

فصلنامه تعالی منابع انسانی، دوره چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۲

شناسایی استراتژی‌هایی جهت رفع موانع و چالش‌های

کارآفرینی زنان با رویکرد اقتصاد مقاومتی

سهیلازرین جوی الوار، لیلا آندرواژ^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۰

هدف از این پژوهش شناسایی استراتژی‌های رفع موانع کارآفرینی زنان با رویکرد اقتصاد مقاومتی می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اکتشافی از نوع کیفی بوده، که در جامعه آماری کارشناسان و متخصصان کارآفرینی به روش گزینش تئوری اجرا گردیده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته می‌باشد. بعد از اجرای ۱۵ مصاحبه عمیق از طریق نمونه‌گیری هدفمند و جمع‌آوری نظرات کارشناسان کارآفرین به اشباع نظری دست یافتیم و داده‌ها با استفاده از کدگذاری‌های بازانتخابی و نظری تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که جنسیت، نقش دوگانه، عوامل اجتماعی، فرهنگی، عوامل آموزشی و اقتصادی به عنوان موانع کارآفرینی زنان می‌باشد و استراتژی‌های رفع موانع شامل برنامه‌ریزی و سیاستگذاری برای توسعه، کارآفرینی زنان، بهبود نظام اجتماعی می‌باشد که -آموزش کارآفرینی، بهبود زیرساخت‌های توسعه کارآفرینی و توسعه هنجارهای فرهنگی باعث توسعه اشتغال‌زایی، افزایش رفاه در جامعه و توسعه اقتصادی اجتماعی در جامعه می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، زنان، اقتصاد مقاومتی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران.

^۲ گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین‌المللی خرمشهر - خلیج فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران. (نویسنده مسئول)

مقدمه

کارآفرینی، یکی از مباحث داغ چند دهه ی گذشته بوده و گامی برای رسیدن به توسعه ی پایدار است. تغییر و تحولات سریع علم و فن آوری در سال های اخیر کشورهای جهان، به خصوص کشورهای کمتر توسعه یافته را با چالش های جدیدی روبه رو ساخته که گذر از آنها نیازمند به کارگرفتن رویکردها و روش های خلاقانه است. در این میان، نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین می تواند تعیین کننده باشد. کارآفرینی از طریق کشف فرصت ها و بهره برداری مناسب از آنها، ایجاد فرصت های اشتغال، تغییر در محیط زندگی می تواند به توسعه کمک نماید (محمودی و همکاران، ۱۳۹۷). به اعتقاد جمع کثیری از اندیشمندان، کارآفرینی موتور محرکه ی رشد و توسعه ی اقتصادی در عصر مدرن است (کریم زاده، ۱۳۹۸). مفهوم کارآفرینی تاریخچه ای طولانی در مباحث اقتصاد و کسب و کار دارد. موضوع اصلی مطرح شده در این زمینه، خلق ارزش از راه نوآوری است. (ولی زاده و همکاران، ۱۳۹۷). زمانی که کارآفرینی در عملیات مختلف به کارگرفته می شود، یک جهش بزرگی برای رفاه اقتصادی و اجتماعی ایجاد می کند (لکاپ، ۲۰۱۸). تحقیقات فراوان در زمینه کارآفرینی به این نتیجه رسیده اند که مؤسسات نقش مهمی برای ایفای کارآفرینی دارند (آدرتش، بلیتسکی، چاودری، و دسای، ۲۰۲۱؛ مک مولن و همکاران، ۲۰۰۸؛ استنهولم و همکاران، ۲۰۱۳؛ کلمبو و همکاران، ۲۰۱۶، دیوید بی آدرچ، ۲۰۲۲). از طرفی زنان به عنوان پیکره اصلی هر اجتماعی در طول تاریخ ایفاگر نقش های متعدد خانوادگی، اجتماعی، مذهبی، اقتصادی و فرهنگی بوده اند اما در عرصه سیاسی و سیاست گذاری ها نقش چندانی بر عهده نداشته اند. در واقع زنان در عرصه مشاغل خدماتی (نظیر معلمی و پرستاری) در پهنه هرم و مشاغل و مناصب سیاسی و سیاست گذاریها در راس قاعده قرار دارند. از سوی دیگر، با گردیسی جوامع و باز تعریف نقش ها در دوران مدرنیته موضوعات جدیدتر تساوی مردوزن، عدالت جنسیتی، زنان و توسعه، زنان و مدیریت و ... در محافل و کنوانسیون های محلی و بین المللی به طور جدیدتری نضج گرفته و نقش های سیاسی و خاصه سیاست گذاری های عمومی ناظر بر مجموع فعالیت پررنگ تر شده اند. سیاست گذاری عمومی های حکومتها خواه به شکل مستقیم یا به وسیله عاملین و ذینفعان مختلف است که زندگی شهروندان را تحت تأثیر قرار می دهند (فیشر، ۲۰۱۹) یا فرایند جهت دار اتخاذ زنجیره ای از تصمیمات برای اقدام یا عدم اقدام از سوی حاکمیت است (بهلولی، ۱۳۹۷). طیف کامل مشارکت کارآفرینی، چالش ها و مواجهه با

Lekap-^۲Audretsch, Belitski, Chowdhury, and Desai ^۴McMullen et al ^۵Stenholm et al ^۶Colombo et al. ^۷David B. Audretsch ^۸^۹ Public Policy MakingFischer ^{۱۰}

کارآفرینان بالقوه یا مشتاق و چالش های پیش رو کارآفرینان موجود می توانند از نظر نوع و بزرگی متفاوت باشند (دیوید بی آدرچ، ۲۰۲۲). در سالهای اخیر، زنان که نزدیک به نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می دهند، گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده اند و نرخ ورود زنان و دختران به دانشگاه ها، سال به سال در حال افزایش است در حالی که براساس آمارهای رسمی، نرخ بیکاری نیز در میان بانوان تحصیل کرده به صورت قابل توجهی در حال افزایش می باشد. به نظر می رسد جذب این تعداد نیروی تحصیل کرده در سازمانهای دولتی موجود که اکثراً با تورم نیروی انسانی مواجهند، عملی نباشد. بخش خصوصی نیز با توجه به گستره محدودش در ایران، طبیعتاً نتوانسته است در جذب این سرمایه های ملی موفقیت قابل توجهی داشته باشد. لذا یکی از راهکارهای مهم جهت حل این معضل، توسعه کارآفرینی در میان زنان و دختران می باشد. کاربرد کارآفرینی بسیار فراتر از ایجاد شغل و اشتغال زایی است. کارآفرینی، فرایندی ارزشی است که منجر به تولید کالا یا خدمتی جدید می شود. با توجه به مشارکت همه جانبه زنان در آموزش عالی و حضور موثر آنان در عرصه های علم و دانش که نشانگر وجود شایستگی و توانمندی در آنهاست، ایجاد کسب و کار مبتنی بر کارآفرینی توسط زنان در مقیاس های کوچک و متوسط چه به صورت کاردر منزل و چه به صورت ایجاد شرکت های تولیدی، دستاوردهای مهمی خواهد داشت. با توجه به نوپایی کارآفرینی زنان، مشکلات زیادی وجود دارد. مهمترین آنها مشکلات فرهنگی اجتماعی است که رفع آن مستلزم اجرای سیاست ها و سازوکارهایی متناسب با آن در دستگاه ها و نهادهای مربوطه می باشد. از این رو مساله اصلی این تحقیق شناسایی استراتژی های جهت رفع موانع و چالشهای کارآفرینی زنان با دیدگاه اقتصاد مقاومتی می باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف جامعه شناسی از کارآفرینی و تفاوت آن با سایر تعاریف

بر اساس نظریه شومپتر کارآفرینی به عنوان فعالیتی نوآور تلقی می شود و موتور رشد اقتصادی که منجر به ایده جدید و بازار جدید می شود (شهامت نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). براساس تعریف کرزنر^{۱۱} و برخی محققان، تشخیص فرصت مفهوم اساسی کارآفرینی و فعالیت کارآفرینی است براساس این تعریف، افرادی که توانایی شناخت و کشف فرصت را نسبت به سایرین دارند کارآفرین هستند. (زرین جوی الوار، ۱۳۹۹). برخی از دیگر پژوهشگران معتقدند کارآفرین در نهایت می خواهد کاری انجام دهد که بی شک ایجاد سازمان جدیدی است (نوذری، ۱۳۹۶). آلدریج^{۱۲} (۲۰۰۵) معتقد است رویکرد ایجاد سازمان جدید را بیش از همه به جامعه شناسی نزدیک می داند و جامعه شناسان بیش از همه در شکل گیری و گسترش این رویکرد کارآفرینی نقش دارند. چراکه خلق سازمان جدید یک روند اجتماعی اقتصادی است. (زرین جوی

^{۱۱} kirzner

^{۱۲} Aldrich

الوار، ۱۳۹۹). کرزنر بر اهمیت کارآفرین به عنوان یک معامله گرا تأکید می کند (پارکر، ۲۰۰۴: ۴۰). از این رو، یک کارآفرین با داشتن مهارت‌های مدیریتی، تدبیر بینش‌ها، به کار بردن روش‌ها و فرآیندهای جدید کاری و به کار بردن روش‌های قدیمی در کسب و کارهای جدید از سایرین متمایز می‌شود. جنبه دیگر فعالیت‌های کارآفرینی، ریسک‌پذیری است. برای پیاده‌سازی کارآفرینی کارآفرین باید ریسک سرمایه‌گذاری پول خود، همچنین زمان و انرژی از دست رفته را بپذیرد. به عقیده‌ی کرزنر، کارآفرینان قادرند ببینند کجا یک کالا می‌تواند به قیمت بالاتر از آنچه خریداری شده است فروخته شود. این فرصت‌ها از دانش ناقص ناشی می‌شود (زالی و رضوی، ۱۳۸۷). استیونسن و جاریلو (۱۹۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان "مدیریت کارآفرینی" این موضوع را مطرح کردند که مطالعات کارآفرینی در سه دسته "چه، چرا و چگونه" تقسیم‌بندی می‌شوند. اقتصاددانان بیشتر به پیامدها یا همان "چه" توجه دارند، یعنی چه اتفاقی می‌افتد. زمانی که کارآفرینان اقدامی کنند مطالعات جامعه‌شناسان و روانشناسان بر "چرا" متمرکز است که تعیین‌کننده اقدام کارآفرینانه می‌باشد و جریان سوم چگونگی فعالیتی را که انجام می‌شود، بررسی کرده است یعنی مدیریت کارآفرینانه و درنهایت این دو محقق نتیجه می‌گیرند "چه و چرا" پژوهش‌های محتوایی هستند و "چگونه" پژوهش فرایندی است.

