

Unveiling the Cognitive Landscape of the Reasons Behind Female Entrepreneurs' Failure

Behzad Mohammadian *

Department of Public Administration, College of Farabi, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author). Email: B.Mohammadian@ut.ac.ir

Asef Karimi 

Department of Business Administration and Entrepreneurship, College of Farabi, University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: asef.karimi@ut.ac.ir

Sahar Amiri 

Department of Business Administration and Entrepreneurship, College of Farabi, University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: saharamiri.71@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history :
Received 25 July 2025
Received in revised form 30 September 2025
Accepted 12 October 2025
Published online 19 September 2026

Keywords:
Women Entrepreneurs, Female Entrepreneurship, Cultural Entrepreneurship, Failure, Learning from Failure

ABSTRACT

Objective: This study aims to identify and analyze the key failure factors among female entrepreneurs in the cultural handicraft sector in Arak, Iran, with a specific focus on structural, institutional, social, and psychological dimensions.

Methodology: Adopting an exploratory mixed-methods approach (qualitative–quantitative–quantitative), the research began with semi-structured interviews with 17 female entrepreneurs, identifying 14 primary failure factors. These factors were then prioritized using the Best-Worst Method (BWM) by 12 of the same participants. Subsequently, 9 key factors were further analyzed through Fuzzy Cognitive Mapping (FCM) to explore their causal relationships.

Findings: The results revealed that “cognitive weakness” stands as the central and most influential factor in entrepreneurial failure. Other critical factors include lack of knowledge and skills, weak social capital, institutional constraints, and identity-related challenges. These elements are causally interlinked, forming a systemic pattern of failure.

Conclusion: The findings suggest that many entrepreneurial failures stem from internal and intangible aspects such as cognition, identity, and social capital. The study underscores the need for context-sensitive educational interventions, local cultural policies, and institutional support systems to enhance female entrepreneurial resilience.

Cite this article: Mohammadian, B., Karimi, A., & Amiri, S. (2026). Unveiling the Cognitive Landscape of the Reasons Behind Female Entrepreneurs' Failure. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 5(2), 128-145. <https://doi.org/10.22034/eir.2025.539655.1211>

Ethical Considerations: The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding: This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest.

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.



واکاوی بسترهای شناختی دلایل شکست زنان کارآفرین

بهزاد محمدیان *

نویسنده مسئول، گروه مدیریت دولتی، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: B.Mohammadian@ut.ac.ir

آصف کریمی

گروه مدیریت بازرگانی و کارآفرینی، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: asef.karimi@ut.ac.ir

سحر امیری

گروه مدیریت بازرگانی و کارآفرینی، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: saharamiri.71@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

هدف: هدف این پژوهش، شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر شکست زنان کارآفرین در حوزه صنایع دستی فرهنگی در شهر اراک است.

روش پژوهش: این مطالعه با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی اکتشافی (کیفی-کمی-کمی) انجام شد. در مرحله نخست، با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ نفر از زنان کارآفرین فعال در اراک، ۱۴ عامل اولیه مؤثر بر شکست شناسایی شد. سپس این عوامل با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره بهترین-بدترین (BWM) توسط ۱۲ نفر از همین کارآفرینان اولویت‌بندی شدند. در مرحله نهایی، ۹ عامل کلیدی شناسایی شده با استفاده از رویکرد نگاشت شناختی فازی مورد تحلیل روابط علی قرار گرفتند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که «ضعف شناختی» در رأس عوامل شکست قرار دارد و به‌عنوان شاخص محوری شناخته می‌شود. همچنین عواملی همچون ضعف‌های دانشی و مهارتی، ضعف سرمایه اجتماعی، تنگنای نهادی و ضعف هویتی از اهمیت بالایی برخوردار بوده و به‌صورت علی و شبکه‌ای با یکدیگر در ارتباط هستند.

نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان می‌دهد ریشه بسیاری از شکست‌های زنان کارآفرین در عوامل نرم و درونی، از جمله شناخت، هویت و سرمایه اجتماعی، نهفته است. ازاین‌رو، طراحی مداخلات آموزشی، تدوین سیاست‌گذاری فرهنگی بومی و تقویت زیرساخت‌های نهادی و حمایتی می‌تواند در کاهش شکست و بهبود پایداری فعالیت‌های کارآفرینانه زنان مؤثر باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۷/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۶/۲۸

کلیدواژه‌ها:

زنان کارآفرین، کارآفرینی زنان، کارآفرینی فرهنگی، شکست، یادگیری از شکست

استناد: محمدیان، بهزاد، کریمی، آصف، و امیری، سحر (۱۴۰۵). واکاوی بسترهای شناختی دلایل شکست زنان کارآفرین، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۵(۲)، ۱۴۵-۱۲۸

<https://doi.org/10.22034/eir.2025.539655.1211>

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسندگان.



۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، کارآفرینی به‌عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد و توسعه اقتصادی، توجه بسیاری از سیاست‌گذاران، پژوهشگران و نهادهای بین‌المللی را به خود جلب کرده است. در این میان، کارآفرینی زنان به دلیل اثرات چندبعدی آن بر اشتغال‌زایی، توانمندسازی اجتماعی، و ارتقاء تاب‌آوری اقتصادی خانواده‌ها و جوامع، به حوزه‌ای راهبردی و مهم تبدیل شده است. شواهد جهانی نشان می‌دهد که بیش از ۲۵ تا ۳۵ درصد از کل فعالیت‌های اقتصادی جهان توسط زنان انجام می‌گیرد (کانتر^۱، ۲۰۰۲) و تنها در بازه زمانی ۲۰۱۸-۲۰۱۹، بالغ بر ۲۳۱ میلیون زن در ۵۹ کشور اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار کرده‌اند (باومر^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). با وجود این، مسیر کارآفرینی برای زنان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، همچنان با موانع و چالش‌های شناختی، ساختاری و فرهنگی متعددی همراه است.

در ایران نیز اگرچه شاخص‌های قابلیت کارآفرینانه زنان در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی را تجربه کرده‌اند، به‌گونه‌ای که طبق گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۵۱ درصد از زنان بزرگسال ایرانی دارای قابلیت کارآفرینانه هستند، اما تنها ۸ درصد از آنان اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار کرده‌اند و تنها ۵ درصد توانسته‌اند آن را به ثبات برسانند (کلی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). این شکاف معنادار میان پتانسیل و تحقق کارآفرینی، ضرورت واکاوی موانع و عوامل مؤثر بر شکست کارآفرینان زن را دوچندان می‌سازد.

یکی از عرصه‌هایی که زنان در آن حضور چشمگیری دارند، کارآفرینی فرهنگی و به‌ویژه صنایع‌دستی است؛ حوزه‌ای که هم از نظر اقتصادی و هم از نظر هویتی و فرهنگی، ظرفیت‌های بالایی برای توسعه پایدار دارد. در حالی که پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که ارزش بازار جهانی هنر و صنایع‌دستی تا سال ۲۰۲۴ به بیش از ۵۰/۹ میلیارد دلار رسیده است، زنان کارآفرین فعال در این بخش با چالش‌هایی چون بازار محدود محلی، ضعف در بازاریابی دیجیتال، هزینه‌های بالای توسعه محصول، و فشارهای فرهنگی و خانوادگی مواجه‌اند (مازلین^۴ و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین مطالعات نشان داده‌اند که زنان هنرمند، به دلیل هویت اجتماعی شکل‌گرفته پیرامون نقش «هنرمند»، غالباً تمایل کمتری به پیگیری راهبردهای تجاری تهاجمی دارند، که این امر می‌تواند به عملکرد ضعیف کسب‌وکار منجر شود.

با وجود اهمیت موضوع، بررسی‌ها نشان می‌دهد که پژوهش‌های نظام‌مند درباره دلایل شکست زنان کارآفرین در حوزه‌های فرهنگی، به‌ویژه در بسترهای بومی ایران، بسیار محدود و پراکنده است (برای مثال، ربیعی و نظریان، ۱۳۹۱؛ قمبرعلی و رستمی، ۱۳۹۴؛ فلاح و پاشایی‌نیا، ۱۳۹۹). برخی از پژوهش‌ها به عوامل کلی مانند تبعیض جنسیتی، عدم خودباوری، محافظه‌کاری، و نبود فرهنگ پذیرش شکست اشاره کرده‌اند (طالبی و طهماسبی، ۱۴۰۴)، اما درک عمیق‌تری از روابط علی میان این عوامل، با رویکردهای دقیق تحلیل‌گرایانه، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

نتایج این پژوهش می‌تواند به‌مثابه ابزاری تحلیلی و راهبردی برای سیاست‌گذاران، نهادهای حمایتی و خود زنان کارآفرین مورد استفاده قرار گیرد؛ به‌گونه‌ای که با شناسایی و مدیریت مؤلفه‌های کلیدی، مسیر پایداری و موفقیت در کارآفرینی زنان هموارتر گردد.

۲. مبانی نظری

کارآفرینی زنان به‌عنوان یکی از محورهای کلیدی توسعه پایدار در سال‌های اخیر مورد توجه گسترده‌ای قرار گرفته است، رویکردی که می‌تواند با تقویت رویکرد بازبودن و شمولیت پتانسیل خلق مزیت رقابتی سازمان‌ها و کشورها را به صورت چشمگیری ارتقا دهد (محمدیان و بافتی^۵، ۲۰۲۳). این نوع از کارآفرینی نه‌تنها ابزاری برای توانمندسازی زنان و ارتقاء جایگاه اجتماعی و اقتصادی آن‌هاست، بلکه به‌طور مستقیم در ایجاد اشتغال، تقویت نوآوری و رشد اقتصادی نقش‌آفرینی می‌کند (منزیز^۶ و همکاران، ۲۰۲۶). بر اساس تعریف بکو و گهرلز^۷ (۲۰۱۴)، زن کارآفرین کسی است که کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده، در مدیریت آن مشارکت فعال دارد و مالک دست‌کم نیمی از آن است. همچنین، از دید کابارا^۸ (۲۰۲۳)، ویژگی‌هایی مانند پذیرش ریسک‌های مالی، اجتماعی و اخلاقی و خلاقیت در تولید محصولات جدید از شاخص‌های اصلی زنان کارآفرین به شمار می‌روند.

