

Research Article

Sociological Analysis of the Women's Entrepreneurship and Related Factors in Ahvaz

Marzieh Shahryari<sup>1</sup> 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

Received: 2024/05/31 Accepted: 2024/09/28

<https://doi.org/10.22034/jis.2025.721526> 

Extended Abstract

**Introduction:** Women in the contemporary industrial world have entered the field of entrepreneurship on a large scale due to the globalization of trade and economy. A large portion of the world's economic activities is controlled by women, and their entrepreneurship is now a global phenomenon. Iranian society has made extensive efforts for several decades to achieve an advanced industrial society with its specific socio-economic requirements and has achieved some progress in some cases but the development of women's entrepreneurship is still limited and facing many challenges. According to evidence, the share of women in the Iranian economy is decreasing, and this will create many problems in the future in today's industrial world, which requires women's economic participation. Therefore, the main purpose of this research is to examine the relationship between government policies, information technology, family role expectations, and organizational factors with women's entrepreneurship.

**Method:** This is a quantitative study conducted using a survey method. The population is comprised of women in Ahvaz who have established and managed a business independently or in partnership and have been active for at least one year. From this population, 140 entrepreneurs in the fields of industry, agriculture, and services were selected using the convenience sampling method. The research instruments included the scales by Stevenson and Lundstrom (2002), Asadi et al. (2010), Hornsby (1993), Kopelman et al. (1983), and finally, Kordnaej (2002) which were utilized to measure government policy, information technology, organizational support, family role expectations, and entrepreneurship respectively. These questionnaires have been standardized in Iran, and calculation of Cronbach's alpha coefficients showed that they all have high internal consistency.

**Findings:** Based on the descriptive findings, the most common areas of women's entrepreneurship are the service, industry, and agriculture sectors, respectively. The analytical findings indicate that there is a significant relationship between the variables of government policy, information technology, family role expectations, and organizational support with women's entrepreneurship. The findings also reveal that organizational support, family role expectations, government policy, and information technology, respectively, exert the most significant influence on women's entrepreneurship. These variables are able to explain 0.718 of the variances in women's entrepreneurship.

**Conclusion:** This research concludes that by making changes in government policies, strengthening information technology, adjusting expectations of women's family roles, and finally, increasing organizational support, women's entrepreneurship can be promoted and help develop their entrepreneurship. Women's entrepreneurial activities in the contemporary industrial world are crucial for creating employment and contributing to the development process, making it imperative to identify and eliminate its obstacles.


**Keywords:** Women, Family role expectations, Entrepreneurship, Ahvaz.

**Citation:** Shahryari, M. (2024). Sociological Analysis of the Women's Entrepreneurship and Related Factors in Ahvaz. *Journal of Industrial Sociology*, 1(1), 76-91.

1. Corresponding author, E-mail: [M.shahryari@scu.ac.ir](mailto:M.shahryari@scu.ac.ir)

مقاله پژوهشی

بررسی جامعه‌شناختی کارآفرینی زنان و عوامل مؤثر بر آن در شهر اهواز

مرضیه شهریاری<sup>1</sup> 

استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

تاریخ دریافت: 1403/03/11 تاریخ پذیرش: 1403/07/07

<https://doi.org/10.22034/jis.2025.721526> 

چکیده مبسوط

**مقدمه:** جهانی شدن تجارت و اقتصاد باعث شده است زنان در دنیای صنعتی معاصر به طور گسترده وارد کار و کارآفرینی شوند. زنان بخش بزرگی از فعالیت های اقتصادی جهان را برعهده دارند و کارآفرینی آنان در حال تبدیل شدن به یک پدیده جهان شمول است. هر چند جامعه ایران از چند دهه پیش، برای رسیدن به یک جامعه پیشرفته صنعتی تلاش های گسترده ای صورت داده و در مواردی به پیشرفت هایی نائل شده است اما کارآفرینی زنان همچنان توسعه نیافته است. سهم زنان در اقتصاد ایران رو به کاهش است و این امر در دنیای صنعتی امروز که نیازمند مشارکت اقتصادی زنان است، مشکلات زیادی را در آینده پدید خواهد آورد. هدف این پژوهش، بررسی رابطه خط مشی های دولت، فناوری اطلاعات، انتظارات نقش خانوادگی، و عوامل سازمانی با کارآفرینی زنان است.

**روش:** این پژوهش از نوع کمی است که به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری، زنان شهر اهواز هستند که کسب و کاری را به طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و حداقل یکسال از فعالیت آنها گذشته باشد. از این جامعه آماری، 140 نفر در حوزه های صنعت، کشاورزی، و خدمات با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب گردیدند. ابزار تحقیق جهت سنجش خط مشی دولتی، مقیاس استیونسون و لوندروستورم (2001)، فناوری اطلاعات، پرسشنامه اسدی و همکاران (1389)، حمایت سازمانی، مقیاس هورنزی (1993)، انتظارات نقش خانوادگی، مقیاس کوپلمن و همکاران (1983)، و بالاخره، کارآفرینی، مقیاس کردنائیج (1381) بوده اند. این پرسش‌نامه‌ها در شرایط جامعه ایران، هنجاریابی شده اند و محاسبه ضرایب آلفا کرانباخ نشان داد همگی آنان از همسانی درونی بالایی برخوردارند.

**یافته‌ها:** براساس یافته‌های توصیفی تحقیق، بیشترین حوزه‌های کارآفرینی زنان به ترتیب، بخش های خدمات، صنعت و کشاورزی هستند. یافته های تحلیلی تحقیق نشان می‌دهند، بین متغیرهای خط مشی دولت، فناوری اطلاعات، انتظارات نقش خانوادگی و حمایت سازمانی با کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد. یافته های تحقیق همچنین نشان می‌دهند، حمایت سازمانی، انتظارات نقش خانوادگی، خط مشی دولت، و فناوری اطلاعات، به ترتیب بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی زنان دارند. این متغیرها قادر هستند در مجموع، 0/718 از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی زنان را تبیین کنند.

**نتیجه‌گیری:** نتیجه‌گیری این پژوهش این است که با ایجاد تغییراتی در سیاست‌ها و خط مشی‌های دولت، تقویت فناوری اطلاعات، تنظیم انتظارات نقش خانوادگی زنان، و بالاخره، افزایش حمایت سازمانی، می‌توان کارآفرینی زنان را ارتقا بخشید و به توسعه کارآفرینی آنان کمک نمود. فعالیت های کارآفرینانه زنان در دنیای صنعتی معاصر برای ایجاد اشتغال و کمک به فرآیند توسعه، یک امر حیاتی است و ضرورت دارد موانع آن، شناسایی و برطرف گردند.