مفهوم کارآفرینی

فرایند تغییر مستمر در آغاز هزاره سوم میلادی، از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری به شمار می‌رود که در این میان، کارآفرینی و خلاقیت که اساس و بستر ساز تغییر و تحول است، نقش بسیار بنیادی و تعیین‌کننده‌ای ایفاء می‌کند. کارآفرینی در دهه‌های اخیر، به عنوان کاتالیزوری برای توسعه و عاملی کلیدی در دستیابی به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری مورد مطالعه قرار گرفته است (لوپز، کازرولا، پانتا، ۲۰۱۹).^{۱۵} کارآفرینی، ایجاد و جستجوی فرصت‌های نوآورانه برای تولید ارزش برای جامعه است و توسط محققان و سیاست‌گذاران به عنوان مکانیزم قدرتمند برای توسعه اقتصادی و اجتماعی شناخته می‌شود (رونیدی و فیارد، ۲۰۱۹).^{۱۶} کارآفرینان، محصولات و خدمات جدیدی تولید می‌کنند و موجب ایجاد اشتغال رشد (مالچو و مولر، ۲۰۱۱)^{۱۷} پیشرفت تکنولوژی و رشد اقتصادی می‌شوند (گالیندو و مندز، ۲۰۱۴).^{۱۸} امروزه نظریه‌های کارآفرینی به مفاهیم جدیدی گسترش یافته‌اند که در آن کارآفرینی نه تنها برای پتانسیل اقتصادی آن، بلکه برای رفاه روانی و غیراقتصادی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد که افراد میتوانند از طریق توانایی‌هایشان به آن دست یابند (گریس و ناد، ۲۰۱۳).^{۱۹} کارآفرینی سرچشمه درون‌زایی

^۱ . Parker 3

Stevenson, H. and Jarillo ^{۱۴}

^۱ López, Cazorla, Panta 5

^۱ Roundy, Fayard 6

^۱ Malchow-Møller 7

^۱ Méndez and Galindo 8

^۱ Gries and Naudé 9

در اقتصاد، موجب نوآوری در زمینه های فناوری، نهادی و سازمانی و ایجاد دانش جدید است. سیر تکامل اقتصادی را تحریک می کند و سرعت و جهت آن را تعیین می کند (ترجسن و وانگ، ۲۰۱۳: ۱۸۰). با توجه به توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری آنها، ضروری است شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان فراهم شود تا آنان با ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل، کنونی جامعه را پایان بخشند. (ارشاد یوهماکاران، ۱۳۹۹) کارآفرینان عوامل اصلی تغییر هستند. سازمان هایی مانند بنگاه ها توسط کارآفرینان برپا شده که فعالیت ها و راهبردهای تولید خود را به تناسب فرصت ها و محدودیت های ارائه شده از طریق چارچوب نهادی رسمی و غیررسمی، وفق می دهند (آیدیس، استرین و میکویوکیو، ۲۰۰۸: ۶۵۸).

نظریه های تقسیم بندی کارآفرینی

کارآفرینی را می توان به دسته های مختلف بر اساس معیارهای مختلفی تقسیم بندی نمود.

کارآفرینی مولد، نامولد و مخرب

بامول^۲ (۱۹۹۰) فرض کرد که کارآفرینان سعی و تلاش خود را در جهت های مختلف بسته به کیفیت غالب نهادهای اقتصادی، سیاسی و حقوقی به کار می برند. او بیان می کند که کارآفرینی می تواند خودش را در شکل های مولد، نامولد و مخرب نمایان کند. سهم بامول در این بحث حائز اهمیت است، زیرا بر اساس پیشنهاد وی تمرکز سیاست بر روی چگونگی بهبود کیفیت نهادی باید به صورتی باشد که کارآفرینان تشویق شوند مسیر فعالیت های خود را در جهت فعالیت های مولدی که عامل رفاه اقتصادی جامعه است، تغییر دهند. سوبل^۳ (۲۰۰۸) نظریه بامول را تأیید می کند. وی تأکید می کند که بهترین راه برای پرورش کارآفرینی از طریق اصلاح نهادها است که نقش دولت را محدود یا به حداقل می رساند (آنگولو-گوئررو و همکاران، ۲۰۱۷). به عقیده بامول (۱۹۹۶)، علت تفاوت عرضه کارآفرینی در کشورها در سهم مولد یا نامولد بودن کارآفرینی نهفته است؛ به عبارت دیگر، این ساختار نهادی است که تعیین می کند تلاش کارآفرینانه به نتایج مولد یا نامولد منجر می شود (هربی و اندرسن، ۲۰۱۰).

کارآفرینی رسمی و غیررسمی

دائو و کوروو-کازورا، کارآفرینی را به کارآفرینی رسمی و غیررسمی تفکیک می کنند. کسب و کارهای جدیدی را که به طور قانونی در یک کشور ثبت شده اند را کارآفرینی رسمی گویند. این نوع کارآفرینی شامل فعالیت های فردی یا گروهی به شکل کسب و کار قانونی با هدف شروع فعالیت های اقتصادی در بخش رسمی است (کلاپر^۴ و همکاران، ۲۰۰۷). کسب و کارهای جدیدی را که از نظر قانونی ثبت نشده اند و تا

² . Terjesen & Wang 0

² Aidis, Estrin & Mickiewicz 1

² . Baumol 2

² . Sobel 3

² . Angulo-Guerrero 4

² . Klapper 5

حد غیر قابل کنترل هستند، اما از سایر جنبه‌های دیگر قانونی می‌باشند، کارآفرینی غیررسمی گویند. این نوع شامل افرادی می‌شود که برای فرار از پرداخت مالیات، صاحب و مدیر یک کسب‌وکار ثبت نشده هستند (ویلیام و نادین، ۲۰۱۰^{۲۶}). کارآفرینی غیررسمی فعالیت‌هایی را که ماهیت جنایی دارند، مانند قاچاق مواد مخدر و قاچاق انسان را شامل نمی‌شود (دائو و کوروو - کازورا، ۲۰۱۴^{۲۷}).

کارآفرینی بر مبنای فرصت و ضرورت

رینولد کارآفرینی را به دودسته کارآفرینی فرصت و کارآفرینی ضرورت تفکیک می‌کند (فونتلساز^{۲۸} و همکاران، ۲۰۱۵). کارآفرینی فرصت به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که براساس تشخیص فرصت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها ایجاد شده‌اند و بیانگر کارآفرینی مولد است. کارآفرینی ضرورت نیز به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که از روی اجبار و به دلیل نبود سایر گزینه‌های کاری، به وجود آمده‌اند و بیانگر کارآفرینی نامولد است (زالی و رضوی، ۱۳۹۳).

پیشینه پژوهش

اوفم و همکاران^{۲۹} در سال (۲۰۲۰) در منطقه کنتاکی مطالعه با موضوع جهت‌گیری کارآفرینی، همکاری مشارکتی و عملکرد: شواهدی از سازمان‌های توسعه اقتصادی روستایی صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل داده‌های ۹۸ سازمان همکاری اقتصادی در حال توسعه در منطقه پریشانی اقتصادی شرق کنتاکی نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینی و تعامل مشترک با عملکرد همراه است. راجش اوباله^{۳۰} (۲۰۲۰) به پژوهشی با عنوان کارآفرینی روستایی: فرصت‌ها و چالش‌های رشد در سناریوهای فعلی هندی پردازد. مطابق نتایج بدست آمده عواملی که باعث می‌شود کارآفرینان روستایی در ایجاد صنایع در مناطق روستایی با دشواری‌های زیادی مواجه شوند شامل عدم آموزش، مشکلات مالی، عدم توانایی فنی و مفهومی کافی می‌باشد. شیخ محمد و مشرف حسین^{۳۱} (۲۰۱۹) به بررسی عوامل مؤثر در مشارکت زنان در بخش کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMES) می‌پردازند. در تحلیل عاملی اکتشافی ۵ عامل بدست آمده است. عواملی مانند ۱- برنامه‌های آموزش، ۲- عوامل مالی، ۳- عوامل فن آوری، ۴- دانش و مهارت، ۵- عوامل خانواده. از نتایج آنالیز رگرسیون، یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عوامل برنامه، آموزش، عوامل مالی، عوامل فن آوری و عوامل خانوادگی به عنوان ویژگی‌های جدی و مؤثر بر مشارکت زنان در حوزه‌های کسب و کارهای کوچک نقش دارند. کلی^{۳۲} (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی موانع مشارکت زنان در نیجریه پرداخته است و نتیجه گرفت فقدان حمایت مؤثر حکومت از زنان، سطح پایین تحصیلات، نگرش‌های جنسیتی،

² . Williams & Nadin 6

² . Dau & Cuervo-Cazurra 7

² . Fuentelsaz 8

ofem^{۲۹}

Rajesh Ubale^{۳۰}

Sheikh Mohammed Imran & Md. Mosharraf Hossain^{۳۱}

Kelley^{۳۲}

سیستم اداری فساد آمیز و خشونت علیه زنان به خصوص زمان کاندیداتوری به عنوان مهمترین عوامل بازدارنده مشارکت زنان در امورات مختلف هستند.

از تحقیقات داخلی نیز می توان به موارد زیر اشاره کرد:

ده یادگاری وهمکاران (۱۴۰۱) به ، شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی زنان مبتنی بر راه اندازی کسب و کارهای الکترونیکی و در نهایت ارائه الگو در این زمینه پرداختند. نتایج پژوهش منجر به شناسایی ۲۹۱ شاخص و ۳۱ مقوله فرعی و ۱۲ مقوله اصلی شد که در قالب مدل پارادیمی شامل کارآفرینی الکترونیکی زنان به عنوان مقوله محوری و عوامل علی (عوامل خانوادگی و عوامل فناورانه)؛ عوامل زمینه ای (عوامل اجتماعی_ فرهنگی، عوامل قانونی، عوامل اقتصادی و آموزش)؛ شرایط مداخله گر (عوامل فردی)؛ راهبردها (تدوین برنامه بازاریابی، طراحی ارزش پیشنهادی و رفع موانع کسب و کار) و پیامدها (رشد کسب و کار الکترونیکی) عوامل موثر بر کارآفرینی زنان برای راه اندازی کسب و کارهای الکترونیکی را انعکاس می دهند. این نتایج گویای آن است که کارآفرینان زن باید برای رشد و توسعه کسب و کار الکترونیکی خود راهبردهایی مانند تدوین برنامه بازاریابی، طراحی ارزش پیشنهادی و رفع موانع فردی و محیطی کسب و کار را مورد توجه قرار دهند.

فیض الهی (۱۴۰۱) هدف از انجام این پژوهش شناسایی موانع و چالش های کارآفرینی الکترونیکی با رویکرد آمیخته در میان کسب و کارهای الکترونیکی نوپا در سطح شهرستان ایلام است. روش تحقیق این پژوهش به روش تحلیل آمیخته (تحلیل تم- تحلیل آماری) انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل دو گروه است که گروه اول مدیران و خبرگان حوزه کارآفرینی الکترونیکی و جامعه دوم کلیه کارآفرینان شرکت های نوپا در سطح شهرستان ایلام است، نمونه گیری در این پژوهش در بخش کیفی به صورت گلوله برفی صورت گرفته است که به تعداد ۱۰ نفر از خبرگان و مدیران و کارآفرینان الکترونیکی برای مشارکت در فرایند جمع آوری داده ها و مصاحبه ها انتخاب شدند و در روش کمی نیز ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند. داده های جمع آوری شده از مصاحبه ی عمیق به روش تحلیل تم و smart pls تحلیل گردید. با تجزیه و تحلیل داده ها پنج مولفه اصلی کارآفرینی الکترونیکی، شامل تشخیص فرصت، کشف ایده، تحلیل بازار، امکان سنجی و راه اندازی در ۱۹ مقوله و ۴۸ مولفه شناسایی و استخراج شد. یافته ها نشان داد که کلیه این مولفه ها به عنوان موانع و مشکلات کارآفرینی الکترونیکی بر عملکرد کارآفرینان تاثیر گذار است.

