



## طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار (مطالعه موردی: شهر تهران)

مینا شهامت نژاد<sup>۱</sup>، بابک ضیاء\*<sup>۲</sup>، مجید اشرفی<sup>۳</sup>، فریدون آزما<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول. mina.shahamat@gmail.com

۲. استادیار گروه کارآفرینی سازمانی، دانشگاه کارآفرینی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول). Bziyae@ut.ac.ir

۳. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول. Mjd\_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

۴. استادیار گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول. Azma@aliabadiu.ac.ir

### چکیده

**زمینه و هدف:** این پژوهش به طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار می‌پردازد. کارآفرینی که امروزه، تأثیر و اهمیت آن بر همگان روشن است، انجام کارهای جدید یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری است و در توسعه و پیشرفت یک کشور نقش مهمی دارد. این پژوهش با تمرکز بر کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار به طراحی و ارائه یک مدل ساختاری می‌پردازد.

**روش:** پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-اکتشافی است. در بخش کیفی با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها و پس از انتخاب ۱۴ نفر از خبرگان حوزه کارآفرینی شهری و زنان با روش نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه نیمه ساختاریافته، داده‌ها گردآوری و سپس در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند و در بخش کمی از طریق توزیع تصادفی پرسش‌نامه محقق ساخته در میان زنان سرپرست خانوار پخش و جمع‌آوری شد. به منظور آزمون طراحی و ارائه مدل از نرم افزار لیزرل ۸/۸ و برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی از نرم‌افزار SPSS24 استفاده شده است.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که چهار بُعد عوامل نهادی، ساختاری، محیطی و رفتاری به ترتیب دارای ضریبی برابر با ۰/۷۲، ۰/۷۱، ۰/۸۱ و ۰/۸۱ است و همگی از اعتبار کافی برای طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در شهر تهران برخوردارند.

**نتیجه‌گیری:** فرایند توسعه کارآفرینی شهری تحت تأثیر عوامل نهادی، ساختاری، محیطی و محتوایی متعددی واقع می‌شود؛ عواملی مانند انگیزه‌های کارآفرینی، فرایند انجام امور و فعالیت‌های مؤثر بر کارآفرینی، عوامل ساختاری، حمایت از نوآوری و ایده‌های جدید، برندسازی کارآفرینی شهری، رشد و توسعه کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی و حمایت از ساختارهای نوآور در خصوص مسائل اجتماعی زنان، نوآوری خدمات و خلق ارزش‌های جدید، بازاریابی و توجه به مسائل در فعالیت‌های خدماتی زنان، شبکه‌های ارائه‌دهنده خدمات کارآفرینی شهری و در نهایت توسعه فرصت‌های جدید کارآفرینی می‌تواند اثر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرایند کارآفرینی داشته باشد. شناخت این نیازها و انگیزه‌ها می‌تواند سبب تسهیل توسعه کارآفرینی شهری زنان شود. **کلید واژه‌ها:** کارآفرینی شهری، عوامل نهادی، عوامل ساختاری، عوامل محیطی، عوامل محتوایی.

◀ **استناد (به شیوه APA ویرایش ۶):** شهامت نژاد، مینا؛ ضیاء، بابک؛ اشرفی، مجید؛ آزما، فریدون (بهار و تابستان ۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار. *دوفصلنامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی*

زنان و خانواده، ۱(۱)، ۱۲۳-۱۴۸

## مقدمه

کارآفرینان به‌منزلهٔ عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی کانون توجه بوده‌اند. به دلیل نقش و جایگاه آنان، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای پژوهشی، تعداد بیشتری از افراد را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند، به آموزش در زمینه کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند (نجفی‌کانی، حسام و آشور، ۱۳۹۴، ص. ۳۷). امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، به یکی از شاخص‌های مهم توسعه اقتصادی مبدل شده است و با توجه به ترکیب جمعیتی در جهان که نشانگر حضور بیش از پنجاه درصدی زنان در جامعه می‌باشد، ضرورت توجه به استعداد و نقش زنان در چرخه اقتصادی کشورها اهمیت یافته است و برای رشد و توسعه می‌بایست از توان کل جمعیت فعال اقتصادی اعم از زن و مرد بهره‌جست و با تدابیر ویژه در بهره‌مندی از نیروی کار زنان در مسیر توسعه گام برداشت. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی به همراه دارد. به همین دلیل در برنامه‌های توسعه تلاش می‌شود تا علاوه بر اینکه مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم شود (مادن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸: ۳۱۲). زنان یعنی نیمی از پیکره اجتماع، عامل مهم و مؤثری در پیشرفت جامعه هستند و چون برخی از آن‌ها، سرپرستی خانواده را نیز بر عهده دارند، با مسائل متعدد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و روانی درگیر هستند و جزو گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه محسوب می‌شوند (عظیمی، ۱۳۹۶، ص. ۲۵۹). همچنین امروزه حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی، باعث تغییرات و تحولاتی در ابعاد شناختی، روانی، اجتماعی و عاطفی هیجانی آن‌ها شده که می‌تواند همانند تیغ دولبه، آثار مثبت و برعکس، آثار منفی بر زنان، خانواده و جامعه‌شان داشته باشد (باباخانی و بدیعی، ۱۳۹۷، ص. ۶) و این مهم سبب می‌شود تا این موضوع به‌خصوص در خانواده‌هایی که زنان، سرپرست خانوارند اهمیت بیشتری بیابد.

امروزه در کشور ما اهمیت کارآفرینی زنان بیش از پیش توجه می‌شود، به طوری که مطابق گزارش سال ۲۰۱۸ سازمان دیده‌بان کارآفرینی جهانی<sup>۲</sup>، ایران در زمینه کارآفرینی و همچنین کارآفرینی زنان رشد مطلوبی داشته است (قوامی‌پور و خدای، ۱۳۹۷، ص. ۱۵). همچنین در برنامه ششم توسعه و برنامه پنج‌ساله سوم شهرداری تهران، به ضرورت توجه به جایگاه زن در تمامی عرصه‌ها و نگاه ویژه به نقش سازنده آنان به‌منظور بهره‌مندی جامعه از سرمایه انسانی زنان در فرایند توسعه پایدار و متوازن اشاره شده است. با توجه به تأکیدات مذکور و خانه‌نشین نبودن زنان در عصر حاضر و روبرویی با زنانی مهارت‌دیده و دارای تحصیلات دانشگاهی،

1. Maden
2. Global Entrepreneurship Monitor



می‌توان با همراهی ایشان به رشد و توسعه همه‌جانبه اقتصاد، کمک کرد و با افزایش سهم این مشارکت که در بازار امروز ایران اندک و ناچیز است، به تدوین و اجرای هرچه مطلوب‌تر برنامه ملی توسعه کارآفرینی در کشور دست یافت. طیف وسیع مسائل و مشکلات ناظر بر موضوعات اقتصادی، فرهنگی، سلامت و مهارتی زنان سرپرست خانوار در سطح شهر تهران و رشد جمعیت این جامعه، سبب شد تا به بهره‌مندی از کارآفرینی (به‌طور خاص کارآفرینی شهری) توجه شود تا بتوان با توسعه آن در حد معقول به رفع مشکلات این جامعه اقدام کرد، زیرا مطابق تحقیقات و مطالعات، کارآفرینی سهم عمده‌ای در ایجاد شغل‌های جدید، ایجاد ثروت، کاهش فقر و ایجاد درآمد برای افراد و دولت‌ها دارد (سارکرو پالیت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴، ص. ۲۳۷) و به توسعه اقتصادی، فرهنگی و صنعتی می‌انجامد. کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع حیاتی با بهره‌مندی از اشتغال‌زایی، افزایش بهره‌وری‌ها و به عبارتی ارزش‌آفرینی در جامعه، پاسخگوی نیازهای جوامع است و به دلیل گستردگی در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و همچنین ابعاد میان‌رشته‌ای آن، محل اتصال بیشتر موضوعات اجتماعی به‌شمار می‌آید. همچنین امروزه، توجه و نگاه به شهرها، یعنی محل‌های پرجمعیت، در راستای توسعه کارآفرینی اهمیت یافته و موجب متمایز شدن مفهوم کارآفرینی با توجه به موقعیت جغرافیایی آن شده است؛ این موضوع، سبب ظهور مفهوم دیگری با عنوان «کارآفرینی شهری» شده و می‌توان آن را، نوعی همگونی کسب و کارها و اشتغال محلی با بهره‌مندی از تغییرات جهانی برشمرد (جعفری، طالب نژاد و داوری، ۱۳۹۶، ص. ۹). از همین منظر، توجه به آن و مفهوم دیگری به نام «کارآفرینی پایدار» که «هرگونه تغییر در سبک زندگی، ارتباطات، ایجاد ارزش در تعاملات، خلق ثروت، کاهش فقر، ایجاد اشتغال در قالب شبکه‌های اجتماعی و یا کسب و کاری را شامل می‌شود»، نظر محقق را جلب کرد و با توجه به اینکه تحقیق جامعی که به توسعه کارآفرینی، کارآفرینی پایدار و کارآفرینی شهری در حوزه زنان سرپرست خانوار پرداخته شده باشد، یافت نشد؛ لذا این پژوهش با هدف ارائه مدل مفهومی از توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در شهر تهران انجام شد تا مشخص کند که مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در حیطه چهار عامل نهادی، ساختاری، محیطی و محتوایی چگونه است.

### ادبیات پژوهش (پیشینه و مبانی نظری)

برخی از مطالعات داخلی و خارجی مربوط به ادبیات تجربی یا پیشینه پژوهش به شرح زیر است: رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷) که به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران پرداختند و براساس نتایج به متغیرهای انگیزه پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده، دست یافتند.

1. Sarker & Palit



داوری، رمضان پور نرگسی، افراسیابی و داوری (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر سیاست‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی به بررسی سیاست‌ها و سنجش وضع موجود پرداخته و مدل مفهومی را بر مبنای سیاست‌های محیط کسب و کار، سیاست‌های کارآفرینی و توسعه کوتاه و بلندمدت طراحی کردند.

