


Investigating the Role of Entrepreneurial Desire on the Economic Empowerment of Women in Tehran with Emphasis on the Moderating Role of Social Support

Nasraneh Zolfaqari^{1*}, Soroush Fathi²

1. Ph.D. in Economic Sociology and Development, Lecturer, University of Applied Sciences. (Corresponding Author) nasranehz32@gmail.com
2. Department of Sociology, WT. C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. fathi.soroush@iau.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type Research Article</p> <p>Article history Received: 8 October 2025 Accepted: 12 November 2025 Published: 18 February 2026</p> <p>Keywords: Entrepreneurial Intention, Economic Empowerment, Women, Social Support, Tehran.</p>	<p>Introduction: Women's economic empowerment is one of the key goals of sustainable development, and entrepreneurship is recognized as an effective strategy in this direction. This study aimed to investigate the role of entrepreneurial inclination on women's economic empowerment in Tehran with the moderating role of social support.</p> <p>Methodology: The present study is descriptive-analytical and survey-based. The statistical population included women aged 18 to 60 in Tehran, of whom 384 were selected using multi-stage cluster sampling. The data collection tool was a researcher-made 40-item questionnaire with confirmed validity and reliability (Cronbach's alpha 0.86). The data were analyzed with SPSS software.</p> <p>Findings: The entrepreneurial inclination among women in Tehran is at a medium to high level (3.41 out of 5) and economic empowerment is at a level below the desired level (2.54 out of 5). In the dimensions of entrepreneurial desire, "need for success" had the highest (3.84) and "risk taking" had the lowest (2.88) mean. In the dimensions of empowerment, "formal economic participation" was the weakest with a mean of 1.93. The most important barriers to empowerment were "financial", "cultural", and "family", and the most important incentive was "family support" (34.1%). 70.3 percent of women had very little awareness of entrepreneurial facilities. The desire for entrepreneurship was significantly higher in educated, younger, single, and entrepreneurial women.</p> <p>Conclusion: Tehran women have a relatively high desire for entrepreneurship, but this desire has not led to the desired economic empowerment due to financial, cultural, and weak support barriers. Strengthening the desire for entrepreneurship, especially in the dimension of the need for success, along with providing family and institutional support, establishing micro-investment funds, facilitating home business laws, reducing administrative bureaucracy, and providing extensive information about facilities, is recommended for women's economic empowerment.</p>
<p>Cite this article: Zolfaqari, N., Fathi, S. (2025). Investigating the Role of Entrepreneurial Desire on the Economic Empowerment of Women in Tehran with Emphasis on the Moderating Role of Social Support. <i>Labour and Social Protection Studies</i>, 1(1), 81-100.</p>	
<p> ©The Author(s). Publisher: Labor and Social Security Institute</p>	



بررسی نقش میل به کار آفرینی بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران با تأکید بر نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی

نسرانه ذوالفقاری^{۱*}، سروش فتحی^۲

۱. دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، مدرس دانشگاه علمی کاربردی (نویسنده مسئول)، nasranezh32@gmail.com

۲. گروه جامعه شناسی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، fathi.soroush@iaui.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخچه دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۱۶ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ انتشار: ۱۴۰۴/۱۱/۳۰</p> <p>کلیدواژه‌ها میل به کارآفرینی، توانمندسازی اقتصادی، زنان، حمایت اجتماعی، شهر تهران.</p>	<p>مقدمه: توانمندسازی اقتصادی زنان یکی از اهداف کلیدی توسعه پایدار است و کارآفرینی به عنوان راهبردی مؤثر در این مسیر شناخته می‌شود. این پژوهش با هدف بررسی نقش میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران با نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی انجام شده است.</p> <p>روش‌شناسی: مطالعه حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و به روش پیمایشی است. جامعه آماری شامل زنان ۱۸ تا ۶۰ سال شهر تهران بود که ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته ۴۰ گویه‌ای با روایی و پایایی تأییدشده (آلفای کرونباخ ۰/۸۶) بود. داده‌ها با نرم‌افزارهای SPSS تحلیل شد.</p> <p>یافته‌ها: میل به کارآفرینی در زنان تهران در سطح متوسط به بالا (۳/۴۱ از ۵) و توانمندسازی اقتصادی در سطح پایین‌تر از حد مطلوب (۲/۵۴ از ۵) قرار دارد. در ابعاد میل به کارآفرینی، «نیاز به توفیق» بالاترین (۳/۸۴) و «ریسک‌پذیری» پایین‌ترین (۲/۸۸) میانگین را داشت. در ابعاد توانمندسازی، «مشارکت اقتصادی رسمی» با میانگین ۱/۹۳ ضعیف‌ترین بعد بود. مهم‌ترین موانع توانمندسازی به ترتیب «مالی»، «فرهنگی» و «خانوادگی» و مهم‌ترین مشوق، «حمایت خانواده» (۳۴/۱ درصد) بود. ۷۰/۳ درصد زنان آگاهی بسیار کمی از تسهیلات کارآفرینی داشتند. میل به کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندسازی اقتصادی زنان داشت و بیش از ۳۳ درصد از تغییرات آن را تبیین کرد. قوی‌ترین تأثیر بر «استقلال مالی» و ضعیف‌ترین تأثیر بر «مشارکت اقتصادی رسمی» بود. از میان ابعاد میل به کارآفرینی، «نیاز به توفیق» قوی‌ترین و «ریسک‌پذیری» ضعیف‌ترین پیش‌بین توانمندسازی بودند. حمایت اجتماعی، رابطه بین میل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی را تقویت می‌کند. در شرایط حمایت اجتماعی بالا، تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی تقریباً دو برابر شرایط حمایت پایین است. میل به کارآفرینی در زنان تحصیل کرده، جوان‌تر، مجرد و کارآفرین به طور معناداری بالاتر بود.</p> <p>نتیجه‌گیری: زنان تهران از تمایل نسبتاً بالایی برای کارآفرینی برخوردارند، اما این تمایل به دلیل موانع مالی، فرهنگی و ضعف حمایت‌ها، به توانمندسازی اقتصادی مطلوب منجر نشده است. تقویت میل به کارآفرینی به ویژه در بعد نیاز به توفیق، همراه با فراهم‌سازی حمایت‌های خانوادگی و نهادی، ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری خرد، تسهیل قوانین کسب‌وکارهای خانگی، کاهش بروکراسی اداری و اطلاع‌رسانی گسترده درباره تسهیلات، برای توانمندسازی اقتصادی زنان پیشنهاد می‌شود.</p>
<p>استناد: ذوالفقاری، ن.، فتحی، س. (۱۴۰۴). بررسی نقش میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران با تأکید بر نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی. <i>مطالعات کار و حمایت اجتماعی</i>، (۱)، ۱۰۰-۸۱.</p> <p>ناشر: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی © نویسندگان.</p>	

Extended Abstract

Purpose

Introduction and Problem Statement

Women's economic empowerment is not only a fundamental human right but also a strategic tool for achieving sustainable development, poverty reduction, and increasing national productivity. The United Nations, in the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 5, places special emphasis on gender equality and women's empowerment. However, statistics indicate that women's share of the economically active population in Iran is approximately 14%, which is significantly lower than the global average (48%) and regional average (22%). Tehran, as the largest metropolis in the country, despite enjoying high human and infrastructural capacities, still faces serious challenges in women's employment and entrepreneurship. Although numerous studies have examined the barriers to women's entrepreneurship, most of these studies have focused on structural and environmental factors, while the role of internal and psychological tendencies such as "entrepreneurial intention" has received less attention. Another research gap is the neglect of the role of moderating factors such as social support in the process of transforming entrepreneurial intention into actual economic empowerment. Therefore, this study seeks to answer the fundamental question: "What role does entrepreneurial intention play in the economic empowerment of women in Tehran, and how does social support moderate this relationship?"

Methodology

This study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method, conducted as a survey. The statistical population included all women aged 18 to 60 living in Tehran. The sample size was determined as 384 participants based on Cochran's formula and selected through multi-stage cluster sampling. For this purpose, two neighborhoods were randomly selected from each of the northern, southern, eastern, western, and central regions of Tehran (Districts 2, 5, 8, 16, 20), and eligible women were randomly selected from each neighborhood. The data collection tool was a researcher-made questionnaire containing 40 items. The content validity of the questionnaire was confirmed by five professors of sociology, management, and entrepreneurship ($CVR > 0.81$, $CVI > 0.85$). The reliability of the instrument was calculated using Cronbach's alpha coefficient: 0.86 for the entire questionnaire, 0.88 for entrepreneurial intention, 0.85 for economic empowerment, and 0.79 for social support. Data analysis was performed at two levels: descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (one-sample t-test, Friedman test, one-way ANOVA, linear regression, and hierarchical regression) using SPSS software.

Findings

Descriptive Findings: The highest frequency of respondents was in the age group of 30-39 years (40.6%) and held bachelor's degrees (42.2%). 62% of women were married and 38% were single. The mean entrepreneurial intention among women in Tehran was 3.42 out of 5 (moderate-to-high level), and the mean economic empowerment was 2.56 out of 5 (low level). Among the dimensions of entrepreneurial intention, "need for achievement" had the highest mean (3.85) and "risk-taking" had the lowest mean (2.89). Among the dimensions of economic empowerment, "formal economic participation" with a mean of 1.95 was at a very low level, and "financial independence" with a mean of 2.98 was at a moderate level. The mean social support was 2.62 out of 5 (low level), with institutional support having the lowest mean (2.08) as its weakest component.

Barriers and Incentives: According to the Friedman test, "financial barriers" (mean rank = 4.26), "cultural barriers" (3.85), and "family barriers" (3.12) were the most important barriers to economic empowerment, respectively. "Family support" (34.2%) was identified as the most

important entrepreneurial incentive. Additionally, 70.3% of women rated their awareness of entrepreneurial facilities as "low" and "very low."

Analytical Findings: Linear regression results showed that entrepreneurial intention has a positive and significant effect on women's economic empowerment ($\beta = 0.551$, $P < 0.001$) and explains 30.4% of the variance in economic empowerment. The strongest effect was on the dimension of "financial independence" ($\beta = 0.482$) and the weakest effect was on "formal economic participation" ($\beta = 0.285$). Among the dimensions of entrepreneurial intention, "need for achievement" with a beta coefficient of 0.362 was the strongest predictor, and "risk-taking" with a beta coefficient of 0.108 was the weakest predictor of economic empowerment.

Moderating Role of Social Support: The results of hierarchical regression showed that the interaction effect of entrepreneurial intention and social support was significant ($\beta = 0.187$, $P < 0.001$). Examination of conditional effects revealed that at low levels of social support, the coefficient of the effect of entrepreneurial intention on economic empowerment was 0.385; at moderate levels, it was 0.551; and at high levels of social support, this coefficient increased to 0.717. In other words, under conditions of high social support, the power of the effect of entrepreneurial intention on economic empowerment is almost twice as strong as under low support conditions.

