

چکیده

هدف پژوهش، طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار شهر تهران است. پژوهش حاضر رویکردی کیفی دارد و از نظریه برخاسته از داده (رویش نظریه ها) استفاده می‌کند. 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 نهایت ۴ شاخص اصلی به همراه ۱۴ زیر شاخص شناسایی و نتایج تائید می‌کند مقوله اصلی فرآیند مدل از عوامل علی: 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 فرآیندها و نوآوری‌های اجتماعی و عوامل مداخله‌گر: حمایت بخش خصوصی و دولت، حضور رسانه، نظام تعلیم و تربیت، رفع موانع و مجوزها، انجمن‌های مردم‌نهاد، مشوق‌های بیرونی و حمایت از ایده‌ها و افکارهای نو، موازی کاری‌های نهادهای حمایتی، نوسانات اقتصادی، سرمایه‌های اجتماعی، بازاریابی خدمات و تبلیغات و عوامل زمینه‌ای: 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 شکل‌گرفته و از طریق راهبردهای 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 و ایجاد ثبات اقتصادی دولت به پیامدهای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، اشتغال بانوان، انگیزه و اشتیاق به کارآفرینی، راه‌اندازی و توسعه کارآفرینی و امنیت سرمایه‌گذاری در بین زنان منجر می‌شود. نتایج پژوهش اطلاعات محققان را در زمینه اهداف، چالش‌ها و پیامدهای مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار افزایش می‌دهد.

کلید واژه:

کارآفرینی، کارآفرینی شهری، کارآفرینی زنان، زنان سرپرست خانوار، نظریه داده بنیاد (رویش نظریه‌ها)

مفهوم پردازی کارآفرینی شهری با
رویکرد نظریه داده بنیاد (رویش
نظریه‌ها)
(مورد مطالعه: شهر تهران)

میناشاهامت نژاد

دانشجو دکتری کارآفرینی توسعه، واحد علی آباد
کتول دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
mina.shahamat@ut.ac.ir

بابک ضیاء (نویسنده مسئول)

استاد یارگروه کارآفرینی سازمانی، دانشگده
کارآفرینی، دانشگاه تهران، ایران
Bziyae@ut.ac.ir

مجید اشرفی

استاد یارگروه حسابداری، واحد علی آباد کتول،
دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران
Mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir

فریدون آزما

استاد یارگروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول،
دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران.
Azma@aliabadiu.ac.ir

تاریخ ارسال: ۹۹/۰۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۰۱

مقدمه

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفاء می‌کند. با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های اقتصادی جدید ظهور می‌یابد، کسب و کارهای جدیدی در جامعه پدید می‌آید و اقتصاد شکوفا می‌شود؛ همچنین با توجه به اینکه در دنیای امروز با تحولات سریع در حوزه کسب و کار و اقتصاد مواجه هستیم و به نوعی از جامعه‌ی صنعتی به جامعه‌ی اطلاعاتی و از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی در حرکت هستیم، در این شرایط کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک موتور محرک قدرتمند برای توسعه‌ی اقتصادی بکار رود و باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی در کشور و افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال و رفاه در جامعه شود (نجفی کانی و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان کارآفرینی زنان با توجه به نسبت بالای سهم آنان در جمعیت فعال جوامع، علاوه بر اینکه می‌تواند به رشد تولید و فروش، افزایش سرمایه، رفاه اقتصادی، قدرت رقابت و صادرات و در کل به توسعه‌ی اقتصادی کمک نماید، می‌تواند موجب رشد و شکوفایی خود زنان نیز گردد. جامعه‌ای که خواهان توسعه‌ی همه‌جانبه است، باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه‌ی اعضای جامعه از جمله زنان فراهم نماید و این درحالیست که زنان امروزی، خود نقش مهم و رو به رشدی در زمینه‌ی توسعه‌ی کسب و کارهایشان به عهده گرفته‌اند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد،



فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۰ درصد کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که در دهه‌های اخیر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان اهمیت وافری در سطح جهانی یافته است (رستمعلی‌زاده و علی‌جمعه‌زاده، ۱۳۹۶). 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 موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند به همین جهت 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 گردد تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (مادن^۱، ۲۰۱۸). امروزه، در کشور ما نیز اهمیت کارآفرینی زنان بیش از پیش برجسته شده به‌طوری‌که مطابق گزارش سال ۲۰۱۸ سازمان دیده‌بان کارآفرینی جهانی^۲، ایران در زمینه کارآفرینی و همچنین کارآفرینی زنان رشد مطلوبی داشته است (قوامی پور و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین در برنامه‌ی ششم توسعه و برنامه پنجساله سوم شهرداری تهران به ضرورت توجه به جایگاه زن در تمامی عرصه‌ها و نگاه ویژه به نقش سازنده آنان به منظور بهره‌مندی جامعه از سرمایه انسانی زنان در فرآیند توسعه پایدار و متوازن اشاره گردیده است.

کارآفرینی به عنوان یک موضوع حیاتی با بهره‌مندی از اشتغالزایی، افزایش بهره‌وری‌ها و به عبارتی ارزش آفرینی در جامعه، پاسخگوی نیازهای جوامع بوده و به دلیل گستردگی در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و همچنین ابعاد میان رشته‌ای آن، محل اتصال اکثر موضوعات اجتماعی بشمار می‌آید از طرفی امروزه، توجه و نگاه به شهرها، به عنوان محل‌های پرجمعیت، در راستای توسعه کارآفرینی اهمیت یافته و موجب متمایز شدن مفهوم کارآفرینی با توجه به موقعیت جغرافیایی آن گردیده است که سبب ظهور مفهوم دیگری به عنوان کارآفرینی شهری شده و می‌توان آنرا، نوعی همگونی کسب و کارها و اشتغال محلی با بهره‌مندی از تغییرات جهانی برشمرده (جعفری و همکاران، ۱۳۹۶). 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 نمود و همچنین با مروری بر پژوهش‌های انجام یافته در ایران، پیرامون مسئله زنان سرپرست خانوار این موضوع نمایان است که غیر از بررسی مسائل و مشکلات، کمتر به کارآفرینی آنان پرداخته شده است و جای پژوهش‌های نظریه پردازان به خصوص پژوهش‌های کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانواده از طریق نظریه داده بنیاد در این زمینه خالی به نظر می‌رسد و از طرفی 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 باهدف ارائه مدل مفهومی از توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در شهر تهران انجام گرفت تا مشخص کند که مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار با رویکرد داده بنیاد چگونه است؟

۱. مروری بر مطالعات انجام شده

رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران پرداختند. این تحقیق با روش کمی صورت گرفته و بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی، متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، حمایت‌های دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده توانسته‌اند ۷۳/۷ درصد از تغییرات متغیر کارآفرینی را تبیین کنند. شکوهی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در حوزه زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: استان سیستان و بلوچستان) پرداختند. ۳۷ استراتژی در قالب ۷ عامل شامل: عامل سیاستی، نهادی و قانونی، عامل آموزش کارآفرینی و خودکفایی، عامل تسهیلات کسب و کار، عامل شبکه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، عامل صندوق‌ها و کانون‌ها، عامل حمایت‌های مشاوره‌ای و عامل خدمات رفاهی، مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل سیاستی، نهادی و قانونی از دید خبرگان در رتبه‌ی نخست عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار است و عامل تسهیلات کسب و کار در رتبه‌ی دوم قرار گرفته، همچنین از ۳۷ استراتژی تعیین شده، استراتژی‌های بیمه‌ی زنان سرپرست خانوار، پشتیبانی و خدمات بازاریابی محصولات و ارائه تسهیلات اشتغال به زنان خانوار، به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفته است.

داوری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر 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 بلند مدت طراحی نمودند و برآزش مدل نشانگر مناسب بودن مدل پیشنهادی بوده است.



بابایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری (مطالعه موردی: شهر تهران) به بررسی عوامل اقتصادی پرداخته و مکانیزم های مالی، اقتصاد هوشمند شهری، مشاغل شهری، تجاری سازی ایده ها و بازارهای شهری را به عنوان مهم ترین عوامل معرفی نمودند.

بمهند همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان تحلیل اثر بخشی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با رویکرد کارآفرینی (مطالعه موردی: زنان سرپرست خانوار شهر زنجان) پرداختند. نتایج بیانگر اجرای برنامه های توانمندسازی از طریق تسهیل ارائه تسهیلات، قدرت تصمیم گیری، حل مسئله و ... می باشد. پیشنهاد پژوهشگر اینست که سازمان های حمایتی به جای دادن مستمری و ایجاد روحیه انفعالی باید زمینه توانمندسازی را هدف قراردهند تا از این طریق به اقتصاد مقاومتی یا اقتصاد پایدار نائل آیند.

کرمانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: زنان شاغل در مراکز کوثر شهرداری تهران در سال ۱۳۹۱) پرداختند. یافته های تحقیق بیانگر تأثیرگذاری قوی توانمندسازی اقتصادی بر متغیر وابسته تحقیق بوده است. در بین متغیرهای زمینه ای نیز سن، اثر منفی و مدت سرپرستی اثر مثبت بر متغیر وابسته داشته است. همچنین در مجموع زنان مطلقه نسبت به سایر زنان از سطح توانمندی بالاتری برخوردار بودند.

گلرد (۱۳۸۴) نیز در رساله خود با عنوان طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران به بررسی چهار عامل (فردی، شبکه ای، سازمانی و محیطی) بر شاخص های توسعه کارآفرینی (ایجاد، رشد و نوآوری) پرداخته است. نتایج آزمون بر بررسی همبستگی های عوامل تاکید دارد.

راج ۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی زنان و حمایت دولت به شرایط کنونی در هند پرداختند. دولت هند از طریق بانکها و کمک های مالی به زنان به ترویج کارآفرینی پرداخته و نتایج بیانگر آنست که دولت جهت حمایت از کارآفرینی زنان تلاش های مناسبی داشته و در هندوستان شرکت های متفاوت و موفق نیز وجود دارند که به شیوه ای موفق توسط زنان اداره و راهنمایی می شوند. مدن (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی کارآفرینی زنان در ترکیه پرداخته است. این مطالعه به شکل کیفی با استفاده از مصاحبه ای نیمه ساختار یافته با زنان کارآفرین موفق در ترکیه انجام گرفته و در نهایت، یافته ها نشان داد که اکثریت زنان کارآفرین در ترکیه از شیوه های سنتی (یعنی مکانیزم های حمایت دولتی، غیر دولتی و بانکی) برای گرفتن حمایت مالی استفاده می کنند. اعضای خانواده و شریکان اقتصادی از دیگر منابع حمایتی بودند که ممکن است حمایت برای زنان کارآفرین فراهم کنند. لنکا و آگاروالا (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی کارآفرینی زنان در کشور هندوستان پرداختند. این مطالعه نشان می دهد که دولت هند برنامه های متعددی را برای برنامه ریزی ایجاد روحیه کارآفرینی در میان گروه های زنانه بوجود آورده که نه تنها آنها را بطور مؤثری پایدار می کند بلکه به رشد فزاینده اقتصادی نیز کمک می کند. پاتیل و دشپانده (۲۰۱۸) در پژوهشی به کارآفرینی زنان در مسیر آینده پرداختند. هدف پژوهش، نشان دادن وضعیت کارآفرینان زن در کشور هند بوده و شامل چشم اندازها در زمینه ای ارتقاء کارآفرینی زنان است از دیگر اهداف این مقاله تجزیه و تحلیل سیاست های دولت هند برای زنان و اتخاذ برنامه های مناسب برای رشد آنان است. این مطالعه، پیشنهاد کرد که با آموزش فنی مناسب در میان زنان، آنها می توانند که خود را ارتقاء بخشند و کمک دولت در اجرای این طرح ها و پروژه ها و پیگیری برنامه های آموزشی این روند را تسریع خواهد بخشید و همچنین در بعد اقتصادی در دسترس بودن آسان وام، امکانات اعتباری، انگیزه و یارانه ها به آنها کمک مالی می کنند. در این حوزه انجمن های کارآفرینی زنان بسیار مؤثر هستند و می توانند به زنان در دستیابی به اهداف خود بیشتر کمک کنند.

ناتسرلیشویلی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان نابرابری کارآفرینی زنان در گرجستان پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داده است که هنوز تفاوت بین زنان و مردان در زمینه اشتغال، آموزش و پرورش و توزیع درآمد وجود دارد و همچنین فضای کسب و کار زنان از شرایط اقتصادی، فناوری، ارزش های اجتماعی و آداب رسوم تأثیر می پذیرد. بنابراین زنان کارآفرین نسبت به هم تیان مرد خود در زمینه های اجتماعی و اقتصادی آسیب پذیرترند.

