

Original Research

Explaining the Drivers of Women's Entrepreneurial Opportunities with a Multi-Criteria Group Decision-Making Approach

Ahmad Jafarnejhad¹

Iman Ghasemian Sahebi²

Akram Ghasemian Sahebi³

Abstract

Today, entrepreneurship evokes concepts such as innovation, resiliency, creation or restructuring of an economic unit, satisfaction, and independence. Given the importance of opportunities in the entrepreneurial process, this study seeks to identify, prioritize, and the relationship between the drivers that affect the emergence of women's entrepreneurial opportunities. Therefore, this research is applied in terms of goal and descriptive data collection. The statistical population of this study includes female managers of the municipality of District 5 of Tehran, and for data collection, a purposive sampling method was used. The literature review was used to identify the drivers of women's entrepreneurship opportunities. The priority of drivers was calculated with the best-worst method (BWM), and the gray DEMATEL technique (GDEMATEL) was used to determine the cause-and-effect relationships of drivers. After a comprehensive review of the literature, 12 drivers were identified that affected women's entrepreneurial opportunities. Based on the BWM, the driver of individual creativity, entrepreneurial awareness, and self-efficacy felt were the first to third priority. Based on the GDEMATEL, the motivations of the driving forces and personal disobedience were

1. Professor of Department of Industrial Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. jafarnjd@ut.ac.ir

2. Ph.D Student of Department of Industrial Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. iman.ghasemian@ut.ac.ir

3. Tutor of Department of Persian Literature and Language, Shahid Moallem Kalaei Institute, Sari, Iran. iqs2611@yahoo.com

Submit Date: 2021/2/10

Accept Date: 2022/1/2



recognized as the most influential drivers in the emergence of women's entrepreneurial opportunities.

Keywords

Women Entrepreneurship, Entrepreneurial Opportunities, Entrepreneurial Awareness; Best-Worst Method, Gray DEMATEL.

Extended Abstract

In terms of women entrepreneurs in 2020, Iran ranked 54th out of 58 countries, one lower than the previous year. In this regard, there is a need for a giant leap so that women can reach a suitable position in the Iranian economy and take fundamental steps in the development of women's entrepreneurship, including the study of drivers, empowerment, barriers, and promotional strategies are one of the requirements in this area. Therefore, since no independent study has explored the drivers of women entrepreneurship in Iran, this research has tried to fill this gap and tries to use a systematic approach to study the phenomenon of women entrepreneurship and its opportunities in Tehran Municipality and tries to examine the relationship between these concepts from a theoretical and practical perspective. In this regard, it seeks to answer the following questions:

- 1) What are the drivers and requirements affecting the emergence of women's entrepreneurial opportunities?
- 2) How important are the drivers affecting the emergence of women's entrepreneurial opportunities?
- 3) What is the relationship between the drivers that affect the emergence of women's entrepreneurial opportunities?

A review of the literature shows that examining the full dimensions of women's entrepreneurship opportunities requires acknowledging the dynamic existence of this process; The results of this study can increase the awareness of researchers and managers in the field of entrepreneurship about women. In the literature, no study has thoroughly and comprehensively examined women's entrepreneurial opportunities and the factors affecting them. The present study comprehensively examined the drivers influencing the emergence of women's entrepreneurial opportunities through quantitative research for the first time. So that the use of the quantitative approach, especially the grey method, can be considered a new step in the field of women's studies and entrepreneurship. In addition, the researcher has tried to help eliminate some of the shortcomings identified by the researchers from a methodological point of view by using the



best-worst method (BWM) and grey DEMATEL techniques to help repeatability increase the reliability of results.

The first step identified the drivers for women's entrepreneurship using the literature. In the second step, using a quantitative approach and multi-criteria group decision-making techniques, the concept of women's entrepreneurship was examined in more detail. The statistical population of this study includes female managers of Tehran Municipality, District 5, of which 21 female managers are employed in Tehran Municipality, District 5. The purposive sampling method was used to collect data and use experts' opinions. The number of experts was selected as needed and to the extent that their views were saturated. In this study, the opinions of 10 female experts were used. The data collection tool in the present study is a questionnaire. The BWM was used to obtain the weight of women entrepreneurial opportunities drivers. The GDEMATEL technique was used to determine the relationship between the identified drivers.

According to the BWM results, among the 12 drivers affecting the emergence of women's entrepreneurial opportunities, the factors of "individual creativity", "entrepreneurial awareness" and the "feeling of self-efficacy" are the first to third priority, respectively. Also, "intellectual property factors", "information flows," and "social learning" are the least important factors in creating entrepreneurial opportunities for women. According to GDEMATEL results, the factor of "driving forces" and "individual disobedience" were the most influential factors in the emergence of women entrepreneurial opportunities. Also, the factors of "information flows", "education and coaching", "perceived sense of self-efficacy", "intellectual capital" and "social learning" were identified as influential factors".

References

- Abadi, F., Sahebi, I., Arab, A., Alavi, A. & Karachi, H. (2018). Application of best-worst method in evaluation of medical tourism development strategy. *Decision Science Letters*, 7(1), 77–86.
- Adali, S., Escriva, R., Goldberg, M. K., Hayvanovych, M., Magdon-Ismail, M., Szymanski, B. K., Wallace, W. A. & Williams, G. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. *International Conference on Intelligence and Security Informatics*, 150–152.
- Ahlin, B., Drnovšek, M. & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101–117.
- Aleidi, A. I. & Chandran, D. (2019). Key drivers for women in technology entrepreneurship: Insights from Saudi Arabia. *Proceedings of the 23rd*



- Pacific Asia Conference on Information Systems: Secure ICT Platform for the 4th Industrial Revolution.
- Aleidi, A. & Chandran, D. (2018). The influence of IT on women's entrepreneurial intention in the Saudi context. *Australasian Conference on Information Systems*.
- Alpkan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G. & Kilic, K. (2010). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision*, 48(5), 1-25.
- Arab, A., Sahebi, I. G., Modarresi, M. & Ajalli, M. (2017). A Grey DEMATEL approach for ranking the KSFs of environmental management system implementation (ISO 14001). *Quality - Access to Success*, 18(160):115-123.
- Arasti, Z. (2007). Iranian women entrepreneurs and cultural structures-to create social businesses. *Journal of Women Research*, 1(2), 12-92.
- Ariffin, A. S., Baqutayan, S. M. S. & Mahdzir, A. M. (2020). Enhancing women entrepreneurship development framework: Policy & institution gap and challenges in the case of Malaysia. *Journal of Science, Technology and Innovation Policy*, 6(2), 22-33.
- Bai, C. & Sarkis, J. (2013). A grey-based DEMATEL model for evaluating business process management critical success factors. *International Journal of Production Economics*, 146(1), 281-292.
- Bontis, N. & Serenko, A. (2009). A causal model of human capital antecedents and consequents in the financial services industry. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 53-69.
- Campos, H. M., Rubio, A. M., Atondo, G. H. & Chorres, Y. M. P. (2015). Relationship between creativity, personality and entrepreneurship: An exploratory study. *International Business Research*, 8(8), 59-71.
- Cooke, F. L. & Xiao, M. (2021). Women entrepreneurship in China: Where are we now and where are we heading. *Human Resource Development International*, 24(1), 104-121.
- Dakung, R. J., Orobio, L., Munene, J. C. & Balunywa, W. (2017). The role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial action of disabled students in Nigeria. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(4), 293-311.
- Drapeau, P. (2014). Sparking student creativity: Practical ways to promote innovative thinking and problem solving. ASCD.
- Dubina, I. N. & Carayannis, E. G. (2016). Creativity, innovation, and entrepreneurship across cultures. Springer.
- Fallh, M. & Parhizkar, F. (2020). Identifying the antecedents of successful entry of rural women into the field of entrepreneurship: A case study of north



- Khorasan province of Iran. *Journal of Village & Development*, 23(4), 89-114. (In Persian)
- Fuerlinger, G., Fandl, U. & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1), 1-26.
- Fust, A., Wustrow, P. & Fueglistaller, U. (2016). Entrepreneurial Information Search Behavior for Opportunity Recognition: Scale Development. *Academy of Management Proceedings*, 1, 1-30.
- Ghasemian Sahebi, I. (2015). Needs assessment and demand forecasting in the lifecycle of disaster in the humanitarian supply chain. Master Thesis, University of Tehran.
- Ghasemzadeh, R., Pirouz, H. & Ghasemzadeh, M. (2018). Investigating the challenges and barriers to rural women entrepreneurship development. National Conference on Rural Entrepreneurship Development Management Strategies in Iran, Tehran. (In Persian)
- Glass, A. J. & Wu, X. (2007). Intellectual property rights and quality improvement. *Journal of Development Economics*, 82(2), 393-415.
- Han, Y. & Li, D. (2015). Effects of intellectual capital on innovative performance: The role of knowledge-based dynamic capability. *Management Decision*, 53(1), 40-56.
- Holienka, M., Jančovičová, Z. & Kovačičová, Z. (2016). Drivers of women entrepreneurship in Visegrad countries: GEM evidence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 220, 124-133.
- Irans Statistical Center. (2020). Annual Report of Irans Statistical Center.
- Jain, S. K. & Chaudhary, H. (2017). Quest for effective mentors: A way of mentoring potential entrepreneurs successfully. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 18(2), 99-109.
- Kazemi, A. & Moghimi, B. (2018). Investigating barriers to women entrepreneurship development in Iran using hierarchical analysis process. *Journal of Women and Society*, 9 (34), 249-274. (In Persian)
- Kim, P. H., Aldrich, H. E. & Keister, L. A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5-22.
- Lashkaripour, F. & Lotfalipour, M. (2015). The position and role of women entrepreneurship in economic growth and sustainable development. Third National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses, Tehran. (In Persian)
- Lee Lim, W., Lee, Y. L. E. & Ramasamy, R. (2014). Personality, prior knowledge, social capital and entrepreneurial intentions: Entrepreneurial alertness as mediator. *Social Capital and Entrepreneurial Intentions*:



- Entrepreneurial Alertness as Mediator (January 22, 2014). *Global Journal of Business and Social Science Review*, 2(1), 68–78.
- Li, Y., Wang, P. & Liang, Y. J. (2015). Influence of entrepreneurial experience, alertness, and prior knowledge on opportunity recognition. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(9), 1575–1583.
- Liu, S. & Lin, Y. (2006). Grey information: Theory and practical applications. 275-314.
- Lladós-Masllorens, J. & Ruiz-Dotras, E. (2021). Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 69-94.
- Maharjan, A. (2020). Drivers and barriers of business practices: the case of Nepalese women entrepreneurs in the UK. University of the West of Scotland.
- Mainela, T., Puhakka, V. & Servais, P. (2014). The concept of international opportunity in international entrepreneurship: A review and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 105–129.
- Meidute-Kavaliauskiene, I., Davidaviciene, V., Ghorbani, S. & Sahebi, I. G. (2021). Optimal allocation of gas resources to different consumption sectors using multi-objective goal programming. *Sustainability*, 13(10), 5663.
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S. & Haynie, J. M. (2020). Fueling the fire: Examining identity centrality, affective interpersonal commitment and gender as drivers of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing*, 35(1), 105909.
- Nikonam Tusi, F., Nobakht Vand, J. & Nikonam Tusi, H. (2014). Women entrepreneurship opportunities in the field of information technology. National Conference of Entrepreneur University (Knowledge-Based Industry), Tehran. (In Persian)
- Owalla, B. E. (n.d.). 3. Women's entrepreneurial motives and perceptions of entrepreneurship programmes: A case study of Sweden and Tanzania. *Beyond Borders*, 83.
- Ozgen, E. & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174–192.
- Patil, P. & Deshpande, Y. (2018). Women entrepreneurship: A road ahead. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 155-159.
- Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L. & Foss, L. (2020). Women entrepreneurship in STEM fields: literature review and future research avenues. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 17–41.