Group Differences: Women with university education (3.58) had significantly higher entrepreneurial intention than women with high school diploma or lower education (3.08). Single women (3.51) had significantly higher entrepreneurial intention than married women (3.36), and the age group of 20-29 years (3.51) had significantly higher entrepreneurial intention than the age group of 50 years and above (3.12). Furthermore, entrepreneur women with a mean of 4.02 showed the highest level of entrepreneurial intention.

Conclusion

The research findings indicate a deep gap between entrepreneurial intention and actual economic empowerment among women in Tehran. Women in Tehran possess high motivation and enthusiasm for success (high need for achievement), but they avoid accepting uncertainty and risk-taking (low risk-taking). This pattern is rooted in traditional culture, weak support structures, and the absence of safety nets that lead women toward safer choices. The confirmation of the moderating role of social support is one of the most important achievements of this study. This finding confirms that merely having entrepreneurial intention is not sufficient for empowerment, and social supports (especially family support) can significantly strengthen this relationship. The importance of family support as the most important entrepreneurial incentive indicates the key role of husbands and parents in encouraging women to engage in economic activities. The severe weakness in the dimension of "formal economic participation" and the very low awareness of women regarding entrepreneurial facilities indicate the inefficiency of supportive institutions and weak information dissemination. This finding suggests that most of women's economic activities occur in the informal sector without protective and legal coverage, which increases their vulnerability to economic fluctuations. This study confirmed that entrepreneurial intention has a positive and significant effect on women's economic empowerment, but this relationship is strongly influenced by social support. Women in Tehran possess relatively high entrepreneurial intention; however, due to financial and cultural barriers and weak institutional and family support, this intention has not led to optimal economic empowerment.

مقدمه

با توجه به نقش انکار ناپذیر زنان در اقتصاد، به عنوان نیمی از جمعیت هر کشوری، می توان گفت هر چقدر زنان از توانمندی بالاتری برخوردار باشند به همان نسبت می توانند در توسعه اقتصادی کشور سهم بیشتری داشته باشند. امروزه در بسیاری از جوامع مساله توانمند سازی اقتصادی زنان یک مساله چالش برانگیز و ضروری برای توسعه اقتصادی تبدیل شده است. در ابتدا و در زمان های گذشته، بحث های توانمند سازی اقتصادی زنان از گفتمان هایی همانند گفتمان تبعیض جنسیتی و مباحث فمینیستی برخوردار بوده، اما با گذشت زمان و حرکت جوامع به سوی توسعه، امروزه گفتمان غالب در موضوع توانمند سازی، گفتمان توسعه و به ویژه توسعه اقتصادی می باشد. زنان به عنوان یکی از انواع سرمایه های انسانی، تقریباً نیمی از جمعیت در سنین کار هر کشور را تشکیل می دهند مشارکت بالای زنان در نیروی کار با افزایش عرضه کار می تواند باعث رشد اقتصادی کشور شود. زنان از مهمترین مخاطبان و گروه های اجتماعی موثر در فرآیند توسعه به شمار می روند و این بدان معناست که دستیابی به توسعه پایدار بدون مشارکت فعال زنان در تمام عرصه ها امکان پذیر نمی باشد (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۰). به طور کلی و در همه کشورهای جهان زنان در معادلات قدرت در رابطه با تقسیم کار، بهره برداری از منابع موجود و ارزشیابی کار همواره در موقعیت فرودستی قرار داشته اند از نابرابری های بسیاری رنج برده اند از دهه ۱۹۶۰ تلاش های عمده ای در بسیاری از کشورهای جهان و همچنین واحدهای سازمان ملل در جهت کاهش این نابرابری صورت گرفت و در بسیاری از مکان ها موفقیت هایی حاصل گشت یکی از مهم ترین ایده های بین المللی که برای کاهش و از بین بردن این شکاف ها و نابرابری ها مطرح گردید تحت عنوان توانمندسای^۱ شهرت یافت این رویکرد به طور عمده در میان روشنفکران و صاحب نظران کشورهای جهان سوم و در حال توسعه رایج گردید و مفهوم آن گسترش و تکامل پیدا نمود. (شادی طلب، ۱۳۸۱) توانمندی به معنای آن است که مردم به سطحی از توسعه دست یابند که به آنها امکان انتخاب بر اساس خواست خود را بدهد. به عبارت دیگر توانمندی یعنی کشاندن کسانی که در بیرون از حوزه تصمیم گیری قرار دارند به درون این حوزه ها. (همان) توانمندسازی اقتصادی^۲ زنان به معنای بهبود و یا ایجاد و فراهم کردن شرایطی است که منجر به پررنگ تر شدن نقش زنان در حوزه اقتصاد و به خصوص تولید می شود. که این امر نه تنها منجر به استفاده بیشتر از ظرفیت های بالقوه اقتصاد، در نتیجه رشد اقتصادی می شود، بلکه یکی از بهترین راهکارها جهت مبارزه با فقر و بهبود وضعیت معیشت در جامعه است. توانمند سازی اقتصادی دلالت بر کیفیت زندگی مادی بهتر از طریق حفظ زندگی خود و مدیریت زندگی توسط زن دارد. مشارکت اقتصادی زنان، نقش آنها را در تصمیم گیری در ابعاد فردی، خانوادگی و اجتماعی افزایش می دهد و مهمترین مزیت این نوع از توانمندسازی بهبود وضعیت اقتصادی خانواده و رهایی از فقر است. (محمدپور، ۱۳۹۰)

چنانکه فقر اقتصادی یکی از مهمترین نقاط آسیب پذیری های فردی اجتماعی در افراد است و توانمندی اقتصادی را می توان شرایطی عنوان کرد که در آن فرد به یک درآمد پایدار و قابل اتکا رسیده و توانایی بازپرداخت اقساط و پس انداز را دارد. کارآفرینی^۳ یکی از مهمترین مهارت هایی است که می تواند نقش تعیین کننده ای در ارتقاء ظرفیت اقتصادی زنان و به تبع آن ارتقاء سطح توانمندی آنان ایفاء نماید. کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت های تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره گیری از فرصت ها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به وسیله آنها سنجیده می شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره وری و تشکیل شرکت-های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بدیهی است که ایجاد ظرفیت های اشتغال زنان در قالب کارآفرینی مستلزم توجه به زمینه های آموزشی این مهم است. بر همین اساس، بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی و اشتغال بر توانمند شدن زنان، هم به لحاظ شناختی و هم به لحاظ کاربردی از اهمیت بالایی برخوردار است (صوفی و همکاران، ۱۳۹۴)

توانمندسازی اقتصادی زنان نه تنها یک حق انسانی بنیادین، بلکه ابزاری کارآمد برای دستیابی به توسعه پایدار و کاهش فقر در جوامع محسوب می شود. (Duflo, 2012) سازمان ملل متحد در اهداف توسعه پایدار (SDGs) به ویژه هدف پنجم، بر برابری جنسیتی

¹ Empowerment

² Economic Empowerment

³ Entrepreneurship

و توانمندسازی زنان و دختران تأکید ویژه‌ای دارد. (UN, 2020). در این میان، کارآفرینی زنان به عنوان یکی از راهبردهای کلیدی برای خلق اشتغال، افزایش درآمد و استقلال مالی مورد توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران قرار گرفته است. (Brush et al., 2019)

آمارها نشان می‌دهد که سهم زنان از جمعیت فعال اقتصادی در ایران حدود ۱۴ درصد است که در مقایسه با میانگین جهانی (۴۸ درصد) و منطقه‌ای (۲۲ درصد) پایین‌تر می‌باشد (بانک جهانی، ۲۰۲۲). این شکاف جنسیتی در مشارکت اقتصادی، ضرورت توجه ویژه به توانمندسازی اقتصادی زنان را دوچندان می‌کند. شهر تهران به عنوان بزرگترین کلانشهر کشور، علیرغم برخورداری از ظرفیت‌های بالای انسانی و زیرساختی، همچنان با چالش‌های جدی در حوزه اشتغال و کارآفرینی زنان مواجه است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱). اگرچه پژوهش‌های متعددی به بررسی موانع کارآفرینی زنان پرداخته‌اند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ خنیفر و همکاران، ۱۳۹۸)، اما بیشتر این مطالعات بر عوامل ساختاری و محیطی متمرکز بوده‌اند و نقش تمایلات درونی و روانشناختی نظیر «میل به کارآفرینی» کمتر مورد توجه قرار گرفته است. میل به کارآفرینی به عنوان یک سازه روانشناختی، بیانگر تمایل و قصد فرد برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید است و بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen, 1991)، قوی‌ترین پیش‌بین رفتار کارآفرینانه محسوب می‌شود. شکاف پژوهشی دیگری که در مطالعات پیشین مشاهده می‌شود، غفلت از نقش عوامل تعدیل‌گر نظیر حمایت اجتماعی در فرآیند تبدیل میل به کارآفرینی به توانمندسازی اقتصادی واقعی است. به عبارت دیگر، صرف داشتن تمایل به کارآفرینی تضمین‌کننده موفقیت اقتصادی نیست و عوامل زمینه‌ای و حمایتی می‌توانند این رابطه را تقویت یا تضعیف کنند. (Klyver et al., 2018).

از این رو، پژوهش حاضر در صدد است به این پرسش اساسی پاسخ دهد که «میل به کارآفرینی چه نقشی بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران دارد و حمایت اجتماعی چگونه این رابطه را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟» نوآوری این مطالعه در تلفیق همزمان رویکرد توصیفی (وضعیت‌سنجی) و تحلیلی (آزمون روابط) و نیز بررسی نقش تعدیل‌گری حمایت اجتماعی در بستر فرهنگی-اجتماعی شهر تهران است.

ملاحظات تجربی

امروزه داشتن روحیه کارآفرینی در افراد دارای نقش غیر قابل انکاری در رشد اقتصادی کشورها می‌باشد تجربه کشورهای موفق نشان داده است که تنها در صورت تقویت روحیه کارآفرینی می‌توان به دنبال تغییر و تحولات اقتصادی در سطح جهانی رفت و در سطح خردتر نیز می‌توان مشکلات مربوط به اشتغال زایی را در کشور خود حل و فصل کرد امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سمت خودکارفرمایی و خود اشتغالی در حرکت است کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت جوامع مختلف دارند. بسیاری از تحقیقاتی که تاکنون در زمینه توانمندسازی انجام شده است به موضوع توانمندسازی در حوزه "زنان سرپرست خانوار" یا "خانوارهای زن سرپرست" و مسائل پیرامون آن پرداخته‌اند، مفهوم "زن سرپرست خانوار" اغلب با مفاهیم جهت داری چون فقر، نابرابری، خشونت، بی‌قدرتی و یا اشتغال و درآمد زایی، عدالت اجتماعی و توانمندسازی همراه بوده^۱، و این دسته از زنان نیز به دلیل وضع مادی غیر قابل قبول (از نظر خودشان) و نداشتن هیچ گونه حق انتخابی در مورد وضعیت موجودشان، مجبور به حضور و کار در بیرون از خانه برای کسب درآمد مورد نیاز خود و خانواده شان بوده‌اند، و توانمندی این زنان، بیشتر معطوف به بعد درآمد زایی و نان آوری بوده و اغلب نیز از سوی مراکز و نهاد های دولتی یا خصوصی مورد حمایت قرار گرفته‌اند. اما موضوع مورد بحث در پژوهش حاضر، توانمندی اقتصادی زنان به طور عموم یا کلی شامل تمامی زنان در هر طیفی می‌باشد چرا که بسیاری از زنان مورد مطالعه در این پژوهش کسانی هستند که سرپرست خانوار نیستند و هیچ احساس مسولیتی در قبال خانواده ندارند اما به دلیل برخورداری از ظرفیت های بالا یا قدرت تصمیم گیری بالا و یا تمایلات فردی قوی همانند میل به کارآفرینی، توانمند اقتصادی هستند.

در جامعه پسا مدرن صنعتی با توجه به پیچیده شدن مسایل اجتماعی، لزوم نگاه چند بعدی به توانمندسازی زنان بیشتر نمود پیدا کرده است. سال های اخیر نگرش های جدیدی در رشته های مختلف علوم اجتماعی شکل گرفته است که از چارچوب سنتی و اثبات گرایانه بسی فراتر رفته و در واقع نگرش های جدیدی با محوریت نگاه به عاملیت و نقش انسان و امیال و گرایش های وی

^۱ این مفهوم گاهی به طیفی از زنان که دارای سطح بالای دسترسی و توان مادی هستند نیز اطلاق می‌شود که در شرایطی چون تجرد یا طلاق قرار دارند (مثل زنان تحصیل کرده دارای مشاغل درآمد زا)

در توانمندی زنان مطرح شده و در این دیدگاه‌ها به زنان به عنوان موجودی منفعل که صرفاً به عنوان ابزار تولید و مصرف‌کننده تلقی می‌شود، نگریده نمی‌شود. به همین دلیل جهت پررنگ نمودن و پرداختن به نقش فعال زنان در توانمندی اقتصادی و وقع نهادن به تمایلات فردی زنان در کنار ساختارها، پرداختن به موضوع مورد پژوهش ضروری می‌باشد. با توجه به نوپا بودن مباحث مربوط به تاثیر میل به کارآفرینی در توانمندی اقتصادی زنان، پژوهش حاضر را می‌توان به عنوان نگاهی نو به چگونگی توانمندی اقتصادی زنان دانست که مطالعه داخلی مشابهی که به موضوع میل به کارآفرینی در کسب توانمندی اقتصادی با توجه به نقش تمایلات فردی پرداخته باشد، صورت نگرفته است. و این مطالعه امکان دسترسی به نمونه‌هایی از طیف گسترده زنان را در کلان‌شهری فراهم می‌کند که از امکانات بسیار بالایی برخوردار هستند اما در عین حال توسط ساختارهایی نیز محدود شده‌اند. کلان‌شهری که به نظر می‌رسد به عنوان نمونه جدی در جریان تحول‌گذار از سنت به مدرنیته و بازتاب چنین فرآیندی در تجربه زیسته ساکنان آن قابل استناد باشد ضمن آنکه مطالعه موضوع توانمندی اقتصادی زنان در چنین شهری، مانع از گرفتار شدن در تحلیل‌های قومیتی، زبانی و فرهنگی می‌شود که ممکن است در سایر محدوده‌های جغرافیایی وجود داشته باشد.

توانمندسازی زنان یکی از مفاهیم اصلی توسعه است، دلیل تا کید بر توانمندسازی زنان، به این سبب است که زنان بیش از مردان، در معرض فقر و تبعیض جنسیتی قرار دارند و موانع و محدودیت‌های زیادی بر سر راه تغییر و تحول پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان وجود دارد. به برخی از پژوهش‌هایی که در ارتباط با موضوع توانمندسازی صورت گرفته است اشاره خواهد شد. ذوالفقاری و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی نقش تمایلات فردی به مثابه عاملیت بر توانمندی اقتصادی زنان شهر تهران" به بررسی نقش شاخص‌های عاملیت بر توانمندی اقتصادی زنان پرداخته‌اند. و با بررسی شاخص‌های عاملیت به این نتیجه رسیده‌اند که تأثیرگذارترین شاخص بر گرایش زنان شهر تهران به توانمندی اقتصادی، مربوط به میل به کارآفرینی می‌باشد. بعد از آن شاخص‌های عزت نفس، استقلال طلبی، میل به نوآوری و عدم اعتقاد به تقدیرگرایی، رقابت جویی، خودکارآمدی و میل به پیشرفت در رتبه‌های بعدی تأثیر قرار دارند. خسروی پور و عالی‌وند (۱۴۰۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی نقش اعتبارات خرد در توانمندسازی زنان روستایی" نشان دادند توانمندسازی زنان روستایی به معنی قدرت بخشیدن به آنان جهت توسعه و مشارکت در تصمیم‌گیری است که یکی از عوامل ضروری جهت رسیدن به توسعه پایدار می‌باشد. بیان نمودند اعتبارات خرد سبب کاهش فقر، افزایش زمینه فعالیت اقتصادی، کارآفرینی، ارتقا سطح رفاه و افزایش سرمایه‌های اجتماعی می‌شود که به طبع آن توانمندسازی زنان را به همراه خواهد داشت. ظفری‌نسب و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان "شناسایی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های توانمندسازی زنان روستایی استان لرستان" نشان دادند آموزش جامع، ویژگی‌های فردی-روانشناختی، اقتصادی، ساختاری و اجتماعی - فرهنگی در توانمندسازی زنان نقش بسیار مهمی دارد. از بین این پنج مؤلفه، توجه به آموزش جامع در تحقق اهداف توانمندسازی زنان روستایی اهمیت بسیار زیادی دارد. چرا که آموزش و دسترسی به آن، سبب دستیابی زن روستایی به خودآگاهی (کسب شناخت نسبت به فعالیت‌های مورد علاقه و توانایی‌های خود) می‌شود. همچنین ارتقای توانمندسازی زنان روستایی مستلزم ایجاد تغییرات گسترده در ساختارها و نهادهای جامعه نیز می‌باشد. علی بیگی و تقی بیگی (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر قابلیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بر توانمندسازی آنها: مورد مطالعه، استان کرمانشاه" به بررسی نقش توانمندسازی با رویکرد کارآفرینی بر روی فعالیت‌های اقتصادی زنان پرداخته‌اند. بر اساس نتایج، زنان روستایی در دو بعد اقتصادی و اجتماعی از توانمندی متوسط و در بعد رهبری از توانمندی مطلوب برخوردار بودند. آنها از لحاظ قابلیت کارآفرینی در بعد نوآوری بسیار ضعیف، در بعد فراکنشی عمل کردن، تقریباً ضعیف و در دو بعد استقلال طلبی و ریسک‌پذیری متوسط بودند. بر اساس نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری، قابلیت‌های کارآفرینی بر روی توانمندسازی تأثیر مثبت و معناداری داشت. قجری و حق پرست (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان "مطالعه تأثیر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار بر سلامت اجتماعی آنان" به بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی اقتصادی با سلامت اجتماعی زنان سرپرست خانوار در گروه‌های خودیار و گروه‌های غیرخودیار پرداخته‌است. بر اساس یافته‌ها، توانمندسازی اقتصادی زنان در دو گروه مذکور، تأثیر معناداری بر سلامت اجتماعی آنها دارد. حسین بر و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان "بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان: مورد مطالعه کشور هند" به بررسی تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان بر اساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کشور هند در سال ۲۰۰۱ سیاست

ملی توانمندسازی زنان را تصویب نموده و در جهت رفع مشکلات مالی زنان، بانکی را مخصوص آنها ایجاد کرده است. علاوه بر این، در هند اتحادیه ای به منظور ایجاد مهارت برای زنان در کسب و کارهای جدید تشکیل شده و زنان این کشور می توانند از طریق یک پورتال الکترونیکی محصولات خود را به راحتی به فروش برسانند. شیرینی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی الگویی برای ارتقای نقش زنان در توسعه اقتصادی" با هدف بررسی تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان شهرستان مرودشت به بررسی ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه پرداخته است نتایج پژوهش نشان داد که وضعیت رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت در حد متوسط بود. و همچنین نتایج نشان داد که متغیرهای نهفته احساس معناداری، احساس اثرگذاری و احساس خودکارآمدی، تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستای شهرستان مرودشت داشتند. سیاحی و همایی (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان "اثر بخشی آموزش توانمندسازی فردی بر خودکارآمدی، کارآفرینی و انسجام خانواده در زنان سرپرست خانوار را یکی از آسیب پذیرترین اقشار جامعه در برابر آسیب های اجتماعی معرفی نمودند. جامعه آماری زنان سرپرست خانوار تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) در شهر اهواز بود. نتایج نشان داد با در نظر گرفتن یافته های پژوهش، استفاده از الگوی آموزشی توانمندسازی فردی باعث افزایش خودکارآمدی، کارآفرینی و انسجام در خانواده در زنان سرپرست خانوار شد. و محمدزاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر نوآوری و کارآفرینی بر رشد اقتصادی" به بررسی تأثیر این متغیرها بر رشد اقتصادی می پردازد نتایج پژوهش نشان داد تأثیر مثبت و معناداری بین میل به نوآوری و رشد اقتصادی وجود دارد و در پژوهش حاضر لازمه نیل به رشد اقتصادی مناسب ایجاد یک سیستم نوآوری و کارآفرینی کارآمد دانسته شده است.

گانسان (۲۰۲۳) در پژوهشی تحت عنوان "توانمندسازی نیروی کار زنان: مطالعه ای روی زنان کارگر خانگی" مشکلات، شرایط کاری و حقوق کارگران خانگی هند را مورد بحث قرار داده و بر حقوق آنها برای حمایت تأکید می کند و بر لزوم اذعان به وجود و مهارت های کارگران خانگی تأکید کند. در را و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان "کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی زنان در زیمبابوه: مضامین تحقیق و دیدگاه های تحقیقات آینده" به بررسی تحقیقات انجام شده در زمینه تأثیر کارآفرینی بر توانمندی اقتصادی زنان در زیمبابوه می پردازد. نتایج نشان می دهد حمایت از کارآفرینی زنان در توافق با اهداف توسعه پایدار تأثیرات مثبتی بر کاهش فقر دارد و این مطالعه توانمندسازی زنان را برای فعالیت در سطوح بالاتر بخش کسب و کار با مکانیسم حمایت سفارشی که توسعه پایدار را تقویت می کند، پیشنهاد می کند. حسین رضا و یاسمین (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان «توانمندسازی زنان: توانمندسازی بنگلادش» ابعاد پویایی، تصمیم گیری، کنترل بر منابع، خودباوری و عوامل موثر بر توانمندی زنان را در قالب وضعیت اجتماعی، اقتصادی، دسترسی به رسانه، وضعیت جمعیتی مطرح نمودند. در نهایت این نتیجه گرفته شد که به منظور دستیابی به توانمندی زنان و توسعه پایدار بنگلادش، ارتقای مهارت های زنان، آموزش، فرصت های اقتصادی، خود باوری زنان بایستی تقویت شود

ملاحظات نظری

میل به کارآفرینی^۱: میل به کارآفرینی به عنوان حالت ذهنی فرد تعریف می شود که توجه، تجربه و رفتار او را به سمت راه اندازی یک کسب و کار جدید هدایت می کند. (Bird, 1988) این سازه روانشناختی، قوی ترین پیش بین کننده رفتار کارآفرینانه محسوب می شود (Krueger et al., 2000) و بیانگر تمایل و قصد واقعی فرد برای ورود به عرصه کارآفرینی است. شاپر و اسکولن (Shapero & Sokol, 1982) در مدل رویداد کارآفرینی خود، میل به کارآفرینی را نتیجه تعامل پیچیده میان ویژگی های شخصیتی فرد، عوامل محیطی و باورهای ذهنی او می دانند. به بیان دیگر، صرف داشتن ایده یا مشاهده فرصت برای کارآفرینی کافی نیست، بلکه فرد باید از نظر روانشناختی نیز آمادگی لازم برای اقدام را داشته باشد. (Ajzen, 1991)

بر اساس مدل شاپر و اسکولن (Shapero & Sokol, 1982)، میل به کارآفرینی دارای چهار بعد اصلی است. خلاقیت به عنوان توانایی تولید ایده های نوآورانه و یافتن راه حل های جدید برای مسائل تعریف می شود. (Amabile, 1996) ریسک پذیری بیانگر تمایل فرد به

¹ Entrepreneurial Intention

پذیرش عدم قطعیت و مواجهه آگاهانه با چالش‌ها و موقعیت‌های مبهم است. (Brockhaus, 1980) **نیاز به توفیق** اشتیاق درونی برای موفقیت، برتری‌جویی و دستیابی به استانداردهای عالی عملکرد را شامل می‌شود. (McClelland, 1961) **کنترل درونی** به باور فرد اشاره دارد که پیامدها و نتایج زندگی، عمدتاً نتیجه اعمال، تصمیم‌ها و تلاش‌های خود او هستند و نه عوامل بیرونی مانند شانس یا تقدیر. (Rotter, 1966)

این چهار بعد در تعامل با یکدیگر، زمینه‌ساز شکل‌گیری قصد کارآفرینانه می‌شوند. (Kickul & Gundry, 2002) افرادی که از خلاقیت بالایی برخوردارند، فرصت‌های بیشتری را در محیط خود تشخیص می‌دهند. (Shane, 2003) ریسک‌پذیری به آن‌ها جرأت اقدام علی‌رغم عدم قطعیت را می‌دهد. (Stewart & Roth, 2001) نیاز به توفیق، انگیزه پایدار برای پشتکار و تلاش مستمر را فراهم می‌کند (Collins et al., 2004) و کنترل درونی باعث می‌شود فرد خود را مسئول موفقیت یا شکست خود بداند و از سرزنش شرایط بیرونی پرهیز کند. (Rauch & Frese, 2007) بنابراین، میل به کارآفرینی نه یک ویژگی تک‌بعدی، بلکه ترکیبی از توانمندی‌ها، تمایلات و باورهای درونی است که در بستر اجتماعی و محیطی خاص، به رفتار کارآفرینانه منجر می‌شود. (Fayolle & Linán, 2014)

توانمندسازی اقتصادی^۱: توانمندسازی اقتصادی فرآیندی پویا و چندبعدی است که طی آن افراد یا گروه‌ها ظرفیت مشارکت مؤثر در بازار، تصمیم‌گیری آگاهانه درباره منابع مالی و بهره‌مندی عادلانه از منافع اقتصادی را به دست می‌آورند (Kabeer, 2005)؛ (Sen, 1999) این مفهوم فراتر از صرف افزایش درآمد یا اشتغال‌زایی است و به توانایی افراد برای اعمال حق انتخاب، کنترل بر منابع و تعیین مسیر زندگی اقتصادی خود اشاره دارد. (Nussbaum, 2011) از دیدگاه رویکرد قابلیت‌ها، توانمندسازی اقتصادی زمانی محقق می‌شود که افراد نه تنها به منابع دسترسی داشته باشند، بلکه بتوانند این منابع را به کار گرفته و به پیامدهای مطلوب تبدیل کنند. (Sen, 1999) سازمان ملل متحد در گزارش‌های توسعه پایدار، توانمندسازی اقتصادی زنان را یکی از پیش‌شرط‌های اساسی برای تحقق برابری جنسیتی و توسعه پایدار معرفی کرده است. (UN, 2020)

بر اساس تعریف سازمان ملل متحد و پژوهش‌های معتبر در این حوزه، توانمندسازی اقتصادی زنان شامل پنج مؤلفه اصلی است. استقلال مالی به معنای برخورداری از درآمد مستقل و عدم وابستگی اقتصادی به دیگران، به ویژه همسر یا خانواده، تعریف می‌شود. (Kabeer, 2005) افزایش درآمد نه صرفاً به عنوان رشد کمی درآمد، بلکه به همراه بهبود کیفیت زندگی و کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی مد نظر است. (Duflo, 2012) قدرت تصمیم‌گیری مالی به توانایی زنان برای مشارکت مؤثر و تأثیرگذاری بر تصمیمات مربوط به هزینه‌ها، سرمایه‌گذاری و دارایی‌های خانواده اشاره دارد. (Anderson & Eswaran, 2009) امنیت شغلی شامل ثبات درآمد، برخورداری از حمایت‌های قانونی و بیمه‌ای و کاهش نگرانی از بیکاری ناگهانی است. (ILO, 2018) مشارکت در اقتصاد رسمی به فعالیت در چارچوب قوانین، ثبت رسمی کسب‌وکار، پرداخت مالیات و برخورداری از پوشش تأمین اجتماعی اطلاق می‌شود. (Chen, 2007)

این پنج مؤلفه در تعامل با یکدیگر، تصویری جامع از توانمندسازی اقتصادی را ترسیم می‌کنند. پژوهش‌ها نشان داده است توانمندسازی اقتصادی زنان نه تنها به بهبود وضعیت خود آنان، بلکه به ارتقای سلامت، آموزش و رفاه فرزندان و همچنین توسعه اقتصادی جوامع منجر می‌شود (Duflo, 2012)؛ (World Bank, 2022) با وجود این، زنان در سراسر جهان به ویژه در کشورهای در حال توسعه، با موانع ساختاری متعددی برای دستیابی به این مؤلفه‌ها مواجه‌اند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تبعیض‌های نهادی، دسترسی محدود به منابع مالی، تقسیم نابرابر مسئولیت‌های خانوادگی و هنجارهای فرهنگی سنتی اشاره کرد. (OECD, 2019) از این رو، توانمندسازی اقتصادی نیازمند مداخلات هماهنگ در سطوح فردی، خانوادگی، نهادی و کلان است.

حمایت اجتماعی به عنوان تعدیل گر^۲: حمایت اجتماعی به مجموعه منابع ملموس و ناملموس اطلاق می‌شود که فرد از طریق تعاملات اجتماعی خود آنها را درک کرده یا دریافت می‌کند. (Zimet et al., 1988) این سازه چندبعدی شامل حمایت عاطفی (همدلی، محبت و اعتماد)، حمایت ابزاری (کمک مالی، خدمات و منابع مادی)، حمایت اطلاعاتی (راهنمایی، مشاوره و بازخورد) و حمایت ارزیابی‌ای (بازخورد سازنده برای خودارزیابی) می‌شود. (House, 1981) زیمت و همکاران (۱۹۸۸) در مقیاس چندبعدی حمایت اجتماعی خود، سه منبع اصلی برای این حمایت‌ها را شناسایی کردند: خانواده، دوستان و نهادهای اجتماعی. پژوهش‌ها نشان داده

¹ Economic Empowerment

² Social Support as Moderator

است ادراک حمایت اجتماعی، بیش از حمایت عینی دریافت‌شده، بر سلامت روانی و رفتارهای فرد تأثیر گذار است (Cohen & Wills, 1985).

نظریه شناختی-اجتماعی بندورا (Bandura, 1986) چارچوب نظری مهمی برای درک نقش تعدیل‌گری حمایت اجتماعی ارائه می‌دهد. بر اساس این نظریه، رفتار انسان نتیجه تعامل سه‌جانبه میان عوامل شخصی (باورها، انتظارات و اهداف)، عوامل محیطی (حمایت‌ها، موانع و فرصت‌ها) و رفتار است. بندورا (۱۹۹۷) تأکید می‌کند که باورهای خودکارآمدی اگرچه شرط لازم برای اقدام هستند، اما در غیاب حمایت‌های محیطی و منابع ضروری، به رفتار منجر نمی‌شوند. به بیان دیگر، حمایت اجتماعی به عنوان یک منبع محیطی می‌تواند رابطه بین باورهای فردی (مانند میل به کارآفرینی) و رفتار (مانند توانمندسازی اقتصادی) را تعدیل کند؛ یعنی این رابطه را در شرایط مختلف، تقویت یا تضعیف نماید. (Baron & Kenny, 1986)

پژوهش‌های متعدد در حوزه کارآفرینی، نقش تعدیل‌گر حمایت اجتماعی را تأیید کرده‌اند. کلیور و همکاران (Klyver et al., 2018) در مطالعه خود نشان دادند حمایت اجتماعی، رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی را تعدیل می‌کند و این اثر تعدیل‌گری برای زنان قوی‌تر از مردان است. ادلمن و همکاران (Edelman et al., 2016) نیز دریافتند حمایت خانوادگی می‌تواند اثر منفی ترس از شکست بر قصد کارآفرینی را کاهش دهد. در زمینه توانمندسازی اقتصادی زنان، حمایت اجتماعی به عنوان یک عامل محافظت‌کننده عمل می‌کند؛ زانی که از حمایت خانواده و همسر برخوردارند، با وجود موانع محیطی، میل به کارآفرینی خود را به اقدام عملی تبدیل می‌کنند. (Jennings & McDougald, 2007) همچنین حمایت نهادی (دسترسی به وام، آموزش و شبکه‌های ارتباطی) می‌تواند محدودیت‌های ساختاری پیش روی زنان را کاهش داده و مسیر توانمندسازی اقتصادی را هموارتر سازد (Brush et al., 2019).

فرضیه‌ها

الف) فرضیه‌های توصیفی

وضعیت میل به کارآفرینی در زنان شهر تهران در سطح متوسط به بالایی قرار دارد. سطح توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران پایین‌تر از حد مطلوب است. مهم‌ترین موانع توانمندسازی اقتصادی زنان از دیدگاه آن‌ها، موانع مالی و فرهنگی است. بین زنان با سطوح تحصیلی مختلف، تفاوت در میزان میل به کارآفرینی وجود دارد. اکثر زنان دارای کسب‌وکار خانگی، انگیزه‌های درون‌زادی (شخصی) برای شروع کار داشته‌اند.