شابیرو و گریگوریو (۲۰۱۷) نیز به بررسی ارتباط بین اهداف فردی زنان و عوامل ساختاری مؤثر برای تصمیم به شروع کسب کارشان پرداختند. این مطالعه به صورت کیفی با رویکرد راندن تئوری با مصاحبه با زنان کارآفرین انجام شد. هدف این مطالعه نگاه دقیق تر به مزیت ها و محدودیت ها در مواجهه با شروع کسب و کار به صورت واقعی و بالقوه تعریف شد و یافته ها نشان داد عوامل ساختاری که زنان نیاز دارند (صلاحیت، تجربه کاری و حمایت خانوادگی) موجب عملیاتی شدن اهداف کسب و کار می شود.

آنگادویتا و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی محیط های اجتماعی، فرهنگی و کارآفرینی اقتصادی در میان زنان کارآفرین در اندونزی پرداختند. در این مطالعه روش کمی با رویکرد توصیفی علی مورد استفاده قرار گرفته و داده ها با استفاده از آمار توصیفی با روش مدلسازی معادلات ساختاری



تجزیه و تحلیل گردید. این مطالعه در نظر دارد بر روی زنان کارآفرین در شرکت‌های کوچک و متوسط در باندونگ، اندونزی تمرکز کند. در مجموع ۲۱۰ زن کارآفرین در این مطالعه شرکت کرده‌اند. نتایج بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی زنان در اقتصادهای نوظهور ممکن است به طور مداوم با چالش‌های زیادی مواجه شود، به ویژه در کشورهای که دارای ویژگی‌های چند فرهنگی هستند.

اوکه‌دارکاس ۹ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و رشد کسب و کار زنان کارآفرین پرداخت. نتایج 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 تأثیر می‌گذارد.

بررسی ادبیات حاضر نشان دهنده دوشکاف نظری و ساختاری در متن ادبیات علم کارآفرینی شهری است. از حیث نظری، عدم وجود مدل جامع کارآفرینی شهری در حوزه زنان احساس می‌شود؛ از اینرو می‌توان به معرفی نظریه جدیدی در این رابطه در ایران به عنوان کشوری در حال توسعه پرداخت. همچنین از نقطه نظر ساختاری نیز تاکنون مطالعه کاربردی، اجرایی در زمینه کارآفرینی شهری در کشور و در حوزه زنان صورت نگرفته و شکاف ساختاری یاد شده و خلأ مطالعاتی موجود در این زمینه می‌تواند با انجام این مطالعه پرگردد.

۲. مروری بر مبانی نظری

شومپتر ۱۰، کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی می‌داند. اگر رشته ای پر از طنین درک فرآیندی آنچه "کسب و کار ۱۱" می‌نامیم باشد، چنین رشته ای را کارآفرینی می‌نامند (کیورث و همکاران، ۲۰۱۵) تعاریف کارآفرینی اغلب شامل افراد، فرصت، زمینه و فرآیند طی زمان است. کوراتکو ۱۲ (۲۰۱۶) در تمایز میان کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک، صاحبان این نوع کسب و کارها را کسانی می‌داند که به دنبال مدیریت کسب و کار خویش اند و انتظار فروش، سود و رشدی ثابت دارند، حال آنکه کارآفرینان تمرکز و تلاش خود را معطوف نوآوری، سودآوری و رشد پایدار کسب و کارشان می‌کنند (کوراتکو، ۲۰۱۶)

دابسون ۱۳، براساس تعریف دیده بان جهانی کارآفرینی معتقدست 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 تجاری سازی تولیدات و خدمات ترکیب می‌کنند که نتیجه آن شرکت‌های با رشد بالا می‌باشد (دابسون، ۲۰۱۰).

از نظر هندرسون ۱۴، کارآفرینی فرآیند 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 ایجاد کننده فرصت‌های جدید محلی نیستند، بلکه همچنین تولید کننده ثروتی نو و ارزشی جدید می‌باشند، آنان بهره‌گیران نوآور از منابع و دارایی‌های محلی می‌باشند (هندرسون، ۲۰۰۷).

ویلیام بای گریو ۱۵ 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 را راه اندازی می‌کند. (ریبیعی و نظریان، ۱۳۹۲) بنابراین به نظر میرسد که کارآفرینی یک حالت پایدار نیست بلکه فرآیند شدن است تا حالت بودن. از طرفی براساس تعاریف موجود در ویکی پدیا ۱۶ (۲۰۱۹)، زنان کارآفرین زنانی هستند که یک شرکت به ویژه کسب و کاری را مدیریت و سازماندهی می‌نمایند. همچنین لایو دینا ۱۷ (۱۹۹۵) زنان کارآفرین را زنانی تعریف میکند که به تنهایی 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 می‌جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند (به نقل از گلرد، ۱۳۸۴).

می‌توان گفت که زنان کارآفرین زنانی هستند که با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری، ابتکارات شخصی و استفاده‌ی بهینه از فرصت‌ها، منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می‌کنند که باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شود (رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده، ۱۳۹۷). فعالیتهای تولیدی زنان، بویژه در حوزه صنعت، آنها را از لحاظ اقتصادی توانمند می‌کند و قادر می‌سازد که تا بیشتر به توسعه‌ی کلی خود و جامعه کمک نمایند. اگر چه که 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 نه تنها وسیله‌ای برای بقای اقتصادی بلکه همچنین پیامدهای مثبت اجتماعی برای خودزنان و جامعه‌شان دارد (چان ووب، ۲۰۱۰).



اصولاً بررسی مفهوم کارآفرینی زنان در اقتصاد اهمیت رو به رشدی دارد و نتایج مطالعات نشان می‌دهد در دهه گذشته، کارآفرینی زنان شاخصی مثبت و رو به رشد در رشد اقتصادی کشورها داشته است ۱۹. با وجود این، کارآفرینی زنان سهم کمی را در مجموع فعالیت‌های کارآفرینی به خود اختصاص داده است. شکست بازار از جمله عوامل مهمی است که مانع ایجاد بستر مناسب برای شروع کسب و کار موفقیت آمیز آنان می‌شوند (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه ۲۰۱۰). علاوه بر آنکه زنان نسبت به مردان میزان مشارکت کمتری در فعالیت‌های کارآفرینانه دارند، با محدودیت‌های بیشتری نیز در انتخاب و شروع کسب و کار در حوزه‌های صنعتی مواجه اند (فرانسو و وینکیویست ۲۰۱۲)؛ به عبارتی فراهم کردن شرایط دسترسی به فرصت‌های برابر بین 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 به طور عمومی به کارآفرینی بخش مردان بیش از زنان توجه شده است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۲۰۱۰).

طبق تحقیقات انجام گرفته، 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 بشمار می‌رود (ورهل ۲۰۱۲ و همکاران، ۲۰۱۲).

فاکتور 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 (مارلو ۲۰۰۲، ۲۰۰۳).

همچنین کارتر (۲۰۰۰) نیز معتقدست که عملکرد ضعیف تر کسب و کار زنان نسبت به مردان رابطه مستقیمی با محدودیت دسترسی آنان به منابع سرمایه‌ای آنان دارد (به نقل از سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۷).

نتایج سایر مطالعات نیز بیانگر آنست که اتخاذ سیاست پولی مناسب از سوی دولت‌ها می‌تواند نقش مؤثری را در راستای تسهیل واگذاری منابع مالی مورد نیاز به بنگاه‌ها ایفا کند و موجب توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه گردد (چراتیان و قربانی، ۱۳۹۳).

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 نمایند و این سیاست‌ها می‌بایست با در نظر گرفتن ویژگی‌های محلی و منطقه‌ای مدون گردیده تا از تاثیر مطلوب برخوردار باشند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۶). از جمله سیاست‌های محلی و منطقه‌ای می‌توان به کارآفرینی شهری اشاره نمود که نوعی همگونی کسب و کارها و اشتغال محلی با تغییرات جهانی است و یا به عبارتی دیگر در یک تعریف عام، کسب و کارهایی را شامل می‌گردد که در محیط شهرها راه اندازی می‌شوند و شهر را به سمت رشد و توسعه اقتصادی سوق می‌دهند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۶) از همین روی، اتخاذ سیاست‌های خاص شهری برای توسعه کارآفرینی، امری اجتناب ناپذیر تلقی میگردد چرا که پتانسیل‌ها، امکانات زیرساختی، موقعیت جغرافیایی، فرهنگ غالب و بافت صنعتی در شهرهای مختلف، بسیار متفاوت است و ظهور کارآفرینی شهری متناسب با تغییر مقیاس سیاست گذاری‌های شهری به سمت رشد اقتصادی، مشارکت‌ها و تغییر اندازه‌های دولت محلی، شایسته و در خور تأمل و اندیشه است.

۰۳ روش‌شناسی

روش تحقیق در پژوهش حاضر بر حسب هدف، کاربردی و بر حسب روش گردآوری اطلاعات کیفی، گراند تئوری ۲۵ (نظریه داده بنیاد) است. نظریه پردازی داده بنیاد، روالی نظام مند و کیفی است جهت تولید نظریه‌ای که یک فرآیند، کنش یا برهم کنش را درباره یک موضوع واقعی در سطح مفهومی کلی تشریح می‌کند (کریسول ۲۰۰۵، ۲۰۰۶). با توجه به اینکه، ارایه الگو برای کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار، یک موضوع بسیار تخصصی است و افراد خاصی می‌توانند در مورد آن اظهار نظر کنند بنابراین نمونه آماری تعداد زیادی را در بر نمی‌گرفت. محقق تصمیم گرفت به جای گستردگی نمونه آماری که به نظر نامناسب بود، یک نمونه آماری صاحب‌نظر ولیکن با تعداد کم را در نظر بگیرد و بجای نگاه سطحی به موضوع به صورت عمیق به بررسی و کشف شکاف‌ها و جزییات پردازد بنابراین با ۱۴ نفر از خیرگان کلیدی و اساتید دانشگاهی، کارشناسان حوزه شهری، مدیران شهری، کارآفرینان، کارشناسان حوزه زنان و خصوصاً زنان سرپرست خانوار که با مفهوم کارآفرینی و علی‌الخصوص کارآفرینی شهری آشنایی داشته‌اند مصاحبه اکتشافی انجام شد. فرآیند نمونه‌گیری بصورت هدفمند و راهبردی بوده و تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرایند تجزیه و تحلیل و اکتشاف به اشباع نظری ۲۷ رسید و در این زمان نمونه‌گیری خاتمه یافت. محقق به منظور ثبت اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، علاوه بر یادداشت مطالب، با اجازه از فرد مصاحبه‌شونده به ضبط مصاحبه اقدام نمود. نحوه انجام مصاحبه‌ها به این شکل بود که اول با افراد تماس گرفته می‌شد و پس از هماهنگی اولیه، محقق برای انجام فرایند مصاحبه به افراد مراجعه می‌کرد. در این راستا، ابتدا جهت راهنمای افراد موضوع مصاحبه‌ها برای افراد شرح داده میشد تا مصاحبه‌شونده‌ها با موضوع بحث آشنا شوند.



مصاحبه ها به دو بخش تقسیم شدند: ۱. مصاحبه با زنان سرپرست خانوار با در نظر گرفتن تنوع این جامعه ۲. مصاحبه با صاحب نظران و فعالان در مسائل زنان، خانواده و کارآفرینی. هدف اینست که مسائل زنان سرپرست خانوار هم از دیدگاه خودشان و هم از دیدگاه افرادی که به صورت عملی برای بهبود وضعیت آنها در تلاش هستند، بررسی گردد. برای شروع کار میدانی از مصاحبه با مسئولان و صاحب نظران آغاز نمودیم تا با کسب آگاهی از شرایط این جامعه، مصاحبه های اثربخش تری انجام دهیم.

برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌های جمع‌آوری شده که در روش کیفی، دقت و استحکام علمی نام دارد، از روش چک کردن توسط مصاحبه‌شوندگان استفاده شد که در مجموع، ۴ شاخص و ۱۷ زیرشاخص شناسایی و همگی مورد تأیید قرار گرفتند. اعتبار سنجی در نظریه پردازی داده بنیاد، بخشی فعال از فرآیند پژوهش است و پژوهشگر وقایع، رویدادها و فعالیتها را شناسایی و پیوسته آنها را مقایسه نموده و با ارائه بازخورد به مصاحبه شوندگان و قراردادن آنها در مسیر تحقیق بطوریکه بر نحوه پاسخگویی آنها تأثیر نگذارد، به منظور افزایش روایی اقدام می نماید و با چک کردن کدهای استخراج شده نظریه تحقیق را به طور مرتب اصلاح و ویرایش های لازم را انجام داده تا نظریه، علاوه بر واژه‌های کلیدی، تمایز مفهومی کافی نیز داشته باشد. بررسی و مقایسه مکرر داده‌ها، خود به تأیید و افزایش روایی آنها کمک می نماید و در نهایت در راستای بهبود مدل و اعتباریابی آن، به چند تن از مصاحبه شوندگان مدل ارائه گردید و پس از اعمال برخی اصلاحات، توافق در مدل پیشنهادی به دست آمد.

