

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان

■ سیده فاطمه قاسمی
کارشناس حقوق
دانشگاه پیام نور مازندران (بهشهر)
fatemeh.qasemi@gmail.com

■ سیده عاطفه قاسمی*
کارشناس ارشد شهرسازی،
دانشگاه شهید بهشتی
at.ghasemi@mail.sbu.ac.ir

■ آیت‌الله ممیز
عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی،
دانشگاه تهران
amomayez@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۳/۱۸
تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۵/۲۳

چکیده

کارآفرینی از محورهای اصلی و اساسی رشد و توسعه است به طوری که آن را موتور توسعه اقتصادی در هر کشور می‌دانند. تجربه کشورهای دارای رشد بالای درآمد ملی نشان دهنده آن است که مدیران این کشورها به نقش و اهمیت کارآفرینی در پیشرفت و توسعه کشور پی برده‌اند. از آنجا که بخش عظیمی از جامعه را زنان تشکیل می‌دهند، لذا کارآفرینی این قشر از جامعه از اهمیت بخصوصی برخوردار است. به گونه‌ای که یکی از شاخص‌های مهم برای ارزیابی و سنجش توسعه و پیشرفت هر کشور میزان مشارکت زنان در تولید است. آمارها نشان می‌دهد کمتر از ۱۰ درصد از کارآفرینان در ایران زن هستند. تحقیق حاضر به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان می‌پردازد. ابزار تحقیق، پرسش‌نامه و مصاحبه می‌باشد که برای حصول اطمینان از پایایی پرسش‌نامه مورد استفاده از آزمون الفای کرونباخ بهره گرفته شده است و برای اطمینان از روایی یا اعتبار محتوایی پرسش‌نامه از روش نظرسنجی استادان و صاحب‌نظران امر استفاده شده است. در تحلیل داده‌ها و ارائه یافته از آزمون آماری بهره گرفته شد. نتایج نشان می‌دهد با وجود احراز نقش دوگانه زنان شاغل، آنان نسبت به فعالیتهای خود احساس مثبتی دارند. در پایان پیشنهادها و راهکارهایی به منظور توسعه و گسترش فعالیتهای کارآفرینانه زنان مطرح می‌گردد که از مهمترین آنها فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیتهای اقتصادی است.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، کارآفرینی زنان، فعالیت کارآفرینانه، توسعه کارآفرینی.

مقدمه

کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند. لذا لزوم ایجاد بستر مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشورما احساس می‌گردد. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصاد جامعه می‌دانند [۱] و دانشمندان مدیریت آنها را از مهمترین عوامل تحول و نوآوری‌های سازمانی در عصر حاضر به شمار می‌آورند.

* نویسنده مسئول

لذا در هر محیطی که افراد از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، اقتصادی پویا و متنوع وجود خواهد داشت [۲]. امروزه میزان مشارکت و اشتغال، یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی محسوب می‌شود و همچنین میزان و نحوه مشارکت اقشار مختلف در فعالیتهای اقتصادی یکی از عوامل و شاخص‌های توسعه است. با اینکه ضرورت و الزام اقتصادی اشتغال و مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی، همواره در تاریخ پیشرفت و توسعه جوامع مختلف بشری مطرح بوده است هنوز در بسیاری از کشورها میان زنان و مردان تعادل مطلوب و قابل قبولی در این زمینه و در فعالیتهای مختلف ایجاد نشده است. تغییرات ایجاد شده در بستر زمان باعث شده تا زنان از محدوده خانه خارج شوند، جذب نظام شغلی جامعه گردند و در تغییر الگوی کار سنتی حاکم بر جامعه نیز تغییراتی ایجاد کنند. بدین ترتیب این الگو که بر اساس جنسیت بود و کارها را بر مبنای طبیعت زنانه و مردانه بودن تقسیم می‌نمود تغییر کرد و از قالب سنتی بودن خود بیرون آمد. بر طبق اصول و شریعت مقدس اسلام نیز زنان و مردان هر یک به تنهایی چیزی نیستند اما با هم و در کنار هم همه چیز هستند. به عبارتی هر یک نقشی دارند اما نقش کارساز

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان
آیتاله ممیز، سیده عاطفه قاسمی، سیده فاطمه قاسمی

برای سازمان‌هایی که برای آن کار می‌کنند- بدون توجه به منابعی که در کنترل آنهاست تعقیب می‌شود [۵].