ب) فرضیه‌های تحلیلی

فرضیه اصلی:

بین میل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران رابطه مثبت، مستقیم و معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

هر چه میزان میل به کارآفرینی در زنان بیشتر باشد، میزان وابستگی مالی آن‌ها به خانواده کاهش می‌یابد. زنان با میل کارآفرینی بالا، نسبت به زنان با میل پایین، میانگین درآمد ماهیانه بالاتری دارند. بین میل به کارآفرینی و میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی رسمی رابطه مثبت وجود دارد. میل به کارآفرینی بر افزایش قدرت تصمیم‌گیری زنان در هزینه‌های کلان خانواده تأثیر مثبت دارد.

فرضیه‌های تحلیلی (تفاوت بین گروه‌ها):

بین میانگین میل به کارآفرینی در زنان با تحصیلات دانشگاهی و زنان با تحصیلات دیپلم و پایین‌تر، تفاوت معناداری وجود دارد. میزان توانمندسازی اقتصادی در زنان مجرد و متأهل شهر تهران تفاوت معناداری دارد. بین گروه‌های سنی مختلف از نظر میل به کارآفرینی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود.

فرضیه تعدیل‌گر

حمایت اجتماعی (خانواده، دوستان، نهادها) رابطه بین میل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی زنان را تقویت می‌کند.

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری: کلیه زنان ۱۸ تا ۶۰ سال ساکن شهر تهران و بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد: ۴۰۲ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری: خوشه‌ای چندمرحله‌ای

مرحله اول: انتخاب تصادفی ۵ منطقه از شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تهران (مناطق ۲، ۵، ۸، ۱۶، ۲۰) مرحله دوم: انتخاب تصادفی ۲ محله از هر منطقه مرحله سوم: انتخاب تصادفی زنان واجد شرایط از هر محله

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته شامل ۴۰ گویه و روایی محتوا: پرسشنامه توسط ۵ نفر از اساتید جامعه‌شناسی و مدیریت و کارآفرینی بررسی و اصلاحات لازم اعمال شد. نسبت روایی محتوا (CVR) برای تمام گویه‌ها بالای ۰/۸۱ و شاخص روایی محتوا (CVI) بالای ۰/۸۵ محاسبه شد. با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) محاسبه شد:

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	AVE
میل به کارآفرینی	۸۸/۰	۸۹/۰	۶۲/۰
توانمندسازی اقتصادی	۸۵/۰	۸۷/۰	۵۸/۰
حمایت اجتماعی	۷۹/۰	۸۲/۰	۵۴/۰
کل پرسشنامه	۸۶/۰	۸۸/۰	۶۰/۰

روش‌های تحلیل داده‌ها

آمار توصیفی: فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار،
آمار استنباطی: آزمون t تک‌نمونه‌ای (وضعیت‌سنجی)، آزمون فریدمن (اولویت‌بندی)، تحلیل واریانس یک‌راهه و t-test (مقایسه گروه‌ها)، رگرسیون خطی و سلسله‌مراتبی (آزمون فرضیه‌ها)

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

ویژگی	گروه	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سن	۲۰-۲۹ سال	۱۱۲	۲/۲۹	۲/۲۹
	۳۰-۳۹ سال	۱۵۶	۶/۴۰	۸/۶۹
	۴۰-۴۹ سال	۸۶	۴/۲۲	۲/۹۲
	۵۰ سال و بالاتر	۳۰	۸/۷	۱۰۰
تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۷۸	۳/۲۰	۳/۲۰
	کاردانی	۶۵	۹/۱۶	۲/۳۷
	کارشناسی	۱۶۲	۲/۴۲	۴/۷۹
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۷۹	۶/۲۰	۱۰۰
وضعیت تأهل	مجرد	۱۴۶	۰/۳۸	۰/۳۸
	متاهل	۲۳۸	۰/۶۲	۱۰۰
وضعیت اشتغال	خانه‌دار	۱۵۴	۱/۴۰	۱/۴۰
	شاغل (غیر کارآفرین)	۱۳۲	۴/۳۴	۵/۷۴
	کارآفرین	۵۸	۱/۱۵	۶/۸۹
	جویای کار	۴۰	۴/۱۰	۱۰۰

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد بیشترین فراوانی پاسخگویان در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال (۶/۴۰ درصد) و دارای تحصیلات کارشناسی (۲/۴۲ درصد) هستند. از نظر وضعیت تأهل، ۶۲ درصد زنان متأهل و ۳۸ درصد مجرد بودند. همچنین ۱/۴۰ درصد از

پاسخگویان خانه‌دار، ۴/۳۴ درصد شاغل غیر کارآفرین، ۱/۱۵ درصد کارآفرین و ۴/۱۰ درصد جویای کار بودند. این توزیع نشان‌دهنده تناسب نسبی نمونه با جامعه آماری زنان شهر تهران است.

وضعیت متغیرهای اصلی پژوهش

جدول ۲: شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی و ابعاد آن‌ها

رتبه	سطح	انحراف معیار	میانگین	متغیر
-	متوسط به بالا	۶۵/۰	۴۲/۳	میل به کارآفرینی
۱	بالا	۶۸/۰	۸۵/۳	• نیاز به توفیق
۲	متوسط به بالا	۷۱/۰	۵۱/۳	• خلاقیت
۳	متوسط	۷۵/۰	۲۳/۳	• کنترل درونی
۴	پایین	۸۲/۰	۸۹/۲	• ریسک‌پذیری
-	پایین	۷۲/۰	۵۶/۲	توانمندسازی اقتصادی
۱	متوسط	۸۱/۰	۹۸/۲	• استقلال مالی
۲	پایین	۸۵/۰	۶۵/۲	• امنیت شغلی
۳	پایین	۷۹/۰	۴۸/۲	• تصمیم‌گیری مالی
۴	پایین	۸۸/۰	۳۱/۲	• افزایش درآمد
۵	بسیار پایین	۹۲/۰	۹۵/۱	• مشارکت اقتصادی رسمی
-	پایین	۶۸/۰	۶۲/۲	حمایت اجتماعی
۱	متوسط	۹۱/۰	۱۲/۳	• حمایت خانواده
۲	پایین	۸۵/۰	۶۵/۲	• حمایت دوستان
۳	بسیار پایین	۸۹/۰	۰۸/۲	• حمایت نهادی

بر اساس یافته‌های توصیفی، میانگین میل به کارآفرینی در زنان شهر تهران ۴۲/۳ از ۵ است که در سطح «متوسط به بالا» ارزیابی می‌شود. در میان ابعاد چهارگانه، «نیاز به توفیق» با میانگین ۸۵/۳ بالاترین و «ریسک‌پذیری» با میانگین ۸۹/۲ پایین‌ترین رتبه را دارد. میانگین توانمندسازی اقتصادی ۵۶/۲ از ۵ بوده که در سطح «پایین» قرار می‌گیرد. در این میان، «مشارکت اقتصادی رسمی» با میانگین ۹۵/۱ در سطح «بسیار پایین» و «استقلال مالی» با میانگین ۹۸/۲ در سطح «متوسط» ارزیابی شده است. میانگین حمایت اجتماعی نیز ۶۲/۲ از ۵ و در سطح «پایین» است که حمایت نهادی با میانگین ۰۸/۲ ضعیف‌ترین مؤلفه آن محسوب می‌شود.

جدول ۳: نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای مقایسه میانگین متغیرها با سطح متوسط (۳)

متغیر	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
میل به کارآفرینی	۴۲/۳	۶۵/۰	۶۴/۱۲	۳۸۳	۰۰۱/۰	بالاتر از متوسط
توانمندسازی اقتصادی	۵۶/۲	۷۲/۰	-۸۵/۱۱	۳۸۳	۰۰۱/۰	پایین‌تر از متوسط
حمایت اجتماعی	۶۲/۲	۶۸/۰	-۹۲/۱۰	۳۸۳	۰۰۱/۰	پایین‌تر از متوسط

نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد میانگین میل به کارآفرینی (۴۲/۳) (به طور معناداری از سطح متوسط (۳) بالاتر است ($P < 0.01$). این بدان معناست که زنان شهر تهران از تمایل نسبتاً بالایی برای کارآفرینی برخوردارند. در مقابل، میانگین توانمندسازی اقتصادی (۵۶/۲) و حمایت اجتماعی (۶۲/۲) به طور معناداری پایین‌تر از سطح متوسط است. این یافته نشان‌دهنده شکاف عمیق بین تمایل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی واقعی زنان است.

اولویت‌بندی موانع و مشوق‌ها

جدول ۴: اولویت‌بندی موانع توانمندسازی اقتصادی زنان از دیدگاه پاسخگویان (آزمون فریدمن)

رتبه	موانع	میانگین رتبه	انحراف معیار
۱	موانع مالی (کمبود سرمایه و تسهیلات)	۲۶/۴	۸۱/۰
۲	موانع فرهنگی (باورهای سنتی)	۸۵/۳	۹۲/۰
۳	موانع خانوادگی (مسئولیت‌های مادری و همسری)	۱۲/۳	۸۷/۰

۴	موانع قانونی (بروکراسی و مجوزها)	۴۵/۲	۹۵/۰
۵	موانع فردی (کمبود مهارت و اعتمادبه‌نفس)	۳۲/۲	۸۸/۰

آماره آزمون فریدمن: $\chi^2_{67/245} =$ سطح معناداری: $P > 0.01/0$

بر اساس آزمون فریدمن، تفاوت معناداری بین اولویت موانع توانمندسازی اقتصادی از دیدگاه زنان وجود دارد ($P < 0.01/0$). «موانع مالی» با میانگین رتبه ۲۶/۴ مهم‌ترین مانع شناسایی شده است. پس از آن به ترتیب «موانع فرهنگی» (۸۵/۳)، «موانع خانوادگی» (۱۲/۳)، «موانع قانونی» (۴۵/۲) و «موانع فردی» (۳۲/۲) قرار دارند. این یافته نشان می‌دهد زنان بیش از آنکه خود را ناتوان بدانند، با موانع ساختاری و محیطی مواجه هستند.

جدول ۵: توزیع فراوانی و اولویت‌بندی مشوق‌های کارآفرینی از دیدگاه پاسخگویان

رتبه	مشوق	فراوانی	درصد
۱	حمایت خانواده	۱۳۱	۲/۳۴
۲	دسترسی به وام و تسهیلات	۱۰۹	۵/۲۸
۳	شرکت در دوره‌های آموزشی	۷۱	۶/۱۸
۴	داشتن شبکه ارتباطی و دوستان کارآفرین	۴۸	۴/۱۲
۵	الگوهای موفق زن	۲۵	۳/۶
	مجموع	۳۸۴	۱۰۰

یافته‌ها نشان می‌دهد «حمایت خانواده» با ۲/۳۴ درصد مهم‌ترین مشوق کارآفرینی زنان است. پس از آن «دسترسی به وام و تسهیلات» با ۵/۲۸ درصد، «شرکت در دوره‌های آموزشی» با ۶/۱۸ درصد، «داشتن شبکه ارتباطی» با ۴/۱۲ درصد و «الگوهای موفق زن» با ۳/۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این یافته اهمیت نقش خانواده به ویژه همسر و والدین را در تشویق زنان به کارآفرینی نشان می‌دهد.

