فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۹، شماره ۴، تابستان ۱۴۰۴، صفحات ۲۸۸-۲۵۷

بررسی موانع و ارائه مدل هویت خانوادگی کارآفرینی زنان: رویکرد گراندد تئوری

فرنوش حمیدپور[۱]، دکتر افسانه توسلی[۲]، دکتر افسانه ادریسی[۳]

تاریخ وصول: ۱۴۰۳/۹/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۶

چکیده:

کشور ایران از سویی با رشد قابل توجه عرضه نیروی کار جوان و از سوی دیگر با رشد ناچیز تقاضای نیروی کار مواجه است. از سویی برای جبران عقب‌ماندگی‌های رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور، راهی جز فعال کردن سایر بخش‌های اقتصادی از طریق کارآفرینی و کارآفرینان نیست، اما با توجه به نوپایی کارآفرینی زنان، مشکلات اجتماعی زیادی وجود دارد. کارآفرینی زنان در ابعاد مختلفی بررسی شده اما نگاه جامعه‌شناختی به کارآفرینی زنان با توجه به هویت خانوادگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این مطالعه، موانع ناشی از هویت خانوادگی برای کارآفرینی زنان به صورت رویکرد کیفی مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور و شناخت عمیق از روش گراندد تئوری با نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده است. جامعه آماری شامل متخصصین علمی‌و خبرگان در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان زن بوده است. تعداد مصاحبه‌های کیفی غیر ساختارمند بر اساس اجماع نظرات به مصاحبه با ۱۴ نفر از زنان کارآفرین موفق انجامید و سپس مدل مفهومی‌ارائه گردید. مدل استخراج شده از روش داده‌بنیاد نشان داد شرایط علی موانع توسعه‌یافتگی کارآفرینی زنان شامل: نقش تربیتی والدین، نقش همسر، الگوگیری از خانواده و انگیزه معیشتی خانوادگی است. شرایط زمینه‌ساز هویت خانوادگی در توسعه کارآفرینی زنان شامل نیل به استقلال مالی، نقش خانواده، داشتن حقوق نابرابر در خانواده، فرهنگ جامعه بوده است. اعتقادات خانوادگی، عدم همراهی همسر، فرهنگ خانوادگی، انجام فعالیت پنهان از خانواده، تبعیض جنسیتی در خانواده، تنگناها و مشکلات غیر مترقبه، تحمیل نقش زنانه، وظایف سنگین خانه‌داری و همسرداری و مسئولیت‌های مادرانه به‌عنوان عوامل مداخله‌گر هویت خانوادگی در توسعه کارآفرینی زنان شناسایی شدند.

مفاهیم کلیدی: *هویت خانوادگی، کارآفرینی زنان، زنان کارآفرین، گراندد تئوری*

---

[۱] دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران
farnoushhamidpour@gmail.com

[۲] دانشیار گروه مطالعات زنان و خانواده، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران
(نویسنده مسئول) afsaneh_tavassoli@alzahra.ac.ir

[۳] دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران edrisiafsaneh@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

در جامعه امروز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سال‌های اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است. مثلاً در آمریکا، از سال ۱۹۹۰ تا سال ۱۹۹۸، کارهایی که توسط زنان اداره می‌شود افزایش چشم‌گیری داشته است؛ ۹.۱ میلیون کار اداره شده توسط زنان در آمریکا ۲۷.۵ میلیون نفر را بکار گرفته است و ۳.۶ تریلیون دلار در اقتصاد آمریکا مشارکت دارد. با این وجود زنان با موانع خاصی در کسب و کار مواجه می‌شوند که به تدریج باید بر آنها غلبه کنند (*Gelard, 2020*).

هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسئله تعدد نقش زنان بطوریکه انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل .... آن‌ها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند. ناامنی‌های اجتماعی که امکان حضور فعال زنان در جامعه، که لازمه‌اش سفرهای بین شهری, اقامت در هتل‌ها و اماکن سالم است را با مشکل مواجه کرده است. با مرور شرایط اجتماعی حاکم بر سه دهه اخیر متوجه می‌شویم که ایدئولوژی حاکم در سال‌های اولیه پس از انقلاب بیشترین لطمه را بر مشارکت زنان وارد کرده است که تعطیلی مهدکودک های دولتی و مراکز تنظیم خانواده، بازنشستگی زودرس زنان، تعریف شغل‌های مشابه نقش مادری برای زنان، از آن جمله است (*Ghadermarzi, 2020*).

در حالی که زنان در آسیا بطور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیش از مردان کار می‌کنند، بدلیل بدون مزد بودن کار خانگی همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می‌گیرند. ارتقاء مقاها تنها بر اساس شایستگی‌ها صورت نمی‌پذیرد. بطوریکه بین سال‌های ۶۵-۵۵ از کل مردان شاغل تنها ۶٪ تحصیلات عالیه داشته‌اند. در حالیکه ۱۸ درصد زنان شاغل، تحصیلات عالیه داشته‌اند و جای شگفتی است که از کل زنان تحصیل‌کرده عالی تنها ۵٪ به سمت‌های بالای اداری و مدیریتی رسیده‌اند (*Census Results, 2016*)؛ تبعیض‌های جنسیتی در نوع آموزش: شامل مواد درسی، نقش زنان در کتاب‌های درسی، رسانه‌ها که بیشتر تقویت‌کننده دید سنتی نسبت به زن است؛ همچنین محدودیت‌های آموزش در نظام آموزش عالی برای زنان مانند انحصار برخی رشته‌ها برای مردان، محدودیت اعزام به خارج کشور برای ادامه تحصیل و کمبود امکانات (خوابگاه) برای دختران، همگی از موانع مشارکت زنان است. باورهای فقهی دینی نیز بی‌تأثیر در این مسئله نیست، احکام موجود در زمنیه ارث، نفقه، اجازه خروج از کشور در بعد اقتصادی و احکامی چون شهادت، دیه، قضاوت، طلاق، حق

حضانت در بعد خانوادگی اجتماعی بی‌شک تأثیر منفی در پیشرفت و شکوفایی همه‌جانبه زنان دارد که می‌توان با استنباط‌های متناسب شرایط زمانی و مکانی موانع را برطرف کرد (*Shaterian, 2017*).

از طرفی، اهداف زنان کارآفرین از ورود به کارآفرینی عبارتند از: دستیابی به استقلال، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، اجتناب از فقر، به دست آوردن قدرت و اعتبار در جامعه، تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی، مفید بودن برای جامعه و سایر افراد، عدم رضایت از شغل فردی و شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخصی (*Ylienen & Chechurina, 2021*).

ولی با تمام دستاوردهای زنان کارآفرین و نقش آن‌ها در پیشبرد جامعه، هنوز هم زنان کارآفرین با چالش‌های گوناگونی در جامعه و کسب و کار خود و رسیدن به موفقیت رو به رو هستند (*Hatcher & et. al, 2017*).

از آنجا که، موانع زیادی بر سر راه زنان کارآفرین، وجود دارد؛ شناخت و اولویت‌بندی این عوامل برای برنامه‌ریزی و انجام اقدامات اساسی در جهت رفع آن مهم می‌باشد. در پژوهش‌های مختلفی که تا به حال در این زمینه انجام شده موانع متعددی در خصوص توسعه کارآفرینی زنان ذکر شده است و این موانع بسته به جامعه یا سازمان مورد نظر از پژوهشی به پژوهش دیگر متفاوت بوده است. از این‌رو در این مطالعه به بررسی موانع هویت خانوادگی کارآفرینی زنان پرداخته شده است.

مسئله پژوهش

از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه روبه رو شده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست، همواره زنان فرصت‌های شغلی کمتری دارند و غالباً در بخش غیر رسمی با اندک دستمزد مشغول بکارند. در واقع می‌توان گفت، طبق آمار ۱۳۹۵، تنها ۱۲/۱٪ زنان ده ساله و بیشتر کشور از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۸/۴۵ درصد) و حدود ۱۶/۷٪ در بخش صنعت در گروه صنعت (ساخت)، اشتغال دارند. حدود ۷۱ درصد شاغلان بخش خدمات در گروه‌های آموزشی، بهداشت و مددکاری مشارکت دارند. بیشترین شاغلان زن در گروه حقوق‌بگیران قرار دارند (۶۰٪) و تنها ۰/۹درصد شاغلان کارفرما هستند. زنان شاغل بیشتر در نقاط شهری (۵۶٪) سکونت دارند و در گروه سنی ۲۹-۲۵ سال هستند و پس از آن گروه عمده‌ای مشغول ازدواج و پرورش فرزند

و بطور کل امور خانواده می‌شوند. با توجه به اینکه نرخ فعالیت ایران نسبت به کشورهای دیگر بسیار پایین است: (۴۳/۶٪). این امر در مورد زنان (۱۵ درصد) در مورد فعالیت مردان (۷۱٪) است. نرخ بیکاری جمعیت نیز روزبه روز فزونی می‌گیرد؛ بطوریکه حدود ۲۶/۱٪ جمعیت زنان فعال مناطق شهری بیکارند. نرخ بیکاری زنان تحصیل‌کرده خصوصاً در سال‌های اخیر مرتباً رو به افزایش است. لذا تلاش جهت بهبود وضعیت فعلی و رهایی از مشکلات و موانع مسئولیتی جمعی است. متأسفانه تحقیقات و پژوهش‌های داخلی در زمینه کارآفرینی زنان، به دلیل نوپایی مبحث بسیار محدود است و از آنجا که حتی اشتغال زنان در ایران همواره با مسائلی مواجه بوده، طبیعتاً کارآفرینی زنان با مسائل فزاینده‌ای روبه رو است. فرایند کارآفرینی زنان را می‌توان از ابعاد متنوعی بررسی کرد و آن را متأثر از مجموعه عوامل خانوادگی، فردی، محیطی و سازمانی دانست (*Rostamzadeh, 2018*).