تحلیل داده‌های این پژوهش از شیوه سیستماتیک که به استراس و کوربن ۲۸ (۱۹۹۰) نسبت داده می‌شود، طی سه مرحله کدگذاری باز ۲۹، محوری ۳۰ و انتخابی ۳۱ انجام پذیرفت. در کدگذاری باز، پژوهشگر با ذهنی باز به نام‌گذاری مفاهیم می‌پردازد. در این راستا متن مصاحبه ها بارها و بارها، سطر به سطر مطالعه و برای نکات مهم، مفهومی مشخص گردید سپس بخش های مرتبط علامت گذاری و به آنها کد و یادداشت تحلیلی، اختصاص گرفت. به گفته صاحب نظران در کدگذاری باز، پژوهشگر آزادانه به نام‌گذاری مفاهیم و یا همان کدها می‌پردازد و محدودیتی را در نظر نمی‌گیرد. در مرحله بعد که کدگذاری محوری بود، فرآیند اختصاص کد به مفاهیم موجود از حالت کاملاً باز خارج و شکل گزیده به خود گرفت. به بیان دیگر کدگذاری باز به بروز محورهای مشترکی در مجموعه داده های گردآوری شده، منجر می‌گردد که این محورها به مرحله بعدی کدگذاری جهت‌گیری‌های تازه‌ای می‌بخشد. در کدگذاری محوری توجه و کار با مفاهیم مورد توجه قرار می‌گیرد، جفت کردن کدها و یادداشتها و طبقه بندی کردن مفاهیم از مهمترین اقدامات این مرحله است و در آخرین مرحله، کدگذاری انتخابی، پژوهشگر به تکوین نظریه‌ای درباره رابطه میان مقوله‌های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری می‌پردازد. در حقیقت این مرحله فرآیند یکپارچه سازی و بهبود نظریه است. در این تحقیق «کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار» به عنوان مقوله اصلی انتخاب و در مرکز فرآیند مورد بررسی قرار گرفته و سپس سایر مقوله ها اعم از عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها شناسایی و به آن مرتبط گردیده اند و در نهایت مدل مفهومی کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار با تحلیل روابط بین مقوله‌ها و همچنین تطبیق و مقایسه با سایر مدل‌های موجود، تدوین گردیده است.

۴. تحلیل یافته‌ها

پس از گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه ها و تحلیل داده های گردآوری شده طی مراحل سه گانه روش نظریه داده بنیاد، از میان ۴ شاخص اصلی استخراج شده (رفتاری، ساختاری، نهادی و محیطی)، ۴۱ کد شناسایی گردیدند که در جدول ۱ نتایج کدگذاری های باز هریک از عوامل و در جداول ۲ الی ۷ سایر کدگذاری ها، عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها ارائه و در نهایت مدل مفهومی با استفاده از نظریه داده بنیاد ترسیم گردیده است.



۱.۴. مرحله اول کدگذاری باز

جدول ۱. کدگذاری باز عوامل

مفاهیم	کدگذاری باز عوامل نهادی
عوامل نهادی	رسوم، انکار، فرهنگ، اعتقادات.
	ارزشها، باورها، نگرشها، رفتارها و هنجارها، خرده فرهنگ ها و مذنب
	کاهش تبعیض در قوانین جنسیتی و افزایش قدرت مانور زنان در جامعه.
	کاهش ناامنی در سطح اجتماع خصوصا برای زنان و ایجاد رفاہ و امنیت برای زنان
	افزایش باور جامعه به قدرت زنان و رواج فرهنگ حمایت از آنها
	کمیود انجمنهای حمایتی و NGOها برای بانوان.
	تبلیغات رسانه ای و حمایت آنها
	قوانین و شرایط محیطی اجتماع، خانوادهگی و استعدادهای فردی.
	شبکه های اجتماعی، شبکه های محلی و تشکل های مردم نهاد، شبکه های مجازی
	محدودیت های مذهبی و خانوادگی و رفع برخی محدودیت ها.
	محدودیت های فردی و باور هر فرد
	وجود تفاوت های زیاد بین زنان و مردان.
	استفاده از قوانین و نهادهای حقوقی، اقتصادی، آموزشی برای زنان
	تدوین قوانین و ابزارهای حمایتی در راستای کاهش محدودیت های جنسیتی و خلاهای قانونی.
	کاهش مرد سالاری و تغییر باورهای کلیشه ای در مورد زنان و اعتماد به زنان
	نظام تعلیم و تربیت.
	ناهمخوانی انتظارات نقش های متفاوت زنان
عوامل و رفتارهای فردی اهم از ویژگی های فردی، شخصیتی، انگیزه ها و اهداف، روحیه مقاومت و ابده پرتازی، تخصص گرای، خصلت های کارآفرینانه، اعتماد به نفس، مهارتهای شغلی، ارتباطی و...	
عوامل شبکه ای اهم از ارتباط زنان با مشاوران، انجمن های تخصصی و تجاری، دوستان و ...	
وحدت حقوقی و قوانین، قانون های اشتغال نیمه وقت زنان، مرخصی زایمان و ... و در نهایت عدم برخورداری از حقوق اجتماعی به تساوی	

مفاهیم	کدگذاری باز عوامل ساختاری
عوامل ساختاری	حمایت های سازمانی و ارائه سیاستگذاری های درست.
	بهبود سیستم ها، روشها و فرایندها
	رفع موانع مجوز برای بانوان و رفع مشکلات بانوان در دریافت وام و تسهیلات
	بروکراسی اداری بالا و سخت برای بانوان
	زنان کارآفرینی که سن کمی دارند در ارتباطات و کار و حتی مدیرانشان مشکلات بیشتری دارند
	اعتماد به بانوان و بها دادن به آنها
	فراهم کردن بسترهای فروش کالای بانوان، رفع هزینه های اولیه زیاد، کمک به سرمایه اولیه بانوان.
	از مد افتادن کارها و محصولات خانگی در بازه زمانی کم مانند گل سازی و ... و علوه بر آن عدم وجود بازار فروش مناسب.
	قیمت تمام شده بسیار بالای محصولات به سبب تعداد اندک تولید
	وجود زیرساختهای شهری همچون حمل و نقل، اینترنتی، قانونی.
	نرخ خود اشتغالی، مالیات و ثبات اقتصادی
	وجود شرکتهای کوچک و متوسط به عنوان معیاری برای اندازه گیری کارآفرینی شهری
	آموزش و توسعه میزان تحصیلات و آموزشهای فنی و حرفه ای و افزایش سطح مهارت های زنان در چارچوب سیاستهای اشتغال و توانمندسازی زنان
	بهره وری و کارایی زنان و مردان و بهبود وضعیت زنان و کاهش فاصله (بستمزد و کسب درآمد) با مردان
	تقویت سازمانهای اجتماعی و مردمی در خصوص حمایت از توسعه کارآفرینان و صنایع دستی و تولیدات مرتبط با حضور و اشتغال بانوان
	ارائه شرایط حقوقی مالی، رفاهی مناسب و جلوگیری از بهره کشی از بانوان و ارائه حقوق و مزایای مناسب برای بانوان
	حقوق و دستمزد کم زنان و عدم وجود سوابق بیمه و حتی در برخی موارد عدم وجود بیمه مناسب، توجه سازمانها و ارگانها، برقراری نظام پرداخت مناسب حقوق و مزایا
تسهیلات و وامهای اعتباری کم بهره، قوانین حمایتی، ارگانهای حمایتی بانوان و ارتباط با سازمانها به سبب خروج از گوشه گیری و انزوا	
حمایت دولت، فرصت به صاحبان ایده، کمک به حل مشکلات مالی بانوان و حمایت سازمانها، رفع موانع کاری شدید بانوان، حمایت ساختاری و حمایت از مشاغل خانگی و کسب و کارهای شهری	
قابلیت اجرایی قوانین حمایتی، سرمایه های اجتماعی و اقتصادی، فراهم ساختن زمینه های رشد و توسعه برای بانوان.	
تشویق زنان به فعالیتهای اقتصادی و حمایت از آنها، حمایت های مالی و دولتی برای دریافت وام از سازمانها و غیره.	
اعتماد مؤسسات مالی به زنان، رفع محدودیت در دسترسی به خدمات حمایتی.	
تشویق زنان به نوآوری	
دستورالعملها و تسهیلات، مقررات، محدودیتهای اجرایی و ادارات تامین منابع و گزینش شیوه های مناسب مدیریتی	



مفاهیم	کدگذاری باز عوامل محیطی
عوامل محیطی	عوامل بیرونی- عوامل درونی
	علاقه بانوان به حضور پررنگ تر در محیط
	دانش کسب و کار و آموزش، قوانین و بروکراسی اداری جهت ثبت شرکتهای کارآفرینی، فناوری های نوین
	حمایت دولت از فعالیتهای کارآفرینانه، حمایت بانکها در تخصیص اعتبار به فعالیتهای کارآفرینانه
	اعتماد ارباب رجوعان به زنان کارآفرین، جذب سرمایه گذاران خارجی در فعالیتهای کارآفرینانه ایرانی و حمایت نگاههای اقتصادی
	آموزشهای استاندارد و کافی برای زنان کارآفرین با توجه به طبقه بندی مشاغل زنانه و مردانه در جامعه
	جشنواره زنان و تولید ملی و اشتغالی با استانداردهای رایج در تولید محصولات، آموزش و تقویت کارآفرینان
	تبلیغات مستمر و موثر، ارائه محصولات با کیفیت های بالا، توجه به نیاز جامعه و سلیقه شهر و شهروندان
	مشتری مداری و رفتار مناسب با ارباب رجوع، روی خوش، برخورد خوب و رفتار شایسته، وقت بالا در کار
	قوانین جامعه، محیط سیاسی و امنیتی جامعه، رفع موانع بسته بودن محیط، مهیا کردن ارتباطات گسترده، رفع محیط های بازدارنده
	تعاملات اجتماعی، مهارتهای زندگی، اعتماد و حمایت های اجتماعی، قدرت کنترل و تصمیم گیری، تبعیضات فرهنگی، یادگیری شیوه های مقابله مناسب با مشکلات، وجود منبع کنترل درونی
	خودکفایی زنان، رفع موانع شخصیتی (عدم خودباوری، اعتماد به نفس و فقدان انگیزه کافی)
	سرمایه اجتماعی شامل موفقه های اعتماد، تاب آوری، امید، خوش بینی، تعامل، ارتباط سازی.
عوامل بازاریابی عصبی مربوط به تقویت عناصر ذهن احساس، شهود، ادراک، انگیزش، ظرفیت رفتار شهروندی	

مفاهیم	کدگذاری باز عوامل محتوایی
عوامل محتوایی	برخوردار از دانش، تجربه و مهارت کافی
	دارای ویژگی های شخصیتی خاص اعم از انگیزه، روحیه کار تیمی زنان، اعتماد به نفس، قاطع در تصمیم گیری، بلندپرواز، متعهد، منطبق با محیط، دارای روحیه تعامل، توانمند و ...
	قابلیت توانمند سازی افراد مشابه در جامعه
	وجود تفکر راهبردی و سیستمی، برخوردار از تفکر استراتژیک و روحیه توجه و تحلیل محیط
	محیط زندگی کارآفرینان
	تحصیلات زنان کارآفرین
	خلاقیت و نوآوری
	برخوردار از روحیه با تعاملات و ارتباطات بسیار.
	برخوردار از اخلاق و رفتار متمایز با دیگران
	قابلیت کسب بازار و بازاریابی محصولات
	استفاده از فرصت ها و تهدیدات و مشاغل به ایجاد تغییر
	مسئولیت پذیری، تبدیل محدودیت ها به فرصت
	علاقتمند به فعالیت و اشتغال، سخت کوش، برخوردار از تعهدات اخلاقی، خودکنترلی
	حمایت های خانواده از کارآفرین
	مستقل بودن و داشتن استقلال در عمل و رفتار، تعهد در کار، رفتار و کردار، برخوردار از سبک رهبری و پذیرش مسئولیت
آینده نگری و بلند پروازی	
برخوردار از سبک و برند	



۲.۴. مرحله دوم و سوم کدگذاری های محوری و انتخابی

جدول ۲. کدگذاری های محوری و انتخابی از عوامل نهادی

کد	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
۱	تغییر ساختارها و هنجارهای فرهنگی	برابری جنسیتی
۲	عدم تبعیض (رفع نگاه ها مرد سالارانه)	
۳	تدوین قوانین در خصوص رفع محدودیت های جنسیتی	تغییر ساختار فرهنگی مذاهب و اعتقادات
۴	نظام تعلیم و تربیت	
۵	رفع موانع و محدودیت ها	قوانین حمایتی
۶	عدم فشارهای مذهبی	
۷	تشکیل انجمن های مردم نهاد	
۸	حمایت شبکه های اجتماعی	
۹	یاور و اعتماد به زنان	NGO ها و شبکه های اجتماعی
۱۰	تامین امنیت بانوان	