- Rafie, S., Fathi, S. & Shiri, T. (2020). Investigating the fields of entrepreneurship development from the perspective of women entrepreneurs in Gilan province. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 12(46), 117-129. (In Persian)
- Ramos-Rodriguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., Lorenzo-Gómez, J. D. & Ruiz-Navarro, J. (2010). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, 28(6), 566–582.
- Rashid, S. & Ratten, V. (2020). A systematic literature review on women entrepreneurship in emerging economies while reflecting specifically on saarc countries. *Entrepreneurship and Organizational Change*, 37–88.
- Ruiz, M., Ibarreche, S., Peterson, L. T. & Guerrero, L. (2017). The impact of immigrant acculturation and job search information on entrepreneurship opportunity. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 288–308.
- Safari, H., Ajali, M. & Ghasemiyan Sahebi, I. (2016). Determining the strategic position of an educational institution in the organizational life cycle with Fuzzy approach (Case Study: Social Sciences Faculty of Khalij Fars University). *Modern Research in Decision Making*, 1(2), 117–138.
- Sahebi, I. G., Arab, A. & Moghadam, M. R. S. (2017). Analyzing the barriers to humanitarian supply chain management: a case study of the Tehran Red Crescent Societies. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 24, 232–241.
- Sahebi, I. G., Masoomi, B. & Ghorbani, S. (2020). Expert oriented approach for analyzing the blockchain adoption barriers in humanitarian supply chain. *Technology in Society*, 101427.
- Sahebi, I., Masoomi, B., Ghorbani, S. & Uslu, T. (2019). Scenario-based designing of closed-loop supply chain with uncertainty in returned products. *Decision Science Letters*, 8(4), 505–518.
- Schneider, K. (2017). Promoting the entrepreneurial success of women entrepreneurs through education and training. *Science Journal of Education*, 5(2), 50–59.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159.
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Edward Elgar Publishing.
- Soleimaninezhad, A. & Talebi, K. (2016). Investigating the challenges and barriers to the development of Iranian women entrepreneurship. The first national congress of successful women in Iran, Tehran. (In Persian)
- Venkataraman, S. & Shane, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.



- Wang, Y., Ellinger, A. D. & Wu, Y. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*.
- Yasuri, M. & Noroozinezhad, M. (2021). Qualitative meta-analysis of the dimensions of rural women entrepreneurship development. *Journal of Women in Development and Politics*, 19 (1), 21-41. (In Persian)





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تبیین محرک‌های بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان با رویکرد تصمیم‌گیری چندمعیاره گروهی

احمد جعفرنژاد^۱

ایمن قاسمیان صاحبی^۲

اکرم قاسمیان صاحبی^۳

چکیده

امروزه واژه کارآفرینی مفاهیمی چون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی، رضایت بخشی و استقلال‌طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. با توجه به اهمیت تشخیص فرصت در فرایند کارآفرینی، این پژوهش درصدد است تا به شناسایی، اولویت‌بندی و ارتباط میان محرک‌های موثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان بپردازد. از همین رو، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها توصیفی است. جامعه آماری شامل مدیران زن شهرداری منطقه پنج شهر تهران است و به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، روش نمونه‌گیری هدفمند به‌کارگرفته شده و از نظرات ده خبره استفاده شد. برای شناسایی محرک‌ها و الزامات بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان از مرور ادبیات پژوهش استفاده شد. اولویت محرک‌ها و الزامات با تکنیک بهترین-بدترین محاسبه و درنهایت برای تعیین روابط علت و معلولی میان محرک‌ها از تکنیک دیمتل خاکستری استفاده شد. پس از مرور جامع ادبیات، ۱۲ محرک مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان شناسایی شد. براساس نتایج تکنیک بهترین-بدترین، محرک‌های خلاقیت فردی، هوشیاری کارآفرینانه و احساس خودکارآمدی احساس شده از اولویت اول تا سوم برخوردار شدند.

۱. استاد گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

jafarnjd@ut.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

iman.ghasemian@ut.ac.ir

۳. مربی گروه زبان و ادبیات فارسی، موسسه شهید معلم کلایی ناحیه ۱، ساری، ایران.

iqs2611@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۰

طبق نتایج تکنیک دیمتل خاکستری، نیروهای پیش‌برنده و خلافت فردی به‌عنوان تأثیرگذارترین محرک در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان شناخته شدند.

واژگان کلیدی

کارآفرینی زنان، فرصت‌های کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه، تکنیک بهترین-بدترین، دیمتل خاکستری.

مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع امروزی نقش مؤثری ایفا می‌کند. عناصر تشکیل‌دهنده تخصص، مجموعه‌ای از فناوری‌های هوشمند هستند که می‌توانند در سیستم‌های خبره و یا به‌عنوان فنونی برای حل مسئله مورد استفاده قرار گیرند. بر این اساس، مفهوم تخصص کارآفرینانه ترکیبی از انواع دانش است که به‌صورت ضمنی، نزد کارآفرین قرار دارند (صاحبی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). بنابراین، اگر برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و منابع انسانی یک سازمان کارآفرین باشند، از فرصت‌های اقتصادی بهتر بهره می‌برند و قادر خواهند بود از منابع موجود برای دستیابی به حداکثر نوآوری استفاده نمایند که نتیجه آن رشد سریعتر و دوام بیشتر در صحنه رقابت خواهد بود (پاگسی و همکاران^۲، ۲۰۲۰). با توجه به سهم زنان در توسعه اقتصاد ملی و جهت مقابله با بحران بیکاری آنها، ضروری است شرایط لازم برای توسعه کارآفرینی زنان فراهم شود تا با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند به کسب درآمد بپردازند (کوک و ژیانو^۳، ۲۰۲۱). به هر حال یکی از شاخص‌های مهم سنجش توسعه هر کشور مشارکت زنان است (رشید و راتن^۴، ۲۰۲۰). زیرا توسعه فقط با تولید ناخالص ملی و سطح درآمد سنجیده نمی‌شود. بلکه شامل بلوغ اجتماعی و سیاسی نیز می‌باشد (آراستی^۵، ۲۰۰۷).

1. Sahebi et al
2. Poggesi et al
3. Cooke & Xiao
4. Rashid & Ratten
5. Arasti



در کشور ایران نیز زنان بیش از ۴۹ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند. اما نرخ مشارکت اقتصادی آنان طبق آخرین آمارهای موجود، ۱۳/۴ درصد است که مناسب نمی‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹). در سال‌های اخیر، تغییرات محسوسی در سهم زنان در کسب‌وکار مشاهده شده و سهم مذکور در دوره ۱۴ ساله بین سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۹ از ۲۲/۱ درصد به ۲۹/۲ درصد رسیده که نشان‌دهنده موج حرکت زنان ایرانی در راه اندازی کسب‌وکار است. با این حال، همچنان درصد اشتغال زنان در ایران رقم مناسبی نیست. این درحالی است که آنها سهم بالاتری از تحصیلات عالی را در سالیان اخیر به دست آورده‌اند. اما شانس دسترسی به شغل و موقعیت‌های اقتصادی برای آنها چندان مناسب نیست. مشارکت پایین اقتصادی و نرخ بالای بیکاری زنان در ایران نشان می‌دهد نیمی از جمعیت همچنان با مشکلات متعددی برای مشارکت اقتصادی و کار کردن مواجه هستند که دامنه این موانع از مشکلات اجتماعی تا فرهنگی گسترده است. همچنین، ایران از نظر وضعیت زنان کارآفرین در سال ۲۰۲۰ از میان ۵۸ کشور مورد بررسی، رتبه ۵۴ را کسب نموده که نسبت به سال قبل یک رتبه تنزل نشان می‌دهد. در این راستا، به جهشی بزرگ نیاز است تا زنان بتوانند به موقعیتی درخور در اقتصاد ایران برسند و از الزامات آن می‌توان به انجام اقدامات بنیادی در مسیر توسعه کارآفرینی زنان از جمله بررسی محرک‌ها، توانمندسازها، موانع و راهبردهای پیشبرنده این حوزه نام برد.

لذا از آنجا که تاکنون مطالعه مستقلی به کاوش محرک‌های کارآفرینی زنان در ایران نپرداخته است، این پژوهش کوشید خلاً مزبور را پر نماید و با به‌کارگیری رویکردی نظام‌مند به بررسی پدیده کارآفرینی زنان و فرصت‌های بروز آن در شهرداری تهران به‌عنوان یک سازمان الگو و پیشرو در عرصه کارآفرینی بپردازد تا پاسخگوی سوالات زیر باشد:

- ۱) محرک‌ها و الزامات موثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان کدامند؟
 - ۲) اهمیت محرک‌های موثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان به چه میزان است؟
 - ۳) ارتباط میان محرک‌های موثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان چگونه است؟
- در ادامه، مقاله حاضر بدین صورت سامان‌دهی شده که ابتدا، پیشینه تجربی پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و خلاً پژوهشی شناسایی شده است. سپس، مبانی نظری پژوهش بیان شده است. در بخش سوم به تشریح روش‌شناسی پژوهش پرداخته شده است. در بخش چهارم نتایج

محاسباتی ارائه شده است. در نهایت، در بخش پنجم به بحث و بررسی نتایج پرداخته و طبق جمع‌بندی به عمل آمده چند پیشنهاد مطرح شده است.

پیشینه تجربی

در این قسمت به بررسی مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی انجام شده در حوزه محرک‌های بروز کارآفرینی زنان پرداخته شده است.

ياسوری و نوروزی نژاد (۱۴۰۰) به فراتحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته‌اند. یافته‌های آنها نشان داد سطح سواد و دانش فردی، شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی، کسب درآمد، عضویت در گروه‌های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و حمل‌ونقل مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی هستند. رفیعی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی زمینه‌های توسعه کارآفرینی از دیدگاه زنان کارآفرین استان گیلان پرداخته‌اند و دریافتند زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی بر توسعه کارآفرینی زنان اثر معناداری دارد.

فلاح و پرهیزکار (۱۳۹۹) به شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی در استان خراسان شمالی پرداخته و نتیجه گرفتند که ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی نیازمند «ظرفیت‌سازی کسب‌وکار» است که از طریق ایجاد صندوق‌های خرد روستایی، تسهیل در فرایند پرداخت وام اشتغال، فروش برخط محصولات، نمایشگاه‌های دائمی عرضه محصولات، تشکیل تعاونی زنان کارآفرین روستایی، خرید تضمینی محصولات، کانون زنان کارآفرین روستایی و مراکز خلاقیت و نوآوری روستایی به وجود می‌آید.

