

مرور سیستماتیک مطالعات کارآفرینی زنان*

نسرین عربی^۱، علی اکبر مجدی^{۲*}، غلامرضا حسنی درمیان^۳، حسین اکبری^۴

- ۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: nnarabinn82@gmail.com
- ۲- نویسنده مسئول*، دانشیار گروه آموزشی علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: majdi@um.ac.ir
- ۳- دانشیار گروه آموزشی علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: gh-hassani@um.ac.ir
- ۴- دانشیار گروه آموزشی علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: h-akbari@ferdowsi.um.ac.ir

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>هدف پژوهش: رفع معضلات مربوط به توسعه پایدار و رشد جامعه ایران منوط به پرداختن به ابعاد مؤثر گوناگون در فرآیند توسعه است. از سوی دیگر، کشورهای در حال توسعه مانند ایران همواره با مشکلات متعدد تأمین اعتبار، ثبات مالی، سرمایه‌گذاری و ایجاد شغل همراه هستند. به ویژه این موضوع برای زنان با دشواری‌ها و موانع ساختاری، اجتماعی، فرهنگی و... بیشتری مواجه است. کارآفرینی و درآمدزایی زنان، به عنوان نیمی از جمعیت در هر کشور، نشان‌دهنده استفاده بهتر از پتانسیل‌ها و فرصت‌های موجود بر اساس نوآوری و خلاقیتی است که در عمل اعمال و اجرا می‌شوند و از این طریق باعث تبدیل نیروهای بالقوه توسعه به نیروهای بالفعل می‌گردد. از این روی، با گسترش فرصت‌های شغلی، بهره‌وری نیروی کار (اعم از زن و مرد) بالا رفته و در نتیجه باعث کاهش بیکاری، کاهش فقر، توسعه انسانی، اقتصادی، اجتماعی و در کل توسعه پایدار در جامعه اتفاق می‌افتد. وقتی صحبت از کارآفرینی زنان به میان می‌آید، اهمیت آن در کشورهای در حال توسعه مانند ایران بیشتر هم است لذا تاکنون مطالعات فراوانی در این زمینه صورت گرفته است. بر این اساس، ضرورت انجام یک مطالعه با استفاده از روش مرور نظام‌مند وجود داشت تا با نگاه انتقادی موجود در این روش، به بررسی مطالعات مربوط به این حوزه پرداخته و یک دید کلی از ذخیره دانش موجود در زمینه کارآفرینی ارائه گردد.</p> <p>روش پژوهش: برای درک دقیق ادبیات مربوط به کارآفرینی و کارآفرینی زنان، از روش مرور نظام‌مند با رویکرد تلفیقی، که ما را مقدور می‌کند به بررسی همزمان مطالعات کمی و کیفی بپردازیم، استفاده شد.</p> <p>یافته‌ها: بر اساس یافته‌ها، نتایج حاصل از این پژوهش‌ها پراکنده و حتی در برخی موارد متضاد هستند و قادر نیستند یک دید کلی از این مهم به محققان، صاحبان کسب و کار، مدیران و سیاست‌گذاران و... ارائه کنند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که حداقل دو نقد دیگر به مطالعات این حوزه وارد است که بر کاهش اعتبار یافته‌های آنها اثرگذار هستند: ضعف در نحوه تفسیر پژوهشگران - عدم توجه به نظریه‌های کارآفرینی. در انتها پرتکرارترین موانع کارآفرینی زنان و پرتکرارترین مؤلفه‌های اثرگذار بر آن که در طی سال‌های مختلف در تعداد مقالات بیشتری مورد توجه و بررسی قرار گرفته‌اند، ارائه می‌گردد.</p> <p>نتیجه‌گیری: استمرار پژوهش‌های دقیق و مفید در این زمینه از مهمترین وظایف جامعه علمی می‌باشد. با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهند تاکنون در هیچ یک از پژوهش‌های داخلی و خارجی انسجام علی و معینی در مورد عوامل مؤثر بر کارآفرین شدن و موفقیت زنان در کارآفرینی وجود ندارد. حتی گاهی نتایج کاملاً متناقض هستند.</p>	<p>نوع مقاله: پژوهشی</p> <p>تاریخچه مقاله:</p> <p>دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۱۰</p> <p>پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۰</p> <p>انتشار: ۱۴۰۵/۰۳/۱۸</p> <p>کلید واژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی زنان، مرور نظام‌مند</p>
<p>استناد: عربی، ن. مجدی، ع.ا. حسنی درمیان، غ.ر. اکبری، ح. (۱۴۰۵). مرور سیستماتیک مطالعات کارآفرینی زنان، <i>جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه</i>، ۱۵(۱)، ۳۳-۴۵.</p> <p>تمامی حقوق انتشار این اثر، متعلق به نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز می‌باشد.</p> <p>این مجله تابع سیاست دسترسی باز از نوع CC BY: 4 است.</p>	<p>doi 10.22034/jeds.2025.67185.1883</p>

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مهمترین دغدغه‌های کشورهای مختلف به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته یا در حال توسعه مانند ایران، دستیابی به توسعه پایدار یا قرار گرفتن در مسیر آن است. این مهم جز با توسعه همه جانبه در زمینه‌های گوناگون مانند توسعه اقتصادی، نیروی انسانی و ... امکان‌پذیر نیست. در حال حاضر ما در ایران با موانع متعددی برای دستیابی به توسعه پایدار مواجه هستیم. از مهمترین آن موانع گسترش فقر و بیکاری است. از سوی دیگر، بر اساس شاخص‌های مطرح شده سازمان ملل، اشتغال زنان و شرایط آنان در جامعه به عنوان نیمی از جمعیت، شاخص مناسبی برای فهم موانع توسعه اقتصادی و توسعه انسانی است. کارآفرینی زنان نقطه اتصالی است که عوامل اقتصادی و اجتماعی را به هم پیوند می‌زند.

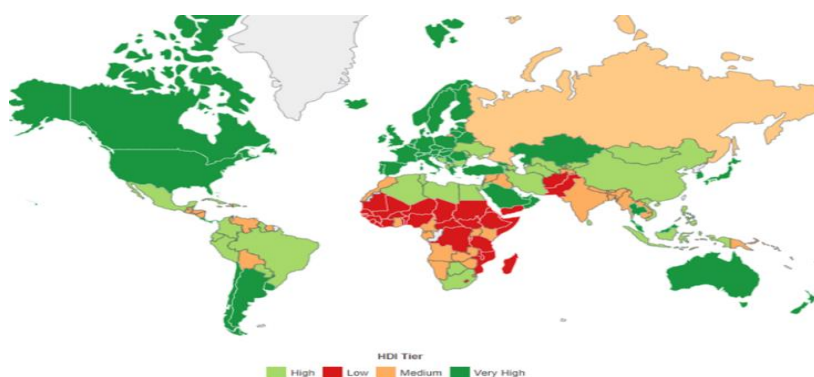
از سوی دیگر با در نظر گرفتن چالش‌های مربوط به جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری که نتایجی چون رشد اقتصادی، افزایش نرخ اشتغال، استفاده بهینه از منابع، افزایش بهره‌وری نیروی کار و ... را دچار اختلال می‌کنند، کارآفرینی تبدیل به یک راه‌حل کلیدی می‌شود که می‌توان از طریق آن علاوه بر تسهیل سرمایه‌گذاری، با روش‌های خلاقانه بهره‌وری منابع طبیعی، مالی و انسانی را ارتقاء داد. مشارکت زنان در فعالیتهای کارآفرینی نه تنها از درآمد خانواده حمایت می‌کند، بلکه نقش مهمی در توسعه اقتصادی، توسعه انسانی و رفاه اجتماعی جامعه دارد (سجاد و همکاران، ۲۰۲۰).

در این میان آمارهای مربوط به کارآفرینی زنان در سطح بین‌المللی و همچنین در ایران نشان می‌دهد که میزان اشتغال زنان در این حوزه و همچنین نرخ رشد کارآفرینی زنان نسبت به نرخ رشد اقتصادی کل، نرخ اشتغال و کارآفرینی و افزایش نرخ تحصیلات زنان، رضایت بخش نیست. بر اساس آمارها ۸۵ درصد از کل زنان در سن فعالیت و ۳۱ درصد از زنان تحصیلکرده بیکار هستند. همچنین نرخ مشارکت زنان بالای ۱۵ سال در فعالیتهای اقتصادی ایران در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ بین ۱۰ تا ۱۶/۳ درصد گزارش داده شده است که یک چهارم مشارکت مردان است. در مقیاس جهانی نیز این میزان یک سوم نرخ مشارکت زنان به میزان ۴۷/۶ درصد است (سوئدبرگ، ۱۳۹۷؛ گاشی و همکاران^۱، ۲۰۲۲؛ اصغرپور ماسوله و همکاران، ۱۳۹۹، گزارش بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، ۱۳۹۶، ممیز و همکاران، ۱۳۹۲).

از سوی دیگر اشتغال و کارآفرینی زنان به عنوان یکی از شاخص‌های مهم در توسعه انسانی هر جامعه محسوب می‌شود که بر رشد اقتصادی و توسعه پایدار اثرگذار است. تصویر زیر از گزارش سازمان توسعه سازمان ملل متحد^۲، شرایط کنونی توسعه انسانی میان کشورهای مختلف را نشان می‌دهد. همانطور که در تصویر مشاهده می‌شود وضعیت ایران با رنگ سبز کم رنگ مشخص شده که گویای توسعه بالا و قابل قبولی از این شاخص کلیدی توسعه است اما همانطور که ملاحظه می‌شود هنوز به وضعیت توسعه انسانی بسیار بالا که با رنگ سبز پررنگ مشخص شده است، نرسیده‌ایم. این موضوع لزوم پرداختن بیشتر به این مهم را مشخص تر می‌کند. از این فراتر، صرف دستیابی به توسعه بالا یا خیلی بالا تضمینی برای ادامه این شرایط و حفظ جایگاه کنونی در نسل‌های آینده نیست. لذا حتی کشورهایی که از توسعه بسیار بالای نیروی انسانی برخوردار هستند نیز می‌بایست به مطالعه و رصد مداوم این حوزه مهم بپردازند. پر واضح است که میزان این اهمیت در کشورهایی مانند ایران که در رده‌های بالا یا پایین توسعه انسانی قرار دارند، دوچندان است. و این لزوم پرداختن به موضوعات مؤثر در این زمینه را برای ما بیشتر می‌کند تا بتوانیم به درجه توسعه بسیار بالای توسعه انسانی دست بیابیم. بر این اساس در این پژوهش با مرور نظام‌مند مطالعات و مقالات مربوط به کارآفرینی زنان، می‌خواهیم با این پرسش پاسخ دهیم که چه عواملی بر کارآفرین شدن زنان اثرگذار هستند؟

1. Gashi, R., Gashi Ahmeti, H., Baliu, Elhame.

۲. شاخص توسعه انسانی (HDI) معیاری است که در برنامه توسعه سازمان ملل متحد برای تعیین کمیت «میانگین دستاورد یک کشور در سه بُعد اساسی توسعه انسانی: زندگی طولانی و سالم، دانش و سطح زندگی مناسب» تدوین شده است.

Human¹ Development Index (HDI) by Country 2024

ادبیات پژوهش

وبر در تحلیل رابطه خانوار با اقتصاد به تقسیم‌بندی نیروی کار خانوار پرداخته و بیان می‌کند که زنان قدیمی‌ترین افراد در اقتصاد پایه بوده‌اند (سوئدبرگ، ۱۳۹۷). آنها مسئول گردآوری مواد غذایی، زراعت و کشاورزی، نگهداری از دام، تولید صنایع دستی مانند فرش و محصولات لبنی، تهیه غذا و لباس و... بوده‌اند. تیلی و اسکات^۲ نیز در مطالعه‌ای با عنوان "زن، کار و خانواده" به روند شاغل شدن زنان می‌پردازند. آنها ابتدا به عنوان نیروی اقتصادی خانواده در داخل خانواده کار می‌کردند اما از قرن هجدهم و پس از انقلاب صنعتی به مرور و در مراحل گوناگون کار دستمزدی خارج از منزل، ابتدا بر اساس منافع خانواده و سپس بر اساس منافع شخصی، بهره‌مندی و رفاه شخصی و خانواده متداول شد. در این میان فشارهای ساختاری، سازمانی، جمعیتی و اقتصادی گوناگون مانند: فشارهای ناشی از کار در منزل، تعداد افراد تحت تکفل خانواده، نگهداری و تربیت کودکان، تضاد منافع میان اعضای خانواده و ... برای زنان چالش‌های گوناگونی هستند که آنها همواره با آنها روبرو بوده و با استراتژی‌های گوناگونی مانند چانه‌زنی، سلطه، مذاکره یا اجماع به آنها پاسخ می‌داده‌اند (سوئدبرگ^۳، ۱۳۹۷؛ مارتینز، یوسف و سوانسون^۴، ۱۳۹۳). از دیگر فشارهای وارد بر زنان که در فرآیندهای تصمیم‌گیری در دوره‌های اقتصادی و انتخاب نهایی آنها مؤثر است این موضوع است که زنان در محیط شغلی خود نه تنها یک فرد دارای جایگاه شغلی معین هستند بلکه مانند یک علامت^۵، نماینده کل گروه زنان نیز در نظر گرفته می‌شوند و به ویژه با کوچکترین خطایی، در برابر کارفرما یا مدیر مرد خود، در موضع ضعف بیشتری قرار می‌گیرند تا مردان که تنها به عنوان همجنس‌های دارای جایگاه یک شغل در نظر گرفته می‌شوند. از این رو هوشیلد^۶ اذعان می‌کند زنان فاقد جایگاهی مشابه با مردان هستند و جایگاه پایین آنها، عصبانی شدن دیگران اعم از کارفرما، مدیران، همکاران یا مراجعه‌کنندگان نسبت به آنها را ساده‌تر می‌کند. همچنین بکر عنوان می‌کند زنان با فشارهای تبعیض در استخدام برای کار نیز مواجه هستند. همچنین ممکن است کارفرمایان متمایل به استخدام زنان با تحصیلات پایین یا تحصیلات کمتر اعلام شده باشند تا از این طریق دستمزد کمتری به آنها پرداخت کنند. به طور کلی پژوهش‌هایی مانند مطالعه باربارا رسکین و ایرن پادویک نشان می‌دهد امروزه حتی در کشورهای توسعه یافته و با توسعه انسانی بسیار بالا نیز فشارهای ناشی از تبعیض جنسیتی و تقسیم‌بندی جنسی، زنان را آزار داده و آنها را در وضعیتی قرار می‌دهد که وادار به تغییر شغل می‌شوند. حتی در این کشورها این تبعیض جنسیتی که میزان آن با شاخص تفکیک (جنسیتی) سنجیده می‌شود، دو برابر تبعیض نژادی برآورد شده است (سوئدبرگ، ۱۳۹۷). ریسکن و پادویک^۷ نیز معتقد هستند ممکن است زنان از مشاغل مهم دور نگه داشته شوند یا اصولاً در زنجیره کاریابی شغلی پیدا نکنند. یکی از مهمترین

1. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/hdi-by-country>, United Nations Development Programme, 2024.