در بعد خانوادگی فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های خانوادگی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به‌عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد بنفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است؛ همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکل‌های صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند. بدلیل نگاه خانوادگی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر بطور برابر با توجه به شایستگی‌ها به افراد، فارغ از جنسیتشان اعطا گشته است، همواره شاهد تبعیض‌های خانوادگی در اشتغال هستیم (*Sheykhan, 2016*).

علاوه بر چالش‌های جهانی که زنان برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار برای خود و دیگران با آن روبه‌رو هستند، زنان ایرانی با موانع جداگانه روبه‌رو هستند که به گواه کارشناسان اجتماعی و اقتصادی بخشی از این موانع ناشی از محیط و بخشی دیگر تابع تنگناهای شخصیتی و تربیتی زنان است (*Golerd, 1988*).

با توجه به مشارکت همه‌جانبه زنان در آموزش عالی و حضور مؤثر آنان در عرصه‌های علم و دانش که نشانگر وجود شایستگی و توانمندی در آنهاست، ایجاد کسب و کار مبتنی بر کارآفرینی توسط زنان در مقیاس‌های کوچک و متوسط چه به صورت کار در منزل و چه به صورت ایجاد شرکت‌های تولیدی، دستاوردهای مهمی خواهد داشت (*Gholizadeh, 2018*).

با توجه به نوپایی کارآفرینی زنان، مشکلات زیادی وجود دارد. مهم‌ترین آن‌ها، مشکلات هویت خانوادگی، فرهنگی / اجتماعی است که رفع آن مستلزم اجرای سیاست‌ها و سازوکارهایی متناسب با آن می‌باشد (*Roshan Nia, 2020*).

برخی از مشکلات فرهنگی ـ اجتماعی پیش روی کارآفرینی زنان عبارتند از: مخالفت مردان با فعالیت همسرانشان در بنگاه‌های اقتصادی وایجاد یک حرفه یا شغل، به دلیل محدودیت‌های فرهنگی از زنان انتظار می‌رود تا اوقات زندگیش آن را در یک محیط حفاظت شده سپری کنند تا آنها را از رویارویی با افرادی قوی‌تر حفظ کرده و دور نگهدارد، همچنین از زنان انتظار می‌رود تا فعالیت‌هایشان را به خانه‌داری و مراقبت از فرزندان محدود کنند (*Rostamzadeh & Jomezadeh, 2018*).

علاوه بر موارد فوق، کارآفرینی زنان با محدودیت‌های خانوادگی نیز روبرو می‌باشد که از مهم‌ترین آنها می‌توان به این موارد اشاره کرد: پر رنگ بودن نقش آنان در خانواده و همچنین نیاز روبه تزاید مردان به حضور دائمی آنان در خانواده، وجود افکار و باورهای منفی در مورد نقش زنان در کسب و کار، سطوح آموزشی نسبتاً پایین‌تر برای زنان به دلیل دسترسی محدود به فرصت‌های آموزشی شغلی در اکثر کشورها، فرصت‌های محدودتر در بخش دولتی برای توسعه مهارت‌های زنان، دسترسی ناکافی زنان کارآفرین به تکنولوژی، خدمات حمایتی و اطلاع‌رسانی، دسترسی کمتر زنان به اعتبارات مالی بدلیل ضعف مسائل مربوط به ضمانت و مقادیر کم اعتبارات و همچنین وجود نگرش منفی در خصوصت و توان بازپس‌دهی پایین زنان کارآفرین (*Arasti, 1998*).

کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده است. مجموعه این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی نمود. در واقع فرهنگ کارآفرینی در بطن خود ارزش‌ها و باورهایی را دارد که از فرهنگ کار، ارزش‌های جمعی، فرآیند اجتماعی شدن و ... متجلی می‌شود. از این‌رو جوامع، متناسب با محیط‌های فرهنگی گوناگون و علیرغم مباحث زیر ساختی و حمایتی، پاسخ‌های متفاوتی را به فرهنگ کارآفرینی می‌دهند. بدیهی است سیاست‌گذاری‌های توسعه پایدار بر کارآفرینی نه تنها از حیث رشد اقتصادی، بلکه به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی بر جامعه زنان تأکید می‌کند. از این‌رو تلاش کشورها برای استفاده از نیروی زنان کارآفرین در جهت رشد اقتصادی و توسعه فرهنگی به اندازه برنامه‌های توسعه بهداشت همگانی دارای اهمیت است.

در سال‌های اخیر در راستای توجه دولت به مسئله عدم کنشگری اقتصادی در زنان ایرانی، طرح‌ها و برنامه‌های راهبردی بسیاری اجرا گردیده است که فارغ از میزان اثربخشی برنامه‌ها از ضعف اطلاعات علمی ـ پژوهشی در خصوص موانع واقعی رنج می‌برده است و در حالی فرآیند پروژه‌ها با رویکردی مدیریتی و اقتصادی برنامه‌ریزی می‌گردد که عدم مشارکت زنان در بخش‌های تولیدی منوط به وام‌های تولیدی با سود پایین و اقساط بلند مدت نیست.

در واقع به نظر می‌رسد سیاست‌های تشویقی و رویکرد کسب و کارهای زنان بیش از آنکه متأثر از مدیریت کسب و کار باشد به ساختار عمیق اجتماعی هویتی مربوط باشد. از این‌رو طرح‌های معاونت زنان ریاست جمهوری و وزارت کشور که از طریق عالی‌ترین مقام حکومتی (استانداری‌ها) در استان‌ها به اجرا در می‌آید، و پژوهشگر زمینه همکاری در طرح‌های مطالعاتی کلان را دارد از غنای علمی رنج می‌برد و با نتایج کاربردی پژوهش مذکور امکان بهبود عملکرد در تعریف فرآیندهای کسب و کار را می‌یابد.

با توجه به تجربه زیسته نویسندگان و اجرای طرح‌های مطالعاتی و اجرایی در حوزه توانمندسازی زنان با نظارت معاونت زنان ریاست جمهوری در استان کرمان در سال‌های اخیر، مشاهدات پژوهشگران نشانگر تمایل زنان به کارآفرینی به دلیل شرایط خانوادگی از جمله بیکاری و اعتیاد مردان و سایر آسیب‌های اجتماعی بیش از سایر استان‌های کشور بوده است، اما بستر این کارآفرینی همچنان تحت تأثیر شرایط خانوادگی محقق نشده بود. از این‌رو قلمرو مکانی پژوهش به دلیل بررسی موشکافانه و دقیق زنان کارآفرین و خبرگان این حوزه، شهر کرمان انتخاب گردید.

همچنین با توجه به موانع و مشکلات ذکر شده که روند رو به رشد کارآفرینی توسط زنان را کند می‌کند، نبود اعتماد به نفس، ترس از شکست و ملامت اطرافیان به‌ویژه اعضای خانواده از موانع بازدارنده است. با مصاحبه‌های اکتشافی انجام شده این نتیجه حاصل شد که از میان موانع متعدد، هویت‌های خانوادگی تعریف شده بسیار مهم تلقی می‌شوند. از این‌رو عوامل بازدارنده از کارآفرینی زنان در ایران که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند چیست؟ چگونه این عوامل بر راه‌اندازی کسب و کار و تأثیرگذاری در اقتصاد باز مؤثر هستند؟ در واقع چرایی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان ایران چیست؟

اهداف پژوهش

هدف از انجام این مطالعه مشخص کردن مؤلفه‌های اساسی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی در زنان است از این‌رو هدف کلی را می‌توان به صورت زیر عنوان کرد.

اهداف کلی

تبیین نظری و ارائه مدل موانع هویت خانوادگی توسعه کارآفرینی زنان.

اهداف جزئی

۱. شناسایی شرایط علی موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان.
۲. شناسایی شرایط زمینه‌ای موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان.
۳. شناسایی شرایط مداخله‌گر موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان.
۴. شناسایی راهبردهای رفع موانع هویت خانوادگی توسعه نیافتگی کارآفرینی زنان.
۵. شناسایی پیامدهای رفع موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان.

مفاهیم نظری

علاوه بر چالش‌های جهانی که زنان برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار برای خود و دیگران با آن روبه‌رو هستند، زنان ایرانی با موانع جداگانه روبه‌رو هستند که به گواه کارشناسان اجتماعی و اقتصادی بخشی از این موانع ناشی از محیط است.

