

## ارائه مدل توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش

زهرا سادات حسینی<sup>۱</sup>، حمیدرضا معتمدی<sup>۲</sup>، نیما شهیدی<sup>۳</sup>

### چکیده:

**هدف:** هدف این مطالعه طراحی مدل توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش است.

**روش:** پژوهش حاضر جزء طرح‌های ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزارسازی است. جهت شناسایی و تعیین مؤلفه‌های مدل توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش، بر اساس دلایل شناسایی شده، از رهیافت گراندد تئوری بهره گرفته شد. جامعه آماری شامل کارآفرینان زن در حوزه آموزش بود. به منظور نمونه‌گیری، دو معیار مورد ملاک قرار گرفت. زنانی که مؤسس یا پایه‌گذار مشاغل آموزشی بوده و ۵ سال از تأسیس آن شغل گذشته باشد. جهت گردآوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع موارد مطلوب استفاده گردید. اطلاعات جمع‌آوری شده؛ از نظر بیست و پنجم به اشباع نظری رسید. ولی برای اطمینان بیشتر تا نفر سی‌ام مصاحبه‌ها ادامه پیدا کرد. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختمند بود. اعتبار یافته‌ها به شیوه گویا و لینکلن (۱۹۸۵)، انجام شد. هم‌چنین از روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج نشان داد، شرایط علی دارای مقوله‌های، انگیزه و نیاز، جذابیت شغل، شرایط مالی و توانمندی‌های فردی، شرایط مداخله‌گر: دارای مقوله‌های حمایت خانواده، تجربه، نگرش جنسیتی، سیاست‌زدگی آموزش، زمینه: شامل مقوله‌های عوامل فرهنگی و اجتماعی، اهمیت آموزش در جامعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، شرایط اخذ مجوز، راهبردها: دارای مقوله‌های ایجاد بسترهای قانونی و نهادی، ایجاد بسترهای سیاستی و حمایتی، ایجاد بسترهای فرهنگی و اجتماعی، ایجاد بسترهای اقتصادی و پیامدها: دارای مقوله‌های پیامدهای اقتصادی، پیامدهای آموزشی و فرهنگی، توسعه پایدار، پیامدهای اجتماعی هستند.

**نتیجه‌گیری:** بنابراین، راهبردهای بیان شده در زمینه توسعه کارآفرینی آموزشی زنان می‌تواند موجب رشد اقتصادی، ایجاد آثار مثبت اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی و نیز ارتقای سطح توسعه کشور در سطوح مختلف آموزشی گردد.

**کلید واژه‌ها:** فعالیت‌های کارآفرینانه، زنان، آموزش.

پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۷/۲۸

دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۵/۲۳

<sup>۱</sup> - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران.  
<sup>۲</sup> - استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران (نویسنده مسئول).  
Hrnotamed@yahoo.com  
<sup>۳</sup> - استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد نورآباد ممسنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآباد ممسنی، ایران.

## مقدمه

امروزه در بیشتر جوامع بر گسترش کارآفرینی<sup>۱</sup> به‌عنوان موتور رشد و توسعه اتفاق نظر وجود دارد. کارآفرینان ظرفیت‌های بزرگی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی هر کشور بوده و ضمن امکان انتخاب‌های متمایز و نو، فرصت‌های شغلی جدیدی را فراهم آورده و در دوران بحران، جهت برون رفت از مشکلات کارساز هستند (اولیو و همکاران، ۲۰۲۳).

کارآفرینی موتور رشد و توسعه سازمانها و جوامع شناخته شده و برای داشتن ساختار اقتصادی قدرتمند و مرفه امری حیاتی قلمداد می‌گردد (سایز-آلوارز و مارتینز و مارتینز، ۲۰۱۴)؛ به‌طوری‌که هر محیطی که افرادش از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، دارای اقتصادی پویاتر خواهد بود (ورکیانی‌پور و حسینی و سمیعی و شریفی، ۱۳۹۸). مطالعات نیز بر اهمیت کارآفرینی در رشد اقتصادی و خلق ثروت تأکید کرده‌اند (کابرا و ماریکیو، ۲۰۱۷؛ گودرزی، فراهانی، رجبی و حمیدی، ۱۳۹۶؛ گوپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸؛ کولیبالی و اربانو و مکونگچو، ۲۰۱۸؛ ویکلاند و نیکولاو و شیر و فو و بردلی، ۲۰۱۹). کارآفرینی علاوه بر اینکه باعث ایجاد تحولات مثبت در جامعه می‌شود و موجب دستیابی به پیشرفت‌های اقتصادی و رفاه اجتماعی می‌شود، منبع بالقوه توسعه، رشد و رفاه شخصی نیز است (شیر، ۲۰۱۵؛ استفان، ۲۰۱۸؛ ویکلاند و همکاران، ۲۰۱۹). برخلاف بسیاری از مشاغل سنتی، کارآفرینان از سطحی از آزادی و کنترل برخوردار می‌شوند، که می‌تواند آن‌ها را قادر کند تا استعدادها و مهارت‌های ذاتی خود را تحقق بخشند و با کارهای خودمحمور درگیر فعالیت‌های هدفمند شوند (وود و ویلاند و بردلی، ۲۰۱۶؛ شیر و نیکولاو و وینسنت، ۲۰۱۸). کارآفرینی نقش مهمی در رشد اقتصادی و اشتغال در سطح اجتماعی ایفا می‌کند (واریو و پامالاین

<sup>1</sup> -Entrepreneurship

<sup>2</sup> -Avolio

<sup>3</sup> -Saiz-Alvarez & Martínez & Martínez

<sup>4</sup> -Cabrera & Mauricio

<sup>5</sup> -Gupta & Mirchandani

<sup>6</sup> -Coulibaly, Erbao & Mekongcho

<sup>7</sup> -Wiklund, Nikolaev, Shir, Foo & Bradley

<sup>8</sup> -Shir

<sup>9</sup> -Stephan

<sup>10</sup> -Wood, Bylund & Bradley

<sup>11</sup> -Shir, Nikolaev & Wincent

و فلنهورف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). در سال های اخیر در بیشتر کشورها توجه خاصی به افراد موفق و کارآفرینان شده است و همچنین تقویت نوآوری ها و موفقیت ها و ایجاد بستر مناسب برای این امر از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می آید؛ زیرا، فعالیت کارآفرینی با اثربخشی زیاد به توسعه اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت ها، رقابت پذیری و...) منجر می شود (ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۸).

کارآفرینی در بسیاری از کشورها به یک جنبش اساسی تبدیل شده است و برای تداوم پویایی اقتصاد بازار نوین و شکل گیری کسب و کارهایی که می توانند باعث تقویت رقابت و رشد اقتصادی شوند، ضروری است (ماتیو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). براساس مطالعات، رشد اقتصادی شرط لازم برای دستیابی به کیفیت بهتر زندگی است و کارآفرینی راهکاری برای دستیابی به توسعه اقتصادی به ویژه در کشورهای جهان سوم است (داوری و رمضانپور نرگسی و افراسیابی و داوری، ۱۳۹۷). کارآفرینی پدیده ای چندبعدی است که در سطوح گوناگون بر اقتصاد جوامع تأثیرگذار است (مودتی و ترابی و محمودزاده و معمارنژاد، ۱۳۹۷). تاریخچه توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. شومپتر<sup>۳</sup> به دلیل نقش کارآفرینی در ایجاد نوآوری، آن را محور کلیدی توسعه اقتصادی تلقی می کند (سپهوند و مغوثی نژاد، ۱۳۹۶). فرآیندی است که در آن افراد به طور مستقل یا داخل سازمان به جست و جوی فرصت های اقتصادی می پردازند. کارآفرینی اصطلاحی برای فرد یا گروهی از افراد است که ترکیبات جدیدی را در سازمان خود ایجاد می کنند؛ به بیان دیگر، کارآفرینی فرآیندی است که افراد هم به صورت فردی و هم در درون سازمان ها بدون توجه به منابع موجود و دردسترس به دنبال فرصت ها هستند (چن و وانگ و نوو و بنیتز آمادو و کو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵)؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی عبارت است از فرآیند کشف و بهره برداری از فرصت های سودآور (هانوهو و بالداکچینو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). در تعریفی دیگر بیان شده است که کارآفرینی عبارت است، از شناسایی و به کارگیری فرصت ها، تبدیل فرصت به کالا و خدمات قابل فروش، ریسک پذیری و کسب سود و ممکن است در محیط هایی متفاوت روی دهد (سخته و کریمی، ۱۳۹۷). در این میان

