

شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین

پرویز سعیدی**
دانشگاه علوم تحقیقات، تهران، ایران
dr.parvizsaedi@yahoo.com

فریدون آزما**
دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
fereydoonazma@gmail.com

شعبان رستمی*
دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
rstmyrstmy64@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۴

تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۲/۰۷/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین بود. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها کیفی بوده که در آن داده‌های موردنیاز از طریق انجام مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین استفاده از روش میدانی یعنی از طریق انجام مصاحبه با خبرگان دانشگاهی در رشته‌های مدیریت و کارآفرینی جمع‌آوری گردیدند. در انتخاب مصاحبه‌شوندگان از شیوه نمونه‌گیری هدفمند و از روش گلوله‌برفی استفاده گردید. ملاک تعیین تعداد خبرگان رسیدن به اجماع نظری بود که بر این اساس ۲۰ خبره انتخاب شدند. در فرایند پژوهش ابتدا مبانی نظری، پیشینه‌ها، مدل‌ها و تحقیقات مختلف در حوزه شبکه‌سازی کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت و مؤلفه‌های مؤثر بر شبکه‌سازی کارآفرینانه شناسایی گردید و پس از آن با استفاده از روش دلفی فازی غربال شدند. نتایج نشان‌دهنده ۷ بعد و ۸۳ مؤلفه بود که حفظ شبکه با وزن ۰/۲۴۴ در رتبه اول، ساختار شبکه با وزن ۰/۲۰۸ در رتبه دوم، قابلیت ارتباطی شبکه با وزن ۰/۱۵۲ در رتبه سوم، آموزش شبکه با وزن ۰/۱۳۵ در رتبه چهارم، منابع شبکه با وزن ۰/۱۲۱ در رتبه پنجم و نوع شبکه با وزن ۰/۰۸۵ در رتبه ششم و یادگیری شبکه با وزن ۰/۰۵۶ در رتبه هفتم اهمیت قرار دارد. لذا پیشنهاد می‌گردد زنان کارآفرین جهت ورود به شبکه به بهبود شبکه‌های تجاری بپردازند که راه بسیار سریع‌تری برای رشد شبکه کارآفرینانه برای کسب و کار محسوب می‌شود.

واژگان کلیدی

موفقیت؛ کسب و کار؛ اقتصاد؛ کارآفرینی؛ توسعه.

۱- مقدمه

اجتماعی به خصوص فعالیت‌های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولیدی اجتماعی را دارا می‌باشد [۲]. بسیاری از دولت‌ها در بحران‌های اقتصادی توانسته‌اند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌هایی و با بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های جامعه خود فائق آیند و در مسیر توسعه موفق شوند [۱۶]. اما زنان کارآفرین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با موانع متعدد و جدی روبه‌رو هستند که مانع موفقیت آنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود [۱۷]. طبق گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی تفاوت کارآفرینی تثبیت‌شده مردان و زنان بسیار زیاد و حدود ۲۰ درصد است؛ به‌عبارت دیگر، کارآفرینی مردان بیش از ۴ برابر کارآفرینی زنان به مرحله تثبیت می‌رسد. طبق این آمارها، در عملکرد کسب و کارهای زنان در شرکت‌ها و جوامع مشکلاتی وجود دارد و باید عوامل تأثیرگذار بر عملکرد آن‌ها بررسی شود [۱۸]. از عواملی که باعث می‌گردد ایجاد کسب و کار و ایجاد شغل به خصوص برای زنان آسان گردد، شبکه‌سازی کارآفرینانه است [۱۹]. اشخاص برای موفق شدن در بازار رقابتی احتیاج به اطلاعات، منابع، شناخته‌شدن توسط دیگران و ... دارند؛ از این‌رو، ارتباطات با دیگران و یا شبکه‌ها را می‌توان یکی از ابزارهای اصلی کارآفرینان دانست که می‌توانند

با توجه به اینکه انسان در دنیای امروز با تحولات سریع در حوزه‌ی کسب و کار و اقتصاد مواجه است و به نوعی از جامعه‌ی صنعتی به جامعه‌ی اطلاعاتی و از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی در حال حرکت است، یکی از حوزه‌هایی که در این انتقال می‌تواند به جوامع مختلف کمک کند حوزه کارآفرینی است [۱۳]. مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش می‌باشد و کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه در سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد [۱۴]. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد [۱]. زنان کارآفرین نقش بسیار مهمی در ارتقاء توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه ایفا می‌کنند که توجه به استعداد و نقش آنان در توسعه کشورها ضرورت دارد [۱۵]. بنابراین، هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی

* گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
** نویسنده مسئول - گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

*** گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

از طرفی دیگر، شبکه‌های ارتباطی نقش اساسی در نوآوری شرکت‌ها، نتایج شغلی و حرفه‌ای کارآفرینان، مدیران و متخصصان ایفا می‌کنند به طوری که این افراد، هر قدر مهارت اجتماعی و ارتباطی بیشتری داشته باشند، موفقیت مالی بیشتری به دست می‌آورند. به دیگر سخن، یکی از ویژگی‌های مدیران موفق، مهارت و رفتار شبکه‌سازی است [۲۲]. شبکه‌سازی را یک سری راهبردهای اجتماعی، شیوه‌ها و بسیج منابع در شبکه‌ها می‌داند. پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد که شبکه‌سازی رابطه‌ی مثبتی با موفقیت شغلی، عملکرد، ارتقای شغلی و راهبرد جستجوی شغل مناسب دارد. همچنین باید این موضوع را مدنظر داشت که روابط متفاوتی بین ابعاد رفتار شبکه‌سازی و سازه‌های دیگر وجود دارد. به عنوان مثال درباره عوامل اثرگذار بر شبکه‌سازی، مطالعه‌های پیشین نشان می‌دهد که رابطه‌ی متفاوتی بین ویژگی‌های شغلی و رفتار شبکه‌سازی وجود دارد؛ عواملی همچون وابستگی داخل و خارج سازمانی و یا سطوح مختلف سلسله مراتب. از سوی دیگر پژوهش‌های پیشین در مورد دستاوردهای شبکه‌سازی نشان می‌دهد که تنها چند بعد از شبکه‌سازی به موفقیت شغلی مربوط است [۴]. برخی از محققان داشتن مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی بعضی از کارآفرینان را دلیل موفقیت آنان در راه‌اندازی کسب و کارشان نسبت به دیگر کارآفرینان می‌دانند و بیان می‌کنند که درجه‌ی بالایی از سرمایه‌ی اجتماعی، حسن شهرت، تجربه قبلی مرتبط و ارتباطات شخصی، معمولاً به کارآفرینان کمک می‌کند تا به سرمایه‌گذاران، مشتریان بالقوه و دیگر اشخاص دسترسی پیدا کنند [۲۶]. به عقیده داس و گوسوامی رفتار شبکه‌سازی سازه‌ای دو بُعدی است که شامل شبکه‌سازی در داخل و شبکه‌سازی در خارج شرکت می‌باشد که هر بُعد نیز دارای سه شاخص ایجاد، حفظ و استفاده از ارتباطات است [۲۷].