با توجه به مشارکت همه‌جانبه زنان در آموزش عالی و حضور مؤثر آنان در عرصه‌های علم و دانش که نشانگر وجود شایستگی و توانمندی در آنهاست، ایجاد کسب و کار مبتنی بر کارآفرینی توسط زنان در مقیاس‌های کوچک و متوسط چه به صورت کار در منزل و چه به صورت ایجاد شرکت‌های تولیدی، دستاوردهای مهمی خواهد داشت.

کارآفرینی

کارآفرینی یک نوع کنش انسانی است که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی متبلور می‌شود. با وجود این، اقتصاددانان به این امر اذعان دارند که کارآفرینی پدیده‌ای فرا اقتصادی است. این بدان معنااست که برخی از پدیده‌ها که تأثیر عمیقی بر اقتصاد دارند، در اساس دارای ماهیت اقتصادی دارند (*Draco, 1993: 13*) به نقل از (*Javaheri & Ghozati, 2004:165*). زنان کارآفرین زنانی هستند که با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری و ابتکارات شخصی و استفاده بهینه از فرصت‌ها و منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می‌کنند که باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شود (*Rostamizadeh & Jomezadeh, 2020*).

با توجه به تعاریف فوق می‌توان ویژگی‌هایی برای زنان کارآفرین از قبیل تمایل قوی برای استقلال، نوآوری، ریسک‌پذیری، ابتکار، مهارت‌های کسب و کار و دانش (*Mat & Razak, 2021*)، تمایل زیاد به کامیابی، سخت‌کوشی، پافشاری و دورنماسازی خارق‌العاده را نام برد (*Shekhan, 2011: 271*).

هویت

هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند. هویت امری ذهنی است و تنها با مشاهده تغییر در تبعات عینی آن می‌توان به تغییر آن پی برد. هویت مقوله‌ای چند بعدی است و بزرگ کردن یک بعد به معنای اهمیت نداشتن ابعاد دیگر نیست. هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند. هویت‌ها معانی کلیدی هستند که ذهنیت افراد را شکل می‌دهند و مردم به واسطه آنها نسبت به رویدادها و تحولات محیط زندگی خود حساس می‌شوند. مردم به دیگران می‌گویند که چه کسی هستند و مهم‌تر این که به خودشان نیز می‌گویند که چه کسی هستند و سپس می‌کوشند به گونه‌ای رفتار کنند که از آن کسی که تصور می‌کنند هستند، انتظار می‌رود (*Allahdadi & Goudarzi, 2019:68*).

هویت خانوادگی

هویت‌ها را با تأکید بر ویژگی‌های گوناگون و از زوایای مختلف، می‌توان به انواعی دسته‌بندی کرد. همه هویت‌ها بر اساس اصول یکسانی عمل می‌کنند؛ *Bruner & Gardner (2007)* با استفاده از سطوح سه‌گانه تحلیل (یعنی سطح فرد، سطح بین شخصی و سطح گروه)، سه گونه هویت معرفی می‌کنند: شخصی، رابطه‌ای و جمعی بر این اساس می‌توان هویت خانوادگی را نوعی هویت اجتماعی مبتنی بر روابط رابطه‌ای دانست و چیزی در حدود جمع‌گرایی مبتنی بر فاصله اجتماعی نزدیک (یا خانواده‌گرایی) به حساب آورد.

موانع خانوادگی

هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسئله تعدد نقش زنان بطوریکه انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل .... آن‌ها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند.

موانع اجتماعی

- تلاقی امور شرکت با مسائل خانوادگی و ناهمخوانی انتظارهای نقشی.
- عدم تشویق زنان توسط خانواده‌ها و کمبود حمایت‌های معنوی.

- مخالفت والدین و یا همسر با کارآفرینی زن.

تعارض در نقش

زنان شاغل به‌طور همزمان دارای سه نقش همسری، مادری و شغلی هستند. هر یک از این نقش‌ها دارای مجموعه‌ای از انتظارات مختلف است. ایجاد تعادل بین نقش‌های کار و خانواده احتمال دارد با افزایش تضاد دوجانبه در درون نقش‌ها همراه باشد. برای مثال، تعارض خانواده با کار، وقتی رخ می‌دهد که مسئولیت‌های مربوط به نقش خانوادگی مانع انجام دادن کار شود؛ همچنین نگهداری از فرزند ممکن است مانع توجه کافی به مسائل شغلی شود. این تعارض‌ها می‌توانند به سه شکل بروز کنند:

- تعارض مبتنی بر زمان: تداخل زمانی نقش‌ها.
- تعارض مبتنی بر فشار: فشار زیاد، استرس و خستگی ناشی از فعالیت‌های خانه و کار.
- تعارض مبتنی بر رفتار: تفاوت رفتار، برخورد با شخصیت‌های متفاوت (همسر، فرزند و کارمندان).

پیشینه پژوهش

مطالعات پیشین نیز در این زمینه انجام شده است که نشانگر اهمیت متغیرهای اجتماعی و محیطی در کارآفرینی زنان است. از جمله؛ مطالعه حسین‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، با موضوع "نقش همسران در اکوسیستم کارآفرینی زنان با رویکردی فراترکیب، توسعه و سیاست" به نقش همسران در اکوسیستم کارآفرینی زنان براساس روش دلفی می‌پردازد و همچنین به الگوی نقش همسران در اکوسیستم کارآفرینی زنان و ارائه مدل می‌پردازد.

همچنین ارشادی رضایی و باقری (۱۳۹۹)، به "ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری" تهران پرداختند و دریافته‌اند عوامل فرهنگی و اجتماعی نسبت به سایر متغیرها به مراتب تأثیر مهم‌تری بر کارآفرینی دارد. همچنین در ۱۳۹۷، کاظمی و مقیمی در پژوهشی با عنوان بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی پرداخته‌اند و نتایج نشان داد مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان، از نظر مردان موانع زیربنایی و از نظر زنان عوامل محیطی است.

از سویی درپژوهش‌های خارجی، *Chatterjee & et. al (2019)* در مطالعه‌ای تحت عنوان "کارآفرینی و رفاه زنان در پایه هرم" نشان می‌دهند که زنان کارآفرین رو به زوال، فاقد

حمایت خانواده و تجربه کاری قبلی در خارج از خانه هستند، که با اهداف انتزاعی و انتظارات غیر واقعی خانواده همراه است. در مقابل، زنان کارآفرین شکوفا، با بهره‌مندی از تجربه کاری قبلی و حمایت خانواده، تمایل به تعیین اهداف مشخص برای تلاش‌های کارآفرینانه خود داشتند و انتظارات واقع‌بینانه داشتند و در پژوهشی دیگر در ۲۰۲۲ با عنوان "سهم زنان در تداوم کسب و کار خانوادگی در مناطق روستایی هندوراس" که *Cruz & et. al (2022)* به آن پرداخته‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که سهم زنان در کسب و کارهای خانوادگی تا حد زیادی پنهان است و اغلب به نقش حمایتی تنزل می‌یابد. زیرا نقش‌های زنان چند وجهی است که به‌طور همزمان تحت تأثیر منطق کسب و کار خانگی و خانوادگی است. بنابراین، سهم زنان به‌طور خاص از نظر پذیرش نقش مباشر، پرورش انعطاف‌پذیری و شکل‌دهی شبکه‌های خانواده و کسب و کار ظاهر می‌شود.

در واقع بررسی پژوهش‌های داخلی پیشین، نشان از توجه به کارآفرینی در بین زنان روستایی با رویکرد توانمندسازی و حمایتی دارد و توانمندسازی صرفاً به معنی خودکفایی و استقلال زنان سرپرست خانواده مطرح شده است، در واقع به شکل مشخص کارآفرینی زمانی مطرح گردیده است که زنان به‌عنوان نان‌آور خانواده مطرح شده‌اند و نوعی فقدان را در خانواده تجربه کرده‌اند. از جمله فوت همسر، طلاق یا عدم توانایی همسر یا پدر برای کار، زن جایگزین مرد شده است. در واقع زنان تحصیل‌کرده یا زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت و ظرفیت کارآفرینی به آن پرداخته نشده است. در تحقیقات خارجی با مدل‌های مقایسه‌ای توجه به نقش محیط فرهنگی و اجتماعی در کارآفرینی زنان شده است. مدل‌های مقایسه‌ای بین کشورها نشان‌دهنده اهمیت عملکرد کارآفرینی زنان است. در این پژوهش سعی شده است با بهره‌گیری از مطالعات پیشین جامعه‌شناسی کارآفرینی توجه شود. سطح تحلیل جامعه‌شناسی در کارآفرینی فرد نیست. جامعه‌شناسی بر شبکه افراد کار آفرین ساختار سازمانی و گروه کار آفرینی تأکید دارد؛ همچنین جامعه‌شناسی کارآفرینی هم بر جنبه‌های مادی مانند سرمایه و موقعیت بازار و هم بر بعد فرهنگی اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید دارد. در این پژوهش جامعه‌شناسی به دنبال فهم عملکرد کار آفرینان زن در میدان‌های متفاوت بودیم. در واقع سؤالی که مطرح بود این است که خانواده چگونه بر کارآفرینی زنان مؤثر می‌شود؟ و علیرغم توانمندی زنان و تحصیلات عالیه چه چیزی مانع کنشگری اقتصادی زنان می‌شود؟