کریم زاده (۱۳۹۸) به بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان می پردازد با استفاده از روش تحلیل فازی موانع رار تبه بندی می کند که در نهایت عوامل شخصیتی فرهنگی موثرترین و موانع اقتصادی و آموزشی و حمایتی وزیر ساختی در رتبه های بعدی قرار می گیرند خسروی پور و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی موانع کارآفرینی زنان روستایی بخش مرکزی استان کرمانشاه پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که به ترتیب، عامل زمینه ای با ۳۷/۷۷ درصد، عامل حمایتی با ۳/۶۳ درصد، عامل دولتی با ۱/۶۱ درصد، عامل شغلی با ۱/۰۳ درصد، عامل شخصیتی با ۶/۳۳ درصد، عامل جنسیتی با ۶/۱ درصد و عامل آموزشی با ۶/۷۳ درصد بیشترین تاثیر را به عنوان مانع در توسعه کارآفرینی زنان این منطقه داشته اند. فاضلی و همکاران (۱۳۹۸) به شناسایی چالش ها و فعالیت های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی می پردازد. یافته های این تحقیق نشان می دهد که کارآفرینان اجتماعی نیاز به شناخت چالش ها و اقدامات راهبردی در محیط پیرامون دارند. شناخت چالش های اجتماعی موجب می شود که آنان بتوانند بخش مهمی از موانع خود را تشخیص داده و آن ها را به محیط و جامعه پیرامون خود معرفی نموده و با همکاری و همفکری در جهت برطرف نمودن آن ها اقدام نمایند. پیروسی و شیرخانی (۱۳۹۸) در پژوهشی تجربه زیسته زنان از موانع و چالش های پیش روی نقش آفرینی در سیاستگذاری ایران می پردازند. روش تحقیق حاضر، کیفی - پدیدارشناختی بود و بدین منظور با ۳۳ زن شاغل در مناصب مختلف شهر قم با روش نمونه گیری هدفمند مصاحبه های عمیق و نیمه ساختار یافته ای انجام گرفت. تحلیل داده ها به ۴۴ مفهوم اولیه و ۱۲ مضمون محوری منجر شد. مضامین اصلی "کلیشه های جنسیتی"، "قرائت مردانگی از زنان"، "چالش های حقوقی/مدنی"، "مشاغل با برد محدود"، "ذائقه مردان"، "خشونت نمادین"، "چالش های حین و پسا منصبی"، "نحوه مشارکت"، "ناکارآمدی مضاعف سیاسی"، "تله فقر نهادی"، "مختصات روانشناختی" و "فقر نظری و تجربی" بودند که در نهایت می توان این مضامین را در سه محور کلان متن (ساختاری)، فرامتن (رفتاری) و زیر متن (فردی) نسبت داد. بوزرجمهری و معصومی (۱۳۹۷) به بررسی موانع و چالش های پیش روی زنان در بازاریابی فرآورده های لبنی (مطالعه موردی: مناطق روستایی دهستان سرچهان، شهرستان بوانات) می پردازند. یافته های پژوهش نشان داد بیشترین چالش های زنان در بازاریابی فرآورده های لبنی، موانع فرهنگی و اقتصادی به ترتیب با میانگین ۳/۵۶ و ۳/۴۲ و کمترین مانع در بعد اجتماعی با میانگین ۲/۴۴ است که در این میان زنان سه روستای ابونصر، صوفیان و قنات سرخ با بیشترین موانع در بازاریابی مواجه بودند. رستمعلی زاده و جمعه زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران پرداخته اند. این تحقیق با شیوه کمی صورت گرفته و بر اساس نتایج، متغیرهای انگیزه ی پیشرفت، نوآوری، مهارت های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، حمایت نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده توانسته اند باعث تغییر در کارآفرینی گردند. آراستی و همکاران ۱۳۹۲ در مقاله ای به بررسی انگیزه های زنان کارآفرین در راه اندازی کسب و کار و تأثیر آن در رشد کسب و کاری می پردازند

نتایج این پژوهش مبنی بر تفاوت بسیار در انگیزه‌های شروع کسب و کار در میان گروه‌های مختلف زنان کارآفرین و تأثیر این انگیزه‌ها در رشد کسب و کارهای زنان، لزوم سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی زنان متناسب با انگیزه‌ها و نحو رشد کسب و کار را نشان می‌دهد.

باتوجه به مباحث مطرح شده درپیشینه‌ها مفهوم کارآفرینی حائز اهمیت فراوان بوده و تحقیقات زیادی در این زمینه صورت پذیرفته است. ولی اهمیت پژوهش حاضر در زمینه کارآفرینی زنان به این دلیل است که در پی یافتن راه حل‌های اثرگذار و پایدار است. کشور مادر مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت است و مطرح کردن کارآفرینی به خصوص از نگاه و منظر زنان به عنوان نیمی از جامعه که دارای نقش اساسی در این مسیر دارند می‌تواند کمک بزرگی برای رسیدن به این هدف باشد. از این رو رفع موانع و چالش‌های کارآفرینی زنان باعث هموار شدن مسیر کارآفرینی زنان می‌شود و بی‌توجهی به موانع و چالش‌های کارآفرینی زنان باعث می‌شود که موانع به عنوان یک سد بزرگ در مسیر کارآفرینی زنان قرار بگیرد و استراتژی خاصی برای مقابله با آن از قبل تعیین نشده است تا بتوان با توجه به منابع در اختیار موانع را بر طرف نمود که در نتیجه کارآفرینی زنان محقق نمی‌شود و رشد و توسعه اقتصادی کشور هم صورت نگیرد. با توجه به خلا پژوهشی در این زمینه، با مدنظر قرار دادن زنان بنیانگذار و کارآفرین و سایر صاحب نظران این عرصه، در این پژوهش سعی شده تمرکز بر این امر صورت گیرد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و براساس روش گردآوری داده‌ها، رویکرد پژوهش اکتشافی است با توجه به اینکه، ارایه الگو، ارائه الگوی کارآفرینی زنان یک موضوع تخصصی می‌باشد لذا افراد خاصی می‌توانند در مورد آن اظهار نظر کنند پژوهشگریک نمونه آماری صاحب نظر را در نظر گرفت و بجای نگاه سطحی به موضوع به صورت عمیق به بررسی و کشف شکاف‌ها و جزییات آن پرداخت جامعه آماری این پژوهش کارشناسان حوزه کارآفرینی، کارشناسان حوزه زنان و خصوصاً زنان سرپرست خانوار که با مفهوم کارآفرینی آشنایی داشته‌اند و اساتید دانشگاهی (تلفیقی از علم و تجربه) هستند با توجه به اینکه ملاک حجم نمونه در پژوهشهای کیفی، کفایت تئوریک است، مصاحبه با جامعه آماری مورد نظر تا زمانی که پاسخ‌ها به اشباع برسند، ادامه پیدا می‌کند یعنی ملاک کفایت حجم نمونه، رسیده به اشباع نظری است در پژوهش‌های کیفی، حجم نمونه را مترادف با کامل شدن داده‌ها یا اشباع داده‌ها می‌دانند که در این مرحله حدود ۱۵ نفر از افراد مورد نظر در پژوهش شرکت کردند و حجم نمونه پژوهشی این پژوهش را تشکیل دادند. استراتژی نمونه‌گیری در رویکرد کیفی به صورت گلوله برفی (زنجیره‌ای) است که یکی از روش‌های متداول میان پژوهشگران برای بررسی موضوعات حساس است (لین و برگ، ۲۰۱۷). در این پژوهش ابتدا چند نفر از افراد به صورت هدفمند جهت مصاحبه شناسایی شدند سپس بر اساس معرفی گروه اول، افراد بعدی که با ویژگی‌های مورد نیاز پژوهش حاضر مطابقت داشتند، انتخاب و بدین ترتیب نمونه‌گیری

گلوله برفی برای پژوهش مورد نظر به کار گرفته شده است برای اطمینان از روایی و پایایی داده های جمع آوری شده که در روش کیفی، دقت و استحکام علمی نام دارد، از روش چک کردن توسط مصاحبه شوندگان استفاده شد. اعتبار سنجی در نظریه پردازی داده بنیاد، بخشی فعال از فرآیند پژوهش است و پژوهشگر وقایع، رویدادها و فعالیت ها را شناسایی و پیوسته آنها را مقایسه نموده و با ارائه بازخورد به مصاحبه شوندگان و قرارداد آنها در مسیر تحقیق بطوری که بر نحوه پاسخ گویی آنها تاثیر نگذارد، به منظور افزایش روایی اقدام می نماید و با چک کردن کدهای استخراج شده نظریه تحقیق را به طور مرتب اصلاح و ویرایش های لازم را انجام داده تا نظریه، علاوه بر واژه های کلیدی، تمایز مفهومی کافی نیز داشته باشد. بررسی و مقایسه مکرر داده ها، خود به تأیید و افزایش روایی آنها کمک می نماید و در نهایت در راستای بهبود مدل و اعتباریابی آن، به چند تن از مصاحبه شوندگان مدل ارائه گردید برای محاسبه پایایی مصاحبه های این پژوهش، از تکنیک پایایی بازآزمون استفاده شد. شاخص ثبات یا پایایی بازآزمون، به میزان سازگاری طبقه بندی داده ها در طول زمان اشاره دارد؛ بدین ترتیب که یک کدگذار، یک متن را در دو زمان متفاوت کدگذاری می کند. به دلیل اینکه در محاسبه این شاخص، کدگذار و متن یکسان است، این نوع پایایی شامل کمترین احتمال دخالت عوامل کنترل نشده است (باون و باون، ۲۰۰۸^{۳۳}). در پایایی بازآزمون، تعدادی از مصاحبه ها به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آنها در فاصله زمانی معینی (بین ۵ تا ۳۰ روز) مجدداً کدگذاری می شود. سپس کدهای تشخیص داده شده، با یکدیگر مقایسه می شوند. بنابراین، قدرت ثبات کدگذار مورد ارزیابی قرار می گیرد. هر چند با این شبهه روبرو است که آزمون مجدد می تواند تحت تاثیر یادگیری و تمرین محقق باشد و حافظه وی او را یاری نماید. در هر کدام از مصاحبه ها، کدهایی که با هم شبیه هستند به عنوان توافق و کدهای غیرمشابه به عنوان عدم توافق مشخص می شوند. سپس از فرمول زیر، برای تعیین پایایی کدگذاری ها استفاده شد:

$$100 \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی آزمون}$$

چنانچه ضریب پایایی محاسبه شده در مورد یک مصاحبه، ۶۰ درصد یا بیشتر باشد، آنگاه می توان اظهار داشت که پایایی کدگذاری های تحقیق، مورد تأیید است. باید توجه داشت که پایایی بازآزمون یا شاخص ثبات، سازگاری درک یا تفسیر یک فرد را در مورد یک متن خاص در طی زمان اندازه می گیرد. لذا محقق بر آن شد تا از پایایی بین دو گذار^۴ (شاخص تکرارپذیری) نیز جهت تأیید پایایی مصاحبه های انجام شده بهره برد. پایایی بین کدگذاران میزان سازگاری درک یا معنای مشترک متن را اندازه می گیرد. پایایی بین کدگذاران (تکرارپذیری) به درجه ای اشاره دارد که دو یا چند کدگذار نتایج را تکرار می کنند برای محاسبه پایایی بین دو کدگذار، محقق از یک همکار پژوهش (کدگذار) استفاده کرد. آموزش ها و تکنیک های لازم و استاندارد شده برای کدگذاری

