



Shahid Sattari Aeronautical University  
of Science and Technology

## Paradigm Model of Successful Entrepreneurship: A Study in Women's Business

Iraj Saghafi<sup>1</sup>, Yusef Beighzadeh<sup>2</sup>, Yahya Dadashkarimi<sup>3</sup>, Mojtaba Ramezani<sup>4</sup>, Yaeghub Alavimatin<sup>5</sup>

### Abstract

**Background & Purpose:** Entrepreneurial business is a suitable way for women to generate stable income. But women's share in entrepreneurship is very low when compared to their participation rate. Therefore, in this research, the model of successful entrepreneurship of women in starting a business is discussed.

**Methodology:** In this research, a mixed exploratory research strategy was used. In the qualitative part, the grounded theory method was used, and in the quantitative part, the survey method was used. The statistical population of the qualitative part included all the women entrepreneurs of West Azerbaijan province, among whom a semi-structured interview was conducted with 18 women entrepreneurs. The statistical population in the quantitative stage also included female entrepreneurs of the province, 141 of whom were selected as a sample. To collect data, semi-structured interviews were used in the qualitative part, and researcher-made questionnaires were used in the quantitative part. For data analysis, the coding process was used in the qualitative part and the structural equation modeling technique was used in the quantitative part.

**Findings:** The results of qualitative data analysis indicate the identification of 81 indicators and 16 categories (individual characteristics, economic conditions, legal conditions, political factors, market factors, women's entrepreneurship, institutional factors, socio-cultural factors, technological factors, entrepreneurship education strategy, open innovation, creation and development of entrepreneurial networks, diversification of financing methods, individual and family consequences, social consequences and economic consequences) in the form of the foundation's data paradigm model. The findings from the quantitative analysis also indicated the confirmation of the model and the proper fit of the research model.

**Conclusion:** The development of women's entrepreneurial businesses and their sustainability requires the use of all environmental capacities and the use of new entrepreneurial patterns and innovative strategies in society.

**Keywords:** *Entrepreneurship, Business, Women's Entrepreneurship, Grounded Theory.*

**Citation:** Saghafi, Iraj; Beighzadeh, Yusef; Dadashkarimi, Yahya; Ramezani, Mojtaba and Alavimatin, Yaeghub.(2023). Paradigm Model of Successful Entrepreneurship: A Study in Women's Business. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, 6(21), 181-202.

---

1. PhD Student in Public Administration, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. E-mail: [Irajsaghafi@gmail.com](mailto:Irajsaghafi@gmail.com)

2. Department of Public Administration, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. E-mail:

[Y.beighzadeh@bonabiau.ac.ir](mailto:Y.beighzadeh@bonabiau.ac.ir)

3. Department of Public Administration, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. E-mail:

[Dadashkarimi\\_2006@yahoo.com](mailto:Dadashkarimi_2006@yahoo.com)

4. Department of Commerce Administration, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. E-mail:

[Mojtabaramezani@ut.ac.ir](mailto:Mojtabaramezani@ut.ac.ir)

5. Department of Commerce Administration, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. E-mail:

[Alavimatin@iaut.ac.ir](mailto:Alavimatin@iaut.ac.ir)



دانشکده مدیریت

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی  
شاپای انتشار: ۷۱۱۲-۲۶۷۶  
دوره ۶، شماره ۲۱  
پاییز ۱۴۰۲  
صص ۱۸۱-۲۰۲

## الگوی پارادایمی کارآفرینی موفق: مطالعه‌ای در کسب و کار زنان

ایرج ثقفی<sup>۱</sup>، یوسف بیگزاده<sup>۲</sup>، یحیی داداش کریمی<sup>۳</sup>، مجتبی رضانی<sup>۴</sup>، یعقوب علوی متین<sup>۵</sup>

### چکیده

**زمینه و هدف:** کسب و کار کارآفرینانه راهی مناسب برای زنان جهت ایجاد درآمد پایدار است. اما سهم زنان در کارآفرینی هنگامی که با نرخ مشارکت آنها مقایسه می‌شود بسیار پایین است. از این رو، در این پژوهش به ارائه الگوی کارآفرینی موفق زنان در راه‌اندازی کسب و کار پرداخته می‌شود.

**روش‌شناسی:** در این پژوهش از استراتژی پژوهش آمیخته اکتشافی استفاده شد. در بخش کیفی از روش داده‌بنیاد و در بخش کمی از روش پیمایش بهره‌گیری شد. جامعه آماری بخش کیفی شامل کلیه زنان کارآفرین استان آذربایجان غربی بود که از بین آنها با ۱۸ نفر از زنان کارآفرین مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. جامعه آماری در مرحله کمی نیز شامل زنان کارآفرین استان بود که تعداد ۱۴۱ نفر به عنوان نمونه تعیین شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از ابزار مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از فرایند کدگذاری و در بخش کمی از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج حاصل از تحلیل کیفی داده‌ها حاکی از شناسایی ۸۱ شاخص و ۱۶ مقوله (ویژگی‌های فردی، شرایط اقتصادی، شرایط قانونی، عوامل سیاسی، عوامل بازار، کارآفرینی زنان، عوامل نهادی، عوامل اجتماعی-فرهنگی، عوامل فناوریانه، راهبرد آموزش کارآفرینی، نوآوری باز، ایجاد و توسعه شبکه‌های کارآفرینی، تنوع بخشی شیوه‌های تامین مالی، پیامدهای فردی و خانوادگی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای اقتصادی) در قالب الگوی پارادایمی داده بنیاد بوده است. یافته‌های حاصل از تحلیل کمی نیز بر تایید مدل و برازش مناسب مدل تحقیق دلالت داشت.

**نتیجه‌گیری:** توسعه کسب و کارهای کارآفرینی زنان و پایداری آنها نیازمند به کارگیری تمامی ظرفیت‌های محیطی و بهره‌گیری از الگوهای نوین کارآفرینی و راهبردهای نوآورانه در جامعه است.  
**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی، کسب و کار، کارآفرینی زنان، داده بنیاد.

**استناد:** ثقفی، ایرج؛ بیگزاده، یوسف؛ داداش کریمی، یحیی؛ رضانی، مجتبی و علوی متین، یعقوب. (۱۴۰۲). الگوی پارادایمی کارآفرینی موفق: مطالعه‌ای در کسب و کار زنان. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۶(۲۱)، ۱۸۱-۲۰۲.

۱. دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. [Irajsaghafi@gmail.com](mailto:Irajsaghafi@gmail.com)
۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. [Y.beighzadeh@bonabiau.ac.ir](mailto:Y.beighzadeh@bonabiau.ac.ir)
۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. [Dadashkarimi\\_2006@yahoo.com](mailto:Dadashkarimi_2006@yahoo.com)
۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. [Mojtabamezani@ut.ac.ir](mailto:Mojtabamezani@ut.ac.ir)
۵. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. [Alavimatin@iaut.ac.ir](mailto:Alavimatin@iaut.ac.ir)

### نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۲۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۰۹

نویسنده مسئول مقاله: یوسف بیگزاده

DOI:10.22034/QJIMDO.2023.410365.1219

## مقدمه

با وجودی که فقط پنجاه سال است تفکرات مرتبط با نقش زنان در جامعه تغییر یافته است، امروزه اجماع عمومی در سطح جهانی وجود دارد که درگیر کردن زنان در جامعه اقدامی هوشمندانه است و برابری جنسیتی در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی تأثیری مثبت بر رشد و توسعه جامعه انسانی دارد (والکر و کارکانی<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). زنان از نیروهای مهم تغییر در جهان معاصر محسوب می‌شوند؛ به طوری که موفقیت و شکست آنها بسیاری از ابعاد زندگی خود، خانواده و جوامع معاصر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در دهه‌های اخیر، در ایران، با وجود تغییر نقش‌های سنتی و به تبع آن افزایش تقاضای زنان برای تحصیلات عالی که می‌تواند مقدمه‌ای برای ارتقا و موفقیت‌های بعدی محسوب شود سایر پیشرفت‌های زنان با موفقیت‌های تحصیلی آنان متناسب نبوده است (برنا و همکاران، ۱۴۰۱).

کسب و کار یکی از حوزه‌هایی است که مداخله و فعالیت زنان در آن حائز اهمیت است. کسب و کار وسیله‌ای ایده‌آل برای زنان برای ایجاد درآمد است. کسب و کار فرآیند ایجاد چیزی متفاوت یا جدید است که ارزش ذاتی دارد. از جمله فعالیت‌های دیگر که بتوان به عنوان کسب و کار محسوب کرد، می‌توان به توسعه محصولات جدید یا شناسایی بازارهای جدید اشاره نمود (وان-دروویز و رومیژن<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱).

