

The paradigmatic model of the narrative of superior female entrepreneurs from the effective structures on their success

Zainab Moradinezhad*

Rahim Sarhangi**

Abstract

The current research aims to understand the lived experience of top women entrepreneurs by adopting a rethinking approach and show their narrative of their success path. In order to achieve the goal of the research, the interpretative paradigm and the grounded theory analysis approach and the semi-structured individual interview technique (25 top women entrepreneurs who were selected in the National Festival of Top Entrepreneurs) have been used. The conceptual framework of the research, relying on sensitive concepts such as "discovery or creation of opportunity", "power of boldness and willingness to risk", "strategic management" from the views of "Baron", "Arrow and Knight" and "Shandel and Hofer"» was edited. The central phenomenon of "top female entrepreneur as a resilient risk-taking innovator" has been identified. This phenomenon refers to a woman who seeks to discover new ways and methods and is not afraid of any risks and challenges in this way, and at the same time, she is able to bear unfavorable and unfavorable conditions and can rebuild itself and has the so-called ability to adapt to difficult conditions. In addition, the results of the research indicated the understanding of the mentality and understanding of women entrepreneurs superior to the managerial distinction between them and male entrepreneurs in management, some of these distinctions are: tolerance; The foundation of female management, the combination of mood coordinates and management style, productivity in the world of

* PhD in Political Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Lecturer at Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author), z.moradinezhad@gmail.com

** PhD in Management, Faculty of Management and Economics, Sharif University of Technology, Tehran, Iran, Rahim.Sarhangi.ir@gmail.com

Date received: 27/09/2023, Date of acceptance: 06/01/2024



creation, actions aimed at resilience and soft management: a flexible and maternal model.

Keywords: top female entrepreneurs, model of stubborn femininity, female tolerance, soft management, female resilience.

Introduction

Following the changes and transformations caused by the modernization process, the Iranian society in general and the status and position of women in particular have undergone fundamental changes. A large number of women, as a social group, entered the business market and economic arena under various titles, including entrepreneurs, after the expansion of modernization and modernization, and therefore, it seems necessary to address the angles of this issue. The issue of entrepreneurship, like any other social phenomenon, is overshadowed by the issue of gender and the category of inequality. The topic of women's entrepreneurship needs attention and study for two reasons: firstly, although women entrepreneurs create new businesses and jobs for themselves and others, side by side with male entrepreneurs, but due to the dominance of the shadow of gender. Income and wealth, allocation of resources, etc., are not paid much attention to them. Second, it seems that before objectivity, this shortcoming is related to the field of subjectivity and theory, and the inadequacy and gaps in the theories presented in the field of entrepreneurship can be a fundamental factor in the emergence of This damage is introduced. Based on this, the research questions can be raised as follows:

- What is the experience of top Iranian female entrepreneurs in the field of entrepreneurship and how do they interpret it?
- What are the factors (causal, background and intervention) of the success of top Iranian female entrepreneurs?
- What are the strategies of top female entrepreneurs to achieve more success in entrepreneurship development?
- What are the consequences of the greater success of top female entrepreneurs in their entrepreneurial development?
- Based on the obtained information, what conceptual gap do the theoretical approaches of entrepreneurship face in the field of women?

Materials & Methods

To carry out this research, interpretative paradigm and the methodological approach of grounded theory have been chosen from among the various paradigms. To review the theoretical and experimental literature from documentary-library studies, to analyze information from the grounded theory approach, and also to collect field information from in-depth and semi-structured interview tools, with the aim of investigating the subject under study in society. The target is used. 25 top women entrepreneurs who were chosen during the National Festival of Top Entrepreneurs were interviewed with the purposeful sampling method.

Discussion & Result

The phenomenon investigated in this research is "understanding the lived experience of top female entrepreneurs". For this purpose, it has been tried to examine their lived experience in entrepreneurship and their success process in this field, and the result is the central concept of the research, which is "the top female entrepreneur as a resilient risk-taking innovator". Therefore, the causal conditions related to the central category in the final model include multiple inherent individual capitals and creating opportunities from deprivations. These two points have caused the woman under study to become a superior entrepreneur; Because in this field, there have been supportive and supportive families that helped the person in case of need and crisis. In this research, intervening conditions have played a very important role in driving a person to the field of entrepreneurship and creating the spirit and motivation to excel in this field; Because the two negative aspects were the lack of connection between the academic space and the market and the exclusion of women from the market, which led them to the world outside the formal economy, cultivating their innovative ideas and striving in this direction to excel. In addition, strategies which are a mechanism and a plan in dealing with a specific "phenomenon" with elements such as "activity in the field of knowledge", "ethics in the professional field", "strategy for public and collective good" (social concern)" and discovering emerging needs and responding to them have been interpreted by the participants in the discussion. The occurrence of the phenomenon of "top female entrepreneur as a resilient risk-taking innovator" has brought consequences in the society. So that the dominant interpretation of the interviewees was focused on categories such as "the development of the individual's intellectual-identity paradigm" and "the development of gender attitudes in society".

Conclusion

After analyzing the data, among the conceptual structures that were obtained in order to distinguish between the management style of women and men in the field of entrepreneurship, the following items can be mentioned: tolerance; The foundation of female management, the combination of mood coordinates and management style, productivity in the world of creation, actions aimed at resilience and soft management: a flexible and maternal model. As the results of this research show, the theories of the field of entrepreneurship have not paid attention to the inherent differences and nature of men and women and in general their mental schema and mental modeling for success in this field. Therefore, it can be said that entrepreneurial approaches in examining the female narrative of this process are facing serious challenges that require rethinking its conceptual foundations; Because not paying attention to gender distinctions has led to ignoring the experiences of women in this direction. Therefore, it is necessary to apply comprehensiveness and continuity in thinking by rethinking the conceptual foundations of entrepreneurship approaches, and also accept the differences and multifacetedness of men's and women's management styles.

Bibliography

- Al Mamun, A., Rajennd, A., Muniady, L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C., & Malarvizhi, C. (2016), Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The journal of developing areas*, 50(5).
- Arrow, Kenneth (2007), *The Macro-context of the Microeconomics of Innovation*, in Eytan Shehinski, Robert J. Strom & William J. Baumol (Ede), Entrepreneurship, Innovation, and the Growth Mechanism of the Free – Enterprise Economies (pp. 20-26). American: Princeton University Press.
- Bagheri, Masoumeh; Fazlipour, Mena and Mousavi Nesab Bagheri, Ali (2019), Investigating the relationship between cultural values and entrepreneurial spirit with regard to the mediating role of stereotyped beliefs (case study: women entrepreneurs of Khuzestan province), *Women's Strategic Studies Quarterly*, Volume 23, Number 90. (in Persian)
- Baron, R. A. (2008), The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328–340.
- Dan E. Schendel, Charles W. Hofer (1979), *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*, Little, Brown and Company, Boston: Toroto.
- Hammett, Sarah; Renani, Mohsen; Yazdakhasi, Behjat and Khaje Nouri, Bijan (1400), Alternative Entrepreneurship: Meaningful Understanding of Shiraz Women Entrepreneurs' Experience of Economic Participation, *Iran Social Issues Strategic Research Journal*, 10 (2): 54-23. (in Persian)
- Hitt, Michael A; Ireland, R. Duane & Hoskisson, Robert E (2013), *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, Publisher: Cengage Southwestern Publishing Co.

135 Abstract

- Ibrahim, Gamal and Galt, Vaughan (2011), Explaining ethnic entrepreneurship: An evolutionary economics approach, *International Business Review*, 2011, vol. 20, issue 6, 607-613.
- Kermian, Frank and Seqaian, Hossein (1402), analysis of obstacles to entrepreneurship of rural women in Kermanshah province; The application of foundational theory, *Scientific Journal of Entrepreneurship Education and Management*, 2 (2), 43-58. (in Persian)
- Knight, Frank H. (1921), *Risk Uncertainty and Profit*, New York: Houghton Muffin (2nd Ed.1965).
- McClelland, David C. (1961), *Achieving Society*, Princeton: D. Van Nostrand.
- Michael Hitt, R. Duane Ireland, Robert Hoskisson (2013), *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, Concepts and Cases, Edition: 10th Publisher: Cengage Southwestern Publishing Co.
- Mohadi, Reza and Yaqoubi Farani, Ahmed (2014), Analysis of factors affecting rural women's entrepreneurship, *Women's Social Psychological Studies Quarterly*, Volume 12, Number 4. (in Persian)
- Nayak, M., Nayak, P.M., Birau, R., Wanke, P. and Tan, Y.A. (2023), "Exploring women entrepreneurs' push-pull motives and challenges: empirical evidence in an emerging economy", *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2023-0210>.
- Ostrous, Anselm and Corbin, Juliet M. (2016), *Principles of Qualitative Research Methodology: Basic Theory, Procedures and Methods*, translated by Buyuk Mohammadi, Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies. (in Persian)
- Sarasvathy, S; Dew, N; Velamuri, R & Venkataraman, S (2002), *Three veive of entrepreneurial opportunity*, Handbook of Entrepreneurship.
- Schendel, D. E. & Hofer C. W (1979), *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*, Boston: Little, Brown and Company.
- Shane, S., & Venkataraman, D. (2000), The promise of entrepreneurship as field of research. *Academy of Management Review*, 26(1), 13-17.
- Tabli, Hamid; Askari Bagharabadi, Mahbubeh and Namazian, Rana (1402), Designing a model of women's entrepreneurship based on home jobs using foundational data theory, *The Quarterly Journal of Transformative Human Resources*, 2 (5), 15-32. (in Persian)
- Wu, C. The Empirical Research of Women Entrepreneurship and Sustainability Performance in the Entrepreneurship Policy Context (2023), 2023071687. <https://doi.org/10.20944/preprints202307.1687.v1>.
- Yadalhi Farsi, Jahangir (2015). *Encyclopaedia of Entrepreneurial Theories*, Tehran: Labor and Social Security Institute. (in Persian)



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر از سازه‌های اثربخش بر موفقیت خود

زینب مرادی نژاد*

رحیم سرهنگی**

چکیده

پژوهش حاضر بر آن است تا با اتخاذ رویکرد بازاندیشانه، تجربه زیسته زنان کارآفرین برتر را فهم نماید و روایت آنها را از مسیر موفقیت خود نشان دهد. به منظور نیل به هدف تحقیق، از پارادایم تفسیری و رویکرد تحلیل نظریه زمینه‌ای و تکنیک مصاحبه نیمه ساخت یافته فردی (۲۵ نفر از زنان کارآفرین برتر که در جشنواره ملی کارآفرینان برتر برگزیده شده بودند) بهره گرفته شده است. چارچوب مفهومی تحقیق، با اتکا به مفاهیم حساسی همچون «کشف یا خلق فرصت»، «قدرت جسارت و میل به خطر کردن»، «مدیریت راهبردی» منبعث از دیدگاه‌های «بارون»، «آرو و نایت» و «شندل و هوفر» تدوین گردید. پدیده محوری «زن کارآفرین برتر به مثابه نوآور ریسک پذیر تاب آور» شناسایی شده است. این پدیده اشاره به زنی دارد که به دنبال کشف راه‌ها و شیوه‌های جدید است و در این راه از هیچ گونه مخاطره و چالشی، نمی‌هراسد و در عین حال قادر به تحمل شرایط ناگوار و ناموافق نیز هست و می‌تواند خود را بازسازی نماید و به اصطلاح توانایی انطباق با شرایط سخت را نیز دارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاکی از فهم ذهنیت و درک زنان کارآفرین برتر از وجه تمایز مدیریتی بین آنها و مردان کارآفرین در مدیریت بوده است که برخی از این تمایزات عبارتند از: روا داری؛ بنیاد مدیریت زنانه، امتزاج

* دکترای جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، مدرس دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، z.moradinezhad@gmail.com

** دکترای مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران، Rahim.Sarhangi.ir@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۶



مختصات خلقی و سبک مدیریتی، تولیدگری در عالم خلقت، کنش‌های معطوف به تاب‌آوری و مدیریت نرم: الگوی منعطف و مادرانه.

