

ارائه الگوی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

بهناز خیاط^۱، فریبا محمدیان^۲، نیما ماجدی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد قزوین، ایران
۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد قزوین، ایران (نویسنده مسئول)
۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد قزوین، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۱

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران انجام شد. این پژوهش مبتنی بر پارادایم تفسیری-برساختی بود و از لحاظ ماهیت جزو پژوهش‌های اکتشافی-بنیادی بود که با استفاده از رویکرد کیفی و راهبرد گراند تئوری یا نظریه داده بنیاد انجام شد. خبرگان دانشگاهی، صاحب‌نظران علمی در حوزه‌های کارآفرینی و به‌خصوص کارآفرینی زنان و کارآفرینی ورزشی، اقتصاد و مدیریت ورزشی، مدیران و مالکان کسب‌وکارهای ورزشی و نیز زنان کارآفرین در حوزه‌های گوناگون جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند که ۲۱ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. در این مطالعه برای گردآوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای (مرور کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها، اسناد و گزارش‌های رسمی و ...) و میدانی (مصاحبه با اعضای نمونه پژوهش) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس نظریه داده‌بنیاد و در سه گام شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و مرحله نظریه‌پردازی یا کدگذاری انتخابی با استفاده از نرم‌افزار ATLAS.ti انجام شد. براساس یافته‌های پژوهش، این موارد شناسایی شد: شرایط علی (شامل ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصیتی، ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل انگیزشی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های ارتباطی، توانمندی‌های مالی، توانایی‌های بازاریابی، مهارت‌های فناورانه و فنی-تخصصی، عوامل حمایتی و امکانات و ظرفیت‌ها، تجربه)، عوامل زمینه‌ای (شامل زیرساخت‌ها و بسترها، عوامل قانونی-نهادی، عوامل اقتصادی، زمینه شخصی و عوامل فرهنگی-اجتماعی)، عوامل مداخله‌گر (شامل عوامل جنسیتی، شرایط خانوادگی و فردی و شرایط محیطی)، راهبردها (شامل اقدامات مالی-اقتصادی، اقدامات تشویقی-ترغیبی و حمایتی، اقدامات سیاسی-قانونی و سیاست‌گذاری، آموزش و پژوهش، توسعه توسعه ارتباطات و فناوری) و پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران (شامل پیامدهای اقتصادی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای ورزش و سلامت).

واژگان کلیدی: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی زنان، کارآفرینی ورزشی.

1. Email: khayyat.behnaz@gmail.com
2. Email: faribamohamadian47@gmail.com
3. Email: nima_majedi@yahoo.com

مقدمه

امروزه کارآفرینی موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته شده است و برای داشتن ساختار اقتصادی قدرتمند و مرفه امری حیاتی قلمداد شده است (سایز-آلوارز و مارتینز و مارتینز^۱، ۲۰۱۴)؛ به طوری که هر محیطی که افرادش از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، دارای اقتصادی پویاتر خواهد بود (ورکیانی‌پور و حسینی و سمیعی و شریفی، ۲۰۱۹). مطالعات نیز بر اهمیت کارآفرینی در رشد اقتصادی و خلق ثروت تأکید کرده‌اند (کابرا و ماریکیو^۲، ۲۰۱۷؛ گودرزی و جلیل‌فراهانی و رجبی و حمیدی، ۲۰۱۷؛ گوپتا و میرچندانی^۳، ۲۰۱۸؛ کولیبالی و اربائو و مکونگچو^۴، ۲۰۱۸؛ ویکلاند و نیکولاو و شیر و فو و بردلی^۵، ۲۰۱۹). کارآفرینی علاوه بر اینکه باعث ایجاد تحولات مثبت در جامعه می‌شود و موجب دستیابی به پیشرفت‌های اقتصادی و رفاه اجتماعی می‌شود، منبع بالقوه توسعه، رشد و رفاه شخصی نیز است (شیر^۶، ۲۰۱۵؛ استفان^۷، ۲۰۱۸؛ ویکلاند و همکاران، ۲۰۱۹). برخلاف بسیاری از مشاغل سنتی، کارآفرینان از سطحی از آزادی و کنترل برخوردار می‌شوند که می‌تواند آن‌ها را قادر کند تا استعدادها و مهارت‌های ذاتی خود را تحقق بخشند و با کارهای خودمحمور درگیر فعالیت‌های هدفمند شوند (وود و ویلاند و بردلی^۸، ۲۰۱۶؛ شیر و نیکولاو و وینسنت^۹، ۲۰۱۸).

امروزه کارآفرینی نقش مهمی در رشد اقتصادی و اشتغال در سطح اجتماعی ایفا می‌کند (واریو و پامالاین و فلنهوفر^{۱۰}، ۲۰۱۸). در سال‌های اخیر در بیشتر کشورها توجه خاصی به افراد موفق و کارآفرینان شده است و همچنین تقویت نوآوری‌ها و موفقیت‌ها و ایجاد بستر مناسب برای این امر از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌آید؛ زیرا، فعالیت کارآفرینی با اثربخشی زیاد به توسعه اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری و ... منجر می‌شود (ورکیانی‌پور و همکاران، ۲۰۱۹).

امروزه کارآفرینی در بسیاری از کشورها به یک جنبش اساسی تبدیل شده است و برای تداوم پویایی اقتصاد بازار نوین و شکل‌گیری کسب‌وکارهایی که می‌توانند باعث تقویت رقابت و رشد اقتصادی

1. Saiz-Alvarez & Martínez & Martínez
2. Cabrera & Mauricio
3. Gupta & Mirchandani
4. Coulibaly, Erbao & Mekongcho
5. Wiklund, Nikolaev, Shir, Foo & Bradley
6. Shir, Nikolaev & Wincent
7. Stephan
8. Wood, Bylund & Bradley
9. Shir
10. Vuorio, Puumalainen & Fellnhofer

شوند، ضروری است (ماتیوا^۱، ۲۰۱۰). براساس مطالعات، رشد اقتصادی شرط لازم برای دستیابی به کیفیت بهتر زندگی است و کارآفرینی راهکاری برای دستیابی به توسعه اقتصادی به‌ویژه در کشورهای جهان سوم است (داوری و رمضان‌پور نرگسی و افراسیابی و داوری، ۲۰۱۸). کارآفرینی پدیده‌ای چندبعدی است که در سطوح گوناگون بر اقتصاد جوامع تأثیرگذار است (مودتی و ترابی و محمودزاده و معمارنژاد، ۲۰۱۸). تاریخچه توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که اقتصاد تحت‌تأثیر کارآفرینی است. شومپتر^۲ به‌دلیل نقش کارآفرینی در ایجاد نوآوری، آن را محور کلیدی توسعه اقتصادی تلقی می‌کند (سپهوند و مغویی‌نژاد، ۲۰۱۵). هانکلو و دوگان و ییلدیریم^۳ (۲۰۱۴) نیز اقتصاد کشورها را تحت‌تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌دانند. کارآفرینی فرایندی است که در آن افراد به‌طور مستقل یا داخل سازمان به جست‌وجوی فرصت‌های اقتصادی می‌پردازند. کارآفرینی اصطلاحی برای فرد یا گروهی از افراد است که ترکیبات جدیدی را در سازمان خود ایجاد می‌کنند؛ به‌بیان‌دیگر، کارآفرینی فرایندی است که افراد هم به‌صورت فردی و هم در درون سازمان‌ها بدون توجه به منابع موجود و دردسترس به‌دنبال فرصت‌ها هستند (چن و وانگ و نوو و بنیتز آمادو و کو^۴، ۲۰۱۵)؛ به‌عبارت‌دیگر، کارآفرینی عبارت است از فرایند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور (هانوهو و بالداکچینو^۵، ۲۰۱۸). در تعریفی دیگر بیان شده است که کارآفرینی عبارت است از شناسایی و به‌کارگیری فرصت‌ها، تبدیل فرصت به کالا و خدمات قابل فروش، ریسک‌پذیری و کسب سود و ممکن است در محیط‌هایی متفاوت روی دهد (سخته و کریمی، ۲۰۱۸).

از طرفی امروزه ورزش به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی انسان‌ها (نوروزی و معصوم، ۲۰۱۸) و یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی و اجتماعی در دنیا تبدیل شده است؛ به‌طوری‌که این صنعت به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و ملموس‌ترین صنایع در سطح جهان، علاقه سرمایه‌گذاران زیادی را به کارآفرینی در این بخش برانگیخته است (غلامی و آقایی و محمدکاظمی و صفری، ۲۰۱۹). امروزه جنبه‌های اقتصادی ورزشی در جهان بسیار گسترش یافته است و می‌تواند بیش از این نیز توسعه یابد. این موضوع در حدی است که در کشوری چون ایالات متحده سالانه حدود ۲۵۰ میلیارد دلار درآمد خالص نصیب صاحبان این صنعت می‌شود و این موضوع سبب شده است صنعت ورزش ششمین صنعت سودآور شناخته شود (نوروزی و معصوم، ۲۰۱۸).