<sup>1</sup> -Vuorio, Puumalainen & Fellnhofer

<sup>2</sup> -Mathew

<sup>3</sup> -Schumpeter

<sup>4</sup> -Chen, Wang, Nevo, Benitez -Amado & Kou

<sup>5</sup> -Hanohov & Baldacchino

زنان به صورت چشمگیری در سراسر جهان به توسعه کارآفرینی کمک می‌کنند؛ به طوری که زنان کارآفرین موتورهای جدید برای رشد اقتصادهای نوظهور معرفی شده‌اند (مینیتی و ناد<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰؛ گوپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸). حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی (یعقوبی فرانی و سلیمانی و موحدی، ۱۳۹۲) و اقتصادی تبدیل شده است (رید و استورود بارنز و جساپ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲؛ هارنگ و مستار و یو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲)؛ به طوری که در پژوهش‌های متعدد به نقش کلیدی زنان در توسعه کارآفرینی (رونکا و شتی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲) و اهمیت کارآفرینی زنان را برای رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی تأکید شده است (دی ویتا و ماری و پوگسی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳؛ کابرا و ماریکیو، ۲۰۱۷؛ ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۸). در سال‌های اخیر کارآفرینی زنان در سراسر جهان رشد چشمگیری یافته است (کارت<sup>۶</sup> و شاو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶)؛ به طوری که تخمین زده می‌شود ۱۲۶ میلیون زن در سراسر جهان در راه اندازی و اداره یک کسب‌وکار مشارکت می‌کنند (رول-لاو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۶). هم‌چنین افزایش زنان و دختران تحصیل کرده دانشگاهی، ناتوانی بخش دولتی و خصوصی در جذب این افراد آماده به کار و هم‌چنین امکان استقلال و انعطاف پذیری بیشتر ساعات کار در کسب‌وکار شخصی که سبب ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌شود، به گرایش بیشتر زنان به راه اندازی کسب‌وکار منجر شده است (کاظمی و مقیمی، ۱۳۹۷)؛ با وجود این، مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه تقریباً در تمام جوامع کمتر از مردان است (کابرا و ماریکیو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۷)؛ به طوری که زنان حدود پنجاه درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، اما در مقایسه با مردان فرصت کمتری برای رشد و فعالیت‌های اجتماعی دارند (رونکا و شتی، ۲۰۱۲)؛ این در حالی است که زنان کارآفرین فرصت‌های کسب‌وکار متفاوتی را در مقایسه با مردان درک می‌کنند و شرکت‌هایی را با رویکردهای جدید مدیریتی و هم‌چنین راه حل‌های جایگزین برای مشکلات پیش رو در زندگی حرفه‌ای خود پدید می‌آورند (هارنگ و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۲).

<sup>۱</sup>- Minniti & Naudé

<sup>۲</sup>-Reed, Storrud-Barnes & Jessup

<sup>۳</sup>-Huarng, Mas-Tur & Yu

<sup>۴</sup>-Revenga & Shetty

<sup>۵</sup>-De Vita, Mari & Poggesi

<sup>۶</sup>-Carter & Shaw

<sup>۷</sup>- Revell-Love & Revell-Love

<sup>۸</sup>-Cabrera, Mauricio

<sup>۹</sup>-Huarng

علاوه بر کشورهای توسعه یافته، کشورهای در حال توسعه نیز دریافته اند که کارآفرینی زنان به رشد اقتصادی-اجتماعی جوامع (مولینا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰)، استفاده از فرصت جمعیتی و افزایش میزان تولید داخلی (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹)، بهینه سازی فرایندهای اقتصادی و اجتماعی منجر می شود (لو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹، هنلی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲، کریستینا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳، سرفراز<sup>۵</sup> و همکاران ۲۰۱۴، شهرکی و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶) و موجب کاهش نابرابری جنسیتی به عنوان یکی از شاخص های مهم برای سنجش توسعه هر کشور می شود (حاجی لو و همکاران، ۱۳۹۹). لذا کارآفرینی زنان می تواند برای هر جامعه ای از اهمیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ویژه ای برخوردار باشد. (منصوری و همکاران، ۱۴۰۱). زیرا می تواند سبب تولید و اشتغال، کاهش بیکاری و توسعه اقتصادی شود (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۶).

در تمامی نقاط جهان نرخ کارآفرینی مردان به طور چشمگیری از زنان بیشتر است. بر پایه گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی<sup>۷</sup> (GEM) در ارزیابی شاخص اقدامات جامع کارآفرینانه<sup>۸</sup> (TEA<sup>۱</sup>)، در سال ۲۰۱۹، ۲۱۰ درصد از زنان ۱۸ تا ۶۴ ساله ای که مشغول به کار بوده اند یک کسب و کار تازه را راه اندازی کرده اند. این عدد حدود سه چهارم شاخص مشابه برای مردان است. در کشورهای با درآمد سالانه پایین این عدد ۱۵ درصد بوده در حالی که این عدد در کشورهای با درآمد سالانه بالا ۱۸ درصد است. در ایران نیز گزارش های ارائه شده توسط مرکز دیده بانی جهانی کارآفرینی نشان می دهد اغلب کارآفرینان ایرانی مردان جوان هستند (میرحسینی و همکاران، ۱۴۰۲)؛ به طوری که نرخ کارآفرینی نوپا و تثبیت شده در بین زنان ۱۲/۹ درصد و در مردان ۳۵/۶ درصد یعنی حدود سه برابر زنان است (مرکز دیده بانی جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۵).

توسعه یافتگی کمتر کسب و کارهای زنان در مقایسه با مردان که ناشی از عوامل متعددی نظیر محدودیت های محیطی (کلی و براش و گرین وهرینگتون و علی و کو<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵)، محدودیت های

<sup>1</sup> -Molina

<sup>2</sup> -Low

<sup>3</sup> -Henly

<sup>4</sup> -christina

<sup>5</sup> -Sarfraz

<sup>6</sup> -Shahraki

<sup>7</sup> -Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

<sup>8</sup> -Total Entrepreneurial Activity

<sup>9</sup> - Kelley & Brush & Greene & Herrington & Ali & Kew

فرهنگی، دسترسی کمتر زنان به سرمایه در مقایسه با مردان (مدرسی<sup>۱</sup> و آراستی و طالبی و فراست-خواه، ۲۰۱۷؛ چترجی و رامان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸)، مشکلات مربوط به تعامل کاری با مردان، تعهدات خانوادگی (مدرسی و همکاران، ۲۰۱۷)، نبود پذیرش اجتماعی، تجربه و تخصص کمتر (حسن و المبارک<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶) و ... است، موجب شده است توسعه کارآفرینی زنان در دستور کار سازمان‌های بین‌المللی نظیر سازمان‌های بین‌المللی کار<sup>۴</sup> قرار گیرد. هدف از این برنامه‌ها، حمایت و توانمندسازی زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه برای شروع و توسعه کسب‌وکار است که در قبال ارائه خدمات مالی و غیرمالی، به ایجاد محیط کسب‌وکار و تلاش برای رفع موانع پیش روی زنان کارآفرین اقدام شده است (کواگرایی و اوپوکا منساه و آدوم<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸)؛ چراکه تشویق و حمایت از زنان کارآفرین می‌تواند به مشارکت مؤثر آنها در توسعه اقتصادی کشورها کمک کند (مدرسی و همکاران، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر، با وجود تأثیر درخور توجه زنان بر اقتصاد جهانی، پژوهش‌های انجام شده درباره زنان کارآفرین بسیار اندک است (اهل<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶؛ دی‌براین و براش و والتر<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶، ۲۰۰۷؛ گوپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸)؛ به طوری که طبق بررسی‌ها، مطالعات درباره زنان کارآفرین کمتر از ۱۰ درصد از کل پژوهش‌های انجام شده در حوزه کارآفرینی را تشکیل می‌دهند و در بیشتر پژوهش‌ها درباره کارآفرینان بر مردان تمرکز شده است (براش و کوپر<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲؛ گاپتا و میرچندانی، ۲۰۱۸).

در ادامه به بررسی برخی پژوهش‌های مرتبط می‌پردازیم. فروتن، سفیری و میرساردوو (۱۴۰۲) مطالعه‌ای با عنوان بررسی نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان، با رویکرد نظریه زمینه‌ای به انجام رساندند. یافته‌ها حاکی از تأثیر خانواده خاستگاه در ایجاد سرمایه‌های فرهنگی-توسعه‌ای، ارتباطی-انطباقی و عاطفی در فرد کارآفرین است؛ همچنین با ایفای نقش‌های تربیتی، الگویی، انگیزشی، فرصتی و حمایتی خواسته یا ناخواسته آنان را به سوی کارآفرینی هدایت

<sup>1</sup> -Modarresi

<sup>2</sup> -Chatterjee & Ramu

<sup>3</sup> - Hasan & Almubarak

<sup>4</sup> - ILO

<sup>5</sup> -Quagraine & Opoku Mensah & Adom

<sup>6</sup> -Ahl

<sup>7</sup> -De Bruin & Brush & Welter

<sup>8</sup> -Brush & Cooper

می‌کنند. خانواده‌های خودساخته نیز با ایفای نقش‌های الگویی، انگیزشی، فرصتی و حمایتی بر کارآفرینی آنان مؤثر هستند. نتیجه‌گیری: با توجه به چگونگی تأثیر دو نوع خانواده، خانواده‌های خاستگاه می‌توانند با اصلاح سبک «ارتباطی- انطباقی» و گسترش فرهنگ «توسعه مدارانه»، بستر جامعه‌پذیری مناسبی را برای زنان فراهم آورند.