کارآفرینی، خلاقیت و کسب و کارهای مخاطره‌آمیز، سوخت موتور اقتصاد مدرن فراهم می‌کنند. اهمیت این سه عنصر نمی‌تواند اغراق‌آمیز باشد. کارآفرینان که در رأس کسب و کارهای مخاطره‌آمیز محسوب می‌شوند، در جستجوی فرصت‌ها هستند و خلاقیت‌ها اغلب ابزاری برای موفقیت آنها تلقی می‌شوند. کارآفرینان به عنصر تغییر به عنوان یک پدیده معمولی می‌نگرند و همیشه در جستجوی تغییر هستند و به آن واکنش نشان می‌دهند و از آن به عنوان یک فرصت بهره‌برداری می‌کنند. در عرصه جهانی، زنان خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار، در جوامع تبیین یافته است [۶]. در این راستا طی دو دهه گذشته زنان بسیاری به عنوان کارآفرین به محیط‌های کسب و کار روی آورده‌اند. در بررسی اثرات روانشناختی اشتغال و کارآفرینی زنان تحقیقات نشان داده است که بیشتر زنان شاغل دارای اعتماد به نفس بالاتر و نیز احساس مفید بودن در جامعه هستند و با وجود خستگی جسمی، وضعیت روحی قوی داشته‌اند. زنان شاغل دارای قدرت برنامه‌ریزی و مشارکت در تصمیم‌گیری بیشتری بوده، شغل خود را مانع از انجام نقش‌های همسری

عوامل فردی، سازمانی، محیط صنعتی و همچنین تأمین منابع، راهبرد و خط‌مشی‌ها را بررسی نمودند. آنها به منظور اندازه‌گیری عملکرد زنان کارآفرین از سه شاخص عملکرد اقتصادی، عملکرد شخصی اقتصادی و عملکرد اجتماعی استفاده نمودند [۳]. لذا با توجه به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی نقش کاری زنان انجام گرفته است.

پارچوب نظری

امروزه واژه کارآفرینی مفاهیمی همچون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی، رضایت‌شخصی و استقلال‌طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. یکی از جنبه‌های اصلی کارآفرینی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای گسترش شرکت‌های کوچکتر است. کارآفرینی عبارت است از فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد [۴]. استیونسون و همکارانش^۲ معتقدند که کارآفرینی عبارت از فرایندی است که فرصت‌ها به وسیله افراد -یا برای خودشان یا

و مؤثر در تشریح مساعی آنان است، اسلام درباره استعداد و امکانات مرتبط به زن و مرد نگرش واحدی دارد. همچنین در دین اسلام فعالیت زنان در بیرون خانه منع نشده است. حضور فعال زنان و مشارکت آنان در صحنه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با توسعه کشورها در همه جوانب از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ارتباط تنگاتنگ و مستقیم دارد. به عبارت دیگر وضعیت زنان در هر جامعه‌ای نشان دهنده میزان پیشرفت آن جامعه می‌باشد، از اینرو است که نقش زنان در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی به منزله یکی از مهمترین شاخص‌ها در روند توسعه محسوب می‌شود.

با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و زنان در ردیف بزرگترین ذخایری هستند که هنوز از وجودشان استفاده بهینه به عمل نیامده است و این گروه کثیر که عهده‌دار تنظیم امور خانوادگی و تعیین کننده مسیر اقتصاد و خانواده محسوب می‌شوند، در امور اقتصادی و تنظیم بودجه خانوادگی دخالت مستقیم دارند و هر نهضتی که بخواهد رفاه اجتماعی و نظم اقتصادی را توسعه دهد ناگزیر است که از توجه همکاری طبقه‌ای که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، بهره‌مند گردد، در عصر حاضر فراهم کردن زمینه‌های تازه برای مشارکت بیشتر زنان و بهره‌گیری جدی‌تر از قدرت تفکر، ابداع و خلاقیت آن‌ها باید در سرفصل سرمایه‌های مدیریت نوین قرار گیرد. هیسریچ و برانش^۱ (۲۰۰۰) در تحقیق خود با توجه به تفاوت‌های زنان و مردان عوامل تأثیرگذار در عملکرد زنان کارآفرین اعم از

1. Brush and Hisrich
2. Stevenson et al.

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان
آیتاله ممیز، سیده عاطفه قاسمی، سیده فاطمه قاسمی

ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان

در کشورهای رو به توسعه، زنان امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود محسوب می‌شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند.

