

Original Research

***Presenting a Social Entrepreneurship Model Focused
on Empowering Female-Headed Households in Sistan
and Baluchestan Province***

Aleme Keikha¹

Shahnaz Jafarian²

Abstract

The present study aimed to develop a social entrepreneurship model with an emphasis on empowering female-headed households in the Sistan and Baluchestan Province of Iran. The research population comprised two distinct groups: for the qualitative phase, experts and active entrepreneurs in the field of social entrepreneurship within the Province; and for the quantitative phase, all registered female heads of households listed with the Department of Cooperatives, Labor, and Social Welfare. Data collection tools included semi-structured interviews and a researcher-developed questionnaire based on findings from the qualitative phase. Thematic analysis was employed for qualitative data, while structural equation modeling was used for quantitative analysis, utilizing SPSS version 21 and Smart PLS version 3. The qualitative analysis resulted in the identification of 66 basic themes, 37 organizing themes, and 6 overarching themes, namely: limitations, strategies, barriers, outcomes, capacities, and priorities. Quantitative findings confirmed a good fit for the proposed model of social entrepreneurship aimed at empowering female-headed households in the region. The model, developed and tested in this research, considers components such as local capacities, structural barriers, cultural constraints, practical strategies, and regional

¹. Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Faculty of Economics and Administrative Affairs, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. aleme.keikha@entp.usb.ac.ir
(Corresponding Author)

². M.A in Entrepreneurship, Department of Entrepreneurship, Faculty of Economics and Administrative Affairs, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. shahnaz.jafarian@gmail.com

Submit Date: 2024/29/12

Accept Date: 2025/02/09

DOI: 10.22051/JWSPS.2025.49374.2946



priorities. It provides an operational framework for policymakers, support institutions, and social entrepreneurship practitioners. The implementation of this model can serve as an effective step toward enhancing women's economic participation, reducing social harms related to poverty and deprivation, and fostering sustainable local development.

Keywords

Social Entrepreneurship, Women Empowerment, Female Heads of Households, Providing a Model, Sistan and Baluchestan Province

Introduction

Social and economic transformations in contemporary societies, particularly in developing countries, have resulted in numerous challenges for women. One significant challenge is the growing number of female-headed households, a trend driven by factors such as increasing divorce rates, the death of spouses, and male substance abuse (Sadd et al., 2022). This phenomenon is especially pronounced in Iran, where ongoing economic and social crises have contributed to a notable rise in women heading households (Shibani et al., 2019; Rezaei et al., 2010). These women often face multifaceted economic, social, and psychological difficulties, necessitating targeted attention and support from governmental institutions (Yoosefi Lebni et al., 2020). A key factor contributing to poverty among female-headed households in Iran is the lack of adequate social support and limited access to employment opportunities. The Iranian labor market is predominantly structured to accommodate men, which significantly undermines the income and economic stability of female household heads (Tajmazinani & Ebrahimi, 2021). Consequently, these women frequently experience isolation, depression, and a lack of social support, all of which adversely affect their quality of life and social relationships (Kazemian et al., 2017).

Social entrepreneurship has emerged as a potential solution for improving the livelihoods of female-headed households in Iran. By fostering job creation and economic empowerment, social entrepreneurship enables women to achieve financial independence (Canestrino et al., 2020). Research indicates that involvement in social entrepreneurial ventures enhances women's self-confidence, managerial capabilities, and social networks (Haugh & Talwar, 2016). In light of the pressing need to empower female heads of households and address their economic vulnerabilities, this study examines the impact of social entrepreneurial initiatives on women's empowerment and overall well-being in Sistan and Baluchestan Province. The research aims to identify both structural and individual barriers that hinder the empowerment process and to propose a



practical framework for strengthening their capabilities and improving their living conditions.

Methodology

This study adopted a cross-sectional correlational design. The target population This study employed a mixed-methods approach combining both qualitative and quantitative methods with a practical orientation. The qualitative component was grounded in phenomenological methodology and utilized thematic analysis to identify key components of social entrepreneurship. The qualitative sample consisted of experts in the field of social entrepreneurship from Sistan and Baluchestan Province, all of whom held at least a master's degree and had a minimum of five years of professional experience. Data collection occurred in the year 1403 (2024, Gregorian calendar). Purposive sampling was applied, and theoretical saturation was achieved after conducting 13 semi-structured interviews.

During these interviews, participants were asked to identify factors influencing social entrepreneurship, with a particular focus on empowering female heads of households. The validity of the extracted themes was confirmed using the Lawshe content validity ratio (CVR) and the expert judgment of 11 specialists, with a content validity index (CVI) exceeding 0.59. Reliability was also substantiated, with a test-retest reliability coefficient of 0.82 and an inter-coder agreement rate of 0.84, both indicating a high degree of trustworthiness in the coding process. The quantitative phase of the research was correlational and

descriptive. The statistical population comprised female heads of households officially registered with the ministry of Cooperatives, Labor, and Social Welfare in Sistan and Baluchestan Province in 1403 (2024). Convenience sampling was employed to collect data from 213 participants. A researcher-developed questionnaire, based on the findings from the qualitative phase, served as the primary data collection instrument. The questionnaire's content validity was confirmed using the Lawshe index (0.99), and its reliability was supported by Cronbach's alpha coefficients, all exceeding 0.60 for both individual components and the overall instrument. In the qualitative phase,

interview data were analyzed thematically to identify main and sub-themes related to social entrepreneurship. For the quantitative analysis, data were processed using SPSS version 26 and PLS version 3 software. Structural Equation Modeling (SEM) via Partial Least Squares (PLS) was used to assess the relationships among the identified components and to validate the questionnaire structure.



The findings revealed that the identified components of social entrepreneurship are significantly associated with the empowerment of female heads of households. This research underscores the potential of social entrepreneurship to improve the quality of life for these women by enhancing their skills and expanding their capabilities.

Findings

The findings of the study revealed that the primary objective of the qualitative phase was to develop a social entrepreneurship model tailored to female heads of households in Sistan and Baluchestan Province. This was achieved through thematic analysis, which was conducted in three stages: the identification of foundational themes, the organization of these into broader categories, and the synthesis of overarching themes. Initially, analysis of the interview data yielded 66 foundational themes. These were systematically grouped and refined into 37 organizing themes, which were subsequently consolidated into six overarching themes: limitations, strategies, barriers, outcomes, capacities, and priorities. The content validity index (CVI) confirmed the relevance and appropriateness of all 37 components, culminating in the development of a comprehensive social entrepreneurship model.

In the quantitative phase, this model was evaluated and validated using a questionnaire constructed based on the qualitative findings. After confirming the content validity, the instrument was distributed to the target population. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Squares (PLS) approach. Both convergent and discriminant validity of the constructs were verified, and reliability indices indicated robust internal consistency and measurement reliability. Evaluation of structural model fit indices—including R^2 (coefficient of determination), Q^2 (predictive relevance), and TLI (Tucker-Lewis Index)—demonstrated that the model exhibited a good overall fit.

In conclusion, the proposed social entrepreneurship model presents a viable framework for empowering female heads of households in Sistan and Baluchestan Province, offering actionable insights for policy development and program implementation.

Conclusion

This study explores a social entrepreneurship model aimed at empowering female heads of households in Sistan and Baluchestan Province. The findings identified several key limitations, including entrenched cultural norms, the absence of supportive legislation, low levels of literacy, and restricted access to technology. Additional barriers include widespread societal misconceptions,



gender-based discrimination, economic and political constraints, and a general aversion to risk.

Conversely, several enabling capacities were recognized, such as the influential role of mass media, marketing capabilities, a creative and motivated workforce, and the support of knowledge-based enterprises. These elements have the potential to advance social entrepreneurship through the provision of training programs and infrastructural support.

The proposed solutions emphasize the need for comprehensive support mechanisms, the development of appropriate infrastructure, access to financial and educational resources, and empowerment initiatives aimed at enhancing women's self-confidence and managerial competencies. Although the study is geographically and culturally specific, the proposed model demonstrates strong alignment with scientific standards and exhibits an acceptable model fit. Ultimately, the research highlights the importance of cultivating a supportive entrepreneurial ecosystem and fostering cultural transformation as essential conditions for the successful advancement of women's entrepreneurship in the region.

References

- Aramesh, H., Dehghani, M., & Sarani, S. (2021). Factors affecting social entrepreneurship and empower marginalized women in Zahedan. *Public Management Researches*, 14(52), 143-168. doi: 10.22111/jmr.2021.37556.5386. (In Persian)
- Aziz, K. A., Zulkifli, A. M., & Sarhan, M. L. (2023). Social entrepreneurship for sustainable community development: Investigating the determinants for youths' readiness. *Journal of System and Management Sciences*, 13(1), 444-466. doi: 10.33168/JSMS.2023.0124
- Bhatt Datta, P., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 569-587. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x
- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.01.006
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed., Vol. 1). Wiley-Blackwell.
- Deepti, K., Shukla, G., & Ratnesh, K. (2023). Empowering woman through vocational training: A case study in Delhi NCR. *International Research*



- Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(6), 1-8. doi: 10.56726/IRJMETS42295
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Report from the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Stanford University. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wpcontent/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
- Erdur, D. A. (2021). The role of social entrepreneurship in women's empowerment: Case of Çöp(m)adam. In M. T. Özsağlam (Ed.), *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social Development* (pp. 157–172). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4727-4.ch014>
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Herder and Herder.
- Hassan, N. (2024). Empowering women entrepreneurs: challenges, opportunities, and support strategies: An exploratory analysis. *Journal of Contemporary Entrepreneurship Studies*, 15(3), 82–95. DOI: 10.21608/jces.2024.390291
- Haug, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133, 643–658. doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4
- Jalilian, S., & Saadi, H. (2016). The role of empowering women in economic decision-making of rural households. *Regional Planning*, 6(21), 129–142. DOI:20.1001.1.22516735.1395.6.21.10.8 (In Persian)
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Kaykhosravi, A., Rasouliazar, S., & Rashiedpour, L. (2024). Analysis of effective mechanisms on the development of entrepreneurship among rural women in Kurdistan Province. *Agricultural Marketing and Commercialization Journal*, 8(1), 1–10. AMC-2401-1082 (R1). (In Persian)
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2020). *Global entrepreneurship monitor 2019/2020 global report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Khazaeian, S., Kariman, N., Ebadi, A., & Nasiri, M. (2017). The impact of social capital and social support on the health of female-headed households: A systematic review. *Electronic Physician*, 9(12), 6027. <https://doi.org/10.19082/6027>
- Merroun, H. (2025). Women and social entrepreneurship in rural Morocco: Opportunities and constraints. *International Review of Social Sciences*, 12(1), 75–88. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14918889>
- Noorani, F., Farajallah Hosseini, S. J., & Omidi Najafabadi, M. (2024). Designing a model for developing local business for rural women Iran with