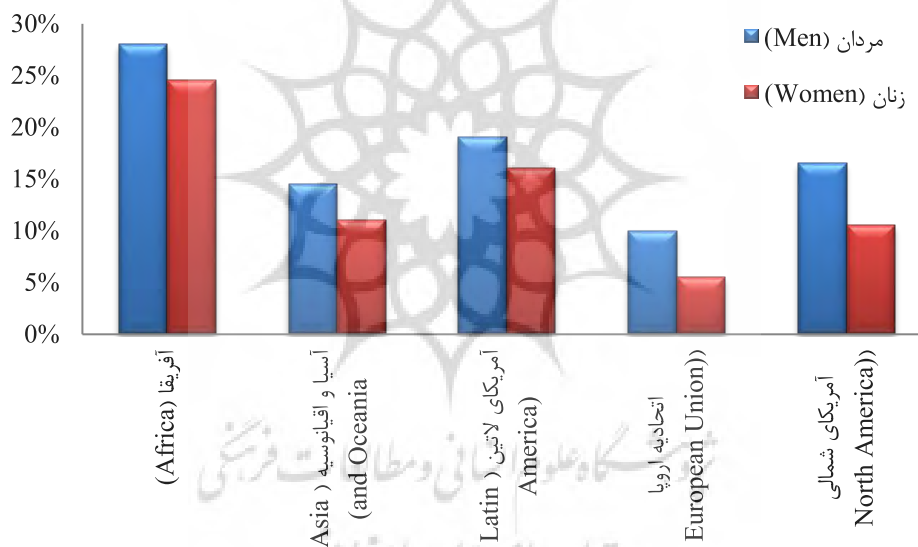
-
1. Mathew
 2. Schumpeter
 3. Hancioğlu, Doğan & Yildırım
 4. Chen, Wang, Nevo, Benitez-Amado & Kou
 5. Hanohov & Baldacchino

همان‌گونه که اشاره شد، روند سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش به‌عنوان یکی از صنایع سودآور، در سطح جهان روبه‌افزایش است (میرزاییان وناب و مهدی‌پور و ازمشا، ۲۰۱۷) و در کشور ما نیز صنعت ورزش روبه‌توسعه است و همین تحرک توانسته است زمینه‌های مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه در آن ایجاد کند (نصیرزاده و فراهانی و وطن دوست، ۲۰۱۸). کارآفرینی ورزشی شامل گروهی از افراد، سازمان‌ها یا جوامع می‌شود که به‌منظور ایجاد ارزش در حوزه ورزش به‌صورت گروهی برای پاسخ به فرصت‌ها با یکدیگر همکاری می‌کنند (رتن^۱، ۲۰۱۱). ورزش با ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را به‌منظور توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی با ایجاد کسب‌وکار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی، ارائه خدمات ورزشی و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می‌کند (مندعلیزاده و احسانی و کوزه چیان و هنری، ۲۰۱۵).

همان‌گونه که اشاره شد، امروزه کارآفرینی ابزاری برای توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود و در این میان زنان به‌صورت چشمگیری در سراسر جهان به توسعه کارآفرینی کمک می‌کنند؛ به‌طوری‌که زنان کارآفرین موتورهای جدید برای رشد اقتصادهای نوظهور معرفی شده‌اند (مینیتی و ناد^۲، ۲۰۱۰؛ گوپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸). امروزه، حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی (یعقوبی فرانی و سلیمانی و موحدی، ۲۰۱۴) و اقتصادی تبدیل شده است (رید و استورود بارنز و جساپ^۳، ۲۰۱۲؛ هارنگ و مستار و یو^۴، ۲۰۱۲)؛ به‌طوری‌که در پژوهش‌های متعدد به نقش کلیدی زنان در توسعه کارآفرینی (رونگا و شتی^۵، ۲۰۱۲) و اهمیت کارآفرینی زنان را برای رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی تأکید شده است (دی ویتا و ماری و پوگسی^۶، ۲۰۱۳؛ کابرا و ماریکیو، ۲۰۱۷؛ ورکیانی‌پور و همکاران، ۲۰۱۹). در سال‌های اخیر کارآفرینی زنان در سراسر جهان رشد چشمگیری یافته است (کارتر و شاو^۷، ۲۰۰۶)؛ به‌طوری‌که تخمین زده می‌شود ۱۲۶ میلیون زن در سراسر جهان در راه‌اندازی و اداره یک کسب‌وکار مشارکت می‌کنند (رول-لاو و رول-لاو^۸، ۲۰۱۶). همچنین افزایش زنان و دختران تحصیل‌کرده دانشگاهی، ناتوانی بخش دولتی و خصوصی در جذب این افراد آماده‌به‌کار و همچنین

-
1. Ratten
 2. Minniti & Naudé
 3. Reed, Storrud-Barnes & Jessup
 4. Huarng, Mas-Tur & Yu
 5. Revenga & Shetty
 6. De Vita, Mari & Poggesi
 7. Carter & Shaw
 8. Revell-Love & Revell-Love

امکان استقلال و انعطاف‌پذیری بیشتر ساعات کار در کسب‌وکار شخصی که سبب ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌شود، به گرایش بیشتر زنان به راه‌اندازی کسب‌وکار منجر شده است (کاظمی و مقیمی، ۲۰۱۸)؛ باوجوداین، مشارکت زنان در فعالیتهای کارآفرینانه تقریباً در تمام جوامع کمتر از مردان است (کابرا و ماریکیو، ۲۰۱۷)؛ به‌طوری‌که زنان حدود پنجاه درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، اما در مقایسه با مردان فرصت کمتری برای رشد و فعالیتهای اجتماعی دارند (رونکا و شتی، ۲۰۱۲)؛ این در حالی است که زنان کارآفرین فرصتهای کسب‌وکار متفاوتی را در مقایسه با مردان درک می‌کنند و شرکتهایی را با رویکردهای جدید مدیریتی و همچنین راه‌حل‌های جایگزین برای مشکلات پیش رو در زندگی حرفه‌ای خود پدید می‌آورند (هارنگ و همکاران، ۲۰۱۲).



شکل ۱ - نسبت زنان درگیر در کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز در مقایسه با مردان (کابرا و ماریکیو، ۲۰۱۷)

Figure 1 - Ratio of Women Involved in Risky Businesses Compared to Men (Cabrera and Maricio, 2017)

براساس شکل شماره یک، در تمامی نقاط جهان نرخ کارآفرینی مردان به‌طور چشمگیری از زنان بیشتر است. در ایران نی گزارش‌های ارائه‌شده توسط مرکز دیده‌بانی جهانی کارآفرینی^۱ (۲۰۱۵) نشان می‌دهد اغلب کارآفرینان ایرانی مردان جوان هستند (صفری جعفرلو و قربانی و زارعیان،

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

۲۰۱۷؛ به طوری که نرخ کارآفرینی نوپا و تثبیت شده در بین زنان ۱۲/۹ درصد و در مردان ۳۵/۶ درصد یعنی حدود سه برابر زنان است (مرکز دیده بانی جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۵).

توسعه یافتگی کمتر کسب و کارهای زنان در مقایسه با مردان که ناشی از عوامل متعددی نظیر محدودیت های محیطی (کلی و برآش و گرین و هرینگتون و علی و کو، ۲۰۱۵)، محدودیت های فرهنگی، دسترسی کمتر زنان به سرمایه در مقایسه با مردان (مدرسی و آراستی و طالبی و فراستخواه، ۲۰۱۷؛ چترجی و رامان، ۲۰۱۸)، مشکلات مربوط به تعامل کاری با مردان، تعهدات خانوادگی (مدرسی و همکاران، ۲۰۱۷)، نبود پذیرش اجتماعی، تجربه و تخصص کمتر (حسن و المبارک، ۲۰۱۶) و ... است، موجب شده است توسعه کارآفرینی زنان در دستور کار سازمان های بین المللی نظیر سازمان های بین المللی کار^۴ قرار گیرد. هدف از این برنامه ها، حمایت و توانمندسازی زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه برای شروع و توسعه کسب و کار است که در قبال ارائه خدمات مالی و غیرمالی، به ایجاد محیط کسب و کار و تلاش برای رفع موانع پیش روی زنان کارآفرین اقدام شده است (کواگرایی و اوپوکا منساه و آدوم^۵، ۲۰۱۸)؛ چراکه تشویق و حمایت از زنان کارآفرین می تواند به مشارکت مؤثر آنها در توسعه اقتصادی کشورها کمک کند (رومی و پاروت^۶، ۲۰۰۸؛ مدرسی و همکاران، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر، با وجود تأثیر درخور توجه زنان بر اقتصاد جهانی، پژوهش های انجام شده درباره زنان کارآفرین بسیار اندک است (اهل^۷، ۲۰۰۶؛ دی براین و برآش و والتر^۸، ۲۰۰۶، ۲۰۰۷؛ گوپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸)؛ به طوری که طبق بررسی ها، مطالعات درباره زنان کارآفرین کمتر از ۱۰ درصد از کل پژوهش های انجام شده در حوزه کارآفرینی را تشکیل می دهند و در بیشتر پژوهش ها درباره کارآفرینان بر مردان تمرکز شده است (برآش و کوپر^۹، ۲۰۱۲؛ گاپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸).