^۱ Kantor

^۲ Baumer

^۳ Kelley

^۴ Mazlina

^۵ Mohammadian & Bafti

^۶ Menzies

^۷ Beqo and Gehrels

^۸ Kabbara

در سطح جهانی، با وجود آنکه زنان نیمی از جمعیت نیروی کار را تشکیل می‌دهند، تنها بخش محدودی از این ظرفیت در قالب کارآفرینی بالفعل می‌شود. با این حال، نرخ تأسیس کسب‌وکارهای جدید توسط زنان در سال‌های اخیر از مردان پیشی گرفته است، که نشان از انگیزه بالای این قشر در ورود به فضای اقتصادی دارد (کامبریدو^۱، ۲۰۲۰). در ایران نیز، با وجود رشد نسبی در سهم زنان شاغل، نرخ مشارکت اقتصادی آن‌ها همچنان پایین و حدود ۱۱٫۴ درصد است (رستمعلی‌زاده و علی‌جمعه‌زاده، ۱۳۹۷). توسعه کارآفرینی زنان در کشورهای نظیر ایران می‌تواند نقش مهمی در رونق اقتصادی و تقویت عدالت اجتماعی ایفا کند.

علل و انگیزه‌های ورود زنان به کارآفرینی را می‌توان در عواملی نظیر علاقه به استقلال مالی، نیاز به خودآثباتی، رشد فردی، امنیت شغلی و انعطاف‌پذیری کاری جست‌وجو کرد (استفانی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱؛ آراستی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). افزون بر آن، ویژگی‌های شخصیتی همچون خلاقیت، هوش، و اعتمادبه‌نفس و همچنین مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی نظیر مذهب، ساختار فرهنگی و اعتماد اجتماعی از جمله محرک‌های مهم برای تصمیم‌گیری زنان در مسیر کارآفرینی محسوب می‌شوند.

یکی از حوزه‌های نوظهور و مهم برای کارآفرینی زنان، کارآفرینی فرهنگی است که بر شناسایی فرصت‌ها و خلق محصولات یا خدمات با بار فرهنگی و هنری تمرکز دارد (أبو^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). صنایع دستی، به‌عنوان یکی از مصادیق بارز این نوع کارآفرینی، فرصت مناسبی برای اشتغال‌زایی زنان فراهم می‌سازد، به‌گونه‌ای که بیش از ۵۱ درصد از تولیدات صنایع دستی ایران توسط زنان انجام می‌شود (بابااواد و خورانی، ۱۴۰۰). با این حال، چالش‌هایی مانند کاهش صادرات، ضعف برندسازی، محدودیت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، و نبود نوآوری منسجم مانع از توسعه پایدار این حوزه شده‌اند.

با وجود نقش حیاتی زنان در اقتصاد و پتانسیل بالای آنان در ایجاد کسب‌وکار، شکست کارآفرینانه پدیده‌ای غیرقابل انکار در مسیر فعالیت‌های کارآفرینی زنان است. شکست در این حوزه به معنای توقف فعالیت یا ناتوانی در رسیدن به اهداف تعیین‌شده در یک کسب‌وکار است که می‌تواند به دلایل فردی، سازمانی، یا ساختاری اتفاق بیفتد. از سوی دیگر موفقیت کارآفرینانه مفهومی چندبعدی است و شامل شاخص‌هایی مانند نوآوری، ماندگاری، خلاقیت، رضایت شخصی و کیفیت کاری می‌شود (رازموس و لاگونا^۵، ۲۰۱۸). بنابراین، ناتوانی در تحقق هر یک از این ابعاد می‌تواند زمینه‌ساز شکست باشد.

دلایل شکست زنان کارآفرین را می‌توان در دو سطح ملی و جهانی بررسی کرد. در کشورهای توسعه‌یافته، رشد سریع تعداد زنان کارآفرین باعث ایجاد رقابت و فشارهای جدید شده و چالش‌هایی نظیر اشباع بازار و محدودیت‌های دسترسی به منابع تخصصی را در پی داشته است (سرفراز و فقیه^۶، ۲۰۱۱). در مقابل، در کشورهای در حال توسعه همچون ایران، زنان با مجموعه‌ای از موانع فردی و سازمانی مواجه‌اند. موانع فردی شامل عوامل خانوادگی (همسر، فرزندان، خانواده اولیه) و عوامل آموزشی (فقدان دانش مدیریتی، حقوقی، فنی و بازاریابی) هستند. در بعد سازمانی نیز، چالش‌هایی مانند کمبود سرمایه، نبود فضای فیزیکی مناسب برای فعالیت، و دشواری در تأمین مواد اولیه مطرح است.

علاوه بر این، موانعی وجود دارند که در میان تمامی کشورها مشترک‌اند؛ از جمله عدم دسترسی به اعتبار و شبکه‌های تجاری رسمی، فرصت‌های اندک برای کسب مهارت‌های مدیریتی، تداخل وظایف خانگی با وظایف کاری، و دشواری در دریافت وام به دلیل نبود وثیقه یا ضامن (گوما^۷، ۲۰۱۵؛ راقونیشی^۸ و همکاران، ۲۰۱۷). نابرابری‌های جنسیتی نیز همچنان یکی از موانع ساختاری بزرگ به‌شمار می‌آید که ریشه در هنجارهای فرهنگی و عدم وجود چارچوب‌های حمایتی از مشاغل تحت رهبری زنان دارد.

در نهایت، باید توجه داشت که زنان کارآفرین درگیر یک چندوظیفگی دائمی هستند؛ وضعیتی که در آن مسئولیت‌های خانوادگی، اجتماعی و کاری درهم تنیده شده و فشار مضاعفی بر آنان وارد می‌سازد. کمبود تجربه، نبود آموزش هدفمند، ضعف در مهارت‌های بازاریابی و عدم آشنایی با بازارهای دیجیتال نیز از دیگر دلایلی هستند که به کاهش احتمال موفقیت و در نتیجه، افزایش نرخ شکست در میان کارآفرینان زن می‌انجامد (طهماسبی و همکاران، ۱۴۰۴).

¹ Kamberidou

² Stephanie

³ Arasti

⁴ Ebewo

⁵ Razmus and Laguna

⁶ Sarfaraz

⁷ Guma

⁸ Raghuvanshi

بر همین اساس، بررسی و شناخت دقیق دلایل شکست زنان کارآفرین، نه تنها به بهبود سیاست گذاری در حوزه کارآفرینی زنان کمک می کند، بلکه می تواند راهگشای طراحی برنامه های حمایتی، آموزشی و فرهنگی برای کاهش این نرخ و ارتقاء تاب آوری کسب و کارهای تحت رهبری زنان باشد.

واکوی بسترهای شناختی دلایل شکست زنان کارآفرین می تواند از لنز نظریه های شناختی (میشل^۱ و همکاران، ۲۰۰۲) و سرمایه اجتماعی (ناهاپیت و گوشال^۲، ۱۹۹۸) انجام شود، که بر نقش باورها، ادراک ها و شبکه و بستر در رفتار کارآفرینانه تأکید دارند. بر اساس این دیدگاه، عواملی مانند ضعف شناختی، ترس از شکست، درک نادرست از فرصت ها و تهدیدهای محیطی، و کمبود اعتماد به نفس نه تنها بر انتخاب استراتژی های کسب و کار تأثیر می گذارند، بلکه مسیر یادگیری از شکست و توانایی بازگشت مجدد کارآفرینان را نیز محدود می کنند. این لنز نظری نشان می دهد که شکست زنان کارآفرین، علاوه بر عوامل اقتصادی و نهادی، ریشه در ساختارهای ذهنی و فرآیندهای شناختی دارد و تحلیل شبکه ای و فازی این مؤلفه ها می تواند درک بهتری از تعامل میان باورها، مهارت ها و منابع اجتماعی فراهم کند و زمینه ساز طراحی مداخلات هدفمند برای تقویت تاب آوری و موفقیت آنان شود.

۱.۲. پیشینه تجربی

پیشینه پژوهش درباره دلایل شکست کارآفرینان زن، چه در ایران و چه در سایر کشورها، نشان دهنده مجموعه ای از عوامل پیچیده و چندبعدی است که ریشه در شرایط فردی، فرهنگی، اجتماعی، ساختاری و نهادی دارند. مرور پژوهش های داخلی و خارجی در این حوزه می تواند به درک عمیق تری از چالش های پیش روی زنان کارآفرین و همچنین طراحی مداخلات مؤثر برای حمایت از آنان کمک کند.

در ایران، مطالعات اندکی به طور خاص به دلایل شکست کارآفرینی زنان پرداخته اند. پژوهش قمبرعلی و رستمی (۱۳۹۴) با عنوان «شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه» از محدود پژوهش هایی است که به این موضوع ورود کرده است. یافته های این تحقیق نشان داد زنان کارآفرین با مشکلات متعددی از جمله موانع مالی، بازاریابی، شخصیتی، خانوادگی، فرهنگی و علمی مواجه هستند. مواردی مانند عدم دسترسی به سرمایه، بی اعتمادی بانک ها و سرمایه گذاران، وجود واسطه ها، کمبود دانش حقوقی و مالی، تضاد نقش ها، فشارهای روانی، فرهنگ مردسالار و ترس از شکست از مهم ترین چالش های پیش روی آنان هستند. مطالعه دیگری که به بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل کرده پرداخته، پژوهش ربیعی و نظریان (۱۳۹۲) است. در این تحقیق مشخص شد که موانع فرهنگی و فردی از جمله مهم ترین عوامل بازدارنده کارآفرینی زنان هستند. تبعیض های جنسیتی در محیط کار، ترس از شکست، تحریک پذیری بیشتر زنان، تلاقی وظایف خانوادگی با مسئولیت های کاری، بوروکراسی، و دشواری در تأمین سرمایه اولیه از جمله عواملی هستند که در این پژوهش برجسته شده اند. پژوهشگران با اشاره به رشد روزافزون تعداد زنان تحصیل کرده، بر لزوم توجه ویژه به رفع این چالش ها تأکید کرده اند.

