






## Woman in Development and Politics

### Developing a Sport Business Development Model for Women in Tehran Province

Mohammad Hossain Ghorbani<sup>1</sup> , Abdolazim Jokar<sup>2</sup> , Hamid Reza Safari Jafarloo<sup>3</sup> 

1. Department of Management and Policy Making in Sports, Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran. E-mail: ghorbanimh@ut.ac.ir
2. Master of Science in Sports Management, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran .E-mail: abdolazim.jokar@yahoo.com
3. Department of Sports Sciences, Faculty of Humanities, Jahrom University, Tehran, Iran. E-mail: hamidsafari83@yahoo.com

#### Article Info

##### Article type:

Research Article

##### Article history:

Received

Received in revised form

Accepted

Published online

##### Keywords:

*Development, Grounded Theory, Sports business, Sports business, Women,*

#### ABSTRACT

The purpose of this research was to develop a model for the development of a sport enterprise that would be beneficial to women in the Tehran province. The Grounded Theory (GT) method was employed to conduct this qualitative study. The research population consisted of all elites and specialists in the field of employment, entrepreneurship and sports businesses, among whom 18 individuals were selected using theoretical and snowball sampling methods. Semi-structured interviews were implemented as part of the data capture tool until theoretical saturation was achieved. In the final model of the research, which was formed based on coding and data analysis, the causal factors (need for self-actualization, clear vision, development of women's productivity, income generation, appropriateness of sports businesses and achieving standards) shows the need to pay attention to the central phenomenon (self-employment and improvement of the business environment and strategies of self-employment and improvement of the business environment policy and planning, entrepreneurship education, legal support, encouragement of entrepreneurship, promotion of entrepreneurship and development of entrepreneurship ecosystem) in terms of intervening factors (legal-lawful obstacles, inappropriate business, insufficient financial support, insufficient support for entrepreneurship) and existing contexts (cultural limitations, social limitations, individual limitations, insufficient sports participation, talented manpower and capital advantage), which it will lead to consequences (development inevitably, economic development, women's sports participation, improvement of women's sports performance and women's health). The findings of this study can serve as a model for the implementation of measures and programs to advance the careers of women in sports by policymakers, planners, experts, and sports managers.

**Cite this article:** Ghorbani, M. H. Jokar A. Safari Jafarloo, H. R. Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Designing a sport business development model for women in Tehran province. *Women in Development and Politics*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/00000000000000000000>



© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/0000000000000000000000>




**Publisher:** University of Tehran Press.



انتشارات دانشگاه تهران

## زن در توسعه و سیاست

## تدوین الگوی توسعه کسب و کارهای ورزشی زنان در استان تهران

محمدحسین قربانی<sup>۱</sup> ، عبدالعظیم جوکار<sup>۲</sup> ، حمیدرضا صفری جعفرلو<sup>۳</sup> ۱. گروه مدیریت و سیاست‌گذاری در ورزش، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران. رایانامه: [ghorbanimh@ut.ac.ir](mailto:ghorbanimh@ut.ac.ir)۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. رایانامه: [abdolazim.jokar@yahoo.com](mailto:abdolazim.jokar@yahoo.com)۳. گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه جهرم، تهران، ایران. رایانامه: [hamidsafari83@yahoo.com](mailto:hamidsafari83@yahoo.com)

## اطلاعات مقاله

## چکیده

## نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

## تاریخ دریافت:

## تاریخ بازنگری:

## تاریخ پذیرش:

## تاریخ انتشار:

## کلیدواژه‌ها: توسعه، زنان،

کسب و کار ورزشی، مشاغل

ورزشی، نظریه داده‌بنیاد.

هدف تحقیق حاضر، تدوین الگوی توسعه کسب و کارهای ورزشی زنان در استان تهران است. این پژوهش از نوع مطالعات کیفی است که با تکنیک نظریه برخاسته از داده‌ها انجام گرفت. جامعه پژوهش شامل کلیه نخبگان و متخصصان حوزه اشتغال، کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی است که ۱۸ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری نظری و گلوله‌برفی انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود که تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در الگوی نهایی تحقیق که براساس کدگذاری و تحلیل داده‌ها شکل گرفت، عوامل علی (نیاز به خودشکوفایی، چشم‌انداز روشن، توسعه بهره‌وری زنان، درآمدزایی، تناسب کسب و کارهای ورزشی و نیل به استانداردها) لزوم توجه به پدیده محوری (خوداشتغالی و بهبود فضای کسب و کار) را نشان داد. یافته‌های پژوهش عبارت‌اند از: خوداشتغالی و بهبود فضای کسب و کار (سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، آموزش کارآفرینی، حمایت قانونی، تشویق کارآفرینی، ترویج کارآفرینی و توسعه اکوسیستم کارآفرینی) با لحاظ کردن عوامل مداخله‌گر (موانع حقوقی-قانونی، کسب و کار نامناسب، حمایت مالی ناکافی، حمایت ناکافی از کارآفرینی) و زمینه‌های موجود (محدودیت‌های فرهنگی، محدودیت‌های اجتماعی، محدودیت‌های فردی، مشارکت ورزشی ناکافی، نیروی انسانی مستعد و مزیت پایتخت) پیامدها (توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی، مشارکت ورزشی زنان، ارتقا عملکرد ورزش زنان و تندرستی زنان). نتایج این تحقیق می‌تواند به‌عنوان الگویی برای اقدامات و برنامه‌های توسعه مشاغل ورزشی زنان مورد استفاده سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران ورزشی قرار گیرد.

استناد: قربانی، محمدحسین، جوکار، عبدالعظیم، و صفری جعفرلو، حمیدرضا (۱۴۰۳). تدوین الگوی توسعه کسب و کارهای ورزشی زنان در استان تهران. زن در

توسعه و سیاست، ۲ (۴)، ۱-۲۰.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

## ۱. مقدمه

ورزش یکی از ارکان مهم توسعه و بهبود شرایط در هر کشور است. افراد به ورزش، میل و رغبت بالایی دارند و این کشش به‌سوی ورزش موجب صرف پول و زمان برای خدمات و کالاهای ورزشی می‌شود. این موضوع بیانگر آن است که ارزش‌های والایی وجود دارد که با ورزش مرتبط است و این، خود محرکی بزرگ برای کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار در این صنعت به‌شمار می‌آید (Ratten, 2018: 4). در سال‌های اخیر، ورزش از سرگرم‌کنندگی به یک تجارت تبدیل شده است. به عبارت دیگر، ورزش به‌گونه‌ای تکامل یافته که به‌عنوان یک گزینه و کسب‌وکار شغلی حرفه‌ای مورد توجه قرار گرفته است و کسب‌وکارهای ورزشی با تنوع بسیاری در حال توسعه‌اند. در این راستا، بارنز و اودانل<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) بیان می‌کنند ورزش به‌عنوان یک کسب‌وکار، بهره‌مند از سطح بالایی از رقابت است و موفقیت در این کسب‌وکارها وابسته به تلاش‌های مداوم برای تقویت موقعیت عملکردی است. از سوی دیگر امروزه نقش مدیران و مربیان در ورزش تغییر کرده است و آن‌ها تأکید بیشتری بر کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار دارند. در نتیجه شرایط به‌گونه‌ای تغییر کرده است که بازیگران مختلف حاضر در ورزش، نقش‌های درگیرانه و مشارکتی‌تر را برعهده گرفته‌اند و به نوآوری و خلق ارزش‌های جدید، بهای زیادی داده می‌شود (Ratten, 2018: 24). امروزه حوزه ورزش با توجه به اینکه بخش قابل‌توجهی از تولید ناخالص داخلی را در کشورهای توسعه‌یافته دربرمی‌گیرد، به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین بخش‌های صنعت و اقتصاد در نظر گرفته می‌شود که پتانسیل زیادی در درآمدزایی دارد. به همین دلیل توجه زیادی را از سوی دولت‌ها و سیاست‌گذاران در جهت کارآفرینی، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری به خود اختصاص می‌دهد (Holt, 2007: 51). شاهد این ادعا گزارش اتحادیه اروپا است. براساس آماری که در این گزارش منتشر شده، ۱/۳ میلیون نفر شاغل در بخش ورزش و تربیت‌بدنی در بین ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا حضور دارند. آمارهای دیگر مرتبط با این بحث نشان می‌دهد از کل جمعیت اروپا، حداقل جمعیتی بین ۳۰ تا ۴۰ درصد به تفریحات، اوقات فراغت و گردشگری مشغول هستند. همچنین مطابق این آمارها، با توجه به ۸۰۰ هزار باشگاه ورزشی در اروپا، به‌طور میانگین حدود ۱۰ درصد از کل هزینه‌های زندگی مردم اروپا صرف ورزش‌های باشگاهی می‌شود (Eurostat, 2022). همه این آمارها در نوع خود بیانگر اهمیت ورزش و کسب‌وکارهای است.

