Management, Payame Noor University of Tehran, Shahr Rey, Iran. E-mail: [s.p.delshad@gmail.com](mailto:s.p.delshad@gmail.com)

### Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Keywords:**  
financial support,  
revenue generation,  
sports marketing,  
women's basketball

### ABSTRACT

**Introduction:** Sports play a crucial role in economic development, and securing sustainable financial resources is essential for their growth. However, women's sports, particularly women's basketball, face challenges in attracting financial support. This study aims to identify strategies for income generation and financial support for women's basketball in the western region of the country.

**Methods:** This research employs a descriptive-survey and exploratory method using structural equation modeling (SEM). statistical population includes 10 basketball experts in the qualitative section and 384 coaches, specialists, and sports officials from the western provinces in the quantitative section. Research tools included interviews and a researcher-made questionnaire, validated using the Delphi method and confirmatory factor analysis, with reliability confirmed by Cronbach's alpha (0.88). Data were analyzed using Kolmogorov-Smirnov tests, exploratory and confirmatory factor analysis, and SEM in SPSS 26 and AMOS 22.

**Results:** Results classified 38 questionnaire items into six key factors:  
1. Competition Factors(international tournaments,ticket sales, in-stadium product sales)  
2. Marketing Factors (branding, advertising, attracting investors)  
3. Media Factors (TV broadcasting rights, media advertisements, digital presence)  
4. Financial Support (sponsorship, government and private sector support)  
5. Infrastructural Factors(development of sports facilities, training centers)  
6. Economic Factors (investment, bank financing, sustainable revenue models)

**Conclusion:** Findings suggest that developing women's basketball in western provinces requires a strategic economic approach. Reducing reliance on government funding, attracting private investment, improving media coverage, enhancing infrastructure, and adopting innovative marketing strategies are crucial for revenue growth. Sports managers should develop structured financial strategies to ensure sustainability.

**Cite this article:** Rouzbahani, M. and Delshad Pakide, M. (2025). Strategies for Developing income generation and financing of women's basketball in the west of the country. *New Approaches in Sports Mmanagement*, 12(47), 65-80. doi: 10.22034/ntsmj.2025.2030510.1037



Publisher: Iranian Scientific Association of Sports Management

## Extended Abstract

### Introduction

Sports significantly contribute to economic development, requiring financial resources for expansion. Women's basketball in western provinces faces financial constraints, limiting its growth and sustainability. This study aims to identify strategies for income generation and financial support to enhance the financial stability of women's basketball. Using a structural equation modeling approach, the research examines key factors affecting revenue generation in this field.

### Methods

This descriptive-survey and exploratory study was conducted using a mixed-method approach. The qualitative phase involved interviews with 10 basketball experts, while the quantitative phase surveyed 384 coaches, sports experts, and officials from basketball associations in western provinces, selected using Morgan's table. Data was collected using a researcher-designed questionnaire, validated through Delphi method and confirmatory factor analysis. Reliability was calculated using Cronbach's alpha (0.88). Statistical analyses included Kolmogorov-Smirnov tests for normality, exploratory and confirmatory factor analysis, and structural equation modeling (SEM) using SPSS 26 and AMOS 22 software. Factor analysis classified 38 questionnaire items into six key factors:

1. Competition-related factors
2. Marketing strategies
3. Financial sponsorship
4. Media influence
5. Infrastructure development
6. Economic considerations

These factors collectively explained 81.92 percent of the total variance in revenue generation.

### Results

The confirmatory factor analysis validated all six factors, emphasizing their importance in ensuring the financial sustainability of women's basketball. The most influential factors were:

- **Competition organization** (ticket sales, event monetization)
- **Sponsorship acquisition** (corporate and government funding)
- **Media influence** (broadcasting rights and digital marketing)

The study identified ticket sales, merchandising, and media broadcasting rights as crucial revenue streams. However, financial sponsorship remains limited due to low audience engagement and inadequate media coverage of women's basketball events. Additionally, insufficient infrastructure, such as lack of dedicated training facilities and professional leagues, hampers revenue growth. Economic constraints, including limited government funding and private investment, were also recognized as significant challenges. The findings suggest that corporate sponsorship, strategic marketing, and stronger media presence can enhance revenue generation.

### Conclusion

This study highlights the importance of a strategic economic approach in revenue generation for women's basketball. Sustainable financial planning, corporate partnerships, and improved infrastructure investment are essential for long-term development. Marketing expansion, sponsorship engagement, and media integration should be prioritized by policymakers and sports administrators to ensure financial sustainability. Future studies should explore international case studies to develop adaptable financial models for women's sports.

**Keywords:** Sports marketing, women's basketball, financial support, revenue generation, media factors, sports instructure.

### Ethical Considerations

The study was conducted in compliance with ethical standards and approved by the institutional ethics board. Participant anonymity and data confidentiality were ensured throughout the research. Compliance with Ethical Guidelines The study adhered to the Declaration of Helsinki ethical principles. Given the retrospective nature of the study, informed consent was waived by the ethics committee.


**Funding:** The funding organization had no role in the study design, data collection, analysis, or publication process.

**Authors' contribution:** All authors contributed equally to the research.


**Conflict of interest:** The authors declare no conflicts of interest regarding this research.

## شناسایی راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور

نویسنده مسؤول، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: [m.rouzbahani@pnu.ac.ir](mailto:m.rouzbahani@pnu.ac.ir)

محبوبه روزبهانی 

کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، شهر ری، ایران. رایانامه: [s.p.delshad@gmail.com](mailto:s.p.delshad@gmail.com)

معصومه سادات پاکیده دلشاد 

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**مقدمه:** امر ورزش در توسعه اقتصادی جوامع امروزی نقش اساسی دارد و برای گسترش و فراگیر کردن ورزش به منابع مالی نیاز است و منبع مالی مکفی در تحقق اهداف جوامع از طریق ورزش نقش بسزایی ایفا می‌کند. هدف از پژوهش حاضر شناسایی راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور بود.

**روش:** روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نوع اکتشافی است، که با رویکرد معادلات ساختاری انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی شامل ۱۰ نفر از متخصصین و نخبگان ورزش بسکتبال کشور و در بخش کمی شامل مربیان، کارشناسان و مسولین هیئت‌های ورزشی در زمینه ورزش بسکتبال در استان‌های غرب کشور بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری کلموگروف-اسمیرنوف، تحلیل عامل اکتشافی و تاییدی با رویکرد مدل معادلات ساختاری در دو نرم افزار SPSS۲۶ و AMOS ۲۲ استفاده شد.

**یافته:** نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس ۳۸ گویه پرسشنامه را در قالب ۶ عامل (عامل مسابقات، عوامل بازاریابی، حمایت مالی، عوامل رسانه‌ای، عوامل زیرساختی و عامل اقتصادی) طبقه‌بندی نمود. در مجموع، این شش عامل ۸۱/۹۲۴ درصد از واریانس کل متغیرها را تحت پوشش قرار دادند.

**بحث و نتیجه گیری:** یافته‌ها حاکی از آن است که توسعه بسکتبال بانوان در استان‌های غربی نیازمند رویکرد اقتصادی استراتژیک است. کاهش اتکا به بودجه دولتی، جذب سرمایه‌گذاری خصوصی، بهبود پوشش رسانه‌ای، تقویت زیرساخت‌ها و اتخاذ استراتژی‌های بازاریابی نوآورانه برای رشد درآمد بسیار مهم است. مدیران ورزشی باید استراتژی‌های مالی ساختار یافته‌ای را برای تضمین پایداری توسعه دهند.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

### کلیدواژه‌ها:

بازاریابی ورزشی،

بسکتبال زنان،

تأمین مالی،

درآمد زایی ورزشی

**استناد:** روزبهانی، محبوبه و دلشاد پاکیده، معصومه السادات. (۱۴۰۳). شناسایی راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور. رویکردهای

