



Identifying and Prioritizing Strategies for the Development of Women's Social Entrepreneurship in Chabahar County: A Mixed-Methods Approach

Abdolaziz Abtin * 

Department of Business management, Faculty of Management and humanities University of Chabahar Maritime University, Chabahar, Iran. (Corresponding Author). abtin@cmu.ac.ir

Mahdeyeh Darasteh 

Department of management, Chabahar International University, Chabahar, Iran. Mah.darasteh@gmail.com

ABSTRACT

Objective: This study aimed to identify and prioritize strategies for the development of women's social entrepreneurship in Chabahar County, with a particular focus on cultural, institutional, and individual dimensions. The socio-economic characteristics of the region—including its traditional and tribal social structure, limited access to institutional support, low female economic participation, and constrained educational opportunities—necessitate a systematic examination of the key factors involved in empowering women and enhancing their participation in economic and social spheres. The present study seeks to address the existing research gap regarding the design of localized models for the development of women's social entrepreneurship based on a cultural–institutional approach, thereby contributing to the theoretical and empirical literature in this field and to the broader discourse on gender-responsive sustainable development and social justice in less-developed regions. Accordingly, the central research questions are as follows: What are the strategies for developing women's social entrepreneurship in Chabahar County, and how are these strategies prioritized?

Methodology: The study employed a mixed-methods approach with an exploratory sequential (qualitative–quantitative) design. In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with 15 participants, including women's affairs activists, social entrepreneurs, representatives of local institutions, and regional development experts. Purposive sampling with maximum variation was used to ensure coverage of a broad range of perspectives and experiences. Theoretical saturation was achieved after the thirteenth interview, with the final two interviews yielding no new codes. Data were analyzed using thematic analysis based on Braun and Clarke's (2006) six-step framework, which resulted in the extraction of 109 initial codes, 16 sub-themes, and four main themes. To ensure the credibility of the qualitative findings, strategies including participant diversity, member checking, rich description, and constant comparison of data were employed, and coding reliability was confirmed by a Cohen's kappa coefficient of 0.84. Based on the qualitative findings, a pairwise comparison questionnaire was designed, and in the quantitative phase, the identified strategies were prioritized using the Analytic Hierarchy Process (AHP). The quantitative sample comprised 18 experts selected through purposive and snowball sampling based on their relevant expertise and experience, eight of whom had also participated in the qualitative phase. The validity of the questionnaire was established through expert judgment, and its reliability was confirmed by consistency ratios below 0.1 across all comparison matrices. In addition, fuzzy averaging and consensus criteria (fuzzy range below 0.2 and Kendall's coefficient of concordance above 0.7) were used to aggregate expert opinions in the fuzzy Delphi stage.

Findings: The qualitative analysis classified the strategies for developing women's social entrepreneurship in Chabahar into four main domains: (1) individual and social empowerment, (2) institutional and infrastructural support, (3) strengthening cultural and social foundations, and (4) inter-institutional coordination and collaboration. The AHP results indicated that "strengthening cultural and social foundations" was the highest-priority strategy, with a composite weight of 0.351, followed by "institutional and infrastructural support" (0.293), "individual and social empowerment" (0.217), and "inter-institutional coordination and collaboration" (0.139). At the sub-criterion level, "holding educational courses in schools and mosques" ranked first with a final weight of 0.110, followed by "using religious

platforms to honor women" (0.086), "participation of governmental and local institutions in supporting women" (0.083), "holding exhibitions for selling women's products" (0.076), and "encouraging families to support women entrepreneurs" (0.067). Moreover, "training in establishing and launching home-based businesses" (0.063), "public awareness of women's capabilities" (0.066), and "formulating laws tailored to the local conditions of vulnerable women" (0.059) occupied subsequent ranks. In contrast, "developing social emergency centers" (0.003), "screening films about successful women" (0.004), and "utilizing the capacity of the Chabahar Free Zone" (0.004) received the lowest priorities. This pattern indicates that participants placed greater emphasis on changing cultural attitudes, market access, and transparent supportive laws, while considering welfare and media infrastructures as relatively lower priorities. Furthermore, the low ranking of "inter-institutional coordination and collaboration" may be attributed to weak public trust in formal institutions and the perceived ineffectiveness of previous initiatives.

Conclusion: The findings suggest a fundamental principle: the development of women's social entrepreneurship in regions such as Chabahar requires localized policymaking that prioritizes the transformation of cultural attitudes and the enhancement of social capital. In other words, the effectiveness of educational and infrastructural strategies is contingent upon a context of social acceptance and cultural support—a finding consistent with Bourdieu's (1986) and Putnam's (1995) social capital theory and Kabeer's (1999) empowerment framework. This conclusion can guide planners, regional policymakers, and development agencies toward designing interventions that treat the cultural–social context as a mediating and determining variable. The present study makes two important theoretical contributions: first, it redefines the role of culture as an antecedent and moderating factor rather than merely a contextual variable; second, it proposes a four-stage sequential–moderating model comprising the reform of cultural attitudes, institutional and infrastructural support, individual and skill empowerment, and inter-institutional coordination. Accordingly, specific policy recommendations are offered, including launching a campaign to honor women entrepreneurs in collaboration with cultural and educational institutions, establishing a women's microcredit fund with specified initial capital, holding comprehensive business training courses in marine and home-based fields, and forming a working group for the development of women's social entrepreneurship with representatives from governmental institutions, the Free Zone, and non-governmental organizations. Finally, the study acknowledges its limitations—including its geographical focus on Chabahar, the limited qualitative sample, and the subjective nature of AHP judgments—and offers suggestions for future research, such as extending the geographical scope to other areas of the Makran coast, employing combined multi-criteria decision-making methods, and conducting longitudinal studies to assess the effectiveness of interventions.

Keywords: Social entrepreneurship, women's empowerment, Chabahar, thematic analysis, AHP

Cite this article: Abtin, A.A., Darasteh, M. (2026). Identifying and Prioritizing Strategies for the Development of Women's Social Entrepreneurship in Chabahar County: A Mixed-Methods Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, <http://> (in Persian)

Received: ; **Revised:** ; **Accepted:** ; **Published online**
© The Author(s).

Article type: Research

Publisher: University of Tehran Press.

شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار: رویکردی آمیخته

عبدالعزیز آبتین* 

نویسنده مسئول، گروه مدیریت بازرگانی دریایی دانشکده مدیریت و علوم انسانی دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار، ایران. Abtin@cmu.ac.ir

مهديه درسته 

گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی چابهار، چابهار، ایران. Mah.darasteh@gmail.com

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار و با تمرکز بر ابعاد فرهنگی، نهادی و فردی انجام شد. ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی این منطقه - از جمله ساختار اجتماعی سنتی و قبیله‌ای، دسترسی محدود به حمایت‌های نهادی، نرخ پایین مشارکت اقتصادی زنان و فرصت‌های آموزشی محدود - بر سبب عوامل کلیدی توانمندسازی زنان و ارتقای مشارکت آنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی را ضروری می‌سازد. پژوهش حاضر بر آن است تا با پر کردن خلأ پژوهشی موجود در زمینه طراحی مدل‌های بومی توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان با رویکرد فرهنگی - نهادی، به غنای ادبیات نظری و تجربی این حوزه کمک کند و در گفتمان گسترده‌تر توسعه پایدار جنسیت‌محور و عدالت اجتماعی در مناطق کمتر توسعه‌یافته مشارکت نماید. از این‌رو، پرسش اصلی پژوهش آن است که راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار کدام‌اند و این راهکارها چگونه اولویت‌بندی می‌شوند.

روش: پژوهش با رویکرد آمیخته و طرح اکتشافی متوالی (کیفی - کمی) اجرا شد. در مرحله کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ نفر از فعالان حوزه زنان، کارآفرینان اجتماعی، نمایندگان نهادهای محلی و کارشناسان توسعه منطقه‌ای گردآوری شد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با حداکثر تنوع انجام گرفت تا طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌ها و تجارب پوشش داده شود. اشباع نظری پس از مصاحبه سیزدهم محقق شد و دو مصاحبه پایانی صرفاً به تکرار یافته‌ها انجامید. تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون بر پایه مراحل شش‌گانه براون و کلارک (۲۰۰۶) انجام شد و حاصل آن استخراج ۱۰۹ کد اولیه، ۱۶ مضمون فرعی و ۴ تم اصلی بود. برای اطمینان از اعتبار یافته‌های کیفی، از راهبردهای تنوع مشارکت‌کنندگان، بازبینی مشارکت‌کنندگان، توصیف غنی و مقایسه مستمر داده‌ها استفاده شد و پایایی کدگذاری با ضریب کاپای ۰/۸۴ تأیید گردید. بر پایه یافته‌های کیفی، پرسش‌نامه مقایسات زوجی طراحی شد و در مرحله کمی، اولویت‌بندی راهکارها با روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) انجام گرفت. نمونه بخش کمی شامل ۱۸ خبره بود که با نمونه‌گیری هدفمند و روش گلوله‌برفی و بر اساس تخصص و تجربه مرتبط انتخاب شدند و ۸ نفر از آنان در مرحله کیفی نیز مشارکت داشتند. روایی پرسش‌نامه از طریق نظرات خبرگان و پایایی آن با نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ در تمامی ماتریس‌های مقایسه تأیید شد. همچنین، برای تجمیع نظرات خبرگان در مرحله دلفی فازی، از میانگین فازی و معیار اجماع (دامنه فازی کمتر از ۰/۲ و ضریب توافق کندال بیشتر از ۰/۷) استفاده شد.

یافته‌ها: تحلیل کیفی، راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در چابهار را در چهار محور اصلی طبقه‌بندی کرد: (۱) توانمندی فردی و اجتماعی، (۲) پشتیبانی نهادی و زیرساختی، (۳) تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی، و (۴) هماهنگی و مشارکت بین‌نهادی. نتایج AHP نشان داد که «تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی» با وزن ترکیبی ۰/۳۵۱ بالاترین اولویت را دارد؛ پس از آن «پشتیبانی نهادی و زیرساختی» (۰/۲۹۳)، «توانمندسازی فردی و اجتماعی» (۰/۲۱۷) و «هماهنگی و مشارکت بین‌نهادی» (۰/۱۳۹) قرار گرفتند. در سطح مؤلفه‌های فرعی، آموزش مهارت‌های کارآفرینی، دسترسی به منابع مالی، ایجاد شبکه‌های حمایتی و آگاهی‌بخشی اجتماعی مهم‌ترین راهکارها شناخته شدند. در سطح زیرمعیارها نیز «برگزاری دوره‌های آموزشی در مدارس و مساجد» با وزن نهایی ۰/۱۱۰ رتبه اول، «استفاده از تربیون‌های مذهبی برای تکریم زنان» با وزن ۰/۰۸۶ رتبه دوم، «مشارکت نهادهای دولتی و محلی در حمایت از زنان» با وزن

۰/۸۳ رتبه سوم، «برگزاری نمایشگاه برای فروش محصولات زنان» با وزن ۰/۷۶ رتبه چهارم و «ترغیب خانواده‌ها به حمایت از زنان کارآفرین» با وزن ۰/۶۷ رتبه پنجم را کسب کردند. همچنین «آموزش ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی» (۰/۶۳)، «آگاه‌سازی عمومی درباره توانمندی‌های زنان» (۰/۶۶) و «تدوین قوانین متناسب با شرایط بومی برای زنان آسیب‌پذیر» (۰/۵۹) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در مقابل، زیرمعیارهای «توسعه مراکز اورژانس اجتماعی» (۰/۰۳)، «نمایش فیلم زنان موفق» (۰/۰۴) و «استفاده از ظرفیت منطقه آزاد چابهار» (۰/۰۴) پایین‌ترین اولویت‌ها را داشتند. این الگو نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان بیش از همه بر تغییر نگرش فرهنگی، دسترسی به بازار و شفافیت قوانین حمایتی تأکید دارند و زیرساخت‌های رفاهی و رسانه‌ای را در مقایسه با عوامل فرهنگی و اقتصادی، از اولویت کمتری برخوردار می‌دانند. همچنین، پایین بودن رتبه «هماهنگی و مشارکت بین‌نهادی» را می‌توان ناشی از ضعف اعتماد عمومی به نهادهای رسمی و تجربه ناکارآمدی طرح‌های پیشین دانست.

نتیجه: یافته‌ها بر این اصل بنیادین دلالت دارند که توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در مناطقی مانند چابهار مستلزم سیاست‌گذاری بومی محور با اولویت تغییر نگرش فرهنگی و ارتقای سرمایه اجتماعی است. به بیان دیگر، اثربخشی راهکارهای آموزشی و زیرساختی مشروط به فراهم بودن بستر پذیرش اجتماعی و حمایت فرهنگی است؛ یافته‌ای که با نظریه سرمایه اجتماعی بورديو (۱۹۸۶) و پاتنام (۱۹۹۵) و چارچوب توانمندسازی کبير (۱۹۹۹) هم‌خوانی دارد. این نتیجه می‌تواند جهت‌گیری برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران منطقه‌ای و نهادهای توسعه‌گرا را به‌سوی طراحی مداخلاتی هدایت کند که بافت فرهنگی - اجتماعی را متغیری واسط و تعیین‌کننده می‌دانند. پژوهش حاضر دو سهم نظری مهم دارد: نخست، بازتعریف نقش فرهنگ به‌عنوان عامل مقدم و تعدیل‌گر (و نه صرفاً متغیری زمینه‌ای)؛ دوم، ارائه مدل تربیتی - تعدیلی چهارمرحله‌ای شامل اصلاح نگرش‌های فرهنگی، حمایت نهادی و زیرساختی، توانمندسازی فردی و مهارتی، و هماهنگی بین‌نهادی. بر این اساس، پیشنهادها سیاستی مشخصی ارائه شده است، از جمله اجرای کمپین تکریم زنان کارآفرین با همکاری نهادهای فرهنگی و آموزشی، تأسیس صندوق اعتبارات خرد زنان با سرمایه اولیه مشخص، برگزاری دوره‌های جامع آموزش کسب‌وکار در حوزه‌های دریایی و خانگی، و تشکیل کارگروه توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان با حضور نمایندگان نهادهای دولتی، منطقه آزاد و سازمان‌های مردم‌نهاد. در پایان، محدودیت‌های پژوهش از جمله تمرکز جغرافیایی بر چابهار، محدودیت نمونه در بخش کیفی و ماهیت ذهنی قضاوت‌ها در AHP، و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی از جمله گسترش دامنه جغرافیایی به سایر مناطق سواحل مکران، به‌کارگیری روش‌های ترکیبی تصمیم‌گیری چندمعیاره و انجام مطالعات طولی برای سنجش اثربخشی مداخلات ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی اجتماعی، توانمندسازی زنان، چابهار، تحلیل تم، تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)

استناد به این مقاله: آبتین، عبدالعزیز، درسته، مهدیه (۱۴۰۵). شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار:

رویکردی آمیخته، توسعه کارآفرینی،

http://doi.org/.