**کلیدواژه ها:** زنان، انتظارات نقش خانوادگی، کارآفرینی، اهواز

ارجاع: شهریاری، مرضیه. (1403). بررسی جامعه‌شناختی کارآفرینی زنان و عوامل مؤثر بر آن در شهر اهواز. مجله جامعه‌شناسی صنعتی، 1(1)، 92-

عبارتی، شناسایی الگوهای موفق می‌تواند در ایجاد فضای مناسب برای شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان علی‌رغم محدودیت‌های فردی و محیطی، مفید باشد. از این طریق، می‌توان ضمن شناخت موانع و محدودیت‌های گوناگون زنان کارآفرین، تدابیر و امکانات تجرب شده موجود را در جهت رفع موانع، مورد مطالعه قرار داد. نتایج این شناخت، امکان مناسبی را برای برنامه‌ریزی در جهت به کارگیری ظرفیت‌های کارآفرینی زنان و توسعه آن در سطح ملی فراهم خواهد ساخت. به علاوه، این امکان را به عناصر مؤثر در امر اشتغال خواهد داد تا در جهت اقدامات عملی و مؤثر نسبت به جذب و پرورش استعدادها بالقوه زنان کشور در زمینه ایجاد کسب و کارهای جدید، با دید علمی برخورد کنند و در جستجوی توسعه کارآفرینی زنان همت گمارند (آراستی و جوکار، 1385). بر همین مبنا بسیاری از دولت‌ها توانست‌هاند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌های ویژه نسبت به بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های اقتصادی فایز آیند و در مسیر توسعه، با گام‌های سریع‌تری حرکت کنند.

در دنیای صنعتی، مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارند. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. حسب شواهد، فعالیت‌های اقتصادی زنان، بین 25 تا 35 درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد و کارآفرینی زنان در حال تبدیل به یک پدیده جهان شمول است (هنری<sup>5</sup> و همکاران، 2016). فعالیت‌های اقتصادی زنان نه تنها از نظر ایجاد شغل و رشد اقتصادی به اقتصاد کمک می‌کند (کلی<sup>6</sup> و همکاران، 2010)، بلکه به عنوان منبع افزایش تنوع کارآفرینی

توسعه پایدار جوامع، وابسته به آن است که جوامع مختلف ضمن بسترسازی مناسب و ایجاد فضای لازم جهت رشد و شکوفایی استعدادهای، از توان جمعیت فعال اقتصادی اعم از زن و مرد بهره جسته و آن را اثر بخش نمایند. سازمان ملل (2022) با تدوین اهداف توسعه پایدار تا سال 2030، پنجمین هدف را برابری جنسیتی دانسته و اساساً به دنبال تضمین مشارکت زنان در حکومت و زندگی عمومی از طریق ایجاد فرصت‌های برابر برای توانمندسازی اقتصادی زنان است. در حال حاضر، بنگاه‌های کوچک و متوسط به طور عام، و کارآفرینی به طور خاص، رکن ضروری توسعه اقتصادی پایدار است و نقش زنان در مشارکت در آن چشمگیرتر شده است (باکس<sup>1</sup> و همکاران، 2018). برای تحریک رفاه و شکوفایی اقتصادهای نوظهور، تأیید زنان کارآفرین به عنوان موتورهای جدید رشد پایدار بسیار مهم است (اوگوندانا<sup>2</sup> و همکاران، 2021). دانش موجود در مورد عوامل تعیین کننده موفقیت شرکتی، بیانگر آن است که بین عوامل موفقیت فردی و عملکرد پایدار بنگاه‌های تحت مالکیت زنان، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، پیوندهای کمتر واضحی وجود دارد. این مطالعات، اهمیت زنان کارآفرین را به عنوان یک منبع دست نخورده حیاتی برای توسعه اقتصادی پایدار مورد بحث قرار داده اند (گوپتا<sup>3</sup> و همکاران، 2018).

تحقیقات در مورد کارآفرینی زنان به ندرت انجام می‌شوند (ماهاجان<sup>4</sup> و همکاران، 2021) اما علی‌رغم آن، در طول دو دهه گذشته، بسیاری از شرکت‌هایی که توسط زنان تأسیس و رهبری شده‌اند، توجه محققان را در سراسر جهان به خود جلب کرده‌اند. شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان می‌تواند در بهره برداری از ظرفیت‌های این قشر عظیم اجتماعی مؤثر واقع شود. به

4. Mahajan  
5. Henry  
6. Kelly

1. Box  
2. Ognana  
3. Gupta

کارآفرین روستایی نشان دادند، عوامل فردی و اقتصادی بیشترین تأثیر را بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان دارند. داوری و رضایی (1390) به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی از چهار عامل فرد، محیط، سازمان تأثیر می‌پذیرد. همچنین شبکه‌های مختلف همکاری در توسعه کارآفرینی مؤثر هستند و از آن پشتیبانی می‌کنند. یکی از این شبکه‌ها دولت است که با تدوین و اجرای خط مشی‌های مناسب نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کند. کوشکی جهرمی و همکاران (1389) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین ویژگی‌های سازمانی (حمایت مدیریت، تشویق و پاداش، تفویض اختیار، فرصت زمانی و ساختار سازمانی) و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. در پژوهش هاشمی نژاد (1384) حمایت‌های مستقیم دولت به صورت کمک های مالی (وام‌های کم بهره و بلند مدت)، برای توسعه کارآفرینی در میان زنان ضروری است. فنگ<sup>6</sup> و همکاران (2022) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان: رویکردی چند تحلیلی، نشان می‌دهند، عواملی مانند ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه و تعهد، در دسترس بودن منابع مالی، و حمایت دولتی از کارآفرینی، مهمترین عوامل مرتبط با موفقیت کارآفرینی هستند. در مطالعه خان<sup>7</sup> و همکاران (2021) با عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین: مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط در بازار نوظهور پاکستان، نتایج حاکی از آن است که عوامل درونی شامل نیاز به دستاوردها، ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس و عوامل بیرونی شامل عوامل اقتصادی و عوامل اجتماعی - فرهنگی تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت بنگاه‌های زنانه دارند. این تحقیق به سازمان توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، سیاست‌گذاران

در طیف وسیعی از زمینه‌های اقتصادی نیز شناخته می‌شود (ورهل<sup>1</sup> و همکاران، 2006). با این حال، کارآفرینی زنان، همچنان با موانع و چالش‌های متعددی مواجه است که می‌تواند مانع از موفقیت کارآفرینان شود (تورس - اورتگا<sup>2</sup> و همکاران، 2015). از سوی دیگر، زنان کارآفرین برای شروع سرمایه‌گذاری خود در بسیاری از اقتصادهای نوظهور حمایت نشده‌اند (رومی<sup>3</sup> و همکاران، 2018). با وجود مشارکت پایدار آنها در تولید ناخالص داخلی (کلی و همکاران، 2010) و کاهش فقر (خان<sup>4</sup>، 2021)، توجه کمتری به زنان کارآفرین در اقتصادهای نوظهور شده است. در ایران، طبق مستندات، نرخ اشتغال زنان در دو دهه اخیر تنزل یافته و از 19/5% در سال 1384 به 17% در سال‌های اخیر رسیده است (احمدی<sup>5</sup>، 2022) و سهم آنان در اقتصاد، به سرعت رو به کاهش است (آرمان امروز، 1402). تداوم این وضعیت در دنیای صنعتی و پیچیده امروز که بیش از همیشه نیازمند مشارکت اقتصادی زنان است، در سال‌های آتی مشکلات زیادی به لحاظ اقتصادی برای کشور به بار خواهد آورد. این امر بدین معناست که ضرورت دارد چالش‌های کارآفرینی زنان مورد بررسی‌های دقیق علمی قرار گیرد. با این تفاسیل، پژوهش حاضر در پی آن است که فعالیت‌های کارآفرینی زنان را بررسی و سپس رابطه آن را با برخی محرک های مهم مورد واکاوی قرار دهد.