نوین در مدیریت ورزشی، ۱۲(۴۷)، ۶۵-۸۰. doi: 10.22034/ntsmj.2025.2030510.1037



ناشر: انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران

## مقدمه

امروزه ورزش اهمیت فراوانی برای دولت‌ها در تمام دنیا پیدا کرده و به عنوان یک پدیده چند بعدی با تأثیرات شگرف، جایگاه و نقش خود را در اقتصاد، سلامتی افراد، گذراندن اوقات فراغت سالم و لذت‌بخش، روابط اجتماعی، پیشگیری از مفاصل اجتماعی و انحرافات اخلاقی رو به گسترش در جامعه و کاربردهای متعدد دیگر متجلی نموده است (جهانتاب نژاد و همکاران، ۲۰۱۸). در دنیای امروز، ورزش، دیگر فقط به عنوان تفریح و سرگرمی محسوب نمی‌شود؛ بلکه از صنایع پردرآمد دنیا در قرن حاضر به حساب می‌آید. ورزش به علت پیچیدگی‌های اجتماعی زیادی که باعث شکست بازار می‌شوند، به کمک‌های مالی دولت نیازمند است؛ هرچند که به وضوح مشخص است که منابع دولتی محدود می‌باشد و تعداد زیادی از جوامع در جستجوی ابزارهایی برای کسب منابع مالی بیشتر در ورزش، توسط استفاده از بخش خصوصی هستند؛ با این حال کاملاً منطقی به نظر می‌رسد که منابع و امکانات دولتی بخش لاینفک از نظام تأمین مالی ورزش باشد، اما این منابع به طور حتم به تنهایی پاسخگوی نیاز سازمان‌های ورزشی نخواهد بود (حیدری و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه رمز موفقیت یک سازمان و جامعه کسب درآمد برای بقاء و ماندگاری خود است. بدون درآمد مطمئن، جامعه و سازمان‌های مختلف رو به انحلال و نابودی رفته و نمی‌توانند در محیط رقابتی دوام بیاورند. درآمد عبارت است از یک منبع مالی که به طرق مختلف به یک سازمان تزریق شده و سازمان می‌تواند توسط این درآمدها به تولید کالا و خدمات بپردازند. درآمد مطمئن و پایدار می‌تواند امکانات لازم را برای رویارویی با هزینه‌ها و مخارج سازمان‌ها فراهم کند (دونبار و میدلتون، ۲۰۲۲)<sup>۱</sup>. در واقع درآمد و منابع مالی به‌عنوان موتور محرک سازمان‌های ورزشی، باشگاه‌ها و لیگ‌ها شناخته می‌شوند. درآمدزایی برای توسعه، برنامه‌ریزی مؤثر و حفظ استقلال این سازمان‌ها ضروری است. تحقیقات نشان داده‌اند، منابع مالی برای سازمان‌های غیرانتفاعی همچون فدراسیون‌های ورزشی و باشگاه‌ها حیاتی است (یازویاک، ۲۰۲۱)<sup>۲</sup>.

در دنیای کنونی سازمان‌های ورزشی از روش‌های متنوعی برای درآمدزایی استفاده می‌نمایند که از جمله می‌توان به درآمدزایی در سطح کلان مانند حق پخش تلویزیونی، حامیان مالی و صحنه‌گذاری، حق عضویت تماشاگران رویداد و حق انتقال بازیکنان و فروش آن‌ها اشاره نمود (لوکینوویچ و همکاران، ۲۰۲۲)<sup>۳</sup>. همچنین وجوه دولتی، حق اسم، حامیان تجاری، برنامه‌های آموزشی و فروش کالاها از دیگر روش‌ها می‌باشد. همچنین در سطوح پایین‌تر می‌توان به شهریه عضویت و استفاده از اماکن، فروش غذا و نوشیدنی، فروش تجهیزات و لباس و سرمایه‌گذاری اشاره کرد (اندیشکده تحقیقاتی بریتانیا، ۲۰۱۵)<sup>۴</sup>. در بیشتر کشورهای درحال توسعه مانند ایران، دولت حامی و متولی اصلی فعالیت‌های ورزشی می‌باشد. وابستگی بیش از اندازه ورزش در کشورهای درحال توسعه به منابع دولتی سبب گردیده است که نه تنها سطح مشارکت افراد جامعه در ورزش پایین و دسترسی به فعالیت‌های ورزشی دشوار باشد، بلکه مدیریت ورزش نیز به علت کمبود بودجه با دشواری‌های زیادی رو به رو گردد. به نظر می‌رسد در ایران سازمان‌های ورزشی در رهگذر تبدیل شدن از یک سازمان مصرف‌کننده پول به یک سازمان مستقل پول‌ساز، هنوز در ابتدای راه می‌باشند و دغدغه و مشکل اکثر سازمان‌های ورزشی به ویژه در سطح داخلی وابستگی کامل به یکی از روش‌های درآمدی و فقدان برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت برای استفاده از تمامی ظرفیت‌های موجود در بازار به منظور درآمدزایی می‌باشد (افشاری و همکاران، ۲۰۱۸).

در ایران با توجه به دولتی بودن اقتصاد و افزایش تحریم‌های اقتصادی و کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی، بودجه ورزش با توجه به تورم موجود در جامعه پاسخگوی نیاز سازمان‌های ورزشی نیست و مسئولان ورزشی خواستار خودکفایی اقتصادی سازمان‌های ورزشی می‌باشند. علی‌رغم تجاری‌سازی ورزش، شکاف‌های بسیاری در مهارت‌ها و دانش تأمین مالی مدیران سازمان‌های ورزشی وجود دارد (حیدری و همکاران، ۲۰۲۱). در چنین شرایطی از مدیران ورزشی انتظار می‌رود با تدبیر و برنامه‌ریزی بتوانند بودجه مورد نیاز خود را از منابع بالقوه کسب نمایند و به تدریج وابستگی خود را به دولت کم کنند، اما کاهش وابستگی سازمان‌های ورزشی به منابع دولتی کار ساده‌ای نیست و نیازمند بسترسازی و ایجاد زمینه خودکفایی مالی برای آن‌ها می‌باشد. در این باره مسائل و مشکلات زیادی بر سر راه این سازمان‌ها وجود دارد که باید شناسایی و برطرف گردند (تسلیمی و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Dunbar, N., Middleton, T

2. Józwiak

3. Lukinović & et al

4. Local Government Information unit (LGIU)

از طرفی آنچه موجب ارتقاء کیفیت و کمیت ورزش بانوان در جوامع مختلف می‌شود، تشویق و ستایش‌های اجتماعی، برنامه‌های حمایتی، تنوع جوایز روحی-روانی، هیجانی و مالی است؛ باین‌حال، تقریباً بسیاری از یافته‌های پژوهشی بیانگر آن است که زنان ایرانی در انجام ورزش و فعالیت‌های ورزشی با محدودیت‌هایی از قبیل محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی، مالی و امکاناتی، انسانی و تخصصی و فرهنگی و اجتماعی مواجه هستند (خطیبی و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، ورزش زنان، بخصوص در رشته بسکتبال در جذب منابع مالی خارج از بودجه رسمی با مشکلات بسیاری مواجه بوده است و حامیان مالی انگشت‌شماری وارد این حوزه می‌شوند. (واحدی زاده و همکاران، ۲۰۲۱). تحقیقات مختلف مهمترین عامل مؤثر بر توسعه بازاریابی ورزش زنان را حمایت مالی معرفی کرده‌اند؛ باین‌حال، مایر و کوکو<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) دست نیافتن شرکت‌ها به اهداف اقتصادی خود را مهمترین دلیل حمایت نکردن نهادهای مختلف از ورزش زنان دانسته‌اند (مایر و کوکو، ۲۰۲۱). شرکت‌های حامی ورزش معمولاً به دنبال افزایش فروش کالا و خدمات، ایجاد تصویر مناسب از شرکت در اذهان عمومی، رقابت با سایر شرکت‌ها و گسترش میزان فروش هستند که از طریق ورزش زنان به آن دست پیدا نمی‌کنند. شاید یکی از دلایل این موضوع، پخش نشدن مسابقات ورزشی زنان از تلویزیون است که در پی آن آگاهی مردم و طرز برداشت آنان از شرکت‌های حامی تغییر نمی‌یابد. حتی اگر این مسابقات پخش گردد، معمولاً در ساعتی نامناسب نشان داده می‌شود. دلیل دیگر آن نیز شاید تعداد کم تماشاگران زن باشد؛ چراکه ۷۰ درصد از مدیران شرکت‌ها علت حمایت نکردن از ورزش زنان را تماشاگران اندک عنوان نموده‌اند؛ به بیان دیگر، عدم پخش مسابقات ورزشی زنان هم باعث کاهش میل و رغبت حامیان مالی می‌گردد و هم کاهش تعداد تماشاگران رقابت‌های ورزشی را به همراه خواهد داشت (فلاح و آقاخانی، ۲۰۱۶)؛ باین‌حال، پخش مسابقات زنان محجبه ایرانی در بازی‌های آسیایی اینچئون در سال ۲۰۱۵ از سیمای جمهوری اسلامی ایران نشان داد، که با رعایت محدودیت‌هایی امکان پخش رقابت آنان از شبکه‌های ملی سیما وجود دارد. شاید یکی از دلایلی که تاکنون این مسابقات پخش نشده است، نبود مطالبه جدی جامعه باشد (واحدی زاده و همکاران، ۲۰۲۱). علاوه بر این، توانایی باشگاه‌ها در تولید ارزش و ساختار درآمدی آنها برای خرید و فروش بازیکنان، فروش محصولات ثانویه (پیراهن، تجهیزات ورزشی و غیره)، حمایت مالی هواداران، حق پخش تلویزیونی، فروش بلیط و تبلیغات به گونه‌ای است که می‌توانند منابع مالی خود را تأمین کنند (شاوندینا، ۲۰۲۱).