در سطح بین المللی نیز پژوهش های گوناگونی به دلایل شکست یا خروج زنان از فعالیتهای کارآفرینانه پرداخته اند. نور و عیسی^۳ (۲۰۲۰) در مطالعه ای در پاکستان نشان دادند که سیاست های پیچیده دولتی و رویه های سخت گیرانه مؤسسات مالی، از عوامل اصلی شکست زنان کارآفرین هستند. همچنین کمبود اعتماد به نفس، سطح پایین تحصیلات، محدودیت های حرکتی، ضعف در مهارت های چانه زنی و آگاهی اندک از بازار، موانع عمده ای در مسیر موفقیت آن ها تلقی شده اند.

پژوهش یانگ و تریانا^۴ (۲۰۱۹) در ایالات متحده، با استفاده از داده های ملی، نشان داد که کسب و کارهای تحت رهبری زنان بیشتر از مردان در معرض شکست قرار دارند. یافته ها حاکی از آن است که در شرایطی که شایستگی مبتنی بر شایسته سالاری زنان نسبت به هم بنیان گذاران شان پایین تر باشد، احتمال شکست آن ها افزایش می یابد، در حالی که مردان در شرایط مشابه همچنان موفق عمل می کنند. همچنین، جالب توجه است که در صناعی که به ظاهر برای زنان حمایتگرانه تر هستند، مانند تیم های همسرمحور یا صنایع زنانه محور، احتمال شکست زنان بیشتر است. این یافته ها بازتاب دهنده باورهای جنسیتی تثبیت شده در زمینه رهبری زنان است.

در پژوهشی دیگر، الشامی^۵ و همکاران (۲۰۲۰) دلایل شکست زنان کارآفرین در مالزی را بررسی کرده اند. نتایج تحلیل های تماتیک این مطالعه نشان داد که شکست زنان ناشی از ترکیبی از عوامل بیرونی مانند رویدادهای شخصی، رقابت شدید، و سخت گیری در دریافت وام، و عوامل درونی همچون ضعف مدیریت مالی، کمبود منابع، و نارضایتی شخصی از عملکرد کسب و کار بوده است.

^۱ Mitchell

^۲ Nahapiet & Ghoshal

^۳ Noor & Isa

^۴ Yang & Triana

^۵ Al shami

در نهایت، جاستو^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در اسپانیا، با رویکردی انتقادی به فرضیه «عملکرد پایین تر زنان»، نشان دادند که بسیاری از زنان کارآفرین نه به دلیل شکست بلکه به دلیل تصمیمات شخصی و داوطلبانه از کسب و کار خود خارج می شوند. آن‌ها نشان دادند که عوامل خانوادگی مانند وضعیت تأهل و تعداد فرزندان نقش مهمی در تصمیم به خروج ایفا می کنند. زنان متأهل بیشتر به دلایل شخصی کسب و کار خود را ترک می کنند، در حالی که مردان در شرایط مشابه به دنبال فرصت‌های جدید می روند. این مطالعه همچنین بر لزوم بررسی تفاوت‌های درون گروهی بین زنان و مردان تأکید کرده و نشان می دهد که برداشت از «شکست» لزوماً برابر با عملکرد ضعیف نیست.

مرور پژوهش‌ها نشان می دهد که شکست یا خروج از فعالیت‌های کارآفرینانه در میان زنان، برخاسته از ترکیبی پیچیده از عوامل ساختاری، فرهنگی، اقتصادی و شناختی است. در بسیاری از موارد، آنچه به عنوان «شکست» تعبیر می شود، ممکن است در واقع تصمیمی آگاهانه و داوطلبانه از سوی زنان برای حفظ کیفیت زندگی یا تعادل نقش‌های مختلف باشد. در نتیجه، برای تحلیل صحیح تر وضعیت کارآفرینی زنان، باید به لایه‌های پنهان تری همچون باورهای جنسیتی، محدودیت‌های نهادی و فشارهای اجتماعی توجه کرد و رویکردی جامع‌نگر و حساس به جنسیت در سیاست‌گذاری و حمایت از زنان کارآفرین در پیش گرفت.

۳. روش پژوهش

این تحقیق با هدف شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر شکست زنان کارآفرین در حوزه صنایع دستی استان اراک، در سه فاز مجزا اما به هم پیوسته انجام شده است. از منظر هدف، این پژوهش کاربردی است و از منظر نوع گردآوری داده‌ها، در زمره پژوهش‌های آمیخته (کیفی-کمی) قرار می گیرد. همچنین از نظر ماهیت، رویکردی استقرایی-قیاسی دارد.

در فاز نخست، به منظور کشف عوامل کلیدی مؤثر بر شکست زنان کارآفرین، با ۱۷ نفر از زنان فعال در حوزه صنایع دستی استان اراک مصاحبه نیمه ساخت یافته صورت گرفت. داده‌های به دست آمده از این مصاحبه‌ها با بهره‌گیری از الگوی تحلیل مضمون براون و کلارک^۲ (۲۰۰۶) تحلیل شدند. تحلیل مضمون به عنوان یک رویکرد نظام مند برای تقلیل و تحلیل داده‌های کیفی، با هدف شناسایی الگوها و مفاهیم معنادار درون داده‌ها به کار گرفته شد. مراحل اجرای تحلیل مضمون شامل موارد زیر بوده است:

- ۱) بازخوانی کامل داده‌ها برای آشنایی عمیق با محتوای مصاحبه‌ها، ۲) کدگذاری اولیه داده‌ها با تمرکز بر مفاهیم کلیدی، ۳) شکل دهی به کدهای اصلی و فرعی و حذف کدهای نامرتب، ۴) بازبینی و پالایش مضامین استخراج شده، ۵) تلفیق مضامین در قالب ساختار نهایی، ۶) استخراج یافته‌های نهایی به عنوان ورودی مراحل بعدی.

در مرحله دوم، جهت اولویت بندی عوامل استخراج شده از مرحله کیفی، از ۱۲ نفر از خبرگان حوزه صنایع دستی و کارآفرینی بهره گرفته شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره‌ی بهترین-بدترین^۳ استفاده گردید (رضایی^۴، ۲۰۱۶). این روش با طراحی مقایسات زوجی بین بهترین و بدترین معیارها نسبت به سایر شاخص‌ها، وزن نهایی هر معیار را استخراج می کند. مراحل اجرای این روش شامل گام‌های زیر بود:

- ۱) تعیین مجموعه‌ای از معیارهای تصمیم‌گیری (برگرفته از فاز اول)، ۲) شناسایی مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین معیارها توسط خبرگان
- ۳) تعیین میزان ترجیح بهترین معیار نسبت به سایر معیارها (با استفاده از مقیاس (۱ تا ۹)، ۴) تعیین میزان ترجیح سایر معیارها نسبت به بدترین معیار، ۴) محاسبه وزن‌های بهینه معیارها و نرخ سازگاری مقایسات، با استفاده از نرم افزار اکسل

در فاز سوم، برای ترسیم نقشه شناختی فازی و تحلیل روابط علی میان عوامل کلیدی از یک گروه کانونی شامل ۵ نفر از خبرگان دانشگاهی بهره‌برداری شد (کاسکو^۵، ۱۹۸۶). برای این منظور از میان ۱۴ عامل شناسایی شده در فاز دوم، ۹ عامل با بیشترین وزن انتخاب شدند تا تحلیل فازی بر مهم‌ترین و اثرگذارترین عوامل متمرکز باشد. فرآیند طراحی مدل شناختی فازی شامل مراحل زیر بود:

- ۱) شناسایی دلایل اصلی شکست زنان کارآفرین (بر اساس خروجی فازهای قبلی)، ۲) طراحی پرسشنامه مقایسه زوجی میان عوامل جهت تحلیل روابط علی، ۳) تبدیل داده‌های زبانی به اعداد فازی مثلثی، ۴) دیفازی سازی داده‌ها با استفاده از روش میانگین فازی

¹ Justo

² Braun & Clarke

³ Best-Worst Method

⁴ Rezaei

⁵ Kosko

به منظور ایجاد ماتریس تصمیم، ۵ محاسبه شاخص های تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و شاخص محوری برای هر عامل، ۶) ترسیم مدل نهایی روابط علی بین عوامل با استفاده از نرم افزار گفی^۱.

با توجه به ماهیت مطالعه، اندازه نمونه ها در هر بخش بر اساس معیارهای علمی و روش شناسی کیفی و کمی تعیین شد. در بخش مصاحبه های کیفی، تعداد ۱۷ شرکت کننده با توجه به اشباع نظری انتخاب شد؛ به گونه ای که داده های جدید اطلاعات یا مفاهیم قابل توجهی به مقولات اصلی اضافه نکردند (گست^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). در روش بهترین-بدترین تعداد پاسخ دهنده ها محدود اما متخصص انتخاب می شوند، زیرا این روش مبتنی بر مقایسه زوجی دقیق بهترین و بدترین معیارها توسط افراد خبره است. کیفیت پاسخ دهنده ها در این روش اهمیت بیشتری از حجم نمونه دارد و حتی نمونه های کوچک قادر به ارائه وزن های قابل اعتماد هستند (رضایی^۳، ۲۰۱۶). پژوهش ها نشان می دهند که برای تحلیل معیارها با این روش، نمونه هایی بین ۸ تا ۱۵ نفر خبره کافی است و افزایش تعداد تنها موجب صرف وقت و هزینه بیشتر بدون بهبود قابل توجه دقت می شود. بر این اساس، تعداد ۱۲ پاسخ دهنده در مطالعه حاضر برای تعیین وزن معیارها کافی و علمی محسوب می شود. در بخش گروه کانونی نیز، ۵ نفر حضور داشتند که هدف اصلی آن ها بررسی توافق و همگرایی دیدگاه ها بود. مطالعات روش شناسی نشان می دهند که گروه های ۴-۸ نفره برای ایجاد تعامل و همفکری عمیق کافی هستند (کروگر^۴، ۲۰۱۴). بنابراین، هرچند تعداد شرکت کنندگان اندک است، رویکرد به کار گرفته شده با استانداردهای علمی گروه کانونی همخوانی دارد و اعتبار داده ها را تأمین می کند. اطلاعات تکمیلی مشارکت کنندگان در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. اطلاعات مشارکت کنندگان

