

طراحی الگوی خط‌مشی گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان

امین نجف قلی دوست^۱ - غلامرضا رحیمی^{۲*} - فرهاد نژاد ایرانی^۳

چکیده

زمینه: در فرآیند کارآفرینی، یک کسب‌وکار راه‌اندازی می‌شود و با استفاده از ایده‌های خلاقانه و نوآورانه، مدل‌های کسب‌وکاری نوین ایجاد می‌شود. این فرآیند، به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورها شناخته شده است و بسیاری از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی دوره‌هایی در این زمینه ارائه می‌دهند. با توجه به اهمیت در حال رشد کارآفرینی، خط‌مشی گذاری توسعه کارآفرینی، از جنبه تئوریک نیاز به یک مبنای دقیق دارد تا بتوان به ایجاد یک اقتصاد کارآفرینانه با کارآفرینان بیشتر و دستیابی به هدف‌های تعیین‌شده در کشور کمک کرد. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی امروزه نقش کلیدی را دارد، زیرا در یک اقتصاد پویا ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییرند و از این جهت، تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (اعم از تولیدکننده، مصرف‌کننده و سرمایه‌گذار) باید به کارآفرینی بپردازند. از طرفی نیز با حضور زنان در جامعه نقش این قشر بیشتر در فرایندهای اقتصادی جلوه می‌کند که توجه به آن را امری ضروری می‌نماید.

هدف: هدف اصلی تحقیق حاضر نیز طراحی الگوی خط‌مشی گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان در بین زنان کارآفرین استان آذربایجان شرقی است. مطالعه حاضر دارای رویکرد کیفی بوده و راهبرد مورد استفاده نظریه مفهوم‌سازی داده بنیاد است که به گردآوری داده‌های کیفی با توجه به تفاسیر کنشگران با رویکردی اکتشافی پرداخته است.

روش‌ها: این پژوهش از نوع تحقیقات کیفی می‌باشد. برای تعیین نمونه‌های این پژوهش و تعیین این گروه از خبرگان دانشگاهی و کارآفرینان اقتصادی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است و حجم نمونه با استفاده از این روش و رسیدن به حد اشباع نظری ۲۰ نفر تعیین گردیده است. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه عمیق و نیمه ساختمند است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با رهیافت نظام‌مند نظریه داده بنیاد انجام شده است.

یافته‌ها: مطابق رویکرد نظریه داده بنیاد، در مرحله کدگذاری باز، عبارات مستخرج از مصاحبه‌ها که مختص فضای کارآفرینی اقتصادی زنان می‌باشند که در ۱۲۶ کد اصلی و ۴۰ مفهوم خلاصه‌شده و در کدگذاری محوری ۱۱ طبقه شناسایی گردیده است. در مرحله نمایش بصری، مدل مورد نظر مطابق الگوی پارادایمی با دسته‌بندی کدهای کلیدی در شش دسته طراحی شده است. اعتبارسنجی پژوهش با استفاده از چهار معیار اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری، انجام شده است.

نتیجه‌گیری: مدل ارائه شده می‌تواند به عنوان ابزار تحلیلی و برنامه‌ریزی برای کارآفرینی اقتصادی با محوریت زنان مبنای عمل قرار گیرد تا بر مبنای آن به گونه‌ای منطقی و اصولی به بسترسازی، حل مشکل و اقدام در جهت دستیابی به پایداری در کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان پرداخته شود.

واژگان کلیدی: خط‌مشی گذاری، کارآفرینی، کارآفرینی اقتصادی، خلاقیت و نوآوری.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. amin_najafgholidoost@yahoo.com

^۲ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول). drrahimi62@gmail.com

^۳ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران. farhadirani90@yahoo.com

مقدمه

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند و تمامی مکاتب اقتصادی به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح نموده‌اند (بارث و ذالکات^۱، ۲۰۲۱). کارآفرینی از مباحثی است که در تمامی ابعاد توسعه اقتصادی و اجتماعی از حدود ۲۰ سال به این طرف عملاً در دنیای تجارت و کسب‌وکار مطرح شده است (پسندیده فرد و کیانی مای، ۱۳۹۷: ۱۰۲). کارآفرینی، سازمان‌دهی تولید و اعمال شیوه‌های نوین و سودآور و مقابله با خطرات احتمالی در فعالیت‌های اقتصادی است (لاریجانی و شعبانی نژاد، ۱۳۸۹: ۱). کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی، مدیریت، ریسک مناسب و استفاده از مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به منظور بسیج نمودن منابع انسانی، مالی برای به ثمر رسیدن یک پروژه (کورپسا^۲، ۲۰۲۰). فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر زیادی بر اقتصاد و کارآفرینان داشته و حتی برای کشورهای در حال توسعه نیز بسیار حائز اهمیت است (ارتونا و گیورل^۳، ۲۰۱۷).

واژه‌ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی است^۴ به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. کورکت^۵ (۲۰۰۴) کارآفرینی را فرایند پویایی از تغییر بینش و بصیرت با ابتکار و نوآوری می‌داند (قاسم نژاد مقدم و سیدی، ۱۳۸۹). شومپتر^۶ (۱۹۳۴) کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در تولید اقتصادی می‌داند و معتقد است که نقش کارآفرین عبارت است از نوآوری یا «ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد». او کارآفرینی را فرایند «تخریب خلاق» می‌داند (ذب و ایسان^۷، ۲۰۲۰: ۲۳۶).

در این بین کارآفرینی سازمانی نیز، فرایندی است که در آن، محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسد یا به عبارت دیگر مجموعه

فعالیت‌هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآوران برخوردار است (عبدالملکی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰۶). بر اساس بیانیه‌ی جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد (هیندل^۸، ۲۰۱۵؛ ژنگ و اسکاس^۹، ۲۰۱۳). از جمله شاخص‌های بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی شامل سبک رهبری، کار تیمی، حمایت کافی مدیران از افراد خلاق و نوآور، سیستم پاداش و تشویق مناسب کارکنان خلاق و ریسک‌پذیر است بنابراین برای ترویج روحیه کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد (شایستا و همکاران، ۱۴۰۰؛ یاسوری و نوروزی نژاد، ۱۴۰۰).

رویکردهای متفاوتی نسبت به کارآفرینی، از جمله: رویکرد اقتصادی، روانشناسی، جامعه‌شناسی، شناختی و اکولوژیکی (تلفیقی) وجود دارد. که مبحث اصلی و تخصصی در این تحقیق رویکرد اقتصادی کارآفرینی است. رویکرد اقتصادی کارآفرینی ابتدا در بطن تئوریهای اقتصادی، کارآفرین و کارآفرینی تبلور یافت. «فرانسوا کنه» و «نیکلاس بودو» زمین را تنها سرچشمه ثروت می‌دانستند و کشاورز را کارآفرین می‌خواندند. «بودو» در زمینه کشاورزی تمام ویژگی‌های اساسی را در رابطه با کارآفرینان معتبر می‌دانست و در اثر خود با عنوان «پیش درآمدی بر فلسفه اقتصادی» به تعریف نقش کارآفرینان پرداخت. «بارتو» در مطالعه‌ای با عنوان بررسی نقش کارآفرینی از دیدگاه محققان و نظریه‌پردازان اقتصادی، شش عامل مشترک کارکردی، را به آنان نسبت داد که عبارت‌اند از نقش معامله گر، هماهنگ‌کننده، مالک محصول، تصمیم‌گیرنده، نوآور و واسطه. همه اقتصاددانان علاوه بر نقش‌هایی کارکردی کارآفرینان، آن‌ها را سرمایه‌دار نیز می‌دانند، تنها «کرزنز» کارآفرین را واسطه معرفی نمود (کرمی و آگهی، ۱۳۹۴: ۸۶).

آلتر و داونز^{۱۰} (۲۰۱۵) با بررسی آسیب شناسانه رویکردهای خط مشی گذاری کارآفرینی، به این باور می‌رسند که کارآفرینی اقتصادی به دنبال حداکثر سازی

¹ Barth and Zalkat

² Korpysa

³ Ertuna & Gurel

⁴ Entreprenre

⁵ Crockett

⁶ Schumpeter

⁷ Zeb and Ihsan

⁸ Zheng & Scase

⁹ Hindle

¹⁰ Alter and Dawans

کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب‌وکار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد (کورپسا^۸، ۲۰۲۰: ۱۱). فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها موثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید (گلرد، ۱۳۹۴: ۱۰۲).

تاکنون پژوهش‌هایی در زمینه مدل‌های کارآفرینی صورت پذیرفته‌اند که بسیاری از آن‌ها از نظر روش علمی بدون اشاره صریح به زیربنای نظری خود انجام گرفته‌اند (اوکباسران^۹ و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۸) و البته به دلیل ایستایی و چارچوب مفهومی حاکم بر آن‌ها انتقادهایی به آن‌ها شده است (هیندل^{۱۰}، ۲۰۱۵: ۱۰۴) و نتایج آن‌ها نیز کمتر برای اهل عمل و کارآفرینان کاربردی می‌نماید. این پژوهش‌ها دچار کلی‌نگری و بی‌دقتی در مؤلفه‌های فرایند کارآفرینی هستند و ویژگی‌ها و محیط ویژه هر کسب‌وکار اقتصادی را لحاظ نکرده‌اند (خنifer و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۲۱). همچنین، تاکنون پژوهشی در این زمینه در کشور و با توجه به فضای کسب‌وکار و شرایط اقتصادی و بالاخص در جهت خط‌مشی‌گذاری توسعه اقتصادی و با محوریت زنان به صورت اکتشافی در ایران انجام نگرفته است؛ بنابراین، از این نظر نقص عمده‌ای در پژوهش‌های جاری به ویژه در ایران وجود دارد. در این راستا، هدف اصلی این پژوهش ارائه مدلی برای کارآفرینی اقتصادی با در نظر گرفتن شرایط کارآفرینی زنان صورت می‌گیرد.