### پیشنه پژوهش

در زمینه کارآفرینی زنان تحقیقات متعددی در داخل و خارج کشور انجام شده است که در یک مرور کلی می‌توان برخی از مهمترین و مشابه‌ترین آنها به پژوهش حاضر را به شرح ذیل بیان نمود. رضایی و همکاران (1401) با بررسی زنان

5. Ahmadi  
6. Feng  
7. Khan

1. Verheul  
2. Torres Ortega  
3. Roomi  
4. Khan

به علاوه انجام چنین پژوهشی بر روی جامعه آماری تحقیق حاضر سابقه نداشته است.

### چارچوب نظری

در تبیین کارآفرینی گستره‌ای از علل و عوامل از سطوح فردی و شخصیتی گرفته تا عوامل سیاسی و اقتصادی سطح کلان، مورد توجه قرار گرفته اند و رویکردهای نظری گوناگونی مطرح شده اند. در پژوهش حاضر به طور مشخص بر چندین عامل عمده به شرح ذیل تأکید شده است.

**سیاست‌ها و خط مشی دولت:** زنان، برای کسب استقلال مالی و به کارگیری استعداد و توان خود، به نحو فزاینده ای وارد بازار کار می شوند. بخشی از زنان فعال ترجیح می‌دهند که به طور مستقل کار کنند و با پذیرش مشکلات و ناطمینانی‌های فضای کسب و کار، به ایجاد واحد اقتصادی دست می‌زنند (مسجدیان، 1371). شمار زنان کارآفرین در دهه‌های اخیر رو به فزونی داشته است ولی هنوز زنان سهم کوچکی در کل کارآفرینان کشورهای مختلف را به خود اختصاص می‌دهند، در حالی که خلاقیت و توان کارآفرینی زنان، نهاده‌ی تولیدی ارزشمندی در جهت تسریع آهنگ رشد اقتصادی و خلق فرصت‌های شغلی جدید است (بارتو<sup>5</sup>، 1989). هر چند خودباوری، ریسک پذیری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و غیره، از ویژگی‌های زنان کارآفرین است و انتظار می‌رود که این گروه با وجود مشکلات محیطی، موانع فعالیت را از سر راه بردارند، ولی حمایت‌های مستقیم و غیر مستقیم دولت عامل مهمی در موفقیت زنان کارآفرین در کشورهای صنعتی و در حال توسعه است (فارل<sup>6</sup>، 2003). برای ارتقاء توانمندی زنان، دولت باید کمبود نقدینگی و سرمایه زنان کارآفرین را مورد توجه قرار دهد و به نحو مقتضی این مشکل را حل کند. به علاوه، اجرای برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای دولت برای قابلیت آفرینی در میان زنان و هدایت آنان در

و دست‌اندرکاران توصیه می‌کند تا با ارائه انواع انگیزه‌ها و حمایت‌های مرتبط با آن عوامل داخلی و خارجی، زنان کارآفرین را تشویق کنند تا کسب و کار خود را برای درآمدت اداره کنند. هیسریچ و براش<sup>1</sup> (2000) به این نتیجه رسیدند که بین عوامل سازمانی، تأمین منابع و خط مشی‌های دولتی با کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد. کنتاند و کجلدسن<sup>2</sup> (2000) در پژوهش خود به نتیجه زیر دست یافتند، انجام وظایف منزل و وجود فرزندان خردسال وابسته به مادر مانعی در ورود زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه است و بر روی کارایی زنان کارآفرین اثر مستقیم و قوی دارد. یوفوگ و ازگن<sup>3</sup> (2001) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه کارآفرینی زنان، تأثیر می‌گذارند. سازوکار این تأثیر به این صورت است که فناوری اطلاعات و ارتباطات، توانایی زنان در تعادل بین کار و خانواده از طریق ایجاد انعطاف‌پذیری بیشتر در زمینه انجام کارهای شغلی و انجام کارهای خانه را تسهیل می‌کند. در پژوهش مینگز<sup>4</sup> (2003) فناوری اطلاعات و ارتباطات، فراهم آورنده منافع منحصر به فرد برای زنان در زمینه‌هایی همچون افزایش دستیابی به شغل‌ها و فعالیت‌های درآمد زا، افزایش فرصت‌هایی جدید برای استخدام و دسترسی به اطلاعات است.

بررسی سوابق مطالعاتی نشان می‌دهد که تحقیقات انجام شده از جامعیت کافی درخصوص متغیرهای مورد مطالعه برخوردار نیست و به همین دلیل، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود از چشم‌اندازی جامع تر، ابعاد اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی و... مؤثر بر کارآفرینی زنان مورد توجه قرار گیرد.

4. Minges  
5. Barreto  
6. Farel

1. Histrich & Brush  
2. Kentand & Kijeidsen  
3. Ufuk & Ozgen

حال رشد در سیستم آموزش و پرورش و ارائه آن در همه سطوح آموزشی مؤثر است. پ) پژوهش و توسعه: پژوهش‌های ملی می‌توانند به فرصت‌های تجاری جدیدی منجر شوند که فرصت‌های کارآفرینی را برای شرکت‌های کوچک و در حال رشد فراهم کنند. ت) توسعه زیرساخت‌های حرفه‌ای و تجاری: توسعه خدمات تجاری، حسابداری و دیگر خدمات حقوقی که موجب تأسیس یا رشد شرکت‌های جدید می‌شود. ث) فرهنگ سازی: هنجارهای فرهنگی و اجتماعی مشوق اعمال افراد برای بروز کارآفرینی است. در چنین حالتی، شیوه‌های جدید هدایت کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی شکل می‌گیرد. ج) برنامه های دولتی: در برگزیده برنامه‌هایی برای کمک به رشد شرکت‌های نوظهور در سطوح دولت ملی و منطقه‌ای است (داوری و رضایی، 1389).

**فناوری اطلاعات:** زنان در ورود به عرصه کارآفرینی با چالش‌های عمده‌ای همچون دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه، دسترسی به بازار، دسترسی به شبکه و اعتبار مواجه‌اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات با توجه به منافعی که در این زمینه برای زنان دارد می‌تواند موجب افزایش دسترسی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی، تسهیل توانایی در تعادل بین کار و خانواده، افزایش دسترسی به اطلاعات و شبکه‌ها، کاهش هزینه‌های معاملات کسب و کار، بالا بردن وسعت دید مالکان زن کسب و کار، و در نهایت توسعه کارآفرینی زنان گردد (آقاجانی و همکاران، 1402). در یک نگاه کلی، فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق افزایش سرعت، افزایش دقت، کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات، رفع برخی از فسادهای اداری، ایجاد امکان کار تمام وقت و بالاخره، ایجاد امکان همکاری از راه دور می‌توانند بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان تأثیر بگذارند. با توجه به موارد فوق به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات و ارتباطات قادر است

مسیر کارآفرینی بسیار تأثیرگذار است. البته نقش دولت برای توسعه کارآفرینی به حمایت‌های مالی و آموزشی محدود نمی‌شود و اصلاح و تسهیل قوانین مرتبط با کسب و کار نیز می‌تواند در پرورش و حضور نیروهای کارآفرین بسیار مهم باشد (صابر، 1381). خط مشی‌های دولتی، قوانین و استراتژی‌هایی هستند که دولت برای هدایت و مدیریت برنامه های اقتصادی، اجتماعی، اداری و غیره تدوین می‌کند. اهداف خط مشی‌هایی که سیاست‌گذاران دولتی تدوین می‌کنند عبارتست از تشویق افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی، کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از شروع، مرحله شروع و مرحله رشد)، خلق فرصت‌ها و آموزش مهارت‌های جدید برای کارآفرینان. در همین زمینه، الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی<sup>1</sup> ارائه شده است. این مدل، رابطه‌ای علی بین فعالیت‌های کارآفرینی و سطح توسعه اقتصادی برقرار کرده که طی آن، شرایط ملی عمومی و شرایط کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی کشورها تأثیر دارند. بر این اساس، دو نوع کلی خط مشی در توسعه کارآفرینی شناسایی شده‌اند (1) بهبود شرایط ملی عمومی. همه شرکت‌ها کوچک یا بزرگ، نوپا یا قدیمی تحت تأثیر شرایط عمومی اقتصادی کشور هستند. بنابراین، دولت‌ها می‌توانند تدوین سیاست‌هایی مثل بهبود تجارت خارجی، تغییر نقش در تأثیرگذاری بر تجارت و صنعت، کارآمدتر کردن بازارهای مالی، انعطاف پذیر کردن بازار نیروی کار، و توسعه زیرساخت‌های فیزیکی را در رأس فعالیت‌های خود قرار دهند. (2) بهبود شرایط ویژه کارآفرینی (داوری و رضایی، 1389). این خط مشی‌ها که بر شرایط ویژه کارآفرینی و رشد کارآفرینی تأثیر مستقیم دارند به شرح ذیل است. الف) حمایت مالی: دولت با اعطای وام و منابع مالی و رعایت عدالت جلوگیری از رانت خواری کمک می‌کند. ب) آموزش: آموزش نحوه مدیریت کسب و کارهای جدید و در

بسیاری از چالش‌هایی را که افراد کارآفرین و از جمله زنان با آن مواجه هستند کاهش داده و بسیاری از محدودیت‌ها را برطرف نماید. این موضوع در مورد زنان به ویژه هنگامی اهمیت خود را بیشتر نشان خواهد داد که به این نکته توجه نماییم که فناوری اطلاعات و ارتباطات فراهم آورنده منافع منحصر به فرد برای زنان در زمینه‌هایی همچون افزایش دستیابی به شغل‌ها و فعالیت‌های درآمدزا، افزایش فرصت‌هایی جدید برای استخدام، افزایش دسترسی به اطلاعات و توسعه فرصت‌هایی برای ارتباطات است. این منافع منجر به توانمندسازی زنان در مقابل عوامل منزوی کننده و محدودکننده پویایی آنان شده و می‌تواند به زنان کارآفرین برای ایجاد کسب و کاری رقابتی تر کمک نماید (مینگیز، 2003). به اعتقاد آلدریچ<sup>1</sup> (1989) لازمه کارآفرینی موفق زنان، دسترسی کافی به پنج منبع عمده شامل اطلاعات، سرمایه، بازار، شبکه‌ها، و اعتبار است که تقریباً در همگی آنها نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات چشمگیر است.

**عوامل سازمانی:** جوامع صنعتی جوامع سازمانی‌اند. انسان‌ها در سازمان‌ها به دنیا می‌آیند، در سازمان‌ها زندگی می‌کنند و بالاخره، در سازمان‌ها از دنیا می‌روند (هال<sup>2</sup>، 2004). عوامل سازمانی معدودی برای القاء و ایجاد محیط کارآفرینانه در سازمان مورد توافق هستند که در زیر به آنها اشاره می‌شود (هورنز بی<sup>3</sup> و همکاران، 1993). 1) فرصت زمانی: دادن فرصت دوباره برای جبران اشتباهات، اهمیت دادن به این که کارکنان مشغول کارند، اهمیت دادن به تناسب ویژگی‌های فرد با نیازمندی‌های شغلی. 2) حمایت مدیریت: حمایت مالی مدیریت برای انجام کارها، حمایت از پروژه‌های کوچک در داخل سازمان، دسترسی به وجوه و منابع جهت انجام کار، ارائه یک فکر و اندیشه نو. 3) تفویض اختیار: تفویض اختیار به زیر دستان، قدرت تصمیم‌گیری افراد خلاق و موفق، حل

مشکل از طریق مشورت و همکاری انعطاف‌پذیری در فرآیند بودجه‌ریزی. 4) توسعه تیم‌های کارآفرینانه: تشکیل و ایجاد تیم‌های اجرایی، شناسایی و به‌کارگیری افراد برای مخاطره‌پذیری و خلاقیت. توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است. به اعتقاد هیسریچ (2002) سازمان‌ها می‌توانند از طریق تشویق افراد، تشویق و ترغیب ایده‌ها و آزمایش‌های جدید، تشویق خلاقیت، در اختیار گذاشتن منابع سازمانی به کارآفرینان، و ایجاد سیستم‌های چند وظیفه‌ای باعث تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه شوند. دراکر<sup>4</sup> و همکاران (1993) مدل تعاملی کارآفرینی را براساس سه عامل مشخصات سازمانی، مشخصات فردی حادثه ناگهانی ارائه کرده‌اند. ویژگی‌های سازمانی، عبارت است از حمایت مدیریت ارشد سازمان، استقلال و آزادی در انجام کار، پاداش‌های مناسب، وجود فرصت‌های کافی برای انجام فالیته کارآفرینانه، و وجود حد و مرزهای سازمانی. 2) ویژگی‌های فردی بیانگر تمایل به مخاطره‌پذیری، تمایل به آزادی عمل و استقلال در کار، نیاز به توفیق، داشتن هدف و آرمان است. و بالاخره، حادثه ناگهانی یا وقایع تسریع‌کننده. به اعتقاد کوراتکو<sup>5</sup> و همکاران (2013) تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه در سازمان در نتیجه تعامل بین سه عامل ویژگی‌های سازمانی، ویژگی‌های فردی و نوعی حادثه ناگهانی که موجب ایجاد انگیزه در کارآفرینی می‌شود، صورت می‌پذیرد. ترکیبات گوناگونی از این سه عامل می‌تواند منجر به بروز رفتار کارآفرینانه شود که به سه حالت آن اشاره می‌گردد. 1) حالتی که سازمان به تکنولوژی مدرن نیاز دارد و از طرفی مدیریت ارشد از نوآوری به شدت حمایت می‌کند. در این حالت، افرادی که توانایی انجام رفتارهای خلاقانه و کارآفرینانه دارند، شرایط را برای شروع فعالیت مناسب می‌بینند. 2) حالتی که

4. Drucker  
5. Kuratko

1. Aldrich  
2. Hall  
3. Horensby

تعهد بالایی برخوردار شوند. در این حالت، حتی جدول زمان کاری یک فرد به شرط جهت گیری متوازن، کاملاً پر می‌شود. برای افرادی با عادت به دقت و توجه کامل به هر آنچه در روز انجام می‌دهند، مسأله مشهود مدیریت نقش ناپدید می‌شود. سپس، آنها در می‌یابند که وجود نقش‌های چند جانبه در نظام کلی نقش آنها ممکن است به طور واقع انجام هر یک از آن نقش‌ها را تسریع کند تا اینکه مانع شود. با یک جدول کاری شلوغ چون فرصت برای ورود نقش‌ها و خودهای با ارزش، محدود شده است، افراد مجبور هستند تا به لحظه‌ها بچسبند. بدین ترتیب حتی ضرورت‌ها و فوریت‌های موقعیتی نیز نمی‌تواند برای افراد دارای توازن نقش در ایفای نقش‌های چندگانه مانعی به وجود آورد (وایدانوف، 1988). در فرهنگ‌های شرقی و کشورهای درحال توسعه، هر تصمیمی با تأیید بزرگ خانواده اجرا می‌شود و این مورد بیشتر در رابطه با زنانی صدق می‌کند که می‌خواهند کسب و کاری را شروع کنند و میزان حمایت خانواده نقشی قاطع در موفقیت زنان دارد. تصمیم برای تأسیس و ورود به کسب و کار شخصی معمولاً زندگی فردی را تغییر می‌دهد. پس این مطلب خیلی مهم است که همسران و خانواده‌شان از آنها حمایت کنند. همسران معمولاً از مسایل مالی و روانی و تصمیم‌گیری زنان کارآفرین حمایت می‌کنند. دمارتینور و بارتنو<sup>3</sup> (2003) برای یک زن کارآفرین، داشتن یک همسر حامی و برنامه ریزی منظم، مهم و حیاتی است (کجلدسن<sup>4</sup> و همکاران، 2006). اکثر کارآفرینان زن با جلب همکاری و مشارکت همسران خود در کسب و کار توانستند به بسیاری از موانع فردی سازمانی و محیطی فایق شوند. با این تفصیل، با استناد به ادبیات نظری مطرح شده، فرضیه چندمتغیره ذیل مطرح می‌گردد. بین سیاست‌ها و خط مشی دولت، فناوری اطلاعات،

در سازمان، نوآوری و خلاقیت تشویق و ترغیب می‌گردد. در این شرایط، افرادی که توانایی انجام رفتارهای خلاقانه و کارآفرینانه دارند، شرایط را برای شروع فعالیت، مناسب می‌بینند. (3) حالتی که در آن، سازمان از طرفی به واسطه برخی محدودیت‌های درون و برون سازمانی مجبور به کاهش هزینه‌ها شده است و از طرفی، بصیرت و دور اندیشی مدیریت ارشد، زمینه را برای ظهور ایده‌های خلاقانه و نوآورانه در سطح وسیعی فراهم کرده است. در این شرایط افرادی که نیاز به استقلال و آزادی عمل بیشتری دارند به فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب خواهند شد.

**انتظارات نقش خانوادگی:** نقش‌های متفاوت زنان در چارچوب ساختارهای اجتماعی و خانوادگی، تنش‌زا است. انجام موازی تعهدات کار و خانواده، زنان را با تعارض نقش مواجه می‌کند. این نوع تعارض که نوعی ویژه از تعارض بین نقش‌هاست از ناسازگاری زنان با مسئولیت‌های دوگانه کاری و خانوادگی ناشی می‌شود که به طور همزمان با آن مواجه‌اند و زنان را با هزینه‌های روانی و اجتماعی مواجه می‌کند (بانی ریچ<sup>1</sup>، 1995). به اعتقاد وایدانوف<sup>2</sup> (1988) خصایص ساختاری خانوادگی مانع دسترسی فیزیکی به کار، اشتغال ذهنی نسبت به فعالیت‌های خانوادگی و اتلاف انرژی در روابط خانوادگی می‌شود. زمان صرف‌شده در کارهای خانوادگی و به ویژه ساعاتی که با فعالیت‌های مربوط به مراقبت از فرزندان پیوسته است، احتمال تداخل با ساعات کار را افزایش می‌دهد و به اضافه شدن بار نقش و تهی‌سازی انرژی فرد کمک می‌کند. آنچه سبب می‌شود توازن نقش با فشار نقش کمتری همراه باشد آن است که کنشگران در جریان زندگی روزمره و در رفتارهای خود نسبت به نقش‌های خویش به لحاظ انرژی عاطفی و روانی و صرف زمان و وقت، تعهدات متوازی اعمال کنند و برای ایفای هر نقش، از

3. Demartinor & Barteno  
4. Kjlidsen

1. Banerjee  
2. Voydan

حمایت سازمانی و انتظارات نقش خانوادگی با کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

### روش پژوهش

این پژوهش از نوع کمی است که با استفاده از روش پیمایشی انجام می‌شود. جامعه آماری، زنان شهر اهواز هستند که کسب و کاری را به طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و اداره کرده‌اند و حداقل یک سال از فعالیت آنها گذشته باشد. با توجه به اینکه برآورد دقیقی از تعداد زنان کارآفرین وجود ندارد، در ابتدا با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، با مراجعه به سازمان های مختلف شهر اهواز، فهرست زنان صاحب کسب و کار حدود 140 نفر برآورد گردید که تمامی آنها به عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند. ابزار تحقیق جهت سنجش نقش دولت و خط مشی دولتی مقیاس استیونسون و لوندروستوم<sup>1</sup> (2001) است که مشتمل بر 7 گویه و سطح سنجش پنج درجه‌ای است. برای سنجش متغیر فناوری اطلاعات پرسش‌نامه اسدی و همکاران (1389) استفاده گردید که مشتمل بر 10 سوال است و در سطح سنجش رتبه‌ای اندازه‌گیری شده است. متغیر حمایت سازمانی با استفاده از مقیاس هفت گویه‌ای هورنزیبی (1993) سنجش شده است. این مقیاس نیز از نوع رتبه‌ای است. انتظارات نقش خانوادگی با استفاده از مقیاس 8 گویه‌ای کوپلمن<sup>2</sup> و همکاران (1983) سنجیده شده است. این مقیاس نیز از نوع رتبه‌ای بوده است. و بالأخره، ابزار تحقیق جهت سنجش متغیر کارآفرینی زنان، مقیاس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کردنائیچ (1386) بوده است که مشتمل بر 95 سوال از نوع رتبه‌ای پنج درجه‌ای است. با توجه به اینکه، ابزار تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، در تحقیقات پیشین در شرایط جامعه ایران مورد استفاده قرار گرفته‌اند، اعتبار این ابزار مورد تأیید است. ضمن اینکه، اعتبار صوری و محتوا در کلیه ابزارها

مطمخ نظر پژوهشگر بوده است. اما جهت سنجش پایایی از همسانی درونی به روش آلفا کرانباخ استفاده شده که مقدار آن در نقش دولت و خط مشی دولتی (0/75)، فناوری اطلاعات (0/70)، حمایت سازمانی (0/70)، انتظارات نقش خانوادگی (0/82)، و کارآفرینی زنان (0/80) به دست آمده است که نشان می‌دهد، ابزار مورد استفاده از پایایی قابل قبولی برخوردار بوده‌اند.

### یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیتی و زمینه‌ای پاسخ‌گویان، در جدول شماره 1 نمایش داده شده است. بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌گویان نشان داد، از مجموع 140 نفر پاسخ‌گوی مورد مطالعه، بخش اعظمشان (43/1%) در گروه سنی 31-42 سال بوده‌اند. ضمن اینکه، میانگین سنی پاسخ‌گویان 36 بوده است. به لحاظ وضعیت تحصیلات، بیشتر پاسخ‌گویان (58/9%) دارای تحصیلات لیسانس هستند. به علاوه، عمده پاسخ‌گویان به لحاظ وضعیت تأهل، مجرد (61/6%) بوده‌اند. و بالأخره از نظر فعالیت کارآفرینانه، 75% در بخش خدمات، 17% در بخش صنعت و 6% در بخش کشاورزی فعالیت داشته‌اند.

جهت بررسی رابطه متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول 1 منعکس گردیده است. براساس نتایج، ضریب همبستگی کارآفرینی زنان با سیاست‌ها و قوانین دولت (r= 0/859, p < 0/01)، فناوری اطلاعات (r= 0/279, p < 0/01) و انتظارات نقش خانوادگی (r= 0/206, p < 0/000) و حمایت سازمانی (r= 0/761, p < 0/000) معنادار است که نشان می‌دهد، تمام متغیرهای مستقل تحقیق، با کارآفرینی پیوند دارند. در ادامه، با استفاده از رگرسیون چند متغیره، به بررسی روابط متغیرها جهت پیش بینی متغیر وابسته

1. Stevenson & Lundström
2. Kopelman

کنند. داده های جدول نشان می‌دهند، حمایت سازمانی بیشترین سهم و فناوری اطلاعات، کمترین سهم در تبیین متغیر وابسته کارآفرینی زنان دارند.

کارآفرینی زنان پرداخته شده است که نتایج در جدول 2 منعکس شده‌اند. براساس داده‌های جدول 2، همبستگی متغیرهای مستقل با کارآفرینی زنان برابر 0/847 است و این متغیرها قادر هستند 0/718 از تغییرات کارآفرینی زنان را تبیین

جدول 1. توزیع فراوانی متغیرهای جمعیتی و زمینه‌ای

متغیر	مقوله	فراوانی	درصد
نوع فعالیت کارآفرینانه	بخش صنعت	24	17
	بخش کشاورزی	8	6
	بخش خدمات	105	75
وضع تأهل	متأهل	54	38/4
	مجرد	86	61/6
تحصیلات	کمتر از دیپلم	3	1/2
	دیپلم	22	15/8
	فوق دیپلم	27	19/4
	لیسانس	83	58/5
	فوق لیسانس	4	2/8
	دکتری تخصصی	1	1/4
گروه سنی	کمتر از 30 سال	18	12/9
	31 تا 41 سال	60	43/1
	42 تا 51 سال	55	39
	52 تا 61 سال	7	5

جدول 2. ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای مستقل و کارآفرینی زنان

ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
0/859	0/000
0/279	0/000
0/761	0/000
0/206	0/000

جدول 3. تحلیل رگرسیون رابطه متغیرهای مستقل و کارآفرینی زنان

Sig	t	Beta	B	Sig	F	R <sup>2</sup>	R	
0/000	-3/671	0/184	-0/250	0/000	115/8	0/718	0/847	سیاست‌ها و خط مشی دولت
0/046	-1/778	0/130	-0/161					فناوری اطلاعات
0/000	7/985	0/603	0/997					حمایت سازمانی
0/000	4/417	0/237	-0/309					انتظارات نقش خانوادگی
0/030	2/17	-	10/83					مقدار ثابت

## بحث و نتیجه‌گیری

در دهه‌های اخیر زنان گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و نرخ ورود زنان به دانشگاه‌ها در تمام دنیا رو به افزایش بوده است (ماشونیس<sup>1</sup>، 2017). در نتیجه این مهم، نرخ فارغ التحصیلان زن دانشگاهی به سرعت افزایش یافته است و آنان بیش از همیشه به دنبال اشتغال بوده‌اند. این پدیده، در ایران نیز به وقوع پیوسته است به گونه‌ای که، بخش اعظم فارغ التحصیلان دانشگاهی کشور را در سالیان اخیر زنان تشکیل می‌دهند. به طور طبیعی، جذب این تعداد نیروی تحصیل کرده در سازمان‌های دولتی که اکثراً با مزاد نیروی انسانی مواجه هستند، عملی نبوده و بخش خصوصی نیز با توجه به دامنه محدود فعالیتش در اقتصاد ایران نتوانسته است در این زمینه موفقیت قابل توجهی به دست آورد. بدین ترتیب، نرخ بیکاری در میان زنان تحصیل کرده به صورت قابل توجهی در حال افزایش است. یک راهکار اساسی در این زمینه، توسعه کارآفرینی در میان زنان و دختران است. بر همین مبنا، پژوهش حاضر به بررسی کارآفرینی در بین زنان پرداخته و رابطه آن را سیاست‌ها و خطی مشی دولت، فناوری ارتباطات، انتظارات نقش خانوادگی، و عوامل سازمانی مورد واکاوی قرار داده است که نتایج آن به شرح ذیل است.

بر اساس یافته‌های تحقیق، بین انتظارات نقش خانوادگی و کارآفرینی زنان رابطه معکوسی وجود دارد. به لحاظ نظری، این یافته بر پایه این استدلال استوار است که مقدار زمان لازم برای نقش خانوادگی، مقدار وقت موجود برای نقش کاری را محدود می‌سازد. در نتیجه، با تعهد زمانی به یک نقش، زمان اختصاصی به نقش دیگر از دست خواهد رفت و باعث تهی‌سازی انرژی و سلب قدرت تصمیم‌گیری و آزادی عمل فرد می‌شود. زنان به میزان زیادی بین ارزش‌های کار و ارزش‌های خانواده تضاد قائل هستند. ادغام کسب و کار و

خانواده مجموعه‌ای از مشکلات را در ایفای مسئولیت‌های متعدد و ارتباطات خانوادگی ایجاد می‌کند. براساس فرهنگ ایرانی، خانه‌داری، تربیت فرزندان، تأمین و حفظ منافع همسر از وظایف جدانشدنی زنان محسوب می‌شود. به لحاظ تجربی، این یافته تحقیق با نتایج پژوهش کنتاند و کجلدسن (2000)، یوفوگ و ازگن (2001)، میگینز (2003)، آراستی و جوکار (1388) هم‌خوانی دارد.

بنابر یافته‌های تحقیق، سیاست‌ها و خط مشی دولت رابطه مستقیم و معناداری با کارآفرینی زنان دارند. به طور طبیعی، کارآفرینی مستلزم سرمایه‌گذاری است و دولت‌ها از طریق پرداخت وام و تسهیلات بانکی نقش مهمی در تأمین نقدینگی لازم برای کارآفرینی دارند (سفیری، 1377). بعلاوه، دولت‌ها از برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای تقویت کارآفرینی و هدایت افراد به مسیر کارآفرینی، بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارند (احمدپور، 1386). رابطه معنادار سیاست‌ها و خط مشی دولت و کارآفرینی زنان در پژوهش حاضر به لحاظ نظری مؤید همین امر است و نشان می‌دهد دولت در ایران یک کارگزار مهم و تأثیرگذار در کارآفرینی زنان است. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش فرجی و همکاران (1401) که نشان دادند دولت نقش مهمی در ارتقای فرصت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی دارد، و نیز نتایج پژوهش رستمعلی زاده و علی جمعه‌زاده (1397) که نشان دادند حمایت دولتی و ساختارهای قانونی مناسب بر موفقیت زنان کارآفرین تأثیر دارند، و بالاخره، نتایج پژوهش خان و همکاران (2021) در پاکستان که نشان دادند، خط‌مشی‌ها و سیاست‌گذاری‌های دولت اثر معناداری بر کارآفرینی زنان دارند، منطبق است و آنها را تأیید می‌کند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند، فناوری اطلاعات رابطه مستقیم و معناداری با کارآفرینی زنان دارد. از بعد نظری، فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق افزایش سرعت و دقت،

داوری و رضایی (1390)، اسماعیل<sup>1</sup> و همکاران (2022)، دراکور (1993) و هورنزیبی (1993) نشان می‌دهند فرصت زمانی و تفویض اختیار و پاداش های مالی رابطه معناداری با کارآفرینی دارند. نتایج این تحقیقات، با نتایج پژوهش حاضر همسو است و آنها را تأیید می‌کند.

سخن پایانی اینکه، در دنیای صنعتی معاصر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان برای ایجاد اشتغال و کمک به فرآیند توسعه کشور یک امر حیاتی است. بهبود سیاست‌ها و خط مشی‌های دولتی، بهبود زیرساخت های فناوری ارتباطات و دسترسی آسان تر به آن، اصلاح تعارض نقش خانوادگی زنان، و بالأخره افزایش حمایت‌های سازمانی می‌تواند به این امر مهم کمک کنند. بدون تردید، زنان به عنوان نیمی از جامعه از ظرفیت‌ها و استعدادهای خاصی در کارآفرینی برخوردارند که زمینه‌سازی تحقق آنها می‌تواند به بهبود وضعیت موجود جامعه ایران کمک کند.

**ملاحظات اخلاقی:** در این پژوهش کلیه ملاحظات اخلاقی رعایت و تمامی پاسخ‌گویان آگاهانه و با رضایت خاطر در پژوهش شرکت کرده اند.

**تقدیر و تشکر:** این مقاله برآمده از یک پژوهش مستقل است. نویسنده مقاله از کلیه زنان کارآفرین که علیرغم مشغله فراوان، مشتاقانه در تحقیق مشارکت و پرسش‌نامه‌های تحقیق را تکمیل کردند، تقدیر و تشکر می‌نماید.

**تضاد منافع:** نویسنده این مقاله هیچ گونه تضاد منافی ندارد.

شفافیت در فرآیندها، امکان کار از راه دور و بالأخره، کاهش هزینه‌ها می‌تواند تأثیرات چشمگیری بر کارآفرینی داشته باشند (قاسم‌زاده و همکاران، 1398). به علاوه، فناوری اطلاعات و ارتباطات قادر است زنان کارآفرین را به بازارهای داخلی، منطقه‌ای، و جهانی امکان‌پذیر سازد. بر همین مبنا، رابطه مستقیم و معنادار فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی زنان در ایران، امری معقول و منطقی است. به لحاظ تجربی؛ اما یافته پژوهش حاضر با نتایج پژوهش آقاجانی و همکاران (1402) که نشان دادند شبکه‌های نسل پنجم پتانسیل قابل توجهی در کارآفرینی موبایلی دارند، منطبق است و آنها را تأیید می‌کند. بر اساس یافته‌های تحقیق، رابطه معناداری بین حمایت سازمانی و کارآفرینی زنان وجود دارد.

از بعد نظری، سازمان‌ها همچنانکه هورنزیبی و همکاران (1993) خاطرنشان می‌سازند، از طریق فرصت زمانی، حمایت، تفویض اختیار، و توسعه تیم‌های کارآفرینانه می‌توانند برفعالیت‌های کارآفرینانه زنان مؤثر باشند. سازمان‌ها می‌توانند با تشویق افراد، ایده‌های جدید، خلاقیت، در اختیار گذاشتن منابع سازمانی و ایجاد سیستم‌های چند وظیفه‌ای، به بهبود فعالیت‌های کارآفرینانه منجر شوند. بر همین مبنا، یافته‌های این پژوهش مبنی بر رابطه معنادار حمایت سازمانی و کارآفرینی زنان، معقول و منطقی است. البته ذکر این نکته نیز حایز اهمیت است که ساختار غیررسمی سازمان‌ها که مخالف محدودکردن کارکنان از طریق دستورالعمل، قوانین و آیین‌نامه‌های رسمی‌اند و اعتقاد بیشتری به آزادی و خلاقیت کارکنان دارند، از تأثیرگذاری بیشتری برخوردار است؛ اما به لحاظ تجربی، نتایج پژوهش جهرمی و همکاران (1389)،

## منابع فارسی

- آقاجانی، حسنعلی، رمضان‌نیا، فروغ، چناری، علیرضا. (1402). ارزیابی استراتژیک از نقش شبکه‌های 5G در تسهیل فرآیندهای کارآفرینی موبایلی. نشریه تکنولوژی در کارآفرینی و مدیریت استراتژیک، (1) 37-44.
- آرمان امروز. (1402). سهم 6 درصدی زنان از اقتصاد. شناسه خبر 35756 (30 بهمن).

- احمدپور داریانی، محمود. (1386). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر شرکت پردیس.
- اسدی، علی، کریمی، آصف، کرمی، فاطمه. (1389). شناسایی زمینه‌های به کارگیری فناوری اطلاعات توسط آموزشگران در آموزش‌های علمی - کاربردی. *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، 24(2)، 161-151.
- آراستی، زهرا، اکبری جوکار، محمدرضا. (1385). بررسی شیوه‌های ارتباط شبکه زنان کارآفرین ایرانی و تأثیر آن در راه‌اندازی کسب و کار. *فصلنامه مطالعات زنان*، 4(3)، 5-22.
- داوری، علی، رضایی، حمید رضا. (1385). نقش دولت و خط مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، 1(2)، 109-129.
- رستمعلی زاده، ولی، علی جمعه‌زاده، پروین. (1397). بررسی عوامل موثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران. *توسعه اجتماعی*، 12(3)، 172-147.
- رضایی، بیژن، طهماسبی، کلثوم، نادری، نادر. (1401). واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، 42، 259-286.
- سفیری، خدیجه. (1377). *جامعه‌شناسی اشتغال زنان*. تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان.
- صابر، فیروزه. (1381). *راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران*. تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- فرجی، حسنعلی، فردوسی، سارا، دربان آستانه، علیرضا، خانی، فضیله. (1401). ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی و نقش دولت در ارتقای آن در روستاهای شهرستان بهبهان. *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، 119، 231-251.
- قاسم‌زاده، مریم، سلاطین، پروانه. (1398). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی. *اقتصاد و تجارت نوین*، 14(1)، 107-128.
- <https://doi.org/10.30465/jnet.2019.4282>
- کردناییج، اسدالله. (1380). *شناسایی و تدوین تجربیات یکصد کارآفرین ایرانی*. تهران: دانشگاه امیرکبیر.
- کوشکی جهرمی، علیرضا، بولادی، حسن، نریمانی، مهدی. (1389). ویژگی‌های سازمانی و تأثیر آنها بر کارآفرینی فنی و حرفه‌ای. *فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت*، 13، 113-132.
- مسجدیان، مهدی. (1371). *تحقیقی پیرامون وضعیت اشتغال، درآمد، و فراغت زنان*. اصفهان: کمیسیون امور بانوان.
- هاشمی نژاد، اشرف السادات. (1384). *گسترش کارآفرینی زنان*. *اشتغال و کارآفرینی*، 3(12)، 72-81.