معیار	زیرمعیار	فاز اول		فاز دوم		فاز سوم		کل	
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد
جنسیت	زن	۱۷	۱۰۰	۱۲	۱۰۰	۳	۶۰	۳۲	۹۴
	مرد	۰	۰	۰	۰	۲	۴۰	۲	۶
سن	کمتر از ۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۵	۱۴
	۲۵ تا ۳۵	۵	۳۰	۳	۲۵	۱	۱۰۰	۲۱	۶۲
	بالای ۳۵	۱۲	۷۰	۹	۷۵	۴	۰	۸	۲۴
تاهل	متاهل	۱۳	۷۶	۱۱	۹۱	۳	۶۰	۲۷	۷۹
	مجرد	۴	۲۴	۱	۹	۲	۴۰	۷	۲۱
	دیپلم	۴	۲۳	۳	۲۵	۰	۰	۷	۲۱
تحصیلات	کارشناسی	۱۰	۵۹	۸	۶۶	۰	۰	۱۸	۵۳
	کارشناسی ارشد	۳	۱۸	۱	۹	۱	۲۰	۵	۱۵
	دکتری	۰	۰	۰	۰	۴	۸۰	۴	۱۱
حوزه کسب و کار	نساجی	۴	۲۳	۳	۲۵	۰	۰	۷	۲۱
	فلزکاری	۴	۲۳	۴	۳۳	۰	۰	۸	۲۳
	سفالگری	۵	۳۰	۲	۱۷	۰	۰	۷	۲۱
	تزئینی	۲	۱۲	۱	۸	۰	۰	۳	۹
	سایر	۲	۱۲	۲	۱۷	۵	۱۰۰	۹	۲۶
تجربه	زیر ۱۰ سال	۲	۱۲	۱	۹	۱	۲۰	۴	۱۲
	۱۱ تا ۲۰ سال	۱۱	۶۴	۸	۶۶	۳	۶۰	۲۲	۶۴
	بالای ۲۰ سال	۴	۲۴	۳	۲۵	۱	۲۰	۸	۲۴

جدول (۱) نمایانگر توزیع مشارکت کنندگان در سه فاز پژوهش است. از مجموع ۳۴ شرکت کننده، ۹۴ درصد را زنان و تنها ۶ درصد را مردان تشکیل می دهند. این ترکیب نشان دهنده تمرکز مطالعه بر تجربه زنان در صنایع مورد بررسی است و با هدف پژوهش که بررسی چالش ها و موانع کارآفرینی زنان است، همخوانی دارد؛ از این رو، اعتبار تحلیل ها در زمینه ی جنسیتی تقویت می شود.

¹ Gephi

² Guest

³ Best-Worst Method (BWM)

⁴ Rezaei

⁵ Krueger

از نظر گروه سنی، بیشترین مشارکت‌کنندگان در بازه‌ی ۲۵ تا ۳۵ سال قرار دارند (۶۲ درصد) که می‌توان آن‌ها را فعال‌ترین و اثرگذارترین گروه در فرآیندهای کارآفرینی صنایع دستی دانست. گروه سنی بالای ۳۵ سال ۲۴ درصد و گروه زیر ۲۵ سال ۱۴ درصد از نمونه را تشکیل داده‌اند. این الگو نشان می‌دهد پژوهش بیشتر منعکس‌کننده تجربیات زنان جوان و میانسالی است که تعامل و تجربه عملی قابل توجهی در بازار و فعالیت‌های کارآفرینانه دارند.

بررسی وضعیت تأهل نشان می‌دهد که بیش از سه‌چهارم مشارکت‌کنندگان (۷۹ درصد) متأهل بوده‌اند. در زمینه تحصیلات، اکثریت دارای مدرک کارشناسی (۵۳ درصد) بوده‌اند و پس از آن به ترتیب کارشناسی ارشد (۱۵ درصد)، دیپلم (۲۱ درصد) و دکتری (۱۱ درصد) قرار دارند. این ترکیب تحصیلی حاکی از حضور گسترده افراد با سطح تحصیلات دانشگاهی در صنایع مورد بررسی است. از منظر حوزه‌ی کسب‌وکار، مشارکت‌کنندگان عمدتاً در صنایع فلزکاری (۲۳ درصد)، نساجی (۲۱ درصد) و سفالگری (۲۱ درصد) فعالیت داشته‌اند، در حالی که ۲۶ درصد در سایر حوزه‌ها و تنها ۹ درصد در صنایع تزئینی مشغول بوده‌اند. همچنین تجربه کاری نشان می‌دهد بیشترین سهم مربوط به افراد با سابقه ۱۱ تا ۲۰ سال (۶۴ درصد) است، در حالی که ۲۴ درصد بیش از ۲۰ سال و تنها ۱۲ درصد کمتر از ۱۰ سال سابقه فعالیت داشته‌اند.

به طور کلی، ترکیب جنسیتی، سنی، تحصیلی و حرفه‌ای مشارکت‌کنندگان تصویری جامع از جامعه مورد مطالعه فراهم می‌آورد. این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که یافته‌های پژوهش بر مبنای دیدگاه زنان جوان و میانسال با تجربه‌های معنادار در حوزه‌ی کارآفرینی صنایع دستی استوار است و این امر همسو با معیارهای اشباع نظری و عمق اطلاعات، اعتبار نتایج کیفی پژوهش را افزایش می‌دهد.

۴. یافته‌ها

پس از کدگذاری مصاحبه‌ها تعداد ۴۳۰ کد اولیه بدست آمد که با حذف کدهای تکراری و ادغام کدهای مشابه نهایتاً ۴۰ کد ثانویه حاصل شد. لازم به توضیح است که در این پژوهش، بعد از انجام مصاحبه پانزدهم، داده‌ی جدیدی حاصل نشد و اشباع نظری صورت پذیرفت، با این حال فرایند مصاحبه تا نفر هفدهم ادامه پیدا کرد. در ادامه برشی از فرایند کدگذاری و تحلیل اولیه گزاره‌های کلامی ارائه شده است (جدول ۲).

جدول ۲. برشی از کدگذاری اولیه

گزاره کلامی	کد اولیه
عدم اعتماد به خانم‌ها برای ضامن شدن شرایط وام گرفتن برای آنها را سخت کرده است	مشکل در تامین مالی
خانم‌ها به دلیل خستگی از تعارض بین کار و زندگی و عدم همکاری همسر مجبور می‌شوند تا کار خود را رها کنند ...	تعارض نقش
کم‌اعتمادی و عدم همکاری تعاونی‌ها معضل خانم‌های کارآفرین است ...	ضعف در سرمایه اجتماعی
نداشتن اعتماد به نفس و منفی نگری عاملی برای شکست اکثر زنان کارآفرین است ...	ضعف شناختی
... حس وابستگی و ضعیف بودن و ناامیدی و خستگی و بازنگری ...	بی‌انگیزگی

به منظور متراکم سازی کدهای اولیه، این موارد در قالب دلایل شکست به عنوان کدهای ثانویه دسته‌بندی شدند که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. عوامل موثر بر شکست زنان کارآفرین در حوزه صنایع دستی اراک

نمونه کدهای اولیه	دلایل شکست	نمونه کدهای اولیه	دلایل شکست
بروکراسی اداری، سنگ اندازی و مانع تراشی عدم برنامه ریزی درست بازدهی پایین نمایشگاه‌ها کاهش سود تولیدکننده به دلیل عدم نظارت دلال بازی آسیب‌زننده به صادرات	بازاریابی و نظارتی	معضل نداشتن سرمایه و سرمایه‌گذار مشکلات بانکی و پیدا کردن ضامن برای طولانی شدن زمان پرداخت	محدودیت‌های دسترسی به سرمایه

چالش های اقتصادی	تأثیر تورم، نوسانات ارزی و ... افزایش هزینه ها و مشکل در خرید مواد اولیه تغییر مداوم قیمت ها کاهش صادرات به دلیل تحریم هزینه های بالای بسته بندی	تنگنای نهادی	عدم همکاری دولت در تولید یا آموزش ضعف دولت در انجام تعهدات و کمک به صنایع دستی ناآگاهی کارکنان اداره صنایع دستی با کارآفرینی
مشکلات کیفیت و تبلیغات	عدم انجام تبلیغات درست و کارآمد کالاهای غیرخلاقانه و بی کیفیت اثر سوء واردات صنایع دستی و ابزارآلات بی کیفیت	ضعف شناختی	عدم خلاقیت و نوآوری عدم ریسک پذیری ترس از دست دادن سرمایه نداشتن اعتماد به نفس و منفی نگری ناامیدی و خستگی
مشکلات بازار و تقاضا	نبود بستر مناسب برای فروش و اشباع بازار بی علاقه مردم عدم خرید از تولیدکنندگان محلی	چالش های هویتی	خستگی و تعارض کار و زندگی نگرش شکست خورده نسبت به کارآفرینی زنانه حس وابستگی
چالش های زیرساختی	مشکلات ناشی از حمل و نقل عدم دسترسی به جاده و خرابی محصول	ضعف سرمایه اجتماعی	کم اعتمادی و عدم همکاری تعاونی ها نبود همکاری بین مردم با صنایع دستی کاران عدم حمایت خانواده نگاه منفی و تحقیرآمیز از سمت جامعه نیاز به تلاش بسیار برای رفع موانع تبعیضی
چالش های لجستیکی	نبود تجهیزات لازم برای انجام کار معضل بیمه نکردن صنایع دستی کاران	چالش های تیمی و مدیریتی	مشکلات ناشی از عدم مسئولیت پذیری تیم ناتوانی در مدیریت شرایط بد اقتصادی عدم وجود مدیریت کارآمد
گسست نسلی و فرهنگی	بی علاقه افراد به صنایع دستی به دلیل کمبود اطلاعات و عدم آشنایی کم کاری در آموزش به نسل جوان عدم انتقال مهارت ها و فرهنگ صنایع دستی	ضعف مهارتی و دانشی	نداشتن دانش، تخصص و مهارت کافی عدم پذیرش شروع کسب و کار دیجیتال ضعف ناشی از عدم آگاهی از دانش مدیریت

به منظور بررسی پایایی و اعتبار بخشی به پژوهش از رویکرد نرخ توافق بین دو کدگذار استفاده شده است، برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، محقق از یک همکار پژوهشی دیگر استفاده می کند. آموزش ها تکنیک های لازم و استاندارد شده برای کدگذاری مصاحبه ها به همکار پژوهشی انتقال داده می شود، سپس محقق همراه این همکار پژوهشی چند مصاحبه را به صورت تصادفی انتخاب و کدگذاری می کنند. در این مرحله پژوهشگر و یکی از همکاران پژوهشی، به صورت جداگانه به کدگذاری ۳ مصاحبه پرداختند و نرخ سازگاری ۷۲ درصد حاصل شد و بدین وسیله، پایایی بین کدگذاران در این پژوهش تأیید گردید.

در ادامه به منظور فهم عوامل کلیدی موثر بر شکست بانوان کارآفرینان در حوزه صنایع دستی از روش بهترین-بدترین استفاده شد که گام های اجرایی آن پیشتر توضیح داده شد.

در این بخش ابتدا مجموعه ای از معیارها که حاصل بخش قبلی هستند به عنوان معیار تصمیم انتخاب شدند و به هر کدام از این معیارها نمادی نسبت داده شد. در این پژوهش عوامل موثر در شکست در قالب ۹ عامل یا معیار تعیین شدند (جدول ۴).

جدول ۴. معیارهای تصمیم عوامل موثر در شکست زنان کارآفرین

نماد	معیار	نماد	معیار
C8	محدودیت های دسترسی به سرمایه	C1	موانع اداری و نظارتی
C9	چالش های اقتصادی	C2	تنگنای نهادی
C10	مشکلات کیفیت و تبلیغات	C3	ضعف شناختی
C11	مشکلات بازار و تقاضا	C4	چالش های هویتی
C12	چالش های زیرساختی	C5	ضعف سرمایه اجتماعی
C13	چالش های لجستیکی	C6	چالش های تیمی و مدیریتی
C14	گسست نسلی و فرهنگی	C7	ضعف دانشی و مهارتی

در نهایت در جدول ۵ اولویت‌بندی معیارهای موثر در شکست کارآفرینان سریالی هیبریدی بر اساس نظر خبرگان با روش بهترین بدترین ارائه شده است.

جدول ۵. اولویت‌بندی معیارها بر اساس وزن

معیار	نماد	وزن	معیار	نماد	وزن
موانع اداری و نظارتی	C1	۰/۰۵۰۶	محدودیت‌های دسترسی به سرمایه	C8	۰/۰۸۰۷
تنگنای نهادی	C2	۰/۰۷۱۲۱	چالش‌های اقتصادی	C9	۰/۰۷۵۰
ضعف شناختی	C3	۰/۰۸۲۰	مشکلات کیفیت و تبلیغات	C10	۰/۰۶۷۲
چالش‌های هویتی	C4	۰/۰۸۱۵	مشکلات بازار و تقاضا	C11	۰/۰۶۰۴
ضعف سرمایه اجتماعی	C5	۰/۰۸۹۵	چالش‌های زیرساختی	C12	۰/۰۶۸۶
چالش‌های تیمی و مدیریتی	C6	۰/۰۶۸۷	چالش‌های لجستیکی	C13	۰/۰۵۲۵
ضعف دانشی و مهارتی	C7	۰/۰۷۶۵	گسست نسلی و فرهنگی	C14	۰/۰۷۷۵

جدول فوق نشان‌دهنده وزن نسبی ۱۴ معیار شناسایی شده در مطالعه است که با استفاده از روش BWM تعیین شده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ضعف سرمایه اجتماعی (C5) با وزن ۰,۰۸۹۵، بیشترین اهمیت را در میان معیارها دارد، که بیانگر نقش کلیدی اعتماد، همکاری و حمایت اجتماعی در موفقیت کارآفرینان صنایع دستی است. پس از آن، ضعف شناختی (C3) با وزن ۰,۰۸۲۰ و چالش‌های هویتی (C4) با وزن ۰,۰۸۱۵ قرار دارند که نشان‌دهنده اهمیت عوامل روان‌شناختی و هویتی در فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینانه است. در مقابل، چالش‌های لجستیکی (C13) با وزن ۰,۰۵۲۵ و موانع اداری و نظارتی (C1) با وزن ۰,۰۵۰۶ کمترین وزن را دارند، اگرچه همچنان از منظر سیاست‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکار قابل توجه هستند. سایر معیارها مانند چالش‌های اقتصادی (C9)، ۰,۰۷۵۰، (محدودیت‌های دسترسی به سرمایه C8)، ۰,۰۸۰۷، (و گسست نسلی و فرهنگی C14)، ۰,۰۷۷۵، (نیز نشان‌دهنده اهمیت عوامل اقتصادی، مالی و فرهنگی در موفقیت کارآفرینی هستند. به طور کلی، این وزن‌ها بازتاب اولویت نسبی معیارهای موثر بر موفقیت کارآفرینان صنایع دستی را ارائه می‌دهند و می‌توانند به سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کمک کنند تا منابع و اقدامات خود را بر مهم‌ترین عوامل متمرکز کنند.

در ارتباط با نرخ سازگاری، تمام اعداد بدست آمده برای ≤ 0.1 بود که نشان‌دهنده سازگاری و پایایی مقایسات انجام شده می‌باشد. بر اساس جدول ۵، در رابطه به عوامل موثر بر شکست زنان کارآفرینان ضعف در سرمایه اجتماعی، ضعف شناختی، مسائل هویتی، محدودیت در دسترسی به سرمایه و همچنین ضعف دانشی و مهارتی از مهم‌ترین عوامل شکست شناسایی شدند. به منظور ایجاد شبکه شناختی از عوامل کلیدی موثر بر شکست زنان کارآفرین در بخش نگاشت شناختی پرسشنامه‌ای در طیف لیکرت ۵ تایی طراحی و به پانلی از خبرگان داده شد.

باتوجه به وزن‌های اختصاص‌یافته به معیارها، برای مرحله تحلیل‌های بعدی تنها ۹ عامل اصلی انتخاب شدند. روش انتخاب ترکیبی از قاعده آماری و ملاحظه نظری بود: نخست معیارهایی که وزن آنها برابر یا بالاتر از میانگین وزنی کل (آستانه = 0.071565) بودند انتخاب شدند؛ سپس برای حفظ جامعیت مفهومی و پوشش ابعاد نهادی و مدیریتی، دو عامل با بالاترین وزن باقی‌مانده نیز افزوده شدند. این ۹ عامل جمعاً حدود ۷۰ درصد از مجموع وزن‌ها را پوشش می‌دهند؛ بنابراین تمرکز بر آنها اجازه می‌دهد تحلیل‌ها و توصیه‌های سیاستی با حفظ جامعیت و کاهش پیچیدگی انجام شود.

پس از تکمیل و جمع‌آوری داده‌های منظر، به‌منظور اینکه عبارات کلامی قابل تحلیل باشند، با استفاده از اعداد مثلثی فازی عبارات کلامی به اعداد فازی تبدیل شدند و ماتریس تصمیم فازی تشکیل شد. سپس با توجه به اینکه اعداد فازی به صورت تقریبی قابل تحلیل هستند، می‌بایست به اعداد قطعی تبدیل شوند؛ بنابراین با استفاده از روش میانگین فازی و نرم‌افزار اکسل، فازی‌زدایی انجام شد. در نتیجه فازی‌زدایی، ماتریس $[9 \times 9]$ روابط تشکیل شد. سطر و ستون‌های این ماتریس دربرگیرنده عوامل کلیدی موثر بر شکست زنان کارآفرین می‌باشند.

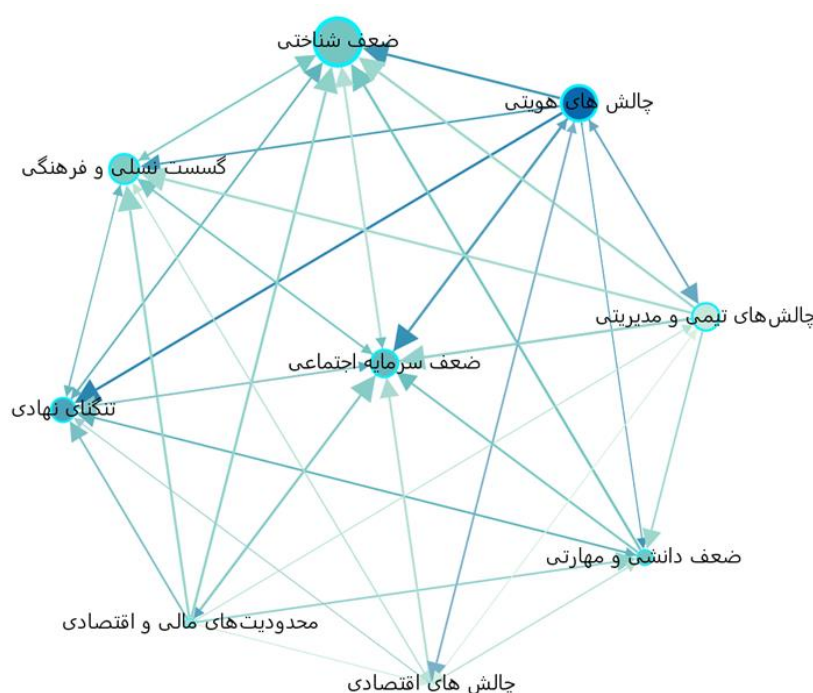
پس از ترسیم ماتریس روابط، شاخص‌های ظرفیت تأثیرپذیری، توان تأثیرگذاری و شاخص مرکزی، برای هر کدام از مؤلفه‌ها محاسبه شد. مجموع عناصر ستونی که به هر گره وارد می‌شود، نشان‌دهنده ظرفیت تأثیرپذیری می‌باشد. در این پژوهش، مؤلفه‌ی ضعف شناختی دارای بالاترین ظرفیت تأثیرپذیری می‌باشد. مجموع عناصر افقی که از هر گره خارج می‌شود، توان تأثیرگذاری را نشان می‌دهد. در این پژوهش، مؤلفه‌ی چالش‌های هویتی دارای بالاترین توان تأثیرگذاری می‌باشد. مجموع دو عامل ظرفیت تأثیرپذیری

و توان تأثیرگذاری می‌باشد که به‌عنوان شاخص‌برتری شناسایی می‌شود. هر عاملی که درجه مرکزیت بالاتری داشته باشد در واقع یا ظرفیت تأثیرپذیری بالاتری و یا توان تأثیرگذاری بالاتری داشته، در نتیجه عامل ویژه‌ای محسوب می‌شود (جدول ۶).