2. Tilley, L. and Scott, J.

3. Swedberg, R.

4. Martinez, Yusuf, and Swanson

5. zheton

6. Arlie Russell Hochschild

7. Risken and Padwick

استراتژی‌های زنان برای مقابله با فشارهای مختلف اجتماعی و ساختاری این است که در جهت کارآفرینی و راه انداختن کسب و کار و شرکت‌های اقتصادی تلاش کنند، سوندبرگ این نوع کارآفرینی را کارآفرینی اجباری می‌نامد. اهمیت زنان دارای درآمد و کارآفرین به خودی خود موضوعی است که در همه کشورهای جهان و در همه ابعاد اقتصادی و اجتماعی از ابعاد گوناگون مانند برابری جنسیتی مورد بحث قرار می‌گیرد (شارما و گور، ۲۰۲۰). پژوهش‌های فراوانی در زمینه کارآفرینی زنان در کشورهای مختلف انجام شده است.

گاشی و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی چالش‌های زنان کارآفرین در اقتصاد در حال توسعه پرداخته‌اند. هدف این مقاله بررسی چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین در کشورهای در حال گذار، به ویژه در کوزوو است. جمعیت نمونه شامل ۸۷ زن کارآفرین بود. نتایج بر اساس تحلیل داده‌های ثانویه روی اطلاعات جمع‌آوری شده توسط آژانس آمار کوزوو و دیگر گزارش‌های رسمی مختلف و هم تحلیل داده‌های اولیه جمع‌آوری و ارائه شده توسط نظرسنجی‌های مختلف و همچنین بر اساس تحلیل داده‌های اولیه جمع‌آوری شده توسط خود محققان نشان می‌دهد که مراقبت از کودکان، مراقبت از سالمندان و دسترسی به منابع مالی همچنان چالش‌هایی برای زنان کارآفرین است. همچنین، میزان حمایت دولت و برنامه‌های ساختاری و دولتی برای حمایت از زنان کارآفرین در انواع مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی زنان اثرگذار است. بر اساس نتایج ارائه شده، بزرگترین چالش‌هایی که زنان کارآفرین در کوزوو و دیگر کشورهای مورد مطالعه با آن مواجه هستند عبارتند از: مشکلات در تامین منابع مالی هم برای افتتاح کسب و کار و هم برای توسعه آن. همچنین ثابت شده است که ایجاد تعادل بین خانواده و اداره یک تجارت برای زنان به خودی خود یک چالش است. کمبود سرمایه، فقدان روابط و حلقه‌ها و گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، عدم حمایت، عدم اعتماد، عدم تعادل زندگی شخصی با زندگی حرفه‌ای و ایجاد دسترسی به بازار مشکلات عمده آنان است.

سجاد و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان "نقش جهانی زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی" با تحلیل داده‌های موجود از گزارش شاخص کارآفرینی زنان (FEI) متعلق به سال ۲۰۱۵ که توسط مؤسسه جهانی کارآفرینی و توسعه (GEDI) از ۷۷ کشور تهیه شده، تأکید می‌کنند که در اقتصادهای در حال توسعه، یکی دیگر از چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین استفاده از فناوری‌هایی است که از طریق آن بتوانند با رقبا و هم‌تایان خود در کشورهای دیگر رقابت کنند و بر اساس این رقابت قادر باشند کسب و کار خود را بیش از پیش توسعه دهند یا در هر همکاری و مشارکت مؤثر و ممکن دیگری در سطح جهانی نقش ایفا کنند. نتایج، تأثیر قابل توجه کارآفرینی زنان را بر اقتصادهای جهان و اقتصاد جهانی توضیح می‌دهد. مشاهدات آنها نشان می‌دهد که مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینی نه تنها از درآمد خانواده حمایت می‌کند، بلکه نقش مهمی در توسعه اقتصادی، رفاه و توسعه اجتماعی جامعه دارد. همچنین این مطالعه به طور منحصربه‌فرد به سهم زنان کارآفرین در اقتصاد جهانی با استفاده از چهار شاخص ترکیبی یعنی: شاخص کارآفرینی زنان (WE)^۱، شاخص توسعه انسانی (HDI)^۲، شاخص نابرابری جنسیتی (GII)^۳ و شاخص جهانی شدن (GI)^۴ می‌پردازد و نشان می‌دهد که هنوز کارآفرینی زنان در سطح جهانی به اندازه کافی دیده نمی‌شود، اما یک فاکتور مهم و قدرتمند در انواع توسعه است. ایالات متحده با (۸۲/۹) امتیاز از ۱۰۰ رتبه اول در رشد کارآفرینی زنان را به خود اختصاص داده است. استرالیا با امتیاز (۷۴/۸) در رتبه دوم و بریتانیا، دانمارک و هلند به ترتیب با امتیاز (۷۰/۶، ۶۹/۷ و ۶۸/۸) در جایگاه‌های سوم، چهارم و پنجم قرار گرفته‌اند. از مجموع، ۶۱ درصد از کشورها همچنان در رتبه زیر ۵۰ قرار دارند که نشان می‌دهد در اکثر مناطق جهان، زنان فاقد امتیازهای ذهنی و نرم‌افزاری لازم برای کارآفرینی هستند و برای رشد کارآفرینان موفق به زیرساخت‌های اجتماعی و فرهنگی و تکنولوژیک نیاز دارند. در سطح کلان، ریسک انجام کسب و کار در این ۷۷ کشور کاهش یافته است و در دسترس

1. Women's Entrepreneurship Index (WE)
 2. Human Development Index (HDI)
 3. Gender Inequality Index (GII)
 4. Globalization Index (GI)

بودن منابع تا ۱۳ درصد افزایش یافته است، در حالی که نرخ انتقال فناوری به طور کلی ۱۸ درصد بهبود یافته است، اما متأسفانه نرخ کارآفرینی زنان تنها ۷ درصد افزایش یافته است. بنابراین، نیاز مبرمی برای کشف این موضوع وجود دارد که چرا سرعت رشد کارآفرینی زنان با سرعت رو به رشد توسعه اقتصادی این کشورها همخوانی ندارد. مدل پیشنهادی بر اساس تحلیل رگرسیون و مقدار ضریب تعیین^۱ تغییرات ۸۲ درصدی را در توسعه اقتصادی به دلیل FEI، GII و GI توضیح داد. از اینجا می‌توان اهمیت کارآفرینی زنان را برای توسعه اقتصادی تبیین کرد. مربع R تعدیل شده همچنین توضیح داد که ۸۱ درصد تغییر در متغیر وابسته (توسعه اقتصادی) به دلیل متغیرهای مستقل FEI، GII و GI وجود دارد. همچنین اهمیت مدل با آماره F تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل این مطالعه، معنادار است. بر اساس این یافته‌ها به این نتیجه می‌رسیم که کارآفرینی زنان برای توسعه اقتصادی حیاتی و مهم است. بنابراین، اگر هر کشوری می‌خواهد اقتصاد خود را تقویت کند، باید از زنان حمایت کند تا مشاغل مستقل خود را ایجاد کنند. همچنین میزان بهره‌وری و سهم آنها در اقتصاد به سطح توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، توسعه اجتماعی و هنجارهای فرهنگی کشور بستگی دارد.

سوریامورتی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) محدودیت‌های کارآفرینان زن در اقتصادهای در حال توسعه را برجسته کرده‌اند. از آنجا که زنان کارآفرین سهم مهمی در گسترش اقتصاد جهانی، به ویژه در اقتصادهای کم درآمد و با درآمد متوسط دارند، بر این موضوع تأکید می‌شود که برای غلبه بر این محدودیت‌ها زنان کارآفرین باید با نهادهای دولتی و مالی همکاری کنند. آنها تأکید می‌کنند که برای مقابله با موانع مختلف موجود برای کارآفرینی زنان بسیار مهم است که آنها هویت خود را به رسمیت بشناسند و بدانند که فعالیت‌های آنان در نهایت بر اقتصاد ملی و جهانی تأثیر خواهد گذاشت. نتایج این مطالعه نشان داده نابرابری جنسیتی و موانع فرهنگی تأثیر منفی بر کارآفرینی زنان دارد. بیشتر اوقات، زنان به دلیل موقعیت اجتماعی، خانواده و محدودیت‌های فرهنگی، با برخی از معضلات روانی-اجتماعی مانند اعتماد به نفس پایین دست و پنجه نرم می‌کنند و احتمال اینکه کارآفرین شوند، کمتر است. حوزه‌های مختلف فردی و اجتماعی مانند تعهدات خانوادگی، کمبودهای مهارتی، فقر فرهنگی و سایر محدودیت‌های اجتماعی موانع اصلی زنان برای کارآفرینی هستند. همچنین راه‌اندازی مشاغل کوچک در سطح ملی شاید آسان باشد، اما رقابت یک شغل در سطح جهانی و در اقتصاد بین‌المللی چالش برانگیز است و به ویژه برای زنان کارآفرین با مشکلات زیادی روبرو است. محدودیت‌ها سطح فقر زنان را در مقایسه با مردان در جهان افزایش می‌دهد. زنان می‌توانند با مشارکت فعال در فعالیت‌های اجتماعی جوامع خود و بهبود مهارت‌های خود در ابزارهای مرتبط با فناوری، این نابرابری را از بین ببرند. استفاده فعال از رسانه‌های اجتماعی از طریق فناوری دیجیتال می‌تواند به زنان کارآفرین کمک کند تا توانایی‌های خود را در سطح جهانی و در جهت کسب موفقیت در کسب و کار خود شکوفا کنند و از این طریق به توسعه اقتصاد کمک کنند.

تونینسن^۳ (۲۰۲۲)، در پایان‌نامه دکتری خود با عنوان چالش‌ها و فرصت‌های زنان در کارآفرینی: مادری و دسترسی به منابع مالی، با انجام سه مطالعه تجربی مستقل دسترسی زنان به امور مالی و نحوه آشنی دادن، میان نگرانی‌های تجاری و خانوادگی زنان کارآفرین و چگونگی تأثیر کارآفرینی اجباری مادران کارمند در دوران مرخصی زایمان را بر خوداشتغالی یا کارآفرینی دائمی آنها را بررسی می‌کند. شواهد نشان می‌دهند که سیاست‌های مربوط به مدت زمان مرخصی والدین برای مادران در هنگام تصمیم‌گیری برای خوداشتغالی یا کارآفرینی مهم‌تر از میزان حقوق آنها در دوران مرخصی است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مادران از زمان مرخصی با حقوق استفاده می‌کنند تا ایده‌های تجاری خود را پرورش دهند و بهتر است دولت‌ها دوره مرخصی بارداری زنان را زمان مناسبی برای تقویت میل و مهارت‌های مربوط به کارآفرینی آنها در نظر بگیرند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که زنان در هنگام جستجوی وجوه مالی از طریق کانال‌های وام سنتی تر با مدیریت قبیل‌های و مردسالارانه مانند بانک‌ها، هم از نظر شرایط وام و هم از نظر ضامن یا معرف و میزان وثیقه‌ای که باید برای تعهد به بازپرداخت به بانک‌ها یا دیگر کانال‌های سنتی بدهند با تبعیض جنسیتی و فقر اطلاعاتی و ارتباطی روبرو هستند. امروزه

1. R-square

2. Suriyamurthi, S., Sheela, S.C. and Rani, T.U.

3. Theunissen, P. L. H. M.

منابع مربوط به تامین مالی جمعی، یک منبع جایگزین رو به رشد برای تامین مالی کارآفرینان است، یعنی جایی که سیاست‌های مالی مبتنی بر حکمت جمعی یا عقل جمعیت که بر اساس اصالت افراد و ارزش‌های مدرتینه بنا شده، ممکن است بر تبعیض‌های موجود در بازارهای وام سنتی غلبه کند و در نتیجه فرصت‌های بهتری را برای کارآفرینان زن ارائه دهد. در ایران نیز پژوهش‌های فراوانی در مورد زنان شاغل و کارآفرینی زنان صورت گرفته است. بزرگ نژاد و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تجربه زیسته زنان خود اتکای اقتصادی در شهر بابل با روش گرند تئوری پرداخته‌اند. جامعه نمونه ۳۱ نفر از زنان شاغل و یا زنان خود اتکای اقتصادی که در منزل کار می‌کنند بوده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که یکی از راهبردهای اساسی زنان برای مقابله با فشارهای اجتماعی و ساختاری، کارآفرین شدن است که نظریات سوئدبرگ و هوشیلد را تأیید می‌کند. پدیده محوری مورد آزمون در این پژوهش مفهوم فشارنقش است. با نگاهی انتقادی می‌توان گفت که فشار نقش از آنچه در جامعه‌شناسی گرانباری نقش، تعدد نقش یا تضاد نقش تعریف می‌شود، انتزاعی‌تر و وسیع‌تر است و می‌تواند همه این موارد و همچنین ابعاد گوناگون اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی، روانشناختی، شرایط جسمی و ویژگی‌های دموگرافی مانند سن، جنس، تحصیلات و ... را پوشش دهد و این یکی از نکات مثبت این پژوهش است. بر اساس یافته‌های این پژوهش دو دسته از شرایط در ایجاد پدیده فشار نقش مؤثر هستند. همچنین استراتژی‌های زنان شاغل در برابر این فشارها شناسایی شده و در نهایت به برخی از پیامدهای فشار نقش نیز پرداخته شده است: شرایط علی: نیازهای مالی، حفظ نقش سنتی خانه‌داری در برابر نقش شغلی و نقش‌های اقتصادی-اجتماعی مدرن، عدم حمایت‌های اجتماعی و خانوادگی-شرایط میانجی: سن، تحصیلات، تحصیلات همسر-راهبردهای اتخاذ شده: توانمندسازی جسمی و روحی، تحمل شرایط، نیمه وقت شدن، ترک کار، کارآفرینی-پیامدها: کسب جایگاه فردی و اجتماعی، آسیب‌های روحی-روانی، آسیب‌های شغلی، آسیب‌های فردی و خانوادگی. بر اساس یافته‌ها و بررسی تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان مشخص شده که بدون استناد در میان تمامی آنها فشار نقش وجود داشته است. ایرادی که در این مورد وارد است این است که بر اساس استدلال این پژوهشگران، علت‌های گوناگون مشاهده شده در افراد مختلف به اندازه‌های متفاوتی اثرگذار هستند همچنین برخی علت‌ها در برخی مشارکت‌کنندگان مشاهده می‌شود و برخی نمی‌شود. آنها این موضوع را به ویژگی‌های فردی-روانشناختی و عوامل ساختاری متفاوت و درجات متفاوت برخورداری از حمایت‌های اجتماعی نسبت داده‌اند اما همانگونه که دورکیم (۱۳۹۳) اشاره می‌کند یک پدیده اجتماعی حداقل یک علت جامعه‌شناختی دارد و وظیفه اصلی پژوهشگر این است که علت یا علت‌های غیرقابل مشاهده و بنیانی را، از دلایل ملموس و قابل مشاهده ظاهری تمیز داده و معین کند. همچنین فشار نقش از ابتدای شاغل شدن تا مراحل بعدی آن و در طی زمان همواره وجود داشته است و آن را تکرار فشار نقش نامیده‌اند. با این وجود پژوهشگران در بخش نتایج بیان می‌کنند که با افزایش تجربه کاری افراد بر اثر کسب مهارت و تجربه بیشتر به میزان بیشتری با فشارها انطباق پیدا می‌کنند و کمتر این فشارها را احساس می‌کنند. اما این یک تناقض آشکار در نتیجه‌گیری است زیرا بر اساس یافته‌ها زنان در سنین بالا نیز وجود فشارهای نقش گوناگون را گزارش داده‌اند. بر اساس یافته‌ها هرچه میزان تحصیلات و موقعیت اقتصادی-اجتماعی بالاتر باشد، میزان فشار نقش کمتر است با این وجود هر دو گروه دارای موقعیت بالا و پایین فشار نقش را بر دوش می‌کشند. محققان دلایل این امر را در مورد زنان با تحصیلات و جایگاه پایین، به استاندارد نبودن محیط یا شرایط مختلف کار و در مورد زنان شاغل با تحصیلات و جایگاه بالا، به افزایش تنش‌های زناشویی در جهت برابری خواهی میان زن و مرد نسبت داده‌اند.