جدول ۳. کدگذاری های محوری و انتخابی از عوامل ساختاری

کد	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
۱	رفع موانع مجوز برای ثبت ایده ها	حمایت دولت
۲	کاهش مالیات برای کارآفرینان زن	
۳	تسهیلات و وام های اعتباری کم بهره	
۴	حمایت های سازمانی و دولتی (رفع بروکراسی اداری)	
۵	فراهم کردن زیر ساخت های مناسب	تقویت زیر ساخت ها - نوسانات اقتصادی - فرآیندها کارآفرینی پایدار
۶	توسعه میزان تحصیلات و آموزش های فنی و حرفه ای	
۷	بازاریابی و تبلیغات (فراهم کردن بازار فروش)	
۸	روش ها و فرآیندها	تدوین بخشنامه های حمایتی وجود مشوق های درونی و بیرونی
۹	تشویق زنان به نوآوری و فعالیتهای اقتصادی	
۱۰	بها دادن به زنان در امر مدیریت	
۱۱	حمایت کارآفرینان و تولیدات مرتبط با حضور و اشتغال	

جدول ۴. کدگذاری های محوری و انتخابی از عوامل رفتاری (محتوایی)

کد	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
۱	داشتن روحیه کار تیمی	آینده نگری - رفتار کارآفرین
۲	ارتباطات خوب با بیرون	
۳	انطباق پذیر با محیط	
۴	آینده نگری و بلند پروازی	
۵	بازاریابی خدمات	خلاقیت و نوآوری - نوآوری و کارآفرینی اجتماعی
۶	استفاده از فرصت ها و تهدیدها و توسعه آن	
۷	مسئولیت پذیری	
۸	داشتن تفکر استراتژیک و تفکر سیستمی	
۹	خلاقیت، نوآوری و بردساز	تجربه و مهارت
۱۰	توانایی در جذب منابع مالی	
۱۱	اخلاق و رفتار متمایز	
۱۲	داشتن تجربه و مهارت	

جدول ۵. کدگذاری های محوری و انتخابی از عوامل محیطی (زمینه ای)

کد	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
۱	عوامل بیرونی	محیط
۲	عوامل درونی	
۳	رفع محیط های بازدارنده	
۴	دانش کسب و کار	فناوری نوین
۵	بکارگیری فناوری نوین IT	
۶	تشکیل واحد حمایت از بنگاه های اقتصادی	سرمایه اجتماعی و حمایت محیطی - بازاریابی خدمات و تبلیغات
۷	سرمایه اجتماعی	
۸	بازاریابی عصبی	



۴.۳. مرحله چهارم عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدها

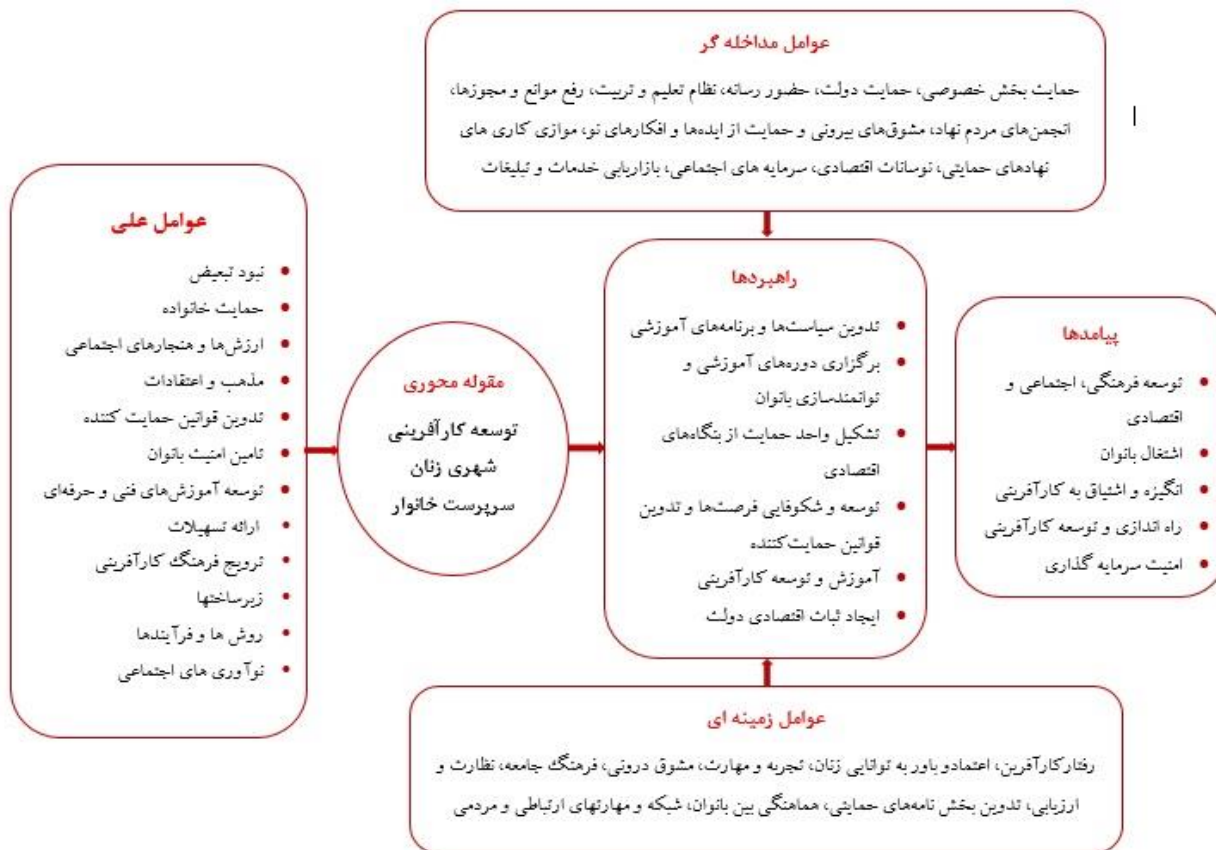
جدول ۶. شرایط علی، زمینه ای و مداخله گر در توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار

شرایط مداخله گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی
حمایت بخش خصوصی	رفتار کارآفرین	نمود تبعیض
حمایت دولت	اعتماد و باور به توانایی زنان	حمایت خانواده
حضور رسانه	تجربه و مهارت	ارزشها و هنجارهای اجتماعی
نظام تعلیم و تربیت	مشوق های درونی	مذهب و اعتقادات
رفع موانع و مجوزها	فرهنگ جامعه	تدوین قوانین حمایت کننده
انجمن های مردم نهاد	تدوین بخشنامه های حمایتی	تامین امنیت بانوان
مشوق های بیرونی	همامتی بین بانوان	توسعه آموزشهای فنی و حرفه ای
موازی کاری های نهادهای حمایتی	شبکه	ارائه تسهیلات
نوسانات اقتصادی	مهارتهای ارتباطی و مردمی	ترویج فرهنگ کارآفرینی
سرمایه های اجتماعی	نظارت و ارزیابی	زیرساخت ها
بازاریابی خدمات و تبلیغات	-	روش ها و فرآیندها
حمایت از ایده ها و افکارهای نو	-	نوآوری های اجتماعی

جدول ۷. راهبردها و پیامدها

پیامدهای منتج شده	راهبردهای ارائه شده
توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی	تدوین سیاستها و برنامه های آموزشی
اشتغال بانوان	برگزاری دوره های آموزشی و توانمندسازی بانوان
انگیزه و اشتیاق به کارآفرینی	تشکیل واحد حمایت از بنگاه های اقتصادی
راه اندازی و توسعه کارآفرینی	توسعه و شکوفایی فرصت ها و تدوین قوانین حمایت کننده
امنیت سرمایه گذاری	آموزش و توسعه کارآفرینی
	ایجاد ثبات اقتصادی دولت

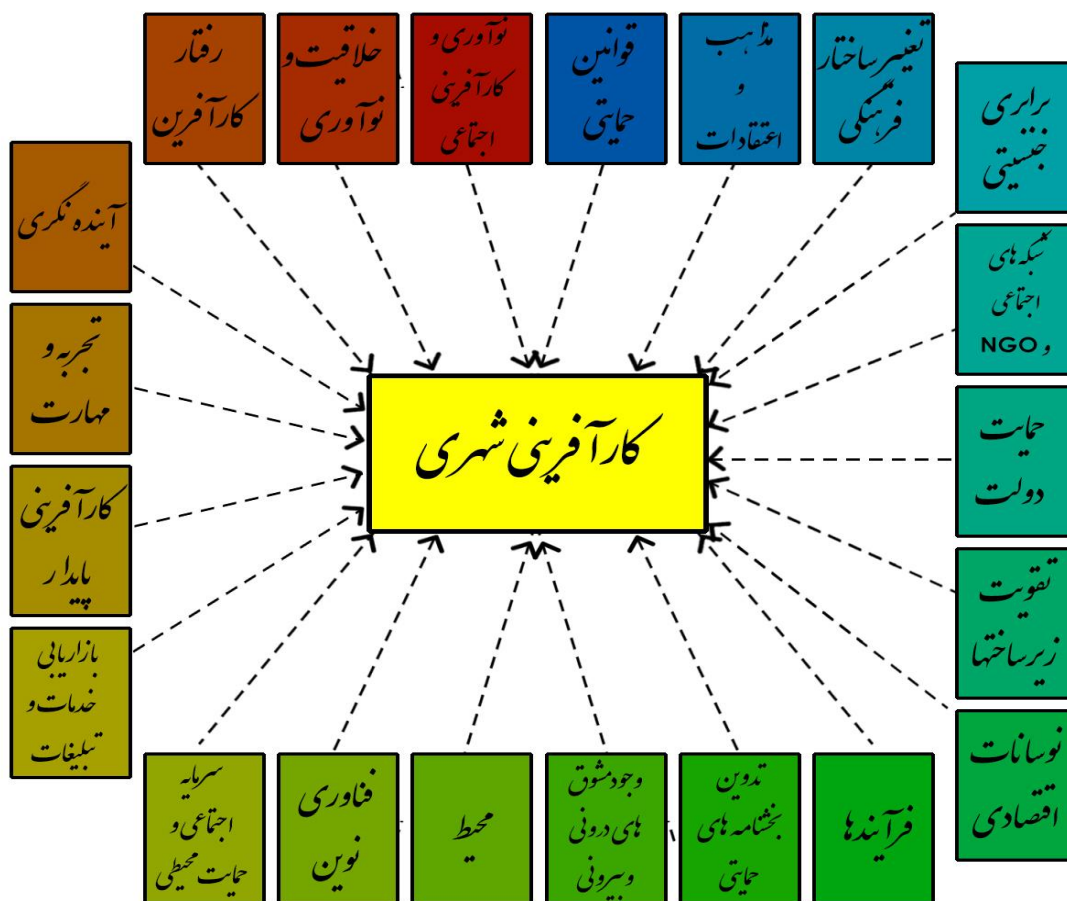
شکل ۱. پارادایم مدل توسعه کارآفرینی زنان سرپرست خانوار



در شکل ۱ مدل پارادایمی تحقیق ترسیم شده است که شش مرحله ی نظریه ی داده بنیاد را به تصویر می کشد و چارچوبی برای طراحی مدل توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار در اختیار محقق قرار داده است.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش (الگوی کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار)





نتیجه گیری

براساس تحلیل صورت گرفته مبتنی بر روش داده بنیاد و مطابق الگوی پیشنهاد شده اشتروس و کوربین (۱۹۹۸)، مدل پارادایمی تحقیق مشتمل بر عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها مشخص گردیدند. 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 گردیدند.

عوامل علی

عوامل علی در برگیرنده شرایطی است که بر مقوله محوری (پدیده) تأثیر می‌گذارد. عوامل مستخرج از تحقیق، عبارتند از نبود تبعیض، حمایت خانواده، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، مذهب و اعتقادات، تدوین قوانین حمایت‌کننده، تامین امنیت بانوان، توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ارائه تسهیلات و ترویج فرهنگ کارآفرینی، زیرساختها، روش‌ها و فرآیندها و نوآوری‌های اجتماعی.