در ارتباط با موضوع تحقیق برخی پژوهش‌هایی انجام شده است که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر می‌باشد:

سود می‌باشد (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۰). همچنین کارآفرینان اقتصادی عملکرد خود را با مؤلفه‌های سود و بازگشت سرمایه ارزیابی می‌کنند. برخی از ویژگی‌های کارآفرینی اقتصادی به شرح جدول ۱ می‌باشد (سارکویی و باندی^۱، ۲۰۲۱؛ گالیندو و منز^۲، ۲۰۲۰؛ دیویس^۳، ۲۰۱۷؛ تروران^۴، ۲۰۱۷؛ فاگربرگ^۵، ۲۰۱۶؛ ابراهیمیان و همکاران، ۱۴۰۱).

جدول ۱ ویژگی‌های کارآفرینی اقتصادی

ردیف	ویژگی
۱	مأموریت اقتصادی و تجاری
۲	جستجوی ارزش‌های قابل اندازه‌گیری
۳	اصل بازار محوری تعیین‌کننده ارزش است
۴	تغییر منابع برای سودآوری
۵	مبتنی بر بخش خصوصی و بازار است
۶	ارزش کار آن‌ها را بازار تعیین می‌کند
۷	مبتنی بر نیازهای اقتصادی است
۸	مبتنی بر تلاش‌های کارآفرینانه است
۹	هسته اصلی آن بازگشت سرمایه است
۱۰	تاکید بر فضیلت تجاری و اقتصادی
۱۱	معیار موفقیت بازگشت سرمایه و سود است
۱۲	رویکرد سنتی: بازار محور و اقتصادی رویکرد مالی، رهبری و برنامه (فعلی): توجه به منابع مالی

از سوی دیگر صاحب‌نظران خط‌مشی‌گذاری توسعه اقتصادی و کارآفرینی معتقدند که ریشه بسیاری از مشکلات کشورهای در حال توسعه در توسعه‌نیافتگی و عدم ایفای نقش زنان است (لی^۶، ۲۰۱۹). با توجه به نقش و جایگاه زنان در فرآیندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه‌نیافتگی زنان ضرورت توجه به توسعه زنان و حتی گاهی تقدم آن بر مردان مورد تأکید قرار گرفته است (مک^۷، ۲۰۱۸: ۳۸).

¹ Sahrakorpi and Bandi

² Galindo and Méndez

³ Davis

⁴ Truran

⁵ Fagerberg

⁶ Lee

⁷ Macke

⁸ Korpysa

⁹ Ucbasaran

¹⁰ Hindle

چناری و غولی گله (۱۴۰۱) پژوهشی به بررسی موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در بین زنان انجام دادند که به این نتیجه رسیدند که بیشتر این زنان بر عدم خودباوری و اعتماد به نفس در بین زنان، نگرش و باورهای غلط جامعه، مشکلات ناشی از نقش‌های دوگانه زنان (مسئولیت‌های خانوادگی)، قوانین و مقررات موجود (مسائل حقوقی) و کمبود امکانات درون سازمانی برای زنان به عنوان عوامل مهمی بر سر راه زنان جهت کارآفرینی اشاره کرده‌اند. بابایی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه خود عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرین شهری، در قالب پنج تم اصل: ابزارها و مکانیزم های مالی، اقتصاد هوشمند شهری، مشاغل شهری، تجاری‌سازی ایده‌ها و بازارهای شهری، شناسایی شدند. یاسوری و نوروزی نژاد (۱۴۰۰) مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی عبارت‌اند از: سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی، کسب درآمد، عامل عضویت در گروه‌های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و عامل حمل‌ونقل. اوجونگ^۱ و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان کارآفرینی زنان در آفریقا: بازنگری، روندها و جهت تحقیقات آینده انجام دادند. تجزیه و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که چگونه فرهنگی، نهادی، اقتصادی، زمینه‌های سیاسی و اجتماعی منابع و استراتژی‌های مورد استفاده کارآفرینان زن را شکل می‌دهد و به نوبه خود، تعامل بین زمینه‌ها، منابع و استراتژی‌ها، نتایج کارآفرینی زنان در آفریقا را تعیین می‌کند. شارما^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی زمینه اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی زنان در هند، بر نقش‌های مختلف زنان در توسعه جامعه تمرکز کرده و بر مشارکت قابل توجه زنان در توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشور تأکید می‌کند. فان دو می^۳ (۲۰۲۰) در پژوهشی کیفی به بررسی کارآفرینی شهری زنان پرداختند. در این مطالعه سه شاخص اصلی شناسایی و نتایج تأیید می‌کند مقوله اصلی فرآیند مدل از عوامل علی، عوامل مداخله گر و عوامل زمینه‌ای تشکیل شده است. نتایج پژوهش اطلاعات محققان را در زمینه اهداف، چالش‌ها و پیامدهای مدل

توسعه کارآفرینی شهری زنان سرپرست خانوار افزایش می‌دهد. شریف امام^۴ (۲۰۲۰) در تحقیقی از زنان کارآفرین حوزه‌های اقتصادی در دانشگاه در کشور پاکستان به این نتایج رسید که زنان کارآفرین در مقایسه با مردان گرایش بیشتری به کار گروهی دارند و خودمحوری در آن‌ها کمتر است.

در این پژوهش با توجه به آنچه ذکر شد هدف اصلی محقق طراحی الگوی خط مشی گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان در استان آذربایجان شرقی می‌باشد.

روش تحقیق

مطالعه حاضر دارای رویکرد کیفی بوده و راهبرد مورد استفاده نظریه مفهوم‌سازی داده بنیاد^۵ است که به گردآوری داده‌های کیفی با توجه به تفاسیر کنشگران با رویکردی اکتشافی پرداخته است. همچنین مصاحبه‌ای با ۱۵ نفر از ۱- اساتید دانشگاهی و خبرگان علم مدیریت و کارآفرینی و ۲- زنان کارآفرین انجام شد. مصاحبه با این افراد با تعیین قرار قبلی انجام گرفت و مصاحبه بین ۱ تا ۲ ساعت به طول انجامید. تمامی مصاحبه‌ها ضبط شده و برای استخراج نکات کلیدی چندین بار مورد بررسی قرار گرفتند. از مصاحبه هجدهم به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده و به نقطه اشباع رسیده بود، اما برای اطمینان تا مصاحبه بیستم ادامه یافت و پس از آن فرایند تکرار مصاحبه‌ها متوقف شد. در اینجا پژوهشگر با داده‌هایی مواجه گردید که تکراری بوده و مرتب تکرار می‌شوند و عامل یا مبحث جدیدی به محتوای اصلی پژوهش اضافه نگردید و همان موارد قبلی تکرار شد که همان نقطه اشباع می‌باشد، که محقق به کار مصاحبه خاتمه داد.

تأیید روایی مصاحبه نیازمند رعایت مراحل هفت‌گانه تعیین موضوع، طراحی، موقعیت مصاحبه، نسخه‌برداری، تحلیل، تأیید و گزارش دهی هست. در این پژوهش نیز فرایند مصاحبه مطابق مراحل هفت‌گانه انجام گرفته است. برای اطمینان از روایی انتخاب موضوع، ادبیات نظری و

¹ Ojong

² Sharma

³ Fando Mi

⁴ Sharif Imam

⁵ Grounded Theory

استراوس و کوربین^۱ (۱۹۹۸) از سه گام عمده در روش نظریه داده بنیاد یعنی کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی بهره گرفته شد.

یافته‌های کدگذاری باز: گام اول خود شامل چند مرحله است؛ استخراج داده‌ها از متن مصاحبه‌ها، کدگذاری و کشف مقوله‌ها. در تحقیق حاضر کدگذاری‌ها به صورت دستی صورت پذیرفتند و با مطالعه مطالب گردآوری شده سعی بر یکسان‌سازی کدهای اولیه وجود داشت. از مجموع مصاحبه‌های انجام شده تعداد بیش از ۵۵۰ عبارت استخراج و به ترتیب در ۱۲۶ کد اصلی (اولیه) خلاصه شدند. این کدها نیز در نهایت در ۴۰ مفهوم و ۱۱ مقوله دسته‌بندی شدند. برای کشف مقوله‌ها خود مفاهیم بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار مقوله‌پردازی گفته می‌شود. عناوینی که به مقوله‌ها اختصاص می‌دهیم انتزاعی‌تر از مفاهیمی است که مجموعه آن مقوله را تشکیل می‌دهند. مقولات دارای قدرت مفهومی بالایی هستند زیرا می‌توانند مفاهیم را بر محور خود جمع کنند. عناوین انتخابی عمدتاً توسط خود محقق انتخاب شده‌اند و سعی بر این بوده تا بیش‌ترین ارتباط و همخوانی را با داده‌هایی که نمایانگر آن است، داشته باشند. در جدول شماره ۲ کدگذاری باز مرحله اول و چگونگی تبدیل کدها به مقولات ارائه گردیده است.