در این پژوهش بر اساس بررسی ادبیات مربوط به کارآفرینی (زنان و مردان) تعاریف برش، لاووی و فیلیون انتخاب و با هم ترکیب شدند. لذا: کارآفرینی به معنای کلیه فعالیت‌ها در زمینه خوداشتغالی مستقل یا مشارکتی، کارفرمایی با استفاده از سرمایه سرمایه‌گذاران خصوصی یا دولتی، کسب و کارهای با مالکیت انحصاری یا چند مالکیتی (سرمایه شخصی یا به ارث رسیده) کنشگران می‌باشد که با شناخت کارآفرینانه و جهت‌گیری کارآفرینی و ترکیبی از رفتارهای تقلیدی، نوآورانه،

پیشگیرانه، ریسک‌پذیری، پذیرش مسئولیت مالی، اخلاقی و روانی، فعالیت‌های اقتصادی خود را دنبال می‌کنند و به رقابت در بازار می‌پردازند (برش^۱، ۱۹۹۲؛ لاووی و فیلیون^۲، ۱۹۹۵).

روش پژوهش

برای درک دقیق ادبیات مربوط به کارآفرینی و کارآفرینی زنان، از روش مرور نظام‌مند (سیستماتیک) با رویکرد تلفیقی، که ما را مقدر می‌کند به بررسی همزمان مطالعات کمی و کیفی بپردازیم (ویتور و نافل^۳، ۲۰۰۵)، استفاده شد. پیکرینگ و بایرنه^۴ (۲۰۱۴) روش مرور سیستماتیک را شامل سه مرحله اصلی معرفی می‌کنند.

مرحله اول: تعیین کلمات کلیدی مربوط به پژوهش.

مرحله دوم: منبع‌شناسی، کتاب‌شناسی و تعیین پایگاه‌های داده معتبر و معیارهای انتخاب مطالعات مختلف و بازنگری مداوم در مطالعات منتخب به عنوان داده‌های ورودی به مرور سیستماتیک.

مرحله سوم: ورود داده‌های منتخب به پژوهش که خود دارای دو مرحله است. ابتدا تهیه جداول خلاصه سازمان یافته و قابل مقایسه و دوم بررسی انتقادی و تحلیل داده‌ها.

در ادامه شرحی مختصر از مراحل سه گانه طی شده در فرآیند این پژوهش ارائه می‌گردد. در ابتدای منبع‌شناسی و کتاب‌شناسی، علاوه بر مراجعه به منابع اصلی و کتاب‌های مرتبط، که تا کنون به برخی از آنها در بخش‌های قبلی استناد شد، به پایگاه‌ها و بانک‌های داده‌ها و اطلاعات گوناگون مراجعه گردید (مانند: پاد، پایگاه اسناد و اطلاعات کتابخانه دانشگاه فردوسی، ایراندک، نورمکز، مگیران، sid.ir، ensani.ir، research gate، sciencedirect، academia.edu، sciendo، scholarship).

در جستجوی ابتدایی بر اساس کلمات کلیدی (کارآفرینی، کارآفرینی زنان و تجربه زیسته زنان کارآفرین به فارسی و انگلیسی^۵) در عنوان تنها برای کلید واژه کارآفرینی زنان در سه پایگاه sid و research gate و نورمکز به ترتیب ۳۲۰۰۹ و ۵۴۲۶ و ۱۰۰۰۰ مقاله مرتبط وجود داشت. به این ترتیب با جستجوی از میان بیش از ۵۰۰۰۰ پژوهش که مستقیماً به کارآفرینی یا کارآفرینی زنان پرداخته بودند و یا به صورت غیرمستقیم به آنها توجه کرده بودند یعنی متغیرهای اشتغال و کارآفرینی زنان را در پژوهش خود مورد بررسی قرار داده بودند، بر اساس برخورداری از استناد بیشتر، استفاده از روش‌شناسی و ابزار جمع‌آوری داده‌های معتبر و با تمرکز بر موضوع مورد بررسی و مناسب بودن آنها برای این پژوهش از طریق مطالعه چکیده و همچنین بخش مربوط به روش پایان‌نامه‌ها و مقالات، در گام اول تعداد ۱۸۰ مقاله و در گام دوم بر اساس جدید بودن (۱۳۸۰ و ۲۰۰۰ به بعد) و همچنین اشاره مستقیم به کارآفرینی زنان در عنوان پایان‌نامه یا مقاله، تعداد ۶۰ پژوهش انتخاب گردید. سپس جداول خلاصه سازمان یافته و قابل مقایسه در اکسل ایجاد گردید و در مرحله بعد برای بررسی انتقادی دقیق‌تر و تحلیل داده‌ها و استخراج عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و موانع زنان کارآفرین از نرم‌افزار مکس کیوادی^۶ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با بررسی ادبیات پژوهش مشخص شد مطالعات مربوط به حوزه کارآفرینی زنان با روند رو به رشدی روبرو است و این نشان از اهمیت کارآفرینی در جوامع توسعه یافته و در حال توسعه دارد. اما رشد قابل توجه مطالعات کارآفرینی زنان از سال ۲۰۲۰/۱۴۰۰ به بعد، افزایش تمرکز سیاست‌گذاران و پژوهشگران به کارآفرینی زنان را می‌رساند که نشان از اهمیت بالای این حوزه در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و به طور کلی توسعه پایدار دارد.

1. Brush, C. G.

2. Lavoie, D and Filion, R.

3. Whittemore, R., & Knafl, K.

4. Pickering, C., & Byrne, J.

5. Entrepreneurship, Women's entrepreneurship, lived experience of women entrepreneurs.

6. MAXQDA 24

جدول شماره ۱: فراوانی مطالعات کارآفرینی زنان

دوره زمانی	فراوانی
۲۰۲۰-۲۰۲۴ / ۱۴۰۰-۱۴۰۴	۳۰
۲۰۱۵-۲۰۱۹ / ۱۳۹۵-۱۳۹۹	۱۰
۲۰۱۰-۲۰۱۴ / ۱۳۹۰-۱۳۹۴	۱۰
۲۰۰۵-۲۰۰۹ / ۱۳۸۵-۱۳۸۹	۵
۲۰۰۰-۲۰۰۴ / ۱۳۸۰-۱۳۸۴	۵

منبع: یافته‌های پژوهش

به علت محدودیت در فضا، در این بخش به برخی از مقالات بررسی شده در جداول ذیل اشاره می‌شود. سپس نتیجه بررسی انتقادی حاصل از بررسی تمام مقالات خواهد آمد. در جدول شماره (۲)، مشخصات و ویژگی‌های هر مقاله آمده است. به هریک از مقالات یک کد عددی (۱ تا ۲۰) داده شده. در جدول شماره (۳)، در برابر کد مربوط به هریک از مقالات، نتایج همان مقاله آورده شده.

جدول شماره ۲: تحقیقات جامعه‌شناختی کارآفرینی زنان

ردیف	نویسندگان	موضوع مورد بررسی	پایگاه اخذ مقاله	نظریه استفاده شده	نظریه پردازان	روش شناختی	روش تحقیق	حجم نمونه	ابزار گردآوری اطلاعات
۱	رزارتا گاشی، حنا گاشی احمدی، الهامه بالبو	چالش‌های زنان کارآفرین در اقتصاد در حال توسعه، بررسی حاکمیت شرکتی و رفتار سازمانی (۲۰۲۲)	research gate	کمی		کمی	تحلیل داده‌های ثانویه - تحلیل داده‌های کمی	۸۷	اسناد - پرسشنامه آنلاین
۲	هایو لوسیانواتی، تانتی ویدیا نوردیانی، فوریه آمی حیاتی	توسعه کارآفرینی زنان و نقش زنان در شرکت‌های کوچک و متوسط (۲۰۲۳)	research gate	کمی - کیفی (ترکیبی)		کمی - کیفی مطالعه موردی - تحلیل مضمون - پیمایش	مطالعه موردی - تحلیل مضمون - پیمایش	۵۰۰	مصاحبه عمیق پرسشنامه
۳	الی ویرجیل کریزوستوم، هلنا بارنارد و لوانیون ایکا	بررسی جنبه‌های ناشناخته کارآفرینی زنان در زمینه آفریقا (۲۰۲۴)	Academia.edu	کیفی		کیفی	کتابخانه‌ای - تحلیل داده کیفی		اسناد و مقالات
۴	محمد عادل انجم، نوشین خان، حیناز، سیدعلی رضا، سهریش فاطمه	مشکلات و چشم‌اندازهای زنان کارآفرین: مطالعه موردی کوئته پاکستان (۲۰۱۲)	academia.edu	کمی		کمی	پیمایش	۱۰۰	پرسشنامه
۵	چیخ - آمانچه، سابرینا؛ مخزومی، لطفی	تأثیر کارآفرینی زنان بر رشد اقتصادی در کشورهای آسه آن: یک رویکرد پانل MM-QR. (۲۰۲۳)	Sciendo	کمی		کمی	تحلیل داده‌های ثانویه	۱۰ کشور آسیای جنوب شرقی	داده‌های آماری و اسناد

ادامه جدول شماره ۲

ردیف	نویسندگان	موضوع مورد بررسی	پایگاه اخذ مقاله	نظریه استفاده شده	نظریه پردازان	روش شناختی	روش تحقیق	حجم نمونه	ابزار گردآوری اطلاعات
۶	فوریان، ای. اف؛ مولینا، ای؛ پورنومو، ام	تأثیر سرمایه اجتماعی و توانایی مالی بر مزیت رقابتی پایدار از طریق جهت‌گیری کارآفرینی؛ شواهد تجربی از صنایع کوچک و متوسط در اندونزی با استفاده از معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی (۲۰۱۸)	research gate	منابع - ایجاد کنش کارآفرینانه -	بارنی - آلوارز و بارنی -	کمی	پیمایش	۱۱۰ شرکت کوچک و متوسط	پرسشنامه
۷	یوجین کاسیاک، دایان اچ. بی. ولز	زنان کارآفرین و روابط متقابل کار و زندگی: تأثیر اقتصادهای پایدار بر موفقیت (۲۰۲۰)	research gate	حمایت اجتماعی - منابع -	هسو - پاول و ادلستون -	کمی	پیمایش	۱۰ کشور با اقتصاد پایدار	پرسشنامه
۸	آرویند، تریپتی، رانجیت پی. وی	کارآفرینی زنان: چالش‌ها و راه‌حل‌ها - یک مطالعه اکتشافی (۲۰۲۳)	Scienced irect			کمی	پیمایش	۶۰	پرسشنامه
۹	سنا آرز بوهوتو، ام سمیه، ام آمن، اییدا شاهین	زنان کارآفرین در یک اقتصاد در حال ظهور: نیت‌ها، ظرفیت و جامعه (۲۰۲۰)	research gate			کمی	پیمایش	۸۲	پرسشنامه
۱۰	شاهید، اسماعیل؛ بیتار وتوری، لوئیس آنتونیو	مشکلات زنان کارآفرین در پاکستان (مطالعه‌ای در ناحیه مردان) (۲۰۲۲)	research gate	منابع - شبکه -	تحقیقات مختلف	کمی	پیمایش	۴۰	پرسشنامه همراه با مصاحبه
۱۱	فوزی، م.ا؛ ساپوان، ام.ان؛ زین الدین، ن.م	زنان و کارآفرینی زنان: روندهای گذشته، حال و آینده در کشورهای در حال توسعه (۲۰۲۳)	Scienced irec			کمی	تحلیل محتوای هم استنادی	۲۰۸ شماره مجله	اسناد
۱۲	لن، فوس؛ کولت، هنری؛ هلن، اهل؛ گیر، اچ. میکالس	تحقیق سیاست کارآفرینی زنان: بررسی شواهد ساله (۲۰۱۹)	research gate	منابع - فمینیستی		کمی	مرور سیستماتک ادبیات (SLR)	۱۶۵ مقاله	اسناد
۱۳	انصاری آملی، پرینسا؛ قلی‌پور کنعانی، یوسف؛ باقرزاده، محمدرضا؛ طبری، مجتبی	ارائه‌الگوی جهت توسعه کارآفرینی زنان و الویت‌گذاری آنها (۱۴۰۱)	نورمکز		تحقیقات مختلف	کمی	پیمایش	۲۰ خبره	پرسشنامه
۱۴	ارشادی، محمدجواد؛ رضایی، نسا؛ باقری جبین آبادی، رضا	ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران (۱۳۹۹)	نورمکز			کمی	پیمایش	۲۶۵	پرسشنامه

ادامه جدول شماره ۲

ردیف	نویسندگان	موضوع مورد بررسی	پایگاه اخذ مقاله	نظریه استفاده شده	نظریه پردازان	روش شناختی	روش تحقیق	حجم نمونه	ابزار گردآوری اطلاعات
۱۵	آراستی، زهرا؛ کنعانی، احمد؛ سیدقاسمی، نویسا	انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت، شباهت‌ها و تفاوت‌ها (۱۳۹۲)	نورمکز	کارآفرینی	کمی-کیفی (ترکیبی)	تحلیل مضمون پیمایش	۵۲ (کمی) ۲۰ (کیفی)	مصاحبه پرسشنامه	
۱۶	وکیل حیدری، ساربان	اولویت بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (با روش AHP) مطالعه موردی: استان اردبیل (۱۳۹۰)	نورمکز	کارآفرینی	کمی	تحلیل سلسله مراتبی (AHP) پیمایش	۵۰	اسناد پرسشنامه	
۱۷	فروتن، مهنوش؛ سفیری، خدیجه؛ میرساردو، طاهره	بررسی تأثیر سرمایه‌های کارآفرینی بر عملکرد زنان کارآفرین دانش آموخته آموزش عالی ساکن تهران (۱۴۰۱)	نورمکز	کارآفرینی	کمی-کیفی (ترکیبی)	گردنتوری پیمایش	۵۲ ۳۰۰	مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته پرسشنامه	
۱۸	شاه آبادی، ابوالفضل؛ خوش طینت، بهناز؛ بختیاری خویگانی، سمیه	تأثیر شکاف جنسیتی بر کارآفرینی زنان در کشورهای منتخب (۱۴۰۰)	نورمکز	کارآفرینی - شکاف جنسیتی - اقتصاد	کمی	تحلیل ثانویه داده‌های آماري توسعه - توسعه ۲۶ یافته	۵۴ کشور (۲۸ در حال توسعه - توسعه ۲۶ یافته)	اسناد و مدارک	
۱۹	حمیدپور، فرنوش؛ توسلی، افسانه؛ ادریسی، افسانه	تبیین نظری و ارائه مدل موانع هویت جنسیتی در کارآفرینی زنان: رویکرد گراند تئوری (۱۴۰۱)	نورمکز	کارآفرینی	کیفی	گردنتوری	۱۴	مصاحبه	
۲۰	منصوری، سمانه؛ پیغامی، عادل؛ قاسمی، عاصمه	تحلیل آسیب شناسانه مفهوم کارآفرینی زنان، گذار به مفهوم ارزش آفرینی زنان و دلالت‌های سیاسی (۱۴۰۰)	نورمکز	کارآفرینی - شومپیتر - جان باتیست سی-برش - ارزش پورتروکرامر آفرینی -	کیفی	تحلیل مضمون	۱۹	مصاحبه عمیق	

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۳: نتایج تحقیقات جامعه‌شناختی کارآفرینی زنان

ردیف	نتایج
۱	مراقبت از کودکان، مراقبت از سالمندان و دسترسی به منابع مالی بزرگترین چالش‌ها برای زنان کارآفرین در مورد کوزوو است. نیاز به افزایش حمایت دولت و برنامه‌های دولتی برای حمایت از زنان کارآفرین در همه انواع مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی لازم است.
۲	این تحقیق ماهیت چندوجهی کارآفرینی زنان در شرکت‌های کوچک و متوسط اندونزی را آشکار می‌کند و بر تنوع جمعیتی و روحیه کارآفرینی که توسط زنان در بخش‌های مختلف جامعه به نمایش گذاشته شده است و بر نقش حیاتی آنها در اقتصادهای محلی تأکید می‌کند. زنان کارآفرین با چالش‌هایی مانند دسترسی محدود به منابع مالی و سوگیری‌های فرهنگی، مداخلات هدفمند روبرو هستند. ادغام روایت‌های کیفی و کمی درک ما از ابعاد فردی و اجتماعی کارآفرینی زنان را افزایش می‌دهد و بر تاب‌آوری پیوسته آنها، تأثیر مثبت آنها بر جامعه و ایجاد پویایی در خانواده در حال تکامل، تأکید می‌کند.

ادامه جدول شماره ۳

ردیف	نتایج
۳	اگرچه کارهای تجربی انجام شده در این حوزه شامل تعدادی شاهد مثال است که نشان می‌دهند زنان کارآفرین با چالش‌های مستند و واقعی ناشی از فعالیت در جامعه‌ای تحت سلطه مردان مواجه می‌شوند اما شواهد روشنی نیز وجود دارد که نشان می‌دهد چگونه آنها بر این چالش‌ها غلبه می‌کنند. بسیاری از مواردی که می‌توان آن‌ها را چالش دانست، مانند غیر رسمی بودن کسب‌وکار آنها و تعهدات خانوادگی، در واقع به ایجاد انگیزه و حمایت از کارآفرینی زنان کمک می‌کند. محدودیت‌های مربوط به محیط کسب‌وکار، کلیشه‌ها نسبت به توانایی‌های مدیریتی زنان، ریسک‌پذیری کارآفرینان زن، و بخشی از یک شبکه بودن به طور مثبت و قابل توجهی با عملکرد مالی درک شده مرتبط است. در میان متغیرهای مورد بررسی دسترسی دشوار به منابع مالی و عوامل فرهنگی بر عملکرد مالی درک شده تأثیر منفی و معناداری دارد. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که سن کسب‌وکار متعلق به کارآفرین زن، تعیین‌کننده قابل توجهی در عملکرد مالی درک شده است. دو انگیزه اصلی زنان برای سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی یکی تمایل به اینکه رئیس خود باشند و دومی شناسایی فرصت‌ها است. عوامل مربوط به کسب و فرصت، عوامل اصلی انگیزه زنان مورد مصاحبه برای کارآفرین شدن بودند. عوامل فشار و ضرورت تنها موارد معدودی را به خود اختصاص دادند و سطح تحصیلات هم یک عنصر کلیدی در عوامل کسب و فرصت انگیزه نبود.
۴	زنان متاهل و تحصیل کرده تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکار خود دارند. درآمد کم و تشکیلات خانواده بزرگ دلایل اصلی است که آنها را وادار می‌کند تا در درآمدزایی برای خانواده خود مشارکت کنند. مشارکت و درگیر شدن آنها در فعالیت‌های اقتصادی عمدتاً به ساختار اجتماعی، سطح تحصیلات، آگاهی و حمایت خانواده بستگی دارد. سن یکی دیگر از عوامل مهم است، شانس شروع کسب و کار جدید با افزایش سن کاهش می‌یابد. زنان بین ۳۱ تا ۴۰ سال به احتمال زیاد در ایجاد تجارت مشارکت دارند. در دسترس نبودن اعتبار و کمبود منابع مالی مهمترین مسائل هستند. از سوی دیگر جامعه مسلط مردانه، تعهدات خانوادگی رفتارهای غیرقابل پیش‌بینی بازار، نبود مراکز فروش، نگرش خصمانه جامعه به زنان، سیستم سفت و سخت قوانین، سیاست‌های غیرواقعی و امکانات آموزشی و آموزشی ناکافی وضعیت را بدتر کرده است. چنین عواملی نه تنها بر بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارد، بلکه روحیه زنان را نیز تضعیف می‌کند.
۵	شاخص نابرابری جنسی ^۱ تأثیر منفی بر تولید ناخالص داخلی بر مبنای حفظ برابری قدرت خرید سرانه ^۲ در منطقه آسه آن دارد، به این معنی که نابرابری جنسیتی به طرق مختلف رشد را متوقف می‌کند. اول، نابرابری جنسیتی ممکن است زنان را از کار کردن منصرف کند. این ممکن است باعث کندشدن رشد اقتصادی به دلیل وجود کارگران کمتر در بسیاری از مناطق شود. ثانیاً، تبعیض و تعصب شغلی ممکن است زنان توانمند را از کار کردن در حد توان خود، منع کند. این ممکن است بهره‌وری را کاهش دهد و منابع را هدر دهد و پیشرفت اقتصادی را محدود کند. سوم، نابرابری جنسیتی ممکن است زنان را از دریافت آموزش و آموزش مورد نیاز برای نیروی کار باز دارد. بنابراین ممکن است، نیروی کار کمتر آموزش دیده تولید را کاهش دهد و رشد اقتصادی را کند کند. چهارم، نابرابری جنسیتی ممکن است شروع و رشد کسب و کار را برای زنان دشوارتر کند و این مورد هم ممکن است بخش خصوصی را کوچک کند و موجب کندشدن رشد اقتصادی را شود. پنجم، عدم تعادل جنسیتی باعث فقر، جرم و جنایت و ناآرامی اجتماعی می‌شود که سیاست‌گذاری‌های مربوط به پول و توجه را از رشد اقتصادی منحرف می‌کند. زنان آسیای جنوب شرقی با اشتغال دست و پنجه نرم می‌کنند. مقررات مرخصی غیر حساس والدین، شرایط سخت کاری و آزار و اذیت جنسی بسیاری از زنان را وادار به ترک کار کرد. رشد اقتصادی کشورهای آسه آن با اطلاعات پزشکی محافظت شده ^۳ همبستگی منفی دارد، قوانین جانبدارانه‌ای که بر اشتغال زنان قبل، حین و بعد از زایمان تأثیر می‌گذارد. سنت‌های فرهنگی، دیدگاه‌های مذهبی و ارزش‌های خانوادگی بر انتخاب‌های شغلی زنان آسیای جنوب شرقی تأثیر می‌گذارد. فرهنگ‌های مردسالار نهادی اقتدار، نظارت، اطاعت، تبعیت و نابرابری را ترویج می‌کنند. شرکت‌های تحت مالکیت زنان، علیرغم گفتگوهای ظاهری موجود در سیاست محلی در مورد کارآفرینی و رشد زنان، ناهمگون و ناهموار باقی می‌مانند. باز هم ویژگی‌های اجتماعی و قومی-گروهی و مذهبی این ملت‌ها تقویت می‌شود و بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارد. در نهایت کارآفرینان زن موفق باید بین خانواده و تجارت یکی را انتخاب کنند.
۶	سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر گرایش کارآفرینی ندارد، اما سرمایه اجتماعی از طریق توانمندی مالی بر گرایش کارآفرینی تأثیر بسزایی خواهد داشت، در واقع این جهت‌گیری کارآفرینی است که تأثیر مهمی بر مزیت رقابتی پایدار خواهد داشت. این نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی نمی‌تواند مستقیماً به گرایش کارآفرینانه و مزیت روحیه رقابتی پایدار تبدیل شود. جهت‌گیری کارآفرینی از طریق مسیر طولانی فرآیندهای اجتماعی یا در اثر وجود سرمایه اجتماعی مرتبط با برخوردار شدن از توان مالی در کنشگر شکل گرفته و ایجاد می‌شود. لذا سرمایه اجتماعی و توانایی مالی در صورت وجود گرایش کارآفرینانه، مزیت رقابتی پایدار ایجاد خواهند کرد.

1. Gender Inequality Index (GII)
 2. GDPppe
 3. protected health information (PHI)

ادامه جدول شماره ۳

ردیف	نتایج
۷	ابعاد گوناگون تشکیل خانواده (مانند ابعاد ابزاری و عاطفی) در کشورهای گوناگون با سطوح مختلف توسعه اقتصادی و سیاسی تأثیر متفاوتی بر کارآفرینی زنان و تداخل وظایف خانواده و کار با هم دارد. جنبه‌های کار و زندگی با حمایت ابزاری و عاطفی خانواده (بعد غنی‌سازی) و با تعارض کار و خانواده و سایر مشکلات شخصی (بعد تداخل) اندازه‌گیری می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که با افزایش سطح توسعه کشور، احتمال حمایت کلی خانواده (ابزاری و عاطفی) به صورت خطی کاهش می‌یابد. در مقابل، ارتباط میان نوع بافت کشور با درگیری کار-خانواده و مشکلات شخصی مرتبط با آن، به شکل U وارونه است. تضادها و مشکلات در کشورهایی با سطح متوسط توسعه بالاترین میزان و در اقتصادهای توسعه یافته و سطح پایین توسعه کمتر است.
۸	تامین مالی چالش اصلی زنان کارآفرین است. دلیل اصلی روی آوردن زنان به کارآفرینی، اشتیاق است. زنان تامین مالی را به عنوان یک چالش اصلی می‌دانند، اما عوامل دیگری مانند تعادل زندگی کاری، عدم شناخت و غیره نیز چالش‌های بسیار مهمی هستند. این مطالعه همچنین اجمالی از همبستگی این چالش‌ها با نوع صنعت را نشان می‌دهد. اکثر زنان از طرح‌های دولتی آگاه نیستند. کسانی که از طرح‌ها آگاه هستند تنها وام‌های مودرا و مودرا یوگانا را می‌شناسند. بنابراین، یافته‌ها نشان می‌دهند که آگاهی کمی در زنان در مورد این حمایت‌های دولتی وجود دارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهند که زنان به طور کامل از حمایت خانواده راضی نیستند. آنها از طرح‌های دولتی و آگاهی نسبت به این طرح‌ها راضی نیستند. محاسبه‌پذیری، تعادل در زندگی کاری، مسائل مالی، عدم شناخت، حمایت دولت و خانواده و جامعه، رقابت و همچنین فشارهای اجتماعی از جمله عوامل و چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین در آینده است.
۹	تمایل به کارآفرینی زنان، در اقتصاد نوظهوری مانند پاکستان با ظرفیت شخصی کارآفرینی زنان، ارتباط معنادار و مثبتی دارد. تأثیر ارزش‌گذاری اجتماعی و جذب حرفه‌ای زنان بر شاعل شدن آنها ناچیز است. با توجه به اینکه در ابتدا اعتقاد بر این بود که ارزش‌گذاری اجتماعی زنان که توسط جامعه و اطرافیان زنان مانند خانواده و شرکا، در شکل‌گیری انتظارات کارآفرینانه آنان، نقش مهمی را بر عهده می‌گیرد، این تحقیق نشان می‌دهد که ارزش‌گذاری اجتماعی بر کارآفرین شدن زنان بی‌تأثیر است. لذا ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در شکل‌گیری توقع زنان، برای دستیابی و محقق شدن رویاهای تجاری آنها بی‌اهمیت هستند. تمایلات و انتظارات نوآورانه بیشتر تحت تأثیر ویژگی‌های شخصی، تمایل شدید و ماهرانه در وجود خود زنان و توانایی‌های خود آنها است که برای تبدیل شدن به یک کارآفرین در جهت دستیابی به یک چشم‌انداز تجاری مؤثر است. دیدگاه مهم دیگری که از نتایج ما برمی‌خیزد این است که مهمترین عامل بیرونی که با کسب‌وکار زنان ارتباط مثبت دارد، مهارت تجربی یا تخصص آموخته شده آنها است نه ارزش‌گذاری‌ها و هنجارهای اجتماعی مربوط به ارزش کارآفرین شدن.
۱۰	زنان کارآفرین در پاکستان و مردان با تبعیض جنسیتی خاص روبرو هستند و از کمبود و دسترسی ضعیف به منابع رنج می‌برند. عدم اطلاع از بازار محصول، آموزش و پرورش، دستیار سازمان‌های دولتی و غیره بدون تشویق اعضای مرد خانواده و سازوکارهای شبکه ناکافی از دیگر مشکلات زنان کارآفرین است. از ۴۰ پاسخگو، ۶۳/۶ درصد از پاسخ دهندگان گفتند که به دلیل فرصت بازار، شروع به کسب و کار کرده‌اند {فرصت} در حالی که ۳۶،۴ درصد پاسخ‌دهندگان گفتند که کسب و کار را به این دلیل شروع کرده‌اند که می‌خواهند خانواده خود را حمایت کنند {ضرورت}. ۳۵/۱ درصد پاسخگویان در مدیریت زمان بین خانواده و کسب و کار، ۳۱/۲ درصد در مسئولیت‌های خانوادگی با مشکل، ۱۷/۳ درصد با فرزندان بی‌احتیاط و ۱۶/۲ درصد با مشکلات خانوادگی مواجه بوده‌اند که از ۴۰ پاسخ دهنده حمایت نمی‌کنند. ما از ۴۰ پاسخ دهنده سوال کردیم، ۲۵،۱ درصد از پاسخ دهندگان با مشکل کمبود آموزش، ۱۵/۴ درصد با مشکل حمایت از خانواده، ۱۶،۱ درصد با مشکل دسترسی به اطلاعات، ۲۸،۲ درصد با مشکل حمایت‌های محیطی و ۱۵/۲ درصد پاسخ دهندگان با مشکلات مالی/اقتصادی مواجه هستند. ۷۵٪ پاسخ دهندگان پاسخ مثبت دارند، آنها با رفتار نامطلوب بازار مواجه هستند. از ۴۰ زن کارآفرین در منطقه مردان سوال کردیم و ۴۰،۶ درصد پاسخ دهندگان به ما گفتند که با کمبود سرمایه تجاری در کسب و کار خود مواجه هستند، ۴۴ درصد پاسخ دهندگان با مشکل کمبود بودجه برای گسترش کسب و کار و ۱۵،۴ درصد با مشکل مشابه مالی مختلف، مشکلات در وصول بدهی، استفاده از وام از موسسات مالی و غیره. ۱۸،۷٪ گفتند که ادارات دولتی همکاری نمی‌کنند و مشکلات آنها را حل نمی‌کنند و به آنها کمک نمی‌کنند. ۱۵ درصد گفته‌اند که سیاست‌های دولت در مورد تجارت سختگیرانه است و دوستانه نیست، ۳۷،۳ درصد با آزار و اذیت اداره مالیات روبرو بوده‌اند، ۲۹ درصد زنان کارآفرین با مشکل فساد در مسائل مربوط به دولت مواجه هستند.
۱۱	چهار موضوع در تحلیل هم‌استنادی کشف شد: (۱) تفاوت‌های بین کارآفرینان زن و مرد، (۲) توسعه کارآفرینی زنان، (۳) چالش‌ها در بین زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه، و (۴) پیشرفت در مطالعات کارآفرینی زنان. در ادامه، چهار موضوع در تحلیل هم‌واژه کشف شد: (۱) نوآوری در کارآفرینی زنان، (۲) عملکرد کارآفرینی زنان، (۳) توانمندسازی زنان کارآفرین، و (۴) خوداشتغالی و کمک به زنان کارآفرین. زنان کارآفرین نقش اساسی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند. مفاهیم نظری و عملی با افزایش و توسعه مشارکت کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه ارائه می‌شود.

ادامه جدول شماره ۳

ردیف	نتایج
۱۲	پیامدهای سیاست‌های ناظر بر تحقیقات کارآفرینی زنان، عمدتاً مبهم و محافظه کارانه هستند و بر شناسایی شکاف‌های مهارتی در زنان کارآفرین متمرکز هستند که باید "رفع" شوند، بنابراین هر مشکل درک شده را جدا از ساختارهای سیاسی و اقتصادی و اجتماعی کرده و آنها را اموری کاملاً فردی تعبیر می‌کنند. در طول دوره ۳۰ ساله مورد بررسی، علیرغم افزایش تعداد مقالاتی که پیامدهای خط مشی خود را ارائه می‌دهند و صرف نظر از دیدگاه نظری خاصی که هر کدام اتخاذ کرده‌اند، ما تفاوت کمی در انواع فرصت‌ها، تهدیدها و مشکلات زنان، پیامدهای خط مشی‌های روشی و همچنین پیشنهادات ارائه شده توسط محققان مشاهده کردیم و در واقع، تغییر قابل توجهی مشاهده نکردیم. با این وجود به دلیل پراکندگی و تفاوت در میزان اهمیت یافته‌ها گرفتن یک نتیجه مشخص از پژوهش‌های انجام شده ممکن نیست.
۱۳	معیارهای مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از: خانوادگی با هشت زیر معیار (مانند: دیدگاه و حمایت خانواده، تضاد نقش‌ها، داشتن تجربه شغلی)، شخصیتی با ده زیرمعیار (مانند: تعهد، خودباوری، عزم و اراده)، اقتصادی با هفت زیرمعیار (مانند: کمک و حمایت مالی، نهادها و منابع، تکنولوژی و ارتباطات)، اجتماعی با پنج زیر معیار (مانند: روابط اجتماعی گسترده، محیط پویا و فعال، شدت رقابت) و فرهنگی دارای پنج زیر معیار (مانند: تبعیض جنسی در کار، جایگاه و ارزش کارآفرینی، پذیرش و مقبولیت فعالیت) هستند. نتایج حاصل از رویکرد الکترون نشان داد که به ترتیب معیارهای: آموزش، فرهنگ‌سازی، زیرساخت قانونی، سرمایه‌گذاری، سرمایه انسانی و بازار، اولویت‌های اول تا ششم مؤثر بر کارآفرینی زنان هستند که بیشترین اثرات را بر آن می‌گذارند. با وجود اینکه در بسیاری از پژوهش‌ها میان ویژگی‌های فردی و اجتماعی زنان مانند ریسک‌پذیری آنان با کارآفرین شدن آنها رابطه‌ای مشاهده نشده است ما در این پژوهش چنین رابطه‌ای را معنادار و مثبت مشاهده کردیم لذا بحث زنان به عنوان سرمایه انسانی و شناسایی علل فردی و اجتماعی مؤثر بر این سرمایه انسانی که منجر به کارآفرین شدن آنها می‌شود نیاز به تحقیق بیشتر و جامع‌تر و عمیق‌تر دارد.
۱۴	یافته‌های حاصل از آزمون t و معادلات رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد در میان تمامی سه دسته از متغیرهای مورد بررسی که عبارتند از عوامل فردی و شخصیتی، عوامل شبکه‌ای و عوامل محیطی، یک متغیر اصلی معنادار است. بر این اساس ویژگی‌های فردی و شخصیتی با ضریب ۰/۲۵، ارتباط با انجمن‌های زنان با ضریب ۰/۹۳۷ و الگوی نقش با ضریب ۰/۳۳۹ اثرات مهمی بر کارآفرینی زنان دارند. بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده این سه متغیر قادر هستند ۵۱/۶ درصد از واریانس کارآفرینی را تبیین کنند. همچنین بین افزایش سن و کارآفرینی زنان با ۹۹ درصد اطمینان، ارتباط معنادار مثبت (t= ۰/۲۳۷) وجود دارد.
۱۵	بر اساس نتایج حاصل از بخش کیفی تحقیق هفت انگیزه اصلی در کارآفرینان زن و مرد بخش صنعت (غذایی، نساجی، ساختمانی، سلولوزی و...) شناسایی گردید که عبارتند از: ایجاد اشتغال، کسب درآمد، اثبات شایستگی‌ها، کسب استقلال، کمک به جامعه، استفاده از فرصت‌ها و رضایت درونی. نتایج حاصل از بخش کمی تحقیق بر اساس آزمون فیشر و با ۹۵ درصد اطمینان نشان می‌دهد زنان و مردان در دو انگیزه کسب درآمد (مردان با ۸۳/۳ درصد در برابر زنان با ۱۵/۳۸ درصد، بیشتر بوده‌اند) و اثبات شایستگی‌ها (زنان با ۲۱/۱۵ درصد در برابر مردان با ۸/۳ درصد، بیشتر بوده‌اند) بیشترین تفاوت با هم را دارند. تفاوت میان زنان و مردان در سایر انگیزه‌ها معنادار نبوده است. همچنین میانگین اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی در دیدگاه مردان و زنان با هم متفاوت است. اولویت‌بندی مردان: کسب درآمد - ایجاد اشتغال - استفاده از فرصت‌ها - کمک به جامعه - اثبات شایستگی‌ها - رضایت درونی - کسب استقلال. اولویت‌بندی زنان: ایجاد اشتغال - کمک به جامعه - اثبات شایستگی‌ها - کسب درآمد - رضایت درونی - استفاده از فرصت‌ها.
۱۶	براساس یافته‌ها موانع اجتماعی-فرهنگی (حاکم بودن فرهنگ مردسالاری در مناطق روستایی، باورهای کلیشه‌ای درباره زنان) مهمترین مانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استاد اردبیل است. پس از آن موانع فردی (وضعیت تأهل، میزان تحصیلات)، اقتصادی (فقدان دسترسی به اعتبارات و خدمات حمایتی، پایین بودن میزان درآمد زنان روستایی) و روان شناختی (فقدان ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس و خودباوری پایین) در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.
۱۷	سرمایه‌های کارآفرینی با عملکرد کارآفرینی (میزان بازدهی اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کارآفرین) رابطه مثبت و معنادار دارد. سرمایه‌های کارآفرینی عبارتند از: سرمایه عملیاتی (دارایی‌هایی که فرد را در انجام عملیات تخصصی و مهارتی مجهز می‌کنند و از ترکیب سرمایه‌های مهارتی-تخصصی و تجربی حاصل می‌شوند)؛ سرمایه تصمیمی-اقدامی (دارایی‌های فرهنگی و انگیزشی که فرد را برای تصمیم‌گیری و اقدامات توسعه‌ای مهیا می‌کنند و از ترکیب سرمایه‌های فرهنگی-توسعه‌ای مانند فرهنگ برابری جنسیتی و سرمایه‌های انگیزشی مانند رفاه و استقلال و خودشکوفایی و خدمت‌رسانی حاصل می‌شوند)؛ سرمایه اعتباری-اقتصادی یا فرصتی (اعتبارات شغلی، بنیه اقتصادی و درآمدی فرد و خاستگاه فرد مانند پدر و مادر و همسر که شرایط لازم برای فرصت‌یابی یا فرصت‌سازی را به فرد می‌دهند)؛ سرمایه تعهدی (دارایی‌هایی که فرد را برای پذیرش مسئولیت و تعهدات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آماده می‌کنند و ترکیبی از سرمایه‌های عاطفی مانند احساس همبستگی و وابستگی اجتماعی با مسئولیت‌پذیری نظری و عملی مانند پذیرش مسئولیت و پذیرش خطرات اشتغال زایی برای خود و دیگران، می‌باشد). در میان سرمایه‌های کارآفرینی سرمایه تعهدی از بیشترین تأثیر مستقیم بر عملکرد کارآفرینی و مرکزیت در مدل ساختاری برخوردار است. سپس به ترتیب سرمایه‌های عملیاتی، تصمیمی-اقدامی و اعتباری-اقتصادی قرار دارند. نتایج حاصل از تأثیر کل مدل نشان می‌دهد که سرمایه تصمیمی-اقدامی دارای بیشترین تأثیر و سپس سرمایه‌های تعهدی، اعتباری-اقتصادی و عملیاتی بر متغیر وابسته عملکرد کارآفرینی اثرگذار هستند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل مسیر نشان می‌دهد سرمایه تعهدی تنها به طور مستقیم، سرمایه‌های اعتباری-اقتصادی و تصمیمی-اقدامی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم و در نهایت سرمایه عملیاتی تنها به صورت غیرمستقیم بر عملکرد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. نتایج حاصل از بخش کمی پژوهش مؤید نتایج بخش کیفی بوده و نشان می‌دهند که نتایج قابلیت تعمیم و انتقال به سایر جوامع آماری را دارند.

ادامه جدول شماره ۳

ردیف	نتایج
۱۸	در هر دو گروه منتخب از کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه، شکاف‌های جنسیتی اقتصادی، آموزشی، سلامتی و سیاسی بر کارآفرینی زنان با ضرایب تخمینی متفاوت تأثیر منفی و معنادار دارند. بررسی تأثیر دیگر متغیرهای مدل بر کارآفرینی زنان نشان می‌دهد میزان باروری تأثیر منفی و معنادار و همچنین توسعه مالی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر مثبت و معنادار بر کارآفرینی زنان دارند. تأثیر شکاف اقتصادی در هر دو گروه منفی و معنادار است و ضریب تخمینی آن در کشورهای در حال توسعه بیشتر است که نشان از تأثیر مخرب تر شکاف اقتصادی بر کارآفرینی زنان در این کشورها می‌باشد. تأثیر شکاف آموزشی نیز برای هر دو گروه منفی و معنادار است و ضریب تخمینی در کشورهای توسعه یافته بزرگتر است که نشان دهنده این است که زنان در این کشورها به اندازه کافی با نیازهای بازار و مهارت‌های مورد نیاز برای ایجاد کسب و کار هماهنگ نبوده و این شکاف در شرایط این کشورها بیشتر بر کارآفرینی زنان اثرگذار است. تأثیر شکاف جنسیتی سلامت بر کارآفرینی زنان در هر دو گروه کشورهای منتخب منفی و معنادار بوده و ضریب تخمینی این شکاف در آنها با هم تفاوتی ندارد و این نشان می‌دهد که میزان سلامت در ابعاد گوناگون جسمی، روانی، فردی و اجتماعی ... به یک اندازه بر کارآفرینی زنان اثرگذار است. تأثیر شکاف جنسیتی سیاسی نیز برای هر دو گروه منفی و معنادار است و ضریب تخمینی این شکاف در کشورهای در حال توسعه بیشتر است که نشان از شکاف جنسی سیاسی بیشتر در این کشورها می‌باشد. تأثیر میزان باروری نیز منفی و معنادار است و ضریب تخمینی این شکاف در کشورهای در حال توسعه بیشتر است که نشان از عدم حمایت‌های کافی در دوران بارداری و کاهش انگیزه و امکان کارآفرینی برای زنان این گروه می‌باشد. تأثیر توسعه مالی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی زنان نیز برای هر دو گروه مثبت و معنادار هستند و ضریب تخمینی این دو شکاف در کشورهای توسعه یافته بیشتر است که نشان از حمایت مالی و اعتباری (دولتی و خصوصی) بیشتر این کشورها از کارآفرینی زنان و وجود بسترهای مناسب برای زنان در زمینه استفاده از این فناوری‌های نوین در کسب و کار می‌باشد. تأثیر متغیر وابسته با وقفه یعنی کارآفرینی زنان در یک سال قبل نیز بر کارآفرینی زنان در سال بعد مثبت و معنادار است که نشان از اشاعه کارآفرینی زنان در اثر مشاهده موفقیت دیگر زنان کارآفرین در دوره‌های قبل دارد.
۱۹	نتایج نشان می‌دهند شرایط علی و پدیدآورنده موانع توسعه یافتگی کارآفرینی زنان شامل: ۱- تنگنای مالی ۲- نگاه جنسی در کار ۳- نهادینه شدن تبعیض جنسی ۴- حس زنانه ۵- پذیرش هویت جنسی ۶- احساس توانمندی ۷- اعتقادات، می‌باشند. همچنین در فرآیند کدگذاری، شرایط زمینه‌ساز هویت جنسی در توسعه کارآفرینی زنان نمایان شده عبارت بودند از: ۱- فرهنگ کار ۲- ویژگی‌های درون فردی ۳- ارتباطات مؤثر ۴- فرصت‌های نابرابر ناشی از هویت جنسی ۵- ضعف توانمندی ارتباطی. به عمین ترتیب عوامل مداخله‌گر شناسایی شده عبارتند از: ۱- تبعیض جنسی در کار ۲- تبعیض جنسی در جامعه ۳- مشکلات کاری تبعیض جنسیتی ۴- تبلیغات رسانه‌ای ۵- بروکراسی اداری. بر اساس داده‌ها هفت راهکار برای برون رفت از این شرایط و رفع موانع هویت جنسیتی در کارآفرینی زنان تعیین شدند که عبارتند از: ۱- تفکر متفاوت ۲- ویژگی‌های بین فردی ۳- برنامه ۴- حمایت دولتی ۵- حمایت مالی ۶- بازنگری قوانین ۷- حمایت سازمانی. در انتها پیامدهای این راهکارهای رفع موانع هویت جنسیتی تعیین گردیدند که عبارتند از: ۱- استقلال مالی ۲- حمایت همجنسان ۳- احساس رضایت از هویت زنانه.
۲۰	تعاریفی که تا کنون از کارآفرینی زنان ارائه شده دارای نقیصه هستی‌شناسانه هستند و هیچ تشخیص و هویت متمایزی برای کارآفرینی زنان قائل نمی‌شوند. لذا در این پژوهش با بررسی ادبیات مربوطه و تحلیل مضمون داده‌های گردآوری شده، واژه ارزش آفرینی جایگزین مناسبی برای کارآفرینی زنان تشخیص داده شد. از تلاقی خصیصه‌های فراجنسیتی کارآفرینی با نقش‌های جنسیتی زنان در عرصه عینی و عملی، ماهیت و هویت هستی‌شناختی جدیدی برای ارزش آفرینی زنان به جای آنترپرونی زنان ایجاد می‌شود به شیوه بهتری کنشگری زنان در این حوزه را توصیف می‌کند. همچنین علت اینکه زنان کمتر به کارآفرین‌گری در این حوزه را باید در شرایطی جستجو کرد که مانع شکل‌گیری چنین ساختار روانی و شخصیتی در آنها می‌شود و این نیاز به مطالعات بیشتری دارد. مهمترین موانع ایجاد شده در عرصه کارآفرینی زنان در سه گروه اصلی طبقه‌بندی می‌شوند: ۱- تضاد و تعارض نقش‌ها ۲- موانع دسترسی به منابع و فرصت‌ها ۳- عدم بسترسازی مناسب اقتصادی و اجتماعی. همچنین بر اساس یافته‌ها ویژگی‌ها، موانع و مؤلفه‌های کلیدی که برای رفع موانع کارآفرینی زنان می‌بایست لحاظ گردند در چهار گروه اصلی طبقه‌بندی می‌شوند: ۱- عدم توجه به اهمیت نقش‌های خانوادگی زنان (تضاد نقش‌ها) ۲- عدم حمایت همسر و اطرافیان ۳- عدم توجه به اهمیت تربیت نسل آینده ۴- عدم توجه به انتقال ویژگی‌های کارآفرینی به فرزندان ۵- مقابله‌گری نظام آموزشی ۶- متغیرهای مفهوم کارآفرینی زنان (پشتکار- دغدغه‌مندی- خلق فرصت- توانایی ایجاد تغییر- متعهد و مسئولیت‌پذیری- تخصص داشتن- توانایی کار گروهی- خودآغازگر بودن- نوآوری- اعتماد بنفس- ریسک‌پذیری) ۳- عدم توجه به ویژگی‌های جنسیتی زنان (سیاست‌گذاری برای زنان با حضور خود زنان- نظام مسائل ویژه زنان- نقش آفرینی متناسب با روحیات زنانه- ساختارهای شغلی مردانه- کم رنگ شده فرهنگ کار و کارآفرینی- باور به اینکه زنان نمی‌توانند- خلق یک عنصر افسرده و بی‌خاصیت- اعتماد به نفس کاذب دادن- سنگ‌اندازی شدید اداری) ۴- مؤلفه‌های جدید (مکمل بودن نقش‌های خانوادگی و اجتماعی- تسهیلات ویژه برای ایفای همزمان نقش‌های مختلف- ارزش‌گذاری مناسب نقش‌ها- انعطاف شغلی- اصلاح تعاریف غلط- ارائه مدل‌های بومی- دیده شدن همزمان همه نقش‌ها با هم). بر اساس یافته‌ها سیاست‌گذاران نیز می‌بایست به این موارد توجه کنند: ۱- گسترش عرصه‌های نقش آفرینی زنان در توسعه ۲- هدایت زنان به سمت کارآفرینی ۳- بهره‌وری از ویژگی‌ها و مزیت‌های جنسیتی زنان ۴- تحکیم نظام خانواده ۵- عدم تقلیل دادن مسائل اجتماعی زنان.

اکثر تحقیقات موجود در این زمینه، مسائل روش‌شناختی را به خوبی رعایت کرده بودند. بررسی ادبیات نیز در اکثر آنها مناسب بود اما اکتفا به ارائه ادبیات به همان شیوه‌های سنتی و عدم استفاده از جداول برای مرتب‌سازی یا حتی طبقه‌بندی و جداسازی مقالات و فقدان بررسی انتقادی آنها، کمی کسل‌کننده است و باعث می‌شود خوانندگان این بخش مهم را سرسری رد کنند. همانگونه که در جدول شماره (۳) مشاهده می‌شود، در هیچ یک از پژوهش‌های داخلی و خارجی انسجام علی و معینی در مورد عوامل مؤثر بر کارآفرین شدن زنان وجود ندارد. لذا با وجود ایجاد ذخیره بالایی از مطالعات کارآفرینی زنان، پراکندگی نتایج در آنها بسیار بالا مشاهده شد به قسمی که انجام فراتحلیل و دستیابی به یک ساختار منسجم و مشترک در آنها ممکن نیست. در ادامه با نگاه انتقادی به مشکلاتی که در این عدم انسجام دخیل هستند، اشاره می‌گردد.

۱- نحوه تفسیر پژوهشگران

یکی از مهمترین ایرادات مربوط به نحوه تفسیر پژوهشگران در برخی از مقالات بود. در واقع تفسیر محقق از عملیات آماری، که از طریق نرم‌افزارهای آماری انجام می‌شود یکی از مهمترین تفاوت‌های انسان با ماشین است. به عنوان مثال در مقاله شماره ۱۵، آراستی و همکاران (۱۳۹۲) در مورد انگیزه کسب استقلال، بر اساس آزمون فیشر که مخصوص داده‌های کیفی است، با اطمینان ۹۵ درصد و با سطح معناداری (۰/۴۸۹)، معنادار نبودن تفاوت این انگیزه در میان زنان و مردان را نشان می‌دهد. تعداد پاسخگویان مرد به این گزینه از میان سایرگزینه‌های انگیزه‌های اثرگذار فردی، صفر درصد است یعنی هیچ مردی این گزینه را به عنوان یک انگیزه اثرگذار بر کارآفرین شدنش انتخاب نکرده است. اما زنان به این انگیزه پاسخ داده‌اند. پژوهشگران بر اساس تحلیل آماری نرم‌افزار به این نتیجه رسیده‌اند که این تفاوت در انگیزه معنادار نیست و اهمیتی ندارد. اما شاید در اینجا این تفاوت بسیار زیاد است که منجر به فقدان معناداری شده است زیرا اگر این مورد معنادار و مهم نبود نه در کدگذاری خود را نشان می‌داد و نه در سؤال دیگری در مورد اولویت‌بندی انگیزه‌های مهم در نگاه زنان و مردان لحاظ می‌گردید. نکته مهم این است که مردان برای کسب استقلال خود در جوامع مردسالار، نیازی به اشتغال و کارآفرین شدن ندارند اما این موضوع در مورد زنان کاملاً برعکس است. لذا این مورد اهمیت تفسیر پژوهشگر از داده‌ها و آزمون‌های آماری با نرم‌افزار را بیشتر نشان می‌دهد. همچنین استفاده از آزمون فیشر برای داده‌های کمی است و مقایسه بین چند گروه نه دو گروه زن و مرد لذا در بخش آماری نیز ضعف مشاهده می‌شود.

همچنین در مقاله شماره ۲۰، منصوری و همکاران (۱۴۰۰)، ادعا کرده‌اند که "تعاریفی که تاکنون از کارآفرینی زنان ارائه شده دارای نقیصه هستی‌شناسانه هستند و هیچ تشخیص و هویت متمایزی برای کارآفرینی زنان قائل نمی‌شوند. لذا در این پژوهش با بررسی ادبیات مربوطه و تحلیل مضمون داده‌های گردآوری شده، واژه "ارزش آفرینی" جایگزین مناسبی برای کارآفرینی زنان تشخیص داده شد". اولین سؤالی که به ذهن متبادر می‌شود این است که آیا کارآفرینان مرد، ارزش آفرینی نمی‌کنند؟ محققان ادعان دارند که واژه ارزش آفرینی اولین بار توسط پایتر و کرامر^۱ (۲۰۰۶)، به عنوان یک جایگزین برای واژه کارآفرینی پیشنهاد شده است؛ چه مرد و چه زن. اما اینکه این واژه را تنها به جای کارآفرینی زنان بنشانند بیشتر نشان از فمینیسم افراطی دارد. در این پژوهش مانند بسیاری دیگر از تحقیقات به چالش‌های جنسیتی زنان در کسب و کار و در کارآفرینی اشاره شده است و این یکی از نکات مثبت این پژوهش است اما اینکه به خاطر وجود این مشکلات واژه ارزش آفرینی را جایگزین کارآفرینی زنان کنیم، کمی کج اندیشی به نظر می‌رسد. این دقیقاً مانند این است که به دلیل وجود مشکلات ناشی از جنسیت در کسب و کار برای معلمان زن یا پزشکان زن واژه‌های دیگری را جایگزین کنند! لذا در این پژوهش مشاهده می‌شود که دیدگاه و تفسیر محقق حتی می‌تواند بر موضوع و سؤال اصلی پژوهش اثر مخرب داشته باشد.

۲- پراکندگی فراوان و تناقض در نتایج

از ایرادات دیگری که بر پژوهش‌های این حوزه وارد است مربوط به یافته‌های آنها می‌باشد. در یافته‌ها که اکثراً چالش‌ها و موانع کارآفرینی را استخراج کرده و برای آنان بر اساس داده‌ها راه‌حل یا پیشنهادهای نیز ارائه گردیده است. پراکندگی و تنوع فراوانی در اولویت‌بندی عوامل مؤثر در کارآفرینی، یا در مقادیر و ضرایب اهمیت یا میزان اثرگذاری آنها دیده می‌شود. این یافته‌ها گاهی کاملاً با هم متناقض هستند که نمایان می‌کند اعتبار یا تعمیم‌پذیری آنها در جوامع نمونه گوناگون و لذا جوامع آماری مختلف با مشکل مواجه است. به همین دلیل وارد کردن نتایج این مطالعه سیستماتیک، به معادلات مربوط به فراتحلیل امکان‌پذیر نشد. این نقد بر ما روشن می‌کند که می‌بایست مفاهیم یا دسته‌بندی‌های انتزاعی‌تر و کلی‌تری ایجاد شود تا بتواند مشکلات و موانع و به طور کلی یافته‌های مختلف را در خود جای دهد تا ضرایب، مقادیر آماری و مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی زنان بتوانند از یکسانی و انطباق لازم برای انجام فراتحلیل و یکپارچه شدن یافته‌ها برخوردار شوند. به عنوان مثال در مقاله فوربان و همکاران (۲۰۱۸) نتایج نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی اثر مستقیم بر کارآفرینی زنان ندارد در حالی که در نتایج پژوهش باتنر^۱ (۲۰۰۱) تنها بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی زنان اثرگذار شناخته شده و نتایج فیروزآبادی و نصرایی وسطی (۱۳۹۳) نیز نشان می‌دهد که بعد اعتماد اجتماعی سرمایه اجتماعی (فردی - عمومی - نهادی) بر ایجاد روحیه کارآفرینی (ریسک‌پذیری - خلاقیت) اثرگذار است. همچنین در برخی پژوهش‌ها مانند مقاله ربیعی و سرابی (۱۳۹۲) و ذوالفقاری و عشایری (۱۴۰۳) ابعاد بیشتری از سرمایه اجتماعی مانند ابعاد ساختاری، رابطه‌ای، شناختی، تعلق سازمانی، تعلق مذهبی و... بر کارآفرینی زنان تأثیر مثبت و مستقیم دارند.

این پراکندگی، در پاسخ‌های موجود به این سؤال مهم که چه چیزهایی باعث می‌شوند که زنان تصمیم بگیرند کارآفرین شوند؟ نیز مشاهده می‌شود. بر اساس برخی پژوهش‌ها مانند آبدری (۱۳۹۹)، نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی با میانگین ۳ مؤثرترین مؤلفه بر کارآفرینی زنان و مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و قانونی به ترتیب با میانگین‌های ۲،۰۱ و ۱،۹۱ تأثیر کمتری بر آن دارند. نتایج اورعی و اورعی (۱۳۹۶) نیز نشان می‌دهد عوامل شخصیتی با میانگین (۴،۴ و $T=7/8$ و $Sig=0/00$) بیشتر از عواملی مانند وضعیت خانوادگی (میانگین ۴ و $T=5/6$ ، $Sig=0/00$)، وضعیت اقتصادی (میانگین ۲/۸۷ و $T=-5/9$ ، $Sig=1$)، وضعیت فرهنگی-اجتماعی (میانگین ۳/۶ و $T=5/6$ ، $Sig=0/00$)، وضعیت سواد رسانه‌ای (میانگین ۲/۴۴ و $T=-6/9$ ، $Sig=0/09$) و وضعیت سواد اطلاعاتی (میانگین ۲/۶۷ و $T=-6/4$ ، $Sig=0/08$) در کارآفرین شدن زنان اثرگذار است. حتی نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد نه تنها ویژگی‌های شخصیتی و برخورداری از ظرفیت و تخصص لازم بر کارآفرین شدن زنان بیشترین تأثیر را دارند بلکه وضعیت فرهنگی و اجتماعی مانند متغیرهای ارزش‌گذاری‌های اجتماعی-هنجاری و حمایت‌های خانوادگی و اجتماعی هیچ تأثیر معنی‌داری بر کارآفرین شدن زنان ندارد (بوتو و همکاران، ۲۰۲۰). این در حالی است که برخی دیگر از پژوهش‌ها میزان اهمیت عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان را با درجات تأثیرگذاری متفاوتی بیان کرده‌اند به عنوان مثال عوامل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را مهمتر از ویژگی‌های شخصیتی دانسته‌اند (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲؛ صیامی و ستاری‌وند، ۱۴۰۰؛ قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱). به عنوان مثال، صادقی و همکاران (۱۴۰۲) بر اساس نتایج فراتحلیل خود استدلال می‌کنند که از میان عوامل گوناگون ساختار فرهنگی-اجتماعی، تنها نگرش موافق اطرافیان به زن کارآفرین به عنوان یک مؤلفه تقویت‌کننده و اثرگذار شناسایی شده و دیگر مؤلفه‌ها مانند وجود الگوی نقش در اطرافیان، ارزش‌ها و باورهای جامعه در مورد کارآفرینی زنان، آموزش و ایجاد تعادل میان کار و خانواده و ... بی‌تأثیر هستند اما برای اعتباربخشی به نتایج خود از پژوهش‌هایی استفاده می‌کنند که به‌طور کلی ساختار فرهنگی-اجتماعی را بر کارآفرینی زنان مؤثر یافته‌اند.

از دیگر پراکندگی‌ها و تناقض‌های موجود در پژوهش‌های مربوط به این حوزه می‌توان به گزارش بنیاد کارآفرینی زنان و جوانان (۱۳۹۶) اشاره کرد. در این گزارش بیان شده کارآفرینی زنان از روی ضرورت تأثیر چندانی بر رشد اقتصادی در سطح متوسط یا کلان ندارد اما کارآفرینی زنان به عنوان استفاده از فرصت‌ها نقش مهمی در ارتقاء اقتصاد کشور دارد. همچنین مهمترین عامل اثرگذار بر موفقیت را توانایی‌های فردی و مهارت‌های لازم گزارش شده است. در حالی که در برخی پژوهش‌ها اشاره شده است که تعریف اشتغال برای زنان طبقات مختلف، متفاوت است و کارآفرینی زنان (فرصت - ضرورت) بر رشد اقتصاد در هر کشوری اثرگذار است (اصغرپور ماسوله و همکاران، ۱۳۹۹؛ بوتو و همکاران، ۲۰۲۰؛ شاهید، ۲۰۲۲). لذا به نظر می‌رسد کارآفرینی ناشی از ضرورت نیز ممکن است در مشارکت اقتصادی زنان اقشار پایین، ایجاد اشتغال، پویایی چرخه تولید-عرضه- مصرف و مواردی از این دست مؤثر باشد. به عبارت دقیق‌تر گسترش کارآفرینی تبدیل به یک دغدغه به سرعت در حال رشد در اقتصاد رقابتی مدرن شده و سهم کارآفرینی زنان چه از روی ضرورت باشد چه بر اساس فرصت، در این اقتصاد رقابتی مدرن به طور قابل توجهی در سراسر جهان به رسمیت شناخته شده است (عادل‌انجم و همکاران، ۲۰۱۲).

۳- عدم توجه لازم به نظریه‌های کارآفرینی

بزرگترین نقص مشاهده شده در پژوهش‌های این حوزه که در جدول شماره (۲) نیز خود را نشان می‌دهد این است که اکثر قریب به اتفاق تحقیقات حوزه کارآفرینی و کارآفرینی زنان، از هیچ نظریه و نظریه‌پرداز مشخصی در فرآیند پژوهش خود استفاده نکرده‌اند. آنها بیشتر در قالب مقدمه یا ادبیات تحقیق به تعدادی از مطالعات موجود در این زمینه اشاره کرده‌اند و حتی در اکثر موارد، بخش مربوط به ادبیات نظری یا چارچوب نظری در آنها مشاهده نمی‌شود. حتی آنها که بخش چارچوب نظری دارند نیز تنها از تحقیقات مختلف به جای نظریه/ها و نظریه پرداز/ پردازان استفاده کرده‌اند (مانند مقاله‌های ۱۰ و ۱۳). شایان ذکر است که شاید مهمترین دلیل این کاستی، جوان بودن تحقیقات در این حوزه است. به قسمی که هنوز نظریه‌های علی قابل توجهی نضج نگرفته‌اند. اکثر نظریه‌های موجود کارآفرینی که در مطالعات مورد بررسی مشاهده شد نیز بیشتر از نوع توصیفی هستند و بیشتر حالت تعریف کارآفرینی را دارند تا اینکه نظریه باشند. از میان نظریه‌های جامعه‌شناسی اقتصادی موجود، نظریه منابع دارای بیشترین کاربرد در پژوهش‌های مورد بررسی بود. همچنین با وجود اینکه اکثر پژوهش‌ها بر تبعیض‌های جنسیتی تمرکز داشتند اما به جز دو مقاله (۱۲ و ۱۸)، در استخراج متغیرها و تجزیه و تحلیل خود از نظریه‌های فمینیستی استفاده نکرده بودند.

۴- عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و موانع کارآفرینی زنان

با توجه به آنچه گذشت، امکان فراتحلیل در یافته‌های پژوهش‌های مورد بررسی وجود نداشت. با این وجود پرتکرارترین عواملی که در مطالعات گوناگون بر کارآفرینی زنان مؤثر شناخته شده‌اند و همچنین پرتکرارترین موانعی که زنان کارآفرین با آنها مواجه هستند، شناسایی و استخراج گردید. نتایج حاصل در جداول شماره (۴) و (۵) خلاصه‌سازی و ارائه گردید.

جدول شماره ۴: عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان برحسب فراوانی

فراوانی	عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان
۲۹	ویژگی‌های شخصیتی
۲۰	وضعیت اقتصادی و سیاسی کشور
۱۵	برخوردراری از تخصص و ظرفیت لازم (تجربی- آموزشی)
۱۲	توانایی مالی
۱۱	سرمایه اجتماعی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۵: موانع کارآفرینی زنان برحسب فراوانی

فراوانی	موانع کارآفرینی زنان
۳۳	تبعیض جنسیتی
۲۸	فقدان حمایت‌های دولتی
۲۷	فقدان حمایت‌های خانوادگی
۲۶	کمبود منابع مالی
۲۳	ضعف آموزشی و دانشی
۲۳	ضعف مکانیسم‌های شبکه‌ای
۱۲	عدم دسترسی به اطلاعات بازار

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی زنان نقش بسیار مهمی در اشتغال، بهبود شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی دارد. اهمیت این بنگاه‌های اقتصادی و خدماتی زنان برای کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مانند ایران بسیار زیاد است، بنابراین زنان کارآفرین موفق به عنوان شاخصی از توسعه یک کشور شناخته می‌شوند (شارما و گاور، ۲۰۲۰). با بررسی مطالعات انجام شده مشخص می‌شود که در دهه‌های اخیر در تمام کشورهای جهان، دست کم در حوزه‌های برابری جنسیتی و توسعه اقتصادی و اجتماعی، کارآفرینی زنان و اهمیت آنها به خودی خود موضوع بحث است. در مطالعات توسعه انسانی و نظریات برآمده از این تحقیقات، به روشنی معلوم شده است که کشورهایی که در آنها به کارآفرینی و به توسعه زنان از ابعاد گوناگون مانند تحصیل، اشتغال و درآمد و... و به ویژه کارآفرینی آنها توجه بیشتری شده و هزینه‌های اجتماعی بیشتری برای این موارد از محل درآمدها اختصاص یافته، توسعه انسانی و توسعه کلی و پایدار جامعه در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و... بیشتر بوده است. لذا به همان میزان استمرار پژوهش‌های دقیق و مفید در این زمینه از مهمترین وظایف جامعه علمی می‌باشد. با این حال یافته‌ها نشان می‌دهند تا کنون در هیچ یک از پژوهش‌های داخلی و خارجی انسجام علی و معینی در مورد عوامل مؤثر بر کارآفرین شدن و موفقیت زنان در کارآفرینی وجود ندارد. حتی گاهی نتایج کاملاً متناقض رحیمی کلور، ح، گل‌زرد، ا، و غفاری مجلج، هف (۱۳۹۷). تحلیل رابطه وجدان کاری بر مسئولیت اجتماعی: نقش میانجی اخلاق حرفه‌ای. / *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۳(۱)، ۱۰۰-۱۰۷. <http://ethicsjournal.ir/article-1-998-fa.html> هستند. یکی از مهمترین دلایل این موضوع این است که تحقیقات کارآفرینی و به ویژه کارآفرینی زنان بسیار نوظا هستند. لذا بهتر است در این حوزه‌ها، مطالعات کیفی و عمیق بیشتری صورت پذیرد تا فهم دقیق‌تری از فرآیندها و عوامل مؤثر حاصل گردد. همچنین شایسته است در این تحقیقات به دوره‌های زمانی مختلف موجود در فرآیند کارآفرینی و عوامل مؤثر در هر مرحله، مانند فرآیندهای مؤثر بر شناخت و جهت‌گیری کارآفرینی قبل از کارآفرین شدن، مرحله اقدام برای تأسیس کسب و کار، مرحله مدیریت کسب و کار و رقابت با رقبا، مرحله توسعه کسب و کار در ابعاد منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و... توجه شود. تنها پس از دستیابی به چنین شناختی می‌توان به اعتبار و اطمینان پژوهش‌های کمی در دنیای واقعی، یقین بیشتری داشت. همچنین در سایه انجام چنین پژوهش‌هایی رفته رفته امکان دستیابی به نظریه‌های انتزاعی جامع‌تر و کامل‌تر در حوزه کارآفرینی، افزایش می‌یابد. همچنین با توجه به ضعف نظری مشاهده شده در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی، مناسب است که مطالعات فراتحلیل یا مرور سیستماتیک جداگانه‌ای برای یکپارچه‌سازی نظریه‌های موجود در زمینه کارآفرینی صورت بگیرد.

منابع

- ازکیا، م.، غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۴)، *جامعه‌شناسی توسعه*، تهران، انتشارات کیهان.
- ارشادی، م.، ج.، رضایی، ن.، باقری جبین آبادی، ر. (۱۳۹۹)، ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران، *نشریه مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان*، شماره ۶۵، صص ۳۳ - ۶۷.
- اصغرپور ماسوله، ا.، فیروزی، ف.، کرمانی، م. (۱۳۹۹)، ادراک زنان متأهل شهر مشهد از معانی اجتماعی اشتغال: کارکردها و پیامدها، *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، دوره ۷، شماره ۱۵، صص ۲۰۱-۲۳۰.
- عمرانی، ز.، نقوی، ز.، محمودی، م.، حشمتی، س. (۱۳۹۶)، بررسی وضعیت زنان کارآفرین در ایران و پیشنهادات برای توسعه آن، *بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان: انجمن ملی زنان کارآفرین*.
- اورعی، ن.، اورعی، ت. (۱۳۹۶)، بررسی زیرساخت‌های موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در استان خراسان رضوی، *همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران*. ۳۰ فروردین، محل برگزاری: دانشگاه حکیم سبزواری.
- استروس، ا.، کرین، ج. (۱۳۹۴)، *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*، ترجمه ابراهیم افشار، تهران، نشر نی.
- بزرگ نژاد، س. ز.، موسایی، م.، معینی، س. ر. (۱۳۹۹)، مطالعه جامعه شناختی تجربه زیسته زنان خود اتکای اقتصادی، *نشریه علوم اجتماعی (دانشگاه آزاد شوشتر)*، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۲۵ - ۵۱.
- ترنر، ج. اچ. (۱۴۰۲)، *اصول نظری جامعه‌شناسی (پویایی‌های کلان)*، ترجمه: عادل ابراهیمی لویه، سلیمان میرزائی راجعونی، نازیلا عابدیان شهرکی، انتشارات لویه با همکاری انتشارات وایا.
- دورکیم، ا. (۱۳۹۳)، *خودکشی*، ترجمه: نادر سالارزاده امیری، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- ربیعی، ع.، سرابی، س. (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی، انجمن زنان مدیر کارآفرین)، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، دوره ۱، شماره ۴، صص ۳۳ - ۶۷.
- ریتزر، ج.، گودمن، د.، جی. (۱۳۹۹)، *نظریه جامعه‌شناسی مدرن*، ترجمه: خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده، انتشارات جامعه‌شناسان.
- سوئدبرگ، ر. (۱۳۹۷)، *اصول جامعه‌شناسی اقتصادی*، ترجمه: شمیرا کاظم پوریان، انتشارات دنیای اقتصاد.
- صادقی، ح.، عباس پور، ا.، شاهمرادی، گ. (۱۴۰۲)، فراتحلیلی در زمینه تأثیر نگرش فرهنگی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان، *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۲۱، شماره ۴، صص ۹۲۳-۹۴۲.
- صیامی، ق.، ستاری وند، م. (۱۴۰۰)، تحلیل استراتژیک از راهبردهای توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در سکونت‌گاه‌های غیررسمی با تأکید بر کارآفرینی - مطالعه موردی: محلات انتصار و اروند در شهرک شهید رجایی مشهد، *زن در توسعه*، ۱۹(۳)، ۴۰۵-۴۲۷.
- قاسمی، م.، شیرمحمدی، م.، احمدی، س. (۱۴۰۱)، استراتژی‌های توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی با استفاده از ابزارهای برنامه‌ریزی استراتژیک (مطالعه موردی: بخش نصرآباد، شهرستان تربت جام)، *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۳۰۳-۳۲۰.
- مارتینز، ج.، یوسف، ف.، سوانسون، د. (۱۳۹۳)، *جمعیت‌شناسی مصرف کننده و رفتار مصرفی (بازارها همان مردم هستند)*؛ ترجمه: محمد سید میرزایی، انتشارات: تهران، مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی کشور.
- ممیز، آ.، قاسمی، س. ع.، قاسمی، س. ف. (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان، رشد و فناوری - *فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، دوره ۹، شماره ۳۵، صص ۱۵-۲۲.
- مید، ج. ه. (۱۴۰۰)، *ذهن، خود و جامعه از منظر یک جامعه‌شناس رفتارگرا*، ترجمه: محمد صفار با مقدمه‌ای از دکتر علی‌رضا محسنی تبریزی، انتشارات سمت.
- وهر، م. (۱۳۹۸)، *اقتصاد و جامعه*، ترجمه منوچهری، ترابی نژاد و عمادزاده، انتشارات سمت.
- وکیل حیدری، س. (۱۳۹۱)، اولویت بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (با روش AHP) مطالعه موردی: استان اردبیل، *نشریه مطالعات اجتماعی- روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۱۷۷ - ۱۵۹.
- هیتز، ج. (۱۳۹۱)، *مطالعات توسعه*، ترجمه: فاطمه گلابیو پروین علی‌پور، انتشارات آیدین و بانار.

References

- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5): 595-621.
- Anna, A.N., Chandler, G.N., Jansen E., & Mero, N.P. (2000). Women Business Owners in Traditional and Non-traditional Industries. *Journal of Business Venturing*, 15 (3): 279- 303.