در راستای توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار و با توجه به عوامل علی می‌بایست زمینه برای یکسان‌سازی دیدگاه‌ها نسبت به انجام فعالیت‌های کارآفرینی زنان همپای مردان فراهم شود و این تفکر که مردان در حوزه کارآفرینی موفق‌تر عمل نموده و باید بیشتر به این فعالیت‌ها وارد شوند، تغییر یابد. از طرفی، این مهم در حالیکه شواهد و تجربیات عینی محقق در شهر تهران، بیانگر حضور مشتاقانه تر، پراکنجه تر و یا حتی گاهی موفق تر زنان در عرصه‌های کسب و کارهای کوچک، حضور در بازارچه‌های محلی، مشاغل خانگی و استارت آپ‌ها می‌باشد. بنابراین شایسته است که برنامه ریزی دقیق تری با استفاده از بسترها و زیرساختهای شهری صورت گرفته تا زمینه فعالیت‌های کارآفرینی شهری بخصوص برای زنان سرپرست خانوار فراهم گردد. ذکر این نکته نیز ضروریست که این جامعه به سبب برخورداری از شرایط خاص، دیرتر به عرصه‌های اجتماعی ورود پیدا نموده و بعضاً از تجربیات اجتماعی کمتری برخوردارند و بالطبع با سختی‌ها و دشواری‌های بیشتری در این زمینه روبرو خواهند بود. نتایج این بخش از تحقیق با پژوهش‌های رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷)، شکوهی و همکاران (۱۳۹۷)، بهمن‌دو همکاران (۱۳۹۴)، مادن (۲۰۱۸) و ناتسرلیشویلی ۳۲ همکاران (۲۰۱۸) نیز همخوان است.

از سوی دیگر حمایت خانواده‌ها از این زنان به عنوان پشتوانه، از دیگر عوامل علی و اثرگذار مطرح شده است و این مهم درحالیست که سرمایه‌گذاری و ورود به این حیطه به حمایت اصلی نهادهای مسئول نیز نیاز دارد اما حمایت خانواده‌ها، نقش پررنگ تری ایفا نموده و باید بعنوان عاملی اثرگذار مدنظر قرار گیرند. کارآفرینی از جمله فعالیتهایی است که علاوه بر تاثیرپذیری از ویژگی‌های شخصیتی فرد، تحت تاثیر عوامل محیطی نیز می‌باشد و این عوامل، می‌تواند کارآفرین را بی‌اشتیاق و یا مشتاق تر نماید که حمایت‌های خانواده‌ها در این زمینه، نقش بسزایی دارد. این حمایت‌ها ابعاد گوناگونی دارند که از جمله مهمترین آنها می‌توان به حمایت‌های مالی، فکری، مشورتی و حمایت‌های اجتماعی اشاره نمود که متأسفانه بانوان سرپرست خانوار عمدتاً به سبب شرایط زندگی از اینگونه حمایت‌ها محروم بوده و خود، عمدتاً نقش حامیان خانواده را بازی می‌نمایند.

همچنین در بعد آموزش‌های فنی و حرفه‌ای که به عنوان زیربنایی مهم مطرح می‌باشد باید نهادهای مسئول با برنامه‌ریزی و آموزش مناسب، زنان سرپرست خانوار را در راستای علاقه و توانایی‌هایشان راهنمایی و سوق دهند چراکه آموزش به عنوان جوهره کارآفرینی و یکی از عوامل کلیدی، رمز پیشرفت آنان به شمار می‌آید علاوه بر این باید توجه داشت که آموزش کارآفرینی باید نظام‌مند، آگاهانه و هدفگرا باشد که طی آن، افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه، به صورتی خلاق تربیت شوند تا بتوانند با بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌هایشان، اثربخش تر باشند. آموزش کارآفرینی می‌تواند به شکل قابل توجهی در بهبود نگرش کارآفرینانه زنان سرپرست خانوار و در نتیجه افزایش احتمال کارآفرین شدن آنها مؤثر باشد صرف‌نظر از اهمیت آموزش‌های کارآفرینی، آنچه مسلم است، با توجه به گستردگی موضوعی و محتوایی این آموزش‌ها و مهارت‌های مختلف مورد نیاز افراد برای راه اندازی، مدیریت و توسعه کسب و کارهای جدید، آموزش‌های کارآفرینی زمانی از اثربخشی و کارایی لازم برای پرورش افراد کارآفرین برخوردار خواهند بود که بتوانند به شیوه‌ی مناسبی به نیازهای آموزشی افراد در زمینه‌های مختلف مرتبط با کارآفرینی پاسخ دهند. لذا آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در میان زنان سرپرست خانوار می‌تواند با ایجاد ذهنیت و توانایی توسعه کارآفرینی در بین آنها و همچنین ایجاد چارچوبی از فضای حوزه کارآفرینی در ذهن آنها در این زمینه به عنوان پیش‌نیازی مهم مطرح شود. سایر پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه نیز مانند پژوهش‌های شکوهی و همکاران (۱۳۹۷)، رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷)، یعقوبی‌فرانی و همکاران (۱۳۹۲)، کرمانی و همکاران (۱۳۹۲)، پاتیل و دشپاند (۲۰۱۸)۳۳، بروش و همکاران (۲۰۱۸)۳۴ و کابرا و مایوریسیو (۲۰۱۷) آموزش را به عنوان یکی از عوامل مؤثر در زمینه کارآفرینی زنان مطرح کرده‌اند. بطوری که با آموزش فنی مناسب در میان زنان، آنها می‌توانند خود را ارتقاء بخشند و از طرفی کمک و حمایت نهادهای NGO و دولت در اجرای این طرح‌ها و پیگیری برنامه‌های آموزشی می‌تواند در تسریع این روند اثربخش باشد از طرفی ذکر این نکته ضروریست که آموزش به تنهایی نمی‌تواند برای کارآفرینی، ایجاد



انگیزه نماید و دولت و یا نهادهای حمایتگر باید با ارائه تسهیلات مناسب و فرهنگ‌سازی در این زمینه در فراهم کردن شرایط مساعد برای این قشر تلاش نمایند. به گونه‌ای که زنان سرپرست خانوار بتوانند با دریافت تسهیلات با بازپرداخت مناسب و یا حمایت‌های خاص و فراهم بودن بستر لازم به حوزه‌های کسب و کار وارد شوند.

عوامل زمینه‌ای

در بردارنده شرایط خاصی است که برابریها تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر می‌توان این شرایط را شامل عوامل درونی تاثیرگذار 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 عبارتند 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.

نخستین موضوعی که در این راستا مورد بحث قرار می‌گیرد، رفتار فرد کارآفرین است، زنان سرپرست خانوار بواسطه تجربیات و شرایط خاص زندگی مختص به خود، از مجموعه رفتارهای متفاوتی برخوردارند که می‌بایست این رفتارها در راستای کارآفرینی شهری، مدیریت گردند. از دیگر دلایل مهم عدم ورود زنان به حوزه کارآفرینی و کسب و کار، عدم اعتماد کافی به آنهاست. باور "مگر زنان هم می‌توانند" باور رایج و تلخی است که در کشور ما وجود داشته و کار را برای ایشان دشوار نموده است. در این پژوهش نیز بر اساس داده‌ها مشخص شد که اعتماد و باور به توانایی زنان می‌تواند به عنوان یکی از زمینه‌های مهم و دارای اهمیت در حوزه کارآفرینی شهری آنها مطرح گردد. بر این اساس و با توجه به اهمیت موضوع، باید با اعتماد و باور به توانایی زنان در حوزه کارآفرینی و همچنین حمایت و تشویق آنها به این کار، فرصت را برای ورود، اشتغال و کارآفرینی آنها فراهم نمود و صد البته که باورهای خود زنان نیز در این زمینه، نقش بسزایی داشته و متأسفانه مشاهدات محقق از جامعه مورد پژوهش، بیانگر کم رنگ بودن این باور و وجود سقف شیشه‌ای در تفکرات زنان سرپرست خانوار می‌باشد. تجربه و مهارت از نکات مؤثر در عوامل زمینه‌ای است و زنان سرپرست خانوار در راستای ایجاد کارآفرینی‌های کارآفرینی شهری و پایدار می‌بایست از مهارت‌های خاص فردی، فنی و تجاری در این زمینه برخوردار بوده تا با تاسیس کسب و کارهای خانگی، نوپا و محلی به رشد و توسعه پایدار دست یابند.

از دیگر عوامل زمینه‌ای باید به هماهنگی بین بانوان اشاره نمود که متأسفانه این اتفاق به ندرت قابل مشاهده بوده و زمانی محقق می‌گردد که بانوان از اهداف مشترکی برخوردار باشند که با ایجاد شبکه‌های پیچیده از روابط اجتماعی، می‌توان به منابع و فرصت‌های بسیاری در این زمینه دست یافت. شبکه‌های فعال بانوان، می‌تواند مشارکت بالای این قشر را به همراه داشته و سبب افزایش همراهی و همبستگی این جامعه گردد. عموماً خانوارهای زن سرپرست در مقایسه با سایر خانوارها از درآمدهای کمتری برخوردارند که این مهم سبب وجود فقر و یا کاهش سطح رفاه این خانوارها شده و شرایط نامساعد و مشکلات زیادی را برای ایشان به همراه دارد و این درحالیست که طی یک دهه گذشته به ویژه از سال ۲۰۰۰ تاکنون، دو تحول عمده در تجارت و اقتصاد بین‌المللی اتفاق افتاده است. تحول نخست رشد چشمگیر و انفجارگونه‌ی زنان کارآفرین و تحول دوم رشد حجم تجارت بین‌المللی است. این دو تحول در کنار هم باعث ارتقای سطح اقتصادی زنان و در مجموع رشد چشمگیر اقتصادی بسیاری از کشورهای بزرگ شده است و ابعاد این دگرگونی تا حدی وسیع است که صاحب‌نظران آن را آغاز عصر جدید تجاری در جهان می‌دانند. لذا باید چاره‌ای اساسی نیز برای قشر زنان سرپرست خانوار اندیشیده شود تا بتوانند با استفاده از کارآفرینی و ورود به بازار کسب و کار هم برای خود و هم برای هم‌نوعانشان ایجاد اشتغال کنند و این امر می‌تواند با تدوین قوانین و بخشنامه‌های حمایتی ویژه از جانب دولت صورت گیرد. دولت می‌تواند با استفاده از عواملی مانند معافیت‌های مالیاتی، بیمه‌ای، ایجاد صندوق‌های خاص، حمایت‌های بیمه‌ای اجتماعی و درمانی و ... در این زمینه همراهی نماید.

یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای، مهارت‌های ارتباطی، مردمی و ایجاد شبکه‌های غیررسمی در زنان می‌باشد. بانوان کارآفرین در این زمینه بهتر از هم‌نوعان مرد خود عمل می‌نمایند. توانایی و ایجاد گسترش روابط و حفظ درآمدت آنها از دیگر توانمندی‌های زنان می‌باشد. همچنین استفاده از تفکر شبکه‌ای به سبب جمع‌آوری داده‌ها از محیط و ایجاد ارتباط میان آنها، از قابلیت‌های این جامعه می‌باشد.

مشوق‌های درونی و رضایت از نحوه عملکرد زنان سرپرست خانوار را نیز نباید نادیده گرفت، این خرسندی و رضایت سبب عملکرد بهتر و در نهایت بروز اعتماد به نفس در جامعه‌ای می‌گردد که عموماً از هرگونه حمایتی محروم مانده‌اند.



عوامل مداخله گر

این عوامل عمومی و بیرونی هستند که بر راهبردها تاثیر می‌گذارند. با توجه به اینکه کارآفرینی زنان سرپرست خانوار و مسائل مرتبط با آن، در یک محیط باز صورت می‌پذیرد مسلماً تحت تاثیر محیط قرار می‌گیرد و همچنین خود نیز بر محیط تاثیراتی به جای خواهد گذاشت. از این رو، در این بخش عواملی که از محیط بیرونی بر راهبردها و پدیده محوری تاثیر گذار هستند شناسایی شدند. شرایط واسطه‌ای در این تحقیق عبارتند از: حمایت بخش خصوصی، حمایت دولت، حضور رسانه، نظام تعلیم و تربیت، رفع موانع و مجوزها، انجمن‌های مردم نهاد، مشوق‌های بیرونی و حمایت از ایده‌ها و افکارهای نو، موازی کاری‌های نهادهای حمایتی، نوسانات اقتصادی، سرمایه‌های اجتماعی، بازاریابی خدمات و تبلیغات. بخش خصوصی به عنوان یکی از متولیان اصلی کارآفرینی شهری و ایجاد اشتغال در هر کشوری محسوب شده و با ایجاد فرصت‌ها و سرمایه‌گذاری برای زنان و حمایت از آنها با اختصاص سرمایه درجهت ترویج و توسعه کارآفرینی شهری می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر مطرح باشد. همچنین در راستای تحقق اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر برون سپاری‌ها و خصوصی سازی‌ها، تاکید بر ایجاد و توسعه شرکت‌های خصوصی بسیار حائز اهمیت بوده و آغاز به کار استارت آپ‌ها، شرکت‌های دانش بنیان و توجه ویژه به ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد کسب و کارهای کوچک در دوره جدید مدیریت شهری از نتایج امیدوار کننده این قانون در بحث کارآفرینی‌های شهری می‌باشد. از طرفی می‌بایست با ایجاد رقابت در حوزه‌های مختلف سبب افزایش مشارکتها و رونق کسب و کارهای نوپا گردید.