بابایی هزه جان، پیران نژاد، محمدپور زرنندی و امیری (۱۳۹۵) به شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری پرداخته و مکانیسم‌های مالی، اقتصاد هوشمند شهری، مشاغل شهری، تجاری‌سازی ایده‌ها و بازارهای شهری را به عنوان مهم‌ترین عوامل معرفی کردند.

بمهند، حیدری و احمدی یگانه (۱۳۹۴) به تحلیل اثربخشی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با رویکرد کارآفرینی (مطالعه موردی: زنان سرپرست خانوار شهر زنجان) پرداختند. نتایج بیانگر اجرای برنامه‌های توانمندسازی از طریق تسهیل ارائه تسهیلات، قدرت تصمیم‌گیری و حل مسئله و... است.

گلرد (۱۳۸۴) به طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران با چهار عامل (فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی) بر شاخص‌های توسعه کارآفرینی (ایجاد، رشد و نوآوری) پرداخت و نتایج آزمون بر بررسی همبستگی‌های عوامل تأکید دارد.

راج<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی زنان و حمایت دولت به شرایط کنونی در هند پرداختند. دولت هند از طریق بانک‌ها و کمک‌های مالی به زنان، کارآفرینی را ترویج داد و نتایج بیانگر آن است که دولت برای حمایت از کارآفرینی زنان، تلاش‌های مناسبی کرده است و در هندوستان، شرکت‌های مختلف و موفق نیز وجود دارند که به شیوه‌ای موفق توسط زنان اداره و راهنمایی می‌شوند.

مادن<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی کارآفرینی زنان در ترکیه پرداخته است و یافته‌های وی نشان داد بیشتر زنان کارآفرین در ترکیه از شیوه‌های سنتی (یعنی مکانیسم‌های حمایت دولتی، غیردولتی و بانکی) برای گرفتن حمایت مالی استفاده می‌کنند. اعضای خانواده و شریکان اقتصادی از دیگر منابع حمایتی بودند که ممکن است حمایت اخلاقی برای زنان کارآفرین فراهم کنند.

لنکا و آگاروال<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) به بررسی کارآفرینی زنان در کشور هندوستان پرداخت و نشانگر برنامه‌های متعدد دولت هند در ایجاد روحیه کارآفرینی در میان گروه‌های زنانه است که نه تنها آن‌ها را به طور مؤثری پایدار می‌کند، بلکه در رشد فزاینده اقتصادی نیز تأثیر دارد.

شابیرو و گریگوریو<sup>۴</sup> (۱۹۹۶) نیز به بررسی ارتباط اهداف فردی زنان و عوامل ساختاری مؤثر برای تصمیم به شروع کسب و کارشان پرداختند. این مطالعه با رویکرد گراند تئوری با مصاحبه با زنان کارآفرین انجام شد

1. Raj
2. Maden
3. Lenka & Agarwal
4. Shabbir & Gregorio

و یافته‌ها نشان داد عوامل ساختاری که زنان نیاز دارند (صلاحیت، تجربه کاری و حمایت خانوادگی) موجب عملیاتی شدن اهداف کسب و کار می‌شود.

آنگادویتا، لوتورلین، رمدانی و راتن<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) به بررسی محیط‌های اجتماعی، فرهنگی و کارآفرینی اقتصادی در میان زنان کارآفرین در اندونزی پرداختند. نتایج پژوهش وی بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی زنان در اقتصادهای نوظهور ممکن است به‌طور مداوم با مشکلات زیادی مواجه شود، به‌ویژه در کشورهای که دارای ویژگی‌های چند فرهنگی هستند.

اوکه دارکاس<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) به بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی و رشد کسب و کار زنان کارآفرین پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که خانواده و دوستان، وسیع‌ترین شبکه‌های کارآفرینان هستند و تفاوت‌های فردی در میان زنان، رابطه بین فردی، اشتیاق و ارزش‌های آنان بر شبکه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. همچنین شبکه‌های اجتماعی با عملکرد کسب و کار زنان رابطه مثبت معناداری دارد، اما قابلیت این شبکه‌ها و نحوه دستیابی به شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کارآفرینان تأثیرگذار است.

بررسی پیشینه پژوهش نشان دهنده دو شکاف نظری و ساختاری در متن تحقیقات کارآفرینی شهری است. از حیث نظری، نبود مدل جامع کارآفرینی شهری در حوزه زنان احساس می‌شود؛ از این رو می‌توان به معرفی نظریه جدیدی در این زمینه در ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه پرداخت. همچنین از نظر ساختاری نیز تاکنون مطالعه کاربردی، اجرایی در زمینه کارآفرینی شهری در کشور و در حوزه زنان انجام نشده است با انجام این پژوهش می‌توان این شکاف ساختاری و خلأ مطالعاتی موجود در این زمینه را پر کرد.

دابسون<sup>۳</sup> (۲۰۱۰، ص. ۳۵)، بر اساس تعریف «دیده‌بان جهانی کارآفرینی» معتقد است هر تلاشی برای ایجاد کسب و کارهای جدید یا گسترش کسب و کارهای موجود توسط افراد، یا گروهی از افراد، کارآفرینی است. به اعتقاد وی، این اشخاص کسانی هستند که نوآوری را با فعالیت‌های کسب و کار برای تجاری‌سازی تولیدات و خدمات ترکیب می‌کنند که نتیجه آن شرکت‌های با رشد بالا است.

از نظر هندرسون<sup>۴</sup> (۲۰۰۷، ص. ۷۰۷)، کارآفرینی فرایند کشف یا توسعه فرصت برای خلق ارزش از طریق نوآوری است. کارآفرینان اغلب با افزودن ثروت به اقتصاد محلی، باعث رشد و گسترش آن می‌شوند. او معتقد است کارآفرینان تنها ایجادکننده فرصت‌های جدید محلی نیستند، بلکه همچنین تولیدکننده ثروتی نو و ارزشی جدید هستند، آنان بهره‌گیران نوآور از منابع و دارایی‌های محلی می‌باشند.

1. Anggadwita & Luturlean & Ramadani & Ratten
2. Oke Dorcas
3. Dabson
4. Henderson



ویلیام بای گریو<sup>۱</sup> معتقد است کارآفرینان، کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌ها را غنیمت می‌شمرند و با تکیه بر اندیشه‌ها و تجربه‌های خویش، راهکارهای تازه برای سودآوری جستجو می‌کنند. وی معتقد است کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی راه‌اندازی می‌کند (ریبئی و نظریان، ۱۳۹۲، ص. ۱).

لاووی دینا<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) زنان کارآفرین را زانی تعریف می‌کند که به‌تنهایی و یا با مشارکت دیگران کسب و کاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارث پذیرفته‌اند و با قبول ریسک‌های مالی در اداره امور روزانه شرکت کرده و با خلاقیت و نوآوری، محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند (گلرد، ۱۳۸۴، ص. ۱۰۱). می‌توان گفت، زنان کارآفرین زانی هستند که با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری، ابتکارات شخصی و استفاده بهینه از فرصت‌ها، منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می‌کنند که موجب خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شود (رستمعلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۱۰۷) فعالیت‌های تولیدی زنان، به‌ویژه در حوزه صنعت، آن‌ها را از لحاظ اقتصادی توانمند می‌کند و قادر می‌سازد که بیشتر به توسعه کلی خود و جامعه کمک کنند. آن‌ها درگیر در فعالیت‌های تولیدی مقیاس کوچک و متوسط هستند و یا در بخش‌های رسمی و غیررسمی فعالیت می‌کنند؛ با این حال فعالیت‌های کارآفرینی زنان نه‌تنها وسیله‌ای برای بقای اقتصادی بلکه همچنین پیامدهای مثبت اجتماعی برای خود زنان و جامعه‌شان دارد. (همان).

اصولاً بررسی مفهوم کارآفرینی زنان در اقتصاد، هر روز اهمیت می‌یابد و نتایج مطالعات نشان می‌دهد در دهه گذشته، کارآفرینی زنان، شاخصی مثبت و رو به رشد در رشد اقتصادی کشورها داشته است<sup>۳</sup>. باوجود این، کارآفرینی زنان سهم کمی را در مجموع فعالیت‌های کارآفرینی به خود اختصاص داده است. شرایط متغیر بازار، عامل مهمی است که مانع ایجاد بستر مناسب برای شروع کسب و کار موفقیت‌آمیز آنان می‌شود (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). علاوه بر آنکه زنان در مقایسه با مردان، میزان مشارکت کمتری در فعالیت‌های کارآفرینانه دارند، با محدودیت‌های بیشتر نیز در انتخاب و شروع کسب و کار در حوزه‌های صنعتی مواجه‌اند (فرانسو و وینکیوویست<sup>۵</sup>، ۲۰۰۲، ص. ۱)؛ به عبارتی فراهم کردن شرایط دسترسی به فرصت‌های برابر

1. William D. Bygrave

2. Lavoie, Dina

۳. مثلاً بر اساس گزارش‌های سازمان ملل، درصد فعالیت‌های اقتصادی زنان در دنیا از رشد شایان توجهی برخوردار بوده است. در اروپای شرقی و آسیای مرکزی و شرقی، سهم زنان در فعالیت‌های اقتصادی بین ۵۶ تا ۵۸ درصد است، درحالی که این سهم در کشورهای شمال آفریقا حدود ۲۱ درصد برآورد شده است. نتایج پیمایش وزارت کار کانادا در سال ۲۰۰۳ بیانگر آن است که بخش کارآفرینی زنان با بیش از ۸۲۱ هزار نفر کارآفرین، سهمی معادل ۱۸۱۰۹ میلیون دلار در مجموع GDP این کشور داشته است. در بازه زمانی ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۱ در کشور کانادا، تعداد کارآفرینان زن با رشدی معادل ۲۰۸ درصد، بالاتر از رشد ۳۸ درصدی کارآفرینان مرد قرار گرفته است.

4. OECD

5. Franco & Winqvist

برای زنان و مردان، از جمله مسائل مهمی است که تاکنون محقق نشده است. بررسی سیاست‌های اقتصادی و برنامه‌های توسعه کشورهای مختلف بیانگر آن است که به‌طور عمومی به کارآفرینی بخش مردان بیش از زنان توجه شده است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۲۰۱۰، ۵۹).

