

## تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

بهناز خیاط<sup>۱</sup>

فریبا محمدیان<sup>۲</sup>

نیما ماجدی<sup>۳</sup>

 10.22034/SSYS.2022.1725.2223

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۵

بانوان در سال های اخیر به خوداشتغالی و فرآیندهای کارآفرینی در ورزش روی آورده اند. از این رو، هدف پژوهش حاضر تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی بود که به شیوه آمیخته انجام شد. ابتدا برای شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان، به مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان پرداخته شد. پس از ساخت پرسشنامه با استفاده از عوامل شناسایی شده و تایید روایی صوری و محتوایی در بین جامعه آماری توزیع گردید. جامعه آماری شامل کلیه بانوان کارآفرین ورزشی کشور و صاحب کسب و کارهای ورزشی بود که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب و پرسشنامه ها به صورت الکترونیکی بین آنها توزیع گردید. در مجموع ۲۷۳ پرسشنامه بازگردانده شد. از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی مولفه ها و گویه ها و از آزمون مدلسازی معادلات ساختاری برای ارزیابی تحلیل عاملی مدل مفهومی تحقیق استفاده شد.

در مجموع ۴ عامل پیش برنده در قالب ۲۳ گویه (عوامل پشتیبانی، اجتماعی، فردی و فناورانه) و ۶

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Faribamohamadian47@gmail.com

۳- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

● تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

عامل بازدارنده در قالب ۳۱ گویه (عوامل فرهنگی، روحیه کارآفرینی، حمایتی آموزشی، مالی اقتصادی، سیاسی قانونی و ساختاری) شناسایی شد و مدل مفهومی تحقیق تایید گردید. به طور کلی، می توان گفت برای بهبود و توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور، توجه به عواملی که رسیدن به مسیر را بهبود می بخشند در اولویت اول و عواملی که مسیر رسیدن به بهبود را کند می کنند، در اولویت بعدی قرار دارند. در پایان، پیشنهادهایی برای برون رفت از این آسیب ها بیان شد.

**واژگان کلیدی:** بانوان، توسعه، کارآفرینی ورزشی، عوامل پیش برنده و عوامل بازدارنده.

## مقدمه

اثراتی که ورزش در اقتصاد جامعه مدرن می‌گذارد، غیر قابل تصور است. در بخش ورزش در اتحادیه اروپا، بیش از ۱/۷ میلیون نفر مشغول به کار هستند و از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷ رشد ۲/۱ درصدی را در مقایسه با ۱/۱ درصد از کل بخش‌ها به خود اختصاص داده است (پوندر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). به همین دلیل، در دستور کار اتحادیه اروپا قرار گرفته است (کمیسون اروپا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). همین عوامل مکرراً سبب شده که برای توانمندسازی افراد، فعالیت‌های کارآفرینی در ورزش پیش‌بینی شود (ووکو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۹) و فرصت‌هایی برای افراد کارآفرین فراهم آید (ولکات و لپیپتز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). کارآفرینی ورزشی یک زمینه نوپا در تحقیقات کارآفرینی است که هنوز برای توسعه جای پیشرفت دارد (بوکانگرا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰) به همین دلیل کارآفرینی در ورزش، حوزه‌ای است که به سرعت در تحقیقات مربوط به کارآفرینی و مدیریت ورزشی در حال رشد کردن می‌باشد. فرآیند کارآفرینی در ورزش دربردارنده فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی است که در زمینه ورزشی انجام می‌شوند. ورزش در جایگاه یک صنعت، جزو بزرگ‌ترین صنایع جهان محسوب می‌گردد و بر صنایع دیگر از جمله آموزش و پرورش و گردشگری تأثیر می‌گذارد که خود آنها هم بر نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی تمرکز یک‌پارچه‌ای دارند (یاشالووا<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۷).

توجه به موضوع کارآفرینی ورزشی به دلیل علاقه به مطالعه اقدامات ابتکاری، رقابتی و آینده‌نگرانه نهادهای ورزشی، در سال‌های اخیر به طور قابل توجهی افزایش یافته است. کارآفرینی ورزشی را می‌توان به عنوان توسعه سیستماتیک یک ایده مرتبط با ورزش توصیف کرد؛ این بدان معناست که مجموعه‌ای از اهداف وجود دارد که باید برای پیشرفت ایده در بازار تحقق یابند. ورزش به دلیل نیاز به تغییر و انطباق مداوم، یک محیط عالی برای کارآفرینی است (راتن و جونز<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷). بنابراین، کارآفرینی ورزشی می‌تواند به معنای تغییر در سیستم تولید باشد که تبعات گسترده‌ای دارد حتی اگر سطح نوآوری پایین باشد. ادبیات کارآفرینی ورزشی را می‌توان به چهار حوزه اصلی تقسیم کرد: اهمیت کارآفرینی برای ورزش، تأثیر نوآوری در ورزش، راهبردهای کارآفرینی در ورزش و حمایت از فن‌آوری‌های کارآفرینی در ورزش (اسکامیلا-فاجاردو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۹). اهمیت کارآفرینی ورزشی به طوری است که محبوبیت آن با سایر کسب‌کارهای حرفه‌ای دیگر در یک سطح قرار دارد. این امر باعث شده است تا از راهبردهای کارآفرینی به طور منظم در ورزش استفاده شود تا شاهد ظهور امکانات جدید باشد (جاکلیک<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). اهمیت و محبوبیت این پدیده باعث شده تا زنان نیز نقش محوری در فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا کنند، اما با وجود این، آنها نیز با

- 
1. Pounder
  2. European Commission
  3. Vujko
  4. Wolcott & Lippitz
  5. Bocanegra et al.
  6. Yashalova
  7. Ratten & Jones
  8. EscamillaFajardo
  9. Jaklic