از دیگر عوامل، باید به سیاست‌ها و حمایت‌های دولت اشاره نمود. دولت‌ها می‌توانند از طریق تنظیم برنامه‌های مالی ویژه، کارآفرینان زنان و برنامه‌های کارآفرینی آنها را حمایت کنند. این مهم از طریق برنامه‌های کاهش مالیاتی، پرداخت وام‌های ضروری و ارائه امکانات ویژه به بانوان صورت پذیرد. چنین امکانات و امتیازاتی شرایط را برای کارآفرینان زن سرپرست خانوار فراهم می‌نماید تا به فرصت‌ها و موقعیت‌هایی که نیاز به ریسک مالی دارد، روبرو گردند. حمایت‌های مالی در سراسر دنیا برای شرکت‌های کارآفرین به ویژه زنان امری معمول و متداول است که باید در کشورمان و بخصوص در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار به آن توجه ویژه شود. به نظر محقق، ارائه وام‌های خوداشتغالی، کاهش مالیات‌های کسب و کارهای نوپا، برنامه ریزی ورود سرمایه‌ها و کمک‌های مردمی به این فعالیت‌ها، تشکیل صندوق‌های قرض الحسنه کوچک، بازاریابی مناسب محصولات، استفاده از پس اندازهای خانگی و تسهیلات کم بهره می‌تواند در این زمینه اثرگذار باشد. در نتایج سایر پژوهش‌های صورت گرفته نیز به این مهم اشاره نموده که حمایت‌ها و سیاست‌های دولت می‌تواند زمینه‌ی مناسب برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی زنان را فراهم نماید. نتایج این بخش نیز با پژوهش راج (۲۰۱۸)، شکوهی و همکاران (۱۳۹۷) و بهمند و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد لذا به نظر می‌رسد که در راستای توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار تهران می‌بایست به صورت جدی تر، حمایت‌ها پیگیری شود.

دولت به طرق گوناگون می‌تواند فعالیت کارآفرینانه زنان را تحت تأثیر قرار دهد. در این میان نقش مداخله‌ای و اساسی را نیز برای فعالیت‌های آنها باید مد نظر قرار داد؛ چرا که می‌توانند نقش مداخله‌ای را از طریق ایجاد سیاست‌های حمایتی، معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات کم یا بدون بهره، اختصاص سرمایه اعم از زمین و ... توسعه صندوق‌های مستقل سرمایه‌گذاری و ... را برای ایجاد فعالیت‌ها بخوبی ایفا نماید.

در بخش توجه رسانه و تحت پوشش قراردادن برنامه‌های کسب و کار و کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار از طریق برنامه‌های تلویزیونی و همچنین مستندهای گوناگون درخصوص کارآفرینی زنان آنگونه که باید برنامه‌ریزی مناسبی در رسانه ملی و سایر رسانه‌های خبری کشورمان صورت نگرفته یا تلاش‌های صورت گرفته ناکافی بوده است که باید این مسئله و توجه به آن به شکل جدی پیگیری شود. انجمن‌های مردم نهاد در خصوص زنان و حمایت از آنها در این راه نقش بسیار اساسی را دارند و می‌توانند با حمایت‌های همه‌جانبه‌ی خود از زنان و بخصوص بخش کارآفرینی آنها در راه دستیابی به موفقیت آنها بیشتر اثرگذار باشند. بطوری که نتایج پژوهش‌های پاتیل و دشپاند (۲۰۱۸) و لنکا و آوارگال (۲۰۱۷) نیز با نتایج این پژوهش همخوان است. برای زنانی که به این حوزه از کسب و کار و کارآفرینی وارد می‌شوند، نمی‌توان نقش مشوق‌های فعال را نادیده گرفت و باید با بهره‌مندی از تجربیات و گفته‌های کارآفرینان موفق شهری و اجرایی نمودن تجربیات آنها و همچنین حمایت از ایده‌ها و طرح‌های نو در زمینه‌ی کارآفرینی و همچنین اجرایی کردن ایده‌های نو از تمامی پتانسیل‌های موجود، در راستای حمایت از کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار استفاده نمود. زنان و بویژه زنان سرپرست خانوار با داشتن دیدی خلاق و برخوردار از مهارت‌های بالا، به عنوان نان‌آور خانواده و عامل اصلی تربیت فرزندان نقش بسیار مهمی در چرخه‌ی اقتصاد خانواده و جامعه دارند و در جامعه وجود و حضور آنها حتی در تمامی دستاوردهای پیشرفته امروزی مانند تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و ... نباید نادیده گرفته شود. به نظر محقق می‌بایست حمایت لازم از ایده‌ها و افکار نو در زمینه کارآفرینی‌های شهری در سطح شهر صورت پذیرد که این مهم با برگزاری مسابقات و جشنواره‌ها، برپایی نمایشگاه‌های شهری، بازارچه‌های کارآفرینی و نوآوری، اجرایی نمودن ایده‌های برتر در سطح شهر،



سرمایه گذاری بروی ایده های نو و قابل اجرا، حمایت از برندها و افزایش آنها در سطح شهر و ایجاد بازارها و بازارچه های شهری و محلی برای فروش محصولات کارآفرینان، قابل انجام خواهد بود.

نظام تعلیم و تربیت از دیگر عواملی است که شایسته توجه و تامل بسیار می باشد. آموزش کارآفرینی و مهارت های کارآفرینانه می بایست در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان و دانشگاه ها در سرفصل درس های آموزشی وجود داشته باشد. صرف نظر از اینکه، بانوان و دختران بعضاً پس از اتمام دوره تحصیلات، با توجه به مشاهدات محقق در جریان این تحقیق، ممکن است به جامعه زنان سرپرست خانوار بپیوندند ولیکن چنانچه آنها از آموزش های لازم برخوردار باشند، در مواجهه با اجتماع، موفق تر عمل خواهند نمود. علاوه بر آموزش های فوق، لازمست که این بانوان از مهارت های تخصصی لازم برخوردار باشند. مهمترین این مهارت ها به نظر محقق، مهارت های ارتباطی موثر، مهارت های تخصصی، مهارت های کسب و کار، مهارت های کنترل خشم، مهارت های مدیریتی، مهارت های تیمی، مهارت های خودشناسی و مهارت های زندگی می باشد که برای هر بانوی کارآفرین لازم و ضروری به نظر می رسد. تقویت حس مسئولیت پذیری، روحیه کار تیمی، خلاقیت و نوآوری، داشتن تفکر استراتژیک و تفکر سیستمی، آینده نگری و بلند پروازی، توانایی در جذب منابع، ارتباطات قوی و داشتن مهارت از جمله موارد و زمینه هایی است که زنان کارآفرین در این راه باید به آنها توجه داشته باشند.

رفع موانع و مجوزها از دیگر نکات پر اهمیت می باشد و لازم است تا با کاهش بروکسی های اداری نامناسب، شرایط ایجاد کارآفرینی های شهری را خصوصاً برای زنان سرپرست خانوار، هموار نماییم. از دیگر نکات باید به انجمن های مردم نهاد و حمایت های آنها اشاره نمود که این انجمن ها در ایجاد و توسعه کارآفرینی های شهری زنان سرپرست خانوار نقش پررنگ و اهمیت بسزایی دارند که بطور کامل در نکات قبلی مورد توجه و تحلیل قرار گرفتند. نوسانات اقتصادی از عوامل مداخله گری هستند که برای کارآفرینان مرد و زن در دسرساز بوده و می بایست مورد توجه قرار گیرند. عموماً این نوسانات در کسب و کارهای نوپا و خانگی بیشتر اثرگذار می باشند و می بایست در حد ممکن، مدیریت گردند چراکه طرح های کارآفرینی و هدف گذاری ها با نوسانات اقتصادی دچار چالش های شدیدی می گردند.

تبلیغات و بازاریابی خدمات کارآفرینی های شهری، از دیگر عواملی است که نباید نادیده گرفته شود. این کارآفرینی ها به سبب نو بودن، نیازمند تبلیغات مناسب و همچنین بازار مناسب می باشند و شایسته است که سهم بازار مناسبی در راستای حمایت از این کارآفرینی ها توسط مدیران شهری، در نظر گرفته شود.

راهبردها

راهبردها، کنش ها یا برهم کنش های خاصی هستند که از پدیده محوری منتج می شوند و تحت تاثیر شرایط زمینه ای و واسطه ای هستند. در واقع راهبردها در شش سطح شناسایی گردیدند که عبارتند از تدوین سیاست ها و برنامه های آموزشی؛ برگزاری دوره های آموزشی و توانمندسازی بانوان؛ تشکیل واحد حمایت از بنگاه های اقتصادی؛ توسعه و شکوفایی فرصت ها و تدوین قوانین حمایت کننده؛ آموزش و توسعه کارآفرینی و ایجاد ثبات اقتصادی دولت؛ در جامعه امروز ایران، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کارها ایفا کرده به گونه ای که در سال های اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی و غیردولتی روند رو به رشدی را طی کرده است. بنابراین، با توجه به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است که شرایط و راهبردهای لازم برای توسعه کارآفرینی شهری زنان فراهم گردد، تا زنان هم با ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی برای خود و دیگران بتوانند به حل این بحران کمک کنند. بنابراین، توسعه کارآفرینی و راه اندازی و ارتقاء کسب و کار خرد و کوچک به طور فزاینده ای به عنوان ابزاری برای ایجاد فرصت های اشتغال پایدار به ویژه برای افراد حاشیه ای مانند زنان سرپرست خانوار، فقرا و افراد معلول مورد توجه است. در این راستا با استفاده از راهبردهای بدست آمده از نتایج چنین پژوهش های علمی می توان به موفقیت های بیشتری در این حوزه دست یافت. در سطح تدوین سیاست ها و برنامه های آموزشی، ارائه پشتیبانی مؤثر برای کسب و کار زنان بسیار مهم است این پشتیبانی به منظور تسهیل کسب و کار آنها از جمله برنامه های آموزشی زنان و ارائه مهارت های کارآفرینی می باشد. ایجاد مراکز رشد کسب و کار، راه مهم دیگری برای کمک به اطمینان از کسب و کارهای زنان است. ضرورت ایجاد می کند کارشناسان و برنامه ریزان در حوزه زنان سرپرست خانوار نیز توجه ویژه ای به موضوع آموزش کارآفرینی خصوصاً کارآفرینی شهری داشته باشند. یکی دیگر از مسائل مهم جهت توسعه فعالیت های کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار، تدوین سیاست ها و برنامه های آموزشی است تا از طریق ایجاد فرصت های لازم برای اشتغال و بیکاری آنها چاره اندیشی گردد. بنابراین و بدون شک، آموزش کارآفرینی شهری یکی از ابعاد مهم و ضروری در برنامه های ترویج کارآفرینی شهری در جامعه می باشد. در واقع لازمی توسعه کارآفرینی شهری برای زنان سرپرست خانوار، فراهم کردن بسترهای لازم از طریق آموزش های تخصصی در زمینه راه اندازی کسب و کارهای مرتبط می باشد. پیشنهاد می شود برای



