

تأثیر مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی و اثرات اقتصادی آن بر تولید ناخالص داخلی کشور

سیده محبوبه میر حسینی^۱

محمود باغبان طرقدری^{۲*}

فروغ پورواحدی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۳/۰۱

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی و اثرات اقتصادی آن بر تولید ناخالص داخلی کشور انجام شده است. جامعه آماری شامل زنان خانه‌دار در مناطق مختلف شهری و روستایی کشور ایران می‌باشد. روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و پیمایشی بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و تحلیل شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی، اثرات اقتصادی کشور و تولید ناخالص داخلی دارد. مدیریت زنان خانه‌دار با افزایش نقش فعال خود، می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی خانواده‌ها و به تبع آن اقتصاد کشور کمک کند. علاوه بر این، تحلیل‌ها براساس نظریات تعامل‌گرایی نمادین، سیستم‌ها و توانمندسازی، تأثیر مثبت تعاملات اجتماعی و حمایت‌های سیستماتیک را تأیید کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که تقویت مدیریت زنان خانه‌دار می‌تواند به بهبود وضعیت کارآفرینی و اقتصادی کشور کمک کند و باعث افزایش تولید ناخالص داخلی شود. همچنین، این پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی باید توجه ویژه‌ای به توانمندسازی زنان خانه‌دار داشته باشند، زیرا این اقدامات می‌تواند به توسعه پایدار و رشد اقتصادی کشور کمک کند.

واژگان کلیدی

مدیریت زنان خانه‌دار، کارآفرینی، اثرات اقتصادی، تولید ناخالص داخلی.

^۱ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پيشوا، پيشوا، ايران. (@ Hoseini2253. yahoo.com)

^۲ استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحدورامین-پیشوا و قرچک، پیشوا، ایران. (نویسنده مسئول: mahmoodbaghan45@gmail.com)

^۳ استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحدورامین-پیشوا و قرچک، پیشوا، ایران. (f.pourvahedi@iau.ir)

۱. مقدمه

امروزه کارآفرینی زنان اغلب به عنوان یک اولویت توسط آژانس‌های بین‌المللی، دولت‌های ملی، سازمان‌های غیردولتی و سایر سیاست‌گذاران ذکر می‌شود. رفاه زنان در کارآفرینی به یک حوزه شناخته شده در زمینه کارآفرینی تبدیل شده است و مشارکت زنان در کارآفرینی به طور چشمگیری افزایش یافته است (رومی^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). رفاه زنان به دلیل کمبود فرصت‌های شغلی و سایر عوامل اجتماعی و اقتصادی پایین‌تر است. برای جبران این نابرابری، زنان به مشاغل غیررسمی می‌پردازند. مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی یکی از سریع‌ترین رشد‌های در جهان است (رشید^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی خانگی زنان به دلیل درک بهتر از وضعیت اقتصادی مورد نیاز برای مدیریت تعاملات کار خانواده لازم برای کسب درآمد در حین آموزش فرزندان‌شان در حال رشد است (باستیان^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی غیررسمی نوعی از اشتغال است که در آن زنان نه تنها به فعالیت‌های تجاری می‌پردازند، بلکه فرصت‌ها و الهام بخشی را برای سایر زنان در حلقه خود فراهم می‌کنند. با افزایش استقلال مالی و رفاه، کارآفرینی زنان به کاهش نابرابری جنسیتی، حاشیه‌نشینی و تبعیت از کار زنان کمک می‌کند (یونس^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی زنان به تحول اجتماعی-اقتصادی کمک می‌کند و به عنوان راه حلی جهانی برای بسیاری از مشکلات به ویژه برای مناطق کم درآمد و کمتر توسعه یافته در نظر گرفته می‌شود. آمارها نشان داد که فعالیت‌های تجاری غیررسمی ۳۰ درصد از کل فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان تخمین زده می‌شود (روسکا^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). در یک جامعه مردسالار، زنان از طریق کارآفرینی غیررسمی کمک‌های اقتصادی می‌کنند و کارآفرینی غیررسمی وضعیت زنان و رفاه خانواده آن‌ها را افزایش می‌دهد (لپلی^۶ و همکاران، ۲۰۲۰). کارآفرینی زنان روشی برای تبدیل منابع موجود به کالا و خدمات و در عین حال ایجاد فرصت‌های شغلی و سایر مزایایی است که در نهایت منجر به تولید ثروت و توانمندسازی اجتماعی می‌شود (جابن^۷ و همکاران، ۲۰۲۰). برای فرآیند تحول اجتماعی-اقتصادی، کارآفرینی غیررسمی زنان از طریق نقش‌های تولیدی و تولید ملی، به عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد اقتصادی و پایداری در نظر گرفته شده است. کارآفرینی در جهان امروز به سرعت در حال پیشرفت است، کارآفرینی زنان موضوع پرالتهاب کشورهاست. گزارش سال ۲۰۲۰ کارآفرینی جهان که توسط مرکز کارآفرینی کافمن منتشر شده است تاکید می‌کند کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. تصور می‌شود که زنان فقیرتر از مردان هستند نه تنها در کشورهای در حال توسعه بلکه اکثر ثروتمندترین افراد در همه کشورها مردان هستند (محمد^۸ و همکاران، ۲۰۲۱). طبق گزارش فوربس^۹ (۲۰۲۱)، تفاوت دارایی خالص بین ثروتمندترین مردان و زنان جهان ۱۰۳.۴ میلیارد دلار است (فوربس ۲۰۲۱: ۸). با توجه به این که زنان نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه‌ی ایران به وجود آمده است، توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه‌ی