چالش‌های اساسی رو به رو هستند (آلوارز و همکاران، ۲۰۱۴). افزایش تعداد بانوان تحصیل کرده دانشگاهی و عدم توان جذب این افراد آماده به کار از سوی بخش دولتی و خصوصی و همچنین امکان استقلال و انعطاف‌پذیری بیشتر ساعات کار در کسب و کار شخصی که سبب ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌گردد، منجر به گرایش بیشتر زنان به راه‌اندازی کسب و کار در سال‌های اخیر شده است (کاظمی و مقیمی، ۱۳۹۷). با این مطلب اهمیت کارآفرینی ورزشی در بانوان درک بیشتری پیدا می‌کند، زیرا که زنان بخش عمده‌ای از جامعه را شامل می‌شوند. لذا کارآفرینی برای این قشر از جامعه از اهمیت چشمگیری برخوردار است؛ به گونه‌ای که یکی از شاخص‌های مهم برای ارزیابی و سنجش توسعه و پیشرفت هر کشور میزان مشارکت زنان در تولید است. علی‌رغم این موضوع آمارها نشان می‌دهد کمتر از ۱۰ درصد از کارآفرینان در ایران زن هستند (آسایش، ۱۳۹۷) که مقدار بسیار پایینی در مقایسه با تعداد فارغ التحصیلان رشته تربیت بدنی می‌باشد. علاوه بر آن، پتانسیل پنهان کارآفرینی زنان، از طریق حساسیت روزافزون نقش و جایگاه اقتصادی اجتماعی آنها در حال رونمایی است و زنان نیز با روند رو به افزایش در حال پی بردن به حقوق و اهمیت وجودی خود هستند. (تامبونان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷) مزایای اجتماعی و اقتصادی اشتغال باعث افزایش کارآفرینی زنان یا افزایش درآمد خانواده می‌شود (فیجو و کوئنسا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). به همین دلیل کارآفرینی زنان، زمانی رخ می‌دهد که بانوان روی به کارآفرینی بیاورند (راتن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). همان‌طور که بیان شد در سال‌های اخیر کارآفرینی زنان در سراسر جهان رشد چشمگیری داشته (کارتر و شاو<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶)؛ به‌طوری که تخمین زده شده که ۱۲۶ میلیون زن در سراسر جهان در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار مشارکت دارند (رول لاو<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶). با این حال، مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه تقریباً در تمام جوامع کمتر از مردان است (کابرا و ماریکیو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷)؛ به‌طوری که اگرچه 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<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲). این در حالی است که زنان کارآفرین فرصت‌های کسب و کار متفاوتی را نسبت به مردان درک می‌کنند و شرکت‌هایی با رویکردهای جدید مدیریتی و همچنین راه‌حل‌های جایگزین برای مشکلات پیش‌رو در زندگی حرفه‌ای خود پدید می‌آورند (سریواستاوا<sup>۹</sup>، ۲۰۱۲). در تحقیقات مختلفی که در مورد کارآفرینی ورزشی و به‌طور خاص، کارآفرینی بانوان وجود دارد، نشانه‌های خلاء تحقیقاتی به ویژه در پژوهش‌های داخلی مشهود است. راتن<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «آینده کارآفرینی ورزشی» با مرور پژوهش‌های انجام‌شده در این حیطه بیان می‌کند که آینده کارآفرینی در صنعت ورزش درگرو مشارک متولیان کارآفرینی و

1. Alvarez et al.
2. Tambunan
3. FEIJO-CUENCA
4. Ratten
5. Carter & Shaw
6. Revell-Love
7. Cabrera & Mauricio
8. Revenga, A. & Shetty
9. Srivastava
10. Ratten

نوآوری اشاره کرده است. تاز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در پژوهش خود که به بررسی سطح کارآفرینی و درک اشتغال دانشجویان مقطع کارشناسی تحصیل در رشته‌های علوم ورزشی پرداخته بود به این نتیجه رسید که با توجه به متغیرهای شرایط گذراندن دوره کارآفرینی و گروه، در ابعاد زیر مقیاس اشتغال‌پذیری و مقیاس کارآفرینی برای داوطلبان تفاوت معنی‌داری وجود داشت، اما براساس جنسیت تفاوت معنی‌داری نبود و زنان و آقایان فرصت‌های برابری برای کارآفرینی داشتند. کارابولوت و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی روند کارآفرینی و سطح شایستگی عمومی دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشکده علوم ورزشی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که این گروه از سطح بالایی از صلاحیت و کارآفرینی برخوردار است و هیچ رابطه معنی‌داری بین متغیرهای جنسیتی و شایستگی عمومی و سطح کارآفرینی وجود ندارد. فراهانی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود با عنوان «تحلیل عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران» به این نتیجه رسیدند که نگرش‌ها و مولفه‌های رفتاری جامعه ایرانی در وابستگی به بدنه دولتی و بالا بودن روحیه مطالبه‌گری از دولت، عدم اعتماد منابع انسانی به بخش خصوصی از یک طرف و زیاده‌خواهی و منفعت‌طلبی بخش خصوصی، ناکامی دولت در پیاده‌سازی اصل ۴۴ در واگذاری به بخش خصوصی از مهمترین عوامل بازدارنده می‌باشد. مندعلی زاده و احسانی (۱۳۹۲) نیز در بررسی موانع محیطی و فردی زنان کارآفرین در ورزش دریافتند که مهمترین موانع فردی شامل فقدان استقلال مالی، فقدان تجربه و اعتماد به نفس و مهمترین موانع محیطی شامل فقدان دسترسی به منابع است.

با توجه به مطالب بیان شده و مشکلات کشور در زمینه کارآفرینی و اشتغال، پتانسیل بالای ورزش در زمینه کارآفرینی برای مقابله با چنین چالش‌هایی از مهمترین راهکارهاست و یکی از زمینه‌های مساعد برای رسیدن به تغییرات اقتصادی و اجتماعی مطلوب و اثبات به شمار می‌آید. شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده کارآفرینی بانوان در ورزش کشور از این نظر ضروری است که به سیاست‌گذاران و محققان بخش ورزش کمک می‌کند تا بتوانند راه کارهای مناسبی برای فائق آمدن بر مانع‌های موجود و ایجاد راه حل ارائه کنند. از آنجا که کارآفرینی ورزشی امری پویاست و بر حوزه‌های متعددی از مدیریت همچون: راهبرد کسب و کار، مدیریت بحران، توسعه ورزش‌های جدید، مدیریت عملکرد، نوآوری در تولید، راهبرد های ترویجی، موضوعات اجتماعی و توسعه فناوری اثر می‌گذارد، ورزش به عنوان عرصه‌ای گسترده، زمینه‌های فراوانی از اشتغال را در دل خود نهفته دارد. لذا این تحقیق به دنبال تبیین عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور است.

### روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت اکتشافی-تحلیلی و از نظر شیوه اجرا به صورت آمیخته بود. ابتدا برای شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان، به مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان پرداخته شد. افراد مورد مصاحبه شامل خبرگان دانشگاهی،

1. Taze
2. Karabulut

● تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

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 بود که در مجموع ۱۱ مصاحبه انجام شد. پس از شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان و ساخت پرسشنامه با استفاده از عوامل شناسایی شده، برای تایید روایی صوری و محتوایی در اختیار ۱۲ تن از متخصصان مدیریت ورزشی قرار گرفت. پس از اعمال نظرات آنان، پرسشنامه تحقیق ابتدا برای ارزیابی پایایی در حجم کوچک ۳۰ نفره توزیع گردید و پس از تایید پایایی (آلفای ۰/۸۳) در بین جامعه آماری تحقیق پخش شد. جامعه آماری تحقیق در بخش کمی شامل کلیه بانوان کارآفرین ورزشی کشور و صاحبان کسب و کارهای ورزشی بود. روش نمونه‌گیری به صورت در دسترس بود و تمامی پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی توزیع گردید. در نهایت ۲۷۳ پرسشنامه به طور کامل و صحیح بازگردانده شد و تحلیل بر روی همین تعداد انجام گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی عوامل و گویه‌های عوامل پیش‌برنده و بازدارنده و از آزمون معادلات ساختاری برای تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ و اسمارت پی.ال.اس نسخه ۲ استفاده شد.

**یافته‌های پژوهش**

در جدول ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه تحقیق بیان شده است:

**جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و فردی پاسخ‌دهندگان**

ویژگی	طبقه بندی	تعداد	درصد تقریبی
سن	زیر ۲۰ سال	۳۰	۱۱
	۲۰-۲۵ سال	۸۵	۳۱
	۲۶-۳۰ سال	۵۴	۲۰
	۳۱-۳۵ سال	۵۲	۱۹
	بالای ۳۵ سال	۵۲	۱۹
	جمع کل		۲۷۳
تحصیلات	دیپلم و فوق دیپلم	۱۷	۶
	لیسانس	۱۳۱	۴۸
	فوق لیسانس	۹۳	۳۴
	دکتری	۳۲	۱۲
جمع کل		۲۷۳	۱۰۰
رشته تحصیلی	تربیت بدنی	۲۰۷	۷۶
	مدیریت	۱۷	۶
	بازاریابی	۱۷	۶
	سایر رشته‌ها	۳۲	۱۲
	جمع کل		۲۷۳

۴۴	۱۱۹	تربیت بدنی عمومی	
۱۵	۴۱	مدیریت ورزشی	
۴	۱۱	رفتار حرکتی	گرایش (در صورت
۸	۲۲	فیزیولوژی ورزشی	تربیت بدنی بودن)
۴	۱۱	آسیب شناسی ورزشی	
۱	۳	بیومکانیک ورزشی	
۰	۰	روانشناسی ورزشی	
۷۶	۲۰۷	جمع کل	
۷	۱۹	۱ سال و کمتر	
۴۱	۱۱۲	۲-۴ سال	
۲۶	۷۱	۵-۷ سال	سابقه افراد
۱۴	۳۸	۸-۱۰ سال	
۱۲	۳۳	بالای ۱۰ سال	
۱۰۰	۲۷۳	جمع کل	

با استفاده از مصاحبه و مبانی نظری تحقیق، در مجموع ۳۳ عامل بازدارنده و ۲۵ عامل پیش برنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان شناسایی شد. این عوامل برای تایید در اختیار خبرگان قرار گرفت و پرسشنامه اولیه برای تایید روایی صوری و محتوایی در اختیار جامعه آماری تحقیق قرار گرفت. در این پژوهش به منظور مشخص نمودن عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان کشور و تعیین مقدار واریانس تبیین شده توسط هر کدام از عامل های دسته بندی شده از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

بر اساس یافته های حاصل از تحلیل عاملی مقدار KMO عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان برابر با ۰/۹۴۹ و مقدار بارتلت برابر با ۵۳۶۱/۸۰۶ بود که حاکی از همبستگی و مناسب بودن متغیرهای وارد شده برای تحلیل عاملی اکتشافی بود. به منظور دسته بندی عامل ها، از مقدار ویژه استفاده و عامل های مد نظر بودند که مقدار ویژه آنها بزرگتر از ۱ باشد. بر اساس یافته های حاصل، ۴ مولفه شناسایی شد که مولفه عوامل پشتیبانی به عنوان مهمترین عامل پیش برنده ۳۴/۹۲۴ درصد واریانس را تبیین می کند. همچنین مقدار KMO عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان برابر با ۰/۹۱۱ و مقدار بارتلت برابر با ۴۷۲۶/۸۳۸ بود. بر اساس یافته های حاصل، ۷ مولفه شناسایی شد که مولفه عوامل فرهنگی به عنوان مهمترین عامل بازدارنده ۳۳/۳۴۵ درصد واریانس را تبیین می کند. در جدول ۲ و ۳ عامل های استخراج شده از تحلیل عاملی اکتشافی برای عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان آمده است:

جدول ۲. عامل های استخراج شده از تحلیل عاملی اکتشافی عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان

ردیف	نام مولفه	تعداد عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
۱	عوامل پشتیبانی	۸	۵/۶۷۶	۳۴/۹۲۴	۳۴/۹۲۴
۲	عوامل اجتماعی	۶	۵/۰۱۲	۱۷/۲۱۰	۵۲/۱۳۴
۳	عوامل فردی	۵	۳/۷۴۷	۱۲/۵۰۵	۶۴/۶۳۹
۴	عوامل فناورانه	۴	۲/۷۶۲	۴/۱۴۸	۶۸/۷۸۷

● تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

بعد از مرحله چرخش واریماکس از ۲۵ متغیر وارد شده در تحلیل عاملی اکتشافی، دو عامل بار عاملی کمتر از ۰/۵ داشت که در دسته بندی های بالا جای نگرفتند و حذف شدند. نتایج چرخش واریماکس و بار عاملی هر گویه عامل پیش برنده در جدول ۴ گزارش شده است:

جدول ۳. عامل های استخراج شده از تحلیل عاملی اکتشافی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان

ردیف	نام مولفه	تعداد عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
۱	عوامل فرهنگی	۷	۵/۹۶۹	۳۳/۳۴۵	۳۳/۳۴۵
۲	روحیه کارآفرینی	۷	۴/۰۸۴	۸/۱۸۸	۴۱/۵۳۳
۳	عوامل حمایتی آموزشی	۵	۲/۹۷۵	۷/۲۷۷	۴۸/۸۱۰
۴	عوامل مالی اقتصادی	۴	۲/۸۲۵	۵/۳۳۴	۵۴/۱۵۵
۵	عوامل سیاسی قانونی	۴	۲/۷۴۸	۴/۵۲۵	۵۸/۶۸
۶	عوامل ساختاری	۴	۲/۱۸۸	۴/۳۱۶	۶۲/۹۹۶

۲۷۶

بعد از مرحله چرخش واریماکس از ۳۳ متغیر وارد شده در تحلیل عاملی اکتشافی، ۲ مورد بار عاملی کمتر از ۰/۵ داشت که در دسته بندی های بالا جای نگرفتند و حذف شدند. نتایج چرخش واریماکس و بار عاملی هر گویه در جدول ۵ گزارش شده است:

جدول ۴. بار عاملی گویه ها و سوالات استخراج شده عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان

عامل	گویه	بار عاملی
عوامل پشتیبانی	۱. ایجاد سازو کارهای قانونی برای ورود بخش خصوصی به ورزش بانوان	۰/۷۷۸
	۲. برخورداری از تخفیف های مالیاتی در ایجاد کسب و کارهای جدید	۰/۷۳۹
	۳. قوانین ویژه در حوزه کارآفرینی ورزش زنان	۰/۷۷۳
	۴. وجود انجمن های تخصصی بانوان	۰/۷۳۵
	۵. وجود اتحادیه ها، اصناف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین	۰/۷۵۲
	۶. سیاست های تشویقی دولت برای کارآفرینان	۰/۷۴۳
	۷. وجود امنیت اجتماعی برای حضور بانوان در بازار ورزش کشور	۰/۷۷۶
	۸. حمایت بیشتر خانواده ها از کسب و کارهای بانوان	۰/۷۷۶
عوامل اجتماعی	۱. نگاه و دید مثبت مردم به ورزش بانوان	۰/۶۷۴
	۲. مورد استقبال قرار گرفتن کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۴۷
	۳. افزایش مشارکت عمومی بانوان در مشاغل	۰/۸۰۰
	۴. مقبولیت اجتماعی زنان کارآفرین و موفق	۰/۷۲۶
	۵. توسعه ورزش های مرتبط با تناسب اندام و افزایش علاقه بانوان به این ورزش ها	۰/۷۴۵
عوامل فردی	۶. تخصصی شدن مشاغل ورزشی به خصوص ورزش بانوان	۰/۸۴۵
	۱. توانایی متقاعد کردن بیشتر بانوان نسبت به آقایان برای کسب و کارهای ورزشی	۰/۷۴۶
		۰/۶۹۶



۰/۶۲۳	۴. توانایی بیشتر بانوان در تعامل با محیط کسب و کار	
۰/۷۹۶	۳. فرصت های بیشتر برای کارآفرینی به دلیل کمبود متخصصان ورزشی زن	
۰/۶۹۶	۴. افزایش فارغ التحصیلان بانوان در رشته تربیت بدنی	
	۵. گرایش به خود مدیریتی بانوان	
	۱. افزایش کانال های ارتباطی فروش و راه اندازی کسب و کارهای ورزشی	
۰/۶۲۳	۲. توسعه کسب و کارهای آنلاین و کم هزینه	عوامل فناورانه
۰/۷۹۶	۳. فراهم بودن زیرساخت های نرم افزاری توسعه کسب و کارهای ورزشی	
۰/۵۹۳	۴. گسترده شدن دامنه فعالیت های کارآفرینی به واسطه حضور شبکه های مجازی	

## جدول ۵. بار عاملی گویه ها و سوالات استخراج شده عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان

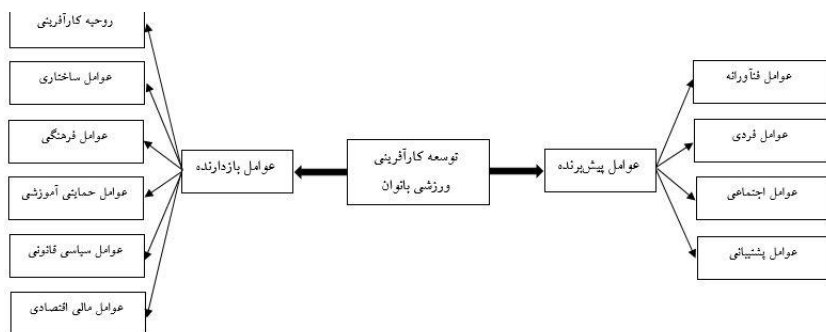
بار عاملی	گویه	عامل
	۱. نگاه و دید سنتی مردم به ورزش بانوان	
۰/۶۴۱	۲. تعدد نقش بانوان در جامعه	
۰/۶۴۰	۳. نگاه جنستی در کسب و کارهای ورزشی	
۰/۶۲۵	۴. فرهنگ اقتدارگر مرد سالاری	
۰/۶۴۰	۵. محدودیت های مذهبی بانوان	
۰/۵۹۰	۶. نگاه جنسیتی به جای نگاه کیفیتی به کارآفرینی ورزشی	عوامل فرهنگی
۰/۶۹۶	۷. ناباوری نسبت به توانایی های علمی و عملی بانوان در ورزش و عدم اعتماد سرمایه گذاران و حامیان مالی به توانایی های زنان	
۰/۷۲۹	۱. تحمل ریسک پایین بانوان نسبت به آقایان	
۰/۵۸۸	۲. تحمل شکست پایین تر و اراده برگشت به کار	
۰/۷۲۰	۳. سرسخت بودن در ایجاد کسب و کار جدید	
۰/۶۳۶	۴. آرمان گرا بودن به جای واقع گرا بودن	
۰/۷۵۵	۵. ویژگی های شخصیتی بانوان (وابستگی، تفکر چندوجهی و ...)	روحیه کارآفرینی
۰/۵۵۵	۶. تمایل اندک به راه اندازی کسب و کارهای پیچیده	
۰/۷۰۲	۷. فقدان انگیزه کافی برای کسب درآمد	
۰/۷۳۳	۱. عدم حمایت معنوی از حضور بانوان در کسب و کارهای ورزشی	
۰/۶۷۵	۲. سطوح آموزشی پایین تر بانوان به دلیل دسترسی محدود به فرصت ها یا آموزش شغلی	عوامل حمایتی آموزشی
۰/۷۲۶	۳. دسترسی ناکافی به بانوان کارآفرین به فناوری، خدمات حمایتی و اطلاع رسانی	
۰/۷۳۴	۴. عدم حمایت های سازمانی	
۰/۶۳۴	۵. نبودن صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین	
۰/۵۶۴	۱. ابعاد نامناسب بازار ورزش حرفه ای بانوان	
۰/۷۰۴	۲. بازار محدود ورزش بانوان کشور در سطح کلان	عوامل مالی اقتصادی
۰/۶۱۴	۳. دشواری کسب سرمایه اولیه و تأمین نقدینگی	
۰/۵۵۷	۴. وابستگی مالی بانوان به مردان در سرمایه گذاری	
۰/۶۰۱		

## ● تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

	۱. تحولات سیاسی در ورزش کشور	
۰/۵۹۶	۲. سازو کارهای قانونی سخت برای ورود بخش خصوصی	عوامل سیاسی قانونی
۰/۵۶۳	به ورزش بانوان	
۰/۶۰۱	۳. قوانین ناظر بر خانواده و اشتغال بانوان	
۰/۶۶۶	۴. موانع قانونی و خلاء قوانین و مقررات برای کسب و کارهای ورزشی	
	۱. تعداد کم ورزشکاران بانوان	عوامل ساختاری
۰/۵۸۵	۲. اختیارات کم مدیریتی در ورزش بانوان در سطح کشور	
۰/۵۷۱	۳. تمایل کم سرمایه گذاران به ورود به ورزش بانوان در کشور	
۰/۶۴۱	۴. تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف	
۰/۶۰۳		

با توجه به یافته های تحلیل عاملی اکتشافی، مدل مفهومی زیر رسم شد. در ادامه نتایج حاصل از مدل سازی معادلات ساختاری آمده است:

۲۷۸



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

### ارزیابی مدل مسیری- ساختاری

برای آزمون مدل تحقیق، از مدل سازی مسیری- ساختاری استفاده شده است. این روش، مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای تحقیق و سؤالات پرسشنامه است. به عبارت دیگر، مدل سازی مسیری- ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه گیری و مدل ساختاری را با یک آزمون آماری همزمان ترکیب می کند. به منظور بررسی مطلوبیت مدل مسیری- ساختاری در روش حداقل مربعات جزئی (PLS) معیارهای متفاوتی برای ارزیابی مدل وجود دارد. ابتدا مدل اندازه گیری و سپس مدل ساختاری مورد بررسی قرار می گیرد.

### ارزیابی مدل اندازه گیری

در این بخش پایایی مدل با سه شاخص ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد. سپس روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراج شده<sup>۱</sup> تحلیل گردید و روایی و اگرآ نیز به روش فورنل- لارکر بررسی شد:

1. Average Variance extract (AVE)

جدول ۶. بررسی شاخص های روایی و پایایی سازه تحقیق

سازه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	مجذور واریانس استخراج شده AVE
توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۵۷
عوامل بازدارنده	۰/۸۵	۰/۹۱	۰/۶۳
عوامل پیش برنده	۰/۷۲	۰/۹۰	۰/۶۹

بر اساس نتایج آزمون در جدول بالا، میزان آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ است که ثبات درونی بالای پرسشنامه را نشان می‌دهد. ضریب دیلون-گلد اشتاین یا پایایی ترکیبی (شاخص سازگاری درونی مدل اندازه گیری) سازه ها می‌باشد. این ملاک، معیار مدرن تری است که PLS برای ارزیابی پایایی مدل گزارش می‌دهد و طی آن پایایی سازه نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه ها با یکدیگر محاسبه می‌گردد که باید بیشتر از ۰/۷ باشد. مقادیر به دست آمده برای این شاخص ها نیز حاکی از پایایی قابل قبول مدل تحقیق حاضر می‌باشد. همچنین برای بررسی روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. مقادیر بالای ۰/۵ در این بخش قابل قبول است. طبق نتایج آزمون مدل در جدول بالا، روایی همگرای مدل اندازه گیری به جز متغیر نیازسنجی قابل قبول بود.

#### ارزیابی مدل ساختاری

برای ارزیابی مدل درونی یا مدل ساختاری، شاخص های متعددی وجود دارد که از جمله می‌توان به ضریب تعیین ( $R^2$ ) و ضرایب مسیر اشاره کرد. ضریب تعیین یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درونزا می‌باشد. مقادیر  $R^2$  برابر ۰/۱۸ و ۰/۵۲ در مدل های مسیری PLS به ترتیب ضعیف و قابل توجه توصیف می‌شود. بر اساس نتایج جدول زیر، ضریب تعیین برای تمام متغیرهای درونزا مقدار قابل قبول است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می‌دهد:

جدول ۷. ضریب تعیین متغیرهای درونزای تحقیق

متغیرهای درونزا	عوامل بازدارنده	عوامل پیش برنده
ضریب تعیین	۰/۶۱	۰/۶۶

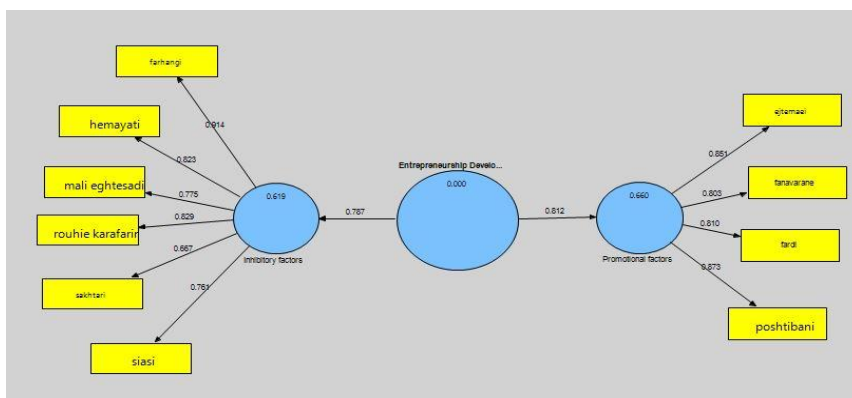
#### برازش کلی مدل

در این بخش برازش مدل اندازه گیری با شاخص اشتراکی، برازش مدل ساختاری با شاخص افزونگی و برازش کلی با نیکویی برازش (GOF) اندازه گیری می‌شود. شاخص افزونگی فقط برای متغیرهای درونزا (متغیر ملاک) محاسبه می‌گردد و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. کتاب های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده اند.

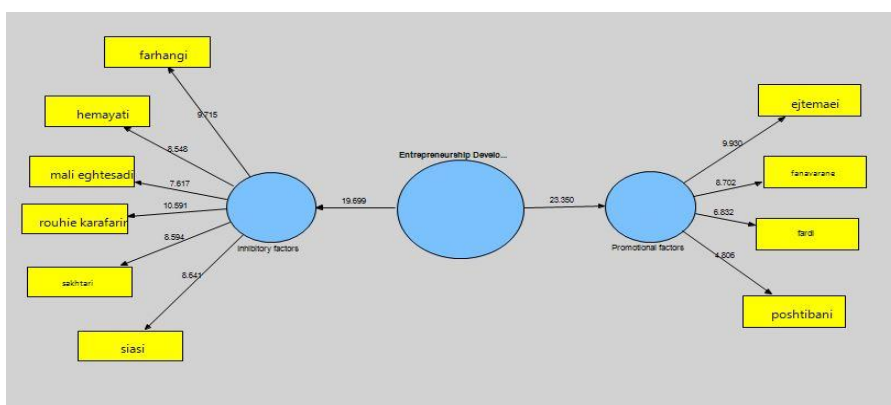
جدول ۸. برآورد پارامترهای مدل ساختاری

متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی
توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان	۰/۹۴	—
عوامل بازدارنده	۰/۹۶	۰/۰۲۲
عوامل پیش برنده	۰/۹۳	۰/۰۲۸

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities}} * R^2 = \sqrt{0.94 * 0.63} = 0.61$$



شکل ۲. مدل تحقیق در حالت ضریب مسیر استاندارد



شکل ۳. مدل تحقیق در حالت شاخص تی

### بحث و نتیجه گیری

ورزش به عنوان یک صنعت رو به رشد و حتی توسعه یافته در دنیا محسوب می شود که افزایش فرآیندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت های شغلی جدیدی شده است. بانوان نیز در سال های اخیر به خوداشتغالی و فرآیندهای کارآفرینی در ورزش روی آورده اند. از این رو، هدف پژوهش حاضر تحلیل تماتیک عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور بود. در واقع، محقق نخست به دنبال شناسایی عواملی بود که در وضع موجود کشور باعث پیش برد اهداف کارآفرینی ورزشی بانوان می شوند و سپس عواملی که در وضع موجود، بازدارنده کارآفرینی ورزشی بانوان به شمار می آیند.

بر اساس یافته های تحقیق، در مجموع ۴ مولفه در قالب ۲۳ گویه شناسایی شد. این مولفه ها شامل عوامل پشتیبانی، عوامل اجتماعی، عوامل فردی و عوامل فناورانه بود. در تحقیق مندرجی زاده و احسانی (۱۳۹۲) به مشکلات فردی برای زنان کارآفرین پرداخته شده که با نتایج این تحقیق همسویی داشت. این یافته ها نشان داد که کارآفرینی ورزشی بانوان تحت تاثیر عوامل مثبتی نیز

می‌باشد که در قدم اول به پشتیبانی بانوان ختم می‌شود؛ مانند اینکه حمایت خانواده‌ها از کسب و کارهای بانوان بیشتر شده یا اتحادیه‌ها و اصناف‌های غیر دولتی تشکیل شده که از زنان کارآفرین پشتیبانی می‌کنند. از این رو، یک عامل پیش‌برنده و محرک قوی برای کارآفرینان زن این است که از آنها پشتیبانی و مزایایی برای پشتیبانی آنها قرار داده شود. به همین دلیل پیشنهاد می‌گردد که از پشتیبانی‌هایی موجود در راستای کارآفرینی بانوان بهره‌گیری شود. به عنوان مثال، دولت برخی سیاست‌های تشویقی برای حضور بانوان کارآفرین فراهم کرده که جای امیدواری دارد، اما زمانی این پشتیبانی شکل عملیاتی به خود خواهد گرفت که دولت برنامه عملیاتی و انگیزشی نیز برای حضور بانوان در عرصه ورزش و کارآفرینی فراهم کند. مولفه بعدی که موجب پیش‌برد توسعه کارآفرینی بانوان می‌شود، عوامل اجتماعی است. این عامل نشان می‌دهد که از نظر اجتماع، مانند گذشته به زن فقط به چشم مادران خانه‌دار نگاه نمی‌شود و آنها باید وارد بازار کار شوند و از کسب و کارهای شان حمایت گردد. این عوامل به طور خاص اشاره می‌کند که بانوان نیز مانند آقایان باید کسب و کارهای مخصوص به خود داشته باشند و از آنجایی که در ورزش، مشاغل به صورت تخصصی درآمده‌اند، این ضرورت ایجاد می‌شود که بانوان به کارآفرینی روی بیاورند. در راستای این مفهوم باید بیان کرد که بانوان از یک مانع همیشگی که با آن روبه‌رو بوده‌اند خارج شدند و می‌توانند از مشاغلی که خاص بانوان و مورد مقبولیت آنهاست برای راه‌اندازی کسب و کارهای ورزشی خود استفاده کنند و بازار خود را شکل دهند. به عنوان مثال، ورزش‌هایی مانند یوگا، پیلاتیس، ایروبیک دنس و رقص از جمله ورزش‌هایی است که مورد استقبال بانوان قرار می‌گیرد. در نتیجه باید از این فرصت‌ها به بهترین شکل استفاده کنند. یکی دیگر از مولفه‌های پیش‌برنده، عوامل فردی است که می‌تواند مزیتی رقابتی برای بانوان ایجاد کند. بی‌شک، بانوان توانایی بیشتری نسبت به آقایان برای متقاعد کردن دارند، در تعامل با محیط، انعطاف‌پذیری بیشتری دارند و در سال‌های اخیر با توجه به بیشتر شدن زنان شاغل، گرایش به خودمدیریتی آنها بیشتر شده است. در نتیجه یک عامل محرک قوی برای توسعه کارآفرینی ورزشی می‌باشد. این مولفه، استقلال بانوان را به عنوان یک عامل پیش‌برنده نشان می‌دهد و از سویی با وجود عوامل فردی باز هم بانوانی هستند که مشکل اعتماد به نفس یا انگیزه ورود به بازار و کارآفرینی را دارند. در اینجا بانوانی که چنین ویژگی‌هایی را دارا هستند بهتر می‌توانند به کارآفرینی روی بیاورند و یک نوع مزیت رقابتی بین خود بانوان ایجاد خواهد شد، چون منطقی هم نمی‌باشد که همه بانوان به کارآفرینی روی بیاورند و توانایی فردی داشته باشند. مولفه آخر به عوامل فناورانه اشاره دارد. تغییر در کسب و کارها و ظهور شبکه‌های مجازی، فرصت‌های بسیاری برای کارآفرینی به وجود آورده است که در این تحقیق به طور خاص یک عامل پیش‌برنده برای توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان محسوب می‌شود. در نتیجه پیشنهاد می‌شود که بانوان در ابتدای راه‌اندازی کسب و کار ورزشی خود از طریق فضای مجازی و کانال‌های ارتباطی فروش غیر مستقیم کار خود را شروع کنند تا میزان ریسک عدم موفقیت آنها کاهش یابد.

در ادامه یافته‌های تحقیق به بررسی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد که ۶ مولفه در قالب ۳۱ گویه به عنوان عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی بانوان شناسایی شده‌اند. این مولفه‌ها شامل عوامل فرهنگی، روحیه کارآفرینی، عوامل حمایتی آموزشی، عوامل مالی اقتصادی، عوامل سیاسی و عوامل ساختاری بود. عامل فرهنگی نشان می‌دهد که بسیاری از فرصت‌های کارآفرینی بانوان به علت مسائل فرهنگی همچون فرهنگ مردسالاری،

## ● تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در ایران

محدودیت های مذهبی، نگاه جنسیتی و ... از بین می رود یا دسترسی به آنها سخت می شود. این یافته با تحقیقات واسانت (۲۰۰۹) و کوتانیز و بایراکتاگل (۲۰۰۲) همخوانی دارد. در این زمینه لیندسی و همکاران (۲۰۰۶)، به بررسی تئوری آمیخته مشارکت زنان با مردان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در جوامع مردسالار زمانی که زن کارآفرین با یک مرد در انجام فعالیت اقتصادی مشارکت می کند، به منابع و شبکه اجتماعی گسترده تری دست می یابد. در نتیجه این عامل بازدارنده نیز فقط یک تصور فرهنگی غلط و اشتباه است و صرفاً آقایان در امور کارآفرینی موفق تر نیستند. مولفه بعدی در مورد عوامل بازدارنده به روحیه کارآفرینی اشاره دارد. این عامل به طور خاص اشاره می کند که روحیه کارآفرینی باید تحمل شکست را داشت، از ریسک کردن منطقی ترس نداشت، واقع گرا بود، از راه اندازی کسب و کارهای پیچیده هراس نداشت و ... که این نتیجه با تحقیق قمبرعلی و رستمی (۱۳۹۴) نیز همسو بود. از این رو پیشنهاد می شود که برای افزایش اعتماد به نفس و تقویت روحیه کارآفرینی بانوان، انجمن های علمی که مسئولیت توسعه و ترویج کارآفرینی را دارند، با آموزش و واقع گرایی سعی در تبیین حس کارآفرینی برای بانوان کنند. عوامل حمایتی آموزشی نیز سومین عامل بازدارنده بود. موانع حمایتی در تحقیقاتی همچون خسروی پور و همکاران (۱۳۹۹)، حسین زاده و کاظمی (۱۳۹۶) و یاسوری و همکاران (۱۳۹۴) اشاره شده بود و نشان می دهد که یک عامل بازدارنده مهم است که باید مورد توجه قرار بگیرد. مسائل مالی اقتصادی نیز یکی دیگر از عوامل بازدارنده بود. از مهمترین دلایلی که بانوان با وجود ظرفیت های بسیار بالایی که دارند نمی توانند آنطور که شایسته است به توسعه کسب و کارهای ورزشی خود برسند، مشکلات مالی و فقدان سرمایه اولیه است که به مردان وابسته هستند. از این رو بسیار مهم است که برای بانوان کارآفرین به خصوص در بخش ورزش که مزایای فوق العاده ای برای سلامت جامعه نیز دارد، تسهیلات سرمایه گذاری و مالی فراهم شود. پیشنهاد دیگر این است که بانوان صندوق های سرمایه گذاری خصوصی برای خود ایجاد نمایند و با توسعه فرهنگ کارآفرینی بانوان، این صندوق ها را توسعه و ترویج دهند و به عنوان یک مرجع اصلی برای بانوان کارآفرین از آن استفاده کنند؛ به صورتی که بتوانند سرمایه خود را در آنجا پس انداز کنند و هم اینکه بتوانند از مزایای آن در آینده با گرفتن وام یا تسهیلات حمایتی استفاده نمایند. عوامل سیاسی، قانونی و ساختاری نیز از موانع بازدارنده دیگری بود که در این تحقیق به آنها اشاره شد. قمبرعلی و رستمی (۱۳۹۴) و یاسوری و همکاران (۱۳۹۴) به عوامل سیاسی و دولتی در توسعه کارآفرینی نیز اشاره کرده بودند که با این نتیجه همسو بود.

در ادامه برای تایید مدل مفهومی تحقیق، از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد که تحلیل عاملی مولفه ها و گویه های شناسایی شده بررسی گردید. ابتدا به ارزیابی مدل اندازه گیری تحقیق پرداخته شد و در این قسمت پایایی متغیرهای پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی واگرا به روش فورنل لارکر بررسی شد. یافته هانشان داد که متغیرهای پیش برنده، بازدارنده و توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان از پایایی بسیار بالایی برخوردار بودند و مجذور واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ بود که نشان دهنده روایی واگرای پرسشنامه بود. این یافته بدین معنی است که پیش فرض مدلسازی معادلات ساختاری طبق پرسشنامه و متغیرهای پژوهش برقرار است. در ادامه مدل ساختاری تحقیق ارزیابی شد. از آنجا که ضریب تعیین همه متغیرها بالاتر از ۰/۵۲ بود، می توان دریافت که هر متغیر مستقل مشاهده شده در مدل، تغییرات موجود در متغیر وابسته را تبیین می کند. بنابراین درصد نشان داده شده توسط این شاخص با فرض تاثیر همه متغیرهای مستقل

بر متغیر وابسته می‌باشد. این شاخص بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. علاوه بر ضریب تعیین که توضیح داده شد، برای ارزیابی مدل ساختاری باید ضرایب مسیرها را بررسی کرد که بحث و تحلیل در مورد مدل تحقیق، حول محور این موضوع می‌چرخد. یافته‌های مدل تحقیق نشان داد که هر دو مسیر توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان به عوامل پیش برنده و بازدارنده معنادار و قوی وابسته می‌باشد، اما وابستگی مسیر به عوامل پیش برنده با ضریب مسیر استاندارد ۰/۸۱۲ مهم‌تر بود. این یافته نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان کشور بیشتر از عوامل پیش برنده متأثر خواهد شد. این نتیجه منطقی به نظر می‌رسد، چرا که کارآفرینی ورزشی بانوان کشور با وجود نقاط ضعفی که دارد اما در سالیان گذشته سعی در تقویت نقاط قوت خود داشته است و به همین وسیله توانسته نقاط ضعف خود را پوشش دهد. گفتنی است که وابستگی مسیر توسعه کارآفرینی ورزشی به عوامل بازدارنده نیز قوی و معنادار بود و عوامل بازدارنده سهم مهمی در توسعه کارآفرینی ورزشی کشور دارد و صرفاً مباحث مطرح شده به دلیل ضریب مسیر بالاتر آن است. به همین دلیل کنترل عوامل بازدارنده را نباید نادیده گرفته شود، زیرا در بسیاری از موارد، عوامل بازدارنده سهم قوی تری دارند و مانع بسیاری از تحرکات مثبت می‌شوند. در یک نتیجه گیری کلی باید گفت که برای بهبود و توسعه کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور، توجه به عواملی که رسیدن به مسیر را بهبود می‌بخشند باید در اولویت اول و عواملی که مسیر رسیدن به بهبود را کند می‌کنند، در اولویت بعدی قرار بگیرند.

همچنین پیشنهاد می‌شود که جهت برون رفت از آسیب‌های کارآفرینی ورزشی بانوان در کشور به طرح راهکارهایی همچون آموزش بیشتر به بانوان در مورد مسائل کارآفرینی، ارتقای روحیه کارآفرینی، فرهنگ سازی در مورد کسب و کارهای بانوان، ارائه وام‌های سرمایه گذاری به بانوان کارآفرین با بهره کم و هموار کردن ساز و کارهای قانونی در جهت ایجاد کسب و کارهای ورزشی پرداخت.

## منابع

- آسایش، حمید؛ نامجو، صادق و فلاحي، اکرم. (۱۳۹۷). «عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران». دومین همایش تولید ملی و اشتغال پایدار: چالش ها و راهکارها. دانشگاه آیت اله العظمی بروجردی.
- حسین زاده، مهناز و کاظمی، عالیه. (۱۳۹۶). «شناسایی موانع و راهکارهای بهبود سیستم کارآفرینی زنان با استفاده از رویکردهای تحقیق در عملیات سخت و نرم». مدیریت صنعتی. ۹(۴)، صص ۶۰۹-۶۳۲.
- خسروی پور، بهمن؛ آئی، نادیا؛ آجیلی، عبدالعظیم و عبدشاهی، عباس. (۱۳۹۹). «عوامل مؤثر بر توسعه و موانع باز دارنده کارآفرینی زنان روستایی». نشریه علمی زن و فرهنگ. ۱۲(۴۴)، صص ۶۱-۷۰.
- فراهانی، ابوالفضل، صفرنژاد، مهری و فراهانی، زهرا. (۱۳۹۸). «تحلیل عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران». نشریه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۱(۱)، صص ۱۱-۲۱.
- قمبرعلی، رضوان و رستمی، فرحناز. (۱۳۹۴). «شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه». کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۲)، صص ۱-۱۷.
- کاظمی، عالیه و مقیمی، بهاره. (۱۳۹۷). «بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی». فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه. ۹(۳۴)، صص ۲۴۹-۲۷۴.
- یاسوری، مجید؛ قرشی، محمدمداسط و وطنخواه، ژیلدا. (۱۳۹۴). «تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن». پژوهش های روستائی. ۶(۲)، صص ۲۲۳-۲۴۲.
- 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.
- Carter, S. L., & Shaw, E. (2006). **Women’s business ownership: Recent research and policy developments**. Report to the Small Business Service, London.
- European Commission. (2017). “Resolution of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States”. Meeting within the Council.
- Feijo-Cuenca, N., Navajas-Romero, V., & Ceular-Villamandos, N. (2019). “**Study of the incursion of women in the field of entrepreneurship**”. Revista ESPACIOS, 40(38).
- Godwin, L. N., Stevens, C. E., & Brenner, N. L. (2006). “**Forced to play by the rules? Theorizing how mixed-sex founding teams benefit women entrepreneurs in male-dominated contexts**”. Entrepreneurship theory and practice, 30(5), 623-642.
- Karabulut, E. O., & Doğan, P. K. (2018). “**Investigation of entrepreneurship trends and general competency levels of university students studying at faculty of sports sciences**”. Journal of Education and Training Studies, 6(4), 212-220.
- Kutanis, R. O., & Bayraktaroglu, S. (2003). “**Female Entrepreneurs: Social Feminist Insights for Overcoming the Barriers Stream19**”. Gender Perspectives and Management.
- Pounder, P. (2019). “**Examining interconnectivity of entrepreneurship, innovation and sports policy framework**”. Journal of Entrepreneurship and Public Policy.



- Ratten, V. (2018). **“Perspectives of Sport Entrepreneurship”**. Sport Entrepreneurship: Springer, p. 63-77.
- Ratten, V. (2011). Social entrepreneurship and innovation in sports. International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation, 1(1), 42-54.
- Ratten, V., & Jones, P. (2018). **“Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach”**. Education+ Training.
- Revell-Love, C., & Revell-Love, T. (2016). **“Competencies of women entrepreneurs utilizing information marketing businesses”**. Journal of Small Business and Enterprise Development, 23(3), 831-853.
- 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.
- Saiz-Alvarez, J. M., Martínez, A. C., & Martínez, C. C. A. (2014). **“An entrepreneurial well-being model based on GEM data for Spain”**. IJIMAI, 2(5), 38-47.
- Srivastava, S. (2012). **“Motivational Factors Instrumental in the Emergence of Women Entrepreneurship”**. Aweshkar Research Journal, 13(1).
- Tambunan, T. T. H. (2017). **“Women entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their motivations and main constraints”**. JWEE, (1-2), 56-86.
- Taze, M., & Karayol, M. (2020). **“Investigation of Entrepreneurship Levels and Employability Perception of Undergraduate Students Studying Sports Sciences”**. International Education Studies, 13(5), 35-43.
- Vasant, D. (2009). **“Entrepreneurial development”**. Mumbai: Global Media, p: 34.
- Vujko, A., Tretiakova, T., Petrovic, M., Radovanovic, M., Gajic, T., & Vukovic, D. (2019). **“Women’s empowerment through self-employment in tourism”**. Annals of Tourism Research, 76, 328-330.
- Yashalova, N. Y. N., Akimova, M. A., Ruban, D. A., Boiko, S. V., & Usova, A. V. (2017). **“Prospects for regional development of industrial tourism in view of the analysis of the main economic indicators of Russian tourism industry”**. Economic and social changes: facts, trends, forecast, 10(2), 195-213.