جامعه‌شناسی سه مسیر پرثمر را درمطالعات کارآفرینی دنبال کرده است که تا حدودی از هم متفاوت است و می‌توان چنین دسته‌بندی کرد؛ جامعه‌شناسانی که به پیروی از وبر، به

محیط اجتماعی و فرهنگی در بررسی کارآفرینی توجه کرده‌اند. اگر چه محیط از نظر هر یک از این محققین تعریف خاص خود مانند نظام ارزشی، خانواده، شبکه اجتماعی و غیره را دارد و محققان جامعه‌شناسی که بر تضاد میان عوامل مادی و غیر مادی مؤثر بر فعالیت کارآفرینی تأکید کرده‌اند و معتقدند به جای تأکید زیاد بر عوامل مادی باید به عوامل غیر مادی مانند: شبکه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و انسانی و اعتماد در بررسی کارآفرینی توجه کرد و جریان سوم تمرکز خود را بر کارآفرینی خارج از زمینه معمول و مرسوم شغلی و کاری مانند کارآفرینی قومی می‌گذارد. این محققان معتقدند که ساز و کار کارآفرینی در این زمینه‌ها متفاوت‌تر است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به روش کیفی انجام می‌شود و رویکرد کلی پژوهش توسعه‌ای و قیاسی ـ استقرایی است.

در تحقیق کیفی از رویکرد نظریه‌پردازی داده بنیاد (گرندد تئوری) و از نوع سیستماتیک استفاده شده است که فرایندی منعطف و دیالکتیکی است. در این پژوهش منبع جمع‌آوری داده‌ها، شامل مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های کیفی می‌باشد که به تدوین مدل مفهومی انجامید.

تشریح روش نظریه‌پردازی داده بنیاد (گرندد تئوری)

گراندد تئوری یک روش پژوهشی استقرایی و اکتشافی است که به پژوهشگران در حوزه‌های موضوعی گوناگون امکان می‌دهد تا به جای اتکا به تئوری‌های موجود، خود به تدوین تئوری اقدام کند. این تئوری به شکل نظام‌مند و بر اساس داده‌های واقعی تدوین می شود. این روش در مواردی کاربرد دارد که دانش پژوهشگران در آن زمینه‌ها محدود است.

گراندد تئوری[۱] یک روش تحقیق استقرایی[۲] و با رویکرد کاملاً کیفی[۳] است. گراندد تئوری یک روش پژوهشی اکتشافی[۴] است و به پژوهشگر امکان می‌دهد در مواردی که امکان تدوین فرضیه وجود ندارد بجای استفاده از تئوری‌های از پیش تعریف شده[۵] خود به تدوین

---

[1] grounded theory
[2] inductive
[3] qualitative
[4] exploratory
[5] grand theories

یک تئوری جدید[1] اقدام کند. این تئوری جدید نه بر مبنای نظر شخصی پژوهشگر که در واقع بر اساس داده‌های گردآوری شده از محیط واقعی و در شرایط واقعی تدوین می‌شود. به بیان دیگر، گراندد تئوری روشی است برای کسب شناخت پیرامون موضوع مورد مطالعه، موضوع یا موضوع‌هایی که قبلاً تحقیق جامعی در مورد آن انجام نشده و دانش ما در آن زمینه محدود است.

به‌طور خلاصه، "گراندد تئوری عبارت است از فرآیند ساخت یک نظریه مستند و مدون از طریق گردآوری سازمان‌یافته داده و تحلیل استقرایی مجموعه داده گردآوری شده به منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های نوین در زمینه‌هایی که فاقد مبانی نظری کافی برای تدوین هر گونه فرضیه و آزمون آن هستند". واژه گراندد در گراندد تئوری نشانگر آن است که هر تئوری که بر اساس این روش تدوین می‌شود بر زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی بنیاد نهاده شده است.

جامعه آماری

روش نمونه‌گیری گلوله برفی می‌باشد و جامعه آماری این پژوهش، متخصصین علمی و خبرگان در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان زن خواهد بود و حجم نمونه پژوهش، به روش نظری انتخاب گردید. در این روش با افرادی که خبرگان این حوزه هستند و از معیارهای الزم برخوردارند، مصاحبه آغاز شده و ضمن پرسش‌های تحقیق، از آنها خواسته شد تا سایر افراد صاحب‌نظر در این زمینه را معرفی کنند، بنابراین به جز چند نفر اول که مستقیماً توسط محقق، بر اساس معیارهای مورد نظر انتخاب شدند، سایر خبرگان علاوه بر معیارهای خبرگی، توسط سایر خبرگان نیز انتخاب شدند. از طرفی کفایت نمونه‌گیری، با روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شده است، به این مفهوم که نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که مدل به حد ساخت و اشباع رسید (تعداد مصاحبه ۱۴ مورد).

روش جمع‌آوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات پژوهش حاضر از دو بخش تشکیل شده است که عبارتند از: مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی.

به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر از مصاحبه کیفی استفاده شده است.

---

[1] theory development

مصاحبه

از آنجا که با ابزار مصاحبه می‌توان بهتر به زبان خود شرکت‌کنندگان از تجربه آنان آگاه شد، لذا در پژوهش حاضر از مصاحبه عمیق به‌عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است (*Bazargan, 1998*).

فرایند تدوین و بکارگیری مصاحبه در پژوهش‌های کیفی چهار مرحله دارد (*Danaeifard & et. al, 2013*):

۱. تعریف مسأله پژوهش
۲. تدوین رهنمود مصاحبه
۳. انتخاب مصاحبه شوندگان
۴. انجام مصاحبه

در پژوهش حاضر، با در نظر گرفتن رویکرد نظریه‌پردازی داده بنیاد، مصاحبه با متخصصین علمی و خبرگان حوزه کارآفرینی و کارآفرینان زن موفق صورت گرفت و در نهایت پس از انجام مصاحبه چهاردهم به اشباع داده رسیده و بنابراین مصاحبه در این مرحله متوقف گردید. مصاحبه‌ها بیشتر گذشته‌نگر بوده و به دنبال شناسایی شاخص‌های تکمیلی هم در فعالیت‌های انجام شده و هم نظرات آنها در ارتباط با فعالیت‌هایی که می‌تواند در این ارتباط صورت گیرد (نظر خبرگی) بود. مصاحبه صورت گرفته در این پژوهش از نوع مصاحبه هدایت شده با سؤالات باز بود. بدین وسیله که برخی سؤالات توسط محقق با توجه به هدفی که از قبل برای اطلاعات مورد نیاز تعریف شده بود، طراحی گردید.

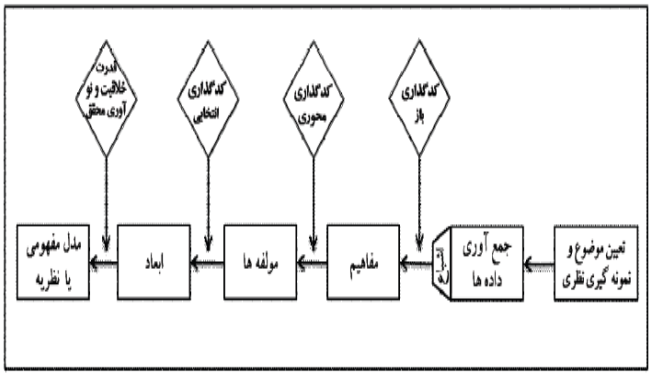
روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر به صورت کیفی و از نظریه تحلیل داده بنیاد استفاده شده است.

چگونگی اجرای گراندد تئوری (تحلیل داده‌بنیاد)

گراندد تئوری روشی نظام‌مند و منسجم است. گردآوری داده‌ها در گراندد تئوری ممکن است به روش‌های متعددی از جمله مصاحبه، بررسی اسناد و مشاهده حاصل شود؛ داده به هر شکل که گردآوری شود ترجیحاً باید کیفی و مفصل باشد، در واقع نظریه بر اساس داده بنا می‌شود. داده‌های گردآوری شده در پژوهشی که مبتنی بر گراندد تئوری است در واقع اجزای سازنده تئوری در دست تدوین را شکل می‌دهند. بنابراین در نخستین قدم لازم است که

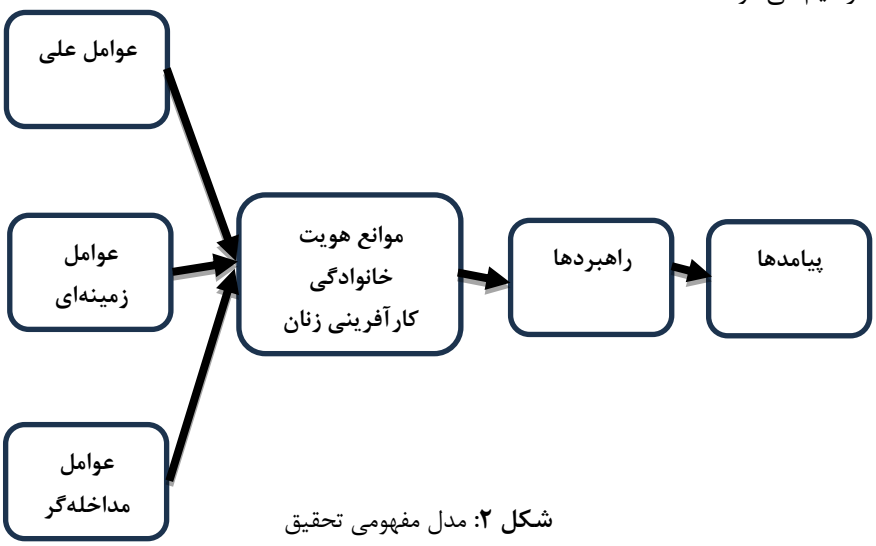
پژوهشگر با شناسایی مفاهیم مستتر در دل این مجموعه گردآوری شده، آن را به کوچک‌ترین اجزای مفهومی تقسیم کند. این فرآیند را که نخستین گام در تحلیل داده در گراندد تئوری محسوب می‌شود اصطلاحاً کدگذاری می‌نامند.



