



Islam's Viewpoint on Women's Entrepreneurship

✉ **Anahid Mirzaei**  / PhD Student in Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran
mirzaeeanahid@gmail.com

Hossein Sadeghi / Associate Professor, Department of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 2025/05/27 - Accepted: 2025/09/28

hosadeghi@ut.ac.ir

Abstract

This article examines the Islamic perspective on women's entrepreneurship and their role in economic and social development. Emphasizing religious and moral principles, Islam has permitted women's participation in economic activities, subject to conditions such as wearing the hijab, avoiding inappropriate mixing, and adhering to religious principles. On the other hand, historical examples such as Hazrat Khadija as a successful businesswoman demonstrate Islam's support for women's economic activities. This research examines the challenges and obstacles to women's participation in Islamic societies, such as social, cultural, and legal restrictions, and emphasizes the role of supportive and educational policies. It also emphasizes the need to provide solutions such as designing adaptive entrepreneurship models and creating equal opportunities for women in accessing financial and educational resources. The results of the research show that Islam agrees with women's employment and their participation in economic fields within the framework of religious principles, and this issue can be used as a model for sustainable development in Islamic societies. Future research could analyze practical strategies to realize these principles and overcome existing barriers.

Keywords: Islam, Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship.

دیدگاه اسلام درباره کارآفرینی زنان

mirzaeeanahid@gmail.com

hosadeghi@ut.ac.ir

آناهید میرزایی  / دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حسین صادقی / دانشیار گروه کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۶ - پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۶

چکیده

این مقاله به بررسی دیدگاه اسلام درباره کارآفرینی زنان و نقش آنان در توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌پردازد. با تأکید بر اصول دینی و اخلاقی، اسلام مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی را با رعایت شرایطی همچون رعایت حجاب، پرهیز از اختلاط بیجا و التزام به اصول شرعی مجاز دانسته است. ازسوی دیگر، نمونه‌های تاریخی مانند حضرت خدیجه علیها السلام به‌عنوان یک تاجر موفق، نشان‌دهنده حمایت اسلام از فعالیتهای اقتصادی زنان است. این پژوهش چالش‌ها و موانع مشارکت زنان در جوامع اسلامی، نظیر محدودیتهای اجتماعی، فرهنگی و قانونی را بررسی می‌کند و بر نقش سیاست‌های حمایتی و آموزشی تأکید دارد. همچنین بر لزوم ارائه راهکارهایی مانند طراحی الگوهای تطبیقی کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های برابر در دسترسی به منابع مالی و آموزشی برای زنان تأکید می‌شود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اسلام با اشتغال زنان و مشارکت آنان در عرصه‌های اقتصادی در چهارچوب اصول دینی موافق است و این مسئله می‌تواند به‌عنوان الگوی توسعه پایدار در جوامع اسلامی به کار گرفته شود. پژوهش‌های آینده می‌توانند به تحلیل راهبردهای عملی برای تحقق این اصول و رفع موانع موجود بپردازند.

کلیدواژه‌ها: اسلام، کارآفرینی، کارآفرینی زنان.

کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع مختلف شناخته می شود و در این زمینه، مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی نقشی بی بدیل دارد. در جوامع اسلامی که به باورهای دینی و اصول اخلاقی توجه ویژه‌ای دارند، نقش زنان در عرصه اقتصادی و کارآفرینی همچنان مورد بحث و توجه است. دین اسلام به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و گسترده‌ترین مراجع فکری، فرهنگی و اجتماعی، دیدگاه‌های خاص خود را در این زمینه دارد: از یک سو به حقوق و وظایف زنان در جامعه و خانواده اهمیت می‌دهد؛ و از سوی دیگر، اصول اخلاقی و دینی را برای فعالیت‌های اقتصادی زنان تعیین می‌کند. با این حال، چالش‌ها و موانعی که زنان در مسیر کارآفرینی در کشورهای مسلمان با آنها مواجه‌اند، همچنان مورد توجه قرار نگرفته‌اند و نیازمند بررسی عمیق‌تر و پژوهش‌های بیشتری هستند.

در این پژوهش قصد داریم تا به تحلیل و بررسی دیدگاه‌های اسلام درباره کارآفرینی زنان بپردازیم و موانع و فرصت‌های موجود در این حوزه را شناسایی کنیم. با توجه به تغییرات سریع در عرصه اقتصادی و اجتماعی جهان، ضرورت دارد که نظریه‌ها و اصول دینی به شکلی کاربردی و متناسب با شرایط زمان و مکان پیاده‌سازی شوند. این پژوهش به دنبال بررسی دقیق این چالش‌ها و ارائه راهکارهای مناسب برای تحقق ظرفیت‌های کارآفرینی زنان در جوامع اسلامی است.

۱. بیان مسئله

در بسیاری از جوامع اسلامی، کارآفرینی زنان به عنوان یک موضوع بحث‌برانگیز مطرح است. در حالی که رشد اقتصادی و توسعه پایدار نیازمند مشارکت فعال تمامی اقشار جامعه از جمله زنان است، در بسیاری از کشورهای مسلمان، فرهنگ‌ها و نگرش‌های سنتی ممکن است محدودیت‌هایی برای مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی ایجاد کنند. اسلام در عین آنکه بر جایگاه والای زن در خانواده و جامعه تأکید دارد، دیدگاه‌های مختلفی درباره نقش زنان در عرصه اقتصادی و کارآفرینی ارائه می‌دهد. برخی منابع دینی و فقهی تأکید دارند که زنان می‌توانند در زمینه‌های مختلف فعالیت اقتصادی مشارکت داشته باشند؛ مشروط به رعایت اصول شرعی و فرهنگی. این دیدگاه‌ها ممکن است در برخی مناطق به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و فقهی به صورت‌های متفاوتی تفسیر و اعمال شوند. بنابراین، فهم و تحلیل صحیح دیدگاه اسلام درباره کارآفرینی زنان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است تا این منابع دینی به شکلی مؤثر در جهت ارتقای مشارکت اقتصادی زنان در جامعه اسلامی به کار گرفته شوند.

تحقیقات علمی در زمینه کارآفرینی زنان در جوامع اسلامی از ابعاد مختلفی انجام شده است که هر کدام به جنبه‌های خاصی از این موضوع پرداخته‌اند. برخی از این مطالعات به بررسی اصول فقهی و دینی اسلام در ارتباط با کارآفرینی زنان پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که اسلام در صورت رعایت اصول شرعی و اخلاقی، کارآفرینی زنان را پذیرفته است. به طور خاص در برخی از منابع اسلامی، کارآفرینی یک فعالیت مشروع و مورد تأسیس در جامعه معرفی

شده است که با اصول عدالت اجتماعی، کمک به جامعه و خانواده همخوانی دارد (Sadiq & Karim, 2022). این مطالعات به بررسی مفاهیم مختلفی مانند نوع شغل‌های مناسب برای زنان، شرایط شرعی‌ای که زنان باید در آن فعالیت کنند (مثل حجاب، پرهیز از اختلاط بیجا و حفظ اصول اخلاقی در تعاملات تجاری)، و تأثیر فعالیت‌های اقتصادی زنان بر تقویت خانواده و جامعه پرداخته‌اند.

تحقیقات دیگری بر تأثیر سیاست‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بر نقش زنان در کارآفرینی تأکید دارند. در این دسته از مطالعات، بیشتر به بررسی چالش‌ها و موانعی پرداخته شده است که زنان مسلمان برای ورود به عرصه کارآفرینی با آنها روبه‌رو هستند. این تحقیقات نشان می‌دهند که در بسیاری از جوامع مسلمان، محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، نظیر نابرابری‌های جنسیتی، باورهای سنتی در مورد نقش زنان، و قوانین فقهی خاص، می‌تواند مانع اصلی مشارکت زنان در کارآفرینی باشد (Zahra & Lari, 2021). برای مثال، برخی از جوامع ممکن است بر اساس تفسیرهای خاصی از شریعت اجازه ندهند که زنان در برخی از حوزه‌های اقتصادی فعالیت کنند؛ به‌ویژه در مشاغلی که ممکن است از نظر فرهنگی یا دینی با نقض اصول اسلامی همراه باشد. علاوه بر این، نابرابری‌های جنسیتی در دسترسی به منابع مالی، شبکه‌های حرفه‌ای و فرصت‌های آموزشی می‌تواند بر توانمندی‌های زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر منفی بگذارد. با این حال، گرچه بسیاری از این تحقیقات به تحلیل دیدگاه‌های مختلف اسلامی و چالش‌های اجتماعی پرداخته‌اند، هنوز نواقصی در تحلیل و تلفیق این دیدگاه‌ها در متون علمی وجود دارد.