کاظمی و مقیمی (۱۳۹۷) به بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی پرداخته‌اند. در این راستا، موانع فردی، محیطی، زیربنایی، شروع و ادامه کار، سازمانی و شغلی شناسایی و از دیدگاه زنان کارآفرین ایران و اساتید رشته کارآفرینی اولویت‌بندی شده‌اند. نتایج نشان داد مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان، از نظر مردان موانع زیربنایی و از نظر زنان عوامل محیطی است.



سلیمانی‌نژاد و طالبی (۱۳۹۵) به بررسی چالش‌ها و موانع بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان ایران پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش از آن حکایت داشت که عوامل فرهنگی-اجتماعی، موانع مالی، موانع قانونی و موانع فردی می‌توانند نقشی محدودکننده یا بازدارنده در توسعه کارآفرینی زنان داشته باشند.

لشکری پور و لطف‌علی‌پور (۱۳۹۴) به بررسی جایگاه و نقش کارآفرینی زنان در رشد اقتصادی و توسعه پایدار پرداخته‌اند. نتایج نشان داد کارآفرینی زنان بر رشد اقتصادی و توسعه پایدار کشور نقش معناداری دارد.

نیکونام طوسی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی فرصت‌های کارآفرینی زنان در حوزه فناوری اطلاعات پرداخته‌اند. زیرا، فناوری‌های نوین مانند فناوری اطلاعات از مهم‌ترین حوزه‌های شغلی در دنیای امروز به‌شمار می‌روند. بنابراین، آنها به تشریح نقش فناوری اطلاعات در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی برای زنان، به خصوص زنان ایرانی پرداخته‌اند. در جدول ۱ نیز خلاصه مهم‌ترین پژوهش‌های خارجی انجام شده در حوزه محرک‌های کارآفرینی زنان ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های انجام شده در حوزه محرک‌های کارآفرینی زنان

ردیف	هدف تحقیق	مطالعه موردی	تکنیک مورد استفاده	منبع
۱	بررسی عوامل کلیدی موفقیت کارآفرینی زنان	هندوستان	مدلسازی معادلات ساختاری	(آلیدی و چاندران، ۲۰۱۸)
۲	بررسی نقش فناوری اطلاعات بر محرک‌های کارآفرین زنان	عربستان	تحلیل واریانس	(آلیدی و همکاران، ۲۰۱۹)
۳	تحلیل محرک‌های کلیدی زنان در کارآفرینی فناوری	عربستان	فرایند تحلیل سلسله مراتبی	(آلیدی و همکاران، ۲۰۱۹)
۴	بررسی محرک‌های هوینی کارآفرینی زنان	آمریکا	مدلسازی معادلات ساختاری	(مورنیکس و همکاران، ۲۰۲۰)

1. Aleidi & Chandran

2. Murnieks et al

۵	شناسایی محرک‌ها و انگیزه‌های نوآورانه کارآفرینی زنان	ایتالیا	فرا ترکیب	(بید، ۲۰۲۰)
۶	شناسایی موانع و محرک‌های کسب و کار در کارآفرینی زنان	انگلستان	فرا تحلیل، رگرسیون چندمتغیره	(ماهارجان ^۲ ، ۲۰۲۰)
۷	بررسی تطبیقی محرک‌های کارآفرینی زنان	سوئد و تانزانیا	مصاحبه‌های کیفی، آزمون میانگین	(اوالا ^۳ ، ۲۰۲۱)
۸	بررسی تاثیر محرک‌های مالی بر توسعه کارآفرینی زنان	اسپانیا	رگرسیون لجستیک	(لویدز و رویز ^۴ ، ۲۰۲۱)

منبع: یافته‌های پژوهش

مرور پیشینه داخلی و خارجی پژوهش نشان می‌دهد مطالعه‌ای که به‌طور کامل و همه جانبه، به بررسی فرصت‌های کارآفرینی زنان و عوامل موثر بر آن پرداخته باشد، وجود ندارد و این تحقیق برای نخستین بار این موضوع را با روش کمی به‌صورت جامع مورد بررسی قرار داده است. به عبارتی، تحقیق حاضر از بعد روش مورد استفاده مشابه ندارد و استفاده از رویکرد کمی و خاصه دیمتل خاکستری اقدامی نو در حوزه مطالعات زنان و کارآفرینی قلمداد می‌شود. به‌علاوه، به‌کارگیری فنون بهترین- بدترین و دیمتل خاکستری به تکرارپذیری و افزایش پایایی نتایج تحقیق کمک شایانی نموده است. لذا، نتایج تحقیق می‌تواند آگاهی محققین، مدیران و مسئولین حوزه کارآفرینی را در خصوص کارآفرینی زنان افزایش دهد.

چارچوب نظری

در دهه اخیر، موضوع کارآفرینی زنان به یکی از موضوعات مورد علاقه سیاست‌گذاران و محققان تبدیل شده است. با این حال، دلایل این علاقه‌مندی در طول زمان، متغیر بوده است. در اصل سیاست‌هایی که هدف آنها توسعه کارآفرینی زنان است، بر اساس حمایت از موضع برابر زنان

¹. Bade

². Maharjan

³. Owalla

⁴. Lladós-Masllorrens & Ruiz-Dotras



با مردان و شمولیت اجتماعی زنان بوده است. امروزه، یکی از دغدغه‌هایی که در این حوزه وجود دارد، مشکل بیکاری است که از مهم‌ترین مسائل پیش روی دولت‌های اکثر اقتصادهای جهان به‌شمار می‌رود. لذا ضرورت حل این مشکل باعث شده کارآفرینی در جایگاه خلق مشاغل قرار گیرد (از نظر خود اشتغالی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی جدید برای دیگران) و بیشتر تحقیقات درباره کارآفرینی زنان، بر ورود کردن به منابع بهره‌برداري نشده و رشد اقتصادی تمرکز کرده‌اند (هولینکا و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

عبارت کارآفرین زن به زنان یا گروهی از زنانی اطلاق می‌شود که به‌صورت فعالانه یک کسب‌وکار را پایه‌گذاری، سازماندهی و اداره کرده و یا یک شرکت تجاری را مدیریت می‌کنند. بر اساس نظر شومپیتر^۲ (۱۹۴۷) کارآفرینی زنان بر اساس مشارکت برابر زنان و اشتغال زنان در شرکت‌های تجاری است (شومپیتر، ۱۹۴۷). بر اساس گزارش دیدبان جهانی کارآفرینی در حال حاضر ۱۲۶ میلیون زن در ۶۷ کشور دنیا در حال راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدیدی هستند و ۹۸ میلیون نفر از زنان از قبل کسب‌وکارهای خود را راه‌اندازی کرده‌اند (آریفین و همکاران^۳، ۲۰۲۰). بسیاری از کارآفرینان زن نه‌تنها برای خود و شرکایشان ایجاد شغل می‌کنند. بلکه دیگران را نیز استخدام می‌نمایند. این اطلاعات نشان می‌دهد نقش زنان در اقتصاد جهانی به‌طور قابل توجهی در حال افزایش است و یکی از مهم‌ترین عوامل بازار جهانی، رشد تهاجمی تعداد زنان کارآفرین است (آریفین و همکاران، ۲۰۲۰).

در این راستا فرصت‌های کارآفرینانه به‌وضعیت‌هایی اشاره دارد که کالاها و خدمات، مواد خام و روش‌های سازماندهی جدید می‌توانند معرفی شده و در مقیاس وسیع‌تر با هزینه‌ای کمتر فروخته شوند (اشنایدر^۴، ۲۰۱۷). تاکنون پژوهش‌های اندکی به تعریف فرصت کارآفرینانه پرداخته‌اند و اکثر تعاریف ارائه شده نیز مورد قبول همه محققان صورت نگرفته است. اما تعریفی که شین^۵ (۲۰۰۳) از فرصت ارائه می‌کند، نسبتاً ارجاعات بیشتری خورده است. وی فرصت را به‌عنوان موقعیتی که در آن فرد از طریق ترکیب مجدد منابع می‌تواند چارچوب جدید وسیله-

1. Holienka et al

2. Schumpeter

3. Ariffin et al

4. Schneider

5. Shane

هدف را خلق نماید که برای او سود به همراه داشته باشد، تعریف می‌کند (شین، ۲۰۰۳). اگرچه کشف فرصت شرط ضروری برای کارآفرینی است، ولی شرط کافی نیست. بهره‌برداری از فرصت اشاره به ایجاد کارآمدتر عملیات برای محصولات و خدماتی دارد که از فرصت‌های کسب‌وکاری به‌وجود می‌آیند. در پاسخ به این سؤال که چرا، چه زمانی و چگونه برخی افراد فرصت‌های کشف شده را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند، ونکاتارامان و شین^۱ (۲۰۰۰) استدلال کرده‌اند که علت این امر به ماهیت فرصت و تفاوت‌های فردی برمی‌گردد.

کارآفرینان زن به دلیل عوامل دافعه یا جاذبه‌ای که آنها را تشویق به مستقل بودن و داشتن یک زندگی با کیفیت می‌کنند، وارد دنیای کسب‌وکار می‌شوند. توسعه کارآفرینی میان زنان را می‌توان از دو چشم‌انداز مورد بررسی قرار داد (پاتیل و دشنپنده^۲، ۲۰۱۸). اول، ایجاد محیط مناسب و لازم برای کارآفرینی و دوم، سازماندهی کمپین‌های انگیزشی برای کارآفرینان زن در زمانی که آنها نقش‌های چالش برانگیزی به‌عهده می‌گیرند و می‌خواهند نیازهای شخصیتی، زندگی اجتماعی، خانوادگی و استقلال اقتصادی خود را اصلاح و منطبق کنند. در تحقیقاتی که تاکنون در حوزه محرک‌های کارآفرینی انجام شده است، مهم‌ترین عوامل محرک فعالیت‌های کارآفرینی عبارتند از: ویژگی‌های مرتبط با کارآفرینی فردی، سرمایه اجتماعی، ادراکات نسبت به نگرش‌های اجتماعی، و ویژگی‌های جمعیت‌شناسی فردی. همچنین نتایج تحقیقات گذشته نشان داده سرمایه انسانی، که تا حدی به میزان تحصیلات فرد هم ارتباط دارد، رابطه مثبتی با شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار (راموس رودریگوئز و همکاران^۳، ۲۰۱۰) و کارآفرینی نوظهور (کیم و همکاران^۴، ۲۰۰۶) دارد.

