



Designing a Theoretical Framework for Entrepreneurial Success and Personal Fulfillment among Women Entrepreneurs in Iran: A Narrative Study

Nazanin Behzadi¹ | **Jahangir Yadollahi Farsi²** | **Abolghasem Arabiun³**

1. Corresponding Author, PhD Candidate, Faculty of Entrepreneurship, Kish International Campus, University of Tehran, Kish Island, Iran. E-mail: n_behzadi@ut.ac.ir

2. Full Professor, Faculty of Entrepreneurship, Kish International Campus, University of Tehran, Kish Island, Iran. E-mail: jfarsi@ut.ac.ir

3. Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, Kish Island, University of Tehran, Kish Island, Iran. E-mail: arabiun@ut.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Review Paper Article history: Received Received in revised form Accepted Published online Keywords: <i>Environmental Factors, Entrepreneurial Success, Individual Skills, Narrative Inquiry, Personal Fulfillment, Women Entrepreneurs.</i>	Despite its substantial contribution to the advancement of economic and social objectives, women's entrepreneurship in developing societies encounters a multitude of obstacles and obstacles. The objective of the current investigation was to develop a conceptual framework that would elucidate the elements of personal fulfillment and entrepreneurial success among female entrepreneurs in Iran. This research is applied-developmental in nature and uses a qualitative method based on narrative inquiry. The study population consisted of eight Iranian women entrepreneurs who were selected through purposive sampling. Thematic analysis was employed to analyze the data that was collected through semi-structured interviews. The study's results establish a framework for the personal fulfillment and entrepreneurial success of women entrepreneurs. This framework is comprised of three primary dimensions: (1) entrepreneurial success and personal fulfillment, which encompasses individual skills (cognitive, communicative, personal, and managerial), business success (innovation and management), and personal growth; (2) factors that influence success, including the business environment (such as access to resources, entrepreneurial culture, and institutional support) and personal factors (such as risk-taking, passion, and a strong team); and (3) outcomes of success at three levels: individual (such as increased self-confidence and an enhanced quality of life), business (such as growth and development), and society (such as job creation and economic development). Furthermore, intervening conditions, including technological advancements, crises, and socio-cultural influences, were identified. The proposed framework can serve as a practical model for policymakers, support institutions, and women entrepreneurs in planning, skill development, and creation of supportive environments. This study underscores the significance of multidimensional factors in personal fulfillment and entrepreneurial success, and it establishes a foundation for future research.
Cite this article: Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Article title. <i>Journal Title</i>, 56 (1), 1-20. DOI: http://doi.org/00000000000000000000	
	© The Author(s). Publisher: University of Tehran Press. DOI: http://doi.org/0000000000000000000000

طراحی چارچوبی نظری برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی زنان کارآفرین در ایران: یک مطالعه روایت‌محور

نازنین بهزادی^۱ | جهانگیر یداللهی فارسی^۲ | ابوالقاسم عربیون^۳

۱. نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری کارآفرینی، پردیس بین‌المللی کیش، دانشگاه تهران، جزیره کیش، ایران. رایانامه: n_behzadi@ut.ac.ir

۲. استاد گروه کارآفرینی، پردیس بین‌المللی کیش، دانشگاه تهران، جزیره کیش، ایران. رایانامه: jfarsi@ut.ac.ir

۳. دانشیار گروه کارآفرینی، پردیس بین‌المللی کیش، دانشگاه تهران، جزیره کیش، ایران. رایانامه: arabiun@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: تاریخ بازنگری: تاریخ پذیرش: تاریخ انتشار: کلیدواژه‌ها: تعالی شخصی، روایت‌پژوهی، زنان کارآفرین، عوامل محیطی، موفقیت کارآفرینانه.	کارآفرینی زنان در جوامع در حال توسعه، با وجود نقش مؤثر در پیشبرد اهداف اقتصادی و اجتماعی، با موانع و چالش‌های متعددی مواجه است. پژوهش حاضر با هدف طراحی چارچوبی مفهومی برای تبیین مؤلفه‌های موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در میان زنان کارآفرین ایرانی انجام شده است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش، کیفی با رویکرد روایت‌پژوهی است. مشارکت‌کنندگان هشت زن کارآفرین ایرانی هستند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و به روش تحلیل مضمون تحلیل شدند. براساس یافته‌ها، چارچوب پیشنهادی از سه بعد اصلی تشکیل شده است: ۱. ابعاد موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی شامل مهارت‌های فردی (شناختی، ارتباطی، شخصیتی و مدیریتی)، مؤلفه‌های موفقیت کسب‌وکار (نوآوری و مدیریت) و رشد فردی؛ ۲. عوامل مؤثر بر موفقیت شامل عوامل محیطی (نظیر دسترسی به منابع، فرهنگ کارآفرینی و حمایت‌های نهادی) و عوامل فردی (از جمله ریسک‌پذیری، انگیزش و بهره‌مندی از تیم کاری توانمند)؛ و ۳. پیامدهای موفقیت در سه سطح فردی (افزایش اعتمادبه‌نفس و بهبود کیفیت زندگی)، کسب‌وکار (رشد و توسعه سازمانی) و اجتماعی (اشتغال‌زایی و مشارکت در توسعه اقتصادی). همچنین شرایط مداخله‌گر نظیر تغییرات فناورانه، بحران‌ها و زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر فرایند موفقیت شناسایی شدند. چارچوب حاصل از این مطالعه می‌تواند به‌عنوان الگویی کاربردی برای سیاست‌گذاران، نهادهای حمایتی و زنان کارآفرین برای برنامه‌ریزی، ارتقای مهارت‌ها و ایجاد بسترهای حمایتی مؤثر به‌کار رود. این پژوهش با تأکید بر ماهیت چندبعدی موفقیت و تعالی شخصی در کارآفرینی زنان، زمینه‌ساز مطالعات تکمیلی در این حوزه است.

استناد: نام خانوادگی، نام؛ و نام خانوادگی، نام (سال). عنوان مقاله. عنوان مجله، ۲ (۴)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>



© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

چشم‌انداز کارآفرینی با سرعت زیادی در حال تغییر است؛ به‌طوری‌که زنان با سرعت چشمگیری کسب‌وکارهای خود را راه‌اندازی می‌کنند. با وجود این روند امیدوارکننده، زنان کارآفرین اغلب با موانع خاصی روبه‌رو می‌شوند که مانع موفقیت کارآفرینی و رشد شخصی آن‌ها می‌شود. این چالش‌ها می‌تواند جنبه‌های مختلفی را دربرداشته باشد، از دسترسی به سرمایه و فرصت‌های محدود شبکه‌سازی تا تعصب ضمنی و انتظارات اجتماعی. با درک نیاز به توانمندسازی کسب‌وکارهایی با رهبری زنان برای رسیدن به حداکثر پتانسیل خود، این پژوهش پیشنهاد توسعه چارچوبی جامع را به‌طور خاص برای تقویت مسیر کارآفرینی آن‌ها ارائه می‌دهد. سازمان ملل متحد ۱۷ هدف توسعه پایدار^۱ با برنامه‌ای برای دستیابی به این اهداف را تا سال ۲۰۳۰ تدوین کرده است. پنجمین هدف از این اهداف، برابری جنسیتی است که هدف آن تضمین مشارکت زنان در حکمرانی و زندگی عمومی با ایجاد فرصت‌های برابر برای توانمندسازی اقتصادی زنان است (United Nation, 2022: 5). برای هدایت و تسهیل در دستیابی به پنجمین هدف توسعه پایدار، سازمان ملل متحد برنامه‌ای راهبردی برای سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۵ تدوین کرده است (Canton, 2021: 187).

کارآفرینی زنان در سطح جهانی پدیده‌ای روبه‌رشد است که طی چند دهه اخیر توجه پژوهشگران بسیاری را به خود جلب کرده است (Henry et al., 2015: 218). کارآفرینی زنان نه‌تنها از طریق ایجاد شغل و رشد اقتصادی به اقتصاد کشورها کمک می‌کند (Kelley et al., 2011: 13)، بلکه به‌عنوان منبعی برای افزایش تنوع کارآفرینی در طیف وسیعی از زمینه‌های اقتصادی نیز شناخته می‌شود (Verheul et al., 2006: 154)؛ بنابراین، این حوزه می‌تواند زمینه‌ای ارزشمند برای تحقیقات علمی متمرکز باشد. با این حال، با وجود سهم قابل‌توجه کارآفرینی زنان در جهان، همچنان موانع و چالش‌های متعددی وجود دارد که می‌تواند مانع موفقیت آن‌ها شود (Torres-Ortega et al., 2015: 17). از سوی دیگر، در بسیاری از اقتصادهای نوظهور، از حمایت از زنان کارآفرین برای شروع کسب‌وکارشان غفلت می‌شود (Roomi & Parrott, 2008: 61). با وجود سهم پایدار زنان کارآفرین در افزایش تولید ناخالص داخلی (Kelley et al., 2011: 22) و کاهش فقر (Khan et al., 2022: 152)، در اقتصادهای نوظهور توجه کافی به نقش و ظرفیت‌های آنان نشده است. این کم‌توجهی به‌دلیل تعامل پیچیده عوامل اجتماعی-فرهنگی، مذهبی و ساختارهای خانوادگی است (Roomi, 2011: 182). زنان به‌دلیل روابط قدرت مبتنی بر تبعیض جنسیتی و نابرابری و پیش‌داوری، با تبعیض و نابرابری جنسیتی روبه‌رو هستند (Roomi et al., 2018: 162). زنان کارآفرین، سریع‌ترین گروه در حال رشد کارآفرینی در سراسر جهان هستند و به‌ویژه در سال‌های اخیر، توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده‌اند. طبق یافته‌های نوظهور، زنان می‌توانند سهم زیادی در فعالیت‌های کارآفرینی (Noguera et al., 2013: 189) و توسعه اقتصادی (Hechavarria et al., 2017: 23; Kelley et al., 2019: 7) از طریق ایجاد کسب‌وکارهای جدید و افزایش تولید ناخالص داخلی^۲ (Ayogu & Agu, 2015: 194; Bahmani-Oskooee et al., 2013: 3281) داشته باشند که این امر به کاهش فقر و طرد اجتماعی (Langowitz & Minniti, 2007: 346) منجر می‌شود. با این حال، درصد زنانی که تصمیم به دنبال کردن حرفه کارآفرینی می‌گیرند، از مردان کمتر است (Elam et al., 2019) و این تفاوت با افزایش توسعه کشور بیشتر می‌شود (Cardella et al., 2020: 6).

با وجود پیشرفت‌های قابل‌توجه در زمینه کارآفرینی زنان، تحقیقات نشان می‌دهد همچنان شکافی پایدار بین موفقیت کارآفرینان زن و مرد وجود دارد (Brush et al., 2022: 245). با اینکه برنامه‌های متعددی برای حمایت از کارآفرینان موجود است، نبود یک چارچوب طراحی‌شده خاص برای رسیدگی به چالش‌ها و فرصت‌های رشد منحصربه‌فرد زنان کارآفرین، شکافی نظری محسوب می‌شود (Barrachina Fernández et al., 2021: 3). چارچوب‌های موجود اغلب بر مهارت‌های عمومی کارآفرینی تمرکز می‌کنند و جنبه‌های جنسیتی مالکیت کسب‌وکار، مانند دسترسی به سرمایه، شبکه‌های راهنمایی و انتظارات اجتماعی را نادیده می‌گیرند (Berrones-Flemmi et al., 2019: 5). زنان کارآفرین اغلب با منظره پیچیده‌ای از برقراری تعادل بین کار و زندگی، سوگیری‌های ناخودآگاه و کمبود الگوهای قابل‌ارتباط مواجه هستند (Carter et al., 2021). این تمرکز محدود بر نیازهای

^۱. Sustainable development goals

^۲. Gross Domestic Product (GDP)

خاص زنان کارآفرین، پتانسیل آن‌ها را برای رشد و موفقیت بلندمدت محدود می‌کند. ایجاد چارچوبی جامع که به این نیازها رسیدگی کند و در کنار مهارت‌های تجاری، بر توسعه فردی نیز تأکید داشته باشد، گام مهمی در جهت توانمندسازی زنان در محیط کارآفرینی به‌شمار می‌رود (Marques, 2017: 198). از این‌رو، این مقاله با هدف طراحی و ارائه چارچوبی مفهومی و چندبعدی که به‌طور ویژه برای ارتقای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در میان زنان کارآفرین ایرانی تدوین شده است، درصدد پرکردن شکاف‌های موجود در ادبیات نظری و کاربردی این حوزه برآمده است. چارچوب پیشنهادی، بر پایه تحلیل روایت‌های زیسته زنان کارآفرین، ابعاد مختلف فردی، محیطی و ساختاری مؤثر بر مسیر موفقیت و رشد آنان را شناسایی و تبیین می‌کند. برخلاف الگوهای متعارف در حوزه کارآفرینی که اغلب از رویکردی بی‌طرف به جنسیت پیروی می‌کنند، این پژوهش با تمرکز بر زمینه‌های خاص فرهنگی، اجتماعی و نهادی جامعه ایران، روایتی بومی‌گرایانه و جنسیت‌محور از فرایند کارآفرینی زنان ارائه می‌دهد. در همین راستا، پرسش اصلی این پژوهش آن است که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از روایت‌های زیسته زنان کارآفرین، چارچوبی مفهومی برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در بافت فرهنگی-اجتماعی ایران طراحی کرد.