۲- پیشینه پژوهش

صادقی اردو بادی و همکاران در پژوهش خود تحت با هدف طراحی الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی مبتنی بر مطالعات علم‌سنجی، سیاست، منابع مالی، شبکه و پایگاه، حمایت، مهارت، دانش، فرهنگ، سرمایه انسانی و بازار را به عنوان مؤلفه شناسایی کردند [۶]. اعتمادی‌نسب و همکاران در پژوهشی به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی در مهارت‌های کارآفرینی و توسعه ملی (مطالعه موردی: مدیران استارت‌آپ‌های ایرانی) پرداختند. طبق این پژوهش مشخص شد که ویژگی شبکه‌های اجتماعی بر توسعه ملی و مهارت‌های کارآفرینی تأثیر مستقیم و معناداری دارد [۷]. بیگی و همکاران در پژوهشی به بررسی عملکرد بین‌المللی تحت تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه و مؤلفه‌های جهت‌گیری بازار، جهت‌گیری فروش، مهارت‌های کارآفرینی و شبکه‌سازی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده این است که شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد بین‌المللی شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج همچنین حاکی از تأیید نقش مثبت و معنادار متغیرهای جهت‌گیری بازار، جهت‌گیری فروش، مهارت‌های کارآفرینی و شبکه‌سازی بر شایستگی‌های کارآفرینانه است [۸]. حیدری و

به واسطه‌ی آن، این نیازها را مرتفع کنند [۳]. اگرچه از بحث شبکه‌سازی کارآفرینانه چند سال می‌گذرد، اما تاکنون این رویکرد در حوزه‌ی کارآفرینی به طور دقیق تبیین نشده است و در ادبیات کارآفرینی سازمانی، به این قابلیت‌ها کمتر توجه شده است؛ به ویژه اطلاعات در مورد چگونگی استفاده بهتر زنان از قابلیت شبکه‌سازی برای اهداف کارآفرینانه، اندک است. از این رو پژوهش حاضر در صدد شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین می‌باشد.

۱- مبانی نظری

پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهند که فرصت‌های کارآفرینانه با تعداد ارتباطات شخص کارآفرین در شبکه‌اش رابطه‌ی مستقیم دارد. ارتباطات، مانند پل‌های اطلاعاتی، کارآفرین را در دسترسی به خروجی‌های متعددی همچون رفتار کارآفرینانه توانمند می‌کند. از این رو، رفتار شبکه‌سازی نقش بارزی در ایجاد شبکه‌ها دارد [۴]. براساس تحقیقات [۲۰]، شبکه‌های کارآفرینان مجموعه‌ای از فرصت‌هاست که کارآفرینان را برای دستیابی به منابع ملموس و غیرملموس یاری می‌کند [۲۱]. شبکه‌ها متشکل از خانواده و دوستانی هستند که به حرکت در همان محافل شخصی به‌عنوان یک کارآفرین تمایل دارند، اما این منابع چیزی فراتر از حوزه کارآفرین ارائه نمی‌دهد و ممکن است به اندازه کافی در ماهیت متنوع نباشد [۲۲]. کسب دانش از محیط خارجی، مستلزم قابلیت‌هایی برای ایجاد ارتباط با دیگران و مدیریت این ارتباطات (قابلیت شبکه‌سازی) برای بهره‌برداری بهینه از دانش خارجی است [۵]. قابلیت شبکه‌سازی، شامل توانایی برای شناسایی و ایجاد ارتباط با دیگران زودتر از رقبا (پیش‌فعالی)، ایجاد ارتباط براساس اعتماد متقابل (مهارت ارتباطی) و هماهنگی و ادغام مجموعه ارتباطات سازمانی و مدیریت آن‌ها است [۲۳]. همچنین، مهارت‌های ارتباطی شرکت موجب می‌شود احتمال رفتار فرصت‌طلبانه بین شرکا کاهش یابد. تحقیقات نشان می‌دهد ایجاد اعتماد یکی از کاتالیزورهای اصلی ارائه دانش و اطلاعات در همکاری‌هاست که در رفتار فرصت‌طلبانه دو طرف وجود دارد. در نتیجه، شرکت‌هایی که توانایی ایجاد روابط غیررسمی و مبتنی بر اعتماد و تعهد متقابل با دیگران را دارند، در روابط همکاری خود از دانش بیشتری بهره می‌برند [۲۴]. در نهایت، هماهنگی و مدیریت ارتباطات سازمانی موجب می‌شود شرکت‌ها بهتر شکاف‌های دانشی خود را شناسایی کنند و هر یک از پیوندهای بین سازمانی را به عنوان کانالی برای پرکردن شکاف اطلاعاتی‌شان در نظر بگیرند. این امر نه تنها احتمال دوباره‌کاری و ایجاد گره‌های غیرضروری را کاهش می‌دهد، بلکه امکان استفاده از تمام پتانسیل موجود در مجموعه - پور تقوی پیوندهای بین شرکتی را در اختیار شرکت مادر می‌گذارد. در نتیجه، مجموعه قابلیت‌های شبکه‌سازی شرکت، امکان دسترسی به دانش جدید و مکمل را افزایش می‌دهند که منبع اصلی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید کارآفرینانه‌اند [۲۵].