در بیشتر مطالعات موجود، توجه کافی به تطبیق نظریه‌ها با شرایط واقعی جوامع مختلف مسلمان وجود ندارد. در واقع، بیشتر تحقیقات به مباحث نظری محدود می‌شوند و اطلاعات کاربردی در زمینه چگونگی پیاده‌سازی این اصول در دنیای واقعی و تحت شرایط فرهنگی و اقتصادی متنوع، نادر است. این مسئله باعث می‌شود که بین نظریه‌های فقهی و تجربیات عملی زنان کارآفرین شکاف وجود داشته باشد. همچنین، تحقیقات در مورد تأثیر متقابل سیاست‌های دولتی، باورهای فرهنگی و اجتماعی، و وضعیت اقتصادی بر روند کارآفرینی زنان، کمتر است. پژوهش‌ها به‌طور کلی نتایج و پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت کارآفرینی زنان در کشورهای مسلمان ارائه داده‌اند؛ اما نیاز به تحقیقات بیشتر و دقیق‌تر در زمینه‌های اجرایی و سیاستی برای پر کردن این شکاف‌ها و پاسخ به چالش‌های موجود احساس می‌شود. با وجود پژوهش‌های موجود در زمینه کارآفرینی زنان در جوامع اسلامی، هنوز شکاف‌های قابل توجهی در تحلیل و کاربرد دیدگاه‌های اسلامی در این حوزه وجود دارد. بسیاری از مطالعات به بررسی نظریه‌ها و اصول فقهی اسلام درباره کارآفرینی زنان پرداخته‌اند؛ اما تحقیقاتی که به بررسی عملی چگونگی پیاده‌سازی این اصول در دنیای واقعی و تحت شرایط فرهنگی و اجتماعی مختلف بپردازند، محدود است. این شکاف تحقیقاتی به‌وضوح در عدم توجه به مسائل اجرایی، مانند حمایت‌های دولتی و سیاست‌های اقتصادی خاص برای زنان کارآفرین، و تحلیل چالش‌های اجتماعی، مانند تبعیض‌های جنسیتی در کارآفرینی، مشاهده می‌شود. همچنین بیشتر تحقیقات به مقایسه دیدگاه‌های مختلف اسلامی درباره جایگاه زن در اقتصاد پرداخته‌اند؛ اما به تأثیر شرایط محلی و فرهنگی در پذیرش و اجرای این دیدگاه‌ها کمتر توجه شده است.

یکی از دیگر شکاف‌های تحقیقاتی مهم، نبود یک الگوی جامع و تطبیقی است که بتواند شرایط مختلف کشورها و جوامع مسلمان را در نظر بگیرد. برای مثال، تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی می‌تواند تفسیر و اجرای اصول اسلامی در مورد کارآفرینی زنان را تحت تأثیر قرار دهد؛ به‌ویژه در کشورهایی با قوانین فقهی مختلف یا ساختارهای اجتماعی متفاوت. این شکاف تحقیقاتی، به‌ویژه در زمینه شناخت موانع واقعی و عملی که زنان در کشورهای مختلف با آنها مواجه‌اند، به پژوهش‌های دقیق‌تر نیاز دارد. در این راستا، تحقیق ما با هدف پر کردن این شکاف‌ها و ارائه راه‌حل‌هایی برای ارتقای مشارکت اقتصادی زنان، به بررسی تطبیقی دیدگاه‌های اسلامی در مورد کارآفرینی زنان در کشورهای مختلف مسلمان و تحلیل تجارب موفق و چالش‌های موجود در کشورهای مختلف می‌پردازد. این تحقیق، همچنین به شناسایی سیاست‌های اقتصادی مؤثر و برنامه‌های حمایتی برای زنان کارآفرین، از جمله تسهیلات مالی، آموزش و توسعه مهارت‌ها، و ایجاد بسترهای مناسب برای ارتقای توانمندی‌های زنان در عرصه کارآفرینی، می‌پردازد. علاوه بر این، ما به بررسی نقش نهادهای دینی و دولتی در حمایت از کارآفرینی زنان و چگونگی تطبیق دیدگاه‌های اسلامی با الزامات مدرن اقتصادی خواهیم پرداخت.

پژوهش ما به‌دنبال پر کردن این شکاف‌ها و ایجاد یک راهبرد عملی برای تحقق این اهداف خواهد بود که می‌تواند یک الگوی نمونه برای کشورهای مسلمان در راستای ارتقای کارآفرینی زنان در محیط‌های اسلامی باشد.

۲. پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش‌هایی درباره دیدگاه اسلام درباره کارآفرینی زنان انجام شده که در جدول ۱ تعدادی از آنها آمده است:

جدول ۱. پیشینه پژوهش

ردیف	عنوان	نویسنده	نشریه و سال انتشار	نتایج
۱	جایگاه کارآفرینی زنان در دین با محوریت دین اسلام	اکرم یوسفی و حسین صادقی	پژوهش‌های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار، ۲(۱) (پیاپی ۵، بهار ۱۴۰۰)	مقاله ضمن مروری بر دیدگاه‌های گوناگون، از دید دینی به آن می‌پردازد و با بررسی وضعیت کار اقتصادی در میان بانوان صدر اسلام به‌صورت خاص به مدیریت اقتصادی اشاره می‌کند و احکام فقهی مرتبط با کار زنان را می‌آورد و با توجه به اهمیت علم‌آموزی، رشد معنوی و اجتماعی زنان و نیاز به کار اقتصادی، وظیفه جوامع اسلامی را بیان می‌کند و با توجه به لزوم توجه جدی به حفظ بنیان خانواده، اصل‌های حاکم بر کار اقتصادی زنان را از دید دینی مطرح می‌سازد.
۲	تأثیر و نقش اسلام بر کارآفرینی زنان	سیدرضا حجازی، علی عبدی جمایران، سعید عبدی بوسجین و زهره مؤذنی بیستگانی	اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار، ۱۳۹۴	هدف از این مقاله، بررسی تأثیر اسلام بر کارآفرینی زنان با جمع‌آوری و کاوش در تحقیقات پیشین است که برای نیل به این هدف، ابتدا رابطه اسلام و کارآفرینی، انگیزه‌های زنان برای کارآفرینی، عوامل روان‌شناختی و عوامل محیطی و در نهایت تأثیر اسلام بر کارآفرینی زنان بررسی شده است.

۳	دلایل وجود بستر مناسب برای کارآفرینی زنان روستایی از نگاه دین اسلام	سیده سمیه خاتمی و سیدجواد خاتمی	همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، سبزوار، ۱۳۹۶	کار زنان روستایی به دلیل وجود فرهنگ سختکوشی و کار و تلاش در بین آنان و رعایت حریم بین مردان و زنان و داشتن سادگی و صفای دل و نیز نزدیکی به خانواده، می تواند بستر بسیار مناسبی برای اشتغال هرچه بیشتر و سالم تر برای زنان روستایی باشد که البته لازمه ایجاد ارتقا و پیشرفت در اشتغال بیشتر زنان روستایی، داشتن خدمات حمایتی مورد نیاز در سطح روستا و ایجاد تعاونی های زنان برای افزایش مشارکت اقتصادی زنان و فراهم کردن محیطی با امنیت خاطر و برپایی نمایشگاه هایی در جهت معرفی و عرضه آثار هنری آنان به دیگر افراد است.
۴	کارآفرینی اجتماعی زنان از دیدگاه اسلام	مصیب عباسی و مریم حاجی عسکری	چهارمین کنفرانس جهانی و اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی، ۱۳۹۶	کارآفرینی اجتماعی مقوله ای متفاوت با دیگر اشکال کارآفرینی است که به طور نسبی در زمینه ارتقای ارزش های اجتماعی و توسعه در مقابل کسب ارزش اقتصادی ارجحیت بیشتری را کسب می کند. کارآفرینی اجتماعی فعالیتی است که با رویکرد کارآفرینانه به رفع نیازهای اجتماعی که در جامعه از توجهات به دور مانده است، می پردازد. همچنین کارآفرینی زنان همواره نقش مهمی را در اقتداربخشی جامعه داشته است. این مقاله به صورت کتابخانه ای جمع آوری و تدوین شد تا در توسعه رابطه اسلام و کارآفرینی، انگیزه های زنان برای کارآفرینی، عوامل روان شناختی و عوامل محیطی و در نهایت، تأثیر اسلام بر کارآفرینی زنان سهیم باشد.
۵	واکاوای جایگاه کارآفرینی زنان در جمهوری اسلامی ایران	ایمان جعفری نسب و ماشالله ولیخانی دهقانانی	فصلنامه پژوهش اجتماعی، پاییز ۱۴۰۰	در اسلام بارها به نقش مؤثر زن در جامعه و مسئولیت اجتماعی او پرداخته شده است. سیاست گذاری کارآفرینی زنان در جمهوری اسلامی ایران ضمن ترویج و زمینه سازی برای اشتغال زنان، هم جهت با مصالح خانوادگی، ایفای نقش های خانوادگی آنان به ویژه مادری را مورد توجه قرار می دهد.
۶	انگیزه زنان به عنوان کارآفرین: دیدگاه اسلامی Motivation of Women as Entrepreneurs: An Islamic Perspective	Sana Irshad, Rabia Aftab, Akbar Husain & Asiya Aijaz	The International Journal of Indian Psychology, 2021	قرآن و سنت به زن و مرد برای کار و تلاش و کسب درآمد حلال انگیزه می دهد و پیشنهاد می کند که سود اضافی را برای رفاه جامعه از طریق زکات، صدقه و هدایا به جای تکیه بر گدایی تقسیم کنند. به همین ترتیب، اسلام مخالف کار زنان نیست و آنها با مردان برابری می کنند. بسیاری از زنان صحابه و