طبق تحقیقات، «محدودیت دسترسی به منابع مالی، بهره‌مند نبودن از آموزش‌های لازم برای ورود به بازار کار و نیاز مداوم به حمایت‌های دولتی» از جمله مهم‌ترین محدودیت‌های پیش روی زنان مالک مشاغل کوچک به‌شمار می‌رود (ورهل، توریک، گریلو و وندرزان<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲، ص. ۳۲۵).

عامل «دسترسی به منابع مالی» در مطالعات متعددی بررسی شده است و نتایج مطالعات بیانگر آن است که زنان هنگام ورود به مشاغل کوچک و تأسیس بنگاه‌های خوداشتغالی با برخی محدودیت‌ها در زمینه دسترسی به منابع مالی رسمی و غیر رسمی مواجه‌اند (کارتر و مارلو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲، ص. ۳۳۵).

زنان سرپرست خانوار به‌واسطه اینکه عهده‌دار تأمین معاش مادی و معنوی خود و اعضای خانوار بوده و مسئولیت اداره اقتصادی خانواده، تصمیم‌گیری‌های عمده و حیاتی با آنهاست، از اهمیت بالاتری برخوردارند. از طرفی توانمندسازی زنان و رفع نیازهای طبیعی و انسانی آنها می‌بایست کانون توجه قرارگیرد. امروزه دیگر نمی‌توان زنان را عوامل نامرئی در فرایند توسعه به حساب آورد و دنیا با این واقعیت روبرو شده است که توانمندسازی زنان در میزان موفقیت دولت‌های در حال پیشرفت، امری غیرقابل انکار است (فنی، ۱۳۹۸، ص. ۳۵).

علاوه بر آن، بسیاری از دولت‌های ملی و منطقه‌ای به این نتیجه رسیدند که باید سیاست‌های اقتصادی و غیراقتصادی خود را در جهت گسترش و توسعه متوازن کارآفرینی تبیین کنند و این سیاست‌ها می‌بایست با در نظر گرفتن ویژگی‌های محلی و منطقه‌ای مدون شود تا از تأثیر مطلوب برخوردار باشد (جعفری و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۹۱). شهرها به‌منظور رقابت در عرصه بین‌المللی، سعی در ارتقاء زیرساخت‌های خود دارند که در پی آن مفاهیم جدیدی چون «توسعه پایدار، شهرخلاق، شهر نوآور و...» به ادبیات برنامه‌ریزی شهری وارد شده است (میرزائی و ربانی، ۱۳۹۷، ص. ۴). یکی از این مفاهیم، که در سال‌های اخیر رخ داده، پدیده‌ای به نام «کارآفرینی شهری» است و بیانگر آن است که کسب و کارهای کوچک در مناطق دارای رکود اقتصادی، عملیاتی شده و یا به ارائه خدمات بپردازند. از همین روی، اتخاذ سیاست‌های خاص شهری برای توسعه کارآفرینی، امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود، زیرا ظرفیت‌ها، امکانات زیرساختی، موقعیت جغرافیایی، فرهنگ غالب و بافت صنعتی در شهرهای مختلف، بسیار متفاوت است و ظهور کارآفرینی شهری متناسب با تغییر مقیاس سیاست‌گذاری‌های شهری به سمت رشد اقتصادی، مشارکت‌ها و تغییراندازه‌های دولت محلی، شایسته و درخور تأمل و اندیشه است. همچنین بعنوان رویکردی جدید در مدیریت شهری و در پی به کارگیری روش‌های

1. Verheul & Thurik & Grilo & van der Zwan
2. Carter & Marlow



آینده‌نگاری در مدیریت شهری و استفاده از ظرفیت‌های کلیدی، شایسته است که به مفاهیم دیگری چون مشارکت ذی‌نفعان، تفکر بلندمدت، توجه به عدم قطعیت‌ها و... برای دستیابی به توسعه پایدار شهری نیز توجه ویژه شود (ربانی، مشکینی، رکن‌الدین افتخاری و ربیعان، ۱۳۹۸، ص. ۴۶).

## روش

روش پژوهش حاضر، آمیخته، از نوع توصیفی - اکتشافی (کیفی و کمی) و از لحاظ هدف، کاربردی است. در بخش اول (کیفی)، محقق به بررسی پژوهش‌های مرتبط با موضوع تحقیق پرداخت و مؤلفه‌های اصلی و تأثیرگذار در هدف تحقیق را شناسایی کرد. این موارد در خلال مصاحبه‌های کیفی به‌عنوان راهنمای مصاحبه مدنظر قرار گرفت. در مرحله دوم و برای شناسایی عوامل، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با زنان سرپرست خانوار شهر تهران، خبرگان و صاحب‌نظران در این فن استفاده شد، در مجموع، چهارده مصاحبه انجام شد و در این مرحله، مؤلفه‌های تحقیق شناسایی شدند. این افراد در بخش‌های مختلف آموزشی و اجرایی موضوع تحقیق، آگاه و مشغول به فعالیت بودند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود. نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که محقق به این نتیجه رسید که اطلاعات جدید، تکرار همان اطلاعات قبلی است و دیگر اطلاعات مفهومی جدیدی که نیاز به کد جدید یا گسترش کدهای موجود داشته باشد، وجود ندارد (اشباع نظری) در این زمان نمونه‌گیری خاتمه یافت. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را تمام زنان سرپرست خانوار شهر تهران تشکیل داده بودند که در بازه زمانی سال‌های ۹۷ و ۹۸ مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به میان‌رشته‌ای بودن موضوع، ابتدا با افرادی که در حوزه‌های کارآفرینی، زنان و مدیریت شهری فعال و صاحب‌نظر هستند، مصاحبه انجام شد. این پژوهش، با شیوه داده‌بنیاد که به استراس و کوربن<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) نسبت داده می‌شود، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام و در نهایت بعد از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل طی فرایندهایی به این شرح انجام شد: ۱. اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها؛ ۲. کدگذاری (باز، محوری و گزینشی)؛ ۳. طبقه‌بندی کدها در گروه‌های مفهومی یکسان.

برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌های جمع‌آوری شده که در روش کیفی، «دقت و استحکام علمی» نام دارد، از روش بررسی و بازبینی (چک کردن) توسط مصاحبه‌شوندگان استفاده شد که در مجموع، چهار شاخص و هفده زیرشاخص شناسایی و تأیید شدند.

در تعیین روایی و پایایی یافته‌های مصاحبه در بخش کیفی، محقق ضمن حضور در عرصه، داده‌های جمع‌آوری شده را با شیوه‌های مختلف با یکدیگر مقایسه کرد. بررسی و مقایسه مکرر داده‌ها، خود به تأیید و افزایش روایی آن‌ها کمک کرد. از طرفی چون نظریه‌هایی که در عرصه علوم انسانی و رفتاری ارائه می‌شوند در طول زمان قابل اصلاح و تعدیل هستند، محققان کی‌فی به‌جای واژه «اعتبار و روایی» از واژه‌های «مقبولیت

1. Strauss & Corbin





داده‌ها و یافته‌ها، قابل پذیرش، قابل اعتماد و حقیقی، انتقال‌پذیری، تعمیم‌پذیری نتایج به سایر گروه‌ها و محیط‌های مشابه با مرور متعدد مصاحبه‌ها و استخراج حداکثری و غیر تکراری مطالب و تأییدپذیری، استفاده سایر محققان از مسیر تحقیق و استفاده حداکثری از افراد مطلع و آگاه به موضوع» استفاده می‌کنند. در این تحقیق نیز این مهم انجام شد.

در مرحله کمی، به دلیل نبود پرسش‌نامه‌های استاندارد، براساس مبانی نظری، پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته با همکاری استاد راهنما، طراحی شد. برای سنجش اعتبار پرسش‌نامه با استفاده از روش طوفان مغزی، گویه‌ها، توسط استادان و خبرگان دانشگاهی، صاحب‌نظران حوزه کسب و کارهای شهری و زنان و با بهره‌مندی از روایی صوری یا ظاهری و ضمن بررسی شاخص‌های حساسیت و ویژگی مورد توافق و تأیید قرار گرفت. روایی مذکور با استفاده از روش چرخشی در بین کارشناسان و استادان مستقل که متفاوت از گروه اول بودند، صورت پذیرفت و سپس، پرسش‌نامه‌ها در جامعه مدنظر پخش شد.

برای تعیین حجم نمونه در بخش کمی، تعداد نمونه از طریق جدول مورگان، معادل ۳۸۴ نفر برآورد شد که پس از جمع‌آوری و حذف نمونه‌های پرت و ناقص، ۳۱۲ پرسش‌نامه برای تحلیل داده‌ها، انتخاب و تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزارهای SPSS24 و لیزرل ۸/۸ انجام شد و از روش‌های آلفای کرونباخ، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، تحلیل مسیر و آزمون t در تحقیق استفاده شد.

در بخش استنباطی تحقیق، با استفاده از روش تحلیل عاملی، پس از بررسی کفایت نمونه، به سبب نبود پیش فرض، نبود شواهد کافی قبلی و در راستای هدف تحقیق و ساخت مدل، ابتدا از تحلیل عاملی اکتشافی و در ادامه از طریق چرخش واریماکس عامل‌ها، بهترین ترکیب ایجاد و سپس از تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد تا قدرت تفسیر بیشتری در اختیار محقق قرار گیرد.

در صورتی مدل اندازه‌گیری، مدلی همگن خواهد بود که قدرمطلق بار عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌پذیر متناظر با متغیر پنهان آن مدل، دارای حداقل مقدار  $0/7$  باشد که در این تحقیق، این مهم اتفاق افتاده است و پس از برازش مدل برای سنجش مدل بیرونی به بررسی پایایی مرکب و متوسط واریانس استخراجی پرداخته شد که نشانگر سنجش همبستگی درونی متغیرهای مشاهده‌پذیر هر متغیر پنهان و میزان توانایی شاخص‌های یک بعد در تبیین آن بعد است. (جدول شماره ۱).