شکل ۱: مراحل اجرای گرندد تئوری

Figure 1: *Steps to Implement the Grounded Theory*

بر این اساس مدل استخراجی کدگذاری شده در گرندد تئوری، مؤلفه‌های نهایی علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای پژوهش انجام شده تبیین و مدل مفهومی پژوهش ترسیم می‌شود.



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق

Figure 2: *Conceptual Research Model*

یافته‌های تحقیق

زمانی که خانواده با زنان به شیوه‌های نابرابرانه برخورد می‌کند یعنی در مقایسه با مردان آنان را با ویژگی‌های ضعیف یا منفی توصیف می‌کند یا اگر امکان دست‌یابی به فرصت‌ها و منابع ارزشمند اجتماعی را به خاطر زن بودن آنان محدود کنند در این صورت به تدریج این مؤلفه‌های جزئی از خودپنداره هویت زنان می‌گردد. ادراک منفی یا ضعیف از خود، عزت نفس پایین ارزیابی ضعیف از توانایی‌های خود احتمال شکل‌گیری ساختار روانی و شخصیتی مساعد کارآفرینی را کاهش می‌دهد.

سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا هویت خانوادگی زنان می‌تواند به‌عنوان یک مانع برای کارآفرینی آنان باشد؟ در این بخش، مانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان از دیدگاه پاسخگویان ارائه شده است.

جدول ۱: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها در محور موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان

Table 1: Categories and *Concepts Extracted From Interviews on the Axis of Family Identity Barriers to the Underdevelopment of Women's Entrepreneurship*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	کمک معیشت خانواده	نیل به استقلال مالی
	کمک خرج خانواده	
	حمایت مالی از خانواده	
	تأمین مالی هزینه زندگی	
۲	عدم نیاز مالی	عاملیت مالی
	تصمیم‌گیری مالی	
	رفاه زندگی	
	آزادی عمل در مخارج زندگی بدون مداخله مردان	
۳	تبعیض خانواده بین فرزندان	نقش تربیتی والدین
	نحوه برخورد درست خانواده با فرزندان دختر	
	عدم تعصب بیجای پدر	
	الگو قرار دادن مادر	

مؤلفه	گویه	ردیف
Component	*Item*	*Row*
	تربیت مناسب پدر	
	محدود بودن توسط پدر	
نقش حمایتی والدین	تشویق پدر	۴
	حمایت پدر	
	حمایت کامل خانواده	
اعتقادات خانوادگی	اعتقاد پدر به آزادی زنان	۵
	پدر مطالبه‌گر	
	عدم ریسک‌پذیری پدر	
نقش همسر	چشم نداشتن همسر به درآمد	۶
	توان مالی همسر	
	حمایت خانواده همسر	
	مخالفت همسر با کار	
	جلب رضایت همسر در منزل	
عدم همراهی همسر	ایجاد مشکل در صورت عدم حمایت همسر	۷
	عدم اعتقاد همسر	
	اعتیاد همسر	
نقش خانواده	مادر بسیار فعال	۸
	مشاهده تجربیات پدر و خانواده در کسب و کار	
	کارمند بودن والدین	
الگوگیری از خانواده	الگو قرار دادن پدر و مادر	۹
	کسب تجربه نزد مادر	
	افتخار به مادر	
	تبعیت اخلاق کاری از پدر	
فرهنگ خانوادگی	خانواده سنتی	۱۰
	تفاوت نسل‌ها	
	ازدواج زود هنگام	
انجام فعالیت پنهان از خانواده	آزاد بودن توسط همسر	۱۱
	اعتماد همسر	

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
	تابع همسر	
	تمکین کامل	
۱۲	آزاد گذاشتن فرزندان	داشتن حقوق نابرابر پسر و دختر در خانواده
	نگاه جنسیتی خانواده به فرزندان	
	مخالفت خانواده با ادامه فعالیت	
۱۳	احساس کمبود مرد از لحاظ مالی و تحت فشار قرار دادن زن	تبعیض جنسیتی در خانواده
	غیرت بیش از حد در کار کردن زنان	
	عدم حمایت همسران از زنان شاغل	
	توجه همزمان به خانواده و کار	
۱۴	شروع زندگی مشترک با سختی و بدهی	انگیزه معیشتی خانوادگی
	تامین حداقل معیشتی توسط مردان	
	ترس از شروع کار	
۱۵	شروع کار با وجود فرزندان	مسئولیت‌های مادرانه
	کار به منظور کاستن از مسئولیت خانه‌داری	
۱۶	فوت همسر و سایر اعضای خانواده	تنگناها و مشکلات غیر مترقبه
	تنش به دلیل رها کردن کار	
	مهاجرت	
	شکست اولیه	
۱۷	تغییر دیدگاه در خصوص نان‌آور خانواده	نظام ارزشی خانواده
	اولویت مادر بودن بر شاغل بودن	
	ادامه دادن حرفه خانوادگی	
۱۸	عدم اعتقاد اطرافیان	فرهنگ جامعه
	تعصبات بیجا	
	مزاحمت مردها به دلیل زن بودن	
	تبعیض بین زن و مرد	
	مرد سالاری	
۱۹	تربیت خانوادگی مردان	فرهنگ خانواده
	حسادت مردان نسبت به زنان	

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
	وجود نداشتن فرهنگ کار در خانواده	
۲۰	توقع نابجا و زیاد از مادران در فرهنگ	تحمیل نقش زنانه
	اولویت تربیت فرزندان و رضایت همسر نسبت به کار	
	مداخله مردان در مدیریت بدن زنان	
۲۱	اداره زندگی	وظایف سنگین خانه-داری و همسرداری
	حمایت عاطفی از خانواده	
	باردار بودن	
۲۲	اختیار و اجازه کار زنان با مردان(شوهر و پدر)	الزامات قانونی
	پرداخت نفقه به زنان	
	پرداخت مهریه به زنان	
	الزام تمکین جنسی زنان از مردان	
	دفاع قانون از مردان	
۲۳	مدیریت رفتاری فرزندان	تربیت صحیح فرزندان
	سهم برابر در تربیت فرزندان	
۲۴	ارث بردن فرزندان از مادر	حمایت مالی از آینده فرزندان
	تعدیل ارزش‌های پدرسالارانه به واسطه حمایت مالی مادر	
۲۵	تصمیم‌گیری در موقعیت‌های بحرانی	تأثیرگذاری بر آینده خانواده
	نقش مادر در خصوص سبک زندگی	
۲۶	افزایش رفاه خانواده	افزایش کیفیت زندگی خانواده
	افزایش قدرت تاب‌آوری خانواده	

مقوله‌های مرتبط با شرایط علی محور موانع خانوادگی

مقوله-های علّی شامل مواردی می‌شود که به وقوع یاد رشد و گسترش پدیده اصلی می‌انجامند. شرایط علی یا سبب‌ساز در مقوله‌بندی یافته‌های این پژوهش بر اساس تحلیل داده‌ها با قرار گرفتن در آن موقعیت یا رفتار در برخورد با آن پدیده تجربه می‌شود و می‌تواند ویژگی‌های دیگری در آن پنهان باشد (شرایط زمینه‌ای) و ممکن است تحت تأثیر شرایط موقعیت هم اثر آن عامل علیتی در ایجاد یک رویداد قرار گیرد (شرایط مداخله‌گر).

جدول ۱: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها مرتبط با شرایط علی با محور موانع هویت خانوادگی

Table 2: *Categories and Concepts Extracted From Interviews Related to Causal Conditions of Family Identity Barriers*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	تبعیض خانواده بین فرزندان	نقش تربیتی والدین
	نحوه برخورد درست خانواده با فرزندان دختر	
	عدم تعصب بیجای پدر	
	الگو قرار دادن مادر	
	تربیت مناسب پدر	
	محدود بودن توسط پدر	
۲	چشم نداشتن همسر به درآمد	نقش همسر
	توان مالی همسر	
	حمایت خانواده همسر	
	مخالفت همسر با کار	
	جلب رضایت همسر در منزل	
۳	الگو قرار دادن پدر و مادر	الگوگیری از خانواده
	کسب تجربه نزد مادر	
	افتخار به مادر	
	تبعیت اخلاق کاری از پدر	
۴	شروع زندگی مشترک با سختی و بدهی	انگیزه معیشتی خانوادگی
	تامین حداقل معیشتی توسط مردان	
	ترس از شروع کار	

مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای محور موانع خانوادگی

بسترهای زمینه‌ای برای یک پدیده، شرایط نسبتاً ثابت در فرد و محیط هستند که معمولاً یک یا چند مرتبه از منشأ عمل دورترند. اما به مشابه یک جو، پوشش یا تم فضای موقعیت تجربه شده را تحت تأثیر قرار می دهند (*Strauss & Corbin, 2016*).