سابقه پژوهش‌های انجام شده در حوزه کارآفرینی بررسی گردید. برای اطمینان از روایی مرحله گزارش دهی، سعی شده است تا مطالبی که در قالب نتایج ارائه می‌شود از صحت و درستی بالایی برخوردار باشند. برای کسب اطمینان از اعتبار در مرحله طراحی مقالات و نشریات گوناگونی در زمینه روش‌های طراحی مصاحبه مورد مطالعه قرار گرفت. در زمان انجام مصاحبه‌ها نیز پژوهشگر در شیوه مطرح کردن سؤال‌ها و برقراری موقعیت با هماهنگی قبلی در ساعات مشخص و بدون استرس دقت زیادی کرده است تا کیفیت و اعتبار موقعیت مصاحبه خدشه‌دار نشود. اعتبار تحلیل بستگی به چگونگی گنجاندن سؤال‌ها در مصاحبه دارد، برای تأیید اعتبار مرحله تحلیل نخست در مورد خود مسئله پژوهش از دیدگاه مصاحبه شونده‌گان پرسش شده و سپس سؤال‌های مصاحبه در یک ترتیب خاص هدایت شده است. پایایی مصاحبه با استفاده از روش پایایی بین دو کدگذار مورد بررسی قرار گرفت. پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام شده در این پژوهش برابر ۷۵ صدم به دست آمد. اگر میزان پایایی بیشتر از ۶۰ صدم باشد، قابلیت اعتماد کدگذاریها مورد تأیید است.

یافته‌ها

به‌منظور تحلیل داده‌های پژوهش، مطابق رهیافت نظام‌مند

جدول ۲ کدگذاری باز مرحله اول و کشف مقوله مفاهیم

مفاهیم	کدهای اولیه	ردیف
حمایت خانواده	محدودیت‌ها یا آزادی‌های خانوادگی و مذهبی	۱
	سطح مردسالاری یا زن سالاری در خانواده‌ها	۲
	امکانات مالی و غیرمالی خانواده	۳
	حمایت از فعالیت اجتماعی زنان توسط خانواده	۴
حمایت‌های قانونی	قوانین و نهادهای حقوقی حمایتی از زنان	۵
	قوانین حمایت بیمه‌ای برای کارآفرینان زن	۶
ارتقاء امنیت زنان در جامعه	بهبود امنیت زنان در سطح جامعه	۷
	احساس آرامش زنان در مرادده‌های اجتماعی	۸
توجه به مذهب و اعتقادات جامعه	رسوم، اعتقادات و عرف متداول جامعه	۹
	ایدئولوژی و فرهنگ مذهبی حاکم بر جامعه	۱۰
نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات	ابتکار عمل در بانوان کارآفرین	۱۱

^۱ Strauss and Corbin

ردیف	کدهای اولیه	مفاهیم
۱۲	نوآوری در کاهش زمان و هزینه	
۱۳	کشف شیوه‌های جدید و مناسب فعالیت‌ها	
۱۴	مهارت برقراری ارتباط صحیح با دیگران	مهارت افزایشی برقراری ارتباط
۱۵	تعامل و مرادده با افراد کارآفرین	
۱۶	توانایی تأثیرگذاری بر دیگران	توانایی خوش‌صحبتی و تأثیرگذاری
۱۷	توانایی مذاکره و چانه‌زنی با دیگران	
۱۸	آموزش و ترویج کارآفرینی و کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها	کسب دانش آکادمیک
۱۹	برگزاری دوره‌های آموزشی متناسب با توانمندی‌های زنان	
۲۰	برگزاری سمینارهای علمی و کارگاه‌های آموزشی توسط نهادهای علمی و NGO	
۲۱	آموزش‌های علمی و عمل برای افزایش مهارت و دانش	بهبود مهارت‌های عملی و تجربی
۲۲	برگزاری دوره‌های مهارت‌آموزی و کارگاه‌های عملی	
۲۳	ارتقاء باور جامعه به قدرت و کارایی زنان و ترویج فرهنگ زن‌باوری	عوامل بیرونی
۲۴	توزیع عادلانه مسئولیت و اختیارات در بین زنان و مردان	
۲۵	معرفی فعالیت‌های کارآفرینان اقتصادی زن توسط رسانه	
۲۶	به رسمیت شناختن کارآفرینان زنان و استفاده در بنگاه‌های اقتصادی	
۲۷	اعتماد به قدرت زنان و توان مدیریت	
۲۸	خودکفایی زنان	توانمندسازی شخصی و درون فردی
۲۹	قبول مسئولیت در زنان	
۳۰	بهبود ظرفیت آینده‌نگری زنان	
۳۱	انعطاف‌پذیری و قدرت تغییر	
۳۲	هنجارشکن و تغییردهنده	
۳۳	ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای کارآفرینان	تسهیلات و وام
۳۴	حمایت مالی دولت از بانوان	
۳۵	حمایت از مشاغل خانگی	
۳۶	آگاهی از روش‌های تأمین سرمایه (شرایط سرمایه‌گذاری)	شرایط بازار
۳۷	سطح تورم جامعه	
۳۸	عدالت استفاده و دسترسی به منابع مالی	
۳۹	رفع موانع ورود به بازار	
۴۰	انعطاف‌پذیری بازار	
۴۱	وجود بانک اطلاعاتی مشاغل و کارآفرینان	دسترسی به اطلاعات اقتصادی
۴۲	تدوین بخش‌نامه‌ها و ضوابط حمایت از کارآفرینی	ضوابط و قوانین
۴۳	طراحی ساختارهای قانونی منعطف و حامی زنان کارآفرین	
۴۴	سیستم قضایی عدالت محور	
۴۵	تسهیل اخذ مجوزهای قانونی برای کارآفرینان زن	سیاست‌های پشتیبانی
۴۶	ایجاد مشوق‌های صادراتی برای زنان کارآفرین	
۴۷	تسهیل در ایجاد ضوابط صادراتی برای زنان	
۴۸	حمایت قانون و دولت از تولیدات داخلی	
۴۹	خرده‌فرهنگ‌های موجود در جامعه و مذهب	عرف و رسوم حاکم بر جامعه
۵۰	رسوم و سنت‌های رایج در جامعه	
۵۱	تشویق زنان به فعالیت‌های کارآفرینی	فرهنگ‌سازی کارآفرینی در جامعه

مفاهیم	کدهای اولیه	ردیف
	فرهنگ اقتصادی سالم	۵۲
	فرهنگ سخت‌کوشی و تسلیم‌ناپذیری	۵۳
	فرهنگ کار تیمی و گروهی	۵۴
	مالکیت معنوی	۵۵
	فرهنگ‌سازی داوطلبانه عمل جهت اشتغال و کارآفرینی	۵۶
	توسعه دید و روشنفکری برای اشتغال و توسعه زنان	۵۷
تغییر سنت‌ها در جامعه	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های عمومی برای کارآفرینی زنان	۵۸
	معافیت‌های مالیاتی برای کارآفرینان	۵۹
تشویقی و ترغیبی	عدم فعالیت‌های اقتصادی توسط سیاست‌گذاران	۶۰
	مبارزه با فساد اداری	۶۱
	تدوین قوانین ثبات اقتصادی	۶۲
مالی	کاهش حجم تصدی‌گری دولت	۶۳
	استفاده از برنامه‌ها و متدهای نوین آموزشی	۶۴
ابزارهای نوین آموزشی	استفاده از ابزارهای نوین آموزش حضوری و غیرحضوری	۶۵
	برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای جامعه	۶۶
برنامه‌های آموزشی	برگزاری دوره‌های توسعه مهارت‌های کوتاه مدت برای زنان	۶۷
	بهره‌گیری از پژوهش‌های حوزه توسعه کارآفرینی	۶۸
	استفاده از تجربه اقتصاددانان و کارآفرینان نمونه و موفق	۶۹
محافل علمی - پژوهشی	ایجاد مراکز مشاوره در زمینه‌های مختلف کاری	۷۰
	برگزاری دوره‌های کارآفرینی و افزایش اعتمادبه‌نفس	۷۱
توانمندسازی بانوان مستعد کارآفرینی اقتصادی	افزایش توانمندی‌های بازار شناسی، بازاریابی و فروش برای بانوان کارآفرین	۷۲
	توسعه دانایی و سرمایه‌های فکری	۷۳
	توسعه آموزش‌های فنی با مشارکت سازمان فنی و حرفه‌ای	۷۴
	تقویت سازمان‌های اجتماعی و مردمی در خصوص حمایت از کارآفرینان و صنایع‌دستی و تولیدات مرتبط با اشتغال بانوان	۷۵
تشکیل و واحدهای حمایت از کارآفرینی	ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری	۷۶
	توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد و گروه‌های غیرانتفاعی	۷۷
	درک بازار و کشف فرصت‌های جدید از منابع مختلف	۷۸
تحلیل بازار	تبدیل محدودیت‌ها و تهدیدات به فرصت	۷۹
	توسعه بازارهای محلی و عرضه محصولات و خدمات	۸۰
	افزایش تولید ملی (و حجم تولید)	۸۱
توسعه اقتصادی و مالی	توسعه صادرات	۸۲
	افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد	۸۳
	درآمد و سودآوری بلندمدت و پایدار	۸۴
	کاهش نیاز به واردات و صرفه‌جویی در مصرف ارز	۸۵
	توسعه فرهنگ ریسک‌پذیری و استفاده از فرصت‌های جدید برای بانوان کارآفرین	۸۶
توسعه فرهنگی	ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی بالأخص برای زنان	۸۷
	افزایش انگیزه عمومی جهت انجام کارهای کارآفرینانه و توسعه اقتصادی	۸۸
	بهبود کیفیت زندگی	۸۹
توسعه اجتماعی	توسعه کار تیمی و گروهی و برخورداری از سینرژی	۹۰
	توزیع مناسب درآمدها	۹۱