زنان به دلایل متعددی نظیر بیکاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی وارد کارآفرینی می‌شوند. با توجه به آمارهای رسمی اخیر، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و نرخ بیکاری در میان زنان خصوصاً نیروی تحصیل کرده افزایش قابل توجهی داشته است.

سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد. همچنین مطالعات در ایران نشان می‌دهد که در فاصله سال‌های ۷۵-۱۳۵۵ هجری شمسی بیشترین میزان اشتغال جدید در اقتصاد ایران به شکل کارکنان مستقل (خویش فرما) بوده است. متأسفانه به دلیل عدم حمایت از این کارآفرینان و سوق دادن آنها در مسیر رشد و توسعه، بزرگترین چالش اقتصاد ایران در دهه ۱۳۸۰ به بعد بحران بیکاری است. در حالی که اگر در فاصله ۲۰ سال مذکور حمایتی جدی از کارآفرینان صورت می‌گرفت، به گونه‌ای که هر یک تنها یک نفر دیگر را به استخدام خود در آورد، در این صورت بزرگترین مشکل

زنان (WED) می‌باشد را با هم ترسیم کردند و با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه ایران به وجود آمده است، لذا توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی نماید. آمار مربوط به اثرات اقتصادی کارآفرینی زنان در جوامع مختلف مؤید این گفته است. به عنوان مثال فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در ایالات متحده آمریکا بین سال‌های ۸۷ تا ۹۷، از نظر تعداد ۲ برابر، از نظر اشتغال‌زایی ۴ برابر و از نظر فروش ۵ برابر شده است. همچنین نرخ افزایش تعداد زنان صاحب کسب و کار در ایالات متحده آمریکا بین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲، افزایشی ۱۴ درصدی داشته است و این نرخ دو برابر افزایش فعالیت‌های کارآفرینی مردان است [۹]. در سایر کشورها نیز شاهد چنین رشدی در تعداد زنان کارآفرین هستیم. در پرتغال، تعداد زنان کارآفرین در سال ۱۹۹۵، ۵۳ درصد رشد داشته است [۱۰]. در فرانسه ۲۸ درصد کل کسب و کارها توسط زنان ایجاد و اداره می‌شود [۱۱]. در استرالیا، زنان صاحب کسب و کار، ۱۰ الی ۱۵ درصد از درآمد ملی را تولید می‌کنند. از این رو کارآفرینی زنان، امروزه در دنیا به عنوان یکی از منابع رشد، اشتغال‌زایی و نوآوری شناخته شده است. با این وجود علی‌رغم سیر پیش‌رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف، آمارهای موجود بیانگر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته است از توانمندی‌های مربوط به زنان کارآفرین استفاده نماید.

و مادری نمی دانسته‌اند. هافمن^۱ در این مورد می‌گوید: زنان شاغل به علت روابط اجتماعی که در جریان کار خود پیدا می‌کنند روشن‌بین‌تر از مردان شاغل می‌شوند و با زندگی بهتر کنار می‌آیند. همچنین اشتغال در تعادل روانی زنان اثر مثبت دارد [۷].

به هر حال یکی از شاخص‌های مهم برای سنجش توسعه هر کشور صنعت زنان و نوع مشارکت آنان است، زیرا توسعه فقط در ارتباط با تولید ناخالص ملی و سطح درآمد سنجیده نمی‌شود و شامل بلوغ اجتماعی و سیاسی نیز می‌گردد. با توجه به مطالب فوق به نظر می‌رسد مقوله کارآفرینی در مورد زنان امری مؤثر و کارآمد باشد.

تعریف کارآفرینی زنان

پروفسور لایو^۲ (۱۹۹۵)، زنان کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: "زن کارآفرین کسی است که به تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه‌ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی و ریسک‌های مالی، فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کرده تا در بازار خرید و فروش بر رقیبان چیره شود [۸]."

کنفرانس سازمان ملل در مورد زنان در سال ۱۹۹۵ در پکن، عمدتاً روی فعالیت‌های عملی که موجب توانایی‌های زنان می‌شود، تأکید می‌کرد. به علاوه، نشست زنان کارآفرین که توسط سازمان همکاری‌ها و توسعه اقتصادی در سال ۱۹۹۷ در پاریس تشکیل شد، تعداد زیادی از زنان کارآفرین از تمام دنیا را گرد هم آورد. آنها توانایی‌ها و فرصت‌ها و محدودیت‌هایی که سد راه توسعه کارآفرینی

1. Hoffman
2. lavoie

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان
آیتاله ممیز، سیده عاطفه قاسمی، سیده فاطمه قاسمی

اقتصادی دهه ۱۳۸۰ در اقتصاد ایران کمبود نیروی کار می‌بود [۱۲].