کارآفرین به عنوان فردی تعریف می‌شود که فرصتی را شناسایی می‌کند، ریسک می‌کند و منابع انسانی و پولی را سازماندهی می‌کند تا شرکتی، موسسه‌ای و یا سازمانی را ایجاد کند که کالا یا خدماتی را به منظور ایجاد سود ارائه دهد (اوگولو<sup>۳</sup>، ۲۰۲۲). یافته‌های پژوهشی حاکی از آن است که در ایالات متحده فعالیت‌های تجاری کسب و کار تقریباً نیمی از کل نوآوری‌های تجاری و نیمی از تولید ناخالص داخلی غیرکشاورزی، خصوصی و غیرکشاورزی را تشکیل می‌دهد. همچنین، درصد زنان صاحب مشاغل در ۳۰ سال گذشته از ۵ درصد به ۳۰ درصد افزایش یافته است (شیدیاک<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). با این حال، تعداد مشاغل متعلق به کارآفرینان زن ناشناخته است. زنان به برخی دلایل زیر کارآفرین می‌شوند؛ درآمد بیشتر، زمان بیشتر خانواده، پتانسیل درآمد بالاتر، گزینه‌های مراقبت روزانه، سرپرستی خانواده، زمان انعطاف‌پذیرتر، رئیس خود بودن، اجتناب از سندروم سقف شیشه‌ای بسیاری از

<sup>1</sup>. Walker, A., and Kulkarni

<sup>2</sup>. Van der Wees and Romijn

<sup>3</sup>. Ughulu

<sup>4</sup>. Shediak

سازمان‌ها یا رضایت شخصی از دستاوردهایشان (ما، نیو و سان<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱).

کسب و کار زنان یک پدیده جهانی در حال رشد است که توجه پژوهش‌های قابل توجهی را در چند دهه اخیر به خود جلب کرده است (هنری، فاس، و اهل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). این امر نه تنها از نظر ایجاد شغل و رشد اقتصادی به اقتصادها کمک می‌کند، بلکه به عنوان منبع افزایش تنوع کسب و کار در طیف وسیعی از زمینه‌های اقتصادی نیز شناخته می‌شود (کلی، بوسما و آموروس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). با این حال، علیرغم سهم قابل توجه کسب و کار زنان در کشور ایران، همچنان موانع و چالش‌های متعددی پیش روی آنها قرار دارد که می‌تواند مانع از موفقیت اقدامات کارآفرینانه زنان شود (تورس-اورتگا، اریکو و رونگ، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، یافته‌های پژوهشی زنان کارآفرین برای شروع سرمایه‌گذاری خود در بسیاری از اقتصادهای نوظهور مورد حمایت قرار نگرفته‌اند (رومی و پاروت<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). متأسفانه، با وجود مشارکت پایدار آنها در تولید ناخالص داخلی و کاهش فقر، توجه کمتری به زنان کارآفرین در اقتصادهای نوظهور شده است. در حقیقت یکی از راه‌های توانمندسازی اقتصادی زنان، کارآفرینی است. کسب و کار، منبع توانمندسازی اقتصادی زنان در کشورهای در حال توسعه برای تحریک رشد اقتصادی پایدار است. کارآفرینان در صورت مهارت و تجربه می‌توانند فرصت‌های تجاری را شناسایی کرده و از آنها استفاده کنند. همچنین، ویژگی‌های شخصیتی، پیشینه جامعه‌شناختی و موقعیت جمعیتی، دسترسی به زیرساخت‌ها، اطلاعات تجاری و خدمات مالی در عملکرد شرکت‌های تحت مالکیت زنان تاثیر دارد (بریکسیووا، کانگویه و سعید<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰).

کسب و کار به عنوان فرآیند تبدیل یک ابتکار یا مفهوم تجاری به یک مفهوم جدید تعریف می‌شود که پتانسیل رشد و باز کردن بازارها برای خدمات جدید را دارد. این فرآیند در مورد حل یک مشکل در جامعه از طریق یک محصول جدید یا یک ایده جدید است که می‌تواند به یک تجارت و ایجاد سود تبدیل شود. نظریه عمومی کسب و کار توسط شین (۲۰۰۳) (پیوند فردی-فرصت) در مورد کشف فرصت، ارزیابی آن و تصمیم برای بهره‌برداری از این فرصت است. این تئوری چهار معیار عملیاتی عملکرد شامل بقاء، رشد اقتصادی، سودآوری و فروش را به مردم توضیح می‌دهد. ارزیابی بقای هر فعالیت کسب و کار به تداوم آن در حین رشد و افزایش فروش یا درآمد با استفاده از فرصت‌های موجود در محیط بیرونی

<sup>1</sup>. Ma, Niu and Sun

<sup>2</sup>. Henry, Fez, and Ahl

<sup>3</sup>. Kelly, Bosma and Amorous

<sup>4</sup>. Roomi and Parrott

<sup>5</sup>. Brixiova, Kangoye and Said

اشاره دارد که در آن کارآفرینان می‌توانند به سرعت آن‌ها را شناسایی کرده و کسب‌وکارهایی را برای بهبود رفاه خود ایجاد کنند (رشید و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). در کشور ایران بعد از انقلاب اسلامی نقش زنان در جامعه بسیار پررنگ شده است با این حال هنوز فعالیت و اقدامات آنها در بسیاری از عرصه‌ها بسیار کمیاب و ضعیف است. هر چند در سال‌های اخیر ادبیات پژوهشی مربوط به کسب و کار زنان فزونی یافته است با این وجود، هنوز هم در این حوزه نیاز به پژوهش‌های عمیقی احساس می‌شود از این رو تحقیقات حاضر درصدد است تا الگوی کسب و کار زنان در ایران را مورد بررسی قرار دهد. با وجود اهمیت اقدامات کارآفرینانه و با توجه به اینکه زنان از نظر کمی، جایگاه قدرتمندی در اجتماع دارند، پژوهش حاضر درصدد است به این سوال پاسخ دهد که الگوی کارآفرینی موفق در راه‌اندازی کسب و کار؛ مطالعه‌ای در کسب و کارهای زنان در ایران چگونه است؟.

### پیشینه پژوهش

واژه اینترپرنور به معنای کارآفرین در حدود سال ۱۴۷۵ از واژه فرانسوی اینترپرندره به معنای متعهد شدن و مسئولیت‌پذیری گرفته شده و اولین بار توسط استوارت میل در سال ۱۸۴۸ وارد دایره لغات انگلیسی شده است. بر اساس تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر<sup>۲</sup> کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و پذیرش نمایند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۹). کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی (اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناسی و...) پیچیده است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب‌نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم به‌سزایی در توسعه اقتصادی دارند (جانسون و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸).

کارآفرینی فرایندی از ارائه اندیشه‌های تازه و نو، بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است (رحیمی، ۱۳۹۸).

کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت‌های نو، سازمان جدید و نوآور و رشدیابنده می‌کند؛ این فرآیند که مستلزم خطر و ریسک است، به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه منجر می‌شود (مقیم، وکیلی، اکبری، ۱۳۹۶). راکو کارآفرینی را یک نوع کنش انسانی می‌داند که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی تجلی می‌یابد. زالی بیان

<sup>۱</sup>. Rashid et al

<sup>۲</sup>. Webster

<sup>۳</sup>. Johnson et.al

می‌کند که کارآفرینی پلی است که نوآوری را به شکوفایی تبدیل می‌کند (قنادی و همکاران، ۱۳۹۷). پارتون (۱۹۸۱) کارآفرینی را به عنوان نوعی رفتار مدیریتی تعریف می‌کند که به طور دایم از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیت‌های افراد بهره‌برداری می‌کند. (تامپسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). عمده‌ترین ویژگی کارآفرین در جدول ۱ منعکس شده است.