میرحسینی و عاشوری (۱۴۰۲)، روایت زنان کارآفرین دانشگاهی از بازیابی نقش اجتماعی- اقتصادی خود در بستر کارآفرینی سطح خرد و متوسط را با هدف فهم علل گرایش زنان دانشگاهی به کارآفرینی در سطوح خرد و متوسط، پرداخته که نتایج نشان داد «شکوفایی خالقیت زنانه»، «کارآفرینی پیوندزنده هویت چندگانه زنان»، «بلعیده‌شدن اعتماد و خلاقیت زنان» و «کارآفرینی بازی دو سر سود»، چهار مقوله اصلی به‌دست آمده از دل مصاحبه‌های انجام شده هستند و تجربه‌زسته زنان کارآفرین در مواجهه با کارآفرینی را ترسیم می‌نماید. در مجموع یافته‌ها نشان داد فقدان ساختارهای اجتماعی در همراهی زنان و نرخ پایین اشتغال رسمی آنها، موجب روی آوردن آنان به ساختارهای خودساخته اجتماعی جدیدی همچون کارآفرینی می‌گردد.

صادقی، عباس پور و شاهمرادی (۱۴۰۲)، مطالعه‌ای با عنوان فراتحلیلی در زمینه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان به انجام رساندند. نتایج فرضیه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان حاکی از این است که براساس مقدار اندازه اثر، بین نگرش فرهنگی و توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان تأثیر مثبت و معناداری وجود دارد که طبق تفسیر اندازه اثر کوهن، قوی تلقی می‌شود. درنهایت نتایج این پژوهش می‌تواند در حوزه کسب و کارهای کارآفرینانه و جامعه‌شناسی مورد استفاده قرار گیرد.

فاروق<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۴)، مطالعه‌ای با عنوان رونمایی از مسیر فقرزایی پایدار در پاکستان: بررسی نقش مداخلات مالی خرد در توانمندسازی زنان کارآفرین به انجام رساندند. آنها بیان داشتند ناپایداری و تهدید فقر چالش‌های عمده‌ای است که کشورهای در حال توسعه مانند پاکستان با آن مواجه هستند. این مطالعه قصد دارد تأثیر مداخلات مالی خرد را بر زنان کارآفرین در پاکستان و پتانسیل آنها برای تقویت کارآفرینی زنان به عنوان ابزاری برای کاهش فقر بررسی کند. نتایج این مطالعه نشان داد که مفهوم منابع مالی خرد اهمیت دارد و دسترسی به آن به طور قابل توجهی بر تمایل

<sup>1</sup> -Farooq

کارآفرینی و موفقیت زنان کارآفرین در مقابل کاهش سطح فقر در جوامع کم درآمد تأثیر می‌گذارد. این یافته‌ها پیامدهای قابل توجهی برای سیاست‌گذاران، مؤسسات مالی خرد و زنان کارآفرین در پاکستان دارد و بر نیاز به برنامه‌هایی تأکید می‌کند که زنان کارآفرین را هدف قرار داده و منابع مالی خرد و آموزش‌هایی را برای آنها فراهم می‌کند تا آنها را برای به دست گرفتن مدیریت کسب و کارشان توانمند کند.

آمون<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۳)، در مطالعه خود با عنوان تأمین مالی جامعه در کارآفرینی: تمرکز بر زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه بیان داشتند: مطالعات در مورد تأثیر تأمین مالی مبتنی بر گروه بر زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه در تحقیقات کارآفرینی کمتر ارائه شده است. با این مطالعه اکتشافی، ما بر کارآفرینی زنان از نظر تأمین مالی جامعه تمرکز می‌کنیم تا مکانیسم‌های اساسی طرح تأمین مالی جامعه و تأثیر آن بر زنان کارآفرین در جهان در حال توسعه را در نظر بگیریم. داده‌های حاصل از مصاحبه با ۷۵ زن کارآفرین در بازارهای مالی نیجریه نشان داد که یک طرح تأمین مالی جامعه، موقعیت کارآفرینی آنها، از جمله ساختارهای اجتماعی آن‌ها را شکل داده است. در خلال آن، پوششی از اقدامات اجتماعی متقابل، همبستگی، جمع‌گرایی، رفاقت و اعتماد، پشتوانه نحوه ادغام و اشتراک منابع مالی آنها بود. این یافته‌ها به درک ما از نحوه مشارکت و تعامل زنان کارآفرین با یک طرح تأمین مالی جامعه در تلاش‌های خود برای ارتقای کسب و کار خود در بازارهای مالی کمک می‌کند که در آن سوگیری‌های جنسیتی وجود داشت. چنین درکی دارای پیامدهای علمی، سیاسی و اجتماعی است.

ختار و آگراوال<sup>۲</sup> (۲۰۲۳)، در مطالعه خود با عنوان تکامل به عنوان یک کارآفرین: داستان زندگی برای مطالعه زنان کارآفرین هندی بیان داشتند، روایت‌های زنان کارآفرین هندی نشان می‌دهد، که هویت کارآفرینی زنان هندی فرآیندی رشدی است، که تحت تأثیر دوره‌های مختلف در مراحل مختلف زندگی (کودکی، نوجوانی، ازدواج و مادری) قرار گرفته است. اپیزودهای زندگی بر ایجاد و تجلی این هویت کارآفرینی تأثیر گذاشت که منجر به ظهور کارآفرینی به عنوان یک انتخاب شغلی شد.

---

<sup>1</sup> -Amon

<sup>2</sup> -Vrinda & Upasna



بنابراین با بررسی پیشینه پژوهش، و با وجود اینکه، امکانات دولتی و غیردولتی برای استخدام های دستمزدی محدود است، بسیاری از زنان دانش آموخته با اتکاء به توانمندی های تخصصی، مهارتی و تجربی خود اقدام به ایجاد کسب و کار شخصی در قالب خوداشتغالی یا کارآفرینی می کنند. زنان می توانند در فرایند کارآفرینی با به کارگیری سرمایه هایی چون دانش، مهارت، خلاقیت، مسؤولیت پذیری موجب ایجاد کسب و کارهای جدید در حوزه آموزشی شده و علاوه بر اشتغالزایی و تولید درآمد زمینه تغییرات فرهنگی در مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان را در عرصه های مختلف جامعه فراهم و موجب گسترش فرهنگ برابری جنسیتی و تغییر کلیشه های اشتغال در جامعه شوند. از آنجاکه کارآفرینی آموزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، اشتغال، رفاه و سلامت روحی و جسمی می تواند در توسعه کشور نقشی بسیار مهم و برجسته داشته باشد و نیز با توجه به ضرورت توسعه کارآفرینی زنان، لازم است. به منظور توسعه کارآفرینی زنان در بخش آموزش، این موضوع از جنبه های گوناگون بررسی شده و مدل مناسبی طراحی گردد.

### سوال تحقیق

مدل مناسب توسعه فعالیت های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش چگونه است؟

### روش تحقیق

پژوهش حاضر جزء طرح های ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزار سازی است. جهت شناسایی و تعیین مولفه های مدل توسعه فعالیت های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش، بر اساس دلایل شناسایی شده، از رهیافت گراند تئوری بهره گرفته شد. به طور کلی، بنا به دو دلیل رویکرد کیفی جهت دستیابی به اهداف این بخش از مطالعه برگزیده شد. دلیل اول، بنا بر دیدگاه محققان بررسی ژرف و عمیق مولفه های توسعه فعالیت های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش بود، تا از تمامی جهات و با یک دید کلی نگر به موضوع نگریسته شود و این امر با ماهیت روش های کیفی همخوانی دارد. بر این اساس روش پژوهشی گراند تئوری برگزیده شد، که ظهور و بروز مفاهیم و تئوری های موجود در پدیده های طبیعی از ویژگی های ذاتی آن محسوب می شود. دلیل دوم، قصد نهایی محققان طراحی مدل توسعه فعالیت های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش می باشد. با در نظر گرفتن این نکته که نظریه ای در این مورد وجود نداشت. لذا، از نظر محققان بررسی موشکافانه به منظور استخراج متغیرهای مورد نیاز جهت ادامه فرآیند تحقیق، ضروری بود.