کلیدواژه‌ها: زنان کارآفرین برتر، الگوی زنانگی سرسخت، رواداری زنانه، مدیریت نرم، تاب‌آوری زنانه.

۱. مقدمه و بیان مسئله

در پی تغییرات و تحولات ناشی از روند نوسازی، جامعه ایرانی به طور عام و وضعیت و جایگاه زنان به طور خاص، تغییرات اساسی کرده است. به طور کلی، تغییرات ایجاد شده در ساختار جامعه، موجب دگرذیسی سازمان‌های اجتماعی و مسئله‌مندی کنش‌های روزمره زندگی اجتماعی افراد شده است؛ تا حدی که برخی از نهادها و گروه‌های اجتماعی از جا کنده شده و نه تنها کارکردهای سنتی خویش را از دست داده‌اند؛ بلکه باز جای‌گیری مطلوب، مناسب و رضایت‌بخشی نداشته‌اند. تعداد کثیری از زنان به عنوان یک گروه اجتماعی، پس از گسترش جریان مدرنیزاسیون و نوسازی وارد بازار کسب و کار و عرصه اقتصادی تحت عناوین مختلف از جمله کارآفرین شدند و از این‌رو، پرداختن به زوایای این مسئله ضروری به نظر می‌رسد.

شواهد نشان می‌دهد زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه بازار کار و به ویژه میدان کارآفرینی، تحولات شگرفی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد نمایند (موحدی و یعقوبی فرانی، ۱۳۹۳: ۹). در چند دهه اخیر، مشارکت زنان کارآفرین به سرعت افزایش یافته و موجبات سرعت بخشیدن به روند توسعه، کاهش بیکاری، نابرابری و فقر را فراهم آورده است. از این‌رو، مشارکت زنان کارآفرین را می‌توان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی به شمار آورد (آل مأمون (Al Mamun) و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۵).

کارآفرینان اعم از مردان و زنان، مهم‌ترین پیشران فرصت‌آفرینی و ارزش‌آفرینی چند سده اخیر و موتور اصلی پیشرفت بوده‌اند. آنها به ویژه در فضای نوین اقتصادها، مهم‌ترین عامل برای توسعه اقتصاد در هر کشوری بوده و هستند. کارآفرینان با نوآوری و ریسک‌پذیری، فرصت‌های جدید کسب و کار و دنیایی جدید از زندگی را خلق می‌کنند و به پیشرفت و رونق همه عرصه‌ها از جمله اقتصاد مدد می‌رسانند. علاوه بر این، گروه کارآفرین را باید گره‌گشای مشکلات و هموارکننده مسیر خروج از تنگنا دانست. به ویژه در شرایط بی‌ثبات کنونی که نابسامانی‌های مختلف جهانی وجود داشته و افراد زیادی شغل خود را از دست داده‌اند،

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۳۹

کارآفرینی، درمانی برای بیکاری و مسائل رشد تلقی می‌شود (ابراهیم و گالت (Ibrahim and Galt)، ۲۰۱۱: ۶۰۹).

با تمام تفاسیری که کارآفرینی در رشد و پیشرفت اقتصاد، نقشی حیاتی دارد اما به مانند هر پدیده اجتماعی دیگر، مسئله جنسیتی و مقوله نابرابری بر آن سایه افکنده است. فرایند کارآفرینی زنان را می‌توان از چشم‌اندازهای متفاوتی بررسی کرد، این واقعیت از عواملی همچون ایستارها و نگرش‌ها در سطح خرد و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در سطح کلان اثرپذیر است (باقری و همکاران، ۱۳۹۹: ۸۴).

مبحث کارآفرینی زنان به دو دلیل نیازمند توجه و مطالعه است: اول این که کارآفرینی زنان در طی دهه‌های گذشته به نحوی متمایز و مشهود به عنوان یک منبع مهم در رشد اقتصادی شناخته شده است. با این که زنان کارآفرین دوشادوش مردان کارآفرین، کسب و کارها و مشاغل جدیدی را برای خود و دیگران ایجاد می‌کنند، اما به دلیل غالب و چیره بودن سایه جنسیت بر درآمد و ثروت، تخصیص منابع و غیره، چندان توجهی به آنها نمی‌شود و با وجود این که به دلیل تفاوت بودن روحیه و ظرفیت‌ها و داشتن طرح و برنامه متمایز، راه‌حل‌های مختلفی را نیز برای مدیریت، ساماندهی و حل مشکلات و همچنین بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی به جامعه ارائه می‌دهند، روند موفقیت‌های آنها مورد پژوهش قرار نمی‌گیرد و هنوز نماینده اقلیتی از جامعه کارآفرینان به شمار می‌آیند. دوم این که، به نظر می‌رسد این نقیصه قبل از عینیت، به حوزه ذهنیت و نظریه مربوط می‌شود و نارسایی و خلأهای موجود در تئوری‌های ارائه شده در حوزه کارآفرینی، می‌تواند به عنوان یک عامل اساسی در پیدایش این آسیب معرفی شود. در واقع، سیاست‌ها و برنامه‌های حوزه کارآفرینی عمدتاً بر پیش فرض «مرد کارآفرین» مبتنی هستند و تمایل به هژمونیک کردن مرد و ارزش‌های مردانگی دارند، در نتیجه نیازها، زمینه‌ها و فرصت و حمایت‌های لازم برای نقش آفرینی زنان کارآفرین در نظر گرفته نمی‌شود. بر این اساس، مطالعه انتقادی ادبیات نظری تولید شده در زمینه کارآفرینی امری مهم و ضروری خواهد بود. لازم به ذکر است، پژوهش حاضر با اتخاذ رویکرد تحلیل نظریه زمینه‌ای درصدد دست یافتن به این مسئله است.

بر این مبنا، پرسش‌های پژوهش را می‌توان بدین صورت مطرح نمود:

تجربه زنان کارآفرین برتر ایرانی از میدان کارآفرینی چیست و چگونه آن را تفسیر می‌کنند؟

عوامل (علی، زمینه‌ای و مداخله‌ای) موفقیت زنان کارآفرین برتر ایرانی کدامند؟

استراتژی‌های زنان کارآفرین برتر جهت نائل شدن به موفقیت بیشتر در توسعه کارآفرینی کدامند؟

پیامدهای موفقیت بیشتر زنان کارآفرین برتر در توسعه کارآفرینی خود چیست؟
بر مبنای اطلاعات به دست آمده، رویکردهای نظری کارآفرینی، در حوزه زنان با چه خلأ مفهومی مواجه هستند؟

۲. پیشینه پژوهش

تابلی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی کارآفرینی زنان مبتنی بر مشاغل خانگی با استفاده از نظریه داده بنیاد» بر این باور بودند که کارآفرینی ابزاری است برای شناخت فرصتهایی که بهره‌گیری از آن می‌تواند مشکلات یک جامعه را کاهش دهد و سهم زنان در این حوزه روندی صعودی دارد. هدف این پژوهش طراحی الگوی کارآفرینی زنان مبتنی بر مشاغل خانگی می‌باشد. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۱۹ نفر بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. براساس یافته‌ها، اهمیت کارآفرینی زنان از آن جهت است که موفقیت در این زمینه نه تنها سبب سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم در جامعه ایجاد می‌کند. کرمان و سقائیان (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل موانع فراروی کارآفرینی زنان روستایی استان کرمانشاه؛ کاربرد نظریه بنیانی» چنین ابراز داشتند که هدف از انجام پژوهش حاضر، تحلیل موانع فراروی کارآفرینی زنان روستایی در استان کرمانشاه بوده است. در این پژوهش، با ۱۸ نفر از زنان کارآفرین روستایی در استان کرمانشاه مصاحبه شده است. نتایج نشان داد که زنان روستایی برای اقدامات کارآفرینانه با موانع مختلفی روبه‌رو هستند که سبب کاهش میزان رفتارها و اقدامات کارآفرینانه و در نهایت افزایش میزان وابستگی آنان به سرپرستان خانوار روستایی در استان کرمانشاه شده است. براساس نتایج، ارائه تسهیلات مناسب، برگزاری کلاس‌های آموزشی، آگاهی‌بخشی به زنان روستایی نسبت حقوق فردی و اجتماعی خود و معرفی سازمان‌های حمایت‌کننده از آنان پیشنهاد می‌گردد. ون وو (Wen Wu) (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «پژوهش تجربی کارآفرینی زنان و عملکرد پایدار در زمینه سیاست کارآفرینی» چنین اذعان داشت که هدف پژوهش، بررسی این عوامل مؤثر بر قابلیت‌های کارآفرینی زنان و عملکرد پایدار و ارائه توصیه‌های سیاستی است. این پژوهش با استفاده از پیمایش آنلاین و پستی، ۱۷۵ زن کارآفرین، نمونه را به دست آورد. این مطالعه نشان می‌دهد که حمایت و انگیزه خانواده بر قابلیت‌های کارآفرینی زنان و عملکرد پایدار تأثیر مثبت

دارد. موانع تأثیری بر عملکرد ندارند. نایاک (Nayak) و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی انگیزه‌ها و چالش‌های فشاری زنان کارآفرین: شواهد تجربی در یک اقتصاد در حال ظهور» بر این باور بودند که نویسندگان بر آن بودند تا عواملی را که بر انگیزه زنان کارآفرین برای راه‌اندازی یک کسب و کار تأثیر می‌گذارد و چالش‌هایی که در راه‌اندازی کسب و کار خود در هند با آن مواجه بودند، بررسی کنند. داده‌ها برای تجزیه و تحلیل از ۶۲۰ پاسخ دهنده با استفاده از یک پرسشنامه ساختاریافته و مصاحبه عمیق با ۲۰ زن کارآفرین جمع‌آوری شد. یافته‌ها نشان داد که انگیزه اولیه زنان برای راه‌اندازی کسب و کار خود، دستیابی به خوداشتغالی بوده است. انگیزه‌های دیگر عبارتند از افزایش درآمد و اجازه دادن به زنان برای دنبال کردن علاقه خود. این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که زنان در سفر کارآفرینی خود با چالش‌هایی مانند دسترسی به منابع مالی، مسائل مربوط به برابری جنسیتی و تعهدات اجتماعی و فرهنگی مواجه می‌شوند.

مرور انتقادی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در حوزه پژوهش‌های داخلی در خصوص کارآفرینی زنان، مطالعات زیادی انجام شده است اما این مطالعات با سه نقیصه عمده روبه‌رو هستند: ۱. بخش اعظم پژوهش‌های مذکور درخصوص چالش‌های کارآفرینی زنان است. ۲. اکثریت آنها، تنها کارآفرینان بخش روستایی را مورد بررسی قرار داده‌اند. و ۳. پژوهش‌هایی که کنشگر محور باشند و تجربه زیسته زن کارآفرین برتر را مورد بررسی قرار داده باشند، انجام نشده است. بر این مبنای پژوهش حاضر در نظر دارد سه مورد خلأ مذکور را مرتفع نماید؛ بدین معنا که این مطالعه، قصد بررسی تجربه زیسته زنان کارآفرین برتر (نه منحصرأ روستایی) از فرصت‌های توسعه کارآفرینی را دارد.