1. Roomi

2. Rashid

3. Bastian

4. Yunis

5. Rosca

6. Lepeley

7. Jabeen

8. Muhammad

9. Forbes

اقتصادی کشور کمک شایانی نماید. زنان در ایران اساساً تحت تأثیر دو عامل وارد عرصه ی کار می شوند، عوامل کشتی (تمایلی) و فشاری (اجباری). عامل کشتی اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب میشوند تا شغل یا فعالیت مخاطره آمیزی را صرفاً به لحاظ اشتیاق و اصرار بر اینکه بخواهند کاری را مستقلاً انجام دهند، دایر کنند. در حالی که عوامل فشاری اشاره به روندی دارند که در آن زنان ناچارند کسب و کاری را دایر کنند تا بتوانند مشکلات اقتصادی خود را برطرف کنند (خسروی پور و همکاران، ۱۴۰۲). متأسفانه هنوز هم مشکلاتی در جهت ریشه کن کردن کامل تفکر مرد سالاری بودن جامعه وجود دارد و علاوه بر این بسیاری از عوامل موجود در جامعه اعم از عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فیزیولوژیکی نیز بر روند پیشرفت زنان کارآفرین تأثیر می گذارد، اما عموماً به خاطر عوامل و مسائل اجتناب ناپذیر نظیر توان محدود، اعتماد به نفس پایین، دسترسی اندک به اطلاعات تکنیکی، شرایط بد بازار محلی، دسترسی کمتر به سرمایه و غیره، زنان موسسات کوچک را به شرکت‌ها و موسسات بزرگ ترجیح می دهند (ملک آرا، ۱۴۰۲). در مسیر توسعه ی فعالیت های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و رفع آن‌ها منجر به تسهیل این امر خواهد شد. از این موانع می توان به وجود موانع فرهنگی - اجتماعی (مانند وجود فرهنگ مرد سالاری در سازمان ها و جامعه، باورهای کلیشه ایی در مورد زنان و غیره) موانع شخصی (عدم خودباوری و اعتماد به نفس زنان، فقدان انگیزه ی کافی و غیره) و موانع مالی (محدودیت در دسترسی به خدمات حمایتی به علت عدم اعتماد موسسات مالی و غیره) اشاره کرد.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۱-۲. مدیریت زنان خانه‌دار

مدیریت زنان خانه‌دار اشاره به نقش و تأثیر زنان خانه‌دار در فرآیند راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای کوچک و خانگی و نحوه استفاده از مهارت‌ها و منابع خود در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی (رشید و همکاران، ۲۰۱۹). مشارکت زنان یک فرآیند اقتصادی اجتماعی شده در نظر گرفته می‌شود که با زمینه‌های متنوعی مانند متغیرهای فرهنگی و اجتماعی مذهبی متفاوت است. همزمان با تحولات جدید در منطقه، زنان اکنون کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده و مالک آن هستند که از طریق مشارکت‌های اقتصادی و ایجاد ثروت به رفاه خانوار کمک می‌کند. در سراسر این زمینه، یافته‌ها نشان‌دهنده همبستگی بین درآمد، ثروت و رفاه است، اما تنوع در منابع اقتصادی به خوبی توضیح داده نشده است. همانطور که خلیلی و همکاران بیان کردند، مخارج خانوار بیشتر به درآمد مرتبط بود (خلیلی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

۲-۲. کارآفرینی زنان

اولین مقاله در مورد کارآفرینی زنان توسط شوارتزمنتشر شد. این مطالعه شامل مصاحبه با ۲۰ زن کارآفرین با تمرکز بر ویژگی ها، نگرش‌ها و انگیزه‌های آن‌ها بود. پس از آن، پیشرفت تحقیقات تا حدود سال ۲۰۱۵ نسبتاً کند بود. دنک و همکاران گزارش می‌دهد که دوره از ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۶ نسبتاً کند بوده است، اما از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۴، رشد ثابتی با کمتر از ۵۰ انتشار در سال وجود داشته است. با این حال، از سال ۲۰۱۴ به بعد، افزایش مطالعات به صورت تصاعدی بوده و به طور میانگین سالانه بیش از ۱۵۰ مقاله منتشر می‌شود. طی چهار دهه گذشته، تحولات بسیاری در عرصه‌های اجتماعی - فرهنگی و اجتماعی - سیاسی، کارآفرینی زنان را شکل داده است. پیشرفت در فناوری، آگاهی اجتماعی بیشتر، همدلی

¹.Khalili

برای برابری جنسیتی و افزایش سیاست‌های نظارتی و نهادی برای زنان در تجارت، انگیزه‌ها، ماهیت و میزان فعالیت‌های کارآفرینی و نتایج زنان را شکل داده است (اندرسون و همکاران، ۲۰۲۲).

کارآفرینی پایدار یک مفهوم نوظهور در تحقیقات کارآفرینی است. با کنار هم قرار دادن مفاهیم پایداری و کارآفرینی، کارآفرینی پایدار به ادغام اهداف اجتماعی و زیست محیطی در هسته اهداف و فعالیت‌های تجاری مربوط می‌شود. کارآفرینان پایدار، حالت‌ها و اشکال سازمانی جدیدی تولید می‌کنند که در عین توجه به اهداف اقتصادی و الزامات اخلاقی، تأثیرات منفی بر محیط‌زیست و جامعه را کاهش می‌دهد (آپستو^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). یک زن کارآفرین به عنوان زنی تعریف می‌شود که یک کسب و کار را آغاز، ایجاد و اداره می‌کند و آماده ریسک‌پذیری است. این زنی است که فرصت‌های اقتصادی سودآور بالقوه را شناسایی می‌کند، کسب و کار جدیدی را راه اندازی می‌کند فعالانه در مدیریت آن شرکت می‌کند و حداقل ۵۰ درصد از کسب و کار را که باید حداقل برای یکسال فعال می‌بود، در اختیار دارد. زنان کارآفرین نقشی ضروری در ساختن اقتصاد یک کشور دارند. در کشورهای در حال توسعه، زنان کارآفرین به طور قابل توجهی در رشد اقتصادی رسمی/غیررسمی با استفاده از مهارت‌های نوآورانه خود در زمینه‌های مختلف کسب و کار مشارکت می‌کنند. امروزه زنان با مدارک فنی و حرفه‌ای آموزش می‌بینند. اکثر آن‌ها تحصیلات خوبی دارند. بسیاری از آن‌ها به عنوان شرکای یکسان وارد تجارت خانوادگی خود شدند. زنان خانه‌های سالمندان، بوتیک‌ها، شرکت‌های کوچک تولیدی و تجارت پوشاک خود را راه اندازی می‌کنند. زنان کار را با انتخاب و شجاعت خود آغاز می‌کنند. با این حال، بسیاری با مخالفت خانواده رو برو می‌شوند و از حمایت کافی از خانواده خود برخوردار نیستند (کورا^۲ و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۳ کارآفرینی و تأثیر آن بر اقتصاد