- a sustainable development approach. *Discover Sustainability*, 5, 231. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00459-0>
- Odede, E. (2024). Uplifting the poorest communities through women's empowerment. *TIME Magazine – Global Development Section*. <https://qa.time.com/7016128/women-uplift-poorest-communities/>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon, & Schuster.
- Rahbari Ghazani, N., Hajloo, N., & Aghajani, S. (2022). The effectiveness of family-based empowerment on changing the emotional atmosphere of the family and prevention of addiction in adolescents with substance-dependent parents. *Applied Family Therapy Journal*, 3(4), 388–403. doi: 10.52547/etiadjohi.17.67.79 (In Persian)
- Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2020). How close is close? The spatial reach of agglomeration economies. *Journal of Urban Economics*, 116, 103246.
- Saad, G. E., Ghattas, H., Wendt, A., Hellwig, F., DeJong, J., Boerma, T., Victora, C., & Barros, A. J. (2022). Paving the way to understanding female-headed households: Variation in household composition across 103 low- and middle-income countries. *Journal of Global Health*, 12, 04038. <https://doi.org/10.7189/jogh.12.04038>
- Saeidi, A. A., & Bajelan, A. (2022). Analysis of policy barriers in the empowerment plan for women heads of households. *Women's Strategic Studies*, 24(95), 147-174. doi: 10.22095/jwss.2022.315936.2857. (In Persian)
- Shiyani, M., & Zare, H. (2020). A meta-analysis of female-headed household studies in Iran. *Sociological Review*, 26(2), 67-97. doi: 10.22059/jsr.2020.75859. (In Persian)
- Tajmazinani, A. A., Ebrahimi, M., & Zokaei, M. S. (2021). Gender analysis of social security policies in post-revolutionary Iran. *Social Welfare Quarterly*, 20(79), 273–304. (In Persian) <https://doi.org/20.1001.1.17358191.1399.20.79.6.8>
- Tawazeefar, H., & Yaghoubi, N. M. (2024). *Studying the role of social entrepreneurship on empowerment and innovation in female heads of households*. 12th International and National Conference on Management, Accounting and Law Studies, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/2130289>. (In Persian)
- World Bank. (2018). *World development report 2018: Learning to realize education's promise*. World Bank Publications.
- Yoosefi Lebni, J., Mohammadi Gharehghani, M. A., Soofizad, G., Khosravi, B., Ziapour, A., & Irandoost, S. F. (2020). Challenges and opportunities



- confronting female-headed households in Iran: a qualitative study. *BMC Women's Health*, 20(1), 183. <https://doi.org/10.1186/s12905-020-01046-x>
- Zamani Moghadam, M., & Afshani, S. A. (2021). Empowerment of female-headed households in Iran: A systematic review. *Social Welfare*, 21(80), 80-45. doi: 20.1001.1.17358191.1400.21.80.4.5. (In Persian)
- Zolfaghari, N., Fathi, S., & Mokhtarpour, M. (2024). Investigating the role of individual tendencies as an agency women's economic empowerment in Tehran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 22(4), 117-149. doi: 10.22051/jwsps.2024.47862.2900. (In Persian)





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار استان سیستان و بلوچستان

عالمه کیخا^۱

شهناز جعفریان^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان انجام شده است. جامعه آماری آن در بخش کیفی شامل متخصصان و کارآفرینان اجتماعی فعال در استان سیستان و بلوچستان و در بخش کمی شامل کلیه زنان سرپرست خانوار ثبت شده در اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی این استان بود. داده‌های مورد نیاز با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از یافته‌های بخش کیفی پژوهش گردآوری گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی به روش تحلیل مضمون، و در بخش کمی به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS21 و Smart PLS نسخه ۳ انجام شد. نتیجه تحلیل داده‌های کیفی به شناسایی ۶۶ مضمون پایه، ۳۷ مضمون سازمان‌دهنده و ۶ مضمون فراگیر شامل محدودیت‌ها، راهکارها، موانع، پیامدها، ظرفیت‌ها و اولویت‌ها منجر شد. نتایج تحلیل کمی نیز نشان‌دهنده برآزش مناسب الگوی پیشنهادی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان بود. الگویی که با در نظر گرفتن مؤلفه‌هایی نظیر ظرفیت‌های بومی، موانع ساختاری، محدودیت‌های فرهنگی، راهکارهای اجرایی و اولویت‌های منطقه‌ای قادر است بستری عملیاتی برای برنامه‌ریزی

^۱ دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و امور اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. (نویسنده مسئول)
aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

^۲ کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
shahnaz.jafarian@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۹



سیاست‌گذاران، نهادهای حمایتی و فعالان حوزه کارآفرینی اجتماعی را فراهم آورد و به‌کارگیری آن می‌تواند گامی مؤثر در جهت ارتقاء مشارکت اقتصادی زنان، کاهش آسیب‌های اجتماعی مرتبط با فقر و محرومیت و توسعه پایدار محلی محسوب شود.

واژگان کلیدی

کارآفرینی اجتماعی، توانمندسازی زنان، زنان سرپرست خانوار، ارائه الگو، استان سیستان و بلوچستان

مقدمه و بیان مسئله

تحولات اجتماعی و اقتصادی در جوامع معاصر، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه سبب بروز چالش‌های متعددی برای زنان شده است که یکی از این چالش‌ها، افزایش تعداد زنان سرپرست خانوار است که به دلایل مختلفی در حال افزایش است (Saad et al, 2022). در ایران نیز این پدیده به‌طور قابل توجهی مشهود است و به‌ویژه در سال‌های اخیر، بحران‌های اقتصادی و اجتماعی موجب شده تعداد بیشتری از زنان به‌عنوان سرپرست خانوار شناخته شوند (شیانی و زارع، ۱۳۹۸). تحقیقات نشان می‌دهد این زنان معمولاً با مشکلات اقتصادی، اجتماعی و روانی عده‌ای مواجه‌اند که نیاز به توجه و حمایت ویژه از سوی دولت و نهادهای اجتماعی دارند (Yoosefi Lebni& et al, 2020).

در این بین، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر فقر زنان سرپرست خانوار در ایران، عدم وجود حمایت‌های اجتماعی مناسب و محدودیت در فرصت‌های شغلی است. زیرا ساختار بازار کار ایران به‌گونه‌ای طراحی شده که عمدتاً مردان به این بازار جذب می‌شوند، و این امر بر درآمد و وضعیت اقتصادی زنان سرپرست خانوار تأثیر منفی می‌گذارد (تاج مزینانی و ابراهیمی، ۱۳۹۹). این شرایط نه تنها مشکلات اقتصادی این زنان را افزایش می‌دهد، بلکه موجب بروز مسائلی نظیر تنهایی، افسردگی و فقدان حمایت‌های اجتماعی نیز می‌شود که در نهایت کیفیت زندگی آنان را کاهش و روابط اجتماعی آنان را محدود شدن می‌کند (Khazaeian et al, 2017).

در استان سیستان و بلوچستان نیز این مسائل به دلایل خاصی نظیر نرخ بالای بیکاری، پراکندگی جغرافیایی، محدودیت‌های فرهنگی و محرومیت‌های تاریخی تشدید شده است؛

به‌گونه‌ای که زنان سرپرست خانوار این استان از کمترین دسترسی به منابع درآمدی، حمایت‌های دولتی و آموزش‌های مهارتی برخوردارند. لذا توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی زنان سرپرست خانوار در این استان ایجاب می‌کند که مداخلات جدی‌تر از سوی سیاست‌گذاران و سازمان‌های حمایتی انجام شود. به‌ویژه ضروری است که برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای کشور با رویکرد جنسیتی همراه باشد و آمارهای دقیق و جامعی از وضعیت زنان سرپرست خانوار ارائه شود تا امکان اقدامات مؤثر در جهت ارتقاء توانمندی‌های آنان میسر شود (زمانی مقدم و افشانی، ۱۴۰۰).

در این راستا، توسعه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان رویکردی نوین و مؤثر می‌تواند زمینه بهبود وضعیت معیشتی زنان سرپرست خانوار در ایران را فراهم کند. زیرا کارآفرینی اجتماعی با تلفیق اهداف اقتصادی و اجتماعی، نه تنها در پی سودآوری مالی، بلکه به دنبال حل مسائل اجتماعی از طریق مشارکت فعال افراد آسیب‌پذیر در فرآیند تولید و خدمات است. این رویکرد با ایجاد فرصت‌های شغلی و توانمندسازی اقتصادی، به زنان این امکان را می‌دهد که از وابستگی‌های مالی خارج و به سمت استقلال اقتصادی حرکت کنند (Canestrino et al, 2020).

بر اساس شواهد تجربی نیز کارآفرینی اجتماعی می‌تواند زمینه افزایش اعتمادبه‌نفس، مهارت‌های مدیریتی و شبکه‌سازی اجتماعی زنان را فراهم کند و به بهبود کیفیت زندگی آنها منجر شود (Haugh & Talwar, 2016). همچنین، برنامه‌های کارآفرینی اجتماعی می‌تواند با تمرکز بر نیازها و اولویت‌های محلی، به توسعه پایدار جوامع کمک نماید و در عین حال به چالش‌های اجتماعی و اقتصادی زنان سرپرست خانوار پاسخ دهد (Aziz et al, 2023).

انتخاب کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان موضوع این پژوهش نیز ناشی از کارکرد دوگانه آن در ارتقاء سرمایه انسانی و اجتماعی در کنار بهبود معیشت اقتصادی است؛ ویژگی‌ای که آن را از دیگر رویکردهای اقتصادی یا حمایتی متمایز می‌سازد. بدین ترتیب، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به‌عنوان ابزار کلیدی در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی برای توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در ایران مورد توجه قرار گیرد.



بنابراین، مسأله اصلی پژوهش حاضر این است که الگوی مناسب برای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان دارای چه مؤلفه‌ها، موانع، ظرفیت‌ها و پیامدهایی است؟

پیشینه تجربی

اردور^۱ (۲۰۲۱) نشان داد که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی و روانی زنان کمک کند. بات داتا و همکاران^۲ (۲۰۱۲) نیز دریافتند توانمندسازی زنان سرپرست خانوار از طریق کارآفرینی و آموزش نه تنها به بهبود شرایط اقتصادی آن‌ها کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز تغییرات اجتماعی و فرهنگی مثبت در جوامع نیز می‌باشد. دپتی و همکاران^۳ (۲۰۲۳) نیز بر این نکته تأکید کردند که آموزش زنان سرپرست خانوار می‌تواند درآمد خانواده‌ها و توانمندی‌های کارآفرینانه آنان را افزایش دهد.

پژوهش‌های داخلی نیز به واکاوی ابعاد مختلف این مسئله پرداخته‌اند. از جمله توضیحی‌فر و یعقوبی (۱۴۰۳) به بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی بر توانمندسازی و نوآوری در زنان سرپرست خانوار پرداخته و نتیجه گرفتند که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند نابرابری‌های جنسیتی را کاهش، استقلال مالی را افزایش و مشارکت اجتماعی زنان را تقویت کند. نورانی و همکاران (۲۰۲۴) نیز بر نقش نوآوری‌های دیجیتال در توانمندسازی زنان در مناطق روستایی و محروم تأکید کرده‌اند. در مطالعه‌ای دیگر، ذوالفقاری و همکاران (۱۴۰۳) بیان داشته‌اند که توانمندسازی اقتصادی زنان، سبب افزایش مشارکت آن‌ها در اقتصاد، توسعه اقتصادی و تقویت اقتصاد خانواده‌ها می‌شود. کیخسروی و همکاران (۱۴۰۳) نیز به این نتیجه رسیدند که توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی می‌تواند به افزایش درآمد و بهبود توانمندی‌های آنان منجر شود. رهبری‌غازانی و همکاران (۱۴۰۲) نیز بر نقش توانمندسازی خانواده‌محور در بهبود وضعیت روانی و اجتماعی خانواده‌ها تأکید کرده‌اند. همچنین، سعیدی و باجلان (۱۴۰۱) با بررسی موانع تدوین طرح توانمندسازی زنان سرپرست خانوار، دریافتند که چالش‌های رویکردی و سازمانی از جمله

1. Erdur

2. Bhatt Datta et al

3. Deepti et al

موانع اصلی اجرای مؤثر چنین طرح‌هایی هستند. مطالعه آرامش و همکاران (۱۴۰۰) در خصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی و توانمندسازی زنان حاشیه‌نشین شهر زاهدان نشان داد توسعه برنامه‌های مشارکتی محلی بر مبنای کارآفرینی اجتماعی منجر به تقویت اعتماد اجتماعی و افزایش انگیزش در میان زنان سرپرست خانوار شده است.

در مجموع، مطالعات انجام شده تأکید دارند که توانمندسازی زنان سرپرست خانوار نیازمند رویکردی چندوجهی و جامع شامل مداخلات اقتصادی، آموزشی، فرهنگی، نهادی و فناورانه است و اتخاذ چنین رویکردی ضمن رفع موانع ساختاری و فردی، می‌تواند به تقویت اعتمادبه‌نفس، ارتقاء سرمایه اجتماعی و بهبود پایدار وضعیت معیشتی این قشر منجر شود.

چارچوب نظری

کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای میان‌رشته‌ای است که در مرز بین اهداف اقتصادی و اجتماعی قرار دارد. کارآفرینی اجتماعی هدف خود را حل مسائل اجتماعی از طریق رویکردهای نوآورانه و پایدار تعریف می‌کند (Dees, 2001). در این رویکرد، سود مالی در اولویت دوم قرار دارد و ارزش‌آفرینی اجتماعی از طریق ارائه خدمات، ایجاد شغل و کاهش نابرابری‌ها محوریت می‌یابد (میرون^۱، ۲۰۲۵).

از سوی دیگر توانمندسازی مفهومی چندبعدی است که از منظرهای روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مورد بررسی قرار می‌گیرد. توانمندسازی اقتصادی زنان به معنای دسترسی به منابع مالی، فرصت‌های شغلی و استقلال درآمدی است. اما در سطوح بالاتر، به افزایش مهارت‌های تصمیم‌گیری، اعتمادبه‌نفس و حضور در عرصه‌های اجتماعی نیز منجر می‌شود (Kabeer, 1999). در جوامع درحال توسعه، توانمندسازی زنان به‌ویژه زنان سرپرست خانوار، یکی از الزامات توسعه پایدار تلقی می‌شود (Odede, 2024).

¹. Merroun



چارچوب نظری این پژوهش مبتنی بر نظریه توانمندسازی کبیر^۱ (۱۹۹۹) است که فرآیند توانمندسازی را در سه بعد منابع، کنش‌گری و دستاوردها تبیین می‌کند؛ در کنار آن، نظریه آگاهی انتقادی فریر^۲ (۱۹۷۰) نیز مبنایی برای تحلیل نقش آموزش، خودباوری و مشارکت اجتماعی در توانمندسازی زنان فراهم می‌آورد. همچنین نظریه سرمایه اجتماعی پوتنام^۳ (۲۰۰۰) با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و همکاری‌های محلی، مبنای فهم بسترهای ساختاری توانمندسازی از طریق کارآفرینی اجتماعی در جوامع محلی به‌ویژه در استان سیستان و بلوچستان را تشکیل می‌دهد. این چارچوب نظری بر نقش فعال فرد در تغییر وضعیت خویش از طریق مشارکت، آموزش، و خودباوری تأکید دارد.

بر این اساس، برنامه‌های کارآفرینی اجتماعی با افزایش مشارکت زنان در فرآیند تولید، موجب ارتقای توانمندی‌های فردی و جمعی آنان می‌شود. این فرآیند شامل افزایش مهارت‌های مدیریتی، بهبود سرمایه اجتماعی، ارتقای اعتمادبه‌نفس و کاهش وابستگی اقتصادی است (Noorani et al, 2024). به‌ویژه در جوامع محلی، کارآفرینی اجتماعی با تمرکز بر مشارکت زنان، زمینه‌ساز توسعه پایدار، انسجام اجتماعی و بازتوزیع عادلانه منابع را به دنبال دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، آمیخته (کیفی-کمی) با رویکرد اکتشافی است. در این نوع رویکرد، ابتدا داده‌های کیفی گردآوری و تحلیل می‌شوند و بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، ابزار کمی طراحی شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان حوزه کارآفرینی اجتماعی، مدیران اجرایی نهادهای حمایتی و متخصصان حوزه توانمندسازی زنان در استان سیستان و بلوچستان بود. نمونه‌گیری در این بخش به‌صورت هدفمند با استفاده از روش گلوله‌برفی انجام گرفت تا نظرات عمیق و تخصصی افراد مطلع گردآوری شود. معیارهای ورود به مطالعه شامل داشتن تجربه کاری یا پژوهشی در زمینه کارآفرینی اجتماعی و یا توانمندسازی زنان سرپرست خانوار،

1. Kabeer

2. Freire

3. Putnam

مدرک کارشناسی ارشد یا بالاتر، و سابقه حداقل ۵ سال فعالیت مرتبط بود. فرایند نمونه‌گیری تا رسیدن به شاخص اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت، با ۱۳ نفر مصاحبه صورت گرفت. در مرحله کمی نیز، جامعه آماری شامل کلیه زنان سرپرست خانوار ثبت‌شده در اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان سیستان و بلوچستان در سال ۱۴۰۳ بود. با توجه به گستردگی جامعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۳۸۴ نفر تعیین گردید. لیکن پس از مراجعه به گروه هدف و به دلیل شرایط خاص پژوهش (با توجه به جامعه پژوهش که زنان سرپرست خانوار بودند)، پس از گردآوری و پالایش داده‌ها، تعداد ۲۱۳ نفر در تحلیل نهایی مدنظر قرار گرفتند.

ابزارهای گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از روش تحلیل مضمون و کدگذاری سه‌مرحله‌ای تحلیل شدند. برای بررسی روایی فرم مصاحبه، نظرات متخصصین در حوزه کارآفرینی اجتماعی نسبت به مضامین استخراج‌شده اخذ شد. به منظور سنجش میزان توافق میان ارزیابان، از روش لاوشه و ضریب روایی محتوایی استفاده گردید که نتایج نشان داد تمامی مضامین دارای ضریب بالاتر از مقدار بحرانی ۰/۵۹ هستند؛ بنابراین روایی محتوایی مضامین تأیید گردید. برای بررسی پایایی تحلیل‌ها و کدگذاری‌ها، از دو روش بازآزمون و توافق درون‌موضوعی بین دو کدگذار استفاده شد که ضریب پایایی بازآزمون برابر با ۸۲ درصد به دست آمد که نشان‌دهنده ثبات مناسب کدگذاری‌هاست (بالاتر از آستانه ۶۰ درصد). همچنین، برای بررسی پایایی بین دو کدگذار میزان توافق برابر با ۸۴ درصد محاسبه شد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد بالای داده‌ها و صحت فرآیند کدگذاری است. در بخش کمی پژوهش، از پرسشنامه محقق‌ساخته طراحی‌شده بر اساس یافته‌های مرحله کیفی استفاده شد. برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه، نظرات چهار نفر از خبرگان حوزه کارآفرینی اجتماعی درباره گویه‌های مطرح اخذ گردید و نتایج نشان داد تمامی گویه‌ها دارای ضریب روایی محتوایی بالاتر از مقدار بحرانی بوده و از نظر متخصصان ضروری تلقی شده‌اند؛ بنابراین، روایی محتوایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. برای ارزیابی پایایی یا اعتبار درونی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج نشان داد که ضریب آلفای



کرونباخ برای کل پرسشنامه، بالاتر از $0/60$ است که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول پرسشنامه و انسجام درونی مطلوب آن برای سنجش ابعاد الگوی پیشنهادی بود. در بخش کیفی، جهت تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته از روش تحلیل مضمون استفاده شد. در بخش کمی نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و SmartPLS نسخه ۳ برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

در این پژوهش، اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در دو بخش کمی و کیفی جمع‌آوری و تحلیل شد. در بخش کیفی، از مجموع ۱۳ شرکت‌کننده، ۳ نفر زن و ۱۰ نفر مرد بودند. از نظر تحصیلات، ۸ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۵ نفر دارای مدرک دکتری بودند. از نظر سنی، ۴ نفر کمتر از ۳۰ سال، ۷ نفر در بازه ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲ نفر بیش از ۴۰ سال سن داشتند. در بخش کمی نیز نتایج نشان داد از مجموع پاسخ‌دهندگان، ۱۰۲ نفر به دلیل طلاق، ۸۷ نفر به دلیل فوت همسر، ۱۸ نفر به دلیل ناتوانی همسر و ۶ نفر به دلایل متفرقه سرپرست خانوار شده‌اند. از لحاظ سطح تحصیلات، ۱۴۳ نفر دارای مدرک دیپلم و پایین‌تر، ۱۰ نفر دارای مدرک کاردانی، ۵۲ نفر دارای مدرک کارشناسی و ۸ نفر نیز دارای تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد یا دکتری) بودند. در خصوص سن پاسخ‌دهندگان، ۴۵ نفر کمتر از ۳۰ سال، ۱۴۳ نفر در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۵ نفر بیش از ۴۰ سال سن داشتند.

یافته‌های بخش کیفی

در راستای هدف اصلی پژوهش، یعنی شناسایی الگوی کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان، داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون تحلیل و نتایج به شرح زیر است.

۱. مضامین پایه: در نخستین مرحله، متن مصاحبه‌ها که از گفت‌وگو با متخصصان حوزه کارآفرینی اجتماعی به دست آمده بود، به صورت نظام‌مند کدگذاری شد. هر واحد معنایی که حاوی مفهوم مستقلی بود، به عنوان یک کد اولیه استخراج گردید. در مجموع، ۶۶ مضمون پایه شناسایی شد که بیان‌گر نکات کلیدی مشارکت‌کنندگان در رابطه با الزامات، موانع و پیامدهای کارآفرینی اجتماعی برای زنان سرپرست خانوار است.

جدول ۱. تبدیل مصاحبه‌ها به مضامین پایه‌ای

Table 1. Converting interviews into basic themes

Interview Excerpts	Core Theme	Respondent Codes
"Unfortunately, there is no clear and unified definition of entrepreneurship in the country, leaving everyone confused. It is unclear whether what we are doing falls under entrepreneurial activities or not."	Ambiguity in the concept of entrepreneurship	P4, P7, P8, P9
"There has always been ambiguity regarding the extent of government intervention in advancing entrepreneurial goals. I believe the government has not clarified its role in supporting entrepreneurial activities."	Ambiguity over the extent of government involvement	P2, P11
"There is no effective government strategy concerning entrepreneurship. Unfortunately, we do not see serious efforts from policymakers to improve conditions for entrepreneurs, especially female-headed households."	Lack of a government strategy	P10, P11, P8, P9
"The country holds an outdated perspective on entrepreneurship. There is no modern or updated view of social entrepreneurship."	Traditional view of social entrepreneurship	P1, P2, P9, P10
"Unfortunately, there are no laws to encourage entrepreneurship, particularly for female-headed households. Motivating incentives	Absence of incentive policies	P4, P8, P10, P13



for entrepreneurship are lacking in the country."		
"Social technologies are not widely accessible in our country. Unfortunately, not all regions have access to technological resources."	Accessibility of social technology	P7, P8
"Unfortunately, female-headed households in our country are unaware of social innovations. We carry out our activities but do not know whether they qualify as innovative."	Awareness of social innovation among female-headed households	P5, P6, P9
"We have not received proper training on entrepreneurship to be better informed. Unfortunately, neither the education system nor the media has provided us with any guidance."	Lack of necessary training	P11, P12, P13

۲. مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر: در این مرحله، مضامین پایه مرور و دسته‌بندی شدند؛ بدین صورت که مضامینی با محتوای نزدیک و مفاهیم مشابه در کنار یکدیگر قرار گرفتند تا ساختارهای مفهومی منسجم‌تری تحت عنوان "مضامین سازمان‌دهنده" شکل گیرد. در نتیجه‌ی این فرایند، ۶۶ مضمون پایه به ۳۷ مضمون سازمان‌دهنده تبدیل شد. سپس در مرحله سوم تحلیل، مضامین سازمان‌دهنده در سطوح بالاتری از انتزاع ترکیب شدند و ۶ مضمون فراگیر به‌عنوان هسته‌های اصلی و نهایی تحلیل داده‌ها استخراج شد. این مضامین فراگیر به شرح زیر هستند: محدودیت‌ها؛ موانع؛ راهکارها؛ پیامدها؛ ظرفیت‌ها؛ اولویت‌ها. برای رعایت اختصار، مراحل دوم و سوم تحلیل مضمون (مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر) در قالب جدول زیر ارائه شده‌اند:

جدول ۲. تبدیل مضامین پایه‌ای به مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر

Table 2. Transforming basic themes into organizing themes and overarching themes

Overarching Theme	Organizing Themes	Basic Themes	Agreement	CVR
	Cultural Deficiencies	- Stereotypical beliefs - Prevailing societal norms	11	1.00

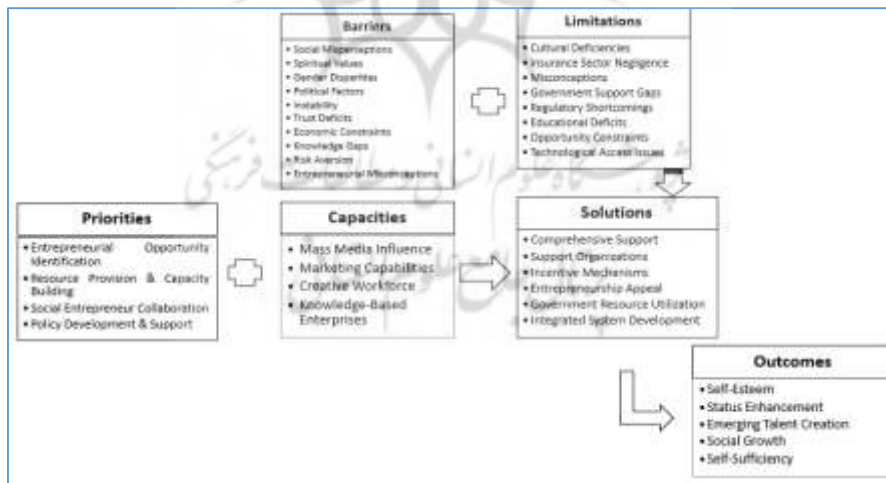
Limitations	Insurance Sector Negligence	-Absence of policyholders - Inadequate insurer support mechanisms	10	0.82
	Misconceptions	-Lack of proper cultural infrastructure - Cultural barriers	10	0.82
	Government Support Gaps	-Absence of a national strategy -Deficient support policies -Infrastructure shortages	9	0.64
	Regulatory Shortcomings	-Overly restrictive legislation -Lack of comprehensive legal frameworks	10	0.82
	Educational Deficits	-Low university engagement - Underdeveloped education systems	11	1.00
	Opportunity Constraints	-Age-related barriers - Insufficient opportunities	11	1.00
	Technological Access Issues	- Limited social technology accessibility	10	0.82
Solutions	Comprehensive Support	- Lack of activity frameworks	9	0.64
	Support Organizations	- Absence of a unified support entity	11	1.00
	Incentive Mechanisms	- Lack of incentivizing policies	11	1.00
	Entrepreneurship Appeal	- Attractiveness of entrepreneurial activities	11	1.00
	Government Resource Utilization	- Mobilizing dormant organizational assets	10	0.82
	Integrated System Development	- Harmonized coordination system	11	1.00
	Social Misperceptions	-Stereotypical beliefs -Deficient social understanding - Flawed cultural norms	11	1.00
	Spiritual Values	-Establishing moral values - Philanthropic work	9	0.64
	Gender Disparities	-Gender discrimination - Unequal rights for women	11	1.00



Barriers	Political Factors	-Political influences - Centralized decision-making	9	0.64
	Instability	-Leadership volatility - Location instability	9	0.64
	Trust Deficits	-Client distrust - Discontinuous stakeholder engagement	9	0.64
	Economic Constraints	-Insufficient capital -Economic value creation -Market fluctuations - Low wages	11	1.00
	Knowledge Gaps	-Low awareness of social innovation among female heads of household -Lack of training programs - Absence of experienced consulting teams	10	0.82
	Risk Aversion	-Avoidance of uncertainty - Low risk tolerance	10	0.82
	Entrepreneurial Misconceptions	-Ambiguous understanding of entrepreneurship -Unclear government role - Traditional views of social entrepreneurship	9	0.64
Outcomes	Self-Esteem	-Self-confidence - Necessary self-assurance	10	0.82
	Status Enhancement	- Achievement of social standing	11	1.00
	Emerging Talent Creation	- Identification of latent talents	11	1.00
	Social Growth	- Community development	10	0.82
	Self-Sufficiency	- Personal independence	9	0.64
Capacities	Mass Media Influence	-Media impact - Need for strategic media initiatives	11	1.00
	Marketing Capabilities	- Marketing and sales competencies	11	1.00
	Creative Workforce	- Availability of innovative labor force	11	1.00
	Knowledge-Based Enterprises	- Presence of knowledge-based companies	10	0.82

Priorities	Entrepreneurial Opportunity Identification	- Opportunity creation	11	1.00
	Resource Provision & Capacity Building	- Required resources	11	1.00
	Social Entrepreneur Collaboration	- Cooperation among entrepreneurs	9	0.64
	Policy Development & Support	- Policy formulation	11	1.00

با تلفیق یافته‌های کیفی و نتایج بررسی روایی، شکل ۱ نشان‌دهنده الگوی نهایی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان است. این الگو ضمن نمایش مؤلفه‌های کلیدی، روابط بین مفاهیم را در قالب یک ساختار مفهومی تبیین می‌کند که می‌تواند مبنایی برای طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های مداخله‌گرایانه در حوزه کارآفرینی اجتماعی زنان باشد.



شکل ۱. الگوی کارآفرینی اجتماعی

Figure 1. Social entrepreneurship model



یافته‌های بخش کمی

در این بخش، به منظور ارزیابی مدل پژوهش، از الگوریتم استاندارد در تحلیل PLS استفاده شد که شامل دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری است.

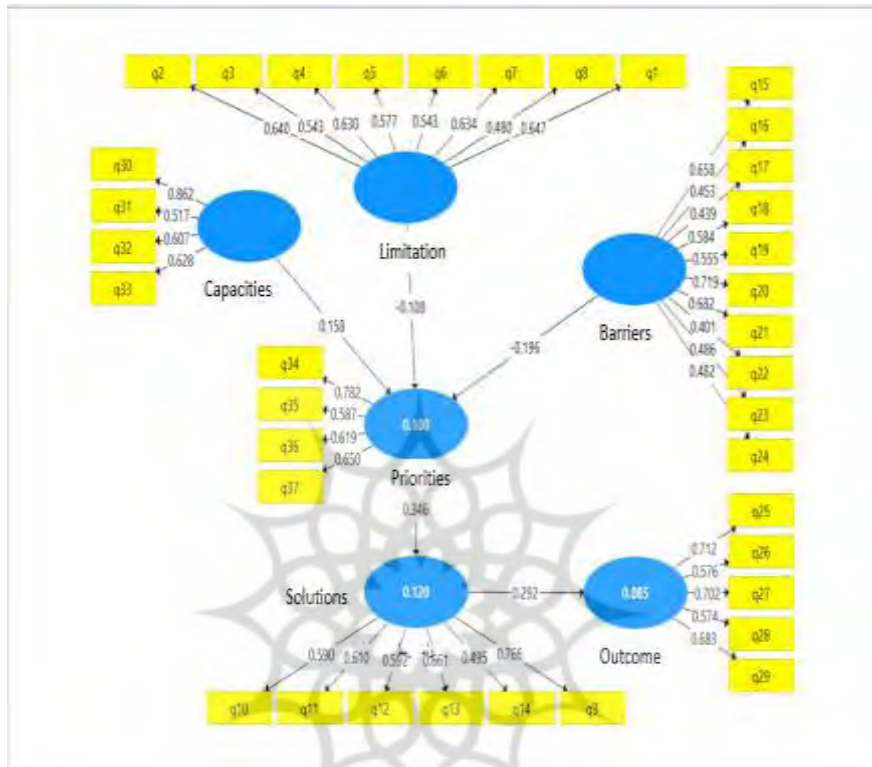
۱. بررسی مناسب بودن مدل انعکاسی: در این بخش، برای ارزیابی الگوی کارآفرینی اجتماعی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار استان سیستان و بلوچستان، در گام اول، مدل اندازه‌گیری از نوع انعکاسی مورد ارزیابی قرار گرفت. در این مدل، سه شاخص اصلی شامل اعتبار همگرا، اعتبار واگرا و پایایی برای سنجش مناسب بودن مدل مورد بررسی و تأیید قرار گرفتند. در گام دوم، مدل ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله ابتدا هم‌خطی بین متغیرهای پیش‌بین بررسی و تأیید شد.

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل ساختاری

Table 3. Structural model fit indices

Model	Criteria	Criterion variable	Allowed domain	Test statistic
Structural model	SRMR	-	Less than 0.08	0.07
	TLI	-	More than 0.90	0.91
	R2	Consequences	-	0.75
		Priorities	-	0.82
	Q ²	Consequences	-	0.36
		Priorities	-	0.44

به‌طور کلی، هیچ‌یک از شاخص‌های ارزیابی مدل به تنهایی نمی‌تواند به‌عنوان معیار قطعی برای تأیید یا رد برازش مدل تلقی شود. بنابراین، تفسیر و قضاوت نهایی درباره برازندگی مدل باید بر اساس مجموعه‌ای از شاخص‌ها و در قالب یک ارزیابی جامع صورت گیرد. در این پژوهش، تمامی شاخص‌های مورد استفاده در ارزیابی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری در دامنه قابل قبول و مطلوب قرار گرفتند. لذا نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که مدل طراحی شده دارای برازش مناسب و قابل اتکا بوده و توانسته ساختار مفهومی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان را به‌خوبی تبیین نماید. مدل استاندارد شده در شکل ۲ نمایش داده شده است.



شکل ۲. مدل ساختاری با ضرایب مسیر

Figure 2. Structural model with path coefficients

در این بخش، شکل ارائه شده مربوط به مدل مسیر استاندارد شده در چارچوب مدل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی است. این مدل روابط بین متغیرهای مکنون و مشاهده شده را در چارچوب الگوی کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار استان سیستان و بلوچستان نمایش می‌دهد. طبق مدل پژوهش مسیرهای ساختاری بین متغیرها به شرح ذیل است:

✓ محدودیت‌ها به اولویت‌ها (ضریب مسیر برابر با ۰/۱۵۸): این رابطه مثبت و نسبتاً ضعیف نشان می‌دهد که افزایش محدودیت‌ها می‌تواند تا حدودی در تعیین اولویت‌ها مؤثر باشد.



- ✓ موانع به اولویت‌ها (ضریب مسیر برابر با ۰/۱۰۸-): این مسیر منفی نشان می‌دهد وجود موانع در مسیر توانمندسازی، موجب کاهش اهمیت برخی اولویت‌ها یا تغییر آن‌ها می‌شود.
 - ✓ ظرفیت‌ها به اولویت‌ها (ضریب مسیر برابر با ۰/۱۹۶-): رابطه معکوس بین ظرفیت‌ها و اولویت‌ها بر این دلالت دارد که با افزایش ظرفیت‌ها، برخی از اولویت‌ها کمتر برجسته می‌شوند.
 - ✓ اولویت‌ها به راهکارها (ضریب مسیر برابر با ۰/۳۴۶): این مسیر قوی‌ترین ارتباط در مدل را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، اولویت‌های تعیین شده به‌طور مستقیم بر تدوین و ارائه راهکارهای کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار هستند.
 - ✓ راهکارها به پیامدها (ضریب مسیر برابر با ۰/۲۹۲): وجود یک رابطه مثبت و نسبتاً قوی نشان‌دهنده تأثیر مستقیم و معنادار راهکارهای پیشنهادی بر پیامدهای مطلوب در حوزه کارآفرینی اجتماعی است.
- همچنین تحلیل ضریب تعیین (R^2) حاکی از آن است که:
- ✓ اولویت‌ها: مقدار R^2 برابر با ۰/۱۰ بوده و نشان می‌دهد که ۱۰ درصد از واریانس این متغیر توسط سه متغیر محدودیت‌ها، ظرفیت‌ها و موانع تبیین شده است.
 - ✓ راهکارها: مقدار R^2 برابر با ۰/۱۲ است که نشان می‌دهد اولویت‌ها حدود ۱۲ درصد از تغییرات راهکارها را توضیح می‌دهند.
 - ✓ پیامدها: مقدار R^2 برابر با ۰/۰۸ بوده و حاکی از آن است که راهکارها حدود ۸/۵ درصد از واریانس پیامدهای کارآفرینی را تبیین می‌کنند.
- همچنین بررسی بارهای عاملی گویه‌ها در تمامی سازه‌ها، به‌ویژه در سازه‌های «ظرفیت‌ها» (q30 تا q33) و «اولویت‌ها» (q34 تا q37) بالاتر از ۰/۶ هستند که بیانگر دقت مناسب گویه‌ها در اندازه‌گیری سازه‌های مکنون است. بارهای عاملی بین ۰/۵ تا ۰/۷ نیز قابل قبول تلقی می‌شوند و این الگو، از نظر روایی همگرا وضعیت مطلوبی دارد.

در نهایت می‌توان گفت، مدل مسیر استاندارد شده نشان‌دهنده ساختاری منطقی و منسجم میان متغیرهای پژوهش است. مسیرهای علی به‌درستی ترسیم شده‌اند و مقادیر بارهای عاملی و ضرایب تعیین نیز در سطوح قابل قبول قرار دارند. علی‌رغم متوسط بودن ضرایب تعیین (R^2)، با توجه به ماهیت پیچیده پدیده‌های اجتماعی مانند کارآفرینی زنان، مدل دارای برآزش مناسب و قدرت تبیین قابل قبول است. بنابراین، می‌توان از این مدل به‌عنوان الگویی تجربی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه توانمندسازی زنان سرپرست خانوار استفاده نمود.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان داد که زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان با مجموعه‌ای از محدودیت‌های ساختاری، فرهنگی و اقتصادی مواجه است که روند کارآفرینی و توانمندسازی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از جمله مهم‌ترین محدودیت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ✓ فرهنگ نادرست محلی: هنجارها و باورهای سنتی درباره نقش اجتماعی و اقتصادی زنان، یکی از موانع جدی برای مشارکت فعال آن‌ها در فعالیت‌های کارآفرینانه محسوب می‌شود.
- ✓ چنین نگرش‌هایی منجر به کاهش اعتماد به نفس و ایجاد تردید نسبت به توانمندی‌های فردی زنان می‌شود (جلیلان و سعدی، ۱۳۹۵).

- ✓ عدم تعهد شرکت‌های بیمه: نبود حمایت‌های بیمه‌ای مؤثر برای زنان کارآفرین، ریسک‌های اقتصادی فعالیت‌های آنان را افزایش داده و فضای ناامنی مالی برای کسب و کارهای نوپا ایجاد می‌کند (Rosenthal & Strange, 2020).

- ✓ باورهای نادرست نسبت به توانایی‌های مدیریتی زنان: این دسته از باورها نوعی مانع نامرئی و درونی در مسیر پیشرفت و ابراز توانمندی‌های زنان است که موجب کاهش مشارکت آنان در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و مدیریتی می‌شود (زمانی‌مقدم و همکاران، ۱۴۰۰).

- ✓ عدم حمایت کارآمد دولت و قوانین ناکارآمد: نبود سیاست‌های حمایتی هدفمند و خلأهای قانونی، زنان کارآفرین را در برابر تبعیض‌های ساختاری، اجتماعی و اقتصادی آسیب‌پذیر می‌سازد (Kelley et al, 2020).



- ✓ سطح پایین تحصیلات و سواد مالی: یکی از چالش‌های بنیادین پیش‌روی توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار، کمبود دانش تخصصی و مهارت‌های مالی آنان است که توانایی مدیریت منابع و برنامه‌ریزی اقتصادی را محدود می‌سازد (بانک جهانی، ۲۰۱۸).
 - ✓ فقدان دسترسی به فناوری و اطلاعات به‌روز: دسترسی محدود به فناوری‌های نوین، ابزارهای دیجیتال و اطلاعات بازار، توان رقابتی زنان را کاهش داده و فرصت‌های مشارکت اقتصادی آن‌ها را محدود می‌کند (Castells, 2010).
- در مجموع، این محدودیت‌ها بازتاب‌دهنده شرایط پیچیده و چندلایه‌ای هستند که فرایند کارآفرینی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است. برطرف‌سازی این موانع نیازمند رویکردی جامع، مشارکت‌محور و چندبُعدی در سطوح فرهنگی، سیاست‌گذاری و آموزشی است.
- در دومین مؤلفه از الگوی کارآفرینی اجتماعی، موانع مؤثر بر مشارکت زنان سرپرست خانوار در فعالیت‌های کارآفرینانه شناسایی و تحلیل شده‌اند که بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مهم‌ترین موانع عبارتند از:
- ✓ درک نادرست اجتماع از نقش زنان: کلیشه‌های جنسیتی و کمبود تجربه‌های موفق در نقش‌های رهبری و مدیریتی موجب کاهش اعتماد عمومی به توانمندی‌های زنان شده و پذیرش اجتماعی آنان در فضاهای اقتصادی را با چالش مواجه می‌سازد.
 - ✓ ارزش‌های معنوی متضاد با کارآفرینی: در برخی موارد، باورهای مذهبی یا فرهنگی، اشتغال و استقلال مالی زنان را ناسازگار با نقش‌های سنتی تلقی کرده و محدودیت‌های رفتاری یا خانوادگی برای آن‌ها ایجاد می‌کند.
 - ✓ تمایزات جنسیتی و نابرابری در فرصت‌ها: دسترسی نابرابر به منابع، آموزش و فرصت‌های اقتصادی، یکی از چالش‌های ساختاری کلیدی در مسیر توانمندسازی زنان است.
 - ✓ عوامل سیاسی و نبود ثبات نهادی: فقدان سیاست‌های حمایت‌گرایانه هدفمند، تغییرات مکرر در سیاست‌های اشتغال‌زایی و نبود امنیت نهادی مانع از مشارکت پایدار زنان در بازار کار می‌شود.

- ✓ بی‌اعتمادی اجتماعی: نگاه منفی جامعه نسبت به موفقیت اقتصادی زنان، همراه با پیش‌داوری‌های فرهنگی، عاملی بازدارنده در روند خودباوری و پیشرفت آنان است.
 - ✓ عوامل اقتصادی: محدودیت در دسترسی به منابع مالی، نبود سرمایه‌گذاران حامی کسب‌وکارهای زنان و کمبود زیرساخت‌های لازم، موانعی جدی در شکل‌گیری کسب‌وکارهای پایدار محسوب می‌شوند.
 - ✓ نبود آگاهی و آموزش: عدم شناخت نسبت به فرصت‌های کارآفرینی، کمبود مهارت‌های فنی و مدیریتی و آشنایی ناکافی با بازار، از مهم‌ترین موانع فردی و آموزشی تلقی می‌گردند.
 - ✓ ریسک‌پذیری ضعیف و فقدان دید کارآفرینانه: فقدان آموزش‌های لازم برای مدیریت ریسک و همچنین دیدگاه محافظه‌کارانه نسبت به ورود به عرصه کسب‌وکار، موجب کاهش تمایل زنان به فعالیت‌های اقتصادی نوآورانه می‌شود.
- این یافته‌ها با نتایج پژوهش جلیلیان و همکاران (۱۳۹۵) هم‌سو هستند که بر اهمیت موانع اقتصادی تأکید نموده است. همچنین با سعیدی و باجلان (۱۴۰۱) که چالش‌های رویکردی و سازمانی را از موانع عمده در طراحی و اجرای طرح‌های اشتغال‌زایی معرفی کرده‌اند. به‌طور کلی، مجموعه این موانع نشان می‌دهد که الگوی کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار در سیستان و بلوچستان با چالش‌های چندبعدی و پیچیده‌ای روبه‌رو است. رفع این موانع نیز نیازمند سیاست‌گذاری‌های دقیق، حمایت‌های نهادی، آموزش‌های هدفمند و تحول فرهنگی در نگرش جامعه نسبت به نقش اقتصادی زنان است.
- همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت‌های ساختاری و نهادی نقش محوری در حمایت، ارتقاء و پایداری کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان ایفا می‌کنند. این ظرفیت‌ها مجموعه‌ای از منابع، امکانات و حمایت‌های کلان اجتماعی هستند که می‌توانند بستر مناسبی برای رشد کسب‌وکارهای زنان فراهم سازند. چهار ظرفیت کلیدی شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از:



- ✓ نقش رسانه‌های جمعی: رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری قدرتمند در جهت ایجاد تغییرات فرهنگی و اجتماعی، با بازنمایی داستان‌های موفقیت زنان کارآفرین و برجسته‌سازی الگوهای مثبت، می‌توانند فضای اجتماعی مساعدی برای مشارکت اقتصادی زنان ایجاد کنند.
 - ✓ توانمندی‌های بازاریابی: مهارت‌های بازاریابی و درک نیازهای بازار از عوامل حیاتی در موفقیت کسب‌وکارهای نوپا محسوب می‌شوند. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و تحلیل داده‌های بازار می‌تواند به زنان کمک کند تا محصولات یا خدمات خود را با کارایی بالاتری عرضه کنند.
 - ✓ نیروی کار خلاق: برخورداری از منابع انسانی با تفکر نوآورانه و انگیزه بالا، ظرفیت بالقوه‌ای برای ایجاد ارزش افزوده در فرآیندهای تولیدی و خدماتی به‌شمار می‌آید. نیروی کار خلاق می‌تواند از طریق ارائه ایده‌های جدید، سازوکارهای سنتی را به‌روزرسانی کرده و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای زنان را در بازار تقویت کند.
 - ✓ حمایت شرکت‌های دانش‌بنیان: شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان با ارائه مشاوره تخصصی، پشتیبانی فنی و حتی سرمایه‌گذاری در طرح‌های کارآفرینانه، نقش مهمی در توانمندسازی زنان سرپرست خانوار دارند.
- در مجموع، ظرفیت‌های شناسایی‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار نیازمند تعامل هدفمند میان رسانه‌ها، نهادهای علمی و فناوری، منابع انسانی خلاق و ابزارهای بازاریابی نوین است. چنین تعاملی نه تنها به رشد اقتصادی زنان منجر شود، بلکه می‌تواند در ایجاد تحول اجتماعی و کاهش فقر ساختاری در مناطق محروم اثرگذار باشد.
- چهارمین مؤلفه شناسایی‌شده در الگوی کارآفرینی اجتماعی، ظرفیت‌های فردی و روان‌شناختی افراد است که نقش کلیدی در رشد و موفقیت کسب‌وکارهای زنان سرپرست خانوار ایفا می‌کنند. تحلیل داده‌های پژوهش نشان می‌دهد هریک از این زیرمؤلفه‌ها تأثیر قابل توجهی بر توسعه کارآفرینی زنان دارند:
- ✓ خودباوری: به‌عنوان بنیان روانی بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات کارآفرینانه، نقش مهمی در افزایش انگیزه و تاب‌آوری زنان در مواجهه با چالش‌ها ایفا می‌کند. زنان خودباور

معمولاً ایده‌های نوآورانه را با اعتماد بیشتری اجرا نموده و در فضای رقابتی، جایگاه مؤثری کسب می‌کنند.

- ✓ ارتقای جایگاه اجتماعی: فراهم‌سازی فرصت‌هایی برای ارتقاء موقعیت زنان در جامعه از طریق مشارکت در فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی می‌تواند به ایجاد اعتماد به نفس بیشتر، تقویت مهارت‌های ارتباطی و گسترش شبکه‌های حمایتی منجر شود. این ارتقاء جایگاه، عاملی کلیدی در تحقق عدالت جنسیتی و توسعه پایدار اجتماعی است.
 - ✓ خلق استعدادهای نوظهور: کشف و شکوفایی استعدادهای بالقوه زنان، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند طراحی، نوآوری، رهبری و مدیریت، امکان‌پذیر ساختن مسیرهای تازه‌ای برای مشارکت آنان در اقتصاد محلی و ملی را فراهم می‌کند. این امر به افزایش خلاقیت در محیط‌های کارآفرینانه و گسترش دامنه فعالیت‌های اقتصادی منجر می‌شود.
 - ✓ رشد اجتماعی: دسترسی زنان به منابع آموزشی، مهارت‌آموزی، و شبکه‌های پشتیبان اجتماعی، از عوامل حیاتی در رشد اجتماعی آنان محسوب می‌شود. رشد اجتماعی نه تنها به افزایش سطح رفاه زنان کمک می‌کند، بلکه مشارکت فعال‌تر آنان در برنامه‌های توسعه‌ای را نیز تسهیل می‌نماید.
 - ✓ خودکفایی: استقلال زنان در تأمین نیازهای خود و خانواده‌شان یکی از نتایج ملموس کارآفرینی موفق است. زنان کارآفرین با تکیه بر منابع درونی و مهارت‌های خود می‌توانند کسب‌وکارهایی پایدار ایجاد کنند و از وابستگی به نهادهای حمایتی یا کمک‌های خارجی فاصله بگیرند. این امر در جوامع درحال توسعه نظیر سیستان و بلوچستان، نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش فقر و ارتقاء امنیت اقتصادی ایفا می‌کند.
- در مجموع، این مؤلفه نشان می‌دهد که توانمندسازی درونی و فردی زنان نه تنها زمینه‌ساز رشد شخصی آنان است، بلکه می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه‌ای برای تحول اقتصادی و اجتماعی در سطوح وسیع‌تر عمل کند. توجه به این ظرفیت‌ها در سیاست‌گذاری‌های منطقه‌ای و ملی می‌تواند بستری مناسب برای توسعه کارآفرینی پایدار در میان زنان سرپرست خانوار فراهم سازد.



- مؤلفه پنجم به بررسی ظرفیت‌های ساختاری و نهادی در توسعه الگوی کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان می‌پردازد. عواملی که به عنوان ظرفیت‌های بالقوه می‌توانند زیرساخت‌های لازم برای گسترش کارآفرینی اجتماعی را فراهم سازند:
- ✓ رسانه‌های جمعی با ایفای نقش آگاهی‌بخشی، تبلیغ دستاوردهای زنان کارآفرین و الگوسازی، می‌توانند موجب تغییر نگرش عمومی نسبت به توانمندی‌های زنان شوند. این ابزارها بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی (پوتنام، ۲۰۰۰)، شبکه‌های حمایتی را تقویت کرده و مشارکت فعالانه‌تری را در عرصه اقتصادی ممکن می‌سازند.
 - ✓ توانمندی‌های بازاریابی نظیر تحلیل بازار، شناسایی نیازهای مشتری و بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال، نقش مهمی در بهبود فرایند فروش، ارتقای برند شخصی و گسترش بازار محصولات دارند. توسعه این مهارت‌ها، به‌ویژه برای زنان سرپرست خانوار که محدودیت‌های بیشتری در دسترسی به منابع دارند، یک ضرورت محسوب می‌شود.
 - ✓ نیروی کار خلاق، با ارائه ایده‌های نوآورانه و رویکردهای جدید به حل مسائل، می‌تواند محرک اصلی تولید ارزش در کسب‌وکارهای کوچک باشد. حضور چنین نیروهایی منجر به افزایش انعطاف‌پذیری، رقابت‌پذیری و قابلیت سازگاری کسب‌وکارها با تغییرات بازار می‌شود.
 - ✓ شرکت‌های دانش‌بنیان نیز با ارائه خدمات مشاوره‌ای، پشتیبانی فنی و فراهم‌سازی تسهیلات مالی، در ارتقاء سطح فناوریانه کسب‌وکارهای زنان نقش ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها با تقویت پیوند میان دانش و بازار، می‌توانند به رشد پایدار کارآفرینی کمک کنند.
- از سوی دیگر، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی نیازمند تحلیل دقیق نیازهای بازار، تشخیص خلأهای موجود و ارزیابی نقاط قوت و ضعف ایده‌هاست. توانایی تصمیم‌گیری راهبردی، مهارت‌های فنی و مدیریتی، و دسترسی به منابع مالی مناسب از جمله پیش‌نیازهای بهره‌برداری موفق از این فرصت‌هاست. در این میان، ظرفیت‌سازی از طریق آموزش‌های هدفمند در حوزه‌های بازاریابی، مدیریت منابع انسانی، فناوری و تحلیل مالی، نقشی بنیادین در ارتقاء عملکرد زنان کارآفرین ایفا می‌کند. علاوه بر این، همکاری و شبکه‌سازی بین کارآفرینان اجتماعی بستر تبادل تجربیات، اشتراک منابع و هم‌افزایی را فراهم می‌سازد. در نهایت، سیاست‌گذاری‌های

حمایتی دولت از جمله اعطای وام‌های خرد، معافیت‌های مالیاتی، و ساده‌سازی فرآیندهای ثبت کسب‌وکار می‌تواند موانع حقوقی و مالی را کاهش و انگیزه فعالیت اقتصادی را افزایش دهند. لذا به‌طور کلی، مؤلفه پنجم نشان‌دهنده اهمیت زیرساخت‌ها و سازوکارهای پشتیبان در توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار است. این ظرفیت‌ها، اگر به‌درستی شناسایی و فعال‌سازی شوند، می‌توانند اکوسیستمی حمایتی شکل دهند که زمینه‌های لازم برای رشد پایدار کسب‌وکارها، افزایش استقلال اقتصادی زنان، و ارتقای عدالت اجتماعی را فراهم می‌سازد. در خصوص مؤلفه ششم پژوهش راهکارهای تقویت الگوی کارآفرینی زنان سرپرست خانوار در استان سیستان و بلوچستان در قالب مجموعه‌ای از مؤلفه‌های کلیدی و چندبعدی شناسایی شده‌اند که می‌توانند به ایجاد اکوسیستم حمایتی مؤثر برای این گروه از زنان کمک کنند.

- ✓ نخستین و بنیادی‌ترین راهکار، حمایت همه‌جانبه از زنان کارآفرین است؛ این حمایت‌ها در سه سطح مالی، آموزشی و مشاوره‌ای قابل ارائه‌اند. سازمان‌ها و نهادهای حمایتی اعم از دولتی، خصوصی و غیردولتی می‌توانند در این راستا به‌عنوان واسطه‌های مؤثر میان زنان و منابع لازم ایفای نقش کنند. فراهم‌سازی دسترسی آسان به وام‌های کم‌بهره، منابع آموزشی تخصصی و مشاوره‌های کارآفرینی، از جمله اقدامات ضروری در این حوزه است.
- ✓ از سوی دیگر، اقدامات تشویقی نهادهای سیاست‌گذار نظیر معافیت‌های مالیاتی، ارائه تسهیلات زیرساختی، و اعطای جوایز و گواهی‌نامه‌های افتخاری می‌تواند موجب افزایش انگیزه برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه شود. این اقدامات در بلندمدت سبب ارتقاء تصویر اجتماعی زنان کارآفرین و افزایش مشارکت آن‌ها در اقتصاد رسمی خواهد شد.
- ✓ افزایش جذابیت فعالیت‌های کارآفرینی نیز از طریق تبلیغات هدفمند، برنامه‌های تلویزیونی، رسانه‌های اجتماعی و روایت موفقیت‌های زنان کارآفرین ممکن است. این فرآیند منجر به تغییر نگرش عمومی نسبت به توانمندی‌های زنان می‌شود و دختران جوان را به سوی ایجاد کسب‌وکارهای مستقل سوق می‌دهد.
- ✓ علاوه بر این، بهره‌مندی از امکانات و حمایت‌های دولتی همچون فضاهای کاری رایگان یا کم‌هزینه، مراکز رشد کارآفرینی، آموزش‌های مهارتی رایگان و خدمات حقوقی و مالی از



دیگر راهکارهای مؤثر هستند. با این حال، دستیابی به این منابع مستلزم شفاف‌سازی روندهای اجرایی، حذف بوروکراسی زائد و طراحی نظام تخصیص عادلانه منابع است. در سطح ساختاری، پیشنهاد شده که نظامی یک‌پارچه برای سامان‌دهی حمایت‌ها و خدمات به زنان کارآفرین طراحی شود. چنین نظامی باید بر پایه تحلیل‌های آماری، بازخوردهای محلی و ارزیابی مستمر عملکرد نهادهای مرتبط شکل گیرد. هدف این رویکرد، ایجاد اکوسیستم پایدار کارآفرینی است که در آن هماهنگی میان منابع، سیاست‌ها، آموزش‌ها و بازار تسهیل گردد. در مجموع، راهکارهای شناسایی شده نشان می‌دهند توسعه کارآفرینی زنان سرپرست خانوار نیازمند رویکردی جامع، سیستمی و چندلایه است که در آن، اقدامات حمایتی با برنامه‌ریزی ساختاری و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و نهادی همراه باشد. این راهکارها نه تنها موجب ارتقاء استقلال اقتصادی زنان می‌شود، بلکه به بازسازی نقش اجتماعی آنان و توسعه پایدار منطقه‌ای نیز کمک خواهند کرد.

لازم به ذکر است با وجود دستیابی به نتایج قابل توجه، پژوهش حاضر با چند محدودیت همراه بود که در تفسیر نتایج باید مدنظر قرار گیرند که عبارتند از:

- ✓ محدودیت جغرافیایی: تمرکز پژوهش صرفاً بر استان سیستان و بلوچستان بوده و به همین دلیل، تعمیم نتایج به سایر مناطق کشور ممکن است با خطا همراه باشد.
- ✓ حجم نمونه محدود: انتخاب نمونه‌ای نسبتاً کوچک از زنان سرپرست خانوار ممکن است بر تنوع دیدگاه‌ها و قابلیت تعمیم یافته‌ها اثرگذار باشد.
- ✓ ابعاد فرهنگی و اجتماعی: تأثیرات فرهنگ محلی، باورهای سنتی و الگوهای ذهنی جامعه ممکن است به طور کامل در مدل پژوهش لحاظ نشده باشند و این می‌تواند بر پیاده‌سازی کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار باشد.
- ✓ عوامل محیطی و سیاسی: بحران‌های اقتصادی، بی‌ثباتی‌های سیاسی و تحریم‌ها می‌توانند نتایج حاصل از مدل را دچار تغییر کرده و مانع اجرای پایدار آن شوند.
- ✓ تطابق نظریه‌ها با واقعیت میدانی: برخی از نظریه‌های مورد استفاده ممکن است در منطقه مورد بررسی به طور کامل پاسخ‌گو نبوده و در تحلیل نهایی محدودیت‌هایی ایجاد کنند.

- در پایان با توجه به نتایج پژوهش، مجموعه‌ای از اقدامات سیاستی و اجرایی برای بهبود وضعیت کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار به شرح پیشنهاد می‌گردد:
- ✓ برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی با محوریت تغییر نگرش‌های فرهنگی، ارتقاء اعتمادبه‌نفس و افزایش توانمندی‌های مدیریتی زنان.
 - ✓ تدوین سیاست‌های حمایتی هدفمند از جمله ارائه تسهیلات بیمه‌ای، وام‌های کم‌بهره، معافیت‌های مالیاتی و خدمات مشاوره‌ای ویژه برای زنان سرپرست خانوار.
 - ✓ ایجاد نهادهای حمایتی چندمنظوره که بتوانند به شکل یکپارچه خدمات آموزشی، حقوقی، اقتصادی و بازاریابی را به زنان ارائه دهند.
 - ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت ریسک و مهارت‌های کسب‌وکار با هدف ارتقای توانایی تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت و افزایش تاب‌آوری اقتصادی زنان.
 - ✓ تقویت همکاری‌های بین‌بخشی میان دولت، سازمان‌های مردم‌نهاد، مراکز دانشگاهی و شرکت‌های دانش‌بنیان برای توسعه شبکه حمایتی کارآفرینان اجتماعی.



منابع

- آرامش، حامد، دهقانی، مسعود. و سارانی، سمیرا. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی و توانمندسازی زنان حاشیه‌نشین شهر زاهدان. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۴(۵۲)، ۱۶۸-۱۴۳. doi: 10.22111/jmr.2021.37556.5386
- تاج‌مزیانی، علی‌اکبر، ابراهیمی، مریم. و ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۹). تحلیل جنسیتی سیاستگذاری تأمین اجتماعی در ایران پس‌انقلاب. *رفاه اجتماعی*، ۲۰(۷۹)، ۲۷۳-۳۰۴. doi:20.1001.1.17358191.1399.20.79.6.8
- تواضعی‌فر، حدیثه. و یعقوبی، نورمحمد. (۱۴۰۳). بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی بر توانمندسازی و نوآوری در زنان سرپرست خانوار. *دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق، تهران*.
- جلیلیان، سارا. و سعدی، حشمت‌اله. (۱۳۹۵). نقش توانمندسازی زنان در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب). *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۶(۲۱)، ۱۲۹-۱۴۲. doi:20.1001.1.22516735.1395.6.21.10.8
- ذوالفقاری، نسرانه، فتحی، سروش. و مختارپور، مهدی. (۱۴۰۳). بررسی نقش تمایلات فردی به مثابه عاملیت بر توانمندی اقتصادی زنان شهر تهران. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۲۲(۴)، ۱۱۷-۱۴۹. doi: 10.22051/jwsp.2024.47862.2900
- رهبری‌غازانی، نسرین، حاجلو، نادر. و آقاجانی، سیف‌اله. (۱۴۰۲). اثربخشی توانمندسازی خانواده مبتنی بر درمان راه‌حل‌محور کوتاه‌مدت بر تغییر جو عاطفی خانواده و پیشگیری از اعتیاد در نوجوانان دارای والدین وابسته به مواد. *اعتیادپژوهی*، ۱۷(۶۷)، ۷۹-۱۰۰. doi: 10.52547/etiadpajohi.17.67.79
- زمانی‌مقدم، مسعود. و افشانی، سیدعلیرضا. (۱۴۰۰). توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در ایران: مروری نظام‌مند. *رفاه اجتماعی*، ۲۱(۸۰)، ۸۰-۴۵. doi: 20.1001.1.17358191.1400.21.80.4.5
- سعیدی، علی‌اصغر. و باجلان، اکرم. (۱۴۰۱). تحلیل چالش‌های طرح توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در برنامه‌های توسعه. *مطالعات راهبردی زنان*، ۲۴(۹۵)، ۱۷۴-۱۴۷. doi: 10.22095/jwss.2022.315936.2857

شیانی، ملیحه. و زارع، حنان. (۱۳۹۸). فراتحلیل مطالعات زنان سرپرست خانوار در ایران.

مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۶(۲)، ۹۷-۶۷. doi: 10.22059/jsr.2020.75859

کیخسروی، آرمان، رسولی‌آذر، سلیمان. و رشیدپور، لقمان. (۱۴۰۳). تحلیل سازوکارهای مؤثر

بر توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی استان کردستان. بازاریابی و تجاری‌سازی

کشاورزی، ۸(۱)، ۱۰-۱. AMC-2401-1082 (R1)

Aramesh, H., Dehghani, M., & Sarani, S. (2021). Factors affecting social entrepreneurship and empower marginalized women in Zahedan. *Public Management Researches*, 14(52), 143-168. doi: 10.22111/jmr.2021.37556.5386. (In Persian)

Aziz, K. A., Zulkifle, A. M., & Sarhan, M. L. (2023). Social entrepreneurship for sustainable community development: Investigating the determinants for youths' readiness. *Journal of System and Management Sciences*, 13(1), 444-466. doi: 10.33168/JSMS.2023.0124

Bhatt Datta, P., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 569-587. doi: 10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x

Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.01.006

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed., Vol. 1). Wiley-Blackwell.

Deepti, K., Shukla, G., & Ratnesh, K. (2023). Empowering woman through vocational training: A case study in Delhi NCR. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(6), 1-8. doi: 10.56726/IRJMETS42295

Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Report from the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Stanford University. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wpcontent/uploads/sites/7/2015/03/Article_Dees_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf

Erdur, D. A. (2021). The role of social entrepreneurship in women's empowerment: Case of Çöp(m)adam. In M. T. Özsağlam (Ed.), *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social*



- Development* (pp. 157–172). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4727-4.ch014>
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Herder and Herder.
- Hassan, N. (2024). Empowering women entrepreneurs: challenges, opportunities, and support strategies: An exploratory analysis. *Journal of Contemporary Entrepreneurship Studies*, 15(3), 82–95. DOI: 10.21608/jces.2024.390291
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133, 643–658. doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4
- Jalilian, S., & Saadi, H. (2016). The role of empowering women in economic decision-making of rural households. *Regional Planning*, 6(21), 129–142. DOI:20.1001.1.22516735.1395.6.21.10.8 (In Persian)
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Kaykhosravi, A., Rasouliazar, S., & Rashiedpour, L. (2024). Analysis of effective mechanisms on the development of entrepreneurship among rural women in Kurdistan Province. *Agricultural Marketing and Commercialization Journal*, 8(1), 1–10. AMC-2401-1082 (R1). (In Persian)
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2020). *Global entrepreneurship monitor 2019/2020 global report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Khazaeian, S., Kariman, N., Ebadi, A., & Nasiri, M. (2017). The impact of social capital and social support on the health of female-headed households: A systematic review. *Electronic Physician*, 9(12), 6027. <https://doi.org/10.19082/6027>
- Merroun, H. (2025). Women and social entrepreneurship in rural Morocco: Opportunities and constraints. *International Review of Social Sciences*, 12(1), 75–88. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14918889>
- Noorani, F., Farajallah Hosseini, S. J., & Omidi Najafabadi, M. (2024). Designing a model for developing local business for rural women Iran with a sustainable development approach. *Discover Sustainability*, 5, 231. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00459-0>
- Odede, E. (2024). Uplifting the poorest communities through women's empowerment. *TIME Magazine – Global Development Section*. <https://qa.time.com/7016128/women-uplift-poorest-communities/>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon, & Schuster.

- Rahbari Ghazani, N., Hajloo, N., & Aghajani, S. (2022). The effectiveness of family-based empowerment on changing the emotional atmosphere of the family and prevention of addiction in adolescents with substance-dependent parents. *Applied Family Therapy Journal*, 3(4), 388–403. doi: 10.52547/etiadjpajohi.17.67.79 (In Persian)
- Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2020). How close is close? The spatial reach of agglomeration economies. *Journal of Urban Economics*, 116, 103246.
- Saad, G. E., Ghattas, H., Wendt, A., Hellwig, F., DeJong, J., Boerma, T., Victora, C., & Barros, A. J. (2022). Paving the way to understanding female-headed households: Variation in household composition across 103 low- and middle-income countries. *Journal of Global Health*, 12, 04038. <https://doi.org/10.7189/jogh.12.04038>
- Saeidi, A. A., & Bajelan, A. (2022). Analysis of policy barriers in the empowerment plan for women heads of households. *Women's Strategic Studies*, 24(95), 147-174. doi: 10.22095/jwss.2022.315936.2857. (In Persian)
- Shiyani, M., & Zare, H. (2020). A meta-analysis of female-headed household studies in Iran. *Sociological Review*, 26(2), 67-97. doi: 10.22059/jsr.2020.75859. (In Persian)
- Tajmazinani, A. A., Ebrahimi, M., & Zokaei, M. S. (2021). Gender analysis of social security policies in post-revolutionary Iran. *Social Welfare Quarterly*, 20(79), 273–304. (In Persian) <https://doi.org/20.1001.1.17358191.1399.20.79.6.8>
- Tawazeefar, H., & Yaghoubi, N. M. (2024). *Studying the role of social entrepreneurship on empowerment and innovation in female heads of households*. 12th International and National Conference on Management, Accounting and Law Studies, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/2130289>. (In Persian)
- World Bank. (2018). World development report 2018: *Learning to realize education's promise*. World Bank Publications.
- Yoosefi Lebni, J., Mohammadi Gharehghani, M. A., Soofizad, G., Khosravi, B., Ziapour, A., & Irandoost, S. F. (2020). Challenges and opportunities confronting female-headed households in Iran: a qualitative study. *BMC Women's Health*, 20(1), 183. <https://doi.org/10.1186/s12905-020-01046-x>
- Zamani Moghadam, M., & Afshani, S. A. (2021). Empowerment of female-headed households in Iran: A systematic review. *Social Welfare*, 21(80), 80-45. doi: 20.1001.1.17358191.1400.21.80.4.5. (In Persian)



Zolfaghari, N., Fathi, S., & Mokhtarpour, M. (2024). Investigating the role of individual tendencies as an agency women's economic empowerment in Tehran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 22(4), 117-149. doi: 10.22051/jwsp.2024.47862.2900. (In Persian)



© 2025 Alzahra University, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

نویسندگان

aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

عالمه کیخا

دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و امور اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

shahnaz.jafarian@gmail.com

شهناز جعفریان

کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی