

Research Paper

Investigating the Role of Original and Self-made Families on Women's Entrepreneurship Via GT Approach (Study case: Female Graduates of Higher Education Living in Tehran)

Mehrnoush Foroutan¹ , Khadijeh Safiri^{*2}, Tahereh Mirsardoo³

¹ Ph.D. In Economic Sociology and Development, Member of Alzahra University, Tehran, Iran.

m.foroutan@alzahra.ac.ir

² Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. kh.safiri@alzahra.ac.ir

³ Associate Professor, Department of Governmental Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. t.mirsardoo56@gmail.com

 10.22080/SSI.2023.24527.2055

Received:

February 9, 2023

Accepted:

August 23, 2023

Available online:

September 19, 2023

Keywords:

entrepreneurship, women, higher education graduate, family, grounded theory

Abstract

Objectives: The aim of this research is to investigate the role of families of origin and self-made families on the entrepreneurship of women with higher education. This goal is important because of the effect of women's entrepreneurship on improving the economic and social status of society; therefore, due to the need for research, conducting this research becomes necessary. **Methods:** Qualitative research was conducted with grounded theory method, descriptive-analytical naturalistic approach, and semi-structured in-depth interview tool. The participants include women entrepreneurs who have graduated from higher education and living in Tehran and informants who were selected through targeted and consecutive sampling with the snowball technique and the interviewees of the study reached saturation with 52 people. For data analysis, using the three-step coding technique (open, central, and selective), concepts, categories, and themes were obtained that formed the content of the paradigmatic model and the narrative of the story. Rethinking, repeatability, and verification techniques have been used to determine validity and reliability. **Results:** The findings indicate the influence of the family of origin in creating cultural-developmental, communicative-adaptive, and emotional capital in the entrepreneur; Also, by playing the role of education, model, motivation, opportunity, and support they lead them to entrepreneurship, willingly or unwillingly. Self-made families are also effective in their entrepreneurship by playing exemplary, motivational, opportunity, and support roles. **Conclusion:** Considering the effect of two types of families, the families of origin can provide a suitable socialization platform for women by modifying the "adaptive-communicative" style and expanding the "development-oriented" culture. Self-made families also provide them with opportunities for stimulation with economic, social, and cultural support.

*Corresponding Author: Khadijeh Safiri

Address: Professor, Department of Social Sciences,
Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra
University, Tehran, Iran

Email: kh.safiri@alzahra.ac.ir

Extended Abstract:

1. Introduction

Women's entrepreneurship increases domestic production, uses demographic opportunities, and reduces gender inequality. Therefore, it has a special "importance" from a social, economic, and cultural point of view. Statistics show that in Iran, half of the university graduates are women, but three-quarters of them are not employed as they could be entrepreneurs. Various factors affect women's entrepreneurship. Molina (2020) believes that families are effective in making decisions for entrepreneurship. Therefore, the question is, what role do families play in "propensity to act" and "continuity of action" in entrepreneurship? Therefore, the purpose of this research is to investigate the role of families of origin and self-made families in the entrepreneurship of women with higher education.

2. Methods

For the in-depth study of the subject, the grounded theory method was used with an interrogative naturalism approach and a descriptive-analytical strategy. The statistical population includes female graduates of higher education and entrepreneurs living in Tehran, who were selected using the purposeful sampling method and the snowball technique until reaching the saturation stage. The number of participants was 52. The data collection tool was a semi-structured in-depth interview that was gradually revised and adjusted. All the interviews were recorded and written and their approval was obtained from the participants. Then, the three steps of open, central, and selective

coding were performed like Strauss and Corbin's technique.

The validity of the research was obtained through the review of similar studies and the approval of experts. The reliability of the research was checked based on the technique of "accuracy" (taking confirmation from the participants), "repeatability" (coding at other times), and "convergence" (reexamination of concepts by peers and obtaining similar results). The existence of "stability" (obtaining the same results) indicates the reliability of the research.

3. Results

The findings from the three stages of coding show that families provide "conditional capital" that provides opportunities, expectations, and entrepreneurial motivations. The theme of "conditional capital" includes the categories of "socioeconomic base", "demographic factors", "micro-culture of development" and "cooperation and solidarity" of the family. These categories in the Grand Theory paradigm are contextual and strategic factors that not only provide risk-taking contexts but also social communication and cultural adaptation strategies.

4. conclusion

The narration of the story indicates that families create the underlying factors of children's entrepreneurship by creating developmental cultural capital, attitudes, and trends in gender-oriented and egalitarian development of employment to the extent that personal development trends are also created and strengthened. On the other hand, if the communication-adaptive style of the family is such that the relationships of family members, relatives,

and acquaintances are close and connected, it creates and strengthens emotional capital and responsibility in children. The creation of this emotional capital in the context of development-oriented cultural capital causes the person to accept the responsibility of managing resources and communication and the social and cultural risk caused by the general belief in the traditional stereotypes of the role of employment. Also, it helps them to manage the economic problems caused by embargo, currency fluctuations, relevant laws, executive methods of organizations, and disease epidemics through the strategy of using communication-adaptive capitals. Its mechanism is such that the emotional capital is internalized through learning and socialization, and the opportunity and support capital provided by the families of origin and self-made women entrepreneurs can manage their economic, social, and cultural challenges. Therefore, the roles of families of origin and self-made families are very similar to each other; both families play a significant role in the entrepreneurship of educated women by creating opportunity, motivation, model, and support conditions, however, families of origin, in addition to other roles, formally play an educational role or in other words, it is responsible for socializing the members. Meanwhile, the self-made family plays such a role implicitly. Since every social actor experiences the stages of social development throughout his life, in this regard, it is assumed that a person in a self-made family is always adapting to society through mutual actions and social control.

Therefore, if self-made families have a desire to nurture and encourage women to become entrepreneurs, one of the solutions can be that in addition to strengthening social emotion, cooperation, and responsibility they can strengthen the "culture of oriented development" and "gender equality of employment". Because in this way, they not only prepare the children's attitude for social presence and taking on "non-traditional roles of employment", but also modify the gender norms of employment in a way that is appropriate for the participation of women in the labor force. In addition, they can provide fields for entrepreneurship from this path. Achieving this goal is also possible through informal education and media culture. Also, amending relevant laws such as insurance laws, taxes, leaving the country, and the like, adapting the executive methods of organizations can provide a platform for entrepreneurship.

5. Funding: There is no funding support

6. Author's Contribution

The first author is Mehrnoush Foroutan.

The corresponding author and the second author Khadijeh Safiri.

The third author is Tahereh Mirsardoo.

7. Conflict of interest

The authors have no conflict of interest.

8. Acknowledgments

The authors would like to thank all the participants of this study.

علمی پژوهشی

«بررسی نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان، با رویکرد نظریه زمینه‌ای» (مورد مطالعه: زنان دانش‌آموخته آموزش عالی ساکن تهران)

مهرنوش فروتن^۱ ID، خدیجه سفیری^{۲*}، طاهره میرساردو^۳

^۱ دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، عضو دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران m.foroutan@alzahra.ac.ir
^۲ استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران kh.Safiri@alzahra.ac.ir
^۳ دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران t.mirsardoo56@gmail.com



10.22080/SSI.2023.24527.2055

چکیده

اهداف: هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان دانش‌آموخته آموزش عالی است. این هدف به دلیل تأثیر کارآفرینی زنان بر بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه اهمیت دارد و به دلیل نیاز پژوهشی، تحقیق آن ضرورت می‌یابد. روش مطالعه: پژوهشی کیفی با روش نظریه زمینه‌ای، رویکرد طبیعت‌گرایی توصیفی-تحلیلی و ابزار مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل زنان کارآفرین دانش‌آموخته آموزش عالی ساکن تهران و مطلعین است که از طریق نمونه‌گیری هدفمند و متوالی با تکنیک گلوله برفی انتخاب شدند و مصاحبه پژوهش با ۵۲ تن به اشباع رسید. برای تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک سه‌مرحله‌ای کدگذاری (باز، محوری و گزینشی)، مفاهیم، مقولات و مضامینی به دست آمد که محتوای مدل پارادایمی و روایت داستان را تشکیل داد. برای تعیین روایی و پایایی از تکنیک‌های بازاندیشی، تکرارپذیری و تأیید استفاده شده است. یافته‌ها: یافته‌ها حاکی از تأثیر خانواده خاستگاه در ایجاد سرمایه‌های فرهنگی-توسعه‌ای، ارتباطی-انطباقی و عاطفی در فرد کارآفرین است؛ همچنین با ایفای نقش‌های تربیتی، الگویی، انگیزشی، فرصتی و حمایتی خواسته یا ناخواسته آنان را به سوی کارآفرینی هدایت می‌کنند. خانواده‌های خودساخته نیز با ایفای نقش‌های الگویی، انگیزشی، فرصتی و حمایتی بر کارآفرینی آنان مؤثر هستند. نتیجه‌گیری: با توجه به چگونگی تأثیر دو نوع خانواده، خانواده‌های خاستگاه می‌توانند با اصلاح سبک «ارتباطی-انطباقی» و گسترش فرهنگ «توسعه مدارانه»، بستر جامعه‌پذیری مناسبی را برای زنان فراهم آورند. خانواده‌های خودساخته نیز با حمایت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، فرصت‌های برانگیختگی را برای آنان مهیا می‌کنند.

تاریخ دریافت:

۲۰ بهمن ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۱ شهریور ۱۴۰۲

تاریخ انتشار:

۲۸ شهریور ۱۴۰۲

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی، زنان، دانش‌آموخته آموزش عالی، خانواده، نظریه زمینه‌ای

* نویسنده مسئول: خدیجه سفیری

ایمیل: kh.Safiri@alzahra.ac.ir

آدرس: استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و

اقتصاد دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران.

۱ مقدمه و بیان مسئله

این عده بر پایه سرشماری و تعداد کارآفرینان استعلامی از وزارت کار و معاونت زنان ریاست جمهوری^۵ در کل، حدود دودهم درصد تخمین زده شده است. براساس اطلاعات سازمان بین‌المللی کار^۶ این مقدار در قیاس با کشورهای دیگر که درصد دانش‌آموختگی مشابه و مقادیر کارآفرینی بالایی دارند نسبت اندکی را نشان می‌دهد^۷. نگارنده بر این باور است که این عدم تناسب هنگامی تبدیل به مسئله می‌شود که نهادهای اقتصادی و اجتماعی جامعه به مشارکت زنان برای پیشبرد اهداف توسعه‌ای نیازمند باشند.

از آنجاکه کشور ایران به دلیل کثرت موالید دهه ۶۰ شمسی به مدت چهار دهه شرایط پنجره جمعیتی را تجربه می‌کند (صادقی، ۱۳۹۱) و آمارها بیانگر درصد بالای دانش‌آموختگی زنان و درصد بالای نرخ بیکاری زنان دانش‌آموخته است، لذا نیازمند راهکارهایی است که با استفاده از نیروی کار بیشتر، مسیر حرکت به سوی اهداف توسعه پایدار را طی نماید. زنان «دانش‌آموخته» می‌توانند در فرایند کارآفرینی با به‌کارگیری سرمایه‌هایی چون دانش، مهارت، خلاقیت، مسؤولیت‌پذیری موجب ایجاد کسب‌وکارهای جدید شده و علاوه بر اشتغال‌زایی و تولید درآمد زمینه تغییرات فرهنگی در مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان را در عرصه‌های مختلف جامعه فراهم و موجب گسترش فرهنگ برابری جنسیتی و تغییر کلیشه‌های اشتغال در جامعه شوند. بخش اعظمی از مزیت‌های کارآفرینی، در زنان دانش‌آموخته علاوه بر آموزش‌های رسمی به آموزش‌های غیررسمی بخصوص «چگونگی جامعه‌پذیر شدن» آنان و «شرایط و فرصت‌هایی» که در «خانواده» وجود دارد بستگی دارد.. (فروتن و همکاران، ۱۴۰۱) لذا سیاست‌گذاری در جهت کارآفرینی زنان توجه جدی و متعاقباً بررسی آن «ضرورت» می‌یابد. بنابراین پژوهش حاضر درصدد

امروزه علاوه بر کشورهای توسعه‌یافته، کشورهای درحال توسعه نیز دریافته‌اند که کارآفرینی زنان به رشد اقتصادی-اجتماعی جوامع (کامبریدو، ۲۰۲۰)، استفاده از فرصت جمعیتی و افزایش میزان تولید داخلی (اسدزاده: ۱۳۹۶) بهینه‌سازی فرایندهای اقتصادی و اجتماعی منجر می‌شود (لو: ۲۰۰۹)، هنلی^۲، ۲۰۱۲، کریستینا^۳، ۲۰۱۳، سرافراز و همکاران، ۲۰۱۴، شهرکی و همکاران: ۲۰۱۶) و موجب کاهش نابرابری جنسیتی به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم برای سنجش توسعه هر کشور می‌شود (حاجی لو و همکاران، ۱۳۹۹). لذا کارآفرینی زنان دانش‌آموخته می‌تواند برای هر جامعه‌ای از «اهمیت» اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ویژه‌ای برخوردار باشد. (مردی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۲). زیرا می‌تواند سبب تولید و اشتغال، کاهش بیکاری و توسعه اقتصادی شود (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۴) در کشور ایران به استناد یافته‌های حاصل از سرشماری سال ۱۳۹۵، تعداد زنان دانش‌آموخته آموزش عالی ۴۸ درصد کل دانش‌آموختگان را تشکیل می‌دهد. به‌عبارت‌دیگر با توجه به استقبال گسترده زنان از تحصیلات دانشگاهی در سنوات اخیر، تعداد آنها با مردان دانش‌آموخته آن مجموعه برابری تقریبی دارد. اما تنها ۲۴ درصد این سنخ از زنان شاغل هستند که عمدتاً دارای مشاغل دستمزدی یا مشاغل آزاد مرتبط با تخصص هستند. ۷۶ درصد باقیمانده شامل زنان غیر شاغل، جویای کار و ناامید از کار است^۴. از آنجاکه امکانات دولتی و غیردولتی برای استخدام‌های دستمزدی محدود است، بسیاری از زنان دانش‌آموخته آموزش عالی با اتکا به توانمندی‌های تخصصی، مهارتی و تجربی خود اقدام به ایجاد کسب‌وکار شخصی در قالب خوداشتغالی یا کارآفرینی می‌کنند. از سرشماری سال ۱۳۹۵ تاکنون

5 - <http://women.gov.ir> (1398/02)

6 - International Labor Organization (ILO)

7- <https://ilo.org> (1398/02)

1 - Low

2 - Henly

3 - christina

4 - <https://www.amar.org.ir> (1398/02)

کارآفرینی دارد. به عبارت دیگر افزایش حمایت خانواده موجب افزایش نگرش کارآفرینی می‌شود.

-پازوکی (۲۰۲۲) در پژوهشی کمی- کیفی با عنوان «مطالعه تسهیل‌گرهای توانمندسازی روستائیان در فراگرد کارآفرینی گردشگری» از طریق رگرسیون گام‌به‌گام دریافتند عوامل گوناگونی مانند بستر فرهنگی و سرمایه مالی به‌غیراز حمایت خانواده در تسهیل توانمندسازی کارآفرینان نقش دارند.

-علی‌آبادی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با رویکرد کمی که با عنوان «بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با میانجیگری حمایت خانواده» در چهار منطقه تهران انجام دادند دریافتند که برنامه‌های تلویزیونی مرتبط با کارآفرینی «از طریق افزایش حمایت خانواده بر قصد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد.»

-آندری^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی که با عنوان «انگیزه و موانع ایجاد مشاغل حلال زنان و نقش کسب‌وکار اقتصادی در توانمندسازی زنان یوگیاکارتا اندونزی» و هدف بررسی انگیزه و موانع زنان کارآفرین در راه‌اندازی کسب‌وکار خود و نحوه نقش کسب‌وکار در توانمندسازی زنان، انجام داد. دریافت که انگیزه برای انجام کسب‌وکار تحت‌تأثیر امکانات و شرایط موجود محیط است و کسب‌وکار در توانمندسازی اقتصادی زنان از طریق فرصت‌های شغلی، درآمد و افزایش اقتدار در تصمیم‌گیری نقش مهمی ایفا می‌کند.

-ایزن و همکاران^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی که با عنوان «کارآفرینی زنان و سازمان آن‌ها در رابطه با عوامل جنسیتی: مطالعه موردی شهر کنیا» انجام دادند دریافتند که زنان کارآفرین در توسعه فعالیت‌های اجتماعی مانند مددکاری، آموزش و پرورش، زایمان و بهداشت کودک، حقوق بشر، حفاظت از طبیعت و توسعه پایدار نقش مهمی دارند. به‌علاوه در میان علل مشکلات زنان کارآفرین در زندگی تجاری خود،

آن است تا به این سؤال پاسخ دهد که خانواده دقیقاً چه نقشی می‌تواند در کارآفرینی زنان دانش‌آموخته داشته باشد. شاید که متولیان اجتماعی و خانواده‌ها با توجه به آن بتوانند در زمینه برنامه‌ریزی برای تهبیح زنان دانش‌آموخته سیاست‌گذاری نمایند. همچنین از آنجاکه به نظر می‌رسد، دانش‌آموختگی و کارآفرینی زنان بالقوه می‌تواند تحت‌تأثیر دو نوع خانواده باشد، یکی خانواده خاستگاه که افراد در آنها در حین جامعه‌پذیر شدن فرهنگ کار، توسعه فردی و الگوهای نقش اجتماعی را می‌پذیرند و دیگری خانواده‌های خودساخته‌ای که خود افراد آنها را تشکیل داده‌اند و می‌تواند با ایجاد فرصت و شرایط مساعد، محیط مناسبی را برای اقدام یا ادامه کارآفرینی فراهم کند. لذا براساس اهمیت موضوع، کمبود پژوهش بومی، نیازهای تحقیقاتی و وجود هفتادوپنج‌درصدی زنان دانش‌آموخته غیرشاغل، مطالعه عمیق موضوع کارآفرینی زنان و ارتباط آن با خانواده‌های خاستگاه و خودساخته ضرورت می‌یابد. بنابراین هدف تحقیق یافتن نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بر کارآفرینی زنان دانش‌آموخته است و سؤال اساسی پژوهش این است که خانواده‌های خاستگاه و خودساخته چه نقشی در کارآفرینی زنان دانش‌آموخته ایفا می‌کنند و اشتراکات و تمایزات نقشی این دو گونه خانواده چیست؟ که البته حصول پاسخ این پرسش‌ها نیازمند شناخت عمیق‌تر و بومی کارآفرینی زنان دانش‌آموخته آموزش عالی و عوامل مرتبط با آن است.

۲ پیشینه پژوهش

-مهریزی‌زاده و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی کمی با عنوان «تدوین مدل ساختاری نگرش کارآفرینی براساس ادراک حمایت خانواده و رقابت‌جویی» دریافتند ادراک حمایت خانواده از طریق رقابت‌جویی تأثیر مستقیم و معناداری بر نگرش

2. Esen et al

1. Andri Martiana

ترکیه» و با هدف تمرکز بر چالش‌ها و راهبردهای کلیدی تصمیم‌گیری زنان کارآفرین برای ایجاد کسب‌وکار خود، انجام داده است دریافت که زنان کارآفرین ویژگی‌های شخصیتی مشترکی دارند. به‌طور مثال مصمم، نوآور و دارای چشم‌انداز و ذهنی قوی هستند. از مهم‌ترین عوامل تصمیم‌گیری زنان کارآفرین ترکیه بهره‌برداری از فرصت‌های منحصربه‌فرد در محیط کسب‌وکار، عمل به نفع جامعه و مستقل بودن در تصمیمات و اقدامات خود و مدیریت سرمایه‌گذاری است و مهم‌ترین حامیان مالی آنها اعضای خانواده، شرکای تجاری و حمایت‌های دولتی و بانک‌ها است.

۳ ملاحظات نظری

موضوعات کارآفرینی به‌عنوان موضوعاتی میان‌رشته‌ای در علوم مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. مطالعات نشان می‌دهد که تحقیقات کارآفرینی، از مکاتب اقتصادی آغاز و سپس به ترتیب توسط روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و محققین علم مدیریت ادامه یافته است. (مورفی و همکاران ۲۰۰۶) هر دسته از دانشمندان با رویکرد و عینک مفهومی مربوط به حوزه تخصصی خود به موضوع پدیده کارآفرینی نگریسته‌اند. جامعه‌شناسان با رویکرد فرایندی و تمرکز بر ابعاد محیطی و اجتماعی، کارآفرینی را نقش و کارآفرین را عهده‌دار نقش می‌دانند و بر ابعاد و تبعات اجتماعی کارآفرینی و تأثیر عوامل محیطی و فردی مؤثر بر فرایند کارآفرینی متمرکز می‌شوند.

به باور کوراتکو^۵ (۲۰۰۷) کارآفرینی يك فرایند پویا از بصیرت، تغییر و آفرینش است. کارآفرینی نیازمند کاربرد انرژی و علاقه شدید در جهت خلق و اجرای ایده‌ها و ایجاد راه‌حل‌های جدید است. عناصر اصلی کارآفرینی عبارت‌اند از: تمایل به پذیرش ریسک‌های

مشکلات ساختاری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه را می‌توان ذکر کرد.

-فوزیه جین و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی که با عنوان «مداخلات استراتژیک برای بهبود کارآفرینی زنان در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس» انجام دادند دریافتند که در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس به دلیل وابستگی زنان به مشاغل دولتی کارآفرینی گزینه‌ای بسیار محبوب در میان زنان نیست لذا اصلاح آن نیازمند برنامه‌ریزی سیاست‌گذاران است.

-کارمن^۲ (۲۰۱۶) پژوهشی با عنوان «عوامل توضیح‌دهنده کارآفرینی زنان و عناصر محدودکننده آن» انجام داد و دریافت که زنان برای رفع مشکل بیکاری و بحران اقتصادی کارآفرینی می‌کنند و به‌طورکلی فقدان فرهنگ کارآفرینی و حمایت اجتماعی، کارآفرینی زنان را تحت‌تأثیر قرار داده است.

- ساجیه ناریسیا (۲۰۱۶) نیز پژوهشی کیفی با ابزار مصاحبه و تکنیک بحث گروهی در خصوص «تجربیات زیسته فارغ‌التحصیلان دوربان (آفریقای جنوبی)» انجام شده است. که نتایج حاصل از برآیند دیدگاه پاسخگویان این بود که آنان مهارت‌آموزی و سیاست‌گذاری را در اشتغال فارغ‌التحصیلان مؤثر می‌دانستند.