جدول ۶: توزیع فراوانی میزان آگاهی زنان از تسهیلات کارآفرینی

سطح آگاهی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	۱۴۲	۰/۳۷	۰/۳۷
کم	۱۲۸	۳/۳۳	۳/۷۰
متوسط	۷۶	۸/۱۹	۱۱/۹۰
زیاد	۲۸	۳/۷	۱۴/۹۷
بسیار زیاد	۱۰	۶/۲	۲۱/۰۰
مجموع	۳۸۴	۱۰۰	

نتایج نشان می‌دهد ۳/۷۰ درصد از زنان آگاهی خود را از تسهیلات کارآفرینی در سطوح «کم» و «بسیار کم» ارزیابی کرده‌اند. تنها ۹/۹ درصد آگاهی «زیاد» و «بسیار زیاد» دارند. این یافته حاکی از ضعف جدی در اطلاع‌رسانی و تبلیغات نهادهای حمایتی درباره تسهیلات موجود برای کارآفرینی زنان است.

یافته‌های تحلیلی (آزمون فرضیه‌ها)

آزمون فرضیه‌های اصلی (روابط مستقیم)

جدول ۷: نتایج تحلیل رگرسیون خطی ساده برای تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی

متغیر پیش‌بین	B	β	t	سطح معناداری	نتیجه
مقدار ثابت	۷۸۵/۰	-	۲۳/۴	۰/۰۰۱	-
میل به کارآفرینی	۶۰۵/۰	۵۵۱/۰	۸۴/۱۲	۰/۰۰۱	تأیید

$R^2 = 0.304$

$R^2 \text{ Adjusted} = 0.302$

$F = 164.85$

$F = 0.001$ سطح معناداری

نتایج رگرسیون خطی ساده نشان می‌دهد میل به کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندسازی اقتصادی زنان دارد ($P < 0.01$)، $R^2 = 0.551$. ضریب تعیین (R^2) برابر 0.304 است که بیانگر آن است که $4/30$ درصد از واریانس توانمندسازی اقتصادی توسط میل به کارآفرینی تبیین می‌شود. مقدار F نیز معنادار بوده ($85/164$) و نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل رگرسیونی است. بنابراین فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۸: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه برای تأثیر میل به کارآفرینی بر ابعاد توانمندسازی اقتصادی

نتیجه	شدت تأثیر	R^2	سطح معناداری	t	β	بعد توانمندسازی
تأیید	قوی	۲۳۲/۰	۰/۰۰۱	۲۱/۱۰	۴۸۲/۰	استقلال مالی
تأیید	متوسط	۱۷۷/۰	۰/۰۰۱	۱۲/۹	۴۲۱/۰	تصمیم‌گیری مالی
تأیید	متوسط	۱۵۶/۰	۰/۰۰۱	۴۵/۸	۳۹۵/۰	افزایش درآمد
تأیید	متوسط	۱۳۵/۰	۰/۰۰۱	۸۴/۷	۳۶۸/۰	امنیت شغلی
تأیید	ضعیف	۰۸۱/۰	۰/۰۰۱	۹۲/۵	۲۸۵/۰	مشارکت اقتصادی رسمی

میل به کارآفرینی بر تمامی ابعاد پنج‌گانه توانمندسازی اقتصادی تأثیر مثبت و معناداری دارد ($P < 0.01$). «قوی‌ترین تأثیر مربوط به بعد «استقلال مالی» با ضریب بتای $482/0$ است که $2/23$ درصد از واریانس آن را تبیین می‌کند. پس از آن به ترتیب «تصمیم‌گیری مالی» ($421/0$)، «افزایش درآمد» ($395/0$) و «امنیت شغلی» ($368/0$) قرار دارند. ضعیف‌ترین تأثیر مربوط به بعد «مشارکت اقتصادی رسمی» با ضریب بتای $285/0$ است که تنها $1/8$ درصد از واریانس آن تبیین می‌شود. این یافته نشان می‌دهد میل به کارآفرینی بیشتر به استقلال فردی و درآمد شخصی منجر می‌شود تا ورود به ساختارهای رسمی اقتصاد.

جدول ۹: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی توانمندسازی اقتصادی بر اساس ابعاد میل به کارآفرینی

متغیر پیش‌بین	B	β	t	سطح معناداری	اولویت تأثیر
مقدار ثابت	۶۵۲/۰	-	۸۹/۳	۰/۰۰۱	-
نیاز به توفیق	۳۸۵/۰	۳۶۲/۰	۸۴/۷	۰/۰۰۱	۱
خلاقیت	۳۹۸/۰	۲۸۵/۰	۱۲/۶	۰/۰۰۱	۲
کنترل درونی	۱۸۷/۰	۱۷۶/۰	۲۳/۴	۰/۰۰۱	۳
ریسک‌پذیری	۱۱۲/۰	۱۰۸/۰	۶۵/۲	۰/۰۰۸	۴

$$R^2 = 0.364$$

$$R^2 \text{ Adjusted} = 0.358$$

$$F = 54.32$$

$$F = 0.001 \text{ سطح معناداری}$$

نتایج رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد هر چهار بعد میل به کارآفرینی به طور معناداری توانمندسازی اقتصادی را پیش‌بینی می‌کنند. «نیاز به توفیق» با ضریب بتای $362/0$ قوی‌ترین پیش‌بین است و پس از آن «خلاقیت» ($285/0$)، «کنترل درونی» ($176/0$) و «ریسک‌پذیری» ($108/0$) قرار دارند. این چهار متغیر روی هم $4/36$ درصد از واریانس توانمندسازی اقتصادی را تبیین می‌کنند. اولویت تأثیر ابعاد نشان می‌دهد انگیزه پیشرفت و موفقیت، مهم‌ترین محرک توانمندسازی اقتصادی زنان است.

آزمون فرضیه تعدیل‌گری

جدول ۱۰: نتایج تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی برای آزمون نقش تعدیل‌گر حمایت اجتماعی

مرحله	متغیرهای واردشده	β	t	Sig.	R^2	ΔR^2	F	Sig. F
۱	متغیرهای کنترل (سن، تحصیلات، تأهل)	-	-	-	۰/۴۲/۰	۰/۴۲/۰	۵۶/۵	۰/۰۰۱
۲	میل به کارآفرینی	۵۵۱/۰	۸۴/۱۲	۰/۰۰۱	۳۰۴/۰	۲۶۲/۰	۸۵/۱۶۴	۰/۰۰۱
۳	حمایت اجتماعی	۲۳۴/۰	۱۸/۵	۰/۰۰۱	۳۳۵/۰	۰/۳۱/۰	۸۴/۲۶	۰/۰۰۱
۴	اثر تعاملی (میل × حمایت)	۱۸۷/۰	۶۲/۴	۰/۰۰۱	۳۶۴/۰	۰/۲۹/۰	۳۴/۲۱	۰/۰۰۱

برای آزمون نقش تعدیل‌گر حمایت اجتماعی از رگرسیون سلسله‌مراتبی استفاده شد. در مرحله اول، متغیرهای کنترل (سن، تحصیلات، تأهل) وارد مدل شدند که $2/4$ درصد از واریانس را تبیین کردند. در مرحله دوم، میل به کارآفرینی وارد شد و $2/26$ درصد به واریانس تبیین شده افزود ($P < 0.01$). در مرحله سوم، حمایت اجتماعی وارد شد و $1/3$ درصد به واریانس افزود. در

مرحله چهارم، اثر تعاملی میل به کارآفرینی و حمایت اجتماعی وارد مدل شد که ۹/۲ درصد به واریانس تبیین شده افزود (۰/۰۱/۰). $P > 0.05$ معناداری اثر تعاملی (۰/۱۸۷/۰ = β) نشان می‌دهد حمایت اجتماعی، رابطه بین میل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی را به طور مثبت و معناداری تعدیل می‌کند. بنابراین فرضیه تعدیل‌گری پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۱۱: نتایج تحلیل تعدیل‌گری

اثر	ضریب	خطای استاندارد	t	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۹۵٪
اثر تعاملی (X×M)	۱۸۷/۰	۰۴۰/۰	۶۲/۴	۰/۰۰۱	(۱۰۸/۰, ۲۶۶/۰)
اثر شرطی در سطوح مختلف تعدیل‌گر	-	-	-	۰/۰۰۱	-
حمایت اجتماعی پایین (-۱) (انحراف معیار)	۳۸۵/۰	۰۶۲/۰	۲۱/۶	۰/۰۰۱	(۲۶۳/۰, ۵۰۷/۰)
حمایت اجتماعی متوسط	۵۵۱/۰	۰۴۳/۰	۸۴/۱۲	۰/۰۰۱	(۴۶۶/۰, ۶۳۶/۰)
حمایت اجتماعی بالا (+۱) (انحراف معیار)	۷۱۷/۰	۰۵۸/۰	۳۶/۱۲	۰/۰۰۱	(۶۰۳/۰, ۸۳۱/۰)

نتایج نشان می‌دهد اثر تعاملی میل به کارآفرینی و حمایت اجتماعی معنادار است (۰/۱۸۷/۰ > P > 0.05). بررسی اثرات شرطی نشان می‌دهد در سطوح مختلف حمایت اجتماعی، شدت تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی متفاوت است. زمانی که حمایت اجتماعی پایین است، ضریب تأثیر ۳۸۵/۰ است؛ در سطح متوسط حمایت، این ضریب به ۵۵۱/۰ افزایش می‌یابد؛ و در سطح بالای حمایت اجتماعی، ضریب تأثیر به ۷۱۷/۰ می‌رسد. این یافته تأیید می‌کند که حمایت اجتماعی نقش تقویت‌کننده در تبدیل میل به کارآفرینی به توانمندسازی اقتصادی واقعی ایفا می‌کند.

آزمون فرضیه‌های تفاوتی

جدول ۱۲: نتایج آزمون t-test برای مقایسه میل به کارآفرینی بر اساس تحصیلات و وضعیت تأهل

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۴۳	۰/۸/۳	۶۵/۰	۹۲/۶	۳۸۲	۰۰۱/۰	تفاوت معنادار
	دانشگاهی	۲۴۱	۵۸/۳	۶۳/۰	-	-	-	-
وضعیت تأهل	مجرد	۱۴۶	۵۱/۳	۶۴/۰	۴۵/۲	۳۸۲	۰۱۵/۰	تفاوت معنادار
	متاهل	۲۳۸	۳۶/۳	۶۷/۰	-	-	-	-

نتایج آزمون t-test نشان می‌دهد بین میانگین میل به کارآفرینی زنان با تحصیلات دانشگاهی (۵۸/۳) و زنان با تحصیلات دیپلم و پایین‌تر (۰/۸/۳) تفاوت معناداری وجود دارد (۰/۰۱/۰). $P > 0.05$ همچنین زنان مجرد (۵۱/۳) به طور معناداری میل به کارآفرینی بالاتری نسبت به زنان متأهل (۳۶/۳) دارند (۰/۱۵/۰). $P = 0.05$ این یافته‌ها نشان می‌دهد ارتقای سطح تحصیلات و کاهش مسئولیت‌های خانوادگی می‌تواند به افزایش تمایل به کارآفرینی در زنان منجر شود.

جدول ۱۳: نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه (ANOVA) برای مقایسه میل به کارآفرینی بر اساس سن و وضعیت اشتغال

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری	نتیجه
سن	۲۰-۲۹ سال	۱۱۲	۵۱/۳	۶۲/۰	۸۵/۴	۰۰۲/۰	تفاوت معنادار
	۳۰-۳۹ سال	۱۵۶	۴۸/۳	۶۱/۰			
	۴۰-۴۹ سال	۸۶	۳۵/۳	۶۸/۰			
	۵۰ سال و بالاتر	۳۰	۱۲/۳	۷۱/۰			
وضعیت اشتغال	خانه‌دار	۱۵۴	۱۲/۳	۶۱/۰	۶۵/۲۸	۰۰۱/۰	تفاوت معنادار
	شاغل (غیرکارآفرین)	۱۳۲	۴۵/۳	۵۸/۰			
	کارآفرین	۵۸	۰۲/۴	۵۵/۰			
	جویای کار	۴۰	۲۸/۳	۶۳/۰			

نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه نشان می‌دهد بین گروه‌های سنی مختلف از نظر میل به کارآفرینی تفاوت معنادار وجود دارد (۰/۰۰۲/۰). $P > 0.05$ بیشترین میانگین مربوط به گروه سنی ۲۰-۲۹ سال (۵۱/۳) و کمترین میانگین مربوط به گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر (۱۲/۳) است. همچنین بین گروه‌های مختلف وضعیت اشتغال نیز تفاوت معنادار مشاهده می‌شود (۰/۰۰۱/۰). $P > 0.05$ زنان کارآفرین با میانگین ۰/۲/۴ بالاترین میزان میل به کارآفرینی را دارند و پس از آن زنان شاغل غیرکارآفرین (۴۵/۳)، زنان جویای کار (۲۸/۳) و زنان خانه‌دار (۱۲/۳) قرار دارند. این یافته نشان می‌دهد تجربه کارآفرینی خود به تقویت میل به کارآفرینی منجر می‌شود.

جدول ۱۴: نتایج آزمون تعقیبی توکی برای مقایسه زوجی گروه‌های سنی و وضعیت اشتغال

متغیر	گروه (I)	گروه (J)	تفاوت میانگین (I-J)	خطای استاندارد	سطح معناداری
سن	۲۹-۲۰ سال	۵۰ سال و بالاتر	۳۹/۰	۱۱/۰	۰۰۳/۰
	۳۹-۳۰ سال	۵۰ سال و بالاتر	۳۶/۰	۱۰/۰	۰۰۴/۰
وضعیت اشتغال	کارآفرین	خانه‌دار	۹۰/۰	۰۹/۰	۰۰۱/۰
	کارآفرین	شاغل	۵۷/۰	۱۰/۰	۰۰۱/۰
	کارآفرین	جویای کار	۶۴/۰	۱۲/۰	۰۰۱/۰

نتایج آزمون تعقیبی توکی نشان می‌دهد تفاوت معنادار در گروه‌های سنی عمدتاً بین گروه‌های جوان (۲۹-۲۰ و ۳۹-۳۰ سال) با گروه ۵۰ سال و بالاتر است. در مورد وضعیت اشتغال، زنان کارآفرین به طور معناداری از تمامی گروه‌های دیگر (خانه‌دار، شاغل غیر کارآفرین و جویای کار) میانگین بالاتری دارند. این یافته مؤید آن است که تجربه مستقیم کارآفرینی نقش مهمی در تقویت تمایلات کارآفرینانه ایفا می‌کند.

بحث و تفسیر نتایج

الف) تفسیر یافته‌های توصیفی

یافته‌های پژوهش نشان داد که میل به کارآفرینی در زنان شهر تهران در سطح متوسط به بالا (۳/۴۲) قرار دارد (جدول ۲). این یافته با پژوهش موسوی و همکاران (۱۴۰۰) که میل به کارآفرینی دانشجویان دختر را بالاتر از متوسط گزارش کرده‌اند، همسو است. بالاترین میانگین مربوط به بعد «نیاز به توفیق» و پایین‌ترین میانگین مربوط به بعد «ریسک‌پذیری» بود. این الگو نشان می‌دهد زنان تهران از انگیزه و اشتیاق بالایی برای موفقیت برخوردارند، اما از پذیرش عدم قطعیت و خطرپذیری اجتناب می‌کنند. این یافته می‌تواند ریشه در فرهنگ سنتی و ساختارهای حمایتی ضعیف داشته باشد که زنان را به سمت انتخاب‌های امن‌تر سوق می‌دهد.

در مقابل، توانمندسازی اقتصادی زنان در سطح پایین (۲/۵۶) ارزیابی شد (جدول ۲). پایین‌ترین میانگین مربوط به «مشارکت اقتصادی رسمی» (۱/۹۵) بود که نشان می‌دهد اکثر فعالیت‌های اقتصادی زنان در بخش غیررسمی و بدون پوشش حمایتی و قانونی انجام می‌شود. این یافته با گزارش مرکز آمار ایران (۱۴۰۱) مبنی بر سهم پایین زنان از اشتغال رسمی همخوانی دارد. اولویت‌بندی موانع نشان داد «موانع مالی» و «موانع فرهنگی» مهم‌ترین چالش‌های پیش روی زنان هستند (جدول ۴). این یافته با پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۹) که کمبود سرمایه را مهم‌ترین مانع کارآفرینی زنان معرفی کرده بود، مطابقت دارد. نکته قابل تأمل این است که «موانع فردی» در پایین‌ترین رتبه قرار گرفته است (جدول ۴)، که نشان می‌دهد زنان خود را ناتوان نمی‌دانند، بلکه با موانع ساختاری مواجهند. همچنین آگاهی پایین زنان از تسهیلات کارآفرینی (جدول ۶) حاکی از ضعف اطلاع‌رسانی نهادهای حمایتی است.

ب) تفسیر یافته‌های تحلیلی

تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی: یافته اصلی پژوهش نشان داد که میل به کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندسازی اقتصادی زنان دارد ($\beta = 0.55$)، جدول ۷. (این یافته با مبانی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen, 1991) و مدل رویداد کارآفرینی (Shapero & Sokol, 2007) همسوست و تأیید می‌کند که تمایلات درونی و روانشناختی، پیش‌بینی‌کننده‌های قوی برای موفقیت اقتصادی هستند. میزان تأثیر بر ابعاد پنج‌گانه متفاوت بود (جدول ۸): قوی‌ترین تأثیر بر «استقلال مالی» و ضعیف‌ترین تأثیر بر «مشارکت اقتصادی رسمی» اعمال شده است. این یافته نشان می‌دهد میل به کارآفرینی بیشتر به استقلال فردی و درآمد شخصی منجر می‌شود تا ورود به ساختارهای رسمی اقتصاد. به عبارت دیگر، زنان کارآفرین ممکن است به دلیل موانع قانونی و بروکراتیک، ترجیح دهند در اقتصاد غیررسمی فعالیت کنند.

اولویت تأثیر ابعاد میل به کارآفرینی: نتایج نشان داد «نیاز به توفیق» قوی‌ترین پیش‌بین توانمندسازی اقتصادی است (جدول ۹). این یافته با پژوهش خنیفر و همکاران (۱۳۹۸) که انگیزه پیشرفت را عامل کلیدی موفقیت کارآفرینان زن معرفی کرده بودند، همسوست. پس از آن «خلاقیت» و «کنترل درونی» قرار دارند و «ریسک‌پذیری» ضعیف‌ترین پیش‌بین است. این الگو نشان می‌دهد زنان برای توانمندسازی اقتصادی بیشتر به انگیزه درونی و ایده‌های خلاقانه متکی‌اند تا پذیرش ریسک‌های بزرگ.

نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی: تأیید نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی ($\beta = 0.187$)، جدول ۱۰ (یکی از مهم ترین دستاوردهای این پژوهش است. این یافته نشان می دهد صرف داشتن میل به کارآفرینی برای توانمندسازی کافی نیست و حمایت های اجتماعی می توانند این رابطه را تا ۲/۹ درصد تقویت کنند (جدول ۱۰). بررسی اثرات شرطی (جدول ۱۱) نشان داد در سطح بالای حمایت اجتماعی، قدرت تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی (0.717) تقریباً دو برابر شرایط حمایت پایین (0.385) است. این نتیجه با پژوهش (Klyver et al. (2018 همخوانی دارد و بر اهمیت ایجاد اکوسیستم حمایتی برای کارآفرینی زنان تأکید می کند.

تفاوت های گروهی: یافته ها نشان داد زنان تحصیل کرده، جوان تر و مجرد از میل به کارآفرینی بالاتری برخوردارند (جدول ۱۲ و ۱۳). این یافته قابل انتظار است؛ زیرا تحصیلات باعث افزایش خودکارآمدی و آگاهی از فرصت ها می شود و سن پایین تر با انعطاف پذیری و ریسک پذیری بیشتر همراه است. همچنین زنان مجرد به دلیل مسئولیت های خانوادگی کمتر، فرصت بیشتری برای کارآفرینی دارند. نکته قابل توجه این است که زنان کارآفرین بالاترین میانگین میل به کارآفرینی را دارند (جدول ۱۳) که نشان می دهد تجربه موفق کارآفرینی خود به تقویت تمایلات کارآفرینانه منجر می شود.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران انجام شد. یافته ها نشان داد:

۱. میل به کارآفرینی در زنان تهران در سطح متوسط به بالا و توانمندسازی اقتصادی در سطح پایین قرار دارد. «نیاز به توفیق» بالاترین و «ریسک پذیری» پایین ترین بعد میل به کارآفرینی است. «مشارکت اقتصادی رسمی» پایین ترین بعد توانمندسازی اقتصادی است.
۲. مهم ترین موانع توانمندسازی اقتصادی زنان به ترتیب: موانع مالی، فرهنگی، خانوادگی، قانونی و فردی است. «حمایت خانواده» مهم ترین مشوق کارآفرینی شناسایی شد.
۳. میل به کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندسازی اقتصادی زنان دارد و ۴/۳۶ درصد از واریانس آن را تبیین می کند. قوی ترین تأثیر بر «استقلال مالی» و ضعیف ترین تأثیر بر «مشارکت اقتصادی رسمی» است.
۴. از میان ابعاد میل به کارآفرینی، «نیاز به توفیق» قوی ترین و «ریسک پذیری» ضعیف ترین پیش بین توانمندسازی اقتصادی است.
۵. حمایت اجتماعی، رابطه بین میل به کارآفرینی و توانمندسازی اقتصادی را به طور مثبت و معناداری تعدیل می کند. در شرایط حمایت اجتماعی بالا، قدرت تأثیر میل به کارآفرینی بر توانمندسازی اقتصادی تقریباً دو برابر شرایط حمایت پایین است.
۶. میل به کارآفرینی بر اساس سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال تفاوت معنادار دارد. زنان جوان تر، تحصیل کرده، مجرد و کارآفرین بالاترین میزان میل به کارآفرینی را دارند.

پیشنهاد های کاربردی

برای نهادهای دولتی و سیاست گذاران:

۱. ایجاد صندوق سرمایه گذاری خرد ویژه زنان کارآفرین: با توجه به اینکه «موانع مالی» مهم ترین چالش شناسایی شده (جدول ۴)، پیشنهاد می شود شهرداری تهران و وزارت کار با همکاری بانک ها، صندوقی با شرایط آسان (بهره کم، وثیقه ساده) برای زنان کارآفرین ایجاد کنند.
۲. راه اندازی مراکز مشاوره و منتورینگ: با توجه به نقش تعدیل گر حمایت اجتماعی (جدول ۱۰)، ایجاد شبکه ای از مشاوران و کارآفرینان باتجربه زن برای هدایت و حمایت از زنان تازه کار ضروری است.
۳. اصلاح قوانین و کاهش بروکراسی: یکی از دلایل پایین بودن مشارکت اقتصادی رسمی (میانگین ۹۵/۱، جدول ۲)، فرآیند پیچیده دریافت مجوزهاست. پیشنهاد می شود «پنجره واحد کارآفرینی زنان» در تهران راه اندازی شود.
۴. تسهیلگری برای کسب و کارهای خانگی: با توجه به گرایش زنان به فعالیت در منزل، پیشنهاد می شود قوانین کسب و کارهای خانگی تسهیل و مشوق های مالی برای آن ها در نظر گرفته شود.

۵. اطلاع‌رسانی گسترده درباره تسهیلات: با توجه به آگاهی بسیار پایین زنان از تسهیلات (۳/۷۰ درصد آگاهی کم و بسیار کم، جدول ۶)، لازم است کمپین‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی راه‌اندازی شود.
۶. برای مراکز آموزشی و دانشگاهی:
۷. طراحی دوره‌های آموزشی ویژه: با توجه به پایین بودن بعد ریسک‌پذیری (میانگین ۸۹/۲، جدول ۲)، پیشنهاد می‌شود کارگاه‌های «مدیریت ریسک و تاب‌آوری در کسب‌وکار» برای زنان برگزار شود.
۸. تقویت مهارت خلاقیت و ایده‌پردازی: با توجه به اینکه خلاقیت دومین پیش‌بین قوی توانمندسازی است (جدول ۹)، آموزش تکنیک‌های خلاقیت و طراحی کسب‌وکار در دوره‌های آموزشی گنجانده شود.
۹. گنجانیدن واحدهای درسی کارآفرینی عملی: دانشگاه‌ها باید فراتر از آموزش نظری، فرصت تجربه عملی کسب‌وکار را برای دانشجویان دختر فراهم کنند.
۱۰. برای خانواده‌ها و جامعه:
۱۱. فرهنگ‌سازی برای تغییر نگرش‌های سنتی: با توجه به رتبه دوم «موانع فرهنگی» (جدول ۴)، رسانه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد باید در جهت تغییر باورهای قالبی درباره نقش اقتصادی زنان فعالیت کنند.
۱۲. آگاه‌سازی خانواده‌ها: با توجه به اینکه «حمایت خانواده» مهم‌ترین مشوق کارآفرینی است (جدول ۵)، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای همسران و والدین درباره اهمیت کارآفرینی زنان پیشنهاد می‌شود.

منابع

- احمدپور، محمد و مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۹۷). (مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حسین‌بر، محمدعثمان؛ رستاخیز، بهروز و اهار، سمیه. (۱۴۰۱). به‌کارگیری الگوهای نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان: مطالعه موردی هند. فصلنامه تداوم و تغییر اجتماعی، ۱(۱)، ۲۳-۴۲. https://jscc.yazd.ac.ir/article_2706.html
- حسین‌رضا، مریم و یاسمین، ناهید. (۱۳۹۸). توانمندسازی زنان: توانمندسازی بنگلادش. فصلنامه مطالعات زنان، ۱(۱)، ۱۵-۲۳.
- خسروی‌پور، بهمن و آل‌وند، پریسا. (۱۴۰۳). بررسی نقش اعتبارات خرد در توانمندسازی زنان روستایی. فصلنامه نخبگان علوم و مهندسی، ۳(۹)، ۹-۱۷.
- خنیفر، حسین؛ مقیمی، سیدمحمد و زارعی، عادل. (۱۳۹۸). الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۲(۱۲)، ۲۳۱-۲۵۰.
- ذوالفقاری، نسرانه؛ فتحی، سروش و مختارپور، مهدی. (۱۴۰۳). بررسی نقش تمایلات فردی به عنوان عاملیت بر توانمندسازی اقتصادی زنان شهر تهران. مطالعات روان‌شناختی اجتماعی زنان، ۴(۲۲)، ۱۱۷-۱۴۹. <https://doi.org/10.22051/jwsp.2024.47862.2900149-117>
- رضایی، بهنام؛ صفری، علی و محمدی، زهرا. (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت‌بندی موانع کارآفرینی زنان در ایران با رویکرد آمیخته. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۳(۲۴)، ۱۲۵-۱۴۸.
- زاهدی، شمس‌السادات و نجاری، رضا. (۱۳۹۹). توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۲۰(۲۷)، ۹۵-۱۲۶.
- سیاحی، مژگان و رضوان، ویدا. (۱۳۹۸). اثربخشی آموزش توانمندسازی فردی بر خودکارآمدی، کارآفرینی و انسجام خانواده در زنان. فصلنامه زن و جامعه، ۴(۲۴)، ۲۸۹-۳۰۸.
- شادی‌طلب، ژاله. (۱۳۸۱). (توسعه و چالش‌های زنان ایرانی. تهران: انتشارات قطره.
- شیری، نادر؛ خوش‌مرام، مصیب؛ رضایی، امیر و زارع‌شفاهی، کیومرث. (۱۳۹۱). تأثیر ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی بر رفتار کارآفرینانه زنان روستایی: مدلی برای ارتقای نقش زنان در توسعه اقتصادی. فصلنامه زن در توسعه و سیاست، ۱۹(۴)، ۵۷۳-۵۹۳.
- صوفی، مجید و رضایی، علی‌اکبر. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی به عنوان عامل فرهنگی بر توانمندسازی زنان. فصلنامه مدیریت فرهنگی، ۹(۲۷)، ۱۵-۲۸.
- ظفری‌نسب، مریم؛ گلزاری، زهرا؛ نوریان، مریم و رضوی، سیدحسن. (۱۴۰۲). شناسایی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های توانمندسازی زنان روستایی استان لرستان با استفاده از روش تحقیق آمیخته. فصلنامه روستا و توسعه، ۲۶(۲)، ۲۲۷-۲۵۴.
- عزیزی، فریدون و قاسمی، حمید. (۱۳۹۸). (کارآفرینی زنان: نظریه‌ها و کاربردها. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- علی‌بیگی، امیرحسین و تقی‌بیگی، معصومه. (۱۴۰۱). تأثیر قابلیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بر توانمندسازی آنان: مطالعه موردی استان کرمانشاه. فصلنامه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۹(۴)، ۲۰-۴۴. https://jead.gau.ac.ir/article_6215.html
- فلاح جلودار، رقیه؛ فرج‌الله حسینی، سیدجمال؛ حسینی، سیدمحمد و میردامادی، سیدمهدی. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۰(۳)، ۸۷-۱۱۶.

- قجری، حافظ و حق‌پرست، فریبا. (۱۴۰۱). تأثیر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار بر سلامت اجتماعی آنان. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۲(۱۴)، ۱۵۱-۱۷۷. <https://doi.org/10.22035/isih.2022.4654.4595177-151>.
- قلی‌پور، آرین و رحیمیان، اعظم. (۱۳۹۰). رابطه عوامل اقتصادی، فرهنگی و آموزشی با توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۴۰(۱)، ۲۹-۶۲. https://refahj.uswr.ac.ir/browse.php?a_code=A-10-1-97&sid=1&slc_lang=fa
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). زنان و فرهنگ فقر. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۴(۱)، ۱۶۵-۱۹۷.
- محمدزاده، پرویز؛ خانعلی‌زاده، سعید و کامنگر، شهرام. (۱۳۹۸). تأثیر نوآوری و کارآفرینی بر رشد اقتصادی. فصلنامه اقتصاد ایران، ۲۵(۸۲)، ۱۲۱-۱۴۸.
- مرکز آمار ایران. (۱۴۰۱). گزارش ملی اشتغال و بیکاری زنان. تهران: انتشارات مرکز آمار ایران.
- موسوی، سیده فاطمه؛ احمدی، پروین و کریمی، سمیه. (۱۴۰۰). تأثیر آموزش کارآفرینی بر میل به کارآفرینی دانشجویان دختر. فصلنامه زن و جامعه، ۴(۱۲)، ۱۸۵-۲۰۲.
- نادری، ناهید و حیدری، الهه. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی. فصلنامه پژوهش‌های کارآفرینی، ۳(۸)، ۴۵-۶۷.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Anderson, S., & Eswaran, M. (2009). What determines female autonomy? Evidence from Bangladesh. *Journal of Development Economics*, 90(2), 179-191.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. Freeman.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brush, C., Edelman, L. F., Manolova, T., & Welter, F. (2019). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 393-408.
- Chen, M. A. (2007). *Rethinking the informal economy: Linkages with the formal economy and the formal regulatory environment*. United Nations University.
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- Derera, E., Croce, F., Phiri, M., & O'Neill, C. (2020). Entrepreneurship and women's economic empowerment in Zimbabwe: Research themes and future research perspectives. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 16(1), 1-13.
- Duflo, E. (2012). Women empowerment and economic development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-1079.
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Ganesan, S. (2023). Empowering the women workforce: A study on women domestic workers. *Russian Law Journal*, 11(9), 98-124.
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor: Women's Entrepreneurship Report 2021/2022*. GEM Consortium.
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Addison-Wesley.
- ILO. (2018). *Women and men in the informal economy: A statistical picture*. International Labour Office.
- Jennings, J. E., & McDougald, M. S. (2007). Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research. *Academy of Management Review*, 32(3), 747-760.
- Kabeer, N. (2005). Gender equality and women's empowerment: A critical analysis. *Gender & Development*, 13(1), 13-24.
- Kickul, J., & Gundry, L. K. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(1), 1-15.
- Klyver, K., Nielsen, S. L., & Evald, M. R. (2018). Social support for entrepreneurial intentions: The moderating role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(3), 214-230.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Nussbaum, M. C. (2011). *Creating capabilities: The human development approach*. Harvard University Press.
- OECD. (2019). *SIGI 2019 global report: Transforming challenges into opportunities*. OECD Publishing.

- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits and business creation and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145-153.
- United Nations. (2020). *The Sustainable Development Goals Report 2020*. UN Publications.
- World Bank. (2022a). *World development report 2022: Gender equality and development*. World Bank.
- World Bank. (2022b). *Labor force participation rate, female*. World Bank Open Data.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30-41.