در نهایت می توان گفت از آنجاکه کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، اشتغال، رفاه و سلامت روحی و جسمی می تواند در توسعه کشور نقشی بسیار مهم و برجسته داشته باشد و نیز با توجه به ضرورت توسعه کارآفرینی زنان، لازم است به منظور توسعه کارآفرینی زنان در بخش ورزش، این موضوع از جنبه های گوناگون بررسی شود؛ براین اساس، در این پژوهش ابتدا به شناسایی

1. Kelley & Brush & Greene & Herrington & Ali & Kew
2. Chatterjee & Ramu
3. Hasan & Almubarak
4. ILO
5. Quagraine & Opoku Mensah & Adom
6. Roomi & Parrott
7. Ahl
8. De Bruin & Brush & Welter
9. Brush & Cooper

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی زنان و همچنین شناسایی راهبردها و پیامدهای این پدیده اقدام شد. سپس در راستای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی زنان برنامه‌ریزی شد. بنابراین، با توجه به آنچه درباره اهمیت توسعه کارآفرینی، کارآفرینی زنان و کارآفرینی ورزشی اشاره شد و نیز خلأ پژوهشی، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی ورزش زنان طراحی و اجرا شد.

روش پژوهش

اساس این پژوهش مبتنی بر پارادایم تفسیری-برساختی است و از لحاظ ماهیت جزو پژوهش‌های اکتشافی-بنیادی است که با استفاده از رویکرد کیفی و راهبرد گراند تئوری یا نظریه داده‌بنیاد و با هدف ارائه الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر خبرگان دانشگاهی، صاحب‌نظران علمی در حوزه‌های کارآفرینی و به‌خصوص کارآفرینی زنان و کارآفرینی ورزشی، اقتصاد و مدیریت ورزشی، مدیران و مالکان کسب‌وکارهای ورزشی و نیز زنان کارآفرین در حوزه‌های گوناگون هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند اعضای نمونه انتخاب شده است. در این مطالعه حجم نمونه براساس اشباع نظری تعیین شد که شکل شماره دو فرایند اشباع نظری در پژوهش حاضر را نمایش می‌دهد.



شکل ۲- فرایند اشباع نظری

Figure 2 - Theoretical Saturation Process

براساس شکل شماره دو، با اجرای مصاحبه‌های ۱۸ و ۱۹ این نتیجه حاصل شد که عوامل ارائه‌شده توسط مصاحبه‌شوندگان جدید عموماً در مصاحبه‌های قبل وجود داشتند و در مصاحبه‌های جدید عوامل جدیدی شناسایی نشدند و به‌نوعی تکرار مصاحبه‌های پیشین هستند؛ با این حال، برای اطمینان بیشتر دو مصاحبه جدید انجام شد که بار دیگر مشاهده شد عامل جدیدی توسط مصاحبه‌شوندگان ارائه نمی‌شود؛ از این رو، در این مرحله و در مصاحبه بیست‌ویکم این اطمینان حاصل شد که اشباع نظری حاصل شده است؛ بنابراین مصاحبه‌ها متوقف شد.

در این مطالعه برای گردآوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای (مرور کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها، اسناد و گزارش‌های رسمی و ...) و میدانی (مصاحبه با اعضای نمونه) استفاده شده است. همچنین در این پژوهش به‌منظور بررسی روایی، راهبردهای ارتقای روایی در پژوهش‌های کیفی جانسون^۱ (۱۹۹۷) مدنظر قرار گرفت و از روش‌هایی همچون مطالعه میدانی گسترده، حداقل مداخله در توصیف، تکثیرگرایی داده، تکثیر مشاهده‌گر، بازخورد مشارکت‌کننده و دریافت نظرات همکاران بهره گرفته شد. برای سنجش پایایی نیز از دو شاخص پایایی بازآزمون (کدگذاری مجدد توسط پژوهشگر در فاصله زمانی کوتاه و مشخص) و پایایی درون‌موضوعی (استفاده از دو کدگذار) استفاده شد که نتایج آن در جداول شماره یک و شماره دو ارائه شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز براساس نظریه داده‌بنیاد و در سه گام شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و مرحله نظریه‌پردازی یا کدگذاری انتخابی با استفاده از نرم‌افزار ATLAS.ti انجام شد.

پایایی بازآزمون: در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی بازآزمون، از بین مصاحبه‌های انجام‌شده، سه مصاحبه انتخاب شد و پژوهشگر هر کدام از آن‌ها را دو بار در فاصله زمانی ده روزه کدگذاری کرد. سپس کدهای مشخص شده با استفاده از فرمول شماره یک در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه شدند.

$$\text{فرمول ۱: } ۱۰۰ * \frac{\text{تعداد توافقات} * ۲}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{پایایی باز آزمون}$$

در جدول شماره یک مشاهده می‌شود که تعداد کل کدها که پژوهشگر در دو بازه زمانی ثبت کرده است، ۱۳۶ کد، تعداد کل توافقات بین این کدها ۶۴ و تعداد کل نبود توافقات بین این کدها هشت کد است؛ بر این اساس، پایایی بازآزمون برابر با ۹۴/۱ درصد است و با توجه به اینکه این میزان پایایی

بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌های تأیید می‌شود و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌ها مناسب بوده است.

جدول ۱- پایایی باز آزمون
Table 1- Retest Reliability

ردیف (Row)	1	2	3	کل
کد مصاحبه‌شونده (Interviewee Code)	I ₁	I ₂	I ₃	-
تعداد کل کدها (Total Number of Codes)	44	49	43	136
تعداد کل توافقات (Total Number of Agreements)	20	23	21	64
تعداد نبود توافقات (Number of Disagreements)	4	3	1	8
پایایی بازآزمون (Retest Reliability)	91%	93.8%	97.7%	94.1%

پایایی دو کدگذار: در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری رشته کارآفرینی درخواست شد به‌عنوان همکار (کدگذار) در این پژوهش مشارکت کند. سپس آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم برای کدگذاری به همکار پژوهش انتقال داده شد و پس از آن پژوهشگر به‌همراه همکار پژوهش سه مصاحبه را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی با استفاده از فرمول شماره دو محاسبه شد.

$$\text{فرمول ۲: } ۱۰۰ * \frac{\text{تعداد توافقات} * ۲}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{پایایی دو کدگذار}$$

براساس جدول شماره دو، تعداد کل کدها که دو پژوهشگر ثبت کردند، ۱۳۹ کد، تعداد کل توافقات بین این کدها ۶۰ و تعداد کل نبود توافقات بین این کدها ۱۹ کد است؛ براین‌اساس، پایایی درون‌موضوعی برای مصاحبه‌های انجام‌شده در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکرشده برابر با ۸۶/۳ درصد است و با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید می‌شود و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌ها مناسب بوده است.

جدول ۲- پایایی دو کدگذار

Table 2- Two Coders Reliability

ردیف (Row)	1	2	3	کل
کد مصاحبه‌شونده (Interviewee Code)	I1	I2	I3	-
تعداد کل کدها (Total Number of Codes)	47	51	41	139
تعداد کل توافقات (Total Number of Agreements)	21	22	17	60
تعداد نبود توافقات (Number of Disagreements)	5	7	7	19
پایایی بین دو کدگذار (Two Coders Reliability)	89.3%	86.3%	82.9%	86.3%

نتایج

در این پژوهش ابتدا مصاحبه‌های انجام‌شده با هریک از اعضای نمونه درباره توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران کدگذاری باز شد که در مجموع ۳۴۱ کد باز بدون تکرار و ۹۰۱ کد باز با تکرار در زمینه عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شدند. سپس به جمع‌بندی کدگذاری‌های اولیه (کدگذاری باز) پرداخته شد و کدهای باز شناسایی‌شده در قالب کدهای محوری دسته‌بندی شدند. در نهایت نیز بر مبنای یافته‌های پژوهش، مدل پارادایمی پژوهش در قالب شکل شماره سه ارائه شد. در جداول شماره سه تا شماره هشت عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران ارائه شده است.

بر اساس نتایج ذکرشده در جدول شماره سه می‌توان گفت در مجموع ۱۵۱ مؤلفه فرعی در قالب ۱۰ عامل اصلی به‌عنوان شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شد.