-جبین و کتسیلوود^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «خانواده کلید است؟ بررسی انگیزه و عوامل موفقیت زنان کارآفرین اماراتی» انجام دادند و دریافتند که عوامل انگیزشی و خانواده عامل ایجاد انگیزه برای کارآفرینی زنان است و حمایت خانواده و مشارکت اعضای خانواده برای موفقیت کسب‌وکار زنان بسیار مهم است. (جبین و کتسیلوود، ۲۰۱۵)

مادن^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی که با عنوان «یک لنز جنسیتی در مورد کارآفرینی: کارآفرینی زنان در

4 . Maden
5. Kuratko

1- Fuziea Jane
2 . Carmina
3 . Jabeen, Katsioloudes

مانند نظریات روزنبرگ، مید، کولی، گافمن، بلومر و دیگران در مورد «خود»، «برداشت از خود»، «خودپنداره» و ... وجود دارد که می‌تواند برای توضیح چگونگی شکل‌گیری «تمایلات اقدام» و «تداوم عمل» به کار آید.

به گفته فرای (۱۹۹۳:۱۶۳) کارآفرینان والدین خود را الگو قرار می‌دهند. مطالعات بنت و داون (۲۰۰۰:۷۷) حاکی از این است که درصد بیشتری از زنان کارآفرین خانواده‌های کارآفرین داشته‌اند و از الگوهای بی‌واسطه‌تری برخوردار بودند. آلدريج و همکاران (۲۰۰۳) با تأیید نظر شین و همکارانش (۲۰۰۰) و گارتنر و بیرلی (۲۰۰۲) خانواده‌ها را عامل بسیار مؤثری در کارآفرینی زنان می‌دانند و به محققین پژوهش بیشتر در مورد چگونگی تأثیر خانواده‌ها را توصیه می‌کند. کووالینین و آریونس (۲۰۰۶) حمایت و تشویق خانواده‌ها و وضعیت اقتصادی آنان را در کارآفرین شدن افراد مؤثر می‌دانند. پانت (۲۰۱۵) خانواده را در حمایت عاطفی و مصطفی و سلوارجو (۲۰۱۵) خانواده و همسالان را در گرایش به کارآفرینی مؤثر می‌دانند.

چنانکه ملاحظه می‌شود در اکثر اظهارات پژوهشی و نظری فوق، فرد کارآفرین را واجد ویژگی‌هایی چون خلاقیت، مسؤولیت‌پذیری، مقاومت، فرصت‌شناسی و ... می‌دانند و از جمع‌بندی نظرات آنان می‌توان چنین نتیجه گرفت که خانواده‌ها در ایجاد انگیزه، الگوی اشتغال و حمایت عاطفی و اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کنند.

۴ روش، تکنیک و ابزار پژوهش

با توجه به اینکه کارآفرینی محصولی از تجارب مرتبط با زندگی و اشتغال است، یکی از روش‌های مناسب برای شناخت آن پارادایم تفسیری با رویکرد طبیعی‌گرایی^۲ زمینه‌ای یا به عبارتی توصیفی-

حساب‌شده برحسب زمان، توانایی خلاق برای مرتب‌کردن منابع موردنیاز؛ مهارت ایجاد طرح تجاری قابل‌اطمینان؛ و نهایتاً بصیرت در شناسایی فرصت-هایی که دیگران آن را به صورت آشوب، متناقض و درهم‌وبرهم می‌بینند. به عقیده سابو (۲۰۱۴) کارآفرینی یک فرایند کاوش در فرصت‌های کسب‌وکار است. به گفته احمدپور و مقیمی (۱۳۹۵: ۸۷) کارآفرینی فرایندی است که در آن فردی که دارای ایده و فکر جدید باشد با بسیج منابع از طریق ایجاد کسب‌وکاری که با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول و خدمت جدید به بازار عرضه کند. به باور فروتن و همکاران (۱۴۰۰) کارآفرینی یک فرایند ارزش‌افزایی هدفمند است که خلاقیت، نوآوری، مسؤولیت‌پذیری و خطرپذیری را نیز پوشش می‌دهد. چنانکه ملاحظه می‌شود تمامی دیدگاه‌های علمی فوق با وجود گوناگونی رویکردها بر مفاهیم مشترکی از قبیل نوآوری، ثروت، خطرپذیری، فرصت‌یابی یا فرصت‌سازی، تشکیل و ساماندهی مجدد سازوکارهای اجتماعی و اقتصادی کار تأکید دارند که این ویژگی‌ها به مرور در فرد شکل می‌گیرد.

گلرد (۱۳۸۸) خانواده را در الگو بخشی برای کارآفرینی مؤثر می‌داند. و نقش حمایت‌های مالی و عاطفی را پررنگ‌تر می‌بیند. خسروی پور و کریمی (۲۰۱۹) کارآفرینی را موجب بهبود وضعیت اقتصادی خانواده می‌داند. مولینا (۲۰۲۰) نیز خانواده‌ها را در تصمیم‌گیری برای کارآفرینی مؤثر می‌داند به باور فروتن و همکاران (۱۴۰۱) براساس تعاریف موجود در خصوص کارآفرینی، فرد کارآفرین واجد ویژگی‌ها و مزیت‌های نسبی است که از طریق جامعه‌پذیری و چگونگی اجتماعی شدن در فرد ایجاد و درونی شده است. در این مسیر برای جامعه‌پذیر شدن فرد کارآفرین عوامل محیطی متعددی مؤثرند که خانواده یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین آنهاست و نظریات گوناگونی در زمینه یادگیری و تبادل اجتماعی، جامعه‌پذیری، مراقبت و کنترل اجتماعی

به‌منظور حصول وضعیت مطلوب‌تر منجر شود کاربردی است.

۴٫۱ جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

«جامعه آماری» شامل «زنان دانش‌آموخته کارآفرین ساکن در شهر تهران» و «جامعه مشارکت‌کنندگان» شامل اعضای جامعه آماری به‌علاوه مطلعین این حوزه بود. گزینش زنان کارآفرین به‌صورت هدفمند از میان زنان دانش‌آموخته دانشگاه‌ها صورت گرفت. نفرات آغازین از طریق استانداری، وزارت کار، معاونت زنان ریاست جمهوری و انجمن‌ها معرفی شده بودند و به روش «گلوله برفی» تا رسیدن به مرحله اشباع (و تعدادی بیشتر برای حصول اطمینان از اشباع) ادامه یافت. مطلعین نیز از میان خبرگان، اساتید دانشگاه، مشاوران و دست‌اندرکاران سازمانی (وزارت کار، صمت، مدیران کارآفرینی دانشگاه‌ها، معاونت زنان ریاست جمهوری، انجمن زنان کارآفرین، انجمن دانش‌آموختگان و...) انتخاب شدند.

تحلیلی است. که در آن پدیده‌ها به‌گونه‌ای که از سوی تجربه‌کنندگان ادراک می‌شوند توصیف می‌شوند و اظهار آن تجارب براساس نظرات مشارکت‌کنندگان توسط محقق مفهوم‌سازی و انتزاعی می‌شود و در سطح توصیف و تحلیل به یک مدل تبدیل می‌شود. (وندراستپ، ۲۰۰۹، اسپنسر: ۲۰۰۷) از آنجاکه پرسش‌های پژوهش از نوع چپستی و چگونگی ایجاد پدیده موردنظر در یک جمعیت خاص مطرح گردیده است، از روش کیفی-تفسیری گرند تئوری^۱ در این تحقیق استفاده شد و از نظریه‌ها برای افزودن حساسیت نظریه‌ای بهره گرفته شد. لذا پژوهش حاضر از این جهت که در صدد فهم کنش کنشگر اجتماعی است دارای رویکرد استقهامی و از این جهت که مترصد کشف و بررسی عوامل مؤثر بر آن است واجد رویکرد تحلیلی‌گرایی ساختاری است. همچنین از آنجاکه نتایج آن فزاینده دانش بشری است، پژوهش بنیانی و از این منظر که نتایج می‌تواند بر اخذ تصمیمات جدی در حوزه ساختارهای میانه و خرد در جهت بهبود عملکرد

جدول شماره یک گویای ویژگی‌های نظریه داده بنیاد و جامعه آماری در مورد پژوهش حاضر است.

جدول ۱: ویژگی‌های نظریه داده بنیاد و جامعه آماری در مورد پژوهش حاضر

ویژگی‌های نظریه داده بنیاد و جامعه آماری در مورد پژوهش حاضر	
سؤال اساسی	چه چیزی باعث ایجاد و تداوم پدیده کارآفرینی و خوداشتغالی می‌شود؟
هدف	درک نقش دو نوع خانواده در رخدادهای کارآفرینی، فرایند یا شیوه تجارب افراد
جامعه آماری	زنان کارآفرین دانش‌آموخته آموزش عالی (مشارکت‌کنندگان شامل ۳۸ نفر از جامعه آماری و ۱۴ نفر مطلعین)
واحد تحلیل	ادراک مشارکت‌کنندگان از تجارب اشتغال و وقایع رخ داده توسط یا برای آنان
کاربرد	شناخت موضوعاتی نیازمند شناخت بیشتر برای دستیابی به مضامین و مقولات دارای کاربرد
روش، رویکرد و ویژگی	پژوهش کیفی داده بنیاد استقرایی- قیاسی با رویکرد استقهامی - تحلیلی با ویژگی خوداصلاح‌گر تدریجی، بنیانی-کاربردپذیر
ابزار گردآوری داده	مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با ده سؤال ثابت و تعداد معتناهی پرسش‌های متناسب با پاسخ سؤال قبلی
زمان و مدت پژوهش	کنونی، (مدت مصاحبه در مجموع ۱۴۰ ساعت)
تکنیک و تحلیل	کدگذاری‌های ۳ مرحله‌ای، تماتیک

1 Grounded Theory

روایی و پایایی	روایی با بررسی پژوهش‌های مشابه و تأیید متخصصین- پایایی با بازاندیشی، تکرارپذیری و تأییدپذیری
پارادایم/ الگو وارہ	تفهّمی، تفسیری- برساختی، عملگرایی

۴٫۲ ابزار و چگونگی گردآوری داده

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش به‌منظور کسب نتایج مستند و عمیق‌تر (مانن، ۲۰۱۴:۱۲۴) مصاحبه نیمه ساختاریافته با پرسش‌های «باز پاسخ» بود که برحسب مورد و به‌صورت تدریجی جرح و تعدیل می‌شد یا به‌طور کلی سؤالات جدیدتری حاصل می‌شد. برای رعایت اصول اخلاق پژوهش، ضمن کسب اجازه، محقق، پژوهش و اهداف آن، معرفی می‌شد و درمورد احتمال مراجعات بعدی اطلاع‌رسانی می‌گردید. همچنین در خصوص محرمانگی موارد مشخص‌شده به آنها اطمینان داده می‌شد. در خصوص تعیین محل و چگونگی (تلفنی، حضوری) مصاحبه، اصل بر رعایت خواست و آسایش آنان بود تمامی مصاحبه‌ها ضبط به‌طور دقیق مکتوب و برای تأیید به مشارکت‌کنندگان ارسال شد و در این روند سؤالات مکملی نیز مطرح گردید. پس از دریافت مصاحبه‌های تأییدشده و مقابله آنها با یادداشت‌برداری‌های ضمنی در صحنه مصاحبه، مراحل سه‌گانه کدگذاری با توضیحات ذیل انجام شد.