نتیجه رسیدند که منش شخصی و کنترل رفتاری درک شده به صورت معناداری با قصد کارآفرینی رابطه دارد [۲۹]. میرا-سولوز^۳ و همکاران در پژوهشی به تجزیه و تحلیل فرصت‌های کارآفرینی دانشگاهیان: تأثیر خودکارآمدی دانشگاهی و شبکه‌ها پرداختند. فرصت‌های کارآفرینی دانشگاهی یک عامل اصلی در توسعه بخش‌های جدید است. نتایج نشان می‌دهد که ابعاد خودکارآمدی کارآفرینی مربوط به متغیرهایی مانند مدیریت، نوآوری و بازاریابی با درک فرصت‌های کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد. این وضعیت اما در ابعادی مانند ریسک‌پذیری و کنترل مالی متفاوت است. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های کارآفرینی و صنعتی تأثیر بسزایی در این رابطه دارند [۳۰]. چاپوس و نوردمن^۴ در پژوهشی با عنوان "شما همه آنچه برای گذران زندگی نیاز دارم هستید؟ تجزیه و تحلیل شبکه‌های کارآفرینان جوان در مراکش از روش روایات کمی" یافتند که شبکه کارآفرینی نقشی اساسی در ایجاد مشاغل آن‌ها دارد و منابع متنوعی را فراهم می‌کند [۳۱]. البورینی^۵ و همکاران در پژوهشی به بررسی تأثیر رفتارهای شبکه‌ای در موفقیت استارت‌آپ‌های کارآفرین پرداختند. نتایج این پژوهش تأیید می‌کند که هرچه کارآفرینان در انجام این رفتارهای شبکه‌ای بهتر عمل کنند، تأثیر بیشتری در موفقیت استارت‌آپ‌های خود دارند. آن رفتارهایی که بیشترین تأثیر را دارند، پرورش روابط داخلی، ایجاد روابط خارجی و درگیر شدن در فعالیت‌های حرفه‌ای است [۲۵]. هالو^۶ در پژوهشی با عنوان تاریخ‌سازی شبکه‌های کارآفرینی بیان داشتند برای کارآفرینان، داشتن یک شبکه مؤثر از تماس‌های قابل اعتماد می‌تواند تفاوت بین موفقیت و شکست باشد [۳۲]. ژنگ^۷ و همکاران در پژوهشی با عنوان شبکه کارآفرینی در مراحل اولیه بهره‌برداری از فرصت: آژانس رهبران تازه وارد و باتجربه بیان داشتند کمبود تجربه فنی، ناشناخته‌های فنی را افزایش می‌دهد، درحالی‌که کمبود تجربه راه‌اندازی، ناشناخته‌های راه‌اندازی را افزایش می‌دهد. نتایج نشان داد رهبران جدید سرمایه‌گذاری در سه بعد متفاوت هستند: جهت‌گیری زمان شبکه (کوتاه‌مدت در مقابل بلندمدت)، مزایای مطلوب (عملیاتی در مقابل نمادین) و اقدامات شبکه (تعمیق در مقابل گسترش) [۳۳]. مایانزا^۸ و همکاران در پژوهش خود یافتند تفاوت‌های اطلاعاتی و شبکه‌های کارآفرینی به‌طور کلی به‌طور مستقیم با هم مرتبط هستند. همچنین شبکه‌های کارآفرینی تنها از طریق بوم‌شناسی نوآوری قابل توضیح و پیش‌بینی است. این مطالعه توصیه می‌کند که مالکان / مدیران SME باید محیط‌زیست نوآوری را برای کارمندان به‌طور کامل درک و تسهیل کنند تا تعامل برقرار کنند و به اطلاعات معنا دهند [۳۴].

همکاران در پژوهشی به بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و قصد کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی دانشکده مدیریت تهران) پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و قصد کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد [۹]. سلام‌زاده و همکاران در پژوهشی به بررسی تأثیر گسترش شبکه‌های اجتماعی بر توسعه کارآفرینی: تبیین نقش تعدیل‌گر زیرساخت‌های فناوری‌های دیجیتال و هنجارهای اجتماعی پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که گسترش شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و زیرساخت‌های فناوری دیجیتال تأثیر مثبتی بر توسعه کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی دارد. علاوه بر تأثیر مستقیم بیان شده، توسعه کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی بیشترین تأثیر غیرمستقیم (از طریق گسترش شبکه‌های اجتماعی) را از هنجارهای اجتماعی می‌گیرد [۱۰]. نامدار جویمی در پژوهشی به نقش توانایی شبکه کارآفرین در کشف فرصت‌های کارآفرینی (شبکه‌های اجتماعی کارآفرینی فعال در اینستاگرام و تلگرام) پرداخت. نتایج حاکی از آن است که توانایی شبکه کارآفرین با توانایی ارتباط شبکه و محوریت شبکه رابطه مثبت و معنادار دارد. همین‌طور توانایی ارتباطی شبکه و محوریت شبکه با کشف فرصت‌های کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار دارد و توانایی ارتباطی شبکه و محوریت شبکه در ارتباط توانایی شبکه کارآفرین و کشف فرصت‌های کارآفرینی نقش میانجی دارند [۱۱]. امام‌قلی‌زاده و حسینی در پژوهشی به بررسی توانایی شبکه‌سازی و عملکرد مالی در سرمایه‌گذاری‌های جدید: اثرات میانجی حجم سرمایه‌گذاری، محیط سازمانی و تعامل بین آن‌ها پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که توانایی شبکه‌سازی کارآفرین با عملکرد مالی سرمایه‌گذاری‌های جدید آن‌ها رابطه دارد. حجم سرمایه‌گذاری‌ها بر روی رابطه بین توانایی شبکه‌سازی کارآفرین و عملکرد مالی سرمایه‌گذاری جدید آن‌ها اثر تعدیل کننده دارد. محیط سازمانی بر روی رابطه بین توانایی شبکه‌سازی کارآفرین و عملکرد مالی سرمایه‌گذاری جدید آن‌ها اثر تعدیل کننده دارد و محیط سازمانی با حجم سرمایه‌گذاری رابطه دارد [۱۲]. مرادحاصلی^۱ و همکاران در پژوهشی به کشف راهکارهای توانمندسازی زنان روستایی ایران و بررسی عوامل مؤثر بر این موضوع پرداختند. نتایج حاصله نشان داد آموزش، تسهیلات بانکی و عوامل اقتصادی به‌عنوان شرایط مسبب و همچنین ویژگی‌های فردی، حمایت خانواده، فرهنگ و محیط کار به‌عنوان عوامل مداخله‌گر در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی جامعه ایران نقش بسیار مهمی دارند [۲۸]. نجمول و فلاحتی^۲ در پژوهش خود تحت عنوان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی و قصد کارآفرینی: یک مطالعه تجربی از عربستان سعودی به این

3. Mira-Solves
4. Chapus and Nordman
5. Albourini
6. Hollow
7. Zheng
8. Mayanja

1. Moradhaseli et al
2. Najmul and Fallahati

جدول ۱- طیف ۵ درجه فازی برای ارزش‌گذاری شاخص‌ها

متغیر زبانی	عدد فازی	L	M	U	عدد فازی قطعی شده
خیلی کم	(۰, ۰, ۰/۲۵)	۰	۰	۰/۲۵	۰/۰۶
کم	(۰, ۰/۲۵, ۰/۵)	۰	۰/۲۵	۰/۵	۰/۲۵
متوسط	(۰/۲۵, ۰/۵, ۰/۷۵)	۰/۲۵	۰/۵	۰/۷۵	۰/۵
زیاد	(۰/۵, ۰/۷۵, ۱)	۰/۵	۰/۷۵	۱	۰/۷۵
خیلی زیاد	(۰/۷۵, ۱, ۱)	۰/۷۵	۱	۱	۰/۹۴

سپس از طریق تکنیک فرایند تحلیل (AHP) به امتیازبندی ابعاد پرداخته شد. بدین صورت که بعد از ترسیم ساختار شبکه‌ای، پرسشنامه مربوط به مقایسات زوجی مربوط به هر مؤلفه تهیه گردید و در اختیار خبرگان قرار گرفت. در ادامه به منظور تشکیل سوپر ماتریس، ماتریس‌های بردار ویژه سطوح مختلف مؤلفه‌های شناسایی شده، محاسبه گردیدند. مراحل محاسبه وزن مؤلفه‌ها عبارتند از:

مرحله اول: جهت تجمیع نظرات خبرگان، از مقایسات زوجی پاسخ‌دهندگان میانگین هندسی گرفته شد.