Bowen and Bowen^{۳۳}
Inter Coder Reliability^{۳۴}

مصاحبه‌ها به همکار پژوهش انتقال داده شد. سپس محقق همراه این همکار پژوهش، چند مصاحبه را به صورت تصادفی، انتخاب و کدگذاری کردند. سپس برای محاسبه درصد پایایی بین دو کدگذار از رابطه زیر استفاده شد:

$$\frac{2 \times 138}{312} \times 100 = 88$$

ضریب پایایی در این پژوهش برابر ۸۸ می باشد که نشان دهنده پایا بودن مصاحبه‌ها است زیرا بیشتر از ۶۰ درصد بدست آمده است. تحلیل داده در این پژوهش با شیوه سیستماتیک که به استراس و کوربین (۱۹۹۰) نسبت داده شده است طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفته است. ویژگی های مشارکت کنندگان در بخش کیفی در جدول ۱ ارائه شده است .

جدول ۱: ترکیب جمعیت شناختی مصاحبه شونده‌گان در مرحله کیفی

جنسیت	فراوانی	سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی ()	سابقه خدمت
زن	۱۲	۴۰-۳۱	۲	کارشناسی	۲	۸
مرد	۳	۵۰-۴۱	۷	کارشناسی ارشد	۷	۱۳
		۵۰ به بالا	۶	دکتری	۶	۱۵ سال به بالا

یافته های پژوهش

در این مدل تمامی کدهای باز در شش محور اصلی دسته بندی شدند که عبارت اند از :عوامل تاثیرگذار، پدیده محوری، عوامل مداخله گر، بستر حاکم، راهبردها، و پیامدها. به علت محدودیت در صفحات متن مقوله های اصلی و کد باز بصورت جداول خلاصه شده زیر گذاشته می شود.

جدول ۲- کدهای باز ، محوری و گزینشی کارآفرینی زنان

اجزای مدل	کد های گزینشی (مقوله ها)	کد های محوری (مفاهیم)	کدهای باز (اولیه)
شرایط علی	افراد مستعد کارآفرینی	افراد با ویژگیهای روانشناختی کارآفرینانه	بینش و نگرش کارآفرینانه؛ ریسک پذیری؛ موفقیت طلبی؛ اشتیاق کارآفرینانه؛ اراده و پشتکار بالا؛ باور به بهتر بودن مسیر شغلی کارآفرینی؛ خلاقیت و نوآوری؛ داشتن روحیه انجام کار گروهی؛ تغییر پذیری افراد، رقابت جسورانه
		افراد با دانش و قابلیت های کارآفرینانه	تجربه و دانش کارآفرینی؛ مهارت های کسب و کار و کارآفرینی؛ تشخیص و بهره برداری از منابع و فرصت ها؛ توانایی مدیریت و تعامل با محیط؛ توانایی استفاده از اینترنت؛ آگاهی از وضعیت اقتصادی بازار؛ توانایی بازاریابی؛ آگاهی از روشها و دانش به روز؛
پدیده اصلی	کارآفرینی زنان	خصوصیات کارآفرینی	کشف فرصت ها، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها، معرفی کالاها و خدمات جدید، هوشیاری در درک و کشف پدیده های اطراف، کارآفرینی بر مبنای فرصت، کارآفرینی بر مبنای ضرورت
	موانع کارآفرینی	جمعیت شناختی	جنسیت، تحصیلات، سن، خصوصیات جسمی

			نقش دوگانه	جنسیت، نقش همسری، نقش مادری، مراقبت از خانه، تامین نیازهای خانه، تربیت فرزندان
			آموزش	نبود آموزش در کارآفرینی، عدم یادگیری و افزایش مهارت در کارآفرینی زنان، کمبود محیط های آموزشی برای کارآفرینی زنان
			اجتماعی- فرهنگی	رفتار، روابط، درک، نحوه زندگی، بقا، هستی، نگرش، خلق و خو، تصمیمات و فعالیت ها، باورها، ارزش ها، نگرش ها، عادت ها، اشکال رفتار و سبک زندگی مردم
			عوامل اقتصادی	کمبود سرمایه، نبود منابع و امکانات، نبود حمایت مالی (خانواده دوستان و آشنایان)، منطقه سکونت (پایین شهر یا بالای شهر)،
شرایط زمینه ای	ویژگیهای کارآفرین	عوامل فرهنگی	نرخ جمعیت نیروی کار	جنسیت کارآفرین، تحصیلات کارآفرین، تعداد افراد خانواده های کارآفرین؛ سن؛ نرخ بیکاری؛ نیروی کار،
			داستانهای موفقیت	والدین کارآفرین؛ موفقیت زنان کارآفرین، شهرت زنان کارآفرینان
			هنجارهای فرهنگی	پذیرش ریسک های کارآفرینانه از سوی فرهنگ جامعه؛ خلاقیت و نوآوری جمعی از سوی فرهنگ جامعه؛ تأکید فرهنگ جامعه به مسئولیت پذیری فردی؛ نگرش کارآفرینانه زنان؛ ترجیح اشتغال شخصی؛ فرهنگ تحقیق و توسعه؛ منزلت اجتماعی کارآفرینان زن در جامعه؛ تربیت کارآفرینانه زنان در دوران کودکی آنان
	سرمایه اجتماعی	مشارکت اجتماعی	مشارکت اجتماعی	شرکت فعالانه در تمامی ابعاد زندگی؛ شبکه های مشارکت مدنی
		اعتماد و انسجام اجتماعی	صداقت افراد؛ انصاف افراد؛ وفای به عهد افراد؛ پایبندی به تعهدات، توافق جمعی میان اعضاء کمک به یکدیگر به هنگام گرفتاری ها	
شرایط مداخله گر	قوانین و سیاستهای مرتبط با کارآفرینی زنان	قوانین و سیاستهای مرتبط با شروع و راه اندازی کسب و کارهای زنان	قوانین و سیاستهای مرتبط با شروع و راه اندازی کسب و کارهای زنان	قواعد ثبت شرکت و تشریفات اداری برای کارآفرینان؛ مقررات تولید و سرمایه گذاری؛ چارچوب های حقوقی و قضایی
		قوانین و سیاستهای مرتبط با اداره کسب و کارها	قوانین و سیاستهای مالیاتی کسب و کارها؛ قوانین ورود به بازار (مجوزها و...)؛ قوانین کار؛ محدودیت های تجاری و تعرفه ها؛ قواعد تجارت جهانی، صادرات و واردات محصولات تولیدی توسط زنان کارآفرین؛ سیاست بانکی	
	نظام آموزشی	آموزش و پرورش (مدارس)	آموزش و پرورش (مدارس)	مدارس؛ هنرستان ها
		آموزشهای کارآفرینی و نهادهای پشتیبان	مشاوره و آموزش توسط متخصصان؛ دوره های آموزشی فنی و حرفه ای؛ دوره های آموزشی حوزه های بسیج (باهدف محرومیت زدایی)، استفاده از آموزش در کارآفرینی، یادگیری و افزایش مهارت در کارآفرینی زنان، قرار گرفتن در محیط آموزشی برای کارآفرینی زنان	

شرکتهای دانش بنیان؛ پارک علم و فناوری؛ مراکز رشد؛ مراکز مشاوره؛ بخش خصوصی؛ رویدادهای کارآفرینی	نهادهای حرفه ای حامی کارآفرینی	نهادهای پشتیبان کارآفرینی
بخشداری؛ وزارت جهاد کشاورزی؛ شرکتهای تعاونی؛ صندوق کارآفرینی امید؛ حوزه های مقاومت بسیج؛ فنی و حرفه ای	نهادهای دولتی حامی کارآفرینی	
پس اندازهای شخصی کارآفرین؛ پشتوانه مالی خانوادگی	سرمایه های شخصی (فردی)	سرمایه های مالی
وامهای کوتاه مدت و بلندمدت از بانک؛ کمکهای مالی دوستان و آشنایان، افراد سرمایه گذار	سرمایه های استقراری	
ارتباط زنان کارآفرینان با دیگر کارآفرینان؛ ارتباط کارآفرینان با دانشگاه ها و مراکز تحقیق و توسعه؛ ارتباط کارآفرینان با نهادهای حامی کارآفرینی	شبکه های شخصی کارآفرینان	شبکه ها
مشتریان کلیدی برای محصولات تولیدی کارآفرینان؛ تعداد دلالتان و واسطه ها؛ ثبات قیمتی محصولات	میزان تقاضا برای تولیدات	بازار
محدودیت ها و موانع ورود به بازار برای کارآفرینان؛ انحصاری بودن بازار؛ میزان دولتی بودن اقتصاد	سهولت ورود به بازار	
دسترسی به تأمین کنندگان منابع؛ دسترسی به توزیع کنندگان منابع	سهولت دسترسی به کانال های تأمین و توزیع	