## References

- Aghajani, H., Ramezannia, F. & Chenari, A. (2023). Strategic evaluation of 5G networks' role in facilitating mobile entrepreneurship processes. *Journal of Technology in Entrepreneurship & Strategic Management*. 2(3), 37-44. [In Persian]
- <https://doi.org/10.61838/kman.jtesm.2.3.6>
- Ahmadi, S. (2022). Relationship between mobile penetration rate and divorce rate in Iran during 1995-2019: A time-series study. *Journal of Family Issues*, 43(11), 2954-2971.
- <https://doi.org/10.1177/0192513X211038066>.
- Ahmadpour Dariani, M. (2007). *Entrepreneurship definitions, theories and models*. Tehran: Pardis Publication. [In Persian]
- Aldrich, H. E., Reese, P.R. & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(1), 339-356.
- <https://doi.org/10.1080/08985628900000029>.
- Arasti, Z. & Akbari Jowkar, M. (2006). The Iranian women entrepreneurs' networks and business start-up. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 4(3), 5-22. [In Persian]

- Armandaily. (2023). *6% share of women in economy*. News ID 35756. Armandaily.ir/
- Asadi, A., Karimi, A. & Karami, F. (2010). Identification of application contexts of information technology by educators of applied science and technology institutes in agriculture and natural resources filed. *Journal of Agricultural Economics & Development*, 24(2), 151-161. [In Persian]
- Barreto, H. (1989). *The entrepreneur in microeconomic theory*. London, Routledge.  
<https://doi.org/10.61838/kman.jtesm.2.3.6>
- Banerjee, R.(2000). *Women entrepreneurship improving the quality of life*. India: Graduate Institute Publication.  
<https://doi.org/10.4000/books.iheid.5610>.
- Box, M. & Larsson Segerlind, T. (2018). Entrepreneurial teams, gender, and new venture survival: Contexts and institutions. *SAGE Open*, 8(2), 1-17.  
<https://doi.org/10.1177/2158244018777020>.
- Davari, A. & Rezaei, H. (1996). The role of government policies on entrepreneurship development. *Iranian Academy of Management Science*, 1(2), 109-129. [In Persian]
- Drucker, P.F. (1993). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper Business.
- Khan, R.U., Salamzadeh, Y., Shah, S.Z.A. & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small-and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation & Entrepreneurship*, 10, 1-21.  
<https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-63473/v1>.
- Faraji, A., Ferdosi, S., Darban, A.R. & Khani, F.(2022). Assessing entrepreneurial opportunities in rural areas and the role of government in promoting it Case study of Behbahan villages. *Geography & Rural Planning*, 54(1), 235-251. [In Persian]  
<https://doi.org/20.1001.1.20086296.1401.54.1.12.3>
- Feng, J., Ahmad, Z. & Zheng, W. (2023). Factors influencing women's entrepreneurial success: A multi-analytical approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-15.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1099760>.
- Farel, C.L. (2004). *Getting entrepreneurial: Creating and growing your own business in the 21st century*. New Jersey: Hoboken.
- Ghasemzadeh, M. & Salatin, P. (2019). The impact of information and communication technology on entrepreneurship in selected countries: Panel data approach. *Journal of New Economy & Trade*, 14(1), 107-128. [In Persian]  
<https://doi.org/10.30465/JNET.2019.4282>
- Hall, R. (2004). *Organization, structures, processes and outcomes*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hisrich, R.D. & Drnovsek, M. (2002). Entrepreneurship and small business research: A European perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(2),172-222.  
<https://doi.org/10.1108/14626000210427348>.
- Henry, C., Foss, L. & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.  
<https://doi.org/10.1177/0266242614549779>.
- Hornsby, J., et al. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-37.  
<https://doi.org/10.1177/104225879301700203>

- Ismail, I. J. (2022). Entrepreneurial start-up motivations and growth of small and medium enterprises in Tanzania: The role of entrepreneur's personality traits. *FIIB Business Review*, 11(4), 79–93.  
<https://doi.org/10.1177/231971452110685992002>
- Kelley, D.J., Bosma, N. & Amoros, J.E. (2010). *Global entrepreneurship monitor: 2010 global report*. Santiago: Universidad del Desarrollo, Babson College.
- Kentand, N. & Kjeldsen, J. (2000). *Women entrepreneurs now and in the future*. Copenhagen: Danish Agency for Trade & Industry.
- Kopelman, R.E., Greenhaus, J.H. & Connolly, T.F. (1983). A model of work, family, and inter-role conflict. *Organizational Behavior and Human Performance*, 32(2), 198-215.  
[https://doi.org/10.1016/0030-5073\(83\)90147-2](https://doi.org/10.1016/0030-5073(83)90147-2)
- Kooshki Jahromi, A., Boladii, H. & Narimani, M. (2010). Organizational characteristics and their impact on technical and professional entrepreneurship. *Quarterly Scientific-Research Journal of Management and Human Resources in the Oil Industry*, 13, 113-132. [In Persian]
- Kordnaeij, A. (2002). *Study and documentation of the characteristics of the hundreds of entrepreneurs in Tehran*. Tehran: Amirkabir University of Technology [In Persian].
- Kuratko, D. F., Hornsby, J.S., Holt, D.T. & Wales, W.J.(2013). Assessing a measurement of organizational preparedness for corporate entrepreneurship. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 937-955.
- Minges, M. (2003). Information and communication technologies & the millennium development goals. *Information Technology for Development*, 17(1), 1-3.  
<https://doi.org/10.1080/02681102.2010.513825>
- Macionis, J.J. (2017). *Sociology*. New York: Pearson.
- Mahajan, R. & Bandyopadhyay, K. R. (2021). Women entrepreneurship and sustainable development: select case studies from the sustainable energy sector. *Journal of Enterprising Communities*, 15, 42–75.  
<https://doi.org/10.1108/JEC-11-2020-0184>.
- Masjedian, M. (1992). *A study on the employment, income, and leisure status of women*. Isfahan: Women's Affairs Commission.
- Ogundana, O.M., Simba, A., Dana, L.P. & Liguori, E. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model. *Journal of Small Business & Management*, 59, 42–72.  
<https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938098>
- Rezaee, B., Tahmasabi, K. & Naderi, N. (2023). Analyzing the factors affecting the entrepreneurship of rural women in Nahavand County. *Space Economy & Rural Development*, 42, 195-212. [In Persian].  
<https://doi.org/10.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8>
- Roomi, M.A., Rehman, S. & Henry, C. (2018). Exploring the normative context for women's entrepreneurship in Pakistan: A critical analysis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 158–180.  
<https://doi.org/10.1177/097135570701700105>.
- Rostamalizade, V. & Alijomezade, P. (2018). Factors affecting on the success of women entrepreneurs in Tehran. *Social Development*, 12(3), 147-172. [In Persian].  
<https://doi.org/10.22055/QJSD.2018.13656>.
- Saber, F. (2002). *Ways to develop women's entrepreneurship in Iran*. Roshangaran Publication. [In Persian]
- Safiri, K. (1998). *Sociology of women's employment*. Tehran: Tebyan Publication. [In Persian].
- Stevenson, L. & Lundstrom, A. (2002). *Entrepreneurship policy: Theory and practice*. Springer Publication.

- Torres-Ortega, C.E., Errico, M. & Rong, B.G. (2015). Design and optimization of modified non-sharp column configurations for quaternary distillations. *Computers & Chemical Engineering*, 74, 15–27.  
<https://doi.org/10.1016/j.compchemeng.2014.12.006>
- Ufuk, H. & Ozgen, O. (2001). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in the Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106.  
<https://doi.org/10.1023/A:1010712023858>
- United Nations .(2022). The sustainable development goals report. Geneva: UN.
- Voydanoffe, P. (1988). Work role characteristics family structure demands, and work/family conflict. *Journal of Marriage & Family*, 50(3), 749-761.  
<https://doi.org/10.2307/352644>
- Verheul, I., Stel, A.V. & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2), 151–183.  
<https://doi.org/10.1080/08985620500532053>