با توجه به توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان ضروری است شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان فراهم شود تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش یک بررسی پیمایشی- توصیفی است. از نظر هدف یک بررسی کاربردی است. هدف این تحقیق بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی نقش کاری زنان است. از این رو جهت دست یافتن به اصول و اهداف تحقیق روش گردآوری داده‌ها به صورت مصاحبه‌ای و با استفاده از ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته انجام شده است. در این مطالعه برای اندازه‌گیری سازه‌ها از تکنیک طیف لیکرت استفاده گردیده است.

اطلاعات جمع‌آوری شده، مورد آزمون قرار گرفت و با محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۸۵ پایایی مورد تأیید قرار گرفت. لازم به ذکر است دامنه تغییرات آلفا بین صفر تا یک می‌باشد، مقدار صفر بیانگر عدم پایایی و یک به منزله پایایی کامل بین سؤال‌ها و پایداری درونی آنهاست. اگر مقدار آلفا بیشتر از ۰/۷ شود سؤالات و گویه‌ها برای سنجش مفهوم یا متغیر مورد نظر مناسب هستند (رابطه ۱).

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2} \right)$$

α : ضریب آلفای کرونباخ

k: تعداد گویه‌ها

$$\sum S_i^2$$

: مجموع واریانسها

یافته‌های تمقیق

بررسی نتایج توصیفی نشان می‌دهد که سن متوسط زنان کارآفرین ۳۵ سال است و تعداد ۵۲ درصد از زنان کارآفرین در این بررسی دارای تحصیلات دانشگاهی (کارشناسی) می‌باشند و اکثریت آنان متأهل هستند. در تحقیق حاضر مهم‌ترین عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان را می‌توان در چهار بخش فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی تقسیم‌بندی کرد.

عوامل فردی با ویژگی‌های فردی شخصیتی، انگیزه‌ها، اهداف و... سر و کار دارد و عوامل شبکه‌ای ارتباط زنان را با مشاوران، انجمن‌های تخصصی و تجاری، دوستان نزدیک و مجرب قابل اعتماد را توسعه می‌دهد. عوامل سازمانی عوامل مربوط به درون سازمان است که شامل مواردی مثل حمایت مدیریتی، تشویق به نوآوری، بینش متحرک و... است. عوامل محیطی آن دسته از عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، فناوری و بین‌المللی است که می‌توان آنها را در ارتباط با پدیده کارآفرینی در سه سطح کلی طبقه‌بندی کرد:

سطح اول: سطح کلان است که به ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مربوط می‌شود.

سطح دوم: شیوه عمل سازمان‌ها است که دستورالعمل‌ها و تسهیلات، مقررات، محدودیت‌های اجرایی و ادارات را موجب می‌شوند.

سطح سوم: سطح خرد، تعاملات و رفتارهای فردی و خصلت‌های کارآفرینانه است.

با شناخت و تدوین راهبردهای مناسب اجتماعی و فرهنگی و آموزشی می‌توان شرایط بروز پدیده کارآفرینی زنان را در جامعه ایجاد کرد. در ذیل به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان پرداخته می‌شود.

الف- عوامل فردی

انگیزه‌ها و ویژگی‌های شخصیتهایی بیشتر انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مدنظر است. می‌توان گفت میان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود، بر اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد، به طوری که پنداشت از خود و اعتماد به نفس بالا تأثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنان دارد. بنا بر اطلاعات جمعیت‌شناختی، هر چه نرخ باروری به دلیل جوانی جمعیت افزایش می‌یابد، با نزول اشتغال زنان مواجه هستیم. همچنین میان تعداد فرزند و اشتغال رابطه معکوس وجود دارد. وضعیت تأهل نیز بی‌تأثیر در موضوع نیست، به طوری که زنان مجرد از آزادی عمل بیشتری برای اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی نسبت به متأهلین برخوردارند. تحصیلات نیز عامل قابل توجهی است، طبق آمارهای رسمی سال (۱۳۷۵) ۷۴/۲٪ زنان کشور باسواد هستند و درصد قابل ملاحظه‌ای از جمعیت دانشجویی را زنان تشکیل می‌دهند. با وجود این، سهم زنان شاغل با تحصیلات عالی نسبت به کل اشتغال زنان و همچنین درصد مدیران زن با تحصیلات عالی بسیار محدودتر از مدیران

جدول ۱- شاخص‌های محیطی و میزان همبستگی هر یک از شاخص‌ها

ردیف	شاخص‌های محیطی	همبستگی
۱	بعد اجتماعی	۰/۲۳۱
۲	بعد اقتصادی	۰/۳۲۲
۳	بعد فرهنگی	۰/۴۵۳
۴	تبعیض‌های جنسیتی	۰/۴۳۶
۵	وضعیت حقوقی و قوانین	۰/۳۲۱
۶	بعد فناورانه	۰/۱۵۷

منابعی همچون: مردمان، دارایی، سرمایه، طرح تجاری.

