



تعالی منابع انسانی

(ارتباطات و آموزش در توسعه منابع انسانی سابق)

فصلنامه تعالی منابع انسانی، سال ششم، شماره اول، بهار ۱۴۰۴

الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب در راستای تعالی اشتغال بانوان

ایمان مخلص^۱، افسانه زمانی مقدم^۲، فاطمه عزیزآبادی فراهانی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۵

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، طراحی الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب بود. به این منظور از روش داده بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین استفاده گردید. جامعه آماری پژوهش، زنان کارآفرین و مدیران زن، صاحبان کسب و کارهای نوپا مبتنی بر وب و متخصصان حیطه موضوعی بودند. داده‌های پژوهش با استفاده از مصاحبه‌های فردی نیمه ساختاریافته جمع‌آوری گردید، نمونه آماری شامل ۲۹ نفر از مشارکت‌کنندگان بودند که به شیوه نظری هدفمند انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری سه مرحله‌ای اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) تحلیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که بهینه‌سازی اشتغال زنان در بستر فرصت‌های جدید، به مثابه پدیده محوری عمل می‌کند و زمینه‌های مرتبط با هنجار سازی اجتماعی، مدیریت فضای کسب و کار، دانش اقتصادی-شغلی در این بخش تأثیرگذارند. همچنین شرایط علی شامل تحول هویتی زنان در دنیای مدرن، ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی، تسهیل راه‌اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال بود. عوامل محدودکننده مشتمل بر مسائل ساختاری اشتغال بانوان، چالش‌های حمایتی-مدیریتی، غفلت از حوزه‌های نوین کسب و کار بودند و راهبردهای مدنظر، راهبردهای راه‌اندازی، تأمین مالی و ارزیابی، راهبردهای تأمین مالی کسب و کار نوپا بانوان، راهبردهای ارزیابی کسب و کار نوپا بانوان احصا شدند. در نهایت الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب ورود موفق زنان به حوزه کسب و کارهای نوپا و استفاده از ظرفیت‌های نوپدید این حوزه عنوان گردید.

واژگان کلیدی: کسب و کارهای نوپا، اشتغال بانوان، وب

^۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی گرایش کسب و کار، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲. دانشیار مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

a.zanimoghadam@srbiau.ac.ir

^۳. دانشیار مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

در دنیای امروز رویکرد و نگرش جدید انسان‌ها به زندگی بر اساس رقابت‌ها و تحولات فرآیندها در بخش‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جوامع سبب گردیده که مسائل و مشکلات زندگی روزمره شکل متفاوت‌تری از قبل به خود بگیرد و افراد با ویژگی‌های مختلف به دنبال استفاده از شرایط برابر در موقعیت‌های اجتماعی گوناگون باشند (کربلایی و همکاران، ۱۳۹۹). از جمله افرادی که در جامعه، حقوق ایشان گاهی به دست فراموشی سپرده شده است و از موقعیت‌های اجتماعی برابر محروم شده‌اند، زنان هستند. زنان نیمی از نیروی انسانی جامعه هستند و وضعیت آنان در هر جامعه‌ای بیانگر میزان پیشرفت آن جامعه است و اعتلای کشورها در گروی استفاده‌ی هدفمند از همه‌ی نیروها و استعدادهای انسانی از جمله زنان است، به‌واقع، رسیدن به توسعه برابر و پایدار در جامعه، بدون در نظر داشتن نقش و جایگاه زنان در کشور، امری دست‌نیافتنی است (شریفی و همکاران، ۱۳۹۸). در طی چند دهه گذشته نقش زنان در اکثر کشورهای جهان اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه تغییرات چشمگیری داشته است. با توجه به برابری تقریباً کامل مردان و زنان در برخورداری از امکان تحصیل و کاهش نرخ باروری شرایط بسیار مساعدتری برای افزایش سرمایه انسانی زنان فراهم شده است (داوری کیش و همکاران، ۱۴۰۰). از جمله این ابعاد حضور بیشتر زنان در عرصه اجتماعی، موضوع "اشتغال زنان" است که اهمیت فزاینده‌ای در دنیای کنونی پیدا کرده است (فروتن و شجاعی قلعه نی، ۱۳۹۸).

اشتغال زنان، مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که باهدف کسب درآمد و یا انجام اعمال عام‌المنفعه، زنان بخشی از زمان خود را به آن اختصاص می‌دهند و به دلالت التزامی اشتغال، بیشتر بیرون از خانه می‌باشد (دیواندری و پورعبدالله، ۱۳۹۵). اشتغال زنان یکی از موضوعات مهمی است که مورد توجه سیاست‌گذاران و دولتمردان یک کشور می‌باشد و بیکاری این قشر از افراد جامعه می‌تواند از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و روانی تأثیرات فاجعه باری بر اقتصاد کشور بگذارد و آثار مخربی بر توسعه و رشد اقتصادی کشورها داشته باشد (داوری کیش و همکاران، ۱۴۰۰). توانمندسازی اقتصادی زنان نه تنها با فراهم کردن منابع، بلکه با ایجاد فرصت دسترسی به منابع و راه‌هایی که منجر به موفقیت اقتصادی است، امکان‌پذیر می‌شود. زنان از طریق کسب شغل بهتر و داشتن انتخاب‌های بیشتر برای شروع و مدیریت کسب و کار، دسترسی بیشتر به آموزش و پرورش و توسعه مهارت‌های خود و داشتن فرصت‌های بیشتر برای تصمیم‌گیری می‌توانند خود را از فقر بیرون بکشند و کیفیت زندگی خود و خانواده و جامعه را بهبود بخشند (تابلی، عسکری و نمازیان، ۱۴۰۲). از اوایل قرن بیستم، فراخوان اشتغال زنان به دلیل رواج فرهنگ مصرف‌گرایی و افزایش تورم، که نیاز به تولید را بیشتر می‌کرد و نیز مطرح شدن ایده‌ی آموزش دولتی، رونق گرفت. به دلیل نظریات نظام سرمایه‌داری مبنی بر تولید ثروت بیشتر، عنصر جنسیت رفته‌رفته کمرنگ و در مقابل، شعار برابری به معنای برابری در آموزش، فرصت‌ها و منابع، حقوق و کنترل و نظارت پررنگ‌تر شد (قاسمی و جمالو، ۱۳۹۸). در تعاریف جدید توسعه، دستیابی به توسعه پایدار نه تنها بدون افزایش دائم و سریع سهم زنان در عرصه‌ی اقتصادی ممکن نیست، بلکه در این مسیر، باید به چیزی فراتر از برابری فرصت‌ها و تسهیل در موقعیت‌های ویژه برای زنان اندیشید. از این رو، در برنامه‌های بلندمدت دولت‌ها سهم ویژه‌ای برای زنان در نظر گرفته شده است (غفاری چراتی و همکاران، ۱۴۰۰).

در زمینه اشتغال زنان می‌توان به سه نظریه‌ی فمینیستی، نوسازی و تضاد اشاره کرد. فمینیست‌ها معتقدند که موقعیت زنان در خانه و خانواده جزئی از سیستم کل اجتماعی است که آن‌ها را تابع مردان ساخته است به عبارتی، نظریات طرفداران حقوق اجتماعی زنان نشان می‌دهد که چگونه موقعیت زنان در بازار کار، بخشی از سیستم جامع اجتماعی است که زن در

آن مقام پایین تری دارد؛ بر اساس نظریه نوسازی، رشد تکنیکی ناشی از صنعتی شدن، باعث تغییر ساخت شغلی، فرصت‌های تحصیلی و ترکیب خانواده در اقتصاد پولی می‌شود. اقتصاد جدید ملزم با صنعتی شدن، موجب ایجاد صنایع خدمات و رشد مشاغل طبقه‌ی متوسط گردیده که اشتغال زنان از ویژگی‌های آن است. به اعتقاد نظریه‌پردازان تضاد، سلطه‌ی مردان بر زنان و روابط بین این دو جنس، در فرایند تولید شکل گرفته است. بر این اساس، در جریان تکامل جوامع و تغییر در اشکال تولید، مردان به روش‌های تولیدی جدید دست‌یافته و زنان در خانه برای فرزندزایی و پرورش کودکان باقی ماندند (شریفی و همکاران، ۱۳۹۸). اگرچه در تمامی رویکردها و نظریه‌های مرتبط با اشتغال زنان، به اهمیت و لزوم آن توجه شده است، باید در نظر داشت که تمرکز محض به اشتغال زنان دیگر به‌تنهایی نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای جامعه باشد؛ زیرا پیچیدگی، پویایی و رشد سریع تغییرات تکنولوژی به همراه پیچیدگی تعاملات چندگانه بین بازیگران بنگاه‌های مختلف به حدی گسترده و غیرقابل کنترل شده که مدل‌های قدیمی کسب‌وکار به‌تنهایی قادر به کسب مزیت رقابتی و حفظ جایگاه خود در این شرایط نیستند (بوکن و همکاران^۱، ۲۰۱۹). بنابراین، برای ورود بانوان به فضای کسب‌وکارهای کارآفرینانه لازم است از ابزارها و استراتژی‌های نوینی استفاده شود که در این بین، ظهور کسب‌وکارهای نوپا می‌تواند ابزار مناسبی جهت ورود موفق زنان به دنیای کسب‌وکار باشد (فلاح، ۱۴۰۰).