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. پیشینه نظری

۲-۱-۱. کارآفرینی زنان

کارآفرینی راهی برای زنان است تا درعین حال که تعادل بین خانواده و کار را برقرار می‌کنند، به اهداف تجاری خود دست یابند. همان‌طور که شومپتر^۱ (۲۰۲۰: ۴۵) بیان می‌کند، «زنانی که نوآور هستند، ابتکار عمل دارند یا فعالیت تجاری را اتخاذ می‌کنند، زنان کارآفرین هستند». زن کارآفرین فردی است که با هدف استفاده از فرصت، داشتن چشم‌انداز باورنکردنی، جهت‌گیری تجاری، با پشتکار زیاد و از همه مهم‌تر، با پذیرش ریسک‌های بالاتر با توجه به روحیه ماجراجویانه‌اش، یک کسب‌وکار برای خود راه‌اندازی می‌کند (Feng et al., 2023: 3). با رفتار برابر در مواجهه با مردان و زنان، اقتصاد می‌تواند به‌سرعت رشد کند و فقر کاهش یابد. تحقیقات درمورد موضوع مذکور تقریباً ۱۰ درصد از مطالعات درمورد کارآفرینی را تشکیل می‌دهد (Brush & Gupta & Mirchandani, 2018: 220; Noor et al., 2022: 138; Cooper, 2012: 2; Noor et al., 2022: 139). بالین‌حال، دالیوال^۲ (۲۰۰۰: ۱۱۵) دریافت که زنان کارآفرین زمانی موفقیت را به‌صورت کمی درک می‌کنند که ارزشی اقتصادی را دریافت یا درآمد کسب کنند و رهبری خانواده خود را برعهده بگیرند. به بیان دیگر پس از درک این حقیقت که درآمدزایی دارند و به خانواده خود کمک می‌کنند، متوجه می‌شوند که به سطح خاصی از موفقیت دست یافته‌اند. کارآفرینی زنان در سراسر جهان توجه زیادی را به خود جلب کرده است (Box & Larsson Segerlind, 2018: 56). کارآفرینی زنان همچنین اساس تنوع کارآفرینی درنظر گرفته می‌شود. بالین‌حال، به‌دلیل پیچیدگی‌های اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی، استعدادها و پتانسیل‌های آن‌ها اغلب در کشورهای درحال توسعه مورد بهره‌برداری قرار نمی‌گیرد (Noor et al., 2022: 137). این مطالعه تأکید می‌کند که کمبود تحقیق درمورد محیط کارآفرینی زنان وجود دارد. بالین‌حال، تلاش برای درک آن به‌صورت جداگانه، صرف‌نظر از پیشینه، بینشی محدود را حاصل می‌کند. علاوه‌براین، عوامل متعددی با بسیج شدن زنانی که به کارآفرینان موفق تبدیل می‌شوند، مرتبط است. بالین‌حال، موفقیت یک موقعیت ذاتی است که به افزایش درآمد مالی، خودمختاری، کنترل آینده خود، رئیس خود بودن، درآمد شخصی و سود سرمایه اشاره دارد (Li et al., 2020: 88). موفقیت پایدار به نتایج و دستاوردهای کارآفرین در کسب‌وکار اشاره دارد. گاهی دستاوردها را می‌توان با تعداد کارمندان، حجم فروش و افزایش درآمد سنجید. همان‌طور که نتایج تلاش‌های کارآفرینان تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد، شرایط مشابهی نیز درمورد کارآفرینی زنان وجود دارد. چنین شرایطی قابلیت بهبود انگیزه و عملکرد مشاغل تحت مدیریت زنان را دارد. زنان کارآفرین عموماً بر قدرت کنترل سرنوشت خود، تقویت روابط در سطح مشتریان و توسعه چیزی باارزش تمرکز می‌کنند (Gautam & Mishra, 2016: 43). مشارکت زنان در فعالیت‌های تجاری، به‌ویژه به‌عنوان کارآفرین که نشان‌دهنده بهبودهای امیدوارکننده در رشد کارآفرینی زنان در سراسر جهان است، از دهه گذشته به توسعه ملی کمک کرده است (Hassan et al., 2014: 212). در برخی از کشورهای

1. Schumpeter

2. Dhaliwal

در حال توسعه، زنان به دلیل کمبود آزادی اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی، مشارکت در فعالیتهای تجاری را دشوار می‌دانند. زنان کارآفرین ممکن است به دلیل تبعیض جنسیتی ذاتی، که چالشی در همه کشورهای در حال توسعه است، فرصتهای کمتری از مردان داشته باشند (Roomi et al., 2018: 97). علاوه بر این، نبود دسترسی به منابع مالی، آموزش، ویژگیهای شخصیتی و حمایت دولت و خانواده از دیگر عوامل مهمی هستند که تحرک مکانی زنان را محدود و آنها را از تبدیل شدن به کارآفرین در کشورهای در حال توسعه منصرف می‌کند (Mustapha, 2016: 15). موفقیت پایدار تحت تأثیر حمایت رسمی و غیررسمی دیگران قرار می‌گیرد. این در حالی است که حمایت رسمی به شکل ارتباطات مالی، فنی و صنعتی ارائه می‌شود و حمایت غیررسمی به شبکه‌های مبتنی بر فرد و جامعه اشاره دارد (Feng et al., 2023: 7). اگرچه کارآفرینی زنان به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی و اجتماعی شناخته شده است، محدودیتها و موانع اقتصادی، فرهنگی و نهادی همچنان رشد این حوزه را محدود می‌سازد. مطالعات موجود به طور پراکنده به عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین پرداخته‌اند و نیاز به تحقیق جامع‌تر و هدفمندتر در زمینه شناسایی موانع و فرصتها به وضوح احساس می‌شود. شکاف موجود در شناخت ابعاد مختلف موفقیت کارآفرینی زنان، زمینه‌ای برای مطالعه حاضر است که تلاش می‌کند چارچوبی جامع و بومی ارائه دهد.

۲-۱-۲. تقویت کارآفرینی زنان

برای شناسایی عوامل مؤثر بر زندگی حرفه‌ای زنان کارآفرین و ترسیم مسیر توسعه کارآفرینی آنان، ابتدا باید مفهوم توانمندسازی کارآفرینی تبیین شود. توانمندسازی در این زمینه به معنای بهره‌گیری از منابع، بازارها و دارایی‌ها در جهت رشد و پیشرفت است. زنان کارآفرین برای دستیابی به این توانمندی، نیازمند ارتقای فردی و حرفه‌ای هستند. نقطه آغاز این مسیر، آگاهی از قدرت درونی و شناسایی تواناییهای بالقوه است. این آگاهی باید واقع‌بینانه و مبتنی بر شناخت دقیق از قوتها و ضعفهای فردی باشد. تنها در این صورت است که می‌توان به مزیت رقابتی دست یافت، در رقابتها موفق عمل کرد و مسیر کارآفرینی را با اثربخشی بیشتری طی کرد (Roomi et al., 2018: 102). هنگام تعیین قدرت خود، معیارها و ویژگیهای عینی کارآفرینان در بخش مورد نظر باید در نظر گرفته شود. زیاده‌روی در مورد قدرت خود می‌تواند مضر باشد (Ahl et al., 2023: 57). یک زن کارآفرین در فرایند توانمندسازی باید ضعفها و قوتهای خود را شناسایی و فرصتها و تهدیدها را ارزیابی کند. به همین ترتیب، اهداف و اولویتهای باید تعیین شوند. تقویت کارآفرینی زنان سه مزیت اصلی دارد: توسعه زنان، رشد اقتصادی و تعادل اجتماعی (Inman & Grant, 2005: 14). کارآفرینی کوچک در آینده می‌تواند به توانمندسازی کارآفرینی تبدیل شود؛ بنابراین، ایده‌های کارآفرینی لازم برای رونق اقتصادی و اجتماعی قابلیت و ارزش مطرح شدن را دارند. توانمندسازی زنان کارآفرین فراتر از افزایش مهارتهای فنی است و شامل شناخت قدرت درونی، ارزیابی واقع‌بینانه قوتها و ضعفها و تعیین اهداف شخصی است. با وجود اهمیت این موضوع، در مطالعات پیشین تمرکز کافی بر فرایندهای روان‌شناختی و راهبردی توانمندسازی زنان دیده نمی‌شود و این یک خلأ مهم در ادبیات پژوهش است که مطالعه حاضر به آن پاسخ می‌دهد.

۲-۱-۳. تعریف و درک موفقیت

در معنای اصلی آن و در ابتدا، اصطلاح «موفقیت» به روند یک رویداد اشاره می‌کند، بدون توجه به اینکه این روند مثبت یا منفی تلقی شود. اما این مفهوم در طول زمان تغییر کرد؛ موفقیت به طور فزاینده‌ای به نتیجه‌ای خاص مرتبط شد و دیگر روند یک رویداد را توصیف نمی‌کرد؛ در حالی که همچنان فارغ از ارزش بود و هم شامل پیامدهای مثبت و هم منفی می‌شد. از زمان شروع صنعتی شدن در قرن نوزدهم، موفقیت به طور کلی به عنوان یک نتیجه مثبت تعریف شده است. موفقیت از این نظر به معنای انجام شدن کاری محسوب می‌شود (Ettl & Welter, 2012: 75). در مطالعات کسب و کار، شاخص‌های رایج موفقیت، برای مثال شامل موارد زیر است: بقای شرکت، سطح سود و رشد سود، دوره رسیدن به نقطه سربه‌سر، رشد اشتغال، رشد فروش، سهم بازار، نسبت حقوق صاحبان سهام، بهره‌وری فروش، بهره‌وری نیروی کار، جریان نقدی، رشد جریان نقدی، ارزش سهام، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده سرمایه‌گذاری^۱ و نرخ بازده داخلی^۲ (Hemer et al. 2006: 155). مطالعات تحقیقاتی به طور معمول از چند یا حتی یک مورد از این شاخصها استفاده می‌کنند. آنها نادیده می‌گیرند که ارزیابی موفقیت یک نهاد پیچیده و چندبعدی مانند یک کسب و کار (جدید) به سختی می‌تواند براساس چند بعد محدود انجام شود. به نظر می‌رسد موفقیت کارآفرینی را نه می‌توان با یک

¹. Return on Investment (ROI)

². Internal Rate of Return (IRR)

شاخص واحد ارزیابی کرد و نه فقط با شاخص‌های اقتصادی به‌درستی قابل‌ارزیابی است. بنگاه‌های جدید به‌ذی‌نفعان داخلی و خارجی متعددی وابسته هستند و ممکن است درک متفاوتی از موفقیت داشته باشند (Nocker & Junaid, 2011: 41-42). در این راستا، تعریف موفقیت به‌عنوان نتیجه به‌دلیل تضادهای بالقوه منافع بین ذی‌نفعان مختلف مشکل‌ساز است؛ بنابراین، رکھوگلر^۱ (۱۹۸۹) پیشنهاد می‌کند که موفقیت را به‌عنوان درجه‌دستیابی تفسیر کنیم.

در تلاش اولیه برای درک مفهوم موفقیت، کمترین مخرج مشترک را برای موفقیت قابل‌اندازه‌گیری کسب‌وکار تعریف کردیم. براساس مطالعات قبلی، از دو مؤلفه استفاده می‌کنیم: ۱. پایداری بنگاه، یعنی بقای آن؛ و ۲. سهم فعالیت‌های کسب‌وکار در امرارمعاش. این رویکرد هم دیدگاه سیستمی و هم هدف‌گرا را در نظر می‌گیرد. رویکرد سیستمی، موفقیت را بقای بلندمدت شرکت در نظر می‌گیرد؛ درحالی‌که رویکرد هدف‌گرا، موفقیت یک کسب‌وکار جدید را نه‌تنها به اندازه کسب‌وکار، بلکه به تأمین معاش از طریق کسب‌وکار مرتبط می‌داند. از این منظر، امرارمعاش را می‌توان یکی از اهداف فرد کارآفرین نیز به‌شمار آورد (Ettl & Welter, 2012: 78). موفقیت کارآفرینی باید از دیدگاهی که شامل جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فردی باشد، درک شود؛ برای مثال، از منظر اجتماعی، اگر اقدامات زن کارآفرین منافع اجتماعی داشته باشد و او و کسب‌وکارش با تصویر عمومی یک زن کارآفرین موفق همخوانی داشته باشند، می‌تواند موفق تلقی شود؛ درحالی‌که از دیدگاه فردی، موفقیت ارتباط نزدیکی با انگیزه‌ها و اهداف شخصی دارد. همان‌طور که براش و هیسریچ^۲ (۲۰۰۰) بیان می‌کنند، تفاوت عملکرد بین مشاغل مردانه و زنانه نیز به معیارهای استفاده‌شده بستگی دارد و تأکید می‌کند که تحقیقات آتی باید پیامدهای دیگری را به‌جز معیارهای مالی مورد مطالعه قرار دهد که توجه را به وابستگی متقابل بین عملکرد، موفقیت و اهداف جلب می‌کند. با وجود شاخص‌های متنوع برای سنجش موفقیت کارآفرینی، توافق نظری جامعی درمورد تعریف و معیارهای دقیق آن وجود ندارد. بیشتر مطالعات محدود به شاخص‌های اقتصادی بوده‌اند؛ درحالی‌که موفقیت کارآفرینی زنانه باید از دیدگاه چندبعدی شامل جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فردی بررسی شود. این نقص در مطالعات موجود، ضرورت تدوین چارچوبی جامع و چندبعدی را تأیید می‌کند که این پژوهش بر آن متمرکز است.