			همسر پیامبر ﷺ، حضرت خدیجه کبوی ﷺ به فعالیت‌های تجاری مشغول بودند. بنابراین، پژوهش حاضر سبک زندگی اسلامی را برای ایجاد انگیزه در زنان به عنوان کارآفرین نتیجه‌گیری کرد.
۷	مروری بر کارآفرینی زنان از دیدگاه اسلام An Overview of *Women Entrepreneurship from Islamic Perspective	Said Muhammad, Ximei Kong, Ilyas Sharif & Zahoor Ul Haq	<i>Review of Economics and Development Studies, 2020</i>
۸	کارآفرینی زنان از دیدگاه اسلام: محرک تغییر اجتماعی Women Entrepreneurship in Islamic Perspective: Driver for Social Change	Grisna Anggadwita, Hendrati dwi Mulyaningsih, Veland Ramadani & Yahya Arwiyah	<i>International Journal of Business and Globalisation, 2015</i>
۹	همسویی هویت، ایمان و کارآفرینی: تجربیات زنان مسلمان کارآفرین در هند Aligning Identity, Faith, and Entrepreneurship: Experiences of Muslim Women Entrepreneurs in India	Eisha Choudhary	<i>Journal of Business Anthropology, 2023</i>

تحلیل زمینه‌ای با اتخاذ دیدگاه فمینیستی اسلام برای بررسی توانمندسازی فمینیسم اسلامی بر زنان کارآفرین برای اعتبار بخشیدن به سرمایه‌گذاری‌ها و رفتارهای تجاری آنها در چهارچوب محدودیت‌های جامعه مردسالار مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس چهارچوب تحقیق، تفاسیر و کاربرد آنها از باورهای اسلامی با اصول فمینیستی اسلامی همسو بود که ساختارهای مردسالارانه حاکم در مصر را به چالش می‌کشید. این تحقیق با بررسی چگونگی الهام‌بخشی و حمایت اسلام از زنان کارآفرین، به‌ویژه از دیدگاه فمینیسم اسلامی، به ادبیات کارآفرینی کمک کرده است.	<i>International Business Education Journal, 2024</i>	Ashraf Abdou Mohamed Borham & Rosfizah Md Taib	اسلام و کارآفرینی زنان: محدودکننده یا توانمندساز؟ یک مطالعه کیفی Islam and Women Entrepreneurship: Constraint or Enabler? A Qualitative Study	۱۰
---	---	--	--	----

۳. دیدگاه نظری پژوهش

در این پژوهش، دیدگاه نظری به بررسی و تحلیل ابعاد مختلف کارآفرینی زنان از منظر اسلام و در چهارچوب نظریات علمی متنوع و مرتبط با این موضوع خواهد پرداخت. برای درک بهتر این ابعاد، می‌توان از چندین نظریه کلیدی استفاده کرد که در زمینه کارآفرینی، جنسیت و تعاملات فرهنگی و دینی به کار می‌روند. این نظریه‌ها به شکل زیر در پژوهش پیاده‌سازی خواهند شد:

۳-۱. نظریه‌های فقهی و دینی اسلام

اولین و اصلی‌ترین دیدگاه نظری در این پژوهش، اصول فقهی و دینی اسلام است که به کارآفرینی زنان و مشارکت آنها در فعالیت‌های اقتصادی پرداخته است. مطابق نظریات فقهی مختلف، اسلام کارآفرینی را برای زنان، در صورتی که با رعایت اصول اخلاقی، شرعی و فرهنگی همراه باشد، مجاز می‌داند. این دیدگاه‌ها به شکل خاص به موضوعاتی مانند چگونگی اشتغال زنان در مشاغل مختلف، رعایت حجاب و مسائل مرتبط با تعاملات اجتماعی و تجاری اشاره دارند (Sadiq & Karim, 2022). برخی از نظریه‌ها مانند نظریه «عدالت اجتماعی» در اسلام نیز به نقش زنان در توسعه اقتصادی و اجتماعی از دیدگاه اسلامی می‌پردازند و جایگاه اقتصادی زنان را به عنوان جزء مهمی از پیشرفت اجتماعی تبیین می‌کنند.

۳-۲. نظریه‌های جنسیتی و کارآفرینی

نظریه‌های جنسیتی به تحلیل نقش جنسیت در فرایندهای اقتصادی و کارآفرینی می‌پردازند و نابرابری‌های موجود را مورد بررسی قرار می‌دهند. یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها در این زمینه، نظریه «نابرابری جنسیتی در دسترسی به منابع» است. این نظریه به چالش‌هایی می‌پردازد که زنان در جوامع مختلف برای دسترسی به منابع اقتصادی، آموزش و فرصت‌های شغلی با آنها مواجه‌اند. این نظریه نشان می‌دهد که زنان به دلیل محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و

قانونی، دسترسی کمتری به فرصت‌های کارآفرینی دارند و این امر می‌تواند موجب کاهش مشارکت اقتصادی آنها شود (Zahra & Lari, 2021).

۳-۳. نظریه توانمندسازی زنان

این نظریه بر اهمیت توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان تأکید دارد و بر این باور است که با افزایش دسترسی زنان به منابع آموزشی، مالی و اجتماعی می‌توان به بهبود وضعیت کارآفرینی آنها کمک کرد. توانمندسازی زنان به معنای فراهم ساختن شرایطی است که زنان بتوانند با اعتمادبه‌نفس و آگاهی بیشتری وارد عرصه کارآفرینی شوند و از فرصت‌های موجود به بهترین نحو بهره‌برداری کنند. این دیدگاه در بسیاری از برنامه‌های حمایتی از کارآفرینی زنان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، به کار گرفته شده است (Duflo, 2012).

۳-۴. نظریه شبکه‌های اجتماعی و کارآفرینی

یکی دیگر از دیدگاه‌های علمی در این پژوهش، نظریه «شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر کارآفرینی» است. این نظریه تأکید می‌کند که شبکه‌های اجتماعی، از جمله ارتباطات خانوادگی، دوستانه و حرفه‌ای، می‌توانند نقش مهمی در موفقیت یا شکست زنان کارآفرین ایفا کنند. در بسیاری از جوامع اسلامی، زنان ممکن است به دلیل محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی دسترسی کمتری به این شبکه‌ها داشته باشند که این امر می‌تواند بر توانایی آنها برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارها تأثیر منفی بگذارد (Aldrich & Cliff, 2003).

۳-۵. نظریه کارآفرینی اجتماعی

نظریه کارآفرینی اجتماعی به تأسیس کسب‌وکارهایی می‌پردازد که علاوه بر اهداف اقتصادی، اهداف اجتماعی را نیز دنبال می‌کنند. این نوع کارآفرینی، به‌ویژه برای زنان در جوامع اسلامی، می‌تواند اهمیت زیادی داشته باشد؛ زیرا می‌تواند به آنها این امکان را بدهد که با استفاده از فعالیت‌های اقتصادی به حل مشکلات اجتماعی و فرهنگی جامعه خود بپردازند و به‌نوعی در مسیر رشد و توسعه جامعه اسلامی نقش‌آفرینی کنند. این نظریه بر تأسیس کسب‌وکارهایی با هدف ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت، به‌ویژه در زمینه‌های اشتغال زنان، آموزش و توانمندسازی اقتصادی آنها، تأکید دارد (Santos, 2012).

۴. روش پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، پژوهش نظری با رویکرد کیفی به‌روش تحلیل محتواست که برای بررسی دیدگاه‌های دینی و فقهی اسلام درباره کارآفرینی زنان استفاده می‌شود. تحلیل محتوا به‌طور خاص به شناسایی و تفسیر پیام‌ها و مضامین موجود در متون دینی و فقهی می‌پردازد و هدف آن استخراج مفاهیم، اصول و دیدگاه‌های کلیدی است که می‌تواند به تحلیل مسائل مربوط به کارآفرینی زنان کمک کند. تحلیل محتوا دارای مزیت‌هایی است، از جمله:

- بررسی دقیق و عمیق متون دینی: این روش به پژوهشگر اجازه می‌دهد که با تحلیل دقیق متون دینی و فقهی پیام‌ها و اصول اسلامی را در مورد کارآفرینی زنان شناسایی کند و درک عمیقی از دیدگاه‌های مختلف به‌دست آورد؛

– استفاده از منابع معتبر: این روش به استفاده از منابع معتبر و دینی کمک می‌کند که پایه‌گذار یافته‌های تحقیقاتی در زمینه‌های اسلامی باشد؛

– انعطاف‌پذیری در تفسیر: تحلیل محتوا به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که تفاسیر مختلف از یک متن را در نظر بگیرد و به جنبه‌های متفاوت مسائل توجه کند.

