

مدلسازی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی

رقیه سرلاب*^۱ - محسن صادقی^۲ - مریم فرید فتحی^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. ۲. دانشجوی دکتری

مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. ۳. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده

تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۹، تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵)

چکیده

در این پژوهش به مدلسازی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی پرداخته شد. جامعه تحقیق استادان مدیریت ورزشی و متخصص در حوزه بازاریابی و کسب‌وکار ورزشی، افراد متخصص و خبره در امر کسب‌وکار ورزشی بانوان، مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان و ادارات ورزشی، مسئولان کمیته بازاریابی باشگاه‌های ورزشی استان و بانوان فعال در حوزه کسب‌وکار ورزشی استان بودند که از بین آنها نمونه‌گیری با روش نظری و گلوله‌برفی تا اشباع نظری ادامه یافت و با ۱۷ نفر اشباع نظری حاصل شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. برای دستیابی به اعتبار پژوهش ترکیبی از معیارهای درگیری پیوسته و طولانی‌مدت محققان، مشاهده مداوم، بازبینی همکاران، ذهنیت پیش‌رونده، مشارکت شرکت‌کنندگان و استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه مورد توجه محققان قرار گرفت. همچنین به منظور بررسی پایایی پژوهش، از روش توافق دو کدگذار و کدگذاری پژوهشگر در فاصله زمانی مشخص استفاده شد. نتایج نشان داد عوامل اجتماعی، عوامل اعتقادی و عوامل مالی و درآمدی به‌عنوان عوامل علی، عوامل مدیریتی، امکانات و تجهیزات، میزان دانش و عوامل فرهنگی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای، مسائل مالی، مسائل اجتماعی، مسائل فرهنگی، عوامل انگیزشی و عوامل بازدارنده به‌عنوان شرایط مداخله‌گر شناسایی شدند. همچنین راهبردهای فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی به‌عنوان عوامل راهبردی و افزایش نشاط، افزایش سلامتی، توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی به‌عنوان پیامدها شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی

اشتغال، بانوان کسب‌وکار ورزشی، کارآفرینی.

مقدمه

امروزه صنعت ورزش به‌عنوان عاملی مؤثر در رشد و توسعه ابعاد اجتماعی و اقتصادی با تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم نقش مهمی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند؛ به‌طوری‌که از بزرگ‌ترین صنایع درآمدزا در سده بیست‌ویکم به‌شمار می‌آید (۱). این صنعت ریشه‌های خود را به‌سرعت در تمام گستره دنیا دواند تا میلیاردها انسان به طریقی از آن بهره‌مند شوند. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری، در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی دارد (۲). همچنین عامل دیگری که در کنار ورزش برای پیشرفت و رشد اقتصادی کشورها اهمیت بسیاری دارد، خلاقیت و نوآوری است. از این‌رو تمامی کشورها در تلاش‌اند تا با تمام ظرفیت خود در جهت تقویت روحیه کارآفرینی افراد جامعه گام بردارند. به اذعان محققان، نیروی پیش‌برنده اقتصاد نوین دنیا در ده سال گذشته و در آینده، کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را همه‌ساله با ایجاد هزاران کسب‌وکار جدید مرتفع می‌کند (۳). در شرایط پرتغییر کسب‌وکار جهانی، همواره کشف فرصت‌ها و ایجاد نوآوری و مزیت رقابتی متناسب با فرصت‌های موجود بر کانون کسب‌وکارهای ورزشی نیز اثرگذار بوده است. همچنان‌که رقابت جهانی در این حوزه افزایش می‌یابد، کارآفرینان ورزشی نیز می‌بایست تلاش خود را به‌منظور کشف فرصت‌ها و حصول مزایای رقابتی بیشتر به‌کار گیرند (۴). شایان توجه است که ورزش یک پدیده اجتماعی و اقتصادی در حال رشد است که به ابعاد و توابع مختلف در جامعه می‌پردازد (۵).

زنان حدود نیمی از کل جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند (۶) و پرورش‌دهندگان نسل‌های آینده هستند. آنها منبع انسانی مهمی در توسعه اجتماعی، فرهنگی و علمی یک کشورند. بنابراین باید بر پیشرفت شغلی آنها

تمرکز کرد (۷). در سال‌های اخیر، جهان شاهد یک پدیده اجتماعی-اقتصادی بدیع به نام مشارکت زنان در بازار کار بوده است (۸). اشتغال زنان نقش کلیدی در توسعه کشورها ایفا می‌کند (۹). بر اساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، استفاده بهینه از نیروی کار جهانی زنان می‌تواند موجب افزایش رشد اقتصادی، کاهش فقر، ارتقای سلامت اجتماعی و تضمین توسعه پایدار در همه کشورها شود (۱۰). با این حال، در بسیاری از کشورها، زنان با تبعیض‌های اجتماعی و اقتصادی مواجه‌اند که موجب می‌شود به بازار دسترسی نداشته باشند و به حداکثر توانایی دست یابند. سطح تبعیضی که زنان با آن مواجه‌اند، به‌طور معمول در کشورهای مختلف متفاوت است، اما در همه کشورها وجود دارد (۱۱).

زنان با عرضه نیروی بالقوه کار خود می‌توانند نقش مؤثری در توسعه اقتصادی ایفا کنند (۱۲). زنان نقش کلیدی در رشد و توسعه سازمان‌ها ایفا می‌کنند. نگاهی به نرخ رشد نیروی کار زنان و توسعه و گسترش سازمان‌های امروزی نیز این امر را به اثبات می‌رساند (۱۳). در این مورد رعایت حقوق زنان از موضوعات مهم مورد توجه جامعه جهانی است. بدیهی است زنان همانند مردان از منابع با ارزش جامعه به‌شمار می‌روند و کنار آنان نقش عمده‌ای در توسعه پایدار دارند. تحول نقش زن و افزایش مشارکت وی در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی، یکی از شاخص‌های توسعه کشورها به‌شمار می‌رود (۱۴). علی‌رغم پی بردن به نقش حیاتی زنان در توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها، در بسیاری از جوامع، زنان با تبعیض‌های اجتماعی و اقتصادی روبه‌رو هستند که همین مسئله، آنها را از دسترسی درست و دقیق به بازار کار و دستیابی به حداکثر توان بالقوه محروم می‌سازد (۱۵، ۱۶). زنان تقریباً نیمی از افراد هر جامعه را تشکیل می‌دهند و پرورش‌دهندگان نسل‌های آینده محسوب می‌شوند. آنها منبع انسانی بالقوه

برنامه‌ای فراگیر و کل‌نگر برای پرورش نیروی انسانی متخصص و موارد مشابه آن موجب بحران در زمینه اشتغال در آینده کشورمان شده است (۱۸). مباحث اساسی در خصوص راهکارهای مختلف برای برطرف کردن بحران اشتغال و تسریع فرایند رشد و توسعه پایدار و رفاه اقتصادی مطرح می‌شود (۱۹). ایجاد کسب و کارهای جدید، فرصت تولید ثروت بیشتر را فراهم می‌کند. همچنین بالا بردن مشارکت در ایجاد کسب و کارها، تعداد افرادی که به‌طور مستقیم در کارآفرینی درگیرند، افزایش داده و تلاش‌های کارآفرینانه را نیز ارتقا می‌دهد. از این رو مشخص کردن عوامل مهم ایجاد کسب و کارها (مثل تجربه قبلی صاحبان کسب و کارهایی که در زمینه ورزش کار کرده‌اند) می‌تواند قبل از ایجاد آنها، به شروع‌کنندگان شناخت خوبی دهد و آنها را در جهت موفقیت و حمایت در ایجاد، کمک کند (۱۹).