در سال‌های اخیر، یکی از محورهای عمده در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی، بررسی عوامل تأثیرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان بوده و پژوهشگران بسیاری به مطالعه آن اقدام کرده‌اند. با مروری بر مباحث نظری و مطالعات تجربی در زمینه کارآفرینی زنان می‌توان

-
1. Venkataraman
 2. Patil & Deshpande
 3. Ramos-Rodriguez et al
 4. Kim et al



دریافت که حضور زنان در بازار کار برحسب شرایط محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هر کشور متفاوت است و به عوامل گوناگون از جمله مشارکت زنان، اندازه و سیاست‌های دولت، توزیع درآمد و هزینه خانوار، نرخ بیکاری، شرایط محیطی خانواده، میزان سواد و سایر عوامل فرهنگی و اجتماعی بستگی دارد (داکانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

محرک‌های بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان

در این قسمت محرک‌های شناسایی شده مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی که در پژوهش‌های پیشین به آنها اشاره شده، تعریف و از منظر چرایی اثرگذاری بر شناسایی بروز فرصت، مورد بحث قرار گرفته‌اند. همه این عوامل جز شاخص‌های اصلی پژوهش قرار گرفتند. الف- خلاقیت: به معنی تولید یک فکر نو و دستیابی به یک راه حل جدید برای حل یک مسئله است (دراپو^۲، ۲۰۱۴). هر چه افراد از درجه خلاقیت بیش‌تری برخوردار باشند، در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه قوی‌تر عمل می‌کنند. بنابراین، تلاش فرد برای شناخت مسئله و ارائه راه‌حل برای آن از جمله راهکارهایی است که می‌تواند به وی در تشخیص فرصت کارآفرینانه کمک کند (کمپاس و همکاران^۳، ۲۰۱۵).

ب- جست‌وجوی منظم فرصت‌ها: درباره تأثیر جست‌وجوی منظم فرصت بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، عده‌ای به اثرگذاری مثبت آن بر تشخیص فرصت‌ها اعتقاد دارند و در مقابل، عده دیگری مخالف این موضوع هستند. فاست^۴ (۲۰۱۶) معتقد است جست‌وجوی از پیش تعیین شده برای فرصت‌ها بیان می‌کند که کارآفرینان از قبل می‌دانند که چه چیزی را جست‌وجو می‌کنند و غیرممکن است که فرصت‌ها از پیش، قابل حدس باشند.

پ- شبکه ارتباطات اجتماعی: مجموعه‌ای از الگوهای ارتباطی میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها است که دسترسی کارآفرینان به منابع و فرصت‌ها را آسان یا محدود می‌کند (وانگ و همکاران^۵،

1. Dakung et al

2. Drapeau

3. Campos et al

4. Fust

5. Wang et al

۲۰۱۳). شبکه ارتباطات اجتماعی منجر به دسترسی کارآفرینان به اطلاعاتی می‌شود که در ارائه ایده و تشخیص فرصت به آنها کمک می‌کند (آدالی و همکاران^۱، ۲۰۱۰).

ت- احساس خودکارآمدی ادراک شده: عبارت است از ادراک و باور فرد به این که قادر است در انجام یک وظیفه خاص با موفقیت عمل کند (آهلین و همکاران^۲، ۲۰۱۴). افراد دارای درجه خود اطمینانی بالا، خواهان حضور در شبکه ارتباطات اجتماعی گسترده‌تری هستند و این باعث انتقال اطلاعات بیشتر میان افراد خواهد شد (وانگ و همکاران، ۲۰۱۳). همچنین، اطمینان فرد به خود، با این اعتقاد که می‌تواند وظیفه خویش را با موفقیت انجام دهد، وی را به تلاش بیشتر برای جست‌وجوی فرصت‌ها ترغیب می‌کند (آهلین و همکاران، ۲۰۱۴).

ث- آموزش و مربی‌گری: مربیان یا مرشدان افرادی هستند که با دانش و تجربه خویش، کارآفرینان را راهنمایی کرده و به آنها مشاوره می‌دهند (جاین و چادهاوری^۳، ۲۰۱۷). مرشدان توجه کارآفرینان نوظهور را به رویدادها و تغییراتی مانند تغییر در فناوری، سیاست‌های دولت و بازار جلب کرده و با مهیا نمودن چارچوب شناختی مفید در تفسیر اطلاعات پیچیده، در شناسایی فرصت به آنها کمک می‌کنند (ازگن و بارون^۴، ۲۰۰۷). انتقال تجربه‌ها و مهارت‌ها از مرشد به فرد کارآفرین در حوزه خاص، منابع و اطلاعات لازم را برای کارآفرینان بالقوه و نوظهور فراهم و دستیابی به فرصت‌های کارآفرینانه را افزایش می‌دهد.

ج- جریان‌های اطلاعاتی: اغلب تحقیق‌ها در حوزه شناسایی فرصت، حکایت از نقش قابل توجه اطلاعات در این فرایند دارند (ماینلا و همکاران^۵، ۲۰۱۴). افراد به‌طور یکسان اطلاعات مربوط به بازار فناوری، سیاست‌های دولت، صنعت و موارد دیگر را در دست ندارند و عدم توزیع متقارن اطلاعات باعث می‌شود فقط بعضی افراد، به خاطر اطلاعاتی که دارند، فرصت را بیابند (رویز و همکاران^۶، ۲۰۱۷). با این وجود که بعضی افراد اطلاعات مرتبط را در اختیار

-
1. Adali et al
 2. Ahlin et al
 3. Jain & Chaudhary
 4. Ozgen & Baron
 5. Mainela et al
 6. Ruiz et al



دارند، اما تنها افراد خاصی فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، چرا که این اشخاص اطلاعات را به نحو مؤثر نسبت به افراد دیگر، تفسیر می‌کنند (لی و همکاران^۱، ۲۰۱۵).

چ- هشیاری کارآفرینانه: توجه ذاتی کارآفرین به اطلاعات است که به‌منظور شناسایی نیازها، علائق و ترکیب‌های جدید منابع، وقایع محیطی و رفتارهای اجتماعی را با حساسیتی خاص پیگیری می‌کند (فورلینگر و همکاران^۲، ۲۰۱۵). به‌عبارتی، فرصت‌ها از پیش در محیط وجود دارند و افرادی که هشیاری بالاتری دارند، این فرصت‌ها را کشف می‌کنند (لی و همکاران، ۲۰۱۵). این مؤلفه در واقع بیانگر این است که برخی افراد برای شناسایی فرصت‌ها آماده هستند.

ح- دانش پیشین: اطلاعات متمایز فرد درباره یک موضوع مشخص است که در شناسایی برخی فرصت‌ها اثرگذار است (لی لیم و همکاران^۳، ۲۰۱۴). به‌طور کلی دانش پیشین، تحصیلات، آموزش و تجربه کاری و عمومی فرد است (لی و همکاران، ۲۰۱۵) و از طریق اثرگذاری بر الگوی ذهنی فرد در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه توسط وی تأثیر می‌گذارد (ازگن و بارون، ۲۰۰۷).

خ- یادگیری اجتماعی: افراد از طریق مشاهده، از رفتارهای دیگران الگوبرداری می‌کنند (دوبینا و کارایانپس^۴، ۲۰۱۶). طبق رویکرد یادگیری اجتماعی افرادی که در ارتباط با کارآفرینان هستند، در آینده تمایل بیشتری به ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه دارند. فرد هنگام مشاهده رفتار کارآفرینانه دیگران و حمایت وی توسط محیط اجتماعی و اطرافیان، رفتارهای آنها را به عنوان الگو می‌پذیرد و در زمان فراهم شدن زمینه انگیزشی و اجرایی، فعالیت کارآفرینانه را آغاز خواهد کرد (قاسمیان، ۲۰۱۵).

د- سرمایه فکری: به نیروی انسانی شرکت از قبیل کارکنان، مدیران، رهبران، سرپرستان و کارکنان اجرایی شرکت اطلاق می‌شود (بونتیس و سرنکو^۵، ۲۰۰۹) که با اقداماتی نظیر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان، وضعیت رقابتی شرکت را بهبود می‌دهند (هان و لی^۶،

^۱. Li et al

^۲. Fuerlinger et al

^۳. Lee Lim et al

^۴. Dubina & Carayannis

^۵. Bontis & Serenko

^۶. Han & Li

۲۰۱۵). تغییر و تحولات، عدم اطمینان شرایط محیطی و لزوم حضور در عرصه رقابت، سبب ظهور جو و روحیه کارآفرینی در کل سازمان شده و افراد را به صورت فردی و گروهی به شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب می‌کند (آلپکان و همکاران^۱، ۲۰۱۰).

ذ- مالکیت فکری: این عامل نقش ویژه‌ای در تأمین سرمایه‌گذاری برای سازمان‌ها از طریق دستیابی به ثبت اختراعات و علائم تجاری ایفا می‌کند. حقوق مالکیت فکری با هدف تشویق انتشار دانش، از نوآوری به‌عنوان یک سرمایه با ارزش حمایت می‌کند. حمایت از حقوق مالکیت فکری، در افزایش کیفیت محصولات تولیدی و خلق محصولات جدید مؤثر است (گلس و وو^۲، ۲۰۰۷).

ر- نیروهای پیش برنده: عواملی هستند که نقش تسهیل‌کنندگی در پیشبرد و انجام یک فعالیت را دارند که حمایت‌های دولتی، امکانات حمل‌ونقل و جایزه‌های سالیانه برای کارآفرینان از جمله آنها هستند (صفری و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی تنها به معنای شناسایی ایده‌های جدید نیست؛ بلکه به‌کارگیری این ایده‌ها در عمل نیز هست که توسط شبکه‌های همکاری مختلف، مانند دولت حمایت و پشتیبانی می‌شود (فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵).

روش‌شناسی پژوهش

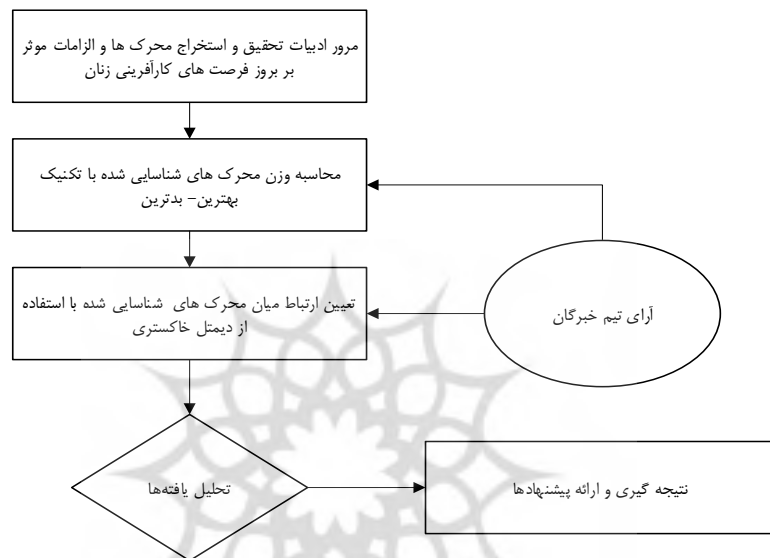
با توجه به ماهیت مسئله مورد بررسی می‌توان بیان کرد این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است. در گام نخست با بهره‌گیری از ادبیات تحقیق، به شناسایی فرصت‌های بروز کارآفرینی زنان پرداخته شد. در گام دوم، با بهره‌گیری از رویکرد کمی و فنون تصمیم‌گیری چندمعیاره گروهی به بررسی دقیق‌تر مفهوم کارآفرینی زنان پرداخته شد. جامعه آماری تحقیق، شامل مدیران زن شهرداری منطقه ۵ شهر تهران است که ۲۱ مدیر زن در شهرداری منطقه ۵ شهر تهران مشغول به کار هستند. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها و به‌کارگیری نظرات خبرگان از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. تعداد خبرگان در حد نیاز و تا آنجا که نظرات آنها به اشباع برسد، انتخاب گردید. از نظرات ۱۰ خبره زن استفاده گردید. ابزار گردآوری داده، پرسشنامه بود. برای وزن‌دهی

^۱. Alpkkan et al

^۲. Glass & Wu



فرصت‌های کارآفرینی زنان، از تکنیک بهترین-بدترین استفاده شد. برای تعیین ارتباط میان عوامل شناسایی شده نیز از تکنیک دیمتل خاکستری استفاده شد. گام‌های اجرایی الگوی پژوهش در شکل ۱ آمده است.