۳. چهارچوب مفهومی

بنا بر مسئله مورد بررسی، رویکرد غالب این پژوهش تفسیری است. از این‌رو، در پی تأیید یا رد فرضیه‌ای نیست و صرفاً نظریه‌های مرتبط با مسئله مورد نظر جهت ایجاد «حساسیت نظری» (اشتروس و کوربین، ۱۳۹۰) ارائه می‌شوند. در پژوهش حاضر، مجموعه‌ای از نظریه‌های مرتبط با کارآفرینی و نقدهای وارد بر آنها (از بعد جنسیتی) مطرح می‌شود.

با توجه به جنسیتی بودن موضوع پژوهش و بررسی روایت زنان کارآفرین برتر از کارآفرینی و چگونگی روحیه کارآفرینی آنها، پژوهش حاضر بر آن است نظریات موجود در حوزه کارآفرینی را به دو دسته کلی نظریات مشترک بین زنان و مردان و نظریات مختص به

مردان (نادیده گرفتن زن) دسته بندی و سپس نقد و بررسی نماید. در ابتدا لازم است منظور از کارآفرین روشن گردد. در این پژوهش، منظور از کارآفرین، فردی است که به تنهایی یا با مشارکت، کسب و کاری را ایجاد کرده و با قبول خطرات مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی امور آن را اداره می‌کند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید کرده و بر آن است تا بر رقبا غلبه یابد. به بیان دیگر، کارآفرین شخصی است که فعالیت‌هایی همچون کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را به منظور معرفی کالاها و خدمات جدید از طریق اقدامات و روش‌های سازمان‌دهی نو و بدیع که پیش‌تر وجود نداشته، انجام می‌دهد (شین و ونکاتارامن (Shane and Venkataraman)، ۲۰۰۰: ۱۵).

چارچوب مفهومی پژوهش حاضر حول سه مفهوم «کشف یا خلق فرصت»، «قدرت جسارت و میل به خطر کردن» و «مدیریت راهبردی» شکل گرفته که برای تفسیر آنها از دیدگاه‌های متفاوتی بهره جسته است. «فرصت» یک مفهوم اساسی در زمینه کارآفرینی است. به بیان دیگر، بدون فرصت، کارآفرینی وجود نخواهد داشت. یک کارآفرین بالقوه می‌تواند بسیار خلاق و سخت کوش باشد، اما بدون فرصتی برای هدف گیری کردن، با این ویژگی‌ها، فعالیت‌های کارآفرینی نمی‌تواند اتفاق بیافتد.

در واقع، فرصت‌ها یک مفهوم اساسی هستند که حد و مرز و شرایط تبادل زمینه کارآفرینی را تشریح می‌کند. با وجود این که پیدایش «فرصت» یک مفهوم کلیدی برای پژوهش‌های کارآفرینی است، توافق کمی درباره تعریف و ماهیت آن وجود دارد. برخی از پژوهشگران به فرصت به عنوان حاصل یک فرایند خلاق نگاه می‌کنند که بیشتر تدریجی بوده و شامل تلفیقی از ایده‌ها در بازه زمانی است. در حالی که برخی تعاریف روی شانس برای معرفی کالاها، خدمات یا فرایندهای نوآورانه تمرکز می‌کنند، دیگران عمدتاً به نقش فرصت در ایجاد کار مخاطره آمیز جدید علاقه نشان می‌دهند (بارون، ۲۰۰۸: ۳۳۰).

فرصت‌های کارآفرینی از مجموعه‌ای از ایده‌ها، باورها و فعالیت‌هایی تشکیل شده است که خلق و آفرینش کالاها و خدمات آینده را که در حال حاضر برای آنها بازاری وجود ندارد، ممکن می‌سازد (ساراسواتی (Sarasvathy) و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۶۰-۱۴۱). به عبارتی می‌توان گفت، یک فرصت کارآفرینانه از مواردی همچون ایده جدید یا اختراع، باورهایی درباره موارد مطلوب دستیابی به آن اهداف و فعالیت‌هایی که آن اهداف را از طریق مصنوعات اقتصادی جدید پیاده سازی می‌کند، تشکیل شده است.

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۴۳

«قدرت جسارت و میل به خطر کردن» دیگر مفهوم مهم در فهم روایت زنان کارآفرینی برتر از مسیر موفقیت خود است. به عقیده آرو (Arrow) (۲۰۰۷) کارآفرینی یک فرایند با مخاطره بالا است که هیچگاه نمی‌توان خروجی دانش به دست آمده را از ورودی پیش بینی کند. از آنجا که این فرایند، دارای مخاطرات فراوانی است، تبعیض‌هایی وجود دارد که موانعی را در مقابل سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مبتکرانه ایجاد می‌نماید (آرو، ۲۰۰۷: ۲۳ - ۲۰). همچنین نایت در کتاب ریسک، نااطمینانی و سود (۱۹۲۱) چنین بیان می‌دارد که کارآفرین خدمات تولیدی را در یک زمان مشخص می‌خرد و آن را به یک محصول تبدیل می‌کند و در زمان دیگر می‌فروشد. وی ریشه پیچیدگی مسئله کارآفرینی و سود را در مفهوم ریسک یا مفهوم عدم اطمینان و ابهامی که در این بین وجود دارد، می‌داند. از نظر وی، این کارآفرین است که ریسک را قبول می‌کند پس مستحق دریافت سود و مزایای بیشتری است (نایت (Knight)، ۱۹۲۱: ۱۹ - ۱۸). از این رو می‌توان گفت، کارآفرینی سرمایه‌گذاری با مخاطره بالا است که توسط کارآفرینان ایجاد می‌شود و به سرعت توسعه می‌یابد و براساس فناوری است. بر این اساس، فرد کارآفرین باید قدرت جسارت و میل به خطر کردن را داشته باشد و این خصیصه را بتواند در وجود خود توسعه دهد.

«مدیریت راهبردی» دیگر مفهوم کاربردی در تفسیر روایت زنان کارآفرین برتر از روند موفقیت آنهاست. براساس نظر شندل و هوفر (Schendel and Hofer) (۱۹۷۸) مدیریت راهبردی روندی است که طریقه انجام کارهای اصلی و پایه را در سازمان‌ها، راهنمایی و هدایت می‌کند. مدیریت راهبردی از تکرار و نوسازی رویه‌های سازمانی، رشد، توسعه و بقای شرکت اطمینان حاصل می‌کند. علاوه بر این، مدیریت راهبردی زمینه‌ای از توسعه و اجرای راهبردی در برنامه‌های عملیاتی شرکت‌ها مهیا می‌سازد (شندل و هوفر، ۱۹۷۹: ۱۵۰). بر پایه عقیده هیت (Hitt) و همکاران (۲۰۱۳) ساختار بندی برنامه‌ها برای مدیریت موثر فرصت‌ها و تهدیدات خارجی براساس شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی شرکت‌ها، جز مولفه‌های اصلی مدیریت راهبردی است. مدیریت راهبردی گام اساسی و مهم در تعیین آینده و جهت دهی کسب و کارها است. موثرترین برنامه راهبردی متأثر از بسیاری از عوامل خواهد بود که به عواملی همچون توانایی کارآفرینان، پیچیدگی مخاطرات و ماهیت صنعت می‌توان اشاره نمود (هیت و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۶۵). بر این اساس، چگونگی اعمال مدیریت راهبردی یکی از ویژگی‌های کارآفرینان است.

در مورد دو مفهوم اول - کشف یا خلق فرصت و قدرت جسارت و میل به خطر کردن - بین زنان و مردان کارآفرین تمایزی وجود ندارد. اما در مورد مفهوم مدیریت راهبردی و به عبارتی، نحوه مدیریت و به طور کلی طرح‌واره ذهنی و مدل سازی ذهنی جهت موفقیت در این عرصه، براساس طبیعت و سرشت متمایز زنان و مردان، تفاوت‌هایی وجود دارد که به نظر می‌رسد در نظریات مدیریتی کارآفرینانه، این شیوه متمایز مدیریتی مغفول مانده است. به بیان دیگر، نظریات موجود حوزه کارآفرینی، به هستی شناختی و معرفت شناختی زنان و همچنین ظرفیت‌ها و ویژگی‌های ذاتی آنها توجهی ندارند. در پژوهش حاضر بر اساس اطلاعات به دست آمده، در این زمینه، سازه‌های مفهومی‌ای جهت مرتفع نمودن این خلا نظری در بخش نتیجه‌گیری ارائه شده است.

۴. روش پژوهش

برای انجام این پژوهش از میان انواع پارادایم‌ها، پارادایم تفسیری و رویکرد روش شناختی نظریه زمینه‌ای انتخاب شده است؛ چرا که حالتی توصیفی، کیفی، بازتابی و تفسیری دارد و متعهدانه در پی فهم ماهیت تجارب مشترک کنشگران است؛ از این‌رو، برای این پژوهش مناسب تشخیص داده شده است تا از این طریق با رجوع به تجربه زیسته زندگی زنان کارآفرین برتر به فهم میان‌ذهنیت‌های آنها در مورد کارآفرینی و چگونگی توسعه آن پردازد. در پژوهش حاضر، برای بررسی ادبیات نظری و تجربی از مطالعات اسنادی - کتابخانه‌ای، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از رویکرد نظریه زمینه‌ای و همچنین برای جمع آوری اطلاعات میدانی از ابزار مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختار یافته، با هدف بررسی موضوع مورد مطالعه در جامعه هدف استفاده شده است. با روش نمونه‌گیری هدفمند با ۲۵ نفر از زنان کارآفرین برتر که طی جشنواره ملی کارآفرینان برتر برگزیده شده بودند، مصاحبه شده است. جدول زیر، برخی از مشخصات زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. تجربه زیسته زنان کارآفرین برتر از فرصت‌های توسعه کارآفرینی

ردیف	استان	بخش مربوطه	نوع فعالیت بنگاه	جشنواره	سال
۱	آذربایجان غربی	کشاورزی	پرورش مرغ مادر گوشتی	سیزدهم	۱۳۹۹