زنان به‌عنوان نیمی از جامعه، هم می‌توانند بر توسعه کیفیت زندگی مؤثر باشند و هم تحت تأثیر آن قرار گیرند. از آنجا که زنان محور اصلی خانواده‌ها هستند، علاوه بر فعالیت‌های شخصی و خانوادگی، در بهبود جامعه و توسعه پایدار نیز مشارکت دارند (Singh et al., 2022: 49). میزان اهمیت به زنان و اعتبار آن‌ها در یک کشور و مشارکت آن‌ها در فعالیت اجتماعی از عوامل مهم در ارزیابی توسعه‌یافتگی است. در جوامع پیشرفته و توسعه‌یافته، حضور زنان در عرصه‌های مختلف کاری مفید و زبازند است و این حضور در روند توسعه و افزایش تعداد و کیفیت نیروی کار تأثیرگذار خواهد بود. مطالعات بسیاری بر نقش زنان در توسعه تأکید کرده‌اند و معتقدند بدون مشارکت زنان، راه توسعه هموار نخواهد بود. تجربه چند دهه اخیر کشورهای درحال توسعه نشان می‌دهد توسعه سرمایه انسانی به‌ویژه آموزش زنان، شرایط مورد نیاز را برای رسیدن به رشد اقتصادی و بسیاری از مزایای اجتماعی فراهم می‌کند (Soysal, 2010: 71). دهه‌هاست توجه به وضعیت زنان در حال تغییر است و با توانمندشدن زنان در حوزه علم و اشتغال، نقش زنان در برنامه‌های توسعه را نمی‌توان نادیده گرفت. با وجود این، هنوز هم نگاه به زنان در بسیاری کشورها و حوزه‌ها تبعیض‌آمیز است و بهای چندانی به حضور آن‌ها داده نمی‌شود. با توجه به آمارهای اشتغال می‌توان گفت زنان بیش از مردان در معرض تبعیض اجتماعی، تنش‌های روانی و مشکلات اقتصادی قرار دارند. با این شرایط، قاعدتاً زنانی که به هر دلیلی بار زندگی را به دوش می‌کشند، آسیب بیشتری می‌بینند (Saifee, 2019: 194). در راستای حل این چالش در کشورهای درحال توسعه، از دهه ۱۹۹۰ موضوع کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای زنان مورد توجه قرار گرفته است (Sultana, 2012: 18) و امروزه در زیست‌بوم کارآفرینی، زنان به‌عنوان یک موتور پیشران جدید برای توسعه اجتماعی-اقتصادی مورد توجه قرار گرفته‌اند (Nasir et al, 2019: 35). اگرچه کسب‌وکار ورزش زنان در حال حاضر بیش از هر زمان دیگری در حال رونق است، هنوز زمینه‌های حرفه‌ای، فرهنگی و آموزشی متمرکز بر ورزش زنان وجود ندارد. اغلب برنامه‌های آمادگی آکادمیک از تمرکز بر توسعه

<sup>1</sup>. Burnes & O'Donnell

درک ورزش زنان غفلت می‌کنند، علی‌رغم این احتمال که فارغ‌التحصیلان هردو جنس فرصت‌های شغلی پیدا کنند که مستلزم آگاهی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد ورزش زنان است (Geurin & Lough, 2019: 1).

در ایران در سال ۱۳۹۸، نرخ مشارکت اقتصادی در بین مردان به‌واسطه تمایل بیشتر این گروه از جمعیت کشور به حضور در بازار کار، بیشتر از زنان است. بررسی جداول آماری شاخص‌های بازار کار حاکی از آن است که نرخ مشارکت در میان مردان ۶۴/۸ درصد و در میان زنان ۱۶/۱ درصد است. با وجود این، از مجموع ۲۷ میلیون و ۷۴ هزار نفر فعال کشور (مجموع شاغلان و بیکاران) ۲۱ میلیون و ۷۱۸ هزار نفر را مردان و پنج میلیون و ۳۵۶ هزار نفر را زنان تشکیل می‌دهند که در سال گذشته به جمعیت فعال مردان ۳۶۶ هزار و ۶۰۰ نفر و به جمعیت فعال زنان نیز ۱۹۲ هزار و ۸۹۰ نفر اضافه شده است. به عبارت دیگر به ازای هر چهار مرد شاغل، یک زن شاغل در ایران وجود دارد (Rafiei, 2018).

در مورد ایران، با توجه به آمار دانشجویان رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، باید گفت سالانه ۱۲،۰۰۰ نفر از دانشگاه دانش‌آموخته می‌شوند و از این تعداد، ۶۰۰۰ نفر را بانوان تشکیل می‌دهند (ذکر این نکته حائز اهمیت است که بخش قابل‌توجهی از این دانشجویان از دانشگاه‌های شهر تهران فارغ‌التحصیل می‌شوند و در این شهر جویای کار هستند). در نتیجه باید برای این خیل عظیم از جمعیت و علاقه‌مندان بسیار دیگر، برنامه مدونی برای توسعه و اشتغال‌زایی تدوین کرد و یکی از راهکارهای آن توسعه کسب‌وکارهای ورزشی است. در این راستا پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان استان تهران طراحی شده است.

## ۲. پیشینه پژوهش

در مورد اشتغال و کسب‌وکار در ورزش، تحقیقات معدودی انجام گرفته است. براساس مطالعات برومند و همکاران (۱۳۹۰: ۵۴) می‌توان بیان کرد در ایران با اینکه از شاغلان بخش‌های تربیت‌بدنی و ورزش، هیچ‌گونه آمار مشخص و رسمی در دسترس نیست، شواهد نشان می‌دهد فرصت‌های بسیاری در ارتباط با اشتغال‌زایی در این بخش وجود دارد که می‌توان از آن‌ها برای توسعه اشتغال استفاده کرد. با وجود این و با توجه به نرخ بیکاری در کشور، قابل‌پیش‌بینی است که در این حوزه چالش‌های عمده‌ای وجود دارد. در این راستا نتایج تحقیق قربانی و همکاران (۱۴۰۱: ۳۵۵) نشان داد وضعیت اشتغال در ورزش استان خراسان جنوبی مطلوب نیست. غلامیان و همکاران (۱۴۰۲: ۱۹۳) عوامل کلیدی موفقیت در فرایند کسب‌وکارهای ورزشی را شامل ده عامل زیرساختی و حمایتی، طرح کسب‌وکار، دسترسی به سرمایه، قانون‌مندی، برندسازی، شبکه‌سازی، آمادگی کارآفرینی، فناوری، تقاضامندی و تبلیغات و بازاریابی معرفی کرده‌اند. در همین راستا، آقامحمدی و همکاران (۱۴۰۱: ۸۹) بیان کردند عواملی مانند خطمشی کارآفرینانه، فرصت‌های نوآورانه و توانایی در ارائه ایده‌های نوآورانه در کنار وجود زیرساخت‌ها و فرهنگ نوآوری، زمینه را برای حرکت کسب‌وکارهای ورزشی به سمت نوآوری استراتژیک فراهم می‌کنند.

با توجه به آمار شاغلان صنعت ورزش در کشورهایی مانند اتریش ۳/۲، بلژیک ۱/۳، بلغارستان ۱/۶، فرانسه ۱/۳ یا میانگین اروپا که حدود ۱/۴۹ درصد (Eurostat, 2018: 2) است می‌توان به ظرفیت‌های بزرگ برای پیشرفت کسب‌وکارهای ورزشی در ایران پی برد. از طرفی موضوعات زنان، به‌عنوان نیمی از جامعه، در تحقیقات مربوط به ورزش و اشتغال، سهمی اندک نسبت به مردان دارد. گریگ و گریگ<sup>۱</sup> (۲۰۱۷: ۱) به بررسی نقش زنان در ورزش در ادوار مختلف تاریخی پرداختند. در این تحقیق اشاره شد که از نظر تاریخی، ورزش یک قلمرو تحت سلطه مردان بوده است. زنان ابتدا از شرکت در فعالیت‌های ورزشی خودداری می‌کردند؛ زیرا تصور می‌شد خیلی شکننده هستند. اما در قرن بیستم، زنان دسترسی بیشتری به فرصت‌های مشارکت ورزشی به‌دست آوردند. این دسترسی تا حد زیادی به اصلاحات آموزشی صورت‌گرفته در سال ۱۹۷۲ برمی‌گردد و امروزه اشتغال زنان در ورزش رشد خیره‌کننده‌ای داشته است؛ به‌طوری‌که مطالعات اشتغال زنان در ورزش اروپا نشان داده است زنان ۴۵ درصد از اشتغال در ورزش اتحادیه اروپا را به خود اختصاص داده‌اند. این در حالی است که در مجموع نیز سهم زنان در اشتغال در میانگین تمامی مشاغل اتحادیه اروپا ۴۶ درصد است که نشان از نزدیک‌بودن این دو عدد و سهم مشابه زنان در ورزش دارد. البته

<sup>۱</sup>. Gregg & Gregg

سهم زنان در برخی از کشورها بیشتر است، از جمله آلمان (۵۳ درصد)، چک (۵۲ درصد) و فنلاند و سوئد (۵۱ درصد) (Eurostat, 2018: 4). فورسیت و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹: ۸۰) در پژوهشی به بررسی فرصت‌ها و موانعی که زنان برای تحصیل و اشتغال در ورزش با آن روبه‌رو هستند پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد همه گروه‌های مورد بررسی، تبعیض جنسیتی در اشتغال مرتبط با ورزش را تصدیق کردند و اعتمادبه‌نفس و باور به توانایی‌های شخصی عواملی برای موفقیت مهم قلمداد شد. کاستا و میراجایی<sup>۲</sup> (۲۰۲۲: ۹۸۸)، تحقیقی را برای بررسی کارآفرینی زنان در صنعت ورزش انجام دادند و نقش آموزش عالی را در توسعه مهارت‌ها و انگیزش کارآفرینی زنان، مؤثر دانستند. در همین راستا شارین و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰: ۲۷) پژوهشی برای یافتن موانع زنان در راستای کارآفرینی در بخش ورزش انجام دادند. این محققان موانع آموزشی، محیطی، بوروکراسی و مالی را شناسایی کردند. گواج<sup>۴</sup> (۲۰۱۹: ۲) در مطالعه‌ای با استفاده از نظرات مربیان زن در فوتبال به این نتیجه رسید که مربیان زن فوتبال چندین دلیل را برای کمبود تعداد زنان در رهبری و مدیریت ورزش در نظر دارند. به این صورت که از نظر آن‌ها، ورزش هنوز یک دنیای مردمحور است. مربیگری یک شغل زمان‌بر است و زنان نیازهای خانوادگی را در اولویت قرار می‌دهند و اگر زنی بخواهد در این شغل موفق باشد، باید تمام اعضای خانواده او را پشتیبانی کنند.

