

Original Research

**Identify the Factors Affecting the Transition of
Necessity Female Nascent Entrepreneurs to
Established Entrepreneurship**

**Reza Kohanhooshnejad¹
Seyedeh Zahra Mousavi²**

Abstract

Women play a crucial role in promoting entrepreneurial activities and enhancing the economic status of society. The entry of women into the business space can be motivated by necessity or opportunity. Necessity women's entrepreneurship, considered unproductive, contrasts with opportunity women's entrepreneurship, which is known as productive entrepreneurship. Businesses led by opportunity female entrepreneurs tend to have a longer and more stable life cycle compared to those led by necessity entrepreneurs. This is due to the former's high entrepreneurial capabilities and access to various human, social, and financial capitals, enabling them to reach the stage of established entrepreneurship. Consequently, they make substantial contributions to economic growth and development. On the other hand, necessity entrepreneurs, facing lower entrepreneurial capabilities and limited access to various forms of capital, often struggle to progress to the established entrepreneurship stage and make comparatively less contribution to the economy. The present study aims to identify the factors influencing the transition of necessity female nascent entrepreneurs to established entrepreneurship. This research is applied in terms of its purpose and exploratory in nature. The statistical population of the research consists of 15 necessity female nascent entrepreneurs and entrepreneurship specialists from Poldakhter city, Lorestan province,

¹. Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran. r.kohanhooshnejad@hmu.ac.ir. (Corresponding Author)

². MSc, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran. zahramousavi6036@gmail.com



who were selected purposefully. Data were collected using a semi-structured interview method, and theme analysis was applied for data analysis. The research findings revealed that financial support, appropriate laws and tax systems, access to empowering centers, technical and commercial infrastructure, formal and informal education, social capital, business management competencies, social status, market freedom, traits, and psychological capital are influential in the transition of necessity female nascent entrepreneurs to established entrepreneurship.

Keywords

Women, Entrepreneurship, Necessity, Opportunistic, Productive

Introduction

Researchers have identified two different types of motivation for starting a new business among women entrepreneurs, which include necessity and opportunity entrepreneurial motivation (Sendra-Pons et al., 2022). Entrepreneurship with necessity motivation refers to the push motivations that arise from unemployment, family pressure, dismissal, being unemployable (due to an unfavorable background), and people's dissatisfaction with their current situation, leading them to engage in entrepreneurial activities. On the other hand, entrepreneurship with opportunity motivation involves pull motivations arising from the discovery of opportunities, the need for independence, innovation, and the desire to improve prosperity and wealth, prompting people to start new businesses (Zwan et al., 2016). Necessity entrepreneurship is considered unproductive, while opportunity entrepreneurship is known as productive entrepreneurship (Fu et al., 2020).

The findings of the GEM (2021) indicate that businesses led by opportunity nascent entrepreneurs have a longer and more stable life cycle than those led by necessity entrepreneurs. This is due to their high entrepreneurial capabilities and access to various human, social, and financial capitals, enabling them to reach the stage of established entrepreneurship, thereby contributing significantly to economic growth and development. However, necessity entrepreneurs, facing lower entrepreneurial capabilities and lacking access to various forms of capital, are often hindered from reaching the established entrepreneurship stage and make a comparatively smaller contribution to the economy (Zwan et al., 2016). The transition of necessity female nascent entrepreneurs to established entrepreneurship is crucial for the economic prosperity of societies. From the researchers' perspective, it is essential to focus on necessity female nascent entrepreneurs because they constitute one of the fastest-growing entrepreneurial populations capable of contributing to wealth generation in the economy.



Therefore, policies should be developed to ensure that the necessary platform is provided for these entrepreneurs, and they receive sufficient support and assistance to acquire the knowledge, skills, and resources needed to achieve established entrepreneurship (Martinez-Rodriguez et al., 2020).

According to the GEM report (2021), concerning the ratio of opportunity nascent entrepreneurship to necessity entrepreneurship, it can be said that the level of productive entrepreneurial activities in Iran is not in good condition compared to other developed countries. Additionally, the rate of necessity nascent entrepreneurship is high in developing countries, emphasizing the need to identify the factors that cause the transition of necessity nascent entrepreneurs to productive and established entrepreneurship.

Methodology

The current research is applied in terms of purpose and exploratory in terms of method. The statistical population of this research includes entrepreneurship experts and necessity female nascent entrepreneurs in Poldakhtar city, Lorestan province, who have reached the stage of established entrepreneurship. In this research, the purposeful sampling method was used to determine the sample size. A semi-structured interview was employed as a data collection tool. Theoretical saturation was achieved through thirteen interviews, and two additional interviews were conducted for further certainty. Regarding the validity and reliability of the research instrument, content validity and the intra-subject agreement method of two coders were employed. To evaluate the internal and external validity of the research findings, Guba and Lincoln's four criteria (1995: 235), including credibility, dependability, confirmability, and transferability, were applied. For data analysis, the theme analysis method with the approach of Braun and Clarke (2006: 81) was utilized.

Findings

The findings of this research, obtained through qualitative data analysis and semi-structured interviews, are presented in the form of 27 sub-themes and 10 main themes, explaining the transition of necessity female nascent entrepreneurs in Lorestan province to established entrepreneurship. Regarding the derivation of the main themes, it should be mentioned that the main theme of financial support was extracted from the sub-themes of venture capital and government financial assistance. The main theme of appropriate laws and the tax system has been obtained from the sub-themes of solving administrative bureaucracies and addressing tax system problems. Access to empowering centers is the main theme derived from the sub-themes of access to parks and incubator centers, as well as skill-oriented centers. The main theme of technical and commercial infrastructure has been extracted from the sub-themes of support facilities and



professional services. The main theme of formal and informal education is obtained from the sub-themes of holding workshops and seminars and teaching the principles of entrepreneurship. Social capital is the main theme obtained from the sub-themes of network relations and trust. Furthermore, the main theme of business management competencies is derived from the sub-themes of opportunity exploitation, strategy formulation, marketing research, sales management, and implementation. The main theme of social status is obtained from the sub-themes of financial ability, family background, and education level. Finally, the main theme of market freedom is extracted from the sub-themes of ease of business entry into the market and antitrust laws, and the main theme of characteristics and psychological capital is derived from the sub-themes of uncertainty tolerance, desire for achievement, self-efficacy, resilience, and hope.

Result

With the attention and focus of necessity female nascent entrepreneurs in Lorestan province and the government on the main variables discovered in this research, favorable results will be achieved. Consequences such as access to financial resources, administrative simplifications, and a reduction in the tax burden, as well as the utilization of services related to improving skills and business growth, can be expected. Additionally, other positive outcomes include acquiring operational knowledge, obtaining support from the perspective of resources and information, the ability to identify and solve problems and challenges in the business environment, improved social status, better management, and the implementation of appropriate decisions for the stabilization and development of the business. The realization of these consequences for necessity female nascent entrepreneurs will likely lead to their transition to established entrepreneurship, thereby having positive effects on economic growth and development.

References

- Abazi-Alili, H. & Jusaj, Y. (2022). Women entrepreneurship development in Kosovo: Challenges and opportunities. *Entrenova-Enterprise Research Innovation*, 8(1), 212-224.
- Adom, K. & Asare-Yeboah, I. T. (2016). An evaluation of human capital theory and female entrepreneurship in sub-Saharan Africa: Some evidence from Ghana. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 402-423.



- Al-Ghamri, N. (2016). Challenges facing businesswomen and their negative impact on the performance of small businesses in the province of Jeddah in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Management*, 11(9), 96-116.
- Ali, H. Y., Khan, M. K. & Asrar-ul-Haq, M. (2019). Factors affecting the performance of women entrepreneurs in SMEs: a case study of Punjab, Pakistan. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(1), 67-82.
- Almobaireek, W. N. & Manolova, T. S. (2013). Entrepreneurial motivations among female university youth in Saudi Arabia. *Journal of Business Economics and Management*, 14(1), S56-S75.
- Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L. & Koç, M. (2022). Women entrepreneurship for sustainability: Investigations on status, challenges, drivers, and potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 1-27.
- Amidžić, R. (2019). A set of factors related to the opportunity motivation: Analysis of Early-stage entrepreneurs from SEE. *Strategic Management-International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 24(2), 45-57.
- Amrita, K., Garg, C. P., Raghuvanshi, J. & Singh, S. (2022). An integrated model to prioritize the strategies for women entrepreneurship development to overcome its barriers: Case of Indian MSMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 3964-3978.
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Chowdhury, F. & Desai, S. (2022). Necessity or opportunity? Government size, tax policy, corruption, and implications for entrepreneurship. *Small Business Economics*, 58(4), 2025-2042.
- Bastian, B. L. & Zali, M. R. (2016). Entrepreneurial motives and their antecedents of men and women in North Africa and the Middle East. *Gender in Management: An International Journal*, 31(7), 456-478.
- Bijaoui, I. & Tarba, S. Y. (2011). From necessity to business entrepreneurship: The case of the Songhai center, Porto Novo, Benin. In *fourth Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business*.
- Brush, C. G. & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Caliendo, M., Kritikos, A. S. & Stier, C. (2023). The influence of start-up motivation on entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 61(6), 869-889.
- Carmichael, T. & Mazonde, N. B. (2016). The influence of culture on female entrepreneurs in Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 8(1), 1-10.
- Cetindamar, D., Gupta, V. K., Karadeniz, E. E. & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women



- and men's entry into entrepreneurship in Turkey? *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 29-51.
- Chinomona, E. & Maziriri, E. T. (2015). Women in action: Challenges facing women entrepreneurs in the Gauteng Province of South Africa. *International Business & Economics Research Journal*, 14(6), 835-850.
- Coffman, C. D. & Sunny, S. A. (2021). Reconceptualizing necessity and opportunity entrepreneurship: A needs-based view of entrepreneurial motivation. *Academy of Management Review*, 46(4), 823-825.
- Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M. & Haas, M. (2021). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *Academy of Management Review*, 46(1), 60-79.
- Dhahri, S., Slimani, S. & Omri, A. (2021). Behavioral entrepreneurship for achieving the sustainable development goals. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120561.
- Digan, S. P., Sahi, G. K., Mantok, S. & Patel, P. C. (2019). Women's perceived empowerment in entrepreneurial efforts: The role of bricolage and psychological capital. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 206-229.
- Duberley, J. & Carrigan, M. (2013). The career identities of 'mumpreneurs': Women's experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal*, 31(6), 629-651.
- Fairlie, R. W. & Fossen, F. M. (2018). Opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation. *Stanford Institute for Economic Policy Research Discussion Paper No. 17-014*, 1-49.
- Fernández, M. B. (2022). Comparative analysis: Factors influencing female entrepreneurship in Europe. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 13(1), 19-23.
- Foroutan, M., Safiri, K. & Mirsardo, T. (2021). Phenomenological typology of entrepreneurship and self-employment of working graduated women in Tehran. *Social Development*, 15(4), 1-38. (In Persian).
- Foroutan, M., Safiri, K. & Mirsardo, T. (2022). Study of the effect of entrepreneurial capital on the entrepreneurial performance of women higher education graduates living in Tehran. *Women Social and Psychological Studies*, 20(1), 99-129. (In Persian)
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K. & Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1-12.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J. P. & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258.



- Guled, N. S. & Kaplan, B. (2018). Factors influencing women entrepreneurs' business success in Somalia. *Research in Business and Management*, 5(1), 13-24.
- Handaragama, S. & Kusakabe, K. (2021). Participation of women in business associations: A case of small-scale tourism enterprises in Sri Lanka. *Heliyon*, 7(11), e08303.
- Huang, Y., Li, P., Wang, J. & Li, K. (2022). Innovativeness and entrepreneurial performance of female entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100257.
- Isa, F. M., Muhammad, N. M. N., Ahmad, A. & Noor, S. (2021). Effect of ICT on women entrepreneur business performance: Case of Malaysia. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 136-146.
- Ivanović-Djukić, M., Lepojević, V., Stefanović, S., van Stel, A. & Petrović, J. (2018). Contribution of entrepreneurship to economic growth: A comparative analysis of southeast transition and developed European countries. *International Review of Entrepreneurship*, 16(2), 257-256.
- Jahed, A. M., Kulsum, U. & Akthar, S. (2011). Women entrepreneurship in Bangladesh: A study on support services available for its development and growth. *Global Management Review*, 5(3), 1-11.
- Jesurajan, S. V. A. & Gnanadhas, M. E. (2011). A study on the factors motivating women to become entrepreneurs in Tirunelveli district. *Asian Journal of Business and Economics*, 1(1), 1-14.
- Jha, P. & Alam, M. M. (2022). Antecedents of women entrepreneurs' performance: An empirical perspective. *Management Decision*, 60(1), 86-122.
- Kalyani, A. L. N. S. & Mounika, G. S. (2016). Factors influencing female entrepreneurship. *Anveshana's International Journal Of Research in Regional Studies, Law, Social Sciences, Journalism and Management Practices*, 1(8), 1-13.
- Kamaruddin, L., Arshad, A. S., Osman, C. A. & Buyong, S. Z. (2018). An exploratory study of Malaysian women entrepreneurs: What drives them into business? *ASEAN Entrepreneurship Journal*, 4(2), 84-96.
- Karakire Guma, P. (2015). Business in the urban informal economy: Barriers to women's entrepreneurship in Uganda. *Journal of African Business*, 16(3), 305-321.
- Khalid, R., Raza, M., Sawangchai, A. & Somtawinpongsai, C. (2022). The challenging factors affecting women entrepreneurial activities. *Journal of Liberty and International Affairs*, 8(1), 51-66.
- Li, Y., Huang, S. S. & Song, L. (2020). Opportunity and necessity entrepreneurship in the hospitality sector: Examining the institutional environment influences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100665.