مرحله دوم: محاسبه بردار ویژه: برای محاسبه بردار ویژه هر یک از جداول مقایسات زوجی تجمیع شده، طبق رابطه زیر از روش لگاریتمی حداقل مجذورات، استفاده شد.

$$w_k^s = \frac{\left(\prod_{j=1}^n a_{kj}^s \right)^{1/n}}{\sum_{i=1}^n \left(\prod_{j=1}^n a_{ij}^m \right)^{1/n}}, \quad s \in \{l, m, u\}$$

به طوری که:

$$\tilde{w}_k = (w_k^l, w_k^m, w_k^u) \quad k = 1, 2, 3, \dots, n$$

این مطالعه براساس دیدگاه ۲۰ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه انجام شده است. از این میان ۸۵ درصد از خبرگان مرد و ۱۵ درصد از آنان زن می‌باشند. همچنین تمامی خبرگان دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده و ۳۰ درصد از آن‌ها بین ۴۰ تا ۵۰ سال، ۳۰ درصد بین ۵۱ تا ۵۵ سال و ۴۰ درصد باقیمانده بیشتر از ۴۰ سال دارند. سابقه کاری مصاحبه‌شوندگان نیز برای ۱۵ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۸۵ درصد بالای ۲۰ سال است. تمامی ویژگی خبرگان در جدول ۲ ارائه گردیده است.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

درصد	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی		درصد	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	
	کارشناسی ارشد	فراوانی		مرد	فراوانی
۰	۰	۰	۸۵	۱۷	جنسیت
۱۰۰	۲۰	دکتری	۱۵	۳	زن
۱۵	۷	سابقه ۱۰ تا ۲۰ سال	۳۰	۶	سن ۴۰ تا ۵۰
۸۵	۱۳	سابقه کاری بالای ۲۰ سال	۳۰	۶	سن ۵۵ تا ۵۱

براساس ادبیات پژوهش و نظرات تخصصی خبرگان در مجموع ۹۶ مؤلفه در قالب ۷ بعد «ساختار شبکه»، «آموزش شبکه»، «قابلیت ارتباطی شبکه»،

۳- روش‌شناسی تمقیق

این تحقیق از نظر فلسفی تفسیرگرا و از منظر هدف، یک تحقیق کاربردی بود. داده‌های موردنیاز در این پژوهش که براساس رویکرد کیفی صورت گرفت، از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و روش میدانی جمع‌آوری گردیدند. تیم خبرگان شامل خبرگان دانشگاهی در رشته‌های مدیریت و کارآفرینی در سطح کشور می‌باشد که ملاک انتخاب آنان تجربه کاری مفید، مدرک تحصیلی و داشتن مقالات علمی بود. لازم به ذکر است که خبرگان به شیوه غیرتصادفی (هدفمند) و به روش گلوله برفی به تعداد ۲۰ نفر انتخاب گردیدند و تا حصول به اشباع نظری مصاحبه‌ها ادامه یافت. تمامی مصاحبه‌ها به صورت حضوری انجام شد. پس از گردآوری داده‌ها، به منظور استخراج ابعاد و مؤلفه‌های شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین از روش تحلیل محتوا استفاده گردید که شامل شش مرحله ذیل می‌باشد:

در گام اول از طریق «بازخوانی مکرر داده‌ها» و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جستجوی معانی و الگوها) به شناسایی شاخص‌های شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین از متون مصاحبه مبادرت گردید. در گام بعدی کدهای اولیه مربوط به یک ویژگی از داده‌ها ایجاد شدند. در این مرحله از طریق کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار Excel شاخص‌های مرتبط با هدف پژوهش استخراج گردید. در گام بعدی به دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب محتواهای بالقوه، و مرتب‌کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب محتواهای مشخص شده است پرداخته شد. به این معنا که با غربال‌گری، حذف کدهای تکراری و یکپارچه نمودن کدهای هم‌معنی، شاخص‌های استخراج‌شده از متون مصاحبه‌ها مقوله‌بندی شدند. در مرحله چهارم شاخص‌های استخراج‌شده از متون مصاحبه‌ها، پس از مقوله‌بندی اولیه، مجدداً غربال شده و شاخص‌های اضافی یا فاقد ارزش لغوی حذف گردیدند. در مرحله پنجم محتواهایی که برای تحلیل ارائه شده، تعریف و مورد بازبینی مجدد قرار گرفتند. به‌وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک محتوا در مورد آن بحث می‌کند مشخص شده و تعیین گردید که هر محتوا کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. در این مرحله نام‌گذاری تم‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج‌شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص در نظر گرفته شد. مرحله ششم شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش بود که تیم‌های اصلی و فرعی توضیح داده شدند. پس از استخراج مؤلفه‌ها، جهت غربال آن‌ها از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. به این گونه که تحلیل دلفی فازی طی دوره‌های متعدد برای شاخص‌های شناسایی شده صورت گرفت به طوری که هر شاخصی که مقدار آن کمتر از ۰/۷ بود برای دور بعد مورد استفاده قرار نگرفت. تحلیل دلفی فازی تا جایی ادامه یافت که مقدار هیچ یک از شاخص‌های باقیمانده کمتر از ۰/۷ نبود. دیدگاه خبرگان پیرامون اهمیت هر یک از شاخص‌ها با طیف فازی ۵ درجه گردآوری شد.