مرور مطالعات انجام‌شده در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی، بیانگر این واقعیت است که در این زمینه مطالعات قابل‌توجهی انجام نشده و اندک تحقیقات موجود به بررسی وضعیت اشتغال در ورزش، عوامل مؤثر بر آن و پیش‌بینی وضعیت این بازار در آینده پرداخته‌اند. در تحقیقاتی نیز که در ایران انجام شده، بیشتر به مسائلی از قبیل کارآفرینی و مشاغل ورزشی و همچنین بررسی وضعیت دانش‌آموختگان و عوامل موفقیت کسب‌وکارهای ورزشی پرداخته شده است. نکته قابل‌توجه در مطالعات انجام‌شده، عدم بررسی جامعه زنان و کسب‌وکارهای این بخش و خصوصیات، محدودیت‌ها، شرایط و پتانسیل‌های این بخش است.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش با توجه به ماهیت موضوع و اهداف تحقیق و به‌لحاظ ویژگی در نحوه جمع‌آوری اطلاعات در ارتباط با موضوع مورد نظر به صورت کیفی و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد<sup>۵</sup> است. نظریه داده‌بنیاد، یک روش استقرایی است که براساس یک مدل مفهومی-شاخص<sup>۶</sup> برای ارائه یک نظریه برای تحقق رفتار اجتماعی چندگانه بنا شده است (Glaser, 2008). لازم به ذکر است، این تحقیق از لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است.

در این پژوهش، به‌منظور رسیدن به هدف اصلی تحقیق، با ۱۸ نفر از نخبگان و متخصصان حوزه اشتغال، کارآفرینی و کسب‌وکارهای ورزشی که شامل مدیران باشگاه‌های ورزشی و تندرستی، مدیران وزارت ورزش و جوانان، اعضای هیئت‌علمی و صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی بود، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به عمل آمد. هر مصاحبه ۶۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید. پس از هر مصاحبه، مطالب مکتوب شدند و بلافاصله پس از مصاحبه، تحلیل و کدگذاری اولیه به شیوه مقایسه مداوم انجام گرفت. نمونه‌گیری هدفمند بود و به شکل گلوله‌برفی ادامه پیدا کرد که در نهایت با معیار اشباع نظری فرایند مصاحبه و جمع‌آوری داده‌ها اتمام یافت.

جدول ۱ حوزه فعالیت و ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌گونه که در این جدول قابل‌مشاهده است، چهار نفر مدیران باشگاه‌های ورزشی و تندرستی، دو نفر از مدیران وزارت ورزش و جوانان، هشت نفر از اعضای هیئت‌علمی و چهار نفر از صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی به‌عنوان مشارکت‌کننده در پژوهش حضور یافتند و با آن‌ها مصاحبه انجام گرفت.

1. Forsyth et.al.

2. Costa & Miragaia

3. Yeliz Eratlı ŞİRİN

4. Eguaoge

5. Grounded Theory

6. Concept-Indicator

شایان ذکر است از ۱۸ نفر مشارکت‌کننده، ۱۰ نفر مرد و ۸ نفر زن بوده‌اند که حداقل مدرک تحصیلی آنان کارشناسی ارشد و میانگین سنی آن‌ها ۴۷ سال بوده است.

جدول ۱. مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	حوزه فعالیت	تعداد
۱	مدیران باشگاه‌های ورزشی و تندرستی	۴
۲	مدیران وزارت ورزش و جوانان	۲
۳	اعضای هیئت‌علمی	۸
۴	صاحبان استارت‌آپ‌های ورزشی	۴
	جمع	۱۸

در راستای طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان استان تهران، از مطالعه کیفی منطبق با الگوی اشتراوس و کوربین استفاده شد. در این راستا، به بررسی عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان پرداخته شد. داده‌های کیفی این تحقیق به روش کدگذاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این روش شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی (انتخاب یک دسته مرکزی به‌عنوان پدیده محوری و تعیین رابطه دسته‌بندی‌های دیگر با آن) بود که نهایتاً به ارائه یک الگوی پارادایمی از نظریه در حال تکوین منجر شد.

برای تأیید روایی و پایایی سعی شد با استفاده از فرایندهای ساختاریافته مانند مصاحبه‌گرهای ثابت، سؤالات یکسان و کدگذاری سیستماتیک برای ثبت، نوشتن و تفسیر داده‌ها و همچنین وجود حداقل دو نفر برای انجام مصاحبه به‌صورت جداگانه و مطابقت کدگذاری‌ها نسبت به اعتبار داده‌ها یقین حاصل شود.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

پس از نگارش متن کلیه مصاحبه‌ها، تعداد ۹۷۳ کد اولیه ایجاد شد. از آنجا که تعداد قابل‌توجهی از این کدها مشابه بوده و در مصاحبه‌های مختلف تکرار شده بودند در مرحله کدگذاری تعداد ۱۳۲ کد مستقل اولیه ایجاد شد. نکته‌ای که در این کدها بیش از همه مورد تکرار و توجه قرار گرفته است، خوداشتغالی، لزوم بهبود فضای کسب‌وکار در جهت راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان بود و در مصاحبه‌ها از ابعاد مختلف مدنظر مصاحبه‌شوندگان بود و توجه به این عوامل را به‌عنوان پاشنه آشیل رونق و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان دانسته‌اند. در نتیجه اغلب پیشنهادها و نظرات مشارکت‌کنندگان در پژوهش، حول محور این دو موضوع شکل گرفته است. در نتیجه پدیده محوری مدل این پژوهش، «خوداشتغالی و فضای کسب‌وکار» در نظر گرفته شد. از تعداد ۱۳۲ کد مستخرج، ۳۲ کد مربوط به عوامل علی، ۲۸ کد زمینه‌ای، ۲۳ کد مداخله‌گر، ۲۷ کد راهبردها و ۲۳ کد پیامدهای خوداشتغالی زنان و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی بوده است. در ادامه، هر یک از این عوامل، کدها و مفاهیم شرح داده شده است.

#### ۴-۱. شناسایی عوامل علی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

شرایط علی، شامل عواملی هستند که سبب ایجاد و توسعه پدیده محوری می‌شوند. در این راستا، از بین کدهای مستخرج، ۳۲ کد به‌عنوان شرایطی در نظر گرفته شد که ضرورت خوداشتغالی زنان و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی را نشان می‌دهد و سوق‌دهنده نیروها و تلاش‌ها و گاهی اجبارکننده حرکت در این مسیر است. این کدها در جدول ۲ نمایش داده شده است. همان‌گونه که در این جدول قابل مشاهده است، کدها در سه مفهوم قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: نیاز به خودشکوفایی، چشم‌انداز روشن، توسعه بهره‌وری زنان، درآمدزایی، تناسب کسب‌وکارهای ورزشی و نیل به استانداردها.