تاریخ دریافت: / / ؛ تاریخ بازنگری: / / ؛ تاریخ پذیرش: / / ؛ تاریخ انتشار: / /
 © نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی
 ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

کارآفرینی اجتماعی و توانمندسازی زنان، دو نیروی تحول‌آفرین در مسیر توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌روند که در تقاطع یکدیگر، می‌توانند نقشی اساسی در کاهش نابرابری‌های جنسیتی، فقرزدایی و ارتقاء عدالت اجتماعی ایفا کنند (داتا و گیلی، ۲۰۱۲؛ چوداری و ولایا، ۲۰۲۴). کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان فرآیندی نوآورانه با هدف پاسخ‌گویی به مسائل اجتماعی از طریق مدل‌های پایدار کسب‌وکار، فراتر از سود اقتصادی، بر خلق ارزش اجتماعی و فرهنگی برای جوامع تمرکز دارد (روسکا، آگاروال و برم، ۲۰۲۰). در این راستا، کارآفرینان اجتماعی با بهره‌گیری از رویکردهای خلاقانه و بین‌رشته‌ای، به توسعه‌ی کسب‌وکارهایی می‌پردازند که منجر به ارتقاء عدالت اجتماعی، کاهش فقر و توانمندسازی جوامع محلی می‌شود (جامه‌بزرگی و میگون‌پوری، ۱۴۰۰). زنان به‌عنوان یکی از بازیگران کلیدی توسعه محلی، نقش مهمی در تحقق اهداف کارآفرینی اجتماعی ایفا می‌کنند. با این حال، مشارکت اقتصادی و اجتماعی آنان در بسیاری از جوامع، به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته، با موانعی ساختاری، فرهنگی و نهادی مواجه است (جونگ و یو، ۲۰۲۲؛ بورکیست و دی بروین، ۲۰۱۹). تحقیقات متعدد نشان داده‌اند که زنان کارآفرین اجتماعی در کشورهای در حال توسعه با چالش‌هایی همچون محدودیت در دسترسی به منابع مالی (ترجسن، ۲۰۱۷)، نبود آموزش‌های تخصصی و مهارتی (بنویدس-اسپینوزا و موهدانو سوانس، ۲۰۱۱) و فشار ناشی از نقش‌های جنسیتی سنتی (کیمبو و نگوا سونگ، ۲۰۱۶) مواجه هستند. همچنین، نبود ساختارهای حمایتی نظیر شبکه‌های تعاونی زنان یا سازمان‌های مردم‌نهاد، می‌تواند انگیزه و توان ورود زنان به عرصه‌ی کارآفرینی اجتماعی را به شدت کاهش دهد (هوستروت، ۲۰۱۴).

مرور ادبیات پژوهش نیز نشان می‌دهد که بسیاری از مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی اجتماعی زنان، یا بر عوامل فردی متمرکز بوده‌اند، یا فاقد رویکرد سیاست‌محور در ارائه راهکارهای اجرایی و بومی‌سازی شده هستند (شارما، ۲۰۲۴). از همین رو، خلأ پژوهشی قابل توجهی در زمینه طراحی مدل‌های بومی توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان با رویکرد فرهنگی-نهادی، به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته نظیر سواحل مکران، به چشم می‌خورد. در ایران نیز با وجود تأکید برنامه‌های توسعه بر توانمندسازی زنان، چالش‌هایی نظیر نبود قوانین حمایتی شفاف، ضعف نهادهای تسهیل‌گر، نگرش‌های سنتی به نقش اجتماعی زنان، و کمبود منابع مالی و آموزشی، مانع از مشارکت گسترده آنان در فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی شده است (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶؛ فروهرفر، روشن و سالارزهی، ۱۳۹۸).

شهرستان چابهار به‌عنوان یکی از مناطق راهبردی جنوب شرق ایران با ظرفیت‌های اقتصادی و اجتماعی بالا به‌ویژه در حوزه اقتصاد دریا محور، می‌تواند بستری مناسب برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان باشد (فیروزآبادی و

¹. Datta & Gailey

². Choudhary & Walia

³. Rosca, Agarwal, & Brem

⁴. Jeong & Yoo

⁵. Borquist & De Bruin

⁶. Terjesen

⁷. Benavides-Espinosa & Mohedano-Suanes

⁸. Kimbu & Ngoasong

⁹. NGO

¹. Huysentruyt

¹. Sharma

دباغی، ۱۳۹۴). با این وجود، شواهد میدانی و داده‌های آماری حکایت از آن دارند که زنان این منطقه با موانع چندوجهی نظیر باورهای بازدارنده فرهنگی، ضعف زیرساخت‌های حمایتی، فقدان سیاست‌های هدفمند و فرصت‌های محدود آموزشی مواجه‌اند (ارشادی، رضایی و باقری‌حسین‌آبادی، ۱۳۹۹). بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، از جمعیت ۲۸۳۰۲۰۴ نفری شهرستان چابهار، حدود ۴۹ درصد را زنان تشکیل می‌دهند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)، با این حال، نرخ مشارکت اقتصادی آنان به مراتب پایین‌تر از ظرفیت بالقوه نیروی انسانی موجود است. تداوم این وضعیت، می‌تواند پیامدهایی چون کاهش بهره‌وری اقتصادی، تشدید فقر و گسترش آسیب‌های اجتماعی را به دنبال داشته باشد.

مطالعات پیشین در ایران و سایر کشورهای در حال توسعه عمدتاً بر توانمندسازی فردی یا ارائه تسهیلات مالی متمرکز بوده‌اند (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶؛ ارشادی و همکاران، ۱۳۹۹؛ بورکیست و دی بروین، ۲۰۱۹). با این حال، این رویکردها غالباً از یک چارچوب یکپارچه که عوامل فرهنگی، نهادی و فردی را در ارتباط با هم بررسی کند، غفلت کرده‌اند. همچنین، کمتر پژوهشی به اولویت‌بندی نظام‌مند راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان پرداخته است؛ به‌ویژه در بسترهای بومی نظیر چابهار که شرایط اجتماعی و اقتصادی خاص آن، یافته‌های قابل تعمیم سایر مناطق را ناکارآمد می‌سازد. بنابراین، ضرورت انجام این پژوهش در چند بعد قابل توجه است:

بعد نظری: پرکردن شکاف ادبیات از طریق ارائه چارچوبی یکپارچه که همزمان به عوامل فرهنگی، نهادی و فردی توجه کند و آنها را در یک مدل تحلیلی تلفیق نماید.

بعد کاربردی: شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای عملی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در چابهار که بتواند راهنمای سیاست‌گذاران، NGOها و نهادهای محلی باشد.

بعد نوآوری: بهره‌گیری از رویکرد آمیخته (تحلیل تم + دلفی + AHP) که امکان شناسایی عمیق و سپس اولویت‌بندی کمی راهکارها را فراهم می‌سازد؛ رویکردی که تاکنون در ادبیات مربوط به کارآفرینی اجتماعی زنان در ایران کمتر مورد استفاده قرار گرفته است.

بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش آن است که: چه راهکارهایی می‌توانند به توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار کمک کنند و اولویت‌بندی این راهکارها چگونه است؟

پاسخ به این پرسش نه تنها می‌تواند به ادبیات علمی حوزه کارآفرینی اجتماعی غنا ببخشد، بلکه در عمل نیز می‌تواند به طراحی سیاست‌های بومی و کارآمد برای ارتقای جایگاه اقتصادی و اجتماعی زنان در مناطق کمتر توسعه‌یافته ایران منجر شود.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱.۲. مفهوم‌شناسی کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به فرایندی اطلاق می‌شود که در آن افراد یا گروه‌هایی با رویکردی نوآورانه، به ارائه راه‌حلی برای مسائل اجتماعی پرداخته و در راستای ایجاد ارزش اجتماعی گام برمی‌دارند (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹). برخلاف کارآفرینی تجاری که تمرکز آن عمدتاً بر کسب سود اقتصادی است، کارآفرینی اجتماعی مأموریتی فراتر از منافع مالی دارد و هدف اصلی آن، بهبود وضعیت اجتماعی و ایجاد تأثیر مثبت در جامعه است (علی‌میری، ۱۳۸۵).

این مفهوم، از پیوند اصول کارآفرینی با اهداف اجتماعی شکل گرفته و به دنبال حل مسائلی چون فقر، بیکاری، نابرابری‌های اجتماعی و چالش‌های زیست‌محیطی از طریق رویکردهای نوآورانه و پایدار است (فروهرفر و همکاران، ۱۳۹۸). داتا و گایلی (۲۰۱۲) کارآفرینی اجتماعی را فرایندی می‌دانند که در آن، کارآفرینان اجتماعی با بهره‌گیری از مدل‌های تجاری نوآورانه، به حل مشکلات اجتماعی پرداخته و ارزش اجتماعی و اقتصادی را به‌طور هم‌زمان خلق می‌کنند. به باور ترجسن (۲۰۱۷)، کارآفرینی اجتماعی فعالیتی است که تلفیقی از اهداف اقتصادی و اجتماعی را دنبال کرده و تغییرات مثبت در جامعه را هدف قرار می‌دهد. از دیدگاه بورکویست و دی‌بروین (۲۰۱۹)، کارآفرینی اجتماعی از طریق به‌کارگیری نوآوری‌های تجاری، نابرابری‌هایی مانند فقر و بی‌عدالتی را کاهش می‌دهد. همچنین، روسکا و همکاران (۲۰۲۰) این نوع کارآفرینی را فرایندی می‌دانند که افراد یا گروه‌ها با انگیزه ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت، اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌کنند. هامبرت و رومی^۱ (۲۰۱۸) نیز معتقدند که کارآفرینی اجتماعی شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌های نوآورانه است که هدف آن‌ها، ایجاد تغییرات اجتماعی پایدار از طریق راه‌حل‌های تجاری است. از سوی دیگر، نیوا^۲ (۲۰۱۵) بر نقش برجسته کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان تأکید دارد و آن را ابزاری برای کاهش نابرابری‌های اجتماعی می‌داند.

۲.۲. سیر تحول کارآفرینی اجتماعی زنان

کارآفرینی اجتماعی زنان به‌عنوان مفهومی نوظهور، از اواخر قرن بیستم مورد توجه محققان و سیاست‌گذاران قرار گرفت (راوهاوزر و همکاران، ۱۳۹۹). این روند را می‌توان در قالب چهار مرحله تاریخی تحلیل کرد که هر مرحله، نمایانگر تغییرات ساختاری، نگرشی و ابزاری در مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان است:

۱- مرحله آغازین (دهه ۱۹۹۰ تا اوایل دهه ۲۰۰۰): در این مرحله، کارآفرینی اجتماعی زنان عمدتاً در واکنش به نیازهای اقتصادی و اجتماعی در کشورهای در حال توسعه شکل گرفت. زنان با هدف ارتقای سطح معیشت خود و جامعه پیرامون، به فعالیت‌هایی در زمینه فقرزدایی، اشتغال‌زایی و ارائه خدمات اولیه اجتماعی روی آوردند. این دوره با غلبه رویکردهای خیریه‌محور و کمک‌رسانی سنتی شناخته می‌شود. تأسیس نهادهایی مانند بنیاد آشوکا در حمایت از زنان کارآفرین اجتماعی از دستاوردهای این مرحله است (جونگ و یو، ۲۰۲۲؛ فرحناجی و یسلانی، ۱۴۰۱).

۲- مرحله گذار (دهه ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰): در این بازه زمانی، کارآفرینی اجتماعی زنان از رویکردهای صرفاً خیریه‌ای به سمت مدل‌های نوآورانه و پایدار اقتصادی حرکت کرد. تلفیق اهداف اجتماعی با ابزارهای تجاری، موجب خلق راه‌حل‌هایی شد که هم ارزش اجتماعی داشتند و هم از نظر مالی پایدار بودند. این دوره با رشد نقش زنان در رهبری و مدیریت پروژه‌های اجتماعی و نیز شکل‌گیری تدریجی زیرساخت‌های حمایتی همراه بود.

۳- مرحله نهادینه‌سازی (دهه ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰): طی این مرحله، کارآفرینی اجتماعی زنان به‌عنوان یک حوزه مستقل در ادبیات علمی و سیاست‌گذاری اقتصادی و اجتماعی به رسمیت شناخته شد. نهادهای دولتی و غیردولتی اقدام به ایجاد مراکز ر شد، شبکه‌های حمایتی، صندوق‌های مالی و برنامه‌های آموزشی ویژه زنان کردند. توسعه ابزارهایی مانند سرمایه‌گذاری‌های اثرگذار نیز در تقویت این حوزه مؤثر بود (جونگ و یو، ۲۰۲۲؛ عزیزی و ملایجرودی، ۱۳۹۶).

۴- مرحله معاصر (از دهه ۲۰۲۰ تاکنون): در دوره کنونی، کارآفرینی اجتماعی زنان به‌عنوان یک مدل اثرگذار جهانی مطرح است. زنان در حوزه‌هایی چون سلامت، آموزش، محیط زیست، عدالت اجتماعی و توانمندسازی محلی

^۱. Humbert & Roomi

^۲. Nieva

فعالیت دارند. آن‌ها با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، دامنه تأثیرگذاری خود را گسترش داده‌اند. ویژگی اصلی این دوره، رشد نوآوری‌های فناورانه و مقیاس‌پذیری مدل‌های کارآفرینی اجتماعی است (جونگ و یو، ۲۰۲۲؛ زرین جوی الوار، ۱۳۹۹).

در ایران نیز، اگرچه پیشینه‌هایی چون وقف، خیریه‌ها و تعاونی‌ها سابقه‌ای طولانی دارند، اما شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی به مفهوم مدرن آن، از دهه ۱۳۸۰ آغاز شده است (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴؛ مرجانی و صدری، ۱۳۹۳). توسعه استارت‌آپ‌های اجتماعی، ایجاد مراکز رشد و گسترش فعالیت‌های زنان در حوزه‌هایی نظیر آموزش، محیط زیست، سلامت و مشاغل خانگی، از شاخصه‌های مهم این مسیر است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۲؛ کلایان مقدم و همکاران، ۱۴۰۰). با این حال، چالش‌هایی چون محدودیت منابع مالی، نبود سیاست‌های حمایتی مشخص و موانع فرهنگی، همچنان مانع رشد کامل این حوزه در کشور هستند.