در همین راستا روزبهانی و عبادی (۱۴۰۱) در مطالعه خود نشان دادند که عامل تعداد مسابقات و رویدادهای ورزشی، رشد تماشاچیان ورزشی و توسعه اقتصادی استان بیشترین و سیاست‌گذاری مسئولین بلندمرتبه استانی و حضور افراد باتجربه در ورزش استان به ترتیب کمترین تأثیر را بر توسعه درآمدزایی سازمان‌های ورزشی استان قزوین دارند. سرلاب و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود نشان دادند که سرمایه‌گذاری و حامیان مالی، نهادهای دولتی، سیاست، امنیت، رسانه، هواداران، حمایت‌های دولتی، ویژگی‌ها و جذابیت رشته‌های مختلف ورزشی، مدیریت منابع انسانی، حقوقی و قانونی، توسعه امکانات و اماکن ورزشی، علمی و پژوهشی می‌تواند مهمترین منبع درآمدزایی فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران باشد. غفوری یزدی و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند، 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 می‌باشد. کیانی و نظری<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی نشان دادند که مدیران حمایت‌کننده، ورزش‌های حرفه‌ای زنان را به عنوان یک عامل برای دستیابی به اهداف و مزایای اقتصادی در نظر نمی‌گیرند. هسائو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان اکتشاف تجربی از حمایت‌های ورزشی نشان دادند که فعال‌سازی بازاریابی تجربی، رضایت از رویداد ورزشی، ارزش سهام برند و قصد خرید مشتریان ورزشی می‌تواند سبب حمایت و تأمین مالی تیم‌های ورزشی شود. نوسیر<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای اثرات حمایت مالی بر ارتقاء رویدادهای ورزشی نشان دادند که حامیان مالی، پشتیبانی فنی، متخصص مالی سبب جذب بیشتر افراد به رویداد ورزشی می‌شوند.

در میان ارکان صنعت ورزش، نقش باشگاه‌ها بیش از سایر ارکان است. زیرا آنها به‌عنوان کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی نقش بزرگی در عملکرد استراتژیک ایفا می‌کنند (ویکر و فریک، ۲۰۱۷)<sup>۵</sup>. امروزه بسیاری از باشگاه‌های حرفه‌ای توانسته‌اند این نقش به

1 Mayer & Cocco

2 Kiani & Nazari

3 Hsiao et al

4 Nuseir

5. Wicker & Frick

خوبی ایفا نمایند، توسعه و عملکرد پایدار و به‌طور ویژه کسب منابع مالی و درآمدی پایدار در ورزش روز دنیا بسیار مورد توجه قرار گرفته است. فقدان تعادل و عدم تحقق درآمدهای پایدار در سازمان‌های مختلف صنعت ورزش از قبیل باشگاه‌ها و لیگ‌های مختلف توسط مطالعات گوناگون و گزارش مؤسسه‌های معتبر مورد تأیید قرار گرفته است ( آکاراه<sup>۱</sup> ( ۲۰۱۲). در این بین مدیران باشگاه‌ها می‌توانند نقش اساسی در عملکرد استراتژیک داشته باشند. مدیران مالی شرکتها یا باشگاه‌ها با قبول مسئولیت تأمین مالی باید بازارهای مالی و روش‌های تأمین مالی را بشناسند تا با استفاده از ابزارهای مالی مناسب در بازارهای مالی، اقتصادی‌ترین راه تأمین مالی را در نظر بگیرند ( باقری و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین هیئت‌های ورزشی برای رسیدن به منابع مالی و ایجاد درآمد بیشتر و رهایی از وضعیت نامطلوب تأمین مالی باید به شناسایی عوامل مؤثر در این زمینه بپردازند ( حمیدی و همکاران، ۲۰۲۲).

ضرورت توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال بانوان و حمایت مالی از این ورزش به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری دولت در ورزش و مخصوصاً ورزش بانوان می‌تواند رویکردی مناسب برای تأمین منابع مالی باشد. بنابراین، جا دارد که این عوامل شناسایی و توسعه داده شود تا مسئولین بتوانند با برنامه‌ریزی دقیق موانع را مرتفع نمایند تا زمینه برای درآمدزایی تیم‌های ورزشی و نهادهای فعال در ورزش فراهم شود. بررسی جامع محقق نشان داد که پژوهشی در باب راهکارهای توسعه درآمدزایی و منابع مالی در ورزش بسکتبال و خصوصاً بسکتبال بانوان غرب کشور صورت نگرفته است. معدود تحقیقات انجام شده در ورزش کشور مربوط به ورزش فوتبال و ورزش قهرمانی است و حتی در این تحقیقات تعداد کمی از راهکارها را مشخص کرده‌اند، این در حالی است که هنوز تعداد زیادی از راهکارها ناشناخته مانده‌اند. در نهایت بیشتر تحقیقات در سطوح دیگر ورزش یا در خارج از کشور انجام شده و هیچ تحقیقی در ورزش بسکتبال بانوان انجام نشده است.

در پژوهش‌های پیشین غالباً به چالش‌ها و موانع در ورزش مردان پرداخته شده است یا در معدود تحقیقاتی موانع توسعه مالی و درآمدزایی ورزش زنان به صورت کلی بررسی شده است و پژوهشی یافت نشد که به صورت خاص به توسعه درآمدزایی و منابع مالی در ورزش بسکتبال زنان پرداخته باشد. از سوی دیگر، با توجه به وضعیت متفاوت حاکم بر ورزش زنان، چندان نمی‌توان به نتایج پژوهش‌های انجام شده در این زمینه در ورزش مردان استناد کرد. با توجه به تأکید مسئولین ارشد نظام بر رشد و توسعه ورزش زنان از یک سو و موانع و چالش‌های موجود از سوی دیگر، انجام چنین پژوهشی در حوزه ورزش بانوان ضرورت می‌یابد. امید است نتایج این تحقیق به شناسایی راهکارهایی برای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال بانوان غرب کشور منجر شود. با توجه به مطالب ذکر شده و اهمیت تأمین مالی و درآمدزایی در ورزش بسکتبال محقق به دنبال پاسخ به این سؤال است که راهکارهای درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال بانوان غرب کشور کدامند؟

## روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی و از نوع اکتشافی با رویکرد معادلات ساختاری که از لحاظ هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها آمیخته ( کمی و کیفی ) انجام شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل دو بخش کیفی و کمی بود که بخش کیفی ۱۰ نفر از متخصصان و نخبگان ورزش بسکتبال را در بر می‌گرفت و بخش کمی شامل مربیان، کارشناسان و مسئولین هیئت‌های ورزشی در زمینه ورزش بسکتبال، مدیران ورزشی درگیر در حوزه بسکتبال و مسابقات، در استان‌های غرب کشور می‌باشد (کرمانشاه، لرستان، همدان، کردستان و ایلام). با توجه به گستردگی جامعه آماری و نامشخص بودن تعداد دقیق افراد، بر اساس جدول مورگان حجم نمونه برای جامعه آماری کمی نامشخص ۳۸۴ نفر انتخاب گردید. با توجه به اهداف تحقیق، بهترین روش جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز پرسشنامه بود تا نگرش‌ها و عقاید نمونه آماری را در رابطه با راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور جمع‌آوری کند و به این منظور، از ۲ پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه محقق ساخته اطلاعات عمومی که شامل مشخصات فردی و سوابق افراد بود، این پرسشنامه مشتمل بر ۴ سؤال بود (جنسیت، سن، میزان تحصیلات، سابقه خدمت) که توسط محقق با توجه به اهداف تحقیق تدوین گردید و دیگری پرسشنامه محقق ساخته راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی، در این پژوهش پس از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی کتب، مقالات و پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع پژوهش و تحلیل محتوای این اسناد به تدوین ابزار تحقیق پرداخته شد و با استفاده از اطلاعات گردآوری شده،

پرسشنامه راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال با استفاده از روش دلفی توسط پنل ۱۰ نفره متخصصان و در ۳ دور تدوین گردید. در مطالعات انجام شده و پیشینه پژوهش بر اساس تحلیل مقدماتی ۶ عامل به صورت کلی شناسایی شد که اهداف و فرضیات پژوهش بر اساس این عوامل نگارش گردید. پرسشنامه مذکور در قالب ۳۸ سؤال تدوین گردید. این عوامل عبارت بودند از عوامل مسابقات، عوامل بازاریابی، عوامل رسانه‌ای، عوامل حمایت مالی، عوامل زیرساختی و عوامل اقتصادی.

برای تعیین اعتبار صوری و محتوایی، پرسشنامه تدوین شده در اختیار ۵ نفر از اساتید مدیریت و برنامه‌ریزی در ورزش قرار گرفت تا نقطه نظرات اصلاحی خود را اعلام کنند. پس از لحاظ کردن نقطه نظرات آنان، پرسشنامه‌های نهایی تدوین گردید. برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه‌ها در یک تحقیق آزمایشی ۳۰ پرسشنامه به صورت حضوری بین افراد نمونه تقسیم شد و پس از تکمیل جمع‌آوری گردید. پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که پایایی پرسشنامه راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی، ۸۸/۰ محاسبه شد که از لحاظ آماری قابل قبول تشخیص داده شد. گردآوری اطلاعات در دو مرحله صورت گرفت: مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی. در قسمت کتابخانه‌ای جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اینترنت استفاده شد. در قسمت میدانی برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز این تحقیق و به منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، از ابزار پرسشنامه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی ( فراوانی‌ها، میانگین‌ها، درصد، انحراف استاندارد و رسم نمودارها و جداول ) استفاده شد. در بعد آمار استنباطی از آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. تحلیل داده‌ها با کمک دو نرم افزار SPSS نسخه ( ۲۲ ) و AMOS نسخه ( ۲۳ ) انجام پذیرفت.