جدول ۲. کدها و مفاهیم مربوط به عوامل علی توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

مقوله کلی	مفهوم	کد	فراوانی
عوامل علی	نیاز به خودشکوفایی	۱. افزایش میل به استقلال در بین زنان	۱۱
		۲. اشتیاق زنان برای ایجاد کسب و کار شخصی ورزشی	۶
		۳. ایجاد شهرت و کسب اعتبار بیشتر در جامعه	۸
		۴. خودشکوفایی و بروز استعدادها شخصی	۶
		۵. حس مفید بودن برای جامعه در میان زنان	۷
		۶. تمایل زنان به رشد، توسعه و تندرستی اجتماعی هموعان	۷
		۷. به دست آوردن موقعیت اجتماعی بالاتر	۸
	چشم انداز روشن	۸. فرصت های توسعه تجارت الکترونیک در ورزش	۱۰
		۹. چشم انداز اشتغال زایی فراوان در ورزش	۱۲
		۱۰. فرصت ها و جاذبه های مختلف ایجاد کسب و کار در ورزش	۱۱
		۱۱. رشد چشمگیر صنعت ورزش به نسبت سایر صنایع	۱۳
		۱۲. تنوع کسب و کارها و محیط های ورزشی	۹
	توسعه بهره‌وری زنان	۱۳. پیشرفت قابل توجه فناوری در ورزش	۱۱
		۱۴. نقش زنان در توسعه پایدار کشور به عنوان نیمی از جامعه	۱۳
		۱۵. سرعت گرفتن مهاجرت زنان قهرمان، متخصص و تحصیل کرده	۶
		۱۶. افزایش تعداد زنان تحصیل کرده خصوصاً در شهر تهران	۹
		۱۷. نرخ بالای بیکاری زنان تحصیل کرده در شهر تهران	۱۰
		۱۸. رشد روزافزون نقش آفرینی زنان در سایر کسب و کارها در ایران و جهان	۵
		۱۹. لزوم ایجاد اشتغال برای خود و خانواده	۹
	درآمدزایی	۲۰. کسب و کارهای ورزش فرصتی برای ایجاد ثروت و سودآوری	۶
		۲۱. ناکافی بودن درآمد و افزایش هزینه های زندگی در تهران	۸
		۲۲. لزوم تأمین زندگی آتی	۸
		۲۳. رشد علاقه مندی زنان به مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی	۹
	تناسب کسب و کارهای ورزشی	۲۴. مناسب بودن اغلب کسب و کارهای ورزشی برای زنان	۷
		۲۵. وجود فرصت های شغلی خاص زنان در ورزش	۷
		۲۶. تعداد و سهم کم کسب و کارهای ورزشی زنان در شهر تهران	۶
		۲۷. نیاز به ایجاد برخی کسب و کارهای ورزشی توسط زنان	۶
		۲۸. سهم کم بخش غیردولتی و خصوصی در ایجاد کسب و کارهای ورزشی	۸
	نیل به استانداردها	۲۹. ضعف در عملکرد ورزش زنان به دلیل فقدان برخی کسب و کارها	۵
		۳۰. قوانین بالادستی و لزوم اشتغال زایی برای زنان	۹
		۳۱. لزوم نیل به استانداردهای جهانی و اصول برابری جنسیتی	۷
		۳۲. افزایش مشکلات روانی و روحیه نامیدی در زنان	۹

#### ۴-۲. شناسایی عوامل زمینه‌ای توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

شرایط زمینه‌ای، شامل مجموعه‌ای از متغیرها و مقوله‌های خاصی هستند که با شرایط عام (عوامل مداخله‌گر) بر راهبردهای پدیده محوری تأثیر می‌گذارند. همان‌گونه که در جدول ۳ قابل مشاهده است، ۲۸ کد برای عوامل زمینه‌ای شناسایی شده که این کدها در شش مفهوم محدودیت‌های فرهنگی، محدودیت‌های اجتماعی، محدودیت‌های فردی مشارکت ورزشی ناکافی، نیروی انسانی مستعد، مزیت پایتخت قرار داده شده است.

جدول ۳. کدها و مفاهیم مربوط به عوامل زمینه‌ای توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

مقوله کلی	مفهوم	کد	فراوانی
عوامل زمینه‌ای	محدودیت‌های فرهنگی	۱. نگرش منفی مردم و دست‌اندرکاران به اشتغال زنان	۵
		۲. فرهنگ مردسالاری و نپذیرفتن زنان به عنوان شریک تجاری و کارآفرین	۹
		۳. باورهای مذهبی و کلیشه‌ای در مورد زنان	۸

۷	۴. وابسته بودن فعالیت زنان به رضایت شوهر یا خانواده	محدودیت‌های اجتماعی
۸	۵. تشویق نشدن زنان توسط خانواده‌ها و کمبود حمایت‌های معنوی	
۷	۶. آزادی کمتر زنان در انتخاب نوع و محل کسب‌وکار	
۹	۷. نابرابری‌های جنسیتی	
۹	۸. امنیت اجتماعی کمتر زنان	محدودیت‌های فردی
۶	۹. اعتماد ضعیف به زنان کارآفرین و پرهیز از همکاری با آنان	
۱۰	۱. ناهمخوانی انتظارات نقش‌های امور کسب‌وکار با مسئولیت‌های چندگانه خانواده	
۶	۲. اعتماد به نفس کمتر زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار	
۸	۳. مخاطره‌پذیری کمتر زنان	مشارکت ورزشی ناکافی
۹	۱۰. استقلال مالی نسبتاً کم زنان	
۷	۱۱. کم بودن دانش فنی در زنان و کمبود مهارت‌های حرفه‌ای	
۱۱	۱۲. نبود الگوها و کارآفرینان زن موفق در ورزش	
۹	۱۳. سهم اندک و ناکافی ورزش در سبد هزینه‌های خانوار	نیروی انسانی مستعد
۱۰	۱۴. سبک زندگی غیرفعال در کشور	
۹	۱۵. درصد مشارکت نسبتاً کم افراد در ورزش و فعالیت بدنی	
۱۰	۱۶. مشارکت کم زنان در ورزش	
۸	۱۷. افزایش زنان تحصیل کرده و متخصص	مزیت پایتخت
۱۰	۱۸. جمعیت بالای زنان جوان و مستعد شهر و استان تهران	
۷	۱۹. علاقه‌مندی و ورود قهرمانان ورزشی زن به سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی	
۶	۲۰. علاقه‌مندی دانش‌آموختگان علوم ورزشی به داشتن مشاغل جدید و تخصصی	
۸	۲۱. تمایل رسانه‌ها به ترویج فرهنگ کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار زنان	مزیت پایتخت
۹	۲۲. جذاب بودن ورزش برای سرمایه‌گذاری	
۹	۲۳. منزلت اجتماعی مطلوب و مقبولیت کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار در جامعه	
۸	۲۴. هزینه‌های نسبتاً کمتر راه‌اندازی برخی از کسب‌وکارهای ورزشی به نسبت سایر کسب‌وکارها	
۱۱	۲۵. امکان ساخت داخل کالاها و محصولات ورزشی وارداتی	مزیت پایتخت
۱۰	۲۶. جمعیت بالای شهر و استان تهران	
۱۱	۲۷. وجود مراکز معتبر دانشگاهی و ورزشی در استان تهران	
۱۲	۲۸. دسترسی به شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف به سبب حضور در شهر تهران	

#### ۳-۴. شناسایی عوامل مداخله‌گر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

شرایط مداخله‌گر، شرایط عامی قلمداد شده‌اند که همراه با عوامل زمینه‌ای، راهبردهای خوداشتغالی و بهبود فضای کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. از بین کدهای مستخرج، ۲۳ کده به عنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شدند. همان‌گونه که در جدول ۴ قابل مشاهده است، کدها در چهار مفهوم موانع حقوقی-قانونی، فضای کسب‌وکار نامناسب، حمایت مالی ناکافی، حمایت ناکافی از کارآفرینی قرار گرفته‌اند.

جدول ۴. کدها و مفاهیم مربوط به عوامل مداخله‌گر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

مقوله کلی	مفهوم	کد	فراوانی
عوامل مداخله‌گر	موانع حقوقی-قانونی	۱. وجود بروکراسی‌ها و قوانین دست‌وپاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۱۳
		۲. دشواری در اخذ مجوزها	۱۱
		۳. اثر منفی تحریم‌ها بر ورود مواد اولیه مورد نیاز کسب‌وکارهای ورزشی	۸
		۴. نبود قوانین حمایتی از زنان کارآفرین	۶
	فضای	۵. دخالت دولت و منع فعالیت زنان در برخی از رشته‌های ورزشی	۷
		۶. نامشخص بودن سیاست‌های دولت در قبال ورزش زنان	۹
		۷. در اولویت نبودن ورزش زنان برای نهادهای اجرایی و رسانه‌ها	۹
		۸. بی‌علاقگی دولت به خصوصی‌سازی	۷
عوامل مداخله‌گر	فضای	۹. نبود نظام صنفی منسجم برای حمایت از کسب‌وکار زنان	۱۰
		۱۰. نداشتن الگو و تجربه کافی در راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار ورزشی زنان	۸



۱۱	۱۱. ریسک بالای سرمایه‌گذاری در شرایط اقتصادی فعلی کشور	کسب و کار نامناسب
۹	۱۲. نبود امنیت سرمایه‌گذاری به دلیل دخالت‌های دولتی	
۸	۱۳. رقابت نابرابر با بخش دولتی (باشگاه‌ها و اماکن ورزشی)	
۱۱	۱۴. سختی دسترسی به منابع مالی و دریافت تسهیلات بانکی	حمایت مالی ناکافی
۱۰	۱۵. ضعف در تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی	
۹	۱۶. نبود مکانیسم‌های حمایتی مالیاتی برای زنان کارآفرین	
۷	۱۷. نگرش منفی بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی به اعطای وام و تسهیلات به زنان کارآفرین	حمایت ناکافی از کارآفرینی
۷	۱۸. عدم توانایی زنان در فراهم‌آوری وثیقه تضمینی مورد درخواست بانک‌ها	
۸	۱۹. حمایت ناکافی مدیران دولتی از توسعه کسب و کار ورزشی	
۶	۲۰. غالب بودن فرهنگ کارمندی بر فرهنگ خوداشتغالی	حمایت ناکافی از کارآفرینی
۹	۲۱. آشنان بودن و کم‌توجهی مسئولان به پتانسیل اشتغال‌زایی ورزش	
۱۰	۲۲. حمایت ناکافی از تولید داخل کالاها و لوازم ورزشی	
۹	۲۳. وجود تفکر دولتی در نهادهای عمومی غیردولتی ورزشی (فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی و...)	