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۴۵

ردیف	استان	بخش مربوطه	نوع فعالیت بنگاه	جشنواره	سال
۲	بوشهر	خدمات	آموزشی	سیزدهم	۱۳۹۹
۳	تهران	خدمات	خدمات مشاوره و مدیریت-تجاری سازی-بیزینس پلن طرح توجیهی-تدوین نقشه راه	سیزدهم	۱۳۹۹
۴	چهارمحال و بختیاری	خدمات	تولیدی	سیزدهم	۱۳۹۹
۵	خراسان جنوبی	صنعت	تولید پوشاک صنعتی	سیزدهم	۱۳۹۹
۶	خوزستان	خدمات	مجتمع آموزشی فنی و حرفه ای و زبان خارجه	سیزدهم	۱۳۹۹
۷	گلستان	خدمات	شرکت تعاونی تولید فرش دستباف	سیزدهم	۱۳۹۹
۸	گیلان	کشاورزی	تولید عرضه و پخش انواع کیک کلوچه بیسکویت	سیزدهم	۱۳۹۹
۹	لرستان	خدمات	فرش و گلیم، ساه چادر	سیزدهم	۱۳۹۹
۱۰	مرکزی	صنعت	تولید داروهای گیاهی	سیزدهم	۱۳۹۹
۱۱	همدان	خدمات	صنایع دستی	سیزدهم	۱۳۹۹
۱۲	یزد	کشاورزی	پرورش ماهی قزل و گرم ابی	سیزدهم	۱۳۹۹
۱۳	البرز	صنعت	کیفیت تولید تکاپو	دوازدهم	۱۳۹۷
۱۴	البرز	صنعت	شرکت تحقیقاتی - تولیدی سیناژن	دوازدهم	۱۳۹۷
۱۵	بوشهر	کشاورزی	آماده سازی محصول کشاورزی برای بازارهای اولیه- بر اساس دستمزد یا قرارداد	دوازدهم	۱۳۹۷
۱۶	چهارمحال و بختیاری	خدمات	کشاورزی - منابع طبیعی - مهندسی آب و توزیع آب	دوازدهم	۱۳۹۷
۱۷	خراسان رضوی	کشاورزی	تولید و بسته بندی محصولات زنبور عسل - عسل طبیعی - ژل رویال - گرده گل - موم عسل - بره موم و ادوات زنبورداری	دوازدهم	۱۳۹۷

ردیف	استان	بخش مربوطه	نوع فعالیت بنگاه	جشنواره	سال
۱۸	خراسان رضوی	خدمات	تولید نرم‌افزارهای سفارشی	دوازدهم	۱۳۹۷
۱۹	سیستان و بلوچستان	صنعت	تولید لوله‌های پی‌وی‌سی و پلی‌اتیلن -	دوازدهم	۱۳۹۷
۲۰	کردستان	کشاورزی	کاشت محصولات باغی و زراعی و پرورش حیوانات به صورت توامان	دوازدهم	۱۳۹۷
۲۱	هرمزگان	خدمات	پارک کروکودیل نوپک	دوازدهم	۱۳۹۷
۲۲	آذربایجان شرقی	خدمات	آموزشی	یازدهم	۱۳۹۵
۲۳	آذربایجان غربی	خدمات	آموزشی	یازدهم	۱۳۹۵
۲۴	اصفهان	خدمات	سیستم‌های تخصصی مدیریت منابع انسانی	یازدهم	۱۳۹۵
۲۵	اصفهان	خدمات	طراحی توسعه و اجرای سیستم‌های مدیریت ناوگان و ردیابی خودرو	یازدهم	۱۳۹۵

برای تحلیل اطلاعات در حین گردآوری داده‌ها، فرآیند کدگذاری مرحله به مرحله، توسط پژوهشگران انجام شده است تا ضریب خطای مفهوم‌سازی کاهش یابد. فرآیند کدگذاری در این پژوهش به تبعیت از نظریه زمینه‌ای در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی و با نرم‌افزار مکس کیودا انجام شده است.

کدگذاری باز: پس از برگزاری مصاحبه‌های اولیه و پیاده‌سازی آنها، مرحله کدگذاری باز آغاز گردید که متن مصاحبه‌ها جمله به جمله و پاراگراف به پاراگراف مطالعه و کدهای متناسب با هر جمله یا پاراگراف برای آن مشخص شد. سپس از استفاده از رویه طرح پرسش، مقایسه و مراجعه مکرر به داده‌ها، داده‌های خام به مفاهیم تبدیل گردید. در هر مرحله که مصاحبه‌ها انجام می‌شد، برخی حوزه‌های مورد بررسی و مقوله‌ها که با یکدیگر هم‌پوشانی داشتند، با هم ادغام می‌شدند. در این پژوهش، انجام مصاحبه‌ها و گردآوری اطلاعات و رفت و برگشت به میدان پژوهش تا زمان نگارش مطالب به صورت پیوسته انجام می‌شد؛ چرا که ماهیت پژوهش‌های مبتنی بر نظریه زمینه‌ای، فرآیند به هم پیوسته و مستمر است.

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۴۷

کدگذاری محوری: پس از آن که مرحله اولیه کدگذاری انجام شد، در این مرحله تلاش پژوهشگران بیشتر بر آن بود که کدهای استخراج شده در مرحله اولیه بار دیگر در ارتباط با یکدیگر قرار گیرد تا از این طریق بتوان با طرح دو راهبرد «پرسش» و «مقایسه» به طور منظم مفاهیم تلخیص شده و انتزاعی تر استخراج کرد.

کد گذاری انتخابی / گزینشی: این نوع از کد گذاری بر آخرین گام در تجزیه و تحلیل دلالت دارد. در این مرحله، ادغام مفاهیم بر محور مقوله اصلی و تکمیل مقوله‌هایی انجام می‌شود که به گسترش و اصلاح نیاز دارد. همچنین یادداشت‌ها و نمودارها مانند یک آینه، پیچیدگی و عمق تفکری را نشان می‌دهد که باعث پیدایش نظریه می‌شود (اشتروس و کوربین، ۱۳۹۰: ۲۱۷).

جدول ۲. تجربه زیسته زنان کارآفرین برتر از فرصت‌های توسعه کارآفرینی

کدگذاری گزینشی	کد گذاری محوری	مفاهیم جنینی مستخرج از مصاحبه‌ها (کدگذاری باز)	
زن کارآفرین برتر به مثابه نوآور ریسک پذیر تاب آور	سرمايه‌های چندگانه ذاتی فردی	انگیزه پیشرفت	عوامل علمی
		تعهد و پاسخگویی	
		تمایل به نوآوری و خلق ارزش	
		اعتماد به نفس و خودباوری	
		داشتن روحیه جنگنده	
		ریسک پذیری	
		قانع نبودن به وضع موجود	
		پیگیر بودن و کوتاه نیامدن	
		هدف گذاری	
		ولع کار	
	داشتن روحیه ساختارشکنانه		
	فرصت‌زایی از محرومیت‌ها	محرومیت اقتصادی	عوامل خانوادگی (زینب مرادی)
		محرومیت فرهنگی	
		محرومیت اجتماعی	
	حمایت‌گرایی نهاد خانواده	تشویق فرزند به نوآوری	عوامل خانوادگی (زینب مرادی)
پشتیبانی از فرزند در شرایط بحرانی			
عدم مخالفت خانواده با کار زن			

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	مفاهیم جنینی مستخرج از مصاحبه ها (کدگذاری باز)	
		وجود روحیه کارآفرینی در خانواده	
	الگوی زنانگی سرسخت	جسارت مادر بزرگ	
		توانمندی مادر	
		پایداری مادر در برابر مشکلات	
	سبک فرزندپروری توانمند	اعطای آزادی عمل به فرزند	
		پرورش ذهن اقتصادی فرزند	
		اجازه خطر کردن به فرزند	
		والدین منعطف	
	عدم اتصال بین فضای آکادمیک و بازار کار (مهارت آموزی)	فقدان آموزش های مهارتی در فضای آکادمیک	عوامل مداخله ای (اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و قوانین)
		بدون استفاده بودن آموزش های آکادمیک	
		عدم وجود کارآموزی متناسب با بازار کار	
	طرد زنان از بازارکار	بها ندادن زنان در آزمون های استخدامی	
		تبعیض جنسیتی شرایط کاری	
		مقاومت ذهنی مردان برای استخدام زنان در بازار کار	
	کنش ورزی در سپهر دانش	وجود سقف شیشه ای بر زنان در محیط کار	
		به روز کردن دانش	
		حل مشکلات با روش علمی	
		توسعه علمی و مهارتی فردی	
	اخلاق ورزی در میدان حرفه ای	ارائه کار منطبق با اصول علمی	
		پایبندی به اصول اخلاقی	
		تعهد به کار	
		رضایت ذیربطان	
	راهبرد خیر همگانی و جمعی (دغدغه مندی اجتماعی)	تعامل خوب با ذیربطان	استراتژی ها
		مسئولیت پذیری	
		آموزش به زنان بی سرپرست	
	کشف نیازهای نوظهور و پاسخ به آنها	به کارگیری زنان بی سرپرست	
		توجه به سود همگانی ذیربطان	
		توجه به تقاضاهای جدید	
		کشف نیازهای جدید	

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	مفاهیم جنینی مستخرج از مصاحبه ها (کدگذاری باز)	
		توجه به سلاطین مردم	تفاوتها
		توجه به الزامات دنیای جدید	
		انطباق حرفه خود با ضروریات نو پدید	
	تطور پارادایم فکری - هویتی فرد	تشدید روحیه استقلال	
		ارتقا قدرت تصمیم گیری و مداخله زن در خانواده	
		توجه به وجه بیرونی کار	
		به چالش کشیدن حس ضعیف بودن خود	
		تحول نگرش زن نسبت به توانایی های خود	
		تغییر نگرش مردان درخصوص فعالیت اقتصادی زنان	
	تطور نگرش جنسیتی در جامعه	تغییر دید سیاستگذاران نسبت به کار زنان	
		تغییر تصورات قالبی در مورد ورود زنان به بازار کار	
	روا داری؛ بنیاد مدیریت زنانه	تحمل انتقادات مطروحه	وجه تمایز مدیریتی زنان نسبت به مردان (سازه‌های مفهومی نظری)
		تسامح در رویکرد مدیریتی	
		پذیرش تفاوت ها در ابعاد مختلف	
		برقراری ارتباط نزدیک با همکاران	
	امتیاز مختصات خلقی و سبک مدیریتی	فعالیت در چندین حوزه به طور همزمان	
		تلاش و پشتکار فراوان در رسیدن به اهداف	
		داشتن مهارت ارتباطی	
		اعمال دقت بالا در امورات	
	تولیدگری در عالم خلقت	نکته سنج بودن و جزئی نگری	
		پرورش کودک در رحم مادر	
		پخت غذا توسط مادر هنرهای دستی زنان	
	کنش‌های معطوف به تاب آوری	صبور بودن در مقابل مشکلات	
		پذیرش موانع و چاره جویی آنها	
		بالا بودن آستانه درد در زنان	
		تحمل تنش ها و چالش ها	
	مدیریت نرم: الگوی منعطف و مادرانه	پرهیز از درگیری	
		اقناع طرف مقابل	

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	مفاهیم جنینی مستخرج از مصاحبه‌ها (کدگذاری باز)	
		توجه حداکثری به نیازهای کارکنان	
		همدلی با ذریبطان	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

۵. یافته‌های تحلیلی - تفسیری

در قسمت یافته‌های این پژوهش، تلاش شده است بر پایه نتایج مطالعات میدانی از زنان کارآفرین برتر و ذکر روایت‌ها و تفسیرهای آنها از فرصت‌های توسعه کارآفرینی خود، سازه‌های مفهومی و نظری که در وجهی ابزارهای تحلیلی نیز به شمار می‌آیند مورد بازنگری و تحلیل انتقادی قرار گیرد؛ چرا که بازنمایشی در نظریات که امری فرآیندی و روندی است، مهم‌ترین عامل در رفع خلأها، ابهامات، گشایش و خلاقیت در خلق سازه‌های مفهومی نوظهور در سپهر علم الاجتماع است. بر این اساس، در ادامه یافته‌های تحلیلی - تفسیری پژوهش در قالب سازه‌های مفهومی که دارای ماهیتی انتقادی هستند، ارائه می‌گردد.