بر اساس تعاریف کسب‌وکارهای نوپا، یک سازمان موقت است که باهدف ایجاد یک مدل کسب‌وکار تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر به وجود آمده است، کسب‌وکارهای نوپا، حول ایده‌های نوآورانه و خلاقانه بنا می‌شود. درواقع، افرادی خوش-فکر با ایده‌های نو در جستجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از آن ایده و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶). هدف این نوع از کسب‌وکارها، توجه به دستاوردهای علمی و پژوهشی با نگاه دانشی و فناوریانه از فرآیند تولید تا بازار، پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و واگذاری فناوری به صاحبان ایده در محیط‌های اجتماعی - اقتصادی است (شیرازی، ۱۴۰۲). بلنک^۲ (۲۰۲۰) نیز کسب‌وکار نوپا را سازمان‌های موقتی تعریف می‌کند که در شرایط عدم قطعیت بالا به دنبال مدل کسب‌وکار پایدار، تکرارپذیر و مقایسه پذیر هستند. امروزه مقوله‌ی ایجاد کسب‌وکارهای نوپا به مسئله‌ای مهم تبدیل شده است؛ مسئله‌ای که حل‌کننده‌ی بحران‌های اقتصادی کشورهای مختلف بوده و مشکلات عدیده‌ای را حل کرده است. از طرفی، در سطح کلان، رشد اکوسیستم‌های کارآفرینانه و توسعه کسب‌وکارهای جدید در جوامع توسعه‌یافته و اقتصاد نوظهور به یکی از اولویت‌های برجسته در آن کشورها تبدیل شده است (هارینگتون^۳، ۲۰۱۶).

بررسی پیشینه پژوهشی بیانگر آن است که کسب‌وکارهای نوپا، نقش بسزایی در اشتغال‌زایی (سلداک و سترک^۴ ۲۰۱۷)، توسعه فعالیت‌های شغلی و حرفه‌ای افراد (حنیف زاده و همکاران، ۱۴۰۰)، پیشرفت فناوری (ویلان و همکاران^۵، ۲۰۱۸)، رشد اقتصادی، تاب‌آوری شناختی، تاب‌آوری مالی، تاب‌آوری انطباقی (براری جیرندهی، سجادی و داوری، ۱۴۰۲)، انترکالمستاینز^۶ (۲۰۱۶) دارد. همچنین پژوهش‌های مختلفی به لزوم به کارگیری از فناوری‌های دیجیتال در تحقق و ارتقا کسب‌وکارهای نوپا صحنه گذاشته‌اند و از آن به‌عنوان بازوی یاریگر این نوع از کسب‌وکار در عرصه فعالیت‌های

^۱ Bocken et al

^۲ Blank

^۳ Harington

^۴ Sterk & Sterk

^۵ Villani et al

^۶ Unterkaalmsteiner

اقتصادی یاد کرده‌اند (دیان و همکاران، ۲۰۱۶ و حنیف زاده و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین می‌توان متصور بود که با استفاده از ظرفیت‌های نوین حوزه دیجیتال، بنگاه‌های اقتصادی متعدد با سرمایه‌گذاری کم شکل گیرند و با توسعه روزافزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، شاهد رشد کسب و کارهای فعال در این حوزه در اکوسیستم کارآفرینانه باشیم. بیشتر کسب و کارهای نوین در سال‌های اخیر مبتنی بر وب و ابزارهای دیجیتال است، اما این مهم نیز شایان ذکر است که بیش از ۹۰ درصد این کسب و کارهای در سال اول شکست می‌خورند (دیویس و همکاران، ۲۰۲۲). فناوری متعارف مورد استفاده در بازار کار مانند شبکه جهانی وب و دستگاه‌های تلفن همراه در این دهه مورد توجه زیاد بوده است (ساکاس^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). از این رو شناخت ابعاد مختلف توانمندسازی کسب و کارهای نوپا با هدف اشتغال‌پایدار ضروری است. لذا پژوهش حاضر در نظر دارد با بررسی ابعاد مختلف توانمندسازی کسب و کارهای نوپا باهدف گذاری بر اشتغال بانوان از ظرفیت حوزه‌های دیجیتال و مبتنی بر وب استفاده نموده و به ارائه الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپا بانوان مبتنی بر وب پردازد.

روش پژوهش

از آنجایی که هدف پژوهش کشف الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب در راستای تعالی اشتغال بانوان بر مبنای واقعیت‌های موجود بود، از این رو پژوهش حاضر از نظر رویکرد جزو تحقیقات کیفی و ازلحاظ روش، مبتنی بر مطالعات داده بنیاد می‌باشد. در این پژوهش از رویکرد سیستماتیک اشتروس و کوربین برای نظریه داده بنیاد استفاده شده است. در رویکرد سیستماتیک محقق باید روش و فن مشخصی برای تحلیل در پیش بگیرد و کدگذاری مرحله‌مندی (باز، محوری و انتخابی) را به اجرا درآورد و کار نهایی خود را در الگوی پارادایمی یکسانی ارائه کند. حوزه پژوهش کلیه ذی‌نفعان و افراد دخیل در کسب و کار بانوان و کسب و کارها مبتنی بر وب بودند. که از طریق نمونه‌گیری هدفمند، از نوع ملاک‌محور، نمونه‌ی مورد نظر انتخاب و نمونه‌گیری تا رسیدن به حد اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. از این رو مشارکت کنندگان در پژوهش شامل ۱۲ نفر از زنان کارآفرین (ملاک ورود کارآفرینی در حوزه‌های نوین و بیشتر مبتنی بر وب، سابقه اشتغال پایدار و حداقل ۵ سال سابقه اشتغال در حوزه مورد نظر)، ۵ نفر از مدیران زن شاغل در شرکت‌های مبتنی بر وب (حداقل ۵ سال سابقه مدیریت در حوزه مورد نظر)، ۸ نفر از صاحبان کسب و کارهای مبتنی بر وب (ملاک ورود داشتن شرکت معتبر در زمینه کسب و کارهای مبتنی بر وب و داشتن حداقل ۱۰ نفر فرصت اشتغال مستقیم در کسب و کار) و ۴ نفر از متخصصان در زمینه مدیریت کارآفرینی (ملاک ورود داشتن دکتری تخصصی در مدیریت کارآفرینی و حداقل مرتبه علمی دانشیار در این رشته) بودند. جهت محرمانه ماندن هر کدام از شرکت کنندگان در مراحل پژوهش و رعایت اخلاق پژوهشی به هر کدام از آن‌ها یک کد اختصاص داده شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق، مصاحبه نیمه ساختاریافته می‌باشد. فرایند تحلیل داده‌های حاصل از متن مصاحبه‌ها نیز با توجه به اهمیت آن در رویکرد نظریه داده‌بنیاد، همزمان با جمع‌آوری داده‌ها طی سه مرحله: الف) کدگذاری باز؛ ب) کدگذاری محوری و ج) کدگذاری انتخابی انجام شد. برای تأمین روایی و پایایی از روش گوبا و لینکلن^۲ ۱۹۸۰ استفاده شد. در این زمینه چهار معیار «قابلیت

¹ Sakas

² Guba & Lincoln

اعتبار^۱، قابلیت انتقال^۲، قابلیت اتکا^۳ و قابلیت تأیید^۴ را به منظور ارزیابی دقت علمی پژوهش بررسی شد. در زمینه قابلیت اعتبار، از روش کنترل اعضاء شرکت کننده استفاده شد. در زمینه قابلیت انتقال، یافته‌ها در اختیار متخصصین قرار داده شد. در زمینه قابلیت اتکا (قابلیت اطمینان)، از روش توافق بین کدگذاران استفاده شد و در زمینه قابلیت تأیید مرور و بازخورد هم‌تایان بکار برده شد.

یافته‌های پژوهش

محققان برای دستیابی به نظریه برآمده از خصوصیات واقعی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب در سازمان با اطلاع‌رسان‌های کلیدی که تماس نظری و عملی ممتدی با موضوع پژوهش (کسب و کارهای مبتنی بر وب) داشتند، گفتگو کردند و کوشیدند تا در ساختار درونی ارزش‌ها، نگرش‌ها و تجارب آن‌ها تعمق کنند. در اثنای مصاحبه‌ها مفاهیم ظهور می‌یافتند و از مقایسه مفاهیم مقوله‌ها عیان می‌شدند و ذهن پژوهشگران را به قضایا و گزاره‌های مختلفی درباره کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب سوق می‌دادند. مصاحبه‌های ضبط شده پس از پیاده‌سازی، به صورت سطر به سطر بررسی، مفهوم پردازی، مقوله‌بندی و سپس، براساس مشابهاات، ارتباط مفهومی و ویژگی‌های مشترک کدهای باز، محوری و منتخب (طبقه‌ای از مفاهیم) مشخص شدند. برای این کار روش‌های تحلیل اشتروس و کوربین مورد استفاده قرار گرفت (اشتروس و کوربین، ۲۰۰۸). این الگو شامل ۶ محور می‌باشد که در ادامه گزارش شده است.