در گذشته تحقیقات متعددی در کشورهای مختلف در زمینه کسب و کار بانوان انجام گرفته است. به‌طور مثال پرابهو^۱ (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان داد که زنان جمهوری چک دارای ظرفیت‌های بالا برای کسب موفقیت در کسب و کارهای کوچک و متوسط هستند و تنها چیزی که نیاز دارند حمایت از طرف دولت و سرمایه‌گذارهاست (۱۲). خیتال^۲ و همکاران (۲۰۲۰) مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کسب و کار زنان اماراتی را مرتبط با نقش‌های رهبری می‌دانند (۲۰). چادوری و پاکیبوت^۳ (۲۰۲۱) موفقیت بیشتر کسب و کار بانوان عمانی در بستر رسانه‌های اجتماعی را نشان دادند (۲۱). خالد^۴ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی مشکلات ورود زنان پاکستانی به کسب و کار پرداختند و نشان دادند که عواملی مانند دسترسی کم به منابع مالی، عدم حمایت خانواده، ساختار اجتماعی نامطلوب، مسائل

مهمی در توسعه علمی، اجتماعی و فرهنگی کشورند، از این رو توجه ویژه به مسیر پیشرفت شغلی آنها ضرورت دارد. عمده اشتغال زنان معطوف به مشاغلی با پایگاه اجتماعی نه‌چندان مطلوب و درآمد ناچیز است. مشاغل دیگری که نیازمند تخصص و تحصیلات هستند، در صورتی به زنان تفویض می‌شود که در شرایط برابر، مردان طالب و خواهان آن پست‌ها نباشند (۱۴). این در شرایطی است که امروزه زنان زیادی در جهان به طرق مختلف در کسب و کارهای ورزشی اشتغال دارند. گروهی ورزشکار حرفه‌ای‌اند و گروهی دیگر در حوزه ورزش‌های همگانی مشغول هستند و در کسب و کارهای مرتبط با سلامت فعالیت دارند و بخش دیگری از زنان در حیطه تولید تجهیزات و لوازم ورزشی مخصوص زنان فعالیت دارند، ولی در داخل کشور با وجود نیروی انسانی متخصص و زبده، کسب و کارهای ورزشی بانوان آن‌طور که باید مورد توجه قرار گرفته نشده است (۱۷).

همچنین با گسترش خصوصی‌سازی در همه سازمان‌ها و ابعاد کشور، سازمان‌ها باید اتکای خود را به بودجه دولتی کاهش دهند. سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنا نبوده و باید به دنبال راهکارهای درآمدزایی باشند (۳). در کشور ما در شرایط فعلی، به دلایل متعدد مانند بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و از دیگر سو، خیل تازه‌واردان به عرصه کار، بیکاری به یک معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است و همچنین گسترش بی‌رویه دانش‌آموختگان در سال‌های اخیر از یک سمت و فقدان توانایی بازار کار در جذب آنها از سوی دیگر، مشکلات عدیده‌ای را برای فارغ‌التحصیلان به‌همراه داشته است (۳). مسائلی همچون افزایش جمعیت، افزایش شمار دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و نبود

3. Chaudhry & Paquibut
4. Khalid

1. Prabhu
2. Khayyal

آموزشی، دسترسی نداشتن به شبکه بازار، دانش فنی پایین، مسائل امنیتی و مشارکت کم زنان در فعالیتهای اقتصادی مهم‌ترین موانع ورود زنان پاکستانی به کسب‌وکار اقتصادی هستند (۱۵). همچنین اسلام^۱ (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان داد که سیاستگذاران باید بر چارچوب نظارتی، آموزش کارآفرینی، مشارکت همسر در کسب‌وکار زنان و نقش انجمن‌های تجاری زنان در تدوین سیاست افزایش توانمندسازی زنان برای توسعه پایدار بنگلادش تأکید کنند (۲۲).

با وجود تحقیقات گسترده در کشورهای مختلف که در بالا اشاره شد، در حال حاضر در داخل کشور تحقیقات اندکی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان را بررسی کرده‌اند. درحالی‌که زنان منبع انسانی بالقوه مهمی در توسعه علمی، اجتماعی و فرهنگی کشورند، از این‌رو توجه ویژه به مسیر پیشرفت شغلی آنها ضرورت دارد (۱۵). از طرفی بررسی‌های دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نشان می‌دهد کمبود بودجه و عدم تخصیص مناسب آن و همچنین مسائل و مشکلات فرهنگی از بزرگ‌ترین موانع برای توسعه و گسترش ورزش بانوان هستند، درحالی‌که جای ورزش بانوان به‌طور خاص در سند چشم‌انداز و سیاست‌های آینده کشور مانند برنامه پنجم توسعه نیز خالی است (۲۳). از سوی دیگر افزایش فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، تنوع نیازهای امروزی و مناسب نبودن وضعیت کسب‌وکارهای امروزی موجب شده که خیلی از علاقه‌مندان این حوزه توان ورود به این بخش را نداشته باشند و حتی صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی به دلایلی متعدد مانند تورم و رکود اقتصادی داوطلبانه از محیط رقابتی خارج می‌شوند. با این حال افرادی نیز هستند که استواری خود را با کسب موفقیت در محیط امروزی به نمایش می‌گذارند. ورزش و فعالیتهای بدنی علاوه بر

سلامت روحی و جسمانی، بر روی شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز تأثیر فراوانی دارد. زنان منبع انسانی بالقوه مهمی در توسعه علمی، اجتماعی و فرهنگی کشورند، از این‌رو توجه ویژه به مسیر پیشرفت شغلی آنها ضرورت دارد. در دنیای کسب‌وکار ورزشی علاوه بر علل و عواملی که بر موفقیت و توسعه صاحبان آن کسب‌وکارها اثرگذار است، مدل‌های توسعه کسب‌وکارها برای نشان دادن یک الگوی شغلی مؤثر و کارآمد نقش مهمی را ایفا می‌کنند، به همین سبب هدف از این تحقیق تحلیل عواملی بود که بر روی توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی مؤثر است. بنابراین سؤال تحقیق حاضر این است که مدل توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی به چه صورت است؟ امید است نتایج پژوهش حاضر به توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان این استان کمک شایانی کند.

روش‌شناسی

با توجه به موضوع و اهداف تحقیق، روش انجام پژوهش از نوع کیفی است و به‌صورت میدانی انجام گرفت و به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. فرایند پژوهش بر اساس مدل پیاز است که با توجه به نوع روش تحقیق (کیفی)، از نوع نظریه داده‌بنیاد است که در قالب مصاحبه و تحلیل محتوایی و ساختاری مصاحبه‌ها با روش استراوس و کوربین انجام شد. در لایه چهارم، انتخاب پژوهش از نوع کیفی است و بازه زمانی این پژوهش از زمستان ۱۳۹۹ تا تابستان ۱۴۰۰ است. با توجه به هدف پژوهش و به‌منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز، از بین استادان مدیریت ورزشی و متخصص در حوزه بازاریابی و کسب‌وکار ورزشی، افراد متخصص و خبره در امر کسب‌وکار ورزشی بانوان، مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان و ادارات

پژوهش حاضر به منظور حفظ ذهنیت پیش‌رونده، پژوهشگران بر سازه‌های تدوین‌شده خود نظارت داشته و فرایند تغییر از آغاز مطالعه تا پایان آن را مستند ساختند. نگهداری بازخوردهای ارائه‌شده از جانب ناظران اجرایی طرح و سایر متخصصان همکار، شیوه‌ای برای نشان دادن توجه به این معیار است. همچنین در معیار مشارکت شرکت‌کنندگان، یافته‌های به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌های گردآوری‌شده باید مورد تأیید شرکت‌کنندگان در پژوهش قرار گیرد. این روش، عمده‌ترین و متداول‌ترین روش در تعیین اعتبار و اعتماد در روش نظریه داده‌بنیاد است. در این پژوهش نیز سعی شده تا حد امکان یافته‌ها و نتایج استخراجی در خصوص الگوی طراحی‌شده در اختیار صاحب‌ه‌شوندگان نمونه پژوهش قرار گیرد و نظرات و بازخوردهای آنها مورد توجه قرار گرفته شد. در نهایت در این کار پژوهشی به‌منظور رعایت اصل استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه، از منابع مختلف برای گردآوری داده‌ها از جمله مصاحبه، تحلیل اسناد و تحقیقات میدانی استفاده شده است.