این فکر که کارآفرینی و رشد اقتصادی کاملاً محکم و به طور مثبت با هم مرتبط هستند، درواقع از زمان آثار اولیه نویسندگان تاریخی مانند شومپتر پیشرفت کرده است. کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی در رشد و توسعه پایدار اقتصادی ذکر شده است، زیرا نه تنها باعث ایجاد اشتغال، بلکه افزایش هزینه‌ها در بازارها، انتقال دانش، اشتغال و نوآوری می‌شود. با این حال، مطالعات بسیار کمی وجود دارد که به طور تجربی رابطه بین سه متغیر (رشد اقتصادی، توسعه اقتصادی و کارآفرینی) را اندازه‌گیری کند (نیکلودوا^۳ و همکاران، ۲۰۲۲).

چندین مطالعه این ارتباط را به صورت تجربی ثابت کرده‌اند. به عنوان مثال، کارآفرینی را به عنوان یک تقویت‌کننده رشد اقتصادی شناسایی کرده که به دلایل مختلفی رخ می‌دهد، از جمله بهبود رقابت با افزایش تعداد مشاغل، "سرریز دانش" و تنوع و نوآوری ایجاد شده در بین عوامل اقتصادی. اولین مورد، بهبود رقابت با افزایش تعداد مشاغل، به طور مستقیم به رشد کمک می‌کند زیرا افزایش تعداد مشاغل در نهایت منجر به افزایش اشتغال می‌شود. علاوه بر این، رقابت محیطی مساعد برای رشد دانش ایجاد می‌کند که منجر به دومین تقویت‌کننده اقتصادی می‌شود. «سرریز دانش» با ایجاد دانش جدید ایجاد می‌شود و اثرات آن به افراد یا مشاغل دیگر منتقل می‌شود. "سرریز" دانش یک ابزار مهم

¹. Apostu

². Corrêa

³. Neklyudova

علی برای رشد درون‌زا است. دلیل سوم به تنوع و نوآوری اشاره دارد که توسط عوامل اقتصادی ایجاد می‌شود که منحصر به فرد است؛ و به نوبه خود بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد (آریارائن^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۴. پیشینه پژوهش

ملک آرا (۱۴۰۲)، طی تحقیقی به بررسی توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی زنان: مقایسه زنان کارآفرین تمام وقت و زنان خانه‌دار در پاکستان پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینی نقش مهمی ایفا کرده و بر قدرت تصمیم‌گیری در زنان کارآفرین تأثیر داشته است. با این حال، زنان کارآفرین در مقایسه با زنان خانه‌دار با موانع مختلفی از جمله حمایت کمتر دولت، فرآیندهای پیچیده وام بانکی، عدم آموزش کارآفرینی و آگاهی از بازار مواجه هستند. زنان کارآفرین قدرت تصمیم‌گیری قوی، استقلال، استقلال مالی و توانمندی دارند. شیردل (۱۴۰۱)، طی تحقیقی به بررسی اثربخشی آموزش مجازی در زمینه توانمندسازی فکری-اجتماعی زنان خانه‌دار در کارآفرینی پرداختند. میانگین و انحراف معیار نمرات توانمندی‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی در دو مقطع زمانی پس از مداخله نسبت به قبل از مداخله افزایش یافت. همچنین مقایسه میانگین نمرات هر یک از مولفه‌های مهارت‌های فکری و اجتماعی بین دو مقطع پیش‌آزمون و پس‌آزمون پس از مداخله تفاوت معنی‌داری نشان دادند. آموزش برنامه محور و اصولی زنان خانه‌دار، توانمندی‌های فکری و اجتماعی آن‌ها را در زمینه کارآفرینی تغییر داد، بنابراین آموزش مجازی نیز می‌تواند در ارتقای توانمندی‌های زنان خانه‌دار و گرایش به کارآفرینی موثر باشد. احمدآج^۲ و همکاران (۲۰۲۳)، طی تحقیقی به بررسی کارآفرینی زنان: چالش‌ها و چشم‌اندازهای یک اقتصاد در حال ظهور پرداختند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که اگرچه بین درصد زنانی که احساس می‌کنند مورد تبعیض قرار می‌گیرند و درصد زنان کارآفرینی که درک می‌کنند جنسیت آن‌ها تأثیر مثبتی بر رشد کسب‌وکار داشته است، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد، اما تفاوت معنی‌داری در رابطه با آن‌ها وجود دارد. درصد زنان کارآفرینی که توسط خانواده‌ها و شرکای خود حمایت شده‌اند و کسانی که میراثی از خانواده خود دریافت کرده‌اند. توجه ویژه به عوامل مختلفی که زنان از نظر توسعه کارآفرینی تجربه می‌کنند معطوف شده است. هدف دیگر این تحقیق ارائه توصیه‌های متفاوتی است که باید توسط سیاست‌گذاران برای بهبود اکوسیستم کارآفرینی در آلبانی مورد توجه قرار گیرد. الفحطانی^۳ و همکاران (۲۰۲۲)، طی تحقیقی به بررسی کارآفرینی زنان برای اقتصاد پایدار و چالش‌های توسعه، محرک‌ها و سیاست‌های پیشنهادی برای کشورهای غنی از منابع پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینان زن مشتاق و واقعی مورد بررسی، ارتباط سیاست‌های پیشنهادی مربوط به ارائه برنامه‌های آموزشی محلی و مربیگری بیشتر و یارانه‌ها و بودجه‌های دولت را حفظ می‌کنند. علاوه بر این، در حالی که شرکت‌کنندگان زن موافق هستند که شیوه‌های کارآفرینی آن‌ها باید از سنت‌ها و روندهای فرهنگی محلی تبعیت کند، آن‌ها معتقدند که نیاز تکمیلی به گسترش آگاهی و جلب حمایت برای مشارکت اجتماعی و اقتصادی آن‌ها در جامعه وجود دارد. در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهد که چندین شرکت‌کننده زن، عمدتاً اتباع قطری، مایلند تا سرمایه‌گذاران کارآفرین شوند تا به تأمین مالی استارت‌آپ‌های کارآفرینی دیگر کمک کنند تا با زنان دیگر شریک شوند و به جامعه کمک کنند و به پایداری کلی جامعه خود کمک کنند. محمد و همکاران (۲۰۲۱)، طی تحقیقی به بررسی "درآمد و رفاه کارآفرینی: کارآفرینی غیررسمی زنان در یک زمینه در حال توسعه" پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است که کارآفرینی غیررسمی زنان نقش