#### ۴-۴. شناسایی راهبردهای توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

راهبردها بیانگر تعاملات و فعالیت‌هایی هستند که در واکنش به پدیده محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و عوامل زمینه‌ای اتخاذ می‌شوند. در این راستا، همان‌گونه که در جدول ۵ قابل مشاهده است، ۲۷ کد برای راهبردها شناسایی شده که در شش مفهوم سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، آموزش کارآفرینی، حمایت قانونی، تشویق کارآفرینی، ترویج کارآفرینی، توسعه اکوسیستم کارآفرینی قرار داده شده است.

جدول ۵. کدها و مفاهیم مربوط به راهبردهای توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

مقوله کلی	مفهوم	کد	فراوانی
سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی		۱. تدوین برنامه جامع توسعه کسب و کارهای ورزشی زنان	۱۴
		۲. تدوین سیاست‌های جامع در زمینه راه‌اندازی، حفظ و توسعه کسب و کارهای ورزشی	۹
		۳. تدوین و اجرای طرح جامع باشگاه‌داری در کشور	۷
آموزش کارآفرینی		۴. تقویت مهارت‌های کارآفرینی از طریق آموزش‌های دانشگاهی و دوره‌های حرفه‌ای	۱۱
		۵. ارتقای دانش و مهارت‌های دانشجویان دختر در راستای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای ورزشی	۸
		۶. برگزاری دوره‌های توانمندسازی مهارت‌های کارآفرینی در ورزش	۱۰
		۷. ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینی و خوداشتغالی در ورزش	۹
		۸. توسعه خدمات مشاوره‌ای در زمینه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی به زنان علاقه‌مند	۱۰
حمایت قانونی		۹. اجرای نظام‌مند خصوصی‌سازی در ورزش	۱۳
		۱۰. در نظر گرفتن قوانین سخت‌گیرانه برای واردات کالا و تجهیزات ورزشی	۱۰
		۱۱. کاهش قوانین دست‌وپاگیر و بوروکراسی اداری	۱۲
		۱۲. اولویت‌دادن به زنان کارآفرین در اعطای مجوزها و تسهیلات	۷
تشویق کارآفرینی		۱۳. در نظر گرفتن مشوق‌های صادراتی در حوزه ورزشی	۶
		۱۴. اعطای تسهیلات مناسب به صاحبان ایده‌های خلاق کسب و کار	۹
		۱۵. حمایت از تجاری‌سازی ایده‌ها و محصولات استارت‌آپ‌های ورزشی	۷
		۱۶. تأمین امنیت فکری و شغلی برای سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب و کارهای ورزشی	۶
		۱۷. حمایت و هدایت قهرمانان زن مشهور برای سرمایه‌گذاری در ورزش	۷
ترویج کارآفرینی		۱۸. معرفی الگوهای موفق در کسب و کار ورزشی استان	۸
		۱۹. معرفی کارآفرین برتر زن حوزه ورزش	۸
		۲۰. معرفی فرصت‌های کارآفرینی و ایجاد کسب و کار به زنان علاقه‌مند	۹
توسعه اکوسیستم کارآفرینی		۲۱. ایجاد مراکز رشد و شتاب‌دهی کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار برای زنان	۹
		۲۲. تقویت و توسعه رابطه دانشگاه و صنعت	۹
		۲۳. تدوین، تصویب و اجرای نظام صنفی ورزش با رویکرد تقویت کسب و کارهای زنان	۱۰
		۲۴. تأمین امنیت سرمایه‌گذاری در ورزش	۱۱
		۲۵. تقویت اکوسیستم کارآفرینی زنان در کسب و کارهای ورزشی	۸

۱۰	۲۶. تأسیس صندوق حمایت از کسب‌وکارهای ورزشی استان تهران	
۸	۲۷. ایجاد تشکل زنان کارآفرین ورزش استان	

#### ۴-۵. شناسایی پیامدهای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

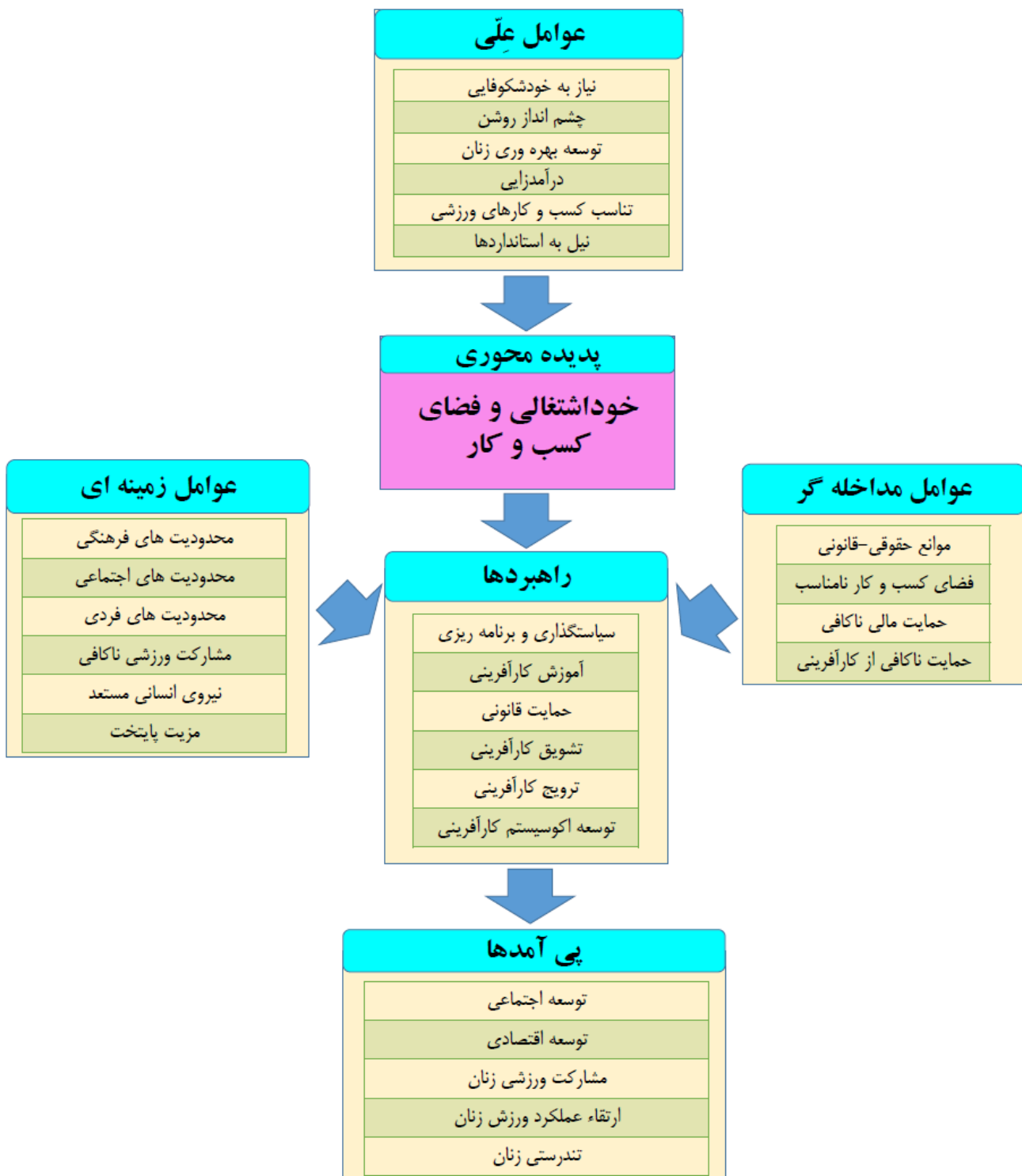
پیامدها شامل برخی از مقوله‌ها و نتایج اجرای راهبرد خوداشتغالی و بهبود فضای کسب‌وکار است. همان‌گونه که در جدول ۶ قابل مشاهده است، ۲۴ کد به‌عنوان پیامدهای خوداشتغالی و بهبود فضای کسب‌وکار شناسایی و در پنج مفهوم توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی، مشارکت ورزشی زنان، ارتقای عملکرد ورزش زنان و تندرستی زنان دسته‌بندی شده است.