جدول ۳- کدگذاری شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
Table 3- Coding the Causal Conditions of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
اعتماد به نفس	ریسک پذیری	توانایی تحمل موقعیت استرس‌زا	ریسک‌پذیری
اصرار بر حل مسئله	پذیرش ابهام	کانون کنترل درونی	توانایی تحمل موقعیت استرس‌زا
وجود نظم و انضباط در کارها	احساس نیاز به کارآفرینی	قصد کارآفرینانه	پذیرش ابهام
پشتکار	استقلال طلبی	روحیه کارآفرینی	کانون کنترل درونی
مسئولیت‌پذیری	پیشگامی	سرسخت بودن در ایجاد کسب‌وکار جدید	احساس نیاز به کارآفرینی
جسارت	روحیه کار تیمی	اهل کار و عمل بودن	قصد کارآفرینانه
ابتکار	قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی‌ناپذیر	داشتن تحمل شکست و اراده برای فعالیت مجدد	استقلال طلبی
انعطاف‌پذیری	توانایی سازماندهی	توانایی اداره فعالیت‌ها	روحیه کارآفرینی
کردانی و تدبیر	توان کنترل موقعیت بحرانی	مهارت در برنامه‌ریزی و پیش‌بینی	پیشگامی
تغییرپذیری	مهارت در هدف‌گذاری	مدیریت زمان	سرسخت بودن در ایجاد کسب‌وکار جدید
آینده‌نگری	توانایی مدیریت و سرپرستی	توانایی تصمیم‌گیری	روحیه کار تیمی
خودکارآمدی	مهارت‌های رهبری	روش‌های نوین مدیریتی در ورزش	اهل کار و عمل بودن
استقلال فکری	روش‌های نوین مدیریتی در ورزش	به‌کارگیری سیستم‌های مدیریتی	قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی‌ناپذیر
استعداد فردی	به‌کارگیری سیستم‌های مدیریتی	شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه ورزش	داشتن تحمل شکست و اراده برای فعالیت مجدد
صبر	شناخت فرصت‌های تجاری در حوزه ورزش		
خودباوری			
طرز تفکر پویا			
تفکر چندوجهی			
پذیرش چالش‌ها			
خودآگاهی			
انرژی			
عزت نفس			
توکل			
خوداتکایی			
مثبت‌اندیشی			
قاطعیت در کار			

ویژگی‌های شخصیتی و مهارت‌های

ویژگی‌های روان‌شناختی

ویژگی‌های مدیریتی

ادامه جدول ۳- کدگذاری شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
 The Rest of the Table 3- Coding the Causal Conditions of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	
ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصیتی	هوش هیجانی هوش منطقی استقامت نوآوری و خلاقیت مهارت و دانش سواد و تحصیلات سواد اطلاعاتی سواد حقوقی توان رقابت	توانایی تجزیه و تحلیل شکست‌ها مهارت ارزیابی محیط آگاهی از محیط پیرامون توانایی منطقی عمل کردن توانایی حل مسئله توانایی شناخت و تحلیل پدیده‌ها و مسائل اجتماعی توانایی شناخت و تحلیل روندها و مسائل سیاسی شناخت مسائل اقتصادی (تورم، رکود، عرضه و تقاضا، قیمت‌گذاری و ...) توانایی حل تضاد توانایی یادگیری راهبردی	مهارت‌های ارتباطی	ارتباطات بین‌فردی ارتباط مؤثر با سازمان‌ها و ارگان‌ها تأثیرگذاری بر دیگران توانایی متقاعد کردن دیگران مهارت شنیداری یا گوش دادن چانه‌زنی توان مذاکره مدیریت منابع انسانی توانایی تعامل با محیط توانایی برقراری ارتباط با دیگر کارآفرینان، صنایع و ... تسلط بر زبان‌های بین‌المللی
توانمندی‌های مالی	دسترسی به سرمایه دسترسی به نهادهای مالی کمک‌های مالی اطرافیان دسترسی به ارز	نیاز مالی توانایی بازاریابی محصولات تولیدشده توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار توانایی تحلیل بازار	توانمندی‌های ارتباطی	نیاز مالی توانایی بازاریابی محصولات تولیدشده توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار توانایی تحلیل بازار

ادامه جدول ۳- کدگذاری شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

The Rest of the Table 3- Coding the Causal Conditions of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
شناسایی شکاف بازار	نیازسنجی از مشتریان	قیمت گذاری بهینه	تغییر محصول خود با توجه به وضعیت محیطی
دسترسی به بازارهای داخلی کالاها و خدمات	دسترسی به بازار خارجی برای صادرات کالاها و خدمات	دانش فنی کسب و کار	توانایی فنی و مهارتی
توانایی شناسایی زنجیره های تولید	کشف شیوه های جدید برای انجام دادن فعالیت ها	آشنایی با روش های تولید محصولات ورزشی	آشنایی با قوانین و مقررات ملی و بین المللی (کار، مالیات، تجارت، واردات و صادرات)
استفاده از منابع یا مواد اولیه جدید	آشنایی با تحولات فناورانه در ورزش	شناخت آداب و رسوم اقوام و ملل و موضوعات فرهنگی در حوزه ورزش	شناخت بازارهای بالقوه و بالفعل ورزشی
وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی	شناخت شیوه های تأمین منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار	مهارت جذب منابع مالی	مدیریت حسابداری و مالی
مدیریت ریسک	دسترسی به اطلاعات	دسترسی به خدمات مشاوره ای	دسترسی به آموزش
		دسترسی به زیرساخت های انرژی	دسترسی به زیرساخت های ارتباطی-فیزیکی
		دسترسی به نیروی انسانی متخصص	وجود ظرفیت های بکر در حوزه ورزش زنان
		وجود ظرفیت های بکر در حوزه ورزش زنان	الگوی نقش
		الگوی مناسب کارآفرینی متناسب با وضعیت	مشاوران و نهادهای مشاوره ای
		مشاوران و نهادهای مشاوره ای	توانمند
		عضویت زنان کارآفرین در گروه های	ثانویه
		سابقه وجود کارآفرین در خانواده	

عوامل حمایتی و امکانات و ظرفیتهای

مهارت های فنی-تخصصی و فناورانه

توانایی های بازاریابی

ادامه جدول ۳- کدگذاری شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

The Rest of the Table 3- Coding the Causal Conditions of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
تخصص در رشته یا رشته‌های ورزشی	حمایت‌های خانواده	پایه‌ها
آشنایی با سازمان‌های ملی و بین‌المللی ورزشی	حمایت فکری، عاطفی و معنوی خانواده	امکانات و
دسترسی به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی	امکانات فیزیکی خانواده	پوشش‌ها
دسترسی به فناوری‌های نوین و پیشرفته	تجربه قبلی کارآفرینی	
دسترسی به شبکه اجتماعی	تجربه عملی مدیریت ورزشی	
همکاری فناورانه	تجربه در برگزاری رویدادهای ورزشی	
تسلط بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی	کارورزی در سازمان‌های ورزشی	
	تجربه در شغل کنونی	
	کارآفرینی در دوران کودکی	

براساس نتایج ارائه‌شده در جدول شماره چهار می‌توان گفت در مجموع ۸۵ مؤلفه فرعی در قالب پنج عامل اصلی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای مدل توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شد.

جدول ۴- کدگذاری عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

Table 4- Coding the Contextual Factors of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
سیستم قضایی عدالت‌محور	بسترها و زیرساخت‌های مناسب کارآفرینی	زیرساخت‌ها و بسترها
بستر قانونی مناسب	زیرساخت فنی	
زیرساخت‌های نهادی و حقوقی مناسب	وجود ظرفیت‌های توریسم ورزشی در کشور	
موانع قانونی	ظرفیت‌های تبلیغاتی ورزشی	
قوانین ثبت اختراع	میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی	

ادامه جدول ۴- کدگذاری عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
The rest of the Table 4- Coding the Contextual Factors of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
ثبات مقررات و تغییر نکردن بدون دلیل قوانین	ثبات سیاسی	ثبات رویه‌های سیاسی و راهبرد اقتصادی در ورزش	ثبات رویه‌های سیاسی و راهبرد اقتصادی در ورزش
رویه‌ها و قوانین مدون	دموکراسی	تحولات سیاسی در ورزش	تحولات سیاسی در ورزش
احتمال موفقیت در شکایت علیه دولت	کارآمدی دولت	همگرایی سیاست‌ها در مدیریت ورزشی	همگرایی سیاست‌ها در مدیریت ورزشی
قوانین ویژه در حوزه کارآفرینی ورزش زنان	تحریم	پویایی محیط فضای کسب و کار مناسب	پویایی محیط فضای کسب و کار مناسب
تضمین‌های کافی در اجرای قراردادها		محیط حمایت‌کننده	محیط حمایت‌کننده
کارایی نظام قضایی در الزام‌آور بودن قراردادها		وجود انجمن‌های تخصصی زنان	وجود انجمن‌های تخصصی زنان
مقررات و رویه‌های کارآمد ضدانحصار و مشوق رقابت		اتحادیه‌ها، اصناف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین	اتحادیه‌ها، اصناف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین
تناسب ضوابط با مقتضیات انحصار دولتی		تشکل‌های زنان	تشکل‌های زنان
هماهنگی بین نهادهای دست‌اندرکار کارآفرینی		سیاست‌های تشویقی دولت	سیاست‌های تشویقی دولت
دخالت محدود دولت در اقتصاد		سیاست‌های مشاوره‌ای دولت	سیاست‌های مشاوره‌ای دولت
سیستم بانکی کارآمد		بازارهای سهام کارآمد	بازارهای سهام کارآمد
بروکراسی		ثبات در سطح کلان اقتصادی	ثبات در سطح کلان اقتصادی
کارآمدی و ثبات مدیریت ورزش کشور		تورم	تورم
نزدیکی صنعت ورزش با دانشگاه			
حکمرانی خوب			
شفافیت			
فقدان تشریفات زائد اداری			