در صورتی که سازه‌ها با شاخص‌های مربوط به خود همبستگی بیشتری داشته باشند تا با سازه‌های دیگر، روایی واگرایی یا افتراقی مناسب مدل، تأیید می‌شود. برای این کار یک ماتریس تشکیل داده که مقادیر قطر اصلی ماتریس، جذر AVE هر سازه است و مقادیر پایین قطر اصلی، ضرایب همبستگی بین سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول ذیل نشان داده شده و اعداد رنگی در قطر ماتریس، نشان از روایی افتراقی مدل دارد. روایی همگرا زمانی وجود دارد که CR از  $0/7$  بزرگ‌تر باشد. همچنین CR باید از AVE بزرگ‌تر باشد



و AVE باید از ۰/۵ بزرگ‌تر باشد. در نتیجه، مؤلفه‌ها از روایی همگرا برخوردارند. علاوه بر این، چون برای هر خرده‌مقیاس، AVE بزرگ‌تر از MSV و همچنین AVE بزرگ‌تر از ASV است، روایی واگرایی خرده‌مقیاس‌ها مطلوب است.

جدول ۱. بررسی روایی همگرایی و واگرایی

عوامل رفتاری	عوامل ساختاری	عوامل نهادی	عوامل محیطی	ASV متوسط واریانس مشترک	MSV حداکثر واریانس مشترک	AVE متوسط واریانس استخراجی	CR پایایی مرکب
عوامل رفتاری	۰/۷۵۷	۰/۵۷۷	۰/۳۶۳	۰/۵۸۲	۰/۲۶۸	۰/۳۳۹	۰/۸۳۷
عوامل ساختاری	۰/۷۷۱	۰/۳۶۴	۰/۵۰۲	۰/۲۳۹	۰/۳۳۳	۰/۵۹۴	۰/۸۷۸
عوامل نهادی	۰/۸۰۰	۰/۳۰۴	۰/۱۱۹	۰/۱۳۲	۰/۶۳۹	۰/۸۷۵	۰/۸۷۵
عوامل محیطی	۰/۷۸۲	۰/۲۲۸	۰/۳۳۹	۰/۶۱۲	۰/۸۶۲	۰/۸۶۲	۰/۸۶۲

منبع: (یافته‌های تحقیق)

### محدوده مورد مطالعه

شهر تهران، پایتخت ایران، با مساحتی حدود ۷۳۰ کیلومترمربع، طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ جمعیتی بالغ بر ۹ میلیون نفر دارد که سی و چهارمین شهر پرجمعیت جهان و از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین شهرها در خاورمیانه به‌شمار می‌آید. بررسی ویژگی‌های اجتماعی منطقه حاکی از آن است که بافت اجتماعی جمعیت، یکدست و هماهنگ نیست و بر این اساس، پرسش‌نامه‌ها در تمام مناطق ۲۲ گانه شهر تهران توزیع و جمع‌آوری شد.

### یافته‌ها

وضعیت سنی پاسخ‌دهندگان حاکی از این بود که افراد با سطح دامنه سنی ۴۱-۵۰ با فراوانی ۱۳۵ و افراد با دامنه سنی بالای ۶۰ سال با فراوانی ۴ نفر، بیشترین و کمترین میزان مشارکت را در تحقیق داشتند. همچنین وضعیت تحصیلات پاسخ‌دهندگان حاکی از این بود که افراد با سطح تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم با فراوانی ۲۰۹ و افراد با سطح تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بیشترین و کمترین میزان مشارکت را داشتند. نتایج به‌صورت کامل در جدول شماره ۲ ارائه شده است.



جدول ۲. وضعیت جمعیت شناختی پژوهش

سن	فراوانی	درصد فراوانی	تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
۳۰-۲۰	۲۱	۶/۷۳	دیپلم و زیر دیپلم	۲۰۹	۶۶/۹۸
۴۰-۳۱	۹۱	۲۹/۱۶	فوق دیپلم	۴۳	۱۳/۷۸
۵۰-۴۱	۱۳۵	۴۳/۲۶	کارشناسی	۵۰	۱۶/۰۲
۶۰-۵۰	۶۱	۱۹/۵۵	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۰	۳/۲۰
۶۰ به بالا	۴	۱/۲۸	-	-	-
کل	۳۱۲	۱۰۰/۰	کل	۳۱۲	۱۰۰/۰

منبع: (یافته‌های تحقیق)

پیش از بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی به منظور بررسی کفایت نمونه‌گیری، ابتدا با استفاده از شاخص کیزر مایر، کفایت مدل معادل (۰/۸۶۸) و با استفاده از آزمون بارتلت، مقادیر  $K2=3138/93$ ؛  $Sig=0/001$  و  $df=136$  از داده‌ها به دست آمد که نشانگر تحلیل عاملی اکتشافی مناسب برای مدل است (جدول شماره ۳).

جدول ۳. آزمون کیزر، مایر و اولکین (KMO)<sup>۱</sup>

۰/۸۶۸	کیزر مایر و اولکین	
۳۱۳۸/۹۳	خی دو	بارتلت
۱۳۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۱	سطح معنی داری	

منبع: (یافته‌های تحقیق)

سپس با استفاده از تحلیل مؤلفه‌های کانونی و چرخش واریماکس و با در نظر گرفتن عواملی که بار ویژه آن‌ها بیشتر از یک می‌باشند، عوامل کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در چهار عامل جمع‌بندی شد، در نهایت این عوامل با کمک استادان و خبرگان نام‌گذاری شدند که نتایج در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

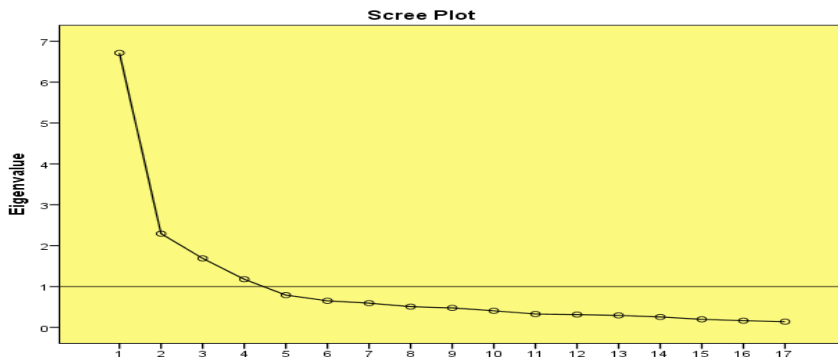


جدول ۴. تحلیل عاملی اکتشافی پس از چرخش واریماکس

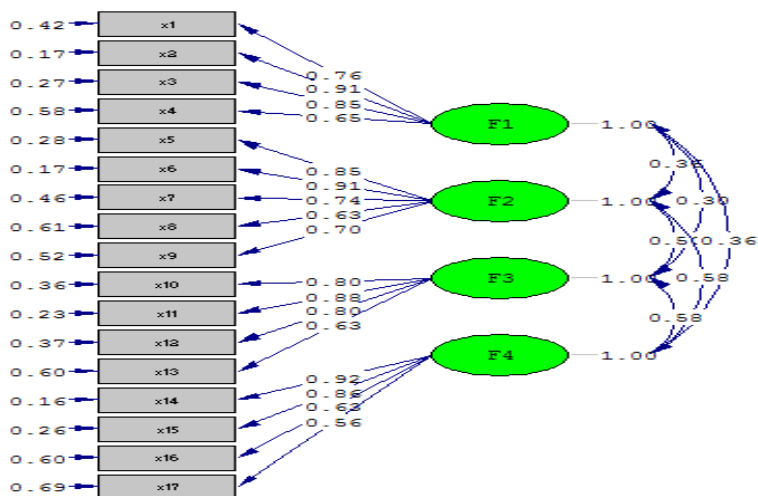
سؤالات به صورت خلاصه	گویه‌ها	عوامل ساختاری	عوامل نهادی	عوامل محیطی	عوامل رفتاری
محدودیت‌های شخصی و خانوادگی باعث بروز مشکل	X۱		۰/۸۲۵		
وجود موانع فرهنگی، اجتماعی و باورهای کلیشه‌ای	X۲		۰/۸۶۵		
اعتقادات و اصول حاکم بر جامعه سبب بروز فضای بسته	X۳		۰/۸۶		
کمبود انجمن‌های حمایتی و NGOها	X۴		۰/۷۵		
حمایت‌های سازمانی و سیاست‌گذاری‌های درست	X۵	۰/۸۰			
تقویت سازمان‌های اجتماعی در راستای حمایت	X۶	۰/۸۴			
حقوق و دستمزد پایین و نداشتن سوابق بیمه‌ای	X۷	۰/۷۹۱			
تشویق زنان به فعالیت‌های اقتصادی و حمایت مالی آنها	X۸	۰/۷۴۴			
توسعه میزان تحصیلات و افزایش مهارت‌ها	X۹	۰/۶۳۶			
اعتماد ارباب‌رجوع به زنان کارآفرین	X۱۰			۰/۷۹۱	
باورهای زنان در کار و پیش یا بازدارنده بودن آنها	X۱۱			۰/۸۴۸	
توانمندسازی در مهارت‌های فنی و مدیریتی	X۱۲			۰/۷۹۳	
موفقیت به سبب پافشاری و خود باوری زنان	X۱۳			۰/۶۸۹	
داشتن دانش کارآفرینانه و تفکر استراتژیک و سیستمی	X۱۴				۰/۷۹۸
مستقل بودن و وجود استقلال در عمل و رفتار و تعهد	X۱۵				۰/۷۶۱
استفاده از تهدیدها و فرصت‌ها و انطباق‌پذیری با اوضاع	X۱۶				۰/۷۶۸
بروز خلاقیت و نوآوری و وجود قدرت تحلیل بسیار	X۱۷				۰/۶۵۵
	واریانس تبیین شده	۱۹/۵۴	۱۷/۴۰	۱۶/۹۶	۱۵/۹۲
	واریانس تبیین شده کل	۶۹/۸۴			

منبع: (یافته‌های تحقیق)

و نتایج نمودار سنگ‌ریزه به‌طور واضح نشان می‌دهد که تحلیل شاخص‌ها پس از چرخ واریماکس، دارای چهار مؤلفه اصلی عوامل نهادی، عوامل ساختاری، عوامل محیطی و عوامل رفتاری است.