## یافته‌های پژوهش

در مطالعات انجام شده و پیشینه پژوهش بر اساس تحلیل مقدماتی ۶ عامل به صورت کلی شناخته شد. پرسشنامه مذکور در قالب ۳۸ سؤال تدوین گردید. این عوامل عبارتند از عوامل مسابقات، عوامل بازاریابی، عوامل رسانه‌ای، عوامل حمایت مالی، عوامل زیرساختی و عوامل اقتصادی که برای شناسایی گویه‌ها و سؤالات مربوط به هر عامل از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

جدول شماره ۱: شاخص‌های آماری با استفاده از روش تحلیل عوامل اصلی

مجموع مجذورات بارهای استخراج شده پس از چرخش			عوامل
ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس	
۶/۱۸۴	۸/۲۶۵	۸/۲۶۵	عوامل مسابقات
۹/۷۸۳	۱۷/۱۱۱	۲۵/۳۷۶	عوامل بازاریابی
۸/۰۸۹	۱۴/۲۰۵	۳۹/۵۸۱	عوامل رسانه‌ای
۱۰/۷۲۹	۲۰/۱۱۸	۵۹/۶۹۹	عوامل حمایت مالی
۷/۹۸۲	۱۲/۱۰۳	۷۱/۸۰۲	عوامل زیرساختی
۶/۷۵۱	۱۰/۱۲۲	۸۱/۹۲۴	عوامل اقتصادی

هرچند مقادیر ویژه و درصد‌های آن در حالت بعد از چرخش نسبت به حالت اولیه تغییر کرده‌اند؛ اما درصد تجمعی واریانس تبیین شده به وسیله تمام عناصر استخراج شده برابر با حالت اولیه (قبل از چرخش) است. در مجموع می‌توان گفت، این شش عامل ۸۱/۹۲۴ درصد از واریانس کل متغیرها را تحت پوشش قرار می‌دهند. با به دست آمدن وضعیت مقادیر ویژه، امکان به دست آمدن ماتریس اجزا فراهم می‌شود. با مشخص شدن بار عاملی متغیرها بعد از چرخش واریماکس، می‌توان نسبت به تعیین عوامل و متغیرهای تعیین‌کننده آن و میزان همبستگی متغیرهای هر یک از عوامل (بار عاملی) اقدام کرد. در جدول شماره ۲ با تفکیک عوامل، میزان همبستگی متغیرها نشان داده شده است.

جدول شماره ۲. تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس بر روی پرسشنامه درآمدزایی و تأمین مالی

عوامل						
عوامل اقتصادی	عوامل زیرساختی	حمایت مالی	عوامل رسانه‌ای	عوامل بازاریابی	عوامل مسابقات	
						بلیط فروشی روز مسابقه
						فروش کلیه بلیطها تا پایان فصل
					۰/۵۰۱	
					۰/۵۱۵	

۰/۵۶۸				عرضه محصولات غذایی در ورزشگاه
۰/۵۳۵				برگزاری قرعه کشی بین تماشاگران
۰/۵۴۹				فروش محصولات خود مانند پیراهن در روز مسابقه
۰/۵۳۴				نرخ گذاری بلیط در جایگاه‌های مختلف
	۰/۶۶۵			عرضه محصولات تخصصی از طریق فروشگاه‌ها
	۰/۶۱۴			وجود فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند رستوران
	۰/۶۲۳			استفاده از پروانه‌های تجاری برای معاملات بازرگانی
	۰/۶۵۴			درآمدهای حاصله از روز معارفه بازیکنان
	۰/۶۳۵			حضور در مسابقات بین‌المللی رسمی و دوستانه
	۰/۶۳۲			برندسازی تجاری محصولات
	۰/۶۱۳			جذب سرمایه گذاران خارجی
	۰/۶۴۹			نقل و انتقال بازیکنان تیم‌های پایه
	۰/۶۵۴			تأسیس مدارس پایه در سراسر استان
	۰/۶۶۷			واگذاری یا اجاره اموال و دارایی‌های مازاد
	۰/۶۳۲			انعقاد قرارداد با باشگاه‌های بزرگ و معروف
		۰/۶۰۱		حق پخش تلویزیونی
		۰/۶۳۴		فروش بلیط از طریق اینترنت و نرم افزارها
		۰/۶۲۲		روزنامه و مجله تخصصی
		۰/۶۰۹		کنفرانس خبری
		۰/۶۴۱		پیامک و نرم افزارهای تلفن همراه
		۰/۶۷۷		تبلیغ محصولات و خدمات باشگاه از طریق رسانه‌ها
			۰/۷۹۷	حمایت‌های مالی هواداران
			۰/۷۰۴	تنوع حامی مالی
			۰/۷۱۷	استفاده از بیلبردهای تبلیغاتی در سط شهر یا کشور
			۰/۷۹۳	ردیف بودجه عمومی در بودجه کل کشور
			۰/۷۱۲	درآمدهای مربوط به هیئت ورزشی
			۰/۵۴۱	ورزشگاه اختصاصی
			۰/۵۰۸	زمین تمرین اختصاصی
			۰/۵۴۸	پارکینگ اختصاصی
			۰/۵۰۹	فروشگاه‌های زنجیره ای اختصاصی
			۰/۵۳۱	ساختمان اداری اختصاصی
			۰/۶۰۸	انتشار سهام
			۰/۶۴۷	تأمین مالی از طریق بانک‌ها
			۰/۶۹۹	دریافت سود سپرده از بانک
			۰/۶۲۲	سازوکار تسعیر ارز در بازارهای پولی و مالی
			۰/۶۷۴	انعقاد قرارداد با بخش تولیدی و صنعتی

انجام بسیاری از آزمون‌های پارامتریک مستلزم نرمال بودن مشاهدات است. بنابراین می‌توان برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف<sup>۱</sup> استفاده کرد. بر اساس این آزمون، وقتی توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد که مقدار یا سطح معناداری بیشتر از عدد بحرانی در سطح ۰/۰۵ باشد. در جدول شماره ۳ نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌های حاصل از اجرای آزمون‌ها ارائه می‌گردد.

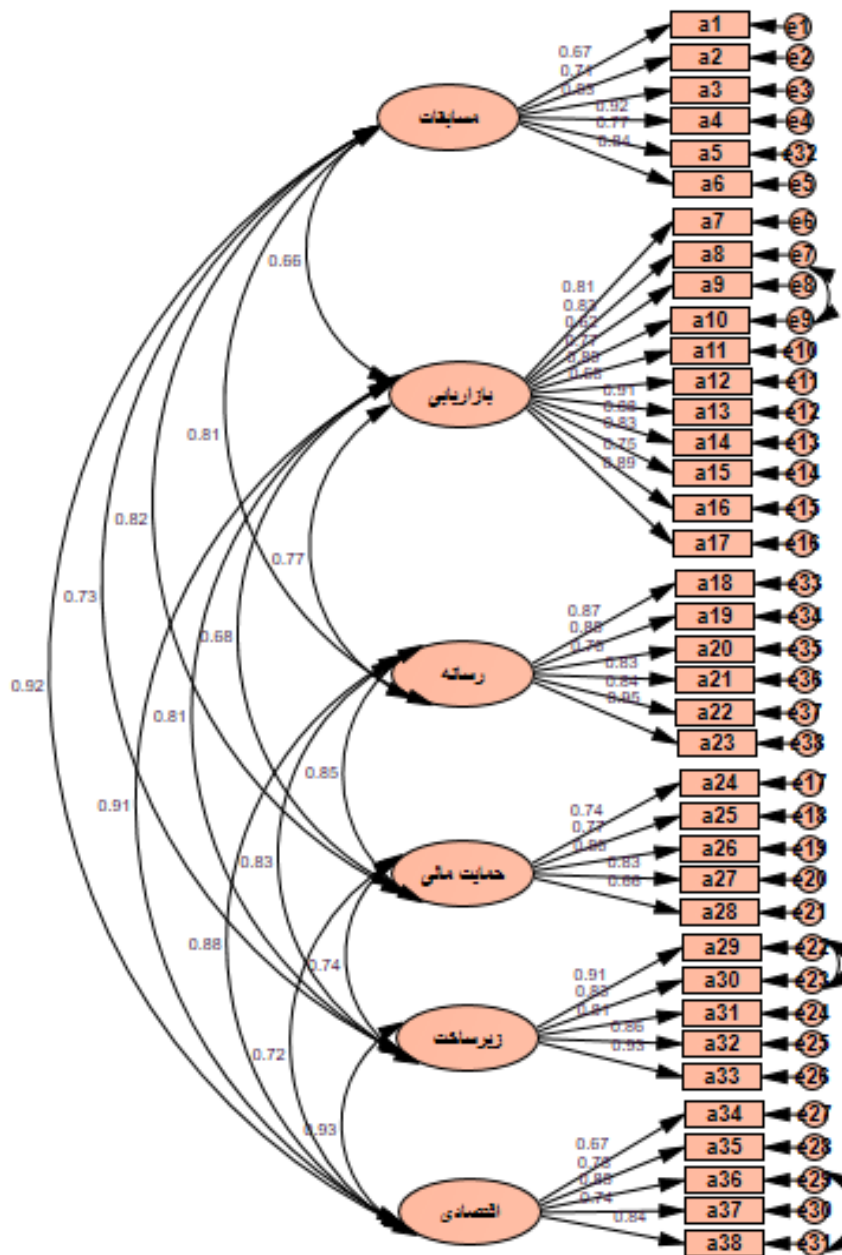
جدول شماره ۳: نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش

سطح معناداری	Z بدست آمده	آزمون
۰/۳۷۱	۱/۲۲۱	عوامل مسابقات
۰/۱۳۲	۱/۱۷۹	عوامل بازاریابی
۰/۱۱۹	۱/۶۳۹	عوامل رسانه‌ای
۰/۲۲۸	۱/۸۶۱	عوامل حمایت مالی

۰/۴۲۲	۱/۳۹۵	عوامل زیرساختی
۰/۵۰۲	۱/۴۴۸	عوامل اقتصادی

با توجه به مقادیر بدست آمده و سطح معناداری گزارش شده، توزیع داده‌ها نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های آماری پارامتریک جهت تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

به منظور تعیین روایی سازه پرسشنامه درآمدزایی و تأمین مالی، از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. مدل‌های تحلیل عاملی در حالت استاندارد ( شکل ۱ ) بدست آمد که به ترتیب بار عاملی ( در حالت استاندارد ) هر یک از سؤالات بر روی متغیر پنهان و مقادیر معناداری را نشان می‌دهند.



شکل شماره ۱: تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه درآمدزایی و تأمین مالی در بسکتبال بانوان

شکل شماره ۱ تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه درآمدزایی و تأمین مالی در بسکتبال بانوان را نشان می‌دهد. همانگونه که مشخص است بارهای عاملی هر ۶ عامل پرسشنامه بالای ۰/۶۰ می‌باشد، لذا گویه‌ای از این پرسشنامه حذف نشده و پرسشنامه مورد تأیید قرار

می‌گیرد. مدل پژوهش به صورت کلی برآزش شد و از شاخص‌های نسبتاً خوبی برخوردار بود. لذا برای بهبود شاخص‌ها و برآزش بهتر مدل اصلاحاتی بر روی آن صورت گرفت. اصلاح اول برقراری کوواریانس از مسیر a7 به مسیر a10 بود. اصلاح دوم مدل از مسیر برقراری کوواریانس بین a29 به مسیر a30 بود و اصلاح سوم ایجاد کوواریانس بین گویه a36 به مسیر a38 بود.

جدول شماره ۴: شاخص‌های برآزش تحلیل عاملی پرسشنامه درآمدزایی و تأمین مالی در بسکتبال بانوان

مطلق	شاخص برآزش	میزان	ملاک	تفسیر
	CMIN/DF	۳/۲۷	کمتر از ۵	برآزش مطلوب
	p-value $\chi^2$	۰/۰۰۱	بیشتر از ۰/۰۵	غیر قابل قبول
تطبیقی	شاخص نیکویی برآزش (GFI)	۰/۹۱	بیش از ۰/۹۰	برآزش مطلوب
	شاخص توکر- لویس (TLI)	۰/۹۲	بیش از ۰/۹۰	برآزش مطلوب
مقتصد	شاخص برآزش تطبیقی (CFI)	۰/۹۱	بیش از ۰/۹۰	برآزش مطلوب
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۶۹	کمتر از ۰/۰۸	برآزش مطلوب
	شاخص برآزش مقتصد هنجار شده (PNFI)	۰/۷۴	بیشتر از ۰/۵	برآزش مطلوب

مقدار شاخص نسبت بحرانی به درجه آزادی ( CMIN/DF ) برابر ۳/۲۷، شاخص نیکویی برآزش (GFI) ۰/۹۱، شاخص برآزش تطبیقی (CFI) ۰/۹۱، شاخص توکر- لویس (TLI) ۰/۹۲، شاخص برآزش مقتصد هنجار شده (PNFI) ۰/۷۴ و مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) نیز ۰/۰۶۹ است. همه این شاخص‌ها در محدوده برآزش مطلوب قرار دارند. بنابراین در کل می‌توان نتیجه گرفت که مدل ارائه شده دارای برآزش مطلوب می‌باشد.

## بحث و نتیجه‌گیری

ضرورت توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال بانوان و حمایت مالی از این ورزش به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری دولت در ورزش و مخصوصاً ورزش بانوان می‌تواند رویکردی مناسب برای تأمین منابع مالی باشد. بر همین اساس، پژوهش حاضر صورت گرفت تا عوامل مهم در این راه شناسایی و توسعه داده شود تا مسئولین بتوانند با برنامه‌ریزی دقیق موانع را مرتفع سازند تا زمینه برای درآمدزایی تیم‌های ورزشی و نهادهای فعال در ورزش بانوان فراهم شود. بررسی جامع محقق نشان داد که پژوهشی در باب راهکارهای توسعه درآمدزایی و منابع مالی در ورزش بسکتبال و خصوصاً بسکتبال بانوان غرب کشور صورت نگرفته است. محدود تحقیقات انجام شده در ورزش کشور مربوط به ورزش فوتبال و ورزش قهرمانی بود و حتی در این تحقیقات تعداد کمی از راهکارها را مشخص کرده‌اند، این حالی است که هنوز تعداد زیادی از راهکارها ناشناخته مانده‌اند. در نهایت بیشتر تحقیقات در سطوح دیگر ورزش یا در خارج از کشور انجام شده و هیچ تحقیقی در ورزش بسکتبال بانوان انجام نشده است. امید است نتایج این تحقیق به شناسایی راهکارهایی برای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش بسکتبال بانوان غرب کشور منجر شود.

نتایج حاصل از پژوهش حاکی از این بود که عوامل مسابقه، یکی از راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل مرتبط به مسابقات را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات سرلاب و همکاران (۱۴۰۱)، روزبهانی و عبادی (۱۴۰۱)، کیانی و نظری (۲۰۲۲)، هسیائو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) و نوسیر<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد. در همین راستا سرلاب و همکاران (۱۴۰۱) در نتایج یافته‌های خود از عوامل مسابقه به عنوان یکی از راهکارهای تأمین مالی یاد کردند که با پژوهش حاضر همخوان می‌باشد.

در توجیه این یافته می‌توان به اثر فزاینده عامل برگزاری مسابقات بر درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش اشاره نمود. با حضور تیم ورزشی یک شهر یا استان در رقابت‌های لیگ برتر یا رویدادهای مهم در سطح ملی و... در وهله اول بیشترین درآمد به باشگاه و تیم‌های ورزشی، بازیکنان، مربیان و مدیران تیم‌ها تعلق می‌گیرد. مخارج بازیکنان، مربیان و مدیران باشگاه و تأثیر آن روی اقتصادهای محلی و شهری بستگی به این عامل دارد که چه مقدار از آن مخارج برای تیم‌های ورزشی سرمایه‌گذاری خواهد شد.

با این حال هنوز هم در رویدادهای ورزشی با سطوح مختلف، بلیت فروشی از مهمترین راههای کسب درآمد به حساب می‌آید (افشاری و همکاران، ۲۰۱۸). به همین دلیل عامل اصلی درآمد هر باشگاه ورزشی یا برگزارکننده مسابقات، فروش بلیت می‌باشد. از آنجائی که فروش بلیت بیشترین جریان درآمدی را برای واحدهای ورزشی دنیا به همراه دارد، توجه روی اقدامات نیروی فروش متمرکز شده است. از سوی دیگر در برگزاری رویدادهای ورزشی، تماشاگران جزء عوامل اساسی این رویدادها به حساب آمده و بلیت فروشی به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش مهمی در برگزاری موفقیت‌آمیز رویدادها ایفا می‌نماید. همچنین برگزاری قرعه‌کشی در بین تماشاگران و دادن جایزه و یک سری امتیازات به آنها می‌تواند باعث تقویت عامل مسابقات گردد و در نهایت منجر به درآمدی و تأمین مالی برای تیم‌های ورزشی شود.