توسعه بیشتر کارآفرینی شهری در بین زنان سرپرست خانوار از روش‌های آموزش عملی، از زنان کارآفرین موفق و همچنین رسانه‌های جمعی برای آموزش‌های تخصصی استفاده شود. کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا در گزارش خود اعلام کرده است که توسعه دانش، نگرش و مهارت‌های کارآفرینانه به افراد امکان می‌دهد ایده‌های خود را به عمل تبدیل کنند. از نظر این کمیسیون یکی از نتایج آموزش کارآفرینی، تغییر نگرش افراد درباره کارآفرینی است. همچنین، از منظر دیده بان جهانی کارآفرینی، مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه قابل آموزش و یادگیری هستند و آموزش کارآفرینی نقش ضروری در شکل‌گیری نگرش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ ایفا می‌کند. از دیگر عوامل، می‌توان به لزوم تشکیل واحدهای حمایتی اشاره نمود که امروزه وجود آنها بیش از پیش احساس می‌گردد. با اجرایی شدن چنین واحدهایی در بخش تولید و کسب و کار می‌توان رونق بیشتری را نیز شاهد بود. به هرحال زمانی که متولیان و حامیان این بنگاه‌ها بصورت کاملاً اختصاصی و در جریان تمام امور آن باشند، می‌توانند با برنامه‌ریزی مناسب‌تر و اجرای طرح‌های حمایتی مناسب در پیشبرد اهداف مؤثرتر عمل کرده و با استفاده از توسعه و شکوفایی فرصت‌ها و تدوین قوانین حمایت‌کننده به کارآفرینان و فعالان بنگاه‌های اقتصادی خدمات بیشتر و مناسب‌تری ارائه دهند. بنابراین با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغل که نیاز به حمایت دارند، به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی باشد، دولت از طریق اعمال خط مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات، می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود. سازمان‌های زیادی در بخش دولتی با پروژه‌ها و برنامه‌هایی برای کمک در ایجاد مؤسسات جدید وجود دارند دولت می‌تواند محیط شغلی مناسبی را برای شروع فعالیت و مدیریت کارآفرینان ایجاد نماید. حمایت‌های دولتی از توسعه کارآفرینی در جوامع، براساس مجموعه سیاست‌های هماهنگ و مرتبط انجام می‌گیرد که می‌توان از آن به عنوان استراتژی توسعه کارآفرینی نیز یاد کرد. امروزه کشورهای مختلف، تلاش‌هایشان را برای بهبود درک افراد از فرآیندهای راه‌اندازی یک کسب و کار آغاز کرده‌اند از جمله آنها می‌توان به ارائه برنامه‌های مختلف خدمات حمایتی و مشاوره‌ای به کسب و کارهای کوچک و همچنین ایجاد واحدهای پژوهشی در زمینه کارآفرینی های نوپا اشاره نمود. راج (۲۰۱۸) نیز در نتایج پژوهش خود در همین زمینه و در هندوستان بر لزوم توجه دولت و تدوین قوانین حمایتی از کارآفرینی زنان تأکید دارد. همچنین نتایج این بخش با پژوهش رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷) نیز همخوان بود و آنها نیز در بخشی از نتایج خود حمایت‌های دولتی و ساختارهای قانونی مناسب را بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران اثرگذار می‌دانند. بنابراین به نظر می‌رسد در کشور ما به دلیل وجود مسائل و مشکلات عدیده اجتماعی در حوزه زنان سرپرست خانوار و عدم کارآیی دولت در حل آنها و همچنین عدم وجود بخشهای خصوصی و انتفاعی که به این مشکلات و مسائل رسیدگی کنند، توجه به کارآفرینی این جامعه به عنوان راهی برای عبور از مشکلات ضروری به نظر می‌رسد. از دیگر راهبردهای اساسی در این زمینه می‌توان به ایجاد ثبات اقتصادی اشاره کرد. ثبات اقتصادی که از وظایف اصلی دولت‌مردان است در راه ایجاد کارآفرینی و توسعه‌ی کسب و کارهای شهری می‌تواند بسیار مؤثر باشد. هرچند که دستیابی به ثبات اقتصادی پایدار و همچنین مقاوم ساختن اقتصاد از آثار سوء شوک‌های مثبت و منفی در سال‌های اخیر یکی از اولویت‌های اصلی سیاستگذاران کشورمان نیز بوده است لیکن باید اقرار نمود که اقتصاد کشورمان با توجه به وابستگی بالایی که به درآمدهای نفتی دارد، از ساختار شکننده‌ای برخوردار است، به گونه‌ای که وقوع شوک‌های مرتبط با نوسانات رو به پایین قیمت نفت، تحریم فروش نفت، تحریم‌های مرتبط با انتقال منابع ارزی حاصل از صادرات نفت، در صورت عدم اتخاذ سیاست‌های متناسب و اجرای آنها، می‌تواند ثبات اقتصادی کشور را تحت تأثیر قرار دهد. بی‌ثباتی اقتصادی موجب نااطمینانی فعالان اقتصادی نسبت به تحولات آینده خواهد شد و در نتیجه فعالان اقتصادی نمی‌توانند چشم‌انداز روشن و شفاف از آینده ترسیم کنند بنابراین به نظر می‌رسد که کارآفرینان و خصوصاً زنان کارآفرین به سبب فراهم نبودن ثبات اقتصادی، تمایل کمتری به سرمایه‌گذاری‌ها در این برهه از زمان نشان خواهند داد که امید است با فراهم شدن شرایط، رفع موانع و مشکلات، بتوانیم شاهد گسترش حضور این فعالان در عرصه اقتصادی کشورمان باشیم. از طرفی ذکر این نکته ضروریست که بسیاری از فعالان اقتصادی، شرایط حال حاضر و تحریم را به عنوان فرصتی مناسب برای رشد و توسعه کسب و کارهایشان به سبب عدم وجود رقبای خارجی، شناخته و شرایط کارآفرینی و رشو و توسعه را مهیاتر دیده‌اند.

پیامدها

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

توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از مهم‌ترین پیامدهای توجه به این بخش از فرایند توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار است. با توجه به اهمیت موضوع و بخصوص در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار، کارآفرینی شهری و اشتغال آنها می‌تواند به ساماندهی هرچه بهتر آنها کمک کند.



اهمیت مسائل اجتماعی مرتبط با کسب و کار و فعالیت زنان در پژوهش‌های گوناگون دیگری مانند؛ رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۱۳۹۷) و آنگادویتا و همکاران (۲۰۱۷) مطرح شده و نتایج آنها بیانگر توسعه‌ی فرهنگی اجتماعی زنان پس از توانمندسازی آنها می‌باشد. وجود سازمان‌ها و نهادهایی که مسئولیت بررسی مشکلات و حمایت از این قشر را به عهده داشته باشند لازم و ضروریست تا با استفاده از ساماندهی آنها در سطوح مختلف اجتماعی و اقتصادی به پیامدهای مناسب توسعه‌ی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جامعه دست پیدا کنیم.

از طریق کارآفرینی و حمایت از کسب و کار زنان سرپرست خانوار، اشتغال اینگونه زنان به فعالیتهای مناسب کاری نیز افزایش پیدا می‌کند و آنها به عنوان فردیکه درآمد یک زندگی بر عهده‌ی آنهاست می‌توانند در محیط‌های زنانه و در کسب و کارهای مناسب در بخش زنان مشغول بکار شوند و از این طریق به سطحی از رفاه رسیده و درگذران مناسب زندگی خود توانمند گردند. با افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان، سطح فرهنگ و آموزش جامعه نیز ارتقاء می‌یابد. زنان درآمد مستقل کسب می‌کنند و وضعیت بهداشت و تغذیه خانواده بهبود می‌یابد. پس موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند. حتی امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنها در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه‌ی انسانی مبدل گردیده است. چرا که فعالیت اقتصادی زنان رابطه‌ی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد. بنابراین توجه به این بخش از کارآفرینی و کسب و کار شهری زنان سرپرست خانوار می‌تواند آثار مثبتی در جامعه داشته باشد که از جمله‌ی آنها افزایش اشتغال بانوان است. همچنین زمانی که حمایت‌ها مناسب بوده و شرایط برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان فراهم باشد، انگیزه و اشتیاق به کارآفرینی نیز بیشتر خواهد شد و خود این شرایط به مساعد بودن محیط برای ورود بانوان به عرصه‌ی کار و اشتغال کمک بیشتری خواهد کرد. بنابراین و در ارتباط با این مسائل شناخت عواملی که زنان را به ایجاد فعالیتهای کارآفرینانه تشویق می‌کنند، به منظور افزایش مشارکت هرچه بیشتر زنان در عرصه‌ی فعالیتهای کارآفرینی، ضروری به نظر می‌رسد و لازم است که با فراهم کردن محیط و اجرای راهبردهای مناسب در این زمینه به ایجاد انگیزه و اشتیاق در میان کارآفرینان و بویژه کارآفرین زن پرداخته شود، تا بتوانند از شرایط مساعد در راستای ترویج فعالیتهای کسب و کار خود استفاده کنند.

ورود بانوان به اقتصاد خودمقدمه‌ای برای توسعه‌ی کلان اقتصادی است، چرا که استفاده از تمام توان نیروی انسانی یک کشور می‌تواند بر پیشبرد اهداف نقش مؤثرتری داشته باشد و زنان سرپرست خانوار در کشورمان که تعداد آنها نیز کم نیست با ورود به این بخش می‌توانند با راه‌اندازی کارگاه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی نقش مؤثری در این راه داشته باشند. در نهایت وجود چنین شرایطی و در محیط اقتصادی کشورمان می‌تواند امنیت سرمایه‌گذاری را نیز در کشورمان افزایش دهد و با رونق هرچه بیشتر راه را برای ورود سرمایه به بخش‌های مختلف اقتصاد کشورمان فراهم کند. برای رونق بخشیدن به اقتصاد کشورهایی چون کشورمان؛ ایران، که از یک سو با حجم عظیم سرمایه و از سوی دیگر با کمبود امکانات سرمایه‌گذاری مولد مواجه است، بازار سرمایه به عنوان نهادی برای تجهیز منابع مالی شرکت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که با فراهم کردن اقتصاد پویا و توسعه‌ی کارآفرینی در جامعه می‌توان به درجه بالایی از امنیت سرمایه‌گذاری در کشورمان دست یافت.

بر اساس تحلیل صورت گرفته و نتایج بدست آمده، مدل نهایی توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار طراحی و بیانگر این است که برای رسیدن به توسعه‌ی کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار عوامل مؤثری وجود دارد که باید در این راستا به آنها توجه شود و بر اساس بکارگیری و طراحی درست برای این موارد در سطوح مختلف اجرایی بتوان به توسعه‌ی هرچه بهتری از کارآفرینی شهری در میان زنان سرپرست خانوار دست یافت. در این مدل شرح داده شد که چه عوامل علی لزوم این پدیده را به ما نشان می‌دهند و چه عوامل واسطه‌ای و زمینه‌ای در این فرآیند تأثیرگذار بوده و با چه راهبردهایی می‌توان زمینه را برای این تغییر و تحول فراهم نمود و چگونه این فرآیند به نتایج و پیامدهایی که منجر به خلق ارزش‌های اجتماعی و گسترش فرهنگ کارآفرینی خصوصاً کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار خواهد شد.

پیشنهادها در حوزه کاربردی

از نتایج این مدل در اجرا می‌توان از مراکزی که زنان سرپرست خانوار در راستای توانمندسازی و کارآفرینی با آنها سروکار دارند، بهره مند گردید. مراکزی مانند فرهنگ‌سراها، سرای محلات و همچنین مراکز کارآفرینی نیز که به نوعی در ارتباط با این موضوع فعالیت می‌کنند و به عنوان پاتوق محلات شناسایی می‌گردند و از لحاظ کاربردی و اجرا نیز می‌توان از زنان سرپرست خانوار در نقش‌هایی مانند مربی‌گری، منتورینگ و ... استفاده نمود. این مکان‌ها به واسطه ارتباط این جامعه با محلاتی که در آن ساکن هستند و همچنین وجود فرآیندهای ساده‌تر در اقدامات، در اولویت می‌باشند.

با توجه به اینکه زنان سرپرست خانوار در راستای بهره‌مندی از امکانات لازم برای تأمین زندگی، فرصت‌های اجتماعی و دیگر عواملی که عدم توانمندی آنان را سبب می‌گردد، از دیگران متمایزند. بنابراین رسیدگی بهینه به وضعیت خانواده‌های زن سرپرست، نیازمند برنامه‌ریزی جامع و کارآمدی است که



موجب استقلال، ثبات خانواده و کاهش فشارهای اجتماعی به آنان گردد. چرا که توانمندسازی زنان به لحاظ مهارت‌های لازم اعم از فنی و مدیریتی در جهت توسعه چارچوب کاری آنان مؤثر است.

با توجه به شرایط و موقعیت زندگی زنان سرپرست خانوار در شهر تهران، پیشنهاد می‌شود که ابتدا با استفاده از خدمات مشاوره‌ای در خصوص نحوه اشتغال و درک و شناخت توانایی‌های آنها و سپس از طریق آموزش و توسعه توانایی‌های آنها از طریق کلاس‌های آموزشی به جهت‌دهی مناسبی در راستای توانایی‌هایشان چه در زمینه کارآفرینی و چه در زمینه اشتغال و کسب و کارهای مرتبط با توانایی آنها برنامه‌ریزی مناسب صورت گیرد و در این راه با استفاده از خدمات حمایتی به بهترین شکل ممکن از آنها برای موفقیت و پیشبرد هرچه بهتر فعالیت‌های کارشان کمک و حمایت صورت گیرد. آموزش در این روند، به معنی انتقال نظام‌مند دانش، اطلاعات و مهارت‌هایی است که به اشکال مختلف و با هدف تقویت توانمندی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی زنان سرپرست خانوار و بهبود فرصت‌های شغلی آنان انجام می‌شود.

پیشنهادها در حوزه سیاستگذاری

توسعه کارآفرینی شهری، جزء 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 صورت گیرد.

تقویت سازمان‌های اجتماعی و مردمی 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 آنها در راستای ایجاد رفاه اجتماعی، به نحوی که بتوانند از یک زندگی مناسب در سطح اجتماع برخوردار باشند، می‌بایست مد نظر قرار گیرد.