نمودار ۱. نمودار سنگ‌ریزه منبع: (یافته‌های تحقیق)



Chi-Square=373.17, df=113, P-value=0.00000, RMSEA=0.086

شکل ۱. تحلیل عاملی تأییدی در حالت استاندارد منبع: (یافته‌های تحقیق)

پس از انجام فرایند تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل، با توجه به خروجی به تعیین برازش مدل پرداخته شد و نظر به قابل قبول بودن برازش، نتایج بررسی و بارهای عاملی تحلیل شد. با توجه به شکل ۱، همه



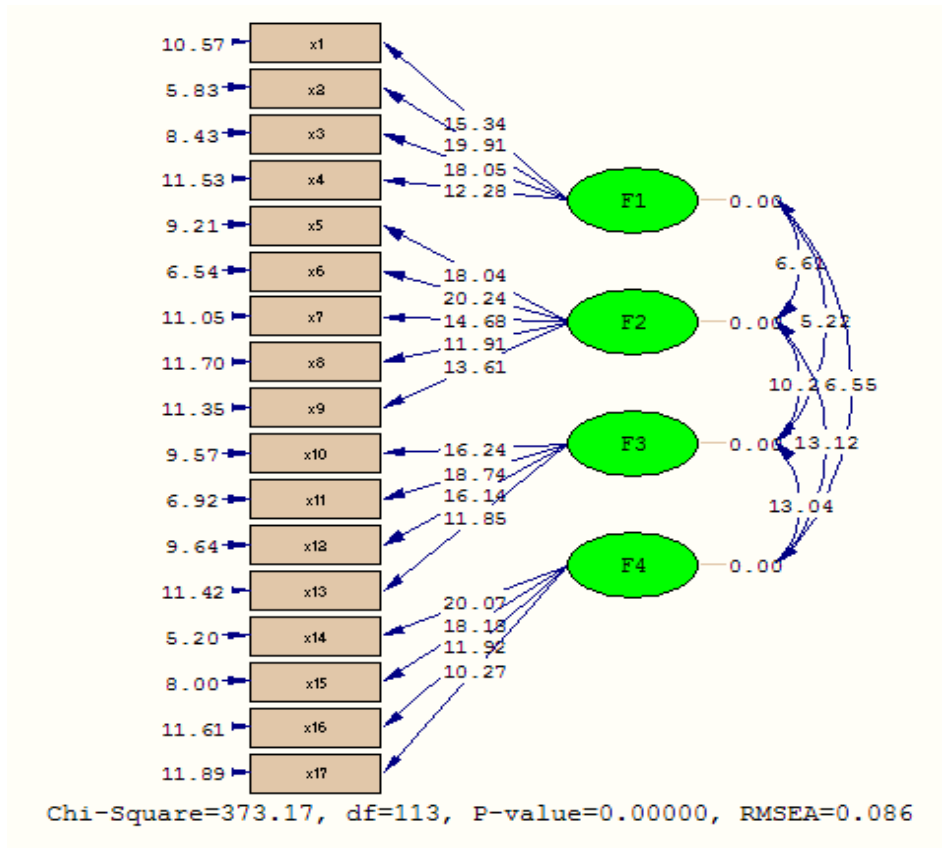
متغیرها همبستگی بالایی را با سازه مربوط به خود نشان می‌دهند، فقط متغیر  $x_{17}$ : بروز خلاقیت و نوآوری و وجود قدرت تحلیل بسیار ( $0/56$ ) در مقایسه با سایر متغیرها، همبستگی پایین‌تری با عوامل رفتاری دارد. متغیر  $x_{14}$ : داشتن دانش کارآفرینانه و تفکر استراتژیک و سیستمی، دارای بار عاملی  $0/92$  است که نشان می‌دهد ۸۴ درصد واریانس مشترک برآورد شده ( $0/84 = 2(0/92)$ ) در این متغیر را عامل رفتاری تعیین می‌کند. برای ارزیابی برازش مدل از تعداد متنوعی از شاخص‌ها که جنبه‌های متفاوتی از برازش مدل را انعکاس می‌دهند به شرح جدول ذیل استفاده شد:

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل

شاخص برازش تطبیقی مقصد	شاخص برازش چهار شده مقصد	شاخص برازش چهار شده	شاخص برازش چهار شده تعدیل یافته	نیگوی برازش	شاخص برازش تطبیقی	میانگین مجذور پس ماندها	مجذور کای به درجه آزادی	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
PGFI	PNFI	NFI	NNFI	GFI	CFI	RMR	DF/X <sup>2</sup>	RMSEA
۰/۶۵	۰/۷۸	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۸۸	۰/۹۶	۰/۰۵۴	۳/۳۰	۰/۰۸۶
بیشتر ۰/۵	بیشتر ۰/۵	بیشتر ۰/۹	بیشتر ۰/۹	بیشتر ۰/۹	کمتر ۰/۹	کمتر ۰/۰۸	کمتر ۵	کمتر ۰/۱
مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب

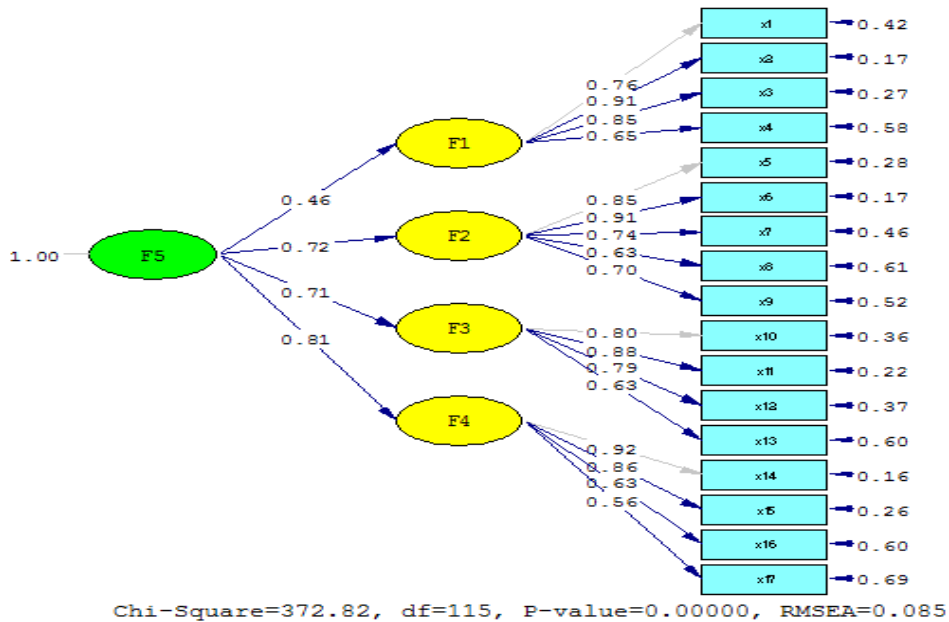
منبع: (یافته‌های تحقیق)

نتایج جدول شماره ۵ گویای این است که شاخص‌های نسبت‌خی دو برابر با  $3/30$ ، شاخص‌های برازش  $PGFI$  و  $PNFI$  بیشتر از  $0/5$  و  $NFI$ ،  $NNFI$ ،  $CFI$ ،  $GFI$  و بیشتر از  $0/9$  و شاخص‌های برازش مقصد  $PGFI$  و  $PNFI$  بیشتر از  $0/5$  و شاخص  $RMSEA$  کمتر از  $0/1$  در حد مطلوبی قرار دارند؛ بدین معنی که مدل تحقیق حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن، قابل قبول است و به عبارتی داده‌های حاصل از تحقیق مدل نظری، تحقیق را حمایت و تأیید می‌کنند.



شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی در حالت معنی‌داری منبع: (یافته‌های تحقیق)

بررسی معنی‌داری با توجه به خروجی نرم‌افزار بیانگر آن است که بارهای عاملی به دست آمده در خصوص تمام متغیرهای آشکار در سطح  $0.05$  معنی‌دار هستند و مقدار  $t$  همه بارهای عاملی از  $1/96$  بزرگ‌تر است.



شکل ۳. تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت استاندارد منبع: (یافته‌های تحقیق)

تحلیل عاملی مرتبه دوم، تحلیل عاملی مرتبه بالاتر توسعه یافته تحلیل عاملی است. در تحلیل عاملی مرتبه دوم، فرض بر آن است که خود متغیرهای پنهان، در واریانس مشترک ناشی از یک یا چند عامل مرتبه بالاتر سهیم هستند.

نتایج تحقیق بیانگر آن است که در بین بارهای عاملی مرتبه دوم، عوامل رفتاری بیشترین بار عاملی (۰/۸۱) و متغیر x17: بروز خلاقیت و نوآوری و وجود قدرت تحلیل بسیار (۰/۵۶)، کمترین بار عاملی را دارند. در بین بارهای عاملی مرتبه اول از بین گویه‌های مربوط به عوامل رفتاری، متغیر x17: بروز خلاقیت و نوآوری و وجود قدرت تحلیل بسیار (۰/۵۶) از کمترین بار عاملی و متغیر x14: داشتن دانش کارآفرینانه و تفکر استراتژیک و سیستمی دارای بیشترین بار عاملی ۰/۹۲ است و برخی از شاخص‌های برزش به شرح جدول ذیل بررسی شد:

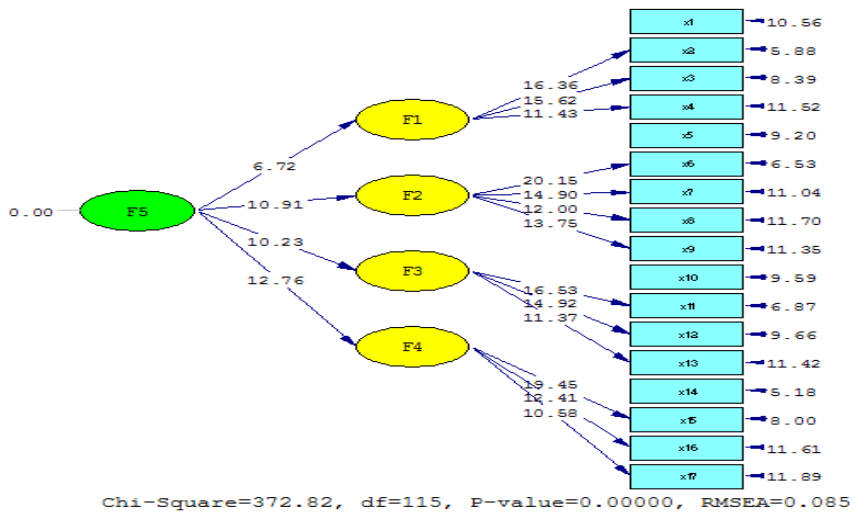


جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

PGFI	PNFI	NFI	NNFI	GFI	CFI	RMR	DF/X <sup>۲</sup>	RMSEA
۰/۶۶	۰/۸	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۸۸	۰/۹۶	۰/۰۵۴	۳/۲۴	۰/۰۸۶
بیشتر ۰/۵	بیشتر ۰/۵	بیشتر ۰/۹	بیشتر ۰/۹	بیشتر ۰/۹	کمتر ۰/۹	کمتر ۰/۰۸	کمتر ۵	کمتر ۰/۱
مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب

منبع: (یافته‌های تحقیق)

نتایج جدول شماره ۶ گویای این است که شاخص‌های نسبت خی دو برابر با ۳/۲۴، شاخص‌های برازش PGFI، NNFI، CFI، GFI و NFI مساوی و بیشتر از ۰/۹ و شاخص‌های برازش مقتصد PNF و بیشتر از ۰/۵ و شاخص RMSEA کمتر از ۰/۱ در حد مطلوبی قرار دارند؛ بدین معنی که مدل تحقیق حاضر، برازش مطلوبی دارد و ساختار عاملی در نظر گرفته شده، قابل قبول است و به عبارتی داده‌های حاصل از تحقیق مدل نظری، تحقیق را حمایت و تأیید می‌کند.