۱.۵ شرایط علی

شرایط علی، آن دسته از عواملی است که بر رخداد پدیده‌ها تأثیر می‌گذارد. به بیان دیگر، شرایط علی، مجموعه‌ای از وقایع و حوادثی است که به رخداد و یا گسترش پدیده مورد نظر می‌انجامد. بر پایه کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده با زنان کارآفرین برتر، شرایط علی موفقیت زنان کارآفرین برتر در ایران عبارتند از: سرمایه‌های چندگانه ذاتی فردی و فرصت‌زایی از محرومیت‌ها.

سرمایه‌های چندگانه ذاتی فردی ناظر بر خصایص و ویژگی‌های درونی فرد است که فرد را به سمت نوآوری و خلق یک سبک جدید سوق می‌دهد. به بیان دیگر، سرمایه‌های چندگانه ذاتی فردی، مجموعه‌ای از انگاره‌های ذهنی، نگرشی، باوری و شخصیتی را شامل می‌شود که در مفصل بندی با یکدیگر، فرد را از لحاظ شخصیتی و باوری، آماده آغاز و انجام کسب و کارهای اقتصادی نوآورانه و جدید می‌کند. خصوصیات از قبیل، انگیزه پیشرفت تعهد و پاسخ‌گویی، تمایل به نوآوری و خلق ارزش، اعتماد به نفس و خودباوری، داشتن روحیه جنگنده، ریسک پذیری، قانع نبودن به وضع موجود، پیگیر بودن و کوتاه نیامدن، هدف‌گذاری،

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۵۱

سختکوشی و داشتن روحیه ساختارشکنانه سبب به وجود آمدن روحیه کارآفرینی در زنان کارآفرین برتر شده است.

از جمله پیش نیازهای ذاتی جهت حرکت در مسیر کارآفرین برتر شدن، «انگیزه پیشرفت» و «تعهد و پاسخگویی» است. در سال ۱۹۵۳ به باور مک کلند یکی از نیازهای اساسی‌ای که زیربنای رفتار انسان‌ها به شمار می‌آید، نیاز به پیشرفت است. به عقیده وی، افرادی که نیاز به پیشرفت بیشتری دارند، با حداقل نیاز به نظارت بیرونی و تنها به دلیل تقویت درونی کار خود را به بهترین شکل ممکن انجام می‌دهند. اشتیاق شدید به کسب استانداردهای ایده آل در انجام امور، توفیق در امورات رقابتی، خطرپذیری متوسط، آگاهی از نتایج و مسئولیت‌پذیری و تعهد شخصی از دیگر ویژگی‌های این نوع از افراد است که اغلب این خصایص در نقش کارآفرین نیز ظاهر می‌شود (مک کلند، ۱۹۶۱: ۱۰۵). به گونه‌ای که یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین عنوان کرده است:

«یکی دیگه از عوامل، انگیزه‌ام برا پیشرفت هست. من نمی‌تونم در یه حد بمونم و درجا بزنم. همیشه می‌خوام پیشرفت کنم و به اون چیزایی که می‌خوام برسم و به نظرم لازمه ارضای این انگیزه درونی، اینه که دنبال ایده‌های جدی و به عبارتی کارآفرینی برم. مضاف بر این، خیلی مسئولیت‌پذیر بودم و در قبال کاری که می‌کردم، پاسخگو بودم و به کاری که قبول می‌کردم متعهد بودم.»

به عقیده مصاحبه‌شوندگان، «قانع نبودن به وضع موجود» و «تمایل به نوآوری و خلق ارزش» از خصیصه‌های کارآفرینان برتر هستند. ساراسوتی و همکاران (۲۰۰۲) بر این باور بودند که کارآفرینی، تکامل کارآفرینی و راهبرد چشم‌اندازی در توسعه و طراحی فعالیت‌های برای خلق ارزش است (یداللهی فارسی، ۱۳۹۵: ۱۵۰). به زعم دراگر (۱۹۸۵) نوآوری و خلق ارزش را در فعالیت‌های اولیه کارآفرینی پیشنهاد می‌کند و به عبارتی می‌توان گفت، بعد کلیدی جهت‌گیری کارآفرینی تأکید بر نوآوری است (هیت و دیگران، ۲۰۱۳). بر پایه روایت مصاحبه‌شوندگان، کارآفرین موفق باید توانایی ایجاد ارزش درک شده در مشتری را داشته باشد. روایت یکی از نمونه پژوهش این نکته را به خوبی نشان می‌دهد:

«ببینید من هیچ وقت به حالم قانع نیستم و به دنبال این مسئله هستم که یک ایده جدید رو خلق کنم برای مشتریام و به یه ارزش تبدیل کنم و شیوه درک این ارزش خلق شده رو برای مشتری ایجاد کنم. به نظرم یکی از ویژگی‌های یه کارآفرین موفق اینه که ارزش تجربه شده و لمس شده توسط مشتری را بتونه افزایش بده.»

«فرصت‌زایی از محرومیت‌ها» یکی دیگر از شرایط علی موفقیت زنان کارآفرین برتر است که ناظر بر این نکته می‌باشد که زن کارآفرین برتر با تجربه و لمس محرومیت‌ها، سعی در استفاده از آنها به عنوان فرصت داشته و بر آن بوده است که آنها را به دریچه و روزنه‌ای برای توسعه کارآفرینی خود تبدیل کند. از جمله این محرومیت‌ها می‌توان به محرومیت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی اشاره کرد. به عنوان مثال، یکی از زنان کارآفرین برتر، در زمینه محرومیت اقتصادی و این که این محرومیت عاملی برای سوق یافتن به سمت کارآفرینی شده بود، چنین اظهار داشته است:

«چون توو محرومیت اقتصادی بودم. می‌خواستم این محرومیت رو از بین ببرم و پول دربیارم و دستم توو جیب خودم باشه. به نظرم این عامل خیلی رو کارآفرین شدنم تاثیر داشت و علاوه براین، پول رو خیلی دوس داشتم.»

در واقع، بر پایه تحلیل متون مصاحبه‌های انجام شده، وجود ویژگی‌هایی همچون انگیزه پیشرفت، تمایل به نوآوری و خلق ارزش، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری در موفقیت زنان کارآفرین برتر موثر بوده است. علاوه بر این، قرار گرفتن در شرایط انواع محرومیت اعم از اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی نیز از جمله عواملی بوده است که بر موفقیت زنان کارآفرین برتر تأثیرگذار بوده است.

۲.۵ شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای، مجموعه شناسه‌های ویژه‌ای هستند که به پدیده مدنظر دلالت می‌کنند؛ یعنی محل رخداد متعلق به پدیده. به عبارت دیگر، زمینه دلالت بر مجموعه موقعیت‌ها و شرایط خاصی که در آن، راهبردهای اقدام آن فعالیت انجام می‌شود. در این پژوهش، مقوله‌های حمایت‌گرایی نهاد خانواده، الگوی زنانگی سرسخت و سبک فرزندپروری توانمند شرایط زمینه‌ای را شکل می‌دهد.

مقوله «حمایت‌گرایی نهاد خانواده» ناظر بر این مسئله است که همراهی خانواده در مسیر موفقیت زنان مذکور نقش مهمی داشته است. به عنوان مثال، پشتیبانی از فرزند در شرایط بحرانی یکی از جنبه‌های این همراهی بوده است. به گفته نمونه پژوهش، والدین آنها در پاره‌ای از موارد حمایت مالی را از فرزندان کارآفرین خود دریغ نمی‌کردند و اجازه ندادند شرایط سخت اقتصادی و مالی، موقعیت شغلی فرزندان کارآفرین‌شان را با چالش روبه‌رو نماید. علاوه بر این، اعتقاد به روحیه کارآفرینی و توانایی زنان برای ورود به این میدان را نیز می‌توان از

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۵۳

وجوه حمایت و همراهی خانواده زنان کارآفرینی برتر از آنها دانست. همان‌طور که همت و همکاران (۱۴۰۰) نیز در پژوهش خود به نقش و اهمیت وجود و یا عدم وجود حمایت خانواده از فرزندان کارآفرین خود اشاره کرده‌اند. بر پایه روایت مصاحبه‌شوندگان، حمایت‌گرایی نهاد خانواده یک مولفه اثرگذار است. روایت یکی از اعضای نمونه پژوهش گویای این مطلب است:

«به نظرم بحث خانواده و این که چقدر پشتتو داشته باشن خیلی مسئله مهمیه. من یه جایی واقعا به لحاظ مالی کم می‌آوردم و اگه خانواده در کنارم نمی‌بود کم می‌آوردم و چه بسا کارمو رها می‌کردم. اما خانواده‌ام همیشه کنارم بودن؛ چون اعتقاد داشتن که زن هم می‌تونه با حمایت خانواده کار کنه.»

مقوله «الگوی زنانگی سرسخت»، به معنای حضور زنانی موفق، جسور و توانمند در دوران زندگی زنان کارآفرین برتر است. زنانگی به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، رفتارها و نقش‌های زنان اشاره دارد. زنانگی را می‌توان حاصل یک فرایند متقابل اجتماعی، فرهنگی و بیولوژیکی دانست که نظامی از تعاملات اجتماعی را در مورد هویت زنانه بازنمایی می‌کند. مقوله الگوی زنانگی سرسخت از این جهت در کارآفرینی مهم است که فعالیت اقتصادی در ساختارهای فرهنگی حاکم بر ایران، مانند بسیاری از فعالیت‌های دیگر، به جای آنکه امری فراجنسیتی باشد، امری مردانه تلقی می‌شود؛ چرا که نوعی دو گانه حوزه خصوصی - حوزه عمومی وجود دارد، به طوری که محدود شدن حضور و فعالیت زنان به حوزه خصوصی و حضور و فعالیت مردان به حوزه عمومی برساخت شده است. اما زنان کارآفرین برتر الگویی از زنانگی را تجربه نموده‌اند که استریوتیپ‌های جنسیتی را زیر سوال برده و همزمان با مادرانگی و همسری در فعالیت‌های اقتصادی حوزه عمومی نیز مشارکت کرده‌اند. روایت یکی از زنان کارآفرین برتر گویای این نکته است:

«من این توانمندی رو به صورت الگوبرداری از اعمال مادرم گرفتم. شاید می‌خوام بگم در زندگی شخصیش اون توانمندی‌شو که به من نشون داد یه انسان توانمند هست خیلی بیشتر از اون بود که بخواد به من یاد بده و آموزش بده. یعنی میشه گفت من عملیاتی یاد گرفتم.»

مقوله «سبک فرزندپروری توانمند»، به روش تربیت فرزند از سوی والدین زنان کارآفرین برتر اشاره دارد. به زعم آنها، والدین‌شان به فرزندان خود، استقلال و آزادی فکری و عمل می‌دادند و همواره داشتن ذهنی اقتصادی و حسابگر و تولیدگر را در فرزندان خود پرورش می‌دادند. از این‌رو، آنها به نسبت همسالان خود در کودکی فعال‌تر بوده‌اند و همواره سعی

می‌کردند به صورت آزمایش / خطا، مسائل مختلف را پیش ببرند. به عبارتی می‌توان گفت، زنان کارآفرین برتر، والدین خود را منعطف توصیف می‌کردند؛ چرا که همیشه حدی از آزادی عمل، آزادی و اختیار خطر کردن را به فرزندان خود می‌دادند. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان گویای این نکته است:

«این که در چه خانواده‌ای بزرگ شدی خیلی موثر است. این که در خانواده‌ای بزرگ شده باشی که قدرت ریسک‌پذیری را تقویت کند در فرزند، در نقش آفرین شدن او موثر است. در خانواده‌ای بزرگ شده باشد که یه سری مسئولیت را در منزل به عهده بگیرد. مثلاً پدر و مادر من همیشه در مقابل کارایی که من می‌کردم سرسخت نبودن و همیشه درجه‌ای از آزادی و ریسک رو بهم می‌دادن.»