۱- شرایط محوری

مقوله محوری مضمون اصلی پژوهش است که اگرچه از درون پژوهش بیرون می‌آید اما یک مفهوم انتزاعی است (اشتروس و کوربین، ۱۳۹۰). جهت یافتن پدیده محوری محقق با مقایسه و طبقه‌بندی مجدد به تغییر، تکمیل، ترکیب و توسعه مقوله‌ها به صورت مستمر پرداخت (اشتروس و کوربین، ۱۹۹۶؛ کوربین و اشتروس، ۲۰۰۸). در پژوهش حاضر مرکز ثقل الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب "بهینه‌سازی اشتغال زنان در بستر فرصت‌های جدید" استخراج گردید. در این زمینه تحلیل مصاحبه‌ها به سه مقوله حمایت‌های قانونی از کسب و کار بانوان، بهینه‌سازی نگرش جمعی پیرامون کسب و کار بانوان، توانمندی‌های شغلی بانوان منجر شد. نتایج در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: شرایط محوری الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب

نمونه بیانات مشارکت کنندگان (کدباز)	کد محوری	کد منتخب
توجه به بسترسازی‌های قانونی از اشتغال بانوان	حمایت‌های قانونی از کسب و کار بانوان	فرصت‌های جدید اشتغال زنان در بستر
استفاده از رویکردهای مشارکتی در تدوین برنامه‌های اشتغال بانوان		
بهسازی بستر فضای مجازی و اینترنت جهت گسترش کسب و کارهای نوپا بانوان		
نیازسنجی جامع در تدوین و برنامه‌ریزی اشتغال پایدار بانوان بر اساس نیازهای عصر جدید		
تسهیل قوانین مالیاتی و مشوق برای کسب و کارهای نوپا بانوان		
توجه به ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای در راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا		
رفع نگرش‌های جنسیتی پیرامون کسب و کارهای بانوان		

^۱ Credibility

^۲ Transferability

^۳ Dependability

^۴ Conformability

	بهینه‌سازی نگرش جمعی پیرامون کسب و کار بانوان	استفاده از ظرفیت‌های شهری در حوزه برابری بین مرد و زن و به‌طور خاص کسب و کار بانوان
		معرفی مشاغل و حوزه شغلی بانوان به جامعه پیرامونی
		جایگاه دهی به کسب و کارهای بانوان در ویرتین شهری
	توانمندی‌های شغلی بانوان	ارتقا مهارت‌های ارتباطی مورد نیاز در اشتغال از سوی بانوان
		توانایی کارگروهی و توانمندسازی خود به‌وسیله انجام فعالیت‌های جمعی در کسب و کارهای نوپا
		ارتقا توان مدیریتی بانوان در مدیریت کسب و کار و برنامه‌های فردی
		آشنایی با متناسب‌سازی فضای شغلی با وضعیت تاهل، تعداد فرزندان و تحصیلات

۱-۱ حمایت‌های قانونی از کسب و کار بانوان

دولت و حوزه سیاست‌گذاری برای ارتقا توان اشتغال بانوان و استفاده از کسب و کارهای نوپا می‌تواند با سیاست‌های حمایتی به اجرا و عملیاتی‌سازی آن کمک ویژه‌ای داشته باشد. طبق دیدگاه مشارکت‌کنندگان توجه به برنامه‌های موجود اشتغال بانوان، توجه به بسترسازی‌های قانونی از اشتغال بانوان، استفاده از رویکردهای مشارکتی در تدوین برنامه‌های اشتغال بانوان، بهسازی بستر فضای مجازی و اینترنت جهت گسترش کسب و کارهای نوپا بانوان، نیازسنجی جامع در تدوین و برنامه‌ریزی اشتغال پایدار بانوان بر اساس نیازهای عصر جدید، تسهیل قوانین مالیاتی و مشوق برای کسب و کارهای نوپا بانوان از جمله کدهای باز این مقوله محوری است. در ادامه به برخی از بیانات مشارکت‌کنندگان اشاره می‌شود:

"از جمله بسترهای حیاتی برای اشتغال بانوان که نیاز است در ابعاد کلان بهش توجه بشه بحث مشوق‌های مالیاتی هست که دولت می‌تونه به این قشر بده و تشویقشون کنه که کسب و کار هاشون رونق بدن" (مشارکت‌کننده، ۱).

۲-۱ بهینه‌سازی نگرش جمعی پیرامون کسب و کار بانوان

اجتماع و زندگی جمعی به‌عنوان یکی از ارکان مهم حیاتی انسانی می‌تواند در تأیید و یار د یک فرآیند جمعی تأثیرگذار باشد از جمله در زمینه اشتغال بانوان، پذیرش حقوق برابر زنان و نگاه اجتماعی مطلوب می‌تواند به اشتغال پایدار ایشان کمک کند. طبق دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش و تحلیل پژوهشگران، توجه به ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای در راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا، رفع نگرش‌های جنسیتی پیرامون کسب و کارهای بانوان، استفاده از ظرفیت‌های شهری در حوزه برابری بین مرد و زن و به‌طور خاص کسب و کار بانوان، معرفی مشاغل و حوزه شغلی بانوان به جامعه پیرامونی، جایگاه دهی به کسب و کارهای بانوان در ویرتین شهری از جمله کدهای باز محور مذکور هستند. در ادامه به نمونه‌ای از بیانات مشارکت‌کنندگان اشاره می‌شود.

"زنان نسبت به مردان با محدودیت‌های بیشتری در این زمینه روبه‌رو می‌شوند. موقعیت اجتماعی ضعیف زنان، نابرابری‌ها و هنجارهای جنسیتی، مشکلات ارائه ضمانت‌نامه و وثیقه‌نامه ملکی، تقسیم ناعادلانه کار، سرمایه اولیه کمتر، اعتماد به نفس پایین، مسائل فرهنگی، اجتماعی و جغرافیایی، محدودیت‌های جسمی و تعصبات و کلیشه‌های جنسیتی، از مهم‌ترین چالش‌های زنان کارآفرین است. علاوه بر این تعارض بین وظایف منزل و مراقبت از فرزندان با فعالیت‌های کسب و کار هم در فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا بسیار مؤثر است." (مشارکت‌کننده، ۱).

۳-۱ توانمندی‌های شغلی بانوان

بانوان نیز باید در فرایند اشتغال به توانایی‌های اشتغال‌پذیری خود بیفزایند و زمینه‌های فردی را در خود تقویت نمایند؛ در این زمینه به شاخص‌هایی چون ارتقا مهارت‌های ارتباطی مورد نیاز در اشتغال از سوی بانوان، توانایی کارگروهی و توانمندسازی خود به‌وسیله انجام فعالیت‌های جمعی در کسب و کارهای نوپا، ارتقا توان مدیریتی بانوان در مدیریت

کسب و کار و برنامه‌های فردی، آشنایی با متناسب‌سازی فضای شغلی با وضعیت تاهل، تعداد فرزندان و تحصیلات احصا گردید. در ادامه به نمونه‌ای از بیانات مشارکت کنندگان اشاره می‌شود.

مشارکت کننده (۳) بیان داشتند: "به نظرم بهتر است بانوان خودشان دست به کار شوند و زمینه‌های اشتغال خودشان را فراهم سازند. الان با شبکه‌های اجتماعی هر فرد می‌تواند به راحتی مشکلات و خلاءهای توان اشتغال خود را شناسایی و ارتقا بخشد."

۲- شرایط علی

شرایط علی آن دسته از رویدادها وقایع هستند که بر پدیده‌ها اثرگذارند (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰). به عبارتی می‌توان گفت شرایط علی، حوادث و اتفاقاتی است که به وقوع یا رشد و توسعه پدیده محوری می‌انجامد. شرایط علی در هر پژوهشی نشان‌دهنده شرایط و مفاهیمی است که پدیده اصلی متأثر از آن است در این پژوهش شرایطی و عواملی را که بر بهینه‌سازی فضای کسب و کار بانوان اثرگذار است را در این گزاره سازمان دادیم. نتایج در جدول شماره ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: عوامل و شرایط علی الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب

نمونه بیانات مشارکت کنندگان (کدباز)	کد محوری	کد منتخب
تغییر نقش زنان در عصر جدید از تک کارکردی به چندگانگی	تحول هویتی زنان در دنیای مدرن	۳ ۳ ۴
توانایی رویارویی زنان با چالش‌های دنیای جدید		
تغییر توقعات جمعی از زنان بر مبنای تغییرات پیرامونی		
توجه به گسترش و ادامه تحصیلات زنان به عنوان ابزار مبارزه و رقابت در عصر جدید		
بازتعریف نقش مادری و همسری در ابعاد شغلی		
نگاه به کسب و کار به عنوان ابزاری برای تحقق خویشتن درونی و نقش آفرینی اجتماعی	ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی	
راه‌اندازی کسب و کار نوپا به عنوان مسیر آینده‌نگری و استقلال مالی		
توجه به میل به تحقق امیال و علائق در میان زنان		
تعریف شخصیت اجتماعی زنان در قبال موفقیت کسب و کار و مطرح شدن ایده‌ها		
استفاده از ظرفیت فضای مجازی برای راه‌اندازی کسب و کار	تسهیل راه‌اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال	
کم شدن محدودیت‌های حضور فیزیکی کسب و کار بانوان با استفاده از پتانسیل فضای مجازی		
بازطراحی کسب و کارهای نوپا در بستر وب		
امکان استفاده از ابزارهای مبتنی بر وب و هوش مصنوعی در تسهیل فرایند نظارت بر کسب و کار		

تحلیل و بررسی بیانات مشارکت کنندگان نشان داد که شرایط و عوامل علی مؤثر بر الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب شامل، تحول هویتی زنان در دنیای مدرن، ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی، تسهیل راه‌اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال است.