ابعاد	مؤلفه	دور اول	دور دوم	نتیجه
قابلیت ارتباطی شبکه	۴۰. خلاقیت	۰/۷۶۳	۰/۸۵۰	تأیید
	۴۱. توانایی ایجاد هماهنگی	۰/۷۷۸	۰/۷۳۴	تأیید
	۴۲. قابلیت ارتباطی	۰/۷۸۸	۰/۷۱۹	تأیید
	۴۳. مدیریت صحیح	۰/۷۲۵	۰/۷۱۹	تأیید
	۴۴. بازاربایی	۰/۷۴۷	۰/۷۱۳	تأیید
	۴۵. ریسک‌پذیری	۰/۷۱۹	۰/۷۲۵	تأیید
	۴۶. فعالیت شبکه کارآفرینی	۰/۷۲۸	۰/۷۴۱	تأیید
	۴۷. قابلیت‌های پویا	۰/۷۹۴	۰/۷۴۷	تأیید
	۴۸. رسانه‌های نوین در کارآفرینی	۰/۷۷۸	۰/۸۸۸	تأیید
	۴۹. تاب‌آوری در برابر شکست	۰/۸۳۸	۰/۷۴۱	تأیید
	۵۰. جهت‌گیری فروش	۰/۷۶۳	۰/۷۳۱	تأیید
	۵۱. تحلیلی‌بودن	۰/۶۶۶	--	رد در دور اول
	۵۲. جهت‌گیری بازار	۰/۸۲۲	۰/۷۲۵	تأیید
	۵۳. حفظ ارتباطات با شبکه‌سازی	۰/۸۰۹	۰/۷۵۶	تأیید
	۵۴. مخاطره‌پذیری	۰/۷۷۸	۰/۷۶۶	تأیید
	۵۵. جهت‌گیری زمان شبکه	۰/۶۸۸	--	رد در دور اول
	۵۶. مزایای مطلوب	۰/۶۵۳	--	رد در دور اول
	۵۷. تأمین سرمایه	۰/۷۳۴	۰/۸۰۳	تأیید
	۵۸. داشتن راهبرد کسب و کار	۰/۷۵۰	۰/۷۰۶	تأیید
	۵۹. هم‌افزایی نوآورانه	۰/۷۴۱	۰/۸۱۹	تأیید
	۶۰. ظرفیت‌سازی کارآفرینانه	۰/۷۹۴	۰/۸۱۶	تأیید
	۶۱. تعهد متقابل	۰/۷۸۴	۰/۸۰۹	تأیید
	۶۲. اعتماد متقابل	۰/۷۷۵	۰/۷۱۳	تأیید
	۶۳. قابلیت ارتباطی	۰/۷۸۸	۰/۷۱۹	تأیید
	۶۴. قابلیت شبکه‌سازی	۰/۸۲۲	۰/۷۴۷	تأیید
	۶۵. تجربه‌پذیری	۰/۸۰۶	۰/۷۲۸	تأیید
	۶۶. ایجاد ارتباطات شبکه‌سازی	۰/۷۸۴	۰/۷۱۳	تأیید
	۶۷. برون‌گرایی	۰/۸۳۱	۰/۷۴۷	تأیید
	۶۸. سازگاری	۰/۷۷۸	۰/۷۰۳	تأیید
	۶۹. کنترل مالی	۰/۷۴۷	۰/۷۳۴	تأیید
	۷۰. دستیابی به رشد فردی	۰/۸۰۶	۰/۸۵۱	تأیید
	۷۱. بازده اقتصادی	۰/۷۹۷	۰/۷۲۴	تأیید
	۷۲. وابستگی بیش از حد شرکت‌های نوپا به شرکت‌های بزرگتر فناوری	۰/۶۰۹	--	رد در دور اول
	۷۳. مهارت شنیداری	۰/۷۶۹	۰/۷۳۱	تأیید
	۷۴. مهارت ارتباطی	۰/۷۰۶	۰/۷۵۶	تأیید
	۷۵. نظم و انضباط شخصی	۰/۷۳۱	۰/۷۲۵	تأیید
	۷۶. پیش‌فعالی در ایجاد ارتباطات بین‌سازمانی	۰/۶۹۱	--	رد در دور اول
	۷۷. تفکر خلاق در حل مسئله	۰/۷۱۶	۰/۷۰۳	تأیید
	۷۸. تعادل مهارت‌ها بین زندگی شخصی و تجاری	۰/۷۳۱	۰/۷۲۵	تأیید
	۷۹. انعطاف‌پذیری	۰/۷۲۵	۰/۷۱۶	تأیید
۸۰. تحمل پریشانی	۰/۷۸۸	۰/۷۱۶	تأیید	
۸۱. رفتار فرصت‌طلبانه	۰/۸۱۶	۰/۷۹۴	تأیید	

«حفظ شبکه»، «یادگیری شبکه»، «نوع شبکه» و «منابع شبکه» شناسایی گردید. در گام بعدی به منظور غربال این مؤلفه‌ها رویکرد دلفی فازی مورد استفاده قرار گرفت که نتایج حاصل از آن در جدول ۳ ارائه گردیده است.

جدول ۳- دوره‌های دلفی فازی

ابعاد	مؤلفه	دور اول	دور دوم	نتیجه
ساختار شبکه	۱. شایستگی	۰/۸۳۴	۰/۷۷۸	تأیید
	۲. تعامل و مشارکت در مباحث اجتماعی	۰/۷۴۴	۰/۷۷۸	تأیید
	۳. نیازسازی در شبکه	۰/۷۸۸	۰/۷۵۶	تأیید
	۴. جنبش‌های اجتماعی	۰/۶۶۹	--	رد در دور اول
	۵. حفظ ارتباطات شبکه‌سازی	۰/۷۶۳	۰/۷۲۲	تأیید
	۶. رفتار شبکه‌سازی	۰/۸۶۳	۰/۸۷۸	تأیید
	۷. جهت‌گیری‌های طولانی‌مدت	۰/۵۸۸	--	رد در دور اول
	۸. ایجاد انگیزه و حمایت	۰/۷۲۲	۰/۷۸۱	تأیید
	۹. ایجاد فضای خودمختاری	۰/۶۶۹	--	رد در دور اول
	۱۰. نابرابری‌های اقتصادی و فرهنگی	۰/۶۲۵	--	رد در دور اول
	۱۱. دسترسی به اطلاعات	۰/۷۷۸	۰/۷۳۱	تأیید
	۱۲. بسیج شبکه	۰/۷۱۳	۰/۷۶۹	تأیید
	۱۳. ایجاد ارتباطات داخلی	۰/۷۱۳	۰/۷۴۴	تأیید
	۱۴. ایجاد ارتباطات خارجی	۰/۶۷۲	--	رد در دور اول
	۱۵. درگیر شدن در فعالیت‌های حرفه‌ای	۰/۷۴۴	۰/۸۱۶	تأیید
	۱۶. شرکت در فعالیت‌های اجتماعی	۰/۷۴۱	۰/۷۸۴	تأیید
	۱۷. بالابردن مشخصات خود در شرکت	۰/۷۶۹	۰/۷۶۳	تأیید
	۱۸. پرورش روابط داخلی	۰/۷۴۴	۰/۷۲۸	تأیید
	۱۹. سیستم عامل‌های ارتباطی خاص با ویژگی‌های اجتماعی-فنی خاص	۰/۸۰۰	۰/۷۳۱	تأیید
	۲۰. ایجاد بستر فعال	۰/۷۸۱	۰/۷۲۸	تأیید
	۲۱. تعصبات جامعه‌شناختی	۰/۵۹۷	--	رد در دور اول
	۲۲. توانایی شکل‌دادن	۰/۷۵۳	۰/۷۹۴	تأیید
	۲۳. اتحادهای راهبردی	۰/۷۶۹	۰/۷۲۸	تأیید
	۲۴. ساختار شبکه	۰/۷۰۳	۰/۷۱۹	تأیید
	۲۵. شبکه رقابتی	۰/۷۲۸	۰/۷۰۵	تأیید
	۲۶. شبکه حمایتی	۰/۷۵۶	۰/۷۸۴	تأیید
	۲۷. تراکم و مرکزیت شبکه	۰/۷۵۳	۰/۷۹۷	تأیید
	۲۸. اقدامات گسترش شبکه	۰/۷۵۹	۰/۷۱۳	تأیید
	۲۹. رهبری	۰/۷۵	۰/۷۹۷	تأیید
	۳۰. کارآمد و مؤثر در اجرای برنامه‌ها	۰/۷۴۷	۰/۷۵۶	تأیید
	۳۱. دانش کارآفرینی و تجاری	۰/۷۵۹	۰/۷۰۰	تأیید
	۳۲. مهارت آموزی در شبکه	۰/۷۴۴	۰/۸۰۶	تأیید
	۳۳. مهارت‌های کارآفرینی	۰/۸۱۹	۰/۸۲۵	تأیید
	۳۴. شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۷۲۲	۰/۸۰۳	تأیید
	۳۵. امکان دسترسی به دانش جدید	۰/۸۴۷	۰/۷۴۷	تأیید
	۳۶. زیرساخت‌های فناوری دیجیتال	۰/۸۱۹	۰/۷۶۹	تأیید
	۳۷. توانایی ایجاد ارتباط بین شبکه‌ها	۰/۷۵۶	۰/۷۵۶	تأیید
	۳۸. محوریت شبکه	۰/۷۷۵	۰/۸۲۲	تأیید
	۳۹. آموزش	۰/۷۷۸	۰/۷۱۹	تأیید