در واقع بر پایه تحلیل متون پیاده شده مصاحبه‌ها می‌توان گفت، زنان کارآفرین برتر، نقش حمایت‌ها و پشتیبانی‌های خانواده را در موفقیت خود پررنگ و برجسته می‌دانند. علاوه بر این، حضور زنان توانمند در نزدیکان خود و همچنین شیوه تربیتی‌شان در دوران کودکی که آنها را جسور و آزاد پرورش داده‌اند، را در موفقیت در این عرصه موثر می‌دانند.

۳.۵ شرایط مداخله‌ای

شرایط مداخله‌گر، شرایط ساختاری است که به پدیده مورد بررسی تعلق دارد و بر راهبردهای اقدام اثرگذار است. شرایط مداخله‌ای، راهبردها و استراتژی‌ها را درون زمینه و بستر خاصی محدود و یا تسهیل می‌کنند. عدم اتصال بین فضای آکادمیک و بازارکار و طرد زنان از بازار کار از جمله شرایط مداخله‌ای از نوع تهدید هستند که زنان کارآفرین برتر، آنها را برای توسعه فرصت‌های کارآفرینی خود تبدیل به فرصت کرده‌اند.

مقوله «عدم اتصال بین فضای آکادمیک و بازارکار»، ناظر بر عدم تناسب و تطابق دنیای آموزش و بازار کار است. به عقیده مصاحبه‌شوندگان فضای دانشگاهی، شایستگی‌های مورد نیاز برای کسب یک شغل را به فارغ‌التحصیلان نمی‌دهد و گویی حلقه اتصال بین فضای آکادمیک و بازار کار وجود ندارد. بنابراین یکی از عواملی که زنان را به سمت کارآفرین سوق داده است، این است که همخوانی بین مدرک تحصیلی و توانایی‌های مورد نیاز جهت تصدی یک شغل وجود ندارد. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان، این نکته را نشان می‌دهد:

«ما وقتی از دانشگاه می‌ایم بیرون نمیتونیم وارد بازار کار بشیم. چون استادهای ما کار در بازار انجام ندادن و با بازار و فرایند آن آشنایی ندارند. اکثر اساتید ما کار نکردن و نمی‌تونن به بچه‌ها

هم یاد بدن. ما در دانشگاه هامون بیسیک کار نمی‌کنیم و صرفاً آشنایی اولیه میدن نه آشنایی عملیاتی. ظرف ما که از دانشگاه میایم بیرون خالیه. این ظرف باید با کار پر بشه و به نظرم به سمت کارآفرینی باید این ظرف پر شه»

مفهوم «طرز زنان از بازار کار» نیز یکی از عوامل مداخله‌ای است که مصاحبه‌شوندگان یک تهدید و چالش را برای خود به فرصت تبدیل کرده‌اند؛ به طوری که در گرایش آنها به سمت کارآفرینی موثر بوده است. به زعم آنها در اکثر مواقع و در بسیاری از رشته‌ها، زنان جایگاهی در آزمون‌های استخدامی‌های بازار کار ندارند و همین عامل باعث تقویت توانمندی و ظرفیت آنها در ایجاد یک حرفه جدید می‌شود. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان روشنگر این نکته است:

«من زمانی که برق خوندم و فارغ التحصیل شدم، جالب بود که هیچ کجا تووی آگهی‌های استخدامی هیچ کارمند خانمی رو نمی‌پذیرفتن و می‌نوشتن از پذیرش نیروی خانم معذوریم. این خودش یه نقطه بحرانی بود برا من و این مسئله باعث شد من روی ایده‌های جدیدم کار کنم و پی اینارو بگیرم.»

به طور کلی می‌توان گفت، به عقیده زنان کارآفرین برتر، شرایط مداخله‌گر به نوعی تهدید به شمار می‌آیند که برای آنها به فرصت تبدیل شده است. برای مثال می‌توان به عدم تطابق دنیای دانشگاهی و بازارکار و و کنار گذاشتن زنان از بازار کار اشاره کرد که در عین چالش بودن، زنان کارآفرین برتر را به سمت کارآفرینی و موفقیت در این عرصه سوق داده است.

۴.۵ استراتژی‌ها

استراتژی‌ها ناظر بر اقدام و عمل برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مدنظر است. استراتژی‌ها هدفمند هستند و با علت خاصی صورت می‌پذیرند. بر پایه تحلیل مصاحبه‌های انجام شده با زنان کارآفرین برتر، استراتژی‌های اتخاذی آنها بدین شرح است: کنش‌ورزی در سپهر دانش، اخلاق‌ورزی در میدان حرفه‌ای، راهبرد خیر همگانی و جمععی (دغدغه‌مندی اجتماعی) و کشف نیازهای نوظهور و پاسخ به آنها.

یکی از استراتژی‌های موفقیت نزد زنان کارآفرین برتر، «کنش‌ورزی در سپهر دانش» است. استراتژی مذکور ناظر به این نکته است که آنها از به روزترین مباحث علمی در حرفه خود بهره می‌جستند و همیشه بر آن بودند تا در میدان علم و دانش، دچار استاتیک و عدم فعالیت نباشند بلکه همیشه در جست‌وجوی دانش جدید بوده و به عبارتی فعال این میدان باشند. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان گویای این نکته است:

«آن چیزی که باعث شد من بتونم کارامو پیش ببرم، کیفیت کار و علمی بودن کارمون بود. کار ما خدماتیه، یعنی دانشمون رو می‌فروشیم، بنابراین باید دانش به روزی داشته باشیم. اگه کاری که می‌فروشیم و یا راه حلی که ارائه می‌کنیم علمی‌تر باشه اون کارفرما به خواسته‌اش می‌رسه و این به استراتژی تمایز هست. بنابراین، باید از آخرین تکنولوژی‌ها و نوآوری‌هایی که در این زمینه وجود داره، استفاده کنیم. سعی کنیم دانش خودمون رو به روز نگه داریم.»

از دیگر استراتژی‌های زنان کارآفرین برتر در حوزه فعالیت خود، می‌توان به «اخلاق‌ورزی در میدان حرفه‌ای» اشاره کرد. اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتار بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در واقع، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اخلاقی کارآفرین در برابر افرادی است که با وی در این روند مشارکت می‌کنند. بر این مبنای، زنان کارآفرین برتر بر این باور بودند که باید در تعامل با ذریبطان، از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی استفاده کرد که از سوی جامعه پذیرفته شده باشند و بر پایه آنها، مطلوب‌ترین تعامل و روابط اجتماعی شکل بگیرد. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان این مطلب را نشان داده است:

«همیشه سعی کردم به اصول اخلاقی پایبند باشم و در همه حال در هر کاری، بسیار با احترام با طرف مقابل رفتار کنم و رضایت کارفرما رو جلب کردم و بهش پاسخگو بودم و این عامل باعث شده پس از چندین سال باز هم با ما کار کنند.»

به زعم مصاحبه‌شوندگان، «راهبرد خیر همگانی و جمعی (دغدغه‌مندی اجتماعی)» از جمله استراتژی‌هایی بوده که سهم به‌سزایی در موفقیت آنها داشته است. این راهبرد ناظر بر کنش‌هایی است که در راستای افزایش مطلوبیت عمومی می‌باشد و به صلاح و صرفه جامعه تمام می‌شود. به عقیده زنان کارآفرین برتر، دغدغه اجتماعی داشتن همواره راهکارهای جدید و نویی به سوی فرد می‌گشاید که می‌توان از این آنها بهترین استراتژی‌ها را استخراج کرد. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این مورد چنین بیان داشته است:

«خیلی به زنان بی‌سرپرست کمک کردم. از طرف کمیته امداد به من گفتن که بیا و هنرت رو به زنان بی‌سرپرست هم یاد بده. من همه تلاشمو کردم که همه‌شون یاد بگیرن. به نظر همین به فکر جمع بودن به استراتژی بود که هم اجر معنوی و هم اجر مادی داشت برای موفقیتیم.»

«کشف نیازهای نوظهور و پاسخ به آنها» یکی دیگر از استراتژی‌هایی بوده است که زنان کارآفرین برتر برای موفقیت خود در کارآفرینی خودشان به کار می‌بردند. به بیان آنها، استراتژی مذکور ناظر به این نکته است که در هر کسب‌وکاری، جهت توسعه محصولات باید به نیازهای

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۵۷

مشتریان پاسخ داده شود. فکر کردن به نیاز مشتری یکی از مهم‌ترین کارهایی است که باید در یک کسب‌وکار مورد توجه قرار بگیرد. درک نیاز مشتری به طراحی و توسعه محصول، خدمات و سایر جنبه‌های کسب‌وکار کمک می‌کند. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان این مطلب را به خوبی نشان داده است:

«من خیلی توجه می‌کردم که مردم به چی نیاز دارن بیشتر. بازار رو نگاه می‌کنم که بازار چی می‌خواد. بعد اون چیزی رو تولید می‌کنم که مورد نیاز مردم باشن؛ چون اگر به نیاز و سلیقه مردم توجهی نکنی هر چقدر هم کار بکنی بیهوده است.»

در واقع براساس تحلیل متون پیاده شده حاصل از مصاحبه‌ها می‌توان گفت، کنش‌ورزی در سپهر دانش، اخلاق‌ورزی در میدان حرفه‌ای، راهبرد خیر همگانی و جمعی و کشف نیازهای نوظهور و پاسخ به آنها استراتژی‌های اتخاذی زنان جهت موفقیت در میدان کارآفرینی هستند. به زعم آنها با بهره‌گیری از دانش و پایبندی به اخلاق حرفه‌ای می‌توان در میدان کاری خود موفق بود. علاوه بر این، دغدغه‌مندی اجتماعی و جست‌وجوی خواسته‌های جدید بشری نیز از جمله راهبردهایی هستند که می‌توان در این زمینه به آنها اشاره کرد.

۵.۵ پیامدها

پیامدها، نتایج و ماحصل اقدام و عمل و یا راهبردهاست. پیامدها را نمی‌توان به طور قطع پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که در ابتدا مدنظر افراد باشند. پیامدها ممکن است، یک سری حوادث و رخداد باشد که شکل منفی به خود بگیرد، آشکار یا ضمنی باشد و یا حتی در آینده به وقوع بپیوندد. براساس کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده با زنان کارآفرین برتر، پیامدهای فرصت‌های توسعه کارآفرینی عبارتند از: تطور پارادایم فکری - هویتی فرد و تطور نگرش جنسیتی در جامعه.

«تطور پارادایم فکری - هویتی فرد» یکی از پیامدهایی بوده است که زنان کارآفرین برتر برای ورود موفق خود به این عرصه ابراز داشته‌اند. زنان با ورود به میدان کارآفرینی و موفق شدن در این حوزه دچار تحولات هویتی زیادی شده‌اند. این تحولات شامل موضوعاتی همچون تشدید روحیه استقلال، ارتقا قدرت تصمیم‌گیری و مداخله زن در خانواده، توجه به وجه بیرونی کار، به چالش کشیدن حس ضعیف بودن خود و تحول نگرش نسبت به توانایی‌های خود است. زنان به دلیل شیوه متفاوت تربیت اجتماعی خود، در نسبت با مردان برداشت و خلیقات ویژه‌ای در آنها رشد می‌کند. برای مثال روحیه ریسک‌پذیری و جسارت در

دختران مقایسه با پسران به واسطه شیوه جامعه‌پذیری کمتر توسعه پیدا می‌کند. به زعم زنان کارآفرینی برتر، با موفقیت در این عرصه تأثیرات این کلیشه‌ها و تصورات قالبی را نسبت به خود در ذهن بسیار کم رنگ کرده‌اند. یکی از زنان کارآفرین برتر نمونه مورد مصاحبه در این زمینه چنین بیان داشته است:

«برتر شدنم در این حوزه به نظرم بیشتر از هر کسی روی فکر و ذهن خودم تأثیرگذار بوده؛ چون از کودکی ما دخترا رو طوری تربیت می‌کردن که فک می‌کنیم نمی‌تونیم توو حوزه‌ای مث حوزه کارآفرینی موفق باشیم و حتی فراتر از این، به این حوزه ورود پیدا کنیم.»

براساس عقیده زنان کارآفرین برتر، «تطور نگرش جنسیتی در جامعه» از دیگر پیامدهای ورود موفقیت‌آمیز آنها به این میدان بوده است. در فرهنگ موجود، به حضور زنان در اقتصاد به طور کلی و فعالیت‌های کارآفرینانه به طور خاص، نگاه منفی و قالبی وجود دارد. براساس این تفکرات قالبی، زنان به خوبی مردان در فعالیت‌های اقتصادی موفق نمی‌شوند و اساساً حضور در عرصه عمومی، امری مردانه محسوب می‌شود. این کلیشه‌ها مبنای عمل و نگرش بسیاری از افراد در جامعه است. بر پایه بیانات مصاحبه‌شوندگان، این تغییر نگرش پس از کسب موفقیت آنها در محیط اجتماعی‌شان اتفاق افتاده است و بر اساس آن، مردان قابلیت زنان را در عرصه بازار کار و عرصه اقتصادی پذیرفته‌اند و تصورات قالبی نادرست به مرور کاهش یافته و نگرش مردان و جامعه به فعالیت اقتصادی زنان تغییر مثبتی پیدا کرده است. یکی از زنان کارآفرین برتر در این زمینه چنین اظهارنظر نموده است:

«جامعه ما طوری که فکر می‌کنن زن نمی‌توانه وارد بازار کار بشه و مخصوصاً این که توانایی این که بتونه خودش یه کسب و کاری راه بندازه و موفق بشه رو نداره ولی من خودم وقتی وارد این حوزه شدم و خداروشکر تونستم موفق هم بشم دیدم که دید و نگرش اطرافیانم در مورد عدم توانایی زن تغییر پیدا کرد.»

بر این مبنا می‌توان گفت، پیامدهای حضور موفقیت‌آمیز زنان در عرصه کارآفرینی، تغییر و تحول هم در پارادایم فکری - هویتی زنان و هم نگرش جنسیتی در جامعه نسبت به زنان بوده است؛ چرا که جامعه به تاسی از فرهنگ حاکم، به توانایی‌ها و ظرفیت‌های زنان برای موفقیت در وادی کارآفرینی اعتقادی ندارد و زنان نیز به دلیل آموزش کلیشه‌های جنسیتی به آنها و تربیت‌شان بر پایه این کلیشه‌ها، در مورد توانمندی‌های خود دچار تردید هستند. در صورتی که موفقیت زنان کارآفرین برتر تا حد زیادی این نگاه را تغییر داد.



مدل ۱. مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر از سازه‌های اثربخش در موفقیت خود

(منبع: یافته‌های پژوهش)

۶.۵ تشریح مدل پارادایمی

در پی انجام مصاحبه‌های انجام شده و همچنین فرایند کدگذاری باز، محوری و درنهایت تجمیع مفاهیم نهایی در قالب کدگذاری انتخابی / گزینشی، مدل پارادایمی مربوط به مسئله

پژوهش نمایش داده شد. این مدل از شش عنصر مهم: شرایط علی، پدیده، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردهای تعاملی و پیامدها تشکیل شده است و گویای ابعاد گوناگون مسئله پژوهش است.

پدیده مورد بررسی در این پژوهش، «فهم تجربه زیسته زنان کارآفرین برتر» است. بدین منظور تلاش شده است که تجربه زیسته آنها در کارآفرینی و روند موفقیت‌شان در این زمینه مورد بررسی قرار گیرد و نتیجه آن، مفهوم مرکزی پژوهش یعنی «زن کارآفرین برتر به مثابه نوآور ریسک‌پذیر تاب‌آور» است. از این رو، شرایط علی مربوط به مقوله مرکزی در مدل نهایی، شامل سرمایه‌های چندگانه ذاتی فردی و فرصت‌زایی از محرومیت‌ها می‌شود که بخشی از آن ناظر بر ویژگی‌های شخصیتی همچون تمایل به نوآوری، اعتماد به نفس و خودباوری و ریسک‌پذیری است و بخش دیگر آن ناظر بر تبدیل تهدید محرومیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به فرصت توسط زنان کارآفرین برتر بوده است. این دو نکته در شرایط زمینه‌ای خاصی سبب شده است که زن مورد مطالعه کارآفرین برتر شود؛ چرا که در این زمینه، خانواده‌ای حمایت‌گر و پشتیبان وجود داشته است که در صورت نیاز و بحران، به فرد کمک می‌کردند، افرادی همچون مادر و مادر بزرگ در دوران کودکی فرد که در جسارت و توانمندی برای وی الگو و سرمشق بوده‌اند و همچنین شیوه فرزند پروری فرد در کودکی که وی را مستقل و آزاد تربیت کرده‌اند و در او روحیه ریسک‌پذیری و جسارت را پرورش داده‌اند، وجود داشته است.

در این پژوهش، شرایط مداخله‌گر نقش بسیار مهمی در سوق دادن فرد به حیطه کارآفرینی و ایجاد روحیه و انگیزه جهت برتر شدن در این حوزه داشته‌اند؛ چرا که دو جنبه منفی عدم اتصال بین فضای آکادمیک و بازارکار و طرد زنان از بازارکار بود که آنها را به سمت دنیای خارج از اقتصاد رسمی، پرورش ایده نوآورانه خود و تلاش و کوشش در این مسیر تا برتر شدن، کشاند. علاوه بر این، استراتژی‌ها که سازوکار و تدبیری در برخورد با یک «پدیده» خاص است با عناصری همچون «کنش‌ورزی در سپهر دانش»، «اخلاق‌ورزی در میدان حرفه‌ای»، «راهبرد خیر همگانی و جمعی (دغدغه‌مندی اجتماعی)» و کشف نیازهای نوظهور و پاسخ به آنها از سوی مشارکت‌کنندگان در بحث تفسیر شده است.

وقوع پدیده «زن کارآفرین برتر به مثابه نوآور ریسک‌پذیر تاب‌آور» در جامعه پیامدهایی را به همراه داشته است. به طوری که تفسیر غالب مصاحبه‌شوندگان بر محور مقولاتی همچون «تطور پارادایم فکری - هویتی فرد» و «تطور نگرش جنسیتی در جامعه» متمرکز بوده است. بر

این اساس، ورود زنان به عرصه کارآفرینی و موفق شدنشان در این میدان، کلیشه‌های جنسیتی غالب را هم در ذهن فرد و هم در جامعه در هم شکست.

۶. نتیجه‌گیری

با عنایت به یافته‌های پژوهش درباره روایت زنان کارآفرین برتر از روند موفقیت‌شان، می‌توان ادعان نمود که هر چند زنان مذکور در این راه، با وجود سرمایه‌های ذاتی همچون جسارت و سختکوشی و عامل خانوادگی اعم از حمایت و شیوه تربیتی آنها، با سختی‌ها و مشکلاتی زیادی اعم از کلیشه‌های جنسیتی، کمبود امکانات اقتصادی و مواردی از این دست رو به رو بوده‌اند ما با تمام موانع و چالش‌ها توانسته‌اند موفق شوند و به طور کلی، زن کارآفرین برتر به مثابه نوآور ریسک‌پذیر تاب‌آور محوری‌ترین پدیده این پژوهش شود. در این میدان، زنان برای موفقیت هر چه بیشتر از راهبردهایی همچون حضور فعالانه در عرصه علم و آشنایی گسترده‌تر با این عرصه، پایبندی به اخلاق حرفه‌ای در کار و تصور سود رسانی به عامه مردم و همچنین به دنبال نیازهای نوظهور و شیوه پاسخگویی به آنها استفاده می‌کردند و موفقیت در این میدان موجبات تغییر هم‌نگرش خود زنان (که خواه نا خواه در این جامعه با کلیشه‌های جنسیتی غالب پرورش یافته‌اند) و هم‌نگرش عموم جامعه (که زنان هم می‌توانند در کسب و کاری موفق شوند) را فراهم نمود.

این پژوهش به دنبال یافتن تصور زنان کارآفرین برتر از روند موفقیت‌شان اعم از عوامل موثر، استراتژی‌های مورد استفاده و پیامدهای چنین موفقیتی بود. اما چنانچه با رویکرد جنسیتی به نظریات حوزه کارآفرینی نگریسته شود، می‌توان به عدم توجه به تفاوت و تمایز بین زنان و مردان به لحاظ شیوه مدیریتی کسب و کار کارآفرینی پی برد. از این‌رو، در ادامه بنا بر فهم تجارب زنان کارآفرین برتر به نقد و بازنگری در مبانی مفهومی و نظری رویکردهای کارآفرینی پرداخته می‌شود.

نظریه‌های کارآفرینی، به رغم دستاوردهای مهمی که در مورد چگونگی و چرایی این حوزه داشته، اما به مانند دیگر نظریات اجتماعی، «داور زمان» نواقص، ابهامات و وجوه پروبلماتیک آنها را نمایان ساخته، از نقد مصون نمانده و نقدهایی بر آنها وارد است که ضرورت بازاندیشی در آنها را ایجاب کرده است. بنا بر یافته‌های این پژوهش، می‌توان چنین استدلال کرد که بر مبنای اقتضائات جنسیتی، نظریات کل‌نگرانه حوزه کارآفرینی جهت نزدیک شدن به تمایزات بین زنان و مردان، نیازمند بازنگری جدی است. از این‌رو، طرح مسائل و نقدهای مربوط به این

حوزه به معنای مهم نبودن رویکردها و نظریات کارآفرینی نیست، بلکه اصلاح و بازنگری در اندیشه از جمله مهمترین ویژگی‌ها و خلاقیت‌های علمی تلقی می‌شود که مطالعات حوزه زنان به مانند حوزه‌های دیگر به صورت امری فرایند محور باید در نظر بگیرد. بی تردید رویکردهای کارآفرینی بنا بر کاربرد رویکردهای روش‌شناختی کیفی و انعطاف در فهم پدیده‌های اجتماعی این حوزه، مفاهیم و مقولات مهمی را با ملاحظات نظری و روشی در تحلیل مسائل اجتماعی کشف کرده‌اند. این پژوهش نیز بنا را بر این مفروض گذاشته است که با اتخاذ رویکرد روش‌شناختی تفسیری و با انجام مطالعه میدانی، روایت‌ها و تلقی‌های زنان از تجربه زیسته خود را انعکاس دهد.

پس از تحلیل داده‌ها، از جمله سازه‌های مفهومی که در جهت تمایز بین شیوه مدیریت زنان و مردان در میدان کارآفرینی به دست آمد، می‌توان به این موارد اشاره کرد: روا داری؛ بنیاد مدیریت زنانه، امتزاج مختصات خلقی و سبک مدیریتی، تولیدگری در عالم خلقت، کنش‌های معطوف به تاب آوری و مدیریت نرم؛ الگوی منعطف و مادرا نه.

رواداری؛ بنیاد مدیریت زنانه ناظر بر این نکته است که زنان به نسبت مردان در شیوه مدیریتی خود تسامح و همزیستی مسالمت‌آمیزی با دیگران دارند. بنیان رواداری و همزیستی مسالمت‌آمیز بر گذشت، حلم و بردباری استوار است. زنان به خاطر ذات روادارانه‌شان و تمایل بیشتر به همزیستی مسالمت‌آمیز نوع بشر، در تعامل با دیگران، سعه صدر بیشتری داشته و توانایی برقراری ارتباط نزدیک‌تری با دیگران دارند. خصیصه رواداری زنان به آنها توانایی و قدرت رهبری و هدایت خاصی می‌دهد که آن را نمی‌توان در مردان یافت. یکی دیگر از وجوه متمایز، وجود خلیات ویژه و خاصی همچون توانایی انجام چندین فعالیت به صورت همزمان، داشتن مهارت ارتباطی و نکته‌سنجی است که در مقایسه با مردان در زنان وجود دارد. زنان بنا به طبیعت‌شان قادرند چند کار مختلف را به‌طور همزمان انجام دهند و روی همه آنها هم تمرکز کافی داشته باشند و این نکته‌ای است که از عهده مردان بر نمی‌آید. بنابراین طبیعی است که زنان در اجرای پروژه‌های پیچیده‌ای که دارای فرآیندهای متنوع و مختلفی است که باید همراه با هم انجام شوند، موفق‌تر عمل می‌کنند. مدیران زن توانایی این که چگونه می‌توانند به بهترین شکل ممکن خود را به دیگران نشان دهند و آنچه در ذهن دارند، بیان کنند را دارند. آنها می‌توانند به خوبی بر زیردستان یا همکاران خود تاثیر بگذارند و دانسته‌های خود را به خوبی به آنها منتقل کنند. علاوه بر این، شنوندگان فوق‌العاده خوبی هستند که با صبر و حوصله فراوان به صحبت‌های دیگران گوش فرا می‌دهند و جزئیات مختلفی را از لابه‌لای گفتار و کردار دیگران

استخراج می‌کنند که این کار به آنها در شناخت افراد و درک بهتر شرایط کمک فراوانی می‌کند. همچنین بر پایه نکته‌سنجی فوق‌العاده‌ای که دارند قادرند تا از طریق گوش کردن به دیگران، ایده‌های ارزشمند نهفته در سخنان دیگران را استخراج کرده به کار ببندند. مختصات خلقی فوق، مادامی که با سبک مدیریتی ترکیب شوند، امکان موفقیت را در مقایسه با مردان برای زنان دو چندان می‌کند.

یکی دیگر از وجوه تمایز زنان با مردان، تولیدگری در عالم خلقت، است. اگر به تولیدگری به طور عام نگریسته شود، زنان در گذشته با فرزندآوری، رکن اصلی تولید جامعه یعنی جمعیت را به عهده داشتند. در دوران کنونی نیز زنان به بازار کار آمدند و گرچه فرزندآوری نقش بی‌بدیل آنان است، ولی به دلایل گوناگون، مشارکت در بازار کار و تولید دیگر کالاها را نیز در کنار فرزندآوری در کارنامه تولیدی خود دارند. از این‌رو، آنچه واضح است این نکته می‌باشد که خالقیت و تولیدگری در ذات زنان است و به این دلیل در نسبت با مردان، توانایی بیشتری در خلق کالای جدید و یا پیدا کردن راهکاری نو را دارند. کنش‌های معطوف به تاب‌آوری از دیگر وجوه تمایز مدیریتی بین زنان و مردان است. این نکته ناظر بر این مسئله است که زنان ظرفیت بیشتری برای مقاومت در برابر استرس و فاجعه دارند. وجود خصیصه تاب‌آوری در زنان منجر به رشد مهارت به دست آوردن قدرت تفکر و ارتقا شیوه‌های مدیریتی بهتر و دانش بیشتر می‌شود. از این‌رو، آگاهانه و هشیار عمل می‌کنند، احساسات و هیجان‌های خود را می‌شناسند و می‌توانند آنها را مدیریت کنند. از سوی دیگر احساسات و رفتارهای اطرافیانشان را نیز درک می‌کنند، و در نتیجه بر خود، محیط و اطرافیانشان تأثیر مثبتی می‌گذارند. همچنین، از مهارت‌های حل مسئله برخوردارند وقتی بحران پدیدار می‌شود، قادرند با استفاده از فنون حل مسئله، به راه‌حل‌های امن و مطمئن برسند. مدیریت نرم: الگوی منعطف و مادرانه نیز یکی دیگر از وجوه تمایز سبک مدیریتی در زنان و مردان است. زنان از آنجا که از خشونت و درگیری پرهیز می‌کنند، به خوبی می‌توانند با کارمندان ارتباط برقرار کنند. حتی اگر این کارمندان طرز فکر یا ویژگی‌های شخصیتی مختلفی داشته باشند، به صحبت‌های دیگران گوش می‌دهند و با آنها همدلی می‌کنند و همچنین مهارت نقد کردن دیگران را دارند، از این‌رو، می‌توانند هوشمندانه کسب و کار خود را مدیریت کنند. این موضوع باعث افزایش تعداد پروژه‌ها و سودآوری کسب و کار می‌شود. مشتریان دائمی و راضی سرمایه مهمی برای یک کارآفرین به شمار می‌روند. این سرمایه تنها با مهارت‌های نرم به دست می‌آید.

بر این اساس به نظر می‌رسد، همان‌طور که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نظریات حوزه کارآفرینی به تمایزات ذاتی و سرشتی زنان و مردان و به طور کلی طرح‌واره ذهنی و مدل سازی ذهنی آنها جهت موفقیت در این عرصه بی توجه بوده است. از این رو، می‌توان گفت رویکردهای کارآفرینی در بررسی روایت زنانه این روند، با چالش‌های جدی مواجه است که ضرورت بازاندیشی در بنیان‌های مفهومی آن را ایجاب می‌کند؛ چرا که عدم توجه به تمایزات جنسیتی موجبات نادیده گرفتن تجارب زنان در این مسیر شده است. از این رو، جهت مرتفع ساختن این مسئله، توجه به تجربه زیسته زنان و ادغام سبک مدیریت خاص آنها به رویکردهای فوق ضروری به نظر می‌آید؛ چرا که این فرض پذیرفتنی است که زیست‌جهان‌های انسانی (چه برای مردان و چه برای زنان) متفاوت است و لذا نمی‌توان تمایزات را نادیده گرفت. بنابراین لازم است رویکردهای کارآفرینی با بازاندیشی در مبانی مفهومی خود، جامعیت و پیوستگی در اندیشه‌ورزی را اعمال و تفاوت‌ها و چند سویه بودن شیوه و سبک مدیریت زنان و مردان را نیز بپذیرد؛ چرا که در غیر این صورت برچسب‌هایی از قبیل ذات‌گرایی تحلیلی، گمراه‌کنندگی نظری و ساده‌انگاری مسئله برای این سبک از اندیشیدن قابلیت کاربرد دارد.

کتاب‌نامه

- اشتروس، آنسلم و کورین، جولیت ام (۱۳۹۰)، *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها*، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- باقری، معصومه؛ فاضلی پور، منا و موسوی نسب باقری، علی (۱۳۹۹)، بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی و روحیه کارآفرینی با توجه به نقش میانجی‌گر باورهای قالبی (مطالعه موردی: زنان کارآفرین استان خوزستان)، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، دوره ۲۳، شماره ۹۰.
- تابلی، حمید؛ عسکری باقرآبادی، محبوبه و نمازیان، رعنا (۱۴۰۲)، طراحی الگوی کارآفرینی زنان مبتنی بر مشاغل خانگی با استفاده از نظریه داده بنیاد، *فصلنامه منابع انسانی تحول آفرین*، ۲ (۵)، ۳۲ - ۱۵.
- کرمیان، فرانک و سقائیان، حسین (۱۴۰۲)، تحلیل موانع فراروی کارآفرینی زنان روستایی استان کرمانشاه؛ کاربرد نظریه بنیانی، *نشریه علمی آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲ (۲)، ۵۸ - ۴۳.
- موحدی، رضا و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۳)، تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینی زنان روستایی، *فصلنامه مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، دوره ۱۲، شماره ۴.
- همت، سارا؛ رنایی، محسن؛ یزدخواستی، بهجت و خواجه نوری، بیژن (۱۴۰۰)، کارآفرینی جایگزین: درک معنایی تجربه زنان کارآفرین شهر شیراز از مشارکت اقتصادی، *پژوهشنامه راهبردی مسائل اجتماعی ایران*، ۱۰ (۲): ۵۴ - ۲۳.

مدل پارادایمی روایت زنان کارآفرین برتر ... (زینب مرادی نژاد و رحیم سرهنگی) ۱۶۵

یدالهی فارسی، جهانگیر (۱۳۹۵). *دانشنامه نظریات کارآفرینی*، تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی.

Al Mamun, A., Rajennd, A., Muniady, L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C., & Malarvizhi, C. (2016), Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The journal of developing areas*, 50(5).

Arrow, Kenneth (2007), *The Macro-context of the Microeconomics of Innovation*, in Eytan Shehinski, Robert J. Strom & William J. Baumol (Ede), *Entrepreneurship, Innovation, and the Growth Mechanism of the Free – Enterprise Economies* (pp. 20-26). American: Princeton University Press.

Baron, R. A. (2008), The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328–340.

Dan E. Schendel, Charles W. Hofer (1979), *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*, Little, Brown and Company, Boston: Toroto.

Hitt, Michael A; Ireland, R. Duane & Hoskisson, Robert E (2013), *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, Publisher: Cengage Southwestern Publishing Co.

Ibrahim, Gamal and Galt, Vaughan (2011), Explaining ethnic entrepreneurship: An evolutionary economics approach, *International Business Review*, 2011, vol. 20, issue 6, 607-613.

Knight, Frank H. (1921), *Risk Uncertainty and Profit*, New York: Houghton Muffin (2nd Ed.1965).

McClelland, David C. (1961), *Achieving Society*, Princeton: D. Van Nostrand.

Michael Hitt, R. Duane Ireland, Robert Hoskisson (2013), *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, Concepts and Cases, Edition: 10th Publisher: Cengage Southwestern Publishing Co.

Nayak, M., Nayak, P.M., Birau, R., Wanke, P. and Tan, Y.A. (2023), "Exploring women entrepreneurs' push-pull motives and challenges: empirical evidence in an emerging economy", *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2023-0210>.

Sarasvathy, S; Dew, N; Velamuri, R & Venkataraman, S (2002), *Three veiwes of entrepreneurial opportunity*, Handbook of Entrepreneurship.

Schendel, D. E. & Hofer C. W (1979), *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*, Boston: Little, Brown and Company.

Shane, S., & Venkataraman, D. (2000), The promise of entrepreneurship as field of research. *Academy of Management Review*, 26(1), 13-17.

Wu, C. The Empirical Research of Women Entrepreneurship and Sustainability Performance in the Entrepreneurship Policy Context (2023), 2023071687. <https://doi.org/10.20944/preprints202307.1687.v1>.