¹. Ariyaratne

². Ahmetaj

³. Al-Qahtani

بسیاری در رفاه خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی دارد. نتایج به درک درآمد کارآفرینانه زنان بر رفاه فردی و خانواده کمک می‌کند. کارآفرینی غیررسمی زنان، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، نقش مهمی را ایفا می‌کند که با تأثیر چندبرابری سلامت زنان کارآفرین سازگار است. با توجه به اهداف توسعه‌پایدار سازمان ملل، اقداماتی برای توانمندسازی این زنان کارآفرین غیررسمی و خانگی پیشنهاد شد.

۲-۵- فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی کشور تأثیر دارد.

فرضیه دوم: مدیریت زنان خانه‌دار بر اثرات اقتصادی کشور تأثیر دارد.

فرضیه سوم: مدیریت زنان خانه‌دار بر تولید ناخالص داخلی کشور تأثیر دارد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه زنان خانه‌دار کارآفرین شهرستان ورامین می‌باشند. چون جامعه از نوع نامحدود است، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و تدوین چارچوب نظری تحقیق، از منابع کتابخانه‌ای همانند کتاب، مقالات، همایش‌ها و همچنین منابع اینترنتی استفاده شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده گردید. جهت روایی از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

جدول ۱. روایی همگرا متغیرهای تحقیق

متغیرهای مکنون	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
- مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی کشور تأثیر دارد.	0.587
- مدیریت زنان خانه‌دار بر اثرات اقتصادی کشور تأثیر دارد.	0.685
- مدیریت زنان خانه‌دار بر تولید ناخالص داخلی کشور تأثیر دارد.	0.754

جدول نشان‌دهنده میانگین واریانس استخراجی (AVE) برای متغیرهای پنهان تحقیق است. AVE یک معیار برای سنجش روایی همگراست که نشان می‌دهد چه مقدار از واریانس یک ساختار پنهان توسط شاخص‌های آن توضیح داده شده است. اگر مقدار AVE بیشتر از ۰.۵ باشد، نشان‌دهنده این است که روایی همگرای قابل قبولی برای ساختار مورد نظر وجود دارد.

جدول ۲- روایی واگرا

متغیرهای مکنون	A	B	C	جذر (AVE)
کارآفرینی کشور	1			0.82233
اثرات اقتصادی کشور	0.535813	1		0.77388
تولید ناخالص داخلی کشور	0.639901	0.773717	1	0.710151

نتایج ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا نشان می‌دهد که متغیرهای "کارآفرینی کشور" و "اثرات اقتصادی کشور" دارای روایی واگرای مناسبی هستند، زیرا جذر AVE آن‌ها بالاتر از همبستگی‌های آن‌ها با سایر متغیرها است. متغیر "تولید ناخالص داخلی کشور" نیز دارای روایی واگرای قابل قبولی است، اگرچه همبستگی آن با "اثرات اقتصادی کشور" نزدیک به جذر AVE آن است و نیاز به بررسی بیشتری دارد. برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF

استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

جدول ۳- نتایج برازش مدل کلی

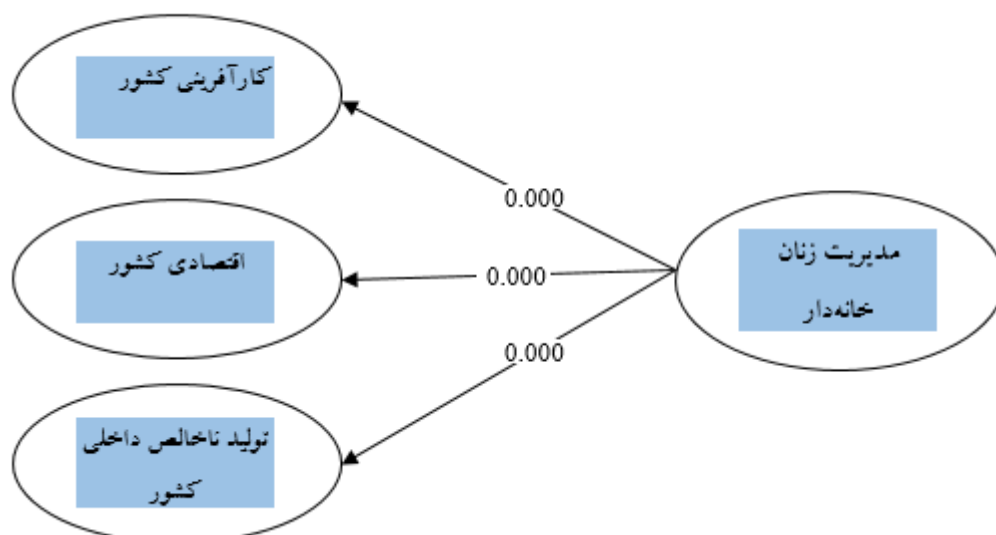
GOF	R2	Communality
0.699	0.562	0.741

با توجه به مقادیر بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۶۹۹ برازش مدل کلی تایید می‌شود. مقدار GOF برابر با ۰/۶۹۹ است که بالاتر از ۰/۳۶ و نشان‌دهنده برازش قوی مدل کلی است. این نشان می‌دهد که مدل ساختاری تحقیق به خوبی متغیرهای پنهان را توضیح می‌دهد و قدرت پیش‌بینی بالایی دارد. نتایج نشان می‌دهد که مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است. مقادیر Communality و R2 برای متغیرهای پنهان مناسب بوده و مقدار GOF بالاتر از حد قوی (۰/۳۶) است که تأیید کننده برازش قوی مدل کلی است. این نتایج نشان می‌دهد که مدل تحقیق به خوبی توضیح‌دهنده واریانس متغیرهای مورد بررسی است و از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است.

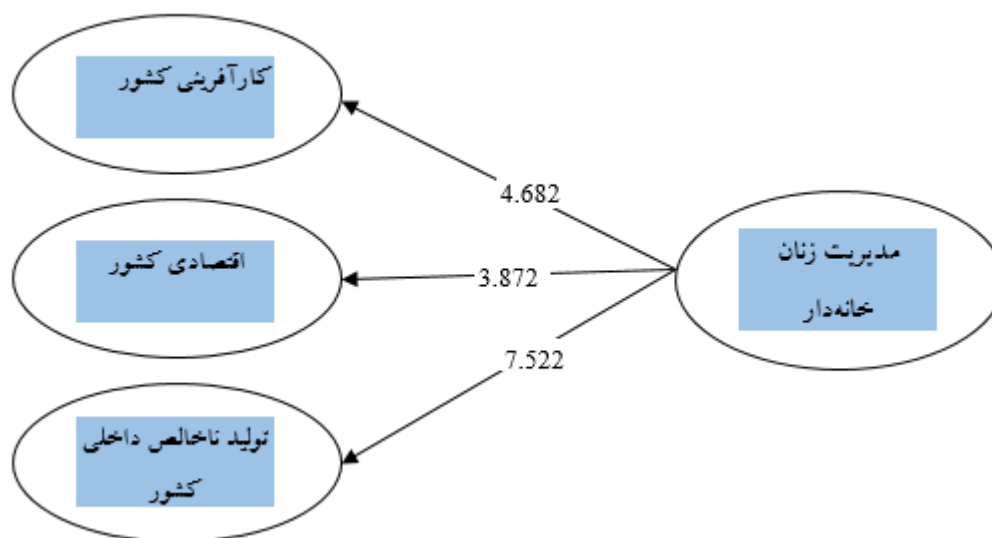
۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. ضرایب معناداری Z (مقادیر t) و نتایج روابط مستقیم

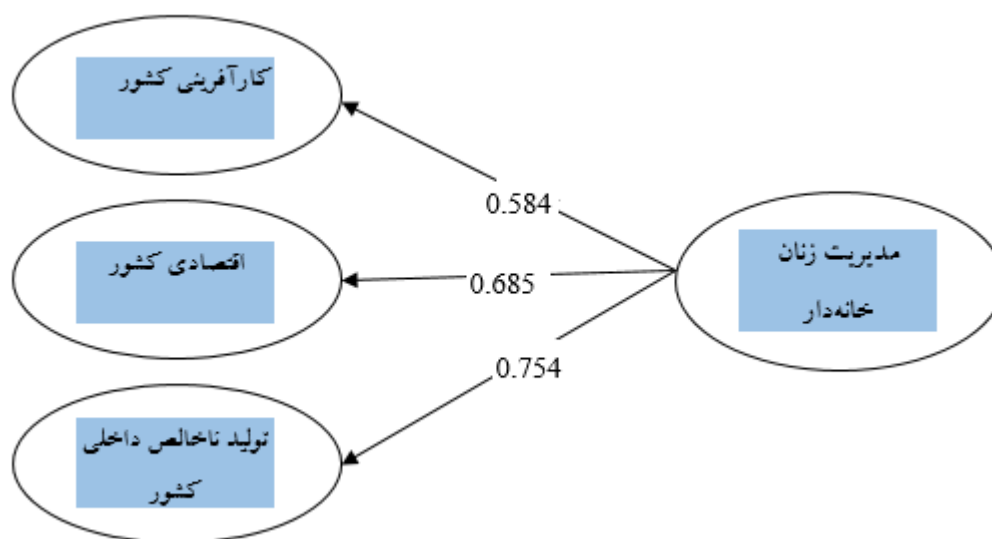
با توجه به شکل شماره ۱ چون ضرایب t برای اکثر فرضیه‌های تحقیق مقدار بالایی بدست آمده اند، لذا در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنا دار بودن اکثر آن‌ها تایید می‌شود و همچنین در شکل و جدول ذیل به مقدار ضرایب معناداری و ضرایب مسیر پرداخته می‌شود.



شکل ۱: معناداری (sig)



شکل ۲: مقادیر t-



شکل ۳: مقدار ضریب مسیر

۴-۲. بررسی فرضیه‌ها

فرضیه ۱: مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی کشور تأثیر دارد.