جدول ۶. ظرفیت تأثیرپذیری، توان تأثیرگذاری و شاخص مرکزی

معیار	نماد	ظرفیت تأثیرپذیری	توان تأثیرگذاری	شاخص مرکزی
چالش‌های هویتی	C1	۳/۶۶	۶/۹۱	۱۰/۵۸
تنگنای نهادی	C2	۶/۰۸	۴/۱۶	۱۰/۲۵
ضعف سرمایه اجتماعی	C3	۶/۶۶	۳/۶۶	۱۰/۳۳
ضعف دانشی و مهارتی	C4	۴/۶۶	۵/۳۳	۱۰/۰۰
ضعف شناختی	C5	۷/۳۳	۳/۶۶	۱۱/۰۰
گسست نسلی و فرهنگی	C6	۶/۲۵	۴/۱۶	۱۰/۴۱
محدودیت‌های دسترسی به سرمایه	C7	۳/۱۶	۶/۶۶	۹/۸۳
چالش‌های تیمی و مدیریتی	C8	۳/۹۱	۶/۴۱	۱۰/۳۳
چالش‌های اقتصادی	C9	۴/۴۱	۵/۱۶	۹/۵۸

پس از محاسبه شاخص‌ها، داده‌ها به نرم‌افزار گفی منتقل شدند و در نهایت مدل روابط علی ترسیم شد.



شکل ۱. مدل روابط علی پیامدها

شکل (۱) نشان دهنده نمودار روابط علی دلایل شکست زنان کارآفرین در عرصه کارآفرینی فرهنگی می‌باشد. بر اساس شکل فوق، درجه اهمیت مؤلفه‌ها با استفاده از بزرگی دایره‌ها مشخص شده است. به این صورت که عوامل مهم‌تر با دایره‌های بزرگ‌تر و عوامل بی‌اهمیت‌تر با دایره‌های کوچک‌تر نشان داده شده‌اند. در نهایت مدل نشان داده است که «ضعف شناختی» به‌عنوان شاخص محوری شناسایی شده که در رأس نمودار و با دایره بزرگ‌تر قرار گرفته است. همچنین ضعف‌های دانشی و مهارتی، سرمایه اجتماعی و نهادی به‌عنوان شاخص‌های با اهمیت بالا پس از شاخص محوری شناسایی شده‌اند. از سوی دیگر، فلش‌های موجود در نمودار علاوه بر نشان دادن جهت روابط علی، وابستگی‌های متقابل میان متغیرها را نیز آشکار می‌سازند. بدین معنا که بسیاری از چالش‌ها نه تنها به‌طور مستقیم بر یکدیگر اثرگذارند، بلکه از طریق مسیرهای غیرمستقیم نیز شدت می‌یابند. هرچند در این تصویر شدت عددی روابط (وزن فلش‌ها) مشخص نشده است، اما ساختار کلی شبکه نشان می‌دهد که چالش‌های شناختی، دانشی و نهادی بیشترین میزان نفوذ و اثرگذاری را دارند و به‌عنوان محرک‌های اصلی سایر مشکلات عمل می‌کنند. در مقابل، متغیرهایی

همچون «چالش‌های تیمی و مدیریتی»، «چالش‌های هویتی» و «محدودیت‌های مالی و اقتصادی» اگرچه اهمیت دارند، اما بیشتر به‌عنوان پیامد و برونداد ضعف‌های محوری قابل تحلیل‌اند. به‌طور کلی، مدل ترسیم‌شده بیانگر آن است که شکست زنان کارآفرین در حوزه فرهنگی پدیده‌ای تک‌عاملی نیست، بلکه حاصل برهم‌کنش پیچیده مجموعه‌ای از ضعف‌های شناختی، دانشی، نهادی و اجتماعی است که در قالب شبکه‌ای علی - معلولی یکدیگر را بازتولید و تقویت می‌کنند.

۵. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات:

ایران به‌عنوان کشوری با تنوع گسترده فرهنگی، قومی و مذهبی، بستری پیچیده و در عین حال مستعد برای توسعه کارآفرینی فرهنگی فراهم آورده است. در این میان، شهر اراک به‌عنوان یکی از کانون‌های مهم صنایع‌دستی، محل مناسبی برای بررسی چالش‌ها و موانع پیش‌روی زنان کارآفرین در این حوزه به‌شمار می‌رود. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از یک رویکرد ترکیبی و چندمرحله‌ای، تلاش کرد تا تصویری جامع و چندلایه از دلایل شکست زنان کارآفرین در حوزه صنایع‌دستی ارائه دهد.

نتیجه‌گیری بخش کیفی

در گام نخست، با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ تن از زنان کارآفرین اراکی، ۱۴ عامل مؤثر بر شکست شناسایی شد. پس از فرایند کدگذاری و استخراج مقولات محوری از داده‌های کیفی، ضرورت دارد مفاهیم به‌دست‌آمده به‌طور روشن و دقیق تعریف شوند تا امکان درک مشترک از آن‌ها برای خوانندگان فراهم شود. تعاریف مفهومی مقولات علاوه بر تبیین معنای عملیاتی یافته‌ها، با ادبیات علمی نیز هم‌راستا شده و زمینه را برای بحث و مقایسه با پژوهش‌های پیشین فراهم می‌سازد. در ادامه، هر یک از مقولات اصلی همراه با تعاریف مفهومی و پشتیبانی نظری ارائه شده است:

موانع اداری و نظارتی^۱: موانع ناشی از بروکراسی پیچیده، رویه‌های ناکارآمد و نبود نظارت اثربخش که روند کارآفرینی را کند می‌کند. مطالعات نشان می‌دهند که پیچیدگی‌های اداری و ضعف حمایت‌های نهادی، یکی از موانع اصلی در مسیر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و به‌طور خاص بانوان کارآفرین است (دیجانکو^۲ و همکاران، ۲۰۰۲).

محدودیت‌های دسترسی به سرمایه^۳: دشواری در جذب سرمایه‌گذار و دریافت تسهیلات بانکی به دلیل شرایط سخت ضمانت و طولانی شدن فرآیند پرداخت. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که دسترسی محدود به سرمایه یکی از مهم‌ترین موانع رشد بنگاه‌های کارآفرینانه است (بک و کانت^۴، ۲۰۰۶).

تنگنای نهادی^۵: ضعف نهادهای حمایتی و سیاست‌گذاری، ناآگاهی کارکنان سازمان‌ها و عمل نکردن دولت به تعهدات، که منجر به بی‌اعتمادی کارآفرینان می‌شود. طبق نظریه نهادگرایی، کیفیت نهادها به‌طور مستقیم بر نرخ و موفقیت کارآفرینی اثر می‌گذارد (نورث^۶، ۱۹۹۰؛ آیدیس^۷ و همکاران، ۲۰۰۸).

چالش‌های اقتصادی^۸: تورم، نوسانات ارزی، هزینه‌های بالا و تحریم‌ها از جمله عواملی هستند که پایداری و رقابت‌پذیری صنایع‌دستی را تهدید می‌کنند. ادبیات نشان می‌دهد محیط کلان اقتصادی نامطمئن یکی از عوامل کلیدی محدودکننده فعالیت‌های کارآفرینانه است (ناوده^۹، ۲۰۱۰).

¹ Administrative and Regulatory Barriers

² Djankov

³ Financial Access Constraints

⁴ Beck & Demirguc-Kunt

⁵ Institutional Constraints

⁶ North

⁷ Aidis

⁸ Economic Challenges

⁹ Naudé

ضعف شناختی^۱: محدودیت‌های ذهنی شامل نداشتن خلاقیت، اجتناب از ریسک، ترس از شکست، کمبود اعتماد به نفس، ناامیدی و منفی‌نگری. پژوهش‌های شناختی تأکید دارند که باورها و اسکرپت‌های ذهنی کارآفرینان نقش محوری در رفتارهای خلاقانه و تصمیم‌گیری دارند (میشل^۲ و همکاران، ۲۰۰۲).

مشکلات کیفیت و تبلیغات^۳: کمبود نوآوری در محصولات، تولید کالاهای کم‌کیفیت و ضعف در بازاریابی اثربخش. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کیفیت محصول و بازاریابی نوآورانه عوامل کلیدی برای بقا در بازار صنایع‌دستی هستند (کاتلر و کلر^۴، ۲۰۱۶).
چالش‌های هویتی^۵: کش‌مکش‌های فردی و اجتماعی در مسیر شکل‌گیری هویت کارآفرینانه، شامل تعارض کار و زندگی، نگاه منفی به کارآفرینی زنان و احساس وابستگی. هویت کارآفرینانه از طریق تعامل اجتماعی و فرایندهای مربوط به کار هویتی^۶ ساخته می‌شود (لیتچ و هریسون^۷، ۲۰۱۶؛ شپرد و هاینه^۸، ۲۰۰۹).