نتایج حاصل از پژوهش حاکی از این بود که عوامل بازاریابی، یکی از راهکارهای توسعه درآمدی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل مرتبط با بازاریابی را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات حمیدی و همکاران (۱۴۰۱)، غفوری یزدی و همکاران (۱۴۰۰)، ذوالفقاری و همکاران (۲۰۲۲)، معماری و همکاران (۲۰۲۱) و نوسیر (۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد. در تأیید این یافته نوسیر (۲۰۲۰) در نتایج تحقیق خود بیان داشت که عوامل بازاریابی یکی از مهمترین و کاراترین ابزارها است که از طریق آن باشگاه‌های ورزشی می‌توانند به کسب درآمد و تأمین مالی برسند. در تبیین این یافته باید گفت با توجه به تغییرات فراوانی که طی چند سال اخیر در تمامی حیطه‌ها رخ داده است ورزش نیز از این قاعده مستثنی نبوده و از شکل سنتی خود که جهت سرگرمی و فعالیت بدنی صورت می‌گرفت فاصله گرفته و تا جایی پیش رفته است که تبدیل به صنعت ورزش گردیده است (ویکر و فریک، ۲۰۱۷). حال سازمان‌ها و نهادهای ورزشی برای بقاء و ادامه حیات خود در این صنعت نوپا باید با استفاده از برنامه‌های دقیق و حساب شده و بکارگیری ابزارهای بازاریابی جدید اقدام به کسب درآمد نمایند. امروزه مشکل بیشتر باشگاه‌های کشور بخصوص در سطح داخلی وابستگی کامل به یکی از شیوه‌های درآمدی و نداشتن یک برنامه و استراتژی میان مدت و بلندمدت برای استفاده از همه پتانسیل‌های موجود در بازار جهت درآمدی می‌باشد (مورگان، ۲۰۱۹). بنظر می‌آید در ایران سازمان‌ها و نهادهای ورزشی در رهگذر تبدیل از یک سازمان مصرف‌کننده پول به یک سازمان مستقل پول‌ساز، هنوز در اول راه هستند ولی امید می‌رود با الگوبرداری از باشگاه‌های مشهور و موفق جهان و استفاده از اصول بازاریابی نوین از سایر روش‌های کسب درآمد نیز استفاده نمایند. همچنین سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ تجاری نیز به صنعت ورزش به چشم بازارگاهی بنگرند که با سرمایه‌گذاری بر روی آن قادر خواهند بود مزایای چند جانبه‌ای به دست آورند که هم به اهداف تجاری خود دست پیدا می‌کنند و هم قدم مثبت و مؤثری در جهت شکل‌گیری اجتماعی بهتر و سالم بردارند.

یکی از شیوه‌های مهم در قسمت بازاریابی انعقاد قرارداد با باشگاه‌های مطرح است. بررسی و مشاهده منابع درآمدی باشگاه‌های معروف دنیا نشان از وجود سه بخش عمده دارد که شامل درآمدهای روز مسابقه، امور تجاری و حق پخش رسانه‌ای می‌باشد. به طور متوسط ۴۰ درصد درآمد باشگاه‌های پردرآمد جهان در سال ۲۰۱۸ محصول فعالیت‌های بازاریابی نوین می‌باشد (اسکوربیچ و هاداک، ۲۰۱۱). از عوامل مهم دیگر در این راه تأسیس و راه‌اندازی مدارس پایه در ورزش بسکتبال بانوان کشور است، که این کار سرمایه‌گذاری بلندمدت محسوب می‌شود. با این روش باشگاه و تیم‌های ورزشی قادر خواهند بود که از طریق پرورش بازیکن و کشف استعداد آنها، درآمد قابل توجهی کسب کنند که یکی از شیوه‌های بازاریابی نوین برای ایجاد درآمد محسوب می‌گردد.

همچنین نتایج حاصل از تحقیق حاضر حاکی از این بود که عوامل رسانه‌ای، یکی از راهکارهای توسعه درآمدی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل مرتبط با رسانه را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات روزبهانی و عبادی (۱۴۰۱)، غفوری یزدی و همکاران (۱۴۰۰)، باقری و همکاران (۱۴۰۰)، ذوالفقاری و همکاران (۲۰۲۲)، لوکینویک و همکاران (۲۰۲۲) و نوسیر (۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد.

دونبار و میدلتون (۲۰۲۲) در پژوهش خود بیان داشتند که صنعت ورزش و باشگاه‌های ورزشی برای تأمین مالی نیازمند رسانه‌های قوی در فضای مجازی و سطح اجتماع می‌باشند که هرچقدر این رسانه‌ها قویتر و قدرتمندتر عمل نمایند، تأمین مالی باشگاه راحتتر اتفاق می‌افتد

که با پژوهش حاضر همخوان می‌باشد. جانسون<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) رابطه ورزش حرفه‌ای با رسانه‌های گروهی را به ویژه تلویزیون بسیار نزدیک توصیف می‌نماید. نتایج بررسی‌های مختلف، نقش رسانه‌ها در توسعه برخی از مؤلفه‌های ورزش به ویژه تأمین مالی را تأیید نموده‌اند و بعضی از تحقیقات نیز یکی از مهمترین عوامل نبود توسعه لازم در برخی از سازوکارهای مورد نیاز برای ورزش را، رسانه‌ها دانسته‌اند. آکاره (۲۰۱۲) بیان می‌دارد که درآمدهای رسانه‌ای سهم قابل توجهی از سود باشگاه‌های ورزشی را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین اسکوریچ و هاداگ (۲۰۱۱) نیز بیان داشتند که رسانه‌ها عامل بسیار مهمی در جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی در حوزه ورزش هستند و فرآیند تأمین مالی را تسهیل می‌کنند. چلمیس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) بیان داشت که درآمدهای رسانه‌ای (تلویزیون، رادیو، اینترنت) در یک الگوی تأمین مالی سبب ایجاد درآمد پایدار و مستمر برای باشگاه‌های ورزشی گردیده و یکی از سازوکارهای حیاتی و مهم در بقاء و فعالیت آنها به حساب می‌آیند.

رسانه‌های گروهی از جمله روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون نقش بسیار مهمی را در حین پخش و انتشار رویدادهای ورزشی ایفا می‌کنند و از این طریق قادر خواهند بود باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی را در رسیدن به درآمد و تأمین مالی یاری کنند. مک کولی و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعات خود نشان دادند که یکی از عوامل اصلی و مؤثر در درآمدزایی تیم‌های ورزشی، پوشش وسیع در سطح ملی و جهانی ورزش از طریق رسانه‌ها است (ذوالفقاری و همکاران، ۲۰۲۲).

نتایج حاصل از پژوهش حاضر بیانگر این بود که حمایت مالی، یکی از راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل مرتبط با حمایت مالی را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات واحدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹)، حیدری و همکاران (۲۰۲۱)، ذوالفقاری و همکاران (۲۰۲۲)، علیپور و همکاران (۲۰۲۰) و مورگان<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) در یک راستا قرار دارد.

لوکینویک و همکاران (۲۰۲۲) در یافته‌های مطالعه خود اذعان داشتند که حمایت مالی منبعی است که پتانسیل به‌دست آوردن مزیت رقابت را داشته و سریعترین پیشرفت را در بین شکل‌های مختلف بازاریابی داشته است و سبب تأمین مالی ورزش و باشگاه‌های ورزشی می‌شود که با نتایج پژوهش حاضر همخوان است. به زعم ویلی<sup>۴</sup> (۲۰۱۷)، مشاوره در مورد درخواست حمایت و تضمین از سوی شرکت‌ها برای حمایت مالی از ورزش (رویداد، لیگ، تیم و بازیکن) از مهمترین وظایف بخش بازاریابی سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی تلقی می‌گردد. حمایت مالی ورزشی می‌تواند یک روش بسیار ارزشمند برای رسیدن به بازارهای نوین و حفظ موجودی مشتریان باشد (ویلی، ۲۰۱۷). در تبیین این یافته می‌توان گفت حمایت مالی ورزشی قادر است فروش را افزایش دهد، باعث تغییر گرایش‌ها شود، آگاهی‌ها را ارتقاء دهد و ارتباط با مشتریان را دائمی کند. در دنیای امروز سازمان‌ها ترجیح می‌دهند که از حمایت مالی ورزشی به عنوان ک زبان بین‌المللی استفاده نمایند، مخصوصاً در ورزش‌های پرطرفدار که طرفداران زیادی در سطح جهانی و ملی دارد و فراتر از سد زبان و فرهنگ حرکت می‌نماید. بنابراین حمایت مالی ورزشی به عنوان یکی از عوامل ارتباطات بازاریابی عبارتست از فراهم نمودن منابع (مالی، انسانی و تجهیزاتی) توسط یک سازمان یا شرکت (حامی مالی) به طور مستقیم برای یک حمایت شده (مانند یک تیم ورزشی، شخصیت ورزشی، رویداد ورزشی و...) تا توسط فعالیت‌های حمایت شده، بازگشت سرمایه و منافع مورد نظر برای سازمان یا شرکت صورت گیرد. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از این بود که عوامل زیرساختی، یکی از راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل زیرساختی را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات سرباب و همکاران (۱۴۰۱)، روزبهانی و عبادی (۱۴۰۱)، کیانی و نظری (۲۰۲۲)، هسیانو و همکاران (۲۰۲۱) و همچنین نوسیر<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد. کیانی و نظری (۲۰۲۲) در نتایج پژوهش خود دریافته‌اند که یکی از عوامل مهم در توسعه درآمدزایی و تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی عوامل زیرساختی، امکانات و تسهیلات می‌باشد که با این تحقیق همخوان است.