به‌منظور بررسی پایایی پژوهش، از روش توافق دو کدگذار (شاخص تکرارپذیری) و کدگذاری پژوهشگر در یک فاصله زمانی مشخص (شاخص ثبات) استفاده شد؛ بدین‌شکل که پنج مصاحبه توسط یک پژوهشگر دیگر کدگذاری شدند و نتایج کدگذاری مقایسه شد، نتایج حاکی از تشابه قطعی بیش از ۷۵ درصد کدگذاری در هر مرحله بود؛ بنابراین پایایی کدگذاری تأیید شد. همچنین سه تن از متخصصان آشنا با نظریه داده‌بنیاد بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم‌سازی، استخراج مقولات و تدوین نظریه نظارت داشتند. پس از مصاحبه، تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از روش استقرایی منطقی صورت گرفت. بدین‌شکل که پس از اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها، نظرهای مختلف در گروه‌های مفهومی یکسان‌سازی و کدگذاری و طبقه‌بندی

ورزشی، مسئولان کمیته بازاریابی باشگاه‌های ورزشی استان، بانوان فعال در حوزه کسب و کار ورزشی استان به تعداد ۱۷ نفر به‌صورت نظری و سپس به روش گلوله‌برفی به‌عنوان نمونه انتخاب شد و مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. تمامی مکالمات روی نوار صوتی ضبط و سپس بلافاصله کلمه به کلمه روی کاغذ پیاده و تجزیه و تحلیل شد. کسب اجازه ضبط مصاحبه‌ها، رضایت آگاهانه، حفظ گمنامی، محرمانه بودن اطلاعات و تعهدات اخلاقی در همه مصاحبه‌ها مدنظر بود. در پژوهش حاضر برای دستیابی به اعتبار پژوهش ترکیبی از معیارهای درگیری پیوسته و طولانی‌مدت محققان، مشاهده مداوم، بازبینی (کنترل) همکاران، ذهنیت پیش‌رونده، مشارکت شرکت‌کنندگان و استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه مورد توجه محققان قرار گرفت. اگرچه معیار روشن و واضحی برای مدت زمان درگیری پژوهشگر با فرایند گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش در تحقیقات کیفی وجود ندارد، زمانی که پژوهشگر در نظریه داده بنیاد احساس کند که کدها و مفاهیم به جای اینکه گسترش یابند، تکرار می‌شوند، ممکن است زمان مناسبی برای پایان دادن به مطالعه باشد. در نظر گرفتن شاخص اشباع نظری و عمل کردن طبق آن، معیار مناسب دیگری است که در این پژوهش با استفاده از این شاخص به فرایند جمع‌آوری داده‌ها پایان داده شد. همچنین در تحقیق حاضر کوشش شده است که معیار مشاهده مداوم محقق شود و مستندسازی و یادداشت‌برداری از فرایندهای کدگذاری در مراحل مختلف نظریه داده‌بنیاد، شواهدی بر این مدعاست. ماهیت این نوع پژوهش که برگرفته از طرح پژوهشی است، این مرحله را ایجاب می‌کند. ارائه مرحله به مرحله تحلیل داده‌ها و تفسیر یافته‌ها به مسئول اجرایی و ناظر علمی و تخصصی پژوهش طرح و در نظر گرفتن نکات و بازخوردهای آنها در این طرح، تلاشی در جهت نشان دادن توجه به این معیار است. در

هم در ارتباط قرار گرفتند. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آنها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. مرحله سوم، کدبندی نظری است. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آنها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. بعد از کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌ها، مدل نهایی پژوهش بر اساس مدل پیشنهاد شده کوربین و استراوس (۲۰۰۸) (عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) طراحی و تدوین شد. در ادامه هر یک از مقوله‌ها ارائه شده است.

شد و سپس به صورت کیفی تحلیل شدند. در این روش، متن مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا به کوچک‌ترین واحدهای تشکیل‌دهنده و معنادار (تم یا درون‌مایه) شکسته شوند. سپس این کلمات، با هدف یافتن مرکزیتی در بین آنها، مرور و بر همین اساس مقوله‌بندی شدند. حرکات قیاسی و استقرایی بین متون اولیه و مقولات نهایی چندین بار تکرار شد تا در نهایت، ثبات قابل قبول مشترک بین پژوهشگران درباره آنچه داده‌ها می‌گویند حاصل شود. برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های عمیق، باز و نیمه‌ساختاریافته استفاده شد.

یافته‌ها

عوامل علی
عوامل علی، مقوله‌های مربوط به شرایطی هستند که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند. در این تحقیق عوامل علی عبارت‌اند از: عوامل اجتماعی، عوامل اعتقادی و عوامل مالی و درآمدی.

نخستین مرحله در ساخت نظریه زمینه‌ای کدبندی باز است. در این قسمت نکات کلیدی مصاحبه‌ها براساس حاشیه‌نویسی بر متون مصاحبه تعیین شده است، ارائه شده است. مرحله دوم کدبندی داده‌ها به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با

جدول ۱. عوامل علی

مقوله	مفهوم	اولیه
	سبک زندگی	تغییر سبک زندگی کاهش تحرک بدنی در جامعه نیاز جامعه به سبک زندگی پرتحرک
	جمعیت‌شناختی	افزایش چشمگیر بانوان در ورزش حضور بانوان در بیشتر رشته‌های ورزشی تشکیل دادن حدود نیمی از جامعه توسط بانوان تشکیل دادن اکثریت قشر جوان جامعه توسط بانوان ویژگی‌های زنانه در بانوان و تمایل به حضور بیشتر در ورزش‌های خاص
عوامل اجتماعی	روابط خانوادگی	تحکیم بخشیدن به روابط خانوادگی نقش بانوان به‌عنوان محور خانواده اشاعه زندگی ورزش-محور از بانوان به سایر اعضای خانواده افزایش رشد ورزش در میان اعضای خانواده با مدیریت مادران نقش رهبری مادر و عملکرد راهبردی وی در خانواده و ایجاد انگیزه ورزش
	نگرش به ورزش بانوان	تغییر نگرش به توانمندی‌های ورزشی بانوان بهبود شایان توجه توانمندی‌های بانوان در ورزش افزایش اعتمادبه‌نفس بانوان احساس مفید بودن در زندگی توسط بانوان تغییر نگرش به بانوان در توانایی آنها در کسب درآمد از ورزش تغییر نگرش به بانوان در انجام کارهای بزرگ و مهم در ورزش

عوامل اعتقادی	جایگاه بانوان در اسلام	جایگاه ویژه بانوان در اسلام
	جایگاه بانوان در اسلام	حضور بانوان در مجامع بین‌المللی ورزشی با پوشش اسلامی ترویج فرهنگ اسلامی از طریق ورزش بانوان بهبود جایگاه بانوان در جامعه امروزی به‌خصوص جامعه ورزش با استفاده از توصیه‌های اسلامی نقش تصمیم‌گیرنده بانوان در خانواده از دیدگاه اسلام
عوامل مالی و درآمدی	جایگاه ورزش در اسلام	اهمیت بالای ورزش در اسلام عدم تبعیض بین زن و مرد در حوزه ورزش از دیدگاه اسلام اهمیت حجاب و عفاف در ورزش بانوان از دیدگاه اسلام تأکید اسلام برای فراهم ساختن محیطی مناسب برای ورزش بانوان
	خانواده	تمایل به داشتن استقلال مالی توسط بانوان وضعیت مالی نامناسب بیشتر خانواده‌ها نیاز به کار کردن بیش از یک نفر (مرد خانواده) در خانواده‌ها افزایش زنان سرپرست خانواده و نیاز به تأمین مالی خانواده
عوامل مالی و درآمدی	جامعه	نیاز به توسعه اقتصادی جامعه جایگاه بانوان در امور اقتصادی جامعه نیاز به استفاده حداکثری از نیروی انسانی جهت بهبود وضعیت اقتصادی در حوزه ورزش نیاز به ایجاد شغل بیشتر در جامعه

اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. در این تحقیق شرایط زمینه‌ای عبارت‌اند از: عوامل مدیریتی، امکانات و تجهیزات، میزان دانش و عوامل فرهنگی.