۲-۱ تحول هویتی زنان در دنیای مدرن

به عقیده مشارکت کنندگان در پژوهش از جمله عوامل مؤثر بر کسب و کارهای نوپا بانوان، تغییرات صورت پذیرفته در ادراکات هویتی زنان است. در این زمینه شاخص‌هایی چون تغییر نقش زنان در عصر جدید از تک کارکردی به چندگانگی، توانایی رویارویی زنان با چالش‌های دنیای جدید، تغییر توقعات جمعی از زنان بر مبنای تغییرات پیرامونی،

توجه به گسترش و ادامه تحصیلات زنان به عنوان ابزار مبارزه و رقابت در عصر جدید، بازتعریف نقش مادری و همسری در ابعاد شغلی احصا گردید. در ادامه به نمونه‌ای از نقل قول‌های مرتبط با این بخش اشاره می‌شود:

مشارکت کننده (۳) در این زمینه بیان داشت: "دیگر به زنان به چشم مادر به تنهایی نگریسته نمی‌شود و اجتماع از ایشان توقعات بیشتری دارد که باعث شده است در هویت جمعی آن‌ها تفاوت‌هایی ایجاد شود و راه‌اندازی کسب و کار از جمله معلول‌های این تغییر هویتی است."

۲-۲- ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی

به‌طور ویژه، از علت‌های مؤثر در توانمندسازی کسب و کارهای نوپا بانوان، ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی است که هم علت و هم معلول این فرایند است. ذیل این محور در شرایط علی، نگاه به کسب و کار به عنوان ابزاری برای تحقق خویشتن درونی و نقش آفرینی اجتماعی، راه‌اندازی کسب و کار نوپا به عنوان مسیر آینده‌نگری و استقلال مالی، توجه به میل به تحقق امیال و علائق در میان زنان، تعریف شخصیت اجتماعی زنان در قبال موفقیت کسب و کار و مطرح شدن ایده‌ها احصا گردید. برای نمونه مشارکت کننده (۵) بیان داشت:

"فرهنگ‌سازی کسب و کار به معنای شناخت فضای کسب کار، آشنایی با اصول کسب و کار، برنامه‌ریزی بلندمدت، هدف‌گذاری دقیق و روشن و خلاقیت و نوآوری از اهمیت به سزایی در تسهیل ورود زنان به کسب و کارهای نوپا برخوردار است. هم‌چنین شاخص‌های توسعه قابلیت‌های فردی از جمله اعتماد به نفس، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، مدیریت استرس و صبر و بردباری در این بین، نقش مهمی ایفا می‌کند."

۲-۳- تسهیل راه‌اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال

این محور مشتمل بر قدرت فضای مجازی و رسانه در راه‌اندازی کسب و کار و گسترش آن است. ذیل این عنوان، مؤلفه‌های استفاده از ظرفیت فضای مجازی برای راه‌اندازی کسب و کار، کم شدن محدودیت‌های حضور فیزیکی کسب و کار بانوان با استفاده از پتانسیل فضای مجازی، بازطراحی کسب و کارهای نوپا در بستر وب، امکان استفاده از ابزارهای مبتنی بر وب و هوش مصنوعی در تسهیل فرآیند نظارت بر کسب و کار است. در این زمینه به عنوان نمونه مشارکت کننده (۱۱) بیان داشت:

"فضای مجازی به کسب و کارهای نوپا فرصت ارائه و مطرح شدن ویژه داده است و این موضوع به‌خصوص برای بانوان با توجه به محدودیت‌های اجتماعی حضور ایشان بسیار مؤثر بوده است."

۳- راهبردها

راهبردها، استراتژی‌هایی هستند که باهدف خاصی برای اداره و کنترل پدیده موردنظر صورت می‌پذیرد (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰). راهبردها مبتنی برکنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و بازخورد پدیده موردبررسی هستند. راهبردها هدفمند بوده و به دلیلی صورت می‌گیرند. در پژوهش حاضر تحلیل مصاحبه‌ها نشان‌داد راهبردها در سه محور راهبردهای راه‌اندازی، تأمین مالی و ارزیابی، مورد تأکید مشارکت کنندگان بوده است. نتایج حاصل از تحلیل این بخش از پژوهش در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳: راهبردهای الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب

نمونه بیانات مشارکت کنندگان (کدباز)	کد محوری	کد منتخب
آموزش‌های فردی متناسب با نوع کسب و کار و توان مقابله با تعارض‌های حرفه‌ای برای بانوان		۵ ۴ ۳ ۲ ۱

	راهبردهای راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا بانوان	توانایی خلق ایده بر بستر واقعیت‌های موجود و با درجاتی از خلاقیت
		گسترش ایده و استفاده از زمینه‌های مؤثر در توسعه آن (بیزینس پلن)
		توانایی تیم‌سازی و استفاده از ظرفیت افراد همراه در راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا
	راهبردهای تأمین مالی کسب‌وکار نوپا بانوان	استفاده از مشوق‌های سرمایه‌گذاری برای بانوان صاحب کسب‌وکار نوپا
		توجه به رویکردهای تأمین مالی مبتنی بر بدهی در کسب‌وکار نوپا
		مشوق‌های مالی و مالیاتی برای بانوان صاحب کسب‌وکار نوپا
		استفاده از منابع خود راه‌انداز در تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا بانوان
		استفاده از روش‌های ترکیبی در تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا
	راهبردهای ارزیابی کسب‌وکار نوپا بانوان	توجه به ارزیابی‌های سیکل محور و دوره‌ای در بررسی کسب‌وکارهای نوپا بانوان
		به‌کارگیری رویکردهای خودارزیابی در سنجش میزان پیشرفت کسب‌وکار
		منوط نمودن تخصیص اعتبار به ارزیابی‌های معیارمحور کسب‌وکارهای نوپا
		استفاده از بنیان‌های توسعه کارآفرینی و کسب‌وکار در حوزه ارزیابی اشتغال زنان

تحلیل مصاحبه‌ها و دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش نشان می‌دهد راهبردهای الگوی توانمندسازی کسب‌وکارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب را می‌توان در سه مؤلفه محوری مذکور سازمان داد که در ادامه به تشریح هر کدام از این راهبردها خواهیم پرداخت:

۱-۳- راهبردهای راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا بانوان

ازجمله راهبردهای ارائه‌شده این زمینه را می‌توان به راهبردهای راه‌اندازی اشاره نمود که قدم اول در این راستا است و مشتمل بر مؤلفه‌های آموزش‌های فردی متناسب با نوع کسب‌وکار و توان مقابله با تعارض‌های حرفه‌ای برای بانوان، توانایی خلق ایده بر بستر واقعیت‌های موجود و با درجاتی از خلاقیت، گسترش ایده و استفاده از زمینه‌های مؤثر در توسعه آن (بیزینس پلن)، توانایی تیم‌سازی و استفاده از ظرفیت افراد همراه در راه‌اندازی کسب‌وکار نوپا بودند که در صورتی این مؤلفه در توان راه‌اندازی مؤثر خواهد بود که به جنبه‌های مختلف آن توجه شود: در این زمینه به‌عنوان نمونه مشارکت‌کننده (۳) بیان داشت:

"راه‌اندازی یک کسب‌وکار نوپا در درجه اول اهمیت قرار دارد و اگر قرار است که کسب‌وکار پیشرفت داشته باشد باید قدم اول به‌درستی برداشته شود و راهبردهایی در این زمینه ارائه شود."

۲-۳- راهبردهای تأمین مالی کسب‌وکار نوپا بانوان

تحلیل نظرات مشارکت‌کنندگان در پژوهش نشان‌دهنده این نکته می‌باشد که توجه به ابعاد تأمین مالی به‌عنوان راهبردی مؤثر می‌تواند زمینه بهبود کسب‌وکار نوپا بانوان را فراهم سازد. در این زمینه طبق نظرات مشارکت‌کنندگان شاخص‌هایی چون استفاده از مشوق‌های سرمایه‌گذاری برای بانوان صاحب کسب‌وکار نوپا، توجه به رویکردهای تأمین مالی مبتنی بر بدهی در کسب‌وکار نوپا، مشوق‌های مالی و مالیاتی برای بانوان صاحب کسب‌وکار نوپا، استفاده از منابع خود راه‌انداز در تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا بانوان، استفاده از روش‌های ترکیبی در تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا مورد تأکید بود. در این باره به بیان نقل قول تعدادی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش بسنده می‌کنیم.

مشارکت کننده (۵) بیان داشت: "بهره که با روش های مختلف مثل ایجاد بدهی و یا استفاده از مشوق های مالیاتی به نگهداشت و تأمین مالی کسب و کارهای نوپا کمک کرد تا پا بگیرن و رشد کنند."

۳-۳ راهبردهای ارزیابی کسب و کار نوپا بانوان

از دیگر راهبردهای مؤثر بر موضوع، توسعه راهبردهای ارزیابی کسب و کار است. ذیل این شاخص کدهای توجه به ارزیابی های سیکل محور و دوره ای در بررسی کسب و کارهای نوپا بانوان، به کارگیری رویکردهای خودارزیابی در سنجش میزان پیشرفت کسب و کار، منوط نمودن تخصیص اعتبار به ارزیابی های معیار محور کسب و کارهای نوپا، استفاده از بنیان های توسعه کارآفرینی و کسب و کار در حوزه ارزیابی اشتغال زنان احصا گردید.

در این باره مشارکت کننده (۷) بیان داشت: باید به ارزیابی کسب و کارهای نوپا توجه ویژه شود مثلاً برای بانوان در این زمینه کلاس های آموزش برگزار شود و ارزیابی هایی از سوی سازمان ها وجود داشته باشد باهدف کمک به توسعه آنها."