زندگانه‌ها

اقتصادی

ادامه جدول ۴- کدگذاری عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
The Rest of the Table 4- Coding the Contextual Factors of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
عوامل اقتصادی	رانت	عوامل اقتصادی- نهادی	سهولت دریافت مجوزهای شروع و توسعه یک کسب‌وکار
	حامیان مالی ورزشی		امنیت دارایی‌های فیزیکی و ذهنی افراد
	آزادی اقتصادی		سلامت اداری
	پوشش خدمات بیمه‌ای		سهولت ثبت شرکت
	صندوق‌های ضمانت سرمایه گذاری		تسهیل در ورود و خروج به صنعت
	وجود نظام‌های پاداش و تشویق کارآفرینان ورزشی		سن
	زمینه مساعد برای تولید		تعداد افراد خانواده
	انعطاف‌پذیری بازار		وضعیت دوران کودکی
	موانع ورود به بازار		دوستان
	عدالت و برابری در دسترسی به منابع مالی		واقعۀ مهم در زندگی
عوامل فرهنگی- اجتماعی و هنجاری	فرهنگ کارآفرینی	عوامل فرهنگی- اجتماعی و هنجاری	عوامل خانوادگی
	نگاه جامعه به کارآفرینی و کارآفرین		مذهب
	نگرش مدیریت ورزش کشور به کارآفرینی		هنجارها و قواعد
	مالکیت معنوی		رسوم و سنت‌ها
	نگرش در قبال زنان		عادات
	آگاهی جامعه از اهمیت کارآفرینی زنان		عرف
	نگاه جامعه به ریسک		باورها
	فرهنگ انتقال دانش کار و کارآفرینی ورزشی		ارزش‌ها
	نگاه بلندمدت به مقولۀ کارآفرینی ورزشی		هنجارهای رفتاری
	امنیت اجتماعی برای حضور زنان در بازار		

براساس نتایج ارائه شده در جدول شماره پنج می توان گفت در مجموع ۱۷ مؤلفه فرعی در قالب چهار عامل اصلی به عنوان عوامل مداخله گر مدل توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شد.

جدول ۵- کدگذاری عوامل مداخله گر توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
Table 5- Coding the Interfering Factors of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز
عوامل جنسیتی	باورهای جنسیتی
	فرهنگ اقتدارگرایی مردسالار
	تعدد نقش زنان
	اعتماد به زنان
	باور به توانایی زنان
	برابری جنسیتی
	دسترسی برابر به دارایی ها در مقایسه با مردان
	تضاد نقش
	نگرش محافظه کارانه
	قوانین ضدانحصار
شرایط خانوادگی	وابستگی زنان به نظرهای همسر و سرپرست خانوار
	اوضاع اقتصادی خانواده
	موافقت خانواده برای کارآفرینی زنان
شرایط فردی	نارضایتی از شرایط کنونی
	بیکاری
شرایط محیطی	تغییرات محیطی
	تغییرات سریع و مداوم در حوزه ورزش

براساس نتایج ارائه شده در جدول شماره شش می توان گفت در مجموع ۶۱ مؤلفه فرعی در قالب پنج عامل اصلی به عنوان راهبردهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شد.

جدول ۶- کدگذاری راهبردهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

Table 6- Coding the Strategies of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز
اقدامات مالی-اقتصادی	اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره کم
	تعیین مالیات منصفانه
	جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ورزش
	تخفیف و معافیت مالیاتی
	کاهش حجم تصدی‌گری دولت
	آزادسازی اقتصاد و مقررات‌زدایی
	سرمایه‌گذاری زیربنایی دولتی و خصوصی در ورزش
	تحریک عرضه و تقاضای کارآفرینی
	جذب اسپانسرهای ورزشی
	تأمین وثیقه و ضمانت بانکی برای کاهش ریسک وام به کارآفرینان
	سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مخاطره‌آمیز
	انجام‌ندادن فعالیت‌های اقتصادی توسط سیاست‌گذاران
	تدوین بانک جامع اطلاعات اقتصادی در ورزش
	تهیه اطلاعات شفاف مالی از افراد و سازمان‌ها
برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی ورزشی	
اقدامات تشویقی-ترغیبی و حمایتی	جوایز کارآفرینی
	کمک به شرکت‌های ورشکسته
	سیاست‌های مناسب تشویقی و ترغیبی دولت
	فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی
	تکریم و ارتقای جایگاه شخصیت‌های کارآفرین
	تجلیل از زنان کارآفرین
	تلاش رسانه‌ای در توسعه نگرش کارآفرینی ورزشی
	گردآوری و توسعه منابع اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی
شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی	

ادامه جدول ۶- کدگذاری راهبردهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
The Rest of the Table 6- Coding the Strategies of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز
اقدامات تشویقی-ترغیبی و حمایتی	حمایت از تولیدات داخلی ورزشی استفاده از تجربه‌های ورزشکاران حرفه‌ای استفاده از تجارب کارآفرینان دیگر خصوصی‌سازی ورزش در کشور تدوین قوانین و برنامه‌های ترویج کارآفرینی ساده‌سازی قوانین و رویه‌های اداری اتخاذ سیاست حمایتی توسط دولت درباره کارآفرینی تدوین برنامه راهبردی کارآفرینی در ورزش شایسته‌سالاری در تعیین مدیران ورزشی سیاست‌های دولتی در خرید نیازهای زیرمجموعه‌های خود از شرکت‌های کوچک
اقدامات سیاسی-قانونی و سیاست‌گذاری	مدیریت روابط بین الملل تأمین حقوق مالکیت کنترل فساد مبارزه با فساد اداری تسهیلگری قوانین و مقررات نظارت بر حسن اجرای قوانین ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری محدودیت واردات محصولات ورزشی پاسخگویی دولت
آموزش و پژوهش	آموزش نیروی انسانی ایجاد مراکز نوآوری، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد تجاری تحقیق، توسعه و نوآوری در سازمان‌های ورزشی حمایت از پژوهش‌های کاربردی در ورزش بهره‌گیری از نتایج پژوهش‌ها و طرح‌های علمی-پژوهشی ورزشی

ادامه جدول ۶- کدگذاری راهبردهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

The Rest of the Table 6- Coding the Strategies of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز
آموزش و پژوهش	گسترش مراکز پژوهش و توسعه مراکز رشد آموزش‌های ترویجی برای کارآفرینی و خوداشتغالی در ورزش مشاوره‌های تخصصی لازم برای توجیه و ارزیابی اقتصادی فعالیت‌ها
توسعه ارتباطات و فناوری	انتقال فناوری توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش کشور مدرنیزاسیون توسعه زیرساخت‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات ایجاد شبکه‌های حامی کارآفرینان توسعه شبکه‌های ارتباطی بین کارآفرینان شبکه‌سازی و خوشه‌سازی ارتباط سازمان‌های ورزشی با مراکز کارآفرینی تقویت ارتباطات زنان با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی هماهنگی و تعامل بین دستگاه‌ها

براساس نتایج ارائه‌شده در جدول شماره هفت می‌توان گفت در مجموع ۲۵ مؤلفه فرعی در قالب سه عامل اصلی به‌عنوان پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شناسایی شد.

جدول ۷- کدگذاری پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران

Table 7- Coding the Consequences of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
توسعه صادرات	ارزآوری	توسعه صادرات
افزایش گردش مالی	صرفه‌جویی در مصرف ارز	افزایش گردش مالی
ایجاد ارزش افزوده	کاهش نیاز به واردات	ایجاد ارزش افزوده
فراهم کردن قدرت انتخاب محصول از طریق	ارتقای بهره‌وری نیروی کار	فراهم کردن قدرت انتخاب محصول از طریق
تنوع برای مشتریان		تنوع برای مشتریان