۳.۲. مرور پیشینه تجربی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی زنان

کارآفرینی اجتماعی به عنوان یکی از حوزه‌های نوظهور و بین‌رشته‌ای در علوم اقتصادی و اجتماعی، در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است. علیرغم گسترش پژوهش‌ها در این زمینه، همچنان ابهاماتی در درک ابعاد مفهومی، فرآیندهای مؤثر و پیامدهای آن بر توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها وجود دارد. مطالعات پیشین به بررسی عوامل مختلف مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، به‌ویژه با تمرکز بر مشارکت زنان، پرداخته‌اند که در جدول شماره ۱ به مرور برخی از مهم‌ترین آن‌ها پرداخته می‌شود:

جدول ۱. مرور برخی از پیشینه تجربی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی زنان

Table 1: Overview of some empirical literature related to women's social entrepreneurship

نام پژوهشگر	سال	روش پژوهش	جامعه/نمونه	عوامل کلیدی شناسایی شده
ارشادی، رضایی و باقری حسین‌آبادی	1399	کیفی	زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران	عوامل فرهنگی و اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، توانمندسازی آموزشی، حمایت‌های نهادی، اعتمادبه‌نفس
ورکیانی‌پور و همکاران	1399	ترکیبی (کیفی-کمی)	زنان شهری	حمایت‌های نهادی، دسترسی به منابع مالی، آموزش، شبکه‌سازی، توسعه فرهنگ کارآفرینی
کلایان‌مقدم و همکاران	1400	کیفی (داده‌بنیاد)	ایران (مطالعه ملی)	علل، کوواریانس‌ها، عوامل تعدیل‌گر، شرایط میانجی، پیامدها، عوامل زمینه‌ای (در قالب مدل بومی فرایند خلق ارزش اجتماعی)
کریمی و همکاران	1400	کیفی	زنان کارآفرین	عدالت اجتماعی، حمایت نهادی، آموزش، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ کارآفرینی، خودکارآمدی
صادقی، عباس‌پور اژین و شاهمرادی	1402	فراتحلیل	مطالعات پیشین درباره زنان	نگرش فرهنگی، حمایت اجتماعی، کاهش تبعیض جنسیتی، دسترسی به منابع آموزشی
چودھاری و والیا	2024	کمی	۴۳۸ دانشجوی دختر گردشگری در هند	اعتمادبه‌نفس، نیاز به موفقیت، ریسک‌پذیری (میانجی)، قصد کارآفرینی اجتماعی

نتایج مرور پیشینه تجربی نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات پیشین بر شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی زنان مانند حمایت‌های نهادی، آموزش و توانمندسازی، ویژگی‌های فردی و نگرش‌های فرهنگی تمرکز داشته‌اند. چارچوب

نظری این پژوهش بر پایه سه دسته نظریه اصلی استوار است که هر کدام ابعاد متفاوتی از توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان را تبیین می‌کنند:

۱. نظریه سرمایه اجتماعی (بورديو^۱، ۱۹۸۶؛ پاتنام^۲، ۱۹۹۵): این نظریه بر نقش شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و هنجارهای مشترک در تسهیل همکاری‌های اجتماعی و اقتصادی تأکید دارد. در بافتی همچون چابهار، سرمایه اجتماعی می‌تواند یا مانع (از طریق هنجارهای محدودکننده نقش زنان) یا تسهیل‌گر (از طریق همکاری‌های جمعی و حمایت اجتماعی) باشد.

۲. چارچوب توانمندسازی جنسیتی (کبیر^۳، ۱۹۹۹): توانمندسازی زنان زمانی رخ می‌دهد که آن‌ها دسترسی به منابع^۴، عاملیت^۵ و دستاوردها^۶ پیدا کنند. این سه مؤلفه در این پژوهش در ابعاد فردی، نهادی و اجتماعی بررسی شده‌اند.

۳. نظریه توسعه پایدار جنسیت‌محور (زنان سازمان ملل^۷، ۲۰۲۰): این نظریه تأکید می‌کند که توسعه پایدار بدون مشارکت فعال زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی امکان‌پذیر نیست. بر این اساس، کارآفرینی اجتماعی زنان یک مسیر کلیدی برای دستیابی به عدالت اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شود.

برخلاف پژوهش‌های پیشین در ایران (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶؛ ارشادی و همکاران، ۱۳۹۹) که بیشتر بر توانمندسازی فردی یا حمایت نهادی متمرکز بودند، این پژوهش به هم‌افزایی سه سطح فرهنگی، نهادی و فردی در یک مدل یکپارچه پرداخته است. در مقایسه با مطالعات مشابه در مناطق محروم جنوب آسیا (چودهارى و والیا، ۲۰۲۴) یا خاورمیانه (جونگ و یو، ۲۰۲۲)، نوآوری پژوهش حاضر در اولویت‌بندی نظام‌مند عوامل و تأکید بر شرایط منحصر به فرد چابهار است که ویژگی‌هایی چون اقتصاد دریاپایه، موقعیت منطقه آزاد و ساختار اجتماعی قبیله‌ای دارد. این مدل مفهومی می‌تواند به عنوان مبنایی برای توسعه سیاست‌های بومی و طراحی مداخلات عملی در حوزه کارآفرینی اجتماعی زنان مورد استفاده قرار گیرد.

۲-۴: چارچوب مفهومی پژوهش

چارچوب مفهومی این پژوهش، حاصل تلفیق سه نظریه سرمایه‌ای اجتماعی (پاتنام، ۱۹۹۵؛ بورديو، ۱۹۸۶)، توانمندسازی جنسیتی (کبیر، ۱۹۹۹) و توسعه پایدار جنسیت‌محور (زنان سازمان ملل، ۲۰۲۰) است که به ترتیب، ابعاد فرهنگی-اجتماعی، فردی و نهادی کارآفرینی اجتماعی زنان را پوشش می‌دهند. نوآوری مدل پیشنهادی در تبیین روابط ترتیبی-تعادلی میان این سه بُعد در بستر بومی چابهار است: بُعد فرهنگی-اجتماعی (شامل سرمایه اجتماعی، هنجارهای فرهنگی و حمایت خانواده) به عنوان شرط مقدم و تعدیل‌گر عمل می‌کند؛ بدین معنا که میزان اثربخشی دو بُعد دیگر، به شدت وابسته به سطح پذیرش فرهنگی و سرمایه اجتماعی موجود است. بُعد نهادی (شامل حمایت مالی، زیرساخت، قوانین و دسترسی به بازار) نقش تسهیل‌گر ساختاری را ایفا می‌کند و بستر عینی را برای تبدیل

¹ Bourdieu

² Putnam

³ Kabeer

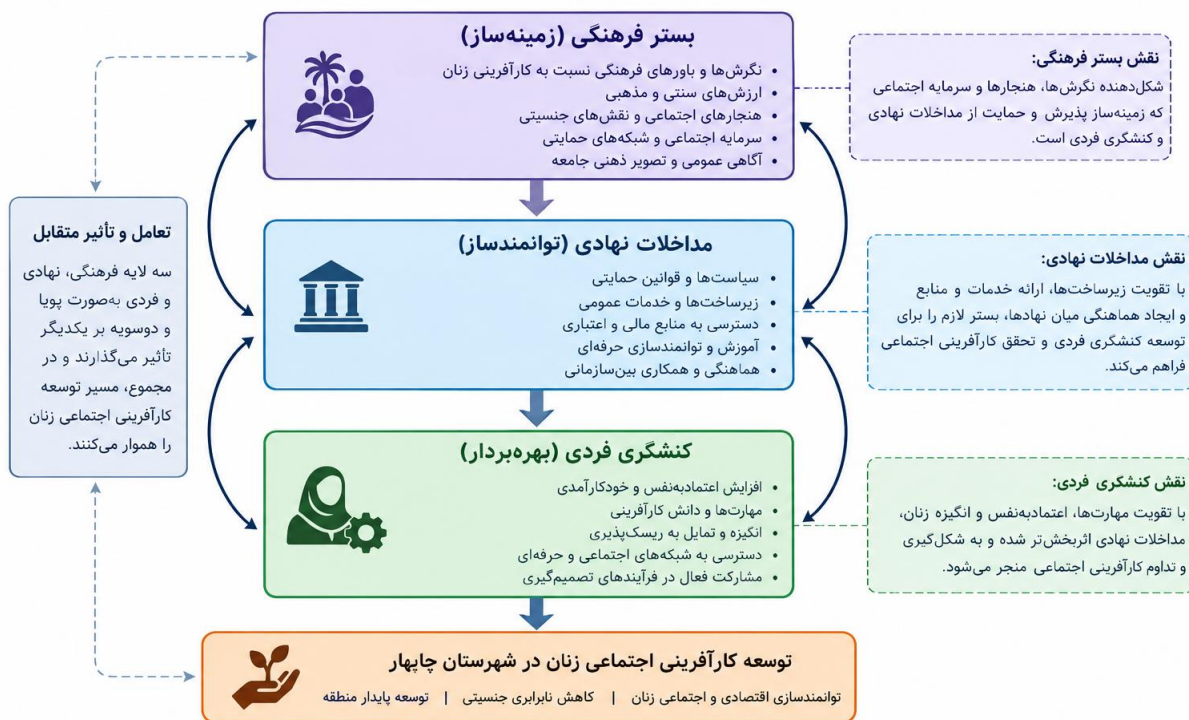
⁴ Resources

⁵ Agency

⁶ Achievements

⁷ UN Women

توانمندی‌های فردی به کنش‌های کارآفرینانه فراهم می‌آورد. بُعد فردی- مهارتی (شامل آموزش، اعتمادبه‌نفس، مهارت‌های تصمیم‌گیری و عاملیت) نیز به‌عنوان عامل اجرایی و کنشگر، حلقه‌ی نهایی این فرایند محسوب می‌شود که در گرو فراهم‌بودن دو بستر پیشین، به توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی زنان منجر می‌گردد. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش بر یک اصل بنیادین تأکید دارد که در مناطق با ساختار فرهنگی- اجتماعی سنتی همچون چابهار، هرگونه مداخله‌ی نهادی یا آموزشی، پیش‌نیاز بنیادین تغییر نگرش‌های فرهنگی و ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی را دارد و اثربخشی آن‌ها در گرو این بستر اول است. شکل شماره ۱ مدل مفهومی پژوهش و سازوکار اثرگذاری متقابل سه لایه فرهنگی، نهادی و فردی در توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار را بر اساس ادبیات نظری و پیشینه نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش: سازوکار اثرگذاری متقابل سه لایه فرهنگی، نهادی و فردی در توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار

Figure 1. Conceptual research model: The mechanism of the mutual interaction among cultural, institutional, and individual layers in the development of women's social entrepreneurship in Chabahar County

مقاله حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و بر مبنای شیوه گردآوری داده‌ها، مطالعه‌ای توصیفی تلقی می‌شود. پژوهش با رویکرد آمیخته و با بهره‌گیری از راهبرد اکتشافی متوالی^۱ طراحی و اجرا شده است. در این نوع راهبرد، ابتدا داده‌های کیفی برای شناسایی مفاهیم و مقولات کلیدی گردآوری و تحلیل می‌شوند و سپس از طریق داده‌های کمی، اعتبارسنجی و اولویت‌بندی یافته‌ها صورت می‌گیرد (کرزول و پلانو کلارک، ۲۰۱۸). ماهیت پیچیده و بافت‌مند موضوع پژوهش، یعنی شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار، ضرورت استفاده از چنین رویکردی را ایجاب می‌نمود. چابهار به عنوان منطقه‌ای با ویژگی‌های فرهنگی خاص و ساختار اجتماعی سنتی، نیازمند تحلیل عمیق از تجارب زیسته کنشگران محلی و نیز اولویت‌بندی دقیق راهکارها بر مبنای دیدگاه‌های ذی‌نفعان است.

در فاز نخست، داده‌های کیفی از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری و تحلیل تماتیک صورت گرفت تا ابعاد و راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار شناسایی شود. سپس در فاز دوم، داده‌های کمی با استفاده از تکنیک‌های دلفی فازی و تحلیل سلسله‌مراتبی^۲ برای اولویت‌بندی راهکارها مورد استفاده قرار گرفتند. انتخاب این رویکرد به دلیل ماهیت اکتشافی موضوع و لزوم ارائه یک چارچوب بومی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در مناطق محروم انجام شد.

جامعه آماری در بخش کیفی شامل زنان کارآفرین اجتماعی، فعالان اجتماعی، اعضای سازمانهای مردم‌نهاد^۳ و کارشناسان محلی در حوزه زنان و کارآفرینی در چابهار بود. در مجموع ۱۵ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان شامل سابقه فعالیت در پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی، حضور در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد، یا تجربه در حوزه توانمندسازی زنان بود. برای تنوع دیدگاه‌ها، نمونه‌گیری هدفمند با حداکثر تنوع به کار گرفته شد تا افراد از گروه‌های سنی، سطوح تحصیلی، تجربه‌های شغلی و پیشینه‌های فرهنگی متفاوت انتخاب شوند. اشباع نظری در مصاحبه‌ها به‌طور شفاف بررسی شد؛ به گونه‌ای که پس از مصاحبه سیزدهم، کد جدیدی شناسایی نشد و دو مصاحبه پایانی صرفاً به تکرار یافته‌ها انجامید. این امر نشان‌دهنده دستیابی به اشباع نظری و کفایت داده‌ها برای تحلیل بود.

در مرحله کمی، جامعه پژوهش شامل خبرگان و متخصصانی بود که تجربه سیاست‌گذاری، مدیریت یا پژوهش در حوزه کارآفرینی اجتماعی زنان داشتند. تعداد ۱۸ خبره از طریق نمونه‌گیری هدفمند و روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. معیار انتخاب خبرگان شامل داشتن سابقه پژوهشی یا اجرایی بیش از پنج سال در حوزه کارآفرینی، مدیریت نهادهای حمایتی یا فعالیت اجتماعی مرتبط بود. این تعداد مطابق با پیشنهاد (هسو و سندفورد)^۴ ۲۰۰۷؛ اوکولی و پاولوفسکی^۵ (۲۰۰۴) برای مطالعات دلفی کفایت دارد.

1. Sequential Exploratory Strategy

2. Creswell & Plano Clark

3. AHP

4. NGO

5. Hsu & Sandford

6. Okoli & Pawlowski

برای گردآوری داده‌ها در فاز کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پرسش‌های باز طراحی شد تا امکان کشف دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان فراهم شود. کلیه مصاحبه‌ها ضبط، پیاده‌سازی و کدگذاری شدند. در فاز کمی، پرسشنامه‌های دلفی فازی برای دستیابی به اجماع میان خبرگان طراحی و اجرا گردید. همچنین، پرسشنامه‌های مقایسه زوجی بر مبنای طیف ۹ درجه‌ای ساعتی (ساعتی^۱؛ ۱۹۸۰) برای اولویت‌بندی نهایی عوامل استخراج‌شده از تحلیل تم استفاده شد. پیش از تکمیل پرسشنامه مقایسه زوجی (AHP)، یک جلسه آموزشی کوتاه برای آشنایی خبرگان با روش مقایسات زوجی برگزار شد.

در فاز کیفی داده‌ها با استفاده از روش تحلیل تم براون و کلارک (۲۰۰۶) در سه مرحله کدگذاری اولیه، شناسایی مضامین و استخراج تم‌های اصلی تحلیل شدند. در مجموع ۱۰۹ کد اولیه، ۱۶ زیرتم و ۴ تم اصلی شناسایی شد. در فاز کمی، داده‌های دلفی فازی با استفاده از رویکرد میانگین فازی و معیار اجماع (ضریب توافق کندال بیشتر از ۰٫۷ و دامنه فازی کمتر از ۰٫۲) تحلیل شدند. سپس داده‌های AHP با استفاده از نرم‌افزار اکسپرت چویز^۲ پردازش شد. شاخص سازگاری برای تمام ماتریس‌ها کمتر از ۰٫۱ به دست آمد که نشان‌دهنده سازگاری مناسب قضاوت‌ها است. یافته‌های فاز کیفی (کدها و مضامین استخراج‌شده) مستقیماً به عنوان ورودی طراحی پرسشنامه‌های دلفی فازی و AHP مورد استفاده قرار گرفتند. بدین ترتیب، مضامین کیفی مبنای شکل‌گیری معیارها و شاخص‌های کمی شدند.