۲-۲. پیشینه تجربی

بررسی پیشینه نظری حوزه موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی کارآفرینان زن نشان داد مطالعات محدودی در این حوزه صورت گرفته است. در جدول ۱ پیشینه تجربی این پژوهش به‌صورت خلاصه ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه پیشینه تجربی پژوهش

نویسنده	هدف	روش	نتایج
میرحسینی و همکاران (۱۴۰۲)	فهم روایت زنان کارآفرین از تأثیر آموزش عالی بر کنش کارآفرینانه	کیفی	نتایج پژوهش نشان می‌دهد دانشگاه برای زنان دانشجویی معبری به‌سوی کارآفرینی است و با فراهم‌کردن شبکه‌های ارتباطی متعدد، ایجاد روحیه خودباوری و شکوفایی توانمندی‌های دانشجویان، سبب پیشبرد کارآفرینی زنان و بازیابی جایگاه اجتماعی، خانوادگی و فردی آنان می‌شود. انتخاب رشته دانشجویان، اگر براساس علاقه و دغدغه‌شان صورت گرفته باشد، قابلیت این را دارد که به کمک مؤلفه خلاقیت، زنان را به‌سوی راه‌اندازی کسب‌وکار سوق دهد.
علی‌بیگی و تقی‌بیگی (۱۴۰۱)	بررسی تأثیر قابلیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بر میزان توانمندسازی آنها	کمی	براساس نتایج، زنان روستایی در دو بعد اقتصادی و اجتماعی از توانمندی متوسط و در بعد رهبری از توانمندی مطلوب برخوردارند. آنها از لحاظ قابلیت کارآفرینی در بعد نوآوری بسیار ضعیف، در بعد فراکنشی عمل‌کردن تقریباً ضعیف و در دو بعد استقلال‌طلبی و ریسک‌پذیری متوسط هستند. براساس نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری، قابلیت‌های کارآفرینی بر توانمندسازی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بر مبنای نتایج، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های ترویجی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی ایجاد شود تا در نهایت محیطی کارآفرینانه برای آنان حاکم شود.
نوربخش و صالحی (۱۴۰۰)	تحلیل شایستگی‌های کارآفرینانه زنان روستایی هدف طرح منارید در کرمانشاه	کیفی	یافته‌ها نشان داد شایستگی‌های کارآفرینانه زنان مورد مطالعه در سه مضمون محوری شایستگی‌های محیطی، شایستگی‌های فردی و شایستگی‌های کسب منابع قابل‌طبقه‌بندی هستند و هریک از آنها مضامین سازمان‌دهنده و پایه‌ای دیگری دارند. در نهایت، روابط بین شایستگی‌های سه‌گانه استخراج‌شده، در قالب یک مدل نظری معرفی و راهکارهای مرتبط بر آن در قالب پیشنهادهایی کاربردی برای تقویت شایستگی‌های کارآفرینانه زنان روستایی ارائه شد.

1. Rehkugler

2. Brush & Hisrich

نویسنده	هدف	روش	نتایج
فلاح و پاشایی‌نیا (۱۳۹۹)	شناسایی پیشران‌های ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی	کیفی	نتایج نشان می‌دهد در ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی می‌بایست به عوامل «توانمندسازی چندگانه» با شاخص‌های «تحریک‌کننده‌ها» و «تسهیل‌گر» و عوامل «ظرفیت‌سازی پویا» که دربرگیرنده «تثبیت‌کننده‌ها» و «بسترسازی» است توجه کرد؛ زیرا این اقدامات موجب «خلق ارزش اجتماعی» از طریق «حمایت‌سازها»، «هنجارهای اجتماعی» و «هم‌افزایی اجتماعی» می‌شود.
رستمعلی‌زاده و علی جمعه‌زاده (۱۳۹۷)	بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب‌وکار زنان کارآفرین در شهر تهران	کمی	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی شامل سن، وضعیت تاهل، سطح تحصیلات، سابقه کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارد؛ یعنی با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش می‌یابد. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه کارآفرین‌تری دارند. همچنین با افزایش سابقه کار به روحیه کارآفرینی زنان افزوده می‌شود.
احسانی‌فر و همکاران (۱۳۹۷)	شناسایی و اولویت‌بندی بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان لاهیجان	کیفی	براساس نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، عوامل بازدارنده در دو طبقه انتخابی «مشکلات بخش اجرا» شامل دو محور ضعف زیرساخت‌ها و نارسایی‌های حمایتی و سیاستی دولت و سازمان‌ها و «مشکلات بخش تولید» شامل مشکلات زنجیره تولید، توزیع و نظارت، دسته‌بندی می‌شوند. در این بین، نبود فضای کافی و مناسب، بی‌اعتمادی به یکدیگر، عدم حمایت دولت از تولیدکنندگان، نرخ بالای سود بانکی، عدم رسیدگی به مشکلات در حوزه تولید، نوسان شدید بازار، نوسان شدید قیمت نهاده‌ها و آسیب دیدن محصولات به دلیل آفات، مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان لاهیجان را تشکیل داده‌اند.
علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵)	الگوسازی مفهومی شایستگی‌های مورد نیاز زنان کارآفرین روستایی	کمی	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد براساس تحلیل حساسیت (ANN) شایستگی‌های ارتباطی، راهبردی و تعهدی، بیشترین اهمیت را در لایه اول دارند. بین شایستگی‌ها راهبردی و ذهنی براساس حوزه فعالیت‌ها (کشاورزی، دامپروری و خدمات مشاوره‌ای)، اختلاف معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد اطمینان وجود دارد؛ به‌طوری‌که این شایستگی‌ها در بین کارآفرینان حوزه خدمات مشاوره‌ای بیشتر است.
Feng et al. (2023)	بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان در پاکستان	کمی	یافته‌های این تحقیق نشان داد: • ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه و تعهد، دسترسی به منابع مالی و حمایت دولت، تأثیر مستقیمی بر موفقیت کارآفرینی (ES) زنان کارآفرین در پاکستان دارد. • انگیزه و تعهد، رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و موفقیت کارآفرینی را میانجی‌گری می‌کند. • ویژگی‌های شخصیتی و دسترسی به منابع مالی، مهم‌ترین عوامل مرتبط با موفقیت کارآفرینی هستند. • تحلیل شبکه عصبی مصنوعی نشان داد «انگیزه و تعهد» تأثیرگذارترین عامل بر موفقیت کارآفرینی زنان است.
Khan et al. (2021)	بررسی عواملی که بر موفقیت زنان کارآفرین در پاکستان	کمی	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل داخلی و خارجی متعددی بر موفقیت زنان کارآفرین در پاکستان تأثیر می‌گذارند. عوامل داخلی شامل نیاز به دستاورد، ریسک‌پذیری و اعتمادبه‌نفس است. عوامل خارجی شامل عوامل اقتصادی مانند دسترسی به منابع مالی، آموزش و فرصت‌های بازار و همچنین عوامل اجتماعی-فرهنگی مانند نگرش جامعه به کارآفرینی زنان و حمایت خانواده و دوستان است. نتایج مشخص کرد همه این عوامل به‌طور مثبت و معناداری با موفقیت زنان کارآفرین مرتبط هستند.
Huq et al. (2020)	بررسی عوامل موفقیت راهبردی زنان کارآفرین با رشد سریع	کیفی	مطابق یافته‌ها، زنان کارآفرین با رشد سریع از راهبردهای مختلفی برای دستیابی به رشد استفاده می‌کنند. برخی از این راهبردها عبارت‌اند از: • تمرکز بر روابط با مشتری: زنان کارآفرین اغلب بر ایجاد روابط قوی با مشتریان خود تمرکز می‌کنند. آن‌ها این کار را با ارائه خدمات باکیفیت و ایجاد تجربیات مثبت برای مشتری انجام می‌دهند. • برندسازی قوی: زنان کارآفرین اغلب از برندسازی قوی برای تمایز خود از رقبا استفاده می‌کنند. آن‌ها این کار را با ایجاد یک هویت برند روشن و منسجم انجام می‌دهند. • ارزش‌ها و فرهنگ‌سازمانی: زنان کارآفرین اغلب ارزش‌ها و فرهنگ‌سازمانی قوی ایجاد می‌کنند که بر تعهد به مشتری، کار تیمی و نوآوری تأکید دارد. • شبکه‌سازی: زنان کارآفرین اغلب از شبکه‌سازی برای ایجاد روابط با سایر کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و مشتریان بالقوه استفاده می‌کنند. • رهبری و مدیریت: زنان کارآفرین اغلب از سبک رهبری و مدیریت مشارکتی استفاده می‌کنند که بر توانمندسازی کارکنان و ایجاد محیط کاری مثبت تأکید دارد.

نویسنده	هدف	روش	نتایج
Shakeel et al. (2020)	بررسی عوامل موفقیت کارآفرینی زنان در پاکستان و عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به آنها	کمی	یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد عوامل متعددی در موفقیت کارآفرینی زنان در پاکستان نقش دارند. این عوامل عبارت‌اند از: • ویژگی‌های کارآفرین: زنان کارآفرین موفق تمایل دارند که تحصیلات بالا، تجربه کاری مرتبط و انگیزه زیادی برای موفقیت داشته باشند. • محیط داخلی کسب‌وکار: کسب‌وکارهای متعلق به زنان که در آنها برنامه‌ریزی راهبردی قوی، فرهنگ‌سازمانی مثبت و مدیریت کارآمد وجود دارد، احتمال موفقیت بیشتری دارند. • محیط خارجی کسب‌وکار: کسب‌وکارهای متعلق به زنانی که در محیط‌های خارجی حمایتی مانند دسترسی به منابع مالی، بازارهای قوی و سیاست‌های دولتی حمایتی فعالیت می‌کنند، احتمال موفقیت بیشتری دارند. • عوامل حمایتی: کسب‌وکارهای متعلق به زنانی که از حمایت خانواده، دوستان و شبکه‌های حرفه‌ای برخوردارند، احتمال موفقیت بیشتری دارند.
Al-Kwafi et al. (2020)	بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان در عربستان سعودی	کمی	براساس یافته‌ها، دانش درمورد راهاندازی کسب‌وکار، تأثیرگذارترین عاملی است که دانشجویان دختر را برای راهاندازی کسب‌وکار خود ترغیب می‌کند. همچنین ساختار حمایتی و حمایت مالی بر موفقیت کارآفرینی زنان تأثیرگذار است.
Ladge et al. (2019)	بررسی نقش ترس از خودباختگی در شکل‌دهی هویت کارآفرینی زنان و تمایل آنها به رشد کسب‌وکار	کیفی	یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد ترس از خودباختگی، پدیده‌ای رایج در میان زنان کارآفرین است. این ترس می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی از جمله هنجارهای جنسیتی، تجربیات شخصی و مقایسه اجتماعی باشد. ترس از خودباختگی می‌تواند تأثیری منفی بر هویت زنان کارآفرین داشته باشد و آنها را از دیدن خود به‌عنوان افراد شایسته و توانمند بازدارد. این امر همچنین می‌تواند تمایل آنها به رشد کسب‌وکارشان را کاهش دهد؛ زیرا آنها ممکن است از شکست بترسند یا احساس نکنند که توانایی رسیدن به اهداف خود را دارند.
Venugopal (2016)	بررسی عوامل مؤثر بر انگیزه‌های رشد زنان کارآفرین در هندوستان	کیفی	یافته‌ها بر اهمیت درک کارآفرینان زن از توانایی‌هایشان تأکید می‌کند. آنها همچنین نقش در حال تغییر حمایت خانواده در کارآفرینی مداوم را نشان می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که مشارکت مستقیم خانواده تأثیر مثبتی بر رابطه بین نگرش به رشد و انگیزه‌های رشد دارد.
Reichborn-Kjennerud, & Svare (2014)	چگونه و چرا راهبردهای کارآفرینی جنسیتی می‌شوند؟	کمی	یافته‌ها مشخص کرد زنان و مردان به‌عنوان کارآفرین، ویژگی‌های مشابهی دارند، اما جالب‌ها ارزش‌های زنان تمایل دارند با ارزش‌های مورد نظر مردان متفاوت باشند. این امر بر راهبردهای رشد آنها تأثیر می‌گذارد. تیپ‌شناسی مایلز و اسنو برای دربرگرفتن راهبردهای رشد متفاوت، یعنی حفظ مقیاس کوچک یا توسعه، تعدیل شد. این مقاله پیامدهای این یافته‌ها را برای توسعه منطقی و پایداری مورد بحث قرار می‌دهد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای-کاربردی و از نظر رویکرد کیفی است. روش اصلی تحقیق، روایت‌پژوهی از نوع رویدادمحور است. این نوع از روایت‌پژوهی بر بررسی تجربیات زیسته افراد پیرامون رویدادهای خاص و معنادار در زندگی آنها تمرکز دارد. در این پژوهش، تمرکز اصلی بر روایت زنان کارآفرین از تجربیات موفقیت‌آمیز و مسیر تعالی شخصی‌شان در فرایند راهاندازی و مدیریت کسب‌وکار است. روایت‌پژوهی رویدادمحور که از سنت نظری کانلی و کلاندینین^۱ (۱۹۹۰) ریشه گرفته، بر تحلیل ساخت‌یافته روایت‌هایی استوار است که حول رویدادهای کلیدی در زندگی مشارکت‌کنندگان شکل گرفته‌اند. این رویکرد امکان فهم بهتر از نحوه درک، معناپردازی و واکنش زنان کارآفرین به موقعیت‌های مهم و اثرگذار را فراهم می‌کند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با هشت زن کارآفرین ایرانی گردآوری شد که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون روایت انجام شد که شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی بود. در تمام مراحل، نرم‌افزار MAXQDA برای سامان‌دهی و تحلیل داده‌ها به‌کار گرفته شد. برای تضمین روایی ابزار گردآوری، پروتکل مصاحبه پیش از اجرا چندین بار با نظر خبرگان حوزه کارآفرینی و روش‌شناسی کیفی مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت. همچنین برای اطمینان از پایایی تحلیل، ضریب کاپای بین کدگذاران محاسبه شد که مقدار آن ۰/۷۷ به‌دست آمد که نشان‌دهنده توافق مناسب میان تحلیلگران است. این چارچوب روایی، امکان درک عمیق‌تری از عوامل چندبعدی مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی را در بستر فرهنگی و اجتماعی خاص ایران فراهم می‌آورد. فرایند تحلیل روایت‌ها در این پژوهش