۴-عوامل زمینه ای

عوامل زمینه ای نشان دهنده یکسری خصوصیات ویژه است که به پدیده های دلالت می کند و محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده های در طول یک بُعد است که پدیده در آن نهفته است (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰). نتایج حاصل از تحلیل این بخش از پژوهش در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴: عوامل زمینه ساز الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب

کد منتخب	کد محوری	نمونه بیانات مشارکت کنندگان (کد باز)
عوامل زمینه ای و بستری	هنجار سازی اجتماعی	میزان اهمیت اجتماع به پذیرش کسب و کارهای نوپا و استقبال از آن
		پذیرش اجتماعی زنان برای انجام فعالیت ها و شرکت در نقش های اجتماعی همچون راه اندازی کسب و کار
		میزان اعتماد سازی عمومی به کسب و کارهای نوپا با مدیریت بانوان
		کار تیمی و گروهی برای دستیابی به اهداف جمعی همچون طراحی نظام جامع کمک به کسب و کارهای نوپا
		فرهنگ حاکم بر جامعه در زمینه مشارکت پذیری در جریان فرایندهای شغلی - اجتماعی برای بانوان
	مدیریت فضای کسب و کار	میزان اهمیت و توجه به بستر سازی های فضای کسب و کار نوپا برای بانوان
		میزان ارتباط با مراکز علمی و فناوری برای مدیریت کسب و کارهای نوپا
		میزان تسهیل روند کسب و کار برای بانوان
		نگاه سیستمی به کارآفرینی و اشتغال پایدار بانوان از سوی دستگاه های اجرایی کشور
	دانش اقتصادی - شغلی	میزان آشنایی بانوان با زمینه های مالی و استقلال در بازارهای مالی
		تجربه محوری در زمینه استفاده از حمایت های مالی بخش دولتی
		توانایی مدیریت جریان نقدینگی در راستای توسعه کسب و کار
		میزان توانمندی در تحلیل رفتار مشتریان کسب و کار

مقوله شرایط زمینه ای همان طور که در جدول ۴ ملاحظه می شود، شامل عوامل زمینه ای و بستری مشتمل بر ۳ بخش هنجار سازی اجتماعی، مدیریت فضای کسب و کار، دانش اقتصادی - شغلی می شود که در ادامه به تفکیک و ترتیب به ارائه نقطه نظر های مرتبط با هر کد پرداخته می شود.

۱-۴- هنجار سازی اجتماعی

این عوامل از مهم ترین عوامل مؤثر در پیدایش زمینه های اجتماعی وضعیت کسب و کار نوپا بانوان و فرهنگ حاکم بر آن است. با توجه به تحلیل نظرات مشارکت کنندگان آنچه از مجموع کدهای قرار گرفته در این بخش احساس می شود این است که محیط و فرهنگ حاکم بر اجتماعات حرفه ای و تخصصی اشتغال بانوان، بخش عمده ای از بسترهای شکل گیری و نهادینه سازی اهداف کسب و کار را شامل می شود. این دسته از عوامل مشتمل بر میزان اهمیت اجتماع به پذیرش کسب و کارهای نوپا و استقبال از آن، پذیرش اجتماعی زنان برای انجام فعالیت ها و شرکت در نقش های اجتماعی همچون راه اندازی کسب و کار، میزان اعتماد سازی عمومی به کسب و کارهای نوپا با مدیریت بانوان، کار تیمی و گروهی برای دستیابی به اهداف جمعی همچون طراحی نظام جامع کمک به کسب و کارهای نوپا، فرهنگ حاکم بر جامعه در زمینه مشارکت پذیری در جریان فرایندهای شغلی- اجتماعی برای بانوان بود. در ادامه برای نمونه نقل قول هایی از مشارکت کنندگان در پژوهش بیان می شود.

به عنوان نمونه مدیر (۵) بیان داشت: "ورود زنان به حوزه کسب و کارهای نوپا علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی- اجتماعی محلی می تواند تأثیر بسیار مهمی بر رشد و توسعه پایدار کشورها بگذارد. باین حال، چالش های زیادی برای توسعه کسب و کارهای نوپا و استارت آپی توسط زنان وجود دارد."

۲-۴- مدیریت فضای کسب و کار

طبق بیانات مشارکت کنندگان در پژوهش، مدیریت فضای کسب و کار و عوامل مؤثر بر آن از جمله بخش های مورد توجه کسب و کار نوپا است. مدیریت فضای کسب و کار با مؤلفه هایی همچون میزان اهمیت و توجه به بستر سازی های فضای کسب و کار نوپا برای بانوان، میزان ارتباط با مراکز علمی و فناوری برای مدیریت کسب و کارهای نوپا، میزان تسهیل روند کسب و کار برای بانوان، نگاه سیستمی به کارآفرینی و اشتغال پایدار بانوان از سوی دستگاه های اجرایی کشور. شناسانده شد.

در این زمینه به عنوان مثال مشارکت کننده (۱۲) بیان کرد: "به نظرم سازمان با برنامه هایی که در زمینه های تخصصی برگزار می کند می تونه زمینه ساز رشد کسب و کار نوپا بانوان بشود، مثلاً همین سازمان ها و برنامه های آموزشی که برگزار می شود. من خودم شرکت می کنم و هر دفعه هم از مسئولین تشکر می کنم که به خودشون زحمت میدن و این برنامه ها تدارک می بینن."

۳-۴- دانش اقتصادی- شغلی

از دیگر زمینه های مؤثر بر کسب و کار نوپا بانوان عوامل مرتبط با دانش مالی است. به اعتقاد مشارکت کنندگان در پژوهش عوامل تخصصی به دلیل این که بخش عمده از اجرای برنامه های اشتغال محور است می تواند خیلی مؤثر باشد. طبق احصا پژوهشگران، میزان آشنایی بانوان با زمینه های مالی و استقلال در بازارهای مالی، تجربه محوری در زمینه استفاده از حمایت های مالی بخش دولتی توانایی مدیریت جریان نقدینگی در راستای توسعه کسب و کار، میزان توانمندی در تحلیل رفتار مشتریان کسب و کار مؤثر است در ادامه به بیان نمونه ای از نقل قول های مرتبط با این عوامل پرداخته می شود.

به عنوان نمونه مشارکت کننده (۶) بیان داشت: "من برخی از افراد را ملاقات می کنم که بی اطلاعات از شبکه های اجتماعی را مثل یک سند افتخار ارائه می کنند. این امر تا حدودی بین افراد بالای ۳۰ سال جا افتاده است. شاید شما هم یکی از این افراد باشید. اما آیا شما می خواهید مشتریانی که در نقشه اجرایی به عنوان هدف معین کردید ملاقات کنید یا نه؟"

۵- عوامل مداخله گر (محدود کننده)

در بین تجارب مشارکت کنندگان، برخی از عوامل سازمانی و انسانی به عنوان محدود کننده کسب و کارهای نوپا بانوان بیان شدند. این عوامل مانع از اثربخشی برنامه‌های مربوط به اهداف در این حیطه می‌شوند. نتایج این بخش از یافته‌ها در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول ۶: عوامل مداخله‌ای محدود کننده کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب

نمونه بیانات مشارکت کنندگان (کدباز)		کد محوری	کد منتخب
نگاه سنتی و غیر کارشناسانه به کارکرد اجتماعی نیمی از جمعیت (زنان)		مسائل ساختاری اشتغال بانوان	چالش های محدود کننده کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب
وجود نگاه بالا به پایین در طراحی و اجرای برنامه های اشتغال بانوان و کم توجهی به دیدگاه های فردی ایشان			
کم توجهی به تغییر ساختارهای سنتی و قدیمی کسب و کار برای بانوان			
شکاف دستمزد در حوزه اشتغال بانوان			
تعارضات خانوادگی در تقسیم نقش اجتماعی زنان			
کم توجهی به ایجاد فرصت های برابر اشتغال پذیری برای زنان		چالش های حمایتی - مدیریتی	
ضعف مدیریت تقویت جایگاه شغلی زنان در بخش های نوپا و استارتاپ ها			
ضعف در حمایت از کسب و کارهای نوپا برای مدیران			
کم توجهی به ایجاد تسهیلات اشتغال آفرین برای زنان			
غفلت از به روزآوری قانون جامع حمایت از زنان در راستای اهداف شغلی کسب و کار نوپا		غفلت از حوزه های نوین کسب و کار	
محدودیت شبکه های اجتماعی و بسترهای نوین کسب و کار			
سیطره نگاه سنتی به کسب و کار			
کم توجهی به استفاده از ابزارهای نوین هوش مصنوعی و تسهیل کاربرد آن در کسب و کارهای نوپا			
ضعف اکوسیستم کارآفرینی به دلیل عدم ثبات اقتصادی و اجتماعی			

نتایج حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد که موانع و چالش‌های کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب را می‌توان در ۳ دسته اصلی مسائل ساختاری اشتغال بانوان، چالش‌های حمایتی - مدیریتی، غفلت از حوزه‌های نوین کسب و کار قرارداد. که در ادامه به شرح و بسط این چالش‌ها پرداخته می‌شود.