۴. یافته‌ها

در این بخش، یافته‌های پژوهش که در دو مرحله کیفی و کمی به دست آمده‌اند، مورد بررسی قرار می‌گیرند. در گام نخست، با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون، دیدگاه‌ها و تجربیات جامعه آماری مورد تحلیل قرار گرفت تا راهکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار شناسایی شوند. فرآیند تحلیل مضمون در این پژوهش بر اساس رویکرد براون و کلارک^۳ (۲۰۰۶) در شش گام اصلی انجام شد^۱ (آشنایی اولیه با داده‌ها از طریق خوانش مکرر متن مصاحبه‌ها، ۲) استخراج کدهای اولیه (نمونه‌هایی مانند « ما زنانی داریم که علاقه دارن کار کنن، ولی بلد نیستن از کجا شروع کنن »، « وقتی یاد گرفتم چطور صحبت کنم و نظرمو بگم، تازه تونستم کارم رو گسترش بدم » و « آموزش حقوق شهروندی باید از مدارس و مساجد شروع بشه »)، ۳) جستجوی مضامین از طریق گروه‌بندی کدهای مشابه (برای مثال، تمامی کدهای مرتبط با توانمندسازی فردی و اجتماعی در یک تم کلی قرار گرفتند)، ۴) بازبینی مضامین و به‌روزرسانی ساختار آن‌ها، ۵) تعریف و نام‌گذاری مضامین نهایی، و ۶) نگارش گزارش نهایی تحلیل مضمون. در نتیجه این فرایند، از میان مصاحبه‌ها تعداد ۱۰۹ کد اولیه شناسایی شد. پس از تجمیع و پالایش، این کدها در قالب ۱۶ مضمون فرعی^۴ و نهایتاً در ۴ تم اصلی^۵ طبقه‌بندی گردیدند. تم‌های اصلی عبارت‌اند از: ۱. توانمندسازی فردی و اجتماعی، ۲. پشتیبانی نهادی و زیرساختی، ۳. تغییر نگرش فرهنگی و اجتماعی و ۴. هماهنگی و مشارکت بین نهادی. این یافته‌ها مبنای طراحی مرحله کیفی پژوهش قرار گرفتند. به منظور افزایش شفافیت، در جدول شماره ۲، نمونه‌ای از مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌های انجام‌شده با جامعه آماری به همراه

^۱. Saaty

^۲ Expert Choice

^۳ Braun & Clarke

^۴. Sub-themes

^۵. Main Themes

کدهای فرعی و تم‌های اصلی مرتبط ارائه شده است. جدول شامل کد، توضیح و نمونه‌ای از اظهارات مشارکت‌کنندگان است تا ارتباط داده‌ها با تحلیل روشن‌تر شود.

جدول ۲. نمونه‌ای از مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌های انجام‌شده با جامعه آماری به همراه کدهای فرعی و تم‌های اصلی

Table 2 presents examples of themes derived from interviews conducted with the study population, along with sub-codes and main themes.

تم اصلی	تم فرعی	نمونه متن مصاحبه (مصادیق کدها)	مصاحبه
توانمندسازی فردی و اجتماعی	آموزش حقوق شهروندی	زن‌ها تا وقتی ندونن چه حقوقی دارن، نمی‌تونن از فرصت‌ها استفاده کنن یا جلوی ظلم بایستن	مصاحبه ۳ (دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اجتماعی)
		ما بارها دیدیم زن‌ها از حق و حقوق خودشون بی‌خبرن. آموزش حقوق شهروندی باید از مدارس و مساجد شروع بشه	مصاحبه ۱۰ (کارشناس اورژانس اجتماعی)
		اگه بدونیم قانون از ما حمایت می‌کنه، اعتماد به نفسمون برای راه‌اندازی کار هم بیشتر می‌شه	مصاحبه ۱۴ (زن کارآفرین محلی)
	کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های مراقبتی (جسمی و روانی)	خیلی از زن‌ها اصلاً نمی‌دونن چطور از خودشون مراقبت کنن، چه جسمی چه روحی. باید اینو یادشون بدیم	مصاحبه ۱ (فعال اجتماعی)
		مهارت‌های مراقبتی به‌ویژه در حوزه بهداشت روان برای زنانی که مسئول چند نقش در خانه و جامعه هستن ضروریه	مصاحبه ۸ (مشاور خانواده)
		توانمندسازی واقعی از خودمراقبتی شروع می‌شه. اگه زن خودش رو فراموش کنه، نمی‌تونه کارآفرین بشه	مصاحبه ۱۲ (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی)
	کارگاه‌های برقراری روابط اجتماعی و تصمیم‌گیری	بعضی از زن‌ها حتی نمی‌تونن تو جلسات ساده حرف بزنن. باید بهشون مهارت بدیم که بتونن تصمیم بگیرن و ارتباط برقرار کنن	مصاحبه ۴ (کارشناس بهزیستی)
		وقتی یاد گرفتم چطور صحبت کنم و نظرمو بگم، تازه تونستم کارم رو گسترش بدم	مصاحبه ۷ (زن کارآفرین)
		ارتباط اجتماعی و مهارت تصمیم‌گیری توی موفقیت زنان توی فضای اقتصادی خیلی مؤثره. این مهارت‌ها باید آموزش داده بشن	مصاحبه ۱۵ (استاد دانشگاه)
	آموزش ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی	کاش کسی بود از اول بهم یاد می‌داد چطور یه کسب‌وکار کوچیک راه بندازم. خودم با آزمون و خطا جلو رفتم	مصاحبه ۲ (زن خانه‌دار فعال)
		ما زنانی داریم که علاقه دارن کار کنن، ولی بلد نیستن از کجا شروع کنن. آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار براشون الزامیه	مصاحبه ۶ (کارمند کمیته امداد)
		زن‌ها اغلب ایده دارن، ولی با مفاهیم مالی، بازار، فروش و تولید آشنا نیستن. آموزش‌های ساده ولی کاربردی باید برگزار بشه	مصاحبه ۱۱ (مشاور اشتغال زنان)
	بومی برای آموزش استفاده از معلمان و مربیان	معلم یا مربی اگه از خود مردم باشه، تأثیر آموزش چند برابر می‌شه. زن‌ها بهتر حرف می‌زنن و اعتماد می‌کنن	مصاحبه ۵ (امام جماعت و فعال مذهبی)
		وقتی خود ما بومی‌ها آموزش بدیم، هم به زبانشون نزدیک‌تریم، هم فرهنگشون رو درک می‌کنیم. آموزش غیربومی خیلی وقتا جواب نمی‌ده	مصاحبه ۹ (معلم دبستان در روستا)
		با توجه به دو زبانه بودن مردم، معلم بومی هم‌دلی ایجاد می‌کنه. ما تو کارگاه‌ها دیدیم که شرکت‌کننده‌ها با معلم‌های خودشون راحت‌ترن	مصاحبه ۱۳ (کارشناس آموزشی NGO)
	همکاری و مشارکت آموزش داده بشه	همکاری بین زن‌ها خیلی کمه. همه می‌خوان تنها کار کنن. باید فرهنگ همکاری و مشارکت آموزش داده بشه	مصاحبه ۱ (فعال اجتماعی)

جدول ۲. نمونه‌ای از مضامین استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده با جامعه آماری به همراه کدهای فرعی و تم‌های اصلی

Table 2 presents examples of themes derived from interviews conducted with the study population, along with sub-codes and main themes.

تم اصلی	تم فرعی	نمونه متن مصاحبه (مصادیق کدها)	مصاحبه
پشتیبانی نهادی و زیرساختی	خدمات حمایتی	وقتی زن‌ها با هم کار می‌کنن، اعتماد به نفسشون بیشتر می‌شه. تو گروه همدیگه رو حمایت می‌کنن	مصاحبه ۶ (کارمند نهاد حمایتی)
		ما دیدیم توی کارگاه‌هایی که کار گروهی بود، مشارکت زنان بیشتر شد و بهتر یاد گرفتن. باید این مدل رو گسترش بدیم	مصاحبه ۱۳ (فعال NGO محلی)
		نمی‌دونیم چطور باید برای وام یا کمک ثبت نام کنیم. هیچ کس درست توضیح نمی‌ده	مصاحبه ۲ (زن بی‌سرپرست)
	توسعه مراکز اورژانس اجتماعی	ما نیاز به بروشورها و راهنمایی‌های دقیق داریم تا زن‌ها بدونن چطور خدمات دریافت کنن	مصاحبه ۱۰ (کارشناس بهزیستی)
		تا وقتی روند دریافت حمایت مبهم باشه، زن‌ها دل‌سرد می‌شن و منصرف می‌شن	مصاحبه ۱۴ (زن کارآفرین)
		وجود اورژانس اجتماعی در مناطق مختلف خیلی مهمه تا زن‌ها احساس امنیت کنن	مصاحبه ۵ (امام جمعه محلی)
	توسعه آسپ‌دیده زنان	ما به مراکز بیشتری نیاز داریم، خیلی از مناطق تحت پوشش نیستن و این باعث محدودیت در دسترسی شده	مصاحبه ۹ (کارشناس اورژانس اجتماعی)
		باید تعداد مراکز افزایش پیدا کنه و خدماتش معرفی بشه. خیلی از زن‌ها اصلاً نمی‌دونن چنین مرکزی هست	مصاحبه ۱۳ (فعال اجتماعی)
		برای زن‌هایی که سرپناه ندارن، حتی فکر کردن به کارآفرینی غیرممکنه	مصاحبه ۱ (فعال اجتماعی)
	توسعه آسپ‌دیده زنان	زنان بی‌سرپرست و بدسرپرست نیاز به جایی دارن که امنیت اولیه براشون فراهم بشه تا بتونن برنامه‌ریزی کنن	مصاحبه ۷ (کارمند شهرداری)
		تسهیلاتی که وجود داره یا کوتاه‌مدته یا با بهره‌بالاست، زن‌ها نمی‌تونن ازش استفاده کنن	مصاحبه ۳ (دانشجو)
		وام کم‌بهره، اونم بلندمدت، تنها راه حمایت از زنانیه که می‌خوان کار رو شروع کنن ولی سرمایه ندارن	مصاحبه ۶ (کارشناس کمیته امداد)
	توسعه آسپ‌دیده زنان	ما تولید داریم ولی جایی برای فروش نیست. نمایشگاه‌ها بهترین فرصتن برای معرفی محصولات	مصاحبه ۴ (زن کارآفرین)
		اگه فرصت نمایش و فروش فراهم بشه، انگیزه زنان هم بیشتر می‌شه چون نتیجه کارشونو می‌بینن	مصاحبه ۱۱ (مشاور اشتغال)
		هیچ تضمینی نیست محصولاتمون فروش بره. اگه خرید تضمینی باشه، با خیال راحت‌تر تولید می‌کنیم	مصاحبه ۸ (زن تولیدکننده صنایع دستی)
	توسعه آسپ‌دیده زنان	خرید تضمینی انگیزه ایجاد می‌کنه و باعث پایداری فعالیت اقتصادی زنان می‌شه	مصاحبه ۱۵ (استاد دانشگاه)
		خیرین زیادی داریم ولی برنامه‌ای برای استفاده از ظرفیتشون در حمایت از زنان نیست	مصاحبه ۷ (کارشناس دفتر امور زنان فرمانداری)
		اگه کمک خیرین هدایت بشه، خیلی از پروژه‌های زنان می‌تونه تأمین مالی بشه	مصاحبه ۱۲ (کارشناس NGO)

جدول ۲. نمونه‌ای از مضامین استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده با جامعه آماری به همراه کدهای فرعی و تم‌های اصلی

Table 2 presents examples of themes derived from interviews conducted with the study population, along with sub-codes and main themes.

تم اصلی	تم فرعی	نمونه متن مصاحبه (مصادیق کدها)	مصاحبه
تغییر نگرش فرهنگی و اجتماعی	تدوین قوانین متناسب با شرایط بومی برای زنان آسیب‌پذیر	قوانین کلی جواب نمی‌ده. ما باید متناسب با شرایط محلی برای زنان قانون‌گذاری کنیم	مصاحبه ۶ (کارشناس کمیته امداد)
		قوانین حمایت از زنان نیاز به بازنگری دارد. خیلی‌ها به خاطر نقص قوانین از حمایت محروم	مصاحبه ۹ (کارشناس اورژانس اجتماعی)
	آموزش حقوق زنان به مردان	مردا باید بدون زن‌ها چه حقوقی دارن. آموزش توی مسجد خیلی تأثیر داره	مصاحبه ۵ (روحانی)
		آموزش مردها باعث می‌شه با کار زن‌ها مقابله نکنن و حتی حمایت کنن	مصاحبه ۱۰ (کارشناس فرهنگی)
	نمایش فیلم زنان موفق	وقتی فیلم زندگی زن‌های موفق رو دیدم، انگیزه گرفتم. این روش خیلی جواب می‌ده	مصاحبه ۲ (زن بی‌سرپرست)
		زنان چابهار باید الگو داشته باشن. فیلم می‌تونه تأثیرگذارترین ابزار باشه	مصاحبه ۱۳ (فعال اجتماعی)
	آگاه‌سازی عمومی درباره توانمندی‌های زنان	مردم فکر می‌کنن زن نمی‌تونه کار کنه. باید نشون بدیم که زن‌ها چقدر توانمند هستن	مصاحبه ۱ (فعال اجتماعی)
		اگه مردم بدونن زن‌ها چه توانایی‌هایی دارن، نگرششون عوض می‌شه	مصاحبه ۴ (زن کارآفرین)
	استفاده از تریبون‌های مذهبی برای تکریم زنان	باید از منبر و خطبه برای حمایت از زن‌ها استفاده کرد. مردم حرف امام جمعه رو جدی می‌گیرن	مصاحبه ۵ (امام مسجد)
		روحانی‌ها می‌تونن با چند جمله نگرش مردم رو تغییر بدن. باید از این تریبون‌ها استفاده کرد	مصاحبه ۸ (مشاور خانواده)
	برگزاری دوره‌های آموزشی در مدارس و مساجد	دخترها و پسرها باید از کودکی آموزش ببینن تا فرهنگ احترام به زن درونی بشه	مصاحبه ۷ (کارشناس دفتر امور زنان فرمانداری)
		مسجد و مدرسه بهترین جا برای آموزش نگرش‌های درست درباره زن‌هاست	مصاحبه ۱۱ (مشاور اشتغال)
	ترغیب خانواده‌ها به حمایت از زنان کارآفرین	خیلی از زن‌ها اجازه ندارن کار کنن. باید خانواده‌ها رو قانع کنیم که حمایت کنن	مصاحبه ۶ (کارشناس کمیته امداد)
		زن وقتی حمایت خانوادش رو داشته باشه، با قدرت بیشتری جلو می‌ره	مصاحبه ۱۲ (کارشناس NGO)
همانگی و مشارکت بین نهادی	مشارکت نهادهای دولتی و محلی در حمایت از زنان	اگه شایلات، بنادر و مناطق آزاد همکاری کنن، مشاغل دریایی برای زن‌ها ایجاد می‌شه	مصاحبه ۴ (کارشناس شایلات)
		نهادهای باید متحد بشن و یه نقشه راه مشترک برای حمایت از زنان طراحی کنن	مصاحبه ۹ (کارشناس اورژانس اجتماعی)
	استفاده از ظرفیت موسسات مردم‌نهاد	سازمان‌های مردم‌نهاد با زنان کار کردن و شناخت خوبی دارن. باید بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها وارد بشن	مصاحبه ۳ (دانشجو)
		خیلی از خدمات حمایتی بهتره از طریق NGO ها انجام بشه چون ارتباط بهتری با جامعه دارن	مصاحبه ۱۲ (کارشناس NGO)
	استفاده از ظرفیت منطقه آزاد چابهار	منطقه آزاد باید بخشی از پروژه‌هاش رو به زنان اختصاص بده. ظرفیت بزرگیه که هنوز استفاده نشده	مصاحبه ۱ (فعال اجتماعی)
		اگه منطقه آزاد زنان رو وارد زنجیره تولید کنه، تغییر بزرگی توی اقتصاد خانوار ایجاد می‌شه	مصاحبه ۷ (کارشناس دفتر امور زنان فرمانداری)

جدول ۲. نمونه‌ای از مضامین استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده با جامعه آماری به همراه کدهای فرعی و تم‌های اصلی

Table 2 presents examples of themes derived from interviews conducted with the study population, along with sub-codes and main themes.