۴٫۳ تکنیک پژوهش

برای نیل به مقاصد فوق‌الذکر با استفاده از تکنیک کدگذاری مورداستفاده اشتراوس و کوربین و طی مسیر سه مرحله‌ای کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی (کرسول، ۲۰۱۷) مفاهیم، مقولات و مضامین حاصل شد. در طی این مسیر با جمع‌آوری داده‌ها و مکث روی مفاهیم حساس خرد مقولات، مقولات و مضامینی حاصل شد. وجود مفاهیم حساس و تکرار برخی از مفاهیم، سرنخ‌هایی را برای طرح سؤالات جدید بعدی به دست دادند با توجه به استراتژی تحقیق، داده‌ها و تصورات نظری در فرایندی تکوینی، همراه یکدیگر به پیش برده شدند و با انجام مقایسه

بین داده‌ها از طریق استنباط و اندیشه‌های نظری مورد تفسیر قرار گرفته‌اند. به‌طور کلی در مرحله کدگذاری باز با توجه به معانی استنباط شده از جملات اظهاری مفاهیمی استخراج شد و در مرحله کدگذاری محوری با در نظر گرفتن اشتراکات مفاهیم مستخرج شده مقولاتی به دست آمد سپس با توجه به فصول مشترک مقولات حاصل‌شده از مرحله کدگذاری محوری، مقولات کلی‌تر یا مضامینی حاصل شد که در مرحله کدگذاری انتخابی از میان آنها جامع‌ترین مضمون گزینش شد. سرانجام با در کنار هم قرار دادن جامع‌ترین مضامین نتایج حاصل شد.

۴٫۴ روایی و پایایی پژوهش

در این تحقیق روایی پژوهش و تناسب روش و ابزار تحقیق با اهداف آن از طریق بررسی پژوهش‌های مشابه و تأیید متخصصین حاصل شد. (سینگلتون، ۲۰۰۵:۳۲۲، نیومن ۲۰۰۷). پایایی نیز براساس «دقت» با گرفتن تأیید از مشارکت‌کنندگان، «تکرارپذیری» کدگذاری در زمان‌های دیگر و بررسی مجدد مفاهیم و مقولات و «پایداری» در آزمون‌های مجدد، بررسی گردید. بدین‌صورت که داده‌ها به دو بخش تقسیم شدند بخشی توسط پژوهشگر و بخش دیگر توسط همالان دوباره کدگذاری شد. تکرارپذیری و همخوانی نتایج بیانگر همگرایی بالا و پایایی پژوهش بود. (کریپندروف، ۱۳۸۶:۱۷۷).

۵ یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

با هدف شناخت عمیق‌تر چگونگی ارتباط کارآفرینی زنان دانش‌آموخته آموزش عالی با خانواده‌های خاستگاه و خودساخته، با رویکرد نظریه زمینه‌ای مضامینی حاصل شد که در آن «سرمایه شرایطی» به‌عنوان «عامل زمینه‌ای» شناخته می‌شود.

کلی‌مانند «پایگاه اقتصادی - اجتماعی»، «عوامل جمعیتی»، «خرده‌فرهنگ توسعه‌ای» و «تعاون و همبستگی» تشکیل شده است.

در شکل زیر عوامل مؤثر در ایجاد سرمایه‌شرایطی به‌طور خلاصه به نمایش گذاشته شده است که در آن پدیده «سرمایه‌شرایطی» شامل شرایط: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی فرد در دو خانواده‌خاستگاه خود ساخته است و از مضامین

تصویر شماره ۱: عوامل مؤثر بر ایجاد سرمایه‌شرایطی



تمرکز روی مضامین «عوامل جمعیتی» و «شرایط اجتماعی» توضیح هر یک به‌طور مختصر در جای خود ارائه خواهد شد.

از مجموعه عوامل مؤثر در سرمایه‌شرایطی که در تصویر فوق نمایش داده شده است؛ درجدول شماره دو مفاهیم، خرده‌مقولات، مقولات و مضامین حاصل از کدگذاری باز و محوری وارد شده است که بدون

جدول شماره ۲: مضامین، مقولات و خرده مقولات «سرمایه شریطی» حاصل از کدگذاری باز و محوری

مضامین	مقولات	خرده مقولات	مفاهیم
سرمایه شریطی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای: و راهبردی در نظریه زمینه‌ای	وضعیت اقتصادی و اجتماعی خانواده‌های خاستگاه و خودساخته فرد	- منزلت اجتماعی خانواده، - طبقه اقتصادی خانواده	- شغل اعضای دو خانواده - تحصیلات اعضای دو خانواده - درآمد، ثروت و سبک مصرفی اعضای دو خانواده - وضعیت اعتباری اعضای دو خانواده
	عوامل جمعیتی	- سن، - تأهل - وضعیت جمعیتی خانواده - خاستگاه و خود ساخته	- تعداد خواهران و برادران، - نوبت حضور در خانواده، - تعداد، جنس و ترتیب فرزندان - موقعیت جمعیتی فرد در خانواده
	فرهنگ توسعه‌ای خانواده خاستگاه	- ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اقتصادی پذیرفته‌شده در خانواده - گرایش‌های توسعه‌گرایانه، - سبک تربیت فرهنگی والدین	- احترام به برابری جنسیتی در دو خانواده، - نقش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی، - رشد و توسعه فردی در دو خانواده - مهارت‌گرایی، مدرک‌گرایی، تخصص‌گرایی - توسعه‌گرایی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی - ترجیح‌ها و اولویت‌های جنسیتی، - کار، تحصیلات، کسب مهارت‌ها و تخصص‌ها،
	روابط تطابقی خانواده و اجتماع	- احساس عاطفه و تعلق اعضای خانواده به یکدیگر و به جامعه، - سبک تربیتی عملی والدین - میزان و چگونگی تعاون اعضای خانواده با یکدیگر (تعاون مثبت یا منفی) - میزان و چگونگی ارتباط خانواده با اطرافیان، (تعاون مثبت یا منفی)	- چگونگی حضور، تعامل و مشارکت در خانواده و اجتماع - چگونگی فعالیت و مشارکت اقتصادی در خانواده و اجتماع، - چگونگی برخورد دو خانواده در حل مسائل مالی و اجتماعی - مسؤلیت‌پذیری اعضای دو خانواده نسبت به یکدیگر

مفاهیمی هستند که ویژگی‌ها و عوامل زمینه‌ای مؤثر بر کارآفرینی را معرفی می‌کند مانند «پایگاه اقتصادی-اجتماعی» که تعیین‌کننده شرایط است.

«خرده‌فرهنگ توسعه‌ای خانواده خاستگاه» تعیین‌کننده ارزش‌ها و هنجارهای توسعه‌مدارانه و

چنانکه ملاحظه می‌شود مضمون سرمایه شریطی به‌عنوان عامل زمینه‌ای در تئوری زمینه‌ای است. مقولات شامل وضعیت اقتصادی-اجتماعی، فرهنگی و تطابقی فرد در خانواده خاستگاه و خانواده خود ساخته است و هرکدام دارای خرده مقولات و

کد ۲۸، کارآفرین «پدرم مهندس راه و ساختمان بودند... هم تحصیلکرده خارج بود هم درآمد خوبی داشت هم اعتبار و منزلتی ...»

کد ۳۲، کارآفرین: «پدر مرحوم روحانی مشهوری بودند و پس از پیروزی انقلاب حسن شهرت بیشتری. به دست آورد که ما هم از این شرایط مورد توجه و لطف مردم بودیم...» (منزلت اجتماعی خانواده خاستگاه)

گاهی نیز سختیهای مرتبط با پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین تر فرد را در شرایطی قرار می‌دهد که خود را مستحق وضعیت بهتری می‌داند این احساس در کنار توانمندیهای مهارتی و تخصصی و مسؤولیت‌پذیری فرد انگیزه‌های او را برای تحقق پایگاه بالاتر تهییج می‌کند.

کد ۵۷: «پدرم وضع مالی خوبی نداشت اما من همیشه فکر می‌کردم که سهم ما از زندگی این نیست...» (درآمد و سبک مصرفی خانواده خاستگاه و انتظارات)

کد ۲۲: «پدرم کارگر شریف شهر داری بود. درآمدش کم بود ولی همیشه می‌خواست ما خوب زندگی کنیم همسرم درکنار برادرش کار میکرد... ولی من زندگی بهتری می‌خواستم برای همین دست به کار شدم...» (درآمد، سبک مصرفی و انتظارات)

مقوله «سبک تعاون و همبستگی خانوادگی و اجتماعی» شامل زیر مقولات «تعاون و همبستگی خانوادگی» و «تعاون و همبستگی اجتماعی» است. مورد اول شامل دو خرده مقوله «میزان تعاون اعضای خانواده با یکدیگر» و «چگونگی تعاون اعضای خانواده» با یکدیگر است» و مورد دوم شامل دو خرده مقوله «میزان تعاون اعضای خانواده با دیگران» و «چگونگی تعاون اعضای خانواده با دیگران» می‌شود. هر یک از خرده مقولات مفاهیمی را شامل می‌شود که پس از جدول شماره سه توضیح داده می‌شود.

تساوی محوری جنسیتی در اشتغال است، «سبک تربیت فرهنگی والدین» تعیین‌کننده الگوهای نقش اشتغال و انتظارات خانواده خاستگاه است و «احساس تعلق و مسؤولیت‌پذیری اعضای خانواده به یکدیگر و به جامعه» تعیین‌کننده عواطف و انگیزه‌ها در نوع خانواده است.

مقوله «وضعیت اقتصادی - اجتماعی» شامل خرده مقولات «منزلت اجتماعی» و «طبقه اقتصادی» است. مفاهیمی مانند: شغل، تحصیلات، درآمد، ثروت، مصرف گرایی، منزلت و اعتبار اجتماعی همسر، والدین و خانواده‌های درجه یک آنها که تعیین کننده موقعیت و شرایط فرد است. گاه منزلت اجتماعی، طبقه اقتصادی، موقعیت محیطی و شرایط ... خانوادگی فرد، او را در موقعیت برتری نسبت به دیگران قرار می‌دهد و یا شرایط ایجاد یک ویژگی و مزیت نسبی را در او ایجاد می‌کند؛

جملات زیر نمونه‌های مثالی است که حاکی از شاخصه‌های «منزلت اجتماعی» و «طبقه اقتصادی» خانواده‌های خاستگاه و خودساخته مشارکت‌کننده است که به دلیل تنیدگی و هم‌پوشانی دو مفهوم باهم آمده است:

کد ۲۴، کارآفرین: «پدر، پدربزرگ و عموهایم همه تاجر/ بیزنسنم بودند... همسر هم این شرکت را داشت... همیشه چه قبل از ازدواج چه بعد از آن هم وضع خوبی داشتیم هم عزت و آبرویی...» (پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده‌های خاستگاه و خودساخته)

کد ۲۶، کارآفرین: «پدرم خانزاده بود و به این واسطه همه اطرافیان به خانواده ما احترام زیادی می‌گذاشتند حتی حرف من که دختر بسیار جوانی بودم بسیار خریدار داشت و راحت کار پیدا کردم خیلی زود مدیر شدم و دستوراتم پیش میرفت ... همه اینها به واسطه موقعیت پدرم بود. روی اعتماد به نفس من تأثیر زیادی داشت ...» (منزلت اجتماعی و طبقه اقتصادی خانواده خاستگاه)

جدول شماره ۳: مقولات ، خرده مقولات و مفاهیم مرتبط با سبک تعاون و همبستگی خانوادگی و اجتماعی(عوامل زمینه‌ای و راهبردی)

جایگاه	مقولات	زیر مقولات	خرده مقولات	مفاهیم
عوامل زمینه‌ای و راهبردی	سبک تعاون و همبستگی خانوادگی و اجتماعی	تعاون و همبستگی خانوادگی	میزان تعاون اعضای خانواده با یکدیگر	احساس تعلق، نگرانی، دلسوزی، عاطفه و مسؤولیت پذیری اعضای خانواده نسبت به یکدیگر
			چگونگی تعاون اعضای خانواده با یکدیگر	سبک ارتباطی خانواده (روش تعاون و تعاون آموزی مانند مسؤولیت‌پذیری) و چگونگی ارتباط و انطباق با یکدیگر
		تعاون و همبستگی اجتماعی	میزان تعاون اعضای خانواده با دیگران	احساس تعلق و مسؤولیت‌پذیری اعضای خانواده به جامعه
			چگونگی تعاون اعضای خانواده با دیگران	چگونگی ارتباط، انطباق و تعاون در خانواده دوم و با دیگران در جامعه

و برادرم به خاطر من این قدر خودش رو به زحمت نمی‌انداخت» (احساس تعلق و مسؤولیت‌پذیری)

کد ۱۴: «مادرم برای همه فامیل هرکاری از دستش برمی‌آمد انجام می‌داد به ما هم سفارش می‌کرد همین طور باشیم» (مسؤولیت‌پذیری و تعاون آموزی)

کد ۳۲: «پدرم کمک حال فامیل و دوست و آشنا بود هرکس هرکاری داشت می‌آمد سراغ پدرم اوهم قدمی و رقمی و هرطور که میتونست کمک میکردو سنگ تموم می‌گذاشت ما هم یاد گرفتیم که حتی غریبه‌ها را هم خودی بدونیم و همه جوره کمک کنیم» (همبستگی و تعاون)

مقوله «سبک فرهنگی خانواده خواستگاه» شامل زیرمقولات «خرده فرهنگ اشتغال» و «خرده فرهنگ توسعه‌ای» در خانواده خاستگاه است که هر یک دارای خرده مقولات و مفاهیم مرتبط با آنها است. جدول شماره ۳ گویای خلاصه موارد است.