ضریب مسیر ۰,۵۸۴ نشان‌دهنده تأثیر مثبت و قابل توجه مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی کشور است. مقدار t برابر با ۴,۶۸۰ نشان می‌دهد که این تأثیر به صورت آماری بسیار معنی‌دار است، زیرا این مقدار بالاتر از مقدار بحرانی (معمولاً ۱,۹۶ برای سطح اطمینان ۹۵٪) است. همچنین سطح معناداری ۰,۰۰۰ نشان می‌دهد که این تأثیر به طور کامل معنی‌دار است؛ بنابراین، نتیجه آزمون "قابل قبول" است و این فرضیه تایید می‌شود.

فرضیه ۲: مدیریت زنان خانه‌دار بر اثرات اقتصادی کشور تأثیر دارد.

ضریب مسیر ۰,۶۸۵ نشان‌دهنده تأثیر مثبت و قابل توجه مدیریت زنان خانه‌دار بر اثرات اقتصادی کشور است. مقدار t برابر با ۳,۸۷۲ است که نشان‌دهنده معناداری آماری قابل قبول است. سطح معناداری ۰,۰۰۰ تأیید می‌کند که این تأثیر به صورت آماری بسیار معنی‌دار است؛ بنابراین، نتیجه آزمون "قابل قبول" است و این فرضیه نیز تأیید می‌شود.

فرضیه ۳: مدیریت زنان خانه‌دار بر تولید ناخالص داخلی کشور تأثیر دارد

ضریب مسیر ۰,۷۵۴ نشان‌دهنده تأثیر بسیار قوی و مثبت مدیریت زنان خانه‌دار بر تولید ناخالص داخلی کشور است. مقدار t برابر با ۷,۵۲۲ نشان‌دهنده تفاوت قابل توجه و معناداری است. سطح معناداری ۰,۰۰۰ تأیید می‌کند که این تأثیر به صورت آماری بسیار معنی‌دار است؛ بنابراین، نتیجه آزمون "قابل قبول" است و این فرضیه نیز تأیید می‌شود. تمام فرضیات ارائه شده در این جدول با ضرایب مسیر مثبت و معناداری آماری (سطح معناداری ۰,۰۰۰) تأیید شده‌اند. این نشان می‌دهد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیرات مثبت و معناداری بر کارآفرینی کشور، اثرات اقتصادی کشور، و تولید ناخالص داخلی کشور دارد.

جدول ۴- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل

فرضیات پژوهش	ضریب مسیر	مقادیر t	معناداری (sig)	نتیجه آزمون
- مدیریت زنان خانه‌دار بر کارآفرینی کشور تأثیر دارد.	0.584	4.680	0.000	قابل قبول
- مدیریت زنان خانه‌دار بر اثرات اقتصادی کشور تأثیر دارد.	0.685	3.872	0.000	قابل قبول
- مدیریت زنان خانه‌دار بر تولید ناخالص داخلی کشور تأثیر دارد.	0.754	7.522	0.000	قابل قبول

این جدول نشان‌دهنده نتایج بررسی روابط مستقیم بین متغیرهای مختلف پژوهش است. شامل ضریب مسیر، مقادیر t ، سطح معناداری (Sig)، و نتیجه آزمون است.

۴-۳. برازش مدل کلی

میزان معیار Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید.

جدول ۵: میزان Communalities و R^2 متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	Communalitiy	R^2
کارآفرینی کشور	0.676229	0.652
اثرات اقتصادی کشور	0.598902	0.745
تولید ناخالص داخلی کشور	0.504315	0.524

این جدول نشان‌دهنده مقادیر Communalities و R^2 برای متغیرهای پنهان پژوهش است. تحلیل: مقدار Communalities کارآفرینی کشور برابر با ۰,۶۷۶۲۲۹ است که نشان‌دهنده این است که مقدار قابل توجهی از واریانس متغیر "کارآفرینی کشور" توسط شاخص‌های آن توضیح داده می‌شود. مقدار R^2 نیز ۰,۶۵۲ است که نشان‌دهنده توضیح‌دهندگی مناسب متغیرهای برون‌زا برای این متغیر است. مقدار Communalities اثرات اقتصادی کشور برابر با ۰,۵۹۸۹۰۲ است که نشان‌دهنده توضیح‌دهندگی قابل قبول شاخص‌ها برای این متغیر است. مقدار R^2 نیز

۰,۷۴۵ است که نشان‌دهنده توضیح‌دهندگی بسیار خوب متغیرهای برون‌زا برای این متغیر است. تحلیل: مقدار Commuality تولید ناخالص داخلی کشور برابر با ۰,۵۰۴۳۱۵ است که نشان‌دهنده این است که شاخص‌ها به طور متوسط واریانس متغیر "تولید ناخالص داخلی کشور" را توضیح می‌دهند. مقدار R^2 نیز ۰,۵۲۴ است که نشان‌دهنده توضیح‌دهندگی متوسط متغیرهای برون‌زا برای این متغیر است.