جدول ۶. کدها و مفاهیم مربوط به پیامدهای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

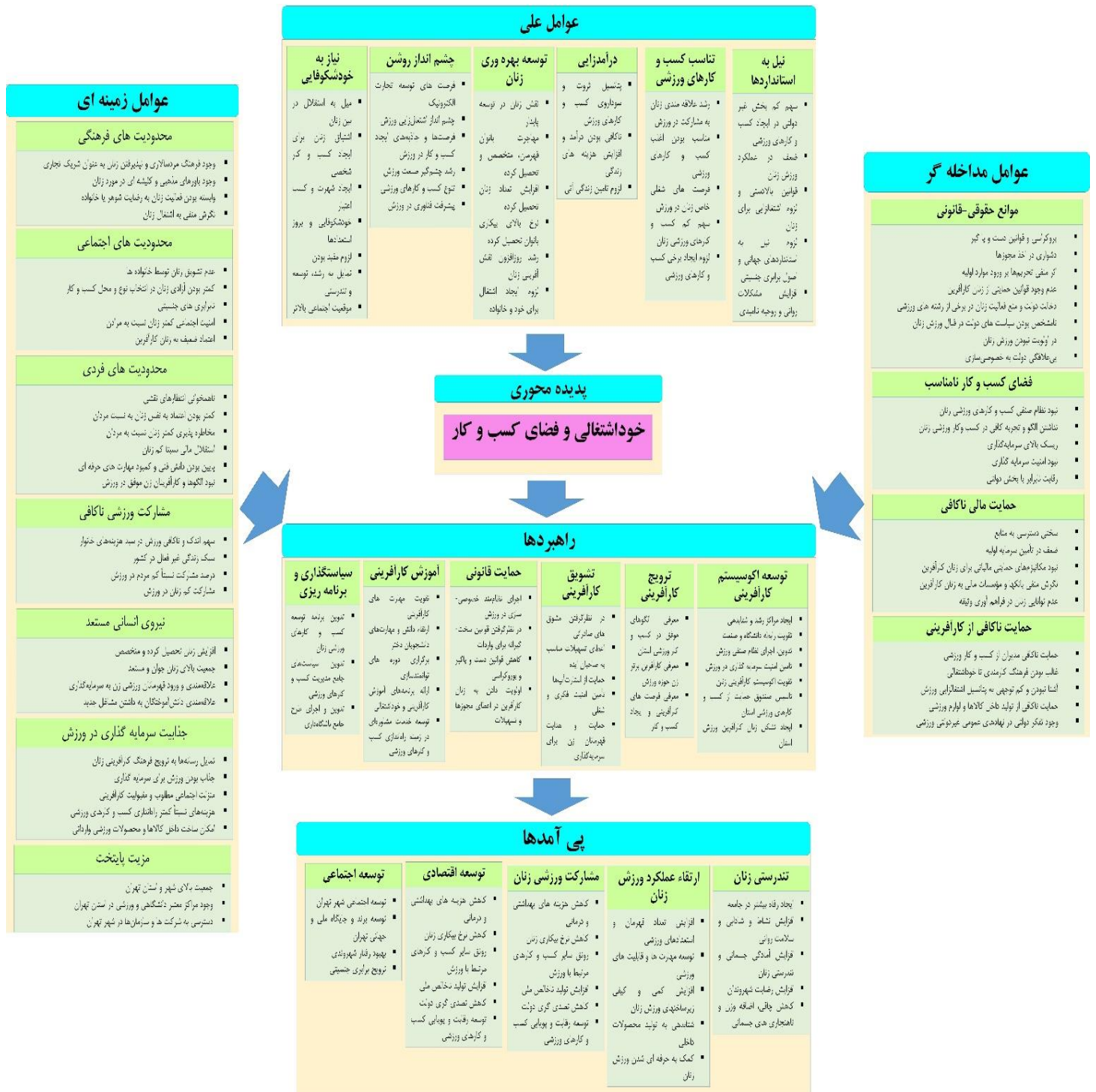
مقوله کلی	مفهوم	کد	فراوانی
پیامدها	توسعه اجتماعی	۱. توسعه اجتماعی شهر تهران	۱۱
		۲. توسعه برند و جایگاه ملی و جهانی شهر تهران	۹
		۳. بهبود رفتار شهروندی	۸
		۴. ترویج برابری جنسیتی در داخل و خارج از کشور	۹
	توسعه اقتصادی	۵. کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی	۱۰
		۶. کاهش نرخ بیکاری زنان	۱۳
		۷. رونق سایر کسب‌وکارهای مرتبط با ورزش	۸
		۸. افزایش تولید ناخالص ملی	۱۴
		۹. کاهش تصدی‌گری دولت	۱۱
		۱۰. توسعه رقابت و پویایی کسب‌وکارهای ورزشی	۸
	مشارکت ورزشی زنان	۱۱. گرایش بیشتر مردم خصوصاً زنان به ورزش	۱۰
		۱۲. ترویج فرهنگ و سبک زندگی فعال در بین زنان	۸
		۱۳. توسعه سواد ورزشی زنان	۹
		۱۴. افزایش تعداد قهرمان و استعدادها و ورزشی	۱۰
	ارتقای عملکرد ورزش زنان	۱۵. توسعه مهارت‌ها و قابلیت‌های ورزشی	۹
		۱۶. افزایش کمی و کیفی زیرساخت‌های ورزش زنان	۱۱
		۱۷. شتاب‌دهی به تولید محصولات داخلی	۱۲
		۱۸. کمک به حرفه‌ای شدن ورزش زنان	۱۳
		۱۹. ایجاد رفاه بیشتر در جامعه	۹
	تندرستی زنان	۲۰. افزایش نشاط و سلامت روان زنان	۱۱
		۲۱. افزایش آمادگی جسمانی و تندرستی زنان	۱۲
		۲۲. افزایش رضایت شهروندان	۸
		۲۳. کاهش چاقی، اضافه‌وزن و ناهنجاری‌های جسمانی	۱۱

#### ۴-۶. تدوین الگوی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

مطابق شکل‌های ۱ و ۲ به ترتیب الگوی کلی و الگوی تفصیلی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان در استان تهران دارای شش حیطه عوامل علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها است. به عبارت دیگر، عوامل علی بر پدیده محوری که خوداشتغالی و تسهیل فضای کسب‌وکار است اثر می‌گذارد و راهبردهای خوداشتغالی و بهبود فضای کسب‌وکار با لحاظ عوامل مداخله‌گر و زمینه‌های موجود، پیامدهای مثبتی برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان در استان تهران خواهد داشت.



شکل ۱. الگوی کلی توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران



شکل ۲. الگوی تفصیلی توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران

## ۵. بحث

هدف پژوهش حاضر، تدوین الگوی توسعه کسب و کارهای ورزشی برای زنان در استان تهران بود و متناسب با آن در ابتدا به بررسی عوامل علی پرداخته شد. در این راستا، نیاز به خودشکوفایی، چشم انداز روشن، توسعه بهره وری زنان، درآمدزایی، تناسب کسب و کارهای ورزشی و نیل به استانداردها به عنوان شش عامل علی شناسایی شدند. نیاز به خود شکوفایی یکی از دلایلی است که به ایجاد و توسعه کسب و کارها توسط زنان کمک می کند. در این راستا برخی عوامل بسیار مؤثرند که عبارتند از: افزایش

میل به استقلال در بین زنان، اشتیاق زنان برای ایجاد کسب‌وکار شخصی ورزشی، ایجاد شهرت و کسب اعتبار بیشتر در جامعه، خودشکوفایی و بروز استعدادهاى شخصی، حس مفیدبودن برای جامعه، تمایل زنان به رشد، توسعه و تندرستی اجتماعى هم‌نوعان خود و به‌دست‌آوردن موقعیت اجتماعى بالاتر. تمامی این موارد نشان‌دهنده احساس مهم‌بودن و اثربخشی بیشتر زنان در جامعه است و مبنای فکری و ادراکی مناسبی برای تفکر کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار به‌شمار می‌آید. یکی از مهم‌ترین شرایط علی مورد شناسایی در پژوهش حاضر، چشم‌انداز روشن صنعت ورزش است. در این تأیید این یافته می‌توان گفت ورزش از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در قرن ۲۱ به‌شمار می‌رود. با توجه به یافته‌های این پژوهش، فرصت‌های توسعه تجارت الکترونیک در ورزش افزایش یافته، چشم‌انداز اشتغال‌زایی در ورزش وسیع است، فرصت‌ها و جاذبه‌های مختلفی برای ایجاد کسب‌وکار در ورزش وجود دارد، صنعت ورزش به نسبت سایر صنایع رشد چشمگیری دارد، کسب‌وکارها و محیط‌های ورزشی دارای تنوع زیادی هستند و در نهایت پیشرفت زیادی در تولید و کاربرد فناوری در ورزش وجود دارد. در این زمینه مطالعات کر<sup>۱</sup> (۲۰۱۶: ۲) نیز تصدیق‌کننده این موضع است که کاربردهای فناوری در ورزش به‌صورت فزاینده‌ای در حال گسترش است و به‌تبع آن مشاغل جدید ایجاد می‌شود. همه این‌ها مصادیقی از چشم‌انداز روشن صنعت ورزش است.