خرده مقوله «میزان تعاون اعضای خانواده با یکدیگر» شامل مفاهیم «احساس تعلق، نگرانی، دلسوزی، عاطفه و مسؤولیت‌پذیری اعضای خانواده با یکدیگر» «سبک تربیتی والدین» و «چگونگی ارتباط و انطباق» با یکدیگر می‌شود. گفتنی است، دو مفهوم «احساس تعلق» و «مسؤولیت‌پذیری» عموماً با یکدیگر همراه است. احساس تعلق موجب مسؤولیت‌پذیری اعضای خانواده نسبت به یکدیگر می‌شوند. خرده مقوله «چگونگی تعاون اعضای خانواده با یکدیگر» شامل مفاهیم «سبک ارتباطی خانواده» مانند روش تعاون و تعاون آموزی، مسؤولیت‌پذیری و «چگونگی ارتباط و انطباق با یکدیگر» است.

کد ۰۸: «پدر مرحوم می‌گفت دختر و پسر نداره ما یک خانواده‌ایم و باید همونطور که شریک غم و شادی‌های هم هستیم تو کار و گرفتاری‌های همدیگه هم شریک باشیم... آگه این تربیت نبود بعد از مرگش من بار خرج خانواده رو به دوش نمی‌کشیدم

جدول شماره ۴: مقولات ، خرده مقولات و مفاهیم مرتبط با سبک فرهنگی خانواده،(عوامل زمینه‌ای و راهبردی)

مفاهیم	خرده مقولات	زیر مقوله	مقوله	جایگاه
اهمیت و ارزش رشد و توسعه فردی، تحصیلات، کسب مهارت‌ها و تخصص‌ها، احترام به برابری جنسیتی، گرایش‌های توسعه‌گرایی	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی -اقتصادی پذیرفته‌شده در خانواده	خرده‌فرهنگ اشتغال در خانواده خاستگاه	مقوله	عوامل زمینه‌ای
ترجیحات و اولویت‌های جنسیتی در کار، الگوهای نقش، کلیشه‌های جنسیتی، تساوی طلبی‌های جنسیتی اشتغال	«سبک تربیت فرهنگی - اجتماعی» در خانواده			
ترجیحات و اولویت‌های توسعه‌ای، مهارت محوری، مدرک‌گرایی، تخصص محوری، توسعه‌طلبی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی،	« توسعه مداری» در خانواده	خرده‌فرهنگ توسعه‌ای		

میگن خوبه هر آدمی هر فن و هنر و ورزشی و ... بلد باشه» (ارزش: تنوع‌های مهارتی)

کد کارآفرین : «مادرم روحیه سیاسی مسلک داشت ... حتی وقتی من جایزه بین‌المللی گرفتم گفت هر وقت بتونی اثر سیاسی روی مملکت داشته باشی اونوقت میشه بهت افتخار کرد» (ترجیح ارزشهای سیاسی به ارزشهای اقتصادی و اجتماعی)

خرده مقوله «سبک تربیت فرهنگی خانواده»: که شامل «الگوهای نقش»، «کلیشه‌های جنسیتی» و «احترام به برابری جنسیتی» و «گرایش‌های توسعه‌ای» در دو خانواده است. به‌طور کلی اکثر مشارکت‌کنندگان از پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسط و متوسط رو به بالا برخوردار بودند. اما به لحاظ فرهنگی تقریباً همگی آنها خانواده‌هایی (حداقل یکی از والدین) داشتند که به برابری جنسیتی باور داشته و توسعه‌گرا بودند و گرایش‌های توسعه‌مدارانه داشتند. اظهارات زیر نمونه‌هایی است نشان‌دهنده «نگرش برابری جنسیتی» و «گرایش‌های توسعه‌ای» خانواده‌هاست.

کد کارآفرین: «در خانواده ما به دختر و پسر مثل هم بها می‌دادند حتی پدرم ارث دختر و پسر را برابر ادا کرد.» (فرهنگ خانوادگی برابری جنسیتی)

کد کارآفرین «با اینکه پدرم کارگر کم‌سودی بود ولی همیشه دوست داشت دخترهاش خیلی

زیرمقولات شامل «ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اقتصادی پذیرفته‌شده در خانواده»، «گرایش‌های توسعه‌گرایی» و «سبک تربیتی والدین» است؛ چه به لحاظ فرهنگی و چه از نظر اجتماعی؛ به عبارتی، اهمیت و ارزش رشد و توسعه فردی، مهارت محوری، مدرک‌گرایی، تخصص محوری، توسعه‌طلبی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ترجیحات و اولویت‌های جنسیتی در کار، تحصیلات، کسب مهارت‌ها و تخصص‌ها، الگوهای نقش، کلیشه‌های جنسیتی و احترام به برابری جنسیتی در دو خانواده است. در مثال‌های زیر «ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اقتصادی پذیرفته‌شده در خانواده» و «گرایش‌های توسعه‌گرایی» باهم آورده شده‌اند:

کد کارآفرین: «شعار مادرم این بود: به قدر آنکه علم و کار داری بدان ارزی بدان مقدار داری.... پدرم معتقد بود هر آدمی به اندازه کارش ارزش دارد، پدر بزرگم می‌گفت هر آدمی را باید از کارش شناخت زن و مرد هم ندارد» (ارزش خانوادگی برای علم و کار)

کد کارآفرین: «پدر و مادرم همیشه ما را به کار کردن ترغیب می‌کردند گاهی هم مجبور می‌کردند» (ارزش: کار)

کد کارآفرین: «در خانواده ما همان قدر که به مدرک و تحصیلات اهمیت می‌دهند برای تنوع‌های مهارتی هم ارزش قائل‌اند

اینکه تنها نباشم با خرج خودش من را همراهی می‌کند(تعاون)».(پرورش مسؤولیت‌پذیری و تعاون) کد ۱۸، کارآفرین: «با اینکه پدر و مادرم همیشه سر بزرگه‌ها هوای ما بچه‌ها رو داشتند و توقع داشتند ما پشت هم باشیم اما برای اینکه ما رو پای خودمون بار بیاییم می‌گفتند مشکل خودته فکر ببین چطوری می‌تونی حلش کنی... مثلاً اگر ضامن می‌شدند برای وام ازمون چک یا سفته می‌گرفتند...»(نوع الگوی ارتباطی، نوع و چگونگی تربیت مسؤولیت‌پذیری و تعاون)

کد ۳۳ کارآفرین: «همان اندازه که نسبت به بچه خودم احساس مسؤولیت می‌کنم نسبت به جوان‌های جامعه این احساس را داشتم.... فکر می‌کنم این حس مسؤولیت و کمک چیزیه که از بچگی ایجاد شده بود.» (مسؤولیت‌پذیری و تعاون)

نقش مؤثر خانواده‌های خاستگاه و خودساخته در شکل‌گیری و ظهور شخصیت کارآفرین

پیش‌ازاین به شرایط خانواده‌های خاستگاه و خودساخته اعم از پایگاه اقتصادی و اجتماعی ایشان و نقشی که در تربیت، بینش، مسؤولیت‌پذیری، تعاون و انگیزه بخشی داشته‌اند پرداخته شد اما اینکه «نقش والدین و همسر» تا چه اندازه در شکل‌گیری شخصیت و انگیزه‌های کارآفرینی مؤثر بوده‌اند از نظر خود مشارکت‌کنندگان خود اشتغال و کارآفرین با مثال‌های زیر بیان می‌شود.

کد ۲۸ کارآفرین: «من هرچه که امروز هستم تأثیر زن، رفتار، سواد و تربیت پدر و مادرم بوده بالاخره همسر هم مؤثر بوده...»

کد ۲۱، کارآفرین: «با اینکه بیشترین تأثیر را همسر داشت شاید اگر پدر و مادرم تأثیر تربیتی و رفتاری نداشتند امروز این نبودم»

کد ۱۷، کارآفرین: «پنجاه درصد پدر و مادرم و... پنجاه درصد همسر در وضعیت فعلی من نقش داشتند»

امروزی باشند، درس بخوانند، پیشرفته زندگی کنند و کار کنند... دختر و پسر را یک جور می‌دید»(گرایش‌های مدرنیته)

کد ۲۴ کارآفرین: «پدر، پدر بزرگ و عموهایم همگی بیزنس من بودند و از آنجا که اعتقاد کار دختر و پسر نداره... من هیچ وقت خودم را از این فضا دور نمی‌دیدم...»(برابری جنسیتی در اشتغال)

کد ۰۹ کارآفرین: «مادرم همیشه برای من الگوست و من سعی می‌کنم شبیه او عمل کنم.»(الگوی نقش)

کد ۱۷ کارآفرین: «خواهر بزرگترم الگوی کاری من شد و من هم الگوی خواهر و برادرم شدم.»(الگوی نقش اشتغال)

خرده «مقوله سبک تربیت عملی خانواده»: این موضوع که خانواده می‌تواند برای فرزندان الگوی «همدلی کردن و مسؤولیت‌پذیری» باشد و به صورت عملی آن را آموزش دهد و حدود مرزهای آن را از حد خانواده و اطرافیان فراتر ببرد موضوعی است که بر ایجاد احساس تعلق، دلسوزی، همدلی و پذیرش عملی مسؤولیت و تنظیم ارتباطات مثبت، اثربخش و سازنده تأثیر می‌گذارد. همچنین راهبرد خانواده‌ها در ایجاد ارتباط و چگونگی ایجاد این ویژگی‌ها می‌تواند متفاوت باشد به طور مثال برخی خانواده‌ها با محبتی بدون شرط و برخی با دلسوزی همراه با جدیت همدلی، همراهی و تعاون را به فرزندان خود به صورت غیرمستقیم و عملی آموزش می‌دهند. مثال‌های زیر نشان‌دهنده «سبک تربیتی عملی والدین» است که شامل چگونگی و میزان ایجاد «احساس تعلق»، «مسؤولیت‌پذیری» و «الگوهای ارتباطی» است.