معیار GOF

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

جدول ۶- نتایج برازش مدل کلی

GOF	R2	Commuality
0.699	0.562	0.741

با توجه به مقادیر بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۶۹۹ برازش مدل کلی تایید می‌شود. مقدار GOF برابر با ۰,۶۹۹ است که بالاتر از ۰,۳۶ و نشان‌دهنده برازش قوی مدل کلی است. این نشان می‌دهد که مدل ساختاری تحقیق به خوبی متغیرهای پنهان را توضیح می‌دهد و قدرت پیش‌بینی بالایی دارد. نتایج نشان می‌دهد که مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است. مقادیر Commuality و R^2 برای متغیرهای پنهان مناسب بوده و مقدار GOF بالاتر از حد قوی (۰,۳۶) است که تأیید کننده برازش قوی مدل کلی است. این نتایج نشان می‌دهد که مدل تحقیق به خوبی توضیح‌دهنده واریانس متغیرهای مورد بررسی است و از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج فرضیه اول نشان داد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی کشور دارد. این یافته نشان می‌دهد که افزایش نقش و مدیریت زنان خانه‌دار می‌تواند به بهبود و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه منجر شود. ملوک‌آرا (۱۴۰۲) همخوانی دارد که نشان می‌دهند توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی می‌تواند بهبود قابل توجهی در قدرت تصمیم‌گیری و استقلال مالی آنان داشته باشد. همچنین، تحقیق احماتاج و همکاران (۲۰۲۳) به چالش‌ها و چشم‌اندازهای کارآفرینی زنان پرداخته و نشان می‌دهد که کارآفرینی زنان می‌تواند تأثیر مثبتی بر رشد کسب‌وکارها داشته باشد. القحطانی و همکاران (۲۰۲۲) نیز تأکید می‌کنند که کارآفرینی زنان نقش مهمی در تنوع اقتصادی و توسعه پایدار دارد؛ بنابراین، تقویت مدیریت زنان خانه‌دار می‌تواند به بهبود کارآفرینی در کشور کمک کند. نتیجه فرضیه دوم نشان داد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیر مثبت و معناداری بر اثرات اقتصادی کشور دارد. این نتیجه حاکی از آن است که نقش فعال زنان در مدیریت خانه می‌تواند بهبود وضعیت اقتصادی خانواده‌ها و به تبع آن اقتصاد کشور را به همراه داشته باشد. این نتایج هم سو با این نتیجه با تحقیقات ورکیانی پور و همکاران (۱۴۰۲) که تأثیر مثبت مشارکت فعال زنان در امور اقتصادی و توسعه پایدار اجتماعی را نشان می‌دهند، هماهنگ است. همچنین، رامان و همکاران (۲۰۲۲) نشان داده‌اند که کارآفرینی زنان می‌تواند نقش مهمی در کاهش نابرابری‌ها و برابری جنسیتی داشته باشد. پژوهش استفان و همکاران (۲۰۲۱) نیز بیان می‌کند که موانع و چالش‌های مختلفی برای موفقیت زنان در کارآفرینی وجود دارد که باید برطرف شوند تا بتوانند به موفقیت برسند. این پژوهش‌ها تأیید می‌کنند که توانمندسازی زنان خانه‌دار می‌تواند به بهبود اثرات اقتصادی کشور منجر شود نتیجه فرضیه سوم نشان داد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیر مثبت و معناداری بر تولید ناخالص

داخلی کشور دارد. این یافته بیانگر اهمیت نقش زنان خانه‌دار در توسعه اقتصادی کشور و تأثیر مستقیم آن‌ها بر رشد اقتصادی است. این نتایج هم سو با نتایج تحقیقات خسروی پور و همکاران (۱۴۰۲) و شیردل (۱۴۰۱) که تأثیر مثبت توانمندسازی زنان بر توسعه اقتصادی را نشان داده‌اند، هماهنگ است. همچنین، تحقیق الفحطانی و همکاران (۲۰۲۲) تأکید می‌کند که کارآفرینی زنان می‌تواند به تنوع اقتصادی و توسعه پایدار منجر شود. پژوهش محمد و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان داده است که کارآفرینی غیررسمی زنان نقش مهمی در رفاه خانوادگی و اقتصادی دارد. این نتایج نشان می‌دهند که مدیریت بهتر زنان خانه‌دار می‌تواند به بهبود تولید ناخالص داخلی کشور و توسعه اقتصادی کمک کند. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مدیریت زنان خانه‌دار تأثیرات مثبت و معناداری بر جنبه‌های مختلف اقتصادی کشور دارد، از جمله کارآفرینی، اثرات اقتصادی و تولید ناخالص داخلی. این نتایج تأیید می‌کنند که سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی باید توجه ویژه‌ای به توانمندسازی زنان خانه‌دار داشته باشند، زیرا این اقدامات می‌تواند به توسعه پایدار و رشد اقتصادی کشور کمک کند. همچنین، یافته‌های ما با پیشینه‌ی تحقیقاتی داخلی و خارجی همخوانی داشته و نشان‌دهنده اهمیت نقش زنان خانه‌دار در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور است. نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌گردد: دوره‌های آموزشی مخصوص زنان خانه‌دار در زمینه‌های مختلف از جمله مدیریت، کارآفرینی، فناوری‌های نوین و مهارت‌های فنی طراحی و اجرا گردد. از پلتفرم‌های آنلاین برای ارائه آموزش‌های متنوع به زنان خانه‌دار، به ویژه در مناطق روستایی و دورافتاده بهره‌گرفته شود. وام‌های بانکی با شرایط آسان و بدون بهره به زنان خانه‌دار برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ارائه گردد. فرصت‌های شغلی مناسب برای زنان خانه‌دار، به ویژه در حوزه‌های نوآورانه و فناورانه تشویق و ایجاد گردد. از کسب‌وکارهای زنان از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطی و همکاری با بخش خصوصی و دولتی. حمایت گردد. برای تغییر نگرش‌های منفی و کلیشه‌های اجتماعی نسبت به نقش زنان در اقتصاد و کارآفرینی تلاش گردد.

۶. منابع و مآخذ

۱. خسروی پور، بهمن و شعبی، عبدالحسین و بگلریان، مجید (۱۴۰۲) تحلیل عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی، پنجمین همایش ملی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توانمندسازی زنان روستایی، کلات.
۲. شیردل، الهام (۱۴۰۱) اثربخشی آموزش مجازی در زمینه توانمندسازی فکری-اجتماعی زنان خانه‌دار در کارآفرینی، فصلنامه مهارت آموزی، دوره ۱۱، شماره ۴۲.
۳. ملک آرا، ملیکا (۱۴۰۲) توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی زنان: مقایسه زنان کارآفرین تمام وقت و زنان خانه‌دار در پاکستان، سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت، حسابداری، اقتصاد و مهندسی صنایع.