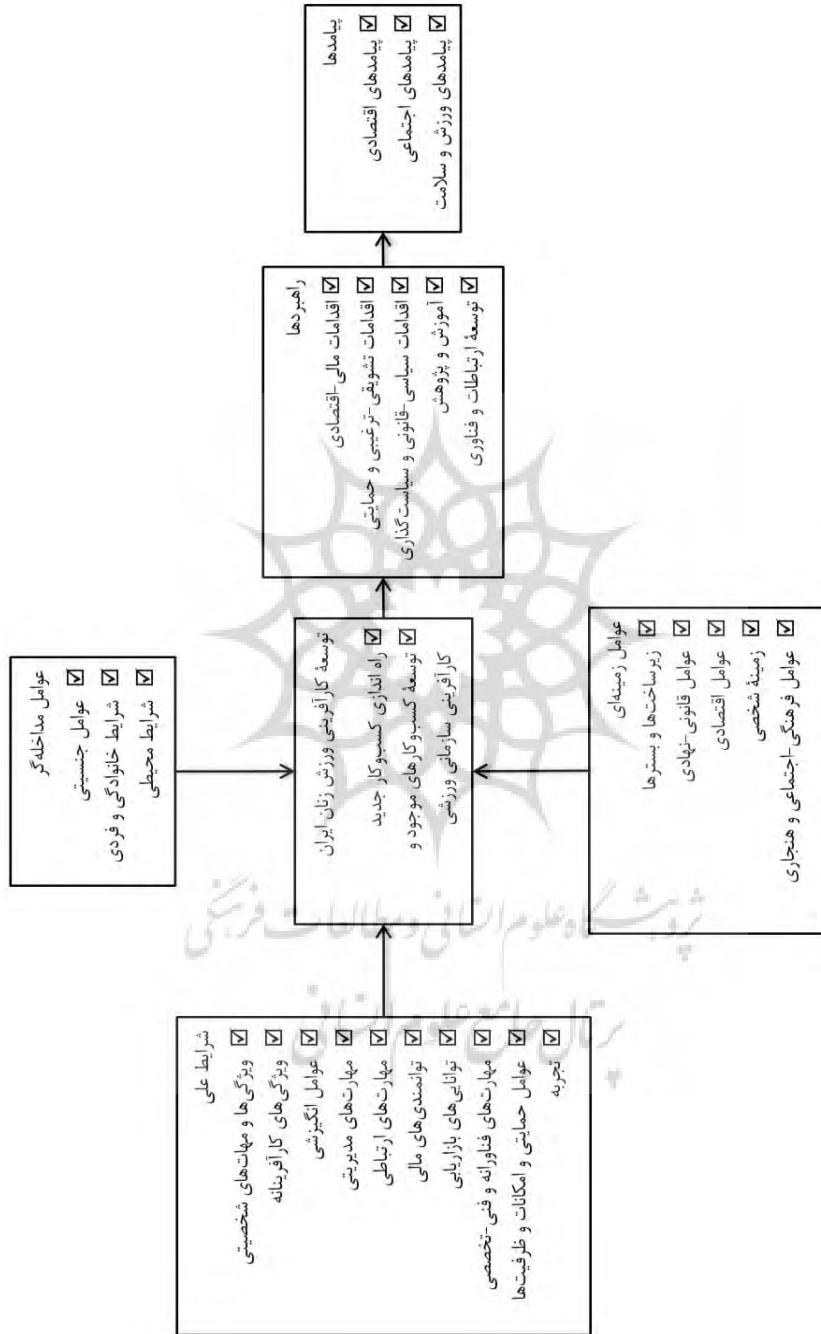
ادامه جدول ۷- کدگذاری پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
The Rest of the Table 7- Coding the Consequences of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
ارتقای سطح نوآوری افزایش حجم تولید افزایش تولید ملی	پیامدهای اقتصادی	افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد افزایش رقابت در اقتصاد و توسعه کاری بازار کاهش انحصار شرکت‌های بزرگ و تمرکز زدایی توسعه اقتصادی	پیامدهای اقتصادی
کاهش هزینه‌های درمانی افزایش سهم ورزش در سبد خانوار علاقه و اقبال عمومی به ورزش ارتقای سطح ورزش کشور در حوزه ورزش قهرمانی و همگانی توسعه سلامت	پیامدهای ورزشی و سلامتی	توزیع مناسب درآمدها زایی و کاهش بیکاری اشتغال کاهش آسیب‌های اجتماعی بهبود کیفیت زندگی کاهش فاصله طبقاتی	پیامدهای اجتماعی

براساس نتایج ارائه شده در جدول شماره هشت می‌توان گفت در مجموع ۱۱ مؤلفه فرعی در قالب دو عامل اصلی به‌عنوان ابعاد پدیده محوری (توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران) شناسایی شد. در ادامه مدل توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران ارائه شده است. در این مدل که در شکل شماره سه مشاهده می‌شود، توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران به‌عنوان سازه محوری مدنظر قرار گرفته است و شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها نیز به‌عنوان دیگر اجزای مدل لحاظ شده‌اند.

جدول ۸- کدگذاری مؤلفه‌های پدیده محوری (توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران)
Table 8- Coding of Axial Phenomenon Components (Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development)

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
نرخ رشد فعالیت‌های کارآفرینانه در کسب کارهای موجود ورود به بازارهای بین‌المللی سطح اشتغال‌زایی کسب‌وکارهای موجود سطح تولید محصولات و خدمات ورزشی موجود	توسعه کسب‌وکارهای موجود و کارآفرینی سازمانی ورزشی	اشتقاق کارآفرینانه نرخ رشد راه‌اندازی کسب‌وکار جدید سطح اشتغال‌زایی کسب‌وکارهای جدید سطح تولید محصولات و خدمات ورزشی جدید گرایش کارآفرینانه توانایی کارآفرینانه	راه‌اندازی کسب‌وکار جدید



شکل ۳- مدل پارادایمی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران
Figure 3- paradigmatic Model of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به ظرفیت‌های گسترده‌ای که صنعت ورزش دارد، نقشی چندگانه در جامعه ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که علاوه بر تأمین نشاط جامعه و ارتقای سطح سلامت می‌تواند اثرهای اقتصادی چشمگیری بر جامعه داشته باشد و موجب رونق اقتصادی کشور شود. همچنین سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش می‌تواند به افزایش سطح اشتغال منجر شود و به دنبال آن بسیاری از تبعات اجتماعی و اقتصادی ناشی از نرخ زیاد بیکاری را کاهش دهد؛ از این رو، اهمیت و جایگاه ورزش موجب شده است در سال‌های اخیر فرصت‌های جدیدی در این حوزه به کارآفرینان جامعه معرفی شود و بسیاری از کارآفرینان از این فرصت‌ها برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار و به دنبال آن پیشرفت و توسعه اقتصادی-اجتماعی بهره بگیرند؛ به بیان دیگر، کارآفرینی ورزشی از طریق توسعه کسب‌وکار، ایجاد اشتغال، بهبود سطح رفاه اجتماعی و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند نقش درخور توجهی در توسعه همه‌جانبه کشورها ایفا کند.

به‌طور کلی کارآفرینی را می‌توان فرایندی پویا در نظر گرفت که با بهره‌گیری از نیرو و انگیزه افراد مستعد در راستای خلق و اجرای ایده‌های جدید حرکت می‌کند. در چنین فضایی کارآفرینان می‌توانند به‌عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر دستیابی به آینده مطلوب جوامع مطرح شوند؛ بنابراین، کارآفرینی فرصت‌های جدیدی را برای افراد ایجاد می‌کند تا بتوانند سطح درآمد خود را بهبود بخشند، دارایی و سرمایه خود را افزایش دهند و در نهایت استاندارد زندگی خود را رشد دهند.

در حوزه مربوط به ورزش نیز کارآفرینی زمانی شکل می‌گیرد که افراد، سازمان‌ها و گروه‌ها با به‌کارگیری نوآوری‌ها به راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی اقدام کنند؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی ورزشی مشمول افرادی می‌شود که با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود و با شناسایی حوزه‌های جذاب در حوزه ورزش، با به‌کارگیری کارآمد و مؤثر منابع موجود به راه‌اندازی کسب‌وکار اقدام می‌کنند؛ یعنی افرادی که در محیط‌های ورزشی به توسعه محصولات و خدمات نوآورانه در حوزه ورزش اقدام کنند.

کارآفرینان حوزه ورزش، منابع، ایده‌ها، اطلاعات و روش‌ها را به‌منظور خلق ارزش برای گروهی از مشتریان بالقوه در عرصه ورزش به کار می‌گیرند. این کارآفرینان به دو دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول افرادی هستند که فعالانه در جست‌وجوی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش هستند و دسته دوم فعالانه به دنبال فرصت‌ها نیستند و با توجه به پیش‌زمینه ورزشی خود هنگام مواجهه با فرصت مناسب برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی، به کارآفرینی در این حوزه اقدام می‌کنند؛ به بیان دیگر، آن‌ها پذیرای فرصت‌ها هستند، اما فعالانه در جست‌وجوی آن‌ها نیستند.

کارآفرینان ورزشی که عموماً دارای پیشینه ورزشی نیز هستند، دارای ظرفیت زیادی در شناخت محصولات و خدمات مورد نیاز مشتریان در این صنعت هستند؛ چراکه علاوه بر تجربیات شخصی و شناخت صنعت، به طور مداوم در معرض اطلاعاتی قرار دارند که آن‌ها را قادر می‌سازد درک درستی از وضعیت بازار ورزش داشته باشند. این امر موجب شده است تا گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی در بین فعالان ورزشی رشد چشمگیری داشته باشد.

از سوی دیگر، با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر نیز نقش زنان از مدیریت امور خانه به فعالیت در سطوح اقتصادی-اجتماعی تغییر یافته است، می‌توان گفت توسعه همه‌جانبه کشورهای جز با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های این بخش از جامعه اتفاق نمی‌افتد؛ به طوری که یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند؛ چراکه امروزه تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرایند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، درگرو توجه به زنان به‌عنوان نیروی فعال و سازنده است؛ از این رو، با توجه به اهمیت کارآفرینی زنان و کارآفرینی ورزشی، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران طراحی و اجرا شد که در ادامه به بیان نتایج پژوهش پرداخته می‌شود.