### جدول ۱. ویژگی‌ها و خصوصیات رفتاری افراد کارآفرین

ردیف	ویژگی‌ها	گرایش و رفتار
۱	تعهد و عزم راسخ	سرسخت و مصمم بودن، توانایی به سرعت متعهد و غیر متعهد شدن، انضباط، اصرار بر حل مسأله، آماده برای از دست دادن منافع، غرق شدن کامل در کار
۲	قدرت رهبری	خود آغازگر، دارای معیارهای بالا (اما) نه کمال‌گرا، تشکیل‌دهنده گروه و قهرمان‌ساز، مشوق دیگران، رفتار مساوات‌طلبانه با دیگران، تقسیم ثروت میان افرادی که در ایجاد آن سهمیه بوده‌اند، نهراسیدن از تنهایی، شکیبا، متعلم و معلمی فراگیر
۳	فرصت طلب بودن	شناخت دقیق نیازهای مصرف‌کننده، برانگیخته به سوی بازار، تمایل به ایجاد ارزش
۴	تحمل خطر، ابهام و عدم قطعیت	اتخاذ خطر حساب شده، به حداقل رساندن و سهمیه شدن در خطر، از عهده تعارض برآمدن، تحمل نبود ساخت‌مندی، توانایی حل مشکلات و ترکیب راه‌حل‌ها
۵	خلاقیت و اعتماد به نفس	نامتعارف، دارای ذهنی باز، ناراضی از وضع موجود، توانایی در انطباق و تغییر، ارائه راه حل‌های خلاقانه برای حل مشکلات، سرعت در آموختن، نهراسیدن از شکست
۶	تمایل به سرآمد بودن	سوگیری معطوف به هدف و نتیجه، اهداف برتر اما واقعی، اشتیاق به موفقیت و رشد، نیاز اندک به مقام و قدرت، شوخ‌طبعی، آگاه از ضعف‌ها و توانایی‌ها

کارآفرینان که در رأس کسب و کارهای مخاطره آمیزند، در جستجوی فرصت‌ها هستند، و خلاقیت‌ها اغلب ابزاری برای موفقیت آن‌ها تلقی می‌شوند (سعیدی کیا، ۱۳۹۶). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بین رشد و توسعه یک کشور و تعداد کارآفرینان آن همبستگی مثبت وجود دارد؛ زیرا کشوری که تعداد زیادی کارآفرین داشته باشد از محرک‌های اجتماعی، فرهنگی، تجاری و اقتصادی قوی تری برخوردار است. بسیاری از افراد تصور می‌کنند که پیامد کارآفرینی صرفاً اشتغال است. حال آنکه اشتغالزایی یکی از جنبه‌های مثبت کارآفرینی محسوب می‌شود (کوراتکو<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰).

**کسب و کار زنان؛** به گفته گیرشمن در روزگاران نخستین در سراسر مشرق زمین حوزه فعالیت زنان محدود به خانه و خانواده نبود و آنها همچون مردان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی جامعه مشارکت فعالی داشته‌اند (گیرشمن، ۱۳۹۹). علی‌رغم آنکه تعداد زنان

<sup>۱</sup>. Thompson

<sup>۲</sup>. Kuratko

کارآفرین در جهان در حال افزایش است اما سهم زنان در کارآفرینی هنگامی که با نرخ مشارکت آنها مقایسه می‌شود پایین است و با آنکه بیش از ۴۰ درصد از استخدام‌شدگان را زنان تشکیل می‌دهند نسبت زنان کارآفرین حدود ۳۰ درصد تعداد کارآفرینان در غرب است (زیمنی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

بین ویژگی رفتاری زنان کارآفرین در مقایسه با مردان کارآفرین تفاوت‌هایی وجود دارد، نتایج پژوهش‌های خانم اریتسن و پییر تفاوت‌هایی بین اینترپرنوئر زنان و مردان کارآفرین را نشان می‌دهد؛ زنان کارآفرین نسبت به مردان کارآفرین اعتماد به نفس کمتری دارند، زنان کارآفرین، برعکس اکثر مردان، به مردم به چشم وسیله ای برای رسیدن به هدف نگاه نمی‌کنند، زنان کارآفرین کمتر از مردان آینده‌گرا هستند و زنان کارآفرین کمتر از مردان خطرپذیر هستند (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۹۶: ۲۷).

در سال‌های اخیر، رشد چشمگیری در تعداد بنگاه‌های اقتصادی در جهان توسط زنان ایجاد شده است. کسب و کارهای زنان در ایالات متحده میان سال‌های ۸۷ تا ۹۷ از نظر تعداد ۲ برابر، از نظر اشتغال‌زایی ۴ برابر و از نظر فروش ۵ برابر شده است. همچنین این بنگاه‌های اقتصادی در سال ۲۰۰۲، برای حدود ۱۰ میلیون نفر شغل ایجاد کرده‌اند و این زنان سالانه حدود ۲/۵ تریلیون دلار به درآمد اقتصادی دولت آمریکا کمک کرده‌اند؛ این رقم از تولید ناخالص داخلی بسیاری از کشورها بالاتر است. در سایر کشورها نیز تعداد زنان کارآفرین رشد قابل توجهی یافته است. در پرتغال تعداد زنان کارآفرین در سال ۱۹۹۵ رشد برجسته‌ای داشته است (آراستی، ۱۳۹۵)؛ در فرانسه ۲۸ درصد کل کسب و کارها توسط زنان ایجاد و اداره می‌شود (اوربان<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰).

متأسفانه در ایران نهاد یا سازمان دولتی مختص کارآفرینی و کارآفرینان زنان وجود ندارد و تنها در برخی از وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی، حمایت‌های محدودی از خود اشتغالی مشاهده می‌گردد. این حمایت‌ها به صورت عمومی است و زنان نیز همچون مردان، در حد امکان از آن بهره‌مند می‌شوند و برنامه‌ای ویژه برای زنان کارآفرین وجود ندارد که از این حمایت‌ها می‌توان به طرح خوداشتغالی وزارت کار و امور اجتماعی، کمک‌های مالی بانک کشاورزی، حمایت‌ها و کمک‌های وزارت تعاون اشاره کرد. تنها برنامه‌های ویژه برای زنان کارآفرین، کمک‌های جزیی بانک کشاورزی و حمایت وزارت تعاون از تعاونی‌های با ۷۰ درصد عضو زن است که آن هم متأسفانه کارآیی و اثربخشی لازم را نداشته است. از تعداد و

<sup>۱</sup>. Zimny

<sup>۲</sup>. Orban

وضعیت زنان کارآفرین نیز متأسفانه آمار و اطلاعات دقیقی وجود ندارد.

نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین ایرانی به ترتیب اولویت عبارت بودند از: رضایت شخصی، اثبات شایستگی‌های خود، کمک به دیگران، داشتن قدرت و موقعیت اجتماعی برتر و استقلال مالی. اما در فرانسه خانم‌ها به دنبال استقلال، ارضای شخصی، کمک به اقتصاد و ایجاد شغل هستند. نوع کسب و کارهای ایجاد شده توسط زنان کارآفرین ایرانی، ۴۴ درصد تولیدی و ۵۶ درصد خدماتی است. در مطالعه ادبیات کارآفرینی زنان مشاهده شد که زنان مشاغل خود را بیشتر در زمینه کارهای خدماتی ایجاد می‌کنند. نتایج مطالعات متعدد نشان داد که آموزش کارآفرینی برای غلبه بر بیکاری و افزایش مهارت‌های زنان برای کارآفرین شدن از برنامه‌های مهم دولت هاست (کاتز<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). با آنکه زنان تحصیل کرده شاخصی برای تسریع روند توسعه محسوب می‌شود، اما نبود تناسب میان بازار کار و نظام آموزشی از یک سو و کمبود شغل و مهیا نبودن امکانات لازم برای پرورش ایده‌های خلاق از سوی دیگر، شرایط را برای استفاده مناسب از این ظرفیت عظیم فراهم نمی‌سازد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که زنان تحصیل کرده کارآفرین در مقایسه با مردان گرایش بیشتری به کارگروهی دارند و خود محوری در آن‌ها کمتر است آموزش به عنوان یکی از محوری‌ترین روش‌های تغییر آگاهی، نگرش و رفتار انسانی تلقی می‌شود. کارآفرینان نیز به عنوان روحیه‌ای قابل آموزش باید در برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی مورد توجه جدی قرارگیرند. با افزایش اشتغال و کاهش نرخ بیکاری در میان زنان جامعه، شاخص توسعه انسانی در کشور بهبود می‌یابد (پاریاد، ۱۳۹۵).