- Maleki, B., Ranaei Kurdshuli, H., Mosleh Shirazi, A. N. & Mousavi Haghghi, M. H. (2018). Development of entrepreneurial motivation index in Iran's entrepreneurial ecosystem with systems dynamics approach. *Entrepreneurship Development*, 12(4), 601-620. (In Persian)
- Martínez-Rodríguez, I., Callejas-Albiñana, F. E. & Callejas-Albiñana, A. I. (2020). Economic and socio-cultural drivers of necessity and opportunity entrepreneurship depending on the business cycle phase. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2), 373-394.
- Mashenene, R. G. & Majenga, A. (2014). Socio-cultural factors and financial performance among women small and medium enterprises in Tanzania. *European Journal of Business and Management*, 6(32), 153-163.
- Maudati, M., Torabi, T., Memaranjad, A. & Mahmoudzadeh, M. (2017). Formal and informal institutional factors, opportunistic entrepreneurship and economic growth using the generalized torque method. *Entrepreneurship Development*, 11(3), 539-521. (In Persian)
- Mota, A., Braga, V. & Ratten, V. (2019). Entrepreneurship motivation: Opportunity and necessity. *Sustainable Entrepreneurship: The Role of Collaboration in the Global Economy*, 139-165.
- Mrożewski, M. & Kratzer, J. (2017). Entrepreneurship and country-level innovation: Investigating the role of entrepreneurial opportunities. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 1125-1142.
- Mwobobia, F. M. (2012). The challenges facing small-scale women entrepreneurs: A case of Kenya. *International Journal of Business Administration*, 3(2), 112- 121.
- Naiki, E. & Ogane, Y. (2022). Human capital effects on fundraising for necessity-and opportunity-based entrepreneurs. *Small Business Economics*, 59(2), 721-741.
- Nicotra, M., Romano, M., Del Giudice, M. & Schillaci, C. E. (2018). The causal relation between entrepreneurial ecosystem and productive entrepreneurship: A measurement framework. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 640-673.
- Niedzielski, E. (2019). Motives and factors affecting entrepreneurship among women. *Roczniki (Annals)*, XXI (4): 350-357.
- Niethammer, C. (2013). Women, entrepreneurship and the opportunity to promote development and business. *Brookings Blum Roundtable Policy Brief*, 37, 1-10.
- Nishimura, J. S. & Tristán, O. M. (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 55-71.
- O'Donnell, P., O'Gorman, C. & Clinton, E. (2021). Rethinking the “necessity” in necessity entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 46(4), 827-830.



- Ogunlana, F. (2018). The role of entrepreneurship as the driver of economic growth. Thesis Central University of Applied Sciences Business Management.
- Prasad, V. K., Naidu, G. M., Kinnera Murthy, B., Winkel, D. E. & Ehrhardt, K. (2013). Women entrepreneurs and business venture growth: an examination of the influence of human and social capital resources in an Indian context. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(4), 341-364.
- Puente, R., González Espitia, C. G. & Cervilla, M. A. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: It is not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 953-983.
- Rahim, I. H. A., Fabeil, N. F. & Sung, T. P. (2017). Motivator and challenges of women entrepreneurs. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(3), 111-121.
- Ramadani, V. (2015). The woman entrepreneur in Albania: An exploratory study on motivation, problems and success factors. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 17(2), 204-221.
- Rudhumbu, N., Du Plessis, E. C. & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: Revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), 183-201.
- Sendra-Pons, P., Belarbi-Munoz, S., Garzon, D. & Mas-Tur, A. (2022). Cross-country differences in drivers of female necessity entrepreneurship. *Service Business*, 16(4), 971-989.
- Thaher, L. M., Radieah, N. M. & Wan Norhaniza, W. H. (2021). Factors affecting women micro and small-sized enterprises' success: A case study in Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 727-739.
- Tehseen, S. & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial competencies and SMEs business success: The contingent role of external integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 50-61.
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I. & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6, 273-295.
- Vossenbergh, S. (2013). Women entrepreneurship promotion in developing countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it. *Maastricht School of Management Working Paper Series*, 8(1), 1-27.
- Wang, X., Cai, L., Zhu, X. & Deng, S. (2020). Female entrepreneurs' gender roles, social capital and willingness to choose external financing. *Asian Business & Management*, 21, 432-457.
- Yin, L. & Wu, Y. J. (2023). Opportunities or threats? the role of entrepreneurial risk perception in shaping the entrepreneurial motivation. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 48.

شناسایی عوامل مؤثر بر گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده*

رضا کهن هوش نژاد^۱

سیده زهرا موسوی^۲

چکیده

زنان نقش مهمی در ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه دارند. اما ورود آنان به فضای کسب‌وکار بالااجبار یا با انگیزه استفاده از فرصت است. در این بین، کارآفرینی زنان اجبارگرا به‌عنوان کارآفرینی غیرمولد و کارآفرینی زنان فرصت‌گرا به‌عنوان کارآفرینی مولد شناخته می‌شود. کسب‌وکارهای کارآفرینان زن فرصت‌گرا به دلیل قابلیت‌های کارآفرینی بالا و سرمایه‌های مختلف انسانی، اجتماعی و مالی دارای چرخه عمر طولانی‌تر و پایداری است و به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده می‌رسند. لذا سهم زیادی در رشد و توسعه اقتصادی دارند. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده است.

بنابراین، پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت پژوهش اکتشافی است. جامعه آماری آن را ۱۵ نفر از کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا و متخصصین کارآفرینی شهرستان پلدختر استان لرستان تشکیل می‌دهند که به روش هدفمند انتخاب شده‌اند. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش نشان داد مضامین اصلی پشتوانه مالی، قوانین و سیستم مالیاتی مناسب، دسترسی به مراکز توانمندساز، زیرساخت‌های فنی و تجاری، آموزش رسمی و غیررسمی، سرمایه اجتماعی، شایستگی‌های مدیریت کسب

* این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است.

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران. (نویسنده مسئول)
r.kohanhooshnejad@hmu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.
zahramousavi6036@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۷



وکار، موقعیت اجتماعی، آزادی بازار و ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی در گذار کارآفرینان زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده مؤثر هستند.

واژگان کلیدی

زنان، کارآفرینی، اجبارگرا، فرصت‌گرا، مولد

مقدمه و بیان مسئله

ورود زنان به فضای خوداشتغالی و مالکیت کسب‌وکارهای کوچک در سال‌های اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته و توجه بسیاری از سیاستگذاران و محققان را به خود جلب کرده است (جها و آلام، ۲۰۲۲ و هیوز^۲، ۲۰۱۲). کسب‌وکارهای تحت مالکیت زنان به‌طور قابل توجهی به اقتصاد جهانی کمک می‌کنند (چینومونا و مزیریری^۳، ۲۰۱۵). این کسب‌وکارها سهم قابل توجهی از ایجاد اشتغال و پتانسیل رشد اقتصادی را به خود اختصاص می‌دهند، به همین دلیل است که سرمایه‌گذاری‌های تجاری تحت مالکیت و رهبری زنان کاتالیزورهای قوی برای رشد اقتصادی در سطح جهانی می‌دانند (تور^۴، ۲۰۲۰). علی‌رغم سهم رو به رشد زنان در موفقیت‌های اقتصادی، شاهد آن هستیم که برخی زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه پیشرفت می‌کنند، ولی همه زنان به سطوح بالای موفقیت نمی‌رسند. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که این عملکرد و موفقیت اقتصادی به انگیزه آنها برای پیگیری کسب‌وکارها برمی‌گردد و البته انگیزه آنها تحت تأثیر توانمندی‌ها، شبکه‌ها و به‌ویژه بسترسازی مناسب و بسیج ظرفیت‌ها توسط دولت‌های کارآفرین است (دنکر^۵، ۲۰۲۱ و آدرتسچ و همکاران^۶، ۲۰۲۲).

در پژوهش‌های اخیر حوزه کارآفرینی، محققان دو نوع انگیزه متفاوت برای شروع کسب‌وکار جدید در میان زنان کارآفرین شناسایی کرده‌اند که شامل انگیزه کارآفرینانه اجبارگرا و کارآفرینی

¹. Jha & Alam

². Hughes

³. Chinomona & Maziriri

⁴. Tour

⁵. Dencker et al

⁶. Audretsch et al

فرصت‌گرا است (سندراپونز و همکاران^۱، ۲۰۲۲ و فرلای و فوسن^۲، ۲۰۱۸). کارآفرینی با انگیزه اجبارگرا (یا ضرورت‌گرا)، یعنی انگیزه‌های رانشی که برخاسته از بیکاری، فشار خانواده، اخراج، غیرقابل‌استخدام بودن (به دلیل پیشینه نامطلوب) و نارضایتی افراد از وضعیت فعلی‌شان است که سبب می‌گردد افراد وارد فعالیت‌های کارآفرینانه شوند. در مقابل، کارآفرینی با انگیزه فرصت‌گرا، یعنی انگیزه‌های کششی که برخاسته از کشف فرصت، نیاز به استقلال، نوآوری و بهبود رفاه و ثروت است سبب می‌گردد افراد کسب‌وکارهای جدیدی را راه‌اندازی نمایند (زوان و همکاران^۳، ۲۰۱۶).

کارآفرینی اجبارگرا به‌عنوان کارآفرینی غیرمولد و کارآفرینی فرصت‌گرا به‌عنوان کارآفرینی مولد شناخته می‌شود (فو و همکاران^۴، ۲۰۲۰). نتایج مطالعات حاکی از آن است که کارآفرینان فرصت‌گرا نسبت به کارآفرینان اجبارگرا عملکرد بهتری در سطوح مختلف اقتصادی دارند؛ به این دلیل که کارآفرینان نوپای فرصت‌گرا بر اساس شناسایی موقعیت‌ها و خلاقیت به‌دنبال بالابردن رفاه زندگی خود و جامعه هستند، ولی کارآفرینان نوپای اجبارگرا به‌دنبال تأمین حداقل معیشت خود هستند. لذا نقش کارآفرینان فرصت‌گرا در توسعه اقتصادی و اجتماعی، ایجاد شغل و رفاه حائز اهمیت است (امیدزیک^۵، ۲۰۱۹ و مرازسکی و کراتزر^۶، ۲۰۱۷). همچنین، یافته‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی حاکی از آن است که کسب‌وکارهای کارآفرینان نوپای فرصت‌گرا به دلیل داشتن قابلیت‌های کارآفرینی بالا و سرمایه‌های مختلف انسانی، اجتماعی و مالی دارای چرخه عمر پایدارتری نسبت به کارآفرینان اجبارگرا هستند و به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده می‌رسند. لذا تأثیر مثبت و معناداری بر رشد و توسعه اقتصادی دارند. در مقابل، کارآفرینان اجبارگرا به دلیل قابلیت‌های کارآفرینی پایین‌تر و عدم دسترسی به انواع سرمایه‌های مذکور، کسب‌وکارشان توانایی رسیدن به مرحله تثبیت‌ندارد و لذا تأثیری بر رشد اقتصاد ندارند (زوان و همکاران، ۲۰۱۶).

گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده اهمیت زیادی بر شکوفایی اقتصادی جوامع دارد. کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به دلیل بیکاری، سرپرست بد، نارضایتی،

¹. Sendra- pons et al

². Fairlie & Fossen

³. Zwan et al

⁴. Fu et al

⁵. Amidzic

⁶. Mrozewski & Kratzer



فشار خانواده و فقدان گزینه مناسب کسب‌وکاری را راه‌اندازی می‌کنند که دارای فناوری سطح پایین با تجهیزات نه چندان پیشرفته است که نوعی کارآفرینی غیرمولد به حساب می‌آید (لی و همکاران، ۲۰۲۰ و هارینگتون و کیو، ۲۰۱۶). کسب‌وکار زنان کارآفرین اجبارگرا به دلیل فراهم نبودن بستر لازم و نداشتن قابلیت‌ها و شایستگی‌های لازم کارآفرینانه از رسیدن به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده باز می‌ماند و تأثیر معناداری بر رشد اقتصادی ندارد (زوان و همکاران، ۲۰۱۶). کارآفرینی تثبیت‌شده یعنی رسیدن به مرحله‌ای که بیش از ۴۲ ماه از فعالیت کارآفرین نوپای زن اجبارگرا که یک کسب‌وکار را راه‌اندازی کرده گذشته باشد. از دیدگاه محققان، تمرکز بر کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا حیاتی است، چرا که چنین زنانی یکی از سریع‌ترین جمعیت‌های کارآفرینی در حال رشد را تشکیل می‌دهند که می‌توانند به تولید ثروت در اقتصاد کمک کنند. بنابراین، باید سیاست‌هایی تدوین شود تا اطمینان حاصل گردد که بستر لازم برای این کارآفرینان فراهم است و حمایت‌ها و کمک‌های کافی را جهت کسب دانش، مهارت، دسترسی به منابع و سایر موارد مورد نیاز جهت رسیدن به کارآفرینی تثبیت‌شده دریافت می‌کنند (مارتینز رودریگز و همکاران، ۲۰۲۰ و براش و کوپر، ۲۰۱۲).

بر اساس داده‌های مرکز ملی آمار ایران، نرخ بیکاری زنان در تابستان سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه در سال ۱۴۰۰، ۰/۵ درصد با کاهش مواجه شده است. این نرخ در تابستان سال ۱۴۰۰، ۱۷/۷ درصد بوده که در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۱ به ۱۷/۲ درصد رسیده است. به علاوه، نرخ مشارکت اقتصادی زنان نیز در این مدت از ۱۳/۵ درصد به ۱۳/۷ درصد افزایش یافته است. اما با وجود این که نرخ کلی مشارکت زنان در ایران افزایش یافته، این نرخ در برخی استان‌های کشور پایین است. به عنوان نمونه نرخ مشارکت اقتصادی زنان در استان لرستان نسبت به میانگین کشوری پایین است (ولی‌پور، ۱۴۰۱). به ویژه در شهرستان پلدختر که یکی از شهرستان‌های استان لرستان است، زنان تحصیل‌کرده بیکار و زنان بی‌سرپرست و بدسرپرست زیادی وجود دارد که به دنبال یافتن شغل و راه‌اندازی کسب‌وکاری بر اساس ضرورت هستند (نظری^۱، ۱۴۰۱ و ولی‌پور^۲، ۱۴۰۱). طلاق، بیکاری دختران تحصیل‌کرده، مشکلات زنان سرپرست خانوار، زنان بی‌سرپرست و بدسرپرست از مهم‌ترین آسیب‌های اجتماعی زنان شهرستان پلدختر است. ۱۴,۵۸۳ نفر از

^۱. مسئول کمیسیون امور بانوان فرمانداری پلدختر

^۲. مدیر کل دفتر امور زنان و خانواده استان لرستان

جمعیت زنان پلدختر شهری و مابقی روستایی هستند. همچنین تعداد ۲,۵۰۴ نفر از زنان سرپرست خانوار، بدسرپرست و زیر پوشش نهادهای حمایتی هستند که از این تعداد ۱,۹۵۴ نفر زیر پوشش کمیته امداد و ۵۵۰ نفر مددجو بهزیستی هستند. لذا با توجه به مشکلات مطروحه بالا، تعدادی از زنان شهرستان پلدختر حسب ضرورت وارد حوزه‌های کسب‌وکاری همچون ترشیجات، تولید لبنیات، خیاطی، صنایع دستی، تولیدی پوشاک، قالبیافی، گلیم و بسته‌بندی سبزیجات شده‌اند که نیازمند حمایت‌های لازم جهت پایداری کسب‌وکارشان هستند (نظری، ۱۴۰۱).

براساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ (۲۰۲۱) درباره نسبت کارآفرینی نوپای فرصت‌گرا به کارآفرینی اجبارگرا می‌توان گفت میزان سطح فعالیت‌های کارآفرینی مولد در ایران در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته از وضعیت مناسبی برخوردار نیست؛ به‌علاوه نرخ کارآفرینی نوپای اجبارگرا در کشورهای در حال توسعه بالاست و این امر ضرورت شناسایی عوامل مؤثر بر گذار کارآفرینان نوپای اجبارگرا به کارآفرینی مولد و تثبیت‌شده را می‌رساند، زیرا کارآفرینی تثبیت‌شده با افزایش تولید ناخالص ملی از شاخص‌های تعیین‌کننده سطح رشد و توسعه اقتصادی محسوب می‌گردد. از طرفی، با وجود این که گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱) نشان می‌دهد تعداد کارآفرینان نوپای اجبارگرا مرد در ایران با اختلاف اندکی بیشتر از زن هست، ولی گزارش‌های اخیر مرکز امور بانوان ریاست جمهوری، مراکز بهزیستی و سایر نهادهای متولی نشان می‌دهد، تعداد خانوارهای زن سرپرست به دلایلی همچون طلاق، فوت همسر، اعتیاد همسر، سرپرست بد و یا عدم امکان ازدواج به‌طور قابل توجهی در حال افزایش است و این بر تعداد کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا می‌افزاید. لذا این پژوهش به دنبال آن است که چه عواملی موجب گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده می‌گردد؟

پیشینه تجربی

یین و وو^۲ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «فرصت‌ها یا تهدیدها؟ نقش ادراک از ریسک کارآفرینانه در شکل‌دهی انگیزه کارآفرینانه» با بررسی نمونه‌ای ۵۹۵ نفری از دانش‌آموختگان ۸ دانشگاه چین

1. Global Entrepreneurship Monitor

2. Yin & Wu



نشان دادند که دانش‌آموختگان ادراک از ریسک را یک تهدید به حساب می‌آورند که نه تنها خودکارآمدی کارآفرینانه آنها را کاهش می‌دهد، بلکه انگیزه‌های کارآفرینانه اجبارگرا و فرصت‌گرای آنها را نیز کاهش می‌دهد. به علاوه، یافته‌های این پژوهش نشان داد دولت با حمایت و اعمال سیاست‌های کارآفرینانه خوب می‌تواند وضعیت کارآفرینی اجبارگرا را بهبود بخشد.

کالیندو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر انگیزه‌های استارت‌آپی بر عملکرد کارآفرینانه» با بررسی نمونه‌ای از بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپای آلمانی نشان دادند که افراد با انگیزه کارآفرینانه فرصت‌گرا عملکرد بهتری از کارآفرینان اجبارگرا از لحاظ نوآوری و فعالیت‌های گسترش کسب‌وکار داشته‌اند.

آدرتسچ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «اجبار یا فرصت؟ اندازه دولت، سیاست مالیات، فساد و استنتاجاتی برای کارآفرینی» با بررسی داده‌های ۵۲ کشور نشان دادند که اندازه بزرگ‌تر دولت، کارآفرینی فرصت‌گرا را افزایش می‌دهد. فساد بر هر دو کارآفرینی فرصت‌گرا و اجبارگرا تأثیر منفی دارد. به علاوه، افزایش نرخ مالیات بر کارآفرینی فرصت‌گرا تغییر چندانی ایجاد نمی‌کند، ولی بر کارآفرینی اجبارگرا تأثیر منفی می‌گذارد.

نایکی و اگانه^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان «اثرات سرمایه انسانی بر جذب سرمایه برای کارآفرینان اجبارگرا و فرصت‌گرا» با بررسی نمونه‌ای شامل ۳,۹۷۴ کسب‌وکار جدید ژاپنی نشان دادند که کارآفرینان اجبارگرا بیشتر از کارآفرینان فرصت‌گرا مشکلات جذب سرمایه دارند. به علاوه تجربه خاص صنعت به حل مشکلات جذب سرمایه برای کارآفرینان اجبارگرا و فرصت‌گرا کمک می‌نماید.

دهاهری و همکاران^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی رفتاری برای تحقق اهداف توسعه پایدار» با بررسی داده‌های ۲۰ کشور در حال توسعه نشان دادند که کارآفرینان فرصت‌گرا تأثیر مثبتی بر سه بعد توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) دارند. درحالی که کارآفرینان اجبارگرا هیچ تأثیری بر این ابعاد ندارند.

1. Caliendo et al

2. Naiki & Ogane

3. Dhahri et al

مارتینز رودریگز و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «محرک‌های اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی برای کارآفرینی اجبارگرا و فرصت‌گرا» با بررسی داده‌های ۳۲ کشور نشان دادند که ابزارهای سیاست پولی و مالی، سرمایه انسانی و حاکمیت بر کارآفرینی اجبارگرا و فرصت‌گرا تأثیر می‌گذارد.

موتا و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «انگیزه کارآفرینی: اجبار و فرصت» نشان دادند که کارآفرینی فرصت‌گرا لزوماً در کشورهای توسعه‌یافته رخ نمی‌دهد. به‌علاوه، کارآفرینان اجبارگرا برخلاف فرصت‌گرا به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآور نیستند و فرصت‌ها را به خوبی درک نمی‌کنند و صرفاً به جهت غلبه بر کمبود فرصت‌های شغلی کارآفرین می‌شوند.

ایوانویک دجوکیک و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «مشارکت کارآفرینی در رشد اقتصادی» با بررسی داده‌های ۲۱ کشور جنوب شرقی اروپا نشان دادند که سهم کارآفرینی فرصت‌گرا بر رشد اقتصادی بیشتر از کارآفرینی اجبارگرا است.

مودتی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «عوامل نهادی رسمی و غیررسمی، کارآفرینی فرصت‌گرا و رشد اقتصادی» با بررسی داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی از ۳۰ کشور منتخب نشان دادند شکل‌گیری نوع کارآفرینی فرصت‌گرا و اجبارگرا و نحوه تأثیرگذاری آن به نهادهای رسمی و غیررسمی و سطح توسعه‌یافتگی کشورها بستگی دارد. طبق یافته‌های این پژوهش، کارآفرینی فرصت‌گرا رابطه مثبت و معنی‌داری با رشد اقتصادی دارد؛ و این رابطه در کشورهای توسعه‌یافته قوی‌تر است. ولی کارآفرینی اجبارگرا فاقد ارتباط معنادار با رشد اقتصادی است.

ملکی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «توسعه شاخص انگیزش کارآفرینی در اکوسیستم کارآفرینانه ایران با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم‌ها» با بررسی داده‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران نشان دادند که عوامل نهادی اکوسیستم کارآفرینی نظیر پیچیدگی اقتصاد، کنترل فساد، سهم ناخالص تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی، حاکمیت قانون، آزادی کسب‌وکار، کارایی بازار مالی، شاخص مالیات، کیفیت رقابت و پیچیدگی استراتژی‌های کسب‌وکار نقش مؤثری در بهبود امتیاز شاخص انگیزش کارآفرینی دارند.

با توجه به پیشینه مرور شده می‌توان گفت بیشتر آنها به مفهوم‌پردازی کارآفرینی فرصت‌گرا و

1. Martinez-Rodriguez

2. Mota et al

3. Ivanovic- Djukic



اجبارگرا، تأثیرات مثبت کارآفرینان فرصت‌گرا بر رشد و توسعه اقتصادی و اهمیت رسیدن کارآفرینان اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده تأکید کرده‌اند. اما شناسایی عوامل مؤثر بر نیل به کارآفرینی تثبیت‌شده مورد مطالعه قرار نگرفته است. بنابراین، تعیین عوامل مؤثر بر گذار از کارآفرینی اجبارگرا به تثبیت‌شده شکاف پژوهشی موجود است. به‌علاوه، مطالعات انجام شده در تبیین عملکرد بهتر کارآفرینی فرصت‌گرا و تثبیت‌شده بیشتر بر نقش دولت تأکید کرده‌اند. اما این پژوهش در پی بررسی جامع عوامل مؤثر بر گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده است.

چارچوب نظری

کارآفرینی زنان

زن کارآفرین به‌عنوان زنی تعریف می‌شود که یک کسب‌وکار را ایجاد و اداره می‌کند و آماده ریسک‌پذیری است. یعنی زنی که فرصت‌های اقتصادی سودآور بالقوه را شناسایی می‌کند، کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی می‌کند و فعالانه در مدیریت آن شرکت می‌نماید (رادهمبو و همکاران^۱، ۲۰۲۰). فرصت‌شناسی به‌عنوان قلب حوزه کارآفرینی مطرح است و به میزانی اهمیت دارد که یکی از سنخ‌شناسی‌های زنان کارآفرین، زنان کارآفرین فرصت‌یاب - فرصت‌ساز نام گرفته است؛ یعنی زنانی که از طریق تعقیب، یافتن یا خلق فرصت‌ها به دنبال ارزش‌آفرینی هستند (فروتن و همکاران، ۱۴۰۰). زنان کارآفرین نقشی مهمی در ساختن اقتصاد یک کشور دارند. در کشورهای در حال توسعه، زنان کارآفرین با استفاده از مهارت‌های نوآورانه خود در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار مشارکت مناسبی در رشد اقتصادی دارند (ستیندامار و همکاران^۲، ۲۰۱۲). در سطح جهانی، تعداد فزاینده‌ای از بانوان در حال راه‌اندازی کسب‌وکار خود هستند و تعداد کسب‌وکارهای موفق بانوان در حال افزایش است (هانداراگاما و کیوساکا^۳، ۲۰۲۱). با این حال عدم حمایت، فراهم نبودن بستر کافی و کمبود سرمایه انسانی مانع از مشارکت فعال زنان در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه می‌گردد. به‌عنوان نمونه؛ عدم دسترسی به سرمایه یا مؤلفه‌های سرمایه انسانی مانند

1. Rudhumbu et al

2. Cetindamar et al

3. Handaragama & Kusakabe

سطح تحصیلات، زمینه‌های تخصص، آموزش و تجربه کاری مستقیماً بر مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای در حال توسعه تأثیر می‌گذارد (آدام و آسریبو^۱، ۲۰۱۶).

عوامل تأثیرگذار بر فعالیت‌ها و عملکرد زنان کارآفرین

از دیدگاه محققان عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی- فرهنگی، اداری- قانونی و فناورانه بر فعالیت‌های کارآفرینانه و عملکرد زنان کارآفرین تأثیر دارند (خالد و همکاران^۲، ۲۰۲۲ و یاسرعلی و همکاران^۳، ۲۰۱۹). عوامل اقتصادی شامل دسترسی به وام و سرمایه مخاطره‌پذیر، تضمین وثیقه، دسترسی به منابع و دسترسی به بازار است که عدم تحقق آنها بر عملکرد و پیشرفت زنان تأثیر منفی دارد (القمری^۴، ۲۰۱۶ و یاسرعلی و همکاران، ۲۰۱۹). عوامل اجتماعی- فرهنگی شامل تبعیض جنسیتی در تأمین اعتبار و شبکه‌سازی، هنجارها و کلیشه‌های موجود و افزایش مسئولیت‌های خانگی زنان به‌ویژه در جوامع مردسالار، فرصت‌های زنان را محدود و تأثیر منفی بر عملکرد آنها دارد (دوبرلی و کاریگان^۵، ۲۰۱۳). عوامل اداری- قانونی شامل کمک‌های دولتی، سیاست‌های مناسب برای کسب‌وکار و روش‌های آسان دریافت مجوز است که عدم حمایت دولت در خدمات مذکور، فرآیند پیچیده، هزینه بالا و تبعیض در ارائه مجوز بر فعالیت و عملکرد زنان تأثیر نامطلوبی دارد (گولد و کاپلان^۶، ۲۰۱۸ و مووبوبیا^۷، ۲۰۱۲). عوامل فناورانه شامل آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تخصص و دسترسی به فناوری برای فعالیت کارآفرینانه زنان است که عدم دانش در حوزه فناوری به‌ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات و فقدان مهارت‌های مرتبط در این زمینه بر فعالیت آنها تأثیر منفی دارد (کارمیچائل و مازوند^۸، ۲۰۱۶). به‌علاوه عوامل مبتنی بر انواع سرمایه‌های عملیاتی (مهارتی- تخصصی)، تعهدی، اقدامی (فرهنگی- انگیزشی) و اعتباری- اقتصادی تأثیر مثبتی بر عملکرد زنان کارآفرین دارند (فروتن و همکاران، ۱۳۹۹).

¹. Adom, & Asare-Yeboah

². Khalid et al

³. Yasir Ali

⁴. Al-Ghamri

⁵. Duberley & Carrigan

⁶. Guled & Kaplan

⁷. Mwobobia

⁸. Carmichael & Mazonde



شاخص فعالیت‌های کارآفرینانه

در دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۰) شاخص فعالیت‌های کارآفرینانه انواع متفاوتی از کارآفرینی را دربر می‌گیرد که متناسب با موضوع این پژوهش، در ادامه به انواع کارآفرینی نوپا، کارآفرینی تثبیت‌شده، کارآفرینی اجبارگرا و کارآفرینی فرصت‌گرا پرداخته شده است.

کارآفرینی نوپا به درصد جمعیت بزرگ‌سالی (۶۴-۱۸) اشاره دارد که به‌طور فعالانه در حال راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید هستند یا مدیر-مالک کسب‌وکار جدیدی هستند که کمتر از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارد.