شکل ۱. گام‌های اجرایی تحقیق

در این قسمت به معرفی تکنیک‌های مورد استفاده پرداخته شد.

تکنیک بهترین-بدترین

در روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه، تعدادی گزینه با توجه به تعدادی شاخص ارزیابی می‌شود تا بهترین گزینه انتخاب شود. گام‌های روش BWM به شرح زیر می‌باشد:

گام ۱: تعیین مجموعه شاخص‌های تصمیم‌گیری؛

گام ۲: مشخص کردن بهترین (مهم‌تر، مطلوب‌تر) و بدترین (دارای کمترین اهمیت و کمترین مطلوبیت) شاخص؛

گام ۳: مشخص کردن ارجحیت بهترین شاخص نسبت به سایر شاخص‌ها با اعداد ۱ تا ۹.

گام ۴: مشخص کردن ارجحیت همه شاخص‌ها نسبت به بدترین شاخص با اعداد ۱ تا ۹
 گام ۵: یافتن مقادیر بهینه وزن‌ها $(w_1^*, w_2^*, \dots, w_n^*)$: برای تعیین وزن بهینه هر یک از شاخص‌ها، زوج‌های $\frac{w_B}{w_j} = a_{Bj}$ و $\frac{w_j}{w_w} = a_{jw}$ تشکیل می‌شود؛ سپس برای برآورده کردن این شرایط در همه j ها، باید راه‌حلی پیدا شود تا عبارات $\left| \frac{w_B}{w_j} - a_{Bj} \right|$ و $\left| \frac{w_j}{w_w} - a_{jw} \right|$ را برای همه j هایی که حداقل شده است، حداکثر کند. با توجه به غیرمنفی بودن وزن‌ها و مجموع اوزان می‌توان مدل را به صورت رابطه ۱ فرموله کرد.

$$\begin{aligned} & \min \xi \\ & \text{s.t.} \\ & |w_B - a_{Bj}w_j| \leq \xi, \text{ for all } j \\ & |w_j - a_{jw}w_w| \leq \xi, \text{ for all } j \\ & \sum_j w_j = 1 \\ & w_j \geq 0, \text{ for all } j \end{aligned} \quad \text{رابطه (۱)}$$

با حل مدل بالا، مقادیر بهینه $(w_1^*, w_2^*, \dots, w_n^*)$ و ξ^* به دست می‌آید (آبادی و همکاران، ۲۰۱۹؛ صاحبی و همکاران، ۲۰۱۷ و صاحبی و همکاران، ۲۰۱۹).

تکنیک دیمتل خاکستری

روش دیمتل مبتنی بر نظریه سیستم خاکستری از گام‌های اصلی زیر تشکیل یافته است (عرب و همکاران، ۲۰۱۷؛ میدوت کاولیوسکین و همکاران^۱، ۲۰۲۱):

گام ۱: تشکیل ماتریس رابطه مستقیم خاکستری: این گام از سه گام فرعی تشکیل شده است: گام فرعی ۱: تعریف مقیاس زبانی خاکستری: در پژوهش حاضر از مقیاس پنج سطحی مطابق با جدول ۲ استفاده شده است:

¹. Meidute-Kavaliauskiene et al



جدول ۲. ارزیابی افراد پاسخ دهنده از عبارت‌های زبانی (لیو و لین^۱، ۲۰۰۶)

اعداد خاکستری	عبارت‌های زبانی
[0,0]	بدون تأثیر (N)
[0,1]	تأثیر خیلی اندک (VL)
[1,2]	تأثیر اندک (L)
[2,3]	تأثیر زیاد (H)
[3,4]	تأثیر خیلی زیاد (VH)

گام فرعی ۲: تشکیل ماتریس ارتباط مستقیم: برای اندازه‌گیری رابطه میان معیارها از یک گروه تصمیم‌گیری خواسته می‌شود که مقایسات زوجی عوامل شناسایی شده را حسب عبارات زبانی تعریف شده انجام دهند.

$$Z^k = \begin{matrix} C_1 \\ C_2 \\ \vdots \\ C_n \end{matrix} \begin{bmatrix} [0,0] & \otimes z_{12}^k & \dots & \otimes z_{1n}^k \\ \otimes z_{21}^k & [0,0] & \dots & \otimes z_{2n}^k \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \otimes z_{n1}^k & \otimes z_{n2}^k & \dots & [0,0] \end{bmatrix} \quad \text{رابطه (۲)}$$

گام فرعی ۳: با استفاده از یک روش میانگین‌گیری، تمامی ماتریس‌های رابطه مستقیم خاکستری Z^k ترکیب و ماتریس تجمیعی نظرات خبرگان (Z) محاسبه می‌شود:

$$Z = \frac{\sum_{i=1}^K Z^k}{K} \quad \text{رابطه (۳)}$$

گام ۲: بر اساس ماتریس رابطه مستقیم تجمیعی Z ، ماتریس رابطه مستقیم نرمال N با استفاده از روابط زیر محاسبه می‌شود:

$$\otimes s = [s, \bar{s}] = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^n \otimes z_{ij}}, i, j = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه (۴)}$$

$$N = \otimes s . Z$$

$$\otimes n_{ij} = [s . z_{ij}, \bar{s} . \bar{z}_{ij}]$$

گام ۳: ماتریس ارتباط کل (T) از طریق فرمول زیر تعیین می‌شود که در آن I ماتریس همانی $n * n$ هست:

¹. Liu & Lin

$$T = N + N^2 + N^3 + \dots = \sum_{i=1}^{\infty} N^i = N(I - N)^{-1} \quad \text{رابطه (۶)}$$

گام ۴: تشکیل تأثیر علی و نمودار گراف جهت‌دار در دیمتل خاکستری.

یافته‌های پژوهش

اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان یک مساله تصمیم‌گیری چندمعیاره گروهی است. با توجه به هدف پژوهش و این‌که در رابطه با عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان دو رویکرد متفاوت خلق فرصت و کشف فرصت وجود دارد، عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینانه زنان از منظر دو رویکرد کشف فرصت و خلق فرصت در جدول ۳ آورده شده است. توضیحات مربوط به هر محرک در قسمت چارچوب نظری تشریح شده است.

جدول ۳. محرک‌ها و الزامات بروز فرصت‌های کارآفرینانه زنان

ردیف	محرک	علامت اختصاری	خلق فرصت	کشف فرصت
۱	خلاقیت فردی	C1	✓	-
۲	جستجوی منظم فرصت‌ها	C2	-	✓
۳	آموزش و مربی‌گری	C3	-	✓
۴	جریان‌های اطلاعاتی	C4	-	✓
۵	احساس خودکارآمدی ادراک شده	C5	✓	✓
۶	شبکه ارتباطات اجتماعی	C6	-	✓
۷	هشیاری کارآفرینانه	C7	-	✓
۸	دانش پیشین	C8	-	✓
۹	یادگیری اجتماعی	C9	-	✓
۱۰	سرمایه فکری	C10	✓	✓
۱۱	مالکیت فکری	C11	✓	✓
۱۲	نیروهای پیش‌برنده	C12	✓	✓



جدول ۳ نشان می‌دهد که ارتباط عوامل شناسایی شده مؤثر بر تشخیص فرصت با رویکرد کشف فرصت، بیشتر از ارتباط این عوامل با رویکرد خلق فرصت است. طبق نظر رستمی و فیض بخش (۱۳۹۲)، در فرایند کشف فرصت، اگر چنین تصور شود که نقش زن کارآفرین صرفاً شناسایی فرصت‌های موجود در محیط است، بدین معناست که فرصت‌ها از پیش به صورت آماده در محیط وجود دارند و نقش کارآفرین، تنها شناسایی و بهره‌برداری از آنها است. پس از شناسایی و انتخاب معیارهای مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان، وزن‌دهی هر یک از معیارها با استفاده از تکنیک بهترین-بدترین انجام شد. در جلسه حضوری با تیم خبرگان، مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین معیارها مورد بررسی قرار گرفتند و مَد نظرات آنها درخصوص بهترین و بدترین معیار مبنای تکمیل پرسشنامه‌ها قرار گرفت. در نهایت در میان عوامل مؤثر شناسایی شده، معیارهای خلاقیت فردی (C1) و مالکیت فکری (C11)، به ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان مدنظر قرار گرفتند. در گام بعد، به تعیین بردار ارجحیت مهم‌ترین معیار نسبت به دیگر معیارها پرداخته شد. برای تعیین این بردار از خبرگان خواسته شد تا ارجحیت مهم‌ترین معیار را نسبت به سایر معیارها از عدد ۱ تا ۹ مشخص نمایند و در نهایت از داده‌های جمع‌آوری شده (نظرات ۱۰ خبره) میانگین گرفته شد که نتیجه در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. ارجحیت مهم‌ترین معیار نسبت به دیگر معیارها

C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	مهم‌ترین محرک
۵,۹	۸,۱	۶,۷	۷,۱	۴,۸	۳,۹	۶,۲	۳,۵	۷,۲	۶,۴	۴,۳	۱	C1

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام بعد بردار ارجحیت دیگر معیارها نسبت به کم‌اهمیت‌ترین معیار تعیین شد. برای تعیین این بردار نیز مانند گام قبل عمل کرده که نتیجه در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. ارجحیت دیگر معیارها نسبت به کم‌اهمیت‌ترین معیار

C11	کم‌اهمیت‌ترین محرک
۸,۱	C1
۷,۸	C2
۷,۴	C3
۶,۴	C4
۶,۹	C5
۶,۵	C6
۵,۹	C7
۴,۷	C8
۴,۸	C9
۳,۵	C10
۱	C11
۵,۴	C12