۵-۱- مسائل ساختاری اشتغال بانوان

این دسته از عوامل محدود کننده مربوط به عوامل مؤثر و موجود در ساختار اجتماعی - قانونی در اشتغال و کسب و کار بانوان است و طبق دسته‌بندی پژوهشگران مشتمل بر عواملی همچون نگاه سنتی و غیر کارشناسانه به کارکرد اجتماعی نیمی از جمعیت (زنان)، وجود نگاه بالا به پایین در طراحی و اجرای برنامه‌های اشتغال بانوان و کم توجهی به دیدگاه‌های فردی ایشان، کم توجهی به تغییر ساختارهای سنتی و قدیمی کسب و کار برای بانوان، شکاف دستمزد در حوزه اشتغال بانوان، تعارضات خانوادگی در تقسیم نقش اجتماعی زنان است. در این باره، مشارکت کننده (۱۵) معتقد است: "گرچه حضور فعال زنان در امور روزمره زندگی بویژه در خانه‌داری و تربیت کودکان آشکار است، اما نقش حساس آن‌ها در تولید و توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی جامعه چندان که باید محسوس نبوده است. از سوی دیگر وجود این باور در میان برخی از مردان که «نیازی به کار زنان نیست» و «جای زن در خانه است» هنوز در جامعه وجود دارد"

۵-۲- چالش‌های حمایتی - مدیریتی

به عقیده مشارکت‌کنندگان آنچه در بحث حمایت از کسب‌وکارهای نوپا بانوان اتفاق می‌افتد می‌تواند محدودکننده اشتغال ایشان باشد. پژوهشگران عوامل مرتبط با این بخش مشتمل بر کم‌توجهی به ایجاد فرصت‌های برابر اشتغال‌پذیری برای زنان

ضعف مدیریت تقویت جایگاه شغلی زنان در بخش‌های نوپا و استارت‌آپ‌ها، ضعف در حمایت از کسب‌وکارهای نوپا برای مدیران، کم‌توجهی به ایجاد تسهیلات اشتغال‌آفرین برای زنان، غلت از به‌روزرسانی قانون جامع حمایت از زنان در راستای اهداف شغلی کسب‌وکار نوپا است.

در این رابطه مشارکت‌کننده (۵) بیان داشت که: "تسهیلات تقریباً در ایران برای راه‌اندازی مشاغل همواره مدنظر دولت بوده است اما چرا برای اشتغال بانوان به‌خصوص در بخش‌های خلاقیتی بعضی از موانع گرفتن تسهیلات را کم نمی‌کنند یا برنامه‌هایی این‌چنینی که مشوق باشد؟"

۵-۳- غفلت از حوزه‌های نوین کسب‌وکار

به عقیده مشارکت‌کنندگان شرکت‌کننده در پژوهش بخشی از محدودیت‌های کسب‌وکارهای نوپا بانوان مرتبط با بی‌توجهی به اکوسیستم‌های نوآور در این زمینه است. این محور مشتمل بر مؤلفه‌هایی همچون محدودیت شبکه‌های اجتماعی و بسترهای نوین کسب‌وکار، سیطره نگاه سنتی به کسب‌وکار، کم‌توجهی به استفاده از ابزارهای نوین هوش مصنوعی و تسهیل کاربرد آن در کسب‌وکارهای نوپا، ضعف اکوسیستم کارآفرینی به دلیل عدم ثبات اقتصادی و اجتماعی است. در ادامه به نقل قول‌هایی در این باره استناد می‌شود:

مشارکت‌کننده (۹) بیان داشت: "کارآفرینان ما از حوزه‌های نوین مثل شبکه‌های اجتماعی ممکن است ضربه‌های مهلکی بخورند مثلاً همین فیلتر شدن شبکه‌های اجتماعی و کسب‌وکارهایی که بر این بستر شکل گرفته است."

۶- پیامدها

پیامدهای الگوی طراحی شده توانمندسازی کسب‌وکارهای نوپا بانوان مبتنی بر وب، ورود موفق زنان به حوزه کسب‌وکارهای نوپا و استفاده از ظرفیت‌های نوپدید این حوزه است که این پیامدها، زمینه بهره‌وری از استعدادها، پتانسیل‌ها و منابع انسانی و مالی را فراهم می‌کند که باید مورد توجه ویژه قرار گیرد.

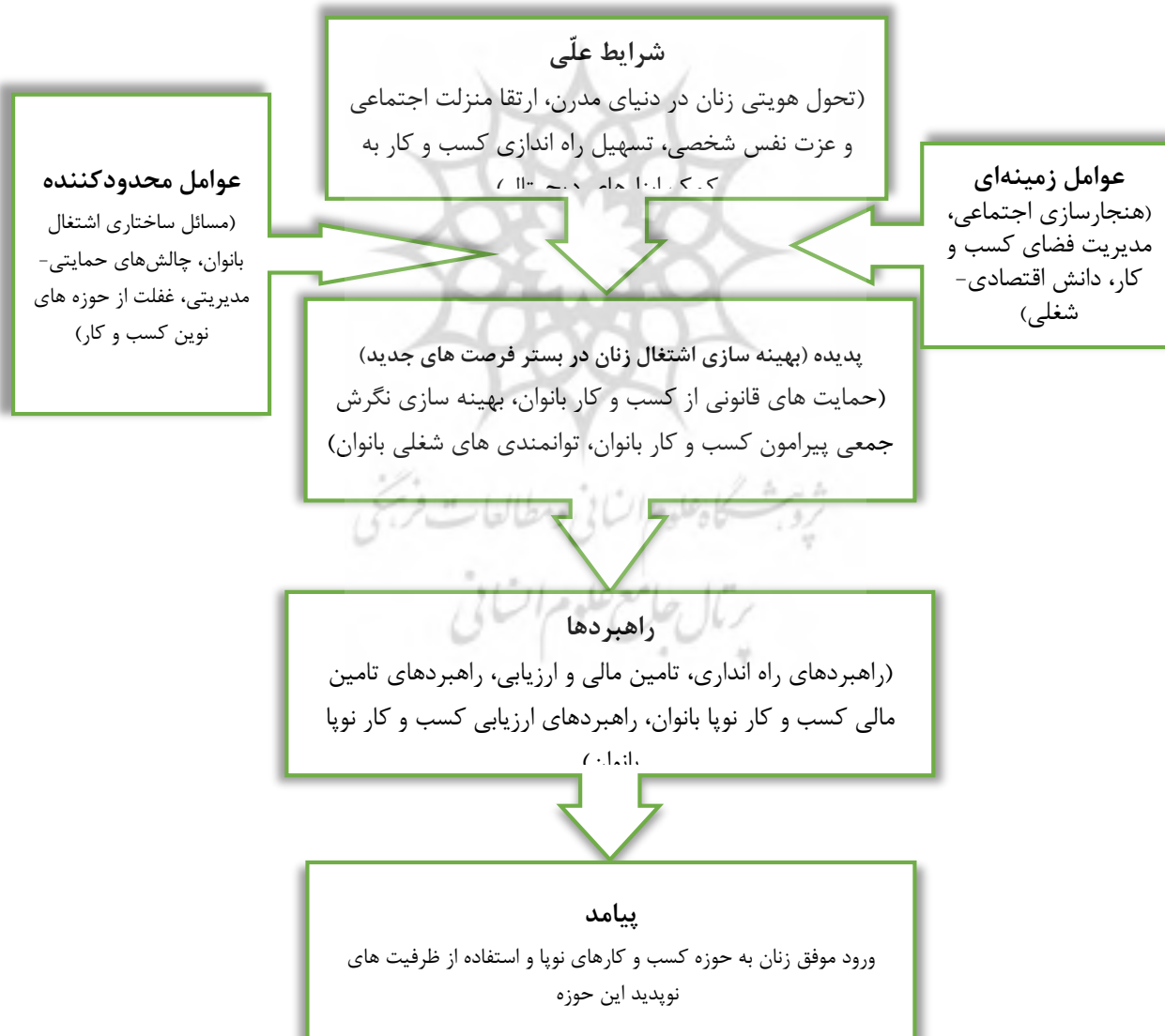
مدل پارادایمی برآمده از داده‌ها

در منابعی که به معرفی روش‌شناسی گراند تئوری پرداخته‌اند، این مرحله را دستورالعمل طبیعی مرحله کدگذاری انتخابی، دانسته‌اند و خوش‌بینانه اظهار داشته‌اند که تجزیه و تحلیل پایانی به‌منظور تکوین نظریه، در این مرحله، صورت می‌گیرد. با توجه به مؤلفه‌های پدیدار شده از دل داده‌ها، در مورد رخدادها و موفقیت‌ها، تصویر غنی‌تری از مفاهیم و مؤلفه‌ها، فراهم می‌گردد. در رمزگذاری گزینشی، به پالایش یافته‌های قبلی پرداخته می‌شود و با طی این فرایند، درنهایت، چارچوبی نظری پدیدار می‌شود (چارمز و بریان^۱، ۲۰۱۰) می‌توان گفت، ماهیت این مرحله از دیگر مراحل قبلی مجزا است. مرحله مدل‌سازی، نیاز به تفکر، ابتکار، خلاقیت و خبرگی پژوهشگر دارد. مرحله بسیار دشوار که حتی بیش از مرحله

^۱ Charmaz & Brayan

جمع آوری داده‌ها، دقت و نیرو به خود اختصاص می‌دهد. پس از به دست آوردن مقوله‌ها، به تهیه و طراحی مدل، بر مبنای عوامل علی، عوامل بازدارنده (محدودیت‌ها)، عوامل زمینه‌ساز و ابعاد و راهبردهای غنی‌سازی، پرداختیم و سپس پیامدهای آن پرداخته

محوری پژوهش شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها مشخص شد. با توجه به کدگذاری باز، محوری و انتخابی؛ مدل پارادایمی الگوی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب در سازمان در شکل شماره ۱ ارائه شده است. بنا به نظر کرسول (۲۰۰۵) یک نظریه پرداز زمینه بنیاد می‌تواند نظریه خود را به سه شیوه ممکن ارائه نماید: به صورت نمودار، به شکل تشریحی و روایت یک داستان و یا به صورت مجموعه‌ای از گزاره‌ها. در این پژوهش مدل خلق شده به شکل نمودار ارائه می‌شود؛ بدین منظور ابتدا از طریق نمودار الگوی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب ارائه می‌گردد. در این مدل به طور شماتیک به ابعاد و محورهای تأثیرگذار در زمینه ساز الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب در سازمان اشاره شده است و سعی شده که به کامل ترین شکل ممکن بیانگر خلاصه نتایج پژوهش باشد.