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای یا بسترهای حاکم عبارت است از سلسله شرایط خاصی که در آن فرایندها و تعاملات برای

جدول ۲. شرایط زمینه‌ای

مقوله	مفهوم	اولیه
عوامل مدیریتی	تخصص مدیران	وجود مدیران متخصص در حوزه ورزش بانوان وجود مدیران متخصص در بخش کسب و کار ورزشی حذف مدیران غیرورزشی از ورزش آشنایی مدیران با نیازهای روز جامعه به‌ویژه نیاز بانوان
	بهره‌وری	میزان کیفیت برنامه‌ها میزان کیفیت اجرایی کردن برنامه‌ها داشتن عملکرد مناسب وجود برنامه کامل و بلندمدت برای جذب مخاطب
امکانات و تجهیزات	وجود امکانات و تجهیزات کافی	دسترسی بانوان به امکانات و تجهیزات استاندارد وجود بسترها و زیرساخت‌های مناسب کسب و کار ورزشی بانوان فضای فیزیکی کسب و کار مناسب برای بانوان
	دسترسی آسان	دسترسی آسان بانوان به رسانه محلی جهت معرفی کسب و کار خود دسترسی به وسایل و تجهیزات مختص بانوان در خدمات ارائه شده به بانوان دسترسی آسان به مشتریان و جامعه هدف با همکاری نهادهای دولتی ورزشی
میزان دانش	دانش ورزش بانوان	میزان آشنایی بانوان با کسب و کار ورزشی بانوان میزان آشنایی دست‌اندرکاران با کسب و کار ورزشی بانوان افزایش دانش بانوان جامعه در زمینه کسب و کار ورزشی بانوان استفاده از رسانه‌های جمعی

احساس نیاز	درک اینکه کسبوکار ورزشی بانوان واقعاً نیاز است تغییر نگرش بانوان جامعه نسبت به ورزش اضافه کردن ورزش در برنامه‌های روزمره بانوان جامعه توجه بیش از پیش به اثرات ورزش به خصوص تأثیرات اقتصادی و مالی آن
فرهنگ‌سازی	ترویج فرهنگ ورزش بانوان در جامعه ترویج فرهنگ کسبوکار ورزشی در جامعه نیاز به اهمیت دادن بیش از پیش به سلامت فردی و اجتماعی ترویج ورزش و فعالیت جسمانی در جامعه
عوامل فرهنگی	تبیین تأثیرات ورزش بانوان در پویایی جامعه مضرات تمایل بیش‌ازحد داشتن به زندگی غیرفعال
رسانه‌های ملی	فرهنگ‌سازی ورزش و کسبوکار ورزشی از طریق رسانه‌های ملی آموزش فعالیت‌های ورزشی مناسب برای بانوان از طریق رسانه‌های ملی تبلیغ از طریق رسانه‌های ملی پخش مستندهای جذاب درباره ورزش بانوان

مداخله‌گر عبارت‌اند از: مسائل مالی، مسائل اجتماعی،

شرایط مداخله‌گر

مسائل فرهنگی، عوامل انگیزشی و عوامل بازدارنده.

شرایط مداخله‌گر به‌مثابه بستری است که موجب

تخفیف یا تشدید پدیده‌ها می‌شود. در این تحقیق شرایط

جدول ۳. شرایط مداخله‌گر

مقوله	مفهوم	اولیه
مسائل مالی	مشکلات اداری- مالی	نداشتن بیمه کاری برای شاغلان در حوزه کسبوکار بانوان عدم اختصاص بودجه مناسب برای ورزش بانوان درآمد پایین توزیع ناعادلانه بودجه بین مرکز استان و شهرستان‌ها توزیع ناعادلانه بودجه بین ورزش آقایان و بانوان
	مشکلات اقتصادی کشور	وجود تحریم‌های ظالمانه وجود تورم اقتصادی بسیار زیاد در کشور رکود اقتصادی ناشی از اتفاقات پیش‌بینی‌نشده مانند شیوع ویروس کرونا عدم ثبات اقتصادی
مسائل اجتماعی	نگاه جنسیتی	اعمال تبعیض‌های جنسیتی علیه بانوان در ورزش بی‌اهمیت نشان دادن ورزش و کسبوکار ورزشی بانوان نگاه مردانه و کلیشه‌ای به ورزش عدم استفاده از متخصصان ورزش بانوان در امر ورزش
	امنیت اجتماعی	نبود امنیت در جامعه برای بانوان نبود امنیت اخلاقی در جامعه برای بانوان نبود ساختاری مناسب برای رسیدگی به مشکلات ورزشی بانوان
	محدودیت‌های اجتماعی	محدودیت‌های حضور آزادانه بانوان در جامعه وجود محدودیت‌های اعتقادی وجود محدودیت‌های خانوادگی (زن سرپرست خانواده) نبود حمایت اجتماعی از ورزش بانوان
عدم آگاهی	عدم شناخت بانوان از تأثیرات مفید ورزش و کسبوکار ورزشی بانوان فرهنگ‌سازی ضعیف در زمینه ورزش بانوان	

مسائل	محدودیت‌های خانوادگی
فرهنگی	محدودیت‌های اعتقادی-مذهبی
عدم حمایت رسانه ملی	عدم پوشش و حمایت رسانه‌های ملی از ورزش بانوان
رسانه ملی	گسترش بازی‌های رایانه‌ای و حمایت رسانه‌ها از آنها
انگیزه درونی	علاقه شخصی بانوان به ورزش علاقه به کسب درآمد از طریق ورزش در بین بانوان نیاز به کسب درآمد از طریق ورزش در بین بانوان داشتن مهارت کافی جهت اداره کسب و کار ورزشی در بین بانوان
عوامل انگیزشی	رسیدن به استقلال مالی وجود امکانات مناسب کارآفرینی و مشاغل ورزشی بانوان در جامعه
انگیزه بیرونی	توصیه رسانه‌ها تشویق و حمایت دولت تشویق و حمایت خانواده شرایط اجتماعی مانند میزان بالای مشارکت بانوان جامعه در ورزش
عوامل فردی	نداشتن انگیزه کافی جهت شرکت در کسب و کارهای ورزشی مانع فرض کردن تحصیل در کسب و کار مسئولیت‌های چندگانه زنان در جامعه (نقش مادر، همسر و...)
عوامل اداری	کمبود نیروی انسانی متخصص و آگاه نگرش منفی مدیران و مسئولان به ورزش بانوان اختصاص ندادن بودجه کافی به ورزش بانوان عدم برگزاری همایش و دوره‌های آموزشی برای ورزش بانوان عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب در زمینه ورزش بانوان
عوامل بازدارنده	عدم حمایت مسئولان از برنامه‌های ورزشی بانوان عدم آگاهی و دانش لازم درباره نحوه راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی نداشتن برنامه‌های ویژه بانوان بی‌توجهی به توانایی کارآفرینی ورزشی بانوان در محیط‌های آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها
عوامل خارجی	کمبود فضا و امکانات مناسب برای کسب و کار بانوان شرایط آب و هوایی نامناسب برای راه‌اندازی برخی از کسب و کارهای بانوان دسترسی مشکل به مواد اولیه برای بانوان کارآفرین
عوامل روحی-روانی	نداشتن تحمل شکست و اراده برای فعالیت مجدد نگرش زنان نسبت به نبود احتمالی امنیت اجتماعی باور به عدم جذابیت و خسته‌کننده بودن کسب و کارهای ورزشی برای بانوان خجالتی بودن و ترس از قرار گرفتن در اجتماع تنبلی و سستی و ریسک‌پذیر نبودن برای گسترش کار در بانوان

راهبردها

راهبردها یا استراتژی‌ها بیانگر رفتارها، واقعیت‌ها و تعاملات هدف‌داری هستند که تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای، حاصل می‌شوند. استراتژی‌های حاصل‌شده در این تحقیق عبارت‌اند از: فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی.