¹. Connelly & Clandinin

طی چند گام ساختاریافته به انجام رسید: در گام اول، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با تمرکز بر رویدادهای کلیدی در مسیر کارآفرینی زنان اجرا و به‌طور کامل مکتوب شد. در گام دوم، متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شد تا محقق با بافت و معنای کلی روایت‌ها آشنا شود. در گام سوم، کدگذاری باز با هدف استخراج مفاهیم اولیه از روایت‌ها انجام گرفت. در این مرحله، عبارات و جملات معنادار در قالب کدهای ابتدایی شناسایی شدند. در گام چهارم، کدهای مشابه به‌صورت مفهومی در قالب مقوله‌های فرعی طبقه‌بندی و کدگذاری محوری انجام گرفت. در گام پنجم، مقوله‌های اصلی از طریق کدگذاری انتخابی شناسایی و در قالب یک مدل مفهومی یکپارچه شد. در گام ششم، به‌منظور اعتباربخشی به تحلیل‌ها، از روش نمودار اشباع مفاهیم برای بررسی کفایت داده‌ها و نیز ضریب توافق بین کدگذاران برای سنجش پایایی استفاده شد. این فرایند تحلیل ساختاریافته به پژوهشگر کمک کرد تا الگوی موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی زنان کارآفرین را با دقت و انسجام نظری بالاتری استخراج کند. در این پژوهش، پژوهشگر به‌عنوان بخشی فعال از فرایند تحقیق کیفی و روایت‌محور، جایگاه خود را همواره مورد بازاندیشی قرار داده است. با توجه به سابقه شخصی و پژوهشی در حوزه کارآفرینی زنان، نگرش‌ها و تجربیات پیشین پژوهشگر می‌توانست بر گردآوری و تفسیر داده‌ها تأثیرگذار باشد. از این‌رو، در تمام مراحل از مصاحبه تا تحلیل داده‌ها تلاش شد با اتخاذ رویکردی بازتاب‌گرایانه، از سوگیری‌های احتمالی آگاهانه اجتناب شود. تعامل پژوهشگر با مشارکت‌کنندگان با رویکردی همدلانه، اما تحلیلی صورت گرفت و یادداشت‌برداری از واکنش‌ها و دریافت‌های شخصی، به غنای تحلیل‌ها کمک کرد. بدین ترتیب، فرایند پژوهش نه صرفاً تولید داده، بلکه دیالوگی پویا میان پژوهشگر، روایت‌ها و زمینه اجتماعی-فرهنگی مشارکت‌کنندگان بود. در این پژوهش، اصل اشباع نظری به‌عنوان یکی از مبانی کلیدی در تعیین حجم نمونه و کفایت داده‌ها در نظر گرفته شد. اشباع نظری زمانی محقق می‌شود که داده‌های جدید دیگر به شناسایی مفاهیم یا مقوله‌های نو منجر نشوند و تکرار مفاهیم قبلی آغاز شود. در فرایند انجام مصاحبه‌ها، پس از گفت‌وگو با هشت زن کارآفرین، مشخص شد که داده‌ها به حدی از اشباع رسیده‌اند که مصاحبه‌های جدید، اطلاعات تازه‌ای به چارچوب مفهومی پژوهش نمی‌افزایند. شکل ۱ مسیر اشباع نظری در مصاحبه‌های صورت‌گرفته را نشان می‌دهد. بهره‌گیری از اشباع نظری این امکان را فراهم کرد تا چارچوب استخراج‌شده بر مبنای داده‌هایی جامع، تکرارشونده و غنی از معنا استوار باشد و از کفایت نظری مناسبی برای تبیین پدیده مورد نظر برخوردار شود.

۴. یافته‌های پژوهش

همان‌طور که بیان شد، مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل کارآفرینان زن ایرانی بودند. به همین دلیل، تعدادی از این کارآفرینان به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و مصاحبه با آنان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. این مطالعه با بهره‌گیری از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و تحلیل مضمون روایت کارآفرینان زن، چارچوبی برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در بین کارآفرینان زن ارائه کرده است. در این راستا، با هشت کارآفرین زن مصاحبه شد که ویژگی‌هایشان در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش

مصاحبه‌شونده	تحصیلات	سن (سال)	نوع کسب‌وکار
کارآفرین اول (P ₁)	مهندسی پلیمر	۴۵	خدمات استخدام آنلاین
کارآفرین دوم (P ₂)	شیمی	۶۲	داروسازی
کارآفرین سوم (P ₃)	مدیریت بازرگانی	۴۲	پلتفرم تأمین مالی جمعی (خیریه)
کارآفرین چهارم (P ₄)	فناوری اطلاعات	۴۰	خرید آنلاین
کارآفرین پنجم (P ₅)	مهندسی کامپیوتر	۴۵	تولیدکننده نرم‌افزارهای مدیریتی و مالی
کارآفرین ششم (P ₆)	مدیریت	۳۹	غذا
کارآفرین هفتم (P ₇)	معماری و شهرسازی	۳۶	گردشگری
کارآفرین هشتم (P ₈)	مهندسی شیمی	۴۰	چاپ و طراحی

با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مصاحبه‌ها بررسی و کدها و مضامین استخراج شده است. در این پژوهش، براساس این کدگذاری، چارچوبی نظری توسعه می‌یابد تا پدیده موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی را تشریح و تبیین کند. در ابتدای کدگذاری، از طریق کدگذاری باز سعی می‌شود تا مقوله‌ها مشخص شود و پس از مشخص شدن مقوله‌های با کدگذاری محوری، مقوله‌ها به یکدیگر مرتبط می‌شوند. سپس با استفاده از کدگذاری انتخابی، مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و ارتباط آن‌ها به‌صورت یکپارچه درمی‌آید و مدل نظری ساخته می‌یابد. جدول ۳ مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌های کارآفرینان را نشان می‌دهد.

جدول ۳. کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها

منبع	مضامین	منبع	مضامین
P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8	تعادل کار و زندگی	P1, P5, P6	مهارت‌های مالی
P1, P3	تفویض اختیار	P2, P5, P8	مقاومت‌پذیری
P1, P2, P4, P5, P7, P8	اولویت‌بندی کارها	P1, P2, P6	سازگاری با تغییر
P1, P3, P4, P5, P6, P7, P8	تعیین مرزهای مشخص بین کار و زندگی شخصی	P3, P5, P7	تفکر خلاق
P2, P3, P7	سلامت روان و جسم	P1, P2, P3, P8	اعتمادبه‌نفس
P4, P6	انگیزه و محرک	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8	پشتکار و صبر
P1, P2, P3, P8	ذهنیت و باورها	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8	یادگیری مستمر
P2, P4, P6, P8	ایجاد یک کسب‌وکار موفق	P1, P2, P4, P5, P6, P7	خلاقیت و نوآوری
P1, P4, P6, P7	تمرکز بر مشتری	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7	انعطاف‌پذیری
P2, P3, P4, P5, P7, P8	تیم‌سازی قوی	P1, P2, P4, P5, P7, P8	مسئولیت‌پذیری
P2, P4	ارتباط مؤثر با مشتریان	P1, P2, P3, P5, P7, P8	مهارت‌های رهبری
P1, P2, P3, P4, P6, P8	استفاده از فناوری‌های نوین	P6	مهارت‌های مذاکره
P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8	شبکه‌سازی	P1, P5, P6, P8	مدیریت مالی
P1, P2, P7, P8	بازاریابی و فروش	P1, P6	ایده نوآورانه
P1, P2, P3, P5, P6	دسترسی به سرمایه	P2, P5, P7	مهارت حل مسئله
P2, P3, P4, P5, P6, P7	حمایت خانواده و جامعه	P5, P6, P7	مهارت تصمیم‌گیری
P1, P2, P3, P4	حمایت قانونی	P1, P4	تفکر راهبردی
P5, P6	حمایت دولت و نهادهای دولتی	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8	مدیریت زمان
P1, P2	ریسک‌پذیری	P1, P2, P3, P5, P6, P7, P8	مهارت‌های ارتباطی
P1, P2, P3, P6, P7	علاقه و اشتیاق به کار	P3, P4	مدیریت بحران
P1, P4, P6	تیم قوی	P2, P3, P4	دسترسی به منابع (مانند مالی، فناوری، شبکه‌ها)
P3, P4, P6	افزایش عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس	P1, P2, P4, P6, P7, P8	تأمین منابع مالی (جذب سرمایه)
P2, P3	بهبود کیفیت زندگی	P1, P2	فرهنگ کارآفرینی
P4, P6	رشد خلاقیت و نوآوری	P4, P5	زیرساخت‌های فنی
P4, P6	تقویت مهارت‌های رهبری	P4, P7	راه‌اندازی اولیه
P6	افزایش مسئولیت‌پذیری	P2, P5	نیروی متخصص
P1, P4, P5, P7, P8	رشد کسب‌وکار	P2, P4, P5, P7	توسعه سید محصولات و خدمات
P3, P4	توسعه جامعه	P2, P5, P8	افزایش سهم بازار
P2, P5, P7	بومی‌سازی تولید	P1, P2, P5, P6	رشد اقتصادی
P2	توسعه صادرات	P1, P2, P5, P6	اشتغال‌زایی
		P1, P4	ایجاد اشتغال پایدار

شکل ۱ توزیع مفاهیم و مقوله‌ها بین مصاحبه‌شوندگان یا همان نمودار اشباع نظری را نشان می‌دهد. نمودار اشباع نشان می‌دهد هر کد در کدام مصاحبه‌ها تکرار شده است. نمودار اشباع مشخص می‌کند با چه سرعتی داده‌های جدید در حال اشباع کدهای مصاحبه‌ها هستند. این می‌تواند به محقق کمک کند تا تعیین کند آیا به جمع‌آوری داده‌های بیشتر ادامه دهد یا خیر. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در مصاحبه هفتم و هشتم کدها تکرار کدهای قبل هستند. از این‌رو می‌توان استدلال کرد که محقق در مصاحبه هفتم و هشتم به اشباع نظری رسیده و دیگر نیازی به انجام مصاحبه جدید نیست.

Code System	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی								
مهارت‌های فردی								
مهارت‌های مالی								
مقاومت‌پذیری								
سازگاری با تغییر								
تفکر خلاق								
اعتماد به نفس								
پشتکار و صبر								
یادگیری مستمر								
خلاقیت و نوآوری								
انعطاف‌پذیری								
مسئولیت‌پذیری								
مهارت‌های رهبری								
مهارت‌های مذاکره								
تعادل کار و زندگی								
تفویض اختیار								
اولویت‌بندی کارها								
تعیین مرزهای مشخص بین کار و زندگی شخصی								
سلامت روان و جسم								
انگیزه و محرک								
ذهنیت و باورها								
مهارت‌های کسب‌وکاری								
ایجاد یک کسب‌وکار موفق								
تمرکز بر مشتری								
تیم‌سازی قوی								
ارتباط موثر با مشتریان								
استفاده از فناوری‌های نوین								
شبکه‌سازی								
بازاریابی و فروش								
مدیریت مالی								
ایده نوآورانه								
مهارت حل مسئله								
مهارت تصمیم‌گیری								
تفکر استراتژیک								
مدیریت زمان								
مهارت‌های ارتباطی								
مدیریت بحران								
عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی								
محیط کسب‌وکار								
دسترسی به منابع (مانند مالی، فناوری، شبکه‌ها)								
تأمین منابع مالی (جذب سرمایه)								
فرهنگ کارآفرینی								
ریسک‌های فنی								
راه‌اندازی اولیه								
نیروی متخصص								
دسترسی به سرمایه								
حمایت خانواده و جامعه								
حمایت قانونی								
حمایت دولت و نهادهای دولتی								
عوامل شخصی								
ریسک‌پذیری								
علاقه و اشتیاق به کار								
تیم قوی								
پیامدهای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی								
پیامدهای فردی								
افزایش عزت نفس و اعتماد به نفس								
بهبود کیفیت زندگی								
رشد خلاقیت و نوآوری								
تقویت مهارت‌های رهبری								
افزایش مسئولیت‌پذیری								
پیامدهای کسب‌وکار								
رشد کسب‌وکار								
توسعه سبد محصولات و خدمات								
افزایش سهم بازار								
پیامدهای جامعه								
رشد اقتصادی								
اشتغال‌زایی								
ایجاد اشتغال پایدار								
توسعه جامعه								
بومی‌سازی تولید								
توسعه صادرات								
شرایط مداخله گر								
تغییرات تکنولوژیکی								
بحران‌ها (مانند کرونا)								
قوانین و مقررات								
عوامل اجتماعی و فرهنگی								
رقبا								
نگرش اجتماعی								

شکل ۱. توزیع مضامین بین مصاحبه‌شوندگان (نمودار اشباع)

براساس کدگذاری محوری و انتخابی چارچوبی برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در بین کارآفرینان زن ارائه می‌شود که در جدول ۴ ارائه شده است.