مشکلات بازار و تقاضا^۹: اشباع بازار، نبود بستر مناسب برای فروش و بی‌علاقگی مشتریان به محصولات محلی. مطالعات نشان داده‌اند که عدم تقاضای پایدار، تهدیدی جدی برای صنایع خلاق و صنایع‌دستی است (کالینز و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۸).
ضعف سرمایه اجتماعی^{۱۱}: نبود اعتماد، همکاری و حمایت از سوی خانواده، جامعه و نهادهای تعاونی. ادبیات سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی و حمایت‌های غیررسمی نقش حیاتی در موفقیت کارآفرینی دارند (پوتنام^{۱۲}، ۲۰۰۰؛ زارعی‌متین، ۱۳۹۶).

چالش‌های زیرساختی^{۱۳}: مشکلات حمل‌ونقل، نبود جاده‌های مناسب و آسیب به محصولات در فرآیند توزیع. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که زیرساخت‌های ناکافی مانع رشد بنگاه‌های کوچک به‌ویژه در مناطق روستایی می‌شود (آکرز و زرب^{۱۴}، ۲۰۰۷).
چالش‌های تیمی و مدیریتی^{۱۵}: ضعف مدیریت کارآمد، نبود مسئولیت‌پذیری تیمی و ناتوانی در شرایط بحرانی. تحقیقات نشان داده‌اند که توانمندی‌های مدیریتی نقش تعیین‌کننده‌ای در بقا و رشد استارت‌آپ‌ها دارند (بارون و تانگ^{۱۶}، ۲۰۰۹).
چالش‌های لجستیکی^{۱۷}: نبود تجهیزات لازم و فقدان بیمه برای صنایع‌دستی کاران. مطالعات اشاره می‌کنند که محدودیت‌های لجستیکی و حمایتی از مهم‌ترین موانع کارآفرینی در صنایع کوچک هستند (کولورید و آیزاکسن^{۱۸}، ۲۰۰۶).
ضعف دانشی و مهارتی^{۱۹}:

کمبود تخصص مدیریتی، آگاهی اندک نسبت به فناوری‌های نوین و عدم پذیرش کسب‌وکار دیجیتال. تحقیقات تأکید می‌کنند که مهارت و دانش، از جمله عوامل کلیدی در موفقیت و نوآوری کارآفرینانه است (آنگر^{۲۰} و همکاران، ۲۰۱۱).
گسست نسلی و فرهنگی^{۲۱}: انتقال ناکافی مهارت‌ها و دانش صنایع‌دستی به نسل جوان و ضعف در آموزش فرهنگی. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تداوم و بقا در صنایع خلاق، وابسته به فرایندهای انتقال دانش بین نسلی است (باسو و آلتینای^{۲۲}، ۲۰۰۲).

¹ Cognitive Barriers

² Mitchell

³ Quality and Marketing Problems

⁴ Kotler & Keller

⁵ Identity Challenges

⁶ identity work

⁷ Leitch & Harrison

⁸ Shepherd & Haynie

⁹ Market and Demand Problems

¹⁰ Collins

¹¹ Weak Social Capital

¹² Putnam

¹³ Infrastructure Challenges

¹⁴ Acs & Szerb

¹⁵ Team and Managerial Challenges

¹⁶ Baron & Tang

¹⁷ Logistical Challenges

¹⁸ Kolvereid & Isaksen

¹⁹ Knowledge and Skills Deficiency

²⁰ Unger

²¹ Generational and Cultural Gap

²² Basu & Altinay

نتیجه‌گیری بخش کمی

عوامل شناسایی شده در بخش کیفی، در این مرحله، با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره‌ی بهترین-بدترین، توسط ۱۲ تن از همین کارآفرینان اولویت‌بندی شدند. در ادامه، به‌منظور تحلیل روابط علی میان عوامل کلیدی، ۹ مؤلفه‌ی اصلی با روش نگاشت شناختی فازی مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج نشان داد که در کنار عواملی همچون چالش‌های اقتصادی، محدودیت‌های مالی، مشکلات بازار و تبلیغات، و ضعف زیرساخت‌ها، مواردی چون ضعف شناختی، تنگنای نهادی، بحران‌های هویتی، ضعف سرمایه اجتماعی، شکاف نسلی و فرهنگی، و چالش‌های تیمی و مدیریتی نیز نقش مؤثری در شکست زنان کارآفرین ایفا می‌کنند. به‌ویژه، نگاشت شناختی فازی نشان داد که ضعف شناختی به‌عنوان شاخص محوری در شبکه علیت ایفای نقش می‌کند. این عامل نه‌تنها به‌صورت مستقیم بر سایر متغیرهای کلیدی مانند ضعف مهارتی، سرمایه اجتماعی و تنگنای نهادی تأثیر می‌گذارد، بلکه از طریق کاهش اعتماد به نفس، درک نادرست از فرصت‌ها و تهدیدات محیطی، و عدم شناخت از فرایندهای بازار، بنیان‌های کارآفرینی را به چالش می‌کشد. این یافته‌ها با پیشینه پژوهشی نیز هم‌راستا است. به‌عنوان نمونه، نتایج با مطالعات ربیعی و نظریان (۱۳۹۲)، قمبرعلی و رستمی (۱۳۹۴)، جاستو و همکاران (۲۰۱۵) و الشمسی و همکاران (۲۰۲۰)، نور و عیسی (۲۰۲۰)، یانگ و تریانا (۲۰۱۹) تطابق دارد که در آن‌ها نیز ضعف زیرساختی، نبود حمایت مالی، محدودیت مهارتی، کمبود سرمایه اجتماعی و نقش‌های چندگانه زنان به‌عنوان موانع اصلی در مسیر کارآفرینی زنان معرفی شده‌اند.

طبق یافته‌های این پژوهش چالش‌های هویتی و ضعف در سرمایه اجتماعی از مسائل پیش روی کارآفرینان زن محسوب می‌شود. نتیجه‌ای که در مطالعه طالبی و طهماسبی (۱۴۰۴)، که بیان داشته‌اند سرمایه اجتماعی از مبادی هویت جمعی کارآفرینانه و نیز بر اساس طهماسبی و همکاران (۱۴۰۴) که بر اهمیت هویت کارآفرینانه زنان در تسهیل و شکل‌دهی فرآیندهای کسب‌وکاره اشاره کرده‌اند نیز مورد اشاره قرار گرفته است. همچنین زارعی‌متین و همکاران (۱۳۹۵) نیز اهمیت سرمایه اجتماعی در این زمینه را صرح‌گذاری کرده‌اند.

از سوی دیگر همانطور که محمدیان و همکاران (۱۴۰۴) بیان داشته‌اند، تداوم مشکلات مالی به‌عنوان یک موضوع غالب که اغلب ناشی از مسائل اقتصادی کلان و یا هزینه‌های عملیاتی بالاست، همواره جزو مشکلات کارآفرینان بوده و هست، که در این پژوهش نیز احصا گردید.

این هم‌پوشانی علمی و تجربی، نشان‌دهنده‌ی آن است که یافته‌های این پژوهش نه‌تنها در سطح محلی شهر اراک، بلکه در سطوح ملی و بین‌المللی نیز از قابلیت تعمیم برخوردارند.

با این حال، برخی یافته‌های محلی نیز قابل تأمل‌اند. نبود بازارچه‌های دائمی و تخصصی در نقاط مناسب شهری، ضعف در اطلاع‌رسانی و حمایت از سوی نهادهایی چون سازمان میراث فرهنگی، و همچنین بی‌توجهی به مطالبات خاص بانوان کارآفرین، از جمله مواردی هستند که به‌صورت خاص در بافت اجتماعی شهر اراک نمود یافته‌اند. این موانع، علاوه بر کاهش فروش و تقاضا، سبب تضعیف جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین و در نهایت افزایش نرخ شکست می‌شوند.

پیامدهای علمی و نظری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که استفاده از رویکرد سیستمی و شبکه‌ای در تحلیل دلایل شکست زنان کارآفرین در صنایع‌دستی فرهنگی، امکان فهم عمیق‌تری از پیوندهای پنهان میان مؤلفه‌های خرد (شناختی، هویتی) و کلان (نهادی، اقتصادی) فراهم می‌آورد. برخلاف رویکردهای خطی و تک‌بعدی، این نوع نگاه میان‌سطحی می‌تواند به روشن‌تر شدن چرایی شکست‌ها و طراحی مدل‌های تبیینی جامع‌تر کمک کند. همچنین توجه به ابعاد جنسیتی و منطقه‌ای در تحلیل شکست، ظرفیت مهمی برای توسعه نظریه‌های بومی در حوزه کارآفرینی فرهنگی ایجاد می‌کند. از این‌رو، پژوهش‌های آینده می‌توانند با تمرکز بر یک سطح مشخص یا طراحی مطالعات میان‌سطحی جامع‌تر، این پیوندها را دقیق‌تر مدل‌سازی کرده و به غنای ادبیات علمی بیفزایند.