جدول ۴. راهبردها

مقوله	مفهوم	اولیه
فرهنگی	فرهنگ‌سازی	<p>ترویج فرهنگ ورزش درآمدا در جامعه</p> <p>فرهنگ‌سازی در جهت حذف دید جنسیتی نسبت به بانوان</p> <p>ترویج ورزش و فعالیت جسمانی بانوان در جامعه</p> <p>تبیین تأثیرات توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان در پویایی جامعه</p>
	استفاده بهینه از رسانه‌های ملی	<p>فرهنگ‌سازی ورزش در بین بانوان از طریق رسانه‌های ملی</p> <p>آموزش فعالیت‌های ورزشی مناسب برای بانوان از طریق رسانه‌های ملی</p> <p>تبلیغ از طریق رسانه‌های ملی</p> <p>پخش مستندهای جذاب درباره ورزش بانوان</p> <p>آموزش نحوه ایجاد و توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان از طریق فضای مجازی و رسانه‌های ملی</p> <p>برگزاری دوره‌های آموزشی و استفاده از نخبه‌های کسب‌وکار ورزشی بانوان جهت افزایش انگیزه مخاطبان</p>
چشم‌انداز بلندمدت	آموزش در مدارس و دانشگاه‌ها	<p>تخصیص کسب‌وکار ورزشی بانوان در برنامه‌های ورزشی مدارس و دانشگاه‌ها</p> <p>ایجاد واحدهای عملی و تئوری برای آموزش توسعه کسب‌وکار ورزشی برای بانوان در رشته تربیت بدنی در دانشگاه‌ها</p> <p>تنظیم اردوهای بازدید از کسب‌وکار ورزشی بانوان برای دانش‌آموزان و دانشجویان</p>
	چشم‌انداز بلندمدت	<p>داشتن دید بین‌المللی جهت بهبود روابط بین‌المللی</p> <p>داشتن دید جامع و کلی در برنامه‌ریزی‌های کلی و کلان</p> <p>داشتن چشم‌انداز و اهداف بلندمدت چندساله</p> <p>داشتن برنامه‌ریزی‌های مناسب برای رسیدن به اهداف بلندمدت</p> <p>استفاده از مدیرانی که دید بلندمدت دارند</p> <p>تنظیم برنامه‌های عملیاتی مناسب با چشم‌انداز</p>
مدیریتی	هماهنگی با دیگر سازمان‌ها	<p>برقراری ارتباط بین سازمان‌های مختلف مرتبط با کسب‌وکار ورزشی بانوان</p> <p>تشکیل کارگروه‌های مشترک بین سازمان‌های مرتبط با کسب‌وکار ورزشی بانوان جهت همکاری‌های مشترک</p> <p>تعیین اهداف همسو بین سازمان‌های مرتبط</p>
	ایجاد ساختار مشخص	<p>تغییر و اصلاح قوانین پیش‌یافتاده و دست‌وپاگیر قدیمی مربوط به کارآفرینی بانوان در بخش ورزش</p> <p>تدوین قوانین، آیین‌نامه‌ها و ساختار مشخص و دقیق در زمینه مشاغل بانوان در بخش ورزش</p> <p>تشکیل ساختار اداری، مالی و سازمانی مشخص برای مشاغل ورزشی بانوان</p> <p>ایجاد پژوهشگاه تخصصی الکترونیکی و مجازی برای ورزش بانوان جهت توسعه علمی و استفاده از نتایج تحقیقات انجام شده</p> <p>داشتن ساختار مشخص در تمام نقاط کشور و استان</p> <p>دادن مهر اختصاصی به فعالان در حوزه ورزش مانند نظام پزشکی یا نظام مهندسی جهت جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص به ورزش</p> <p>داشتن سیستم مشخص برای رسیدگی به پیشنهادهای و شکایات</p>
برنامه‌ریزی مناسب با نیاز روز	برنامه‌ریزی مناسب با نیاز روز	<p>توجه ویژه به حقوق بانوان</p> <p>منعطف بودن برنامه‌ها</p> <p>ایجاد تغییرات لازم در شرایط مورد نیاز</p> <p>نداشتن تعصبات بیهوده به هدف یا برنامه‌ای خاص که مناسب با نسل جدید نیست</p> <p>در اولویت قرار دادن کسب‌وکار ورزشی بانوان توسط وزارت ورزش</p> <p>توجه به شرایط اقتصادی فعلی جامعه</p> <p>توجه به تحولات سیاسی داخل کشور و کشورهای منطقه</p>

خصوصی سازی	حمایت از بخش خصوصی جذب سرمایه گذاران خصوصی جلوگیری از دولتی شدن بیش از حد شناسایی بخش‌های خصوصی مناسب با اهداف کسب و کار ورزشی بانوان واگذاری برنامه‌ها به بخش‌های خصوصی
تخصیص بودجه اقتصاد	تخصیص بودجه کافی به ورزش بانوان از طرف دولت توزیع عادلانه بودجه به بخش‌های آقایان و بانوان توزیع عادلانه بودجه بین شهرستان‌های مختلف استان توزیع عادلانه بودجه بین اقشار مختلف جامعه
بسته‌های تشویقی	در نظر گرفتن امتیازهای مالی برای سرمایه گذاران در حوزه ورزش بانوان (مانند معاف از مالیات بودن) ارائه تسهیلات و امکانات با قیمت پایین به سرمایه گذاران در حوزه ورزش بانوان تخصیص وام‌های تسهیلاتی به سرمایه گذاران در حوزه ورزش بانوان ارائه تسهیلات مختلف به مشارکت کنندگان در کسب و کار ورزشی بانوان پایین نگه داشتن هزینه‌های لازم برای توسعه کسب و کار ورزشی بانوان

پیامدها

پیامدها نتیجه و حاصل فرایندها و تعاملات هستند. در این تحقیق پیامدها عبارت‌اند از: افزایش نشاط، افزایش سلامتی، توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی.

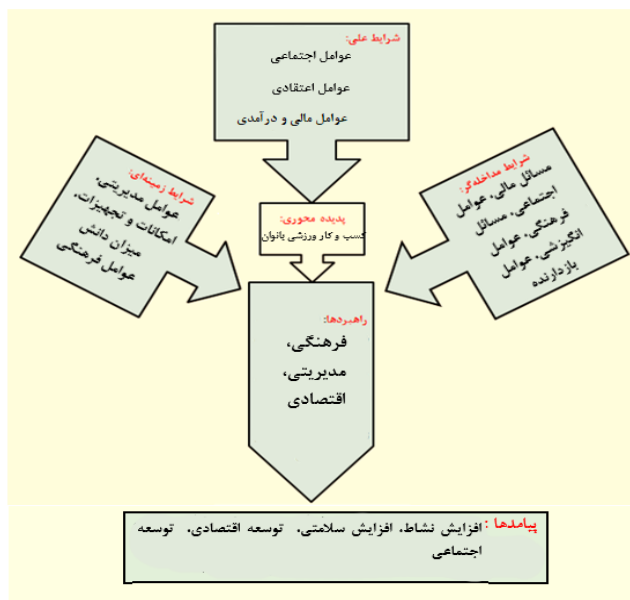
جدول ۵. پیامدها

مقوله	مفهوم	اولیه
افزایش نشاط	افزایش نشاط بانوان	افزایش میزان شادی در بانوان فعال بودن بانوان در جامعه بهبود روابط بانوان با سایر مردم
	افزایش نشاط جامعه	افزایش شادی عمومی جامعه داشتن جامعه پویا کاهش افسردگی در جامعه
افزایش سلامتی	سلامت جسمی	تحرك و جنب و جوش زیاد در ورزش‌ها برای بانوان به دلیل درگیر شدن در کسب و کار ورزشی توسعه ورزش همگانی بانوان جامعه با مشاهده بانوان کارآفرین ورزش و تشویق شدن جلوگیری از بیماری‌ها به جهت محیط سالم و آرامش بخش مشاغل ورزشی
	سلامتی روحی - روانی	افزایش روحیه استقامت و بردباری تقویت روحیه شجاعت و چالاکی ایجاد روحیه اعتماد به نفس افزایش روحیه آمادگی و هوشیاری
توسعه اقتصادی	روثق اقتصادی در جامعه	کاهش انحرافات اخلاقی در بین بانوان کاهش بزهکاری ایجاد و تقویت قوه ابتکار و خلاقیت کاهش اعتیاد افزایش شور و نشاط در بانوان
	توسعه اقتصادی	توسعه گردشگری در زمینه ورزش بانوان افزایش تولید امکانات و تجهیزات مربوط به ورزش بانوان کمک به وضعیت اقتصادی خانواده‌ها درآمدزایی در حوزه ورزش بانوان

ایجاد اشتغال	ایجاد مشاغل مرتبط با ورزش بانوان ایجاد مشاغل مرتبط با تولید وسایل ورزش بانوان ایجاد مشاغل مرتبط با نیروی انسانی برگزارکننده ورزش بانوان ایجاد مشاغل جانبی
افزایش مشارکت بانوان در جامعه	افزایش مشارکت بانوان در تصمیم‌گیری‌های جامعه افزایش مشارکت بانوان در امور اجتماعی افزایش احساس تعلق و وابستگی بانوان به جامعه تقسیم منافع و فدا کردن منافع فردی به منافع جمعی آموزش رعایت نظم و تمرین عمل به قوانین و مقررات یادگیری نظام ارزشی و هنجاری موجود در جامعه تقویت حس نوع‌دوستی و صمیمیت
توسعه اجتماعی	پیوند با آیین‌های دینی و مذهبی برخی از برنامه‌های ورزش بانوان برگرفته از انجام مراسم آیینی و دینی است نشانه‌های فرهنگ ورزشی بالای جامعه است
پیوند با ساختارهای فرهنگی	فراهم بودن زمینه قابلیت نمایش آداب و رسوم و فرهنگ بانوان انتقال‌دهنده ارزشمندی دانش بومی انتقال، فرهنگ و آداب و رسوم بانوان به نسل‌های بعدی
ترویج فرهنگ ملی و حفظ آن	

نتایج به‌دست‌آمده در قالب مدل زیر که متشکل از

مقوله‌های به‌دست آمده است طراحی شده است.