وزن	منابع شبکه	نوع شبکه	یادگیری شبکه	حفظ شبکه	قابلیت ارتباطی شبکه	آموزش شبکه	ساختار شبکه	یادگیری شبکه
۰/۰۵۶	۰/۳۹	۰/۳۰	۱/۰۰	۰/۴۰	۰/۳۶	۰/۴۸	۰/۴۱	یادگیری شبکه
۰/۰۸۵	۰/۵۸	۱/۰۰	۳/۳۸	۰/۳۱	۰/۴۳	۰/۵۴	۰/۴۸	نوع شبکه
۰/۱۲۱	۱/۰۰	۱/۷۱	۲/۵۳	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۶۱	منابع شبکه
نرخ سازگاری = ۰/۹۰								

نتایج مندرج در جدول ۴ نشان می‌دهد که حفظ شبکه با وزن ۰/۲۴۴ در رتبه اول قرار گرفته که نشان از اهمیت بالای این بعد می‌باشد. پس از آن ساختار شبکه با وزن نسبی ۰/۲۰۸ در رتبه دوم بوده که حاکی از آن است که این بعد می‌تواند جایگزین درستی برای بعد حفظ شبکه باشد، قابلیت ارتباطی شبکه با وزن نسبی ۰/۱۵۲ در رتبه سوم، آموزش شبکه با وزن نسبی ۰/۱۳۵ در رتبه چهارم، منابع شبکه با وزن نسبی ۰/۱۲۱ در رتبه پنجم و نوع شبکه با وزن نسبی ۰/۰۸۵ در رتبه ششم و یادگیری شبکه با وزن ۰/۰۵۶ در رتبه هفتم اهمیت قرار دارد و همچنین نرخ ناسازگاری این ماتریس کمتر از ۰/۱ و مورد قبول می‌باشد.

۴- بمت و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین بود. نتایج پژوهش نشان داد برای شکل‌گیری و تبیین شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین ۷ بعد شامل «ساختار شبکه»، «آموزش شبکه»، «قابلیت ارتباطی شبکه»، «حفظ شبکه»، «یادگیری شبکه»، «نوع شبکه» و «منابع شبکه» حاصل شده است. شبکه‌سازی کارآفرینانه به زنان کارآفرین اجازه می‌دهد تا عضوی از جامعه‌ی هم‌فکر با خودشان باشند. کارآفرینان معمولاً از سندروم "انزوا در قله" رنج می‌برند. احساس پراضطراب انزوا از این مسأله که خود کارآفرینان تصمیم‌گیرنده نهایی و بنیان‌گذار کسب و کار هستند، ناشی می‌شود. شبکه‌سازی به‌عنوان راه‌حلی برای آرام کردن این احساسات پیشنهاد می‌شود. اما برای زنان کارآفرین که درگیر ایجاد تعادل بین خانواده و مسئولیت‌های اجتماعی خود هستند، فرصتی برای ملاقات‌های معمول خارج از ساعت کاری باقی نمی‌ماند. همانطور که از نتایج مشخص گردید آموزش شبکه، قابلیت ارتباطی شبکه، ساختار شبکه حفظ شبکه از عوامل مؤثر و تأثیرگذار در شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین به شمار می‌رود. در تبیین یافته‌ها می‌توان گفت در شبکه‌سازی کارآفرینانه زنان امکان دسترسی به منابع تخصصی برای کمک به رشد کسب‌وکار و شبکه سرمایه‌گذاران با ذهنیت مشابه وجود دارد. داشتن یک شبکه مستحکم برای کارآفرینان زن مزایای متعددی دارد. به اشتراک‌گذاری دانش و تخصص به کسب و کار آن‌ها اجازه می‌دهد که در معرض طیف وسیع‌تری از مشتریان بالقوه قرار می‌گیرند و به آن‌ها کمک می‌کند تا یک سیستم پشتیبانی ایجاد کنند - چیزی که برای کسانی که به تنهایی کار می‌کنند اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند. یک شبکه قوی سرمایه اجتماعی‌ای را ایجاد می‌کند که می‌تواند منجر به همکاری و اعتبار بیشتر، تأمین مالی و

ابعاد	مؤلفه	دور اول	دور دوم	نتیجه
نوع شبکه	۸۲. باور درونی	۰/۷۵۳	۰/۷۱۹	تأیید
	۸۳. پشتکار	۰/۷۵۹	۰/۷۶۶	تأیید
	۸۴. روابط اجتماعی	۰/۷۹۱	۰/۸۲۵	تأیید
	۸۵. دسترسی به منابع	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	تأیید
	۸۶. شناسایی و درک فرصت‌های کارآفرینی	۰/۸۳۴	۰/۷۶۳	تأیید
	۸۷. اعتماد به نفس	۰/۸۰۰	۰/۸۶۳	تأیید
	۸۸. فرهنگ‌سازی کارآفرینانه	۰/۷۲۵	۰/۸۱۶	تأیید
	۸۹. استقلال	۰/۷۹۷	۰/۷۰۶	تأیید
	۹۰. اشتیاق به تجارت	۰/۷۹۴	۰/۷۴۱	تأیید
منابع شبکه	۹۱. هنجارهای اجتماعی	۰/۷۲۲	--	رد در دور اول
	۹۲. درگیری بین نخبگان سازمانی	۰/۵۴۷	--	رد در دور اول
	۹۳. اختلافات بین مالکان و کارگران	۰/۶۶۹	--	رد در دور اول
	۹۴. ساختار مالی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی	۰/۷۵۶	۰/۷۴۴	تأیید
	۹۵. اعطای وام کم بهره	۰/۷۷۸	۰/۷۴۴	تأیید
	۹۶. استفاده از استارت‌آپ‌های دانشجویی بعد از فارغ‌التحصیلی	۰/۸۱۳	۰/۷۵۶	تأیید
	۹۷. تهیه بودجه	۰/۷۶۹	۰/۷۴۱	تأیید