سیاستگذاران می‌بایست برای زنان سرپرست خانوار برنامه‌های حمایتی از جمله ایجاد تسهیلات برای دسترسی آسانتر به خدمات مالی و تسهیلاتی برای توسعه کسب و کار و صادرات محصولات ارائه کنند، چرا که ساختارهای قانونی مناسب و حمایت‌های دولتی تأثیر بیشتری نسبت به سایر متغیرها بر کارآفرینی زنان دارند. ارائه این خدمات و تسهیلات باید بصورت گردهشی و عادلانه صورت پذیرفته تا علاوه بر کاهش انحصار در ارائه خدمات، به توانمندسازی افراد خودکفایی آنها کمک نماید.

همچنین باید راه اندازی و تأسیس مرکزی جهت 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، مد نظر قرار گیرد و 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. سیاستگذاران می‌توانند با ایجاد مراکز مشاوره‌ای و ارائه خدمات مشاوره‌ای لازم به این اقشار، علاوه بر حمایت و هدایت آنها، به ارتقاء کارآفرینی شهری از طریق کسب و کارهای نوپا و خانگی کمک نمایند و از طرفی این مراکز می‌توانند به عنوان مطلعین امر در هدایت افرادی که قصد کارآفرینی‌های جدید در حیطه‌های مختلف را دارند، به عنوان راهنما نقش آفرینی نمایند.

توجه رسانه‌ها بویژه تلویزیون به بخش کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار و طراحی برنامه‌های مناسب در این زمینه و تبلیغات گسترده در خصوص 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 خصوص 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 در عمل، رفتار و تعهد در کار زنان کارآفرین اهمیت زیادی دارد و باید به این نکته توجه داشت که زنان سرپرست خانوار نسبت به سایر زنان جامعه، از مزیت حضور بیشتر در جامعه به سبب نان آوری برخوردارند که این مزیت، فرصت بشمار آمده و می‌تواند قابلیت ریسک‌پذیری را برای مدیریت کسب و کارهایشان فراهم آورد.

مشارکت زنان و بانوان در مدیریت شهری، علاوه بر کاهش تصدی‌گری‌ها، به تلطیف روحیه شهر کمک نموده و احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و افزایش سهم شهروندی در اداره امور شهری را در آنها افزایش می‌دهد و با توجه به نقش مادرانه اغلب این افراد، می‌توان به اشاعه این فرهنگ در میان 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 جهت ارائه محصولات تولیدی زنان کارآفرین و همچنین شناخت هرچه بهتر از توانایی‌های زنان در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های آنان داشته باشد نیز از جمله عوامل تاثیرگذار می‌باشد.



بکارگیری فناوری اطلاعات و استفاده از بازاریابی مناسب در جهت ترویج و توسعه محصولات و کالاهای تولیدی زنان سرپرست خانوار و همچنین تشکیل واحد حمایت از این بنگاهای 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 نماید تا افراد از داخل منازل بتوانند تخصص و مهارت خود را عرضه نموده و به کاهش بار ترافیکی شهر کمک نمایند.

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، عقد قراردادهای مشارکتی، ارائه خدمات متنوع در راستای حمایت از آنها، تجاری‌سازی ایده‌های شهری آنان و ایجاد بازارچه‌های محلی، تبلیغات بازار، تسهیل در دسترسی این اقشار به بازارها و ارائه خدمات، برگزاری جشنواره‌ها و حمایت از این افراد و کارآفرینی‌های آنان، سبب توانمندسازی این جامعه شده و به نوبه خود، کاهش این آسیب اجتماعی را به همراه دارد.

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 ... می‌باشند.

پیشنهادها در حوزه تحقیقات آینده

توسعه کارآفرینی شهری می‌تواند با استفاده از نگاه تکنولوژیکی به مواردی از قبیل کارآفرینی‌های سبز، کارآفرینی‌ها در انرژی‌ها و ذخایر آن، کارآفرینی‌ها در حوزه بازیافت و کارآفرینی‌ها در حوزه‌های تکنولوژی اطلاعات از قبیل اینترنت اشیا (IoT) که ساخته دست بشر است و اینترنت همه چیزها (IOE) که در مورد مدیریت خاک، آب، درخت، مدیریت بحران و کشاورزی و ... بوده و امروزه با توجه به محدودیت منابع در کشورمان از اهمیت والایی برخوردار شده است و همچنین در تکنولوژی‌های مالی (ارزهای دیجیتال و ...) استفاده شود.

پیشنهادها در حوزه زنان

در این حوزه می‌توان به زنان سرپرست خانوار در شهرهای دیگر و کلان‌شهرها، دختران، کلیه جامعه زنان و ... در قالب کسب و کارهای خانگی و خانوادگی و ... اشاره نمود و یا حتی توجه ویژه به جامعه مردان، کودکان، کودکان کار و ... داشت.

پیشنهادها در سایر عناوین مطالعاتی

مطالعه‌ی موانع اصلی توسعه‌ی کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار؛

مقایسه‌ی تطبیقی عوامل نهادی، ساختاری، محیطی و محتوایی تأثیرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی شهری در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار در سایر کشورها؛

طراحی مدل توسعه‌ی کارآفرینی در میان زنان سرپرست خانوار در سایر شهرها و مقایسه آن با نتایج این پژوهش؛

بررسی فرآیند توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با تأکید بر رویکرد کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار شهر تهران؛

اولویت‌بندی راه‌های توسعه‌ی کارآفرینی زنان سرپرست خانوار؛

بررسی نقش کارآفرینی زنان سرپرست خانوار بر کیفیت زندگی اجتماعی فرزندان؛

بررسی نقش و جایگاه مدیریت شهری در توسعه‌ی کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار؛

بررسی و ارزیابی طرح توانمندسازی زنان سرپرست خانوار؛

تحلیل و بررسی الگوهای ذهنی کارآفرینان زن نسبت به کارآفرینی فرهنگی؛

شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی زنان سرپرست خانوار از دیگر پیشنهادها، مطالعاتی نزدیک به این تحقیق می‌باشد و از آنجا که بخش مهمی از چالش‌های زندگی زنان سرپرست خانوار به نوعی برآمده از مسائل افراد تحت پوشش آنها است، انجام مطالعات خانواده محور به جای تحقیقات فردمحور می‌تواند به شناسایی دقیق‌تر عوامل مؤثر بر توانمندسازی آنها منجر شود.

منابع

بابایی هزه جان، م؛ پیران نژاد، ع؛ محمدپورزندی، ح و امیری، م (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، فصلنامه علمی و پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، سال پنجم، دوره ۱۷، شماره اول، صص ۸۳-۹۹.

بهمند، د؛ حیدری، ت و احمدی یگانه، م (۱۳۹۴)، تحلیل اثر بخشی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با رویکرد کارآفرینی مطالعه موردی: زنان سرپرست خانوار شهر زنجان، اولین همایش ملی بهبود کسب و کار، کارآفرینی توسعه در بستر اقتصاد مقاومتی، زنجان، دانشکده فنی و حرفه‌ای الغدیر زنجان.



- جعفری، ا؛ طالب نژاد، ا و داوری، ع (۱۳۹۶)، سیاستگذاری توسعه کارآفرینی شهری، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- چراتیان، ا و قربانی، س (۱۳۹۳)، تحلیل آثار سیاست‌های پولی و مالی بر کارآفرینی (با تأکید بر بخش زنان)، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۷۷۳ - ۷۹۳.
- داوری، ع؛ رمضان پور نرگسی، ق؛ افراسیابی، ر و داوری، ا (۱۳۹۷)، تاثیر سیاست‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۳۲۱-۳۳۹.
- ربیعی، ع و نظریان، ز (۱۳۹۲)، بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیلکرده‌ی دانشگاهی ایران، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱ - ۲۶.
- رستمعلی‌زاده، ولی‌اله و علی‌جمعه‌زاده، پروین (۱۳۹۷)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران، فصلنامه علمی-پژوهشی توسعه اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۱۴۷ تا ۱۷۲.
- سجاسی‌قیداری، ح؛ محمودی، ح و جعفری، ف (۱۳۹۷)، تحلیل مهارت‌های کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی شهرستان فریمان)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۲، صص ۲۴۲ - ۲۶۳.
- شکوهی، جواد؛ رئیس‌شهرویی، حفصه و یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۷)، شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: استان سیستان و بلوچستان)، فصلنامه زن و جامعه، دوره ۹، شماره ۳۵، صص ۲۴۵ تا ۲۷۰.
- قمبرعلی، رضوان؛ آگهی، حسین؛ علی بیگی، امیرحسین و زرافشانی، کیومرث (۱۳۹۳)، راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادایم جدید توسعه کارآفرینی، کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۲۱ تا ۳۸.
- قوامی پور، م؛ خدای، م (۱۳۹۷)، ترجمه گزارش جهانی کارآفرینی ۲۰۱۸، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال، دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار.
- کرمانی، مهدی؛ مظلوم خراسانی، محمد؛ بهروان، حسین و نوغانی، محسن (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: زنان شاغل در مراکز کوثر شهرداری تهران در سال ۱۳۹۱)، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۱۱۶ تا ۱۴۸.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴)، عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی، پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۱.
- نجفیکانی، ع؛ حسام، م؛ آشور، ح (۱۳۹۴)، سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۳۷-۵۶.
- یعقوبی‌فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه؛ موحدی، رضا و اسکندری، فرزاد (۱۳۹۲)، تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان)، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۱۵ تا ۱۳۴.
- 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.
- Brush, C., Ali, A., Kelley, D., Greene, P. (2018). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, pp 105-113.
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), pp 31-65.
- 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.
- Creswell, J. W. (2005), *Educational Research: Planning T conducting and evaluating quantitative research*, 2nd edition, p 396.
- 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.
- Dabson, B. (2010). Supporting rural entrepreneurship. Exploring Policy Options for a New Rural America, pp 35-48.
- Franco, A., Winqvist, K. (2012). The Entrepreneurial Gap between Women and Men. Brussels: Eurostat: Statistics in Focus. *Global Entrepreneurship Monitor*. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Special Report Women Entrepreneurs*.
- Henderson, J. (2007). Understanding rural entrepreneurs at the county level: data challenges. *Federal Reserve Bank of Kansas City—Omaha Branch*.
- Hjorth, D, Holt, R, Steyaert C. (2015). "entrepreneurship and process studies", *international small business journal*, vol. 33, no.6, pp.599-611.
- Kuratko Donald, F. (2016), *entrepreneurship: theory, process and practice*, tenth edition, Indiana, cengage learning.
- 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), 451-465.
- Maden, C. (2018). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 30(4), 312-331.
- Natsvlshvili, I. (2018). *Gender Inequality and Women's Entrepreneurship-Challenges and Opportunities (Case of Georgia)*. In *Country Experiences in Economic Development, Management and Entrepreneurship* (pp. 491-505). Springer, Cham.
- OECD. (2010). *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*, 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Enterprises (SMEs). Istanbul, Turkey.
- Oke, D. F. (2017). 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.



- Patil, P., & Deshpande, Y. (2018). *Women Entrepreneurship: A Road Ahead. International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship, 1(01)*.
- 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.
- Raman, Kavitha, Anantharaman, R.N., Ramanathan, Santhi (2015). *Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia, International Journal of Business and Management, Vol. 8, No. 13, pp: 15-23*.
- 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), 237-250*.
- Shabbir, A., & Di Gregorio, S. (2017). *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), 507-529*.
- 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), 325-341*.
- Wube, M. C. (2010). *Factors affecting the performance of women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises. Retrieved May, 18, 2013*.

بی نوشت:

- ^۱ Maden
- ^۲ Global Entrepreneurship Monitor
- ^۱ Raj
- ^۴ Lenka & Agarwal
- ^۵ Patil & Deshpande
- ^۱ Natsrlishvili
- ^۶ Shabbir & Gregorio
- ^۸ Anggadwita
- ^۹ Oke Dorcas
- ^{۱۰} Schumpeter
- ^{۱۱} Firm
- ^{۱۲} kuratko
- ^{۱۳} Dabson
- ^{۱۴} Henderson
- ^{۱۵} William D. Bygrave
- ^{۱۶} wikipedia
- ^{۱۷} Lavoie ,Dina
- ^{۱۸} Chane Wube
- ^{۱۹} OECD
- ^{۲۱} Franco & Winqvist
- ^{۲۲} Verheul
- ^{۲۳} Carter & Marlow
- ^{۲۴} Carter
- ^{۲۵} Grounded Theory
- ^{۲۶} Creswell
- ^{۲۷} Theoretical saturation
- ^{۲۸} Corbin
- ^{۲۹} Open coding
- ^{۳۰} Axial coding
- ^{۳۱} Selective coding
- ^{۳۱} Natsvlshvili
- ^{۳۲} Patil & Deshpande
- ^{۳۳} Brush, Kelley & Greene
- ^{۳۵} Internet of thing
- ^{۳۶} Internet of every thing

^{۱۸} برای مثال، 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. در حالی 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 ۲۸ درصدی کارآفرینان مرد قرار گرفته است.