شکل ۲. مدل کلی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از کدگذاری‌ها از مصاحبه‌های جمع‌آوری‌شده نشان داد که در این پژوهش عوامل اجتماعی، عوامل اعتقادی و عوامل مالی و درآمدی، لزوم

توسعه کسب‌وکارهای ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی را ایجاب کرده‌اند. نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های سالونه و همکاران (۱۳۹۹)، درویش^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، موحدی (۱۳۹۵) و آراستی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی

که عوامل مدیریتی، امکانات و تجهیزات، میزان دانش و عوامل فرهنگی از مهم‌ترین بسترهای حاکم برای توسعه کسب و کار ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی است. نتایج این تحقیق با تحقیق سالونه و همکاران (۱۳۹۹)، موحدی و همکاران (۱۳۹۵)، آراستی و همکاران (۱۳۹۲) و ژانگ و سکیگوچی^۱ (۲۰۲۱) همخوانی دارد (۲۴، ۲۸-۲۶). همسو با تحقیق فعلی، سالونه و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان دادند که عوامل فرهنگی از جمله عواملی است که در فراهم بودن شرایط برای توسعه کسب و کارهای بانوان، نقش مهمی ایفا می‌کند (۲۴). موحدی و همکاران (۱۳۹۵) و آراستی و همکاران (۱۳۹۲) به تأثیر میزان دانش و آگاهی زنان بر توسعه کسب و کارهای بانوان تأکید داشتند (۲۶، ۲۷) و ژانگ و سکیگوچی (۲۰۲۱) در تحقیق خود عنوان کردند که عوامل فرهنگی، مهم‌ترین عاملی است که بر توسعه کسب و کار بانوان در چین تأثیر می‌گذارد (۲۸).

از یک طرف وجود امکانات و تجهیزات کافی برای کسب و کار بانوان و ایمن بودن این امکانات و تجهیزات و از طرف دیگر دسترسی آسان و ارزان بودن دسترسی به امکانات و تجهیزات از جمله بسترهای حاکم در زمینه توسعه کسب و کار ورزشی بانوان است. در همین زمینه با ارتقای دانش ورزشی و کسب و کار بانوان و تبیین ضرورت انجام ورزش و همچنین توجه به نیاز واقعی بانوان با در نظر گرفتن نیازهای بوم‌محورانه می‌توان بسترهای لازم برای جا انداختن کسب و کار ورزشی بانوان را فراهم کرد. همچنین با توجه بیشتر به تخصص مدیران و تأکید بیشتر به بهره‌وری به جای کارایی صرف، می‌توان راه را برای توسعه کسب و کار ورزشی بانوان فراهم‌تر کرد. در کنار همه این موارد، اگر فرهنگ‌سازی مناسبی صورت نگیرد، تمامی فعالیتها و برنامه‌ها می‌تواند بی‌نتیجه باقی بماند که رسانه‌های ملی از

دارد (۲۷-۲۴). سالونه و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود نشان دادند که عوامل فرهنگی و اعتقادی از جمله مواردی هستند که بر رشد کسب و کارهای زنان تأثیر می‌گذارند (۲۴). همچنین موحدی (۱۳۹۵) میزان آگاهی و دانش زنان را به عنوان عامل اجتماعی تأثیرگذار بر کسب و کار زنان شناسایی کرده است (۲۶). آراستی و همکاران (۱۳۹۲) نیز عوامل اجتماعی را از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر گسترش کارآفرینی زنان می‌دانند (۲۷).

از یک طرف تغییر سبک زندگی، کاهش تحرک بدنی در جامعه، نیاز جامعه به سبک زندگی پرتحرک، افزایش چشمگیر بانوان در ورزش، تشکیل دادن حدود نیمی از جامعه توسط بانوان و تحکیم بخشیدن به روابط خانوادگی و از طرف دیگر تغییر نگرش به توانمندی‌های ورزشی بانوان، بهبود قابل توجه توانمندی‌های بانوان در ورزش، افزایش اعتماد به نفس بانوان و تغییر نگرش به بانوان در توانایی آنها در کسب درآمد از ورزش، لازم و ضروری بودن توسعه کسب و کارهای ورزشی بانوان را به روشنی نشان می‌دهد. همچنین بانوان در اسلام جایگاه ویژه‌ای دارند و حضور بانوان در مجامع بین‌المللی ورزشی با پوشش اسلامی موجب ترویج فرهنگ اسلامی از طریق ورزش بانوان و بهبود جایگاه بانوان در جامعه امروزی به خصوص جامعه ورزش می‌شود. از دیگر دلایل و ضرورت توسعه کسب و کار ورزشی بانوان می‌توان به تمایل بانوان به داشتن استقلال مالی، وضعیت مالی نامناسب بیشتر خانواده‌ها، نیاز به کار کردن بیش از یک نفر (مرد خانواده) در خانواده‌ها، افزایش زنان سرپرست خانواده و نیاز به تأمین مالی خانواده و نیاز به توسعه اقتصادی جامعه اشاره کرد.

همچنین نتایج به دست آمده در زمینه شرایط زمینه‌ای (سلسله شرایط خاصی که در آن فرایندها و تعاملات برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد)، نشان داد

بودجه بین مرکز استان و شهرستان‌ها و همین‌طور توزیع ناعادلانه بودجه بین ورزش‌آقایان و بانوان. برخی دیگر از این مشکلات مالی ناشی از مشکلات اقتصادی کل کشور است، مانند وجود تحریم‌های ظالمانه، وجود تورم اقتصادی بسیار زیاد در کشور رکود اقتصادی ناشی از اتفاقات پیش‌بینی‌نشده مانند شیوع ویروس کرونا و عدم ثبات اقتصادی.

راهبردهای عنوان‌شده که متأثر از شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گرهای توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان هستند و بیانگر رفتارها، واقعیت‌ها و تعاملات هدفدارند و برای کنترل، اداره و برخورد با هر پدیده، در شرایط مشاهده‌شده خاصی هستند، در این پژوهش شامل راهبردهای فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی هستند. راهبردهای فرهنگی عنوان‌شده در این تحقیق شامل فرهنگ‌سازی ورزش و کسب‌وکار ورزشی بانوان در جامعه از طریق ترویج فرهنگ ورزش بانوان در جامعه، ترویج فرهنگ ورزش درآمدزا در جامعه، فرهنگ‌سازی در جهت حذف دید جنسیتی نسبت به بانوان، ترویج ورزش و فعالیت جسمانی بانوان در جامعه و تبیین تأثیرات توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان در پویایی جامعه و همچنین استفاده بهینه از رسانه‌های ملی جهت فرهنگ‌سازی و همچنین آموزش و ترویج ورزش و کسب‌وکار ورزشی بانوان در جامعه است که این نتیجه تحقیق با نتایج پژوهش نوبخت و همکاران (۱۳۹۹) و عظیمی دلارستانی و همکاران (۱۳۹۷) همسوست (۴، ۱۴). راهبردهای مدیریتی شامل داشتن چشم‌انداز بلندمدت و تنظیم برنامه‌های عملیاتی مناسب با چشم‌انداز و استفاده از مدیرانی که دید بلندمدت دارند، است. همچنین برقراری ارتباط با سایر سازمان‌های مرتبط با ورزش بانوان و تشکیل کارگروه‌های مشترک با سایر

مهم‌ترین ابزارهای فرهنگ‌سازی دنیای امروز می‌تواند کمک بسیار ویژه‌ای در این زمینه داشته باشد.

نتایج تحقیق در ارتباط با شرایط مداخله‌گر (بستری که موجب تخفیف یا تشدید پدیده‌ها می‌شود) نشان داد که در این پژوهش، مسائل مالی، مسائل اجتماعی، مسائل فرهنگی، عوامل انگیزشی و عوامل بازدارنده شرایط مداخله‌گر توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی را تشکیل می‌دهند. ارتاس^۱ (۲۰۱۵)، پرابهو^۲ (۲۰۲۰) و خالد^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش‌های مختلفی که بر نسل‌های مختلف کاری داشتند به تفاوت میان گروه‌های مختلف سنی در زمینه تمایل به ورزش، اشاره کرده‌اند (۱۲، ۱۵، ۲۹).