جامعه آماری در این بخش دربرگیرنده کارآفرینان زن در حوزه آموزش می‌باشد. زنانی که مشاغل آموزشی را تاسیس و پایه‌گذاری نموده‌اند، هم‌چون مدارس غیردولتی، موسسات آموزش عالی، آموزشگاه‌های آزاد فنی-حرفه‌ای یا هنری، آموزشگاه‌های علمی، آموزشگاه‌های زبان، مراکز پژوهشی، مراکز مشاوره و راهنمایی، تولیدکنندگان پادکست‌ها و محتوای آموزش‌های آنلاین. به منظور نمونه‌گیری، دو معیار مورد ملاک قرار گرفت. زنانی که موسس یا پایه‌گذار مشاغل آموزشی بوده و ۵ سال از تأسیس آن شغل گذشته باشد. جهت گردآوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند، از نوع موارد مطلوب استفاده گردیده و از نمونه‌هایی به عنوان مطلعین کلیدی استفاده گردید. اطلاعات جمع‌آوری شده؛ از نفر بیست و پنجم به اشباع نظری رسید. یعنی مشارکت کنندگان دیگر داده‌های جدیدی ارائه نکردند و به نحوی اطلاعات بعدی تکراری بود ولی برای اطمینان بیشتر تا نفر سی‌ام مصاحبه‌ها ادامه پیدا کرد. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختمند بود تا به شرکت کنندگان اجازه دهد آزادانه به توصیف تجارب و دیدگاه خود بپردازند. در طی مصاحبه، از شرکت کنندگان سؤالاتی در ارتباط با پدیده مورد بررسی، در مدت زمان تقریبی ۳۰ تا ۵۰ دقیقه پرسیده شد. مصاحبه‌ها به وسیله ضبط صوت ثبت گردید. برای برخی مشارکت کنندگان نیز سؤالات مصاحبه از طریق فضای مجازی و ایمیل ارسال گردید. اعتبار یافته‌های کیفی به شیوه گوبا و لینکلن<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) انجام شد. آن‌ها به جای استفاده از واژگان اعتبار و روایی از معیار "اعتمادپذیری یا قابلیت اعتماد" جهت ارزیابی کیفیت نتایج کیفی استفاده می‌کنند. قابلیت اعتماد، به بیانی ساده، میزانی است که در آن می‌توان به یافته‌های یک تحقیق کیفی متکی بود و به نتایج آن‌ها اعتماد کرد. در تحقیق کنونی از روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته، استفاده شده است. در رابطه با پایایی مصاحبه شونده به چگونگی هدایت سؤالات اشاره می‌شود. در روش توافق درون موضوعی دو کدگذار<sup>۲</sup>، از یک همکار آشنا به تحلیل مضمون درخواست می‌شود تا به عنوان کدگذار ثانویه در پژوهش مشارکت کند. در ادامه محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرد و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود برآمد. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد بود قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید قرار گرفت و می‌توان

<sup>۱</sup> - Lincoln

<sup>۲</sup> - Intercoder Reliability

ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌ها در پژوهش حاضر مناسب است. داده های جمع آوری شده در طول فرآیند مصاحبه به وسیله فرآیند کد گذاری باز، محوری و انتخابی به دست آمده و تحلیل شد.

### یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی براساس رویکرد نظریه مبنایی طی سه مرحله کد گذاری انجام شد. براساس این رویکرد پژوهشگر به جای استفاده از تئوری‌های از پیش تعریف شده؛ با استفاده از اطلاعات گردآوری شده از طریق مصاحبه؛ خود به تدوین یک نظریه جدید می پردازد. بدین ترتیب، مفاهیم گردآوری شده مربوط به هر یک از پرسش‌ها با دقت مطالعه و بررسی شدند. در بازبینی های مکرر نکات مهم و برجسته هر مصاحبه یادداشت و موارد تکراری حذف گردید. پس از بازخوانی مکرر همه متن‌ها و حذف موارد تکراری و مشابه، مفاهیم ثبت شده حاصل اظهارات شرکت کنندگان در مصاحبه بررسی شد.

پس از مرحله کد گذاری باز و استخراج مفاهیم و عبارات کلیدی، در مرحله کد گذاری محوری می‌بایست کدهای استخراج شده دسته‌بندی و براساس ابعاد نظریه مبنایی ساماندهی شوند. کد گذاری محوری گردآوری شده از مصاحبه با شرکت کنندگان بررسی شد.

در مرحله بعد، کد گذاری محوری انجام می‌گیرد. به این صورت که کدهای گزینشی در دسته‌های مشابه قرار گرفته و یک کد واحد را شکل می‌دهند. که در جدول زیر نتایج آورده شده است.

جدول ۱. کد گذاری گزینشی گردآوری شده از مصاحبه با شرکت کنندگان

کد گذاری گزینشی	کد گذاری محوری	کد گذاری باز
	انگیزه و نیاز مالی	میل به کسب درآمد، میل به اشتغال زایی، جاه طلبی در کسب ثروت و قدرت، تأمین امنیت اقتصادی، بیکاری،
انگیزه و نیاز	انگیزه پیشرفت	میل به انجام فعالیت متناسب با علاقه و رشته تحصیلی، پشتوانه امن و جایگزینی برای کارمندی، نارضایتی از شرایط کنونی
	نیاز به توجه و احترام	نیاز به دیده شدن به عنوان یک زن موفق، نیاز به توجه، نیاز به جلب احترام جامعه

<p>تمایل زنان به مشاغل آموزشی، شغل با استرس کم، تمایل ذاتی به مراقب بودن، نزدیکی به نقش مادرانه</p>	<p>نقش متناسب با روحیه زنان</p>	<p>جذابیت شغل</p>
<p>توانایی جذب منابع، دسترسی به سرمایه مورد نیاز، کمکهای مالی اطرافیان، در اختیار داشتن وثیقه جهت اخذ وام</p>	<p>دسترسی به منابع مالی</p>	<p>شرایط مالی</p>
<p>قدرت تجزیه و تحلیل شرایط اقتصادی و بازار، بررسی رقبا و موسسات آموزشی دیگر، تحلیل نقاط قوت و ضعف کار، تشخیص</p>	<p>درک شرایط بازار</p>	<p>شرایط مالی</p>
<p>پردرآمدترین کار آموزشی در شرایط فعلی مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت گفتگوی موثر، تشخیص فرصت، آشنایی با آداب مشتری مداری، ارتباط سازی با مشتری، مهارت‌های تعاملی، مهارت‌های مدیریتی، مهارت کارگروهی، تحمل استرس، ارتباط با کارآفرینان موفق استانی و کشوری، تعاملات با سازمانهای مرتبط با کارآفرینی.</p>	<p>مهارت های فردی</p>	<p>توانمندی های</p>
<p>مهارت در استفاده از وسایل آموزشی و کمک آموزشی و فناوری نوین، توانایی حل مسئله طراحی و تدوین اهداف و برنامه های راهبردی، دانش تخصصی شغل، آموزش،</p>	<p>مهارت های فردی</p>	<p>فردی</p>
<p>جذب و سازماندهی نیروی انسانی، بازاریابی و فروش محصولات، شناخت نیاز جامعه، بینش کارآفرینانه، رشته تحصیلی، دانش محلی و</p>	<p>دانش و تخصص</p>	<p>توانمندی های</p>
<p>بهره مندی از منابع اطلاعاتی بومی، آشنایی با ساختار و قوانین رسمی بانکی، داشتن اطلاعات کافی در مورد شغل، آگاهی از</p>	<p>دانش و تخصص</p>	<p>فردی</p>

<p>وضعیت کسب و کار، توانایی در درک و شناخت موقعیت های کارآفرینی خودآزمایی، آمادگی برای تغییر، مثبت اندیش بودن، حوصله و صبر داشتن، خلاقیت، نوآوری، قدرت ریسک و خطر، استقلال طلبی، اعتماد به نفس، مسئولیت پذیری، داشتن اراده و پشتکار، توفیق طلبی، آرمان گرایی، هوش شناختی، خودشناسی، ثبات روانی، بلندپروازی، تاب آوری در برابر سختیها و شکستها، نظم و انضباط فردی، آینده نگری، سنت شکنی، عملگرایی و جسارت انجام کار</p>	ویژگی های شخصیتی
<p>همسویی خانواده، مشارکت و تشویق افراد خانواده، سرمایه فرهنگی خانواده، فرهنگ کارآفرینی در خانواده، حذف فرهنگ مردسالارانه، همکاری مردان با زنان، نگهداری از فرزندان، فرهنگ توسعه ای خانواده، احترام به برابری جنسیتی در خانواده، سبک ارتباطی خانواده</p>	حمایت عاطفی خانواده
<p>پشتیبانی خانواده در صورت شکست در کار، همکاری در تهیه ملزومات شغلی، چگونگی فعالیت و مشارکت اقتصادی در خانواده و اجتماع، چگونگی برخورد خانواده در حل مسائل مالی و اجتماعی</p>	حمایت خانواده حمایت مالی خانواده
<p>تعادل بین زندگی حرفه ای و خانوادگی، همکاری در مدیریت مسئولیت ها، انجام صحیح وظایف و نقش ها</p>	برقراری توازن نقش ها

تدریس در کلاس درس، اجرای روش‌های مختلف تدریس، تجربه تعامل و رفتار با کودکان و نوجوانان، شرکت در المپیادها و مسابقات علمی	تجربه آموزش و تدریس	تجربه
تجربه مدیریت مراکز آموزشی، مدیریت سمینارها و کنفرانس‌های آموزشی، مدیریت جشنواره‌های علمی، سردبیر مجلات و نشریات علمی	تجربه در مدیریت آموزشی	
باور جامعه به توان زنان در زمینه کارآفرینی، ذهنیت سنتی جمعی، از بین بردن کلیشه‌های زنان در رسانه‌های جمعی، تقلیل مسائل اجتماعی حوزه زنان، زنان به عنوان سرمایه اجتماعی	نگرش افراد جامعه	
سقف شیشه‌ای و محدودیت‌های زنان، بهره‌وری از ویژگی‌ها و مزیت‌های جنسیتی زنان، توانایی زنان در حوزه آموزشی، توانایی به عهده گرفتن مسئولیت مدیریت مراکز آموزشی	نگرش مسئولان	نگرش جنسیتی
اعتماد به درآمدها بودن و توانایی بازپرداخت وام‌های اخذ شده، تسهیل در اعطای وام، قبول تضمین‌های کارآفرینی	نگرش موسسات مالی	
عدم شایسته‌سالاری در تصدی مدیریت آموزشی، تصمیمات سیاسی بجای تخصصی	مدیریت سیاسی آموزش	سیاست زدگی
کاهش تصدی دولت در امور آموزشی، عدم خصوصی سازی آموزشی به معنای واقعی	تخصیص مجوزها به افراد سیاسی	آموزش

برگزاری سمینارها و همایش ها، توسعه فرهنگ کارآفرینی زنان، سهولت دسترسی به اطلاعات برای زنان، آموزش مهارت های مورد نیاز زنان، برگزاری کارگاههای عملی تضمین ایمنی اجتماعی، احساس امنیت و آرامش، محیطی عاری از تنش و هیجان، پرهیز از اعمال زور و فشار	توانمند سازی زنان	عوامل فرهنگی و اجتماعی
پذیرش زنان بعنوان عضوی مفید از جامعه، ایجاد فرهنگ کارآفرینانه	ایجاد محیط کاری سالم برای زنان	
پذیرش هزینه های گزاف آموزشی توسط خانواده ها، تلقی هزینه آموزش به عنوان سرمایه گذاری، اقبال مردم به آموزش های با کیفیت، استفاده از آموزش های عملی جهت تقویت فردی و توسعه اجتماعی	آموزش به عنوان سرمایه گذاری	اهمیت آموزش در جامعه
استفاده موثر از شبکه های اجتماعی بویژه اینستاگرام، شبکه سازی، دسترسی به شبکه جهانی و عرضه خدمات در بازار مجازی، فناوری های مرتبط با آموزش	آموزش به عنوان توسعه فردی و اجتماعی	
ارائه آموزش ها بصورت آنلاین و غیرحضوری، تولید محتوا و عرضه بصورت الکترونیک، ابداع روش های آموزش خلاقانه مجازی	شبکه های اجتماعی و ارتباطی	فناوری اطلاعات و ارتباطات
ابزارها و تجهیزات پیشرفته ارتباطی، اینترنت در دسترس و پرسرعت، اجازه استفاده از	آموزش الکترونیک	
	تجهیزات و امکانات فناوری	

اپلیکشن‌های آموزشی، اجازه ورود تجهیزات مورد نیاز به کشور	تسهیل و تسریع در روند صدور مجوز	شرایط اخذ مجوز
سهولت اخذ مجوزهای شروع و توسعه یک کسب و کار، برطرف نمودن قوانین دست و پاگیر صدور مجوز	عدالت در واگذاری مجوزها	
عدم تبعیض در واگذاری مجوز مراکز آموزشی، حق برابر همه مردم در اخذ مجوز سیاستها، قوانین و مقررات درباره کارآفرینی زنان، تعدیل قوانین خانواده در زمینه منع خروج زنان از خانه، ساده سازی مقررات پیچیده و دست و پاگیر، اصلاح نظام مالیاتی، کاهش بورکراسی، حمایت نهادهای دولتی و زیربنایی، تدوین برنامه راهبردی کارآفرینی در حوزه آموزش، تدوین قوانین و دستورالعمل های توسعه کارآفرینی	وضع قوانین حمایتی برای زنان	ایجاد بسترهای قانونی و نهادی
همکاری نهادهای مرتبط در زمینه کارآفرینی، ایجاد هماهنگی نهادی و بین نهادی	ایجاد نهادهای رسیدگی به کارآفرینی زنان	
الگوسازی و آگاهی از مدل‌های بین‌المللی، تحقیقات در زمینه کسب و کارهای نوظهور، تقویت خوداشتغالی و بخش غیردولتی	اصلاح ساختارهای کارآفرینی	
چارچوب‌های قانونی، برقراری امنیت شغلی برای زنان کارآفرین، تأمین اجتماعی و بازنشستگی کارآفرینان زن، اعمال سیاست- هایی برای مراقبت از کودکان زنان کارآفرین، ثبات سیاسی، عم انتخاب سیاسی مدیران	سیاست‌های مناسب دولت	ایجاد بسترهای سیاستی و حمایتی



آموزشی، سیاست‌های تشویقی دولت، کاهش حجم تصدیگری دولت در امر آموزش	ارائه تسهیلات و تخصیص اعتبارات
کاهش کارمزد، متعادل سازی شرایط بیمه، اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره کم	
رصد مداوم وضعیت اشتغال و کارآفرینی زنان، ارائه خدمات مشاوره‌ای شغلی و حرفه‌ای و حقوقی به زنان، تخصیص و کیل به هر یک از زنان کارآفرین	حمایت حقوقی از زنان کارآفرین
صندوق‌ها و کانون‌های حمایتی، حمایت و مشارکت خیرین از زنان کارآفرین، انجمن‌های تخصصی و شغلی، انجمنهای زنان، مشاوران تخصصی، گروههای فارغ التحصیلان، ایجاد تشکل‌های شغلی و حرفه‌ای جهت	ایجاد انجمن‌ها و نهادهای حمایتی
ایجاد شبکه تعاملی، ایجاد واحدهای کارشناسی اشتغال و خودکفایی جهت ارائه مشاوره به کارآفرینان	ایجاد بسترهای فرهنگی و اجتماعی
تقویت مهارت‌های آموزش، آموزش مهارت‌های کارآفرینی، تدوین محتوای مناسب، بومی سازی آموزش، هماهنگی آموزش با نیاز جامعه، استفاده از تجربیات زنان کارآفرین به عنوان محتوا، حمایت‌های مشاوره‌ای، سرمایه گذاری آموزشی، همزمانی آموزشهای علمی و عملی	توانمندسازی زنان
	ارتقاء سطح فرهنگ اجتماعی

توسعه ارزش‌های اجتماعی، زنان به مثابه میانجی‌گران فرهنگ و سنت، حمایت از حقوق زنان، ایجاد فرهنگ		
کارآفرینانه، تامین امنیت اجتماعی برای حضور زنان، اعتماد جامعه به زنان در راه اندازی کسب و کار، تغییر کلیشه‌های جنسیتی، ایجاد موقعیت اجتماعی مؤثر برای زنان کارآفرین، جشنواره‌ها و جوایز کارآفرینی، تجلیل از زنان کارآفرین	حمایت مردم محلی از کسب و کار زنان	
استفاده از ظرفیتها و پتانسیلهای محله‌ای در حمایت از زنان، ترجیح استفاده از خدمات زنان		
قیمت مواد اولیه، مالکیت محل اجرای طرح کارآفرینی، عدم دخالت دولت در قیمت گذاری، دسترسی به بازار فروش، خرید تضمینی محصولات تولید شده از جانب دولت، مدیریت تورم، امنیت دارایی‌های افراد	تأمین امنیت سرمایه گذاری	
ارائه فرصت و امکانات به شهروندان برای بروز ایده‌های کسب و کار خلاقانه	همکاری بانکهای عامل در تأمین منابع مالی	ایجاد بسترهای اقتصادی
تسهیل دسترسی به منابع تولید و مالی برای زنان، تسهیل در دسترسی به زمین، ساختمان‌هایی جهت اجرای طرح کارآفرینی، عدالت در دسترسی به منابع مالی	دسترسی به منابع موردنیاز	
تضمین شغل مناسب و طولانی مدت برای زنان، استقلال مالی زنان	امنیت شغلی و استقلال مالی	پیامدهای اقتصادی

گسترش کسب و کارهای خرد، بهبود کیفیت آموزش در نتیجه افزایش رقابت، اشتغال زایی در جامعه	افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد	
کمک به معیشت خانواده کارآفرین و خروج از بحران اقتصادی، هزینه بیشتر جهت تحصیل فرزندان و در نتیجه آموزش با کیفیت تر توسعه فرهنگی جامعه، رشد و ارتقاء ارزش- های آموزشی	تقویت بنیان فرهنگی و آموزشی جامعه	پیامدهای آموزشی و فرهنگی
استقلال مالی زنان، تقویت اعتماد به نفس زنان جامعه پذیر شدن فرزندان، ارزش های درونی شده فرزندان	اعتماد به نفس اقتصادی زنان پرورش اجتماعی فرزندان	
بهره مندی همه اقشار جامعه از ثروت، برقراری عدالت اجتماعی	توزیع عادلانه ثروت	
رشد و تعالی جامعه، ارتقاء ارزش های اجتماعی	رشد همه جانبه اجتماعی	توسعه پایدار
استفاده از ظرفیت های زنان در مسئولیت های آموزشی،	استفاده از ظرفیت زنان	
افزایش امید به زندگی زنان، تنوع پذیر شدن زنان، استقلال اجتماعی زنان، افزایش اعتماد به نفس زنان، کسب جایگاه واقعی اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی روانی زنان، شادابی زنان، آرامش روحی و روانی، ارتقای روحیه کار، افزایش قدرت تصمیم گیری، ارتقای مهارت بیان عقاید، تقویت جسمی و روانی	ارتقای کیفیت اجتماعی در زندگی زنان	پیامدهای اجتماعی
بهبود نقش زن در جامعه، از بین بردن تعصبات نادرست	ارتقای جایگاه زن در جامعه	

درباره زنان در جامعه، به رسمیت شناختن  
حضور زنان، مقابله با تفکیک جنسیتی، ارزش  
ازوده جنس زن

پذیرش توانمندی زنان جامعه      قبول توان زنان در ایجاد شغل و کار

با توجه به عبارات کلیدی و مفاهیم ثبت شده، ابعاد الگوی نظریه‌ی مبنایی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۲. فرآیند مقوله‌سازی در مرحله کدگذاری محوری

یافته‌های استخراج شده از فرآیند کدگذاری

ابعاد	مقوله اصلی	زیرمقوله‌ها و عبارات کلیدی مرتبط
توانمندی فردی	انگیزه و نیاز	انگیزه و نیاز مالی
	جذابیت شغل	انگیزه پیشرفت
	شرایط مالی	نیاز به توجه و احترام
	توانمندی‌های فردی	نقش متناسب با روحیه زنان
		دسترسی به منابع مالی
		درک شرایط بازار
		مهارت‌های فردی
حمایت خانواده	حمایت خانواده	دانش و تخصص
	تجربه	ویژگی‌های شخصیتی
	نگرش جنسیتی	حمایت عاطفی خانواده
	سیاست زدگی آموزش	حمایت مالی خانواده
		برقراری توازن نقش‌ها
		تجربه آموزش و تدریس
		تجربه در مدیریت آموزشی
	نگرش افراد جامعه	

نگرش مسئولان نگرش موسسات مالی مدیریت سیاسی آموزش تخصیص مجوزها به افراد سیاسی		
توانمند سازی زنان ایجاد محیط کاری سالم برای زنان هنجارهای اجتماعی آموزش به عنوان سرمایه گذاری آموزش به عنوان توسعه فردی و اجتماعی شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی آموزش الکترونیکی تجهیزات و امکانات فناوری تسهیل و تسریع در روند صدور مجوز عدالت در واگذاری مجوزها	عوامل فرهنگی و اجتماعی اهمیت آموزش در جامعه فناوری اطلاعات و ارتباطات شرایط اخذ مجوز	فرهنگ زنبه‌ای
ایجاد انجمن ها و نهادهای حمایتی توانمندسازی زنان ارتقاء سطح فرهنگ اجتماعی حمایت مردم محلی از کسب و کار زنان تأمین امنیت سرمایه گذاری همکاری بانکهای عامل در تأمین منابع مالی دسترسی به منابع مورد نیاز	ایجاد بسترهای قانونی و نهادی ایجاد بسترهای سیاسی و حمایتی ایجاد بسترهای فرهنگی و اجتماعی ایجاد بسترهای اقتصادی	رسمی
امنیت شغلی و استقلال مالی افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد بهبود درآمد خانوار تقویت بنیان فرهنگی و آموزشی جامعه اعتماد به نفس اقتصادی زنان	پیامدهای اقتصادی پیامدهای آموزشی و فرهنگی توسعه پایدار پیامدهای اجتماعی	پایه

---

پرورش اجتماعی فرزندان  
توزیع عادلانه ثروت  
رشد همه جانبه اجتماعی  
استفاده از ظرفیت زنان  
ارتقای کیفیت اجتماعی در زندگی زنان  
ارتقای جایگاه زن در جامعه  
پذیرش توانمندی زنان جامعه

---

براساس جدول فوق، مقوله‌های اصلی و زیرمقوله‌ها استخراج شدند. همانطور که ملاحظه شد، همزمان با مفهوم‌سازی و مقوله‌ای کردن مفاهیم، به تدریج ارتباط بین مقوله‌های اصلی و زیرمقوله‌های مربوطه مشخص شد و در مجموع ۲۰ مقوله اصلی، ۴۸ مقوله فرعی استخراج گردید. در واقع، پژوهشگر در این مرحله براساس تجارب و برداشت خویش از کدگذاری محوری و با الهام گرفتن از ادبیات نظری پژوهش و انجام مصاحبه‌ها، دریافت راهنمایی‌ها و نظرات اصلاحی متخصصان و اساتید، الگوی پارادایمی (الگوی سرمشق) براساس رابطه بین ابعاد مختلف در نظریه مبنایی را مشخص نمود. در ادامه الگوی پارادایمی " توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش " ارائه شده است.



شکل ۱. الگوی پارادایمی توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در حوزه آموزش

### بحث و نتیجه‌گیری

به طور کلی کارآفرینی را می‌توان فرآیندی پویا در نظر گرفت که با بهره‌گیری از نیرو و انگیزه افراد مستعد در راستای خلق و اجرای ایده‌های جدید حرکت می‌کند. در چنین فضایی کارآفرینان می‌توانند به عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر دستیابی به آینده مطلوب جوامع مطرح شوند؛ بنابراین، کارآفرینی فرصت‌های جدیدی را برای افراد ایجاد می‌کند تا بتوانند سطح درآمد خود را بهبود بخشند، دارایی و سرمایه خود را افزایش دهند و در نهایت استاندارد زندگی خود را رشد دهند (خیاط و همکاران، ۱۳۹۹). با پذیرش این موضوع، که کارآفرینی یکی از کلیدی‌ترین مؤلفه‌های توسعه و پیشرفت در جامعه است، توجه به این موضوع که زنان، به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال جامعه، در این عرصه در چه جایگاهی قرار دارند نیز اهمیت می‌یابد؛ چراکه قطعاً نمی‌توان نقش آن‌ها را در صحنه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نادیده گرفت. با وجود این ضرورت، زنان هنوز نتوانسته‌اند به جایگاه اصلی نقش‌آفرینی خود در توسعه دست یابند. اتفاق نظر اندیشمندان توسعه در این است که تئوری‌ها و سیاست‌های پیشنهادشده در زمینه کارآفرینی زنان، نارسایی‌هایی داشته و از کارآمدی لازم برای تمهید حضور و ایفای نقش زنان سازگار با نقش‌ها و مسائل جنسیتی در توسعه برخوردار نیست (خسروی، ۱۴۰۱). در حوزه مربوط به آموزش نیز کارآفرینی زمانی شکل می‌گیرد که افراد، سازمان‌ها و گروه‌ها با به کارگیری نوآوری‌ها به راه‌اندازی کسب و کارهای آموزشی اقدام کنند؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی آموزشی شامل افرادی می‌شود که با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود و با شناسایی حوزه‌های جذاب در حوزه آموزش، با به کارگیری کارآمد و مؤثر منابع موجود به راه‌اندازی کسب و کار اقدام می‌کنند؛ یعنی افرادی که در محیط‌های آموزشی به توسعه محصولات و خدمات نوآورانه در حوزه آموزش اقدام کنند (دباغی، ۱۴۰۰). با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر نیز نقش زنان از مدیریت امور خانه به فعالیت در سطوح اقتصادی اجتماعی تغییر یافته است، می‌توان گفت توسعه همه‌جانبه کشورها جز با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های این بخش از جامعه اتفاق نمی‌افتد؛ به طوری که یکی از مهم‌ترین معیارها برای سنجش درجه توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است، که زنان در آن کشور دارند؛ چراکه امروزه تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرآیند توسعه اقتصادی و محقق‌شدن عدالت اجتماعی، در گرو توجه به زنان به عنوان نیروی فعال و سازنده است؛ از این رو،



با توجه به اهمیت کارآفرینی زنان و کارآفرینی آموزشی، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه کارآفرینی زنان در حوزه آموزش طراحی و اجرا شد که در ادامه به بیان نتایج پژوهش پرداخته می‌شود. در مدل ارائه شده در این پژوهش که در زمره مدل‌های پارادایمی قرار دارد، توسعه کارآفرینی آموزشی زنان ایران به عنوان سازه محوری مدنظر قرار گرفته است، و شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها نیز به عنوان دیگر اجزای مدل لحاظ شده‌اند؛ بنابراین می‌توان گفت شرایط علی توسعه کارآفرینی آموزشی زنان، به وقوع و گسترش کارآفرینی آموزشی زنان ایران منجر می‌شوند؛ به عبارت دیگر، شرایط علی، شرایطی است که بر مقوله محوری اثرگذار است؛ شروطی لازم ولی ناکافی برای دستیابی به پیامدهای حاصل از به کارگیری راهبردهاست؛ به گونه‌ای که وجود هر یک از موارد ذکر شده می‌تواند محرک فرد در ایجاد کسب و کارهای آموزشی شود. عوامل مداخله‌گر، بخش دیگری از مدل پژوهش هستند، که در راستای تسهیل یا محدودیت تأثیر شرایط علی بر توسعه کارآفرینی آموزشی زنان عمل می‌کنند و در واقع شرایطی عمومی هستند، که راهبردها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ بنابراین می‌توان گفت عواملی همچون حمایت خانواده، تجربه، نگرش جنسیتی و سیاست‌زدگی آموزش می‌توانند، تأثیر شرایط علی را بر توسعه کارآفرینی آموزشی زنان تحت تأثیر قرار دهند. راهبردها، نیز بخش دیگری از مدل طراحی شده هستند، که خروجی حاصل از به کارگیری راهبردها، به طوریکه افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع گوناگون هر یک به سهم خود با اتخاذ این راهبردها می‌توانند در مسیر توسعه کارآفرینی آموزشی زنان ایران گامی مؤثر بردارند؛ به بیان دیگر، توسعه کارآفرینی آموزشی زنان از مسیر راهبردها می‌تواند به پیامدهای ارزشمند متعددی منجر شود، که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود. همان‌گونه که اشاره شد، پیامدهای توسعه کارآفرینی آموزشی زنان ایران، آخرین بخش از مدل پژوهش است، که نشان دهنده نتایجی است که در اثر راهبردها پدیدار می‌شوند؛ یعنی اتخاذ راهبردهای بیان شده در زمینه توسعه کارآفرینی آموزشی زنان می‌تواند موجب رشد اقتصادی، ایجاد آثار مثبت اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی و نیز ارتقای سطح توسعه کشور در سطوح مختلف آموزشی گردد.

پیامدهای اقتصادی کارآفرینی زنان، ایجاد امنیت شغلی (خسروی، ۱۴۰۱) و استقلال مالی زنان (ده یادگاری و همکاران، ۱۴۰۱)، بهبود درآمد خانوار (آمون<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۳؛ جی باداموسی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹) و افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور (آرند<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰) است. در نتیجه بهبود اوضاع مالی خانوار، اعتماد به نفس زنان جامعه افزایش یافته (آشا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸؛ مایر و مارتی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶) و بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه مستحکم می‌گردد (ریندا و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۳). با توزیع عادلانه ثروت در بین مردان و زنان، رشد اجتماعی (کلی<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۵)، ایجاد شده و توسعه پایدار (ورکیانپور و همکاران، ۱۳۹۸)، که هدف تمامی نظام‌های اقتصادی است به وقوع می‌پیوندد. هم-چنین کیفیت زندگی اجتماعی افزایش یافته (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴)، و جایگاه زن در جامعه ارتقاء می‌یابد.

نتایج این تحقیق با نتایج مطالعات فروتن، سفیری و میرساردو (۱۴۰۲)، با عنوان بررسی نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان، میرحسینی و عاشوری (۱۴۰۲)، با عنوان روایت زنان کارآفرین دانشگاهی از بازیابی نقش اجتماعی- اقتصادی خود در بستر کارآفرینی سطح خرد و متوسط، صادقی، عباس پور و شاهمرادی (۱۴۰۲)، با عنوان فراتحلیلی در زمینه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان، فاروق<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۲۴)، با عنوان رونمایی از مسیر فقرزدایی پایدار در پاکستان: بررسی نقش مداخلات مالی خرد در توانمندسازی زنان کارآفرین، آمون و همکاران (۲۰۲۳)، با عنوان تامین مالی جامعه در کارآفرینی: تمرکز بر زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه، ایوانوویچ و کوفنکو<sup>۹</sup> (۲۰۲۳) با عنوان افزایش کارآفرینی زنان در طول خصوصی سازی در صربستان، ساچتا و همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۲۰) با عنوان رویکرد کیفی نسبت به عوامل

---

1- Amon

2- Gbadamosi

3- Arend

4- Asha

5- Mair, & Martí

6- Vrinda

7- Kelley

8- Farooq

9- Ivanović, Kufenko

10- Sucheta

حیاتی برای توسعه پایدار کارآفرینی اجتماعی زنان در هند همخوان بوده و یافته‌های این پژوهش را مورد تأیید قرار می‌دهند.

### منابع

- بادزبان، فاطمه، رضائی مقدم، کورش، فاطمی، مهسا. (۱۳۹۹). کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط زنان روستایی استان فارس: کاربرد مقیاس تاب آوری در طول عمر کسب و کار راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷(۱۳): ۲۳-۱۲.
- خسروی، زهره. (۱۴۰۱). شناسایی و الویت بندی عوامل مؤثر در بروز فرصت های کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۳ تهران). **جغرافیا و روابط انسانی** ۴(۴): ۸۸-۷۱.
- حاجی‌لو، وحید، ولی‌زاده، حبیب، مقیمی، زهرا. (۱۳۹۹). شناسایی مؤلفه‌های سازماندهی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهرستان چالدران، **مطالعات راهبردی زنان**، ۲۳(۸۹).
- خیاط، بهناز، محمدیان، فریبا، ماجدی، نیما. (۱۳۹۹). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی ورزش زنان ایران. **مطالعات مدیریت ورزشی**، ۱۲(۶۲): ۱۳۵-۱۶۴.
- داوری، علی، رمضانپور نرگسی، قاسم، افراسیابی، راحله، داوری، الهه. (۱۳۹۷). تأثیر سیاست‌های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی**. ۱۱(۲): ۳۳۹-۳۲۱.
- دباغی، حمیده. (۱۴۰۰). رابطه دوسویه کارآفرینی زنان و امنیت اقتصادی. **فصلنامه علمی اقتصاد ایران و امنیت اقتصادی**. ۱(۳): ۱۴۲-۱۰۷.
- ده یادگاری، سعید، اشرف زاده افشار، افسانه، شهابی، الهه. (۱۴۰۱). طراحی مدل کارآفرینی زنان مبتنی بر راه اندازی کسب و کارهای الکترونیکی. **مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان**. ۲۰(۳): ۱۴۰-۱۱۰.
- سپهوند، رضا، مغوئی نژاد، مهدیه. (۱۳۹۶). تأثیر مدیریت منابع انسانی عملکرد بالا بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه ای رفتار شهروندی سازمانی. **مطالعات مدیریت بهبود و تحول**. ۲۶(۸۴): ۷۲-۵۳.
- سخته، شقایق، کریمی، آصف. (۱۳۹۷). عوامل موثر بر نوآوری باز در کارآفرینی دیجیتال. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی**. ۱۱(۴): ۷۳۷-۷۱۹.
- صادقی، حسین، عباس پور، اژین، شاهمرادی، گودرز. (۱۴۰۲). فراتحلیلی در زمینه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان. **زن در توسعه و سیاست**. ۲۱(۴): ۹۴۲-۹۲۳.

فروتن، مهنوش، سفیری، خدیجه، میرساردوو، طاهره. (۱۴۰۲). نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان، با رویکرد نظریه زمینه‌ای، (مورد مطالعه: زنان دانش‌آموخته آموزش عالی ساکن تهران).

**جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی.** ۱۰(۲۱): ۷۷-۱۰۲.

کاظمی، عالی، مقیمی، بهاره. (۱۳۹۷). بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی. فصلنامه **زن و جامعه.** ۹(۳۴): ۲۷۴-۲۴۹.