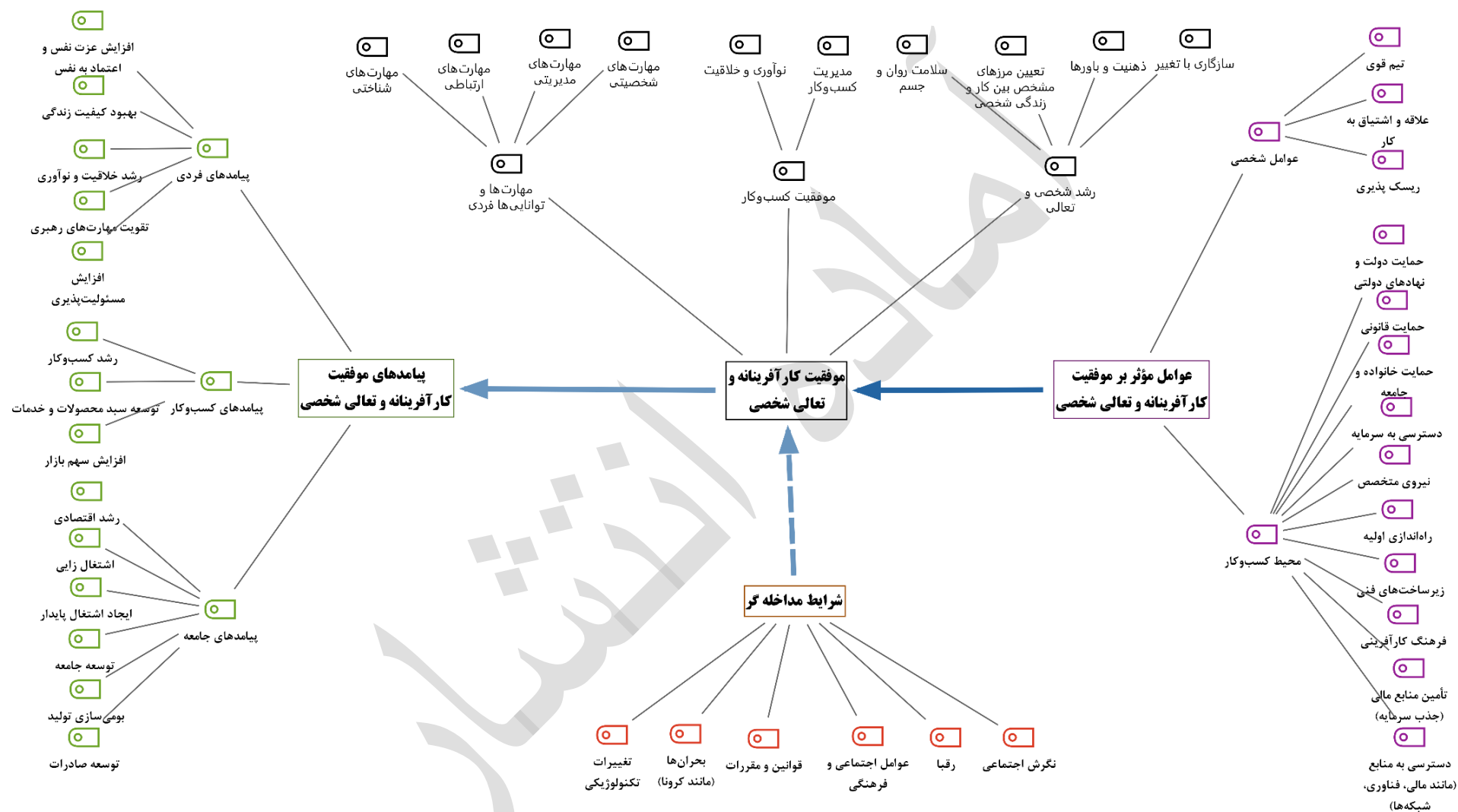
جدول ۴. چارچوب موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در بین کارآفرینان زن

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	نمونه روایت
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های اجتماعی	تفکر خلاق	در دنیای کسب‌وکار، خلاقیت و نوآوری کلید موفقیت است. کارآفرینی به من کمک کرده است تا تفکر خلاقانه خود را تقویت کنم و راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات پیدا کنم (P5).
			مهارت حل مسئله	در مواجهه با چالش‌های مختلف، یاد گرفتم که به‌صورت منطقی و خلاقانه مشکلات را تحلیل و حل کنم (P2).
			مهارت تصمیم‌گیری	در شرایط عدم قطعیت، باید تصمیمات سریع و دقیق گرفت. کارآفرینی به من یاد داده است که چگونه در این شرایط تصمیم‌گیری کنم (P6).
			تفکر راهبردی	برای موفقیت در کسب‌وکار، باید بتوان آینده را پیش‌بینی و راهبردهای بلندمدت تدوین کرد (P4).
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های ارتباطی	یادگیری مستمر	این مسیر به من آموخت که چگونه با عدم قطعیت‌ها و چالش‌ها مواجه شوم و از هر تجربه‌ای، حتی منفی، به‌عنوان فرصتی برای یادگیری استفاده کنم (P3).
			مهارت‌های مذاکره	در دنیای کسب‌وکار، مذاکره یکی از مهارت‌های ضروری است. یاد گرفتم که چگونه با دیگران مذاکره کنم و به توافق برسم (P7).
			ارتباط مؤثر با مشتریان	با ایجاد ارتباط مستمر با مشتریان و دریافت بازخوردهای آن‌ها، توانستم محصولات خود را متناسب با نیازهای مشتریان بهبود دهم (P2).
			مهارت‌های رهبری	به‌عنوان کارآفرین مجبور بودم یک تیم را رهبری کنم و به آن‌ها انگیزه دهم. این تجربه، مهارت‌های رهبری من را به‌شدت تقویت کرد (P8).
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های تخصصی	تیم‌سازی قوی	ایجاد یک تیم کارآمد و متعهد نیز یکی از چالش‌های بزرگ بود. نیاز داشتم افرادی را پیدا کنم که به اهداف خیریه پایبند باشند و بتوانند در کنار من برای تحقق این اهداف تلاش کنند. با گذشت زمان و با تلاش و پشتکار توانستم تیمی قوی و پویا تشکیل دهم که در کنار هم به پیشرفت کمک کردند (P3).
			اعتمادبه‌نفس	مواجهه با چالش‌ها و موفقیت‌ها در کسب‌وکار، به مرور زمان اعتمادبه‌نفس من را تقویت کرده و به من یاد داده است که به توانایی‌های خود ایمان داشته باشم (P2).
			پشتکار و صبر	رسیدن به موفقیت در کسب‌وکار، نیازمند صبر و پشتکار فراوان است. یاد گرفتم که با وجود چالش‌ها، به مسیر خود ادامه دهم (P4).
			انعطاف‌پذیری	شرایط بازار همیشه در حال تغییر است و کارآفرین باید بتواند خود را با این تغییرات وفق دهد. انعطاف‌پذیری یکی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که در این مسیر کسب کردم (P8).
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های تخصصی	مسئولیت‌پذیری	به‌عنوان یک کارآفرین، مسئولیت موفقیت یا شکست کسب‌وکار برعهده خودم است. این مسئولیتی است که سبب شده همواره تلاش کنم بهترین تصمیم‌ها را بگیرم (P5).
			مقاومت‌پذیری	داشتن روحیه مثبت و امیدواری، به من کمک کرده است تا در برابر مشکلات مقاومت کنم و به مسیر خود ادامه دهم (P8).
			انگیزه و محرک	انگیزه اصلی من در شروع این کسب‌وکار، علاوه بر تحقق رؤیای شخصی، کمک به سلامت و تندرستی افراد جامعه بود. می‌خواستم فضایی ایجاد کنم که در آن، مردم بتوانند با خیال راحت و بدون نگرانی از کیفیت مواد اولیه، غذای سالم و خانگی مصرف کنند. همچنین هدفم این بود که فرصت اشتغال‌زایی برای بانوان خانه‌دار و هنرمند در آشنی را فراهم کنم و به آن‌ها کمک کنم تا بتوانند از طریق توانایی‌های خود، درآمد کسب کنند (P6).
			تعادل کار و زندگی	برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی، فرایندی مداوم است و نیاز به تلاش و توجه مستمر دارد. من معتقدم داشتن یک زندگی شخصی سالم و رضایت‌بخش، به من کمک می‌کند تا در کارم نیز موفق‌تر باشم (P5).
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های مدیریتی	مدیریت زمان	کارآفرینی نیازمند مدیریت بسیار دقیق زمان است. یاد گرفتم چگونه زمانم را بین کار، زندگی شخصی و سایر فعالیت‌ها تقسیم کنم (P7).
			مدیریت بحران	در مواجهه با بحران‌ها و فشارهای روزمره، یاد گرفتم چگونه تصمیمات سریع و مؤثری بگیرم و درعین‌حال بر اهداف بلندمدت خود تمرکز کنم (P3).
			تفویض اختیار	یاد گرفتم نمی‌توانم همه چیز را به‌تنهایی انجام دهم؛ بنابراین، وظایف را بین اعضای تیم تقسیم و به آن‌ها اعتماد کردم تا کارها به‌خوبی پیش بروند (P3).
			اولویت‌بندی کارها	یاد گرفتم کارهایم را اولویت‌بندی کنم و به مهم‌ترین کارها اولویت دهم (P8).
موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی	مهارت‌ها و توانایی‌های فردی	مهارت‌های مالی	مهارت‌های مالی	درک مفاهیم مالی و توانایی مدیریت بودجه، برای هر کارآفرینی ضروری است (P1).
			ایده نوآورانه	مسیر کارآفرینی من پر از فرازونشیب بوده است. از زمانی که ایده راه‌اندازی پلتفرم استخدام آنلاین در ذهنم شکل گرفت، تا امروز که به یک کسب‌وکار موفق تبدیل شده است، مسیر طولانی و پرفرازونشیبی را پیموده‌ام (P1).
			خلاقیت و نوآوری	به‌طور مداوم به دنبال راه‌های جدید برای بهبود خدمات و محصولات خود هستیم و از فناوری‌های نوین استفاده می‌کنیم (P4).
			مدیریت مالی	مدیریت مالی یک کسب‌وکار، نیازمند دانش و مهارت‌های خاص است. من در این زمینه رشد قابل‌توجهی داشته‌ام (P6).

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	نمونه روایت
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	با استفاده از فناوری‌های جدید توانسته‌ام فرایندهای کاری خود را بهبود ببخشم و بهره‌وری را افزایش دهم (P8).
				ایجاد ارتباط با افراد موفق و متخصص در حوزه‌های مختلف به من کمک کرده است تا از تجربیات آن‌ها بهره‌مند شوم و فرصت‌های جدیدی را پیدا کنم (P4).
				زنان اغلب به دلیل باورهای محدودکننده جامعه، اعتمادبه‌نفس کمتری از مردان دارند. مهم‌ترین نکته این است که به توانایی‌های خود باور داشته باشید و از ترس شکست نترسید (P8).
				سعی می‌کنم مرزهای مشخصی بین کار و زندگی شخصی‌ام قائل شوم؛ برای مثال، سعی می‌کنم در ساعات مشخصی کار کنم و در ساعات دیگر به فعالیت‌های شخصی‌ام بپردازم (P8).
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	در دنیای کسب‌وکار، تغییرات اجتناب‌ناپذیر هستند. یاد گرفتن که با تغییرات همراه شوم و از آن‌ها به‌عنوان فرصت استفاده کنم (P2).
				با داشتن یک سبک زندگی سالم و انجام فعالیت‌های ورزشی، انرژی بیشتری برای کار و زندگی شخصی داشتم (P7).
				ایجاد برنامه‌های حمایتی و تسهیلات مالی ویژه برای زنان کارآفرین که بتوانند به راحتی سرمایه مورد نیاز خود را تأمین کنند (P3).
				برای توسعه بیشتر اپلیکیشن و گسترش کسب‌وکار، نیاز به جذب سرمایه داشتم. با ارائه یک طرح کسب‌وکار جامع و متقاعدکننده موفق شدم چندین سرمایه‌گذار را جذب کنم (P7).
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	ایجاد فرهنگ حمایت از کارآفرینی در جامعه و تغییر نگرش به زنان کارآفرین می‌تواند به کارآفرینان زن کمک زیادی بکند (P2).
				مشکلات زیرساختی مانند قطعی برق، اینترنت و مشکلات سخت‌افزاری، بر روند کار تأثیرگذار بودند (P5).
				پس از تکمیل ایده اولیه، وارد مرحله توسعه اپلیکیشن شدم. این مرحله پرچالش بود، اما با همکاری یک تیم متخصص توانستم اپلیکیشن را با تمام قابلیت‌های مورد نظر طراحی و توسعه دهم (P7).
				یافتن نیروهای متخصص و باتجربه در حوزه گیاهان دارویی و تولید فرآورده‌های طبیعی، کار آسانی نبود (P2).
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	ارائه تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای زنان، به آن‌ها کمک می‌کند تا ایده‌های خود را عملی کنند (P6).
				خانواده‌ام همواره پشتیبان من بودند. آن‌ها با تشویق و حمایت‌های عاطفی به من کمک کردند تا بر اهدافم متمرکز بمانم. این حمایت به من اعتمادبه‌نفس بیشتری داد و احساس امنیت بیشتری را در مسیر کارآفرینی ایجاد کرد (P3).
				تدوین قوانین و مقررات حمایتی از زنان کارآفرین می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا با اطمینان بیشتری کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند (P4).
				حمایت دولت و نهادهای دولتی می‌تواند نقش مهمی در ایجاد محیطی مناسب برای رشد کسب‌وکارهای زنان داشته باشد (P5).
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	کارآفرینی ذاتاً پرریسک است. من یاد گرفته‌ام ریسک‌پذیر باشم و از شکست نترسم (P1).
				علاقه شدید به حوزه گردشگری و پیاده‌روی، انگیزه اصلی من برای شروع این کسب‌وکار بوده است. این علاقه موجب شده است که با تمام وجود برای موفقیت اپلیکیشن تلاش کنم (P7).
				داشتن یک تیم حرفه‌ای و باانگیزه، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت گروه بوده است. همکاران من همواره از من حمایت کرده‌اند و به من کمک کرده‌اند تا به اهدافم برسم (P4).
				مواجهه با چالش‌ها و موفقیت در آن‌ها، اعتمادبه‌نفس مرا به شدت افزایش داده است. اکنون به توانایی‌های خودم برای حل مشکلات و ایجاد تغییر باور دارم (P6).
مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	این عوامل در کنار علاقه شخصی من به کارآفرینی، انگیزه اصلی برای تأسیس شرکت اکسیر گل سرخ بود. هدفم این بود که با تولید فرآورده‌های گیاهی باکیفیت و استانداردهای جهانی، به سلامت و بهبود کیفیت زندگی مردم کمک کنم و همچنین سهم کوچکی در توسعه صنعت داروسازی ایران داشته باشم (P2).
				در دنیای کسب‌وکار، برای موفقیت باید خلاق و نوآور بود. کارآفرینی به من آموخته است که همیشه به دنبال راه‌های جدید برای حل مشکلات باشم (P6).
				مجبور بودم یک تیم را رهبری کنم و تصمیمات مهمی بگیرم. این تجربه، مهارت‌های رهبری مرا بسیار تقویت کرده است (P6).
				به‌عنوان کارآفرین، مسئولیت موفقیت یا شکست کسب‌وکار برعهده من است. این مسئولیتی است که مرا به فردی مسئولیت‌پذیرتر تبدیل کرده است (P6).

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مضامین	مفاهیم	نمونه روایت
عوامل اصلی موفقیت	رشد کسب و کار	رشد کسب و کار	توسعه سبد محصولات و خدمات	می‌خواستیم با ایجاد یک اکوسیستم قوی در حوزه تجارت الکترونیک، به رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط کمک کنیم (P4).
		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	قصد داریم سبد محصولات و خدمات خود را گسترش دهیم و به حوزه‌های جدیدی مانند گردشگری، آموزش، سلامت و مالی ورود کنیم (P4).
	رشد اقتصادی	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار
اشتغال‌زایی		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	با ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر می‌خواهم فرصت‌های شغلی بیشتری برای زنان ایجاد کنم و به آن‌ها کمک کنم به استقلال مالی برسند (P6).
توسعه جامعه		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	با توسعه شرکت، فرصت‌های شغلی بیشتری را برای جوانان ایجاد و به بهبود وضعیت اقتصادی کشور کمک کنیم (P4).
عوامل اصلی چالش‌ها	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	با ایجاد یک بستر مناسب برای ارتباط بین کارجویان و کارفرمایان، به ایجاد اشتغال پایدار در کشور کمک کنیم (P1).
		توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	به‌طور کلی، حمایت از زنان کارآفرین، سرمایه‌گذاری روی آینده کشور است. با حمایت از زنان کارآفرین می‌توانیم به رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه جامعه کمک کنیم (P4).
	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	برای هر منطقه، مسیرهای پیاده‌روی و جاذبه‌های گردشگری متفاوتی وجود دارد؛ بنابراین، بومی‌سازی اپلیکیشن برای هر منطقه، یکی دیگر از چالش‌های مهم بود.
عوامل اصلی رقبا	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	هدف بلندمدت من، ورود به بازارهای جهانی و معرفی محصولات باکیفیت ایرانی به سایر کشورها بود (P2).
		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	از طرفی، با رشد فناوری و افزایش نفوذ اینترنت در زندگی روزمره مردم، پتانسیل زیادی را در حوزه استخدام آنلاین مشاهده می‌کردم (P1).
	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	با شیوع ویروس کرونا، شاهد رشد چشمگیر تجارت الکترونیک در ایران بودیم. تخفیفان نیز از این فرصت استفاده کرد و توانست سهم بازار خود را افزایش دهد (P4).
عوامل اصلی رقبا	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	قوانین و مقررات مربوط به تجارت الکترونیک در ایران در آن زمان هنوز به‌طور کامل مشخص نبود و این موضوع سبب ایجاد برخی ابهامات و مشکلات می‌شد (P4).
		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	زنان اغلب به‌دلیل باورهای اجتماعی و فرهنگی، درمورد توانایی‌های خود تردید دارند. مهم است که به خودتان باور داشته باشید و از توانایی‌هایتان استفاده کنید (P7).
	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	بازار اپلیکیشن‌های گردشگری بسیار رقابتی است. برای متمایز شدن از رقبا باید ویژگی‌های منحصربه‌فردی را به اپلیکیشن خود اضافه می‌کردم و تجربه کاربری بهتری را برای کاربران فراهم می‌کردم (P7).
عوامل اصلی رقبا	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	تغییر نگرش جامعه به زنان کارآفرین و ایجاد فرهنگ حمایت از زنان، می‌تواند به زنان کارآفرین کمک کند تا به موفقیت‌های بیشتری دست پیدا کنند. (P5).
		افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	
	توسعه جامعه	افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	

با توجه به مطالب گفته‌شده، شکل ۲ چارچوب موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی را در بین کارآفرینان زن نشان می‌دهد.



شکل ۲. چارچوب موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در میان کارآفرینان زن

در این پژوهش، زنان کارآفرین شرکت کننده، هریک مسیر پرچالش و درعین حال الهام بخشی را برای تحقق آرزوهایشان طی کرده اند؛ مسیری که در آن موفقیت کسب و کار و تعالی شخصی هم زمان و در تعامل با یکدیگر شکل گرفته است. روایت های آنان تصویری زنده از فرازونشیب ها، چالش ها و یادگیری هایی ارائه می کند که بیش از هر چیز، داستان رشد و تغییر است. یکی از ویژگی های برجسته این تجربه، تقویت مهارت های شناختی و مدیریتی بود؛ برای مثال، بسیاری از زنان از ضرورت پرورش تفکر خلاق و راهبردی سخن گفتند؛ مهارت هایی که در بزنگاه های تصمیم گیری و حل مسئله به کمکشان آمد. «وقتی با مشکلاتی غیرمنتظره روبه رو می شدم، یاد گرفتم به جای ترسیدن، به دنبال راه حل هایی نوآورانه باشم» (مصاحبه شونده ۵). این تفکر خلاق، نه تنها به حل مسائل کمک می کرد، بلکه مسیرهای جدیدی برای توسعه کسب و کار می گشود. هم زمان با این رشد فکری، مهارت های ارتباطی نقشی بی بدیل ایفا کردند. مهارت های مذاکره، ایجاد ارتباط مؤثر با مشتریان و رهبری تیم، از تجاربایی بودند که زنان کارآفرین با گذشت زمان و در مواجهه با چالش ها به دست آوردند. یکی از مصاحبه شوندگان با افتخار از تجربه تیم سازی خود یاد کرد: «در ابتدا خیلی سخت بود که افرادی بانگیزه و هم راستا پیدا کنم، اما با صبر و پشتکار توانستم تیمی تشکیل دهم که با هم برای تحقق اهداف مشترک تلاش کنیم» (مصاحبه شونده ۳). این تیم سازی قوی، ستون فقرات رشد کسب و کار آنها بود. در بخش شخصیتی، اعتماد به نفس و پشتکار از مضامین پررنگی بودند که در روایت ها به چشم می خورد. بسیاری از زنان، چالش ها و موانع را نه به عنوان سد، بلکه به عنوان فرصت هایی برای رشد و یادگیری می دیدند. «هر بار که زمین خوردم، بلند شدم؛ چون می دانستم هدفم تنها کسب درآمد نیست. می خواستم به جامعه و زنان دیگر کمک کنم» (مصاحبه شونده ۶). این نگرش مقاوم و مثبت سبب شد که آنها در مسیر دشوار کارآفرینی تاب بیاورند و به تعالی فردی دست یابند. مدیریت زمان و بحران، تفویض اختیار و اولویت بندی نیز مهارت های مدیریتی دیگری بودند که زنان در مواجهه با پیچیدگی های روزمره کسب و کار آموختند. یادگیری اینکه نمی توان همه کارها را به تنهایی انجام داد، نقطه عطفی برای بسیاری بود. «وقتی فهمیدم باید به تیم اعتماد کنم و کارها را تقسیم کنم، فشارها کمتر شد و کسب و کار بهتر پیش رفت» (مصاحبه شونده ۳). مسیر موفقیت کسب و کار، از دید آنان نه تنها با نوآوری و خلاقیت همراه بود، بلکه با مدیریت دقیق مالی و استفاده هوشمندانه از فناوری های نوین تقویت می شد. «با توسعه اپلیکیشن و بهره گیری از فناوری های جدید توانستم خدمات خود را بهتر کنم و مشتریان بیشتری جذب کنم» (مصاحبه شونده ۸). این ترکیب مهارت ها و نوآوری ها سبب شد کسب و کارها به سرعت رشد کنند و جایگاه خود را در بازار تثبیت کنند. اما مسیر کارآفرینی به مهارت ها و توانمندی ها محدود نمی شد و بستر محیطی و عوامل حمایتی نیز نقش مهمی ایفا کردند. حمایت خانواده و جامعه، دسترسی به منابع مالی و فناوری، وجود فرهنگ کارآفرینی و سیاست های حمایتی، همه به عنوان ریشه های پشتوانه در داستان موفقیت زنان ظاهر شدند. یکی از زنان کارآفرین این حمایت را چنین توصیف کرد: «حمایت خانواده ام، به ویژه در لحظات بحرانی، به من نیرو و انگیزه می داد تا ادامه دهم» (مصاحبه شونده ۳). از سوی دیگر، مواجهه با موانع و شرایط نامساعدی مانند کمبود زیرساخت ها، قوانین نامشخص و بحران هایی مانند همه گیری کرونا نیز در روایت ها دیده شد. اما زنان حاضر در مطالعه، این شرایط را نه فقط به عنوان محدودیت، بلکه به عنوان چالش هایی برای نشان دادن تاب آوری و نوآوری تلقی کردند. «بحران کرونا در ابتدا تهدید بزرگی بود، اما من توانستم با تطبیق سریع کسب و کار، نه تنها بقا یابم، بلکه سهم بازارم را افزایش دهم» (مصاحبه شونده ۴). در نهایت، پیامدهای این مسیر را باید در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی مشاهده کرد. افزایش اعتماد به نفس، رشد مهارت های رهبری و بهبود کیفیت زندگی فردی، هم زمان با توسعه کسب و کار، افزایش سهم بازار و گسترش محصولات، و در نهایت ایجاد فرصت های شغلی، رشد اقتصادی و تقویت جایگاه زنان در جامعه، پیامدهای ملموس این داستان های موفقیت بودند. این روایت های زیسته، تصویری کامل و پویا از فرایند موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در زنان کارآفرین ایرانی ارائه می دهد؛ داستان هایی که در آنها فردیت و محیط به هم تنیده شده و در کنار هم مسیر تغییر را رقم زده اند.

۵. بحث

یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در میان کارآفرینان زن ایرانی، محصول تعاملی پیچیده میان مهارت ها و توانایی های فردی، عوامل محیطی و شرایط مداخله گر است که در چارچوبی سه بعدی قابل تحلیل است. این چارچوب علاوه بر تأیید یافته های پیشین، برخی ابعاد نوآورانه و بومی سازی شده را نیز ارائه می دهد که می تواند به تعمیق

دانش در حوزه کارآفرینی زنان در بستر ایران کمک کند. مطالعات پیشین بارها نقش مهارت‌ها و توانایی‌های فردی را به‌عنوان عامل اصلی موفقیت کارآفرینانه برجسته کرده‌اند. نوربخش و صالحی (۱۴۰۰) در مطالعه خود شایستگی‌های فردی، محیطی و کسب منابع را به‌عنوان سه رکن اساسی موفقیت زنان روستایی شناسایی کردند. یافته‌های این پژوهش نیز مهارت‌های شناختی مانند تفکر خلاق و راهبردی، مهارت حل مسئله و یادگیری مستمر را به‌عنوان مهارت‌های حیاتی مورد تأکید قرار داده است که در مواجهه با چالش‌ها و عدم قطعیت‌های مسیر کارآفرینی بسیار مؤثر است. این یافته با نتایج پژوهش هوک و همکاران (۲۰۲۰) همسو است که مهارت‌های رهبری، تصمیم‌گیری و انعطاف‌پذیری را برای زنان کارآفرین دارای کسب‌وکارهای روبه‌رشد، کلیدی دانسته‌اند. همچنین مهارت‌های ارتباطی مانند مذاکره، ارتباط مؤثر با مشتری و تیم‌سازی قوی، به‌عنوان عوامل مهم در موفقیت کسب‌وکار مورد تأکید قرار گرفته‌اند که این موضوع با نتایج فنگ و همکاران (۲۰۲۳) مبنی بر اهمیت شبکه‌سازی و ارتباطات کارآفرینی سازگار است. یافته‌های این پژوهش همچنین نشان داد عوامل فردی، هرچند در ارتقای عملکرد فردی و موفقیت کسب‌وکار مؤثر هستند، اما تأثیر معناداری بر پیامدهای اجتماعی ندارند. این نتیجه بیانگر آن است که ارتقای مهارت‌های فردی و مدیریتی به‌تنهایی نمی‌تواند زمینه‌ساز تحول اجتماعی گسترده باشد، مگر آنکه با حمایت‌های محیطی، ساختاری و فرهنگی همراه شود. این یافته با پژوهش‌های هوک و همکاران (۲۰۲۰) و شاکیل و همکاران (۲۰۲۰) همسو است که بر اهمیت شبکه‌سازی و تعاملات ساختاری در گسترش تأثیر اجتماعی کارآفرینی زنان تأکید داشته‌اند.