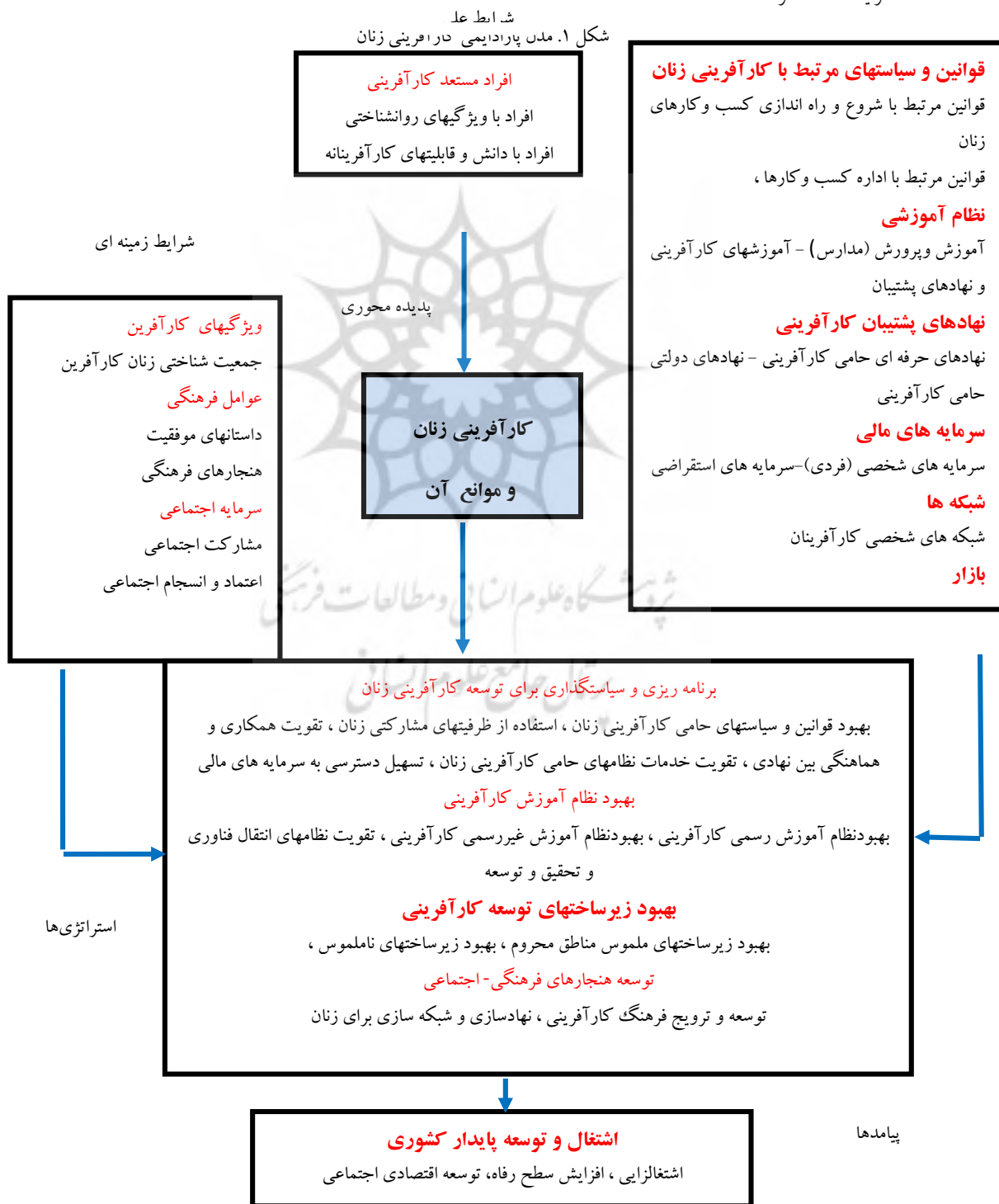
جدول ۳- کدهای گزینشی، محوری و باز کارآفرینی زنان

اجزای مدل	کد های گزینشی (مقوله ها)	کد های محوری (مفاهیم)	کدهای باز (اولیه)
راهنمها	برنامه ریزی و سیاستگذاری برای توسعه کارآفرینی زنان	بهبود قوانین و سیاستهای حامی کارآفرینی زنان	اصلاح قوانین اقتصادی و مالیاتی برای زنان کارآفرین؛ اصلاح قوانین و مقررات دست و پاگیر مانع کارآفرینی؛ ثبات قوانین دولتی در ارتباط با کسب و کارهای جدید زنان؛ اعطای مشوقهای دولتی به کسب و کارهای زنان؛ تسهیل ورود زنان کارآفرینان به بازار؛ خرید تضمینی محصولات تولیدی زنان کارآفرینان
		استفاده از ظرفیتهای مشارکتی زنان	تأسیس سازمانهای مردم نهاد حامی زنان کارآفرینان؛ تشکیل اتحادیه ها و تعاونیهای حامی زنان کارآفرینان؛ تشویق مشارکت در شناسایی فرصتهای سرمایه گذاری
		تقویت همکاری و هماهنگی بین نهادی	هماهنگی میان نهادها و سازمانهای متولی توسعه کارآفرینی زنان؛ مشارکت مسئولان نهادها با اتحادیه و تعاونیهای حامی زنان کارآفرین؛ ارتقای همکاریهای میان بخشی در راستای همکاری با تشکلهای غیردولتی
		تقویت خدمات نظامهای حامی کارآفرینی زنان	تقویت حمایت شوراها از زنان کارآفرینان؛ حضور مستمر مروجان برای ترویج کسب و کارهای جدید توسط زنان؛ ارائه حمایت و مشاوره به کارآفرینان در مراحل پیش شروع، راه اندازی و مراحل اولیه بعد از راه اندازی؛ پشتیبانی از ایده های کارآفرینی زنان؛ کمک در تولید، مدیریت و فروش محصولات تولیدی زنان
		تسهیل دسترسی به سرمایه های مالی	ارائه کمک مالی به زنان کارآفرین جهت تأمین سرمایه اولیه؛ اعطای یارانه به صاحبان کسب و کارهای جدید؛ ارائه تسهیلات بانکی به زنان کارآفرین؛ تشکیل صندوقهای

<p>قرض الحسنه ؛ اعطای تسهیلات ویژه و بالعوض برای فعالین مناطق محروم ؛ ارائه مشوقهای مالیاتی حامی زنان کارآفرین ؛ تشویق سرمایه گذاران خیز برای سرمایه گذاری در کسب و کارهای زنان</p>		
<p>توجه به مباحث کارآفرینی زنان در برنامه های آموزشی مدارس و دانشگاهها؛ ایجاد رشته های مورد نیاز فعالیتهای کارآفرینانه زنان در دانشگاهها و مدارس؛ برگزاری کلاسهای آموزشی و مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای خانگی توسط نهادهای پشتیبان ، بهبود مشاوره های کارآفرینی به افراد مستعد ؛ بهبود آموزش کارآفرینی ، آموزش به خانواده ها (مردان ، فرزندان ، والدین و...) در جهت کمک به زنان کارآفرین</p>	<p>بهبود نظام آموزش رسمی کارآفرینی</p>	<p>بهبود نظام آموزش کارآفرینی</p>
<p>توسعه آموزش کارآفرینی توسط رسانه ها و فضای مجازی؛ بهبود مشاوره های مروجین به زنان مستعد ، آموزش و مشاوره به خانواده ها در توسعه کارآفرینی زنان</p>	<p>بهبود نظام آموزش غیررسمی کارآفرینی</p>	
<p>تسهیل دسترسی کسب و کارهای زنان به تکنولوژی و تحقیقات جدید؛ تسهیلات مالی دولت به کسب و کارهای جدید به منظور استفاده از تکنولوژی جدید و به روز؛ سرمایه گذاریهای مبتنی بر فناوری از طریق حمایتهای علمی و تکنولوژیهای مؤثر؛ حمایت از پژوهشها و تحقیقات مرتبط با کارآفرینی زنان؛ تقویت نظام ثبت اختراع و مالکیت معنوی؛ ارائه راهکارهای نوآورانه برای کارآفرینان زن</p>	<p>تقویت نظامهای انتقال فناوری و تحقیق و توسعه</p>	
<p>تقویت زیرساختهای عمومی در مناطق محروم (مانند آب، برق، گاز، جاده ها و راهها)؛ تقویت زیرساختهای تکنولوژیکی مناسب (مانند مخابرات و اینترنت) ، ایجاد دانشکده های کارآفرینی؛ تشکیل انجمنها و تعاونیهای کارآفرینی در نواحی محروم ؛ تشکیل مرکز مشاوره و ارائه خدمات تخصصی (حقوقی، مالی، مدیریتی) ؛ توسعه کسب و کارهای موجود در منطقه و بازارهای محلی؛ ایجاد صندوق بیمه حمایت مالی و معنوی از کارآفرینان</p>	<p>بهبود زیرساختهای ملموس مناطق محروم</p>	<p>بهبود زیرساختهای توسعه کارآفرینی</p>
<p>فراهم کردن امکان تجارت الکترونیک؛ تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع لازم؛ فراهم کردن زمینه های سرمایه گذاری مشترک؛ ایجاد بازار رقابتی؛ بهبود زیرساخت صادرات تولیدات زنان کارآفرینان</p>	<p>بهبود زیرساختهای ناملموس</p>	
<p>تجلیل از کارآفرینان موفق؛ دعوت از کارآفرینان موفق استانی و کشوری؛ ترغیب زنان به سمت کارآفرین شدن؛ اشاعه فرهنگ کارآفرینی از طریق رسانه ها؛ ترویج مزایای حاصله از فعالیتهای کارآفرینی؛ حمایت مادی و معنوی از فعالان در حوزه آموزش و فرهنگسازی کارآفرینی ؛ تسهیل امکان تبلیغ و ترویج محصولات تولیدی زنان کارآفرین ؛ تشویق زنان کارآفرین موفق برای توسعه کسب و کار خود در مناطق محروم ؛ تشویق زنان فارغ التحصیل برای امر کارآفرینی ، تشویق خانواده به کمک در راه اندازی کسب و کار به زنان کارآفرین</p>	<p>توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی</p>	<p>توسعه هنجارهای فرهنگی - اجتماعی</p>
<p>ایجاد شبکه بین کارآفرینان بالقوه و همپایان باتجربه آنها؛ بهبود ارتباط زنان با دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی؛ زمینه سازی برای ارتباط زنان کارآفرینان با پارکهای علم و فناوری، مراکز رشد و شتاب دهنده ها؛ بهبود دسترسی زنان به شبکه های ارتباطی شرکتها؛ دسترسی به دانش و اطلاعات از طریق شبکه های مجازی</p>	<p>نهادسازی و شبکه سازی برای زنان</p>	

پيامدها	اشتغال و توسعه پایدار کشوری	اشتغالیایی	اشتغال زنان ؛ کاهش بیکاری؛ اشتغال زنان فارغ التحصیل ؛ توانمندسازی قشر آسیب پذیر ، توسعه کسب و کاردر مناطق محروم . افزایش مشارکت زنان در کسب و کار
		افزایش سطح رفاه	افزایش درآمد زنان و کاهش فقر در جامعه ؛ کاهش مهاجرت از روستاها به شهرها؛ بهبود سطح زندگی در جامعه ؛ کاهش اختلاف طبقاتی ؛ افزایش بهره وری در بخش های مختلف (صنعت ، کشاورزی و.....) ، کاهش مصرفگرایی
		اقتصادی - اجتماعی	قدرت مالی زنان ، الگو برداری سایر زنان از زنان کارآفرین و افزایش کسب و کارها و کاهش بیکاری ، رشد اقتصادی جامعه افزایش عزت نفس در زنان ، ایجاد باور در زنان برای توسعه کسب و کار

شرایط مداخله گر



نتیجه گیری

امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت زنان در فعالیت های اقتصادی و اجتماعی، به یکی از شاخص های مهم توسعه اقتصادی مبدل شده است و موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می کند به همین جهت در برنامه های توسعه تلاش می شود تا علاوه بر اینکه مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم گردد تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (مادن، ۲۰۱۸). در ادامه به آنها پرداخته شده است:

شرایط علی کارآفرینی زنان

بر اساس نتایج بدست آمده شرایط علی کارآفرینی زنان شامل افراد مستعد کارآفرینی می باشد که افراد به دو دسته افراد با ویژگی های روانشناختی کارآفرینانه و افراد با دانش و قابلیت های کارآفرینانه می باشد.