گودرزی، مهدی، جلالی فراهانی، مجید، رجیبی، حسین، حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۶). طراحی و تدوین الگوی توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان مدیریت ورزشی کشور. **رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی.** ۵(۱۸): ۹-۲۱.

میرزایی، عباس، لیانی، قاسم، آزر، حسن، و جمشیدی، سیامک. (۱۳۹۶). تعیین الگوی کشت بهینه بخش مرکزی شهرستان سیرجان با توجه به پایداری منابع آب و محیط زیست. **تحقیقات اقتصاد کشاورزی،** ۹(۴) (پیاپی ۳۶): ۲۸۳-۳۰۳.

مرادی، محمد علی، داوری، علی، منوچهری آملی، محمود. (۱۳۹۴). شناسایی و اولویت بندی سیاست‌های توسعه کارآفرینی بین‌المللی در بخش صنعت ایران. **سیاست‌نامه علم و فناوری.** ۵(۲): ۶۰-۵۰.

منصوری، سمانه، پیغامی، عادل، قاسمی، عاصمه. (۱۴۰۱). الگوی ارتقایافته کارآفرینی زنان مبتنی بر رویکردها و تحولات جدید مطالعات جنسیت. **زن در توسعه و سیاست.** ۲۰(۲): ۲۵۸-۲۳۵.

مودتی، مهدیه، ترابی، تقی، معمارنژاد، عباس، محمودزاده، محمود. (۱۳۹۷). عوامل نهادی رسمی و غیررسمی، کارآفرینی فرصت‌گرا و رشد اقتصادی به روش گشتاور تعمیم‌یافته. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی.** ۱۱(۳): ۵۳۹-۵۲۱.

میرحسینی، زهرا، آشوری، صغری. (۱۴۰۲). روایت زنان کارآفرین دانشگاهی از بازیابی نقش اجتماعی-اقتصادی خود در بستر کارآفرینی سطح خرد و متوسط. **مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان.** ۲۱(۲): ۳۳-۷.

ورکیانی پور، نفیسه، حسینی، سید محمدرضا، سمیعی، روح‌الله، اشرفی، مجید. (۱۳۹۸). ارائه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایدار روستایی در استان گلستان. **نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی.** ۱۹(۵۴): ۱۶۶-۱۴۷.

یعقوبی فرانی، احمد، سلیمانی، عطیه، موحدی، رضا، اسکندری، فرزاد. (۱۳۹۲). تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان). **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی.** ۶(۲): ۱۳۴-۱۱۵.

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 30(5): 595-621. 2.
- Arend, R. J. \2020\. Modelling Social Entrepreneurship: **Consideration of the Reacting Forces. Journal of Social Entrepreneurship**.
- Amon, S., Oyedele Martins, O., Eric, B., Léo-Paul, D. (2023). Community financing in entrepreneurship: A focus on women entrepreneurs in the developing world, **Journal of Business Research**, 163: 113962.
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D (2017). entrepreneurship: A review of literature. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 9(1), 31-65. 4.
- Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J., & Kou, G. (2015). IT capabilities.
- Carter, S. L., & Shaw, E. (2006). Women's business ownership: **Recent research and policy developments**. London: Report to the Small Business Service.
- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2013). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidence from the literature. **European Management Journal**, 32(3): 451-60.
- Farooq, S.H., Arif, U.D., Irshad Ahmed, S., Angelo, R. (2024). Unveiling the path to sustainable poverty alleviation in Pakistan: Investigating the role of microfinance interventions in empowering women entrepreneurs, **Scandinavian Journal of Management**, 40 (2): 101331.
- Gbadamosi, A. (2019). Women-entrepreneurship, religiosity, and value-cocreation with ethnic consumers: revisiting the paradox. **Journal of Strategic Marketing**, 27(4).
- Hancıoğlu, Y., Doğan, Ü. B., & Yıldırım, Ş. S. (2014). Relationship between uncertainty avoidance culture, entrepreneurial activity and economic development. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 150, 908-16.
- Henley, A. (2012). Job creation by self-employment: the roles of entrepreneurship and finance, **Small Business Economics**, 25, 175-196.
- Huang, K. H., Mas-Tur, A., & Yu, T. H. K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 8(4), 487-97.
- Ivanović Vladan, Vadim Kufenko (2023). It's a man's world? The rise of female entrepreneurship during privatization in Serbia, **Economic Systems**, 47 (3): 101091.
- Lincoln, Y., & Guba, E. G. (1985). **Naturalistic inquiry**. Newbury Park, CA: Sage.
- Hanohov, R., & Baldacchino, L. (2018). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 24(2): 333-58.
- Hasan, F. S., & Almubarak, M. M. S. (2016). Factors influencing women entrepreneurs' performance in SMEs. **World Journal of Entrepreneurship**, 12(2), 82-101.
- Huang, K. H., Mas-Tur, A., & Yu, T. H. K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 8(4), 487-97.
- Low, S. (2009). **Defining and measuring entrepreneurship for regional research: A new approach** Ph.D., University of Illinois at Urbana-Champaign.

- Modarresi, M., Arasti, Z., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2017). Growth barriers of women-owned home-based businesses in Iran: an exploratory study. *Gender in Management: An International Journal*, 32(4), 244-67.
- Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 163-81.
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *European Journal of Development Research*, 22 (3), 277-93.
- Molina, J. A. (2020). Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results. *Journal of Family and Economic Issues*, 41(1), 1-3.
- Reed, R., Storrud-Barnes, S., & Jessup, L. (2012). How open innovation affects the drivers of competitive advantage: Trading the benefits of IP creation and ownership for free invention. *Management Decision*, 50(1), 58-73.
- Revell-Love, C., & Revell-Love, T. (2016). Competencies of women entrepreneurs utilizing information marketing businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 831-53.
- Sucheta, A., Usha, L., Kanhaiya, S., Vivek, A., Anand, M. (2020). A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian cases, *Journal of Cleaner Production*, Volume 274.
- Saiz-Alvarez, J. M., Martínez, A. C., & Martínez, C. C. A. (2014). An entrepreneurial well-being model based on GEM data for Spain. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 2(5), 38-47.
- Sarfraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2(1), 1– 11.
- Shahraki, H., Movahedi, R., & Yaghobi-Farani, A. (2016). Examining the Cultural and Social Components of Rural Entrepreneurship: A Qualitative Study. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 749-767.
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3): 290-322.
- Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 359-81.
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. D., & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4): 579-88.
- Wood, M. S., Bylund, P., & Bradley, S. (2016). The influence of tax and regulatory policies on entrepreneurs' opportunity evaluation decisions. *Management Decision*, 54(5): 1160-82.

## **Presenting the development model of women's entrepreneurial activities in the field of education**

Quarterly Journal of Educational Leadership  
& Administration  
Islamic Azad University Garmsar Branch  
Vol.18, No 1, Spring 2024, No.67

### **Presenting the development model of women's entrepreneurial activities in the field of education**

**Zahra Sadat Hoseini<sup>1</sup>, Hamidreza Motamed<sup>2</sup>, Nima Shahidi<sup>3</sup>**

#### **Abstract:**

**Purpose:** The purpose of this study is to design a model for the development of women's entrepreneurial activities in the field of education.

**Method:** The current research is a part of sequential exploratory combined projects of the instrument-making type. The statistical population included female entrepreneurs in the field of education. To sampling, two criteria were used. Women who are the founders of educational businesses and 5 years have passed since the establishment of that business. To collect data, the purposeful sampling method of the desired type of cases was used. collected information; He reached theoretical saturation from the twenty-fifth place. But for more certainty, the interviews continued to 30 people. The data collection tool was semi-structured in-depth interviews. Also, the within-subject agreement method was used to calculate the reliability of the interviews.

**Findings:** The results showed that the causal conditions have the categories of motivation and need, attractiveness of the job, financial conditions and individual capabilities, the intervening conditions have the categories of family support, experience, gender attitude, education politicization, context: including the categories of cultural and social factors, the importance of education in society, information and communication technology, conditions for obtaining a license, Strategies: have the categories of creating legal and institutional platforms, creating policy and support platforms, creating cultural and social platforms, creating economic platforms and consequences: they have the categories of economic consequences, educational and cultural consequences, sustainable development, social consequences.

**Conclusion:** Therefore, the strategies expressed in the field of women's educational entrepreneurship development can cause economic growth, create positive social effects and reduce social harms, as well as improve the level of development of the country in different educational levels.

**Keywords:** entrepreneurial activities, women, education.

---

<sup>1</sup> - PhD. Student, Department of Educational Administration, Kazerun Branch, Islamic Azad University, Kazerun, Iran.

<sup>2</sup> - Assistant Professor, Department of Educational Administration, Kazerun Branch, Islamic Azad University, Kazerun, Iran.

<sup>3</sup> - Assistant Professor, Department of Educational Administration, Noorabad Mamasani Branch, Islamic Azad University, Noorabad Mamasani, Iran.