با توجه به جدول ۳، پس از اتمام دور اول تکنیک دلفی از مجموع ۹۷ مؤلفه، تعداد ۱۴ مؤلفه دارای مقادیر کمتر از ۰/۷ بوده که حذف گردیدند. مؤلفه‌های حذف‌شده شامل «هنجارهای اجتماعی»، «پیش‌فعالی در ایجاد ارتباطات بین سازمانی»، «ایجاد فضای خودمختاری»، «تابرابری‌های اقتصادی و فرهنگی»، «تعصبات جامعه‌شناختی»، «درگیری بین نخبگان سازمانی»، «اختلافات بین مالکان و کارگران»، «وابستگی بیش از حد شرکت‌های نوپا به شرکت‌های بزرگ‌تر فناوری»، «ایجاد ارتباطات خارجی»، «جنبش‌های اجتماعی»، «جهت‌گیری زمان شبکه»، «مزایای مطلوب»، «جهت‌گیری‌های طولانی‌مدت» و «تحلیلی‌بودن» بودند. در دور دوم از آنجاییکه تمامی ۸۳ مؤلفه باقیمانده مقادیری بالاتر از آستانه ۰/۷ داشتند، هیچ‌یک از مؤلفه‌ها حذف‌نشده که نشان‌دهنده اتمام دورهای دلفی می‌باشد. در گام بعدی، به رتبه‌بندی ابعاد پرداخته شد. بدین منظور با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل، اوزان هر یک از ابعاد بر محاسبه گردید. جدول ۴ میانگین‌های نظرات خبرگان را نشان می‌دهد. در ستون آخر این جداول، بردار ویژه نشان داده شده است.

جدول ۴- میانگین مقایسات زوجی ابعاد شبکه‌سازی کارآفرینانه کسب و کارهای زنان کارآفرین

ساختار شبکه	آموزش شبکه	قابلیت ارتباطی شبکه	حفظ شبکه	یادگیری شبکه	نوع شبکه	منابع شبکه	وزن
۱/۰۰	۲/۲۱	۳/۱۶	۰/۴۴	۲/۴۲	۲/۱۰	۱/۶۵	۰/۲۰۸
۰/۴۵	۱/۰۰	۰/۳۷	۱/۰۰	۲/۰۹	۱/۸۵	۲/۰۰	۰/۱۳۵
۰/۳۲	۲/۷۳	۱/۰۰	۰/۳۱	۲/۸۱	۲/۳۲	۱/۳۳	۰/۱۵۲
۲/۲۷	۱/۰۰	۳/۲۱	۱/۰۰	۲/۵۳	۳/۲۲	۱/۱۱	۰/۲۴۴

- ۶- صادقی اردوبادی، بهنام، محمدکاظمی، رضا و حسینی نیا، غلامحسین. طراحی الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتال مبتنی بر مطالعات علم سنجی. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، ۱۷ (۶۸): ۱۳۳-۱۵۵، ۱۴۰۱.
- ۷- اعتمادی‌نسب، الهام، مظفری، افسانه و فرهنگی، علی‌اکبر. تأثیر شبکه‌های اجتماعی در مهارت‌های کارآفرینی و توسعه ملی (مطالعه موردی: مدیران استارت‌آپ‌های ایرانی). مطالعات رسانه‌ای، ۱۶ (۱): ۸۳-۹۶، ۱۴۰۰.
- ۸- بیگی، شاهرخ، مهدیه‌نیا، جواد و سهرابی‌راد، مهدی. بررسی عملکرد بین‌المللی تحت تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه و مؤلفه‌های جهت‌گیری بازار، جهت‌گیری فروش، مهارت‌های کارآفرینی و شبکه‌سازی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی چشم‌اندازهای نوین در حسابداری، مدیریت و کارآفرینی، تهران، ۱۳۹۹.
- ۹- حیدری، سعید، صالحی، سیدحمیدرضا و عادل‌فر، حسین. بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و قصد کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی دانشکده مدیریت تهران)، همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار، تهران، ۱۳۹۹.
- ۱۰- سلام‌زاده، آیدین، هادی‌زاده، مرتضی و مرتضوی، سمیرا سادات. بررسی تأثیر گسترش شبکه‌های اجتماعی بر توسعه کارآفرینی: تبیین نقش تعدیل‌گر زیرساخت‌های فناوری‌های دیجیتال و هنجارهای اجتماعی، نشریه مطالعات رسانه‌ای، ۱۵ (۴۹): ۲۷-۵۱، ۱۴۰۰.
- ۱۱- نامدار جویمی، احسان. نقش توانایی شبکه کارآفرین در کشف فرصت‌های کارآفرینی (شبکه‌های اجتماعی کارآفرینی فعال در اینستاگرام و تلگرام)، نشریه راهبرد توسعه، ۶ (۲۴-۲۶)، ۱۳۹۹.
- ۱۲- امام‌زاده، سعید و حسینی، محمد. توانایی شبکه‌سازی و عملکرد مالی در سرمایه‌گذاری‌های جدید: اثرات میانجی حجم سرمایه‌گذاری، محیط سازمانی و تعامل بین آن‌ها (مطالعه موردی: کارآفرینان برتر استان مازندران)، همایش ملی کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات، ساری، ۱۳۹۸.
- 13- YENER, H. A study on the effects of system thinking and decisionmaking styles on entrepreneurship skills. *Turkish Journal of Engineering*, 6 (1): 26-33, 2022.
- 14- Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1 (1): 8-24, 2009.
- 15- Al Mutairi, A., & Fayed, F. Factors motivating female entrepreneurs in Kuwait. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 20 (1): 50, 2015.
- 16- Xavier, S. R., Ahmad, S. Z., Nor, L. M., & Yusof, M. Women Entrepreneurs: Making A Change from Employment to Small and Medium Business Ownership. *Procedia Economics and Finance*, 4, 321-334, 2012.
- 17- Ladge, J., Eddleston, K. A., & Sugiyama, K. Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business Horizons*, 62 (5): 615-624, 2019.
- 18- Global Entrepreneurship Monitor. *Global Entrepreneurship Monitor Special Report Women Entrepreneurs*, 2015.
- 19- Bogren, M., von Friedrichs, Y., Rennemo, & Widding. Networking women entrepreneurs: fruitful for business growth?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5 (1): 60-77, 2013.
- 20- Birley, S. The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1 (1): 107-117, 1985.
- 21- Batjargal, B. Network dynamics and new ventures in China: A longitudinal study. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 22 (2): 139-153, 2010.
- 22- Anderson, A. R., Jack, S. L., & Dodd, S. D. The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*, 18 (2): 135-154, 2005.
- 23- Ranfagni, S., & Guercini, S. Beyond appearances: The hidden meanings of sustainable luxury. *Handbook of Sustainable Luxury Textiles and Fashion*, Volume 2, 51-72, 2016.
- 24- Dodd, S., & Patra, E. National Differences in Entrepreneurial Networking. *Entrepreneurship and Regional Development - ENTREP REG DEV*, 14, 117-134, 2002.
- حمایت عاطفی برای کارآفرینان زن شود. این یافته‌ها با نتایج پژوهش [۶] و [۷] قابل قیاس است. این پژوهش‌ها نشان دادند شبکه‌های اجتماعی بر توسعه ملی و مهارت‌های کارآفرینی مؤثر بوده و همچنین متغیرهای جهت‌گیری بازار، جهت‌گیری فروش، مهارت‌های کارآفرینی و شبکه‌سازی بر شایستگی‌های کارآفرینانه نقش مثبت و معنادار دارند.
- حال با توجه به نتایج حاصل پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:
- زنان کارآفرین در گام نخست اقدام به ایجاد ارتباطات داخلی با یکدیگر و انسجام بیشتر با استفاده از روابط به هم تنیده در بستر شبکه‌های اجتماعی کنند، چه بسا توجه بر ایجاد رابطه جدید در شبکه می‌تواند در اجرای برنامه‌های کارآفرینانه مؤثر باشد.
 - زنان کارآفرینی که می‌خواهند عملکرد کارآفرینانه خود را افزایش دهند، باید سریع‌تر از بازار اتحادهای راهبری را شناسایی کنند و شکل دهند. آن‌ها باید روابط مبتنی بر اعتماد و تعهد متقابل را با شرکای خود برقرار کنند.
 - کسب و کارهای زنان کارآفرین بایستی به حفظ و توسعه روابط خود با دیگر کارآفرینان توجه کافی داشته باشند، این امر منجر به بهبود و غنای روابط می‌شود. اینکار می‌تواند در سایه فعالیت‌های پُرتوان انجمن زنان کارآفرین صورت پذیرد.
 - در تشکیل و ایجاد شبکه‌ها کیفیت ارتباط و انتقال دانش در بین کارآفرینان مدنظر قرار گیرد.
- در شبکه‌سازی زنان کارآفرین به ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی، آموزش، مهارت‌آموزی، دسترسی به دانش جدید پرداخته شود. برای این منظور می‌توان از استارت‌آپ‌ها و پلتفرم‌ها برای ایجاد، حفظ، آموزش و تأمین منابع شبکه استفاده کرد. با راه‌اندازی این افزارها، اطلاعات و پیوندهایی در مورد دسترسی به آموزش، مشاوره و فرصت‌های شبکه‌های تجاری ارائه می‌دهد.