پیامدهای اجرایی و سیاستی

در سطح کلان، نتایج پژوهش حاکی از آن است که کارآفرینی فرهنگی زنان در ایران همچنان با موانع ساختاری، نهادی و روان‌شناختی جدی روبه‌رو است. نبود راهبردهای منسجم، ضعف در نظام آموزش مهارت‌های نرم، فضای فرهنگی کم‌حمایت از زنان و نگاه محدود به توانمندی‌های آن‌ها از جمله عواملی هستند که احتمال شکست در این حوزه را افزایش می‌دهند. بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و نهادهای مسئول از جمله سازمان میراث فرهنگی، شهرداری‌ها و نهادهای مالی، اقدامات زیر را در دستور کار قرار دهند:

تدوین برنامه‌های حمایتی هدفمند متناسب با شرایط بومی و جنسیتی، تسهیل بروکراسی اداری و کاهش موانع نهادی، تقویت سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌سازی و انجمن‌های حرفه‌ای، آموزش مهارت‌های مدیریتی، روان‌شناختی و بازاریابی دیجیتال برای زنان کارآفرین، توسعه فضاهای عرضه، فروش و بازاریابی داخلی و بین‌المللی. اجرای این اقدامات می‌تواند به افزایش تاب‌آوری زنان کارآفرین، کاهش نرخ شکست در کسب‌وکارهای فرهنگی و در نهایت تقویت کارآفرینی زنان در سطح محلی، منطقه‌ای و ملی بینجامد.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش، همانند سایر مطالعات، با محدودیت‌هایی همراه بوده است. نخست آنکه جامعه آماری مطالعه محدود بود که تعمیم‌پذیری نتایج را کاهش می‌دهد و ضرورت تکرار مطالعه با نمونه‌های گسترده‌تر و متنوع‌تر در پژوهش‌های آتی را برجسته می‌سازد. دوم، هرچند پژوهش حاضر کوشید با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی و نگاشت شناختی فازی ارتباط میان سطوح مختلف عوامل شکست (خرد و کلان) را روشن کند، اما همچنان نوعی ابهام در مدل‌سازی پیوند دقیق میان موانع کلان (نظیر تحریم اقتصادی یا بروکراسی دولتی) و موانع خرد (مانند ضعف شناختی و هویتی) باقی مانده است. از این رو، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران یا بر واکاوی عمیق‌تر یک سطح (به‌ویژه بسترهای فردی دلایل شکست) تمرکز کنند یا با طراحی مطالعات میان‌سطحی جامع‌تر، ارتباط ساختاریافته‌تری میان عوامل خرد و کلان ارائه دهند. چنین رویکردی می‌تواند هم به تقویت پشتوانه نظری در حوزه شکست کارآفرینی بینجامد و هم مبنای مداخلات سیاستی و آموزشی مؤثرتر قرار گیرد.

۵. منابع

- ربعی، علی و نظریان، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی ایران. *ابتکار و خلاقیت در علوم/انسانی*، ۲(۴)، ۲۵-۱.
- زارعی‌متین، حسن، و محمدیان، بهزاد و مدرسی، سعید. (۱۳۹۶). مدیریت سرمایه اجتماعی، انتشارات مهربان، تهران، ایران.
- طالبی، کامبیز و طهماسبی، مرضیه. (۱۴۰۴). منابع مؤثر بر ساخت هویت جمعی کارآفرینانه از دیدگاه سرمایه اجتماعی. *مجله علمی، مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۱۲(۲)، ۲۳۱-۲۳۴.
- طهماسبی، مرضیه و طالبی، کامبیز و رمضان زاده، محمد تقی. (۱۴۰۴). تحلیل هویت کارآفرینانه زنان: شناسایی عوامل مؤثر و پیامدها، *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*.
- فلاح، محمدرضا و پاشایی نیا، رها. (۱۳۹۹). زنان کارآفرین و ورود موفقیت آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک مدل نظری. *مطالعات راهبردی زنان*، ۲۳(۹۰)، ۱۰۳-۱۳۳.
- قمبرعلی، رضوان و رستمی، فرحناز. (۱۳۹۴). شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱(۱)، ۱-۱۷.

Acs, Z. J., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2), 109–122. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9012-3>

Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656–672. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.005>

- Al-Shami, S., Al Mamun, A., Sidek, S., & Rashid, N. (2020). Causes of Failure among Malaysian Female Entrepreneurs: A Qualitative Case Study of Malaysian Microcredit Borrowers. *Qualitative Research in Financial Markets*, 12, 43–71. <https://doi.org/10.1108/QRFM-12-2018-0142>
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341–358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Araști, Z., Modarresi, M., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2016). Women's entrepreneurship in Iran: How are women owning and managing home-based businesses motivated to grow? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 446–470. <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2016-0006>
- Baron, R. A., & Tang, J. (2009). Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 35(2), 282–306. <https://doi.org/10.1177/0149206307312513>
- Basu, A., & Altinay, E. (2002). The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *International Small Business Journal*, 20(4), 371–393. <https://doi.org/10.1177/0266242602204001>
- Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Beqo, I., & Gehrels, S. A. (2014). Women entrepreneurship in developing countries: A European example. *Research in Hospitality Management*, 4(1–2), 97–104. <https://doi.org/10.2989/RHM.2014.4.1&2.13.1259>
- Baumer, B., Brush, C. G., Dean, M., Elam, A. B., Greene, P. G., & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. Babson College, Smith College, and GERA.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Collins, P., Mahon, M., & Murtagh, A. (2018). Creative industries and the creative economy of the West of Ireland: Evidence of sustainable change? *Creative Industries Journal*, 11(1), 70–86.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 1–37. <https://doi.org/10.3386/w7892>
- Ebewo, P. E., Ndlovu-Hlatshwayo, E. N., Mehlahe, P. W., & Mlotshwa, S. H. (2023). Defining Arts and Cultural Entrepreneurship. In C. G. Iwu & R. Shambare (Eds.), *Delivering Entrepreneurship Education in Africa* (pp. 33–56). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-326-820231002>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Guma, P. (2015). Business in the urban informal economy: Barriers to women's entrepreneurship in Uganda. *Journal of African Business*, 16(3), 305–321. <https://doi.org/10.1080/15228916.2015.1081025>
- Justo, R., DeTienne, D. R., & Sieger, P. (2015). Failure or voluntary exit? Reassessing the female underperformance hypothesis. *Journal of Business Venturing*, 30(6), 775–792. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.04.004>
- Kabbara, D. (2023). Female Entrepreneurship: Typologies, Drivers and Value Creation. In U. A. Cullen (Ed.), *New Horizons and Global Perspectives in Female Entrepreneurship Research* (pp. 93–112). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-780-820231004>

- Kamberidou, I. (2020). "Distinguished" women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(3). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y>
- Kantor, P. (2002). Gender, Microenterprise Success and Cultural Context: The Case of South Asia. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 131–143. <https://doi.org/10.1177/104225870202600408>
- Karimi, A., Mollaei, M. H., Mohammadian, B., & Zargaran Khouzani, F. (2021). The Impact of Business Failure Experience and Learning from Failure on New Venture Performance of Entrepreneur—Case Study of Qom Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(2), 281–299. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.317684.653588>
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16: Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866–885. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.06.008>
- Kosko, B. (1986). Fuzzy cognitive maps. *International Journal of Man-Machine Studies*, 24(1), 65–75. [https://doi.org/10.1016/S0020-7373\(86\)80040-2](https://doi.org/10.1016/S0020-7373(86)80040-2)
- Krueger, R. A. (2014). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Sage Publications.
- Leitch, C. M., & Harrison, R. T. (2016). Identity, identity formation and identity work in entrepreneurship: Conceptual developments and empirical applications. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(3–4), 177–190. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1155740>
- Menzies, J., Chavan, M., Zutshi, A., North-Samardzic, A., & Lubna Alam, S. (Eds.). (2026). *Women's Entrepreneurship in the Asian Region: Building Sustainable and Responsible Businesses*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003364146>
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93–104.
- Mohammadian, B., Jalilvand, M. R., Shahbazi, M., & Mousavi, N. (2025). Unveiling the Key Effective Factors of the Failure of Hybrid Serial Entrepreneurs in Publishing Industry. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 1–20. <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2030111.1142>
- Mohammadian, B., & Bafti, A. S. (2023). Open Strategy and Competitive Advantage in the Age of Digital Transformation. In *Transformation for Sustainable Business and Management Practices: Exploring the Spectrum of Industry 5.0* (pp. 31–40). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-277-520231004>
- Mohammadian, B., Jalilvand, M. R., & Rahimi, M. A. (2025). An exploration and prioritization of key cognitive determinants of learning from failures among serial entrepreneurs: A BWM approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2023-0080>
- Mohammadian, B., Jalilvand, M. R., & Rahimi, M. A. (2024). Cognitive Factors Affecting Serial Entrepreneurs Learning from Failure. *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(1), 120–142. <https://doi.org/10.22059/jed.2023.357201.654168>
- Mazlina, M., & Punitha A/P, S. (2016). Challenges and Success Factors of Female Entrepreneurs: Evidence from a Developing Country. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 224–231.
- Naudé, W. (2010). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insights. *Small Business Economics*, 34(1), 1–12.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Noor, S., & Md. Isa, F. (2020). Contributing factors of women entrepreneurs' business growth and failure in Pakistan. *International Journal of Business and Globalisation*, 25(4), 503–518.

- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*.
- Raghuvanshi, J., Agrawal, R., & Ghosh, P. K. (2017). Analysis of barriers to women entrepreneurship: The DEMATEL approach. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 26(2), 220–238. <https://doi.org/10.1177/0971355717708848>
- Razmus, W., & Laguna, M. (2018). Dimensions of entrepreneurial success: A multilevel study on stakeholders of micro-enterprises. *Frontiers in Psychology*, 9, 791. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00791>
- Rezaei, J. (2016). Best-worst multi-criteria decision-making method: Some properties and a linear model. *Omega*, 64, 126–130. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2015.12.001>
- Sarfraz, L., & Faghih, N. (2011). Women's entrepreneurship in Iran: A GEM based-data evidence. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 45–57.
- Shepherd, D., & Haynie, J. M. (2009). Family business, identity conflict, and an expedited entrepreneurial process: A process of resolving identity conflict. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(6), 1245–1264. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00344.x>
- Tahmasebi, M., Talebi, K., & Ramezan Zadeh, M. T. (2025). Understanding the Females Entrepreneurial Identity: Effective Factors and Consequences. *Journal of Entrepreneurship Research*, e725587. <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2039456.1183>
- Talebi, K., & Tahmasebi, M. (2025). Effective Resources on the Construction of Collective Entrepreneurial Identity from the Perspective of Social Capital. *Social Capital Management*, 12(2), 221–234. <https://doi.org/10.22059/jscm.2024.380142.2533>
- Lee, S. W., & Chan, W.-T. (2021). Unconventional Entrepreneurship: Women Handicraft Entrepreneurs in a Market-Driven Economy. *Sustainability*, 13(13), 7261. <https://doi.org/10.3390/su13137261>
- Yang, T., & del Carmen Triana, M. (2019). Set up to fail: Explaining when women-led businesses are more likely to fail. *Journal of Management*, 45(3), 926–954. <https://doi.org/10.1177/0149206316685856>
- Zarei Matin, H., Mohammadian, B., & Modarresi, S. (2016). *Social Capital Management*. Tehran: Mehraban Publishers.