ردیف	کدهای اولیه	مفاهیم
۹۲	احترام به روحیه استقلال طلبانه زنان در جامعه	توسعه مقام و منزلت زنان
۹۳	معرفی زنان کارآفرین و موفق	
۹۴	افزایش حس مسئولیت‌پذیری	
۹۵	اعتماد و عزت نفس زنان	
۹۶	آینده‌نگری و توسعه جایگاه زنان کارآفرین	
۹۷	توجه به جایگاه زنان در جامعه و ارج نهادن به مقام زن	
۹۸	آزادی عمل در زنان در محیط‌های کاری	بهبود استقلال زنان
۹۹	وابستگی زنان به نظر همسر و سرپرست	
۱۰۰	فرهنگ اقتدارگرایی مردسالاری	نگرش و فرهنگ جامعه نسبت به جنسیت‌ها
۱۰۱	عدالت در قوانین جنسیتی و افزایش قدرت مانور زنان در جامعه	
۱۰۲	ارزش‌ها، باورها و هنجارهای جامعه و محیط اجتماعی	شرایط محیطی و تغییرات محیطی
۱۰۳	قوانین و شرایط محیطی و اجتماعی	
۱۰۴	اشتیاق بانوان به حضور پررنگ تر در محیط‌های اجتماعی	
۱۰۵	تبلیغات مستمر محصولات باکیفیت‌های بالا،	
۱۰۶	توجه به نیاز جامعه و سلیقه شهر و شهروندان	
۱۰۷	برگزاری جشنواره زنان و تولید ملی	سیستم‌های آموزشی و پرورشی حاکم در جامعه
۱۰۸	سیستم آموزش مبتنی بر افزایش سواد مالی	
۱۰۹	شرایط رقابت در جامعه	شرایط اقتصادی
۱۱۰	جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در فعالیتهای کارآفرینانه و اشتغال‌زایی	
۱۱۱	سطح حمایت‌های بنگاه‌های اقتصادی و بانک‌ها از کارآفرین و کارآفرینی	
۱۱۲	ترویج الگوهای اقتصاد مقاومتی	
۱۱۳	ارتقاء تعاملات اجتماعی، مهارت‌های زندگی و حمایت‌های اجتماعی	شرایط اجتماعی
۱۱۴	ورود به بازارهای بین‌المللی	توسعه کارآفرینی اقتصادی
۱۱۵	توسعه اشتغال‌زایی کسب‌وکارهای موجود	
۱۱۶	تولید محصولات و خدمات	
۱۱۷	ایجاد تفکر کارآفرینی در زنان	توسعه تفکر کارآفرینی
۱۱۸	تولید کالاهایی با قیمت رقابتی برای رقابت	سطح رقابت در دهکده اقتصاد جهانی با محوریت زنان
۱۱۹	تولید کالاهای باکیفیت بالا و قیمت مناسب کشورهای پیشرفته	
۱۲۰	هدف‌گذاری برای ورود به بازارهای جهانی	نفوذ در بازارهای رقابتی جهانی
۱۲۱	شناسایی بازارهای هدف در سایر کشورها	
۱۲۲	تسهیل در صادرات محصولات	مشوق‌های اقتصادی
۱۲۳	صادرات محصولات و خدمات توسط کشورهای همسایه	
۱۲۴	تخفیفات مالیاتی و گمرکی برای صادرات به دلیل دور زدن تحریم‌ها	
۱۲۵	ارائه ارز حاصل از صادرات کالا و خدمات	مقابله با تحریم‌های دولت آمریکا
۱۲۶	تدوین برنامه‌های ارتباط با کشورهای جهان و پیشرفته	

جدول ۳ شکل‌دهی طبقات از طبقه، مفهوم و مقوله‌ها

مقوله‌ها	مفاهیم	شاخص
ایجاد فضای حمایتی	حمایت خانواده	- محدودیت‌ها یا آزادی‌های خانوادگی و مذهبی - سطح مردسالاری یا زن سالاری در خانواده‌ها - امکانات مالی و غیرمالی خانواده - حمایت از فعالیت اجتماعی زنان توسط خانواده
	حمایت‌های قانونی	- قوانین و نهادهای حقوقی حمایتی از زنان - قوانین حمایت بیمه‌ای برای کارآفرینان زن
	تشکیل و واحدهای حمایت از کارآفرینی	تقویت سازمان‌های اجتماعی و مردمی در خصوص حمایت از کارآفرینان و صنایع‌دستی و تولیدات مرتبط با اشتغال بانوان ایجاد و توسعه پارک های علم و فناوری توسعه سازمان‌های مردم نهاد و گروه‌های غیرانتفاعی
	دسترسی به اطلاعات اقتصادی	وجود بانک اطلاعاتی مشاوران و کارآفرینان
ظرفیت‌سازی فردی	ارتقاء امنیت زنان در جامعه	بهبود امنیت زنان در سطح جامعه احساس آرامش زنان در مراوده‌های اجتماعی
	مهارت‌افزایی برقراری ارتباط	مهارت برقراری ارتباط صحیح با دیگران تعامل و مراوده با افراد کارآفرین
	توانمندسازی شخصی و درون فردی	خودکفایی زنان قبول مسئولیت در زنان بهبود ظرفیت آینده‌نگری زنان انعطاف‌پذیری و قدرت تغییر هنجارشکن و تغییردهنده
	توانمندسازی بانوان مستعد کارآفرینی اقتصادی	برگزاری دوره‌های کارآفرینی و افزایش اعتمادبه‌نفس افزایش توانمندی‌های بازار شناسی، بازاریابی و فروش برای بانوان کارآفرین توسعه دانایی و سرمایه‌های فکری توسعه آموزش‌های فنی با مشارکت سازمان فنی و حرفه‌ای
آموزش و مهارت‌افزایی	بهبود استقلال زنان	آزادی عمل در زنان در محیط‌های کاری وابستگی زنان به نظر همسر و سرپرست
	نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات	ابتکار عمل در بانوان کارآفرین نوآوری در کاهش زمان و هزینه کشف شیوه‌های جدید و مناسب فعالیت‌ها
	توانایی خوش‌صحبتی و تأثیرگذاری	توانایی تأثیرگذاری بر دیگران توانایی مذاکره و چانه‌زنی با دیگران
	کسب دانش آکادمیک	برگزاری دوره‌های آموزشی متناسب با توانمندی‌های زنان برگزاری سمینارهای علمی و کارگاه‌های آموزشی توسط نهادهای علمی و NGO آموزش و ترویج کارآفرینی و کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها
اعتماد و باور به توانایی زنان	بهبود مهارت‌های عملی و تجربی	آموزش‌های علمی و عملی برای افزایش مهارت و دانش برگزاری دوره‌های مهارت‌آموزی و کارگاه‌های عملی
	ایجاد سیستم‌های آموزشی و پرورشی	برگزاری جشنواره زنان و تولید ملی سیستم آموزش مبتنی بر افزایش سواد مالی ایجاد تفکر کارآفرینی در زنان
	فرهنگ‌سازی کارآفرینی در جامعه	تشویق زنان به فعالیت‌های کارآفرینی فرهنگ اقتصادی سالم فرهنگ سخت‌کوشی و تسلیم‌ناپذیری

مقوله‌ها	مفاهیم	شاخص	
		فرهنگ کار تیمی و گروهی مالکیت معنوی فرهنگ‌سازی داوطلبانه عمل جهت اشتغال و کارآفرینی	
	بهبود نگرش و فرهنگ جامعه نسبت به جنسیت‌ها	فرهنگ اقتدارگرایی مردسالاری عدالت در قوانین جنسیتی و افزایش قدرت مانور زنان در جامعه	
ظرفیت فرهنگی جامعه حمایت‌های اقتصادی	توجه به مذهب و اعتقادات جامعه	رسوم، اعتقادات و عرف متداول جامعه ایدئولوژی و فرهنگ مذهبی حاکم بر جامعه	
	تغییر سنت‌ها جامعه	توسعه دید و روشنفکری برای اشتغال و توسعه زنان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های عمومی برای کارآفرینی زنان	
	عرف و رسوم حاکم بر جامعه	خرده فرهنگ‌های موجود در جامعه و مذهب رسوم و سنت‌های رایج در جامعه	
	توسعه فرهنگی	توسعه فرهنگ ریسک‌پذیری ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی بالأخص برای زنان افزایش انگیزه عمومی جهت انجام کارهای کارآفرینانه و توسعه اقتصادی بهبود کیفیت زندگی	
	توسعه کارآفرینی اقتصادی	ورود به بازارهای بین‌المللی توسعه اشتغال‌زایی کسب‌وکارهای موجود تولید محصولات و خدمات	
راهبردهای پشتیبانی و تسهیلاتی	ارائه تسهیلات و وام	ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای کارآفرینان حمایت مالی دولت از بانوان حمایت از مشاغل خانگی	
	تحلیل شرایط بازار	آگاهی از روش‌های تأمین سرمایه (شرایط سرمایه‌گذاری) سطح تورم جامعه عدالت استفاده و دسترسی به منابع مالی رفع موانع ورود به بازار انعطاف‌پذیری بازار	
	تشویقی و ترغیبی	معافیت‌های مالیاتی برای کارآفرینان عدم فعالیت‌های اقتصادی توسط سیاست‌گذاران مبارزه با فساد اداری	
	مشوق مالی	تدوین قوانین ثبات اقتصادی کاهش حجم تصدی‌گری دولت	
	مشوق‌های اقتصادی	تسهیل در صادرات محصولات صادرات محصولات و خدمات توسط کشورهای همسایه تخفیفات مالیاتی و گمرکی برای صادرات به دلیل دور زدن تحریم‌ها	
	عوامل قانونی - سیاسی	تدوین ضوابط و قوانین کارآفرینی	تدوین بخش‌نامه‌ها و ضوابط حمایت از کارآفرینی طراحی ساختارهای قانونی منعطف و حامی زنان کارآفرین سیستم قضایی عدالت محور
		سیاست‌های پشتیبانی	تسهیل اخذ مجوزهای قانونی برای کارآفرینان زن ایجاد مشوق‌های صادراتی برای زنان کارآفرین تسهیل در ایجاد ضوابط صادراتی برای زنان حمایت قانون و دولت از تولیدات داخلی
	تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی	ابزارهای نوین آموزشی	استفاده از برنامه‌ها و متدهای نوین آموزشی استفاده از ابزارهای نوین آموزش حضوری و غیرحضوری