- Arbaugh, J., and Camp, M. (2000) 'Managing Growth Transitions: Theoretical Perspectives and Research Directions', in Sexton, D. and Landstrom, H. (eds.), *'The Blackwell Handbook of Entrepreneurship'*, (Oxford: Blachwell), 308-328.
- Autio, E., Sapienza, H., Almeida, J. (2000) 'Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity and Imitability on International Growth'. *Academy of Management Journal*, 43(5): 909-924.
- Barney, J. (1991) 'Firm Resources and sustainable Competitive Advantage'. *Journal of Management*, 17.(1): 99-120.
- Baron, R. (1998) 'Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently than Other People'. *Journal of Business Venturing*, 13.(4): 275-294.
- Bell, J., McNaughton, R., Young, S. (2001) 'Born-Again Global' Firms: An Extension to the 'Born Global' Phenomenon'. *Journal of International Management*, 7.(3): 173-189.
- Benito, G., and Welch, L. (1994) 'Foreign Market Servicing: Beyond Choice of Entry Mode'. *Journal of International Marketing*, 2.(2): 7-27.
- Black, N. (1989). *Social feminism: Cornell Univ Pr.*
- Bloodgood, J., Sapienza, H., Almeida, J. (1996) 'The Internationalization of New High-Potential US Ventures: Antecedents and Outcomes'. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20.(4): 61-76.
- Boter, H., Holmquist, C. (1996) 'Industry Characteristics and Internationalization Processes in Small Firms'. *Journal of Business Venturing*, 11.(6): 471-487.
- Bird, B., & Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3): 41-65.
- Buckley, Peter J. , Casson. Mark C, (2015), *The internalisation theory of the multinational enterprise*. A review of the progress of a research agenda after 30 years. *International Business Strategy*.
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4): 5-30.
- Burgel, O., Murray, G. (2000) 'The International Market Entry Choices of Start-Up Companies in High Technology Industries'. *Journal of International Marketing*, 8(2): 33-62.
- Busenitz, L., Barney, J. (1997) 'Differences between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-Making'. *Journal of Business Venturing*, 12(1): 9-30.
- Buttner, E. H. (2001). "Examining Female Entrepreneurs" Management Styles: An Analysis Using a Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29 :253-269.
- Calas, M.B., Smircich, L. (1996). The Woman's Point of View: Feminist Approaches to Organization Studies. In: *Handbook of Organization Studies*. Eds. S.R. Clegg, C. Hardy, and W.R. Nord. London: *Sage Publications*, 218-257.
- Campbell R., Wasco, S.M. (2000). Feminist approaches to social science: Epistemological and methodological tenets. *American journal of community psychology*, 28: 773-791.
- Covin J.G., Miles, M. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23(3): 47-62.
- Covin, J., Slevin, D. (1997) 'High Growth Transitions: Theoretical Perspectives and Suggested Directions', in Sexton, D. and Smilor, R. (eds.) 'Entrepreneurship 2000', (*Chicago: Upstart Publishing*), 99-126.
- Coviello, N., Munro, H. (1995) 'Growing the Entrepreneurial Firm: Networking for International Market Development'. *European Journal of Marketing*, 29.(7): 49-61.
- Crick, D., Jones, M. (2000) 'Small High-Technology Firms and International High-Technology Markets'. *Journal of International Marketing*, 8.(2): 63-85.
- Dunning, J. (1988), 'The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions'. *Journal of International Business Studies*, 19.(1): 1-13.
- Fajri Mulya Iresha,(2019), *The Dilemma between Economic Growth and Environmental Conservation in Indonesia and the Solutions*, *Universitas Islam Indonesia*. Kyoto University Human Security Engineering Education Program Environmental Risk Management Leader. <https://www.researchgate.net/publication/344432195>.
- Fifeková, E., Nemcová, E., Nežinský, E. and Studená, I. (2021). *DILEMMAS OF ECONOMIC GROWTH*. The path from unlimited possibilities towards responsibility? Prag, Wolters Kluwer CZ, 80.
- Fischer, E.M., Reuber, R.A., Dyke, L.S. (1993). A Theoretical Overview and Extension of Research on Sex, Gender and Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 8 (2): 151 168.
- Francis, J., Collins-Dodd, C. (2000) 'The Impact of Firms' Export Orientation on the Export Performance of High-Tech Small and Medium-Sized Enterprises'. *Journal of International Marketing*, 8(3): 84-103.

- Fontes, M., Coombs, R. (1997) 'The Coincidence of Technology and Market Objectives in the Internationalization of New Technology-Based Firms'. *International Small Business Journal*, 15.(4): 14-35.
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gregoire, D., Dery, R., Bechard, J.-P. (2001) '*Evolving Conversations: A Look at the Convergence in Entrepreneurship Research*'. Frontiers of Entrepreneurship Research.
- Harding, S. Ed. (1987). *Feminism and methodology*. Milton Keynes: Open University Press.
- Harveston, P., Kedia, B., David, P. (2000) 'Internationalization of Born Global and Gradual Globalizing Firms: The Impact of the Manager'. *Advances in Competitiveness Research*, 8.(1): 92-99.
- Holmes, M. (2007). *What is gender?* London: Sage.
- Hooks, B. (2000). *Feminist theory: From margin to center*. Pluto Press.
- Hurmerinta-Peltomaki, L. (2001) '*Time and Internationalization: Theoretical Challenges Set by Rapid Internationalization*', paper presented at the 4th McGill Conference on International Entrepreneurship, University of Strathclyde.
- Ibeh. Glasgow, K., Young, S. (2001) 'Exporting as an Entrepreneurial Act: An Empirical Study of Nigerian Firm'. *European Journal of Marketing*, 35.(5-6): 566-586.
- Jennings, J.E., Brush, C.G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *The Academy of Management Annals*, 7: 661-713.
- Jones, M.V. (1999) 'The Internationalization of Small High-Technology Firms'. *Journal of International Marketing*, 7.(4): 15-41
- Jones, M.V. (2001) 'First Steps in Internationalization: Concepts and Evidence from a Sample of Small High Technology Firms'. *Journal of International Management*, 7.(3): 191-210
- Jones, M.V., Coviello, N.E. (2002) '*A Time-Based Contingency Model of Entrepreneurial Internationalisation Behaviour*'. Working Paper 2002-12, Haskayne School of Business, University of Calgary.
- Johanson, J., Mattsson, L. G. (1988) 'Internationalization in Industrial Systems - a Network Approach', in Hood, N. and Vahlne, J. E. (eds.) *Strategies in Global Competition (London: Croom Helm)*, 287-314.
- Johanson, J., Vahlne, J-E. (1977) 'The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments'. *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, 23-32.
- Johanson, J., Wiedersheim-Paul, F. (1975) 'The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases'. *Journal of Management Studies*, October, 305-322.
- Kalleberg, A. L., Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal*, 34(1): 136-161.
- Knight, G., Cavusgil, S. (1996) 'The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory'. *Advances of International Marketing*, 8: 11-26.
- Lavoie, D., Fillion, R. (1995) "*Forum sur Entrepreneurship Feminine Quebecois*", Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal.
- Louise, T., Joan, S. (1978), *Women, Work and Family*, New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Lu, J., Beamish, P. (2001) 'The Internationalization and Performance of SMEs'. *Strategic Management Journal*, 22.(6-7): 565-586.
- Lumpkin, G., Dess, G. (1996) 'Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance'. *Academy of Management Review*, 21.(1): 135-172.
- Liotard, J.-F. (1984). *The postmodern condition: a report on knowledge* (V. 10). Manchester: Manchester University Press.
- Manolova, T., Brush, C., Edelman, L., Greene, P. (2002) 'Internationalization of Small Firms: Personal Factors Revisited'. *International Small Business Journal*, 20.(1): 9-31.
- McAdam, M. (2013). *Female entrepreneurship*. London/New York: Routledge, Taylor and Francis Group.
- McAuley, A. (1999) 'Entrepreneurial Instant Exporters in the Scottish Arts and Crafts Sector'. *Journal of International Marketing*, 7.(4): 67-82.
- Neergaard, H., Frederiksen, S.H., Marlow, S. (2011). *The Emperor's New Clothes: Rendering a Feminist Theory of Entrepreneurship Visible*. Paper presented at the International Council for Small Business (ICSB) World Conference Proceedings, Stockholm, Sweden, June.
- Nilsson, P. (1997). Business Counselling Services Directed Towards Female Entrepreneurs - Some Legitimacy Dilemmas. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9 (3): 239-258.
- Oviatt, B., McDougall, P. (1994) 'Toward a Theory of International New Ventures'. *Journal of International Business Studies*, 25.(1): 45-64.
- Pickering, C., Byrne, J. (2014), the benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers. *Higher Education Research and Development*, 33(3): 534-54.

- Preece, S., Miles, G., Baetz, M. (1998) 'Explaining the International Intensity and Global Diversity of Early-Stage Technology Based Firms'. *Journal of Business Venturing*, 14.(3): 259-281.
- Popter, Michael E., Kramer, Mark R. (2006). "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", In: *Harvard Business Review*, December, 78-92.
- Powell, W., Smith-Doerr, L. (1994) 'Networks and Economic Life', in N. Smelser and R. Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*, (New York: Russell Sage Foundation), 368-402.
- Ramadani, V., Shuklev, B. (2012). *Biznesi i vogël dhe ndërmarrësia*. Tetovo, the Republic of Macedonia: SouthEast European University.
- REMIŠOVÁ, Anna., LAŠÁKOVÁ, Anna., BÚCIOVÁ, Zuzana, (2024), ETHICAL-ECONOMIC DILEMMAS IN BUSINESS EDUCATION. *Business, Management and education* ISSN 2029-7491 / e ISSN 2029-6169, 12(2): 303-317.
- Reuber, A., Fischer, E. (1997) 'The Influence of the Management Team's International Experience on Internationalization Behavior'. *Journal of International Business Studies*, 28.(4): 807-825.
- Sajjad, M., Kaleem, N., Chani, M. I., Ahmed, M. (2020). Worldwide role of women entrepreneurs in economic development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2): 151-160. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0041>
- Sharma, V., Gaur, M. (2020). Women entrepreneurs in India: A study of opportunities and challenges. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12(7): 1307-1317.
- Soriano, D.R., Dobon, S.R. (2009), "Linking globalization of entrepreneurship in small organizations", *Small Business Economics*, 32(3): 233-239.
- Theunissen, P. L. H. M. (2022). *Challenges and opportunities of women in entrepreneurship: Essays on motherhood and access to finance*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Ridderprint. <https://doi.org/10.26481/dis.20220405p>.
- Turcan, R. V., Carter, S. (2003). *International Entrepreneurship: A Review of Existing Literature*. Paper presented at AIB UK & Ireland Chapter Conference on International Business: Does Location Matter? Leicester, United Kingdom. [http://www.dmu.ac.uk/Images/aibpressched3\(4\)_tcm6-7105.pdf](http://www.dmu.ac.uk/Images/aibpressched3(4)_tcm6-7105.pdf).
- Vatne, E. (1995) 'Local Resource Mobilization and Internationalization Strategies in Small and Medium-Sized Enterprises'. *Environment and Planning*, 27. (1),63-80.
- Weinzimmer, L., Nystrom, P., freeman, S. (1998) 'Measuring Organizational Growth: Issues, Consequences and Guidelines'. *Journal of Management*, 24(2): 235-262.
- West, C., Zimmerman, D.H. (1987). Doing Gender. *Gender and Society*, 1: 125-51.
- Wicker, A.W., King, J.C. (1989). Employment, Ownership, and Survival in Microbusiness: A Study of New Retail and Service Establishments. *Small Business Economics*, 1 (2): 137-152.
- Whittemore, R., Knafl, K. (2005). The integrative review: updated methodology. *Journal advanced nursing*, 52(5), 546-553.
- Yeoh, P -L. (2000) 'Information Acquisition Activities: A Study of Global Start-Up Exporting Companies'. *Journal of International Marketing*, 8 (3): 36-60.
- Yli-Renko, H., Autio, E., Tontti, V. (2002) 'Social Capital, Knowledge, and the International Growth of Technology-Based New Firms'. *International Business Review*, 11 :279-304.

Systematic Review of Women's Entrepreneurship Studies*

Nasrin Arabi¹ , Ali Akbar Majdi^{2*} , Gholamreza Hassani Darmin³ , Hossein Akbari⁴ 

- 1- Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: [nнарabinn82@gmail.com](mailto:nnarabinn82@gmail.com)
 2- Corresponding Author*, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: majdi@um.ac.ir
 3- Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: gh-hassani@um.ac.ir
 4- Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: h-akbari@ferdowsi.um.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
 Research Paper

Article History:

Received: 01 August 2025
Accepted: 31 May 2026
Published: 08 June 2026

Keywords:

Regimes of action, work culture, organization of work, rent.

ABSTRACT

Introduction: The study of "regimes of action" and "economies of worth" has recently gained central significance in economic sociology. Drawing on Luc Boltanski's "sociology of critical capacity," this research conceptualizes organizational work culture not as a set of formal rules, but as a dynamic, hidden order continuously reproduced through actors' evaluative practices and critical judgments. Inspired by Boltanski's theoretical framework, this study examines the prevailing work culture and evaluation mechanisms among actors in production units across Ardabil Province, Iran.

Methodology: Employing a qualitative methodology, this research focuses on actors' lived experiences, extracting latent meanings through thematic analysis of semi-structured interviews with middle managers from six enterprises (including two state-owned, two private, and two family-run businesses), selected via theoretical sampling.

Results: The findings reveal that the dominant organizational culture in these production units is not primarily oriented toward efficiency and productivity, but rather revolves around rent-seeking behaviors and informal networks.

Conclusions: Data analysis identified 22 initial concepts, 11 subcategories, and ultimately 5 core categories: Rent-seeking and structural inefficiency, Challenges in raw material procurement, Lack of institutional support for production, Relationship-based organizational culture, and Workforce skill mismatches. The study demonstrates how these interrelated factors create an environment where rent-seeking logic supersedes production-oriented rationality. The research highlights how actors, when confronted with these conditions, engage in daily critical evaluations and justificatory practices that paradoxically contribute to the reproduction of the very system they critique. These findings provide significant insights into the complex interplay between organizational culture, economic practices, and justificatory regimes in Iran's industrial sector, while contributing to broader theoretical discussions in economic sociology about the relationship between critique and institutional stability. The study ultimately reveals the contradictory dynamics through which evaluative practices both challenge and sustain existing organizational orders.

Cite this article: Shamshiri Niri, M., Ebadollahi-Chanzanagh, H., Kanani, M.A. (2026). Economic Action Regimes: A Study in Production Units of Ardabil Province. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 15 (1), 23-45.



© The Author(s). Publisher: University of Tabriz Press.  [10.22034/jeds.2025.67185.1883](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.67185.1883)

*. Article taken from the thesis for the degree of Doctor.