در هر کدام از موارد ذکرشده مدیران و مسئولان با چالش‌های اساسی مواجه می‌شوند که برای رسیدن به اهداف خود، یعنی توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان باید به‌خوبی مدیریت شوند. مسائل فرهنگی مثل عدم شناخت والدین در مورد ورزش بانوان و فرهنگ‌سازی ضعیف در زمینه‌ی ورزش بانوان و همچنین عدم پوشش و حمایت رسانه‌های جمعی از ورزش بانوان و سرمایه‌گذاری رسانه‌ها بر روی ورزش‌های پرطرفدار مردان است. از جمله چالش‌های مدیریتی که می‌توان به آن اشاره کرد ضعف عملکردی مانند ضعف مدیران، فقدان مدیریت واحد و نبود برنامه‌های مدون و جزیره‌ای بودن سازمان‌ها مانند وجود ناهمگونی در اجرای برنامه‌های ورزش بین نهادهای دولتی و وجود اختلاف بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف در ارتباط با ورزش و کسب‌وکار ورزشی بانوان هستند. برخی از مسائل مالی که مدیران و برنامه‌ریزان با آن مواجه هستند ناشی از مشکلات اداری-مالی است مانند نداشتن بیمه کاری برای شاغلان در حوزه کسب‌وکار بانوان، عدم اختصاص بودجه مناسب برای ورزش بانوان، درآمد پایین، توزیع ناعادلانه

همسوست. رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق خود نشان دادند که میزان رونق کسب و کارهای بانوان در یک جامعه موجب افزایش مسرت و فرح بخشی افراد آن جامعه می‌شود (۳۳). همچنین فروزان و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که بهبود شرایط کسب و کارهای ورزشی در بین بانوان موجب افزایش نشاط و شادابی و توسعه اقتصادی جامعه می‌شود (۳۴).

از مهم‌ترین پیامدهای رونق ورزش و کسب و کار ورزشی بانوان، افزایش نشاط است که هم به صورت فردی و هم به صورت اجتماعی نمایان می‌شود. از دیگر پیامدهای توسعه ورزش و کسب و کار ورزشی بانوان، افزایش سلامتی مانند تقویت قوای جسمانی، عضلات و اندام‌های بدن، حفظ آمادگی جسمانی افراد، جلوگیری از بیماری‌ها، افزایش سلامتی روحی-روانی و افزایش سلامت اجتماعی است. توسعه اقتصادی از دیگر پیامدهای توسعه کسب و کار ورزشی بانوان است که به شکل رونق اقتصادی در جامعه و ایجاد اشتغال نمایان می‌شود. آخرین پیامد توسعه کسب و کار ورزشی بانوان در جامعه که در این تحقیق مشخص شد، توسعه اجتماعی است. نمونه‌ای از این پیامدها عبارت‌اند از افزایش مشارکت بانوان در جامعه، پیوند با ساختارهای فرهنگی و ترویج فرهنگ ملی و حفظ آن. رحیم‌نیا (۱۳۹۶) پژوهشی در زمینه ارتباط مثبت میان مسرت کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی انجام داده است (۳۳). همچنین فروزان و همکاران (۱۳۹۸)، به تأثیر برنامه‌های ورزشی بر بهبود کیفیت زندگی شخصی و شادکامی در محیط کاری اشاره کرده‌اند (۳۴).

به‌طور کلی می‌توان نتیجه‌گیری کرد که میزان بهره‌گیری منابع انسانی از فرصت‌های مناسب توسعه همواره به‌عنوان یکی از شاخص‌های اساسی توسعه انسانی مطرح بوده و است، فرصت‌هایی که می‌بایست زمینه مشارکت عادلانه همه اقشار جامعه را فراهم ساخته و از

سازمان‌ها جهت همکاری‌های مشترک و همین‌طور تغییر و اصلاح قوانین پیش‌پافتاده و دست‌وپاگیر قدیمی و تشکیل ساختار اداری، مالی و سازمانی مشخص، نمونه‌هایی از استراتژی‌های مدیریتی‌اند. همچنین برنامه‌ریزی مناسب با نیاز روز خانواده‌ها به‌خصوص زنان و دختران از مهم‌ترین نکاتی است که در تمامی مراحل توسعه باید مدنظر گرفته شود که این نتیجه تحقیق با نتایج پژوهش عظیمی دلارستاقی و همکاران (۱۳۹۷) و مندعلی‌زاده و هنری (۱۳۹۰) همسوست (۴،۳۰). راهبردهای اقتصادی عنوان شده در این تحقیق شامل تخصیص بسته‌های تشویقی مانند کاهش قیمت تمام‌شده برای پرداختن به ورزش بانوان یا تخفیف در بیمه تکمیلی، حمایت مالی دولت از ورزش بانوان مانند در نظر گرفتن امتیازهای مالی برای سرمایه‌گذاران در کسب و کار ورزشی بانوان (مانند معاف از مالیات بودن)، تخصیص بودجه کافی به ورزش بانوان از طرف دولت و حمایت از بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در حوزه کسب و کار ورزشی بانوان است که این نتیجه تحقیق نیز با نتایج پژوهش عظیمی دلارستاقی و همکاران (۱۳۹۷) و مندعلی‌زاده و هنری (۱۳۹۰) همسوست (۴،۳۰). در همین زمینه، نتایج تحقیق تاج‌فر و همکاران (۱۳۹۸) در یک مطالعه با استفاده از نظریه داده‌بنیاد نشان داد که مفاهیم مربوط به راهبردها را می‌توان در قالب راهبرد عملیاتی، راهبرد تصمیم‌گیری، راهبرد نیروی انسانی، راهبرد بازاریابی، راهبرد مالی و تمرکز راهبردی قرار داد (۳۱).

پیامدها، نتیجه و حاصل فرایندها و تعاملات هستند (۳۲). در این نظریه، مقوله‌های افزایش نشاط، افزایش سلامتی، توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی به‌عنوان پیامد و نتیجه حاصل از این مدل در نظر گرفته شده است. این بخش از نتایج تحقیق با قسمتی از نتایج تحقیقات رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) و فروزان و همکاران (۱۳۹۸)

اولویت‌های کاری خود قرار دهند و در زمینه اقتصادی با خصوصی‌سازی، تخصیص بودجه مناسب و کافی و در نظر گرفتن بسته‌های تشویقی به توسعه هرچه بیشتر کسب‌وکار ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی کمک کنند.

مزایای اجتماعی و اقتصادی آن بهره‌مند سازد. به نظر می‌رسد بانوان ضمن داشتن مشارکت عظیم در جهت فعالیت‌های مختلف، دارای شرایط و امکانات مناسب نیستند و چنانچه این امکانات برای آنها فراهم شود، استعدادها بالقوه آنان به منصفه ظهور می‌رسند و جوامع از رشد و توسعه بیشتری برخوردار می‌شوند. از آنجا که توسعه کسب‌وکار ورزشی بانوان در ایران، علاوه بر حل معضل بیکاری، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور خواهد داشت، لزوم تغییر و تحول در ساختارهای موجود فرهنگی - اجتماعی کشور در جهت تشویق بانوان به کسب‌وکار ورزشی، بیش از هر زمان دیگر احساس می‌شود. همانند تحقیقات دیگر، محققان این پژوهش نیز با محدودیتی مواجه بود. مهم‌ترین محدودیتی که محقق با آن مواجه بود، شیوع ویروس کرونا و محدودیت‌های ناشی از آن بود که در مراحل مختلف تحقیق به‌ویژه جمع‌آوری داده‌ها محقق را با مشکلاتی مواجه کرده بود. به‌طور مثال تمامی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به شکل غیرحضور (تلفنی، شبکه‌های مجازی) جمع‌آوری شد و به سبب رعایت پروتکل‌های بهداشتی امکان حضور در کنار نمونه‌های تحقیق نبود. بنابراین پیشنهاد می‌شود این تحقیق در زمان پس از اتمام بیماری کووید ۱۹ و با استفاده از ابزار متفاوت انجام گیرد و نتایج آن تحقیق با نتایج این تحقیق مقایسه شود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق و همین‌طور راهبردهای ارائه‌شده پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولین مسائل فرهنگی مانند فرهنگ‌سازی ورزش بانوان در جامعه، استفاده بهینه از رسانه‌های ملی در جهت ترویج ورزش بانوان و آموزش تخصص کسب‌وکار ورزشی بانوان در مدارس و دانشگاه‌ها را بیش از پیش در اولویت‌های کاری خود قرار دهند، مباحث مدیریتی مانند داشتن چشم‌انداز بلندمدت، هماهنگی با دیگر سازمان‌ها، ایجاد ساختار مشخص و برنامه‌ریزی مناسب با نیاز روز را بیش از پیش در