شکل ۴. تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت معنی‌داری منبع: (یافته‌های تحقیق)

در شکل شماره ۴، مدل تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم را در حالت معنی‌داری نشان می‌دهد. این مدل



در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری مرتبه اول و دوم (بارهای عاملی) را با استفاده از آماره T-Value، آزمون می‌کند. مقادیر محاسبه شده t برای تمامی بارهای عاملی مرتبه اول و مرتبه دوم از ۱/۹۶ بزرگ‌تر هستند و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است؛ بنابراین، می‌توان هم‌سویی سؤالات پرسش‌نامه برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. در واقع نتایج نشان می‌دهد آنچه با سؤالات پرسشنامه قصد سنجش آن‌ها را داشته‌ایم، با ابزار، محقق شده و مورد تأیید است.

جدول ۰۷. بررسی نتایج ضرایب مسیر مدل

نتیجه	مقدار معنی داری	تخمین استاندارد	متغیرهای پنهان
تأیید	۶/۷۲	۰/۴۶	عوامل نهادی
تأیید	۱۰/۹۱	۰/۷۲	عوامل ساختاری
تأیید	۱۰/۲۳	۰/۷۱	عوامل محیطی
تأیید	۱۲/۷۶	۰/۸۱	عوامل رفتاری

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول بالا بیانگر این است که چهار بُعد «عوامل نهادی، ساختاری، محیطی و رفتاری» به ترتیب دارای ضریبی برابر با ۰/۴۶، ۰/۷۲، ۰/۷۱ و ۰/۸۱ هستند و هر کدام از آن‌ها دارای اعتبار کافی می‌باشند.

## بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس تحلیل انجام شده و نتایج، مدل نهایی توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار طراحی شد و مشخص شد که عوامل مؤثری در این زمینه وجود دارد و باید بتوان بر اساس به‌کارگیری و طراحی درست این موارد در سطوح مختلف اجرایی، به توسعه هرچه بهتر کارآفرینی شهری در میان زنان سرپرست خانوار دست یافت. عواملی مانند «فرایند انجام امور و فعالیت‌های مؤثر بر انجام کارآفرینی، عوامل ساختاری، حمایت از نوآوری و ایده‌های جدید، برندسازی کارآفرینی شهری، رشد و توسعه کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی و حمایت از ساختارهای نوآور در خصوص مسائل اجتماعی زنان، نوآوری خدمات و خلق ارزش‌های جدید در خصوص فعالیت‌های کارآفرینی زنان، بازاریابی و توجه به مسائل در فعالیت‌های خدماتی زنان، شبکه‌های ارائه‌دهنده خدمات کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار و درنهایت توسعه فرصت‌های جدید کارآفرینی» از جمله مباحثی‌اند که در کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار بسیار اثرگذار است.

در این مدل شرح داده شد که چه عوامل علی، لزوم این پدیده را به ما نشان می‌دهد و چه عوامل واسطه‌ای و زمینه‌ای در این فرایند تأثیرگذار است و با چه راهبردهایی می‌توان زمینه را برای این تغییر و تحول فراهم کرد و چگونه این فرایند به نتایج و پیامدهایی می‌انجامد که منجر به خلق ارزش‌های اجتماعی و گسترش فرهنگ کارآفرینی خصوصاً کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار خواهد شد و در نهایت بر اساس یافته‌های تحقیق، الگوی کارآفرینی شهری برای زنان سرپرست خانوار شهر تهران شکل گرفت و در نتایج بخش کمی پژوهش و استفاده از مدل معادلات ساختاری، نتایج پژوهش در زمینه هر چهار عامل اکتشاف شده (ساختاری، نهادی، محیطی و محتوایی) بررسی و تحلیل شد.

باتوجه به نتایج تحقیق، ۱۰ مورد برای عوامل نهادی مشخص شد که دارای ضریبی برابر با ۰/۴۶ درصد بود و برخی از آنها عبارت‌اند از: نظام تعلیم و تربیت، رفع موانع و محدودیت‌ها، باور و اعتماد به زنان و... برای عوامل ساختاری نیز پس از مرحله کدگذاری باز و در مرحله کدگذاری محوری، یازده محور شناسایی شدند که دارای ضریبی برابر با ۰/۷۲ درصد بود و عبارت‌اند از: حمایت‌های سازمانی و دولتی (رفع بوروکراسی اداری)، بازاریابی و تبلیغات (فراهم کردن بازار فروش)، رفع موانع مجوز برای ثبت ایده‌ها، بها دادن به زنان در امر مدیریت، فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب، تشویق زنان به نوآوری و فعالیت‌های اقتصادی، توسعه میزان تحصیلات و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، کاهش مالیات برای کارآفرینان زن، تسهیلات و وام‌های اعتباری کم‌بهره، روش‌ها و فرایندها، حمایت کارآفرینان و تولیدات مرتبط با حضور و اشتغال. برای عوامل محیطی نیز پس از مرحله کدگذاری باز و در مرحله کدگذاری محوری، هشت محور اصلی شناسایی شد که دارای ضریبی برابر با ۰/۷۱ درصد بود و عبارت‌اند از: عوامل بیرونی، عوامل درونی، دانش کسب و کار، رفع محیط‌های بازدارنده، تشکیل واحد حمایت از بنگاه‌های اقتصادی، به‌کارگیری فناوری جدید «IT»، سرمایه اجتماعی، بازاریابی عصبی و در نهایت برای عوامل محتوایی پس از مرحله کدگذاری باز و در مرحله کدگذاری محوری، دوازده محور اصلی به شرح زیر شناسایی شد که دارای ضریبی برابر با ۰/۸۱٪ بود و بر مدل تأثیرگذارند که عبارت‌اند از: مسئولیت‌پذیری، داشتن روحیه کار گروهی، خلاقیت، نوآوری و برندسازی، اخلاق و رفتار متمایز، تفکر استراتژیک و تفکر سیستمی، آینده‌نگری و بلندپروازی، توانایی در جذب منابع مالی، داشتن تجربه و مهارت، استفاده از فرصت‌ها، تهدیدها و توسعه آن، انطباق‌پذیری با محیط، ارتباطات خوب با بیرون و بازاریابی خدمات.

نتایج بررسی‌های بالا، نشانگر اثرگذاری چهار عامل نهادی، ساختاری، محیطی و محتوایی بر توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار شهر تهران است. در ادامه تحقیق و به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در تحلیل‌های مبتنی بر روش نظریه زمینه‌ای، از فرایند کدگذاری داده‌ها مطابق الگوی پیشنهاد شده استراس و کوربن (۱۹۹۸) بهره گرفته شده است. در این پارادایم، توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست



خانوار به عنوان پدیده محوری در نظر گرفته شد و سایر مقوله‌ها حول محور پدیده محوری طراحی شدند. اولین مقوله، شرایط علی بود که در برگیرنده شرایطی است که بر مقوله محوری (پدیده) تأثیر می‌گذارد. شرایط علی مستخرج از تحقیق عبارت‌اند از: نبود تبعیض، حمایت خانواده، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، تدوین قوانین حمایت‌کننده، توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ارائه تسهیلات و ترویج فرهنگ کارآفرینی، زیرساخت‌ها، روش‌ها و فرایندها و نوآوری‌های اجتماعی.

شرایط زمینه‌ای دربردارنده شرایط خاصی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد؛ به عبارت دیگر می‌توان این شرایط را شامل عوامل درونی تأثیرگذار بر پدیده محوری و راهبردها دانست. در این راستا، با استفاده از تلخیص و تحلیل یافته‌ها، مفاهیم مرتبط و نزدیک به هم، در یکدیگر تلفیق شدند و در نهایت مقوله‌های اصلی عبارت‌اند از: رفتار کارآفرین، اعتماد و باور به توانایی زنان، تجربه و مهارت، مشوق درونی، فرهنگ جامعه، نظارت و ارزیابی، تدوین بخش‌نامه‌های حمایتی، هماهنگی بین بانوان، شبکه و مهارت‌های ارتباطی و مردمی.

شرایط واسطه‌ای، شرایط زمینه‌ای عمومی و بیرونی هستند که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد. با توجه به اینکه کارآفرینی زنان سرپرست خانوار و مسائل مرتبط با آن، در یک محیط باز صورت می‌پذیرد، مسلماً تحت تأثیر محیط قرار می‌گیرد و همچنین خود نیز بر محیط تأثیراتی به جای خواهد گذاشت؛ از این رو، در این بخش عواملی که از محیط بیرونی بر راهبردها و پدیده محوری تأثیرگذار است شناسایی شد. شرایط واسطه‌ای در این تحقیق عبارت‌اند از: حمایت بخش خصوصی، حمایت دولت، حضور رسانه، نظام تعلیم و تربیت، رفع موانع و مجوزها، مشوق‌های بیرونی و حمایت از ایده‌ها و افکار نو، نوسانات اقتصادی، سرمایه‌های اجتماعی، بازاریابی خدمات و تبلیغات.

راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی هستند که از پدیده محوری منتج می‌شوند و تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای و واسطه‌ای هستند. در واقع راهبردها در پنج سطح شناسایی شدند که عبارت‌اند از: تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی، برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی بانوان، تشکیل واحد حمایت از بنگاه‌های اقتصادی، توسعه و شکوفایی فرصت‌ها و تدوین قوانین حمایت‌کننده، آموزش و توسعه کارآفرینی.

پیامدها، خروجی حاصل از به کارگیری راهبردها هستند. با توجه مطالب بررسی‌شده و همچنین راهبردهای ارائه شده پیش‌بینی می‌شود که پیامدهای زیر از نتایج تحقیق حاصل شود: توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، اشتغال بانوان، انگیزه و اشتیاق به کارآفرینی، راه‌اندازی و توسعه کارآفرینی و امنیت سرمایه‌گذاری.

از نتایج این مدل می‌توان در مراکزی که زنان سرپرست خانوار در راستای توانمندسازی و کارآفرینی با آن‌ها سروکار دارند، بهره‌مند شد؛ مراکزی مانند فرهنگ‌سراها، سرای محلات و همچنین مراکز کارآفرینی که فعال است و به عنوان پاتوق محلات شناسایی می‌شوند و از لحاظ کاربردی و اجرا نیز می‌توان از زنان سرپرست خانوار در نقش‌هایی مانند مربی‌گری، منتورینگ و... استفاده کرد. این مکان‌ها به واسطه ارتباط

این جامعه با محلاتی که در آن قرار دارند و همچنین وجود فرایندهای ساده‌تر در اقدامات، از اهمیت بالایی برخوردارند.

زنان سرپرست خانوار به‌منظور بهره‌مندی از امکانات لازم برای تأمین زندگی، فرصت‌های اجتماعی و دیگر عواملی که سبب ناتوانی آنان می‌شود، از دیگران متمایزند؛ بنابراین رسیدگی بهینه به وضعیت آن‌ها، نیازمند برنامه‌ریزی جامعی است که موجب استقلال، ثبات خانواده و کاهش فشارهای اجتماعی به آنان شود.

همچنین تقویت سازمان‌هایی در خصوص حمایت از توسعه کارآفرینان و صنایع دستی و تولیدات مرتبط با حضور و اشتغال بانوان سرپرست خانوار، ارائه شرایط حقوقی مالی، رفاهی مناسب و جلوگیری از بهره‌کشی از بانوان و ارائه حقوق و مزایای مناسب به بانوان برای ایجاد رفاه اجتماعی، به نحوی که بتوانند از یک زندگی مناسب در سطح اجتماع برخوردار باشند، می‌بایست مدنظر قرار گیرد. تدوین قوانینی در خصوص رفع محدودیت‌ها در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه نیز باید در دستور کار باشد.

سیاست‌گذاران می‌بایست برای زنان سرپرست خانوار، برنامه‌های حمایتی از جمله تسهیلات برای دسترسی آسان‌تر به خدمات مالی و تسهیلاتی برای توسعه کسب و کار و صادرات محصولات ارائه کنند، زیرا ساختارهای قانونی مناسب و حمایت نهادی دولتی، بیش از سایر متغیرها بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد. ارائه این خدمات و تسهیلات باید به‌صورت گردشی و عادلانه باشد تا علاوه بر کاهش انحصار در ارائه خدمات، به توانمندسازی افراد و خودکفایی آن‌ها کمک کند. توسعه کارآفرینی شهری، در سیاست‌های برنامه‌ریزی شهری قرار دارد و برای توسعه زنجیره ارزش داخل شهر در قالب ارتباطات، سبک زندگی، کاهش فقر، توسعه اشتغال و ثروت و ایجاد کسب و کارهای نوپا و خانگی می‌بایست تلاش و برنامه‌ریزی مناسب‌تری انجام شود. همچنین باید راه‌اندازی و تأسیس مرکزی برای ارائه خدمات آموزشی، حمایتی، مشاوره‌ای و شغلی برای فعالیت‌های کارآفرینی زنان سرپرست خانوار و برگزاری دوره‌های مختلف کارآموزی در رشته‌هایی که بتوانند در آن زمینه‌ها به فعالیت کارآفرینانه و کسب و کار بپردازند، مدنظر قرار گیرد و نیز شایسته است تا برای توسعه بیشتر کارآفرینی شهری در بین زنان شهری از روش‌های آموزش عملی، از زنان کارآفرین موفق و رسانه‌های جمعی استفاده شود. آموزش در این روند، به‌معنی انتقال نظام‌مند دانش، اطلاعات و مهارت‌هایی است که به‌اشکال مختلف و با هدف تقویت توانمندی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی زنان سرپرست خانوار و بهبود فرصت‌های شغلی آنان انجام می‌شود.

سیاست‌گذاران می‌توانند با ایجاد مراکز مشاوره‌ای و ارائه خدمات مشاوره‌ای لازم به این گروه‌ها، علاوه بر حمایت و هدایت آن‌ها، به ارتقاء کارآفرینی شهری از طریق کسب و کارهای نوپا و خانگی کمک کنند و از طرفی این مراکز می‌توانند به‌عنوان مطلعین امر در هدایت افراد دیگری که قصد کارآفرینی‌های جدید در حیطه‌های مختلف را دارند، نقش آفرینی کنند.



توجه رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون به بخش کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار و طراحی برنامه‌های مناسب در این زمینه و تبلیغات گسترده درخصوص توجه به زمینه‌های فعالیتی این زنان در فضای کسب و کار و اشتغال، هم باعث ایجاد انگیزه و هم تشویق آن‌ها به فعالیت‌های اقتصادی می‌شود و هم می‌تواند در شناخت عموم از فعالیت‌های آن‌ها و استفاده بیشتر از خدماتشان مؤثر باشد.

می‌بایست به استعدادها و قابلیت‌های زنان و ترویج آن‌ها از طریق توسعه میزان تحصیلات، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینانه و ارتقاء حس خودارزشمندی، خودباوری و اعتماد به نفس در میان آن‌ها توجه شود. مستقل بودن و داشتن استقلال درعمل، رفتار و تعهد در کار زنان کارآفرین اهمیت زیادی دارد و باید به این نکته توجه داشت که زنان سرپرست خانوار در مقایسه با سایر زنان جامعه، از مزیت حضور بیشتر در جامعه به سبب نان‌آوری برخوردارند که این مزیت، یک فرصت است و می‌تواند قابلیت ریسک‌پذیری را برای مدیریت کسب و کارهایشان فراهم آورد.

مشارکت زنان در مدیریت شهری، علاوه بر کاهش تصدی‌گری‌ها، به تلطیف روحیه شهر کمک می‌کند و احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و افزایش سهم شهروندی در اداره امور شهری را افزایش می‌دهد و با توجه به نقش مادرانه اغلب این افراد، می‌توان به اشاعه این فرهنگ در نسل جدید و افزایش توسعه پایدار، امیدوار بود. برگزاری جشنواره «زنان و تولید ملی» و آشنایی با استانداردهای رایج در تولید محصولات که باعث ایجاد بستر و فضایی برای ارائه محصولات تولیدی زنان کارآفرین و همچنین شناخت هرچه بهتر از توانایی‌های زنان در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های آنان شود نیز از جمله عوامل تأثیرگذار است. به کارگیری فناوری اطلاعات و استفاده از بازاریابی مناسب برای ترویج و توسعه محصولات و کالاهای تولیدی زنان سرپرست خانوار و همچنین تشکیل واحد حمایت از این بنگاه‌های اقتصادی می‌تواند در این زمینه بسیار مؤثر باشد. ظهور فناوری جدید در کارآفرینی‌های شهری از جمله کسب و کارهای نوپا و خانگی، می‌تواند این امکان را فراهم کند تا افراد از داخل منازل بتوانند تخصص و مهارت خود را عرضه کرده و به کاهش بار ترافیکی شهر کمک کنند. همچنین مدیریت شهری علاوه بر برقراری عدالت اجتماعی و تفوق تسهیل‌گری در برابر تصدی‌گری، می‌بایست به توسعه راه‌های ارتباطی زنان سرپرست خانوار با خود بپردازد، انعقاد قراردادهای مشارکتی، ارائه خدمات متنوع برای حمایت از آن‌ها، تجاری‌سازی ایده‌های شهری آنان و ایجاد بازارچه‌های محلی، تبلیغات بازار، تسهیل در دسترسی این گروه به بازارها و ارائه خدمات، برگزاری جشنواره‌ها و حمایت از این افراد و کارآفرینی‌های آنان، سبب توانمندسازی‌شان می‌شود.

توسعه نوآوری و خلاقیت در تمام سطوح، اصلاح ساختار بازار برای سالم‌سازی، ایجاد رقابت و حمایت از کسب و کارهای نوپا و خانگی و رشد آن‌ها را می‌طلبد و کارآفرینان مورد مطالعه در این تحقیق به سبب قدرت

کمتر در مقایسه با سایر کارآفرینان، نیازمند حمایت در قالب مواردی چون افزایش سهم بازار، معافیت‌های مالیاتی، کمک به برندسازی و تبلیغات بازار و... هستند.

فقدان اطلاعات و نبود بانک‌های اطلاعاتی، فقدان یک نهاد حمایتی گسترده و فراگیر ارائه‌کننده خدمات به این جامعه، از عمده مشکلات است. پیشنهاد می‌شود، سیاست‌گذاران این امر به ایجاد بانک‌های اطلاعاتی که طیف گسترده‌ای از اطلاعات تجاری، فنی و مدیریتی موردنیاز این جامعه را شامل می‌شود و تشکیل یک نهاد واحد حمایتی اقدام کنند و با کاهش موازی‌گری‌ها، ناهماهنگی‌ها و تداخل در انجام فعالیت‌ها، به کیفیت خدمات افزوده و برای برقراری عدالت اجتماعی از حمایت‌های متعدد، متفرق، محدود و... جلوگیری کنند. همچنین برقراری سامانه‌های شفافیت در ضمن رعایت و حفظ اطلاعات این افراد از نکات مهمی است که باید مدنظر قرار گیرد.