مقوله‌ها	مفاهیم	شاخص
	برنامه‌های آموزشی	برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای جامعه برگزاری دوره‌های توسعه مهارت‌های کوتاه مدت برای زنان بهره‌گیری از پژوهش‌های حوزه توسعه کارآفرینی
	محافل علمی - پژوهشی	استفاده از تجربه اقتصاددانان و کارآفرینان نمونه و موفق ایجاد مراکز مشاوره در زمینه‌های مختلف کاری
توسعه اقتصادی و بازار	تحلیل بازار	درک بازار و کشف فرصت‌های جدید از منابع مختلف تبدیل محدودیت‌ها و تهدیدات به فرصت توسعه بازارهای محلی و عرضه محصولات و خدمات
	توسعه اقتصادی و مالی	افزایش تولید ملی (و حجم تولید) توسعه صادرات افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد درآمد و سودآوری بلندمدت و پایدار کاهش نیاز به واردات و صرفه‌جویی در مصرف ارز
	توسعه اجتماعی	توسعه کار تیمی و گروهی و برخورداری از سینرژی توزیع مناسب درآمدها ارتقاء تعاملات اجتماعی، مهارت‌های زندگی و حمایت‌های اجتماعی
راهبردهای اجتماعی	توسعه مقام و منزلت زنان	احترام به روحیه استقلال‌طلبانه زنان در جامعه معرفی زنان کارآفرین و موفق افزایش حس مسئولیت‌پذیری اعتماد و عزت نفس زنان آینده‌نگری و توسعه جایگاه زنان کارآفرین توجه به جایگاه زنان در جامعه و ارج نهادن به مقام زن
	احترام به توانایی‌های زنان	ارتقاء باور جامعه به قدرت و کارایی زنان و ترویج فرهنگ زن باوری توزیع عادلانه مسئولیت و اختیارات در بین زنان و مردان معرفی فعالیت‌های کارآفرینان اقتصادی زن توسط رسانه به رسمیت شناختن کارآفرینان زنان و استفاده در بنگاه‌های اقتصادی اعتماد به قدرت زنان و توان مدیریت
	بررسی شرایط محیطی	توجه به جایگاه زنان در جامعه و ارج نهادن به مقام زن ارزش‌ها، باورها و هنجارهای جامعه و محیط اجتماعی قوانین و شرایط محیطی و اجتماعی اشتقاق بانوان به حضور پررنگ تر در محیط‌های اجتماعی تبلیغات مستمر محصولات باکیفیت‌های بالا، توجه به نیاز جامعه و سلیقه شهر و شهروندان
تحلیل سیاسی-محیطی	مقابله با تحریم‌های دولت آمریکا	ارائه ارز حاصل از صادرات کالا و خدمات تدوین برنامه‌های ارتباط با کشورهای جهان و پیشرفته
	شرایط اقتصادی	شرایط رقابت در جامعه جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زایی سطح حمایت‌های بنگاه‌های اقتصادی و بانک‌ها از کارآفرین و کارآفرینی ترویج الگوهای اقتصاد مقاومتی
	نفوذ در بازارهای رقابتی جهانی	هدف‌گذاری برای ورود به بازارهای جهانی شناسایی بازارهای هدف در سایر کشورها
	سطح رقابت در دهکده اقتصاد جهانی با محوریت زنان	تولید کالاهایی با قیمت رقابتی برای رقابت تولید کالاهای باکیفیت بالا و قیمت مناسب کشورهای پیشرفته

جدول ۵ طبقات مؤلفه شرایط علی مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
۱	ظرفیت‌سازی فردی	شرایط علی
۲	تحلیل سیاسی - محیطی	

شرایط زمینه‌ای یا بستر حاکم - زمینه یا بستر حاکم عبارت است از سلسله شرایط خارجی که در آن استراتژی‌ها و کنش‌های متقابل برای اداره کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. این شرایط بر کنش و تعاملات تأثیر می‌گذارد و تمیز آن‌ها از شرایط علی مشکل است. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. در تحقیق حاضر آموزش و مهارت‌افزایی (کسب دانش آکادمیک، بهبود مهارت‌های عملی و تجربی و ایجاد سیستم‌های آموزشی و پرورشی)، عوامل قانونی - سیاسی (مشوق‌های اقتصادی، تدوین ضوابط و قوانین کارآفرینی، سیاست‌های پشتیبانی) عواملی هستند که می‌توانند بستر مناسبی را برای مقوله محوری فراهم آورند.

جدول ۶ طبقات مؤلفه شرایط زمینه‌ای مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
۱	آموزش و مهارت‌افزایی	عوامل زمینه‌ای
۲	عوامل قانونی - سیاسی	

شرایط مداخله‌گر - شرایط ساختاری که از شرایط زمینه وسیع‌تر است و بر استراتژی‌ها و کنش‌های متقابل تأثیر می‌گذارد. شرایط مداخله‌گر در راستای تسهیل یا محدودیت استراتژی‌ها در زمینه خاصی عمل می‌کنند. در این تحقیق ایجاد فضای حمایتی (حمایت خانواده، حمایت‌های قانونی، تشکیل و واحدهای حمایت از کارآفرینی، دسترسی به اطلاعات اقتصادی)، ظرفیت فرهنگی جامعه (توجه به مذهب و اعتقادات جامعه، تغییر سنت‌ها جامعه، عرف و رسوم حاکم بر جامعه، توسعه فرهنگی) به عنوان شرایط مداخله‌گر طرح گردیده‌اند.

جدول ۷ طبقات مؤلفه شرایط مداخله‌گر مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
۱	ایجاد فضای حمایتی	عوامل مداخله‌گر
۲	ظرفیت فرهنگی جامعه	

یافته‌های کدگذاری انتخابی: روند انتخاب مقوله اصلی به طور منظم و سامان‌مند و ارتباط دادن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط، پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند را کدگذاری انتخابی می‌گویند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۸). پدیده محوری - پدیده محوری ایده یا پدیده‌ای است که اساس و محور فرآیند است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده می‌شوند. این مقوله همان برجسب مفهومی یا عنوانی است که برای چارچوب طرح به وجود آمده در نظر گرفته می‌شود. به دلیل اینکه هیچ کدام از مقوله‌های تحقیق حاضر انتزاعی‌تر از سایر مقوله‌ها نبود برای پدیده محوری نام متناسب با موضوع تحقیق یعنی "خط مشی گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت زنان" در قلب سایر مقولات، در قالب الگوی پارادایم قرار گرفت.

جدول ۴ طبقات مؤلفه پدیده محور مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
1	انگیزه خط مشی گذاری کارآفرینی با محوریت زنان	پدیده محور (مقوله محور)

شرایط علی - شرایط علی یا آنچه بعضی اوقات شرایط مقدم خوانده می‌شود، در داده‌ها اغلب با واژگانی مانند "وقتی، درحالی‌که، به سبب، چون" بیان می‌شوند. حتی وقتی که چنین نشانه‌هایی وجود ندارد اغلب می‌توان با توجه به خود پدیده و با نگاه منظم به داده‌ها و بازبینی حوادث اتفاقات یا وقایعی که از نظر زمانی مقدم بر پدیده مورد نظر است، شرایط علی را پیدا کرد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۸). این شرایط باعث ایجاد و توسعه پدیده یا مقوله محوری می‌شود. از میان مفاهیم استخراج‌شده، تحلیل سیاسی - محیطی (ارتقاء امنیت زنان در جامعه، مهارت‌افزایی برقراری ارتباط، توانمندسازی شخصی و درون فردی، توانمندسازی بانوان مستعد کارآفرینی اقتصادی، بهبود استقلال زنان و نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات)، تحلیل سیاسی - محیطی (بررسی شرایط محیطی، مقابله با تحریم‌های دولت آمریکا، شرایط اقتصادی، نفوذ در بازارهای رقابتی جهانی، سطح رقابت در دهکده اقتصاد جهانی با محوریت زنان) به عنوان مقوله‌های علی انتخاب شدند.