افراد با ویژگی های روانشناختی کارآفرینانه :

بینش و نگرش کارآفرینانه؛ ریسک پذیری؛ موفقیت طلبی؛ اشتیاق کارآفرینانه؛ اراده و پشتکار بالا؛ باور به بهتر بودن مسیر شغلی کارآفرینی؛ خلاقیت و نوآوری؛ داشتن روحیه انجام کار گروهی؛ تغییرپذیری افراد، رقابت جسورانه

افراد با دانش و قابلیت های کارآفرینانه

تجربه و دانش کارآفرینی؛ مهارت های کسب و کار و کارآفرینی؛ تشخیص و بهره برداری از منابع و فرصت ها؛ توانایی مدیریت و تعامل با محیط؛ توانایی استفاده از اینترنت؛ آگاهی از وضعیت اقتصادی بازار؛ توانایی بازاریابی؛ آگاهی از روشها و دانش به روز
شرایط زمینه ای کارآفرینی زنان

در بخش شرایط زمینه ای مطالعه گردند تنوری، کارآفرینی زنان شامل ویژگی های کارآفرین، عوامل فرهنگی و سرمایه اجتماعی می باشد که به تفکیک هر کد گزینشی کدهای محوری مختلفی وجود دارد جمعیت شناختی زنان کارآفرین، داستان های موفقیت، هنجارهای فرهنگی، مشارکت اجتماعی، اعتماد و انسجام اجتماعی می باشد

جمعیت شناختی زنان کارآفرین

جنسیت کارآفرین، تحصیلات کارآفرین، تعداد افراد خانواده های کارآفرین؛ سن؛ نرخ بیکاری؛ نیروی کار، داستانهای موفقیت

والدین کارآفرین؛ موفقیت زنان کارآفرین، شهرت زنان کارآفرینان

هنجارهای فرهنگی

پذیرش ریسک های کارآفرینانه از سوی فرهنگ جامعه؛ خلاقیت و نوآوری جمعی از سوی فرهنگ جامعه؛ تأکید فرهنگ جامعه به مسئولیت پذیری فردی؛ نگرش کارآفرینانه زنان؛ ترجیح اشتغال شخصی؛ فرهنگ تحقیق و توسعه؛ منزلت اجتماعی کارآفرینان زن در جامعه؛ تربیت کارآفرینانه زنان در دوران کودکی آنان

مشارکت اجتماعی

شرکت فعالانه در تمامی ابعاد زندگی؛ شبکه های مشارکت مدنی

اعتماد و انسجام اجتماعی

صداقت افراد؛ انصاف افراد؛ وفای به عهد افراد؛ پایبندی به تعهدات، توافق جمعی میان اعضاء کمک به

یکدیگر به هنگام گرفتاری ها

شناسایی شرایط مداخله گر در کارآفرینی زنان

در بخش شرایط مداخله گر مطالعه کردند کارآفرینی زنان شامل قوانین و سیاستهای مرتبط با کارآفرینی زنان،

نظام آموزشی، نهادهای پشتیبان کارآفرینی، سرمایه های مالی، شبکه ها و بازار می باشد که به کدهای محوری

مختلف تقسیم بندی می شوند

قوانین و سیاستهای مرتبط با شروع و راه اندازی کسب و کارهای زنان

قواعد ثبت شرکت و تشریفات اداری برای کارآفرینان؛ مقررات تولید و سرمایه گذاری؛ چارچوبهای حقوقی

و قضایی

قوانین و سیاستهای مرتبط با اداره کسب و کارها

قوانین و سیاستهای مالیاتی کسب و کارها؛ قوانین ورود به بازار (مجوزها و...); قوانین کار؛ محدودیتهای تجاری

و تعرفه ها؛ قواعد تجارت جهانی، صادرات و واردات محصولات تولیدی توسط زنان کارآفرین؛ سیاست

بانکی

آموزش و پرورش (مدارس)

شامل مدارس و هنرستانها

آموزشهای کارآفرینی و نهادهای پشتیبان

مشاوره و آموزش توسط متخصصان؛ دوره های آموزشی فنی و حرفه ای؛ دوره های آموزشی حوزه های بسیج

(باهدف محرومیت زدایی)، استفاده از آموزش در کارآفرینی، یادگیری و افزایش مهارت در کارآفرینی زنان،

قرار گرفتن در محیط آموزشی برای کارآفرینی زنان

نهادهای حرفه ای حامی کارآفرینی

شرکتهای دانش بنیان؛ پارک علم و فناوری؛ مراکز رشد؛ مراکز مشاوره؛ بخش خصوصی؛ رویدادهای کارآفرینی

نهادهای دولتی حامی کارآفرینی

بخشداری؛ وزارت جهاد کشاورزی؛ شرکتهای تعاونی؛ سازمان توسعه روستایی؛ صندوق کارآفرینی امید؛ حوزه

های مقاومت بسیج؛ فنی و حرفه ای

سرمایه های شخصی (فردی)

پس اندازهای شخصی کارآفرین؛ پشتوانه مالی خانوادگی

سرمایه های استقراری
وامهای کوتاه مدت و بلندمدت از بانک؛ کمکهای مالی دوستان و آشنایان، افراد سرمایه گذار
شبکه های شخصی کارآفرینان
ارتباط زنان کارآفرینان با دیگر کارآفرینان؛ ارتباط کارآفرینان با دانشگاهها و مراکز تحقیق و توسعه؛ ارتباط
کارآفرینان با نهادهای حامی کارآفرینی
میزان تقاضا برای تولیدات
مشتریان کلیدی برای محصولات تولیدی کارآفرینان؛ تعداد دلالتان و واسطه ها؛ ثبات قیمتی محصولات
سهولت ورود به بازار
محدودیتها و موانع ورود به بازار برای کارآفرینان؛ انحصاری بودن بازار؛ میزان دولتی بودن اقتصاد
سهولت دسترسی به کانالهای تأمین و توزیع
دسترسی به تأمین کنندگان منابع؛ دسترسی به توزیع کنندگان منابع
پدیده اصلی (کارآفرینی زنان)
پدیده اصلی در این تحقیق شامل کارآفرینی و موانع کارآفرینی زنان می باشد. هر کد گزینشی به چند کد
محوری تقسیم بندی می شود
خصوصیات کارآفرینی
کشف فرصتها، ارزیابی و بهره برداری از فرصتها، معرفی کالاها و خدمات جدید، هوشیاری در درک و
کشف پدیده های اطراف، کارآفرینی بر مبنای فرصت، کارآفرینی بر مبنای ضرورت
جمعیت شناختی
جنسیت، تحصیلات، سن، خصوصیات جسمی
نقش دوگانه
نقش همسری، نقش مادری، مراقبت از خانه، تأمین نیازهای خانه، تربیت فرزندان،
آموزش
نبود آموزش در کارآفرینی، عدم یادگیری و افزایش مهارت در کارآفرینی زنان، کمبود محیط های آموزشی
برای کارآفرینی زنان
اجتماعی - فرهنگی
رفتار، روابط، درک، نحوه زندگی، بقا، هستی، نگرش، خلق و خو، تصمیمات و فعالیت ها، باورها،
ارزش ها، نگرش ها، عادت ها، اشکال رفتار و سبک زندگی مردم
اقتصادی
کمبود سرمایه، نبود منابع و امکانات، نبود حمایت مالی (خانواده دوستان و آشنایان)، منطقه سکونت (پایین
شهر یا بالای شهر)
راهبردهای رفع موانع کارآفرینی زنان

در بخش راهبردها محور گزینشی استراتژیهای رفع موانع کارآفرینی زنان در مطالعه گنندد به کد های برنامه ریزی و سیاستگذاری برای توسعه کارآفرینی زنان ، بهبود نظام آموزش کارآفرینی ، بهبود زیرساخت های توسعه کارآفرینی ، توسعه هنجارهای فرهنگی - اجتماعی تقسیم بندی می گردد .

۱- برنامه ریزی و سیاستگذاری برای توسعه کارآفرینی زنان

بهبود قوانین و سیاستهای حامی کارآفرینی زنان

اصلاح قوانین اقتصادی و مالیاتی برای زنان کارآفرین ؛ اصلاح قوانین و مقررات دست و پاگیرمانع کارآفرینی؛ ثبات قوانین دولتی در ارتباط با کسب و کارهای جدید زنان؛ اعطای مشوقهای دولتی به کسب و کارهای زنان ؛ تسهیل ورود زنان کارآفرینان به بازار؛ خرید تضمینی محصولات تولیدی زنان کارآفرینان

استفاده از ظرفیت های مشارکتی زنان

تأسیس سازمانهای مردم نهاد حامی زنان کارآفرینان ؛ تشکیل اتحادیه ها و تعاونیهای حامی زنان کارآفرینان ؛ تشویق مشارکت در شناسایی فرصتهای سرمایه گذاری

تقویت همکاری و هماهنگی بین نهادی

هماهنگی میان نهادها و سازمانهای متولی توسعه کارآفرینی زنان ؛ مشارکت مسئولان نهادها با اتحادیه و تعاونیهای حامی زنان کارآفرین ؛ ارتقای همکاریهای میان بخشی در راستای همکاری با تشکلهای غیردولتی

تقویت خدمات نظام های حامی کارآفرینی زنان

تقویت حمایت شوراها از زنان کارآفرینان ؛ حضور مستمر مروجان برای ترویج کسب و کارهای جدید توسط زنان ؛ ارائه حمایت و مشاوره به کارآفرینان در مراحل پیش شروع، راه اندازی و مراحل اولیه بعد از راه اندازی؛ پشتیبانی از ایده های کارآفرینی زنان ؛ کمک در تولید، مدیریت و فروش محصولات تولیدی زنان

تسهیل دسترسی به سرمایه های مالی

ارائه کمک مالی به زنان کارآفرین جهت تأمین سرمایه اولیه؛ اعطای یارانه به صاحبان کسب و کارهای جدید ؛ ارائه تسهیلات بانکی به زنان کارآفرین ؛ تشکیل صندوقهای قرض الحسنه ؛ اعطای تسهیلات ویژه و بالعوض برای فعالین مناطق محروم ؛ ارائه مشوقهای مالیاتی حامی زنان کارآفرین ؛ تشویق سرمایه گذاران خیز برای

سرمایه گذاری در کسب و کارهای زنان

۲- بهبود نظام آموزش کارآفرینی

بهبودنظام آموزش رسمی کارآفرینی

توجه به مباحث کارآفرینی زنان در برنامه های آموزشی مدارس و دانشگاهها؛ ایجاد رشته های موردنیاز فعالیتهای کارآفرینانه زنان در دانشگاهها و مدارس؛ برگزاری کلاسهای آموزشی و مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای

خانگی توسط نهادهای پشتیبان، بهبود مشاوره های کارآفرینی به افراد مستعد؛ بهبود آموزش کارآفرینی، آموزش به خانواده ها (مردان، فرزندان، والدین و...) در جهت کمک به زنان کارآفرین

بهبود نظام آموزش غیررسمی کارآفرینی

توسعه آموزش کارآفرینی توسط رسانه ها و فضای مجازی؛ بهبود مشاوره های مروجین به زنان مستعد، آموزش و مشاوره به خانواده ها در توسعه کارآفرینی زنان

تقویت نظامهای انتقال فناوری و تحقیق و توسعه

تسهیل دسترسی کسب و کارهای زنان به تکنولوژی و تحقیقات جدید؛ تسهیلات مالی دولت به کسب و کارهای جدید به منظور استفاده از تکنولوژی جدید و به روز؛ سرمایه گذاریهای مبتنی بر فناوری از طریق حمایتهای علمی و تکنولوژیهای مؤثر؛ حمایت از پژوهشها و تحقیقات مرتبط با کارآفرینی زنان؛ تقویت نظام ثبت اختراع و مالکیت معنوی؛ ارائه راهکارهای نوآورانه برای کارآفرینان زن

۳- بهبود زیرساختهای توسعه کارآفرینی

بهبود زیرساختهای ملموس مناطق محروم

تقویت زیرساختهای عمومی در مناطق محروم (مانند آب، برق، گاز، جاده ها و راهها)؛ تقویت زیرساختهای تکنولوژیکی مناسب (مانند مخابرات و اینترنت)، ایجاد دانشکده های کارآفرینی؛ تشکیل انجمنها و تعاونیهای کارآفرینی در نواحی محروم؛ تشکیل مرکز مشاوره و ارائه خدمات تخصصی (حقوقی، مالی، مدیریتی)؛ توسعه کسب و کارهای موجود در منطقه و بازارهای محلی؛ ایجاد صندوق بیمه حمایت مالی و معنوی از کارآفرینان

بهبود زیرساختهای ناملموس

فراهم کردن امکان تجارت الکترونیک؛ تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع لازم؛ فراهم کردن زمینه های سرمایه گذاری مشترک؛ ایجاد بازار رقابتی؛ بهبود زیرساخت صادرات تولیدات زنان کارآفرینان

۴- توسعه هنجارهای فرهنگی - اجتماعی

توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی

تجلیل از کارآفرینان موفق؛ دعوت از کارآفرینان موفق استانی و کشوری؛ ترغیب زنان به سمت کارآفرین شدن؛ اشاعه فرهنگ کارآفرینی از طریق رسانه ها؛ ترویج مزایای حاصله از فعالیتهای کارآفرینی؛ حمایت مادی و معنوی از فعالان در حوزه آموزش و فرهنگسازی کارآفرینی؛ تسهیل امکان تبلیغ و ترویج محصولات تولیدی زنان کارآفرین؛ تشویق زنان کارآفرین موفق برای توسعه کسب و کار خود در مناطق محروم؛ تشویق زنان فارغ التحصیل برای امر کارآفرینی، تشویق خانواده به کمک در راه اندازی کسب و کار به زنان کارآفرین

نهادسازی و شبکه سازی برای زنان

ایجاد شبکه بین کارآفرینان بالقوه و هم‌تایان باتجربه آنها؛ بهبود ارتباط زنان با دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی؛ زمینه سازی برای ارتباط زنان کارآفرینان با پارکهای علم و فناوری، مراکز رشد و شتاب دهنده ها؛ بهبود دسترسی زنان به شبکه های ارتباطی شرکتها؛ دسترسی به دانش و اطلاعات از طریق شبکه های مجازی پیامدهای راهبردهای کارآفرینی زنان

در بخش پیامدها بر اساس مفاهیم بدست آمده کدهای محوری به سه بخش اشتغال زایی، افزایش سطح رفاه و توسعه اقتصادی و اجتماعی تقسیم بندی می شود.

اشتغال زایی

اشتغال زنان؛ کاهش بیکاری؛ اشتغال زنان فارغ التحصیل؛ توانمندسازی قشر آسیب پذیر، توسعه کسب و کار در مناطق محروم. افزایش مشارکت زنان در کسب و کار

افزایش سطح رفاه

افزایش درآمد زنان و کاهش فقر در جامعه؛ کاهش مهاجرت از روستاها به شهرها؛ بهبود سطح زندگی در جامعه؛ کاهش اختلاف طبقاتی؛ افزایش بهره وری در بخش های مختلف (صنعت، کشاورزی و....)، کاهش مصرف گرایی

توسعه اقتصادی و اجتماعی

قدرت مالی زنان، الگو برداری سایر زنان از زنان کارآفرین و افزایش کسب و کارها و کاهش بیکاری، رشد اقتصادی جامعه افزایش عزت نفس در زنان، ایجاد باور در زنان برای توسعه کسب و کار با توجه به نتایج بدست آمده برای محققین آینده پیشنهادات ذیل ارائه می گردد:

بررسی و ارزیابی الگوی رفع موانع کارآفرینی

شناسایی عوامل موثر بر موانع کارآفرینی زنان

بررسی تطبیقی موانع کارآفرینی زنان به تفکیک سطوح مختلف اجتماعی

شناسایی موانع کارآفرینی زنان به تفکیک عوامل جمعیت شناختی (سن، تحصیلات خانواده)

شناسایی تاثیر الگوی رفع موانع بر توسعه کارآفرینی زنان از دیدگاه زنان کارآفرینان

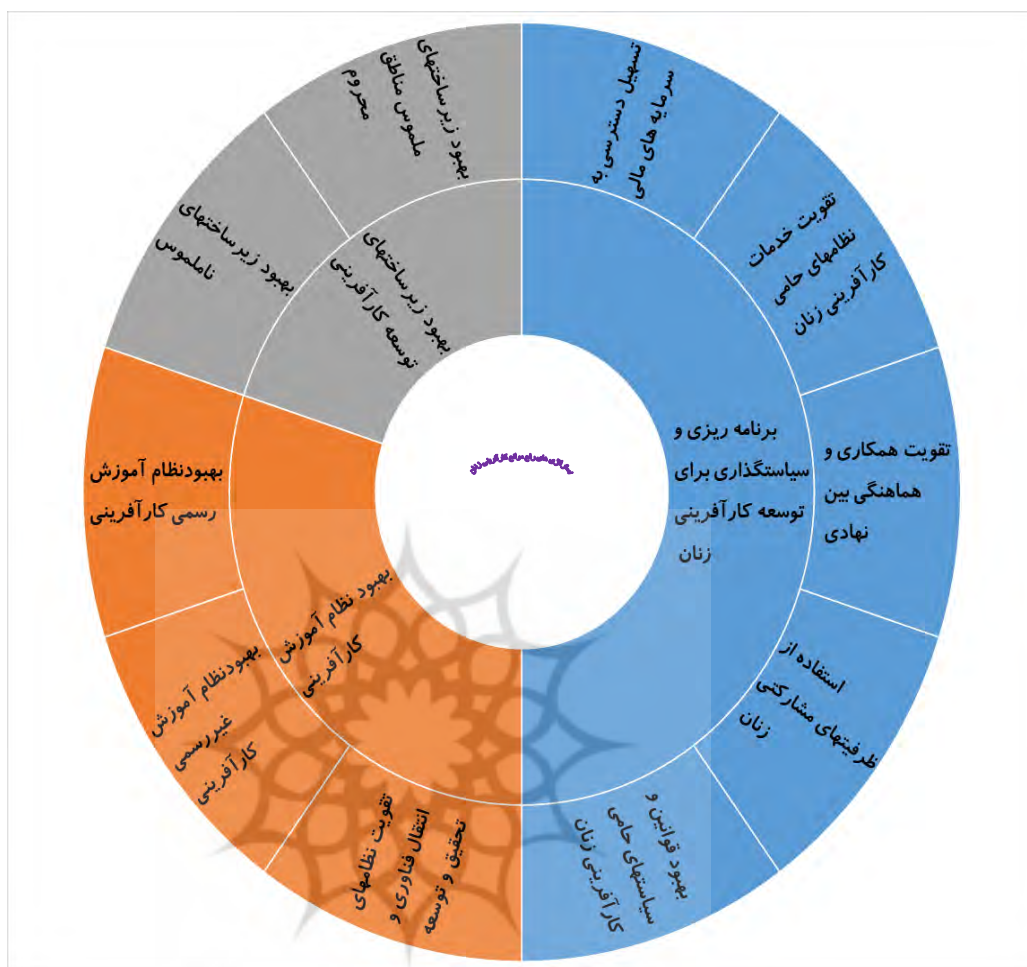
اولویت بندی عوامل موثر بر کارآفرینی زنان

بررسی تاثیرات سیاست های کلان اقتصادی بر توسعه کارآفرینی زنان

در نهایت الگوی رفع موانع کارآفرینی استخراج گردید و با ارائه پیشنهادات کاربردی بحث برای محقق ها و فعالان

این عرصه تکمیل گردید.

الگوی دفع موانع کارآفرینی زنان



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- آراستی، زهرا. (۱۳۸۵). زنان کارآفرین ایرانی و ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای زنانه. مجله پژوهش زنان، (۴) ۱-۲: ۹۳-۱۲۰
- ارشادی، محمد جواد، رضایی، نسا، باقری حسین آبادی، رضا. (۱۳۹۹). ارزیابی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه های کارآفرینی شهرداری تهران. *مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان*, 18(4), 33-68. doi: 10.22051/jwsps.2021.32288.2265
- بوزرجمهری، خدیجه و مهدی معصومی (۱۳۹۷) "بررسی موانع و چالش های پیش روی زنان در بازاریابی فرآورده های لبنی (مطالعه موردی: مناطق روستایی دهستان سرچهان، شهرستان بوانات)". فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا). سال هشتم، شماره سوم.
- بهلولی، حمید. (۱۳۹۷). ارتباط حوزه عمومی و کاهش فساد: نگاهی از منظر سیاستگذاری عمومی، فصلنامه سیاستگذاری عمومی، (۴)، ۲۲۵-۲۵۰
- پیروسی، معصومه و علی شیرخانی (۱۳۹۸) "تجربه زیسته زنان از موانع و چالش های پیشروی نقش آفرینی در سیاستگذاری ایران" فصلنامه علمی - پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۶، شماره ۱، ۳۰-۲.
- خسروی پور، بهمن، سلیمانی هارونی، خدیجه، آبی، نادیا. (۱۳۹۸). موانع کارآفرینی زنان روستایی بخش مرکزی استان کرمانشاه. *فصلنامه تعاون و کشاورزی* ۸(۲۹). ۱۵۲-۱۳۳
- رستم علیزاده، ولی اله و علی جمعه زاده، پروین (۱۳۹۷)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران، فصلنامه علمی-پژوهشی توسعه اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۱۴۷-۱۷۰
- ده یادگاری، سعید، اشرف زاده افشار، افسانه & شهابی، الهه. (۱۴۰۱). طراحی مدل کارآفرینی زنان مبتنی بر راه اندازی کسب و کارهای الکترونیکی. *مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان*: 20(3), 110-140. doi: 10.22051/jwsps.2022.38843.2554
- زرین جوی الوار، سهیلا. (۱۳۹۹). نقش میانجی پیشایندهای نیت کارآفرینی در رابطه تجربه قبلی و نیت کارآفرینی اجتماعی. *مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان*: 18(3), 181-216. doi: 10.22051/jwsps.2021.31988.2275
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، سیدمصطفی. (۱۳۸۷). پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران. تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- شاهت نژاد مینا، ضیا بابک، اشرفی مجید، آزما فریدون. (۱۳۹۹) مفهوم پردازی کارآفرینی شهری با رویکرد نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: شهر تهران). مدیریت فردا. ۱۹(۶۳). ۱۲۳-۱۴۴
- کریم زاده، مجید (۱۳۹۸). بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان. *مطالعات اجتماعی جامعه شناسی زنان*، ۱۷(۲)، ۷-۳۴
- فیض الهی، صادق، حیدری، حسینعلی، حیدری، حسن علی. (۱۴۰۱). شناسایی موانع و چالش های کارآفرینی الکترونیکی با رویکرد آمیخته (مورد مطالعه: کسب و کارهای الکترونیکی نوپا در سطح شهر ایلام). *دانش کارآفرینی*. ۲(۲)