جدول ۳: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها مرتبط با شرایط زمینه‌ای با محور موانع هویت خانوادگی

Table 3: *Categories and Concepts Extracted From Interviews Related to the Background Conditions of Family Identity Barriers*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	کمک معیشت خانواده	نیل به استقلال مالی
	کمک خرج خانواده	
	حمایت مالی از خانواده	
	تأمین مالی هزینه زندگی	
۲	مادر بسیار فعال	نقش خانواده
	مشاهده تجربیات پدر و خانواده در کسب و کار	
	کارمند بودن والدین	
۳	آزاد گذاشتن فرزندان	داشتن حقوق نابرابر پسر و دختر در خانواده
	نگاه جنسیتی خانواده به فرزندان	
	مخالفت خانواده با ادامه فعالیت	
۴	عدم اعتقاد اطرافیان	فرهنگ جامعه
	تعصبات بیجا	
	مزاحمت مردها به دلیل زن بودن	
	تبعیض بین زن و مرد	
	مردسالاری	

مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر محور موانع خانوادگی

عوامل مداخله‌گر اثر شرایط علّی را تخفیف یا تشدید و یا به دلایلی به نحو دیگری تغییر می‌دهند و شرایط اتفاقی و غیر ثابتی هستند که به شرایط علّی تأثیر می‌گذارند و با بیان اینکه چرا در یک زمان و موقعیت فرد به یک نتیجه می‌رسد که هیجانی در او برانگیخته می‌کند اما در زمان دیگر کمک نمی‌کند (*Strauss & Corbin, 2016*). بنا به تعریف شرایط مداخله‌گر برای یک پدیده شرایط غیر ثابت و اتفاقی هستند که این شرایط را مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط تشکیل می‌دهند. در واقع شرایط ساختاری هستند که مداخله سایر عوامل را تسهیل یا محدود می‌کنند (*Danaeifard. 2011*).

جدول ۴: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها مرتبط با شرایط مداخله‌گر محور موانع هویت خانوادگی

Table 4: *Categories and Concepts Extracted From Interviews Related to the Intervening Conditions Centered on Family Identity Barriers*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	اعتقاد پدر به آزادی زنان	اعتقادات خانوادگی
	پدر مطالبه‌گر	
	عدم ریسک‌پذیری پدر	
۲	ایجاد مشکل در صورت عدم حمایت همسر	عدم همراهی همسر
	عدم اعتقاد همسر	
	اعتیاد همسر	
۳	خانواده سنتی	فرهنگ خانوادگی
	تفاوت نسل‌ها	
	ازدواج زود هنگام	
۴	آزاد بودن توسط همسر	انجام فعالیت پنهان از خانواده
	اعتماد همسر	
	تابع همسر	
	تمکین کامل	
۵	احساس کمبود مرد از لحاظ مالی و تحت فشار قرار دادن زن	تبعیض جنسیتی در خانواده
	غیرت بیش از حد در کار کردن زنان	
	عدم حمایت همسران از زنان شاغل	
	توجه همزمان به خانواده و کار	
۶	فوت همسر و سایر اعضای خانواده	تنگناها و مشکلات غیر مترقبه
	تنش به دلیل رها کردن کار	
	مهاجرت	
	شکست اولیه	
۷	توقع نابجا و زیاد از مادران در فرهنگ	تحمیل نقش زنانه
	اولویت تربیت فرزندان و رضایت همسر نسبت به کار	
	مداخله مردان در مدیریت بدن زنان	
۸	اداره زندگی	وظایف سنگین خانه‌داری و همسرداری
	حمایت عاطفی از خانواده	
	باردار بودن	
۹	شروع کار با وجود فرزندان	مسئولیت‌های مادرانه
	کار به منظور کاستن از مسئولیت خانه‌داری	

مقوله‌های مرتبط با راهبردهای تعاملی ـ فرآیندی محور موانع خانوادگی

راهبردها، کنش‌ها یا تعاملاتی هستند که از پدیده محوری منبعث می‌شوند. بیانگر رفتارها و فعالیت‌ها و تعاملات هدف‌داری هستند که در تبعات طبقه محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر است (*Danaeifard, 2011*).

جدول ۵: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها مرتبط با راهبردهای تعاملی ـ فرآیندی محور موانع هویت خانوادگی

Table 5: *Categories and Concepts Extracted From Interviews Related to Interactive-Process-Oriented Strategies for Family Identity Barriers*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	تشویق پدر	نقش حمایتی والدین
	حمایت پدر	
	حمایت کامل خانواده	
۲	تغییر دیدگاه در خصوص نان‌آور خانواده	نظام ارزشی خانواده
	اولویت مادر بودن بر شاغل بودن	
	ادامه دادن حرفه خانوادگی	
۳	اختیار و اجازه کار زنان با مردان (شوهر و پدر)	الزامات قانونی
	پرداخت نفقه به زنان	
	پرداخت مهریه به زنان	
	الزام تمکین جنسی زنان از مردان	
	دفاع قانون از مردان	

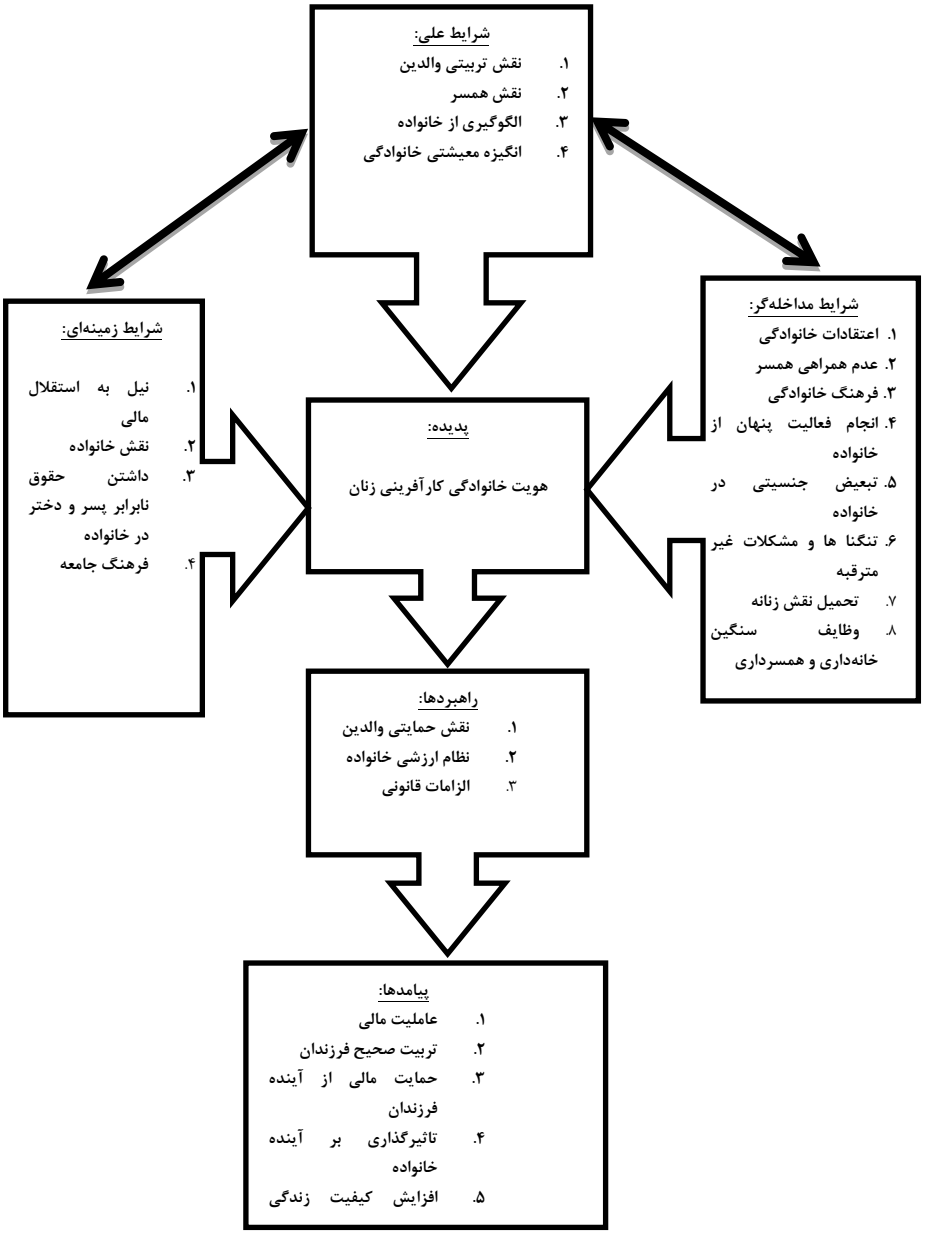
پیامدهای محور موانع خانوادگی

بر اساس نظریه مبنایی، پیامدها محصول راهبردهای مؤثر متناسب با مقوله کانونی و شرایط و عوامل علّی، محیطی و زمینه‌ای هستند اگر راهبردها مؤثری متناسب با شرایط محیطی و زمینه‌ای طراحی و اجرا شوند، پیامدهای مطلوب مدنظر حاصل می شود (*Mehdi, 2014*).