References

1. Sadeghi M KM, Abdavi F. The Impact of Some Macroeconomic Indicators on Sports Performance at the 1992-2016 Olympic Games. Master Thesis in Sports Management, University of Tabriz. 2019.
2. Askarian F AH, Sarlab R. Investigating the comparative advantage of exporting Iranian sports goods. *Sports Management Studies*. 2016;8:67-82.
3. Azimzadeh S KH, Ehsani M, Kordenaiech A, Pitez B. A model for starting small and medium-sized sports businesses. *Quarterly Journal of Sports Management and Development*. 2014;3:51-68.
4. Azimidelarestaghi A RS, Broomand M. Identify the underlying factors affecting the establishment of strategic entrepreneurship in sports businesses. *Quarterly Journal of Sports Management and Development*. 2018;7:70-87.
5. Razavi S MF. Monitoring the effective indicators on the future of competence of sports managers with world-class management in the Iranian sports industry. *Human resource management in sports*. 2021;8:273-93.
6. Raju DA, Sreedevi PJJiM, Science S. Problems and Challenges of Women Entrepreneurs. 2015;3(11):236-43.
7. Mehdizadeh A AF, Afshari M. Glass roof theory in the field of women's sports: A comparative comparison and presentation of a quantitative model. *Human resource management in sports*. 2019;13:59-45.
8. Davari Kish R, Mehregan N, Jafari Seresht DJQJoAToE. The Asymmetric Effects of Business Cycles on Womens' Employment. 2021;8(2):239-66.
9. Albanesi S. Changing business cycles: The role of women's employment. National Bureau of Economic Research; 2019.
10. Zorieh S, Edalatian J, Mokhtari Lakolaye M. Designing a native model of Iranian women entrepreneurship development management In Tehran Municipality Women's Affairs. 2020.
11. Bayeh EJPSRBH, Sciences S. The role of empowering women and achieving gender equality to the sustainable development of Ethiopia. 2016;2(1):37-42.
12. Prabhu JJJQE, Studies M. A Study on Women Empowerment and Entrepreneurial Intention among Small Business of Women Entrepreneurs in the Czech Republic. 2020;1(5):312-8.
13. Paytakhti oskooie S TaL. The role of women in improving the business environment (Case study: Iran and selected developing countries). *Quarterly Strategic Policy Quarterly*. 2016;4:107-38.
14. Nobakht F FA, Naghizadeh A, Moharramzadeh M, Aziziyankohan N. Investigating the networking capability of sports clubs in Ardabil province. *Journal of Communication Management in Sports Media*. 2020;7:15-22.
15. Khalid R, Mehta AM, Serfraz AJPsJoAoEE. Role of women entrepreneurs in economic activities: Analyzing the factors affecting women empowerment and the way forward. 2020;17(6):3957-75.

16. Shell-Duncan B, Moreau A, Smith S, Shakya HJGPH. Women's business? A social network study of the influence of men on decision-making regarding female genital mutilation/cutting in Senegal. 2021;16(6):856-69.
17. Keshkar S, Ghasemi H. Consistency of National Policy and Legislation with The Sport Organizations and Mass Media Performance in Women's Sports Development in Iran %J Sport Management Studies. 2020;12(62):111-34.
18. Zabihi h, Shojaei V, hami m. Investigating the Relationship between Skill and Academic Literacy and the Success of Sport Business considering the Mediating Role of Entrepreneurial Orientation %J Applied Research in Sport Management. 2019;7(3):55-63.
19. Keshavars L FA. The Relationship between Information Literacy and academic Performance among M.A Students of Physical Education. Journal of Applied Research of Sport Management. 2017;113:110-24.
20. Al Khayyal AO, Alshurideh M, Al Kurdi B, Salloum SA, editors. Women empowerment in UAE: A systematic review. International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics; 2020: Springer.
21. Chaudhry IS, Paquibut RYJAoEJ. WOMEN EMPOWERMENT THROUGH MICROPRENEURSHIP IN ONLINE BUSINESSES IN THE SULTANATE OF OMAN. 2021;27(1):1-14.
22. Islam NJIJoM. Women Empowerment through Entrepreneurship Development in Bangladesh: A Multivariate Analysis. 2020;11(10).
23. Rasekh N SS, Hamidi M, Khabiri M. Designing and compiling a strategic plan for Iranian women's championship sports. Sports Management. 2015;7:309-34.
24. Salooneh Sh SP, Pourmehdi K. Designing a growth model for small and medium businesses in Iran (Case study of selected provinces). Women and family studies. 2020;13:23-48.
25. Darwish S, Alzayed S, Ahmed UJIJoIC, Change. How Women in Science can Boost Women's Entrepreneurship: Review and Highlights. 2020;14(1):453-70.
26. R M. Investigating effective educational methods in the development of rural women entrepreneurship. Entrepreneurship Strategies in Agriculture. 2016;6.
27. Z A. How to change the role of women entrepreneurial social networks from infancy to consolidation: A case study of the export sector. Entrepreneurship Development. 2013;4:1-19.
28. Zhang Z, Sekiguchi T, Li JJJJoABS. An exploratory study of women's work values in the Chinese context: a grounded-theory approach. 2021.
29. Ertas N. Turnover Intentions and Work Motivations of Millennial Employees in Federal Service. 2015;44(3):401-23.
30. Mandalizadeh Z HH. Investigating the factors affecting entrepreneurship in sports; As interdisciplinary domains. Interdisciplinary studies in the humanities. 2011;2(2):113-35.
31. Tajfar A SA, Pourmoghaddasi M. Evaluation and ranking of effective strategies in the smart city for the success of partner companies in Tehran Municipality using the data theory method. Strategic Management Thought (Management Thought). 2019;13:189-214.

32. J C. Qualitative scanning and research design: choosing from five approaches (narrative research, phenomenology, data foundation theory, ethnography, case study). Translated by Hassan Danaeifard, Hossein Kazemi. Saffar Publications. 2012;2.
33. Rahimnia F RN. The mediating role of employee happiness in the relationship between quality in work and organizational citizenship behavior. *Journal of Management Studies (Improvement and Transformation)*. 2017;26:1-32.
34. Foroozan F TH, Safari A. Employee leisure management model at work with a combined approach. *Management Studies (Improvement and Transformation)*. 2019;28:63-84.

Modeling the Development of Women's Sports Businesses in West Azerbaijan Province with a Qualitative Approach

Roghayeh Sarlab*¹- Mohsen Sadeghi² - Maryam Farid Fathi³

1. Assistant Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Urmia University, Urmia, Iran. 2. PhD Student in Sports Management, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Urmia University, Urmia, Iran. 3. PhD Student in Sports Management, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran

(Received:2021/11/30;Accepted:2022/06/15)

Abstract

In this study, a model for the development of women's sports businesses in West Azerbaijan province was designed. Research community consists of sports management professors and experts in the field of marketing and sports business, experts in the field of women's sports business, managers and experts of the Ministry of Sports and Youth and sports departments, officials of the marketing committee of provincial sports clubs and women active in this field. The research sample was select by Theoretical sampling and snowball method was continued until theoretical saturation and with 17 people saturation was obtained. In the present study, semi-structured interviews were used to collect data. To achieve the validity of the research, a combination of criteria of continuous and long-term involvement of researchers, continuous observation, peer review, progressive mentality, participation of participants and the use of multiple information sources were considered by researchers. Also, in order to evaluate the reliability of the research, the method of agreement between the two coders and the researcher coding in a specific time interval was used. The results showed that social factors, belief factors and financial and revenue factors as causal factors, managerial factors, facilities and equipment, knowledge and cultural factors as background conditions, financial issues, social issues, cultural issues, motivational factors and deterrents as interventional conditions were identified. Moreover, cultural, managerial and economic strategies were identified as strategic factors and increase vitality, increase health, economic development and social development as outcomes.

Keywords

Sport Businesses, Entrepreneurship, Women's Employment.

* Corresponding Author: Email: R.sarlab@urmia.ac.ir