### پیشینه پژوهش

برنا و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی کیفی با رویکرد داده‌بنیاد با عنوان «درک زنان از موانع و تسهیل‌کننده‌های موفقیت: مطالعه‌ای داده‌بنیاد» انجام دادند. در این پژوهش با ۲۵ نفر از زنان ۳۰ تا ۴۰ ساله ساکن در شهر مشهد مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شد. یافته‌ها نشان داد که موانع و تسهیل‌کننده‌های پیش روی زنان کارآفرین در قالب هشت مقوله قابل دسته‌بندی هستند که عبارت‌اند از «جامعه‌پذیری تک‌بعدی و محدودسازی بیرونی»، «محدودیت چشم‌انداز شغلی»، «نبود حمایت مالی و خانوادگی»، «کمبود آموزش‌های مهارت‌محور»، «فشار نقش خانه‌داری»، «تمرکز بر توانمندی‌های شخصی»، «محدودیت و

<sup>1</sup>. Katz

دوگانگی»، «فرصت فضای مجازی» و «دسترسی به تحصیلات دانشگاهی». زارعی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «سقف شیشه‌ای زنان؛ پنداشتها و کندوکاوها با کاربست روش کیو» انجام دادند. در این پژوهش کیفی، موانع پیش‌روی ارتقای زنان با بهره‌گیری از روش کیفی کیو در شرکت ملی نفت ایران انجام شد. یافته‌ها نشان دادند که عوامل و موانع پیش‌روی ارتقای زنان در دستیابی به سمت‌های مدیریتی عبارتند از: (۱) مهارت کمتر زنان در بازی‌های سیاسی، توانایی کم زنان در تحمل فشارهای روانی مشاغل مدیریتی، اولویت خانواده نسبت به کار برای زنان، وابستگی زنان از نظر محل زندگی به مردان و نیازمند بودن زنان به برنامه کاری منعطف.

کشاورزی و شمشیری (۱۳۹۹) پژوهشی ترکیبی با عنوان «الگوی کاربردی توسعه توانمندسازی زنان جامعه ایرانی» انجام دادند. در این پژوهش کاربردی که در جهت توسعه توانمندسازی زنان شایسته در جامعه ایران است. محققان با ۱۵ نفر از متخصصان و اعضای هیئت علمی و ۱۰ نفر از زنان نمونه و ۵ نفر از زنان نمونه شهر استان فارس مصاحبه عمیق تشکیل دادند. بر اساس یافته‌های بخش کیفی پژوهش، الگوی توانمندسازی زنان شایسته در جامعه ایران در قالب پنج مضمون سازمان دهنده دانش شخصی، دانش محیطی، نگرش شخصی، نگرش محیطی، مهارت شخصی و مهارت محیطی و ۵۷ مضمون پایه ارائه گردید. در بخش کمی، با استفاده از روش توصیفی پیمایشی اعتبار چارچوب سنجیده شد. جامعه آماری شامل اعضای هیئت علمی متخصص در رشته‌های روان‌شناسی، علوم تربیتی، جامعه‌شناسی و حقوق بودند که با استفاده از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند و روش آگاهی‌دهندگان کلیدی ۲۰ نفر انتخاب و مقیاس ذکرشده بین آنان توزیع شد. با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی اعتبار مدل ارائه شده تأیید شد.

محمدی و محمدشریفی (۱۳۹۸) پژوهشی کمی با عنوان «بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد)» انجام دادند. در این پژوهش ۹۷ زن روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای بخش اورامان و ۵۰ نفر از آگاهان و متخصصان توسعه روستایی به گزینه‌های پرسشنامه محقق ساخته پاسخ دادند. یافته‌های تحلیل مسیر نشان داد که در مجموع پنج عامل «ضعف در برنامه‌ریزی»، «عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های منابع مالی»، «ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی زیرساختی»، «موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی»، «ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی و موانع فنی و عملی» از موانع مهم پیش‌روی کارآفرینی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای منطقه هستند که در این میان، عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی

بیشترین تأثیر را در تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه‌گردشگری روستایی منطقه مطالعه شده به کارآفرینی داشته است.

ایجاتویی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان «عوامل اجتماعی و اقتصادی تعیین‌کننده توسعه زنان در روستاهای استان شمال غربی آفریقای جنوبی» انجام دادند. از نظر محققان، مشارکت زنان و سیستم‌های پاداش برای توسعه روستایی حیاتی است زیرا پیامد مستقیمی بر بهبود، برابری و همچنین تسریع بهره‌وری کشاورزی به طور کلی و افزایش عرضه مواد غذایی به‌ویژه در سطوح محلی و ملی دارد. در این مطالعه نقش برنامه «جایزه انگیزه و رقابت<sup>۲</sup>» را در تقویت قدرت اقتصادی زنان کشاورز برجسته کرده است. همچنین مشخص شد که برنامه‌های ایجاد تغییرات و بالا بردن سطح دانش فنی زنان چگونه می‌تواند مشارکت زنان کشاورز را در برنامه‌های توسعه بهبود بخشد روی این برنامه تأثیر بگذارد. در این مطالعه کیفی، عوامل تعیین‌کننده توسعه کسب و کار زنان در روستاهای استان شمال غرب بررسی شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که وضعیت تحصیلی، ایجاد مشاغل موقت و دائمی و منابع ترویجی برخی از عوامل تعیین‌کننده توسعه کسب و کار در منطقه مورد مطالعه هستند. این مطالعه توصیه می‌کند که سیاست‌گذاران همچنان از آموزش حمایت کنند زیرا کشاورزان زن باید در برنامه‌های توسعه شرکت کنند.

عابدین (۲۰۲۱)، موضوع پژوهشی خود را به «برنامه‌های اشتغال و کسب و کار ارائه شده برای زنان توسط سازمان‌های غیردولتی در مصر» اختصاص دادند. محققان در این مطالعه کیفی ابتدا چهارچوب مفهومی آن را ارائه دادند. تحلیل چارچوب مفهومی در مورد توانمندسازی و کسب و کار زنان نشان داد که در این چهارچوب حوزه‌های دسترسی، فرصت‌ها و آگاهی به همراه شش رکن شناسایی شده‌اند که بر عملکرد شرکت‌های کسب و کار کوچک و کارآفرینان تأثیر زیادی می‌گذارند این ارکان عبارتند از: چارچوب نهادی و نظارتی، شرایط بازار، زیرساخت‌ها، عوامل مالی، مهارت‌ها و دارایی‌های نوآوری. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که خدمات سازمان‌های غیردولتی مختلفی برای زنان ذی‌نفع ارائه می‌شود تا به آنها کمک کند که در بازار کار مشارکت کنند. با این حال، این مداخلات به صورت الکترونیکی برای مقامات نظارتی ثبت نمی‌شود تا پروژه‌های موجود یا زنان بهره‌مند از آنها را ردیابی کنند.

<sup>۱</sup>. Ijatuyi

<sup>۲</sup>. Award Incentives and Competition (AIC) programme

مجاپلو و فاکو<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «پر کردن شکاف جنسیتی و ارتقای جایگاه نمایندگان زنان در پارلمان ملی: مطالعه تحلیلی تطبیقی آفریقای جنوبی و لسوتو» انجام دادند. یافته‌های پژوهشی نشان داد عوامل متعددی بر کسب و کار زنان در آفریقای جنوبی تأثیر می‌گذارد. بعضی از این عوامل عبارتند از نژاد، موقعیت جغرافیایی، نابرابری، عدم مالکیت زمین، سطح تحصیلات، اندازه و تعداد افراد خانوارها، تعهدات خانوادگی، و عوامل مرتبط با بیماری‌ها و غیره. این مطالعه نشان داد چنین عواملی در آفریقای جنوبی، موجب می‌شود زنان کارآفرین در حاشیه اقتصاد ملی باقی می‌مانند، زیرا سطح مشارکت زنان کارآفرین در فرصت‌های تجاری ارزش‌افزا پایین است.

### روشناسی پژوهش

در این پژوهش، از رویکرد آمیخته اکتشافی استفاده شد. در مرحله اول، با استفاده از رویکرد کیفی و انجام مصاحبه مدل مفهومی استخراج گردید و در مرحله دوم با استفاده از رویکرد کمی مدل استخراج شده در نمونه‌ای وسیع‌تر جهت رسیدن به سطحی از قابلیت تعمیم‌پذیری مورد آزمون قرار گرفت. در بخش کیفی از روش پژوهش داده‌بنیاد و در بخش کمی از روش پیمایش استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی شامل مصاحبه بر مبنای نمونه‌گیری نظری و در بخش کمی شامل پرسشنامه بود.