1 Johnson

2 Chelms et al

3 Morgan

4 Willie

5 Nuseir

شاید بتوان از این یافته بیشتر برای توجیه استفاده مفید و سازنده از امکانات ورزشی موجود از طریق مدیریت پویا و فعال استفاده کرد. به نظر می‌رسد با برخورداری از دو فرایند مدیریت برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب ورزشی لازم بتوان از طرفی به توسعه مشارکت ورزشی و از سوی دیگر به تأمین مالی نهادها و باشگاه‌های ورزشی کمک کرد.

نوسازی پیاپی زیرساخت‌ها، پنجمین راهکار شناسایی شده توسعه منابع مالی در این مطالعه بود. درآمدزایی و تأمین مالی به منظور پوشش هزینه‌های زیاد آن با هدف توسعه ورزش یک تصمیم ناگزیر بوده و وجود اماکن، نوسازی و گسترش زیرساخت‌ها با فناوری جدید، رشد کمی و کیفی و افزایش درآمد را برای تیم‌های ورزشی در پی دارد و این در راستای نتایج یافته‌هایی است که در آن تأکید می‌گردد، سرمایه‌گذاری در ساخت و راه‌اندازی ورزشگاه‌ها راه‌های درآمدزایی فراوانی را پیش روی مدیران قرار می‌دهد. در تحقیقی دیگر بیان شده است کمک هزینه‌های دولت بخش بزرگی در توانمندسازی ورزشگاه‌هاست، این یافته تأیید می‌نماید یارانه‌ها رفاه ورزشگاه‌ها را بالا می‌برد و سبب گسترش درآمد می‌گردد و مطالعات مذکور در جهت راهکار بازسازی سازه‌های این پژوهش است و بر آن تأکید می‌شود ( الهی و همکاران، ۲۰۰۹).

در توجیه این یافته اینگونه می‌توان گفت که فراهم کردن زیرساخت‌های ورزشی سبب افزایش درآمد و تأمین مالی برای باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی خواهد شد. بسیاری از ورزش‌ها مثل فوتبال، والیبال، شنا و بسکتبال نیازمند امکانات مناسب ورزشی جهت تمرین می‌باشند. بنابراین، اگر امکانات ورزشی مناسب برای مشارکت افراد در ورزش فراهم نگردد، بسیاری افراد از شرکت در ورزش محروم می‌مانند و باشگاه و تیم‌های ورزشی به درآمدهای لازم نمی‌رسند. چندین پژوهش تأکید نموده‌اند که وجود زیرساخت‌های ورزشی، اثر مثبتی بر درآمدزایی دارد ( افشاری و همکاران، ۲۰۱۸).

در کشور استرالیا نیز اذعان شده است که زیرساخت‌های ورزشی مناسب همراه با رعایت معیارهای همجواری و مکان‌یابی و زیبایی - شناختی برای رسیدن به افزایش درآمد و تأمین مالی نیاز می‌باشد ذوالفقاری و همکاران ( ۲۰۲۲). در چین یک سیاست در سطح کشور در سال ۱۹۹۵ با هدف افزایش مشارکت ورزشی در میان اقشار مختلف اجرا گردید. در چارچوب برنامه ملی تناسب اندام، پشتیبانی مالی جهت ساخت زیرساخت‌های ورزشی، خصوصاً در مناطق شهری فراهم گردید. در نتیجه اجرای این سیاست، مشارکت ورزشی اقشار گوناگون جامعه به شکل زیادی، همچنان در حال رشد می‌باشد و باعث درآمدزایی و تأمین مالی گردیده است ( اندیشکده تحقیقاتی بریتانیا، ۲۰۱۵). بنابراین باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی میتواند با فراهم سازی زیرساخت‌های ورزشی مناسب و استانداردهای مربوط، به افزایش درآمدزایی ورزشی کمک نمایند.

نتایج حاصل از پژوهش حاکی از این بود که عوامل اقتصادی، یکی از راهکارهای توسعه درآمدزایی و تأمین مالی بسکتبال بانوان غرب کشور می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل را تأیید و عوامل اقتصادی را یکی از راهکارهای مهم در این زمینه دانست. این یافته با نتایج تحقیقات روزبهنانی و عبادی ( ۱۴۰۱)، غفوری یزدی و همکاران ( ۱۴۰۰)، باقری و همکاران ( ۱۴۰۰)، ذوالفقاری و همکاران ( ۲۰۲۲)، و نوسیر ( ۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد. یازویاک ( ۲۰۲۱) در نتایج پژوهش خود مهمترین عامل در توسعه درآمدزایی و تأمین مالی ورزش را عوامل اقتصادی بیان می‌کند و نبود این عامل را بزرگترین مانع برای تأمین مالی می‌داند که یافته‌های تحقیق حاضر این مهم را نیز تأیید می‌کند.

با مطالعه درباره تیم‌های ورزشی، لیگ‌ها و فدراسیون‌ها عنوان شده است، صنعت جهانی ورزش امروز بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیارد یورو ارزش دارد، این شامل عوامل اقتصادی در ورزش است که نقش مؤثری در توسعه درآمد و پیشرفت ورزش و تأمین مالی آن دارند (مانولی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). به نظر می‌رسد. برای ارائه راهکارهای راهبردی در جهت توسعه درآمدزایی، شناسایی موانع موجود پیش روی بسکتبال بانوان غرب کشور به منظور توسعه مالی، وجود عوامل اقتصادی ضروری و اجتناب‌ناپذیر است، بنابراین در تحلیل کیفی حاصل از داده‌ها، نقش برنامه راهبردی و اقتصادی این تحقیق با مطالعاتی که با عنوان تجارت و گردش مالی، صنعت ورزش جهان را سالانه تا ۶۲۰ میلیارد دلار برآورد کرده‌اند که با نتایج تحقیق مخلص و همکاران ( ۲۰۲۱) همخوانی دارد، البته تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی قادرند نیازهای مالی ورزش را از طریق برنامه راهبرد اقتصادی تحت پوشش قرار دهند (ویکی و فریک، ۲۰۲۰). در دنیای امروز فعالیت‌های ورزشی، صنعتی می‌باشد که پایه‌های این صنعت تیم‌های ورزشی هستند و محصول آن تفریح و سرگرمی است که درآمد دریافتی این صنعت شاخصی از

میزان تفریح تولیدشده همین صنعت می‌باشد. بر همین اساس تفاوت رشته‌های ورزشی و میزان محبوبیت آنها در ایجاد تفریح و جذابیت آنها می‌باشد که باید این ویژگی را به عنوان عاملی مؤثر بر درآمدزایی و توسعه اقتصادی قلمداد نمود و انتظار می‌رود تیم‌های ورزشی با افزایش رویکرد و طرق درآمدزایی برای رشته‌های گوناگون با رفع موانع شناخته شده زمینه آن را مهیا سازند. مانولی (۲۰۱۸) تأکید نمود که صنعت ورزش زمینه افزایش ارزش افزوده کالا و خدمات را فراهم ساخته و این خود فرصتی مناسب برای کسب درآمد و افزایش منابع مالی می‌باشد که راهبردهای اقتصادی را مورد توجه قرار می‌دهد.

در جمع‌بندی پژوهش باید گفت توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش و باشگاه‌ها و نهادهای ورزشی نیازمند ایجاد عوامل متعدد و همچنین ساختارهای مناسب است؛ چرا که پرداختن به یک عامل به تنهایی پاسخگو نخواهد بود، زیرا هرچقدر هم بستر و عوامل در این راه فراهم باشند، باز هم میزان به دلیل وجود مشکلات و موانع فراوان و هزینه‌های بالا در ورزش، به شناخت همه عوامل تسهیل‌کننده در این راه نیاز می‌باشد. از آنجا که در تحقیقات مکرر، اهمیت نسبی عوامل مؤثر در توسعه درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش تا حد زیادی مشخص شده است، دست‌اندرکاران و مدیران ورزش در سطوح فوقانی می‌توانند با اطمینان بیشتری بر نتایج این تحقیقات سرمایه‌گذاری نمایند. به طور کلی، بر اساس نتایج، به نظر می‌رسد برای توسعه و مشارکت و ادامه حیات ورزش بخصوص در نواحی کم درآمد از قبیل شهرستان‌های کشور، درآمدزایی و تأمین مالی در ورزش خصوصاً در ورزش بانوان با توجه به موقعیت خاص و موانع بیشتر، مقدم بر سایر عوامل محیط ورزش است و همچنین توسعه این درآمدزایی، نیازمند مداخله مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب و حمایت‌های کلان از سوی دولت و سطوح فوقانی ورزش کشور است. در ادامه و با توجه به درآمدزایی فعلی و وجود موانع و راهکارهای شناسایی شده در مطالعه حاضر پیشنهاد می‌شود توسعه باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی بسکتبال بانوان و حمایت از آنها مدنظر قرار گیرد، همچنین به تقویت واحد یا ایجاد سازمان اقتصادی و بازاریابی مستقل برای کشف راه‌های درآمدزایی و ارائه راهکاری مؤثر در این تیم‌ها و ایجاد فضای رقابتی از سوی مسئولان ورزش کشور اقدام شود. همچنین تحقیق و بررسی موردی براساس ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، انسانی و اقتصادی متناسب با خصوصیات هریک از استان‌های کشور در ورزش بانوان به منظور خودکفایی مالی بازشناسی شود. همچنین مطالعه برای فراهم کردن شرایط استقلال باشگاه‌ها و تیم‌ها مورد تأکید این تحقیق می‌باشد.