۴-۱. مراحل انجام تحلیل محتوا

۴-۱-۱. انتخاب منابع دینی و فقهی

در ابتدا منابع دینی و فقهی معتبر اسلام، که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با موضوع کارآفرینی زنان مرتبط‌اند، شناسایی و انتخاب می‌شوند. این منابع می‌توانند شامل قرآن کریم، احادیث پیامبر اسلام ﷺ و اهل‌بیت علیهم‌السلام، نظرات فقها و کتاب‌های فقهی معتبر باشند. برای تحلیل جامع‌تر، از تفسیرها و منابع معتبر فقهی (مثل تفسیر قرآن و فتوای علمی در زمینه مسائل اقتصادی و اجتماعی زنان) نیز استفاده شد.

۴-۱-۲. تعیین کدها و دسته‌بندی‌ها

بعد از جمع‌آوری منابع، به‌منظور تسهیل در تحلیل محتوا، باید کدها یا دسته‌بندی‌هایی برای شناسایی مضامین اصلی در متون ایجاد کنیم. این کدها می‌توانند به‌صورت مفاهیم و موضوعات خاصی، مانند «حقوق زنان در اقتصاد»، «موانع شرعی در کارآفرینی زنان»، «پذیرش یا عدم پذیرش اشتغال زنان» و «نقش اخلاقی و اجتماعی در کارآفرینی زنان» تعریف شوند. این مرحله شامل خواندن دقیق متون و شناسایی مواردی است که به‌طور مستقیم به این موضوعات مربوط می‌شوند.

۴-۱-۳. کدگذاری متنها

در این مرحله، از کدها برای شناسایی بخش‌های خاصی از متون استفاده شد که به موضوعات منتخب مربوط‌اند. این فرایند با کمک نرم‌افزار تحلیل محتوای MAXQDA انجام گرفت. هر بخش از متن که به یکی از کدها تعلق دارد، برچسب‌گذاری شد و به دسته‌بندی‌های مشخص مرتبط با کارآفرینی زنان در اسلام اختصاص یافت.

۴-۱-۴. تحلیل مفاهیم و مضامین

پس از کدگذاری باید مفاهیم و مضامین اصلی‌ای که در متون دینی درباره کارآفرینی زنان برجسته‌اند، استخراج و تحلیل شوند. برای مثال، ممکن است برخی آیات قرآن یا احادیث به ضرورت مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی اشاره داشته باشند؛ درحالی‌که دیگر منابع ممکن است بر محدودیت‌های شرعی در این زمینه تأکید کنند. در این مرحله، تحلیلگر به بررسی رابطه بین این مفاهیم و اینکه چگونه آنها با هم در تعامل‌اند و به تشریح پیام‌های کلیدی پرداخته است.

۴-۱-۵. ترکیب یافته‌ها و استخراج نتیجه‌گیری‌ها

بعد از تحلیل و استخراج مضامین، نتایج به‌طور کلی گردآوری و سپس ترکیب می‌شوند تا یک تصویر جامع از

دیدگاه‌های اسلام درباره کارآفرینی زنان به‌دست آید. این مرحله به شناسایی نظرات و دیدگاه‌های مختلف در میان فقها و متفکران اسلامی کمک می‌کند؛ به‌ویژه در مواردی که تفسیرهای متفاوتی از اصول فقهی وجود دارد.

۴-۱-۶. ارائه نتیجه‌گیری‌ها و پیشنهادها

پس از تحلیل مفاهیم و مضامین، نتیجه‌گیری‌هایی درباره چگونگی پذیرش یا عدم پذیرش کارآفرینی زنان در جوامع اسلامی بر اساس متون دینی ارائه خواهد شد. همچنین در این مرحله چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای زنان در مسیر کارآفرینی، با توجه به اصول اسلامی و ملاحظات شرعی، شناسایی و مطرح خواهند شد.

۵. تحلیل داده‌ها

برای بخش قرآن کریم می‌توان با تفصیل بیشتری به آیات مرتبط با زنان و حقوق اقتصادی آنها پرداخت که در چهارچوب کارآفرینی زنان و نقش آنها در فعالیت‌های اقتصادی مهم‌اند. در قرآن کریم چندین آیه وجود دارد که به‌نوعی به وضعیت اقتصادی و اجتماعی زنان اشاره دارند و می‌توانند در تحلیل دیدگاه اسلامی در زمینه کارآفرینی زنان مورد استفاده قرار گیرند. در ادامه به برخی از این آیات و مفاهیم مرتبط پرداخته می‌شود:

۵-۱. آیه ۳۲ سوره نساء

«وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضُكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ؛ و در آنچه خدا برخی از شما را بر برخی دیگر برتری داده است، آرزو نکنید؛ برای مردان سهمی است از آنچه کسب کرده‌اند و برای زنان نیز سهمی است از آنچه کسب کرده‌اند».

این آیه تأکید دارد بر اینکه در اسلام برای هر فرد، اعم از مرد و زن، سهمی از درآمد حاصل از کار و تلاش خودش است. این آیه در زمینه کارآفرینی زنان بسیار مهم است؛ زیرا بیان می‌کند که زنان نیز مانند مردان حق دارند از فعالیت‌های اقتصادی و کسب‌وکار خود بهره‌مند شوند و در نتیجه، هیچ تفاوتی بین حقوق اقتصادی زنان و مردان در برابر قانون و در چهارچوب اصول اسلامی وجود ندارد.

این آیه به اشتغال زنان و لزوم توجه به مسائل مالی آنها اشاره دارد. در این آیه می‌توان مفهومی از حقوق اقتصادی و مالی زنان را یافت که آنها نیز باید به‌طور مستقل به کسب درآمد بپردازند و از مالکیت و درآمد خود برخوردار باشند.

۵-۲. آیه ۱ سوره ممتحنه

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا عَدُوِّي وَعَدُوَّكُمْ أَوْلِيَاءَ تُلْقُونَ إِلَيْهِم بِالْمَوَدَّةِ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! دشمنان من و دشمنان شما را دوست خود نگیرید». این آیه به مفهومی اجتماعی در زمینه تعاملات اقتصادی زنان در تجارت می‌پردازد. اگر زنان بخواهند در عرصه اقتصادی فعالیت کنند، باید اصول درستی از اخلاق اجتماعی و احترام به ارزش‌ها و آرمان‌های اسلامی را در تعاملات خود رعایت کنند.

۵-۳. آیه ۸۳ سوره بقره

«وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا» با مردم به خوبی سخن بگویند. این آیه به روابط انسانی و اجتماعی اشاره دارد که در محیط کارآفرینی نیز اهمیت دارد. زنان کارآفرین باید در تمامی تعاملات خود در عرصه اقتصادی اصول حسن خلق را رعایت کنند.

۵-۴. آیه ۲ و ۳ سوره طلاق

«وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ؛ وَهَر كَسْ مِنْ خَدَا پُرَا كَنْد، خَدَاوند بَرَاىِ او رَاهِى بَرَاىِ خُرُوجِ از مَشْكَلاتِ فَرَاهِمِ مِى_سازَد و از جَايِى كِه نَمِ_داند، رَزَقِ مِى_دَهد». این آیه مِى_توانَد در زَمِينَه کارآفرينى زَنان و تَحَقُّقِ آن‌ها در دُنْيايِ اَقْتِصادِى مَفهومِى از «تَوَكُّلِ بَه خَدَاوند و اَميدِ بَه كَسْبِ رُوزِى از مَسيرِهاى غَيرِمُنْتَظَرَه» اَرائِه دَهد.