از نظر ویژگی‌های شخصیتی، پژوهش حاضر تأکید ویژه‌ای بر نقش اعتمادبه‌نفس، پشتکار، انعطاف‌پذیری، مسئولیت‌پذیری و انگیزه در موفقیت زنان کارآفرین دارد. این عوامل، علاوه بر تأثیر بر توانایی فردی در مقابله با مشکلات، موجب ایجاد استقامت و پایداری در مسیر پرچالش کارآفرینی می‌شوند. این یافته‌ها همخوانی قابل‌توجهی با پژوهش‌های خان و همکاران (۲۰۲۱) و لدج و همکاران (۲۰۱۹) دارد که بر نقش ویژگی‌های شخصیتی در مقابله با ترس از شکست و شکل‌گیری هویت کارآفرینی تأکید کرده‌اند. نکته جدید در مطالعه حاضر، پرداختن به اهمیت تعادل میان کار و زندگی شخصی به‌عنوان یکی از عوامل حیاتی برای تعالی شخصی و موفقیت است؛ موضوعی که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این تعادل نقش مهمی در حفظ سلامت روانی و افزایش رضایت از زندگی دارد که خود می‌تواند به ارتقای کارآفرینی پایدار کمک کند. عوامل محیطی و ساختاری نیز به‌عنوان بخش مهمی از چارچوب موفقیت در این مطالعه مطرح شده‌اند. دسترسی به منابع مالی، فناوری‌های نوین، حمایت‌های قانونی و نهادی، فرهنگ کارآفرینی و شبکه‌های ارتباطی، مواردی هستند که در مطالعات پیشین بارها به آن‌ها اشاره شده است؛ برای مثال، شاکیل و همکاران (۲۰۲۰) و الکافی و همکاران (۲۰۲۰) نشان داده‌اند حمایت‌های مالی و ساختارهای قانونی، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت کسب‌وکارهای متعلق به زنان دارند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز این موضوع را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد بدون فراهم‌بودن این زیرساخت‌ها، توانمندسازی و توسعه مهارت‌های فردی نمی‌تواند به موفقیت کسب‌وکار منجر شود. علاوه‌براین، این مطالعه بر اهمیت حمایت‌های اجتماعی و خانوادگی نیز تأکید کرده است؛ حمایت‌هایی که می‌تواند به افزایش اعتمادبه‌نفس و پایداری روانی کارآفرینان زن کمک کند. این موضوع با نتایج پژوهش ونوگوپال (۲۰۱۶) که نقش حمایت خانواده در انگیزه رشد زنان کارآفرین را برجسته کرده، هماهنگ است. با وجود اهمیت عوامل محیطی، یافته‌ها نشان داد این عوامل به‌تنهایی برای موفقیت پایدار کافی نیستند. به‌ویژه زمانی که مهارت‌های فردی در سطح بالایی قرار ندارند، تأثیر عوامل محیطی بر موفقیت به‌شدت کاهش می‌یابد؛ بنابراین، لازم است سیاست‌گذاران و نهادهای حمایتی، هم‌زمان با ارائه تسهیلات مالی و قانونی، به توسعه آموزش‌های مهارت‌محور برای زنان کارآفرین بپردازند. این نتیجه بر ضرورت اتخاذ رویکرد تلفیقی در طراحی مداخلات حمایتی و توسعه‌ای تأکید دارد. یکی از ابعاد متمایز این پژوهش، شناسایی و تحلیل شرایط مداخله‌گر مانند تغییرات فناورانه، بحران‌های اقتصادی-اجتماعی مانند شیوع کرونا و عوامل فرهنگی-اجتماعی است که می‌توانند مسیر موفقیت کارآفرینانه زنان را تحت تأثیر قرار دهند؛ برای مثال، رشد فناوری‌های دیجیتال و اینترنت، فرصت‌های جدیدی برای کسب‌وکارهای نوپا ایجاد کرده است که در مصاحبه‌ها نیز به آن اشاره شده است. این یافته‌ها با مطالعات روزآمد جهانی درباره تأثیر فناوری بر کارآفرینی زنان همسو است. علاوه‌براین بحران کرونا به‌عنوان یک بحران جهانی، چالش‌ها و فرصت‌های خاص خود را ایجاد کرده است که مطالعه حاضر به آن توجه ویژه‌ای دارد و نشان می‌دهد کارآفرینان زن با بهره‌گیری از توانمندی‌ها و انعطاف‌پذیری خود توانسته‌اند از این بحران به‌عنوان فرصتی برای رشد استفاده کنند. این موضوع در مطالعات هوک و همکاران (۲۰۲۰) نیز دیده شده است.

همچنین مطالعه حاضر نشان داد موفقیت کسب‌وکار به‌طور معناداری با رشد شخصی و تعالی فردی پیوند دارد، اما این رشد به‌تنهایی نمی‌تواند پیامدهای ملموسی در سطح کسب‌وکار یا جامعه ایجاد کند. این موضوع اهمیت پیوند دوسویه بین توسعه فردی و توانمندسازی ساختاری را روشن می‌سازد. رشد فردی زمانی موجب موفقیت اقتصادی و اجتماعی می‌شود که بسترهای لازم در محیط کسب‌وکار و جامعه نیز فراهم باشد. در غیر این صورت، رشد فردی ممکن است به رضایت شخصی محدود شود. علاوه بر موارد فوق، این پژوهش نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی بومی را در ایجاد موانع و همچنین فرصت‌ها برای کارآفرینی زنان برجسته ساخته است. باورهای سنتی و نگرش‌های جامعه به نقش زنان، می‌تواند محدودکننده باشد، اما کارآفرینان موفق با تکیه بر مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی خود، راه‌هایی برای عبور از این موانع یافته‌اند. این موضوع با یافته‌های احسانی‌فر و همکاران (۱۳۹۷) و لدج و همکاران (۲۰۱۹) هم‌راستا است و اهمیت توجه به بستر فرهنگی را در توسعه کارآفرینی زنان نشان می‌دهد. درنهایت، پیامدهای موفقیت در این چارچوب در سه سطح فردی، کسب‌وکار و جامعه تحلیل شده است. افزایش اعتمادبه‌نفس، بهبود کیفیت زندگی و رشد شخصی از پیامدهای فردی موفقیت هستند که در مطالعات پیشین مانند فنگ و همکاران (۲۰۲۳) نیز مورد تأکید بوده‌اند. پیامدهای کسب‌وکاری شامل توسعه محصول، افزایش سهم بازار و رشد پایدار کسب‌وکار است که با مطالعات شاکیل و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. درنهایت، پیامدهای اجتماعی مانند اشتغال‌زایی، رشد اقتصادی و توسعه جامعه به‌عنوان دستاوردهای مهم کارآفرینی زنان مطرح شده‌اند؛ موضوعی که در مطالعات مختلف در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه نیز مشاهده شده است. به‌طور کلی، این پژوهش نشان می‌دهد موفقیت کارآفرینانه در میان زنان فقط زمانی به نتایج چندسطحی (فردی، سازمانی و اجتماعی) منجر می‌شود که تعامل معناداری میان توانمندی‌های فردی، عوامل محیطی و شرایط مداخله‌گر وجود داشته باشد. به این ترتیب، رویکردهای تک‌بعدی -مانند تمرکز صرف بر آموزش یا حمایت مالی- نمی‌توانند به‌تنهایی تحول‌آفرین باشند. چارچوب پیشنهادی این پژوهش با ارائه مدلی چندبعدی و واقع‌گرا می‌تواند به‌عنوان مرجعی قابل‌اتکا برای طراحی سیاست‌های جامع در حوزه کارآفرینی زنان مورد استفاده قرار گیرد.

۶. نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی چارچوبی جامع برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در میان زنان کارآفرین ایرانی انجام شد و نشان داد موفقیت در این حوزه تابع تعامل پیچیده‌ای از عوامل فردی، محیطی و شرایط مداخله‌گر است. یافته‌ها تأکید می‌کنند که مهارت‌های شناختی شامل تفکر خلاق، حل مسئله و تصمیم‌گیری، به همراه مهارت‌های ارتباطی مانند مذاکره، رهبری و تیم‌سازی، از ارکان اساسی موفقیت فردی و کسب‌وکار هستند. همچنین مهارت‌های مدیریتی نظیر مدیریت زمان، مدیریت بحران و توانایی اولویت‌بندی وظایف به همراه ویژگی‌های شخصیتی مانند اعتمادبه‌نفس، پشتکار و انعطاف‌پذیری، نقش مؤثری در رشد فردی و عملکرد مؤثر کسب‌وکار ایفا می‌کنند. علاوه بر این، محیط کسب‌وکار با عناصر کلیدی از جمله دسترسی به منابع مالی، بهره‌مندی از فناوری‌های نوین، حمایت‌های قانونی و نهادی و فرهنگ کارآفرینی، به‌طور مستقیم بر فرایند موفقیت تأثیرگذار است. حمایت‌های خانواده و جامعه نیز به‌عنوان منابع معنوی و عملی، به‌ویژه در جوامعی با محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، نقش تسهیل‌کننده‌ای در غلبه بر موانع اقتصادی و فرهنگی ایفا می‌کنند و موفقیت کارآفرینان زن را تقویت می‌کنند. پژوهش حاضر، با توجه به شرایط متغیر جهان معاصر، به‌ویژه تغییرات فناورانه سریع و بحران‌های جهانی مانند پاندمی کرونا، بر اهمیت سازگاری و انعطاف‌پذیری کارآفرینان زن در مواجهه با چالش‌ها تأکید دارد. این جنبه نوآورانه و کمتر مورد توجه مطالعات پیشین، بخشی کلیدی از چارچوب موفقیت کارآفرینانه است که می‌تواند در بهبود پایداری کسب‌وکارهای زنانه نقش مهمی ایفا کند. از منظر نظری و عملی، تحلیل هم‌زمان ابعاد فردی و محیطی موفقیت، این مطالعه را از دیگر پژوهش‌ها متمایز کرده و مدل جامعی ارائه داده است که می‌تواند به‌عنوان راهنمایی کاربردی برای سیاست‌گذاران، نهادهای حمایتی، مشاوران و خود کارآفرینان در طراحی برنامه‌ها و تدوین سیاست‌های حمایتی مورد استفاده قرار گیرد. این چارچوب با تأکید بر توسعه مهارت‌های فردی، ارتقای مدیریت کسب‌وکار و تقویت حمایت‌های محیطی، مسیر بهبود شرایط و توانمندسازی زنان در عرصه کارآفرینی را تسهیل می‌کند. درنهایت، موفقیت‌های فردی و کسب‌وکاری زنان کارآفرین، علاوه بر اثرات مستقیم بر رشد و توسعه کسب‌وکار، پیامدهای مثبت گسترده‌تری در سطح اجتماعی و اقتصادی از جمله افزایش فرصت‌های شغلی و رشد اقتصادی به همراه دارد؛ بنابراین، این چارچوب می‌تواند نقش مؤثری در تقویت کارآفرینی زنان و ارتقای جایگاه آنان در اقتصاد کشور ایفا کند و زمینه را

برای تحقیقات آینده در حوزه‌های مرتبط فراهم سازد. نوآوری اصلی این پژوهش در طراحی چارچوبی سه‌بعدی است که هم‌زمان به عوامل فردی، محیطی و شرایط مداخله‌گر توجه می‌کند. این چارچوب نه تنها براساس داده‌های بومی و روایت‌های تجربی زنان کارآفرین ایرانی طراحی شده، بلکه با مطالعات بین‌المللی نیز تطبیق‌پذیر است. این تلفیق منحصربه‌فرد می‌تواند در فهم عمیق‌تر پیچیدگی‌های کارآفرینی زنان در جوامع در حال توسعه، به‌ویژه در زمینه‌هایی با چالش‌های فرهنگی، قانونی و اقتصادی، مفید واقع شود.

۷. پیشنهادها

چارچوب طراحی‌شده برای موفقیت کارآفرینانه و تعالی شخصی در بین کارآفرینان زن می‌تواند در سطوح مختلف به سیاست‌گذاران، مشاوران، مربیان و خود کارآفرینان کمک شایانی کند. این چارچوب نه تنها به شناخت دقیق‌تر نیازها و چالش‌های کارآفرینان زن می‌پردازد، بلکه راه‌حل‌هایی عملی و جامع برای رفع این چالش‌ها ارائه می‌دهد. برای سیاست‌گذاران، این چارچوب می‌تواند به عنوان مبنای طراحی سیاست‌های حمایتی و قانونی برای تقویت کارآفرینی زنان در نظر گرفته شود. به‌ویژه در جوامعی که زنان با موانع فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مواجه‌اند، این چارچوب می‌تواند راهکارهای مشخصی برای رفع این موانع و ایجاد محیط‌های کسب‌وکار حمایتی پیشنهاد کند. همچنین این چارچوب می‌تواند بر لزوم ایجاد زیرساخت‌های فنی و دسترسی به منابع مالی برای کارآفرینان زن تأکید کند و در این زمینه، سیاست‌های کارآفرینی هدفمند و مبتنی بر شواهد علمی را پیشنهاد کند.

برای مشاوران و مربیان کارآفرینی، این چارچوب به عنوان یک ابزار ارزیابی جامع برای شناسایی قوت‌ها و ضعف‌های فردی کارآفرینان زن و همچنین نیازهای محیطی آن‌ها عمل می‌کند. این مشاوران می‌توانند از این چارچوب برای طراحی برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای شخصی‌سازی‌شده برای زنان کارآفرین استفاده کنند. به‌ویژه بخش‌هایی از چارچوب که به مهارت‌های فردی، مانند تفکر خلاق، مهارت‌های رهبری و مدیریت بحران اشاره دارد، می‌تواند به عنوان محتوای اصلی برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های توسعه مهارت برای زنان کارآفرین در نظر گرفته شود. مربیان می‌توانند با استفاده از این چارچوب به‌طور خاص بر مهارت‌هایی که در ایجاد و مدیریت کسب‌وکارها ضروری است، تمرکز و کارآفرینان را برای مواجهه با چالش‌های مختلف آماده کنند.

از منظر خود کارآفرینان زن، این چارچوب می‌تواند به عنوان نقشه راه برای شناسایی و تقویت مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در دنیای کسب‌وکار عمل کند. این چارچوب به آن‌ها کمک می‌کند تا به‌طور دقیق‌تر به قوت‌ها و ضعف‌های خود پی ببرند و برنامه‌های توسعه فردی مناسبی برای خود طراحی کنند. همچنین با درک بهتر از نقش عوامل محیطی و حمایتی، زنان کارآفرین می‌توانند با هدف‌گذاری صحیح به دنبال بهبود دسترسی به منابع و شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشند. این امر می‌تواند به کاهش استرس و فشارهای ناشی از مشکلات اقتصادی و اجتماعی کمک کند و موجب افزایش اعتمادبه‌نفس و انگیزه در آن‌ها شود.

در زمینه طراحی سیاست‌های اقتصادی و برنامه‌های حمایتی، این چارچوب می‌تواند به دولتمردان و نهادهای دولتی کمک کند تا درک بهتری از نیازهای کارآفرینان زن پیدا کنند و سیاست‌هایی را اتخاذ کنند که بر توانمندسازی زنان و حمایت از کسب‌وکارهای آنان متمرکز باشد. به‌ویژه در حوزه‌هایی نظیر تأمین منابع مالی، دسترسی به فناوری‌های نوین و ایجاد فضاهای کاری انعطاف‌پذیر، این چارچوب می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و اجتماعی قرار گیرد. در نهایت، برای استفاده عملی از این چارچوب در آموزش کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی و کارگاه‌هایی برای زنان کارآفرین طراحی شود که به‌طور خاص بر مهارت‌های فردی و محیطی تمرکز کنند. این دوره‌ها می‌توانند از طریق آموزش‌های آنلاین و حضوری، محتوای آموزشی منطبق با نیازهای زنان کارآفرین ارائه دهند و آن‌ها را برای مواجهه با چالش‌های اقتصادی و اجتماعی آماده سازند.

با وجود دستاوردهای نظری و کاربردی قابل توجه، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه است که در تفسیر و تعمیم نتایج باید مدنظر قرار گیرد. نخستین محدودیت، به ماهیت روش‌شناسی پژوهش بازمی‌گردد. استفاده از رویکرد روایت‌پژوهی اگرچه زمینه‌ای عمیق و غنی برای کشف تجربه‌های زیسته کارآفرینان زن فراهم کرده است، اما این روش به‌واسطه تأکید بر روایت‌های فردی، مستعد سوگیری‌های ذهنی از سوی مشارکت‌کنندگان یا حتی پژوهشگران است. این سوگیری‌ها ممکن است در نحوه انتخاب روایت‌ها، تفسیر داده‌ها و استنتاج نتایج تأثیرگذار باشند و در نتیجه بر اعتبار درونی پژوهش اثر بگذارند.

علاوه بر این، یکی از مهم‌ترین چالش‌های روش روایت‌پژوهی، محدودیت در تعمیم‌پذیری یافته‌ها است. از آنجا که داده‌ها مبتنی بر تجربیات فردی و خاص مشارکت‌کنندگان در زمینه فرهنگی-اجتماعی ایران گردآوری شده‌اند، تعمیم نتایج به سایر جوامع یا فرهنگ‌ها با احتیاط باید صورت گیرد. شرایط فرهنگی، اقتصادی، حقوقی و اجتماعی زنان در کشورهای مختلف، ممکن است بر شکل‌گیری تجارب کارآفرینانه و مسیرهای موفقیت آنان تأثیرات متفاوتی داشته باشد. برای کاهش اثر این محدودیت‌ها، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی از رویکردهای روش‌شناختی ترکیبی بهره‌گیری شود. ترکیب روش‌های کیفی (نظیر روایت‌پژوهی یا پدیدارشناسی) با روش‌های کمی (مانند پیمایش‌های میدانی یا تحلیل‌های آماری) می‌تواند هم اعتبار یافته‌ها را افزایش دهد و هم امکان تعمیم آن‌ها را در مقیاس وسیع‌تری فراهم آورد. همچنین انجام مطالعات تطبیقی در بافت‌های فرهنگی، جغرافیایی یا اقتصادی متفاوت، می‌تواند به اعتبار بیرونی نتایج کمک کند و به غنای نظری چارچوب‌های مربوط به موفقیت کارآفرینانه زنان در جوامع گوناگون بیفزاید.

۸. تعارض منافع

در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

References

- Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K., & Tillmar, M. (2023). Women's contributions to rural development: Implications for entrepreneurship policy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(7), 1652–1677. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2022-0973>
- Ali Abadi, V., Attai, P., & Moadi, R. (2018). Using content analysis summary in the conceptual model of entrepreneurship competencies needed for rural women. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 4(4), 37–48. <https://doi.org/10.22069/jead.2018.11313.1192> (In Persian)
- Alibaygi, A., & Taghibaygi, M. (2022). Influence of rural women's entrepreneurship capabilities on their empowerment: A case study in Kermanshah province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 9(4), 19–44. <https://doi.org/10.22069/jead.2022.20653.1651> (In Persian)
- Al-Kwafi, O. S., Tien Khoa, T., Ongsakul, V., & Ahmed, Z. U. (2020). Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia. *Journal of Transnational Management*, 25(1), 3–29. <https://doi.org/10.1080/15475778.2019.1682769>
- Ayogu, D. U., & Agu, E. O. (2015). Assessment of the contribution of women entrepreneur towards entrepreneurship development in Nigeria. *International Journal of Current Research and Academic Review*, 3(10), 190–207.
- Bahmani-Oskooee, M., Kutan, A. M., & Xi, D. (2013). The impact of economic and monetary uncertainty on the demand for money in emerging economies. *Applied Economics*, 45(23), 3278–3287. <https://doi.org/10.1080/00036846.2012.705430>
- Barrachina Fernández, M., García-Centeno, M. D. C., & Calderón Patier, C. (2021). Women sustainable entrepreneurship: Review and research agenda. *Sustainability*, 13(21), 1-12. <https://doi.org/10.3390/su132112047>
- Berrones-Flemmi, C., Torres, F. V. C., Dornberger, U., & Acosta, Y. A. C. (2019). Finding an Equilibrium between seeking-profit and Work-Life-Balance: The Challenge of Entrepreneurs within their SMEs. In *Selflessness in Business* (pp. 3-14). Vernon Press.
- 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>

- Brush, C., Eddleston, K., Edelman, L., Manolova, T., McAdam, M., & Rossi-Lamastra, C. (2022). Catalyzing change: Innovation in women's entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(2), 243–254.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1–2), 1–6. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637340>
- Canton, H. (2021). United Nations entity for gender equality and the empowerment of women—UN women. In *The Europa directory of international organizations 2021* (pp. 185–188). Routledge.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Carter, R. G., Mundorff, K., Risien, J., Bouwma-Gearhart, J., Bratsch-Prince, D., Brown, S. A., ... & Van Egeren, L. (2021). Innovation, entrepreneurship, promotion, and tenure. *Science*, 373(6561), 1312–1314.
- Connelly, F. M., & Clandinin, D. J. (1990). Stories of experience and narrative inquiry. *Educational Researcher*, 19(5), 2–14. <https://doi.org/10.3102/0013189X019005002>
- Ehsaanifar, T., Shahmordai, M., Moradian, P., Rostami Qavadi, F., & Farahmand, K. (2018). Rural women's entrepreneurship development barriers (Case study: Women entrepreneurs in Lahijan city). *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 5(1), 93–106. <https://doi.org/10.22069/jead.2018.14882.1326> (In Persian)
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. Global Entrepreneurship Research Association, 1-110.
- Ettl, K., & Welter, F. (2012). Women entrepreneurs and success. In M.-A. Galindo & D. Ribeiro (Eds.), *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies* (pp. 73–88). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1293-9_6
- Fallah, M. R., & Pashaeenia, R. (2021). Women entrepreneurs and successful entry into social entrepreneurship: A theoretical model. *Women's Strategic Studies*, 23(90), 103–132. <https://doi.org/10.22095/JWSS.2020.237389.2389> (In Persian)
- 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>
- Gautam, R. K., & Mishra, K. (2016). Study on rural women entrepreneurship in India: Issues and challenges. *International Journal of Applied Research*, 2(2), 33–36.
- Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision*, 56(1), 219–232. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2017-0411>
- Hassan, F., Ramli, A., & Desa, N. M. (2014). Rural women entrepreneurs in Malaysia: What drives their success? *International Journal of Business and Management*, 9(4), 10-21.
- Hechavarria, D., Bullough, A., Brush, C., & Edelman, L. (2019). High-growth women's entrepreneurship: Fueling social and economic development. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 5–13. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12503>

- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217–241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Huq, A., Tan, C. S. L., & Venugopal, V. (2020). How do women entrepreneurs strategize growth? An investigation using the social feminist theory lens. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 259–287. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659679>
- Inman, K., & Grant, L. M. (2005). African American women and small business start-up: Backgrounds, goals, and strategies used by African American women in the initialization and operation of small businesses. In *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (pp. 105–119). Edward Elgar.
- Kelley, D., Bosma, N. S., & Amorós, J. E. (2011). *Global entrepreneurship monitor 2010 executive report*.
- Kelley, D. J., Baumer, B. S., Brush, C., Greene, P. G., Mahdavi, M., Majbouri, M., ... & Heavlow, R. (2017). Women's entrepreneurship 2016/2017 report. *Global Entrepreneurship Research Association*, 9(19), 1-92.
- 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 and Entrepreneurship*, 10(1), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00145-9>
- Khan, S. N., Anjum, K., Baig, F. J., Afzal, C. M., & Asghar, R. N. (2022). Role of microfinance on women entrepreneurship leads to decrease in poverty: Evidence from the rural area of South Punjab. *Competitive Social Science Research Journal*, 3(1), 147–160.
- Ladge, J., Eddleston, K. A., & Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business Horizons*, 62(5), 615–624. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.05.001>
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341–364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Li, C., Bilimoria, D., Wang, Y., & Guo, X. (2020). Gender role characteristics and entrepreneurial self-efficacy: A comparative study of female and male entrepreneurs in China. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.585803>
- Marques, H. (2017). Gender, entrepreneurship and development: Which policies matter? *Development Policy Review*, 35(2), 197–228. <https://doi.org/10.1111/dpr.12206>
- Mirhosseini, Z., Shafiei, Z., & Ashuri, S. (2023). The narratives of women entrepreneurs about the impact of higher education on entrepreneurial activities. *Journal of University Studies*, 1(3), 113–136. <https://doi.org/10.22035/jous.2023.5006.1030> (In Persian)
- Mustapha, M. (2016). Challenges and success factors of female entrepreneurs: Evidence from a developing country. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 224–231.
- Nocker, M., & Junaid, M. (2011). Poetics of identity: On entrepreneurial selves of Afghan migrants in Pakistan. *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry*, 9(1–2), 39–49.
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183–197. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>

- Noor, S., Isa, F. M., & Shafiq, A. (2022). Women's entrepreneurial success models: A review of the literature. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(1), 137–162.
- Nourbakhsh, S., & Salehi, L. (2021). Analyzing rural women's entrepreneurial competences: Case study of MENARID project in Kermanshah province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 8(3), 53–72. <https://doi.org/10.22069/jead.2022.19684.1545> (In Persian)
- Reichborn-Kjennerud, K., & Svare, H. (2014). Entrepreneurial growth strategies: The female touch. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(2), 181–199. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2013-0043>
- Roomi, M. A. (2011). Entrepreneurial capital, social values and Islamic traditions: Exploring the growth of women-owned enterprises in Pakistan. *International Small Business Journal*, 31(2), 175–191. <https://doi.org/10.1177/0266242610397403>
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59–72. <https://doi.org/10.1177/097135570701700105>
- 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/10.1108/IJGE-03-2018-0019>
- Rostamalizadeh, V., & Alijomehzadeh, P. (2018). Factors affecting on the success of women entrepreneurs in Tehran. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 12(3), 147–172. <https://doi.org/10.22055/qjdsd.2018.13656> (In Persian)
- Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the entrepreneurial success factors and the performance of women-owned businesses in Pakistan: The moderating role of national culture. *Sage Open*, 10(2), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2158244020919520>
- 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>
- United Nations. (2022). *Take action for the sustainable development goals*. United Nations Sustainable Development, 1-15.
- Venugopal, V. (2016). Investigating women's intentions for entrepreneurial growth. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(1), 2–27. <https://doi.org/10.1108/IJGE-11-2014-0043>
- Verheul, I., Stel, A. van, & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(2), 151–183. <https://doi.org/10.1080/08985620500532053>