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام بعد باید به محاسبه وزن عوامل ۱۲ گانه پرداخت. حال برای این مسئله مطابق رابطه ۲ خواهیم داشت:

$$\min \varepsilon$$

S. t.

$$\begin{aligned} \left| \frac{W_1}{W_{11}} - 8.1 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_2} - 4.3 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_2}{W_{11}} - 7.8 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_3} - 6.4 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_3}{W_{11}} - 7.4 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_4} - 7.2 \right| &\leq \varepsilon \end{aligned}$$



$$\begin{aligned} \left| \frac{W_4}{W_{11}} - 6.4 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_5} - 3.5 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_5}{W_{11}} - 6.9 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_6} - 6.2 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_6}{W_{11}} - 6.5 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_7} - 3.9 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_7}{W_{11}} - 5.9 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_8} - 4.8 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_8}{W_{11}} - 4.7 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_9} - 7.1 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_9}{W_{11}} - 4.8 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_{10}} - 6.7 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_{10}}{W_{11}} - 3.5 \right| &\leq \varepsilon & \left| \frac{W_1}{W_{12}} - 5.9 \right| &\leq \varepsilon \\ \left| \frac{W_{12}}{W_{11}} - 5.4 \right| &\leq \varepsilon & & \\ W_1 + W_2 + W_3 + W_4 + W_5 + W_6 + W_7 & & & \\ + W_8 + W_9 + W_{10} + W_{11} & & & \\ + W_{12} & = & 1 & \\ W_j \geq 0 & \text{ for all } j & & \end{aligned}$$

با حل الگوی فوق در نرم‌افزار لینگو ۱۷، وزن‌های نهایی محرک‌های شناسایی گردید که نتایج در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. اوزان نهایی محرک‌های بروز فرصت‌های کارآفرینی در زنان

اولویت	وزن نهایی	محرک	ردیف
۱	۰/۲۶۳۳	خلاقیت فردی	۱
۴	۰/۰۸۳۷	جستجوی منظم فرصت‌ها	۲
۸	۰/۰۵۶۲	آموزش و مربی‌گری	۳
۱۱	۰/۰۵۰۱	جریان‌های اطلاعاتی	۴
۳	۰/۱۰۲۸	احساس خودکارآمدی ادراک شده	۵
۷	۰/۰۵۸۱	شبکه ارتباطات اجتماعی	۶

۷	هوشیاری کارآفرینانه	۰/۱۲۴۱	۲
۸	دانش پیشین	۰/۰۷۵۱	۵
۹	یادگیری اجتماعی	۰/۰۵۰۷	۱۰
۱۰	سرمایه فکری	۰/۰۵۳۷	۹
۱۱	مالکیت فکری	۰/۰۲۰۶	۱۲
۱۲	نیروهای پیش‌برنده	۰/۰۶۱۱	۶

منبع: یافته‌های پژوهش

حل الگوی برنامه‌ریزی خطی روش بهترین- بدترین نشان می‌دهد در میان ۱۲ محرک مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان، عوامل خلاقیت فردی (C1)، هوشیاری کارآفرینانه (C7) و احساس خودکارآمدی احساس شده (C5) به ترتیب با اوزان ۰/۲۶۳۳، ۰/۱۲۴۱ و ۰/۱۰۲۸ از اولویت اول تا سوم برخوردارند. به عبارتی، مهم‌ترین عوامل مؤثر در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان محسوب می‌شوند. عوامل مالکیت فکری، جریان‌های اطلاعاتی و یادگیری اجتماعی نیز کم‌اهمیت‌ترین عوامل در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی زنان به‌شمار می‌روند.

در ادامه با به‌کارگیری تکنیک دیمتل خاکستری، به بررسی روابط علت و معلولی میان عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی در میان زنان پرداخته شد. تکنیک دیمتل خاکستری به‌عنوان دیمتل فاصله‌ای^۱ مطرح می‌شود. هدف تکنیک دیمتل تعیین تأثیرگذاری و تأثیرپذیری شاخص‌ها و تعیین روابط بین آنها است. تکنیک دیمتل خاکستری نوعی روش تصمیم‌گیری برای تجسم و ترسیم ساختاری از روابط علی پیچیده با استفاده از ماتریس‌ها و دیاگرام‌ها است (عرب و همکاران، ۲۰۱۷ و بای و سارکیس^۲، ۲۰۱۳). به همین منظور ابتدا محقق با استفاده از پرسشنامه تکنیک دیمتل خاکستری به جمع‌آوری نظرات تیم خبرگان پرداخت. بعد از محاسبه ماتریس‌های تجمیعی نظرات خبرگان و نرمال کردن آن، ماتریس روابط کل محاسبه گردید که در جدول ۶ آورده شده است.

^۱. Interval

^۲. Bai & Sarkis



جدول ۶. ماتریس ارتباط کامل خاکستری

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
C1	۰.۰۸۰	۰.۱۳۱	۰.۱۲۲	۰.۰۶۸	۰.۱۰۹	۰.۱۴۷	۰.۱۰۸	۰.۰۸۵	۰.۱۳۷	۰.۱۰۳	۰.۱۳۰	۰.۰۹۴
C2	۰.۴۰۳	۰.۴۵۶	۰.۴۰۱	۰.۳۲۲	۰.۴۰۹	۰.۴۷۵	۰.۳۹۳	۰.۳۶۵	۰.۴۱۶	۰.۳۹۸	۰.۴۵۳	۰.۳۸۹
C3	۰.۱۳۳	۰.۱۷۵	۰.۱۰۷	۰.۰۹۴	۰.۱۱۶	۰.۱۴۷	۰.۱۲۸	۰.۰۸۵	۰.۱۱۸	۰.۱۱۴	۰.۱۲۵	۰.۱۰۶
C4	۰.۴۶۰	۰.۳۷۳	۰.۳۸۱	۰.۳۳۸	۰.۴۱۱	۰.۴۷۰	۰.۴۰۸	۰.۳۳۷	۰.۳۹۲	۰.۴۰۰	۰.۴۱۷	۰.۳۹۶
C5	۰.۱۴۲	۰.۱۴۲	۰.۰۵۳	۰.۰۷۵	۰.۱۰۱	۰.۱۳۸	۰.۰۹۱	۰.۱۰۳	۰.۰۹۰	۰.۰۹۵	۰.۱۲۱	۰.۰۹۲
C6	۰.۴۶۷	۰.۴۴۷	۰.۲۹۳	۰.۳۰۹	۰.۳۷۹	۰.۴۴۷	۰.۳۶۰	۰.۳۴۲	۰.۳۵۳	۰.۳۶۸	۰.۴۰۱	۰.۳۶۹
C7	۰.۱۲۵	۰.۱۱۲	۰.۰۷۵	۰.۰۶۰	۰.۱۰۷	۰.۱۲۱	۰.۰۷۶	۰.۰۸۳	۰.۰۷۰	۰.۱۰۰	۰.۱۱۱	۰.۱۰۳
C8	۰.۴۱۹	۰.۴۴۰	۰.۳۳۱	۰.۴۲۷	۰.۴۷۰	۰.۴۴۰	۰.۳۶۴	۰.۴۰۴	۰.۳۴۰	۰.۳۶۴	۰.۳۸۱	۰.۳۷۰
C9	۰.۰۹۰	۰.۱۳۷	۰.۰۹۰	۰.۰۹۰	۰.۱۰۰	۰.۱۲۰	۰.۰۹۰	۰.۰۷۷	۰.۰۷۷	۰.۰۸۰	۰.۰۸۱	۰.۰۸۲
C10	۰.۳۹۷	۰.۳۶۳	۰.۳۰۱	۰.۲۴۷	۰.۳۳۰	۰.۳۵۰	۰.۳۰۵	۰.۲۶۱	۰.۲۷۰	۰.۲۶۵	۰.۲۷۰	۰.۲۷۰
C11	۰.۱۳۳	۰.۱۳۳	۰.۳۳۳	۰.۳۰۵	۰.۳۳۵	۰.۴۱۵	۰.۳۳۳	۰.۳۰۲	۰.۳۳۳	۰.۳۳۵	۰.۳۳۳	۰.۳۳۳
C12	۰.۲۵۰	۰.۳۲۱	۰.۲۷۵	۰.۲۸۹	۰.۳۱۴	۰.۳۳۳	۰.۲۷۵	۰.۲۵۵	۰.۲۶۴	۰.۲۹۹	۰.۲۸۳	۰.۲۶۵

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت به منظور تعیین معیارهای علی و معیارهای وابسته، مجموع سطری و ستونی ماتریس ارتباط کامل محاسبه شده و میزان اهمیت شاخص‌ها $(\bar{D}_i + \bar{R}_i)$ و رابطه بین معیارها $(\bar{D}_i - \bar{R}_i)$ مشخص گردید که نتایج در جدول ۷ قابل مشاهده است. اگر $D_i - R_i > 0$ باشد معیار مربوطه اثرگذار و اگر $D_i - R_i < 0$ باشد معیار مربوطه اثرپذیر است.

جدول ۷. میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری محرک‌ها

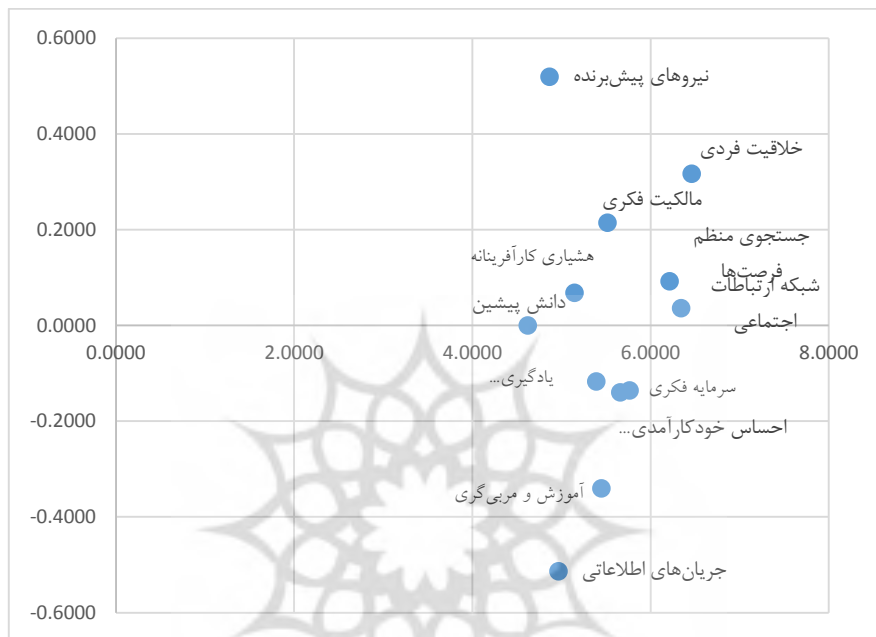
نوع محرک	$D + R$	$D - R$	محرک	نماد
تأثیرگذار	۶,۴۶۳۲	۰,۳۱۶۹	خلاقیت فردی	C1
تأثیرگذار	۶,۲۱۶۱	۰,۰۹۲۳	جستجوی منظم فرصت‌ها	C2
تأثیرپذیر	۵,۴۴۹۰	-۰,۳۴۰۸	آموزش و مربی‌گری	C3
تأثیرپذیر	۴,۹۶۹۲	-۰,۵۱۳۶	جریان‌های اطلاعاتی	C4
تأثیرپذیر	۵,۷۶۵۲	-۰,۱۳۵۸	احساس خودکارآمدی ادراک شده	C5
تأثیرگذار	۶,۳۴۵۲	۰,۰۳۶۰	شبکه ارتباطات اجتماعی	C6
تأثیرگذار	۵,۱۴۹۴	۰,۰۶۸۰	هشیاری کارآفرینانه	C7
تأثیرگذار	۴,۶۲۲۹	۰,۰۰۰۰	دانش پیشین	C8
تأثیرپذیر	۵,۳۹۰۹	-۰,۱۱۷۰	یادگیری اجتماعی	C9
تأثیرپذیر	۵,۶۶۳۲	-۰,۱۴۰۰	سرمایه فکری	C10
تأثیرگذار	۵,۵۱۷۶	۰,۲۱۴۳	مالکیت فکری	C11
تأثیرگذار	۴,۸۶۸۳	۰,۵۱۹۶	نیروهای پیش‌برنده	C12

منبع: یافته‌های پژوهش

حال می‌توان نمودار روش دیمتل خاکستری را با استفاده از مقادیر اثرگذاری و مجموع اثر معیارها ترسیم نمود. شکل ۱ میزان اهمیت و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بین معیارها را نشان



می‌دهد. محور افقی نمودار اهمیت معیارها و محور عمودی تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری معیارها را نشان می‌دهد.