4. Ahmetaj, Bardhyl, Alba Demneri Kruja, and Eglantina Hysa, (2023) Women Entrepreneurship: Challenges and Perspectives of an Emerging Economy. *Administrative Sciences* 13: 111.
5. Al-Qahtani, M.; Zguir, M. F.; Ari, I.; Koç, M. (2022) Female Entrepreneurship for Sustainable Economy and Development—Challenges, Drivers, and Suggested Policies for Resource-Rich Countries. *Sustainability*, 14, 13412.
6. Apostu, Simona Andreea, Lindita Mukli, Mirela Panait, Iza Gigauri, and Eglantina Hysa (2022) Economic Growth through the Lenses of Education, Entrepreneurship, and Innovation. *Administrative Sciences* 12(3): 74.

7. Ariyaratne, N.; Lakmali, K.(2021)The Impact of Covid-19 on Small-Scale Women Entrepreneurs in Sri Lanka: A Qualitative Study of the Matara Area (SK Town and Meddawatta). *Pakistan Journal of Women s Studies Alam-e-Niswan*, 28(2):19-44
8. Bastian, B. L.; Metcalfe, B. D.; Zali, M. R. (2019)Gender Inequality: Entrepreneurship Development in the Mena Region. *Sustainability*, 11, 6472
9. Corrêa, Victor Silva, Fernanda Regina da Silva Brito, Rosileine Mendonça de Lima, and Maciel M. Queiroz(2021) Female entrepreneur-ship in emerging and developing countries: A systematic literature review. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 14: 300–22.
10. Forbes(2021) Worlds Billionaires List: The Richest in 2021. Available online: <https://www.forbes.com/billionaires>
11. Jabeen, S.; Haq, S.; Jameel, A.; Hussain, A.; Asif, M.; Hwang, J.; Jabeen, A(2020) Impacts of rural women’s traditional economic activities on household economy: Changing economic contributions through empowered women in rural pakistan. *Sustainability*, 12, 2731
12. Khalili, N.; Arshad, M.; Farajzadeh, Z.; Kächele, H.; Müller, K (2020)Effect of drought on smallholder education expenditures in rural iran: Implications for policy. *J Environ Manage.* 15:260:110136.
13. Lepeley, M. T.; Kuschel, K.; Beutell, N. J.; Pouw, N.; Eijdenberg, E. L(2020) The Wellbeing of Women in Entrepreneurship: *A Global Perspective*;Routledge: London, UK,.
14. Muhammad, S.; Ximei, K.; Haq, Z. U.; Ali, I.; Beutell, N. (2021)Covid-19 pandemic, a blessing or a curse for sales? A study of women entrepreneurs from khyber pakhtunkhwa community. *J. Enterprising Communities Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Emerald Group Publishing Limited, 16(6), 967-987, August.
15. Neklyudova, N. (2022)Adaptation of Small and Medium-Sized Enterprises During the COVID-19 Pandemic. *SHS Web Conf.*, 135,01008.
16. Raman, R, Subramaniam, N.; Nair, V. K, Shivdas, A.; Achuthan, K, Nedungadi, P (2022) Women Entrepreneurship and Sustainable Development: Bibliometric Analysis and Emerging Research Trends, *Sustainability*, 14, 9160. <https://doi.org/10.3390/su14159160>.
17. Rashid, A. G., & Ejaz, L. (2019). Interest free micro credit loans: Pakistani female entrepreneurs. *Journal of Islamic Marketing*, 10 (3), 860-873. .
18. Roomi, M. A.; Rehman, S.; Henry, C. (2018) Exploring the normative context for women’s entrepreneurship in pakistan: A critical analysis. *Int. J. Gend. Entrep*, 10, 158–180.
19. Rosca, E.; Agarwal, N.; Brem, A. (2020) Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 157, 120067.
20. Stefan, D.; Vasile, V, Oltean, A.; Comes, C. -A.; Stefan, A. -B.; Ciucan-Rusu, L. (2021) Bunduchi, E, Popa, M. -A.; Timus, M. Women Entrepreneurship and Sustainable Business Development: Key Findings from a SWOT–AHP Analysis, *Sustainability*, 13, 5298.
21. Yunis, M. S.; Hashim, H.; Anderson, A. R. (2019)Enablers and constraints of female entrepreneurship in khyber pukhtunkhawa, Pakistan: Institutional and feminist perspectives. *Sustainability*, 11, 27.

The Impact of Housewife Management on Entrepreneurship, and Its Economic Impact on the Country's Gross Domestic Product

Seyyede Mahboobeh Mir Hosseini¹

Mahmood Baghban Targhadari^{*2}

Forough Pourvahedi³

Abstract

This study aims to investigate the impact of housewife management on entrepreneurship and its economic effects on the Gross Domestic Product (GDP) of the country. The statistical population includes housewives from various urban and rural areas of Iran. The research method is descriptive-analytical and survey-based, with data collected and analyzed through questionnaires. The results indicate that housewife management has a positive and significant impact on entrepreneurship, the country's economic effects, and GDP. By playing a more active role, housewives can improve the economic status of families and, consequently, the national economy. Additionally, analyses based on the theories of symbolic interactionism, systems theory, and empowerment confirm the positive impact of social interactions and systematic support. The findings suggest that strengthening housewife management can contribute to improving the country's entrepreneurial and economic status and increasing GDP. Furthermore, this study indicates that policymakers and economic managers should pay special attention to empowering housewives, as such measures can promote sustainable development and economic growth.

Keywords

Housewife Management, Entrepreneurship, Economic Effects, Gross Domestic Product.

1. Master's degree in business management, Marketing Major, Islamic Azad University, Peshwa branch, Peshwa, Iran (Hoseini2253. @ yahoo.com)

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University Varamin-Pishava and Qarchak Branch, Pishava, Iran*Corresponding author: (mahmoodbaghban45@gmail.com).

3. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University Varamin-Pishava and Qarchak Branch, Pishava, Iran(f.pourvahedi@iau.ir).