کد ۰۵ کارآفرین: «بعد از فوت پدرم برای زندگی مادرم نگران بودم حقوق بازنشستگی پدرم کافی نبود؛ احساس مسؤولیت می‌کردم پدرم همیشه توقع داشت ما پشت همدیگر باشیم... برادرم هوای منو دارد هر بار برای خرید به ترکیه می‌روم برای

کد ۲۵: «من به‌خاطر مشکل برادرشوهرم طلاهامو فروختم و این کار رو راه‌اندازی کردم.... این‌جور دلسوزی رو از مادرم یاد گرفتم که مثلاً برای مشکلات عمه‌ام چطور خودش رو به آب‌و‌آتش می‌زد.»

کد ۲۹: «به نظر من اگر زنان ما حداقل زندگی زناشویی‌شون رو از خودشون بدونند (احساس تعلق) و احساس مسؤولیت کنند و فکر نکنند این فقط وظیفه مرد است که خرج خانواده بدهد یا ثروت تولید کند هم خودشون پیشرفت می‌کنند و هم جامعه؛ من نسبت به بیکاران جامعه‌مان هم احساس مسؤولیت می‌کنم.... من هرچه که امروز هستم تأثیر تربیت پدر و مادرم بوده» (حس تعلق و مسؤولیت‌پذیری)

نقش میزان و چگونگی تعاون اعضای خانواده با یکدیگر و اطرافیان

این موضوع که اعضای خانواده با دیگران چگونه ارتباط می‌گیرند یا برای رفع مشکلات یکدیگر چه اقداماتی انجام می‌دهند و چگونه و با چه روش‌هایی به مدد یکدیگر می‌شتابند موضوعی است که می‌تواند مهیاکننده شرایط مساعد برای افرادی باشد که تمایل به کارآفرینی دارند.

کد ۲۱: «وقتی ازدواج کردم به‌خاطر رفع گرفتاری برادرشوهرم طلاهامو فروختم.... و بعد چون برای جواز همسرم که تولید بود وام کمی می‌دادند خودم مجوز تجاری گرفتم که وام خوبی روی آن بگیرم.... این‌طوری افتادم در این مسیر» (دلسوزی و تعاون با خانواده همسر)

کد ۳۳: «ما رفت‌وآمد فامیلی زیاد داشتیم خیلی به داد هم می‌رسیدیم هرکی مشکلی داشت بقیه دست به کار می‌شدند شاید این مدل زندگی باعث شد تا نسبت به دیگران بی تفاوت نباشم حتی یادگیریشون هم برام مهم باشه تا جایی‌که بالاخره این کار رو راه انداختم به‌خاطر دیگران... خودم واقعا

نقش عاطفه، تعلق و مسؤولیت‌پذیری اعضای خانواده نسبت به یکدیگر و نسبت جامعه

عواطف مثبت و دارا بودن احساس تعلق و همدلی دلسوزانه زنان دانش‌آموخته کارآفرین توسط والدین و دیگر اعضای خانواده به فرد القاء و شخصی‌سازی می‌شود. سازوکار این فرایند فرهنگ‌سازی از طریق تلقین و تکرار است که به‌وسیله سبک زندگی، نوع ارتباطات صمیمانه، منعطف و انطباقی در خانواده، از مسیر آموزش‌ها و تمرین‌های غیرمستقیم عملی در فرد ایجاد می‌گردد. به‌عبارت‌دیگر فرد در محیط خاصی از کنش‌های متقابل قرار می‌گیرد که ارزش‌ها و الگوهای عملی والدین، او را در مسیر عاطفی و مسؤولیت‌پذیری خاصی هدایت می‌کند به قسمی که منافع خانواده را در نظر می‌گیرد. این عواطف مثبت می‌تواند به نفع جامعه نیز تسری یابد.

کد ۰۹: «مادرم به‌خاطر احساس همدلی که نسبت به زنان خودسرپرست اطرافش داشت آنها رو از خودش می‌دانست و برایشون کار درست کرد حتی در این راه یک چشمش را از دست داد. اما هنوز به‌خاطر احساس مسؤولیتی که نسبت به زنان بی‌سرپرست دارد باهم با عشق پیگیری می‌کند من هم خیلی کمکش می‌کنم تا حدی که خودم را مریض کنم.... من هم از خودش یاد گرفتم.... اگر مادرم خودش و تا حدودی من رو برای اشتغال آنها هزینه کرد به این دلیل که آنها را درک می‌کرد و باهاشون همدلی می‌کرد می‌گفت انگار آنها خواهر من هستند.... او هم این عاطفه رو از خانواده‌اش گرفته» (حس دلسوزی و مسؤولیت‌پذیری)

کد ۲۳: «گاهی احساس خستگی و فرسودگی می‌کنم اما نگاه منتظر حقوق‌بگیران نمی‌گذارد که از پان‌بنشینم.... این حس محبت برای مردم، دلسوزی برایشون و احساس مسؤولیت را از خانواده و بیشتر از مادرم یاد گرفتم.» (احساس تعلق، دلسوزی و مسؤولیت)

کارآفرینی زنان نه تنها به انحلال و کاهش مشکلات اقتصادی و اجتماعی خانواده‌ها می‌انجامد بلکه با ایجاد الگوهای جدید نقش اشتغال در گسترش و نهادینه شدن هنجارهای تساوی‌طلبانه جنسیتی کار مؤثر است.

کد ۲۵: «قبل از این کار به خاطر شکستم در جذب هیأت علمی افسرده بودم و هزارچور مشکل جسمی و روحی داشتم و همش تو راه دکتر و دوا بودم اما بعد از آن من خیلی خوب شدم شوهر و بچه هام هم به خاطر من خوشحال و راضی اند»

کد ۲۷: «وقتی که من این کار را راه‌اندازی کردم، هم خودش یک منبع درآمد جدید بود و هم اینکه مشکل شوهرم در تست ماشین‌های صنعتی دست‌سازش حل شد...»

۶ بازاندیشی، بحث و نتیجه‌گیری

در سنوات اخیر در ایران از تحصیلات عالی و تکمیلی زنان استقبال گسترده می‌شود تا جایی که درصد دانش‌آموختگان زن و مرد به‌طور تقریبی برابرند. یک‌چهارم دانش‌آموختگان زن به مشاغل دولتی، دستمزدی یا تخصصی آزاد اشتغال دارند و سه‌چهارم این گروه غیر شاغل هستند. پیرو بسیاری از پژوهش‌های انجام‌شده، تأثیر مثبت اشتغال زنان بر ارکان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانواده پذیرفته شده است. لذا در دهه‌های اخیر، جهان با انقلاب کارآفرینی مواجه شده است. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته اشتغال زن و مرد با اختلاف اندکی برابری نسبی دارد. به تناسب آن، کارآفرینی زنان به‌منظور افزایش مشارکت اقتصادی - اجتماعی جمعیت و بهره‌گیری حداکثری از نیروی کار، افزایش چشمگیر داشته است. این کشورها چه در سطح خرد و چه در سطوح میانه و کلان از منافع این روند بهره‌مندی قابل‌توجهی داشته‌اند. در کشور ایران با توجه به کثرت جمعیت و لزوم بهره‌مندی بهینه از وضعیت پنجره جمعیتی، کارآفرینی زنان واجد اهمیت می‌شود. آماده‌سازی پیش‌نیازهای متناسب

نیازی نداشتیم» (ارتباطات و تعاون فامیلی موجب احساس تعلق و مسؤلیت‌پذیری)

نقش حمایتی خانواده‌های خاستگاه و خودساخته

حمایت مادی و غیرمادی، همراهی، همکاری، همفکری، ترغیب و تشویق توسط اعضای خانواده خاستگاه و خودساخته کارآفرینان را حمایت می‌کند و موجب تقویت انگیزه و خود پنداره فرد می‌گردد. گاهی نیز افراد دیگری غیر از خانواده به هر دلیلی نقش حامی، همراه و مشوق را ایفا می‌کند که درجای خود در توفیق فرد در تحمل شرایط مبهم و سخت تأثیرگذار است. نقش مؤثر اطرافیان در الگودهی و انگیزه بخشی به چگونگی ارتباط فرد با سایرین مربوط است و به‌صورت آموزش غیررسمی در خانواده یاد می‌گیرد.

کد ۳: «شوهرم هنرهای دستی من را که دید، مرا به تغییر رشته به هنر ترغیب کرد، سرمایه در اختیارم گذاشت و تشویقم کرد...»

کد ۱۹: وقتی که خواستم این شرکت رو تأسیس کنم پدر، مادر، خواهر و برادرم پول گذاشتند و من بعداً خرده‌خرده سهمشون را به‌صورت قسطی و با شرایط مناسب خریدم... خیلی بامن راه اومدند در حقیقت می‌خواستند جون بگیرم.»

کد ۳۵: «مادرم تشویق و همراهی‌ام می‌کند و پدرم به من افتخار می‌کند... این حالت او مرا شارژ می‌کند»

کد ۲: همسرم خیلی بامن همراهی و همکاری می‌کنه اما همفکری و تشویق از خانواده خودمه»

کد ۷: «شوهرم خیلی همراهی‌ام نکرد اما مانع بروز شخصیت و خواسته‌هام نشد. وقتی هم من نیستم پز من رو به دیگران میده»

شکل می‌دهد و موجب «مسئولیت‌پذیری و تمایلات همدلانه» آنان می‌شود. مضامین فرهنگی شامل مقوله خرد فرهنگ توسعه‌ای دو خانواده خاستگاه و خودساخته است که خرده مقولات آن شامل «تمایلات توسعه‌مدارانه» و «گرایش‌های تساوی محوری جنسیتی» است. این خرده مقولات «نگرش و اهداف ذهنی» کارآفرینان را شکل می‌دهد. مقوله خرد فرهنگ خانواده خاستگاه در ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اقتصادی پذیرفته شده در خانواده، گرایش‌های توسعه‌گرایی، سبک تربیتی والدین و نگرش‌ها و گرایش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانواده تأثیرگذار است. سبک تربیتی فرهنگی والدین موجب کسب مهارت‌های گوناگونی می‌شود که از ملزومات کارآفرین شدن است. گرایش‌های توسعه‌ای نیز انگیزه‌های فرد را برای اقدامات کارآفرینانه ایجاد و تقویت می‌کند. ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اقتصادی پذیرفته شده در خانواده مانند: احترام به برابری جنسیتی، نقش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی، رشد و توسعه فردی، مهارت‌گرایی، مدرک‌گرایی، تخصص‌گرایی و توسعه‌گرایی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، می‌تواند تعیین‌کننده ترجیح‌ها و اولویت‌های جنسیتی، کار، کسب مهارت‌ها و تخصص‌ها باشد.

مقوله تعاون و همبستگی خانوادگی و اجتماعی، با خرده مقولات احساس تعلق اعضای خانواده به یکدیگر و به جامعه، سبک تربیتی شناختی والدین و میزان تعاون اعضای خانواده با یکدیگر و با اطرافیان شناخته می‌شود که با تعیین چگونگی فعالیت و مشارکت اقتصادی در خانواده و اجتماع، میزان تمایل به دوستی، همراهی و همکاری را تعیین می‌کند. معمول بودن اقدامات هم‌نوع دوستانه و کمک‌های مادی و معنوی در خانواده و در ارتباط با دیگران، ایجادکننده احساس تعلق به خانواده و جامعه و تثبیت‌کننده عاطفه خانوادگی و اجتماعی است. که می‌تواند زمینه‌ساز ارتباطات متقابل اجتماعی و مسئولیت‌پذیری شود.