تم اصلی	تم فرعی	نمونه متن مصاحبه (مصادیق کدها)	مصاحبه
	بستر سازی برای تشکیل تعاونی‌های زنانه	زنان آگاه کنار هم باشن تو تعاونی‌ها، هم اعتماد به نفس بیشتری دارن، هم قدرت چانه‌زنی	مصاحبه ۶ (کارشناس کمیته امداد)
		تجربه ما توی تشکیل تعاونی نشون داد زن‌ها وقتی با هم باشن، موفق‌ترن	مصاحبه ۱۳ (فعال اجتماعی)
	تأمین مالی پروژه‌ها با مدل مشارکتی	آگاه چند نهاد با هم یک پروژه مالی برای زنان تعریف کنن، خیلی زودتر به نتیجه می‌رسه	مصاحبه ۲ (زن بی‌سرپرست)
		همکاری نهادها برای تأمین مالی لازمه. هیچ نهادی به تنهایی نمی‌تونه این بار رو برداره	مصاحبه ۱۵ (استاد دانشگاه)

برای اطمینان از اعتبار (روایی) و قابلیت اعتماد (پایایی) یافته‌های بخش کیفی پژوهش، اقدامات متعددی در فرآیند گردآوری و تحلیل داده‌ها صورت گرفت. به منظور افزایش اعتبار یافته‌ها، از راهبردهای زیر استفاده شد:

۱. تنوع مشارکت‌کنندگان: انتخاب مشارکت‌کنندگان با پیش‌زمینه‌های متفاوت (کارآفرینان اجتماعی زن، کارشناسان توسعه محلی، و نمایندگان نهادهای حمایتی و ...) با هدف پوشش طیف متنوعی از دیدگاه‌ها و تجربیات.
 ۲. بازبینی مشارکت‌کنندگان: پس از تحلیل اولیه داده‌ها، گزاره‌ها و تم‌های استخراج شده به شرکت‌کنندگان بازگردانده شد تا نظرات خود را درباره صحت و دقت برداشت پژوهشگر اعلام کنند. این اقدام منجر به تأیید اولیه و تقویت روایی تحلیل گردید.
 ۳. توصیف غنی و دقیق: نقل قول‌های مستقیم از مصاحبه‌شوندگان در تحلیل نهایی ارائه شد تا خواننده بتواند با زمینه و محتوای صحبت‌ها ارتباط برقرار کند و میزان اعتبار نتایج را شخصاً ارزیابی نماید.
 ۴. مقایسه مستمر داده‌ها: در طول تحلیل داده‌ها، کدها و مفاهیم جدید به طور مستمر با کدهای پیشین مقایسه و بررسی شدند تا انسجام نظری و هم‌پوشانی میان مضامین تضمین شود.
- به منظور اطمینان از اعتبار داده‌های کیفی، پایایی کدگذاری از طریق توافق بین دو کدگذار مستقل، مورد ارزیابی قرار گرفت. بدین منظور، چهار مصاحبه به طور تصادفی انتخاب و توسط دو کدگذار آموزش دیده بر اساس چارچوب تحلیل تم براون و کلارک (۲۰۰۶) به طور مستقل کدگذاری شد. میزان توافق بین دو کدگذار با استفاده از ضریب کاپا^۱ از طریق فرمول زیر محاسبه گردید:

$$Kappa = (Po - Pe) / (1 - Pe)$$

که در آن:

Po: نسبت توافق مشاهده شده بین دو کدگذار،

Pe: نسبت توافق مورد انتظار بر اساس شانس

توافق بین کدگذاران در جدول شماره ۳ نشان داده شده است:

^۱. Cohen's Kappa

جدول ۳. جدول توافق بین کدگذاران

Table 3: Inter-coder agreement table

مجموع	کدگذار دوم: تخصیص کد نشده ^۱	کدگذار دوم: تخصیص کد شده ^۱	
35	3	32	کدگذار اول: تخصیص کد شده
25	21	4	کدگذار اول: تخصیص کد نشده
60	24	36	مجموع

بر اساس محاسبات انجام شده، ضریب کاپا برابر با ۰.۸۴، به دست آمد که بر اساس دسته‌بندی لندیس و کوک^۳ (۱۹۷۷) در سطح "بسیار خوب" قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که کدگذاری داده‌ها از پایایی مناسبی برخوردار بوده و یافته‌های کیفی پژوهش از اعتبار بالایی برخوردار هستند.

پس از تحلیل تماتیک، پرسشنامه‌ی دلفی فازی در دو دور برای ۱۸ خبره اجرا شد. در این مرحله، نظرات خبرگان که در قالب متغیرهای کلامی (مثلاً «کاملاً موافقم» یا «کم اهمیت») بیان شده بودند، با استفاده از اعداد فازی مثلثی^۴ مدل‌سازی شدند. یک عدد فازی مثلثی به صورت $\tilde{A} = (l, m, u)$ تعریف می‌شود که در آن (l) کران پایین، (m) مقدار محتمل‌ترین (وسط) و (u) کران بالای نظر خبره است (هسو و سندفورد، ۲۰۰۷؛ اوکولی و پاولوفسکی، ۲۰۰۴). برای تجمیع نظرات (n) خبره، از میانگین فازی استفاده شد. اگر نظر هر خبره به صورت $\tilde{A}_i = (l_i, m_i, u_i)$ باشد، میانگین فازی نظرات ($\tilde{A}_m$) به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$\tilde{A}_m = (\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n l_i, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n m_i, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n u_i)$$

پس از محاسبه میانگین فازی، برای محاسبه دامنه فازی (که به عنوان یکی از معیارهای سنجش اجماع استفاده می‌شود)، اختلاف بین کران‌های بالا و پایین میانگین فازی محاسبه می‌گردد. دامنه فازی (R) برای هر گویه از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$R = u_i - l_i$$

که در آن (u_i) و (l_i) به ترتیب کران بالای میانگین فازی و کران پایین میانگین فازی هستند. هرچه دامنه فازی کوچک‌تر باشد، نشان‌دهنده‌ی اجماع بیشتر میان نظرات خبرگان است (هسو و سندفورد، ۲۰۰۷). در این پژوهش، معیار اجماع برای دامنه فازی، مقداری کمتر از ۰.۲ تعیین شده بود.

در دور اول دلفی فازی، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۵ گویه (که از تحلیل تماتیک مرحله کیفی استخراج شده بود) با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت فازی در اختیار ۱۸ خبره قرار گرفت. پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها و انجام محاسبات فازی، نتایج زیر حاصل شد:

^۱ تخصیص کد شده: یعنی وقتی کدگذار به یک بخش از متن (مثلاً یک جمله یا یک پاراگراف از مصاحبه) یک کد مفهومی اختصاص می‌دهد. یعنی می‌گوید: «این قسمت مصاحبه مربوط به فلان مفهوم است» و برایش یک برچسب (کد) انتخاب می‌کند.

^۲ تخصیص کد نشده: یعنی وقتی کدگذار به آن قسمت از متن هیچ کدی نمی‌دهد. یعنی تشخیص می‌دهد که آن قسمت به هیچ‌کدام از مفاهیم مدنظر ما مربوط نمی‌شود یا ارتباط معناداری ندارد، پس آن را بدون کد رها می‌کند.

^۳ Landis & Koch

^۴ Triangular Fuzzy Numbers - TFN

^۵ Hsu & Sandford

^۶ Okoli & Pawlowski

۱- محاسبه دامنه فازی و مقدار دی‌فازی شده برای هر گویه: برای هر یک از ۲۵ گویه، میانگین فازی و سپس دامنه فازی (R) و مقدار قطعی (دی‌فازی شده) با استفاده از فرمول مرکز ثقل $S = \frac{l+2m+u}{4}$ محاسبه گردید.

۲- بررسی معیارهای اجماع: دو معیار برای اجماع در نظر گرفته شده بود: (الف) دامنه فازی کمتر از ۰,۲ و (ب) ضریب توافق کندال بالاتر از ۰,۷.

دور اول: پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۵ گویه (که از تحلیل تماتیک مرحله کیفی استخراج شده بود) با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت فازی در اختیار ۱۸ خبره قرار گرفت. پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها، میانگین فازی، دامنه فازی و مقدار دی‌فازی شده برای هر ۲۵ گویه محاسبه گردید. در دور اول؛ اگرچه بسیاری از گویه‌ها به معیار اجماع نزدیک بودند، اما چند گویه دامنه فازی کمی بالاتر از ۰,۲ داشتند و ضریب توافق کندال برای کل مجموعه در دور اول برابر با ۰,۶۸ محاسبه شد که مقداری پایین‌تر از آستانه ۰,۷ بود. بنابراین، نیاز به اجرای دور دوم احساس شد.

دور دوم: بازخورد کنترل‌شده (شامل میانگین گروهی، دامنه پاسخ‌ها و مقدار دی‌فازی شده هر گویه در دور اول) به خبرگان ارائه شد تا در صورت تمایل، نظرات خود را با توجه به دیدگاه سایر اعضا بازبینی کنند. پس از جمع‌آوری پاسخ‌های دور دوم، محاسبات فازی مجدداً انجام شد. در دور دوم؛ دامنه فازی برای تمامی ۲۵ گویه کمتر از ۰,۲ به دست آمد. ضریب توافق کندال برای کل مجموعه در دور دوم برابر با ۰,۷۸ محاسبه شد، که در سطح «اجماع قوی» قرار می‌گیرد (لاندیس و کخ، ۱۹۹۷). بنابراین، هیچ گویه‌ای حذف نشد و تمامی ۲۵ گویه به‌عنوان مقوله‌های نهایی تأیید و مبنای طراحی پرسشنامه‌های مقایسه زوجی در مرحله بعدی پژوهش قرار گرفتند. از آنجا که در دور دوم همه ۲۵ گویه هر دو شرط اجماع (دامنه فازی کمتر از ۰,۲ و ضریب کندال بیشتر از ۰,۷) را دارا بودند، نیاز به دور سوم نبود. جدول شماره ۴ خلاصه وضعیت گویه‌ها در دو دور دلفی فازی را نشان می‌دهد.

جدول ۴: خلاصه وضعیت گویه‌ها در دو دور دلفی فازی

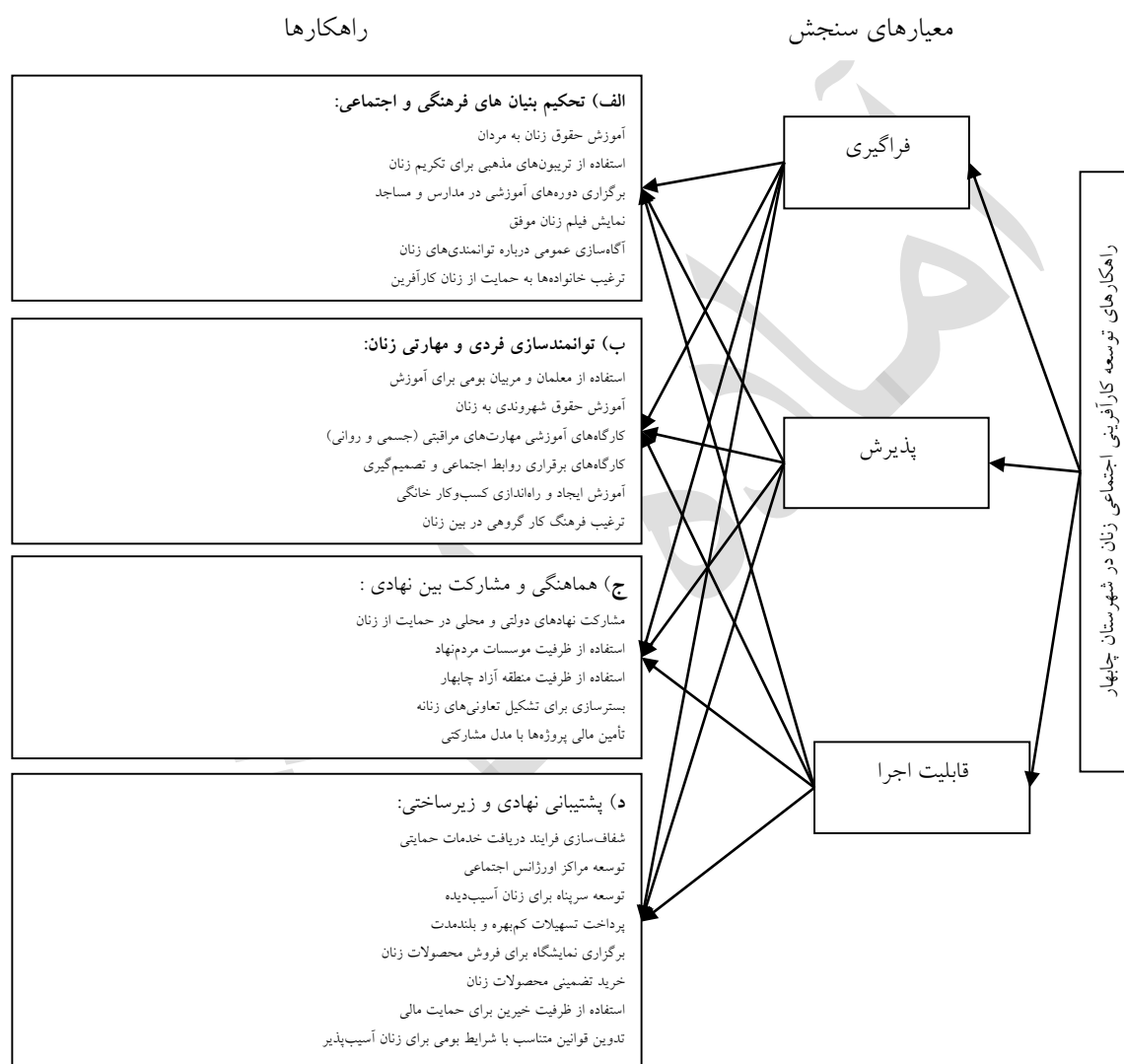
Table 4: Summary of the status of items across the two rounds of the fuzzy Delphi method.

شاخص	دور اول	دور دوم	تفسیر
تعداد گویه‌های ورودی	25	25	بدون تغییر
تعداد گویه‌های حذف شده	0	0	هیچ گویه‌ای حذف نشد
تعداد گویه‌های اصلاح شده	0	0	بازبینی نظرات توسط خبرگان
میانگین دامنه فازی	کمی بالاتر از ۰,۲ در برخی گویه‌ها	کمتر از ۰,۲ در همه گویه‌ها	اجماع کامل در دور دوم
ضریب توافق کندال	0.68	0.78	اجماع قوی در دور دوم
نیاز به دور سوم	بله (احتمال)	خیر	اجماع حاصل شد

در بخش دوم پژوهش، به منظور اولویت‌بندی راهکارهای شناسایی شده در مرحله کیفی، از روش تحلیل سلسله‌مراتبی بهره گرفته شد. جامعه آماری این مرحله، همان جامعه هدف در مرحله کیفی بود. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند انجام گرفت و تعداد ۱۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که از این تعداد، ۸ نفر نیز در مرحله کیفی مشارکت داشتند.