۵-۵. آیه ۶ سوره طلاق

«فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَاتُّوهُنَّ أَجُورَهُنَّ؛ اِگر بَرَاىِ شِما شِيرِ مِى_دَهند، مَزْدَشان را بَدَهِيد». در اِين آيَه بَه مَرْدانِى كِه زَن خُود را طَلاقِ دادَه‌اند و كُودَكِ شِيرِخُوارِ دارند و مَادِرِ كُودَكِ حاضِرِ اسْتِ بَه اُن شِيرِ دَهد، اَمِرِ كَرْدِه اسْتِ كِه اِگر زَنان بَه فَرزندانِ شِما شِيرِ دادَند، مَزْدِ اُنان را بَدَهِيد؛ سَپَس در دُنْبالَه آيَه مِى_فَرمايَد: «...وَإِنْ تَعَاسَرْتُمُ فَاسْتَرْضِعْ لَهُ أُخْرَى؛ وَ اِگر بَه تَوافَقِ نَرَسيديد، زَن دِيجَرِى شِيرِ دادَن او را بَه_عَهدِه مِى_گيرَد». دَايِگِى و شِيرِ دادَن بَه كُودَكَانِى كِه مَادِرانشان شِيرِ نَداشتَند يا از دُنْيا رَفْتِه بَودَند، در زَمان‌هاى گُذِشْتِه مِيانِ زَنانِ مَعْمُولِ بَود؛ چنان كِه حَليمَه سَعْدِيَه و چنَد تَن از زَنان دِيجَرِى، بَرَاىِ هَمينِ كَارِ بَه مَكِه اَمَدَند. دَايَه‌ها در بَرابَرِ خَدْمَتِى كِه اَرائِه مِى_كردَند و بَه كُودَكِ شِيرِ مِى_دادَند، مَزْدِ دِرِيافَتِ مِى_كردَند. بَنابَرِاين، دَايِگِى مِى_توانَد يَكِى از اِشْتَغالاتِ وِيزَه زَنانِ بَاشَد كِه قُرآنِ بَه اُن اِشارِه كَرْدِه اسْتِ.

۵-۶. آیه ۲۳ سوره قصص

«وَلَمَّا وَرَدَ ماءٌ مَدِينٍ وَجَدَ عَلَيْهِ أُمَّةٌ مِّنَ النَّاسِ يَسْقُونَ وَوَجَدَ مِنْ دُونِهِمُ امْرَأَتَيْنِ تَذُودَانِ قَالَ مَا خَطْبُكُمَا قَالَتَا لَا نَسْقِي حَتَّى يَصْدِرَ الرَّعَاءُ وَأُبْنَا شَبْعَ كَبِيرٍ وَهَنْگامِى كِه بَه چاهِ آبِ مَدِينِ رَسيد، گِروهِى از مَرْدَم را در اَنجا ديد كِه چَهارپايانِ خُود را سِيرابِ مِى_كند و در كَنارِ اُنانِ دُو زَن را ديد كِه مَراقِبِ گُوسفندانِ خُويش_اند. بَه اُن دُو گُفَت: كَارِ شِما چِيسْت؟ گُفَتَند: ما اُنْها را آبِ نَمِ_دَهِيم تا چَوپانانِ هَمْگِى خُارجِ شُوند و پَدَرِ ما پيرِمَرْدِ كَهَنسالى اسْتِ». در اِين آيَه، چَوپاَنِى و دَامدارِى شَعلى اسْتِ كِه دَخْتَرانِ حَضَرَتِ شَعيب عليه السلام بَه_جَايِ پَدَرِ خُود اَنجَامِ مِى_دادَند.

۵-۷. آیه ۳۵ سوره احزاب

إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَانِتِينَ وَالْقَانِتَاتِ وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ وَالصَّابِرِينَ وَالصَّابِرَاتِ وَالْخَاشِعِينَ وَالْخَاشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقِينَ وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّائِمِينَ وَالصَّائِمَاتِ وَالْحَافِظِينَ وَالْحَافِظَاتِ وَالذَّاكِرِينَ اللَّهَ كَثِيرًا وَالذَّاكِرَاتِ أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَرَحْمَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا. هَمانا مَرْدان و زَنانِ مَسلمان، مُؤْمِن و فَرمان_بُردارِ كِه صَداقَتِ و صَبَرِ پيشَه كَرْدَه‌اند و مَرْدان و زَنانِ نَماز_گزار، صَدقَه_دَهنده، رُوز_دار، حافِظِ عَفْت و ذاکِرِ خَدَاوند، بَسْيارِى از ثُواب‌هاى عَظِيمِ را بَرَاىِ خُود اَمادِه كَرْدَه‌اند.

این آیه به انواع ویژگی‌هایی اشاره دارد که می‌تواند در تمام زمینه‌های زندگی، از جمله اقتصادی و کارآفرینی، برای زنان و مردان در جامعه اسلامی به کار آید. ذکر این ویژگی‌ها در قرآن نشان‌دهنده امکان و ضرورت فعالیت اقتصادی و اجتماعی زنان با رعایت اصول شرعی است.

۵-۸. آیه ۵ سوره مؤمنون

«وَالَّذِينَ هُمْ لِأَفْوَاجِهِمْ حَافِظُونَ؛ و آنان که به حفظ عفت و پاکدامنی خود توجه دارند». این آیه به مسئله اخلاقی و اجتماعی‌ای اشاره دارد که در هر محیط کاری و اقتصادی باید رعایت شود. برای زنان کارآفرین، این نکته مهم است که در تمامی فعالیت‌های اقتصادی باید اصول اخلاقی را رعایت کنند.

۵-۹. آیه ۲۳ سوره نمل

«إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ؛ به‌راستی من زنی را یافتم که بر آنان حکومت می‌کند و از هر چیزی [که از وسایل و لوازم حکومت و قدرت است] به او داده‌اند و تختی بزرگ دارد».

پرداختن قرآن به داستان ملکه سبا و حکومت او در قرآن کریم، تصدی زن را در بالاترین قدرت در جامعه اسلامی بیان می‌کند و از آن به‌خوبی یاد شده و مورد نقد و ذم قرار نگرفته است. ازسوی دیگر، آیات قرآنی وی را فردی اهل رأی و نظر و شور و مشورت و حق‌طلب معرفی می‌کند؛ چراکه وقتی نامه حضرت سلیمان علیه السلام به او رسید، به آن حضرت گروید. بسیاری از صاحب‌نظران به این داستان تمسک بسته و تصدی زن را در بالاترین مناصب سیاسی روا دانسته‌اند.

۵-۱۰. احادیث پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم و اهل بیت علیهم السلام

در بررسی دیدگاه اسلام در زمینه کارآفرینی زنان، علاوه بر آیات قرآن، می‌توان به احادیث پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم و اهل بیت علیهم السلام و نیز نظرات فقها و کتاب‌های فقهی نیز مراجعه کرد. این منابع دینی در راستای تأکید بر حقوق اقتصادی و اجتماعی زنان و جایگاه آنها در عرصه‌های اقتصادی و کارآفرینی مهم‌اند. در ادامه به برخی از این احادیث و نظرات فقهی اشاره می‌کنیم:

حدیث از پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم: «لَا تَكْرَهُوا النِّسَاءَ فِي الْمُدَارَسَةِ وَالْقِيَامِ وَالْكَيْسِبِ وَالْبِرِّ». این حدیث از کتاب‌های حدیثی مانند الجامع الصحیح (صحیح مسلم)، مسند أحمد بن حنبل و الموطأ (اثر امام مالک) نقل شده است. این حدیث به مفهوم تشویق زنان به مشارکت در عرصه‌های مختلف، از جمله عرصه اقتصادی، اشاره دارد.

حدیث از پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم: «فَاطِمَةُ بِنْتُ مُحَمَّدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا عَمِلَتْ فِي جَابِرَةِ وَتِجَارَةٍ». این حدیث از منابع حدیثی مانند الخصال شیخ صدوق و سیر أعلام النبلاء ذهبی نقل شده است که فعالیت‌های اقتصادی حضرت فاطمه علیها السلام را بیان می‌کند.

حدیث از امام علی علیه السلام: «النِّسَاءُ شَرَفُ فِي الْبُيُوتِ». این حدیث در منابع مختلف فقهی و حدیثی مانند نهج البلاغه (خطبه ۳۴) یافت می‌شود. این حدیث به مفهوم اهمیت زنان در خانواده اشاره دارد؛ ولی به‌طور غیرمستقیم تأکید دارد که زنان می‌توانند در جامعه و اقتصاد نیز نقش مؤثری ایفا کنند.

حدیث از امام علی (ع): «مَنْ لَمْ يَحْتَجْ فِي طَلَبِ الرِّزْقِ فَيَفْتَحْ لَهُ أَبْوَابَ الْخَيْرِ». این حدیث از کتاب‌های حدیثی، مانند *الکافی* اثر شیخ کلینی و *تحف العقول* نقل شده است. امام علی (ع) در این حدیث بر جست‌وجوی رزق و تلاش در این زمینه تأکید می‌کند.

حدیث از امام صادق (ع): «خَيْرُ النِّسَاءِ مَنْ أَعَانَتْ زَوْجَهَا وَعَمِلَتْ فِي الْمُنَاصَفَةِ». این حدیث از منابع معتبر، مانند *الکافی* و *التهذیب* نقل شده است. امام صادق (ع) در این حدیث به فعالیت اقتصادی زنان اشاره دارد. حدیث از پیامبر اسلام (ص): «تِجَارَةٌ لَا تَكُونُ إِلَّا مَعَ النِّسَاءِ». این حدیث در منابع مختلف حدیثی، مانند *المصنّف* اثر ابن‌ابی‌شیبیه و *الأدب المفرد* اثر بخاری یافت می‌شود. در این حدیث به این موضوع اشاره شده است که تجارت و معامله‌ای نیست، مگر آنکه زنان در آن مشارکت داشته باشند.