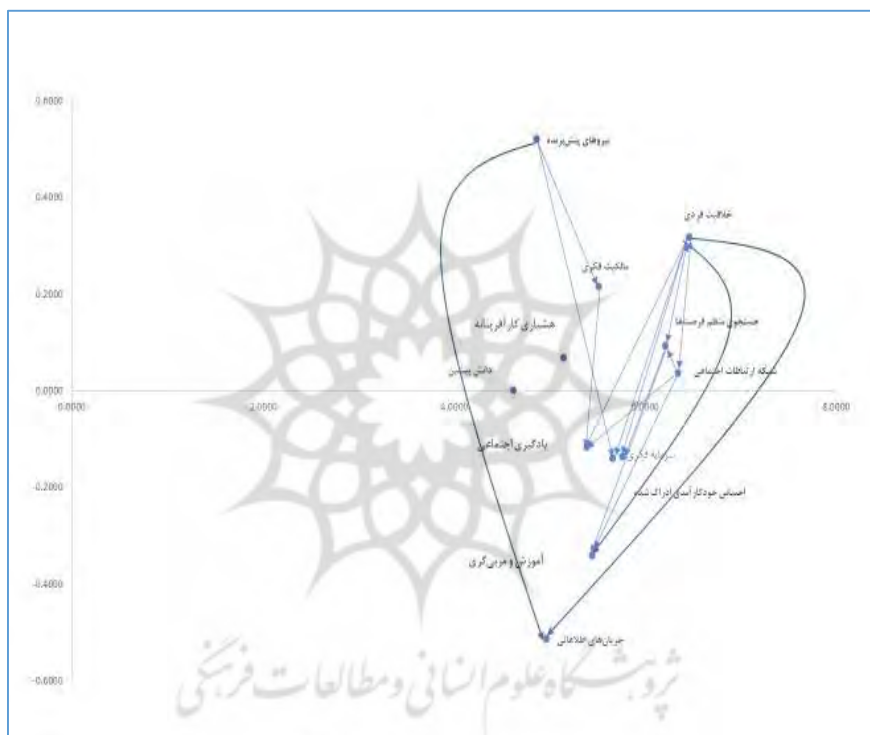


شکل ۱. نمودار تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، از میان محرک‌های ۱۲ گانه شناسایی شده مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان، ۶ محرک تأثیرگذار و ۶ محرک تأثیرپذیر شناخته شدند. عامل نیروهای پیش‌برنده و خلاقیت فردی به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان شناخته شد. عوامل جریان‌های اطلاعاتی، آموزش و مربی‌گری، احساس خودکارآمدی ادراک شده، سرمایه فکری و یادگیری اجتماعی جز عوامل تأثیرپذیر شناخته شدند که از سایر عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌پذیرند و اگر بتوان عوامل تأثیرگذار را تقویت نمود، خود به خود عوامل تأثیرپذیر باعث بروز فرصت‌های کارآفرینی بیشتر خواهند شد.

در گام آخر می‌بایست با استفاده از ماتریس ارتباط کامل و محاسبه حد آستانه، ماتریس اثرگذاری و اثرپذیری عوامل را محاسبه نمود تا بتوان نمودار علت و معلولی میان عوامل را ترسیم نمود. حد آستانه $0/2806$ محاسبه شده که در شکل ۲ آورده شده است.



شکل ۲. نمودار علت و معلولی محرک‌های کارآفرینی زنان

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، عامل خلاقیت فردی به‌عنوان تأثیرگذارترین عامل در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان شناخته شد.

بحث و نتیجه‌گیری



پژوهش حاضر، با هدف توصیف فرصت‌ها و معرفی محرک‌های مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان انجام شده است. به‌همین منظور، ابتدا با بهره‌گیری از ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینانه زنان در قالب ۱۲ عامل مهم و محوری شناسایی شد. سپس، تیم خبرگان که همگی از مدیران زن شهرداری منطقه ۵ شهر تهران بودند، تشکیل و با استفاده از فن بهترین-بدترین به اولویت‌بندی محرک‌های مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان پرداخته شد. نتایج نشان داد خلاقیت فردی مهم‌ترین عامل در بروز فرصت‌های کارآفرینانه است. در گام بعدی با بهره‌گیری از فن دیمتل خاکستری به بررسی روابط علت و معلولی میان عوامل ۱۲ گانه پرداخته شد که مطابق نتایج، عوامل خلاقیت فردی و نیروهای پیش‌برنده به‌عنوان تأثیرگذارترین و جریان‌های اطلاعاتی و آموزش و مربی‌گری به‌عنوان تأثیرپذیرترین عوامل در بروز فرصت‌های کارآفرینانه شناخته شدند.

به‌طور کلی، نتایج پژوهش‌های پیشین نشان داده یادگیری اجتماعی، هشیاری کارآفرینانه، آموزش و مربی‌گری، خلاقیت، دانش پیشین، انگیزه، سرمایه فکری، مالکیت فکری، نیروهای پیش‌برنده، احساس خودکارآمدی، جریان‌های اطلاعاتی، جست و جوی منظم فرصت‌ها و شبکه ارتباطات اجتماعی بر بروز فرصت‌های کارآفرینانه زنان اثرگذارند. همچنین باوجود مرزبندی‌های موجود در مباحث نظری، در عمل، خلق فرصت یا کشف فرصت به‌صورت مطلق وجود ندارد. در فرایند کشف، شناسایی فرصت کارآفرینانه به معنای شناسایی فرصت‌های موجود در محیط نیست و درجه‌ای از نوآوری در این رویکرد نیز به چشم می‌خورد. نوآوری در این فرایند تدریجی است و میزان نو بودن رابطه جدید وسیله-هدف نسبت به فرایند خلق کم‌تر است.

بر اساس نتایج تحقیق و در جهت افزایش توانمندی‌های زنان در بروز فرصت‌های کارآفرینی به سیاست‌گذاران حوزه زنان پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت نیروهای پیش‌برنده برنامه‌ریزی اساسی داشته باشند. سایر پیشنهادها به‌شرح زیر است:

✓ فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی با توجه به این‌که هوشیاری کارآفرینانه و آموزش و مربی‌گری از عوامل مهم و تأثیرگذار بر تقویت بروز فرصت‌های کارآفرینانه زنان به‌شمار می‌روند؛

- ✓ ارزش‌گذاری به کارآفرینی زنان و معرفی زنان کارآفرین موفق به‌منظور افزایش حس خودباوری، اعتماد به نفس و انگیزه آنها توسط نهادهای مختلف به‌ویژه معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران با توجه به این‌که احساس خودکارآمدی ادراک شده یکی از عوامل تأثیرپذیر در بروز فرصت‌های کارآفرینانه است.
 - ✓ برگزاری دوره‌های خاص برای فرزندان بانوان شاغل در شهرداری تهران به‌ویژه دختران خردسال جهت افزایش خلاقیت آنها با توجه اهمیت زیاد عامل خلاقیت فردی در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان؛
 - ✓ ایجاد فرصت عادلانه با تأکید بر اصل تعهد، تخصص و شایسته‌سالاری در جذب و بهره‌گیری از توانمندی‌های زنان متخصص در نظام مدیریتی شهرداری تهران.
 - ✓ حمایت از تشکیل و توسعه تشکل‌های صنفی و رفاهی زنان کارآفرین به‌منظور بررسی مشکلات آنان در امور اقتصادی و اجتماعی جهت تقویت جریان‌های اطلاعاتی و نیروهای پیش‌برنده به‌عنوان یک عامل کاملاً تأثیرگذار در بروز فرصت‌های کارآفرینی زنان؛
- با وجود نقش این تحقیق در پیشرفت و توسعه مفهوم کارآفرینی زنان، از برخی جهات محدودیت‌هایی بر نتایج آن وارد است. هرچند عوامل مؤثر بر بروز فرصت‌های کارآفرینی، به‌صورت کامل مورد بررسی و استخراج قرار گرفت، ولی از بلوغ کاملی برخوردار نیست. بنابراین، استفاده از دیدگاه اغلب و البته نه همه کارآفرینان زن که بیشتر مبتنی بر تجربیات خود در محیط کار است و دید کامل و جامعی نسبت به پدیده کارآفرینی زنان دارند، بسیار غنی بوده که بهره‌گیری از آن جز رسالت‌های این تحقیق نبود. یافته‌های تحقیق حاضر، فرصت‌های تحقیقاتی متعددی را به‌شرح زیر برای محققین آتی پیشنهاد می‌کند:
- ✓ بررسی عوامل و روابط بین آنها با استفاده از تحقیقات پیمایشی و سایر تکنیک‌ها نظیر مدل‌سازی ساختاری تفسیری در رویدادهای مختلف کارآفرینی زنان برای افزایش تعمیم‌پذیری؛
 - ✓ تعریف مقیاس‌های سنجش برای عوامل شناسایی شده در تحقیق جهت کمی کردن و سنجش میزان کارآفرینی زنان.