لزوم بهره‌وری زنان، از دیگر عوامل علی این پژوهش است. در این راستا باید گفت زنان نیمی از جمعیت کشور و همچنین استان و شهر تهران را تشکیل می‌دهند. در نتیجه باید در راستای بهره‌وری این قشر بزرگ نیروی انسانی جامعه تلاش شود؛ چرا که تعداد زنان تحصیل‌کرده افزایش یافته، نرخ بیکاری آن‌ها زیاد است و موضوع مهمی که در حوزه ورزش در سال‌های اخیر در حال شدت‌گرفتن است، مهاجرت زنان قهرمان، متخصص و تحصیل‌کرده است. در نتیجه تمامی این موارد لزوم ایجاد شرایط برای ایجاد و رشد کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان را نمایان می‌سازد. در عین حال، راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی هم برای جامعه زنان مناسب و مورد استقبال است. تجاری و خدایاری (۱۳۸۵: ۷۴) و برومند و همکاران (۱۳۹۰: ۵۴) جوانان در جستجوی کار و فارغ‌التحصیلان بیکار در رشته تربیت‌بدنی را از مهم‌ترین دلایل نیاز به توسعه اشتغال در ورزش می‌دانند که به‌نوعی از ضعف‌های عملکردی و افزایش بیکاری است.

پس از بررسی و شناسایی عوامل علی، به بررسی عوامل زمینه‌ای پرداخته شد. شش مفهوم محدودیت‌های فرهنگی، محدودیت‌های اجتماعى، محدودیت‌های فردی مشارکت ورزشی ناکافی، نیروی انسانی مستعد و مزیت پایتخت به‌عنوان عوامل زمینه‌ای شناخته شد که در ادامه به بحث در زمینه هریک از این عوامل پرداخته می‌شود. محدودیت‌های فرهنگی، یکی از عوامل زمینه‌ای است که بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان اثرگذار است و رشد و شتاب آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این زمینه همچنان به اشتغال زنان، نگرش‌های منفی و غیرسازنده وجود دارد. فرهنگ مردسالاری و نپذیرفتن زنان به‌عنوان شریک تجاری و کارآفرین در فضای کسب‌وکار دیده می‌شود. همچنین باورهای مذهبی و کلیشه‌ای در مورد زنان و توانایی‌های آن‌ها وجود دارد و فعالیت زنان اغلب به رضایت شوهر یا خانواده وابسته است. در این بخش، باید به فرهنگ‌سازی و ایجاد شرایط توجه صورت گیرد. علاوه بر محدودیت‌های فرهنگی، برخی محدودیت‌های اجتماعى نیز در جامعه وجود دارند که بر ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی تأثیرگذارند. در این راستا، عدم تشویق زنان توسط خانواده‌ها و کمبود حمایت‌های معنوی، کم‌بودن آزادی زنان در انتخاب نوع و محل کسب‌وکار، نابرابری‌های جنسیتی، امنیت اجتماعى کمتر زنان و همچنین اعتماد ضعیف به زنان کارآفرین و پرهیز از همکاری با آنان از محدودیت‌های اجتماعى است. رفع این محدودیت‌ها نقش عمده‌ای در توسعه پایدار اجتماعى دارد و زمینه برای توسعه کسب‌وکارها را فراهم می‌آورد. علاوه بر دو مورد فوق، برخی محدودیت‌های فردی نیز بر راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار و همچنین خوداشتغالی زنان تأثیرگذار است. در این راستا می‌توان اشاره کرد به ناهمخوانی انتظارهای نقشی امور کسب‌وکار با مسئولیت‌های چندگانه خانواده، کمتر اعتمادبه‌نفس زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار، مخاطره‌پذیری کمتر زنان، استقلال مالی نسبتاً کم زنان، کم‌بودن دانش فنی در زنان و کمبود مهارت‌های حرفه‌ای. تمامی موارد فوق با برنامه‌ریزی و ایجاد ساختارهای اجتماعى، آموزش و توسعه مهارت‌ها قابل مرتفع‌سازی است؛ بنابراین، نقش دانشگاه‌ها در

<sup>1</sup>. Kerr

آموزش و افزایش مهارت زنان در ایران بسیار کلیدی است. در این راستا، تحقیقات تایوو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶، ۱۱۲) نیز مؤید وجود عوامل محدودکننده‌ای از جمله تعارض نقش و ادراکات جامعه از زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار است.

در راستای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان، چهار عامل مداخله‌گر شناسایی شد که عبارت‌اند از: موانع حقوقی-قانونی، فضای نامناسب کسب‌وکار، حمایت مالی ناکافی و حمایت ناکافی از کارآفرینی. مطابق یافته‌های این پژوهش، موانع حقوقی و قانونی یکی از مهم‌ترین عوامل مداخله‌گر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان است. ناگویب (۲۰۲۴، ۹)، نودیروانا (۲۰۲۴: ۱۶۲) و ادیکرم و همکاران (۲۰۲۳: ۱۱۱۳) نیز در تحقیقات خود درمورد کسب‌وکار زنان به این عامل اشاره کرده‌اند. در این زمینه برخی موانع عبارت‌اند از: بروکراسی‌ها و در قوانین دست‌وپاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، دشواری در اخذ مجوز، اثر منفی تحریم‌ها بر ورود موارد اولیه مورد نیاز کسب‌وکارهای ورزشی، نبود قوانین حمایتی از زنان کارآفرین، دخالت دولت و منع فعالیت زنان در برخی از رشته‌های ورزشی، نامشخص بودن سیاست‌های دولت در قبال ورزش زنان، در اولویت نبودن ورزش زنان از سوی نهادهای اجرایی و رسانه‌ها، و بی‌علاقگی دولت به خصوصی‌سازی. تامسون<sup>۲</sup> (۲۰۲۳: ۴۸) نیز نامشخص بودن قوانین دولتی در بخش ورزش زنان را یکی از موانع توسعه کسب‌وکار در این زمینه معرفی می‌کند. در این زمینه نیاز است اداره کل ورزش و جوانان استان تهران با همکاری وزارت ورزش و جوانان و مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، در راستای تعیین قوانین حمایتی و حذف و اصلاح قوانین دست‌وپاگیر اقدام کند.

در این پژوهش، در راستای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان استان تهران، راهبردهای مشخصی تدوین شد. شش مفهوم سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، آموزش کارآفرینی، حمایت قانونی، تشویق کارآفرینی، ترویج کارآفرینی، توسعه اکوسیستم کارآفرینی از جمله این راهبردها هستند. در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، سه پیشنهاد کلی ارائه شده که شامل تدوین برنامه جامع توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان، تدوین سیاست‌های جامع در زمینه راه‌اندازی، حفظ و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی و تدوین و اجرای نظام جامع باشگاه‌داری در کشور است. این سه برنامه در مجموع به انسجام و راهبردمحوری در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی کمک می‌کند. در این راستا، تحقیقات نوا (۲۰۱۵: ۳۹۲۳)، کاستا و میراجایی (۲۰۲۲: ۹۸۸)، شارین و همکاران (۲۰۲۰: ۲۷) و پاتاتاس و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰: ۹۳۷) نیز بر آموزش و تربیت نیروی انسانی و بر اهمیت توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار برای زنان تأکید داشته‌اند.

## ۶. نتیجه‌گیری

مطابق نتایج پژوهش حاضر، پنج کارکرد توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی، مشارکت ورزشی زنان، ارتقای عملکرد ورزش زنان و تندرستی زنان از دستاوردهای توسعه کسب‌وکارها خواهد بود. توسعه اجتماعی شهر تهران، توسعه برند و جایگاه ملی و جهانی شهر تهران، بهبود رفتار شهروندی و همچنین ترویج برابری جنسیتی در داخل و خارج از کشور از دستاوردهایی است که در نهایت سبب توسعه اجتماعی می‌شود. از سوی دیگر، کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی، کاهش نرخ بیکاری زنان، رونق سایر کسب‌وکارهای مرتبط با ورزش، افزایش تولید ناخالص ملی، کاهش تصدی‌گری دولت و توسعه رقابت و پویایی کسب‌وکارهای ورزشی از پیامدهایی است که به توسعه اقتصادی می‌انجامد. علاوه بر دو دستاورد توسعه اجتماعی و اقتصادی، افزایش مشارکت زنان در ورزش و در پی آن بهبود تندرستی نیز از مزیت‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای زنان است. ایجاد رفاه بیشتر در جامعه، افزایش نشاط و سلامت روان زنان، افزایش آمادگی جسمانی و تندرستی زنان، افزایش رضایت شهروندان، کاهش چاقی، اضافه‌وزن و ناهنجاری‌های جسمانی از دستاوردهای تندرستی زنان است. در نهایت توسعه کسب‌وکارهای ورزشی موجب افزایش تعداد قهرمانان و استعدادهای ورزشی، توسعه مهارت‌ها و قابلیت‌های ورزشی، افزایش کمی و کیفی زیرساخت‌های ورزش زنان، شتابدهی به تولید محصولات داخلی و کمک به حرفه‌ای شدن ورزش زنان می‌شود که در نهایت ارتقای عملکرد ورزش زنان را

1. Taiwo, J. N.

2. Thomson

3. Patatas et al.



در پی دارد. همسو با تحقیق حاضر، فراهانی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۲)، مندعلیزاده و هنری (۱۳۹۰: ۱۱۴)، راتن و تاج‌الدین (۲۰۱۹: ۲)، هالت (۲۰۰۷: ۵۱) و کیم<sup>۱</sup> (۲۰۲۰: ۱) بر رشد اقتصادی و بهبود شاخص‌های مختلف اقتصادی در ورزش و در سطح کلان کشور و همچنین کمک به عملکرد و ثبات ورزش را از دیگر پیامدهای توسعه و راه‌اندازی کسب‌وکارها و کارآفرینی در ورزش می‌دانند.