^۱. Landis & Koch

انتخاب این افراد با توجه به آشنایی قبلی با موضوع، دارا بودن تخصص و تجربه مرتبط صورت پذیرفت. داده‌های این مرحله از طریق پرسشنامه مقایسات زوجی بر مبنای معیارهای استخراج‌شده از تحلیل تماتیک گردآوری شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها، با بهره‌گیری از روش تحلیل سلسله‌مراتبی، وزن نسبی و اولویت راهکارها محاسبه و نتایج در ادامه ارائه گردیده است. درخت تحلیل سلسله‌مراتبی پژوهش به شرح شکل شماره ۲ می‌باشد.



شکل ۲. درخت تحلیل سلسله‌مراتبی

Figure 2: Hierarchical analysis tree

منبع: (نویسندگان، ۱۴۰۴)

یکی از مراحل کلیدی در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، انجام مقایسات زوجی برای استخراج نتایج است. نکته حائز اهمیت در این فرآیند، حفظ سازگاری میان قضاوت‌های پاسخ‌دهندگان در این مقایسات است. در تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی، ماتریس‌های مقایسات زوجی باید دارای سازگاری منطقی باشند. یکی از مزایای این روش، امکان ارزیابی میزان سازگاری در قضاوت‌های انجام‌شده برای تعیین ضرایب اهمیت معیارها و زیرمعیارها است. به عبارت دیگر، در فرآیند تشکیل ماتریس مقایسات زوجی، میزان سازگاری در قضاوت‌ها سنجیده می‌شود. برای این منظور،

ساعتی مکانیسمی را برای بررسی ناسازگاری در قضاوت‌ها ارائه کرده است که بر اساس محاسبه ضریب ناسازگاری عمل می‌کند. این ضریب از تقسیم شاخص ناسازگاری بر شاخص تصادفی بودن به دست می‌آید. اگر مقدار این ضریب کمتر یا مساوی ۰/۱ باشد، قضاوت‌ها از سازگاری مطلوبی برخوردارند؛ در غیر این صورت، لازم است تجدیدنظر در قضاوت‌ها صورت گیرد (دل بهاری و عابدی، ۱۳۹۶). با توجه به اینکه در این پژوهش میزان ناسازگاری در تمام مقایسه‌ها کمتر از ۰/۱ می‌باشد، نشان دهنده آن است که قضاوت‌ها از سازگاری مطلوبی برخوردارند. جدول شماره ۵ وزن و اولویت شاخص‌های مقایسه راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار را نشان می‌دهد.

جدول ۵. وزن و اولویت شاخص‌های مقایسه راهکارها

Table 5: Weights and priorities of criteria for comparing solutions

رتبه	وزن ها	فراگیری	پذیرش	قابلیت اجرا	
دوم	0.1833	1	7	0.125	فراگیری
سوم	0.0500	0.1428	1	0.125	پذیرش
اول	0.7666	8	8	1	قابلیت اجرا
نرخ ناسازگاری: 0.03					

جدول شماره ۶ راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار و نماد هر کدام در تحلیل‌های سلسله مراتبی را نشان می‌دهد.

جدول ۶. راهکار توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار و نماد آنها در تحلیل

Table 6: Strategies for developing social entrepreneurship in Chabahar County and their corresponding analytical symbols.

نماد	راهکارهای فرعی هر تم اصلی	نماد	راهکار توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار
A1	آموزش حقوق زنان به مردان	A	تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی
A2	استفاده از تریبون‌های مذهبی برای تکریم زنان		
A3	برگزاری دوره‌های آموزشی در مدارس و مساجد		
A4	نمایش فیلم زنان موفق		
A5	آگاه‌سازی عمومی درباره توانمندی‌های زنان		
A6	ترغیب خانواده‌ها به حمایت از زنان کارآفرین		
B1	مشارکت نهادهای دولتی و محلی در حمایت از زنان	B	هماهنگی و مشارکت بین نهادهای
B2	استفاده از ظرفیت موسسات مردم‌نهاد		
B3	استفاده از ظرفیت منطقه آزاد چابهار		
B4	بسترسازی برای تشکیل تعاونی‌های زنانه		
B5	تأمین مالی پروژه‌ها با مدل مشارکتی		
C1	شفاف‌سازی فرایند دریافت خدمات حمایتی	C	پشتیبانی نهادهای و زیرساختی
C2	توسعه مراکز اورژانس اجتماعی		
C3	توسعه سرپناه برای زنان آسیب‌دیده		
C4	پرداخت تسهیلات کم‌بهره و بلندمدت		

C5	برگزاری نمایشگاه برای فروش محصولات زنان		
C6	خرید تضمینی محصولات زنان		
C7	استفاده از ظرفیت خیرین برای حمایت مالی		
C8	تدوین قوانین متناسب با شرایط بومی برای زنان آسیب پذیر		
D1	استفاده از معلمان و مربیان بومی برای آموزش	D	توانمندسازی فردی و مهارتی زنان
D2	آموزش حقوق شهروندی به زنان		
D3	کارگاه های آموزشی مهارت های مراقبتی (جسمی و روانی)		
D4	کارگاه های برقراری روابط اجتماعی و تصمیم گیری		
D5	آموزش ایجاد و راه اندازی کسب و کار خانگی		
D6	ترغیب فرهنگ کار گروهی در بین زنان		

جدول شماره ۷: وزن و اولویت بندی چهار راهکار توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار بر اساس شاخص های فراگیری، پذیرش و اجرا را نشان می دهد.

جدول ۷. وزن و اولویت بندی چهار راهکار توسعه کارآفرینی اجتماعی در شهرستان چابهار بر اساس شاخص های فراگیری، پذیرش و اجرا

Table 7: Weighting and prioritization of four strategies for social entrepreneurship development in Chabahar County based on the indicators of inclusiveness, acceptance, and implementation.

شاخص هر سه		شاخص اجرا				شاخص پذیرش				شاخص فراگیری			
رتبه	وزن نهایی	رتبه	وزن	D	C	B	A	رتبه	وزن	D	C	B	A
1	0/351	1	0/181	0/215	0/111	8	1	2	0/281	7	0/12	8	1
4	0/139	0/125	0/190	7	0/125	1	0/125	3	0/219	0/125	7	0/125	4
2	0/293	9	0/399	1	1	8	9	1	0/326	7	1	0/142	8
3	0/217	8	0/223	1	1	0/142	8	4	0/172	1	0/142	7	0/142
		نرخ ناسازگاری: 0/01				نرخ ناسازگاری: 0/01				نرخ ناسازگاری: 0/03			

راهکار تحکیم بنیان های فرهنگی و اجتماعی با بالاترین وزن ترکیبی (۰,۳۵۱)، مهم ترین و اثرگذارترین عامل در توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در چابهار شناخته شده است. دلیل آن، می تواند تأثیر عمیق باورهای سنتی و هنجارهای قبیله ای در محدودسازی یا تسهیل مشارکت اقتصادی زنان باشد. بدون تغییر این نگرش ها، سایر سیاست ها و حمایت ها اثربخشی محدودی خواهند داشت. پشتیبانی نهادی و زیرساختی در رتبه دوم قرار گرفت. این امر نشان می دهد که در کنار تغییر نگرش، وجود حمایت های قانونی، مالی و بازاری اهمیت ویژه ای دارد. توانمندسازی فردی و مهارتی رتبه سوم را کسب کرد. اگرچه آموزش های مهارتی ضروری اند، اما در فقدان بستر فرهنگی و نهادی مناسب، زنان نمی توانند از این مهارت ها برای توسعه پایدار استفاده کنند. هماهنگی و مشارکت بین نهادی در رتبه چهارم قرار گرفت. این امر می تواند ناشی از تجربه های منفی گذشته در خصوص عدم هم افزایی نهادهای محلی باشد که اعتماد عمومی را کاهش داده است.

تفسیر نتایج تحلیل سلسله‌مراتبی مستلزم درک تمایز میان سه سطح از وزن‌هاست: وزن محلی، اولویت هر زیرمعیار را در میان هم‌گروه‌های خود نشان می‌دهد و صرفاً برای مقایسه‌های درون‌گروهی معنا دارد؛ وزن نهایی، که از ضرب وزن محلی در وزن تم اصلی حاصل می‌شود، اهمیت مطلق هر زیرمعیار را در کل مجموعه‌ی ۲۵ زیرمعیار پژوهش آشکار می‌سازد؛ و رتبه‌بندی کلی، بر اساس وزن نهایی، ترتیب نهایی اولویت‌ها را مشخص می‌کند و راهنمای عملی برای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع فراهم می‌آورد. برای مثال، اگرچه زیرمعیار "آموزش ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی (D5)" با وزن محلی ۰/۲۹۱ در گروه توانمندسازی فردی در صدر قرار دارد، اما وزن نهایی آن (۰/۰۶۳) نشان می‌دهد که در سطح کلی، این زیرمعیار در رتبه‌ی ششم قرار می‌گیرد که بیانگر نیاز به توجه هم‌زمان به سایر زیرمعیارهای با اولویت بالاتر در سیاست‌گذاری است.

در جدول ۸، وزن‌های محلی (حاکمی از اولویت درون‌گروهی) و وزن‌های نهایی (نشان‌دهنده‌ی اهمیت مطلق در کل پژوهش) همراه با رتبه‌بندی متناظر، برای زیرمعیارهای توانمندسازی فردی و مهارتی زنان در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار ارائه شده است.

جدول ۸. وزن و اولویت‌بندی راهکارهای فرعی توانمندسازی فردی و مهارتی زنان
Table 8: Weighting and Prioritization of Sub-strategies for Women's Individual and Skill Empowerment

رتبه کلی	وزن نهایی	رتبه محلی	وزن محلی	D6	D5	D4	D3	D2	D1	
14	0/031	چهارم	0/143	7	0.142	0/142	0/125	7	1	D1
19	0/018	ششم	0/084	0/142	0/142	7	0/142	1	0/142	D2
15	0/028	پنجم	0/128	0/142	0/125	0/142	1	7	8	D3
13	0/034	سوم	0/156	0/125	1	1	7	0/142	7	D4
6	0/063	اول	0/291	7	1	1	8	7	7	D5
10	0/043	دوم	0/196	1	0/142	8	7	7	0/142	D6
نرخ ناسازگاری: 0/03										

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که زیرمعیار "آموزش ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی" با وزن محلی ۰/۲۹۱، بالاترین اولویت درون‌گروهی را دارد و با وزن نهایی ۰/۰۶۳ در رتبه‌ی ششم کلی قرار می‌گیرد. این نتیجه نشان می‌دهد که زنان به دلیل محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، فعالیت اقتصادی را بیشتر در فضای خانگی امکان‌پذیر می‌دانند. "ترغیب فرهنگ کار گروهی" (۰/۱۹۶) و "کارگاه‌های روابط اجتماعی و تصمیم‌گیری" (۰/۱۵۶) در رتبه‌های بعدی قرار دارند که بیانگر نیاز به مهارت‌های نرم و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی است. پایین‌ترین رتبه به "آموزش حقوق شهروندی" (۰/۰۸۴) که نشان‌دهنده آن است که زنان در مرحله فعلی بیش از حقوق قانونی، به دنبال مهارت‌های کاربردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار هستند.

جدول شماره ۹ اولویت‌بندی محلی و کلی زیرمعیارهای راهکارهای فرعی تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار را با وزن‌های متناظر، نشان می‌دهد.

جدول ۹. وزن و اولویت‌بندی راهکارهای فرعی تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی

Table 9: Weighting and Prioritization of Sub-strategies for Strengthening Cultural and Social Foundations

رتبه کلی	وزن نهایی	رتبه محلی	وزن محلی	A6	A5	A4	A3	A2	A1	
20	0/006	پنجم	0/018	0/142	0/125	7	0/125	1	1	A1
2	0/086	دوم	0/244	0/166	0/166	8	7	8	8	A2
1	0/110	اول	0/314	8	8	7	1	8	8	A3
24	0/004	ششم	0/011	0/142	0/125	1	0/142	0/142	0/142	A4
7	0/066	چهارم	0/188	1	1	8	0/125	8	8	A5
5	0/067	سوم	0/191	1	1	7	0/125	8	7	A6
نرخ ناسازگاری: 0/1										

بر اساس جدول ۹، "برگزاری دوره‌های آموزشی در مدارس و مساجد" با وزن محلی ۰/۳۱۴ و وزن نهایی ۰/۱۱۰، در صدر اولویت محلی و کلی (رتبه‌ی اول) قرار دارد. دلیل این امر، جایگاه اجتماعی نهادهای آموزشی و مذهبی در چابهار است که می‌توانند نگرش نسل جوان و خانواده‌ها را نسبت به نقش زنان تغییر دهند. "استفاده از تربیون‌های مذهبی برای تکریم زنان" با وزن محلی ۰/۲۴۴ و وزن نهایی ۰/۰۸۶ در رتبه‌ی دوم محلی و دوم کلی قرار می‌گیرد. "ترغیب خانواده‌ها به حمایت از زنان کارآفرین" (۰/۱۹۱) در رتبه‌ی سوم محلی و پنجم کلی، بر اهمیت ساختار خانواده تأکید دارد. در مقابل، "نمایش فیلم زنان موفق" و "آموزش حقوق زنان به مردان" با وزن‌های نهایی ۰/۰۰۴ و ۰/۰۰۶، در پایین‌ترین رتبه‌های کلی قرار دارند که می‌تواند ناشی از محدودیت‌های دسترسی به رسانه یا مقاومت‌های سنتی باشد.

جدول شماره ۱۰ اولویت‌بندی محلی و کلی زیرمعیارهای راهکارهای فرعی پشتیبانی نهادی و زیرساختی در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار را با وزن‌های متناظر، نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. وزن و اولویت‌بندی راهکارهای فرعی پشتیبانی نهادی و زیرساختی

Table 10: Weighting and Prioritization of Sub-strategies for Institutional and Infrastructural Support

رتبه کلی	وزن نهایی	رتبه محلی	وزن محلی	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	
17	0/032	پنجم	0/110	1	7	0/142	0/142	1	8	8	1	C1
25	0/003	هشتم	0/010	0/166	0/142	0/142	0/142	۰/۱۶۶۶	1	1	0/125	C2
22	0/006	هفتم	0/020	1	0/125	0/142	۰/۱۶۶۶	0/125	1	1	0/125	C3
18	0/025	ششم	0/086	0/125	0/142	7	0/142	1	8	6	1	C4
4	0/076	اول	0/260	8	0/142	7	1	7	6	7	7	C5
12	0/041	چهارم	0/139	0/142	7	1	0/142	0/142	7	7	7	C6
11	0/050	سوم	0/169	0/125	1	0/142	7	7	8	7	0/142	C7
8	0/059	دوم	0/202	1	8	7	0/125	8	1	6	1	C8
نرخ ناسازگاری: 0/1												

یافته‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد که "برگزاری نمایشگاه برای فروش محصولات زنان" با وزن محلی ۰/۲۶۰ و وزن نهایی ۰/۰۷۶، بالاترین اولویت محلی و رتبه‌ی چهارم کلی را دارد. "تدوین قوانین متناسب با شرایط بومی" با وزن

محلی ۰/۲۰۲ و وزن نهایی ۰/۰۵۹ در رتبه‌ی دوم محلی و هشتم کلی قرار گرفته است که بیانگر نیاز زنان به دسترسی به بازار و حمایت قانونی شفاف است. "استفاده از ظرفیت خیرین" (۰/۱۶۹) و "خرید تضمینی محصولات" (۰/۱۳۹) به ترتیب در رتبه‌های سوم و چهارم محلی و یازدهم و دوازدهم کلی جای دارند. "توسعه مراکز اورژانس اجتماعی" و "توسعه سرپناه" با وزن‌های نهایی ۰/۰۰۳ و ۰/۰۰۶، در پایین‌ترین رتبه‌ها قرار گرفته‌اند، این امر به معنای کم‌اهمیتی این شاخص‌ها نیست، بلکه بیانگر آن است که زنان مشارکت‌کننده در پژوهش بیش از هرچیز دغدغه بازار و قوانین حمایتی داشتند.