حدیث از امام علی (ع): «إِعْمَلُوا لِيَكُونَ لَكُمْ رِزْقٌ فِي الدُّنْيَا وَيَكُونَ لَكُمْ أَجْرٌ فِي الْآخِرَةِ». این حدیث در منابع مختلف حدیثی و فقهی یافت می‌شود، از جمله در نهج‌البلاغه (خطبه ۱۱۰) و *الکافی*. این حدیث به این موضوع اشاره دارد که خداوند می‌فرماید: برای من عمل کنید تا روزی در دنیا و پاداشی در آخرت برای شما باشد.

۵-۱۱. نظرات فقها و کتاب‌های فقهی

فقه‌های شیعه و سنی دیدگاه‌های مختلفی درباره نقش زنان در عرصه‌های اقتصادی و کارآفرینی دارند. در مجموع، بسیاری از فقها بر این باورند که زنان در صورت رعایت اصول شرعی و اخلاقی می‌توانند در زمینه‌های اقتصادی فعالیت کنند. در اینجا به برخی از نظرات فقهی در این زمینه اشاره می‌شود:

۵-۱۱-۱. فقه شیعه

فقه‌های شیعه معمولاً معتقدند که هیچ ممانعت شرعی از کارآفرینی زنان، در صورتی که اصول شرعی رعایت شود، وجود ندارد. در کتاب‌های فقهی شیعه، مانند *تحریر الوسیله* امام خمینی (ره)، *الحدائق الناضرة* و *الکافی*، تأکید بر این است که زن می‌تواند در چهارچوب شرعی، کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کند و از درآمد حاصل از آن استفاده کند. در صورتی که درآمد حاصل از کسب‌وکار با اصول اسلامی همخوانی داشته باشد و فعالیت‌ها مطابق با حدود شرعی انجام شود، هیچ‌گونه محدودیتی برای زنان وجود ندارد.

۵-۱۱-۲. فقه اهل سنت

در بسیاری از مذاهب اهل سنت نیز همانند فقه شیعه، کارآفرینی زنان به‌عنوان یک فعالیت شرعی پذیرفته می‌شود. امام ابوحنیفه و امام شافعی در آثار فقهی خود نظرات مشابهی درباره نقش اقتصادی زنان دارند و می‌گویند که زنان می‌توانند در صورتی که شرع از آنها جلوگیری نکند، در امور اقتصادی مشارکت کنند. در کتاب‌های فقهی اهل سنت، مانند *المبسوط* اثر امام سرخسی و *الشرح الصغیر* اثر علامه عبدالرحمن بن قاسم، هیچ‌گونه محدودیتی برای اشتغال زنان در زمینه‌های اقتصادی دیده نمی‌شود؛ به شرطی که این اشتغال به تضییع حقوق شرعی و خانوادگی آنها منجر نشود.

۳-۱۱-۵. کتاب‌های فقهی و اصولی

الفقه على المذاهب الأربعة، اثر عبدالرحمان الجزیری: این کتاب به بررسی فقهی مسائل مختلف در مذاهب مختلف اهل سنت، از جمله اشتغال و کارآفرینی زنان، می‌پردازد. در این کتاب تأکید شده است که اگر اشتغال زنان مطابق با احکام شرعی و بدون تضییع حقوق خود و خانواده باشد، مشکلی ندارد (الجزیری، ۲۰۰۳م).

الفقه الإسلامی و أدلته، اثر الزحیلی: این کتاب به بررسی جزئیات فقهی در زمینه‌های مختلف زندگی اقتصادی و اجتماعی زنان می‌پردازد. در این کتاب نیز بیان شده است که هیچ‌گونه مانعی از لحاظ شرعی برای کارآفرینی زنان وجود ندارد؛ به شرطی که فعالیت‌های آنها مطابق با اصول دینی باشد (الزحیلی، ۱۹۸۴م).

۴-۱۱-۵. کتاب‌های حقوق اقتصادی اسلامی

حقوق الإنسان الاقتصادية فی الإسلام وانعکاسها على التطور الاقتصادي: این کتاب به بررسی اصول حقوقی و اقتصادی در اسلام می‌پردازد و بیان می‌کند که اسلام در زمینه اشتغال و کارآفرینی زنان به‌عنوان یک امر طبیعی و ضروری در جامعه هیچ‌گونه محدودیتی ندارد؛ به شرط آنکه اصول اخلاقی و دینی رعایت شود (المصباحی، ۲۰۲۲م). در زمان پیامبر اسلام ﷺ زنان به‌طور فعال در امور اقتصادی، تجاری، اجتماعی و حتی نظامی مشارکت می‌کردند. شخصیت‌هایی مانند حضرت خدیجه رضی الله عنها نمونه‌های بارزی از کارآفرینی زنان در تاریخ اسلام‌اند. این نشان می‌دهد که اسلام هیچ‌گونه ممانعتی برای اشتغال و کارآفرینی زنان در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی نداشته است. این پیشینه تاریخی تأکیدی است بر اهمیت حضور زنان در عرصه‌های مختلف زندگی، از جمله در زمینه‌های اقتصادی و کارآفرینی.

در اینجا به برخی از نمونه‌های بارز از اشتغال زنان در زمان پیامبر اسلام ﷺ اشاره می‌کنیم:

حضرت خدیجه رضی الله عنها: حضرت خدیجه نخستین همسر پیامبر اسلام ﷺ و یک زن موفق در عرصه تجارت بود. او در دوران خود یکی از بزرگ‌ترین تاجران و کارآفرینان مکه بود. حضرت خدیجه رضی الله عنها به تجارت در داخل و خارج از شبه‌جزیره عربستان مشغول بود و در امور اقتصادی مهارت بسیاری داشت. او در ابتدا با کارگران مرد تجارت می‌کرد؛ ولی پس از آنکه پیامبر اسلام ﷺ را به‌عنوان نماینده خود در تجارت انتخاب کرد، با موفقیت بیشتری فعالیت کرد. این مسئله نشان‌دهنده این است که زنان می‌توانند در سطح بالایی از تجارت و کسب‌وکار فعالیت کنند.

حضرت فاطمه رضی الله عنها زهرا رضی الله عنها: گرچه حضرت فاطمه رضی الله عنها به‌عنوان یک مادر و همسر در خانواده پیامبر ﷺ نقش محوری داشت، اما در برخی از منابع تاریخی آمده است که آن حضرت در امور مختلف اقتصادی و اجتماعی، از جمله کمک به ایتم و نیازمندان، فعالیت داشت. یکی از نمونه‌های بارز از فعالیت‌های اقتصادی ایشان، «کار در آسیاب» و کمک به تأمین نیازهای اقتصادی خانواده و مدیریت باغ فدک بود.

عایشه، همسر پیامبر ﷺ: عایشه یکی از همسران پیامبر اسلام ﷺ در فعالیت‌های اقتصادی مشارکت داشت. وی در زمان خود، علاوه بر آموزش و تفسیر قرآن و حدیث، به مشاوره‌های اقتصادی نیز می‌پرداخت. برخی منابع تاریخی گزارش داده‌اند که عایشه از تجارت و امور اقتصادی نیز آگاهی داشت و در مسائل اقتصادی مشورت می‌داد.

شَواء (نیکوکاران و دست‌فروشان در مدینه): در دوران پیامبر اسلام ﷺ زنان در برخی از مشاغل ساده همچون دست‌فروشی نیز فعالیت داشتند. برای مثال، برخی از زنان در مدینه به فروش محصولات مانند خرما، روغن و گندم مشغول بودند. این زنان با کار خود به تأمین نیازهای خانواده و جامعه کمک می‌کردند و به‌نوعی با آن درآمد کسب می‌کردند. زنانی که در جنگ‌ها شرکت داشتند: در جنگ‌های اسلامی اولیه، زنان در زمینه‌های مختلف، از جمله امداد رسانی، پرستاری و حتی پشتیبانی مالی از سربازان، شرکت داشتند. «نِسَاء النَّبِیِّ» (زنان پیامبر ﷺ) و زنان دیگر در جنگ‌های بدر، احد و حنین حضور داشتند و نقش‌های مختلفی ایفا می‌کردند. برخی از آنان در آشپزی، بهداشتی و جمع‌آوری کمک‌های مالی برای تأمین نیازهای جنگی نقش داشتند.

سوده بنت زمعه: سوده یکی دیگر از همسران پیامبر اسلام ﷺ بود که فعالیت‌های اقتصادی انجام می‌داد. او در ابتدای زندگی‌اش در مکه به تجارت مشغول بود و برخی منابع اشاره دارند که درآمد قابل توجهی از تجارت به‌دست می‌آورد. این نشان‌دهنده آن است که حتی در جامعه ابتدایی اسلامی، زنان به اشتغال در زمینه‌های اقتصادی و تجاری پرداخته‌اند. زینب بنت خزیمه: زینب یکی دیگر از همسران پیامبر اسلام ﷺ بود که در امور خیریه و اقتصادی فعالیت داشت. او علاوه بر فعالیت‌های اجتماعی، از جمله یاری به فقرا و یتیمان، در کمک به جنگجویان در زمان جنگ‌ها نیز نقش داشت. به همین دلیل او به «ام‌المساکین» (مادر یتیمان) معروف بود.

۶. چالش‌ها در زمینه اشتغال زنان در اسلام

با اینکه در تاریخ اسلام نمونه‌های بسیاری از مشارکت و اشتغال زنان در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارد، در عمل، برخی چالش‌ها و موانع در جوامع اسلامی، به‌ویژه در دوره‌های مختلف تاریخ، برای اشتغال زنان وجود داشته است. این چالش‌ها ممکن است به‌دلایل فرهنگی، اجتماعی و حتی دینی به‌وجود آمده باشد. در ادامه، برخی از چالش‌های کلیدی در این زمینه را بررسی می‌کنیم.

۱-۶. موانع فرهنگی و اجتماعی

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها برای اشتغال زنان در جوامع اسلامی، موانع فرهنگی و اجتماعی است. در بسیاری از جوامع، نقش زنان به‌طور سنتی محدود به امور خانه‌داری، تربیت فرزندان و خدمات اجتماعی در خانواده بوده است. این نگرش‌ها باعث می‌شود که زنان نتوانند به‌راحتی وارد عرصه‌های شغلی و اقتصادی شوند و حتی در مواردی از آموزش و حرفه‌آموزی محروم می‌شوند. این چالش‌ها می‌توانند به‌شکل نهادینه‌ای در جامعه رخ دهند و در برخی موارد به تبعیض‌های جنسیتی در محیط‌های کاری و اقتصادی منجر شوند.

۲-۶. محدودیت‌های قانونی و فقهی

گرچه در قرآن و حدیث به‌طور کلی به اشتغال زنان و کارآفرینی اشاره شده است، اما برخی از تفسیرهای فقهی و نظرات مذهبی ممکن است برای اشتغال زنان در برخی از مشاغل خاص محدودیت‌هایی قائل شوند. برخی از فقها

ممکن است بر اساس اصول خاصی، مانند حجاب، حضور در محیط‌های کاری مختلط یا دخالت در فعالیت‌های اقتصادی و تجاری بزرگ، برای زنان محدودیت‌هایی قائل شوند. این نظرات فقهی می‌توانند به‌طور غیرمستقیم بر مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف اقتصادی تأثیر منفی بگذارند.

۳-۶. نابرابری‌های جنسیتی در محیط‌های کاری

در بسیاری از جوامع اسلامی، حتی در جوامع مدرن، زنان هنوز با نابرابری‌های جنسیتی در محیط‌های کاری مواجه‌اند. این نابرابری‌ها می‌تواند شامل حقوق پایین‌تر، فرصت‌های شغلی محدودتر، تبعیض در ارتقای شغلی، یا برخورد‌های تبعیض‌آمیز در محیط کار باشد. در بسیاری از کشورهای اسلامی هنوز زنان با موانع سختی برای رسیدن به مشاغل مدیریتی، تصمیم‌گیری و رهبری روبه‌رویند.

۴-۶. تأثیرات منفی ساختارهای اجتماعی و خانوادگی

در برخی جوامع اسلامی مسئولیت‌های خانواده و خانه‌داری می‌تواند به‌مثابه یک عامل محدودکننده برای اشتغال زنان عمل کند. بسیاری از زنان به‌دلیل مسئولیت‌های خانوادگی، به‌ویژه در جوامع سنتی، ممکن است نتوانند در محیط‌های کاری به‌طور کامل فعال باشند. این مسئولیت‌ها، به‌ویژه در کشورهای دارای ساختارهای خانوادگی گسترده‌تر، مانند کشورهایی با فرهنگ‌های پدرسالاری، چالش‌های بزرگی را برای اشتغال زنان ایجاد می‌کند.

۵-۶. نبود آموزش و فرصت‌های شغلی برای زنان

در برخی از جوامع، عدم دسترسی به آموزش و مهارت‌های حرفه‌ای برای زنان، یکی از چالش‌های اصلی است. بسیاری از زنان در جوامعی که زیرساخت‌های آموزشی کافی برای آموزش زنان وجود ندارد، با مشکلات جدی در ورود به بازار کار و فعالیت اقتصادی مواجه‌اند. علاوه بر این، در برخی کشورها محدودیت‌های اجتماعی مانع از ورود زنان به برخی از مشاغل می‌شود که به تخصص‌های ویژه نیاز دارند.

۶-۶. موانع اقتصادی و مالی

یکی دیگر از چالش‌های مهم، موانع اقتصادی و مالی است. در بسیاری از کشورهای اسلامی، زنان به‌دلیل نبود منابع مالی کافی یا محدودیت‌های دسترسی به سرمایه برای شروع کسب‌وکار، با مشکلاتی مواجه‌اند. به‌دلیل ساختارهای اقتصادی و بانکی که ممکن است از زنان حمایت نکنند، بسیاری از زنان علاقه‌مند به کارآفرینی، از راه‌اندازی کسب‌وکار خود محروم می‌مانند.

۷-۶. نگرش‌های منفی به کار زنان

در برخی جوامع، حتی با وجود تأییدهای شرعی، هنوز نگرش‌های منفی به فعالیت‌های اقتصادی و شغلی زنان وجود دارد. برخی از افراد ممکن است اشتغال زنان را با چالش‌های اخلاقی یا اجتماعی مرتبط بدانند و معتقد باشند که زنان

نباید از منزل خارج شوند یا در فعالیت‌های اقتصادی مشارکت کنند. این نگرش‌ها می‌توانند بر توانمندی‌ها و انتخاب‌های زنان تأثیر منفی بگذارند و مانع پیشرفت آنها شوند.

۶-۸. محدودیت‌ها در مشاغل خاص

در برخی حوزه‌های خاص، مانند سیاست، حقوق و علوم، زنان در جوامع اسلامی با چالش‌هایی در ورود به این مشاغل روبه‌رو هستند. حتی اگر برخی جوامع اسلامی بر اشتغال زنان تأکید داشته باشند، هنوز در بسیاری از بخش‌ها زنان در مقایسه با مردان به فرصت‌های کمتری دسترسی دارند.

با اینکه اسلام اصول کلی را برای اشتغال زنان تبیین کرده، موانع فرهنگی، اجتماعی، فقهی و اقتصادی در جوامع مختلف اسلامی مانع از استفاده کامل از ظرفیت زنان در زمینه‌های اقتصادی و شغلی شده است. برای غلبه بر این چالش‌ها، باید سیاست‌های حمایتی، آموزشی و فرهنگی مؤثری اتخاذ شود که به زنان امکان دهد که در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی فعالانه مشارکت کنند. اصلاح نگرش‌های اجتماعی، بازنگری در قوانین و تسهیل دسترسی به منابع مالی و آموزشی می‌تواند راهگشای بسیاری از این چالش‌ها باشد.

نتیجه‌گیری

در طول تاریخ اسلام و به‌ویژه در دوران پیامبر اسلام ﷺ، زنان در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی نقش‌های مهم و برجسته‌ای ایفا کرده‌اند. برخلاف تصورات نادرست برخی از جوامع، اسلام هیچ‌گاه زنان را از فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی منع نکرده است؛ بلکه در بسیاری از موارد آنان را مورد حمایت قرار داده و نقش‌های مهمی برای آنان در جامعه تعریف کرده است. حضور زنان در عرصه‌های مختلف اقتصادی و کارآفرینی در صدر اسلام، خود گواهی بر این موضوع است که اسلام به اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی زنان نگاه مثبت و حمایتی دارد.

حضور زنان در تجارت و کسب‌وکار

یکی از بارزترین نمونه‌ها در تاریخ اسلام، حضرت خدیجه ﷺ است که به‌عنوان یک تاجره موفق در دوران خود شناخته می‌شد. او در زمان قبل از ازدواج با پیامبر ﷺ و پس از آن، نقش‌های مهمی در زمینه تجارت ایفا کرد. حضرت خدیجه ﷺ با تجربه تجارتی گسترده خود و انتخاب پیامبر اسلام ﷺ به‌عنوان نماینده‌اش در تجارت، نمونه‌ای از یک کارآفرین موفق زن در صدر اسلام بود. این حقیقت نشان می‌دهد که اسلام به‌طور ضمنی و آشکارا به مشارکت زنان در عرصه‌های اقتصادی و تجاری اهمیت می‌دهد و آنها را به انجام کارهای اقتصادی ترغیب می‌کند.

نقش‌های اجتماعی و فرهنگی زنان

حضرت فاطمه زهرا ﷺ نیز نه‌تنها به‌عنوان مادر و همسر در خانواده پیامبر اسلام ﷺ نقش داشت، بلکه در زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی نیز فعالیت‌های بسیاری انجام داد. کارهای خیریه و کمک به نیازمندان از جمله فعالیت‌هایی بودند که حضرت

فاطمه علیها السلام در آنها مشارکت داشت. علاوه بر این، در منابع تاریخی آمده است که ایشان در برخی فعالیتهای اقتصادی نیز دخیل بودند و در کنار مسئولیتهای خانوادگی خود، در جهت تأمین نیازهای جامعه مشارکت می کردند. این نمونه ها نشان می دهند که زنان در صدر اسلام، نه تنها در خانه، بلکه در بیرون از خانه نیز نقش های مؤثر و مثبتی ایفا می کردند.

اشتغال و مشارکت زنان در جنگ ها و فعالیتهای اجتماعی

در جنگ های بزرگ اسلام، زنان در بسیاری از جنبه های پشتیبانی از جبهه ها و ارتش اسلام مشارکت داشتند. در جنگ های بدر، احد و حنین، زنان نقش هایی چون پرستاری، تهیه غذای امداد رسانی و حتی جمع آوری کمک های مالی برای تأمین تجهیزات جنگی ایفا می کردند. برخی از زنان، مانند حضرت ام سلیم - رضی الله عنها - در صفوف جنگی حاضر بودند و به عنوان پرستار در کنار مردان جنگ می کردند.

تغییر نگرش به اشتغال زنان در جامعه اسلامی

با توجه به احادیث متعدد از پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم و اهل بیت علیهم السلام، فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی زنان هیچ گاه مردود نبوده و حتی در بسیاری از موارد به عنوان اقدامی پسندیده مورد تأکید قرار گرفته است. حدیث هایی که از پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم و امام علی علیه السلام نقل شده اند، نشان می دهند که زنان می توانند در حوزه های مختلف اقتصادی فعالیت کنند و حتی کار اقتصادی و کسب و کار در اسلام امری ارزشمند محسوب می شود. این دیدگاه مثبت به اشتغال زنان می تواند الگویی برای جوامع اسلامی در عصر حاضر باشد.

اهمیت حضور زنان در عرصه های اقتصادی و اجتماعی

حضور زنان در عرصه های اقتصادی، نه تنها از نظر شرعی و دینی مورد تأکید قرار گرفته است، بلکه در جامعه اسلامی نیز به عنوان یک ضرورت شناخته می شود. در زمانی که مشکلات اقتصادی و اجتماعی به معضلی جهانی تبدیل شده است، استفاده از تمام ظرفیتهای انسانی، از جمله زنان، می تواند راه گشای بسیاری از چالش ها باشد؛ به خصوص با توجه به پیشرفت های علمی و فناورانه در دنیای امروز، زنان قادرند در بسیاری از عرصه های اقتصادی، مانند کارآفرینی، تجارت، فناوری و صنایع مختلف، نقش های محوری ایفا کنند.

در پایان می توان گفت که تاریخ اسلام، به ویژه در دوران پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم، نمونه های بسیاری از مشارکت زنان در اشتغال و کارآفرینی را ارائه می دهد. از حضرت خدیجه رضی الله عنها به عنوان یک تاجر موفق تا حضرت فاطمه رضی الله عنها زهرا رضی الله عنها که در امور اجتماعی و اقتصادی فعالیت داشتند، همگی نشان دهنده آن هستند که اسلام هیچ گاه زنان را از حضور در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی منع نکرده است. برعکس، اسلام همواره به اشتغال زنان، در صورتی که در چهارچوب های اخلاقی و شرعی باشد، تأکید داشته است. این دیدگاه می تواند الگویی برای جامعه اسلامی امروز باشد تا زنان به طور فعال در عرصه های مختلف اقتصادی و اجتماعی مشارکت داشته باشند و به توسعه پایدار کمک کنند.

پیشنهادهای تحقیق

توسعه الگوهای تطبیقی: ایجاد الگوهای تطبیقی کارآفرینی زنان که بتوانند با توجه به تنوع مذهبی، فرهنگی و اجتماعی کشورهای مختلف اسلامی، اصول اسلامی را به صورت مؤثر پیاده‌سازی کنند؛

پژوهش‌های عملی: انجام تحقیقات میدانی بیشتر در زمینه چالش‌های واقعی و روزمره‌ای که زنان در کشورهای مسلمان با آنها مواجه‌اند و تحلیل راه‌حل‌های عملی برای مقابله با این چالش‌ها؛

آموزش و توانمندسازی: طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های کارآفرینی برای زنان، با تأکید بر مباحث اسلامی که می‌تواند به زنان در ارتقای توانمندی‌های فردی و اجتماعی‌شان کمک کند؛

پشتیبانی از سیاست‌گذاری‌های دولتی: پیشنهاد سیاست‌هایی برای دولت‌ها و نهادهای دینی جهت تسهیل شرایط کارآفرینی برای زنان، از جمله دسترسی به منابع مالی، مشاوره و حمایت‌های قانونی؛

مطالعه تأثیرات اجتماعی: بررسی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی ایجاد فرصت‌های کارآفرینی برای زنان بر وضعیت خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی جوامع اسلامی.

منابع

قرآن کریم.

نهج البلاغه.

الجزیری، عبدالرحمن بن محمد عوض (۲۰۰۳م)، *الفقه على المذاهب الأربعة*. بیروت: دار الکتب العلمیه.

جعفری نسب، ایمان و ولیخان دهقان، ماشالله (۱۴۰۱). واکاوی جایگاه کارآفرینی زنان در جمهوری اسلامی ایران. *پژوهش اجتماعی*، ۵۲(۱۳)، ۱۰۴-۱۲۶.

حجازی، سیدرضا، عبدی جمایران، علی، عبدی بوسجین، سعید و مؤذنی بیستگانی، زهره (۱۳۹۴). *تأثیر و نقش اسلام بر کارآفرینی زنان*. اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار. صومعه سرا: مؤسسه پویندگان اندیشه های نو. خاتمی، سیده سمیه و خاتمی، سیدجواد (۱۳۹۶). *دلایل وجود بستر مناسب در کارآفرینی زنان روستایی از نگاه دین اسلام*. همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران. سبزوار: دانشگاه حکیم سبزواری. <https://civilica.com/doc/635848>

الزحیلی، وهبه (۱۹۸۴م). *الفقه الإسلامی وأدلته*. دمشق: دار الفکر.

عباسی، مصیب و حاجی عسکری، مریم (۱۳۹۶). *کارآفرینی اجتماعی زنان از دیدگاه اسلام*. اولین کنفرانس جهانی و اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی. شیراز: دانشگاه دولتی علمی کاربردی شوشتر.

المصباحی، سراج أحمد (۲۰۲۲م). *حقوق الإنسان الاقتصادية فی الإسلام وانعکاسها على التطور الاقتصادي*. الناشر بالمکتبة هو المؤلف.

<https://www.noor-book.com>

یوسفی، اکرم و صادقی، حسین (۱۴۰۰). جایگاه کارآفرینی زنان در دین با محوریت دین اسلام. *پژوهش های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب و کار*، ۱(۱)، ۱۸۱.

Aldrich, H. E. & Cliff, J. E. (2003). The Pervasive Effects of Social Networks on Entrepreneurial Outcomes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 271-291.

Anggadwita, G., Mulyaningsih, H., Ramadani, V. & Arwiyah, Y. (2015). Women Entrepreneurship in Islamic Perspective: Driver for Social Change. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(3), 1-14.

Borham, A. & Md Taib, R. (2024). Islam and Women Entrepreneurship: Constraint or Enabler? A Qualitative Study. *International Business Education Journal*, 17(2), 70-81.

Choudhary, E. (2023). Aligning Identity, Faith, and Entrepreneurship: Experiences of Muslim Women Entrepreneurs in India. *Journal of Business Anthropology*, 12(2): 138-158. DOI: <https://doi.org/10.22439/jba.v12i2.7064>

Duflo, E. (2012). Women's Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-1079.

- Irshad S., Aftab R., Husain A. & Aijaz, A. (2021). Motivation of Women as Entrepreneurs: An Islamic Perspective. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(9), 1098-1106. DOI: 10.25215/0903.101
- Muhammad, S., Ximei, K., Sharif, I. & Haq, Z. (2020). An Overview of Women Entrepreneurship from Islamic Perspective. *Review of Economics and Development Studies*, 6(4), 857-866. 10.47067/reads.v6i4.285.
- Sadiq, R., & Karim, S. (2022). Islamic Perspectives on Women's Entrepreneurship: Theological and Practical Implications. *Journal of Islamic Business and Economics*, 15(2), 112-125.
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 331-349.
- Zahra, S. A., & Lari, M. (2021). Gender, Entrepreneurship, and Islamic Ethics: A Critical Review. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(1), 88-102.