بسیاری از کارآفرینان برای راه‌اندازی کار تازه از همه یا برخی از این منابع بهره می‌جویند. در واقع داشتن این منابع یکی از عوامل مهم برای راه انداختن یک کار تازه است [۱۵].

بیشتر کارآفرینان، کنترل درونی را ترجیح می‌دهند و می‌خواهند همواره بر کار خود نظارت داشته باشند و زنان به ویژه نمی‌خواهند برای آغاز کار خود وام بگیرند و بیشتر از پس‌اندازهای شخصی، کارت‌های اعتباری، وام‌های ویژه بهره می‌گیرند [۱۶].

د- عوامل محیطی

از مهمترین عوامل محیطی که بر راه‌اندازی و گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان اثرگذار است می‌توان از ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فناورانه نام برد.

در جدول ۱ شاخص‌های عوامل محیطی همراه با میزان همبستگی هر یک از ابعاد در برگیرنده آن نشان داده شده است.

گردید که نسبت به عوامل فردی از همبستگی بالاتری برخوردار بوده است و نشان اهمیت این عامل در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی می‌باشد.

ج- عوامل سازمانی

از دیگر عوامل مهم در کارآفرینی زنان عوامل سازمانی است که از آن میان می‌توان از مهارت‌های مدیریتی، گزینش شیوه مناسب مدیریت و تأمین منابع یاد کرد. مهارت‌های شغلی به ویژه توانایی در دادن ایده و سر و کار داشتن با دیگران، پیوندی نزدیک با توانایی‌های مدیریتی دارد.

روش‌های مدیریتی که از سوی کارآفرینان زن ترجیح داده می‌شود، به انگیزه‌های آنان برای مالکیت یک شغل مربوط می‌شود. نتایج یک بررسی چند سویه درباره دارندگان مشاغل نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در زمینه رابطه خود با کارکنانشان نگرانند و به فرهنگ همکاری که تضادهای ارتباطی و شخصیتی را در محیط کار کاهش دهد، گرایش دارند. این ترجیحات با انگیزه‌هایی که آنان در آغاز کار داشته‌اند همخوانی دارد [۱۴]. برای آغاز کاری تازه، کارآفرینان نیازمند آنند که منابعی را با ویژگی‌های شخصیتی خود بیامیزند

زن بدون تحصیلات عالی است. به صراحت می‌توان گفت که عوامل محیطی نقش بسیار مهمی را نسبت به عوامل فردی عهده‌دار است، چرا که ویژگی‌های شخصیتی و توانمندی‌های روانی بسیار متأثر از عوامل محیطی است. وضعیت اجتماعی، فرهنگی، حقوقی، دینی، سیاسی و اقتصادی جامعه مطمئناً نقش به‌سزایی را در تقویت یا تضعیف فعالیت‌ها در امور متفاوت دارد. در حوزه اشتغال زنان و فراتر از آن خود اشتغالی آنها، موانع محیطی بسیاری را می‌توان برشمرد. در این بررسی با توجه به نتایج حاصل از پرسشنامه میزان همبستگی این شاخص ۰/۳۲۴ محاسبه گردیده است.

ب- عوامل شبکه‌ای

فعالیت‌های اقتصادی در شبکه‌هایی پیچیده از روابط اجتماعی جای دارد. در درون این شبکه‌ها منابع و فرصت‌های در دسترس قرار می‌گیرد.

وتسون^۱ ۱۹۹۶ بیان می‌دارد که شبکه‌های فعالان اقتصادی مهمترین منبع اطلاعات است. در بیشتر موارد مشاوره عالی تعیین‌کننده در پایایی فعالیت اقتصادی است؛ بنابراین، برای کارآفرینان به ویژه برای زنان که نیازمند رایزنی و آموزش برای کارآفرینی هستند، بسیار ارزشمند است [۱۳].

راه‌اندازی شبکه‌ها با همکاری کارگزاران دولتی و مسئولان شرکت‌ها، شتاب می‌گیرد. شبکه‌ای کردن و مشارکت می‌تواند نقشی بسیار ارزشمند در گسترش و بین‌المللی کردن فعالیت‌ها داشته باشد. شاخص کارآفرینی در بررسی عوامل شبکه‌ای ۰/۵۶۲ محاسبه

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان
آیتاله ممیز، سیده عاطفه قاسمی، سیده فاطمه قاسمی

بعد اجتماعی

هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسأله تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند. در تبیین عوامل اجتماعی می‌توان به نقش والدین بر کارآفرینان اشاره نمود که بسیار اهمیت دارد. رفتار و ویژگی‌های پدر و مادر اثری مثبت در این زمینه دارد. بر پایه یافته‌های استیل ۱۹۸۷ زنان کارآفرین بیشتر از خانواده‌هایی با زمینه کارآفرینی و خودکفایی بر می‌خیزند که در این میان نقش مادرانی که کار مستقل دارند بسیار مهم تلقی می‌گردد و احتمال کارآفرین شدن فرزندان در این گونه خانواده‌ها بیشتر می‌باشد.

بعد اقتصادی

در حالی که زنان در آسیا به طور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیش از مردان کار می‌کنند، به دلیل بدون مزد بودن کار خانگی همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می‌گیرند. ارتقاء مقام‌ها تنها بر اساس شایستگی‌ها صورت نمی‌پذیرد. به طوری که بین سال‌های ۶۵-۵۵ از کل مردان شاغل تنها ۶٪ تحصیلات عالی داشته‌اند. در حالی که ۱۸٪ زنان شاغل، تحصیلات عالی داشته‌اند و جای شگفتی است که از کل زنان تحصیل کرده عالی تنها ۵٪ به سمت‌های بالای اداری و مدیریتی رسیده‌اند [۱۷].

مان و تورپ در پژوهش‌های خود به این

نتیجه دست یافتند که انگیزه اصلی زنان آسیایی برای کارآفرینی به دست آوردن درآمد و برآوردن نیاز اقتصادی است. حال آنکه زنان غربی بیشتر به علت استقلال خواهی به کارآفرینی رو می‌کنند [۱۸].

بعد فرهنگی

فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است. همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکلهای صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند. به دلیل نگاه جنسیتی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر به طور برابر با توجه به شایستگی‌ها به افراد، فارغ از جنسیتشان اعطا گشته است، همواره شاهد تبعیض‌های جنسیتی در اشتغال هستیم.

تبعیض‌های جنسیتی در نوع آموزش

شامل مواد درسی، نقش زنان در کتاب‌های درسی، رسانه‌ها که بیشتر تقویت کننده دید سنتی نسبت به زن است. همچنین محدودیت‌های آموزش در نظام آموزش عالی برای زنان مانند انحصار برخی رشته‌ها برای مردان، محدودیت اعزام به خارج کشور برای ادامه تحصیل و کمبود امکانات (خوابگاه) برای دختران، همگی از موانع مشارکت

زنان است. باورهای فقهی دینی نیز بی‌تأثیر در این مسأله نیست، احکام موجود در زمینه ارث، نفقه، اجازه خروج از کشور در بعد اقتصادی و احکامی چون شهادت، دیه، قضاوت، طلاق، حق حضانت در بعد خانوادگی اجتماعی بی‌شک تأثیر منفی در پیشرفت و شکوفایی همه جانبه زنان دارد که می‌توان با استنباط‌های متناسب شرایط زمانی و مکانی موانع را برطرف کرد.

وضعیت حقوقی و قوانین

قوانین ناظر بر خانواده از جمله مواد ۱۱۰۶ (نفقه زن)، ۱۱۹۹ (نفقه اولاد)، ۱۱۱۷ (منع کار زن در صورت عدم رضایت شوهر). از آنجا که طبق قانون، ریاست خانواده با شوهر است و خروج از کشور زن منوط به اجازه کتبی شوهر است، مشکلاتی در مسیر کار زنان ایجاد می‌شود. قوانین ناظر بر اشتغال، از جمله قانون اشتغال نیمه‌وقت زنان، مقررات در زمینه مرخصی زایمان و ماده ۵ مصوبه ۱۳۷۱ شورای عالی انقلاب که محدود کننده حیطه اشتغال زنان است، هیچکدام کمکی به افزایش مشارکت اقتصادی اجتماعی زنان نکرده است. البته زمینه‌های مساعد قانونی را نیز نباید از نظر دور داشت. اصول ۳، ۲۱، ۲۸، ۴۱ برخورداری زنان از حقوق اجتماعی مساوی با مردان را متذکر شده و همچنین طبق ماده ۱۱۱۸ مصوب ۱۳۱۳ زن مستقلاً می‌تواند در دارایی خود هر تصرفی را داشته باشد. تصویب قانون در مورد کنترل جمعیت نیز مطمئناً بی‌تأثیر در مشارکت بیشتر زنان نیست. پرواضح است پیش‌شرط راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان، شناسایی دقیق عوامل

بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان
آیتاله ممیز، سیده عاطفه قاسمی، سیده فاطمه قاسمی

- کمک به حل مشکل تضاد نقش‌ها با آموزش افراد خانواده در تغییر توقعات و کارایی خود، توزیع مناسب مسئولیت‌ها میان اعضای خانواده، انجام هماهنگی‌های لازم در کارهای خانه و نگهداری از فرزندان؛
- فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی؛
- تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی با نیازهای حرفه‌ای زنان توسط سیستم آموزشی کشور؛
- حفظ بنیان خانواده با تقویت و تحکیم پیوند اعضای خانواده و تدوین برنامه‌های حمایتی برای زنان کارآفرین در انجام وظایف منزل و نگهداری فرزندان همراه با توسعه کسب و کار؛
- به منظور آشنایی زنان با فعالیت‌های کارآفرینی پیشنهاد می‌گردد با برگزاری دوره‌های کاربردی مبانی کارآفرینی و بازاریابی و ... از طرف ادارات و سازمان فنی و حرفه‌ای و تشویق زنان به شرکت در این دوره‌ها، زمینه حضور زنان در فعالیت‌های کارآفرینی فراهم گردد؛
- تشکیل واحد حمایت از بنگاه‌های اقتصادی زنان در استانداری‌ها و ارائه مشاوره و حمایت‌های خاص به زنان کارآفرین.
در پایان می‌توان گفت در شرایط کنونی جامعه ایران، یکی از بهترین راهکارهای حل معضل بیکاری در میان زنان، کارآفرینی است. با توجه به اینکه زنان ایرانی در توسعه کارآفرینی با موانع بسیاری مواجه هستند، امید آن می‌رود که با عنایت مسئولان و تلاش بیش از پیش زنان در جهت رفع مشکلات، آینده‌ای بهتر را نظاره‌گر باشیم.

امکانات برای آنها فراهم گردد، استعدادهای بالقوه آنان به منصفه ظهور رسیده و جوامع از رشد و توسعه بیشتری برخوردار می‌شوند.
در این تحقیق عوامل اثرگذار در توسعه کارآفرینی زنان مورد بررسی قرار گرفت. نقش عوامل اقتصادی، جمعیتی، فرهنگی و ایدئولوژیکی که در افزایش یا کاهش نقش اجتماعی زنان تأثیر دارد، سن، وضعیت تأهل، درجه تحصیلات و امکانات شغلی از جمله علل و عواملی است که به شدت در کاهش یا افزایش اشتغال زنان دخالت دارند. یکی از ویژگی‌های امروز جامعه ایرانی، تغییرات اساسی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است که بر نقش زنان نیز تأثیر گذاشته است. زنان به دلیل توانایی‌ها و استعدادهایی که دارند در چند دهه اخیر توانسته‌اند در عرصه اقتصادی، اجتماعی ظاهر شوند و جامعه نیز توانسته از توانایی‌های آنان بهره‌گیری نماید. در اثر رشد فزاینده مشارکت زنان در اجتماع، جامعه ایران به خصوصیات و ویژگی‌های جدیدی دست یافته و شاهد شرایط جدیدی در حوزه اشتغال برای زنان است. ویژگی‌های مخصوص جامعه ایرانی که به خصوص نقش اجتماعی زنان را نسبت به گذشته برجسته کرده و در ضمن نشانگر حرکت رو به جلوی آنان می‌باشد.
از آنجا که توسعه کارآفرینی زنان در ایران، علاوه بر حل معضل بیکاری، اثرات مستقیم و غیرمستقیم در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور خواهد داشت، لزوم تغییر و تحول در ساختارهای موجود فرهنگی- اجتماعی کشور در جهت تشویق زنان به کارآفرینی، بیش از هر زمان دیگر احساس می‌شود لذا راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

مؤثر بر فرایند اشتغال و کارآفرینی است و مطالعات راهبردی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد [۱۹].

بعد فناوریانه

نقش فناوری در اطلاعات در فعالیت اقتصادی زنان عبارت است از:
- جایگزینی دوباره تولیدات؛
- برآورده کردن نیازهای مهارتی تازه؛
ایجاد شغل‌های تازه مانند: اطلاع‌رسانی، چاپ، نشر، بیمه.

نتیجه‌گیری

میزان بهره‌گیری منابع انسانی از فرصت‌های مناسب توسعه همواره به عنوان یکی از پارامترهای اساسی توسعه انسانی مطرح بوده و هست، فرصت‌هایی که می‌بایست زمینه مشارکت عادلانه همه اقشار جامعه را فراهم ساخته و از مزایای اجتماعی و اقتصادی آن بهره‌مند سازد. طبق بررسی‌های سازمان بین‌المللی کار، در همه نقاط جهان جز آمریکای شمالی و استرالیا، زنان نسبت به مردان در طی هفته ساعات بیشتری را به کار مشغولند. در آفریقا ساعات کار زنان ۶۷ ساعت در هفته در مقابل ۵۳ ساعت برای مردان است. این نسبت در آسیا برای زنان ۶۲ ساعت و برای مردان ۴۸ ساعت، و در ژاپن برای زنان ۵۶ ساعت و برای مردان ۵۴ ساعت و در آمریکای لاتین برای زنان ۶۰ ساعت و برای مردان ۵۴ ساعت می‌باشد [۲۰].
به نظر می‌رسد زنان ضمن داشتن مشارکت عظیم در جهت فعالیت‌های مختلف، دارای شرایط و امکانات مناسب نیستند و چنانچه این

منابع

11. Orban M., "Women business owners in france: the issue of financing discrimination", Journal of Small Business Management, pp. 95-102, 2001.
- ۱۲- نظری، محمدرضا، " اصول و مبانی کارآفرینی"، انتشارات عشق دانش، گرگان، چاپ اول، ۱۳۸۷.
13. Watson, A, Karen, H and Olander, W., "The Entrepreneurs complete Source Book", Prentice Hall, 1996.
14. Burch, John G., (1986), "Entrepreneurship", John Wiley and Sons.
15. Morrison, A., "Entrepreneurship: An International Perspective", Great Britian: Plant Tree, 1994.
- ۱۶- گلرد، پروانه "طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران"، رساله دکتری، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، تهران، ۱۳۸۵.
- ۱۷- مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور، ۱۳۸۱.
- ۱۸- گلرد، پروانه، "زنان و کارآفرینی"، سومین جشنواره زنان مدیر کارآفرین، تهران: دفتر بانوان وزارت کار، وزارت کشور و انجمن زنان مدیر کارآفرین، ۱۳۸۶.
19. Seymour, N., "Women Entrepreneurs in the developeing world". August caffman center for entrepreneurial leadership Digest number01, 2001.
20. International Labour Organization (ILO) <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>
1. Schumpeter, Joseph A., "The theory of economic development", Harvard University press Cambridge, MA, 1934.
2. Kazemi, M., "Assessing entrepreneurship by industrial managers, casual study: Khorasan Province", Science and Development Magazine, 2008.
3. Brush, G and Hisrich, R., "Women-owned Businesses, An Exploratory Study Comparing factors Affecting Performance". Rise business Research Institute for small & Emerging Business, 2000.
4. Orhan, M, Scott D., "Why Women enter into entrepreneurship an explanatory model", women in management review, Vol16, 2001.
5. Zimny. E., "women entrepreneur ship in transition countries", th48 world conference international council for small Business. Belfast, northern, Ireland pp. 96-108, 2003.
6. Arasti Z. 2006. Entrepreneurship development of academic women and girls, the first seminar on women entrepreneurship and challenges. BRUSH CG. 1992. Research on women business owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions, Entrepreneurship: Theory and Practice, summer 1992, pp. 5-30.
- ۷- سفیری، خدیجه. "جامعه شناسی اشتغال زنان"، تهران، انتشارات تبیان، ۱۳۸۱.
8. lavoie, D and Filion, R., "Forum sur Entrepreneurship feminine quebecois", Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal, 1995.
9. Arasti, Z., "Female Iranian entrepreneurs; socio-cultural structures contributing to job creation for women", journal of women research, Vol. 4 No. 1,2, pp. 93-120, 2007.
10. OECD "Women entrepreneurs in small and medium enterprises", OECD Proceedings, 1998.