جدول ۶: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها مرتبط با پیامدهای محور موانع هویت خانوادگی

Table 6: *Categories and Concepts Extracted From Interviews Related to the Consequences of Family Identity Barriers*

ردیف	گویه	مؤلفه
Row	*Item*	*Component*
۱	عدم نیاز مالی	عاملیت مالی
	تصمیم‌گیری مالی	
	رفاه زندگی	
	آزادی عمل در مخارج زندگی بدون مداخله مردان	
۲	مدیریت رفتاری فرزندان	تربیت صحیح فرزندان
	سهم برابر در تربیت فرزندان	
۳	ارث بردن فرزندان از مادر	حمایت مالی از آینده فرزندان
	تعدیل ارزش‌های پدرسالارانه به واسطه حمایت مالی مادر	
۴	تصمیم‌گیری در موقعیت‌های بحرانی	تأثیرگذاری بر آینده خانواده
	نقش مادر در خصوص سبک زندگی	
۵	افزایش رفاه خانواده	افزایش کیفیت زندگی خانواده
	افزایش قدرت تاب آوری خانواده	



شکل ۳: مدل نظریه بنیادی موانع هویت خانوادگی توسعه‌نیافتگی کارآفرینی زنان

Figure 3: *The Grounded Theory Model of Family Identity Barriers to Women's Entrepreneurship Underdevelopment*

نتیجه‌گیری

موضوع کارآفرینی زنان از حیث مدیریت و روانشناسی در ابعاد مختلفی بررسی شده است اما نگاه جامعه‌شناختی به مسئله کارآفرینی زنان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین اهمیت هویت خانوادگی در کنشگری اقتصادی مسئله قابل توجهی است که از تحقیقات جامعی برخوردار نبوده است. در این مطالعه، موانع هویت خانوادگی برای کارآفرینی زنان در یک پژوهش کیفی مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج این مطالعه، شرایط علی و پدید آورنده موانع توسعه‌یافتگی کارآفرینی زنان شامل: ۱. نقش تربیتی والدین با مؤلفه‌های تبعیض خانواده بین فرزندان، نحوه برخورد درست خانواده با فرزندان دختر، عدم تعصب بی‌جای پدر، الگو قرار دادن مادر، تربیت مناسب پدر و محدود بودن توسط پدر؛ ۲. نقش همسر از طریق چشم نداشتن همسر به درآمد، توان مالی همسر، حمایت خانواده همسر، عدم مخالفت همسر با کار و جلب رضایت همسر در منزل، ۳. الگوگیری از خانواده به معنی الگو قرار دادن پدر و مادر، کسب تجربه نزد والدین، افتخار به والدین و تبعیت اخلاق کاری از والدین؛۴. انگیزه معیشتی خانوادگی شامل شروع زندگی مشترک با سختی و بدهی، تأمین حداقل معیشتی توسط مردان و ترس از شروع کار بوده است.

شرایط زمینه‌ساز هویت خانوادگی در توسعه کارآفرینی زنان شامل ۱. نیل به استقلال مالی و کمک معیشت خانواده، کمک خرج خانواده، حمایت مالی از خانواده و تأمین مالی هزینه زندگی؛ ۲. نقش خانواده نظیر مادر بسیار فعال، مشاهده تجربیات پدر و خانواده در کسب و کار و کارمند بودن والدین، ۳. داشتن حقوق نابرابر پسر و دختر در خانواده به‌عنوان نمونه آزاد گذاشتن فرزندان، نگاه جنسیتی خانواده به فرزندان و مخالفت خانواده با ادامه فعالیت و در نهایت، ۴. فرهنگ جامعه نظیر عدم اعتقاد اطرافیان، تعصبات بیجا، مزاحمت مردها به دلیل زن بودن، تبعیض بین زن و مرد و مردسالاری بوده است.

از سویی اعتقادات خانوادگی، عدم همراهی همسر، فرهنگ خانوادگی، انجام فعالیت پنهان از خانواده، تبعیض جنسیتی در خانواده، تنگناها و مشکلات غیر مترقبه، تحمیل نقش زنانه، وظایف سنگین خانه‌داری و همسرداری و مسئولیت‌های مادرانه به‌عنوان عوامل مداخله‌گر هویت خانوادگی در توسعه کارآفرینی زنان شناسایی شده‌اند.

راهبردهای برون‌رفت و رفع موانع هویت خانوادگی در کارآفرینی زنان شامل: ۱. نقش حمایتی والدین نظیر تشویق پدر، حمایت پدر و حمایت کامل خانواده، ۲. نظام ارزشی خانواده شامل تغییر دیدگاه در خصوص نان‌آور خانواده، اولویت مادر بودن بر شاغل بودن و ادامه دادن حرفه خانوادگی و ۳. الزامات قانونی نظیر اختیار و اجازه کار زنان با مردان (شوهر و پدر)،

پرداخت نفقه به زنان، پرداخت مهریه به زنان، الزام تمکین جنسی زنان از مردان و دفاع قانون از مردان می‌باشد.

در نهایت، رفع موانع هویت خانوادگی کارآفرینی زنان منجر به پیامدهایی خواهد شد که در این مطالعه به آن اشاره شده است. این پیامدها شامل: ۱. عاملیت مالی به معنی عدم نیاز مالی، تصمیم‌گیری مالی، رفاه زندگی و آزادی عمل در مخارج زندگی بدون مداخله مردان، ۲. تربیت صحیح فرزندان، ۳. حمایت مالی از آینده فرزندان، ۴. تأثیرگذاری بر آینده خانواده و ۵. افزایش کیفیت زندگی خانواده می‌باشد.

خانواده اولین محیطی است که ارزش‌ها، باورها و ادراک ما را نسبت به خود و دیگری شکل می‌دهند. شرایط زمینه‌ای به معنی ادراک آزادی، عدم تبعیض بین نقش‌های زنان و مردان، هم درجه بودن نقش زنان و مردان را شکل می‌دهد. از سویی خانواده به معنای نوعی پایگاه اجتماعی و جایگاه ابراز هویت تلقی می‌شود که سعی در همنوایی نقش‌ها و افراد دارد. از این‌رو تقش والدین تأثیر قابل توجهی بر خودپنداره ما و حفظ جایگاه موقعیتی افراد دارد. نتایج این مطالعه مؤید نتایج مطالعات پیشین در جوامع آماری و با رویکردهای متفاوت بوده است. به‌عنوان نمونه، مطالعات آدرین و همکاران (۱۳۹۹)، با عنوان کارآفرینی در زنان کانادایی، مطالعه برتکس (۲۰۰۷)، با عنوان یادگیری درباره زنان، توسعه کارآفرینی، مطالعه کولینگ (۲۰۰۱)، با عنوان تفاوت‌ها در کارآفرینی زنان و مردان، هچر (۲۰۰۷)، با عنوان تئوری جدید در هویت جنسیتی کارآفرینی زنان، نور (۲۰۱۱)، با عنوان حرکت بعدی زنان به سمت کارآفرینی، مت (۲۰۱۱)، با عنوان عوامل محیطی کارآفرینی زنان، متیو (۲۰۱۱)، با عنوان کارآفرینی زنان در خاورمیانه و مورازونی (۲۰۲۲)، با عنوان محدودیت‌های مالی و سرمایه‌ای کارآفرینی زنان در آمریکا، نتایج و مؤلفه‌های مشابهی در موانع خانوادگی کارآفرینی زنان به دست آورده‌اند.

مطالعه حاضر در کلیات نتایج مشابه با مطالعات پیشین ذکر شده بود و در جزئیات مؤلفه‌ها و مفاهیم با توجه به جامعه آماری و دوره زمانی متفاوت، نتایج مختص جامعه هدف متناسب با فرهنگ و مؤلفه‌های اجتماعی جامعه مورد نظر را داشته است که به نوبه خود مدلی جدید و قابل ارائه پیشنهاد داده است.

پیشنهادات

۱. بر اساس نتایج به‌دست آمده همراهی خانواده و همراهی همسر به‌عنوان شرایط مداخله‌گر بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد، آگاهی بخشی عمومی و ترویج فرهنگ

خانوادگی در جهت حمایت از توانمندی‌های زنان از طریق فیلم، سریال، داستان، انیمیشن و ...

۲. بر اساس نتایج به‌دست آمده و تحمیل نقش زنانه و وظایف سنگین زنان در خانه به‌عنوان شرایط مداخله‌گر بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد آگاهی بخشی عمومی از طریق نهادهای متولی امر خانواده، از جمله معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری در خصوص نقش مساوی زنان و مردان در خانواده و مسئولیت‌های خانگی.