در مدل ارائه شده در این پژوهش که در زمره مدل‌های پارادایمی قرار دارد، توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران به‌عنوان سازه محوری مدنظر قرار گرفته است و شرایط علی و عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها نیز به‌عنوان دیگر اجزای مدل لحاظ شده‌اند؛ بنابراین می‌توان گفت شرایط علی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران شامل ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصی، ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل انگیزشی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های ارتباطی، توانمندی‌های مالی، توانایی‌های بازاریابی، مهارت‌های فناورانه و فنی-تخصصی، عوامل حمایتی و امکانات و ظرفیت‌ها، و تجربه می‌شود که این شرایط به وقوع و گسترش کارآفرینی ورزشی زنان ایران منجر می‌شوند؛ به عبارت دیگر، شرایط علی شرایطی است که بر مقوله محوری اثرگذار است؛ شروطی لازم ولی ناکافی برای دستیابی به پیامدهای حاصل از به‌کارگیری راهبردهاست؛ به گونه‌ای که وجود هر یک از موارد ذکر شده می‌تواند محرک فرد در ایجاد کسب‌وکارهای ورزش شود؛ برای مثال، افرادی که در صنعت ورزش فعالیت دارند، می‌توانند به‌طور مؤثرتری به شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در این صنعت اقدام کنند و از این طریق احتمال گرایش به کارآفرینی ورزشی افزایش می‌یابد. همچنین وجود ویژگی‌های شخصیتی نظیر احساس نیاز به کارآفرینی، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی، میل به برتری، انگیزه پیشرفت، علاقه به کسب موفقیت‌های تازه و ... به ایجاد تمایل در افراد در حرکت در مسیر ایجاد کسب‌وکار منجر می‌شود. شایان ذکر است از آنجاکه بسیاری از ویژگی‌های بیان شده علاوه بر

جنبه ذاتی دارای جنبه اکتسابی نیز هستند، تمامی افراد می‌توانند با تقویت این ویژگی‌ها در درون خود در مسیر ایجاد کسب‌وکارهای ورزشی گام بردارند. مطالعات داخلی و خارجی متعددی نیز یافته‌های این بخش از پژوهش را تأیید می‌کنند؛ برای مثال، مطالعات همه و مورایس و باورس و تود^۱ (۲۰۱۶) به استقلال طلبی؛ کیرگیدو و پتریدو^۲ (۲۰۱۳) به اعتماد به نفس، رحمانیان کوشکی و زارعی (۲۰۱۸) و پروین و جینرونگ و رحمان^۳ (۲۰۱۲) به حمایت‌های خانواده و حسین و ناصر و زمان و ناسیبه^۴ (۲۰۰۹) به انگیزه و نیر و پندی^۵ (۲۰۰۶) به تجربه قبلی به عنوان عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان اشاره کرده‌اند.

همان‌گونه که اشاره شد، یکی دیگر از ابعاد مدل پژوهش، عوامل زمینه‌ای شامل زیرساخت‌ها و بسترها، عوامل قانونی-نهادی، عوامل اقتصادی، زمینه شخصی و عوامل فرهنگی-اجتماعی و هنجاری است که این عوامل در بردارنده شرایط ویژه‌ای هستند که بر توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران تأثیر می‌گذارند؛ به بیان دیگر، طبق مدل پارادایمی تا زمینه وجود نداشته باشد، راهبردها آن‌طور که باید و شاید به نتیجه نمی‌رسند؛ یعنی در شرایط زمینه‌ای مناسب همچون وجود زیرساخت‌ها و بسترهای مناسب کارآفرینی، محیط مناسب برای کسب‌وکار، حمایت‌ها و پشتیبانی‌های دولتی و عمومی، محیط نهادی مناسب و ...، فعالیت‌های کارآفرینانه به‌طور مؤثرتری امکان وقوع می‌یابند و در صورت وقوع، احتمال دستیابی به موفقیت تا حد چشمگیری افزایش می‌یابد. نتایج این بخش با نتایج مطالعات حسین (۲۰۰۹) و پروین و جینرونگ و رحمان (۲۰۱۲) که به ترتیب به عوامل اقتصادی و زیرساخت‌های کسب‌وکار اشاره کرده‌اند، هم‌راستاست.

عوامل مداخله‌گر بخش دیگری از مدل پژوهش هستند که شامل عوامل جنسیتی، شرایط خانوادگی، شرایط فردی و شرایط محیطی می‌شوند. این عوامل در راستای تسهیل یا محدودیت تأثیر شرایط علی بر توسعه کارآفرینی ورزش زنان عمل می‌کنند و در واقع شرایطی عمومی هستند که راهبردها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ بنابراین می‌توان گفت عواملی همچون باورهای جنسیتی، برابری جنسیتی، باورهای عمومی به توانایی زنان و ... می‌توانند تأثیر شرایط علی همچون ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل انگیزشی و ... را بر توسعه کارآفرینی ورزش زنان تحت تأثیر قرار دهند. نتایج این بخش در مطالعات مختلفی همچون مطالعات ماتيو (۲۰۱۰) و سرفراز و فقیهی و مجد (۲۰۱۴) که به مقوله برابری جنسیتی اشاره کرده‌اند، تأیید می‌شود.

-
1. Hemme& Morais& Bowers & Todd
 2. Kyrgidou & Petridou
 3. Parvin & Jinrong & Rahman
 4. Hossain& Naser& Zaman & Nuseibeh
 5. Nair & Pandey

راهبردها بخش دیگری از مدل طراحی شده هستند که خروجی حاصل از به کارگیری راهبردها و شامل اقدامات مالی-اقتصادی، اقدامات تشویقی-ترغیبی، سیاست گذاری، اقدامات سیاسی-قانونی، آموزش و پژوهش، توسعه فناوری، توسعه ارتباطات و پشتیبانی و حمایت می شوند؛ به طوری که افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع گوناگون هر یک به سهم خود با اتخاذ این راهبردها می‌توانند در مسیر توسعه کارآفرینی ورزشی زنان ایران گامی مؤثر بردارند؛ به بیان دیگر، توسعه کارآفرینی ورزشی زنان از مسیر راهبردها می‌تواند به پیامدهای ارزشمند متعددی منجر شود که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

همان‌گونه که اشاره شد، پیامدهای توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران که شامل پیامدهای اقتصادی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای ورزش و سلامت است، آخرین بخش از مدل پژوهش است که نشان‌دهنده نتایجی است که در اثر راهبردها پدیدار می‌شوند؛ یعنی اتخاذ راهبردهای بیان شده در زمینه توسعه کارآفرینی ورزشی زنان می‌تواند موجب رشد اقتصادی، ایجاد آثار مثبت اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی و نیز ارتقای سطح سلامت و توسعه ورزش کشور در سطوح ورزش حرفه‌ای و ورزش همگانی شود.

در پایان لازم است ذکر شود که نتایج ارائه شده در دو بخش ذکر شده در بالا با مطالعات گوناگونی همچون مطالعه کانگوانساپافان و لیهاوثابام^۱ (۲۰۱۶) مبنی بر ایجاد امکان دسترسی به نهادهای مالی و مطالعه ماتيو (۲۰۱۰) مبنی بر ضرورت دریافت مالیات منصفانه به عنوان راهبردهای اقتصادی و مطالعات ماتيو (۲۰۱۰)، پروین (۲۰۱۲) و رضایی میرقائد و زارع مهرجردی (۲۰۱۵) مبنی بر اتخاذ سیاست حمایتی توسط دولت درباره کارآفرینی به عنوان یک راهبرد سیاست گذاری همسوست.

References

1. Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
2. Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
3. Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: A review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65.
4. Carter, S. L., & Shaw, E. (2006). *Women's business ownership: Recent research and policy developments*. London: Report to the Small Business Service.
5. Chatterjee, C., & Ramu, S. (2018). Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship. *IIMB Management Review*, 30(1), 62-72.

1. Kungwansupaphan & Leihaothabam

6. Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J., & Kou, G. (2015). IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity. *Information & Management*, 52(6), 643-57.
7. Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Mekongcho, T. M. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271-80.
8. Davari, A., Ramezanpor Nargesi, G., Afrasiabi, R., & Davari, E. (2018). Effect of entrepreneurship and business environment policies on entrepreneurship development. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(2), 321-39. (in Persian).
9. De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585-93.
10. De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-39.
11. De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2013). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-60.
12. Global Entrepreneurship monitor (2015)
13. Gholami, N., Aghaei, N., Mohammad Kazemi, R., & Saffari, M. (2019). Value Proposition to the Customer in Sport Business Model. *Sport Management Studies*, 10(53), 83-98. (in Persian).
14. Goudarzi, M., Jalali Farahani, M., Rajabi, H., & Hamidi, M. (2017). The design and codification of development model of entrepreneurial skills for students of sport management in Iran. *New Trends in Sport Management*, 5(18), 9-21. (in Persian).
15. Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision*, 56(1), 219-32.
16. Hancioğlu, Y., Doğan, Ü. B., & Yıldırım, Ş. S. (2014). Relationship between uncertainty avoidance culture, entrepreneurial activity and economic development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 908-16.
17. Hanohov, R., & Baldacchino, L. (2018). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 333-58.
18. Hasan, F. S., & Almubarak, M. M. S. (2016). Factors influencing women entrepreneurs' performance in SMEs. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 82-101.
19. Hemme, F., Morais, D. G., Bowers, M. T., & Todd, J. S. (2017). Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry. *Sport management review*, 20(1), 92-104.
20. Hossain, A., Naser, K., Zaman, A., & Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries: Evidence from Bangladesh. *International journal of organizational analysis*, 17(3), 202-24.
21. Huang, K. H., Mas-Tur, A., & Yu, T. H. K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 487-97.