۵- مراجع

- ۱- هاشمی، سیدحامد و پورامین‌زاد، سعیده. ارزیابی شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کار و کارآفرینی زنان در ایران (مطالعه موردی استان گیلان)، اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز، ۱۳۸۹.
- ۲- ورکیانی پور، نفیسه، حسینی، سیدمحمدرضا، سمیعی، روح‌الله، اشرفی، مجید. ارائه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایدار روستایی در استان گلستان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۹ (۵۴): ۱۴۷-۱۶۶، ۱۳۹۸.
- ۳- سخدری، کمال. قابلیت شبکه‌سازی و عملکرد کارآفرینانه سازمانی: تبیین نقش گرایش‌های راهبردی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های ارائه‌کننده تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی به بخش معدن و صنایع معدنی ایران). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۸ (۱): ۱۵۹-۱۷۴، ۱۳۹۴.
- ۴- نقایی، سعید، زعفریان، رضا، یوسفی، محسن، رضوانی، مهران. تبیین نقش رابطی رفتار شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه (مطالعه موردی: شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۵ (۱): ۲۵-۴۳، ۱۳۹۱.
- ۵- آراستی، زهرا، طرزمنی، الناز. چگونگی تغییر نقش شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین از مرحله نوپایی به تثبیت: مورد بررسی بخش صادرات. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۶ (۴): ۱-۱۹، ۱۳۹۲.

- 25- Albourini, F., Ahmad, A., Abuhashesh, M & Nusairat, N. The effect of networking behaviors on the success of entrepreneurial startups. *Management Science Letters*, 10 (11), 2521-2532, 2020.
- 26- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. *Sustainability*, 11 (6): 1683, 2019.
- 27- Das, M., Goswami, N. Effect of entrepreneurial networks on small firm performance in Kamrup, a district of Assam. *J Glob Entrepr Res* 9, 7, 2019.
- 28- Moradhaseli. S., Taei, P., Karimi, H., Hajjaliany, S., and Norouzi, A., Designing an economic empowerment model for self-employed women under the MENARID project in Iran. *SN Business & Economics*, 206 (3): 2023.
- 29- Najmul, H. O. D. A., & FALLATAH, M. (2022). Social Networking Site Usage, Social Capital and Entrepreneurial Intention: An Empirical Study from Saudi Arabia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*. 9 (5): 421-429. 2022.
- 30- Mira-Solves, I., Estrada-Cruz, M., & Gómez-Gras, J. M. Analysing academics' entrepreneurial opportunities: The influence of academic self-efficacy and networks. *European Research on Management and Business Economics*, 27(2), 100152, 2021.
- 31- Chapus, Q., & Nordman, C. J. You're all I need to get by? Analyzing young entrepreneurs' networks in Morocco from a "quantified narratives" method. *Social Networks*, 66, 211-223, 2021.
- 32- Hollow, M. Historicizing entrepreneurial networks. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14: 66– 88, 2020.
- 33- Zheng, C., Ahsan, M., & DeNoble, A. F. Entrepreneurial Networking During Early Stages of Opportunity Exploitation: Agency of Novice and Experienced New Venture Leaders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44 (4): 671-699, 2020.
- 34- Mayanja, S., Ntayi, J. M., Munene, J. C., Balunywa, W., Sserwanga, A., & Kagaari, J. R. K. Informational differences and entrepreneurial networking among small and medium enterprises in Kampala, Uganda: The mediating role of ecologies of innovation. *Cogent Business & Management*, 6 (1): 1617020, 2019.