۳. بر اساس نتایج به‌دست آمده و تأثیر تبعیض جنسیتی و اعتقادات در خانواده به‌عنوان شرایط مداخله‌گر بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد، تأکید بر شیوه‌های تربیتی و عدم تبعیض بین کودکان دختر و پسر از طریق سازمان نظام روانشناسی، مدیریت مهدهای کودک، سازمان نظام مشاوره و ... نسبت به آگاه‌سازی خانواده‌ها دارای مسئولیت مشخص می‌باشند.

۴. بر اساس نتایج به‌دست آمده و نقش تربیتی خانواده به‌عنوان شرایط زمینه‌ای بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد همچون مشاوره‌های پیش از ازدواج، مشاوره پیش از بارداری یا حین بارداری برای خانواده‌ها به نوعی ضروری تلقی گردد.

۵. بر اساس نتایج به دست آمده و نقش همسر به‌عنوان شرایط زمینه‌ای بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد، آگاهی بخشی عمومی از طریق رسانه‌های جمعی، داستان سرایی و ساخت شخصیت‌های حامی برای ایجاد تأثیر در فرهنگ عمومی‌حمایت‌گری.

۶. بر اساس نتایج به‌دست آمده و الگوگیری از خانواده به‌عنوان شرایط زمینه‌ای بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد، ترویج فرهنگ کار و عدم مداخله خانواده‌ها در رشته، کار و زمینه فعالیت و همچنین بولد شدن نشش زنان صاحب ایده و کمتر شناخته شده در خانواده‌ها حائز اهمیت است.

۷. بر اساس نتایج به‌دست آمده و انگیزه معیشتی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای بر کارآفرینی زنان، پیشنهاد می‌گردد، ایجاد تسهیلات ویژه برای زنان در خصوص راه‌اندازی کسب و کار و همچنین ایجاد نقش‌های حمایتی و سازمانی از کسب و کارهای زنان و استفاده از سیاست‌های تشویقی می‌تواند کارساز باشد.

محدودیت‌های تحقیق

۱. کمبود تحقیقات انجام شده در این زمینه

۲. وجود بوروکراسی اداری جهت دریافت داده‌ها

۳. عدم دقت در ارائه اطلاعات آماری

۴. مطمئنا عمده‌ترین محدودیت هر تحقیقی را می‌توان عدم توانایی تعمیم نتایج تحقیق به سایر جوامع آماری دانست. تحقیق حاضر نیز از این قاعده مستثنی نبوده و نمی‌توان نتایج آن را جز به محل و جامعه آماری این تحقیق تعمیم داد.

۵. داده‌های پژوهش در سطح خرد از طریق خود اظهاری پاسخ‌دهندگان جمع‌آوری شده‌اند که ممکن است آمیخته بودن این نظرات و ادراکات به تعصبات، اندیشه‌ها و قضاوت‌ها صحت نتایج پژوهشی را تحت تأثیر قرار دهد.

References:

Adrian, M. H., Kirouac, S., and Sliwinski, A. (1999). "Women entrepreneurship in Canada: All that glitters is not gold", Universal Occasional Paper, 38: 1-13.

Allahdadi, Z.; Goodarzi, M. (2019). "Iranian Women Entrepreneurs: Effective Socio-Cultural Structures of Women's Business Startups in Development and Politics, Iranian Journal of Sociology, 4(14): 93-120. (Persian).

Araste, Z.; Nabipour, A.; Seyed Ghasemi, N. (2013). "Entrepreneurial Motivations of Women and Men in the Industrial Sector: Similarities and Differences", Women in Development and Politics (Women's Research), Spring 2013, Volume 11, Issue 1; 83-100. (Persian).

Bertaux, N. (2007). "Learning about women", Development entrepreneurship, 12(4): 467-478.

Cowling, M. and Taylor, M. (2001). "Entrepreneurial women and men: Two different species?", Small Business Economics, 16(3): 167-175.

Ghadermarzi, H., Jamshidi, A.R., Amini, D., Nazari, H., (2015). "Identifying Obstacles to Entrepreneurship Development for Rural Women (Case Study: Shaleel Village-Ardal County)", Scientific Publication System, 5(17), 103-118. (Persian).

Gholizadeh, A.; Moghdadi, M. (2018). "Dimensions of the Entrepreneurship Development Plan at Islamic Azad University, Khorasgan Branch from the Perspective of Faculty Members and Students", Knowledge and Research in Educational Sciences and Curriculum Planning, Autumn 2008. 22(19), 96-79. (Persian).

Gollard, P. (2004). "Factors Effective in Developing Iranian Women's Entrepreneurship", Women in Development and Politics (Women's Research), 3 (1) (11th issue): 101-123. (Persian).

Gollard, P. (2018). "Productivity of Iranian Women Entrepreneurs", Journal of Business Research, 12(46): 179-209. (Persian).

Gollard, P. (2019). "Family and Strategies for Developing Iranian Women's Entrepreneurship", Women in Development and

Politics (Women's Research), Summer 2019, Volume 7, Number 2 (25): 131-149. (Persian).

Hatcher, C., Terjesen, S. and Planck, M. (2007). "Towards a new theory of entrepreneurship in culture and gender: A grounded study of Thailand's most successful female entrepreneurs", Australia: AGSE, 337-347.

Javaheri, F.; Ghazaati, S. (2004). "Obstacles to Women's Entrepreneurship: A Study of the Impact of Gender Inequality on Women's Entrepreneurship in Iran", Iranian Journal of Sociology, Summer, Volume 5, Issue 2, 161-178. (Persian).

Knorr, H. (2011). "From top management to entrepreneurship: women's next move?", International Journal of Manpower, 32(1): 99-116.

Mat, I.; Razak, R. (2011). "Attributes, Environment Factors and Women Entrepreneurial Activity: A Literature Review", Asian Social Science, 7(9): 124-130.

Mathew, V. (2010). "Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development", International Entrepreneurship Management Journal, 6:163–181.

Morazzoni Marta, A. S. (2022). "Female entrepreneurship, financial frictions and capital misallocation in the US", Journal of Monetary Economics, Volume 129, July 2022, Pages 93-118.

Rabiei, A.; Nazarian, Z. (2013). "A Study of Obstacles to Entrepreneurship among Educated Iranian Women", Innovation and Creativity in Humanities, 2(4), 1-26. (Persian).

Roshannia, D.; Khademi, R.; Qodi, S. (2015). "Challenges and Obstacles to Women's Entrepreneurship", Monthly Social, Scientific, Cultural and Society, 88, 64-74. (Persian).

Rostamzadeh. V., A., Jumezadeh, S. (2018). "A Study of Factors Affecting the Success of Women Entrepreneurs in Tehran", Shahid Chamran University of Ahvaz, 12(3), 147-172. (Persian).

Shatryan, M.; Nasrabadi, Z.; Mansourian, F. (2017). "An Analysis of Obstacles to Entrepreneurship in Rural Women in Kashan County", Quarterly Journal of Rural Space and Rural Development, 6(21), 181-. 196. (Persian).

Sheikhan, N. (2016). “Women's Entrepreneurship Development Programs in Selected Countries”, Social Welfare, 40: 259-286. (Persian).

Examining the Barriers and Presenting the Family Identity Model of Women's Entrepreneurship: A Grounded Theory Approach

Farnoush Hamidpour[1], *Afsaneh Tavasoli (Ph.D)*[2], *Afsaneh Edrisi (Ph.D)*[3]

DOI: 10.22055/QJSD.2025.48581.3011

Abstract:

Women's entrepreneurship has been investigated in different dimensions, but the sociological view of women's entrepreneurship has been less considered due to family identity. In this study, the obstacles caused by family identity for women's entrepreneurship were examined in a combination of two qualitative and quantitative approaches. For this purpose, the grounded theory method with snowball sampling has been used in the recognition phase. The number of samples based on the consensus of opinions led to an interview with 14 successful women entrepreneurs and after presenting the conceptual model, in the quantitative phase, using the survey method and the questionnaire tool, the number of 320 women with entrepreneurial conditions was measured in full by structural equations. The results showed that the conditions that hinder the development of women's entrepreneurship include: the educational role of parents, the role of the spouse, following the example of the family, and the family's livelihood motivation. The underlying conditions of family identity in the development of women's entrepreneurship include achieving financial independence, the role of the family, having unequal rights in the family, and society's culture. Family beliefs, lack of companionship, family culture, performing activities hidden from the family, gender discrimination in the family, bottlenecks and unexpected problems, imposition of women's role, heavy housework and husbandry duties, and maternal responsibilities as interfering factors in the development of family identity. Women's entrepreneurship was identified. Based on the quantitative results, background conditions with an impact of 0.463 have the most impact, among the components of the background conditions.

Key Concepts: *Family Identity, Women's Entrepreneurship, Women Entrepreneurs, Grounded Theory*

[1] PhD student in Economic Sociology and Development, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran, farnoushhamidpour@gmail.com

[2] Associate Professor, Department of Women and Family Studies, Faculty of Social and Economic Sciences, Alzahra University, Tehran, Iran (Corresponding Author), afsaneh_tavassoli@alzahra.ac.ir

[3] Associate Professor, Department of Social Sciences, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran, edrisiafsaneh@yahoo.com

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).