جدول ۹ طبقات مؤلفه پیامدها مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
۱	توسعه اقتصادی و بازار	پیامدها
۲	اعتماد و باور به توانایی زنان	

در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در این مرحله با انجام بارها مطالعه و بررسی ارتباط بین مفاهیم، مقولات و طبقات، مدل مورد نظر بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین با دسته‌بندی داده‌ها تحت شش عنوان مقوله علی، محوری، زمینه‌ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها طراحی گردید. شکل ۱ مدل الگوی خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان برای جامعه زنان کارآفرین اقتصادی استان آذربایجان شرقی را نشان می‌دهد.

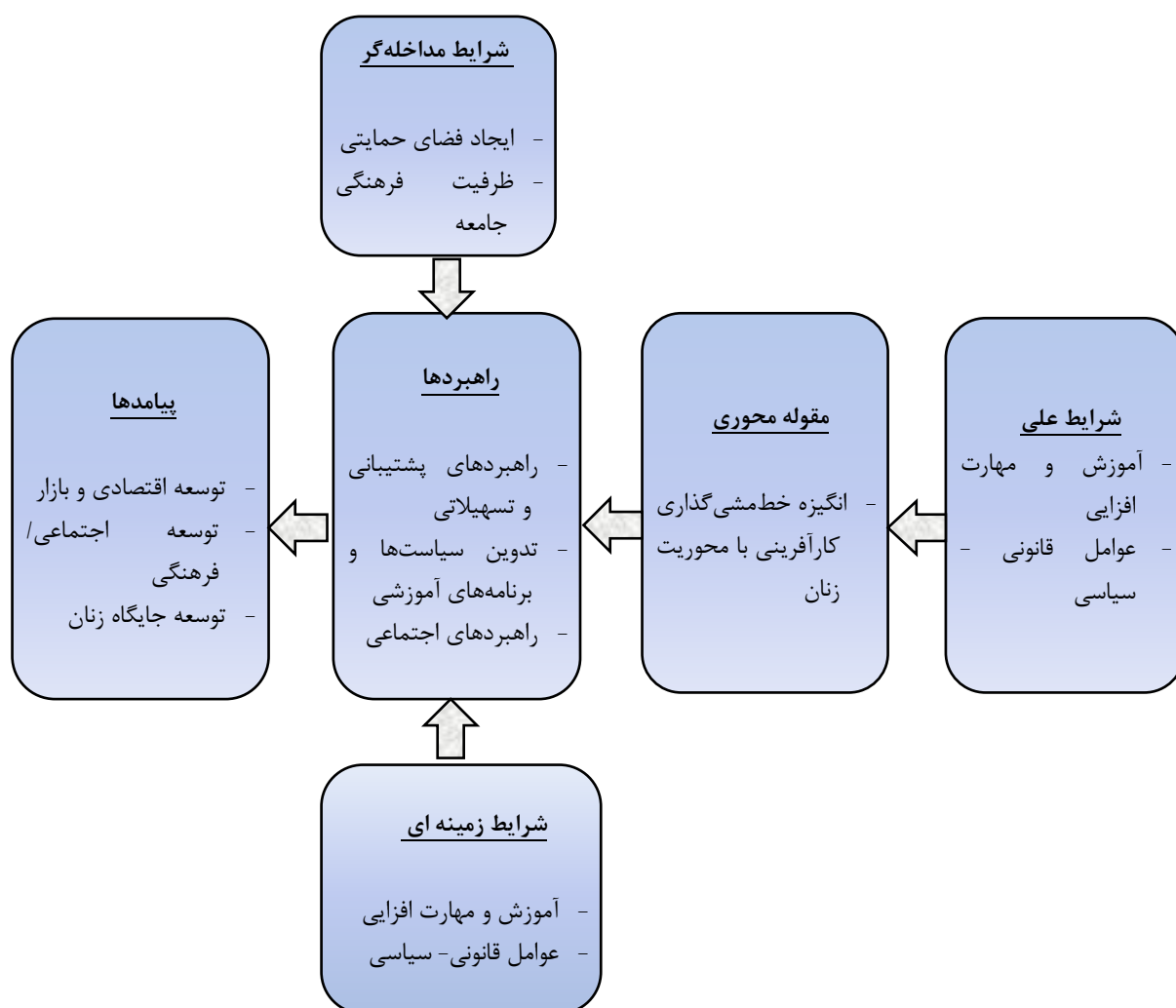
نتایج به دست آمده حاصل از کدگذاری داده‌ها در چند مرحله و استخراج طبقه‌ها نمایانگر آن است که برای طراحی موفقیت‌آمیز الگوی خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی اقتصادی باید به فاکتورهای زیادی توجه نمود. با دقت در نتایج حاصل از پژوهش بایستی این نکته را مدنظر قرار داد که اولاً هر دسته از عوامل موقعیت و جایگاه خاص خود را دارد و ثانیاً برخی از عوامل به طور مستقیم و برخی به صورت غیرمستقیم با عوامل دیگر در ارتباط هستند. بنابراین لزوم توجه به نوع ارتباط و نوع تأثیری که بر هم دارند، حائز اهمیت است. به عنوان نمونه در مدل ارائه شده برای جامعه کارآفرین زنان استان آذربایجان شرقی به عنوان جامعه مورد مطالعه، باید توجه داشت که صرف اجرای دستوری راهبردها نمی‌تواند منجر به وقوع پیامدهای مورد نظر شود، بلکه مطابق مدل، حصول پیامدها مستلزم بروز مفاهیم مذکور در تمامی شرایط اعم از شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و همچنین تحقق مقوله محوری به عنوان مقدمات و پشتیبان اجرای راهبردها می‌باشد.

راهبردها، کنش/کنش متقابل - تئوری داده بنیاد، روش نظریه‌پردازی با سوگیری کنش و کنش متقابل است. چه موضوع مطالعه فرد، گروه یا جمع باشد. کنش متقابل خصوصیات ویژه‌ای دارد، اول آنکه در حال تغییر بوده و در جریان روند از آن استفاده می‌شود. یعنی در حال تکامل یافتن است و در طول زمان دگرگون می‌شود. دوم کنش و کنش متقابل مقصود دارد و هدفمند است و به دلیلی صورت می‌گیرد، بنابراین با استفاده از تاکتیک‌ها و استراتژی‌ها جامعه عمل می‌پوشد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۸). در این تحقیق، راهبردهای پشتیبانی و تسهیلاتی (توسعه کارآفرینی اقتصادی، ارائه تسهیلات و وام، تحلیل شرایط بازار، تشویقی و ترغیبی، مشوق مالی)، تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی (ابزارهای نوین آموزشی، برنامه‌های آموزشی و محافل علمی-پژوهشی) و راهبردهای اجتماعی (توسعه اجتماعی، توسعه مقام و منزلت زنان، احترام به توانایی‌های زنان) راهبردهای مورد نظر هستند. مطابق بیان فوق، اجرای موفق راهبردها و تحقق اهداف آن‌ها با کنش‌های پیش‌گفته اعم از شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله گر مرتبط است.

جدول ۸ طبقات مؤلفه راهبردها مدل

ردیف	طبقه	مؤلفه اصلی
۱	راهبردهای پشتیبانی و تسهیلاتی	راهبردها
۲	تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی	
۳	راهبردهای اجتماعی	

پیامدها و نتایج - کنش‌ها و واکنش‌هایی که در مقابله با یا جهت اداره و کنترل کردن پدیده‌ای صورت می‌گیرد، پیامدهایی دارد. پیامدها قابل پیش‌بینی نیستند، ولی حداقل بخشی از همان‌هایی هستند که افراد و اعضای فعال سازمان قصد آن‌ها را داشته‌اند. در پژوهش حاضر توسعه اقتصادی و بازار (تحلیل بازار، توسعه اقتصادی و مالی)، اعتماد و باور به توانایی زنان (فرهنگ‌سازی کارآفرینی در جامعه، بهبود نگرش و فرهنگ جامعه نسبت به جنسیت‌ها) مفاهیمی هستند که مقوله پیامدها و نتایج را تشکیل می‌دهند.



شکل ۱. مدل الگوی خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی اقتصادی با محوریت نقش زنان

خوبی اجرا شوند. اجرای صحیح و دقیق راهبردها با پشتوانه عوامل پیش‌گفته موجب ظهور پیامدها و تحقق ارزش‌آفرینی یعنی توسعه اقتصادی و بازار اعتماد و باور به توانایی زنان در جامعه خواهد گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب‌وکار داشته باشد. اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی را قلب فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کرده‌اند. از سوی دیگر، با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر نیز نقش زنان از مدیریت امور خانه به فعالیت در سطوح اقتصادی اجتماعی تغییر یافته است، می‌توان گفت توسعه همه‌جانبه کشورها

به عبارت دقیق‌تر و بر اساس مدل ارائه شده، فراهم بودن شرایط علی اعم از ظرفیت‌سازی فردی تحلیل سیاسی- محیطی باعث ایجاد و توسعه پدیده یا مقوله محوری یعنی "توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت زنان" می‌شود. از طرفی بستر حاکم یا مفاهیم مذکور در شرایط زمینه‌ای شامل آموزش و مهارت‌افزایی و عوامل قانونی- سیاسی می‌تواند با تأثیرگذاری بر کنش‌ها و تعاملات، بستر مناسبی را برای مقوله محوری فراهم آورد. همچنین شرایط مداخله‌گر یعنی ایجاد فضای حمایتی و ظرفیت فرهنگی جامعه بر راهبردها و کنش‌های متقابل تأثیر می‌گذارند. اگر این عوامل مقدماتی به درستی طراحی، تعریف و مدیریت شوند، منجر به این می‌شود که راهبردها شامل راهبردهای پشتیبانی و تسهیلاتی، تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی و راهبردهای اجتماعی به

برقراری ارتباط، توانمندسازی شخصی و درون فردی، توانمندسازی بانوان مستعد کارآفرینی اقتصادی، بهبود استقلال زنان و نوآوری و خلاقیت در انجام کارها و امورات، تحلیل سیاسی- محیطی (بررسی شرایط محیطی، مقابله با تحریم‌های دولت آمریکا، شرایط اقتصادی، نفوذ در بازارهای رقابتی جهانی، سطح رقابت در دهکده اقتصاد جهانی با محوریت زنان) به عنوان مقوله‌های علی انتخاب شدند. شرایط زمینه‌ای یا بستر حاکم در تحقیق حاضر آموزش و مهارت افزایی (کسب دانش آکادمیک، بهبود مهارت‌های عملی و تجربی و ایجاد سیستم‌های آموزشی و پرورشی)، عوامل قانونی- سیاسی (مشوق‌های اقتصادی، تدوین ضوابط و قوانین کارآفرینی، سیاست‌های پشتیبانی) عواملی هستند که می‌توانند بستر مناسبی را برای مقوله محوری فراهم آورند.