منابع

- رفیعی، شهربانو، فتحی، سروش و شیر، طهمورث. (۱۳۹۹). بررسی زمینه‌های توسعه کارآفرینی از دیدگاه زنان کارآفرین استان گیلان. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۲(۴۶)، ۱۱۷-۱۲۹.
- سلیمانی‌نژاد، آزاده و طالبی، کامبیز. (۱۳۹۵). بررسی چالش‌ها و موانع بازدارنده در توسعه کارآفرینی زنان ایران. *نخستین کنگره ملی زنان موفق ایران، تهران، ۱۶ اسفندماه*.
- فلاح، محمدرضا و پرهیزکار برزلی، فاطمه. (۱۳۹۹). شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی: مطالعه موردی استان خراسان شمالی. *روستا و توسعه*، ۲۳(۴)، ۸۹-۱۱۴.
- قاسم‌زاده، راضیه، چراغی، پیروز، قاسم‌زاده، ایمان و قاسم‌زاده، محدثه. (۱۳۹۶). بررسی چالش‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، سبزوار، ۳۰ فروردین ماه*.
- کاظمی، عالیه و مقیمی، بهاره. (۱۳۹۷). بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی. *زن و جامعه*، ۹(۳۴)، ۲۷۴-۲۴۹.
- لشکری‌پور، فاطمه و لطفعلی‌پور، محمدرضا. (۱۳۹۴). جایگاه و نقش کارآفرینی زنان در رشد اقتصادی و توسعه پایدار. *سومین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، ۳۰ بهمن ماه*.
- نیکونام طوسی، وحیده، سیدان، فریبا، نوبخت‌وند، جابر و نیکونام طوسی، حمیده. (۱۳۹۲). فرصت‌های کارآفرینی زنان در حوزه فناوری اطلاعات. *همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)، بابلسر، ۲۵ اردیبهشت ماه*.
- یاسوری، مجید و نوروزی نژاد، معصومه. (۱۴۰۰). فراتحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۹(۱)، ۴۱-۲۱.
- Abadi, F., Sahebi, I., Arab, A., Alavi, A. & Karachi, H. (2018). Application of best-worst method in evaluation of medical tourism development strategy. *Decision Science Letters*, 7(1), 77-86.
- Adali, S., Escriva, R., Goldberg, M. K., Hayvanovych, M., Magdon-Ismail, M., Szymanski, B. K., Wallace, W. A. & Williams, G. (2010). Measuring

- behavioral trust in social networks. *International Conference on Intelligence and Security Informatics*, 150–152.
- Ahlin, B., Drnovšek, M. & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101–117.
- Aleidi, A. I. & Chandran, D. (2019). Key drivers for women in technology entrepreneurship: Insights from Saudi Arabia. Proceedings of the 23rd Pacific Asia Conference on Information Systems: Secure ICT Platform for the 4th Industrial Revolution.
- Aleidi, A. & Chandran, D. (2018). The influence of IT on women's entrepreneurial intention in the saudi context. Australasian Conference on Information Systems.
- Alpkan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G. & Kilic, K. (2010). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision*, 48(5), 1-25.
- Arab, A., Sahebi, I. G., Modarresi, M. & Ajalli, M. (2017). A Grey DEMATEL approach for ranking the KSFs of environmental management system implementation (ISO 14001). *Quality - Access to Success*, 18(160):115-123.
- Arasti, Z. (2007). Iranian women entrepreneurs and cultural structures-to create social businesses. *Journal of Women Research*, 1(2), 12–92.
- Ariffin, A. S., Baqutayan, S. M. S. & Mahdzir, A. M. (2020). Enhancing women entrepreneurship development framework: Policy & institution gap and challenges in the case of Malaysia. *Journal of Science, Technology and Innovation Policy*, 6(2), 22–33.
- Bai, C. & Sarkis, J. (2013). A grey-based DEMATEL model for evaluating business process management critical success factors. *International Journal of Production Economics*, 146(1), 281–292.
- Bontis, N. & Serenko, A. (2009). A causal model of human capital antecedents and consequents in the financial services industry. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 53-69.
- Campos, H. M., Rubio, A. M., Atondo, G. H. & Chorres, Y. M. P. (2015). Relationship between creativity, personality and entrepreneurship: An exploratory study. *International Business Research*, 8(8), 59-71.
- Cooke, F. L. & Xiao, M. (2021). Women entrepreneurship in China: Where are we now and where are we heading. *Human Resource Development International*, 24(1), 104–121.



- Dakung, R. J., Orobia, L., Munene, J. C. & Balunywa, W. (2017). The role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial action of disabled students in Nigeria. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(4), 293–311.
- Drapeau, P. (2014). Sparking student creativity: Practical ways to promote innovative thinking and problem solving. ASCD.
- Dubina, I. N. & Carayannis, E. G. (2016). Creativity, innovation, and entrepreneurship across cultures. Springer.
- Fallh, M. & Parhizkar, F. (2020). Identifying the antecedents of successful entry of rural women into the field of entrepreneurship: A case study of north Khorasan province of Iran. *Journal of Village & Development*, 23(4), 89-114. (In Persian)
- Fuerlinger, G., Fandl, U. & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1), 1–26.
- Fust, A., Wustrow, P. & Fueglistaller, U. (2016). Entrepreneurial Information Search Behavior for Opportunity Recognition: Scale Development. *Academy of Management Proceedings*, 1, 1-30.
- Ghasemian Sahebi, I. (2015). Needs assessment and demand forecasting in the lifecycle of disaster in the humanitarian supply chain. Master Thesis, University of Tehran.
- Ghasemzadeh, R., Pirouz, H. & Ghasemzadeh, M. (2018). Investigating the challenges and barriers to rural women entrepreneurship development. National Conference on Rural Entrepreneurship Development Management Strategies in Iran, Tehran. (In Persian)
- Glass, A. J. & Wu, X. (2007). Intellectual property rights and quality improvement. *Journal of Development Economics*, 82(2), 393–415.
- Han, Y. & Li, D. (2015). Effects of intellectual capital on innovative performance: The role of knowledge-based dynamic capability. *Management Decision*, 53(1), 40-56.
- Holienka, M., Jančovičová, Z. & Kovačičová, Z. (2016). Drivers of women entrepreneurship in Visegrad countries: GEM evidence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 220, 124–133.
- Irans Statistical Center. (2020). Annual Report of Irans Statistical Center.
- Jain, S. K. & Chaudhary, H. (2017). Quest for effective mentors: A way of mentoring potential entrepreneurs successfully. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 18(2), 99–109.
- Kazemi, A. & Moghimi, B. (2018). Investigating barriers to women entrepreneurship development in Iran using hierarchical analysis process. *Journal of Women and Society*, 9 (34), 249–274. (In Persian)

- Kim, P. H., Aldrich, H. E. & Keister, L. A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5–22.
- Lashkaripour, F. & Lotfalipour, M. (2015). The position and role of women entrepreneurship in economic growth and sustainable development. Third National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses, Tehran. (In Persian)
- Lee Lim, W., Lee, Y. L. E. & Ramasamy, R. (2014). Personality, prior knowledge, social capital and entrepreneurial intentions: Entrepreneurial alertness as mediator. Social Capital and Entrepreneurial Intentions: Entrepreneurial Alertness as Mediator (January 22, 2014). *Global Journal of Business and Social Science Review*, 2(1), 68–78.
- Li, Y., Wang, P. & Liang, Y. J. (2015). Influence of entrepreneurial experience, alertness, and prior knowledge on opportunity recognition. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(9), 1575–1583.
- Liu, S. & Lin, Y. (2006). Grey information: Theory and practical applications. 275-314.
- Llados-Masllorens, J. & Ruiz-Dotras, E. (2021). Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 69-94.
- Maharjan, A. (2020). Drivers and barriers of business practices: the case of Nepalese women entrepreneurs in the UK. University of the West of Scotland.
- Mainela, T., Puhakka, V. & Servais, P. (2014). The concept of international opportunity in international entrepreneurship: A review and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 105–129.
- Meidute-Kavaliauskiene, I., Davidaviciene, V., Ghorbani, S. & Sahebi, I. G. (2021). Optimal allocation of gas resources to different consumption sectors using multi-objective goal programming. *Sustainability*, 13(10), 5663.
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S. & Haynie, J. M. (2020). Fueling the fire: Examining identity centrality, affective interpersonal commitment and gender as drivers of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing*, 35(1), 105909.
- Nikonam Tusi, F., Nobakht Vand, J. & Nikonam Tusi, H. (2014). Women entrepreneurship opportunities in the field of information technology.



- National Conference of Entrepreneur University (Knowledge-Based Industry), Tehran. (In Persian)
- Owalla, B. E. (n.d.). 3. Women's entrepreneurial motives and perceptions of entrepreneurship programmes: A case study of Sweden and Tanzania. *Beyond Borders*, 83.
- Ozgen, E. & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174–192.
- Patil, P. & Deshpande, Y. (2018). Women entrepreneurship: A road ahead. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 155-159.
- Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L. & Foss, L. (2020). Women entrepreneurship in STEM fields: literature review and future research avenues. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 17–41.
- Rafie, S., Fathi, S. & Shiri, T. (2020). Investigating the fields of entrepreneurship development from the perspective of women entrepreneurs in Gilan province. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 12(46), 117-129. (In Persian)
- Ramos-Rodriguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., Lorenzo-Gómez, J. D. & Ruiz-Navarro, J. (2010). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, 28(6), 566–582.
- Rashid, S. & Ratten, V. (2020). A systematic literature review on women entrepreneurship in emerging economies while reflecting specifically on saarc countries. *Entrepreneurship and Organizational Change*, 37–88.
- Ruiz, M., Ibarreche, S., Peterson, L. T. & Guerrero, L. (2017). The impact of immigrant acculturation and job search information on entrepreneurship opportunity. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 288–308.
- Safari, H., Ajali, M. & Ghasemiyan Sahebi, I. (2016). Determining the strategic position of an educational institution in the organizational life cycle with Fuzzy approach (Case Study: Social Sciences Faculty of Khalij Fars University). *Modern Research in Decision Making*, 1(2), 117–138.
- Sahebi, I. G., Arab, A. & Moghadam, M. R. S. (2017). Analyzing the barriers to humanitarian supply chain management: a case study of the Tehran Red Crescent Societies. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 24, 232–241.
- Sahebi, I. G., Masoomi, B. & Ghorbani, S. (2020). Expert oriented approach for analyzing the blockchain adoption barriers in humanitarian supply chain. *Technology in Society*, 101427.

- Sahebi, I., Masoomi, B., Ghorbani, S. & Uslu, T. (2019). Scenario-based designing of closed-loop supply chain with uncertainty in returned products. *Decision Science Letters*, 8(4), 505–518.
- Schneider, K. (2017). Promoting the entrepreneurial success of women entrepreneurs through education and training. *Science Journal of Education*, 5(2), 50–59.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159.
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Edward Elgar Publishing.
- Soleimaninezhad, A. & Talebi, K. (2016). Investigating the challenges and barriers to the development of Iranian women entrepreneurship. The first national congress of successful women in Iran, Tehran. (In Persian)
- Venkataraman, S. & Shane, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Wang, Y., Ellinger, A. D. & Wu, Y. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*.
- Yasuri, M. & Noroozinezhad, M. (2021). Qualitative meta-analysis of the dimensions of rural women entrepreneurship development. *Journal of Women in Development and Politics*, 19 (1), 21–41. (In Persian)



© 2022 Alzahra University, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نویسندگان

jafarnjd@ut.ac.ir

احمد جعفر نژاد

استاد گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

iman.ghasemian@ut.ac.ir

ایمن قاسمیان صاحبی

دانشجوی دکتری دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

iqs2611@yahoo.com

اکرم قاسمیان صاحبی

مربی گروه زبان و ادبیات فارسی، موسسه شهید معلم کلایلی ناحیه ۱، ساری، مازندران.