22. Johnson, R. B. (1997). Examining the validity structure of qualitative research. *Education*, 118(2), 282.
23. Kazemi, A., & Moghimi, B. (2018). Analysis of barriers of improving women's entrepreneurship in Iran using analytic hierarchy process. *Woman and Society*, 9(34), 249-74. (in Persian).
24. Kelley, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A., & Kew, P. (2015). *Global entrepreneurship monitor special report: Women's entrepreneurship*. Babson Park, MA: Global Entrepreneurship Research Association.
25. Kungwansupaphan, C., & Leihaothabam, J.K. (2019). Gender in Management : An International Journal Capital factors and rural women entrepreneurship development : A perspective of Manipur state , India.
26. Kyrgidou, L. P., & Petridou, E. (2013). Developing women entrepreneurs' knowledge, skills and attitudes through e-mentoring support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.20(3), 548-66.
27. Mandalizadeh, Z., Ehsani, M., Kozechian, H., & Honari, H. (2015). The environmental factor affecting on sport entrepreneurship. *Sport Management Studies*, 7(29), 99-116. (in Persian).
28. Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 163-81.
29. Mavaddati, M., Torabi, T., Memaenejad, A., & mahmodzadeh, M. (2018). Formal and informal institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth by GMM method. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(3), 521-39. (in Persian).
30. Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *European Journal of Development Research*, 22 (3), 277-93.
31. Mirzaeian Vanab, Z., Mehdi Pour, A. R., & Azmsha, T. (2017). Providing model entrepreneurship on achieving competitive advantage: The Board Sport Khuzestan. *Sport Management Studies*, 9(45), 175-90. (in Persian).
32. Modarresi, M., Arasti, Z., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2017). Growth barriers of women-owned home-based businesses in Iran: an exploratory study. *Gender in Management: An International Journal*, 32(4), 244-67.
33. Nair, K. R. G., & Pandey, A. (2006). Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, 15(1), 47-61.
34. Nasirzadeh, A. A., Farahani, A., & Vatan Doust, M. (2018). Investigating and Analyzing effective factors on entrepreneurship of iranian physical education graduates. *Sport Management Studies*, 10(47), 131-52. (in Persian).
35. Nowrozi, N., & Masum, M. (2018). Designing the model of effective factors on export performance of sport equipment manufacturing. *Sport Management Studies*, 10(51), 141-64. (in Persian).
36. Parvin, L., Jinrong, J., & Rahman, M. W. (2012). Women entrepreneurship development in Bangladesh: What are the challenges ahead?. *African Journal of Business Management*, 6(11), 3862-71.

37. Quagraine, F. A., Opoku Mensah, A., & Adom, A. Y. (2018). Christian entrepreneurial activities and micro women entrepreneurship development: Church embeddedness in action. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(5), 657-76.
38. Rahmanian Koshkaki, M., zare, Y. (2018). Analysis of Individual and Social Constructions Affecting the Development of Rural Entrepreneurship with an Emphasis on the Agriculture Sector in Kamfiruz District of Marvdasht County. *Journal of Rural Research*, 9(2), 292-307. (in Persian).
39. Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57-69.
40. Reed, R., Storrud-Barnes, S., & Jessup, L. (2012). How open innovation affects the drivers of competitive advantage: Trading the benefits of IP creation and ownership for free invention. *Management Decision*, 50(1), 58-73.
41. Revell-Love, C., & Revell-Love, T. (2016). Competencies of women entrepreneurs utilizing information marketing businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 831-53.
42. Revenga, A., & Shetty, S. (2012). Empowering Women Is Smart Economics- Closing gender gaps benefits countries as a whole, not just women and girls. *Finance and Development-English Edition*, 49(1), 40-3.
43. Rezaei, M., Zare, M. (2016). Investigating the effects of direct payment support policy and government credits on entrepreneurship development of greenhouse units. *Agricultural Economics Research*, 7(28), 143-56. (in Persian).
44. Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
45. Safari Jafarloo, H. R., Ghorbani, M. H., & Zareiyan, H. (2018). Modeling the effect of spiritual intelligence and attitude toward entrepreneurship on entrepreneurial intention among students of sport sciences. *Sport Management Studies*, 9(46), 213-30. (in Persian).
46. Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 6,1-11.
47. Saiz-Alvarez, J. M., Martínez, A. C., & Martínez, C. C. A. (2014). An entrepreneurial well-being model based on GEM data for Spain. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 2(5), 38-47.
48. Sakhteh, S., & Karimi, A. (2019). Factors influence on open innovation in digital entrepreneurship1. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(4), 719-37. (in Persian).
49. Sepahvand, R., & Moghoyi Nezhad, M. (2017). The impact of human resources management high performance on organizational entrepreneurship with the mediating role of organizational citizenship behavior. *Management Studies in Development and Evolution*, 26(84), 53-72. (in Persian).
50. Shir, N. (2015). Entrepreneurial well-being: The payoff structure of business creation (Doctoral dissertation). Stockholm School of Economics, Sweden, Stockholm.

51. Shir, N., Nikolaev, B. N., & Wincent, J. (2018). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 1-17.
52. Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290-322.
53. Varkianipour, N., Hosseini, S. M., Samiee, R., & Shrafi, M. (2019). Providing the entrepreneurship development model women with a sustainable rural development approach in Gulistan-e Jauhar. *Researches in Geographical Sciences*, 19(54), 147-66. (in Persian).
54. Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 359-81.
55. Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. D., & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-88.
56. Wood, M. S., Bylund, P., & Bradley, S. (2016). The influence of tax and regulatory policies on entrepreneurs' opportunity evaluation decisions. *Management Decision*, 54(5), 1160-82.
57. Yaghoubi Farani, A., Soleymani, A., & Movahedi, R. (2015). Analysis of factors affecting rural women's entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4), 7-42. (in Persian).

استناد به مقاله

خیاط، بهناز، محمدیان، فریبا، و ماجدی، نیما. (۱۳۹۹). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲(۶۲)، ۶۴-۱۳۵. شناسه دیجیتال: 10.22089/SMRJ.2020.7811.2724

Khayyat, B., Mohamadian, F., & Majedi, N. (2020). Presentation of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development Model. *Sport Management Studies*, 12(62), 135-64. (in Persian). DOI: 10.22089/SMRJ.2020.7811.2724.

Presentation of Iranian Women's Sport Entrepreneurship Development Model

B. Khayyat¹, F. Mohamadian², N. Majedi³

1. Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Management and Accounting, Qazvin Islamic Azad University
2. Assistant Professor of Sport Management, Faculty of Management and Accounting, Qazvin Islamic Azad University (Corresponding Author)
3. Assistant Professor of Sport Management, Faculty of Management and Accounting, Qazvin Islamic Azad University

Received: 2019/09/21

Accepted: 2020/03/11

Abstract

The purpose of this study is presentation of Iranian women's sport entrepreneurship development model. This research is based on the interpretive-constructive paradigm and in terms of the nature is an exploratory-fundamental research that has been done using qualitative approach and grounded theory. Target population of this study consists of academic experts, scholars in the fields of entrepreneurship (especially women entrepreneurship and sports entrepreneurship), economics, sport management as well as managers and owners of sports businesses as well as women entrepreneurs in different fields that 21 of them were selected as the sample members using purposive sampling method. In this research, two methods of library (browse books, articles, dissertations, official documents and reports, etc.) And field methods (interviews with sample members) have been used for data collection. Finally, data analysis has been done based on grounded theory, in three steps including open coding, axial coding and selective coding or theorizing, using ATLAS.ti software. Research findings lead to identifying causal conditions (including personality traits, entrepreneurial traits, motivational factors, managerial skills, personal skills, communication skills, financial abilities, technological abilities, marketing abilities, athletic abilities, perceptual skills, technical and specialized skills, facilities and capacities, supporting factors, experience, and family characteristics), contextual factors (including infrastructures and contexts, legal factors, economic factors, environmental factors, supportive factors, normative factors, personal context, cultural-social factors, and institutional factors), intervening factors (including gender, family conditions, individual circumstances, and environmental conditions), strategies (including financial-economic measures, incentives measures, policy-making, legal-policy measures, education and research, technology development, communication development and support), and the implications for the development of women's entrepreneurship in Iran (including economic consequences, social consequences, and consequences of sport and health).

Keywords: Entrepreneurship Development, Women Entrepreneurship, Sport Entrepreneurship.

1. Email: khayyat.behnaz@gmail.com

2. Email: faribamohamadian47@gmail.com

3. Email: nima_majedi@yahoo.com