فاضلی، فریبا، طولابی، زینب، پور اشرف، یاسان الله. (۱۳۹۸). شناسایی چالش‌ها و فعالیت‌های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی شهر ایلام). (برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی) 11(39), 29-55. doi: 10.22054/qjsd.2019.10653

قیمی، فضل الله. (۱۳۸۱). (کارآفرینی، سنجش و پژوهش. گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، ۳، ص ۷.

ولی زاده، ناصر؛ کریمی، حمید. (۱۳۹۷). تحلیل عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۹(۵)، ۱۰-۲۱.

محمودی، مهدی، شهلی بر، عبدالقدوس (۱۳۹۷). مطالعه ی مروری تبیین نقش مؤلفه های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی، اولین کنفرانس ملی یافته های نوین، انجمن مطالعات برنامه درسی ایران شعبه هرمزگان.

- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of business Venturing*, 23(6), 656-672.
- Arasti, Zahra. (2006). Iranian women entrepreneurs and socio-cultural structures effective in creating women's businesses. *Journal of Women's Research*, (4) 1-2: 93-120. [Text in Persian]
- Ershadi, Mohammad Javad, Rezaei, Nessa, Bagheri Hosseinabadi, Reza. (2020). Assessing the Impact of Cultural and Social Factors on Women Entrepreneurship in Entrepreneurship Homes of Tehran Municipality. *Social Psychological Studies of Women*, 18 (4), 33-68. doi: 10.22051 / jwsp.2021.32288.2265. [Text in Persian]
- Aldrich, Howard E. (1989). "Networking among women entrepreneurs in O", Hagan D, C. Rivchun, & Dsexton, women-owned businesses, pp: 103-132, *Network: Prager*.
- Angulo-Guerrero, M. J., Pérez-Moreno, S., & Abad-Guerrero, I. M. (2017). How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries. *Journal of Business Research*, 73, 30-37.
- Audretsch, D, Belitski, M., Desai, S., 2021. National business regulations and city entrepreneurship in Europe: a multilevel nested analysis. *Entrep. Theory Pract.* 43 (6), 1148–1165.
- Audretsch, D., Moog, P., 2020. Democracy and entrepreneurship. *Entrep. Theory Pract.*, 1042258720943307.
- Bozerjmehri, Khadijeh and Mehdi Masoumi (2018) "Study of barriers and challenges facing women in the marketing of dairy products (Case study: rural areas of Sarchahan district, Bavanat city)". *Journal of Spatial Planning (Geography)*. Year 8, Issue 3. . [Text in Persian]
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing*, 11(1), 3-22.
- Bohlooli, Hamid (2017). The Relationship between the Public Sphere and the Reduction of Corruption: A View from the Perspective of Public Policy, *Quarterly Journal of Public Policy* 4(25).225-250. [Text in Persian]

- Colombo, M., Cumming, D., Vismara, S., 2016. Governmental venture capital for innovative young firms. *J. Technol. Transf.* 41 (1), 10–24.
- Walter J. Ferrier . Bindu Arya (2020) Entrepreneurial Orientation, ofem . Brndon Collaborative Engagement, and Performance: Evidence From Rural Economic Research May 29, Development Organizations . First Published
- David B. Audretsch, Maksim Belitski, Rosa Caiazza, Sameeksha Desai(2022), The role of institutions in latent and emergent entrepreneurship. *Technological Forecasting & Social Change*,(174),1-12
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496-1500
- Fuentelsaz, L., González, C., Maícas, J. P., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258
- Fischer, F. (2019). *Politics, values, and public policy: The problem of methodology*. Routledge.
- Fazeli, Fariba, Toulabi, Zeinab, Poor Ashraf, Yasanullah. (2020). Identifying Challenges and Strategic Social Activities of Social Entrepreneurship (Case Study: Ilam Social Security Organization). *Welfare Planning and Social Development*, 11 (39), 29-55. doi: 10.22054 / qjsd.2019.10653[Text in Persian]
- Challenges in & Rural Entrepreneurship: Growth Opportunities (2020) Rajesh Ubale Vol. 6 , History Indian Current Scenarios.CLIO An Annual Interdisciplinary Journal of
- Karimzadeh, M. (2019). "Study of barriers to entrepreneurship of Baluch women in Saravan". *Social Studies in Sociology of Women*, 17 (2),. 7-34[Text in Persian]
- Khosravi Pour, Bahman, Soleimani Harouni, Khadijeh, Ani, Nadia. (2019). Barriers to rural women entrepreneurship in the central part of Kermanshah province. *Cooperative and Agriculture Quarterly* 8 (29) .133-152[Text in Persian]
- Klapper, L., Amit, R., Guillén, M. F., & Quesada, J. M. (2007). *Entrepreneurship and firm formation across countries*. The World Bank
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). *Global entrepreneurship monitor 2011 global report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School
- Galindo, M., & Méndez, M. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work? *Journal of Business Research*, 67(5), 825–829
- López, M., Cazorla, A., & Panta, M. D. P. (2019). Rural Entrepreneurship Strategies: Empirical Experience in the Northern Sub-Plateau of Spain. *Sustainability*, 11(5). 12-43
- Lacap, Jean Paolo G., Hendrati Dwi Mulyaningsih, Veland Ramadani. (2018). "*The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian experience and social*

and Technology Policy Management, Emerald *university students*", Journal of Science Publishing Limited, 3(5), 2053-4620.

Malchow-Møller, N., Schjerning, B., & Sørensen, A. (2011). Entrepreneurship, job creation and wage growth. *Small Business Economics*, 36(1), 15–32.

Mahmoudi, Mehdi, Shahli Bar, Abdul Qudus (2019). A review study explaining the role of individual, environmental and systemic components in the success of e-entrepreneurship education, the first national conference on new findings, Iranian Curriculum Studies Association, Hormozgan Branch [Text in Persian]

Maden, C. (2018). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: A International Journal*, 30(4), 312-331.

McMullen, J., Bagby, D., Palich, L., 2008. Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrep. Theory Pract.* 32 (5), 875–895.

Malchow-Møller, N., Schjerning, B., & Sørensen, A. (2011). Entrepreneurship, job creation and wage growth. *Small Business Economics*, 36(1), 15–32

Parker, S. C., & Robson, M. (2004). Explaining international variations in entrepreneurship: evidence from a panel of OECD countries. Barclays Centre for Entrepreneurship, Durham Business School.

Pirvisi, Masoumeh and Ali Shirkhani (2019) "Women's Living Experience of Obstacles and Challenges in Promoting Role-Making in Iranian Policy-Making" *Quarterly Journal of Public Policy-Making*, Volume 1, Number 9-30 [Text in Persian]

Qimi, Fazlullah. (2002) *Entrepreneurship, Measurement and Research*. Calendar of the .Study Center of the National Education Evaluation Organization, 3, p.7 [Text in Persian]

Roundy, P. T., & Fayard, D. (2019). Dynamic capabilities and entrepreneurial ecosystems: the micro-foundations of regional entrepreneurship. *The Journal of Entrepreneurship*, 28(1). 94-120

Sheikh Mohammed Imran & Md. Mosharrif Hossain, (2019). "Women Entrepreneurship in Bangladesh: Influential Factors of Women Participation in SMEs sector," *International Journal of Science and Business, IJSAB International*, vol. 3(3), pages 151-161.

Shahamat Nejad Mina, Zia Babak, Ashrafi Majid, Azma Fereydoun. (2021) *Conceptualization of urban entrepreneurship with the foundation data theory approach (Case study: Tehran)*. *Tomorrow Management*. 19 (63) .123-144

Rostam Alizadeh, Valiollah and Ali Jomehzadeh, Parvin (2015), *A Study of Factors Affecting the Success of Women Entrepreneurs in Tehran*, *Social Development Quarterly*, Volume 12, Number 3, pp. 147-170 [Text in Persian]

Stevenson, H. and Jarillo, J. C (1990). "A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurship management", *Strategic Management journal*, 11, pp: 17-27.

Terjesen, S., & Wang, N. (2013). Coase on entrepreneurship. *Small Business Economics*, 40(2), 173-184

Walizadeh, N.; Karimi, H. (2018). Entrepreneurship Strategies in Agriculture, 9 (5), 10-21. [Text in Persian]

Zarrin Joy Alvar, Soheila. (2021). The mediating role of entrepreneurial intention antecedents in relation to previous experience of social entrepreneurial intention. *Social Psychological Studies of Women*, 18 (3), 181-216. doi: 10.22051 / jwsps.2021.31988.2275

Zali, Mohammad Reza; Razavi, Seyed Mustafa (2007). Research on barriers to entrepreneurship development in Iran. Tehran: Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran.



Title: Identifying strategies to overcome the barriers and challenges of women entrepreneurship with the approach of resistance economics

Abstract:

Background and purpose: The purpose of this research is to identify strategies to remove barriers to women's entrepreneurship in the resistance economy.

Methodology: The current research is qualitative in terms of practical purpose and exploratory method, which was implemented in the statistical community of entrepreneurship experts and professionals using the ground theory method. The data collection tool is an in-depth and semi-structured interview. After conducting 15 in-depth interviews through purposive sampling and collecting opinions Entrepreneurial experts reached theoretical saturation and the data were analyzed using selective and theoretical coding

Findings: The findings showed that gender, dual role, social, cultural, educational and economic factors are obstacles to women's entrepreneurship, and strategies to remove obstacles include planning and policy making for development, women's entrepreneurship, improving the entrepreneurship education system, improving It is the infrastructure for the development of entrepreneurship and the development of cultural-social norms, which causes the development of employment, the increase of welfare in the society and the economic and social development of the society.

Keywords: Entrepreneurship, Women, Resistance Economics

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی