

طراحی الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان

امین نجف قلی دوست^۱

غلامرضا رحیمی^۲

فرهاد نژاد ایرانی^۳

(تاریخ دریافت ۱۴۰۳/۸/۹ - تاریخ تصویب ۱۴۰۳/۱۰/۱)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

چکیده

زمینه و هدف: در فرآیند کارآفرینی، یک کسب و کار راه اندازی می شود و با استفاده از ایده های خلاقانه و نوآوران، مدل های کسب و کاری نوین ایجاد می شود. حضور زنان در جامعه نقش این قشر بیشتر در فرایندهای اقتصادی جلوه می کند که توجه به آن را امری ضروری می نماید. بر این اساس پژوهش حاضر باهدف طراحی الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان انجام شد.

روش ها: پژوهش حاضر از منظر هدف، توسعه ای و دارای رویکرد ترکیبی (کیفی و کمی) است که در بخش کیفی در قالب پارادایم تفسیری است. ابزار گردآوری داده ها، مصاحبه های

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

۲- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول).

drrahimi۶۲@gmail.com

۳- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

نیمه ساختاریافته بود. جامعه پژوهش ۱۵ نفر از این پژوهش از ۱۵ نفر از خبرگان کارآفرینی در حوزه زنان و اساتید دانشگاه بود که به صورت هدفمند مبتنی بر اشباع نظری انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌های به دست آمده، از راهبرد تحلیل مضمون استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که پنج مضمون اصلی و بیست مضمون سازمان دهنده توانمندسازی بانوان (ارتقاء علمی بانوان کارآفرین، مهارت برقراری ارتباط، مهارت افزایی بانوان)، ویژگی‌های فردی (ابتکار عمل بانوان، مسئولیت‌پذیری بانوان، روحیه خودباوری)؛ حمایت‌های اقتصادی (مشوق‌های مالی، حمایت‌های مالیاتی، تسهیلات و وام‌ها)؛ ایجاد فضای حمایتی (حمایت خانواده‌ها، حمایت قانونی، تشکیل واحدها و نهادهای حمایت از کارآفرینی، معرفی کارآفرینان، تسهیل در فرایندها، تسهیل در بازاریابی)؛ توسعه فرهنگی (ارتقاء فرهنگی جامعه، ترویج روحیه کار تیمی، تغییر سنت‌های جامعه، اعتماد به زنان، تغییر نگرش نسبت به جنسیت).

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های پژوهش یکی از عوامل مؤثر بر دستیابی به ارتقاء کارآفرینی زنان استان آذربایجان شرقی است، کارآفرینی زنان که با استفاده از توانمندسازی بانوان، ویژگی‌های فردی، حمایت‌های اقتصادی، ایجاد فضای حمایتی، توسعه فرهنگی انجام می‌شود. سهم این پژوهش توسعه یک چارچوب یکپارچه برای توسعه کارآفرینی است که پیشنهادهایی را به مدیران آن در خصوص توسعه کارآفرینی زنان و محققین آینده ارائه می‌کند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی زنان، استان آذربایجان شرقی، توانمندسازی بانوان، ویژگی‌های فردی، حمایت‌های اقتصادی، ایجاد فضای حمایتی، توسعه فرهنگی

۱- مقدمه

ترکیب جمعیت در جهان کنونی نشان‌دهنده آن است که نیمی از آن را زنان تشکیل می‌دهند. به این لحاظ توجه به استعداد و نقش زنان در چرخه اقتصادی و اجتماعی کشورها، به عنوان نیروی کار ضرورت دارد. به همین دلیل بسیاری از دولت‌ها در شرایط سخت اقتصادی خود توانسته‌اند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌های ویژه نسبت به بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های اقتصادی فائق آیند و یا در مسیر توسعه با گام‌های سریع‌تری حرکت کنند. در دهه‌های اخیر، کارآفرینی

در مباحث اقتصادی، مطرح شده و توجه به آن در سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها توصیه شده است (هولسینک و دوانس^۱، ۲۰۲۰). مفهومی که منجر به توسعه اقتصادی می‌شود. در رویارویی با محیط متلاطم خارجی که در آن کاهش مالیات‌ها پاسخگو بودن، تغییرات سریع فناوری، افزایش تنوع خدمت گیرندگان به شدت دیده می‌شود، کارآفرینی تنها راه‌حلی است که سازمان‌ها می‌توانند برای دستیابی به درآمد اضافی، ارتقا فرآیندهای درونی، گسترش راه‌حل‌های نوآورانه جهت سوق به نیازهای اجتماعی و اقتصادی اتخاذ نمایند (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۲۲).

زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند (هیچاورایان و همکاران^۲، ۲۰۲۴). هویت دادن و افزایش زنان تحصیل کرده و دانشگاهی، عدم جذب این افراد آماده به کار از سوی بخش دولتی، ظرفیت محدود بخش خصوصی، عدم تعادل موجود در نیروی کار بازار، ناشی از عوامل گوناگونی است که تأثیر قابل توجهی در نابرابری در فرصت‌های شغلی زنان در مقابل مردان خواهد داشت. کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد (کانتور^۳، ۲۰۰۲: ۱۱).

فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها مؤثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید (گلرد، ۱۳۹۴: ۱۰۲). تمایل زنان و دختران به تحصیلات دانشگاهی در سال‌های اخیر افزایش یافته و بیش از ۶۵ درصد

^۱- Hulsink & Doans

^۲- Hechavarria

^۳- Kantor

از ورودی دانشگاه‌ها را دختران به خود اختصاص داده‌اند، ولی فقط ۱۶.۵ درصد فعالیت اقتصادی را دارند. این در حالی است که دولت توان جذب این تعداد نیروی آماده به کار را ندارد و بخش خصوصی موجود نیز با گستره محدود خود در کشور، ظرفیت پذیرش این تعداد نیروی انسانی را ندارد. بنابراین، توسعه کارآفرینی اگر تنها راه پیش رو نباشد، دست کم در شرایط امروزی به عنوان یکی از بهترین راه‌حل‌های مبارزه با معضل بیکاری مطرح است (ياسوری و نوروزی نژاد، ۱۴۰۰، ۲۴). در سال‌های اخیر نیز، بالا رفتن سطح تحصیلات و افزایش تعداد زنان دارای تحصیلات عالی، بالا رفتن سن ازدواج، کاهش نرخ باروری و کاهش قدرت خرید خانوارها باعث افزایش عرضه نیروی کار زنان شده ولی در کنار این افزایش، به دلیل بحران بیکاری؛ که در سطح کشور سایه افکنده، به همین میزان شاهد افزایش سرعت نرخ بیکاری حتی بیش از مردان هستیم. تحقیقات نشان داده که در سال‌های اخیر، افزایش نرخ بیکاری، موجب تقویت نگرش‌های جنسیتی در مسئولان و بازار کار جامعه شده است و با این تفکر که مردان نان‌آور خانواده هستند، اولویت دادن به مردان هنگام استخدام و اشتغال شدت گرفته است (امیدی نجف‌آبادی و سلطانی، ۱۳۹۵: ۶۳). بنابراین پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به سؤال زیر است: الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان استان آذربایجان شرقی چگونه است؟

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تامپسون^۱ (۲۰۰۹) کارآفرینی را فرایندی می‌داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد. چرچیل^۲ درباره کارآفرینی با نگاه متفاوتی معتقد است: کارآفرینان باید بر حرکت-ها و بهبودهای مستمری متمرکز شوند که به صورت مداوم در پی بهره‌برداری از ریسک‌ها و فرصت‌های قابل کنترل باشد (بیگ‌زاده، ۱۴۰۲). کارآفرینی شامل یک فرآیند یادگیری است و عبارت است از توانایی برآمدن از عهده مسائل و مشکلات و نیز یادگرفتن از آن‌ها

۱- Thompson

۲- Churcil

می‌باشد (بایکان لیورت و همکاران^۱، ۲۰۱۸).

با توجه به اینکه نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند و دو سوم ساعات کار انجام‌شده توسط زنان صورت می‌پذیرد، تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص یافته است. بنابراین وجود نابرابری برای زنان در تمامی جوامع کم‌وبیش وجود دارد که در برخی از سازمان‌های جهانی در چند سال اخیر به این مسئله بیشتر توجه شده و در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان اقتصادی و اجتماعی سازمان‌های مختلف جهانی قرار گرفته است (صادقی و همکاران، ۱۴۰۲). بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. حسینی به نقل از خانم هلن فیشر انسان‌شناس دانشگاه راتجز، عوامل موفقیت کارآفرینی زنان را چنین معرفی می‌کند: وجود مهارت‌های ارتباطی (بسیاری از زنان در بیان خود، بهتر از همتای مرد خود عمل می‌کنند)؛ وجود مهارت‌های مردمی (بسیاری از زنان در خواندن احساسات از چهره دیگران و کشف رمز از اداها و ژست‌های آنان و در نتیجه در تعامل با دیگران بسیار ماهر هستند)؛ استفاده از تفکر شبکه‌ای (یعنی توانایی جمع‌آوری داده‌ها از محیط و ایجاد ارتباط میان قطعات داده‌های مختلف)؛ برقراری توافق (زنان کارآفرین موفق غالباً خوب می‌توانند بحث کنند). آن‌ها می‌توانند شرایطی ایجاد کنند که طرف‌های وارد در بحث روابط هماهنگ برقرار کنند)؛ توانایی ایجاد و گسترش روابط حسنه (حفظ روابط درازمدت با مشتری در تجارت از ویژگی‌های زنان کارآفرین است). از آنجاکه زنان احتمال می‌دهند توسط همتایان مرد خود به نحو مناسبی به رسمیت شناخته نشوند، از ورود به شبکه غیررسمی همکاران که بیشتر جنبه‌ای مردانه دارد، می‌هراسند (اوجونگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۳۵).

بر این اساس به برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه اشاره می‌شود: ورکیانی پور و همکاران (۱۴۰۳)، پژوهشی در مورد "تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و اثرات آن بر توسعه پایدار اجتماعی در مناطق شهری" انجام دادند نتایج نشان داد زنان نقش مهمی در

^۱ - Baycan Levent et al

^۲ - Ojong

ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند، بنابراین هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی اجتماعی به‌خصوص فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق شهری، عامل بسیار مهم این نیروی عظیم است؛ خسروی و داوری (۱۴۰۳)، پژوهشی با عنوان نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی در الگوواره پایدار بیان کردند که زنان قوم بختیاری تأثیر بسزایی بر توسعه گردشگری و اقتصاد محلی دارند و با کارآفرینی اجتماعی، به ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی محلی می‌پردازند. تولید پوشاک سنتی بختیاری به‌عنوان یکی از مشاغل اصلی، نقش ویژه‌ای در ترویج و توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق موردنظر و توانمندسازی زنان دارد. پناهی (۱۴۰۲)، پژوهشی با عنوان "توسعه کارآفرینی زنان روستایی؛ چشم اندازها و چالش‌ها" انجام دادند، کارآفرینی به‌عنوان یکی از کم‌هزینه‌ترین ابزارها، بهترین نتیجه و بیش‌ترین کارایی جهت توسعه جامعه را به همراه دارد، از این رو فراهم کردن بستر اجتماعی لازم برای توسعه آن از اهمیت خاصی برخوردار است. اما علی‌رغم این موضوع، ورود زنان به عرصه کارآفرینی همواره با موانع و محدودیت‌های زیادی روبه‌رو بوده است و عوامل گوناگونی مانع از بروز و رشد استعدادها و بالقوه زنان در عرصه کارآفرینی شده است. در این راستا، هدف اصلی این پژوهش ارائه مدلی برای کارآفرینی اقتصادی با در نظر گرفتن شرایط کارآفرینی زنان صورت می‌گیرد.

آدھیکاری (۲۰۲۴)، پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان در ناحیه نوالپرسی" انجام دادند، کارآفرینی، مفهومی پویا که نوآوری، ریسک‌پذیری و خلاقیت را توسعه می‌دهد، در چشم‌انداز پیچیده کسب‌وکار امروز عبارات متنوعی پیدا می‌کند. یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر، کارآفرینی زنان است که به‌عنوان یک موضوع مهم در گفتمان کارآفرینی زنان معاصر شتاب می‌گیرد. نتایج بیشتر نشان می‌دهد که دسترسی محدود به منابع مالی، هنجارهای اجتماعی فرهنگی ذاتی، شکاف‌ها در آموزش و پرورش، محدودیت‌های نظارتی، و نابرابری در دسترسی فن‌آوری عوامل حیاتی بودند. شریف امام (۲۰۲۰) در تحقیقی از "زنان کارآفرین حوزه‌های اقتصادی در دانشگاه در کشور پاکستان" به این نتایج رسید که زنان کارآفرین در مقایسه با مردان گرایش بیشتری به کار گروهی دارند و خودمحوری در آن‌ها کمتر است. در حال حاضر که بیش از ۴۰ درصد از ظرفیت دانشگاه‌ها را زنان به خود اختصاص داده‌اند، ترغیب

و اشاعه فرهنگ کارآفرینی سازوکاری است که می‌تواند فرصت‌های جدیدی را پیش روی زنان تحصیل کرده دانشگاهی قرار دهد؛ فان دو می (۲۰۲۰) در پژوهشی کیفی به بررسی "کارآفرینی شهری زنان" پرداختند. در این مطالعه سه شاخص اصلی شناسایی و نتایج تأیید می‌کند مقوله اصلی فرآیند مدل از عوامل علی، عوامل مداخله‌گر و عوامل زمینه‌ای تشکیل شده است. نتایج پژوهش اطلاعات محققان را در زمینه اهداف، چالش‌ها و پیامدهای مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار افزایش می‌دهد.

از آنجاکه زنان احتمال می‌دهند توسط هم‌تایان مرد خود به نحو مناسبی به رسمیت شناخته نشوند، از ورود به شبکه غیررسمی همکاران که بیشتر جنبه‌ای مردانه دارد، می‌هراسند (اوجونگ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۳۵). آن‌ها این موانع را تحت عنوان خانواده، نظام تعلیم و تربیت، ناهم‌خوانی انتظارات نقشی، باورهای کلیشه‌ای و مناسبات حاکم بر بازار کار دسته‌بندی می‌کنند و چنین نتیجه می‌گیرند که با وجود چالش‌های موجود زنان نباید در انتظار تغییرات عظیم باشند. بلکه ضرورت دارد مهارت‌های ادراکی، ارتباطی و تخصصی خود را تقویت کنند و با پذیرش تفاوت‌های طبیعی بین خود و مردان، بدون پرداختن به کشمکش بر سر اثبات برابری، به توانمندسازی خود و مشارکت بیشتر در عرصه فعالیت‌های اجتماعی پرداخته و خود را با مهارت‌های علمی و تخصصی و مدیریتی برای حضور در عرصه کارآفرینی آماده سازند (روسکا و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۰).

۳- روش‌شناسی پژوهش

روش گردآوری داده‌ها، استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بود. در آغاز مصاحبه، به مصاحبه‌شوندگان بیان گردید که هدف از این پژوهش طراحی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان است. سپس تعریف کلی از کارآفرینی اقتصادی و نقش زنان در جامعه و همچنین اهمیت و ضرورت انجام پژوهش ارائه گردید. سؤالات مصاحبه بیشتر بر روی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان و راه کارهای توسعه کارآفرینی اقتصادی متمرکز بود. از مصاحبه‌شوندگان درخواست شد تا دیدگاه‌ها و نظرات خود را در این خصوص بیان کنند. برخی مواقع نیز سؤالاتی در خصوص ویژگی‌های خاص بیان می‌شد تا مصاحبه‌شوندگان توضیحات بیشتر و جزئی‌تری را بیان کنند. مدت‌زمان مصاحبه از ۶۰ دقیقه تا ۱۸۰ دقیقه متغیر بود.

جمع‌آوری داده‌ها تا زمان اشباع شدن داده‌ها ادامه یافت. بدین ترتیب مصاحبه‌های انجام شده جدید، هیچ دیدگاه نظری نو یا خصوصیات دسته‌های اصلی نظری را ایجاد نکرد. یادداشت‌ها و مضامین به دست آمده در طول فرایند مصاحبه ثبت شدند، که به عنوان پایه‌ای برای تحلیل مضمون مصاحبه‌های انجام شده، مورد استفاده قرار گرفت. در پژوهش حاضر با مصاحبه از تعداد ۱۵ نفر از خبرگان کارآفرینی در حوزه زنان و اساتید دانشگاه که نسبت به توسعه کارآفرینی اقتصادی آشنایی کاملی داشته‌اند داده‌ها گردآوری شد، روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود. نمونه‌گیری با تمرکز بر مجریان و افرادی بود که اطلاعات مناسبی از کارآفرینی اقتصادی و نقش زنان در جامعه داشتند، انجام شد تا داده‌های غنی و دست‌اولی ارائه شود که در جدول شماره ۱، به تخصص، تحصیلات و زمینه شغلی اشاره شده است.

جدول شماره (۱)- فهرست مصاحبه‌شوندگان به تفکیک تحصیلات و حرفه

ردیف	تحصیلات و رشته تحصیلی	ویژگی	حوزه فعالیت		تعداد
			اجرائی	دانشگاهی	
۱	کارشناسی ارشد - مدیریت دولتی، مدیریت کارآفرینی	آشنایی با کارآفرینی بخش بانوان-اجرائی	*		۳
۲	دکتری- کارآفرینی	تدریس دروس کارآفرینی		*	۴
۳	کارشناسی ارشد- مدیریت بازرگانی	کارآفرینی	*		۱
۴	دکتری - شیمی	کارآفرینی	*		۱
۵	کارشناسی ارشد- عمران	کارآفرینی	*		۱
۶	کارشناس ارشد - مدیریت اجرائی	کارآفرینی	*		۱
۷	کارشناسی ارشد- زیست‌شناسی	کارآفرینی	*	*	۱
۹	کارشناس ارشد	کارآفرینی	*		۲
۱۰	کارشناسی	کارآفرینی	*		۱

پس از انجام مصاحبه، محتوای آن‌ها به صورت مکتوب مورد تحلیل قرار گرفت. بر این اساس، دستیابی به فهم مصاحبه‌شوندگان از توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان، از رویکرد استقرایی (جزء به کل) استفاده شد. بدین ترتیب هر مصاحبه به صورت کامل مورد

بررسی قرار گرفت. پژوهشگران با خواندن و غوطه‌ور شدن در داده‌ها و مطالعه چند باره متن مصاحبه، کلیه واحدهای معنادار را استخراج کردند و به‌صورت مجزا برای هر مشارکت‌کننده، مضامین پایه استخراج شد. در مرحله دوم پژوهش، مضامینی که معرف بخش‌های گوناگون از متن باشد، ثبت گردید. در مرحله سوم، عمل خوشه‌بندی مقوله‌ها که همان تم‌های سازمان دهنده و فراگیر بود، انجام که شامل بازخوانی دقیق مصاحبه‌ها و برداشت مشترک از متن مصاحبه‌ها که دربرگیرنده تداعی‌ها و مفاهیم بود که توسط پژوهشگران انجام شد. با غوطه‌وری در داده‌ها و کنار هم قرار دادن جداول، مقایسه مداوم و شناسایی مشابهت‌ها، تم‌های سازمان دهنده و فراگیر به همراه کدهای استخراج‌شده در یک جدول قرار گرفت. در این مرحله، با تجميع مفاهیم مشترک با استفاده از مطالبی که مصاحبه‌شوندگان عنوان کرده‌اند، چارچوبی جامع به دست آمد که نشان‌دهنده توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان می‌باشد.

از سوی دیگر، به‌منظور اعتبارسنجی پژوهش‌های کیفی، پژوهشگران از دو راهبرد استفاده کردند. بر این اساس، پژوهشگران از دو راهبرد بازبینی خارجی (انجام مصاحبه با افرادی به‌جز افراد تعیین‌شده برای مصاحبه به‌منظور تحلیل و بررسی فرایند پژوهش، خروجی پژوهش و میزان دقت آن) و تکثرگرایی (مصاحبه با افرادی که در سطوح مختلف دارای مسئولیت‌های متفاوت هستند) استفاده شد. در جدول شماره ۲، نمونه‌ای از نمونه مصاحبه‌های و مضامین استخراجی بیان شده است.

جدول شماره (۲) - نمونه مصاحبه‌های انجام شده

مضامین پایه	خلاصه متن اصلی مصاحبه
امکانات مالی و غیرمالی خانواده حمایت خانواده‌ها	خانواده‌ها باید از کارآفرینی زنان حمایت کرده و امکانات مالی و غیرمالی را در اختیار آن‌ها قرار دهد.
حمایت از فعالیت اجتماعی زنان توسط خانواده	توجه به توانمندسازی زنان باید موجب شود که از فعالیتهای اجتماعی زنان توسط خانواده حمایت کنند و دیدگاه سنتی را نسبت به زنان کنار بگذارند و مذهب را مانعی برای کارآفرینی زنان تلقی نکنند
مهارت برقراری ارتباط صحیح با دیگران مهارت افزایش ارتباط با دیگران	ارتقاء کارآفرینی نیازمند مهارت افزایشی ارتباط صحیح با دیگران است از سوی دیگر باید با افراد کارآفرین مراوده و

تعامل داشته باشند.	تعامل و مراوده با افراد کارآفرین
برابری باید در جامعه حاکم باشد بین مسئولیت و اختیارات زنان و مردان به صورت عادلانه رفتار کرد.	توزیع عادلانه مسئولیت و اختیارات در بین زنان و مردان
فرهنگ جامعه باید نسبت به زنان توسعه یافته و از ریسک پذیرتر باشد تا بتواند از فرصت های جدید برای بانوان حمایت کند.	توسعه فرهنگ ریسک پذیری استفاده از فرصت های جدید برای بانوان کارآفرین توسعه فرهنگی
برای کارآفرینی باید دوره های مهارت افزایی کارگاه های عملی برگزار کرد.	برگزاری دوره های مهارت آموزی برگزاری کارگاه های عملی
کارآفرینی زنان در جامعه نیازمند احساس آرامش در مراودات اجتماعی است.	احساس آرامش زنان در مراوده های اجتماعی

۴- یافته های پژوهش

نظریه های کارآفرینی اقتصادی بر نقش کارآفرینان در تخصیص منابع و تولید کالاها و خدمات تأکید دارند. بر اساس این نظریه ها، کارآفرینان فرصت های بازاریابی را شناسایی می کنند و منابع مورد نیاز برای تولید کالاها و خدماتی که تقاضای مصرف کنندگان را برطرف می کنند، را با یکدیگر ترکیب می کنند. این فرایند به رشد و توسعه اقتصادی منجر می شود. کارآفرینان به دنبال فرصت های جدید هستند و آماده اند برای بهره برداری از آن ها ریسک بپذیرند. با انجام این کار، آن ها نوآوری و رقابت را ترویج می دهند که در نهایت به مصرف کنندگان سود می رساند و به رشد اقتصادی منجر می شود (بیگ زاده، ۱۴۰۲، ۲).

ازاین رو با استفاده از تحلیل مضمون الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان در پنج مضمون فراگیر و ۲۰ مضمون سازمان دهنده در قالب جدول های ۳ تا ۷ نشان داده شده است:

جدول شماره (۳) - مضامین توانمندسازی بانوان در کارآفرینی (یافته‌های پژوهش)

مؤلفه	شاخص	بعد
توانمندسازی بانوان	ارتقاء علمی بانوان کارآفرین	کسب دانش آکادمیک آموزش و ترویج کارآفرینی و کارآفرینی در دانشگاه‌ها برگزاری کارگاه‌های آموزشی توسط نهادهای علمی و NGO برگزاری سمینارهای علمی برگزاری دوره‌های آموزشی متناسب با توانمندی‌های زنان آموزش‌های علمی و عمل برای افزایش مهارت و دانش استفاده از برنامه‌ها و متدهای نوین آموزشی
	مهارت برقراری ارتباط	مهارت برقراری ارتباط صحیح با دیگران تعامل و مراوده با افراد کارآفرین توانایی خوش صحبتی تأثیر گذاری بر دیگران
	مهارت افزایی بانوان	برگزاری دوره‌های کارآفرینی بهبود مهارت‌های عملی و تجربی مهارت افزایی استفاده از ابزارهای نوین آموزش حضوری و غیرحضوری برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای جامعه برگزاری دوره‌های توسعه مهارت‌های کوتاه‌مدت برای زنان توسعه آموزش‌های فنی با مشارکت سازمان فنی و حرفه‌ای استفاده از تجربه اقتصاددانان و کارآفرینان نمونه و موفق بهره‌گیری از پژوهش‌های حوزه توسعه کارآفرینی

با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر نیز نقش زنان از مدیریت امور خانه به فعالیت در سطوح اقتصادی اجتماعی تغییر یافته است، می‌توان گفت توسعه همه جانبه کشورها جز با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های این بخش از جامعه اتفاق نمی‌افتد؛ به‌طوریکه یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند؛ چراکه امروزه تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرایند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، در گرو توجه به

زنان به عنوان نیروی فعال و سازنده است. ظرفیت سازی فردی از طریق، امنیت زنان در جامعه، مهارت افزایی ارتباطی، توانمندسازی زنان، استقلال زنان، نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات و تحلیل سیاسی- محیطی با استفاده از توجه به ارزش ها، مقابله با تحریم ها، نفوذ در بازارهای رقابتی، رقابت در دهکده جهانی با محوریت زنان، شرایط علی برای انگیزه خط مشی گذاری کارآفرینی با محوریت زنان محسوب می شود.

در چند سال اخیر تلاش های زیادی به منظور توانمندسازی زنان کشور صورت گرفته است؛ توانمندسازی یا توان افزایی یک روند و فرایند همه جانبه و رو به رشد است که در طی آن افراد و گروه هایی که به هر دلیلی از سهم مساوی و منصفانه ای از منابع برخوردار نیستند، بتوانند به اندازه سایر افراد جامعه و شایستگی های خودشان به منابع دسترسی و بر آن کنترل داشته باشند. توانمند کردن زنان می تواند موجب شود تا این قشر از جامعه قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای خود را بشناسند و با توجه به ظرفیت های خود به سمت اهداف حرکت کنند.

جدول شماره (۴) - ابعاد و مؤلفه های ویژگی های فردی در کارآفرینی (یافته های پژوهش)

بعد	مؤلفه	شاخص
ویژگی های فردی	ابتکار عمل بانوان	نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات ابتکار عمل در بانوان کارآفرین توانایی تأثیرگذاری بر دیگران نوآوری در کاهش زمان و هزینه درک بازار و کشف فرصت های جدید از منابع مختلف
	مسئولیت پذیری بانوان	آینده نگری و توسعه جایگاه زنان کارآفرین خودکفایی زنان کشف شیوه های جدید و مناسب فعالیت ها بهبود ظرفیت آینده نگری زنان
	روحیه خودباوری	اعتماد و عزت نفس زنان توسعه فرهنگ ریسک پذیری توانایی مذاکره و چانه زنی با دیگران

ظرفیت سازی کارآفرینی زنان باعث می شود که قشر زیادی از جامعه در فعالیت های

اقتصادی عمل کرده و به سمت اهداف تعیین شده حرکت کنند، از سوی دیگر، خودکفایی زنان عاملی برای ظرفیت سازی آنان است، زیرا توسعه پایدار هر جامع نیازمند مشارکت همه افراد جامعه است که زنان بخش مهمی از آن است همچنین باید زنان جامعه از زنان توانمندی برخوردار باشند که بتوانند با مسئولیت پذیری در جامعه مشارکت کافی در زمینه اقتصاد داشته باشند زیرا کارآفرینی زنان نقش برجسته ای در سلامت اقتصادی دارد. در نهایت یکی از نشانه های توسعه در هر جامعه ای، فضای کسب و کاری است که زنان کارآفرین راه اندازی و مدیریت می کنند. زنان به عنوان یکی از مهم ترین سرمایه های انسانی، می توانند نقش بالقوه ای در فرآیند توسعه بخش های اقتصادی هر جامعه ای ایفا کنند.

جدول شماره (۵) - ابعاد و مؤلفه های حمایت های اقتصادی در کارآفرینی (یافته های پژوهش)

بعد	مؤلفه	شاخص
حمایت های اقتصادی	مشوق های مالی	ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای کارآفرینان حمایت مالی دولت از بانوان تسهیلات بانکی عدالت استفاده و دسترسی به منابع مالی قوانین حمایت بیمه ای برای کارآفرینان زن
	حمایت های مالیاتی	معافیت های مالیاتی برای کارآفرینان ایجاد مشوق های صادراتی برای زنان کارآفرین تخفیفات مالیاتی و گمرکی برای صادرات
	تسهیلات و وام ها	حمایت های بنگاه های اقتصادی از کارآفرینان بانک ها از کارآفرین و کارآفرینی

بر اساس نظر خبرگان در چارچوب مفاهیم و مؤلفه های کارآفرینی با محوریت زنان، یکی از راهبردهای خط مشی های کارآفرینی با محوریت زنان، پشتیبانی و ارائه تسهیلات و برنامه آموزشی است. بدین معنی که برای کارآفرینی زنان، ارائه تسهیلات و وام، تحلیل شرایط بازار، مشوق مالی و اقتصادی و همچنین، برنامه های آموزشی و محافل علمی و پژوهشی، راهبرد مناسبی است.

جدول شماره (۶) - ابعاد و مؤلفه‌های ایجاد فضای حمایتی در کارآفرینی (یافته‌های پژوهش)

بعد	مؤلفه	شاخص
ایجاد فضای حمایتی	حمایت خانواده‌ها	حمایت از فعالیت اجتماعی زنان توسط خانواده امکانات مالی و غیرمالی خانواده
	حمایت قانونی	قوانین و نهادهای حقوقی حمایتی از زنان حمایت از مشاغل خانگی مالکیت معنوی تدوین بخش‌نامه‌ها و ضوابط حمایت از کارآفرینی طراحی ساختارهای قانونی منعطف و حامی زنان کارآفرین
	تشکیل واحدها و نهادهای حمایت از کارآفرینی	ایجاد مراکز مشاوره در زمینه‌های مختلف کاری تشکیل و واحدهای حمایت از کارآفرینی ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد و گروه‌های غیرانتفاعی وجود بانک اطلاعاتی مشاغل و کارآفرینان تقویت سازمان‌های اجتماعی و مردمی در خصوص حمایت از کارآفرینان و صنایع‌دستی و توليدات مرتبط با اشتغال بانوان

ادامه جدول شماره (۶) - ابعاد و مؤلفه‌های ایجاد فضای حمایتی در کارآفرینی (یافته‌های پژوهش)

بعد	مؤلفه	شاخص
ایجاد فضای حمایتی	معرفی کارآفرینان	استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای معرفی زنان بهره‌گیری از رسانه‌های عمومی برای کارآفرینی زنان معرفی زنان کارآفرین و موفق ایجاد انگیزه کارآفرینی برای بانوان معرفی فعالیت‌های کارآفرینان اقتصادی زن توسط رسانه معرفی دستاوردهای بانوان کارآفرین برگزاری جشنواره زنان و تولید ملی
	تسهیل در فرایندها	تسهیل در ایجاد ضوابط صادراتی برای زنان تسهیل اخذ مجوزهای قانونی برای کارآفرینان زن دسترسی به اطلاعات اقتصادی

رفع موانع ورود به بازار تسهیل در صادرات محصولات		
تسهیل ورود به بازارهای بین‌المللی هدف‌گذاری برای ورود به بازارهای جهانی شناسایی بازارهای هدف در سایر کشورها صادرات محصولات و خدمات توسط کشورهای همسایه توسعه بازارهای محلی و عرضه محصولات و خدمات	تسهیل در بازاریابی	

شبکه همکاری کارگزاران دولتی و زنان کارآفرین؛ مشاوره و حمایت‌های خاص از زنان کارآفرین؛ تقویت تعاونی‌های زنان؛ فرصت‌های کسب‌وکار مبتنی بر دانایی برای زنان کارآفرین؛ تشکیل واحد حمایت از بنگاه‌های اقتصادی زنان در استانداری‌ها؛ آموزش‌های فنی با مشارکت سازمان فنی و حرفه‌ای؛ سهیم شدن پارک‌های علم و فناوری در جهت توانمندی زنان؛ تبلیغات دستاوردهای زنان کارآفرین؛ هدایت و رهبری زنان کارآفرین؛ برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای زنان کارآفرین؛ چابک سازی ارائه مجوز به کسب‌وکارهای زنان؛ کاهش مراجع تصمیم‌گیری در کارآفرینی با محوریت زنان، برنامه‌ریزی برای تغییر نگرش و فرهنگ جامعه نسبت به توانمندی زنان، توسعه روحیه خودباوری زنان، تخصیص بهینه منابع مالی و غیرمالی؛ تحکیم پیوند اعضای خانواده زمینه و بستری خاص برای خط مشی‌های کارآفرینی با محوریت زنان را فراهم می‌آورد.

جدول شماره (۷) - ابعاد و مؤلفه‌های توسعه فرهنگی در کارآفرینی (یافته‌های پژوهش)

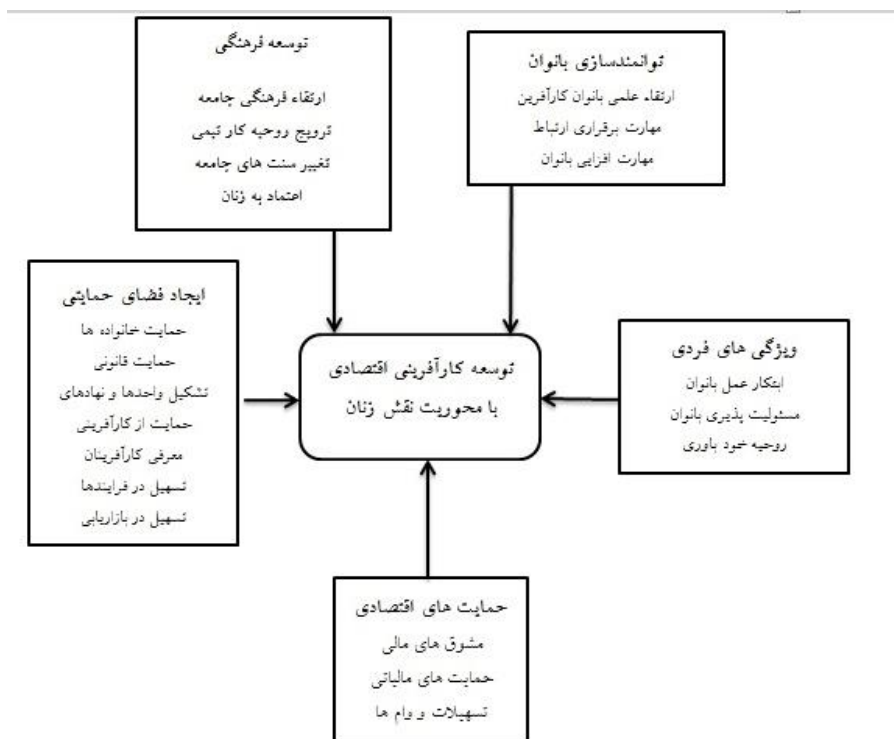
بعد	مؤلفه	شاخص
توسعه فرهنگی	ارتقاء جامعه	ارتقاء باور جامعه به قدرت و کارایی زنان ترویج فرهنگ زن باوری حمایت‌های اجتماعی از بانوان کارآفرین توسعه تفکر کارآفرینی زنان عدالت در قوانین جنسیتی افزایش قدرت مانور زنان در جامعه
	ترویج روحیه کار تیمی	تشویق زنان به فعالیت‌های کارآفرینی فرهنگ‌سازی کارآفرینی در جامعه فرهنگ کار تیمی و گروهی فرهنگ‌سازی داوطلبانه عمل جهت اشتغال و کارآفرینی توسعه کار تیمی و گروهی و برخورداری از سینرژی توجه به جایگاه زنان در جامعه و ارج نهادن به مقام زن
	تغییر سنت‌های جامعه	ارزش‌ها، باورها و هنجارهای جامعه و محیط اجتماعی اشتیاق بانوان به حضور پررنگ‌تر در محیط‌های اجتماعی
	اعتماد به زنان	احترام به روحیه استقلال‌طلبانه زنان در جامعه آزادی عمل در زنان در محیط‌های کاری اعتماد به قدرت زنان و توان مدیریت به رسمیت شناختن کارآفرینان زنان و استفاده در بنگاه‌های اقتصادی
	تغییر نگرش نسبت به جنسیت	توزیع عادلانه مسئولیت و اختیارات در بین زنان و مردان احساس آرامش زنان در مراوده‌های اجتماعی بهبود امنیت زنان در سطح جامعه ارتقاء امنیت زنان در جامعه رسوم، اعتقادات حامی کارآفرینی بانوان نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی بالأخص برای زنان افزایش انگیزه عمومی جهت انجام کارهای کارآفرینانه و توسعه اقتصادی

تشویق زنان به فعالیت‌های کارآفرینی، فرهنگ اقتصادی سالم، فرهنگ سخت‌کوشی و

تسلیم‌ناپذیری، مالکیت فکری و معنوی زنان، فرهنگ‌سازی داوطلبانه عمل جهت اشتغال و کارآفرینی؛ عدالت در قوانین جنسیتی و افزایش قدرت مانور زنان در جامعه؛ درک بازار و کشف فرصت‌های جدید از منابع مختلف، تبدیل محدودیت‌ها و تهدیدات به فرصت، توسعه بازارهای محلی و عرضه محصولات و خدمات؛ افزایش تولید ملی (و حجم تولید)، افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد، درآمد و سودآوری بلندمدت و پایدار، کاهش نیاز به واردات و صرفه‌جویی در مصرف ارز را به دنبال دارد.

امروزه مقوله کارآفرینی زنان به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب‌وکار داشته باشد. اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی را قلب فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کرده‌اند. از سوی دیگر، با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر نیز نقش زنان از مدیریت امور خانه به فعالیت در سطوح اقتصادی اجتماعی تغییر یافته است، می‌توان گفت توسعه همه‌جانبه کشورها جز با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های این بخش از جامعه اتفاق نمی‌افتد؛ به‌طور یک‌ه یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند؛ چراکه امروزه تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرایند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، در گرو توجه به زنان به‌عنوان نیروی فعال و سازنده است.

بر این اساس بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر، الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان به شکل شماره ۱ نشان داده شده است.



شکل شمار (۱) - الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان

۵- بحث و نتیجه گیری

نظریه های کارآفرینی اقتصادی بر نقش کارآفرینان در تخصیص منابع و تولید کالاها و خدمات تأکید دارند. بر اساس این نظریه ها، کارآفرینان فرصت های بازاریابی را شناسایی می کنند و منابع مورد نیاز برای تولید کالاها و خدماتی که تقاضای مصرف کنندگان را برطرف می کنند، را با یکدیگر ترکیب می کنند. توسعه کارآفرینی اقتصادی زنان از اهمیت اساسی برخوردار است. از این رو، تحقیق حاضر باهدف طراحی الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان استان آذربایجان شرقی انجام شد، با توجه به اینکه نتایج پژوهش نشان می دهد که الگوی توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان در استان آذربایجان شرقی در پنج مضمون؛ توانمندسازی بانوان (ارتقاء علمی بانوان کارآفرین، مهارت برقراری ارتباط، مهارت افزایی

بانوان)؛ ویژگی‌های فردی (ابتکار عمل بانوان، مسئولیت‌پذیری بانوان، روحیه خودباوری)؛ حمایت‌های اقتصادی (مشوق‌های مالی، حمایت‌های مالیاتی، تسهیلات و وام‌ها)؛ ایجاد فضای حمایتی (حمایت خانواده‌ها، حمایت قانونی، تشکیل واحدها و نهادهای حمایت از کارآفرینی، معرفی کارآفرینان، تسهیل در فرایندها، تسهیل در بازاریابی)؛ توسعه فرهنگی (ارتقاء فرهنگی جامعه، ترویج روحیه کار تیمی، تغییر سنت‌های جامعه، اعتماد به زنان، تغییر نگرش نسبت به جنسیت) تعریف شد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر، ورکیانی پور و همکاران (۱۴۰۳)، نشان داد زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند، بنابراین هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی اجتماعی به‌خصوص فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق شهری، عامل بسیار مهم این نیروی عظیم است؛ پناهی (۱۴۰۲) نشان داد که فراهم کردن بستر اجتماعی لازم برای توسعه آن از اهمیت خاصی برخوردار است؛ آدهیکاری (۲۰۲۴)، نشان داد که دسترسی محدود به منابع مالی، هنجارهای اجتماعی فرهنگی ذاتی، شکاف‌ها در آموزش و پرورش، محدودیت‌های نظارتی، و نابرابری در دسترسی فن‌آوری عوامل حیاتی بودند که هم‌راستا با نتایج پژوهش حاضر است. شارما (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان کارآفرینی زنان در هند: زمینه اقتصادی و اجتماعی انجام دادند. این تحقیق بر نقش‌های مختلف زنان در توسعه جامعه تمرکز کرده و بر مشارکت قابل توجه زنان در توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشور تأکید می‌کند؛ سام ماری و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به توسعه کارآفرینی زنان و عوامل تأثیرگذار پرداخته است در پایان پیشنهادها و راهکارهایی به‌منظور توسعه و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان مطرح می‌گردد که از مهم‌ترین آن‌ها فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی است. لذا به‌منظور توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان بر اساس مضامین به‌دست‌آمده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

پیشنهاد می‌شود با برگزاری کلاس‌های آموزشی ترویجی توسط سازمان فنی حرفه‌ای و سایر سازمان‌های مرتبط در زمینه انواع پتانسیل‌ها و منابع مختلف مورد مطالعه که قابلیت اشتغال‌زایی و تولید محصولات جدید را دارند، زنان مستعد را آشنا ساخته و زمینه‌های ایجاد اشتغال و نوآوری

را فراهم آورند. در طرح ارتقای توانمندی زنان روستایی تلاش شود که در مسئله اشتغال زنان به بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی توسط زنان که مغفول واقع شده، کمک شود و این مهم از طریق در کنار هم قرار دادن دستگاه‌های اجرایی متولی برای همسو کردن اقدامات و امکانات خود در حوزه زنان انجام گرفته است؛ نظر به اهمیت حمایت‌های مالی و غیرمالی در توسعه کارآفرینی ارائه اعتبارات بانکی با بهره کم و بلندمدت در جهت توسعه اشتغال زنان؛ و یا اجاره بلندمدت با قیمت پایین به زنان، یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های آنان را رفع خواهد کرد و همچنین تجدیدنظر در شرایط و مقررات ضامن و وثیقه تسهیلات بانکی برای زنان کارآفرین و اعطای زمین برای راه‌اندازی کسب‌وکار، به‌صورت فروش با شرایط بلندمدت در نظر گرفته شود؛ پیشنهاد می‌گردد که ایده‌ها و خلاقیت‌های ذهنی و تئوریک در سطح جامعه باید توسط مکانیزم‌هایی همچون: برپایی مسابقات و انتخاب برترین ایده‌ها و عملیاتی سازی این ایده‌ها، بهره‌برداری شوند؛ تشکیل تعاونی‌های فروش محصولات تولیدی موردنظر در جهت حذف دلالان و دستیابی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به قیمت واقعی موردنظرشان؛ کلینیک‌های مشاوره صنعتی برای زنان دارای ایده در بخش‌های مختلف که برای پرورش ایده خود به کجا مراجعه کنند و چگونه ایده خود را به مرحله اجرا بگذارند مورد توجه قرار گیرد. کارآفرینی با محوریت زنان نیازمند راهبردهایی است که اهدافی را در این زمینه تدوین و منابعی را برای دستیابی به آن تعیین کند و پیامدهایی که ناشی از تدوین راهبرد کارآفرینی زنان شامل تشویق زنان به فعالیت‌های کارآفرینی، فرهنگ اقتصادی سالم، فرهنگ سخت‌کوشی و تسلیم‌ناپذیری، مالکیت فکری و معنوی زنان، فرهنگ‌سازی داوطلبانه عمل جهت اشتغال و کارآفرینی؛ عدالت در قوانین جنسیتی و افزایش قدرت مانور زنان در جامعه؛ درک بازار و کشف فرصت‌های جدید از منابع مختلف، تبدیل محدودیت‌ها و تهدیدات به فرصت، توسعه است.

منابع و مأخذ

- امیدی نجف آبادی، مریم؛ سلطانی، شهره. (۱۳۹۵). کارآفرینی و زنان روستایی. **ماهنامه علمی ترویجی جهاد**، ۲۷۲، ۵۶-۶۶.
- بیگ زاده، بهمن. (۱۴۰۲). **بررسی جایگاه کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی**. اولین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد با رویکرد نگاهی به آینده، بوشهر.
- پناهی، فاطمه. (۱۴۰۲). توسعه کارآفرینی زنان روستایی؛ چشم اندازها و چالشها. **جغرافیا و روابط انسانی**، ۶(۲۳)، ۵۴۵-۵۶۵.
- خسروی، سهیلا؛ داوری، روشنگر. (۱۴۰۳). نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی در الگوواره پایدار. **زن در فرهنگ و هنر**، ۱۶(۳)، ۳۷۷-۳۹۸.
- صادقی، حسین؛ عباسپور، اژین؛ شاهمرادی، گودرز. (۱۴۰۲). فراتحلیلی در زمینه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان. **زن در توسعه و سیاست**، ۲۱(۴)، ۹۲۳-۹۴۲.
- عاشوری، مهدی. (۱۴۰۰). **نقش فناوری اطلاعات در توسعه کارآفرینی**. سومین کنفرانس ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، سمنان.
- گلرد، پروانه. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. **زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)**، ۳(۱)، ۱۰۱-۱۲۳.
- ورکیانی پور، نفیسه؛ حسینی؛ سید محمدرضا؛ سمیعی، روح الله، اشرفی، مجید. (۱۴۰۳). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و اثرات آن بر توسعه پایدار اجتماعی در مناطق شهری. **تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی**، ۲۴(۷۴)، ۳۸۸-۳۶۸.
- یاسوری، مجید؛ نوروزی نژاد، معصومه. (۱۴۰۰). فراتحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی. **زن در توسعه و سیاست**، ۱۹(۱)، ۲۱-۴۱.

Adhikari, B. A. (۲۰۲۴). Investigating the Factors Influencing Women's Entrepreneurship in Nawalparasi District. **Journal of Management Technology & Social Sciences**, ۳(۱), ۲۷۰۵-۴۸۴۵

Baycan Levent, T., Masurel. E., Nijkamp, P. (۲۰۱۸). Diversity in entrepreneurial: ethnic and female roles in urban economic life. **International journal of social economic**, ۳۰ (۱۱), ۱۱۳۱-۱۱۶۱.

Hechavarria, D. M., Guerrero, M., Terjesen, S., Grady, A. (۲۰۲۴). The implications of economic freedom and gender ideologies on women's opportunity-to-necessity entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. ۴۳(۴), ۶۵۵-۶۶۹.

Hulsink, W., Doans, H. (۲۰۲۰), **Pathways to High-Tech Valley and Research Triangles**, Springer.

Kantor, P. (۲۰۰۲). **Promoting Women s Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programmes: Some Experience From the North to the South**. ILO S In Focus Programme, Working paper, ۹: ۷۹.

Sharma, P. (۲۰۲۰). **Women entrepreneurship in India: The socio-economic context, materialstoday**, (<https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.matpr.۲۰۲۰.۹.۴۳۷>)

Ojong, A., Simba, A., Dana, L.P. (۲۰۲۱). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. **Journal of Business Research**, ۱۳۲(۲۰۲۱), ۲۳۳-۲۴۸.

Rosca, E., Agarwal, N., and Brem, A. (۲۰۲۰), Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. **Technological Forecasting and Social Change**, ۱۵(۱), ۱۸-۲۵.

Thompson, E. R. (۲۰۰۹). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, ۳۳(۳), ۶۶۹-۶۹۴.