کارآفرینی تثبیت‌شده به درصد جمعیت بزرگ‌سالی (۶۴-۱۸) اشاره دارد که درحال حاضر مدیر-مالک یک کسب‌وکار هستند که بیش از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارد. به‌عبارتی، مدیر-مالک کسب‌وکار حقوق و دستمزد یا هر نوع پرداخت دیگری را برای بیش از ۴۲ ماه انجام داده است. کارآفرینی اجبارگرا وضعیتی را توصیف می‌کند که در آن فرد کسب‌وکاری را به دلیل این‌که گزینه بهتر یا رضایت‌بخشی در دسترس نیست، راه‌اندازی می‌کند.

کارآفرینی فرصت‌گرا به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که بر اساس درک فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها راه‌اندازی شده‌اند (لی و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

نظریه‌های کارآفرینی اجبارگرا و فرصت‌گرا

کلیدی‌ترین نظریه مرتبط با کارآفرینی اجبارگرا (ضرورت‌گرا) و فرصت‌گرا، نظریه رانش و کشش کارآفرینی است.

نظریه رانش بر این باور است که افراد به سبب نیروهای خارجی منفی همچون نارضایتی شغلی، مشکل در یافتن شغل، حقوق ناکافی یا برنامه کاری غیرمنعطف به سمت کارآفرینی گرایش پیدا می‌کنند که به آن کارآفرینی اجبارگرا یا ضرورت‌گرا اطلاق می‌شود.

نظریه کشش بر این باور است که افراد به دلیل این‌که به‌دنبال خودشکوفایی، استقلال، ثروت و سایر نتایج مطلوب هستند جذب فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند که به آن کارآفرینی فرصت‌گرا اطلاق می‌شود (بیجاوی و تربا^۲، ۲۰۱۱).

^۱. Li et al

^۲. Bijaoui & Tarba

نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده یکی دیگر از نظریه‌های پیش‌بینی‌کننده رفتارهای کارآفرینانه اجبارگرا و فرصت‌گرا است (نیشیمورا و همکاران^۱، ۲۰۱۱). این نظریه که یک چارچوب کاملاً پذیرفته‌شده و معتبر برای پیش‌بینی قصد افراد به کارآفرینی اجبارگرا و فرصت‌گرا است، سه مولفه تعیین‌کننده قصد را معرفی می‌کند که شامل نگرش‌ها به رفتار (میزانی که یک شخص، مطلوبیت و جذابیت رفتار مورد نظر را ادراک می‌کند)، هنجارهای اجتماعی درک‌شده (فشاری که شخص از طرف گروه‌های مرجع تأثیرگذار مثل خانواده، دوستان و الگوها، برای انجام رفتار مورد نظر درک می‌کند) و کنترل رفتاری درک‌شده (خودارزیایی و ادراک یک شخص از شایستگی و توانایی خودش برای انجام یک اقدام) است (اوتادی و صفری، ۱۳۹۸).

نظریه انگیزش مازلو و سلسله مراتب نیازها از دیگر نظریه‌هایی است که جنبه‌های انگیزشی کارآفرینی مبتنی بر اجبار و کارآفرینی مبتنی بر فرصت را آشکار می‌سازد. با استناد به این نظریه، کارآفرینان اجبارگرا به دلیل محرومیت از نیازهای جسمانی و ایمنی به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه برانگیخته می‌شوند. در واقع، هرچه درجه محرومیت بر اساس سلسله مراتب نیازها بیشتر باشد و افراد در سطوح پایین قرار بگیرند به دنبال کارآفرینی براساس ضرورت یا اجبار هستند. انگیزه‌های زیربنایی کارآفرینان اجبارگرا همان نیازهای اساسی است. از طرف دیگر، هرچه افراد به دنبال ارضای نیازهای سطح بالاتر همچون عزت نفس و خودشکوفایی باشند در پی کارآفرینی فرصت‌گرا می‌روند (ادونل و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

تأثیر کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده بر رشد و توسعه اقتصادی

فعالیت کارآفرینی یک کاتالیزور مهم برای رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اثرات مثبت بر ثروت کشورها است (فو و همکاران^۳، ۲۰۲۰). میزان تأثیر کارآفرینی بر اقتصاد به عوامل متعددی از جمله کیفیت، ترکیب جنسیتی و نوع فعالیت کارآفرینانه بستگی دارد. برابری جنسیتی و کارآفرینی زنان از عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی هستند. کارآفرینی زنان منبعی بی‌نظیر از نوآوری، ایجاد کسب‌وکار و رشد اقتصادی در جهان هستند (نیثامر^۴، ۲۰۱۳).

1. Nishimura

2. O'Donnell

3. Fu et al

4. Niethammer



زنان کارآفرین با دو انگیزه کارآفرینانه اجبارگرا و فرصت‌گرا وارد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند. کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به دلیل بیکاری، نارضایتی، فشار خانواده و فقدان گزینه مناسب کسب‌وکاری راه‌اندازی می‌کنند که دارای فناوری سطح پایین با تجهیزات نه چندان پیشرفته است که نوعی کارآفرینی غیرمولد به حساب می‌آید (لی و همکاران، ۲۰۲۰ و هارینگتون و کیو، ۲۰۱۶). کسب‌وکار زنان کارآفرین اجبارگرا به دلیل فراهم نبودن بستر لازم و نداشتن قابلیت‌ها و شایستگی‌های لازم کارآفرینانه از رسیدن به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده باز می‌ماند و تأثیر معناداری بر رشد اقتصادی ندارد (زوان و همکاران، ۲۰۱۶).

از طرف دیگر، کارآفرینان زن فرصت‌گرا به دلایل کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها، نوآوری، افزایش رفاه و ایجاد ثروت کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی می‌کنند تا کالاها یا خدمات جدیدی به جامعه ارائه دهند. کارآفرینان زن فرصت‌گرا بر نوآوری و توسعه فناوری تأثیر مثبت می‌گذارند که نوعی کارآفرینی مولد به حساب می‌آید (نیکوترا و همکاران^۱، ۲۰۱۸ و مرازسکی و کراتزر، ۲۰۱۷). کسب‌وکار کارآفرینان زن فرصت‌گرا به دلیل قابلیت‌ها، شایستگی‌ها و دسترسی به سرمایه‌های مختلف به مرحله کارآفرینی تثبیت شده می‌رسند و تأثیر مثبت و معناداری بر رشد و توسعه اقتصادی دارند (زوان و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین، گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده با محوریت رشد و توسعه اقتصادی اهمیت زیادی دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش اکتشافی است. جامعه آماری آن شامل متخصصین کارآفرینی و کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا شهرستان پلدختر استان لرستان است که به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده رسیده‌اند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب حجم نمونه استفاده شد. از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده گردید. پروتکل مصاحبه شامل سه بخش سؤالات مقدماتی (مربوط به توصیف کارآفرین و کسب‌وکار وی)، سؤالات اصلی و سؤالات پیرو یا تکمیلی (به منظور کاوش بیشتر نظرات مصاحبه‌شوندگان در حین مصاحبه) بود. با انجام ۱۵ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد که ۱۲ مصاحبه‌شونده کارآفرین اجبارگرا و ۳ مصاحبه‌شونده متخصص کارآفرینی بودند. به منظور

^۱. Nicotra et al

تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون و روش شش مرحله‌ای براون و کلارک (۲۰۰۶) شامل استخراج داده‌ها، ایجاد کدهای اولیه، جستجوی مضامین، بازبینی مضامین، نام‌گذاری مضامین اصلی و تهیه گزارش استفاده گردید. در ارتباط با ابزارهای ارزیابی کیفیت پژوهش، روایی محتوای سؤالات مصاحبه از طریق ۵ تن از اساتید حوزه کارآفرینی تأیید شد. برای پایایی نیز از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده گردید. پایایی بین دو کدگذار ۸۷ درصد به دست آمد که نشان می‌دهد قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است. برای ارزیابی اعتبار درونی و بیرونی یافته‌های پژوهش از چهار معیار گوبا و لینکلن (۱۹۹۵) شامل اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اتکاپذیری استفاده گردید. در این پژوهش جهت تحقق ملاک اعتمادپذیری از روش‌های کنترل اعضاء یا بازخورد مشارکت‌کنندگان (نظرات مشارکت‌کنندگان در خصوص نحوه تحلیل داده‌های کیفی اخذ گردید) و کسب اطلاعات از همگنان (از یک استاد دانشگاه درخواست شد تا گزارش مجموعه‌ای از تحلیل‌ها را بررسی و نظرات خود را بیان نماید)، جهت تحقق ملاک تأییدپذیری از روش‌های ایجاد زنجیره‌ای از شواهد (به کلمه کلمه متون مصاحبه استناد شد و با یادداشت نمودن آنها، منابع ویژه‌ای از شواهد فراهم آمد) و بهره‌گیری از مطلعان کلیدی جهت بررسی پروتکل و گزارش‌های تحلیل استفاده شد. همچنین جهت تحقق ملاک انتقال‌پذیری از به‌کارگیری رویه‌های مشخص برای کدگذاری و تحلیل داده‌ها (روش فرآیندی براون و کلارک) و مقایسه شواهد با ادبیات موجود و در نهایت تحقق ملاک وابستگی و اتکاپذیری نیز با ایجاد پروتکل مطالعه موردی، توسعه و پالایش آن و بهره‌گیری از اساتید متخصص در فرآیند اجرای پژوهش محقق شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان داد که دامنه سنی مشارکت‌کنندگان ۳۴ الی ۵۸ سال است؛ به گونه‌ای که همه آنها زن، غالباً با سطح تحصیلات کارشناسی و از لحاظ تجربه فعالیت کارآفرینی در محدوده ۴ الی ۱۱ سال قرار داشتند که توزیع آنها در جدول ۱ درج شده است.



جدول ۱. مشخصات نمونه پژوهش

ردیف	سطح تحصیلات	جنسیت	سن	سمت افراد	سابقه کاری
۱	کارشناسی ارشد	زن	۳۷ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۵ سال
۲	کارشناسی ارشد	زن	۴۲ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۴ سال
۳	دیپلم	زن	۵۸ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۸ سال
۴	کارشناسی	زن	۴۵ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۶ سال
۵	کارشناسی	زن	۳۴ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۵ سال
۶	دیپلم	زن	۴۸ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۶ سال
۷	کارشناسی	زن	۴۶ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۴ سال
۸	دیپلم	زن	۴۶ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۵ سال
۹	کارشناسی	زن	۴۷ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۶ سال
۱۰	کارشناسی	زن	۴۲ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۴ سال
۱۱	فوق دیپلم	زن	۵۰ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۵ سال
۱۲	کارشناسی	زن	۴۷ سال	کارآفرین اجبارگرا که به مرحله تثبیت رسیده	۴ سال
۱۳	دکتر	زن	۳۸ سال	متخصص کارآفرینی	۹ سال
۱۴	دکتر	مرد	۳۶ سال	متخصص کارآفرینی	۸ سال
۱۵	دکتر	مرد	۴۰ سال	متخصص کارآفرینی	۱۱ سال

منبع: یافته‌های پژوهش

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون و از رویکرد شش مرحله‌ای براون و کلارک (۲۰۰۶) شامل استخراج داده‌ها، ایجاد کدهای اولیه، جستجوی مضامین، بازبینی مضامین، نام‌گذاری مضامین اصلی و تهیه گزارش بهره گرفته شد که در ادامه، چگونگی اجرای هر یک از گام‌های شش‌گانه تبیین شده است:

گام اول: استخراج داده‌ها

در این گام با غوطه‌ور شدن در داده‌ها، آشنایی لازم با عمق و گستره محتوایی داده‌ها فراهم آمد. در این گام، روایت‌ها مستند و بازخوانی شد. به این ترتیب که چند بار ضبط مصاحبه‌ها را گوش

داده و همه نکات یادداشت شد. ضمناً نکات مهم یادداشت‌برداری شده در طول انجام مصاحبه نیز بررسی گردید. در جدول ۲ نمونه روایت‌هایی از چند مصاحبه شونده ذکر شده است.

گام دوم: ایجاد کدهای اولیه

بعد از بررسی روایت‌های مصاحبه‌شوندگان، به سازماندهی داده‌ها به دسته‌های معنی‌دار پرداخته شد. در واقع بخش‌بندی پاراگراف‌ها به طبقه‌ها و الصاق یک اصطلاح به آنها صورت گرفت و کدهای اولیه استخراج گردید. نمونه‌ای از کدهای اولیه در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲. نمونه کدهای اولیه استخراج شده

نمونه کدها	نمونه روایت
وجود سرمایه‌گذار جسور	چون ما از نظر مالی مشکلات زیادی داریم، وجود آدم‌های سرمایه‌داری که اهل ریسک باشند خیلی میتونه به ما کمک کنه
دسترسی به اعتبار توسط صندوق‌های مخاطره‌آمیز	ما دسترسی به صندوق‌ها جهت اعتبار نداریم. کلی می‌شنویم که فلان صندوق‌هایی وجود دارد که کمک می‌کنند ولی وقتی می‌خواهید اقدام کنید کلی مستندات تخصصی می‌خواهند که انگار ما استاد دانشگاه هستیم.
کمک یارانه‌ای برای خرید تجهیزات و دستگاه‌ها	برای اینکه ما از این حالت بیایم بیرون و به تثبیت برسیم یکی از مسائل جدی‌مان خرید تجهیزات و دستگاه‌های مورد نیازمان است که یاری‌رسانی دولت در این زمینه خیلی مهم است و باعث میشه کسب و کار ما شکلی به خودش بگیره
عدم سنگ‌اندازی در راه مجوز	با توجه به درگیری‌های که آدم تو مرحله اخذ مجوز داره احساس میکنه بخشی زیادی از عمرش باید تلف کنه و آخر هم هیچی... به جای مساعدت بیشتر مانع ایجاد می‌کنند. فکر کنم باید یه فردی کلا برای این کار بگذارید تا بتواند از همه مراحل عبور کنید که ما هم بودجه شو نداریم... نظر من اینه که این مسائل واقعا رسیدگی و برطرف شود
اصلاح سیستم مالیاتی نامعقول برای کارآفرینان نوپا و اجبارگرا	وضعیت مالیات گرفتن ما واقعا یک درده... شما می‌بینید یک پزشک که اکثراً هم از خانواده مرفه هستند و حمایت‌های اونا را دارند و هم درآمدشان سر به فلک می‌زنه حتی کارت خوان تو مطب نمی‌گذارند و مالیات نمی‌دهند ولی ما که از خانواده‌های کاملاً متفاوت و با شرایط مالی سخت هستیم که از روی اجبار وارد فضایی شدیم وقتی می‌خواهیم تازه سر و شکل بگیریم به ما فقط به چشم پول نگاه می‌کنند که این مسئله باید درست باشد و مالیات مبنای درستی داشته باشد