## تقدیر و تشکر

از تمامی اساتید و عزیزانی که ما را در فرایند انجام این پژوهش راهنمایی، حمایت و یاری نمودند بسیار سپاسگزاریم.

## References

- Afshari, M., Fattahpur Marandi, M., Mirsafian, H., Mohammad Hasan, F. (2018). Financial Support: An Approach to Get Fund of Sports Projects in Western Azerbaijan Province. *Sport Management Studies*, 10(47): 67-84. doi: 10.22089/sm.rj.2018.3465.1679(in presian).
- Akarah, E. (2012). Conceptual Model for Effective Sports Marketing in Nigeria, *An International Multidisciplinary Journal, Ethiopia*, 6 (1):146-154.
- Alipour, Z., Nazarian, A., Keshavarz, L. (2020). Providing a Revenue Model for Hosting Sport Events. *Journal of New Studies in Sport Management (JNSSM)*, 2(1):111- 125. (in presian).
- Bagheri, Zare, Alimohammadi. (2021). Identifying Strategies for Attracting Sponsors in the Iran, *Research in Sport Management & Motor Behavior*, 11(21): 143- 159, <http://dx.doi.org/10.52547/JRSM.11.21.143>(in presian).
- Chelmis, E., Niklis, D., Baourakis, G. (2019). "Multicriteria evaluation of football clubs: the Greek Superleague," *Operational Research*, Springer, vol. 19(2), pages 585-614, June. [https://ideas.repec.org/a/spr/operea/v19y2019i2d10.1007\\_s12351-017-0300-2.html](https://ideas.repec.org/a/spr/operea/v19y2019i2d10.1007_s12351-017-0300-2.html)
- Dunbar, N., Middleton, T. (2022). UEFA'S financial fair play regulations: a good example of best practice governance by a sporting body? *The International Sports Law Journal*, 22. 272-287. Doi.org/10.1007/s40318-021-00207-w
- Elahi, A., Sajjadi, N., Khabiri, M., Abrishami, H. (2009). Barriers to the Development of Revenues from Sponsorship in Iran Football Industry. *Sport Management Journal*, 1(1): 189-202 (in presian).
- Fallah, Z., Aghakhani, M. A. (2016). The effect of mass media on financing of the sport boards, Case study: Golestan Province. *Communication Management in Sport Media*, 3(4): 69- <https://dori.net/dor/20.1001.1.23455578.1395.3.4.6.6>(in presian).
- 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. doi: 10.30473/arsm.2021.7624

- Hamidi A, Fekrat, A Amirtash, A. (2022). Presenting a paradigm model of sports economy development strategies with sociological approach and ranking of these strategies, *Journal of Sociological Studies in Sport*, 2(3), 321-343. [magiran.com/p2538752](http://magiran.com/p2538752) (in presian).
- Local Government Information unit.(2015). “Sport and the Economy: generating a return on investment”, LGiU.Retrieved from [https:// www.lgiu.org.uk](https://www.lgiu.org.uk).
- Heydari, R., Asadollahi, E., Salari, R. (2021). Identifying Effective Solutions to Exit from the Financial Helplessness of Sports Delegations of Khorasan Razavi Province. *Sport Management Studies*, 12(64): 173-206. doi: 10.22089/smrj.2020.8931.3036 (in presian).
- Hsiao C-H, Tang K-Y and Su Y-S. (2021). An Empirical Exploration of Sports Sponsorship: Activation of Experiential Marketing, Sponsorship Satisfaction, Brand Equity, and Purchase Intention. *Front. Psychol*, 12:1-13,677137. doi: 10.3389/fpsyg.2021.677137
- Jahantab Nejad, A., Mehdipour, A., Khatibi, A. (2018). Analysis of Effective Factors on the Developing Basic Sports in the Elementary Schools of Ahvaz. *Sport Management Studies*, 10(50): 165-186. doi: 10.22089/smrj.2018.5321.2044 (in presian).
- Johnson, M. A. (2010). The impact of sponsorship announcements on shareholder wealth in Australia. *Asia Pacific journal of Marketing and Logistics*, 22(6): 156-78.
- Jóźwiak, P. (2021). Legal problems of financing sports clubs by local governments in Poland as a reason for interdisciplinary and legal-comparative research. *Journal of Physical Education and Sport* , 21, 1098-1105
- Khatibi, A., Heydari Nejjhad, S., Shetab Booshehri, S. N., Hashemi, E. (2020). The Obstacles and Solutions for the Development of Women's Sports Financial Resources in Iran. *Sport Management Studies* , 12(63): 89-112. doi: 10.22089/smrj.2020.8249.2827 (in presian).
- Kiani, M.S. Nazari, L. (2022). Investigating the factors of lack of support from sports sponsors for Iranian women's sports. *Journal of Humanities Insights* , 6(1):28-36. (in presian).
- Lukinović, M., Bunčić, S., & Bratić, M. (2022). Assignment of broadcasting rights as a source of financing sports activities. *Facta Universitatis. Series: Physical Education and Sport* , 257-269. Doi.org/10.22190/FUPES190410019S
- Manoli, A. E. (2018). “Sport marketing past, present and future; an introduction to the special issue on contemporary issues in sports marketing”. *Jurnal strategic Marketing* , 16(1): 1-5.
- Mayer, M., & Cocco, A. R. (2021). Pandemic and Sport: The Challenges and Implications of Publicly Financed Sporting Venues in an Era of No Fans. *Public Works Management & Policy* , 26(1), 26-33.
- Memari, Z.H, Rafei Boldaji, S., Pouyandekia, M. (2021). How is the Football Schools Franchise Using a Valuable Approach to Revenue-Generating Capacity in Iranian Football Clubs?. *Sports Business Journal*, 1(1), 31-44. <https://doi.org/10.22051/sbj.2021.36864.1008> (in presian).
- mokhlesi hoz sorkhi, M., Alizadeh, R., nabavi chashmi, S. A., behnia, B. (2021). Developing a Sport Clubs Financing Model with a Analysis Hierarchical Process (AHP). *Journal of Investment Knowledge*, 10(40): 259-281(in presian).
- Morgan, A. (2019). An examination of women’s sport sponsorship: A case study of female Australian Rules football. *Journal of Marketing Management* , 35(17-18), 1644-66.
- Nuseir, M.T. (2020). The effects of sponsorship on the promotion of sports events. *International Journal of Business Innovation and Research* ,22(2):191-207. <http://dx.doi.org/10.1504/IJBIR.2020.107838>
- Rouzbahani M, Ebadi E. (2022)Analysis of factors affecting the development of income generation of sports organizations in Qazvin province. *New Approaches in Sports Management* ; 10 (37) :131-147
- Sarlab, R., Gholami Heidariani, L., Sarlab, M. (2022). Economic Factors affecting on the Sports trade openness in Mena member countries. *Sport Management Journal* ; 14(2): 163-151. doi: 10.22059/jsm.2021.303679.2496(in presian).
- Shavandina, O., & Kovalenko, E. (2021). Improving the analysis of financing sources of sports organizations of various organizational and legal forms in Russia. *Journal of Physical Education and Sport* , 21, 2001-2009. DOI: 10.14258/epb202249
- Škorić, S., Hodak, Z. (2011). The system of sports financing and management in the Republic of Croatia, *Preliminary communication*, Zb. rad. Ekon. fak. Rij , 29(2): 443-464.
- taslimi, Z., hemati nejad, M. A., Gholizade, M. H., pasvar, M. H. (2019). Financing grassroots sport federation's framework with a focus on self-sufficiency. *Sport Management and Development*, 20 8(4): 41-50. doi: 10.22124/jsmd.2019.3800 (in presian).
- Vahedizadeh, M., Aghae, N., Elahi, A. (2021). Strategies for Developing Financial Resources and Income of Sports Federations in Iran: Findings of a Qualitative Study. *Sport Physiology & Management Investigations*, 12(4): 153-168 (in presian).
- Wicker, P., & Frick, B. (2020). Sustainable financing of elite athlete development: *An empirical analysis of winter sports in Austria. Sustainability* , 12(22), 9664. Doi.org/10.3390/su12229664
- Willie, P. A. (2017). Revenue management for Canadian professional sports organizations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* , 9(4), 451-463.
- Zolfaghari, M. nobakht Ramazani, Z. Naderinasab, M. (2022). Designing a sports marketing model to advance the economic goals of Iranian Premier League clubs. *Sport Management Journal* , 15(1):14-29. (in presian).