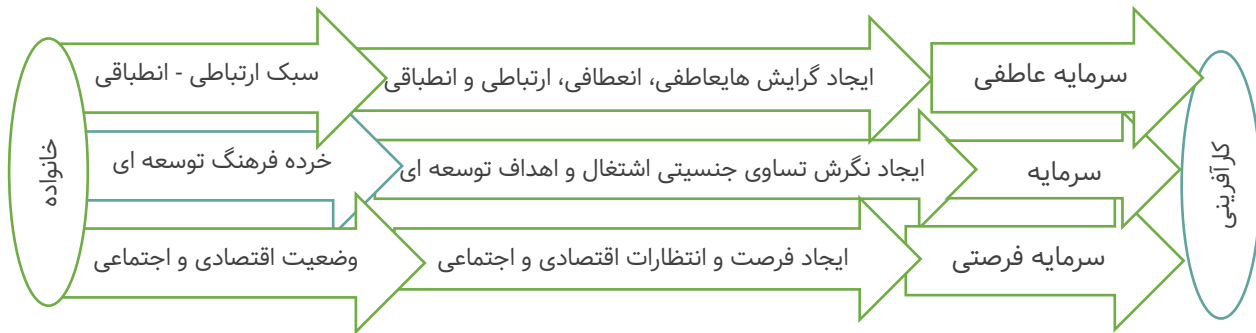
با این مقصود از وظایف خانواده‌ها و متولیان اجتماعی است. از این رو شناخت عمیق‌تر عوامل اجتماعی و خانوادگی مؤثر بر کارآفرینی زنان ضرورت می‌یابد. مطالعه پیشینه‌های داخلی و خارجی به برخی از عوامل و موانع اشاره کرده‌اند. اما در این مقاله با نگاهی ایجابی، عوامل خانوادگی مؤثر بر کارآفرینی مطالعه می‌گردد. جامعه آماری شامل ۵۲ تن از زنان کارآفرین دانش‌آموخته ساکن تهران است. روش پژوهش گرند تئوری با رویکرد طبیعت‌گرایی تفهیمی-تحلیلی و ابزار گردآوری داده مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته است. برای تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک کدگذاری باز و محوری، مفاهیم، مقولات و مضامینی به دست آمد که حاکی از تأثیر عوامل خانوادگی بر کارآفرینی زنان است. برای تعیین روایی و پایایی از تکنیک‌های باز اندیشی، تکرارپذیری و تأیید استفاده شده است.

یافته‌ها حاکی از اثر تعیین‌کنندگی «عوامل خانوادگی» بر کارآفرینی زنان است. عوامل خانوادگی شامل مضامین اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. مضامین اقتصادی شامل وضعیت‌های اقتصادی دو خانواده خاستگاه و خودساخته است. به عبارتی دیگر مقولاتی مانند درآمد، سبک مصرفی، وضعیت اعتباری در خانواده‌های خاستگاه و خودساخته، که «فرصت‌ها و انتظارات اقتصادی» کارآفرینان را شکل می‌دهد. مضامین اجتماعی شامل مقولات منزلتی و سبک ارتباطی-انطباقی است. مقولات منزلتی که شامل «تحصیلات، شغل و نفوذ اجتماعی» است، فرصت‌ها و انتظارات اجتماعی کارآفرینی را پدید می‌آورد. این وضعیت‌های اقتصادی و اجتماعی نه تنها درجای خود فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی را برای کارآفرینان مهیا می‌کند بلکه «انتظارات فردی و عمومی» را در مورد پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی کارآفرینان را شکل می‌دهد. مقوله سبک ارتباطی-انطباقی شامل خرده مقولات عاطفه، انعطاف، مسئولیت‌پذیری و تعاون خانوادگی و اجتماعی است. این مقولات گرایش‌های عاطفی، انعطافی، ارتباطی و انطباقی کارآفرینان را

گرایش «توسعه جنسیتی اشتغال» است، که «مسئولیت‌پذیری اجتماعی» را در پی دارد. عوامل یاد شده در بستر فرهنگی خانواده ایجاد و تقویت می‌گردد. از این رو نقش والدین و دیگر اعضای خانواده برای کارآفرینی فرزندان ایجاد شرایط مناسب برای تربیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی آنان است.

در مجموع در صورتی که وضعیت زنان به لحاظ «عوامل خانوادگی» تأییدکننده برابری جنسیتی در کسب و کار باشد احتمال کارآفرینی افزایش می‌یابد. در مجموع نتایج حاکی از این است که به‌طور کلی عوامل خانوادگی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیر تعیین‌کنندگی بر کارآفرینی دارد. از بین عوامل کلی یادشده، عاملی که مختص کارآفرینی زنان است خرده‌فرهنگ‌های «برابری جنسیتی کسب و کار» و «توسعه‌ای-جنسیتی» است، و شامل زیر عامل‌های نگرش «تساوی جنسیتی اشتغال» و

تصویر شماره ۲: چگونگی تأثیر خانواده بر کارآفرینی

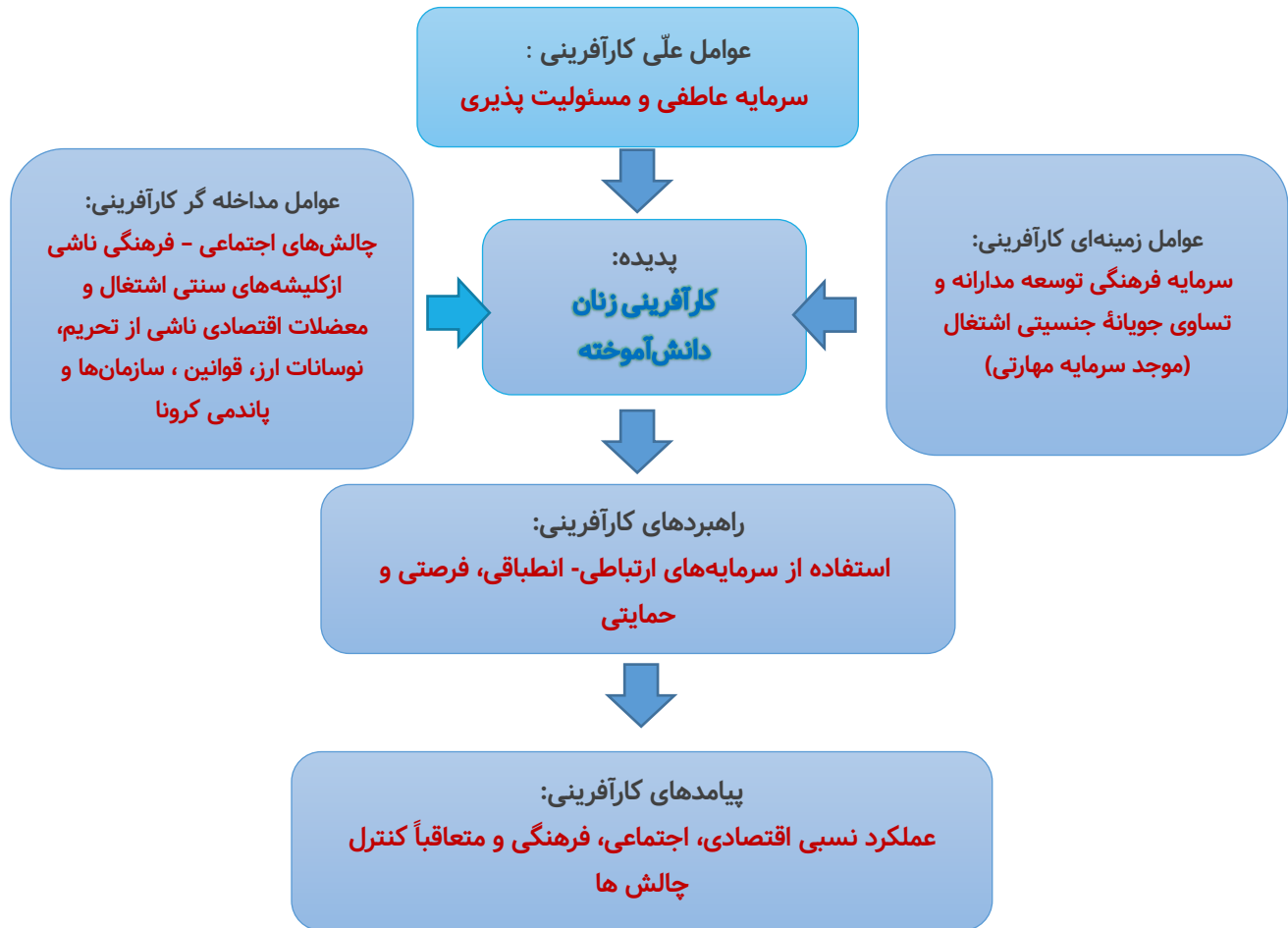


مدیریت منابع و ارتباطات» آمده است. چراکه زنان کارآفرین به دلیل نوآوری در الگوهای نقش، مورد نقض حریم شخصیتی و جنسیتی قرار می‌گیرند. لذا برای تداوم حیات کاری خود ناگزیر به حفظ حریم شخصیتی- جنسیتی و خطرپذیری مضاعف می‌گردند. که البته همان‌گونه که پیش‌تر به آن اشاره شد خانواده‌ها در این امر، نقش تربیتی، الگویی، انگیزشی، فرصتی و حمایتی دارند.

کارآفرینی زنان نه تنها به انحلال و کاهش مشکلات اقتصادی و اجتماعی خانواده‌ها می‌انجامد بلکه با ایجاد الگوهای جدید نقش اشتغال در گسترش و نهادینه شدن هنجارهای تساوی طلبانه جنسیتی کار، مؤثر است.

نظریه زمینه‌ای «عوامل اجتماعی(خانوادگی) مؤثر بر کارآفرینی» حاصل از یافته‌های بخش کیفی تحقیق در تصویر شماره ۳ نمایش داده می‌شود. چنانکه ملاحظه می‌شود در آن کارآفرینی زنان دانش‌آموخته معادل با «خطرپذیری حساب‌شده در

تصویر شماره ۳: مدل نمایشی نظریه زمینه‌ای عوامل خانوادگی مؤثر بر کارآفرینی



و از این طریق برای رفع مشکلات گوناگون اجتماعی و فرهنگی ناشی از باور عمومی به کلیشه‌های سنتی نقش اشتغال همچنین معضلات اقتصادی ناشی از تحریم، نوسانات ارز، قوانین موضوعه، شیوه‌های اجرایی سازمان‌ها، همه‌گیری بیماری کرونا از طریق راهبرد استفاده از سرمایه‌های ارتباطی - انطباقی که از طریق یادگیری و جامعه‌پذیری درونی نموده است و سرمایه‌های فرصتی و حمایتی که خانواده‌های خاستگاه و خودساخته در اختیار آنان می‌گذارد چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود را کاهش داده، کنترل نموده یا حل می‌کند. لذا نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته بسیار به یکدیگر شباهت دارند هر دو خانواده با ایجاد شرایط فرصتی، انگیزشی، الگویی و حمایتی نقش به‌سزایی در

روایت داستان حاکی از این است که خانواده‌ها با ایجاد سرمایه‌های فرهنگی توسعه‌ای نگرش و گرایش‌های توسعه‌مدارانه و تساوی‌جویانه جنسیتی اشتغال، عوامل زمینه‌ای کارآفرینی فرزندان را ایجاد می‌کنند. تا جایی‌که گرایش‌های توسعه فردی نیز ایجاد و تقویت می‌گردد. از سویی دیگر در صورتی‌که سبک ارتباطی- انطباقی خانواده به‌گونه‌ای باشد که روابط اعضای خانواده، فامیل و آشنایان صمیمی و همبسته باشد سرمایه عاطفی و مسؤولیت‌پذیری را در فرزندان ایجاد و تقویت می‌کند. ایجاد این سرمایه‌های در زمینه‌ای از سرمایه فرهنگی توسعه‌مدارانه سبب به عهده گرفتن مدیریت منابع و ارتباطات می‌گردد. به عبارت دیگر فرد با کارآفرینی، خطر مدیریت منابع مادی و غیرمادی (انسانی) را می‌پذیرد

اجتماعی را تجربه می‌کند در این خصوص فرض بر این است که فرد در خانواده خودساخته نیز همواره از طریق کنش‌های متقابل و کنترل اجتماعی، در حال تطابق با جامعه است. تصویر ذیل گویای نقش کلی دو خانواده است.