نمونه کدها	نمونه روایت
تشویق کارآفرینان نوپا با حذف مالیات در دهه اول کسب و کار	البته صحبت ما این نیست که هیچ وقت از ما مالیات نگیرند ولی حداقل در سال‌های اولیه مثلا ۷ یا ۸ سال چیزی نگیرند تا ما روی پای خودمان بایستیم و سامان پیدا کنیم بعد با مبنای درست بگیرند این طوری افراد مثل بنده ترغیب می‌شوند که وارد فضای کسب و کار شوند
دسترسی و راهنمایی گرفتن از پارک‌های علم و فناوری	با توجه به اینکه امکانات و تخصص چندانی نداریم امکان استفاده از سازمان‌هایی مثل پارک‌ها که زیر ساخت‌ها و خدمات تخصصی مناسبی ارائه می‌دهند خیلی خوبه که اونم کلی مستندات برای ورود می‌خواهد که نوشتن آن‌ها تخصص زیادی لازم داره که باید شرایط استفاده از آن‌ها فراهم شه
ایجاد مراکز افزایش دهنده تبحر	من همیشه تبحر را به عنوان عامل کلیدی می‌دونم. مشکل ما این است که به خاطر شرایط سخت خانوادگی هزینه و زمان لازم برای آن را نداشتیم. اگر برای آدمایی مثل ما نهادهایی متولی شوند که با هزینه بسیار پایین و متناسب با شرایط ما تبحرمان را ارتقا دهند خیلی خوب میشه...
امکان دسترسی به فناوری‌ها	الان یکی از مسائل ما که برای حرکت رو به جلو لازمه امکان دستیابی به تجهیزات و دانش روز است مثلا در فروش ملاحظه کنید چقدر شیوه‌های جذب مشتریان تغییر کرده و چه الزاماتی را برای ما ایجاد کرده....
امکان ارتباط با توزیع کنندگان	اکثر توزیع کنندگان صرفا در دسترس کسب و کارهای جاافتاده و برند هستند که کلی توان مالی برای سرمایه‌گذاری داشتند خوب ما هم باید چنین دسترسی‌هایی داشته باشیم و الا هرچی تلاش کنیم باز رشد چندانی نخواهیم داشت
بهره‌مندی از مشاوران کسب و کار	یکی از ضروریات برای ماها که در شرایط خیلی خاص و دشواری باید به سمت کارآفرینی می‌رفتیم و آگاهی کمی داریم فراهم‌سازی زمینه برای استفاده از مشاوران است که ثمرات زیادی داره... نظر من اینه که دولت مکان‌هایی را به این کار به طور رایگان اختصاص دهد چون ما اصلا هزینه استفاده از مشاور را نداریم
برگزاری جلسات آموزشی تثبیت و توسعه کسب و کار	یه نکته‌ای رو باید به صراحت عرض کنم و اونم اینه که ما اصلا آموزش درست درمانی ندیدیم. ما الان وضعیت سامان یافته‌ای نداریم و برای حرکت به سمت کارآفرینی تثبیت شده باید جلسات آموزشی زیادی شرکت کنیم. متاسفانه تو کشور حرفای قشنگی در مورد حمایت می‌زنند، ولی اصلا نهادهایی متولی این امر نشده‌اند.
یاددهی مباحث مدیریتی / تجاری	البته مباحث مهمی که به ما باید آموزش داده شود اکثرا مباحث مدیریتی و کسب و کاری است مثلا چگونه کسب و کار را مدیریت کنیم، چطور استرژژی طراحی و پیاده کنیم و خیلی بحث‌های دیگه، مخصوصا در این شرایط کشورمان که انقدر خاص است هر لحظه ممکنه کسب و کار ما از بین برود

نمونه کدها	نمونه روایت
یاددهی مباحث رشد کسب و کار از طریق مراکز دولتی و دانشگاه‌ها	خب تو شروع ما خواه یا ناخواه افتادیم تو فضایی که چاره دیگه نداشتیم ولی الان مشکل اصلی مان این است که در یک شرایط اولیه باقی مانده‌ایم و رشد کسب و کار برای ما چالش بزرگیه که در این زمینه نیازمند یادگیری هستیم. به نظرم برای اینکه بتونیم تحولی داشته باشیم باید به جوری دانشگاه‌ها، مراکز خاص که البته اگر دولتی باشه بهتره در این زمینه آموزش بدهند...
باور به قابلیت‌های خود برای تحقق اهداف	به نظرم بجز انتظاراتی که از خیلی‌ها افراد و نهادها داریم باید خودمون هم قابلیت‌هایی داشته باشیم و مهم‌تر اینکه اونا را قبول داشته باشیم تا بتوانیم اهدافمون را پیاده کنیم
اعتماد به توانایی‌های شخصی	خیلی‌ها فکر می‌کنند فقط مباحث غیرفردی مهم است در حالی که تکیه به توانایی‌هایی که داریم و در صورت لزوم ارتقای آن‌ها هم حائز اهمیت است
ظرفیت بازگشت در مقابله با مشکلات و شکست‌ها	یه نکته جالب این است که ما با مشکلات استارت می‌زنیم یعنی اصلا دلیل شروع کسب و کارمان مشکلات است و لذا در جریان کاری که می‌کنیم با کلی مشکلات دیگر هم مواجه میشیم که احتمال شکست را بالا می‌برد که در این شرایط باید یاد بگیریم توان بازگشت به حالت اولیه را داشته باشیم
در نظر داشتن مسیرهایی برای رسیدن به اهداف	البته باید دقت کرد که همیشه روی یک مسیر برای رسیدن به مقصد تمرکز نکنیم چون معلومه ممکنه با کلی مانع مواجه شویم و اگر نتوانیم با آن‌ها مقابله کنیم دچار شکست می‌شویم. پس خیلی بهتر است که برای رسیدن به مقصدمون چندین مسیر داشته باشیم که دچار مشکل نشویم.
دسترسی به منابع اطلاعاتی از طریق عضویت در گروه‌ها	بعد از مدتی که وارد فضای کارآفرینی شدم و شرایط خیلی بدی داشتم، کم کم متوجه شدم که با برخی کارها می‌تونم وضعیتمو تغییر دهم. مثلا دیدم میزان اطلاعات کمی نسبت به خیلی از جاهایی که با کارم در ارتباط است دارم و با عضو شدن در گروه‌هایی تونستم اطلاعات خوبی بدست آورم.
اکتساب منابع از طریق ارتباط با افراد مختلف	وقتی با ارتباط با افراد مختلف توانستم اطلاعات خوبی بدست آورم، به این نتیجه رسیدم این ارتباط در کسب و کار بویژه برای دستیابی به منابع لازم کارسازه است.
اطمینان به افراد برای کسب دانش مرتبط با بازار	برای اینکه پیشرفت کنید و کسب و کارتان به سمت جلو پیش برود حتما نیاز است که هر جوری شده از بازار سیگنال بگیرید و با ارتباط و کار کردن در بازار و اتکا به افرادی که در آن هستند دانش مرتبط را بدست بیاورید
تیم‌سازی برای پیگیری فرصت	من برای فرصتی که بدست آوردم تا به کمک اون زندگی‌ام را سر و سامان دهم نتوانستم تیمی شکل دهم با این که می‌دانستم ضروری است... برای همین میخوام به



نمونه کدها	نمونه روایت
	همه کسانی که با شرایط بنده وارد کسب و کار میشن بگم که هر جوری که شده یه تیم شکل بدهند در غیراینصورت رشد و توسعه کسب و کار رخ نمی‌دهد
بررسی استراتژی‌های مختلف براساس تحلیل محیط	یه مسئله‌ای که در اوایل خیلی آزارم می‌داد خیلی بی‌برنامه کار می‌کردم که البته شرایط همین جوری ایجاب می‌کرد ولی بعد متوجه شدم با توجه به محیطی که در آن قرار دارم باید در مورد استراتژی‌های مختلف تحقیق کنم
ارزیابی مناسب نیروهای رقابتی در بازار	یکی از آسیب‌های جدی که کسب و کارمان خورد عدم شناخت از رقبای بازارمون بود. البته برآورد صحیح آن‌ها درسته که کمک‌کننده است ولی باز شما با وضعیتی که دارید ممکنه نتوانید با آن‌ها مقابلهٔ چندانی کنید
شناسایی درست گرایش‌های مصرف‌کنندگان	من یادمه اول فقط دنبال چیزی بودم که به فروش بروسونم چون وضعیت مالی ایجاب می‌کرد ولی بعد از مدتی کوتاه فهمیدم ابتدا باید ببینم مصرف‌کننده دقیقاً دنبال چیه
افزایش میزان فروش	یکی از معضلات ما فروشه... می‌دونید یکی از مهم‌ترین چیزها برای رسیدن به تثبیت همین درآمد حاصل از فروش است... به نظرم تو این زمینه ضعیف هستیم و باید با راهکارهای مختلف فروش را افزایش دهیم
سعی در گرفتن سهم بازار	سهم بازارمان در مقایسه با رقبا کم است... البته مشخص است آن‌ها با چه نیرو، توانمندی، ارتباطات و سرمایه‌ای وارد بازار شدند و ما با چه شرایطی... ولی بهرحال ما در حد توانمان باید تلاش کنیم سهمی از بازار را از آن خود کنیم
حفظ کسب و کار در دوران طفولیت	وقتی شما مجبورید وارد حوزهٔ کارآفرینی شوید و در ابتدا کلی مشکل دارید حفظ کسب و کار در همان آغاز خیلی مهم است و به نظرم نهادهای مختلف باید در این راستا کمک کنند تا روی پای خودمان بایستیم
اموال خانواده فرد	من خیلی‌ها را دیدم که به سبب مال و منال خانوادشون به خیلی چیزها رسیدن... نمونه‌های زیادی را از نزدیک دیدم که یکی از دلایل اصلی موفقیت کسب و کارشون سرمایه‌ای بوده که مربوط به خانوادشون بوده است
اصل و نسب خانوادگی	خیلی خوبه که آدم از نزدیک با کسب و کارها آشنا بشه و بفهمه چطور کسب و کارشان را به جایی رسوندند... مثلاً همین اصالت خانوادگی سبب نشست و برخاست با آدمایی میشه که کلی تحول در کسب و کارت ایجاد می‌کنه
سطح ارتباط نیاکان فرد	برخی خوشبختانه خانوادشون، آشناشون با کسانی که ارتباط هستن که مسیر چندساله را در چندماه طی می‌کنند... مثلاً ما برای مجوز چندسال اذیت میشیم ولی بعضی‌ها... ما برای تامین مالی اذیت میشیم ولی بعضی‌ها با ارتباط با مسئولین بانک راحت به همه خواسته‌هاشون می‌رسند...

نمونه کدها	نمونه روایت
میزان سال‌های اکتساب دانش	برخی‌ها می‌گویند میزان تحصیلات آکادمیک دانشگاهی مفید نیست... ولی به نظرم اینطور نیست اتفاقاً تو سال‌هایی که فرد درگیر بدست آوردن دانش همیشه کلی سرنخ میگیره مثلاً الان می‌بینم تو دانشگاه در مورد نوشتن طرح کسب و کار، طرح توجیهی و خیلی مباحث مهم دیگر نکات خوبی گفته میشه
کمک به رفع تهدیدهای موجود	متأسفانه برخی صاحبان کسب و کارها مافیا درست کردند و کلی کسبوکار در چنین فضایی تهدید میشه و بیم پیدا میکنه که باید چنین مسائلی برطرف شود
ایجاد قوانین تسهیل رقابت (قیمت و...)	باید حتماً قوانینی وضع شود که وقتی کسب و کارمون به حدی رسید راحت بشه رقابت کرد مثلاً یک بنده خدایی تعریف می‌کرد که کسب و کار نوآورانه خوبی داشته و وقتی وارد بازار میشه که رقبای چندانی نداشته ولی همونا طوری قیمت را پایین می‌آورند که دچار زیان میشه
رفع قوانین محدودیت‌زا	به نظرم باید محیط کسب و کار طوری باشد که همه بتوانند ورود کنند و قوانینی که به نفع افراد خاصی وضع شده باید اصلاح شود چون برای خیلی‌های دیگر تنگنا ایجاد می‌کند
غلبه بر پیچیدگی موقعیت‌های غیرقابل پیش‌بینی	افرادی که قصد کارآفرینی دارند تا تو فضای کار نیایند از بیرون فقط فکر می‌کنند که چقدر دولت حمایت می‌کند؟ فلان موسسه چطور؟ این‌ها مهمه نکه نباشه ولی شما خودتون هم باید خصائصی داشته باشید مثلاً وقتی شما ورود می‌کنید می‌بینید چقدر با وضعیت‌هایی روبه‌رو می‌شوید که امکان عاقبت‌اندیشی وجود نداره و دشوار است ولی باید بر این‌ها چیره شوید
مسئولیت‌پذیری در حل مشکلات	تجربه این چندساله نشان داد که باید مسئولیت مشکلات خودمون را بپذیریم تا بتوانیم حلشون کنیم و نباید بایستیم تا کسی پیدا شود و مشکل را حل کند
ریسک‌پذیری سنجیده	درسته که افرادی در طیف من هستند وقتی وارد فضای کارآفرینی می‌شوند شرایط نامناسبی دارند اما خوب به معنی این نیست که اصلاً ریسک نکنیم بلکه با توجه به همه مشکلاتی که داریم حتی سرمایه کم ولی باید ریسک کنیم البته متعادل و حساب شده

منبع: یافته‌های پژوهش

گام سوم تا ششم: جستجوی مضامین، بازبینی، نام‌گذاری مضامین اصلی و گزارش

در گام سوم به دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضامین مختلف پرداخته شد. به عبارت دیگر تحلیل کدها انجام و کدهای مختلف برای ایجاد یک مضمون کلی ترکیب شدند. در گام چهارم مضامین اولیه شناسایی شده در گام قبلی، مورد بررسی و بازبینی مجدد قرار گرفت. در این گام با



تجمیع مضامین فرعی در گستره‌های معنایی وسیع‌تر، مضامین اصلی به دست آمد. در گام پنجم بعد از بازبینی مجدد مضامین، بین مضامین فرعی و در نهایت مضامین اصلی ایجاد شده ارتباط برقرار شد و گزارش ارائه گردید که نتایج خلاصه گام‌های بالا در جدول ۳ آمده است:

جدول ۳. خلاصه کدها و تحلیل تم‌ها

تم اصلی	تم فرعی	کدها
پشتوانه مالی	سرمایه‌گذاری	وجود سرمایه‌گذار جسور
	خطرپذیر	دسترسی به اعتبار توسط صندوق‌های مخاطره‌آمیز
	مساعده‌های مالی دولت	کمک بانک‌ها و موسسات مالی
		وام‌های بدون بهره توسط صندوق‌های دولتی
قوانین و سیستم مالیاتی مناسب	رفع بروکراسی‌های اداری	عدم سنگ‌اندازی در راه مجوز
	رفع مشکلات سیستم مالیاتی	کمک برای اصلاح قوانین دست و پا گیر
		اصلاح سیستم مالیاتی نامعقول برای کارآفرینان نوپا و اجبارگرا
		تشویق کارآفرینان نوپا با حذف مالیات در دهه اول کسب و کار
دسترسی به مراکز توانمندساز	دسترسی به پارک‌ها و مراکز رشد	دسترسی و راهنمایی گرفتن از پارک‌های علم و فناوری
	مراکز مهارت‌محور	کمک مراکز رشد جهت تسریع در پایداری
		ایجاد مراکز افزایش دهنده تبحر
		ایجاد مراکز ارتقاء دهنده کارآفرینان اجبارگرا
زیرساخت‌های فنی و تجاری	امکانات پشتیبانی	امکان دسترسی به فناوری‌ها
	خدمات حرفه‌ای	امکان ارتباط با توزیع‌کنندگان
آموزش رسمی و غیررسمی	برگزاری کارگاه‌ها و سمینارها	بهره‌مندی از مشاوران کسب و کار
	یاددهی اصول کارآفرینی	دسترسی به مشاوران مدیریت سرمایه‌گذاری
		برگزاری جلسات آموزشی تثبیت و توسعه کسب و کار
		ارائه مجموعه سخنرانی مرتبط با افزایش دانش مالی
		یاددهی مباحث مدیریتی / تجاری
		یاددهی مباحث رشد کسب و کار از طریق مراکز دولتی و دانشگاه‌ها

تم اصلی	تم فرعی	کدها
سرمایه اجتماعی	روابط شبکه‌ای	دسترسی به منابع اطلاعاتی از طریق عضویت در گروه‌ها
		اکتساب منابع از طریق ارتباط با افراد مختلف
	اعتماد	اتکا به افراد برای دریافت حمایت‌های مختلف اطمینان به افراد برای کسب دانش مرتبط با بازار
شایستگی‌های مدیریت کسب و کار	بهره‌برداری از فرصت	تیم‌سازی برای پیگیری فرصت تامین مالی برای فرصت کسب و کار
	تدوین استراتژی	بررسی استراتژی‌های مختلف براساس تحلیل محیط انتخاب یک استراتژی مشخص
	تحقیقات بازاریابی	ارزیابی مناسب نیروهای رقابتی در بازار
		شناسایی درست گرایش‌های مصرف‌کنندگان
		سرمایه‌گذاری‌های لازم برای ورود به بازار
	مدیریت فروش	افزایش میزان فروش سعی در گرفتن سهم بازار
	اجرای‌سازی	حفظ کسب و کار در دوران طفولیت رشد کسب و کار
	تمکن مالی	دارایی‌های مادی فرد
		اموال خانواده فرد
		اصل و نسب خانوادگی
موقعیت اجتماعی	سابقه خانوادگی	سطح ارتباط نیاکان فرد
	سطح تحصیلات	میزان سال‌های اکتساب دانش
آزادی بازار	آسانی ورود کسب و کارها به بازار	امکان ورود و دسترسی کسب و کار به بازار کمک به رفع تهدیدهای موجود
	قوانین ضد انحصار	ایجاد قوانین تسهیل رقابت (قیمت و...) رفع قوانین محدودیت‌زا
	تحمل ابهام	غلبه بر پیچیدگی موقعیت‌های غیرقابل پیش‌بینی توانایی مقابله با عدم دسترسی به اطلاعات لازم
ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی	میل به موفقیت	مسئولیت‌پذیری در حل مشکلات ریسک‌پذیری سنجیده
	خودکارآمدی	باور به قابلیت‌های خود برای تحقق اهداف اعتماد به توانایی‌های شخصی

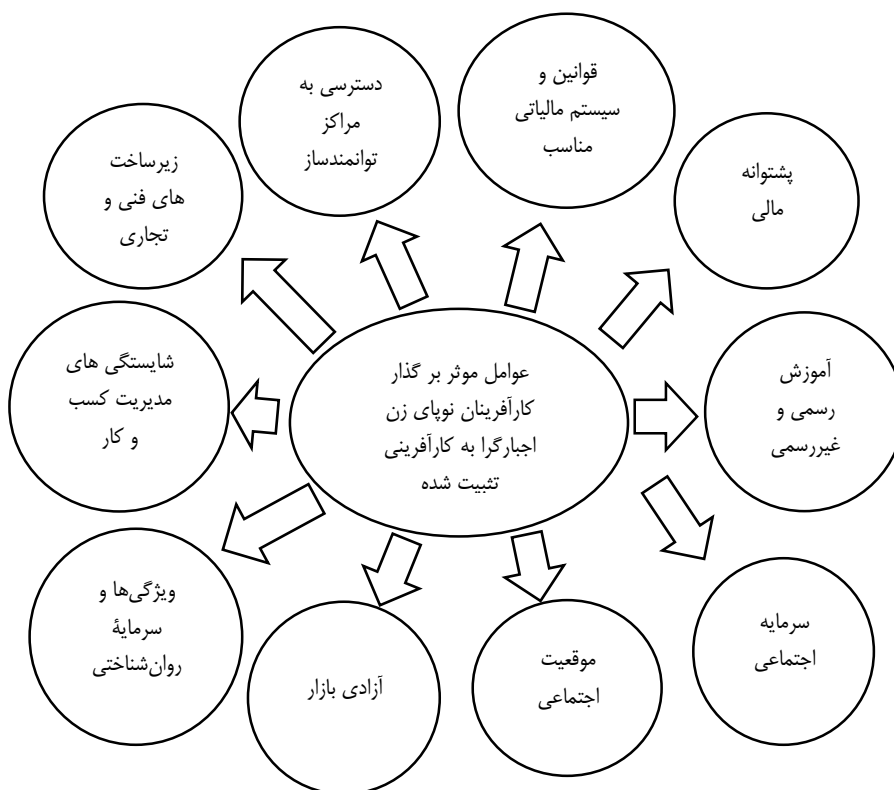


تم اصلی	تم فرعی	کدها
	تاب‌آوری	ظرفیت بازگشت در مقابله با مشکلات و شکست‌ها توانایی غلبه بر سختی‌ها در شرایط نامطلوب
	امیدواری	اصرار بر اهداف در نظر داشتن مسیرهایی برای رسیدن به اهداف

منبع: یافته‌های پژوهش

الگوی مفهومی پژوهش

بر اساس تحلیل کدها و استخراج تم‌های اصلی، الگوی مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ نمایش داده شده است:



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهش

مضامین اصلی الگوی مفهومی پژوهش

در این بخش مضامین اصلی مستخرج از مصاحبه‌ها که در گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت شده نقشی کلیدی دارند تبیین خواهند شد.

پشتوانه مالی: دسترسی به منابع مالی یکی از محدودیت‌های زنان کارآفرین است که اغلب با آن مواجه می‌باشند (ماجنگا و ماشنه^۱، ۲۰۱۴). زنان در مقایسه با مردان محدودیت‌های بیشتری در این زمینه دارند. زیرا دارای اعتبار پایینی در میان نهادهای مالی هستند (طاهر^۲، ۲۰۲۱). به طور کلی چالش‌هایی که زنان در دسترسی به منابع مالی با آن مواجه‌اند اغلب شامل ناتوانی در درخواست وام به دلیل نداشتن مالکیت مسکن، تجربه کسب‌وکار ناکافی یا فقدان مهارت‌های مدیریتی است. این محدودیت‌ها باعث شده کسب‌وکارهایی کوچک با دارایی کم متعلق به زنان باشد (گوما^۳، ۲۰۱۵). طبق یافته‌های این پژوهش، پشتوانه مالی، دسترسی به سرمایه‌گذاران و داشتن حامی مالی نقش مهمی در تثبیت کسب‌وکار و موفقیت زنان کارآفرین دارد.

قوانین و سیستم مالیاتی مناسب: پیچیدگی الزامات اداری و نظام مالیاتی ناکارآمد از موانع زنان کارآفرین محسوب می‌گردد (جوساج^۴، ۲۰۲۲). تصویری که زنان از پیچیدگی اداری دارند احتمال شروع کسب‌وکار را کاهش می‌دهد. سطح بالای الزامات اداری به ایجاد و تداوم کسب‌وکار آسیب می‌رساند. از طرف دیگر، بار مالیاتی بیشتر فضای کمتری را برای اقدامات زنان کارآفرین فراهم می‌کند (فوئنتلساز و همکاران^۵، ۲۰۱۵). بنابراین دولت‌ها باید سیاست‌هایی جهت حذف سخت‌گیری‌های اداری و ساده‌سازی تمام فرآیندهای اداری که زنان کارآفرین با آن مواجه‌اند در پیش گیرند. ساده‌سازی‌های اداری سبب پیشرفت کسب‌وکارهای اجبارگرا یا ضرورت‌گرا می‌گردد (فوئنتلساز و همکاران، ۲۰۱۵ و مک مولن، ۲۰۰۸). طبق یافته‌های این پژوهش، کارآفرینان اجبارگرا نسبت به پیچیدگی اداری و افزایش مالیات بیشتر متأثر می‌گردند و قادر به تحمل بار مالیاتی بالا نیستند و قوانین و سیستم مالیاتی مناسب به پیشرفت و تثبیت کسب‌وکار آن‌ها کمک می‌نماید.

1. Majenga & Mashenene

2. Thaher

3. Guma

4. Jusaj

5. Fuentelsaz



دسترسی به مراکز توانمندساز: پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد از طریق ارتقای مهارت‌ها و تأمین مالی نقشی اساسی در پایداری کسب‌وکار زنان کارآفرین ایفاء می‌نمایند (القحطانی و همکاران، ۲۰۲۲). این مراکز ابزاری برای رفع موانع زنان کارآفرین هستند. برخی کشورها مانند بنگلادش با ایجاد مراکزی چون مرکز توسعه مدیریت، خدماتی به‌منظور بهبود مهارت‌ها و تکنیک‌هایی در سطوح مختلف مدیریتی مرتبط با شروع و اداره کسب‌وکارهای کوچک ارائه می‌دهند که به توسعه کارآفرینی زنان کمک می‌نماید (جاهد و همکاران^۱، ۲۰۱۱). مراکز توسعه کسب‌وکار از دیگر مراکزی است که به‌عنوان سازوکار حمایتی برای کارآفرینان عمل می‌کند و هدف آنها ارائه خدمات مرتبط با رشد کسب‌وکار همچون آمادگی طرح کسب‌وکار، آموزش و پشتیبانی فروش و بازاریابی است (کایا^۲، ۲۰۱۸). طبق یافته‌های این پژوهش، حمایت‌های مراکز توانمندساز نقش مؤثری در عملیاتی‌سازی و رشد ایده‌های خام، ارتقای مهارت‌ها و تثبیت کسب‌وکار کارآفرینان اجبارگرا دارد.

زیرساخت‌های فنی و تجاری: موانع زیرساختی یکی از مهم‌ترین موانع زنان کارآفرین محسوب می‌گردد (آمریتا و همکاران^۳، ۲۰۲۲). فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه یکی از برنامه‌های توسعه کارآفرینی زنان در اغلب کشورها است. به‌علاوه، خدمات مشاوره و پشتیبانی از اهم برنامه‌های تسهیل کارآفرینی زنان در اغلب کشورها محسوب می‌گردد (جاهد و همکاران، ۲۰۱۱). طبق یافته‌های این پژوهش، زیرساخت‌های فنی و تجاری به‌ویژه مشاوره‌های قبل و بعد از راه‌اندازی کسب‌وکار، کمک‌های فناورانه و فروش نقش حائز اهمیت در تثبیت و موفقیت کسب‌وکار زنان کارآفرین اجبارگرا ایفاء می‌نمایند.

آموزش رسمی و غیررسمی: آموزش و تجربه کاری مستقیماً بر کارآفرینی زنان در کشورهای درحال توسعه تأثیر می‌گذارد (آدام و آسار- یبوا^۴، ۲۰۱۶). آموزش مثبت بیشتری بر انگیزه‌های کارآفرینانه زنان در مقایسه با مردان دارد (باستیان و زالی، ۲۰۱۶). زنان کارآفرین با شرکت در برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی می‌توانند به دانش‌ها و مهارت‌های جدید و حیاتی برای

1. Jahed et al

2. Kaya

3. Amrita

4. Adom & Asare-Yeboah

کارآفرینی دست یابند (آیسا و همکاران^۱، ۲۰۲۱). طبق یافته‌های این پژوهش، آموزش به‌جز یاددهی مباحث مدیریتی و کسب‌وکاری منجر به اعتماد به نفس بالاتر زنان کارآفرین اجبارگرا و ادراک مثبت آنها از توانایی‌های‌شان می‌شود و در نتیجه از پیش‌شرط‌های حیاتی برای کارآفرینی تثبیت شده محسوب می‌گردد.

سرمایه اجتماعی: انواع سرمایه‌های زنان کارآفرین نقش حائز اهمیتی در موفقیت آنها دارد. سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از سرمایه‌های کلیدی موجب رشد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین می‌گردد (پراساد و همکاران^۲، ۲۰۱۳). سرمایه مذکور سبب اکتساب منابع مورد نیاز آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌گردد (وانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۰). سرمایه اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکار زنان کارآفرین از لحاظ بهره‌وری، رشد فروش و مالی تأثیر می‌گذارد (نسیپ و همکاران^۴، ۲۰۱۷). طبق یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی (روابط شبکه‌ای و اعتماد) بر رفتار و موفقیت کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا تأثیر می‌گذارد. بعلاوه سرمایه اجتماعی توانایی آنها را برای تثبیت کسب‌وکارشان از طریق کسب حمایت‌های مختلف همچون اطلاعاتی و مالی افزایش می‌دهد.

شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار: ناتوانی زنان کارآفرین در اکتساب شایستگی‌های مدیریتی بر رشد کسب‌وکارشان تأثیر منفی می‌گذارد (وسنبرگ^۵، ۲۰۱۳). شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار با ویژگی‌های اساسی مانند نوع نگرش، دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و صفات مرتبط است (تیسین و رامایا^۶، ۲۰۱۵). این شایستگی‌ها زنان کارآفرین را قادر می‌سازد تا مسائل کلیدی را شناسایی و در مقابل چالش‌های کسب‌وکار تاب‌آوری نشان دهند و با غلبه بر پیچیدگی‌ها و موانع موفق شوند (کوئیگرین، ۲۰۲۰). بنابراین شایستگی‌های مذکور به‌عنوان قابلیت‌های لازم برای اجرای موفق کارآفرینی مطرح هستند. طبق یافته‌های این پژوهش، وجود شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار در کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به ظرفیت بازگشت آنها در مواجهه با مشکلات و عملکرد صحیح‌شان در مواقع چالش‌ها کمک می‌نماید. در واقع شایستگی‌های مذکور موجب پایداری آنها

¹. Isa

². Prasad et al

³. Wang et el

⁴. Nasip et al

⁵. Vossenberg

⁶. Thseen & Ramayah



در مقابل چالش‌های فضای کسب‌وکار و بهبود توانایی آنها به‌منظور گذار از شرایط نامطلوب و تثبیت و توسعه کسب‌وکار کوچک‌شان می‌گردد.

موقعیت اجتماعی: موقعیت اجتماعی زنان، آنها را تشویق به مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه می‌نماید (ناصر و همکاران، ۲۰۱۲). سطح تحصیلات زنان کارآفرین در عملکرد کارآفرینانه و موفقیت کسب‌وکار آنها نقش حائز اهمیتی ایفاء می‌نماید (رحیم و همکاران، ۲۰۱۷). طبق یافته‌های این پژوهش مؤلفه‌های مالی، پیشینه خانوادگی و سطح تحصیلات سبب ارتقای موقعیت اجتماعی زنان کارآفرین گردیده و به آنها در اخذ تصمیم‌های مناسب جهت توسعه و تثبیت کسب‌وکارشان کمک می‌نماید. طبق یافته‌های پژوهش، زنانی کارآفرینی که جایگاه اجتماعی مناسبی دارند بهتر می‌توانند دیگران را نسبت به ارزشمند بودن کسب‌وکارشان و سرمایه‌گذاری در آن متقاعد کنند. همچنین زنان کارآفرین با روابط اجتماعی مناسب، بهتر می‌توانند به منابع و اطلاعات مورد نیاز برای تثبیت کسب‌وکارشان دست پیدا نمایند.

آزادی بازار: یکی از عوامل کلیدی که کارآفرینی زنان را تسهیل می‌کند، آزادی بازار است. وجود قوانین سخت و محدودیت‌زا برای بازارها به کسب‌وکارها آسیب می‌رساند (فونتنلساز و همکاران، ۲۰۱۵). طبق یافته‌های این پژوهش، میزان آزادی کسب‌وکارها برای ورود به بازار، ایجاد قوانینی به‌منظور تسهیل رقابت و با ماهیت ضدانحصار و رفع قوانین محدودیت‌زا بر رسیدن کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به فاز کارآفرینی تثبیت‌شده تأثیر می‌گذارد.

ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی: ویژگی‌های شخصیتی و سرمایه روان‌شناختی از عوامل موفقیت کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا است (رافیکی و ناسوشن، ۲۰۱۹). طبق یافته‌های این پژوهش، ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین آنها را قادر به مدیریت بهتر و توسعه کسب‌وکارشان می‌نماید. در این پژوهش دو ویژگی شخصیتی تحمل ابهام و میل به موفقیت برای نیل به کارآفرینی تثبیت‌شده استخراج گردید. ویژگی تحمل ابهام زنان کارآفرین سبب می‌گردد تا وضعیت‌های مبهم و چالش‌برانگیز را تشخیص داده و تلاش نمایند بر چنین موقعیت‌های ناپایدار و غیرقابل پیش‌بینی به‌منظور عملکرد خوب غلبه نمایند. ویژگی میل به موفقیت نیز سبب می‌گردد تا تلاش بیشتری جهت مدیریت عدم قطعیت‌های فضای کسب‌وکار نمایند. همچنین سرمایه روان‌شناختی انعطاف لازم را برای زنان کارآفرین جهت مدیریت انواع محدودیت‌های داخلی و خارجی فراهم می‌آورد. تقویت سرمایه روان‌شناختی زنان کارآفرین با توانمندسازی کارآفرینانه‌شان ارتباط مثبتی دارد.

(دیگان و همکاران، ۲۰۱۹). طبق یافته‌های این پژوهش، سرمایه روان‌شناختی (خودکارآمدی، تاب‌آوری و امیدواری) به کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا کمک می‌نماید تا واکنش‌های مطلوبی نسبت به چالش‌ها و مشکلات ناشی از عدم قطعیت‌ها نشان دهند و لذا سهم حائز اهمیتی در موفقیت آنها دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در ادبیات مرتبط با پژوهش حاضر، بیشتر به موضوعات عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان (به‌عنوان نمونه، فرناندز، ۲۰۲۲ و کالیانی و مونیکا، ۲۰۱۶)، عوامل مؤثر بر عملکرد زنان (به‌عنوان نمونه، هیوانگ و همکاران، ۲۰۲۲؛ یاسرعلی و همکاران، ۲۰۱۹ و فروتن و همکاران، ۱۴۰۱)، تبیین انواع انگیزه‌های اجبارگرا و فرصت‌گرا بر راه‌اندازی کسب‌وکار (زوان و همکاران، ۲۰۱۶ و مودتی و همکاران، ۱۳۹۷) و عواملی که منجر به ورود زنان به سمت کارآفرینی اجبارگرا می‌گردد (دنکر و همکاران، ۲۰۲۱ و تاجریزی و همکاران، ۱۳۹۹) پرداخته شده و پژوهش‌چندانی به چگونگی گذار زنان از کارآفرینی اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده پرداخته است. بنابراین هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت‌شده است که به شیوه اکتشافی و از طریق مصاحبه محقق‌گردید و متغیرهای مرتبط شناسایی شدند. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق روش کیفی تحلیل مضمون، در نهایت مضامین اصلی شامل پشتوانه مالی، قوانین و سیستم مالیاتی مناسب، دسترسی به مراکز توانمندساز، زیرساخت‌های فنی و تجاری، آموزش رسمی و غیررسمی، سرمایه اجتماعی، شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار، موقعیت اجتماعی، آزادی بازار و ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی شناسایی شدند.

از عوامل شناسایی شده در این پژوهش، چهار عامل آن با مطالعات پیشین هم‌راستا بود. یافته‌های پژوهش حاضر در ارتباط با پشتوانه مالی با پژوهش‌های لی و همکاران (۲۰۲۰) و ماجانگا و ماشنه (۲۰۱۴)، در مورد آموزش رسمی و غیررسمی با پژوهش باستیان و همکاران (۲۰۱۶) و در ارتباط با عامل قوانین و سیستم مالیاتی مناسب با پژوهش‌های اوگونلانا (۲۰۱۸)، فوئنتلساز و همکاران (۲۰۱۵) و ملکی و همکاران (۱۳۹۸)، در ارتباط با عامل زیرساخت‌های فنی و تجاری با پژوهش نیدزیلسکی (۲۰۱۹) همخوانی دارد. به‌علاوه، در نتایج حاصل از این پژوهش شش عامل جدید در حوزه خاص گذار کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا شناسایی شد که اطلاعاتی را به دانش



اندک قبلی می‌افزاید. عوامل جدید شناسایی شده در این پژوهش شامل دسترسی به مراکز توانمندساز، سرمایه اجتماعی، شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار، موقعیت اجتماعی، آزادی بازار و ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی است که بخشی از این عوامل باید مورد توجه سیاست‌گذاران دولتی و بخشی دیگر باید کاملاً مورد توجه کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا قرار گیرد تا گذار از کارآفرینی اجبارگرا به کارآفرینی تثبیت شده رخ دهد و اثرات این گذار بر رشد و توسعه اقتصادی نمایان شود.

پیشنهادهای این پژوهش بر اساس عوامل شناسایی شده بدین صورت است:

۱. پشتوانه مالی: با توجه به تعداد بالای کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا در پلدختر و به طور کلی استان لرستان، تأسیس صندوق‌های تأمین مالی مختص کارآفرینان مذکور پیشنهاد می‌گردد. به‌علاوه، مساعدت‌های مالی دولت از جمله کمک‌های یارانه‌ای برای خرید تجهیزات و دستگاه‌های مورد نیاز کارآفرینان اجبارگرا، کمک بانک‌ها و مؤسسات مالی با ارائه وام‌های با بهره کم و همچنین تشویق سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر به سرمایه‌گذاری و حمایت از کارآفرینان اجبارگرا توسط انجمن کارآفرینی استان، بخش خصوصی و سایر نهادهای فعال در دستور کار قرار گیرد تا تسریع‌بخش حرکت به سوی کارآفرینی تثبیت‌شده باشد.
۲. قوانین و سیستم مالیاتی مناسب: حذف الزامات اداری زائد و ساده‌سازی فرآیندهای اداری توسط دولت می‌تواند کارآفرینان نوپای زن اجبارگرا را از همان ابتدای شروع کسب‌وکار از بروکراسی‌های موجود رهایی بخشد تا وقت کارآفرینان درگیر مسائل اساسی کسب‌وکارشان شود. به‌علاوه، سیستم مالیاتی مناسب و معافیت کارآفرینان اجبارگرا در ۵ سال اول شروع کسب‌وکار که نرخ شکست بالاست به تداوم کسب‌وکار آنها کمک زیادی می‌نماید.
۳. دسترسی به مراکز توانمندساز: بهره‌گیری از متخصصان و فضای پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد استان لرستان جهت تأمین مالی، افزایش مهارت، مشاوره، فضای فیزیکی و همچنین مساعدت اداره کل سازمان فنی و حرفه‌ای استان جهت برگزاری دوره‌های مهارتی همچون طرح‌ریزی کسب‌وکار، فروش و بازاریابی جهت تسریع در پایداری کسب‌وکار به‌ویژه در سال‌های اولیه شروع کسب‌وکار کارآفرینان اجبارگرا در دستور کار قرار گیرد.
۴. زیرساخت‌های فنی و تجاری: در ارتباط با زیرساخت‌ها، یکی از عوامل مهم ایجاد کارگروه کارآفرینی به کمک استانداری و دفتر امور زنان استان است تا زمینه لازم برای کسب خدمات

حرفه‌ای همچون دسترسی و بهره‌مندی کارآفرینان زن اجبارگرای پلدختر از مشاوران کسب‌وکار که به دلیل هزینه بالای مشاوره توان بهره‌مندی از آن را ندارند فراهم گردد. به‌علاوه، بسترسازی برای امکانات پشتیبانی بویژه دسترسی به فناوری‌ها از لحاظ سوق به کارآفرینی تثبیت شده حائز اهمیت می‌باشد.

۵. آموزش رسمی و غیررسمی: اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای و مراکز علمی و کاربردی استان باید آموزش‌های (رسمی) مرتبط با کسب‌وکار را از طریق برگزاری دوره‌ها، رویدادها و کارگاه‌ها به‌منظور افزایش آگاهی کارآفرینان اجبارگرا ارائه دهند. همچنین مراکز غیرانتفاعی، تشکل‌ها و کانون‌های کارآفرینی می‌توانند در آموزش (غیررسمی) مباحث کلیدی کارآفرینانه همچون طرح و مدل کسب‌وکار نقش موثری ایفاء نمایند.

۶. سرمایه اجتماعی: کارآفرینان زن اجبارگرا جهت موفقیت در راه‌اندازی و تثبیت کسب‌وکارشان باید سرمایه اجتماعی‌شان را از طریق توسعه ارتباطات، شبکه‌سازی و عضویت در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ارتقاء بخشند؛ چرا که دسترسی به منابع اطلاعاتی، اکتساب منابع و دریافت حمایت‌های عاطفی از طریق تقویت سرمایه اجتماعی امکان‌پذیر است.

۷. شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار: مراکز ارتقاءدهنده شایستگی‌های حرفه‌ای استان لرستان باید شایستگی‌های مدیریت کسب‌وکار را در کارآفرینان اجبارگرا تقویت نمایند. چرا که چنین شایستگی‌هایی موجب پایداری آنها در مقابل چالش‌های فضای کسب‌وکار و بهبود توانایی آنها به‌منظور گذار از شرایط نامطلوب و تثبیت کسب‌وکار کوچک‌شان می‌گردد. کارآفرینان زن اجبارگرا به‌منظور مدیریت اثربخش کسب‌وکارشان بهتر است از طریق مطالعه، مشاهده، استفاده از تجربیات کسب‌وکارها و شرکت در کارگاه‌ها و سمینارهای مختلف شایستگی‌های کلیدی به‌ویژه تدوین و اجرای استراتژی، تحقیقات بازاریابی و مدیریت فروش را واجد گردند.

۸. موقعیت اجتماعی: به کارآفرینان زن اجبارگرا به‌منظور رسیدن به مرحله کارآفرینی تثبیت‌شده پیشنهاد می‌گردد که سطح تحصیلات (مهارت‌محور) خود را با هدف ایجاد یک جایگاه اجتماعی مناسب افزایش دهند. به‌علاوه، روابط اجتماعی خود را جهت دسترسی به منابع و اطلاعات مورد نیاز و اقناع دیگران به سرمایه‌گذاری بر کسب‌وکارشان گسترش دهند.



۹. آزادی بازار: پیگیری مطالبات کارآفرینان زن اجبارگرا توسط استانداری لرستان در مورد آزادی بازار، ورود و دسترسی کسب‌وکارهای آنها به بازار را فراهم و تهدیدهای موجود را رفع می‌کند. به‌علاوه، باید قوانین ضدانحصار وضع گردد تا محدودیت‌های این دسته از کارآفرینان برطرف گردد.
۱۰. ویژگی‌ها و سرمایه روان‌شناختی: پارک علم و فناوری استان لرستان بهتر است تمهیداتی فراهم کند که کارآفرینان زن اجبارگرا بتوانند از مراکز مشاوره پلدختر برای بررسی پروفایل روان‌شناختی‌شان و توسعه ویژگی‌های شخصیتی‌شان جهت غلبه بر چالش‌های فضای کسب‌وکار بهره ببرند. به‌علاوه، با توجه به این‌که سرمایه روان‌شناختی در کشورهای با عدم قطعیت بالا مانند ایران کلیدی است، کارآفرینان زن اجبارگرا برای تداوم کسب‌وکارشان ضمن باور به قابلیت‌ها و توانمندی‌های‌شان (خودکارآمدی)، باید تاب‌آوری‌شان را افزایش دهند تا توانایی غلبه بر سختی‌ها در شرایط نامطلوب و ظرفیت بازگشت در مقابله با مشکلات را پیدا نمایند. همچنین، با تعیین راه‌حل‌های اصلی و جایگزین برای مشکلات احتمالی، امیدواری را در خود پرورش دهند.

منابع

فروتن، مهرنوش، سفیری، خدیجه و میرسادو، طاهره. (۱۴۰۰). تعاریف و سنخ‌شناسی کارآفرینی و خوداشتغالی زنان دانش‌آموخته آموزش عالی شاغل در تهران. *توسعه اجتماعی*، ۱۵(۴)، ۳۸-۱.

فروتن، مهرنوش، سفیری، خدیجه و میرسادو، طاهره. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر سرمایه‌های کارآفرینی بر عملکرد کارآفرینی زنان دانش‌آموخته آموزش عالی تهران. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۲۰(۱)، ۹۹-۱۲۹.

ملکی، بهاره، رعنائی‌کردشولی، حبیب‌الله، مصلح‌شیرازی، علی‌نقی و موسوی حقیقی، محمدهاشم. (۱۳۹۸). توسعه شاخص انگیزش کارآفرینی در اکوسیستم کارآفرینانه ایران با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم‌ها. *توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۴)، ۶۰۱-۶۲۰.

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

Abazi-Alili, H. & Jusaj, Y. (2022). Women entrepreneurship development in Kosovo: Challenges and opportunities. *Entrenova-Enterprise Research Innovation*, 8(1), 212-224.

Adom, K. & Asare-Yeboah, I. T. (2016). An evaluation of human capital theory and female entrepreneurship in sub-Saharan Africa: Some evidence from Ghana. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 402-423.

Al-Ghamri, N. (2016). Challenges facing businesswomen and their negative impact on the performance of small businesses in the province of Jeddah in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Management*, 11(9), 96-116.

Ali, H. Y., Khan, M. K. & Asrar-ul-Haq, M. (2019). Factors affecting the performance of women entrepreneurs in SMEs: a case study of Punjab, Pakistan. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(1), 67-82.

Almobaireek, W. N. & Manolova, T. S. (2013). Entrepreneurial motivations among female university youth in Saudi Arabia. *Journal of Business Economics and Management*, 14(1), S56-S75.

Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L. & Koç, M. (2022). Women entrepreneurship for sustainability: Investigations on status, challenges, drivers, and potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 1-27.



- Amidžić, R. (2019). A set of factors related to the opportunity motivation: Analysis of Early-stage entrepreneurs from SEE. *Strategic Management-International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 24(2), 45-57.
- Amrita, K., Garg, C. P., Raghuvanshi, J. & Singh, S. (2022). An integrated model to prioritize the strategies for women entrepreneurship development to overcome its barriers: Case of Indian MSMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 3964-3978.
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Chowdhury, F. & Desai, S. (2022). Necessity or opportunity? Government size, tax policy, corruption, and implications for entrepreneurship. *Small Business Economics*, 58(4), 2025-2042.
- Bastian, B. L. & Zali, M. R. (2016). Entrepreneurial motives and their antecedents of men and women in North Africa and the Middle East. *Gender in Management: An International Journal*, 31(7), 456-478.
- Bijaoui, I. & Tarba, S. Y. (2011). From necessity to business entrepreneurship: The case of the Songhai center, Porto Novo, Benin. In *fourth Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business*.
- Brush, C. G. & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Caliendo, M., Kritikos, A. S. & Stier, C. (2023). The influence of start-up motivation on entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 61(6), 869-889.
- Carmichael, T. & Mazonde, N. B. (2016). The influence of culture on female entrepreneurs in Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 8(1), 1-10.
- Cetindamar, D., Gupta, V. K., Karadeniz, E. E. & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey? *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 29-51.
- Chinomona, E. & Maziriri, E. T. (2015). Women in action: Challenges facing women entrepreneurs in the Gauteng Province of South Africa. *International Business & Economics Research Journal*, 14(6), 835-850.
- Coffman, C. D. & Sunny, S. A. (2021). Reconceptualizing necessity and opportunity entrepreneurship: A needs-based view of entrepreneurial motivation. *Academy of Management Review*, 46(4), 823-825.
- Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M. & Haas, M. (2021). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *Academy of Management Review*, 46(1), 60-79.

- Dhahri, S., Slimani, S. & Omri, A. (2021). Behavioral entrepreneurship for achieving the sustainable development goals. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120561.
- Digan, S. P., Sahi, G. K., Mantok, S. & Patel, P. C. (2019). Women's perceived empowerment in entrepreneurial efforts: The role of bricolage and psychological capital. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 206-229.
- Duberley, J. & Carrigan, M. (2013). The career identities of 'mumpreneurs': Women's experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal*, 31(6), 629-651.
- Fairlie, R. W. & Fossen, F. M. (2018). Opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation. *Stanford Institute for Economic Policy Research Discussion Paper No. 17-014*, 1-49.
- Fernández, M. B. (2022). Comparative analysis: Factors influencing female entrepreneurship in Europe. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 13(1), 19-23.
- Foroutan, M., Safiri, K. & Mirsardo, T. (2021). Phenomenological typology of entrepreneurship and self-employment of working graduated women in Tehran. *Social Development*, 15(4), 1-38. (In Persian).
- Foroutan, M., Safiri, K. & Mirsardo, T. (2022). Study of the effect of entrepreneurial capital on the entrepreneurial performance of women higher education graduates living in Tehran. *Women Social and Psychological Studies*, 20(1), 99-129. (In Persian)
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K. & Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1-12.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maícas, J. P. & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258.
- Guled, N. S. & Kaplan, B. (2018). Factors influencing women entrepreneurs' business success in Somalia. *Research in Business and Management*, 5(1), 13-24.
- Handaragama, S. & Kusakabe, K. (2021). Participation of women in business associations: A case of small-scale tourism enterprises in Sri Lanka. *Heliyon*, 7(11), e08303.
- Huang, Y., Li, P., Wang, J. & Li, K. (2022). Innovativeness and entrepreneurial performance of female entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100257.
- Isa, F. M., Muhammad, N. M. N., Ahmad, A. & Noor, S. (2021). Effect of ICT on women entrepreneur business performance: Case of Malaysia. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 136-146.



- Ivanović-Djukić, M., Lepojević, V., Stefanović, S., van Stel, A. & Petrović, J. (2018). Contribution of entrepreneurship to economic growth: A comparative analysis of southeast transition and developed European countries. *International Review of Entrepreneurship*, 16(2), 257-256.
- Jahed, A. M., Kulsum, U. & Akthar, S. (2011). Women entrepreneurship in Bangladesh: A study on support services available for its development and growth. *Global Management Review*, 5(3), 1-11.
- Jesurajan, S. V. A. & Gnanadhas, M. E. (2011). A study on the factors motivating women to become entrepreneurs in Tirunelveli district. *Asian Journal of Business and Economics*, 1(1), 1-14.
- Jha, P. & Alam, M. M. (2022). Antecedents of women entrepreneurs' performance: An empirical perspective. *Management Decision*, 60(1), 86-122.
- Kalyani, A. L. N. S. & Mounika, G. S. (2016). Factors influencing female entrepreneurship. *Anveshana's International Journal Of Research in Regional Studies, Law, Social Sciences, Journalism and Management Practices*, 1(8), 1-13.
- Kamaruddin, L., Arshad, A. S., Osman, C. A. & Buyong, S. Z. (2018). An exploratory study of Malaysian women entrepreneurs: What drives them into business? *ASEAN Entrepreneurship Journal*, 4(2), 84-96.
- Karakire Guma, P. (2015). Business in the urban informal economy: Barriers to women's entrepreneurship in Uganda. *Journal of African Business*, 16(3), 305-321.
- Khalid, R., Raza, M., Sawangchai, A. & Somtawinpongsai, C. (2022). The challenging factors affecting women entrepreneurial activities. *Journal of Liberty and International Affairs*, 8(1), 51-66.
- Li, Y., Huang, S. S. & Song, L. (2020). Opportunity and necessity entrepreneurship in the hospitality sector: Examining the institutional environment influences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100665.
- Maleki, B., Ranaei Kurdshuli, H., Mosleh Shirazi, A. N. & Mousavi Haghghi, M. H. (2018). Development of entrepreneurial motivation index in Iran's entrepreneurial ecosystem with systems dynamics approach. *Entrepreneurship Development*, 12(4), 601-620. (In Persian)
- Martínez-Rodríguez, I., Callejas-Albiñana, F. E. & Callejas-Albiñana, A. I. (2020). Economic and socio-cultural drivers of necessity and opportunity entrepreneurship depending on the business cycle phase. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2), 373-394.
- Mashenene, R. G. & Majenga, A. (2014). Socio-cultural factors and financial performance among women small and medium enterprises in Tanzania. *European Journal of Business and Management*, 6(32), 153-163.
- Maudati, M., Torabi, T., Memaranjad, A. & Mahmoudzadeh, M. (2017). Formal and informal institutional factors, opportunistic entrepreneurship

- and economic growth using the generalized torque method. *Entrepreneurship Development*, 11(3), 539-521. (In Persian)
- Mota, A., Braga, V. & Ratten, V. (2019). Entrepreneurship motivation: Opportunity and necessity. *Sustainable Entrepreneurship: The Role of Collaboration in the Global Economy*, 139-165.
- Mrożewski, M. & Kratzer, J. (2017). Entrepreneurship and country-level innovation: Investigating the role of entrepreneurial opportunities. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 1125-1142.
- Mwobobia, F. M. (2012). The challenges facing small-scale women entrepreneurs: A case of Kenya. *International Journal of Business Administration*, 3(2), 112- 121.
- Naiki, E. & Ogane, Y. (2022). Human capital effects on fundraising for necessity-and opportunity-based entrepreneurs. *Small Business Economics*, 59(2), 721-741.
- Nicotra, M., Romano, M., Del Giudice, M. & Schillaci, C. E. (2018). The causal relation between entrepreneurial ecosystem and productive entrepreneurship: A measurement framework. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 640-673.
- Niedzielski, E. (2019). Motives and factors affecting entrepreneurship among women. *Roczniki (Annals)*, XXI (4): 350-357.
- Niethammer, C. (2013). Women, entrepreneurship and the opportunity to promote development and business. *Brookings Blum Roundtable Policy Brief*, 37, 1-10.
- Nishimura, J. S. & Tristán, O. M. (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 55-71.
- O'Donnell, P., O'Gorman, C. & Clinton, E. (2021). Rethinking the “necessity” in necessity entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 46(4), 827-830.
- Ogunlana, F. (2018). The role of entrepreneurship as the driver of economic growth. Thesis Central University of Applied Sciences Business Management.
- Prasad, V. K., Naidu, G. M., Kinnera Murthy, B., Winkel, D. E. & Ehrhardt, K. (2013). Women entrepreneurs and business venture growth: an examination of the influence of human and social capital resources in an Indian context. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(4), 341-364.
- Puente, R., González Espitia, C. G. & Cervilla, M. A. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: It is not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 953-983.
- Rahim, I. H. A., Fabeil, N. F. & Sung, T. P. (2017). Motivator and challenges of women entrepreneurs. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(3), 111-121.



- Ramadani, V. (2015). The woman entrepreneur in Albania: An exploratory study on motivation, problems and success factors. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 17(2), 204-221.
- Rudhumbu, N., Du Plessis, E. C. & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: Revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), 183-201.
- Sendra-Pons, P., Belarbi-Munoz, S., Garzon, D. & Mas-Tur, A. (2022). Cross-country differences in drivers of female necessity entrepreneurship. *Service Business*, 16(4), 971-989.
- Thaher, L. M., Radieah, N. M. & Wan Norhaniza, W. H. (2021). Factors affecting women micro and small-sized enterprises' success: A case study in Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 727-739.
- Tehseen, S. & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial competencies and SMEs business success: The contingent role of external integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 50-61.
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I. & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6, 273-295.
- Vossenbergh, S. (2013). Women entrepreneurship promotion in developing countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it. *Maastricht School of Management Working Paper Series*, 8(1), 1-27.
- Wang, X., Cai, L., Zhu, X. & Deng, S. (2020). Female entrepreneurs' gender roles, social capital and willingness to choose external financing. *Asian Business & Management*, 21, 432-457.
- Yin, L. & Wu, Y. J. (2023). Opportunities or threats? the role of entrepreneurial risk perception in shaping the entrepreneurial motivation. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 48.



نویسندگان

r.kohanhooshnejad@hmu.ac.ir

رضا کهن‌هوش‌نژاد

استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه حضرت معصومه (س) و علاقه‌مند به حوزه چالش‌های بانوان کارآفرین و دارای مقالات متعدد در این زمینه.

zahramousavi6036@gmail.com

سیده زهرا موسوی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از دانشگاه حضرت معصومه (س) و علاقه‌مند به حوزه اشتغال‌زایی برای بانوان بی‌سرپرست و بدسرپرست.