همچنین شرایط مداخله‌گر ایجاد فضای حمایتی (حمایت خانواده، حمایت‌های قانونی، تشکیل واحدهای حمایت از کارآفرینی، دسترسی به اطلاعات اقتصادی)، ظرفیت فرهنگی جامعه (توجه به مذهب و اعتقادات جامعه، تغییر سنت‌ها جامعه، عرف و رسوم حاکم بر جامعه، توسعه فرهنگی) به عنوان شرایط مداخله‌گر طرح گردیده‌اند. راهبردهای مدل تئوری داده بنیاد، راهبردهای پشتیبانی و تسهیلاتی (توسعه کارآفرینی اقتصادی، ارائه تسهیلات و وام، تحلیل شرایط بازار، تشویقی و ترغیبی، مشوق مالی)، تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی (ابزارهای نوین آموزشی، برنامه‌های آموزشی و محافل علمی- پژوهشی) و راهبردهای اجتماعی (توسعه اجتماعی، توسعه مقام و منزلت زنان، احترام به توانایی‌های زنان) راهبردهای مورد نظر هستند. پیامدها و نتایج الگو نیز توسعه اقتصادی و بازار، توسعه اجتماعی- فرهنگی و توسعه جایگاه زنان در جامعه مفاهیمی هستند که مقوله پیامدها و نتایج را تشکیل می‌دهند.

در پایان جهت غنی تر شدن زمینه و بسترهای کارآفرینی در استان برای قشر زنان پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

تسهیلات مالی ویژه و خاصی برای زنان کارآفرین در جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکار در نظر گرفته شود و حتماً مسئولین استانی با نظارت دقیق تسهیلات مورد نظر را به

جز با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های این بخش از جامعه اتفاق نمی‌افتد؛ به طور یکه یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند؛ چرا که امروزه تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرایند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی، درگرو توجه به زنان به عنوان نیروی فعال و سازنده است.

در نتیجه با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها، و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) به طور کل و سطح استان آذربایجان شرقی به صورتی جزء، ترویج، اشاعه مفهوم کارآفرینی، و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی اقتصادی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. زنان کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخه‌ای توسعه اقتصادی به عهده دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند. لذا مدیران محترم جامعه و نیز در سطح شهر و استان با بهره‌گیری و استفاده از الگو و عوامل مؤثر ارائه شده در تحقیق حاضر، می‌توانند توسعه کارآفرینی اقتصادی و اشتغال زنان را در استان آذربایجان شرقی به طور جزء و جامعه به طور کل باعث شوند. ماحصل توجه مدیران به این تحقیق افزایش کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینی و کارآفرینان زن و توسعه کارآفرینی اقتصادی خواهد بود؛ زیرا کارآفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی کشورها و مناطق دانسته‌اند. چرا که آن می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی زنان شود.

هدف پژوهش حاضر طراحی الگو و مدل خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی با محوریت زنان می‌باشد که در جامعه زنان کارآفرین استان آذربایجان شرقی مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج به دست آمده از روش داده بنیاد نشان می‌دهد که مدل ارائه شده برای مقوله محوری توسعه کارآفرینی اقتصادی با محوریت زنان در قلب سایر مقولات، در قالب الگوی پارادایم قرار گرفته است. برای شرایط علی الگو، از میان مفاهیم استخراج‌شده، تحلیل سیاسی- محیطی (ارتقاء امنیت زنان در جامعه، مهارت افزایی

دست افراد واجد شرایط برسانند؛ اعطای زمین به صورت فروش - ایجاد اعتبارات بانکی با بهره کم و بلندمدت در جهت توسعه اشتغال زنان؛ و یا اجاره بلندمدت با قیمت پایین به زنان، یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های آنان را رفع خواهد کرد؛ تجدیدنظر در شرایط و مقررات ضامن و وثیقه تسهیلات بانکی؛ پیشنهاد می‌شود با برگزاری کلاس‌های آموزشی ترویجی توسط سازمان فنی حرفه‌ای و سایر سازمان‌های مرتبط در زمینه انواع پتانسیل‌ها و منابع مختلف مورد مطالعه که قابلیت اشتغال‌زایی و تولید محصولات جدید را دارند، زنان مستعد را آشنا ساخته و زمینه‌های ایجاد اشتغال و نوآوری را فراهم آورند؛ بازارهای شهری و محل به صورت هدفمند، گسترش داده شوند و از آنجا که یکی از بزرگ‌ترین مشکلات کارآفرینان، نبود بازار فروش محصولاتشان است باید حضور کارآفرینان در بازارها و بازارچه‌های محل و شهری توسعه یابد تا باعث بقای فعالیتشان شود؛ رفع موانع دسترسی به منابع قدرت از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی با گروه زنان در مقایسه با مردان در نهادهایی از جمله بخش‌داری، فرمانداری و جهاد کشاورزی؛ پیشنهاد می‌گردد که ایده‌ها و خلاقیت‌های ذهنی و تئوریک در سطح جامعه باید توسط مکانیزم‌هایی همچون: برپایی مسابقات و انتخاب برترین ایده‌ها و عملیاتی سازی این ایده‌ها، بهره‌برداری شوند؛ تشکیل تعاونی‌های فروش محصولات تولیدی مورد نظر در جهت حذف دلالان و دستیابی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به قیمت واقعی مورد نظرشان و در نهایت تصویب قوانین شفاف و رفع موانع بوروکراتیک اداری در اعطای مجوزهای کسب‌وکار.

منابع و مأخذ

ابراهیمیان، مرضیه؛ رجیبی فرجاد، حاجیه و کردلویی، حمیدرضا (۱۴۰۱)، دل اجرای خط مشی دانشگاه کارآفرین مبتنی بر سیاست‌های علم و فناوری، مجله خط مشی‌گذاری عمومی در مدیریت، سال ۱۳، شماره ۴۷، صص ۱۶۷-۱۸۳.

ابطحی، سیدحسین؛ شریف‌زاده، فتاح و ابراهیم پور، حبیب (۱۳۸۹)، بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و ارائه مدل مفهومی، مدیریت فرهنگ

سازمانی، سال ۸، شماره ۲۱، صص ۸۷-۱۱۲.

بابایی، مجتبی؛ پیران نژاد، علی؛ پورزند، حسین و امیری، مجتبی (۱۴۰۰)، شناسایی عوامل اقتصادی موثر بر کارآفرینی شهری، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۵، شماره ۱، صص ۸۳-۹۹.

پسندیده فرد، کبری و کیانی ماوی، رضا (۱۳۹۷)، شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای موفقیت آموزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی بر اساس مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره، مطالعات نوین کاربردی در مدیریت و اقتصاد، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۱۸.

دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۴۰۰)، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکرد جامع، نشر اشراقی.

دانش فرد، کرم اله و جلیلی، سودابه (۱۳۸۹)، کارآفرینی و خط مشی‌های کارآفرینی، مجله خط مشی‌گذاری عمومی در مدیریت، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۸۶-۲۲۲.

چناری، وحید و غولی گله، محمد (۱۴۰۱)، بررسی موانع اقتصادی - اجتماعی کارآفرینی (مورد مطالعه: زنان تحت پوشش کمیته امام (ره) شوشتر)، همایش بین‌المللی کارآفرینی با شعار توسعه استعداد کارآفرینی: راهی به سوی تحول، چالوس.

خواستار، حمزه (۱۳۹۷)، ارائه روشی برای محاسبه پایایی مرحله کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی، روش‌شناسی علوم انسانی، شماره ۵۸، صص ۱۶۱-۱۷۴.

خنیفر، حسین؛ رحمتی، محمدحسین و لاهوتیان، علی (۱۳۹۵)، طراحی مدل فرایندی کارآفرینی در صنایع غذایی ایران، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۱۹-۲۳۷.

شایستا، نور؛ فیلیزاح، عیسی و لیلانه مهد، نور (۱۴۰۰)، توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی زنان: مقایسه بین زنان کارآفرین و زنان خانه دار در پاکستان، مجله ایرانی مطالعات مدیریت، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۳۴۷-۳۶۳.