جدول شماره ۱۱ اولویت‌بندی محلی و کلی زیرمعیارهای راهکارهای فرعی هماهنگی و مشارکت بین نهادی در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار را با وزن‌های متناظر، نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. وزن و اولویت‌بندی راهکارهای فرعی هماهنگی و مشارکت بین نهادی هماهنگی و مشارکت بین نهادی
Table 11: Weighting and Prioritization of Sub-strategies for Inter-institutional Coordination and Participation

رتبه کلی	وزن نهایی	رتبه محلی	وزن محلی	B	B4	B3	B2	B1	
3	0/083	اول	0/599	9	9	9	7	1	B1
21	0/008	چهارم	0/056	1	0/142	1	1	0/142	B2
23	0/004	پنجم	0/029	0/166	0/142	1	1	0/111	B3
16	0/017	سوم	0/119	0/142	1	7	7	0/111	B4
9	0/027	دوم	0/195	1	7	6	1	0/111	B5
نرخ ناسازگاری: 0/1									

نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد که "مشارکت نهادهای دولتی و محلی" با وزن محلی ۰/۵۹۹ و وزن نهایی ۰/۰۸۳، بالاترین اولویت محلی و رتبه‌ی سوم کلی را دارد که بیانگر انتظار زنان از حاکمیت محلی است. "تأمین مالی پروژه‌ها با مدل مشارکتی" با وزن محلی ۰/۱۹۵ و وزن نهایی ۰/۰۲۷ در رتبه‌ی دوم محلی و نهم کلی قرار می‌گیرد. در مقابل، "استفاده از ظرفیت منطقه آزاد چابهار" و "استفاده از ظرفیت مؤسسات مردم‌نهاد" با وزن‌های نهایی ۰/۰۰۴ و ۰/۰۰۸، در رتبه‌های ۲۳ و ۲۱ کلی جای گرفته‌اند که می‌تواند ناشی، از ضعف اعتماد عمومی به این نهادها یا تجربه‌های ناکام پیشین باشد.

جدول ۱۲ وزن محلی، وزن نهایی و رتبه کلی ۲۵ زیرمعیار توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲: وزن محلی، وزن نهایی و رتبه کلی ۲۵ زیرمعیار توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار

Table 12: Local weight, final weight, and overall rank of 25 sub-criteria for women's social entrepreneurship development in Chabahar County.

رتبه کلی	وزن نهایی	وزن محلی	وزن تم اصلی	زیرمعیار	نماد
1	0.110	0.314	0.351	برگزاری دوره‌های آموزشی در مدارس و مساجد	A3
2	0.086	0.244	0.351	استفاده از تریبون‌های مذهبی برای تکریم زنان	A2
3	0.083	0.599	0.139	مشارکت نهادهای دولتی و محلی در حمایت از زنان	B1
4	0.076	0.260	0.293	برگزاری نمایشگاه برای فروش محصولات زنان	C5
5	0.067	0.191	0.351	ترغیب خانواده‌ها به حمایت از زنان کارآفرین	A6
6	0.066	0.188	0.351	آگاه‌سازی عمومی درباره توانمندی‌های زنان	A5
7	0.063	0.291	0.217	آموزش ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی	D5
8	0.059	0.202	0.293	تدوین قوانین متناسب با شرایط بومی برای زنان آسیب‌پذیر	C8
9	0.050	0.169	0.293	استفاده از ظرفیت خیرین برای حمایت مالی	C7
10	0.043	0.196	0.217	ترغیب فرهنگ کار گروهی در بین زنان	D6
11	0.041	0.139	0.293	خرید تضمینی محصولات زنان	C6
12	0.034	0.156	0.217	کارگاه‌های برقراری روابط اجتماعی و تصمیم‌گیری	D4
13	0.032	0.110	0.293	شفاف‌سازی فرایند دریافت خدمات حمایتی	C1
14	0.031	0.143	0.217	استفاده از معلمان و مربیان بومی برای آموزش	D1
15	0.028	0.128	0.217	کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های مراقبتی (جسمی و روانی)	D3
16	0.027	0.195	0.139	تأمین مالی پروژه‌ها با مدل مشارکتی	B5
17	0.025	0.086	0.293	پرداخت تسهیلات کم‌بهره و بلندمدت	C4
18	0.018	0.084	0.217	آموزش حقوق شهروندی به زنان	D2
19	0.017	0.119	0.139	بسترسازی برای تشکیل تعاونی‌های زنانه	B4
20	0.008	0.056	0.139	استفاده از ظرفیت مؤسسات مردم‌نهاد	B2
21	0.006	0.018	0.351	آموزش حقوق زنان به مردان	A1
22	0.006	0.020	0.239	توسعه سرپناه برای زنان آسیب‌دیده	C3
23	0.004	0.029	0.139	استفاده از ظرفیت منطقه آزاد چابهار	B3
24	0.004	0.011	0.351	نمایش فیلم زنان موفق	A4
25	0.003	0.010	0.293	توسعه مراکز اورژانس اجتماعی	C2

منبع: یافته‌های مرحله کمی پژوهش و جدول‌های ۷ تا ۱۱ مقاله. وزن‌های نهایی بر مبنای وزن‌های محلی و وزن تم

اصلی محاسبه و به سه رقم اعشار گرد شده‌اند. رتبه‌ها در این جدول بر اساس مقادیر وزن نهایی محاسبه شده‌اند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر، با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته (تحلیل تم کیفی و تحلیل سلسله‌مراتبی)، تصویری جامع از اولویت راهکارهای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار ارائه می‌دهد. بر اساس تلفیق سه شاخص

«قابلیت اجرا»، «پذیرش اجتماعی»، و «فراگیری»، راهکار «تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی» مهم‌ترین اولویت برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار است و پس از آن «پشتیبانی نهادی و زیرساختی»، «توانمندسازی فردی و مهارتی» و «هماهنگی و مشارکت بین‌نهادی» قرار دارند. این نتایج، ضمن همخوانی با برخی مطالعات پیشین، در مواردی نیز چالش‌هایی جدی برای ادبیات موجود مطرح می‌کند. مطابق با یافته‌های جونگ و یو^۱ (۲۰۲۲) سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی بستر حیاتی برای کنش‌های اقتصادی پایدار هستند. ارشادی و همکاران (۱۳۹۹) نیز در پژوهش خود بر نقش پررنگ باورهای فرهنگی در ممانعت از ورود زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید کردند، صفری‌شالی (۱۳۸۵) نیز، سرمایه اجتماعی و پذیرش فرهنگی، را به عنوان پیشران مشارکت زنان در کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی معرفی می‌کند. نیوا^۲ (۲۰۱۵) و بوردیو^۳ (۱۹۸۶) هم معتقدند که سرمایه فرهنگی و اجتماعی در بسترهای سنتی، یا می‌تواند تسهیل‌گر توانمندسازی باشد یا نقش بازدارنده ایفا کند. نتایج این پژوهش نیز نشان داد که در محیط‌های سنتی مانند چابهار، بدون اصلاح نگرش‌های فرهنگی و خانوادگی، سایر حمایت‌ها اثربخش نبوده و پایداری لازم را نخواهند داشت.

نتایج این پژوهش که پشتیبانی نهادی و توانمندسازی مهارتی را در رتبه‌های دوم و سوم قرار داد، با یافته‌های عبدالواحد^۴ و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. آنان در مطالعه‌ای بر روی زنان کارآفرین در یک کشور در حال توسعه نشان دادند که حمایت نهادی و دانش کارآفرینی نقش مستقیم در افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه و بهبود عملکرد کسب‌وکار زنان ایفا می‌کند. این همسویی نشان می‌دهد که اگرچه زمینه‌های فرهنگی در شهرستان چابهار نقشی مقدم ایفا می‌کنند، اما بدون پشتیبانی نهادی و ارتقای مهارت‌ها، خودکارآمدی و موفقیت پایدار زنان کارآفرین اجتماعی محقق نخواهد شد. از منظر قابلیت اجرا نیز، این راهکار به دلیل وجود نهادهای اجرایی مسئول (مانند فرمانداری، بهزیستی، کمیته امداد، منطقه آزاد و ...) از ظرفیت عملیاتی مناسبی برخوردار است. این یافته نشان می‌دهد که زنان منطقه به‌شدت به مداخلات مستقیم و ملموس نهادی در قالب خدمات حمایتی مانند ارائه وام، فضاها، آموزش، آموزش‌های کاربردی، بیمه و بازارچه‌های فروش نیاز دارند. این یافته‌ها، با نتایج پژوهش دانش‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) درباره لزوم تقویت سازوکارهای نهادی و حذف بوروکراسی زائد برای حمایت از کارآفرینی زنان، مطالعه قیاسی فرد و همکاران (۱۴۰۲) که بر نقش نهادهای تسهیل‌گر در تحقق کارآفرینی اجتماعی در مناطق محروم تأکید داشته‌اند، مطالعه بورکوئیست و دی بروین^۵ (۲۰۱۹) و ترجنسن^۶ که نقش تسهیلات، آموزش، و زیرساخت‌ها را در شکل‌گیری کسب‌وکارهای اجتماعی زنان پررنگ می‌دانند و بر ضرورت سیاست‌گذاری نهادی برای توانمندسازی زنان تأکید دارند، هم‌راستا است. یافته‌های پژوهش همچنین تایید می‌کنند که در زمینه‌های محلی، پذیرش اجتماعی مقدم بر سیاست‌گذاری رسمی است. و این می‌تواند ناشی از ناسازگاری آموزش‌های موجود با نیازهای واقعی زنان منطقه

¹ Jeong & Yoo

² Nieva

³ Bourdieu

⁴ Abdelwahed

⁵ Borquist & De Bruin

⁶ Terjesen

باشد. این تفاوت یک شکاف مهم در ادبیات را برجسته می‌کند: آموزش‌ها باید متناسب با شرایط فرهنگی و اقتصادی هر منطقه طراحی شوند وگرنه تأثیرگذاری محدودی خواهند داشت. راهکار توانمندسازی فردی و مهارتی زنان پژوهش حاضر، با نتایج پژوهش کرمان و سقائیان (۱۴۰۲) که آموزش مهارت‌های زندگی و فنی را زمینه‌ساز خوداشتغالی پایدار زنان معرفی کرده‌اند، و چودهاری و والیا^۱ (۲۰۲۴) که نقش ویژگی‌های روان‌شناختی از جمله اعتمادبه‌نفس و ریسک‌پذیری را به عنوان عوامل میانجی تأثیرگذار در قصد کارآفرینی اجتماعی تأیید می‌کنند، همراستا است. با این حال، پایین‌تر بودن اولویت آن در این مطالعه را می‌توان ناشی از محدودیت دسترسی به مربیان و امکانات آموزشی و نیز ناهماهنگی میان آموزش‌های ارائه‌شده و نیازهای واقعی زنان دانست؛ مسأله‌ای که در یافته‌های کیفی نیز بارها تکرار شده است.

در نهایت، راهکار هماهنگی و مشارکت بین نهادی در پایین‌ترین رتبه قرار گرفت. در حالی که در ادبیات علمی، مطالعاتی همچون کلایان مقدم و همکاران (۱۴۰۰) و انسل و گاش^۲ (۲۰۰۸) بر اهمیت هم‌افزایی بین نهادی و ایجاد شبکه‌های همکاری در توسعه اجتماعی تأکید کرده‌اند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در چابهار، ضعف اعتماد عمومی به نهادهای رسمی و تجربه ناکارآمدی طرح‌های قبلی، باعث شده این راهکار از پذیرش پایین‌تری در میان زنان برخوردار باشد. این موضوع به‌ویژه در مصاحبه‌ها نیز به وضوح بیان شده که بسیاری از نهادها در ارائه خدمات یا هم‌افزایی با دیگر نهادها با چالش‌های ساختاری و عملکردی مواجه‌اند. این پژوهش دو سهم مهم برای غنی‌سازی ادبیات دارد:

۱. بازتعریف نقش فرهنگ: برخلاف رویکردهای کلاسیک که فرهنگ را تنها یک متغیر زمینه‌ای می‌دانند، این مطالعه نشان می‌دهد که فرهنگ و سرمایه اجتماعی نقش مقدم و تعدیل‌گر دارند و اثربخشی سایر مداخلات (نهادی و آموزشی) وابسته به آن‌هاست.

۲. مدل تربیتی-تعدیلی توسعه کارآفرینی اجتماعی: بر اساس یافته‌ها، یک فرایند چهارمرحله‌ای شامل (الف) اصلاح نگرش‌های فرهنگی، (ب) حمایت نهادی و زیرساختی، (ج) توانمندسازی فردی و مهارتی، و (د) هماهنگی بین‌نهادی پیشنهاد می‌شود. این مدل شکاف ادبیات را پر کرده و می‌تواند مبنایی برای مطالعات بومی در جوامع مشابه باشد.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش بر یک اصل بنیادین تأکید دارند: توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در مناطقی چون چابهار، نیازمند سیاست‌گذاری بومی‌محور با اولویت تغییر نگرش فرهنگی و ارتقای سرمایه اجتماعی است. به عبارت دیگر، راهکارهای آموزشی یا زیرساختی زمانی اثربخش خواهند بود که در بستری از پذیرش اجتماعی و حمایت فرهنگی اجرا شوند. این نتیجه می‌تواند جهت‌گیری برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران منطقه‌ای و نهادهای توسعه‌گرا را به‌سوی طراحی مداخلاتی سوق دهد که بافت فرهنگی و اجتماعی را به‌عنوان متغیر واسطه و تعیین‌کننده در نظر می‌گیرند. بر اساس یافته‌های حاصل از مراحل کیفی و کمی این پژوهش، توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار نیازمند مداخلاتی هدفمند، چندبُعدی و متناسب با زمینه‌های فرهنگی، نهادی و اجتماعی منطقه است. از آنجا که راهکار «تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی» بالاترین اولویت را به دست آورد، پیشنهادها این

¹ Choudhary & Walia

² Ansell & Gash

پژوهش نیز بر ضرورت آغاز فرایند توانمندسازی از سطح نگرش و پذیرش اجتماعی تأکید دارند. همچنین، نتایج تحلیل سلسله‌مراتبی نشان داد که حمایت نهادی و آموزش مهارتی، در کنار هماهنگی بین سازمانی، می‌تواند مکمل مناسبی برای تقویت کنش‌های کارآفرینانه زنان باشند.