شکل ۱: الگوی طراحی شده توانمندسازی کسب و کارهای نوپا بانوان مبتنی بر وب

بحث و نتیجه گیری

کسب و کارهای نوپا در دنیای کنونی به عنوان فرصت شغلی و گسترش ایده‌های ذهنی در بستر کسب و کار تعریف شده است، لذا با توجه به اهمیت این مقوله برای زنان، پس از تحلیل و تبیین مبانی آن، مصاحبه‌های ضبط شده، به صورت سطر به سطر بررسی، مفهوم پردازی، مقوله بندی و سپس، بر اساس مشابهاات، ارتباط مفهومی و ویژگی های مشترک کدهای باز، محوری و منتخب (طبقه ای از مفاهیم) مشخص شدند. ماحصل این تحلیل، ارائه الگو شامل ۶ محور است که در ادامه به تبیین آن پرداخته می شود.

شرایط محوری: مقوله محوری مضمون اصلی پژوهش است که اگرچه از درون پژوهش بیرون می آید اما یک مفهوم انتزاعی است. در پژوهش حاضر مرکز ثقل الگوی توانمندسازی کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب، بهینه سازی کسب و کار زنان در بستر فرصت های جدید استخراج گردید. در این زمینه تحلیل مصاحبه ها به سه مقوله حمایت های قانونی از کسب و کار بانوان، بهینه سازی نگرش جمعی پیرامون کسب و کار بانوان، توانمندی های شغلی بانوان منجر شد. به عقیده نگارنده ضعف در برنامه ریزی کلان با اشاره به نوع نگاه در طراحی برنامه های حمایت از کسب و کار بانوان به نیازسنجی و مشارکتی سازی برنامه اشاره دارد که زمینه به وجود آمدن این پدیده محوری را به وجود آورده است. محور دوم بهینه سازی نگرش جمعی پیرامون کسب و کار بانوان است که به رفع نگرش های جنسیتی پیرامون کسب و کار بانوان و استفاده از ظرفیت ایشان در امور اقتصادی اشاره داشت و محور سوم، توانمندسازی شغلی بانوان است که به جایگاه ارتقا مهارت های ارتباطی و کارگروهی بانوان برای دستیابی و ارتقا شغلی ایشان می پردازد، یافته های پژوهش در این بخش با یافته های حنیف زاده و همکاران (۱۴۰۲) و هارینگتون (۲۰۱۶) از حیث توجه به جایگاه دولت و نگرش های جمعی در بهبود یا راه اندازی کسب و کارهای نوپا همخوانی دارد.

شرایط علی: شرایط علی در پژوهش نشان دهنده شرایط و مفاهیمی است که پدیده اصلی متأثر از آن است در این پژوهش شرایطی و عواملی را که بر مقوله محوری یعنی بهینه سازی کسب و کارهای نوپا زنان با استفاده از فرصت های جدید اثرگذار است، محورهای تحول هویتی زنان در دنیای مدرن، ارتقا منزلت اجتماعی و عزت نفس شخصی، تسهیل راه اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال است. مؤلفه های این محور بیشتر بر تغییر جایگاه و نگاه به زنان در عرصه های اجتماعی اشاره دارد که از طرفی معلول ارتقا منزلت و توانمندی های شخصی ایشان است و از طرفی علت آن نیز می تواند عنوان شود، در این مسیر توجه به تسهیل راه اندازی کسب و کار به کمک ابزارهای دیجیتال محور نیز به استفاده از بسترهای نوین برای راه اندازی و اشاعه کسب و کار به خصوص کسب و کارهای نوپا تأکید داشته است که زمینه حضور بیشتر زنان در این عرصه را فراهم ساخته است. یافته های پژوهش در این بخش با یافته های پژوهش ویلان و همکاران (۲۰۱۸) از نظر استفاده از فناوری برای راه اندازی کسب و کار و استارت آپ های مؤثر در حوزه اشتغال بانوان قرابت دارد.

راهبردها: راهبردها، استراتژی هایی هستند که باهدف خاصی برای اداره و کنترل پدیده مورد نظر صورت می پذیرد. در پژوهش حاضر تحلیل مصاحبه ها نشان دهنده ابعاد سه گانه راه اندازی، تأمین مالی و ارزیابی کسب و کار نوپا در حوزه راهبردی بود. راهبردهای ارائه شده در زمینه راه اندازی کسب و کار به قدم اصلی و اولیه در این زمینه اشاره دارد که با استفاده از مؤلفه هایی همچون داشتن ایده و سپس طرح کسب و کار می تواند به زنان در برداشتن قدم اول کمک نماید، محور دوم در نگهداشت و تأمین مالی حوزه کسب و کار است و به استفاده از مشوق های سرمایه گذاری برای بانوان صاحب

کسب و کار نوپا و همچنین شیوه‌های مختلف استفاده برای تأمین مالی کسب و کارهای نوپا اشاره دارد. در انتها راهبردهای ارزیابی کسب و کارهای نوپا با تأکید داشتن بر جنبه‌های بررسی و بهسازی کسب و کار از طریق نمودهای درونی و بیرونی آن عنوان گردید که مؤلفه‌های آن نیز حول بررسی‌های دوره‌ای کسب و کار می‌گردد. یافته‌های پژوهش در این بخش بیشتر برگرفته از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان و منطبق بر نتایج پژوهش‌های حوزه کسب و کارهای نوپا همچون حنیف زاده و همکاران (۱۴۰۰) و فلاح (۱۴۰۰) است که برای موفقیت کسب و کارهای نوپا از راه‌اندازی تا ارزیابی آن را مؤثر دانسته‌اند، همخوانی دارد.

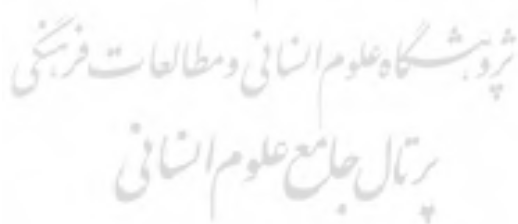
عوامل زمینه‌ای: عوامل زمینه‌ای نشان‌دهنده یکسری خصوصیات ویژه است که به پدیده‌های دلالت می‌کند. در پژوهش حاضر زمینه‌های شکل‌گیری پدیده محوری، مشتمل بر سه بخش هنجار سازی اجتماعی، مدیریت فضای کسب و کار، دانش اقتصادی- شغلی بود. هنجار سازی اجتماعی با توجه به آنچه از مجموع کدهای قرار گرفته در این بخش احساس شده بود ناظر بر محیط و فرهنگ حاکم بر مقوله اشتغال بانوان و کسب و کار ایشان است که بخش عمده‌ای از بسترهای شکل‌گیری و نهادینه‌سازی اهداف کسب و کار بانوان را شامل می‌شود. زمینه مدیریت فضای کسب و کار، ناظر بر ویژگی‌های کسب و کارهای نوپا است که بر میزان اهمیت و توجه به بستر سازی‌های فضای کسب و کار نوپا برای بانوان و مؤلفه‌هایی همچون میزان ارتباط با مراکز علمی و فناوری برای مدیریت کسب و کارهای نوپا می‌پردازد و این ابعاد را در بستر سازی برای این حوزه مؤثر می‌داند. در انتها دانش اقتصادی- شغلی ناظر بر علم اقتصاد و توانایی‌های دانشی زنان برای استفاده از ظرفیت‌های این حوزه اشاره دارد که این بستر با حضور بیشتر زنان در عرصه اجتماعی رشد یافته است. یافته‌های پژوهش در این بخش بیشتر با یافته‌های براری جیرندهی، سجادی و داوری (۱۴۰۲) از حیث داشتن دانش مؤثر کسب و کار در دنیای معاصر و هنجارهای اجتماعی برای موفقیت کسب و کار همخوانی دارد.

عوامل محدود کننده: عوامل محدود کننده، مانع از اثربخشی برنامه‌های مربوط به اهداف در حیطه عملی می‌شود. موانع و چالش‌های محدود کننده کسب و کارهای نوپای بانوان مبتنی بر وب را در سه دسته اصلی مسائل ساختاری اشتغال بانوان، چالش‌های حمایتی- مدیریتی، غفلت از حوزه‌های نوین کسب و کار قرار گرفتند. چالش‌های ساختاری به ضعف‌های ساختاری نظام اشتغال اعم از حوزه‌های طراحی تا اجرا اشاره دارد و در این زمینه وجود نگاه بالا به پایین در طراحی و اجرای برنامه‌های اشتغال باوان، کم‌توجهی به تغییر ساختارهای سنتی و قدیمی اشتغال بانوان و غفلت از ساختارهای نوین اشتغال در حوزه‌های نوین مانند استارت‌آپ‌ها و ... را بسیار مؤثر می‌داند. محور دوم چالش‌های حمایتی- مدیریتی است که مشتمل بر ابعاد مدیریت و نظارتی برنامه‌های اشتغال و همچنین اجرای برنامه‌های اشتغال محور بانوان اشاره داشت. محور سوم غفلت از حوزه‌های نوین کسب و کار است که بخشی از محدودیت‌های کسب و کارهای نوپا بانوان را مرتبط با بی‌توجهی به اکوسیستم‌های نوآور در این زمینه و استفاده از بسترهای نوین آن می‌داند، یافته‌های پژوهش در این بخش بیشتر برآمده از مصاحبه‌های میدانی و واقعیت‌های کسب و کار نوپا بانوان است و تا حدودی با یافته‌های غفاری چراتی و همکاران (۱۴۰۰) و تابلی، عسکری و نمازیان (۱۴۰۲) از نظر توجه به جنبه‌های حمایتی از اشتغال بانوان و ابعاد مؤثر فناوری در رشد و پیشرفت آن همخوانی دارد.