## ۷. پیشنهادها

الگوی ارائه‌شده در این پژوهش با لحاظ‌کردن شش حیطة عوامل علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تدوین شده است. به عبارت دیگر، عوامل علی بر پدیده محوری که خوداشتغالی و تسهیل فضای کسب‌وکار است اثر می‌گذارد و راهبردهای خوداشتغالی و بهبود فضای کسب‌وکار با لحاظ عوامل مداخله‌گر و زمینه‌های موجود، پیامدهای مثبتی را برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی زنان در استان تهران دارد. این الگو می‌تواند مبنایی برای اقدامات و برنامه‌های توسعه کسب‌وکارهای ورزشی برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، کارشناسان و مدیران ورزشی قرار گیرد. همان‌گونه که در مقدمه ذکر شد، مطالعات در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی زنان، محدود است و این حوزه نیازمند انجام پژوهش‌های بیشتری است. در این راستا، پژوهش حاضر، شاخص‌های کلی (علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) را شناسایی کرد. نیاز است پژوهش‌های آتی به‌صورت جداگانه به بررسی هریک از این عوامل و شاخص‌های مربوط بپردازند.

## ۸. سپاسگزاری

این مقاله حاصل طرح پژوهشی‌ای است که در سال ۱۴۰۲ با حمایت مالی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران انجام گرفته است. از حمایت‌های این سازمان برای اجرای این پژوهش قدردانی می‌شود.

## ۹. تعارض منافع

در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

## References

- Adikaram, A. S., & Razik, R. (2023). Femininity penalty: challenges and barriers faced by STEM woman entrepreneurs in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 1113-1138. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-07-2021-0278>
- Aghamohammadi, S., Khosravizadeh, E., & Mondalizadeh, Z. (2022). Designing a Strategic Innovation Model in Sports Business based on Grounded Theory. *Sport Management Studies*, 14(71), 85-116. <https://doi.org/10.22089/smj.2021.9768.3261> (In Persian)
- Tejari, F., & Khodayari, A. (2006). Entrepreneurial Readiness Study in Sports: A Preliminary Analysis of the Measurement Scale for Entrepreneurship in Sports. *Research in Sports Science*, 4(10), 73-88. <https://search.ricest.ac.ir/dl/search/defaultta.aspx?DTC=8&DC=259710> (In Persian)
- Broumand, M., Hemtinejad, M., Ramzaninejad, R., Razavi, S., & Malek, A. I. (2011). Examining employment barriers for graduates of physical education and sports sciences in Iran. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 7(14), 51-72. [https://msb.journals.umz.ac.ir/article\\_413.html](https://msb.journals.umz.ac.ir/article_413.html) (In Persian)
- Burnes, B., & O'Donnell, H. (2011). What can business leaders learn from sport? *Sport Business and Management: An International Journal*, 1(1), 12-27. <http://dx.doi.org/10.1108/20426781111107144>

<sup>1</sup>. Kim

- Costa, C., & Miragaia, D. A. M. (2022). A systematic review of women's entrepreneurship in the sports industry: has anything changed? *Gender in Management*, 37(8), 988-1008. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/GM-04-2021-0101/full/html>
- Eguaoe, B. T. (2019). "Bridging the Gender Gap in Sport Leadership: An Evaluation of female Sector Coaches", independently published. <https://www.proquest.com/openview/65caa8f157c593891f6094002bc86266/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- Eurostat (2022). "Employment in sport", Statistics Explained [https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2021/72-Employment\\_in\\_Sport\\_EUROSTAT.pdf](https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2021/72-Employment_in_Sport_EUROSTAT.pdf)
- Eurostat (2018). "Employment in sport, Statistics Explained, <http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/>
- Farahani, A., Safarinejad, M., & Farahani, Z. (2018). Analysis of behavioral and human inhibiting factors in the employment and entrepreneurship of sports in Iran. *Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 6(21), 11-21. <https://doi.org/10.30473/fmss.2019.45740.1937> (In Persian)
- Forsyth, J. J., Ones, J. J., Duval, L., & Bambridge, A. (2019). Opportunities and barriers that females face for study and employment in sport. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 24, 80-89. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.01.005>
- Geurin, A. N., & Lough, N. L. (2019). *Routledge handbook of the business of women's sport*. Routledge.
- Gholamaliyan, J., Ramezanzadeh, M., Mahmoudi, A., & Azizi, B. (2023). Success in the process of sports businesses. *Journal of Strategic Management Studies*, 14(55), 191-208. <https://doi.org/10.22034/smsj.2022.159240>
- Ghorbani, M. H., Esmaili, M., & Zareian, H. (2022). The barriers and solutions of development employment for sport in South Khorasan province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(55), 341-362. <https://doi.org/10.22034/ssys.2022.498> (In Persian)
- Glaser, B. G. (2008). *Doing Quantitative Grounded Theory*. Sociology Pr; First Edition, P: 3.
- Gregg, E. A., & Gregg, V. H. (2017). Women in Sport: Historical Perspectives. *Clinics in Sports Medicine*, 36(4), 603-610.
- Holt, M. (2007). The ownership and control of elite club competition in European football. *Soccer and Society*, 8(1), 50-67. <http://dx.doi.org/10.1080/14660970600989491>
- Kerr, R. (2016). *Sport and technology: An actor-network theory perspective*. Manchester University Press.
- Kim, S. (2020). Assessing economic and fiscal impacts of sports complex in a small US county. *Tourism Economics*, 1354816619897151.
- Mandalizadeh, Z., & Honari, H. (2011). An Investigation of the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport: As an Interdisciplinary Area. *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 2(2), 113-136. <https://doi.org/10.7508/isih.2010.06.006> (In Persian)
- Mirhosseini, Z., & Abbaspoor, Z. (2023). Identifying barriers and factors deterrent women's participation in the economy and development. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 12(1), 177-203. <https://doi.org/10.22034/jeds.2023.55694.1714> (In Persian)
- Naderian Jahromi, M. (2018). *Ethics in sports* (1<sup>st</sup> Ed.). Tehran: Research Institute of Physical Education and Sports Sciences publication. (In Persian)
- Naguib, R. (2024). Motivations and barriers to female entrepreneurship: Insights from Morocco. *Journal of African Business*, 25(1), 9-36. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15228916.2022.2053400>
- Nasir, M., Iqbal, R., & Akhtar, C. S. (2019). Factors affecting growth of women entrepreneurs in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 3(1), 35-50. <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/62901>



- Nodirovna, M. S., & Jaloliddin, M. (2024). In Small Business and Private Entrepreneurship the Place of Women. *Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education* (2994-9521), 2(3), 161-165.
- Nova, J. (2015). Developing the entrepreneurial competencies of sport management students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 3916-3924. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1134>
- Patatas, J. M., De Bosscher, V., Derom, I., & De Rycke, J. (2020). Managing parasport: An investigation of sport policy factors and stakeholders influencing para-athletes' career pathways. *Sport Management Review*, 23(5), 937-951. <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr.2019.12.004>
- Rafiei, F. (2018). *The rating of Iran's business environment improved in the World Bank report*. Taken from Mehr news agency website. [www.mehrnews.com/news/4755423](http://www.mehrnews.com/news/4755423) (In Persian)
- Ratten, V. (2018). *Sport entrepreneurship: Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*. Springer.
- Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: Synthesis and lessons: Introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1/2), 1-7.
- Saifee, A. (2019). The role of united nation development in women empowering. *Journal of Social Work Research*, 6(20), 193-233. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2021.49197.370> (In Persian)
- Singh. N. S., Singh. N. M., Singh H. R., & Devi, N. S. (2022). Women's role in sustainable development. *Journal of Education*, XXIV(11).
- Şirin, Y. E. (2020). Being a Woman Entrepreneur in Sport Sector. *International Journal of Sciences and Research*, 76(7), 27-41. <https://www.pontejournal.net/mainpanel/abstract.php?TOKEN=gRkgF5411G&PID=PJ-1DIMO>
- Soysal, A. (2010). Characteristics of Women Entrepreneurs, Problems They Encountered and Suggestions to Women for Establishing Business: A Research in Kahramanmaras. *Eskisehir Osmangazi Universitesi Iibf Dergisi-Eskisehir Osmangazi University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 5(1), 71-95.
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications, Inc. P:182.
- Sultana, A. (2012). Promoting women's entrepreneurship through SME: Growth and development in the context of Bangladesh. *IOSR Journal of Business and Management*, 4(1), 18-29. <http://dx.doi.org/10.9790/487X-0411829>
- Taiwo, J. N., Agwu, M. E., Adetiloye, K. A., & Afolabi, G. T. (2016). Financing women entrepreneurs and employment generation—a case study of microfinance banks. *European Journal of Social Sciences*, 52(1), 112-14.
- Thomson, A., Hayes, M., Hanlon, C., Toohey, K., & Taylor, T. (2023). Women's professional sport leagues: A systematic review and future directions for research. *Sport Management Review*, 26(1), 48-71. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14413523.2022.2066391>