پیشنهادهای سیاستی و کاربردی

مطابق با خروجی اولویت‌بندی، پیشنهادهای کاربردی زیر با لحاظ سه مؤلفه‌ی نهاد مسئول، اقدام عملیاتی و شاخص ارزیابی تنظیم گردیده‌اند

۱- در حوزه تحکیم بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی، اداره ارشاد با همکاری آموزش و پرورش و سازمان تبلیغات، نسبت به اجرای "کمپین تکریم زنان کارآفرین" با تولید مستندهای محلی و برگزاری کارگاه‌های تغییر نگرش در ۲۰ مسجد و ۱۰ مدرسه اقدام نماید. شاخص ارزیابی: افزایش ۳۰ درصدی نگرش مثبت در نظرسنجی سالانه و ثبت نام ۱۰۰ زن جدید در دوره‌های آموزشی.

۲- در حوزه پشتیبانی نهادی و زیرساختی، فرمانداری با همکاری اداره کار، منطقه آزاد و کمیته امداد، نسبت به تأسیس "صندوق اعتبارات خرد زنان" با سرمایه ۵۰ میلیارد ریال و پرداخت وام تا سقف ۵۰۰ میلیون ریال (بازپرداخت ۳۶ ماهه) اقدام نماید. همچنین "بازارچه دائمی محصولات زنان" با ۳۰ غرفه و اجاره ترجیحی در منطقه آزاد راه‌اندازی شود. شاخص ارزیابی: پرداخت ۱۵۰ فقره تسهیلات و استقرار ۲۰ کسب‌وکار پایدار در بازارچه در سال اول.

۳- در حوزه توانمندسازی فردی و مهارتی، اداره فنی‌وحرفه‌ای با همکاری دانشگاه دریانوردی و دانشگاه آزاد اسلامی، "بسته جامع آموزش کسب‌وکار دریامحور و خانگی" شامل ۴ دوره تخصصی (پرورش آبزیان، صنایع دستی، بسته‌بندی و بازاریابی دیجیتال، گردشگری دریایی) را به‌صورت رایگان برای زنان منطقه برگزار نماید. شاخص ارزیابی: آموزش ۳۰۰ زن و اخذ مجوز کسب‌وکار برای ۱۰۰ نفر از فارغ‌التحصیلان ظرف ۶ ماه پس از دوره.

۴- در حوزه تقویت هماهنگی و مشارکت بین‌نهادی، فرمانداری چابهار با همکاری اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی، منطقه آزاد چابهار، سازمان‌های مردم‌نهاد و تعاونی‌های زنان، نسبت به تشکیل «کارگروه توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان» با برگزاری نشست‌های فصلی و تدوین برنامه عملیاتی مشترک اقدام نماید. این کارگروه وظیفه هماهنگی حمایت‌های مالی و آموزشی، تسهیل دسترسی زنان به بازارهای فروش و پیگیری اجرای طرح‌های مشترک را بر عهده داشته باشد. شاخص ارزیابی: اجرای حداقل ۴ طرح مشترک در سال اول، برگزاری ۴ نشست هماهنگی و بهره‌مندی حداقل ۱۰۰ زن از حمایت‌های بین‌نهادی.

۶. پیشنهادهای آینده و محدودیت‌ها:

پژوهش حاضر با هدف ارائه راهکارهایی کاربردی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در شهرستان چابهار، با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته و تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی انجام شد. علی‌رغم کوشش برای طراحی جامع، واقع‌گرایانه و بومی‌شده، این مطالعه همانند هر پژوهش دیگری با محدودیت‌هایی همراه بوده است. شناسایی این محدودیت‌ها می‌تواند مسیر را برای پژوهش‌های آتی هموار سازد و به بهبود روش‌شناسی و غنای علمی مطالعات بعدی کمک کند. در ادامه، مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش و پیشنهادهایی برای پژوهشگران آینده ارائه می‌شود.

۱.۶. محدودیت‌های پژوهش:

۱. محدودیت جغرافیایی: تمرکز پژوهش صرفاً بر شهرستان چابهار ممکن است تعمیم‌پذیری یافته‌ها را به سایر مناطق با ویژگی‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی متفاوت با چالش مواجه سازد.

۲. محدودیت نمونه در بخش کیفی: اگرچه در بخش کیفی با ۱۵ نفر از کنشگران حوزه زنان مصاحبه انجام شد و اشباع نظری حاصل گردید، اما همچنان امکان دارد دیدگاه‌های برخی گروه‌های مهم، به‌ویژه زنان فاقد دسترسی به نهادهای حمایتی، مغفول مانده باشد.

۳. محدودیت قضاوت‌های ذهنی در تحلیل سلسله‌مراتبی: در بخش کمی پژوهش، از ۱۸ نفر از خبرگان برای تکمیل پرسشنامه‌های AHP استفاده شد. اگرچه نرخ ناسازگاری پایین نشان‌دهنده اعتبار تحلیل است، اما ماهیت ذهنی مقایسات زوجی و محدود بودن تعداد شرکت‌کنندگان، ممکن است بر دقت نهایی اولویت‌بندی تأثیر گذاشته باشد.

۴. موانع فرهنگی در گردآوری داده‌ها: در برخی مصاحبه‌ها، به‌ویژه در مناطق سنتی‌تر، پاسخ‌گویان به دلیل ملاحظات فرهنگی و اجتماعی، در بیان صریح تجربیات و دیدگاه‌های خود احتیاط داشتند که ممکن است بر عمق داده‌های کیفی اثر گذاشته باشد.

۲.۶. پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی:

۱. گسترش جغرافیایی دامنه پژوهش: توصیه می‌شود در مطالعات آتی، مناطق دیگر سواحل مکران یا استان‌های با شرایط مشابه نیز مورد بررسی قرار گیرند تا امکان تحلیل تطبیقی فراهم شود و الگوهای بومی در سطح منطقه‌ای طراحی شوند.

۲. به‌کارگیری روش‌های تحلیل تصمیم‌گیری چندمعیاره ترکیبی: ترکیب AHP با سایر روش‌ها مانند Fuzzy AHP، DEMATEL یا ANP می‌تواند به تحلیل روابط علی و اولویت‌های پنهان میان راهکارها با دقت بیشتری کمک کند.

۳. مطالعات طولی برای سنجش اثرگذاری مداخلات: پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی میزان تحقق و اثربخشی راهکارهای پیشنهادی در بازه‌های زمانی مشخص بپردازند تا امکان ارزیابی تأثیر سیاست‌ها در عمل فراهم گردد.

۴. تحلیل عمیق‌تر ابعاد روان‌شناختی و جامعه‌شناختی: مطالعاتی با تمرکز بر نگرش‌های جنسیتی، سرمایه اجتماعی، اعتماد به نفس و انگیزه‌های روانی زنان می‌تواند به شناسایی موانع پنهان و طراحی راهکارهای اثربخش‌تر کمک کند.

۵. تمرکز بر زیرگروه‌های خاص زنان: پژوهش‌های آتی می‌توانند به‌صورت اختصاصی به بررسی نیازها و راهکارهای مناسب برای زنان روستایی، زنان تحصیل‌کرده بیکار، یا زنان سرپرست خانوار بپردازند تا مداخلات هدفمندتری طراحی شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

بنا به اظهار نویسندگان، تمامی اصول اخلاقی در مقاله رعایت شده است.

تعارض منافع

تعارض منافی در خصوص مقاله وجود ندارد.

حامی مالی

نویسندگان در تدوین مقاله از هیچ شخص یا نهادی وجهی دریافت نکرده است.

References

- Abdelwahed, N. A. A., Soomro, B. A., Shah, N., & Saraih, U. N. (2023). Effect of institutional support and entrepreneurial knowledge on women's entrepreneurial self-efficacy and venture performance in a developing country. *International Journal of Innovation Science*, 15(5), 776-798. <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2021-0218>.
- Abtahi, H., Sharifzadeh, F., & Ebrahimpour, H. (2010). *Investigating the concepts, theories, and models of social entrepreneurship and presenting a conceptual model*. *Management of Organizational Culture*, 8(21), 87-110. <https://sid.ir/paper/196367/fa> [in Persian]
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543-571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Arshadi, M. J., Rezaei, N., & Bagheri Hossein Abadi, R. (2020). *Evaluating the impact of cultural and social factors on women's entrepreneurship in the entrepreneurship centers of Tehran Municipality*. *Women's Social-Psychological Studies (Women's Studies)*, 18(4), 33-68. <https://sid.ir/paper/954635/fa> [in Persian]
- Azizi, M., & Malaijerdi, M. (2017). *Social entrepreneurship financing methods*. *Financial Research*, 19(1), 119-138. <https://sid.ir/paper/91239/fa> [in Persian]
- Benavides-Espinosa, M. M., & Mohedano-Suanes, A. (2011). Linking women entrepreneurship with social entrepreneurship. In *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies* (pp. 53-71). New York, NY: Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1293-9_5.
- Borquist, B. R., & De Bruin, A. (2019). Values and women-led social entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 146-165. <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2018-0093>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Choudhary, P., & Walia, S. (2024). Women Empowerment and Social Entrepreneurship: Empowering the Community for a Better Future. In *Dimensions of Regenerative Practices in Tourism and Hospitality* (pp. 179-193). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4895-2.ch012>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Datta, P. B., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship theory and Practice*, 36(3), 569-587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
- Delbahari, V., & Abdi, A. (2017). *Identifying and prioritizing factors affecting the implementation of total quality management using the analytical hierarchy process technique*. *Engineering of Processes*, 4(10), 1-15. [in Persian]
- Farahnaji, H., & Yasliani, G. (2022). *Investigating the relationship between social entrepreneurship and social innovation: A case study of the Ashoka Foundation*. *International and National Conference on Management, Accounting and Law Studies*. <https://sid.ir/paper/902101/fa> [in Persian]
- Firoozabadi, S. A., & Dabbaghi, H. (2015). *The role of social entrepreneurship in local development*. *Rural-Urban Local Development (Rural Development)*, 7(1), 29-58. <https://sid.ir/paper/224126/fa> [in Persian]
- Froherfer, A., Roshan, S. A. G., & Salarzehi, H. (2019). *The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from the perspective of social experts*. *Environmental Education and Sustainable Development*, 7(4), 69-82. <https://sid.ir/paper/260970/fa> [in Persian]
- Ghiyasifard, N., Mohebbi, H., & Nabi Meybodi, M. (2023). *Analysis of barriers to entrepreneurship development in deprived areas using the Delphi method and network analysis process*. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(1), 61-76. [in Persian]
- Hsu, C. C., & Sandford, B. A. (2007). The Delphi technique: Making sense of consensus. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 12(1), Article 10. <https://doi.org/10.7275/pdz9-th90>

- Humbert, A. L., & Roomi, M. A. (2018). Prone to “care”? Relating motivations to economic and social performance among women social entrepreneurs in Europe. *Social Enterprise Journal*, 14(3), 312-327. <https://doi.org/10.1108/sej-11-2017-0058>
- Huysentruyt, M. (2014). Women's social entrepreneurship and innovation.
- Jameh Bozorgi, M. J., & Migounpouri, M. R. (2021). *The culture of the academic entrepreneurship ecosystem, a driver for the development of social entrepreneurship*. *Cultural Management*, 14(51), 45-57. <https://sid.ir/paper/517616/fa> [in Persian]
- Jeong, E., & Yoo, H. (2022). A systematic literature review of women in social entrepreneurship. *Service Business*, 16(4), 935-970. <https://doi.org/10.1007/s11628-022-00512-w>
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30: 435-464.
- Kallalian Moghadam, H., Meharati, Y., Ashrafi, M., & Khorakian, A. (2021). *Designing an indigenous social entrepreneurship model in Iran with a grounded theory approach*. *Social Sciences Journal of Ferdowsi University of Mashhad*, 19(1), 97-133. [in Persian]
- Karimi, F., Mokhtari Baye Kolaei, M., Kiakjouri, D., & Agha Ahmadi, G. (2023). *Presenting a model of women's entrepreneurship success with a social justice approach*. *Islamic Lifestyle with a Focus on Health*, 7(1), 386-397. <https://sid.ir/paper/1130930/fa> [in Persian]
- Karimian, F., & Saghaeian, S. H. (2023). *Analysis of barriers to rural women's entrepreneurship in Kermanshah province: Application of grounded theory*. *Journal of Entrepreneurship Education and Management*, 2(2), 43-58. [in Persian]
- Kimbu, A. N., & Ngoasong, M. Z. (2016). Women as vectors of social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 60, 63-79. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.06.002>
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Marjani, T., & Sadri, S. S. (2014). *Development of social entrepreneurship: Harms, effective factors, and strategies*. *Management of Organizational Culture*, 12(2), 277-297. <https://sid.ir/paper/490484/fa> [in Persian]
- Mirimir, M. (2006). *Social entrepreneurship: A review of political and social contexts*. *Journal of Management Knowledge*, 19(72), 3-21. <https://sid.ir/paper/88118/fa> [in Persian]
- Nieva, F. O. (2015). Social women entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal of global entrepreneurship research*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0028-5>
- Okoli, C., & Pawlowski, S. D. (2004). The Delphi method as a research tool: An example, design considerations and applications. *Information & Management*, 42(1), 15-29. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.11.002>
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78. <https://doi.org/10.1353/jod.1995.0002>
- Rauchhauser, H., Cummings, M., & Neubert, S. L. (2020). *Measuring social impacts: Current approaches and future pathways for social entrepreneurship research*. *Social Impact Assessment*, 1(3), 131-183. <https://sid.ir/paper/371234/fa> [in Persian]
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological forecasting and social change*, 157, 120067. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. McGraw-Hill.
- Sadeghi, H., Abbaspour Azhin, & Shahmoradi, G. (2023). *A meta-analysis of the effect of cultural attitude on the development of women's social entrepreneurship*. *Women in Development and Politics*, 21(4), 923-942. [in Persian]
- Safari Shali, R. (2008). *Cultural and social factors related to the level of participation of rural women in family and social affairs*. *Women in Development and Politics (Women's Research)*, 6(1), 137-159. <https://sid.ir/paper/439074/fa> [in Persian]
- Sharma, A. (2024). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND GENDER EQUALITY: EMPOWERING WOMEN ENTREPRENEURS. *UNIFIED VISIONS*, 170. <https://doi.org/10.25215/8198189815.20>
- Terjesen, S. (2017). *Social entrepreneurship amongst women and men in the United States*. Office of advocacy, small business administration: Special report.
- Terjesen, S., Bosma, N., & Stam, E. (2016). Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs. *Public Administration Review*, 76(2), 230-239. <https://doi.org/10.1111/puar.12472>
- UN Women. 2020. PROGRESS ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS THE GENDERNAPSHOT 2020, https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/GenderSnapshot_2020.pdf

- Varkiani Pour, N., Hosseini, S. M. R., Samiei, R., & Ashrafi, M. (2020). *Modeling urban women's entrepreneurship based on the entrepreneurship value chain with a sustainable social development approach in Golestan province*. Applied Research in Geographical Sciences, 20(58), 139–161. <https://sid.ir/paper/382316/fa> [in Persian]
- World Bank. (2012). World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-8810-5>
- Zarrin Joy Alvar, S. (2020). *The mediating role of antecedents of entrepreneurial intention in the relationship between prior experience and social entrepreneurial intention*. Women's Social-Psychological Studies (Women's Studies), 18(3), 181–216. <https://sid.ir/paper/956498/fa> [in Persian]