و در نهایت از توسعه کارآفرینی شهری می‌توان با استفاده از نگاه تکنولوژیکی به مواردی از قبیل کارآفرینی‌های استارت‌آپی، کارآفرینی در انرژی‌ها و ذخایر آن، کارآفرینی در حوزه بازیافت و کارآفرینی در حوزه‌های تکنولوژی اطلاعات از قبیل اینترنت اشیا<sup>۱</sup> که ساخته دست بشر است و اینترنت همه چیزها<sup>۲</sup> IOE که درباره مدیریت خاک، آب، درخت، مدیریت بحران و کشاورزی و... بوده و امروزه با توجه به محدودیت منابع در کشورمان از اهمیت بالایی برخوردار شده است و همچنین تکنولوژی‌های مالی (ارزهای دیجیتال و...) اشاره کرد.

## سپاسگزاری

از عزیزان شرکت‌کننده که در فرایند انجام پژوهش صمیمانه همکاری داشته‌اند، کمال تشکر و قدردانی را می‌نماییم.

1. Internet of thing
2. Internet of every thing

## منابع

## منابع فارسی

- باباخانی، نرگس؛ بدیعی، هانیه. (۱۳۹۷). مقایسه مؤلفه‌های سازگاری اجتماعی، مهارت‌های خودتنظیمی هیجانی و راهبردهای مقابله‌ای در موقعیت‌های استرس‌زا در زنان بزهکار و عادی. دوفصل‌نامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده. بهار و تابستان ۹۷، ۶ (۱)، صص ۵-۲۴. قابل بازیابی از: [http://pssw.jrl.police.ir/article\\_19871.html](http://pssw.jrl.police.ir/article_19871.html).
- بابایی هزه جان، مجتبی؛ پیران نژاد، علی؛ محمدپور زرنندی، حسین؛ امیری، مجتبی. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری (مطالعه موردی: شهر تهران). فصل‌نامه علمی و پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری. سال پنجم، ۱۷ (۱)، صص ۸۳-۹۹. قابل بازیابی از: [https://www.civilica.com/Paper-JR\\_IUEAM-JR\\_IUEAM-5-17\\_006.html](https://www.civilica.com/Paper-JR_IUEAM-JR_IUEAM-5-17_006.html).
- بهمندی، داداله؛ حیدری، تقی؛ احمدی یگانه، محمدعلی. (۱۳۹۴). تحلیل اثربخشی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با رویکرد کارآفرینی مطالعه موردی: زنان سرپرست خانوارشهر زنجان. اولین همایش ملی بهبودکسب و کار. کارآفرینی توسعه در بستر اقتصاد مقاومتی، زنجان. دانشکده فنی و حرفه‌ای الغدير زنجان. صص ۵۶-۷۰. قابل بازیابی از: [https://www.civilica.com/Paper-IBEDCONF01-IBEDCONF01\\_056.html](https://www.civilica.com/Paper-IBEDCONF01-IBEDCONF01_056.html).
- جعفری، ابراهیم؛ طالب نژاد، احمد؛ داوری، علی. (۱۳۹۶). سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی شهری. تهران: سازمان انتشارات جهاددانشگاهی. صص ۹-۱۱ و ۹۱.
- داوری، علی؛ رمضان‌پور نرگسی، قاسم؛ افراسیابی، راحله؛ داوری، الهه. (۱۳۹۷). تأثیر سیاست‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی. فصل‌نامه توسعه کارآفرینی. ۱۱ (۲)، صص ۳۲۱-۳۳۹. قابل بازیابی از: DOI: 10.22059/jed.2018.250927.652467
- ربانی، طاهیا؛ مشکینی، ابوالفضل؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ رفیعیان، مجتبی. (۱۳۹۸). تبیین مسائل حکمروایی شهری در سناریوهای آینده کلان‌شهر تهران مبتنی بر رویکرد تبدیل سناریوهای کیفی به کمی. فصل‌نامه شهر پایدار. بهار ۹۸، ۲ (۱)، صص ۴۵-۶۲. قابل بازیابی از: DOI: 10.22034/jsc.2019.188307.1027
- ربیبی، علی؛ نظریان، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل‌کرده دانشگاهی ایران. نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۲ (۴)، صص ۱-۲۶. قابل بازیابی از: [http://journal.bpj.ir/article\\_523635.html](http://journal.bpj.ir/article_523635.html)
- رستمعلی‌زاده، ولی‌اله؛ علی‌جمعه‌زاده، پروین. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران. فصل‌نامه علمی-پژوهشی توسعه اجتماعی. ۱۲ (۳)، صص ۱۴۷-۱۷۲. قابل بازیابی از: DOI: 10.22059/jqs/10.22059.13656.2018.22059.13656
- عظیمی، فاطمه. (۱۳۹۶). نقش سرمایه اجتماعی در کاهش گرایش به اعتیاد زنان سرپرست خانوار شهر زنجان. دوفصل‌نامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده. پاییز و زمستان ۹۶، ۵ (۲)، صص ۲۵۹-۲۷۴. قابل بازیابی از: [http://pssw.jrl.police.ir/article\\_19870.html](http://pssw.jrl.police.ir/article_19870.html)
- فنی، زهره. (۱۳۹۸). ارزیابی شهر پایدار از منظر شهر دوستدار خانواده و بانوان باردار مطالعه موردی: منطقه ۱۹ تهران. فصل‌نامه شهر پایدار. بهار ۹۸، ۲ (۱)، صص ۲۹-۴۴. قابل بازیابی از: DOI: 10.22034/jsc.2019.91717
- قوامی پور، محسن؛ خدای، ملیحه. (۱۳۹۷). ترجمه گزارش جهانی کارآفرینی ۲۰۱۸. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال. دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار. صص ۹-۱۸. قابل بازیابی از: ترجمه-گزارش-جهانی-کارآفرینی-۲۰۱۸ <https://www.mcls.gov.ir/fa/article/1158>
- گلرد، پروانه. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان. ۳ (۱)، صص ۱۰۱-۱۲۳. قابل بازیابی از:



[https://journals.ut.ac.ir/article\\_13241\\_0.html](https://journals.ut.ac.ir/article_13241_0.html)

میرزایی، حجت‌الله؛ ربانی، طاهرا. (۱۳۹۷). تحلیل مسائل نظام نوآوری کلان‌شهر تهران با استفاده از روش نقشه‌شناختی فازی.

فصل‌نامه شهر پایدار. تابستان ۹۷. ۱ (۳). صص ۱-۱۶. قابل‌بازیابی از: DOI: 10.22034/jsc.2018.88190

نجفی‌کانی، علی‌اکبر؛ حسام، مهدی؛ آشور، حدیثه. (۱۳۹۴). سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد: دهستان

استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان). اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۴ (۱). صص ۳۷-۵۶. قابل‌بازیابی از:

<http://serd.khu.ac.ir/article-1-2237-fa.html>

## منابع انگلیسی

Anggadwita, G., Luturlean, B. S., Ramadani, V., Ratten, V. (2017). Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(1), p p 85-96.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1465750318772811>

Carter, S., & Marlow, S. (2002). Constructing female entrepreneurship policy in the UK: is the US a relevant benchmark? *Environment and Planning C: Government and Policy*, 26(2), pp 335-351.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/c0732r>.

Crittenden, V.L, William, F. Crittendenb, Haya Ajja(2019), «Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology», *Journal of Business Research* 98, pp191–20. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319300633>.

Dabson, B. (2010). Supporting rural entrepreneurship. Exploring Policy Options for a New Rural America, pp 35-48. <https://www.article.sapub.org/10.5923.j.mm.20160605.01.html>.

Franco, A., Winqvist, K. (2002). The Entrepreneurial Gap between Women and Men. Brussels: Eurostat: Statistics in Focus. population and social conditions. theme3-11. pp:1-8.

<http://aei.pitt.edu/85260/1/2002.11.pdf>.

Henderson, J. (2007). Understanding rural entrepreneurs at the county level: data challenges. Federal Reserve Bank of Kansas City–Omaha Branch. pp707.

[https://www.researchgate.net/publication/252738627\\_Understanding\\_Rural\\_Entrepreneurs\\_at\\_the\\_County\\_Level\\_Data\\_Challenges](https://www.researchgate.net/publication/252738627_Understanding_Rural_Entrepreneurs_at_the_County_Level_Data_Challenges).

Lenka, U., Agarwal, S. (2018). Role of women entrepreneurs and NGOs in promoting entrepreneurship: case studies from Uttarakhand, India. *Journal of Asia Business Studies*, 11(4), pp451-465.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JABS-07-2015-0088/full/html>

Lavoie Dina. (1995) Froum Sur l'Entrepreneurship Feminin Quebecois, montreal, ecoledes hautes etudes commerciales montreal.

<http://216.46.18.189/listRecord.htm?list=link&xRecord=19128729157919469019>

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

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/GM-11-2013-0131/full/html>

OECD. (2010). Women's Entrepreneurship: Issues and Policies, 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Enterprises (SMEs). Istanbul, Turkey. pp:1-74



<https://www.oecd.org/industry/smes/31919215.pdf>.

Oke, D. F. (2013). The effect of social network on women entrepreneurs in Nigeria: A case study of Ado-Ekiti Small scale Enterprise. *International Journal of Education and Research*, 1(11), pp 1-14.

<https://www.ijern.com/journal/November-2013/13.pdf>.

Raj., Pruthvi. B.S (2018). Women Entrepreneurship and Government Support in Present Scenario in the Context of India, *IOSR Journal of Business and Management*, 20(2). Pp: 25-31.

DOI: 10.9790/487X-2002082528.

Sarker, S., & Palit, M. (2014). Determinants of Success Factors of Women Entrepreneurs in Bangladesh-A Study Based on Khulna Region. *Business and Economic Research*, 4(2), pp: 237-250.

DOI:10.5296/ber.v4i2.6337.

Shabbir, A., & Di Gregorio, S. (1996). An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11(6), pp: 507-529.

[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00034-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00034-1).

Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), pp: 325-341. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.009>

Wube, M. C. (2010). Factors affecting the performance of women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises. Retrieved May, 18, 2013. pp:14-29.

[https://www.dphu.org/uploads/attachments/books/books\\_4201\\_0.pdf](https://www.dphu.org/uploads/attachments/books/books_4201_0.pdf).