در این پژوهش برای دستیابی به روایی و پایایی از تأیید کدگذاری‌ها استفاده شد. کدهای تولید شده در یک فرم در اختیار چهار نفر از خبرگان آشنا با نظریه داده‌بنیاد قرار گرفت تا بر مراحل مختلف، کدگذاری مفهوم‌سازی و استخراج مقولات و تدوین نظریه نظارت داشته باشند. همچنین جهت تأیید روایی پرسشنامه و شاخص‌های مدل از شاخص روایی محتوا استفاده شد. از این رو، مدل و شاخص‌های استخراج شده در اختیار ده تن از خبرگان قرار گرفت و با محاسبه شاخص روایی محتوا روایی مدل و شاخص تأیید شد.

#### جدول شماره ۲: نتایج اعتبار سنجی پرسشنامه

نتیجه	حد اقل روایی محتوای قابل قبول	روایی محتوا	متن سوال
تأیید	۰/۶۲	۰/۷۶	نظر شما راجع به کلیات شاخص‌های مطرح شده چیست؟
تأیید	۰/۶۲	۰/۸۸	هر یک از اجزای پیشنهادی شاخص‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید.
تأیید	۰/۶۲	۰/۸۸	شاخص‌های پیشنهادی تمام اجزای مهم را در نظر گرفته است؟

در بخش کمی، بعد از اینکه مدل اولیه تحقیق استخراج گردید، پرسشنامه‌ای تدوین

<sup>1</sup>. Mojapelo and Faku

شد. پرسشنامه مذکور برای انجام بخش دوم تحقیق بین زنان کارآفرین توزیع گردید تا بتوان اعتبار مدل و الگوی ارائه شده در بخش کیفی سنجیده شوند. در این مرحله اعضای جامعه آماری طیفی وسیعی از افراد و زنان کارآفرین و نیز افرادی بودند که با این گروه سروکار داشتند. این افراد شامل کارکنان سازمان‌هایی همچون بانک کارآفرین و سایر بانک‌های حامی کسب و کار، کارکنان بخش اقتصادی استانداری و ... که با این افراد ارتباط کاری دارند، و نیز زنان کسب و کار که خودشان صاحبان شرکت و یا سهامداران شرکت‌های کارآفرین بودند. بعد از شناسایی این افراد پرسشنامه در بین آنها توزیع شد. از مجموع ۷ واحد نهاد مردمی و کارآفرین موجود در استان آذربایجان غربی ارومیه که در هر واحد حدود ۱۰ الی ۱۵ کارآفرین مشغول به کار هستند و نیز تعدادی از زنان کارآفرین که صاحبان شرکت بودن مجموع تعداد افراد مشارکت یافته در این پژوهش با احتساب خبرگان مد نظر به ۲۲۶ نفر رسید. لذا حجم نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و روش تعداد ۱۴۱ نفر برآورد گردید. داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری مبتنی بر طرح نظام‌دار نظریه داده بنیاد اشتراوس و کوربین (۱۳۸۵) تحلیل شدند. کدگذاری در روش نظریه زمینه‌ای نشان دهنده عملیاتی است که در آن داده‌ها، خرد شده و مفهوم‌پردازی می‌شوند و آنگاه با روش‌های تازه دوباره به هم پیوند می‌خورند. پرسشنامه بر مبنای نتایج تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از دستورالعمل طراحی پرسشنامه در پژوهش‌های زمینه‌یابی (سیف، ۱۳۹۰؛ هومن، ۱۳۸۶) طراحی شد.

### یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها گزارش می‌گردد. در این پژوهش با تعدادی از زنان کارآفرین استان‌های آذربایجان غربی مصاحبه به عمل آمد. متن مصاحبه بعد از پیاده‌سازی، برای تحلیل در نرم‌افزار مکس کیودا وارد و تحلیل شدند. کدگذاری داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی با رویکرد داده‌بنیاد انجام گرفت. بر اساس کدگذاری انجام شده ۸۱ کدباز در قالب ۱۶ مقوله استخراج شد. جدول ۳ خروجی حاصل از کدگذاری داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. یافته‌های تحلیل کیفی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	شاخص‌ها
شرایط علی	ویژگی‌های فردی	هوشیاری کارآفرینانه
		استقلال‌طلبی در زنان
		رقابت‌جویی

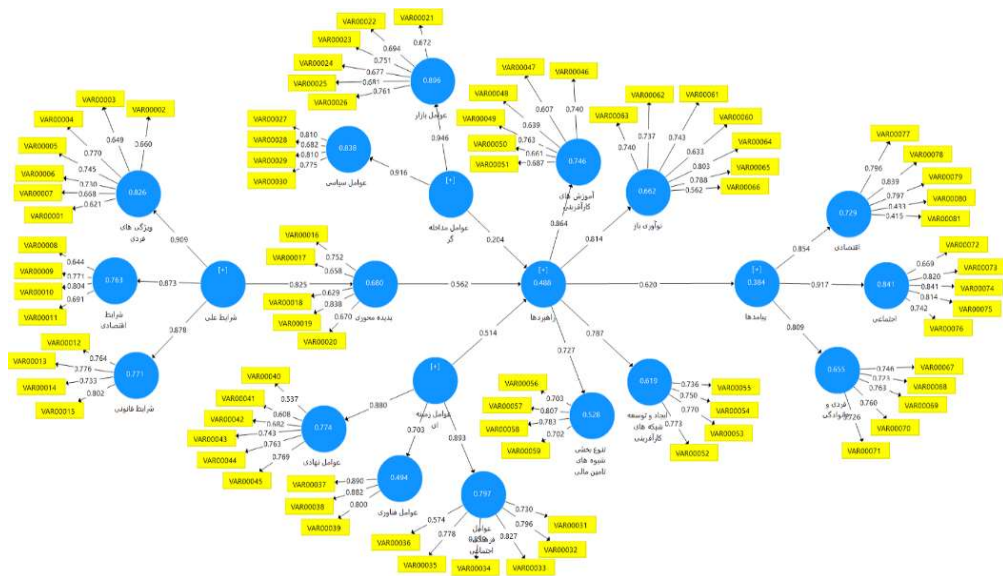
مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	شاخص‌ها
		انگیزه پیشرفت
		نیاز به خودشکوفایی
		مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		انگیزه‌های مادی
شرایط اقتصادی		ظرفیت‌های اشتغال زنان در جامعه
		بهره‌وری پایین تولید
		معافیت‌های مالیاتی برای مشاغل کارآفرینانه
		سهم اشتغال زنان در تولید ناخالص داخلی
شرایط قانونی		سهم اشتغال زنان در قوانین و مقررات
		قوانین تسهیل‌کننده کارآفرینی و کسب و کار زنان
		قوانین حمایت از سرمایه فکری و مالکیت معنوی
		وجود ظرفیت‌های قانونی برای کارآفرینی
پدیده محوری	کارآفرینی زنان	دانش کارآفرینی زنان
		نگرش‌های کارآفرینانه زنان
		انگیزه کارآفرینی در زنان
		مهارت‌های کارآفرینی در زنان
		خلاقیت و ایده‌پردازی زنان
عوامل مداخله‌گر	عوامل بازار	تقاضای مناسب برای محصولات کارآفرینانه
		تامین کنندگان متنوع
		کانال‌های توزیع مناسب
		قیمت‌گذاری رقابتی
		عدم انحصارگرایی
	عوامل سیاسی	هوشمندی رقبا
		ثبات سیاسی
		دیپلماسی اقتصادی
		امنیت سیاسی
		صادرات محصولات کارآفرینان
شرایط زمینه‌ای	عوامل فرهنگی -	گروه‌های مرجع و خانواده

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	شاخص‌ها
	اجتماعی	نظام آموزشی مرتبط با کارآفرینی
		حمایت سازمان‌های مردم‌نهاد
		بسترهای بازاریابی اجتماعی
		ترویج فرهنگ خوداشتغالی بین زنان
		وجود الگوهای موفق کارآفرینی زنان
عوامل فناوری		پلتفرم‌های کسب و کار و کارآفرینی دیجیتال
		زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
		تسهیل صدور مجوز کسب و کار در بستر الکترونیکی
عوامل نهادی		سیاست‌های حمایتی دولت از کارآفرینی زنان
		شکل‌گیری سازمان‌ها و دپارتمان‌های کارآفرینی
		مشوق‌های مالی و بیمه‌ای برای کارآفرینی زنان
		مشوق‌های مالی و بیمه‌ای برای زنان سرپرست
		چشم‌انداز کارآفرینی و کارآفرینی زنان در اسناد بالادستی
		اکوسیستم کارآفرینی
آموزش‌های کارآفرینی		استراتژی‌های کسب و کار کارآفرینانه
		مدل‌های کسب و کار
		بازاریابی کارآفرینانه
		تحقیقات بازار و محیط کسب و کار
		مدیریت مالی
		رهبری کارآفرینانه
		حضور در اجتماعات کارآفرینی
ایجاد و توسعه شبکه‌های کارآفرینی		بهره‌گیری از ساختار شبکه‌ای
		بهره‌گیری از کارآفرینی دیجیتالی
		ارتقای سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینی
تنوع بخشی شیوه‌های تامین مالی		تامین مالی با استفاده از سرمایه شخصی و اطرافیان
		تامین مالی از طریق وام و تسهیلات بانکی
		تامین سرمایه از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر
		تامین مالی از طریق سرمایه‌گذاری جمعی

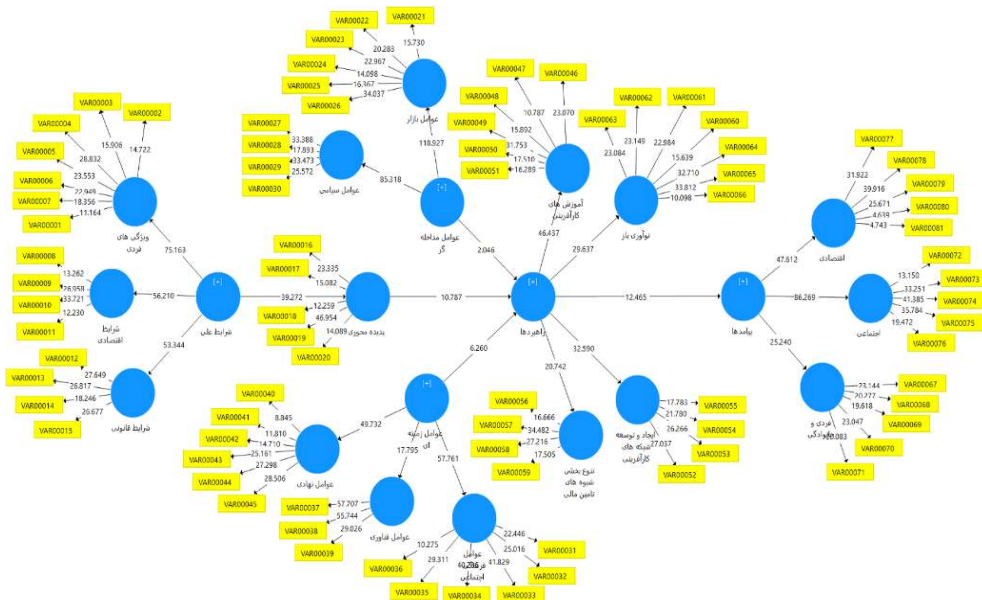
راهبردها

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	شاخص‌ها
	نوآوری باز	اخذ لایسنس‌های نوآوری و فناوری
		جمع‌سپاری و هم‌آفرینی ارزش
		سرمایه‌گذاری مشترک در همکاری با سایر شرکت‌ها
		ورود به اکوسیستم باز
		ایجاد اتحادها و ائتلاف‌های استراتژیک
		کسب دانش و تجربه مشتریان برای ایجاد نوآوری در محصولات
		تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز کارآفرینی
پیامدهای فردی و خانوادگی	افزایش قدرت اقتصادی خانواده	افزایش قدرت اقتصادی خانواده
		هویت اجتماعی
		رشد و توسعه فردی
		ایجاد کسب و کار خانوادگی
		پایداری خانواده‌ها
پیامدهای اقتصادی	افزایش تولید ناخالص داخلی	افزایش تولید ناخالص داخلی
		اشتغال‌زایی
		ثروت‌آفرینی
		افزایش بهره‌وری ملی
		افزایش درآمد سرانه
پیامدهای اجتماعی	توسعه مشارکت اجتماعی	توسعه مشارکت اجتماعی
		بهبود کیفیت زندگی
		توسعه کارآفرینی اجتماعی
		افزایش عدالت اجتماعی
		الگوسازی برای زنان

در ادامه پژوهش به منظور اعتبارسنجی الگوی مفهومی حاصل از تحلیل‌های بخش کیفی از مدل‌یابی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی) و نرم افزار پی‌اِس اس‌مارت نسخه ۳ استفاده شد.



شکل ۱. تحلیل عاملی تاییدی (مدل اندازه گیری) در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۲. تحلیل عاملی تاییدی (مدل اندازه گیری) در حالت اعداد معناداری

برای سنجش برازش مدل اندازه گیری پژوهش از شاخص‌های سنجش روایی (شاخص میانگین واریانس استخراج شده و شاخص فورنل لارکر و پایایی - پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ) استفاده می‌شود. جدول ۴ نتایج مربوط به پایایی را نشان می‌دهد. همان گونه که مشاهده می‌شود ضرایب آلفای کرونباخ و ضرایب پایایی ترکیبی به دست آمده برای تمامی متغیرهای مدل بزرگ‌تر از حداقل مقدار قابل قبول آن (۰.۷) هستند که بر پایایی مناسب

دلالت دارد. همچنین در این جدول شاخص میانگین واریانس استخراج شده برای سنجش روایی همگرا ارائه شده است. مقادیر به دست آمده برای این شاخص برای تمامی متغیرهای مدل بزرگ‌تر از حداقل مقدار قابل قبول آن یعنی ۰.۵ است که حاکی از وجود روایی همگرا در مدل است.

جدول ۴. شاخص‌های سنجش روایی و پایایی ابزار تحقیق

متغیرها	آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
ویژگی‌های فردی	۰.۸۱۹	۰.۸۶۶	۰.۵۸۱
شرایط اقتصادی	۰.۷۰۶	۰.۸۲۰	۰.۵۳۴
شرایط قانونی	۰.۷۶۹	۰.۸۵۳	۰.۵۹۱
کارآفرینی زنان	۰.۷۵۴	۰.۸۳۷	۰.۵۰۹
عوامل بازار	۰.۷۹۹	۰.۸۵۷	۰.۵۰۳
عوامل سیاسی	۰.۷۷۱	۰.۸۵۴	۰.۵۹۵
عوامل فرهنگی - اجتماعی	۰.۸۵۲	۰.۸۹۲	۰.۵۸۱
عوامل فناوری	۰.۸۲۰	۰.۸۹۳	۰.۷۳۷
عوامل نهادی	۰.۷۷۶	۰.۸۴۲	۰.۵۷۵
آموزش‌های کارآفرینی	۰.۷۷۳	۰.۸۴۱	۰.۵۶۹
ایجاد و توسعه شبکه‌های کارآفرینی	۰.۷۵۲	۰.۸۴۳	۰.۵۷۴
تنوع بخشی شیوه‌های تامین مالی	۰.۷۴۰	۰.۸۳۷	۰.۵۶۳
نوآوری باز	۰.۸۴۳	۰.۸۸۱	۰.۵۱۸
پیامدهای فردی و خانوادگی	۰.۷۹۸	۰.۸۶۱	۰.۵۵۳
پیامدهای اقتصادی	۰.۷۰۴	۰.۸۰۱	۰.۵۴۷
پیامدهای اجتماعی	۰.۸۳۷	۰.۸۸۵	۰.۶۰۸

جدول ۵. مقادیر شاخص سنجش روایی و اگر (شاخص فورنل لارکر)

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
ویژگی‌های فردی	۰.۷۶															
شرایط اقتصادی	۰.۵۷	۰.۷۳														
شرایط قانونی	۰.۵۳	۰.۷۲	۰.۷۷													
کارآفرینی زنان	۰.۴۹	۰.۶۷	۰.۴۸	۰.۷۱												
عوامل بازار	۰.۴۳	۰.۶۹	۰.۶۶	۰.۷۰	۰.۷۱											
عوامل سیاسی	۰.۴۴	۰.۵۷	۰.۶۹	۰.۶۶	۰.۷۷	۰.۷۷										
عوامل فرهنگی	۰.۵۲	۰.۴۹	۰.۵۹	۰.۵۶	۰.۵۵	۰.۷۳	۰.۷۶									
عوامل فناوری	۰.۵۴	۰.۷۱	۰.۵۲	۰.۵۴	۰.۵۷	۰.۶۲	۰.۶۸	۰.۸۵								
عوامل نهادی	۰.۶۱	۰.۶۴	۰.۵۶	۰.۴۸	۰.۵۹	۰.۷۴	۰.۵۷	۰.۷۳	۰.۷۶							



تمرکز کند. پژوهش حاضر در دو فاز کیفی و کمی انجام گرفت. یافته‌های بخش کیفی در قالب الگوی مفهومی برآمده از رویکرد پارادایمی داده بنیاد حاکی از شناسایی ۸۱ شاخص و ۱۶ مقوله بوده است.

**شرایط علی؛** شامل ۳ مقوله ویژگی‌های فردی، عوامل اقتصادی و عوامل قانونی بوده است. ویژگی‌های فردی بر آن دسته از خصیصه‌های زنان کارآفرین اشاره دارد که کارآفرینی را در آنها ترغیب می‌کند و به عبارتی انگیزه و تمایل به کارآفرینی را نزد آنها تقویت می‌کند. برای این مقوله شاخص‌هایی از قبیل هوشیاری کارآفرینانه، استقلال طلبی در زنان، رقابت‌جویی، انگیزه پیشرفت، نیاز به خودشکوفایی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و انگیزه‌های مادی شناسایی شد. شرایط اقتصادی اشاره به وجود ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و یا شکاف‌های اقتصادی دارد که زنان را به کارآفرینی تشویق می‌کند. برای این مقوله شاخص‌هایی از قبیل ظرفیت‌های اشتغال زنان در جامعه، بهره‌وری پایین تولید، معافیت‌های مالیاتی برای مشاغل کارآفرینانه، سهم اشتغال زنان در تولید ناخالص داخلی و سهم اشتغال زنان در قوانین مقررات شناسایی شد. سومین مقوله نیز شرایط قانونی است که به ظرفیت‌های قانونی و مشوق‌های موجود در قوانین کشور برای کارآفرینی زنان اشاره دارد که شاخص‌هایی مانند قوانین تسهیل‌کننده کارآفرینی و کسب و کار زنان، قوانین حمایت از سرمایه فکری و مالکیت معنوی و وجود ظرفیت‌های قانونی برای کارآفرینی شامل است.

**عوامل مداخله‌گر؛** شامل دو مقوله عوامل سیاسی و عوامل بازار است. عوامل سیاسی به آن دسته از عوامل ناشی از جریان‌های سیاسی و روابط بین‌المللی اشاره دارد که کارآفرینی زنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای عوامل سیاسی شاخص‌های ثبات سیاسی، دیپلماسی اقتصادی، امنیت سیاسی و صادرات محصولات کارآفرینان شناسایی شد. عوامل بازار نیز به آن دسته از متغیرهای بازار اشاره دارد که تغییرات آن می‌تواند کسب و کار کارآفرینانه زنان را تحت تاثیر قرار دهد. عوامل بازار در این تحقیق شامل تامین کنندگان متنوع، کانال‌های توزیع مناسب، قیمت‌گذاری رقابتی، عدم انحصار گرایی و هوشمندی رقبا است.

**شرایط زمینه‌ای؛** شامل ۳ مقوله عوامل فناورانه، عوامل فرهنگی و عوامل نهادی است. عوامل فناورانه دربرگیرنده شاخص‌هایی است که زمینه‌هایی برای موفقیت کسب و کار کارآفرینانه زنان را فراهم می‌کنند مانند پلتفرم‌های کسب و کار و کارآفرینی دیجیتال، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و تسهیل صدور مجوز کسب و کار در بستر الکترونیکی. عوامل فرهنگی به شرایط اجتماعی-فرهنگی حاکم بر کسب و کار اشاره دارد که می‌تواند موفقیت زنان در کسب و کارهای کارآفرینانه را تسهیل کند. این عوامل شاخص‌هایی مانند گروه‌های مرجع و خانواده، نظام آموزشی مرتبط با کارآفرینی، حمایت سازمان‌های مردم‌نهاد، بسترهای بازاریابی اجتماعی، ترویج فرهنگ خوداشتغالی بین زنان و وجود الگوهای موفق کارآفرینی زنان را شامل می‌شود. عوامل نهادی نیز به نهادها و

سازمان‌هایی اشاره دارد که وجودشان و فعالیت‌هایشان زمینه‌ساز موفقیت زنان در کسب و کارهای کارآفرینانه است. این عوامل شاخص‌هایی مانند سیاست‌های حمایتی دولت از کارآفرینی زنان، شکل‌گیری سازمان‌ها و دپارتمان‌های کارآفرینی، مشوق‌های مالی و بیمه‌ای برای کارآفرینی زنان، مشوق‌های مالی و بیمه‌ای برای زنان سرپرست، چشم‌انداز کارآفرینی و کارآفرینی زنان در اسناد بالادستی و اکو سیستم کارآفرینی در بر دارد.

**راهبردها؛** شامل ۴ مقوله است که عبارتند از آموزش‌های کارآفرینی، ایجاد و توسعه شبکه‌های کارآفرینی، نوآوری باز و تنوع‌بخشی شیوه‌های تامین مالی. آموزش‌های کارآفرینی به آموزش‌هایی اشاره دارد که لازمه موفقیت زنان در کسب و کارهای کارآفرینانه است. این مقوله، شاخص‌هایی مانند استراتژی‌های کسب و کار کارآفرینانه، مدل‌های کسب و کار، بازاریابی کارآفرینانه، تحقیقات بازار و محیط کسب و کار، مدیریت مالی و رهبری کارآفرینانه را شامل است. یکی از راهبردهای موثر بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان استفاده از شبکه‌های کارآفرینی است. این مقوله شاخص‌هایی مانند حضور در اجتماعات کارآفرینی، بهره‌گیری از ساختار شبکه‌ای، بهره‌گیری از کارآفرینی دیجیتال و ارتقای سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینی را شامل می‌شود. بی شک یکی از چالش‌های پایداری کسب و کارهای کارآفرینانه تامین مالی است. تنوع‌بخشی به شیوه‌های تامین مالی می‌تواند در موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه را در بلندمدت تضمین کند. این شیوه‌ها شامل تامین مالی با استفاده از سرمایه شخصی و اطرافیان، تامین مالی از طریق وام و تسهیلات بانکی، تامین سرمایه از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر و تامین مالی از طریق سرمایه‌گذاری جمعی است. در نهایت آخرین مقوله مربوط به راهبردها، نوآوری باز است. تداوم کسب و کارهای کارآفرینی مستلزم توسعه روابط با عوامل محیطی و استفاده از ظرفیت‌ها و فرصت‌هایی به منظور نوآوری در محصولات و خدمات است. نوآوری باز شامل شاخص‌هایی همچون اخذ لایسنس‌های نوآوری و فناوری، جمع‌سپاری و هم‌آفرینی ارزش، سرمایه‌گذاری مشترک در همکاری با سایر شرکت‌ها، ورود به اکوسیستم باز، ایجاد اتحادها و ائتلاف‌های استراتژیک، کسب دانش و تجربه مشتریان برای نوآوری در محصولات و تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز کارآفرینی است.

**پیامدها؛** شامل ۳ مقوله پیامدهای فردی و خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی است. پیامدهای فردی و خانوادگی اشاره به آثار و نتایج مثبت توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه زنان برای فرد کارآفرین و خانواده‌اش است و شامل شاخص‌هایی مانند افزایش قدرت اقتصادی خانواده، هویت اجتماعی، رشد و توسعه فردی، ایجاد کسب و کار خانوادگی و پایداری خانواده‌ها است. پیامدهای اجتماعی به اثرات و پیامدهایی دارد که کسب و کارهای کارآفرینانه زنان نصیب جامعه اشاره می‌کنند. این پیامدها شامل توسعه مشارکت اجتماعی بهبود کیفیت زندگی، توسعه کارآفرینی اجتماعی، افزایش عدالت اجتماعی و الگوسازی برای زنان است. در نهایت پیامدهای اقتصادی که به اثرات توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه

زنان بر شاخص‌ها و متغیرهای اقتصاد اشاره دارد. این پیامدها شامل افزایش تولید ناخالص داخلی، اشتغال زایی، ثروت آفرینی، افزایش بهره‌وری ملی و افزایش درآمد سرانه است. با توجه به یافته‌های پژوهش و الگوی ارائه شده در تحقیق حاضر در ادامه پیشنهادهایی برای کاربست نتایج تحقیق ارائه می‌شود:

- برنامه‌هایی فرهنگی و تبلیغاتی در جهت اطلاع‌رسانی و فراهم نمودن بستر لازم برای فعالیت زنان در این زمینه انجام شود.
- در قوانین و مقررات، تسهیلات و بسیاری از امورات مشورتی و حمایتی تسهیلات ویژه‌ای برای زنان کارآفرین تدارک دیده شود و در این زمینه اقدامات عملی گسترده‌ای با ترویج و اطلاع‌رسانی کافی انجام شود.
- در مکان‌هایی مثل پارک‌ها، مراکز رشد، استانداری‌ها، شهرداری‌ها و دیگر ارگان‌های دولتی، مراکزی مربوط به کارآفرینی زنان ایجاد شوند، تا افرادی که ویژگی‌ها یا ایده‌های کارآفرینانه دارند بتوانند به افراد مجرب و کارشناسان مشاوره‌ها دسترسی داشته باشند.
- برای تمام زنان کارآفرین و آنهایی که تمایل به ورود به کسب و کارهای کارآفرینانه را دارند، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی توانمندسازی و کسب و کار برگزار شوند.
- دستگاه‌های دولتی و سایر نهادهای ذیربط اهتمام لازم در خصوص اجرای سیاست‌ها و قوانین مربوط به مشوق‌ها، تسهیلات، و معافیت‌های مالیاتی برای افراد (زنان) کارآفرین داشته باشند و نهادهای نظارتی از جمله مجلس پیشرفت این اقدامات را ارزیابی کنند.
- با توجه به نقش و اهمیت بالای فناوری، دولت زیرساخت‌های لازم (پلتفرم ویژه، اینترنت پر سرعت، ...) برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در بستر فضای مجازی و یا استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی برای بازاریابی و تبلیغات کسب و کارهای کارآفرینانه زنان فراهم نمایند.

در پایان با توجه به خلاء پژوهشی درک شده، انجام نوعی مطالعه تطبیقی برای الزامات ورود زنان به کارآفرینی در حوزه‌های مختلف کسب و کار در داخل و خارج کشور به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود. همچنین در زمینه تعمیم دادن نتایج باید جانب احتیاط را رعایت نمود. هرچند بسیاری از مسائل برای کارآفرینان ممکن است یکسان باشند ولی در تعمیم نتایج این پژوهش به کسب و کار زنان در بعضی از کلان‌شهرهای بزرگ و صنعتی لازم است با احتیاط عمل شود.

## منابع

احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۹۹). کارآفرینی، انتشارات پردیس، چاپ چهارم.

برنا، عفت؛ افراسیابی، حسین؛ کلاته ساداتی، احمد و کرمانی، مهدی. (۱۴۰۱). درک زنان از موانع و تسهیل‌کننده‌های موفقیت: مطالعه‌ای داده‌بنیاد. زن در توسعه و سیاست، ۲۰(۳) ۵۰۱-۵۲۷.

رحیمی، آرش و رزاقی، بیتا (۱۳۹۸). تبیین مدل کارآفرینی (KAB) در برنامه درسی دانش آموزان دوره دوم متوسطه، پنجمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در برنامه ریزی درسی ایران، تهران  
زارعی، قاسم؛ شرفی، توکل و بیگی فیروزی، الله یار. (۱۴۰۰) سقف شیشه‌ای زنان؛ پنداشت‌ها و کندوکاوها با کاربست روش کیو. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۵(۲)، ۲۱۷-۱۸۴.

سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۹۶). کارآفرینی، تهران: نشر آها.  
فرهنگی، علی اکبر؛ صفرزاده، حسین. (۱۳۹۶). کارآفرینی (مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و کاربردها)، تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی.

قنادی، راحله؛ عیوضی، فاطمه؛ زالی، محمدرضا. (۱۳۹۷). شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه با تأکید بر نقش هویت و اشتیاق. فصلنامه علمی راهبرد، ۲۷(۱) ۳۱-۴۷.

کشاورزی، فهیمه و شمشیری، بابک. (۱۳۹۹). الگوی کاربردی توسعه توانمندسازی زنان جامعه ایرانی: یک پژوهش ترکیبی. زن در توسعه و سیاست ۱۸(۳)، ۴۶۳-۴۸۴.

گیرشمن، رومن. (۱۳۹۹) / فرهنگ‌های هنری ایران، ترجمه یعقوب آژند، تهران: نشر مولی.  
محمدی، سعدی و محمدشریفی، ژاله. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد). زن در توسعه و سیاست، ۱۷(۳)، ۴۳۹-۴۶۸.

مقیمي، سیدمحمد؛ وکیلی، یوسف و اکبری، مرتضی. (۱۳۹۶). نظریه‌های کارآفرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

Abdeen, A. A. (2021). *Women's Employment and Entrepreneurship Programs Offered by NGOs in Egypt* [Master's Thesis, the American University in Cairo]. AUC Knowledge Fountain.

Bosma, N., Wennekers, S. and Amorós, J.E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. London. Global Entrepreneurship Research, Babson.

Brixiová, Z., Kangoye, T. and Said, M. (2020). Training, Human Capital, and Gender Gaps in Entrepreneurial Performance. *Economic Modelling*, 85, 367-380

Erceg, A. and Orban, I. (2020). Franchising-a Model for Entrepreneurship Development. *Obrazovanje za poduzetnistvo-E4E: znanstveno strucni casopis o obrazovanju za poduzetnistvo*, 10(2), 58-70.

Henry, C., Foss, L. and Ahl, H. (2016). Gender and Entrepreneurship Research: A Review of Methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.

- Ijatuyi, E. J., Oladele, O. I., Abiolu, O. A. and Omotayo, A. O. (2022). Socioeconomic Determinants of Female Development in the Rural North West Province of South Africa. *Sustainability*, 14(1), 547.
- Johnsen, C. G., Olaison, L. and Sorensen, B. M. (2018). Put Your Style at Stake: A New Use of Sustainable Entrepreneurship. *Organization Studies*, 39(2-3), 397-415.
- Katz, A. (2020). Entrepreneurship as a Multidisciplinary Project. *Systems Engineering in the Fourth Industrial Revolution*, 511-536, DOI: 10.1002/9781119513957.ch20.
- Kuratko, D. F. and Hornsby, J. S. (2020). *New Venture Management: The Entrepreneur's Roadmap for Development, Management, and Growth*. Routledge.
- Kuratko, D. F., Fisher, G. and Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57(4), 1681-1691.
- Ma, L., Niu, D. and Sun, W. (2021). Transportation Infrastructure and Entrepreneurship: Evidence from High-Speed Railway in China. *China Economic Review*, 65, 101577
- Mojapelo, J. T. and Faku, M. E. (2020). Bridging the Gender Gap and Promoting Representation of Women in the National Parliament: a Comparative Analysis Study of South Africa and Lesotho. *Quest*, 7, 1-15.
- Rashid, F., John, M., Consolatta, N. and Stephen, S. (2015). Impact of Microfinance Institutions on Economic Empowerment of Women Entrepreneurs in Developing Countries. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(10), 45-55.
- Roomi, M. A. and Parrott, G. (2018). Barriers to Development and Progression of Women Entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- Shediak, K. J. (2014). *Female Solo Entrepreneurs: A Phenomenological Study*. Pepperdine University
- Torres-Ortega, C. E., Errico, M. and Rong, B. G. (2015). Design and Optimization of Modified Non-Sharp Column Configurations for Quaternary Distillations. *Computers & Chemical Engineering*, 74, 15-27.
- Ughulu, J. (2022, September). Entrepreneurship as a Major Driver of Wealth Creation.[6]. In Oak, R., Du, M., Yan, D., Takawale, H., & Amit, I.(2019, November). Malware detection on highly imbalanced data through sequence modeling. *In Proceedings of the 12th ACM Workshop on artificial intelligence and security* (pp. 37-48).
- Van der Wees, C. and Romijn, H. (2021). *Entrepreneurship and Smalland Microenterprise Development for Women: A Problematique in Search of Answers, a Policy in Search of Programs*. In *Women in microand small-scale enterprise development* (pp. 41-82). Routledge
- Walker, A., and Kulkarni, K. G. (2021). Role of women in economic development: A comparison of the development trajectories in Ethiopia and Uganda. *The Journal of developing areas*, 55(2), 387-396.
- Zimny, E.R. (2003) Womens Entrepreneurship in Transition Countries, *48 th World Conference International Council for Small Business*, Belfast, northern, Ireland.