شریفی، امید؛ اسدی، علی؛ رضایی، روح الله و عادل، محسن (۱۳۸۹)، کارآفرینی زنان دانشگاهی،

- identification and development, *Journal of Business Venturing*, 18(1): 105–123.
- Barth, Henrik and Zalkat, Ghazal (2021), Refugee entrepreneurship in the agri-food industry: The Swedish experience, *Journal of Rural Studies*, Volume 86, Pp 189-197.
- Baron, R. & Shane, S. (2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective*, Mason. OH: South-Western Cengage Learning.
- Baycan Levent, T.; Masurel. E. and Nijkamp, P. (2018), Diversity in entrepreneurial: rthnic and female roles in urban economic life, *International journal of social economic*. 30 (11), 1131-1161.
- Davis, S. (2017), Social entrepreneurship: Towards an entrepreneurial culture for social And economic development. International Board Selection Committee, Ashoka: Innovators for the Public, Prepared by request for the Youth Employment Summit, September 7 (11), 201-221.
- Ertuna, Z.I. & Gurel, E. (2017), The moderating role of higher education on entrepreneurship, *Education and Training*, 53(5), 387–402.
- Fagerberg, J. (2016). Innovation: A guide to literature. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. Nelson (Eds.), *The Oxford handbook of innovation* (pp. 1–27). Oxford: Oxford University Press.
- Galindo, Miguel-Ánge and Méndez, María Teresa (2020), Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?, *Journal of Business Research*, no 67, pp 825-829.
- Govindasamy, T. (2017), Critical success factors of successful India entrepreneurs in the Tshwane metropolitan area. A research project, Gordon Institute of Business science, University of Pretoria, Master of Business Administration. Retrieved from <http://upetd.up.ac.za/thesis/available/etd-04032011-154248/unrestricted/dissertation.pdf>.
- Hanny N.; Nasution, Felix T. and Mavondo, L. (2017), Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40, 336–345.
- Hindle, K. (2015). Skillful Dreaming: Testing a General Model of Entrepreneurial Process with a Specific Narrative of Venture Creation. In *Entrepreneurial Narrative Theory Ethnomethodology and Reflexivity*, ed. W. Gartner, 97-135. Clemson, SC: Clemson University Digital Press.
- پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، ص ۷۳-۱۰۶.
- عاشوری، مهدی (۱۴۰۰)، نقش فناوری اطلاعات در توسعه کارآفرینی، سومین کنفرانس ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار، سمنان.
- علیدوست، سمیه و لشگرآرا، فرهاد (۱۳۹۲)، موانع توسعه کارفرینی زنان روستایی، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۶، شماره ۱، ص ۷-۱۶.
- فیروزآبادی، سیداحمد؛ ایمانی جاجرمی، حسین و دباغی، حمیده (۱۳۹۷)، تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهر آفرین ارم- شهرستان پاکدشت)، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۱۶، شماره ۱، ص ۱۴۹-۱۷۳.
- قاسم نژاد مقدم، نیما و سیدی، میرحسین (۱۳۸۹)، تدوین برنامه استراتژیک برای فرآیند کارآفرینی با استفاده از مدل SWOT، کنفرانس ملی کارآفرینی و توسعه، دانشگاه ایلام.
- کریمی، شهره و آگهی، حسین (۱۳۹۴)، تحلیلی بر رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد دوم، شماره ۲، ص ۸۱-۱۰۴.
- گلرد، پروانه (۱۳۹۴)، عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۳، شماره ۱، ص ۱۰۱-۱۲۳.
- یاسوری، مجید و نوروزی نژاد، معصومه (۱۴۰۰)، فراتحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۹، شماره ۱، صص ۴۱-۲۱.
- Aldrich, Howard E.; Brumana, Mara and Campopiano, Giovanna (2021), Embedded but not asleep: Entrepreneurship and family business research in the 21st century, *Journal of Family Business Strategy*, Vol 12, Issue 1, Pp 1-10.
- Alter, K., Dawans, V. (۲۰۱۵), *The Integrated Approach to Social Entrepreneurship: Building High Performance Organizations*, California.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003), A Theory of entrepreneurial opportunity

- Korpysa, J. (2020), Women's Entrepreneurial Attitudes when Facing Restructuring Processes - study results, *Procedia Computer Science*, Volume 176, Pages 3428-3435.
- Lee, D. R. (2019). The Seeds of Entrepreneurship. *The Journal of private Enterprise*. 7, 20-35.
- Macke, D.(2018), Public Entrepreneurship, Centre for Rural Entrepreneurship, Monograph, 10p.
- Moroz, P. & Hindle, K. (2012). "Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4): 781- 818.
- Rasmussen, E. (2011). "Understanding academic entrepreneurship: Exploring the emergence of university spin-off ventures using process theories", *International Small Business Journal*, 29(5): 448- 471.
- Raymond, W. S. (2003). "The Learning need of high potential entrepreneur in Latin American", Presented at the international Conference, On entrepreneurship in Latin American weinde mar, chilp octobre: 26- 28.
- Ropke, J. (2004). "The construction of entrepreneurship- Theoretical foundation and practical problems", Paper for the entrepreneurship workshop in Tehran, Iran. September 26- 28.
- Rosca, Eugenia; Agarwal, Nivedita and Brem, Alexander (2020), Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets, *Technological Forecasting and Social Change*, vol 157, Pp 18-25.
- Ojong, Nathanael; Simba, Amon and Dana, Leo-Paul (2021), Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions, *Journal of Business Research*, Vol 132, Pp 233-248.
- Sharma, Pragalb (2020), Women entrepreneurship in India: The socio-economic context, *materialstoday*, (<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.09.437>)
- Sahraokorpi, Tiia and Bandi, Venkata (2021), Empowerment or employment? Uncovering the paradoxes of social entrepreneurship for women via Husk Power Systems in rural North India, *Energy Research & Social Science*, Vol 79, Pp 1-11.
- Shah, S. & M. T. (2007). "The accidental entrepreneur: The emergent & collective process of user entrepreneurship", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1): 123- 140.
- Totterman, H. (2008). From creative ideas to new emerging ventures: Entrepreneurial processes among Finnish design entrepreneurs, Ph.D thesis, Hanken School of Economics- Department of Management and Organizations.
- Truran, D. (2017), An Introduction to Social Entrepreneurship, *European Baha'I Business Forum*, <http://ebbf.org/socent.html>.
- Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2017). "The focus of entrepreneurial research: Contextual and process issues", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4): Pp 57- 80.
- Zeb, Arooj and Ihsan, Anjum (2020), Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium-sized enterprises in Pakistan, *Women's Studies International Forum*, vol 79, Pp 235-240.
- Zheng, P. & Scase, R. (2013). Emerging business ventures under market socialism: Entrepreneurship in China (*Routledge studies in international business and the world economy*), London: Routledge.



Designing a policy model for the development of economic entrepreneurship centered on the role of women

Amin Najafgholidoost¹ - Gholamreza Rahimi^{2*} - Farhad Nejad Irani³

Abstract

Background: In the process of entrepreneurship, a business is launched and new business models are created using creative and innovative ideas. This process is known as one of the important factors of economic development in many countries and many universities and educational institutions offer courses in this field. Considering the growing importance of entrepreneurship, entrepreneurship development policy needs a precise basis from a theoretical point of view in order to help create an entrepreneurial economy with more entrepreneurs and achieve the goals set in the country. Entrepreneurship in a competitive and market-based economy is a key role today, because in a dynamic economy, ideas, products and services are always changing and because all active elements in the economic scene (producer, consumer and capital) transition) should engage in entrepreneurship. On the other hand, with the presence of women in the society, the role of this stratum becomes more apparent in economic processes, which makes it necessary to pay attention to it.

Purpose: The main purpose of this research is to design a policy model for the development of economic entrepreneurship, focusing on the role of women among women entrepreneurs in East Azarbaijan province. The present study has a qualitative approach and the strategy used is the theory of foundational data conceptualization, which collects qualitative data according to the interpretations of actors with an exploratory approach.

Methods: This research is a mixed type of research. To determine the samples of this research and to determine this group of experts, the purposeful sampling method was used, and the sample size was determined by using this method and reaching the theoretical saturation limit of 20 people. The data collection tool is an in-depth and semi-structured interview. Data analysis has been done with the systematic approach of foundational data theory.

Findings: According to the foundation's data theory approach, in the open coding phase, expressions extracted from the interviews that are specific to women's economic entrepreneurship space, which are summarized in 124 main codes and 38 categories and identified in 21 categories in the axial coding. In the visual display stage, the target model is designed according to the paradigm by classifying key codes into six categories. Validation of

¹ PhD student, Department of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. Amin_najafgholidoost@yahoo.com

² Assistant Professor, Department of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. (Corresponding Author): drrahimi62@gmail.com

³ Assistant Professor, Department of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran. farhadirani90@yahoo.com

the research has been done using four criteria of credibility, transferability, reliability and verifiability. At the end of the work, the extracted factors were prioritized.

Conclusion: In the end, 16 important factors for the development of women's economic entrepreneurship were determined, and after prioritizing with the FAHP method, the most important factor was the support policies of the government (facilities, taxes, exemptions, etc.). Presentation model It can be used as an analytical and planning tool for the development of women-centered economic entrepreneurship, so that based on it, in a logical and principled way, the foundation, problem solving and action to achieve sustainability in women's entrepreneurial businesses can be addressed.

Keywords: Policy making, entrepreneurship, economic entrepreneurship, creativity and innovation.