کارآفرینی زنان دانش‌آموخته دارند ولی خانواده‌های خاستگاه به‌طور رسمی نقش تربیتی یا به عبارتی جامعه‌پذیر نمودن اعضا را بر عهده‌دارد. این در حالیست که خانواده خودساخته چنین نقشی را به‌طور غیررسمی ایفا می‌کند. از آنجا که هر کنشگر اجتماعی در تمام طول عمر خود مراحل تکوین

تصویر شماره ۴: نقش خانواده‌های خاستگاه و خودساخته در کارآفرینی زنان دانش‌آموخته



علائق زنان توسط برنامه ریزان و سیاست‌گذاران است، و براساس نتایج پژوهش علی‌آبادی و همکاران (۲۰۱۹) که بیانگر تأثیر ترغیب‌های رسانه‌ای بر حمایت‌های فرهنگی خانواده‌ها از قصدکارآفرینانه است. به برنامه ریزان اجتماعی پیشنهاد می‌شود که با توجه به نقش مهم خانواده‌ها در ایجاد سرمایه‌های فرهنگی- توسعه‌ای، ارتباطی- انطباقی و عاطفی- مسؤولیتی، از طریق رسانه‌ها خانواده‌ها را به حمایت فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی از کارآفرینان ترغیب نمایند. البته در کنار توسعه فرهنگ کارآفرینی اصلاح قوانین موضوعه مانند قوانین بیمه، مالیات، خروج از کشور و مانند آن و تسهیل شیوه‌های اجرایی سازمان‌ها می‌تواند بستر کارآفرینی را با وضعیت زنان متناسب نماید.

همچنین در صورتی که خانواده‌های خاستگاه و خودساخته تمایل به پرورش و ترغیب زنان به کارآفرینی دارند یکی از راهکارها می‌تواند این باشد که علاوه بر تقویت عاطفه اجتماعی، تعاون و

نتایج مطالعات این پژوهش با نتایج پژوهش‌های ذیل همراستا است:

با پژوهش مهریزی زاده و همکاران (۲۰۲۲) در خصوص تأثیر حمایت خانواده بر نگرش کارآفرینی، با پژوهش پازوکی (۲۰۲۲) در خصوص تأثیر حمایت‌های فرهنگی و مالی خانواده‌ها در تسهیل و توانمندسازی کارآفرینی، همچنین با نتایج تحقیقات آندری (۲۰۱۸) که حاکی از تأثیر امکانات و شرایط موجود محیط بر انگیزه انجام کسب‌وکار است؛ با نتایج پژوهش کارمن (۲۰۱۶) که فرهنگ کارآفرینی و حمایت را بر کارآفرینی زنان مؤثر می‌داند و با یافته‌های جبین و کتسیلوود (۲۰۱۵) که خانواده را عامل ایجاد انگیزه برای کارآفرینی زنان می‌داند و حمایت خانواده و مشارکت اعضای خانواده را برای موفقیت کسب‌وکار زنان بسیار مهم می‌داند همسو است.

لذا براساس نتایج این تحقیق و براساس نتایج مطالعات فوزیه جبین (۲۰۱۷) که حاکی از لزوم اصلاح

نویسندگان

نویسنده اول مهنوش فروتن، نویسنده دوم و مسئول مقاله خدیجه سفیری و نویسنده سوم طاهره میرساردو هستند.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی نداشته است

تعارض منافع

نویسندگان دارای تعارض منافع نمی‌باشند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از تمامی مشارکت‌کنندگان در این پژوهش سپاسگزاری می‌کنند.

مسئولیت‌پذیری، بتوانند «فرهنگ توسعه مدارانه» و «تساوی جنسیتی اشتغال» را تقویت نمایند. زیرا از این طریق نه تنها نگرش فرزندان را برای حضور اجتماعی و به عهده گرفتن «نقش‌های غیر سنتی اشتغال»، آماده می‌نمایند بلکه هنجارهای جنسیتی اشتغال را نیز به قسمی اصلاح می‌کنند که برای مشارکت نیروی کار زنان متناسب سازی شود. به‌علاوه می‌توانند از این مسیر زمینه‌های گرایش به کارآفرینی را مهیا نمایند. نیل به این مقصود از مسیر آموزش‌های غیررسمی و فرهنگ سازی رسانه‌ای نیز امکان پذیر است. همچنین اصلاح قوانین موضوعه مانند قوانین بیمه، مالیات، خروج از کشور و مانند آن، متناسب‌سازی شیوه‌های اجرایی سازمان‌ها می‌تواند بستر کارآفرینی را فراهم نماید.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود، مقیمی، سید محمد (۱۳۹۵)، *مبانی کارآفرینی*، تهران: نشر فراندیش، چاپ هفدهم.
- اسدزاده، احمد. میرانی، نینا، قاضی‌خانی، اسمعیل درجانی، هنردوست، عطیه. (۱۳۹۶). بررسی نقش اشتغال و تحصیلات زنان بر رشد اقتصادی ایران. *مجله زن در توسعه و سیاست*، ۱۵(۳)، ۳۵۹-۳۸۱.
- پازوکی، معصومه. (۱۴۰۱). شناخت و مطالعه تسهیل‌کننده‌های توانمندسازی روستاییان در فراگرد کارآفرینی گردشگری، *مجله پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، doi: 10.22059/jhgr.2022.338315.1008450
- حاجی‌لو، وحید، معمارزاده طهران و مقیمی. (۱۳۹۹). *مدل توسعه سرمایه انسانی در وزارت نفت ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی*، ۱۱(۴۳)، ۳-۲۴.
- خسروی پور، بهمن و کریمی، فاطمه. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل تاثیرگذار در کارآفرینی زنان روستایی. *مجله جغرافیا و روابط انسانی*، ۱۲(۱)، ۹۵-۱۰۵.
- علی‌آبادی، خدیجه. معدن‌دار، سیروس. محمدکازمی، رضا. عباس پور، عباس، میناوندو محمدقلی. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با میانجیگری حمایت خانواده. *فصلنامه خانواده و پژوهش* ۱۶(۳)، ۵-۲۹.
- فروتن، مهنوش. سفیری، خدیجه و میرساردو، طاهره، (۱۴۰۰). تعاریف و سنخ‌شناسی کارآفرینی و خوداشتغالی زنان دانش‌آموخته
- آموزش عالی، شاغل در شهر تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه اجتماعی*، ۱۵(۴)، ۱-۳۸.
- فروتن، مهنوش. سفیری، خدیجه و میرساردو، طاهره، (۱۴۰۱) *بررسی تأثیر سرمایه‌های کارآفرینی بر عملکرد کارآفرینی، فصلنامه مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان، پیاپی ۷۰، ۹۹-۱۲۹.*
- کربندروف، کلوس(۱۳۷۸)، *تحلیل محتوا مبانی روش‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نائی، تهران: انتشارات روش.
- گلرد پروانه(۱۳۸۸) *خانواده و راه کارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی*. نشریه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان) دوره ۷ شماره ۲ پیاپی ۲۵، ۱۳۱-۱۴۹.
- مردی، احمد. نیکنامی، تقی پور ظهیر. (۱۳۹۸). طراحی و تبیین مدل تأثیر گرایش کارآفرینانه و تحول در ماموریت دانشگاه بر فرهنگ کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۲). *مجله مدیریت دانشگاهی*، ۱(۳)، ۸۰-۶۱.
- مهریزی زاده، ثریا، متقی دستنایی، و سربی. (۲۰۲۲). تدوین مدل ساختاری نگرش کارآفرینی براساس ادراک حمایت خانواده و رقابت‌جویی. *مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۱(۴)، ۱۱۱-۱۳۶.
- هیسریچ، رابرت و مایکل پیترز، *کارآفرینی* (۱۳۹۰) ترجمه حمیدرضا نقی یاری و سید گلیرضا فیض بخش، تهران: نشر دانشگاه صنعتی شریف.

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing*, 18(5), 573-596.
- Bennett, R., & Dann, S. (2000). The changing experience of Australian female entrepreneurs. *Gender, work & organization*, 7(2), 75-8.
- Christina, J. (2013), Impact of Strategic Orientation on Women Owned Service Enterprises, *Tenth Aims International Conference on Management*, January 2013, pp. 3648-3657.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Fry, F. L. (1993). *Entrepreneurship: a planning approach*, Englewood Cliffs NJ: P West Group
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Second Edition, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Gartner, W. B., & Birley, S. (2002). Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research. *Journal of business venturing*, 17(5), 387-395.
- Henley, A. (2012). Job creation by the self-employment: the roles of entrepreneurship and financial, *Small Business Economics*, 25, pp 175-196.
- Kovalainen, A., & Arenius, P. (2006). Women's entrepreneurship in Finland. *Growth-oriented Women Entrepreneurs and their Businesses. A Global Perspective*, Edward Elgar, Cheltenham, 112-27.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1-11.
- Kodithuwakku, S. S., & Rosa, P. (2002). The entrepreneurial process and economic success in a constrained environment. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 431-465.
- Low, S. (2009), 'Defining and measuring entrepreneurship for regional research: A new approach' Ph.D., University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Maden, C. (2015). A Gendered Lens on Entrepreneurship: Women Entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 30(4): 312-331.
- Murphy, J. P. (2006), 'A conceptual history of entrepreneurial thought', *Journal of management history*. Vol. 12, No. 1. PP. 12-35.
- Molina, J. A. (2020). Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results. *Journal of Family and Economic Issues*, 41(1), 1-3.
- Mustapha, M., & Selvaraju, M. (2015). Personal attributes, family influences, entrepreneurship education and entrepreneurship inclination among university

- students. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies*, Vol. 33, Supp.1, 2015, 155-172.
- Neuman, L. (2007), *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*, Third Edition. London: Allyn and Bacon.
- Pant, S. K. (2015). Role of the family in entrepreneurship development in Nepali society. *Journal of Nepalese Business Studies*, 9(1), 37-47.
- Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2(1), 1-11
- Shahraki, H., Movahedi, R., & Yaghobi-Farani, A. (2016). Examining the Cultural and Social Components of Rural Entrepreneurship: A Qualitative Study. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 749-767.
- Singelton, R. and et al. (2005), *Approaches to Social Research*, London: Sage Publication.
- Herman, E., & Szabo, Z. K. (2014). Considerations on Romania's entrepreneurial profile: Barriers to productive entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1740-1750.
- Spencer, Jonathan (2007), *Anthropology, politics and the State*, Cambridge; Cambridge University States
- Vanderstoep, W. S.(2009), "research method for everyday life. Blending qualitative and quantitative approach", by john wiley & sons, inc
- Van Manen. M. (2014). *Phenomenology of practice: Meaning-giving methods in phenomenological research and writing*. United States of America: Left Coast Press.
- Yin, R. K. (2003), *Case Study Research: Design and Methods*, Third Edition, London: Sage.
- <https://www.amar.org.ir> (1398/02)
- <https://ilo.org> (1398/02)
- <http://women.gov.ir>_(1398/02)