در جهان امروز اشتغال پایدار زنان به عنوان یکی از محورهای نوین در مدیریت کسب و کار اجتماعی مورد توجه است. توجه به اشتغال مناسب و پایدار زنان در بستر مجازی این نوید را فراهم می‌آورد که بانوان بتوانند در زمینه سایر وظایف اجتماعی و خانوادگی خود نیز موفق باشند. در این پژوهش سعی کردیم هر چند به مقدار کم به ترسیم زمینه‌های

توانمندسازی بانوان در کسب و کارهای اینترنتی گامی کوچک در مدیریت این فرآیند برداریم. با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به یافته‌های بُعد محوری در زمینه اشتغال بانوان باید زمینه‌های قانونی برای اشتغال بانوان در محیط مجازی فراهم آید و بسترهای لازم در این زمینه فراهم گردد. در این زمینه می‌توان با قوانین مالیاتی و قوانین تسهیل‌گر اشتغال بانوان در فضای مجازی، اشتغال پایدار بانوان در این بستر را تسهیل کرد.
- از دیگر ابعاد مورد اشاره مشارکت‌کنندگان زمینه‌سازی فرهنگی در مورد اشتغال اینترنتی بانوان است، در این زمینه پیشنهاد می‌شود در زمینه اشتغال بانوان در فضای مجازی فرهنگ‌سازی لازم صورت بگیرد.
- در زمینه تأمین مالی کسب و کارهای بانوان پیشنهاد می‌شود از رویکردهای تأمین مالی جمعی و ترکیبی استفاده شود. در این زمینه می‌توان با استفاده از ابزارهایی چون بورس و تعاونی‌های زمینه تأمین مالی را فراهم آورد.
- با توجه به نقش دانش اقتصادی بانوان پیشنهاد می‌شود به استقلال مالی و دانش مدیریت مالی بانوان توجه شود.
- با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده در بُعد مداخله‌ای پیشنهاد می‌شود به ساختار اشتغال بانوان و مسائل اکوسیستمی در اشتغال بانوان در بسترهای مجازی توجه شود.



منابع

- براری جیرندهی، آذر؛ سجادی، سید مجتبی و داوری، علی (۱۴۰۲). طراحی الگوی تاب‌آوری کسب و کارهای نوپا: مسیری به سوی آینده نگاری کسب و کارهای نوپا. **نشریه آینده پژوهی ایران**، ۷(۲)، ۱۵۵-۱۷۹. magiran.com/p/۲۵۴۳۵۴۳
- تابلی، حمید؛ عسکری باقرآبادی، محبوبه و نمازیان، رعنا (۱۴۰۲). طرای الگوی کارآفرینی زنان مبتنی بر مشاغل خانگی با استفاده از روش داده بنیاد. **فصلنامه منابع انسانی تحول آفرین**، ۲(۵)، ۱۴-۳۳.
- حنیف زاده، فائزه؛ طالبی، کامبیز؛ سجادی، سید مجتبی و کمال سخدری، (۱۴۰۰). تأثیر تیم کارآفرینانه بر مقیاس‌پذیری کسب و کارهای نوپا، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، ۱۴(۳)، ۴۲۱-۴۴۰. magiran.com/p/۲۳۶۵۶۳۳
- داوری کیش، راضیه؛ مهرگان، نادر و جعفری سرشت، داوود. (۱۴۰۰). تأثیر نامتقارن ادوار تجاری بر اشتغال زنان. **نظریه‌های کاربردی اقتصاد**، ۸(۲)، ۲۳۹-۲۶۶.
- دیواندردی، تکتیم و پورعبدالله، کبری (۱۳۹۵). پیشرفت فرهنگی و آسیب شناسی اشتغال زنان. **پژوهش نامه اسلامی زنان و خانواده**، ۴(۶)، ۸۹-۱۰۹.
- شریفی، زینب؛ ایروانی، هوشنگ و دانشورعامری، ژیللا. (۱۳۹۸). بررسی گرایش زنان روستایی به اشتغال (مورد مطالعه: زنان روستایی شهرستان نجف آباد). **زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)**، ۱۰(۱) (مسلسل ۳۷)، ۲۱۷-۲۳۵.
- شیرازی، عطا (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت بندی عوامل پیش برنده ی در راستای ارتقاء کسب و کارهای نوپا در حوزه ی بانوان، **دهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت**.
- غفاری چراتی، علی اکبر؛ قنادزادگان، حسینعلی؛ حسن زاده، رمضان و عباسی، قدرت الله (۱۴۰۰). اثربخشی مهارتهای مبتنی بر پذیرش و تعهد بر میزان پذیرش اجتماعی و احساس تنهایی در بانوان، **فصلنامه خانواده و پژوهش**، ۱۸(۲)، ۱۰۷-۱۲۰.
- فروتن، یعقوب و شجاعی قلعه نی، مینا. (۱۳۹۸). رویکرد اجتماعی به اشتغال زنان در ایران. **مجله جامعه‌شناسی ایران**، ۲۰(۴)، ۳۳-۵۷.
- فلاح، محمدرضا. (۱۴۰۰). ارائه چارچوبی برای ورود موفق دختران دانشجو به حوزه کسب و کارهای نوپا. **چشم انداز مدیریت بازرگانی (چشم انداز مدیریت (پیام مدیریت)**، ۲۰(۴۶) (۷۹)، ۳۹-۶۴. <https://sid.ir/paper/fa1039438SID>
- قاسمی، ابراهیم و جمالو، رقیه (۱۳۹۸). بررسی عدالت جنسیتی و تأثیر آن بر اشتغال زنان. **نشریه مطالعات فقهی و حقوقی زن و خانواده**، ۲(۳)، ۷۷-۹۷. magiran.com/p/۲۱۹۳۷۵۱
- کربلائى اسماعیل، حمیدرضا؛ مینوئی، مهرزاد؛ حقیقت منفرد، جلال (۱۳۹۹). طراحی مدل اشتغال حمایت شده دولتی در راستای توسعه کارآفرینی معلولان کشور. **رفاه اجتماعی**، ۲۰(۷۹)، ۴۰۷-۳۶۷.
- ندافی، راضیه و احمدوند، مصطفی. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش‌شناسی کیو. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی**، ۱۰(۳)، ۵۱۷-۵۳۴.

- Blank, S. (2020). *The four steps to the epiphany: successful strategies for products that win*: John Wiley & Sons.
- Bocken, N., Strupeit, L., Whalen, K., & Nußholz, J. (2019). *A review and evaluation of circular business model innovation tools*. *Sustainability*, 11(8), 2210.
- Drivas, D. Kouis, D. Kyriaki-Manessi, F.(2022). *Giannakopoulou Social media analytics and metrics for improving users engagement*. *Knowledge*, 2 (12), 225-242.
- Sakas, D.P., Reklitis, D.P, Giannakopoulos, N.T & Trivellas, P. (2023). The influence of websites user engagement on the development of digital competitive advantage and digital brand name in logistics startups. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 21-46.
- Sedláček, P., & Sterk ,V. (2017). *The growth potential of startups over the business cycle*. *American Economic Review*, 107(10), 3182-3210.
- Unterkalmsteiner, M., Abrahamsson, P., Wang, X., Nguyen-Duc, A., Shah, S., Bajwa, S. S.,... Dennehy, D. (2016). Software startups—a research agenda. *eInformatica Software Engineering Journal*, 10(1), 89-123.
- Villani, E., Linder, C., & Grimaldi, R. (2018). Effectuation and causation in sciencebased new venture creation: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 83(1), 173-185.



A model for empowering women's start-up businesses based on the web in order to improve women's employment

Iman Mukhlisi¹, Afsaneh Zamani Moghadam², Fatemeh Azizabadi Farahani³

Abstract

The aim of the present study was to design a model for empowering women's web-based start-ups. For this purpose, the data-driven method based on the Strauss and Corbin approach was used. The statistical population of the study was women entrepreneurs and managers, owners of web-based start-ups, and experts in the subject area. The research data were collected using semi-structured individual interviews, and the statistical sample consisted of 29 participants who were selected in a purposeful theoretical manner. The data were analyzed using the three-stage coding method of Strauss and Corbin (1990). The research findings indicate that optimizing women's employment in the context of new opportunities acts as a pivotal phenomenon and the fields related to social norming, business space management, and economic-career knowledge have an impact on this sector. Also, the causal conditions included the transformation of women's identity in the modern world, the promotion of social status and personal self-esteem, and the facilitation of business startups with the help of digital tools. The limiting factors included structural issues of women's employment, support-management challenges, and neglect of new business areas. The strategies considered were launch, financing, and evaluation strategies, financing strategies for women's start-up businesses, and evaluation strategies for women's start-up businesses. Finally, the web-based model of empowering women's start-up businesses was named as the successful entry of women into the start-up business field and utilizing the emerging capacities of this field.

Keywords: Startups, Women's Employment, Web

¹ . PhD student in Entrepreneurship, Business Orientation, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² . Associate Professor of Educational Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).
a.zanimoghadam@srbiau.ac.ir

³ . Associate Professor of Cultural Affairs Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran