



# عوامل موثر در کارآفرینی سازمان‌ها

- نوآوری، جستن راهکاری تازه و ابتکاری برای پاسخگویی به نیاز یا مشکل.  
- ریسک پذیری، تخصیص منابع به فرصت‌ها با وجود امکان شکست راهکارها. (Morice 1999)

**کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان در رشته مدیریت:**  
دانشمندان در رشته مدیریت به بررسی کارآفرینی سازمانی و تشریح چگونگی فرآیند کارآفرینی پرداخته‌اند. استیونس کارآفرینی را فرآیند ایجاد ارزش از راه به کارگیری و در هم آمیختن مجموعه‌ای از منابع بی‌مانند برای به دست آوردن فرصت می‌داند. (Sadler, 2000)

بر سر هم، کارآفرینی فرآیند آفرینندگی و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کارهای تازه در شرایط خطر خیز از راه یافتن فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است؛ و کارآفرین کسی است که بنگاهی را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد است. برجسته‌ترین ویژگی کارآفرین، نوآوری است. (احمدپور، ۱۳۷۸)

تعریف کارآفرینی زنان:

پرفسور دینالوی و رابرت فیلیون (۱۹۹۵)، زن کارآفرین را چنین تعریف می‌کنند: کسی 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.

وضع کارآفرینی زنان در جهان بر پایه تازه‌ترین

آمارهای Global Entrepreneurship Monitor (GEM) در حال حاضر نیمی از جمعیت ۲/۴ میلیاردی نیروی کار در جهان را زنان تشکیل می‌دهند. بر پایه گزارش GEM در سال ۲۰۰۶، از هر ۱۰۰ تن در جهان ۷ زن کارآفرین می‌شوند. زنان کارآفرین در آمریکا از ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲، ۹/۱ میلیون شغل تازه پدید آورده‌اند و باعث اشتغال ۲۷/۷ میلیون تن شده‌اند. (Barboto & Denartino, 2002) هم‌اکنون، زنان کمابیش ۴۰ درصد از کل مشاغل در بخش خصوصی را به دست گرفته‌اند و ۸۰ درصد از کارگران پرکار نیز از زنان هستند که بیش از ۳/۶ تریلیون دلار درآمد حاصل از فروش ایجاد کرده‌اند. (Simon, 2006)

کارآفرینی زنان در بریتانیا از ۳/۳ درصد در ۲۰۰۲ به ۳۷/۹ درصد در ۲۰۰۴ افزایش یافته است و از هر چهار زن یک تن به کاری تازه می‌پردازد. (GEM, 2005)

در لهستان در ۱۹۸۹ سهم زنان دارای کسب و کار ۲/۷ درصد بوده است. در ۱۹۹۱ این رقم به ۳۳ درصد و در ۱۹۹۵ به ۳۹ درصد رسیده است که افزایش چشمگیری است. امروزه از هر ۵ زن لهستانی یک تن کارآفرین است. نرخ افزایش شمار زنان کارآفرین از نرخ مشابه در میان مردان بیشتر است (اداره آمار لهستان).

است. نرخ بیکاری زنان

در ۱۳۸۳ کمابیش دو برابر

مردان اعلام شده است. (سالنامه

آمار، ۱۳۸۳)

روشن است که جذب این سرمایه ملی در سازمانهای دولتی کنونی که بیشتر با تورم نیروی انسانی رو به رویند، ممکن نخواهد بود. از این رو برای بالا بردن سهم زنان در اقتصاد ملی و رویارویی با بحران بیکاری زنان، باید شرایط لازم برای توسعه کارآفرینی زنان در ایران فراهم گردد تا آنان با ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند به از میان برداشتن معضل کنونی جامعه یعنی بیکاری کمک کنند.

## پرسشها و هدفها:

مهمترین هدف در این نوشتار، شناسایی عوامل موثر در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان ایرانی است که در این راستا پرسشهای زیر مطرح شده است:  
عوامل موثر در توسعه فعالیتهای کارآفرینانه زنان چیست؟ الگو و راهکارهای پیشنهادی برای این فرآیند چیست؟

## تعریف کارآفرینی:

کارآفرینی واژه‌ای نو است که تعریفهایی چند برای آن وجود دارد زیرا کارآفرینی بسته به نظر پژوهشگران در رشته‌های گوناگون و سرشت خود از دیدگاه‌های اقتصادی، روانشناسی و جامعه‌شناسی تعریف شده است؛ از این رو به دست دادن یک تعریف مشخص از کارآفرینی دشوار است. واژه کارآفرینی از واژه فرانسوی انترپرندر (entrepreneur) به معنای «متعهد شدن» گرفته شده است

## کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان:

کارآفرینی، فعالیتی است مانند عرضه کردن کالایی نو، روشی نو در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هر گونه تشکیلات تازه در صنعت. (Schumpeter, 1934)

## کارآفرینی از دیدگاه پژوهشگران در زمینه علوم رفتاری:

دانشمندان در زمینه علوم رفتاری با درک اهمیت نقش کارآفرینان در اقتصاد، به شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان پرداخته‌اند. «کودین و سلینون» سه بعد رفتاری و گرایشی برای کارآفرینی در نظر می‌گیرند:

از دهه ۱۹۸۰، گرایش به کارآفرینی برای کاهش بیکاری رو به فزونی نهاده است زیرا با گسترش کارآفرینی فرصتهای اقتصادی و کسب و کارهای تازه پدید آمده است.

در جامعه ما بسیاری از شهروندان بیکارند؛ ولی وضع نیمی از این جمعیت بدتر است. زنان نه تنها خانه نشین نیستند، بلکه متقاضیانی مهارت دیده و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که از این نظر بر مردان برتری یافته‌اند به گونه‌ای که اکنون بیش از ۶۰ درصد ظرفیت دانشگاهها را به خود اختصاص داده‌اند اما در بازار کار ایران سهمی ناچیز دارند. با توجه به محدود بودن دامنه سرمایه‌گذاری از سوی دولت، خوداشتغالی و افزایش کارآفرینی اگر نگوییم تنها راه پیش روست دستکم یکی از مهمترین راه‌های حل معضل بیکاری است.

در این نوشتار تلاش شده است با به دست دادن تعریفی از کارآفرینی زنان و با بهره‌گیری از تازه‌ترین اطلاعات درباره وضع کارآفرینی زنان در جهان، ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان تبیین گردد. سپس به بررسی عواملی که در موفقیت راه اندازی و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی زنان کارآفرین ایرانی موثر است پرداخته می‌شود و پیشنهادها و راهکارهای لازم برای ورود زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه به منظور ایجاد و توسعه کسب و کار در کشور مطرح می‌گردد.

## ضرورت و اهمیت فعالیت‌های کارآفرینانه زنان:

فعالتهای اقتصادی زنان و رفتن آنان به سوی فعالتهای کارآفرینانه به دو گونه است: بر پایه ضرورت یا بر پایه فرصت، که در کشورهای توسعه یافته بیشتر بر پایه فرصت و در کشورهای رو به توسعه بر پایه ضرورت است. به هر رو، هر دو گروه کارآفرینان به دلایل گوناگون از جمله بیکاری و کاهش دستمزدها وارد عرصه کارآفرینی می‌شوند. (GEM, 2006)

کارآفرینی، بعنوان راهی برای برون رفت از بیکاری، در اروپا بسیار معمول است. ۶۰۹ درصد از کارآفرینان در اروپای شمالی و ۷۰ درصد در اروپای جنوبی به این کار روآورده‌اند. (Kantor, 2002, 12)

بر پایه آمارهای منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران میزان بیکاری زنان از ۱۴ درصد در ۱۳۷۵ به ۱۷/۸ درصد در ۱۳۸۳ رسیده است، و با آنکه تحول در مورد زنان بسیار مثبت تر و چشمگیرتر از مردان بوده است، نرخ بیکاری در ۱۳۸۲ در میان مردان ۱۰/۱ درصد و میان زنان ۲۱/۴ درصد بوده و در ۱۳۸۳ این نسبت به ۹ برای مردان و ۱۷/۸ درصد برای زنان کاهش یافته

مدارک روشن و مستدلی در دست است که نشان می دهد زنان کارآفرین در کانادا نقشی برجسته در اقتصاد آن کشور دارند. در سال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۹ شتاب افزایش مشاغل که به دست زنان ایجاد شده دو برابر شتاب افزایش فعالیت شرکت های کانادایی بوده است. این گونه فعالیتها در همه ایالت های کانادا با سرعت رو به افزایش است. شمار بنگاه های در اختیار زنان، بیش از یک سوم مشاغل و دادو ستهای این کشور بوده و برای ۱/۷ میلیون کانادایی، شغل ایجاد شده است. سرعت ایجاد کار در بنگاه های زیر مالکیت زنان، ۱۳ درصد یعنی ۴ برابر بیشتر از سرعت ایجاد مشاغل در کل شرکتها بوده است. (Adrien, Kirrouac, Sliwinski, ۱۹۹۹) افزایش خوداشتغالی در ۲۰ سال گذشته در کانادا برای مردان ۷۴ درصد و برای زنان ۲۵۶ درصد بوده است. (Mirchandani, 1999)

### عوامل موثر در کارآفرینی زنان:

مهمترین عوامل موثر در کارآفرینی زنان را می توان در ۴ بخش فردی، شبکه ای، سازمانی و محیطی، دسته بندی کرد:

۱- عوامل فردی: عواملی است گویای ویژگیهای شخصیتی، انگیزه ها، هدفها و عوامل جمعیت شناختی مربوط به زنان کارآفرین;

۲- عوامل شبکه ای: ارتباطات زنان کارآفرین را با مشاوران، انجمنهای تخصصی و بازرگانی، و دوستان نزدیک و باتجربه و مورد اعتماد، توضیح می دهد؛

۳- عوامل سازمانی: در میان مهمترین عوامل سازمانی در کارآفرینی زنان، می توان از مهارتهای مدیریتی، گزینش روش مناسب در زمینه مدیریت و تأمین منابع یاد کرد؛

۴- عوامل محیطی: عوامل اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیک و بین المللی توصیف کننده محیطی است که می تواند شرایطی مساعد برای ایجاد و رشد فضای کارآفرینی پدید آورد.

عوامل فردی:

الف: انگیزه ها و ویژگیهای شخصیتی

انگیزه از عوامل مهم کارآفرینی است. ویژگیهای برخی افراد این توان را به آنان می بخشد که فرصت مناسب را با منابع موجود بیامیزند و کاری تازه بیافرینند، اما انگیزه کافی برای انجام دادن آن کار ندارند. بر پایه پژوهشها، مهمترین انگیزه زنان کارآفرین، استقلال خواهی است. (Hisrich, 1996) انگیزه هایی مانند پیروز شدن و به دست آوردن استقلال در کارآفرینی زنان بسیار موثر است. (هرویتس، بروکهاس، ۱۹۸۶) انگیزه و هدف زنان و مردان برای کارآفرینی، عواملی چون کسب رضایت شغلی، گرایش به خود مدیریتی و به دست آوردن سود مالی است؛ (ESFC, 1994) اما انگیزه هایی چون خودگردان بودن، به دست داشتن مهار کار و الگوهای کاری انعطاف پذیر ویژه زنان است. (Still, 1987, Stanger, 1990)

پژوهشها در آمریکا نشان می دهد که انگیزه های فردی و هدفهای زنان با کارآفرینی آنان ارتباط دارد که مهمترین آنها موفقیت برای بقا و استقلال است؛ (Brush, Hisrich, 1987) هر چند دیگر بررسیها گویای آن است که زنان در سنجش با مردان اعتماد به نفس کمتری از خود نشان می دهند. (Miskin, Rose, 1990)

پژوهشها در استرالیا نشان می دهد که زنان دارای انگیزه هایی مانند به دست آوردن رضایت شغلی،

استقلال، موفقیت در کار، مدیر خوب بودن، به دست آوردن سود و بهتر کردن کیفیت زندگی هستند. این انگیزه ها حتی از انگیزه های مالی و تجاری مانند به دست آوردن پول و شناسایی وضع بازار برای زنان مهمتر است. (Bennett, Dann, 2000)

ب: عوامل جمعیت شناختی:

۱- تحصیلات، تجربه و مهارتهای ادراکی:

پژوهشها در آمریکا هم گویای آن است که بیش از ۷۰ درصد زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی دارند. (Hisrich, 1997)

۲- سن  
از نظر سن کارآفرینی، میان زن و مرد تفاوتی وجود دارد. ولی به هر رو سنی که در آن افراد تصمیم به کارآفرینی می گیرند، به گونه معمول از ۲۵ تا ۴۰ سال است.

### نخستین فرزند خانواده بویژه اگر دختر باشد بیشتر خواهان کارآفرینی است.

(Still 1987 & Peters 1996) بیشتر کسان پدر و مادر خود را بعنوان

الگو می پذیرند و مادران همچون پدران الگوی فرزندان قرار می گیرند.

تحصیلات، تجربه ها و مهارتها، از دیگر عوامل مهم برای کسانی است که می خواهند کارآفرین باشند. به طور کلی کارآفرینان از افراد عادی تحصیلات بالاتری دارند. (Brockhous, 1982) پژوهشها نشان می دهد که تحصیلات با گرایش به کارآفرینی در مورد مردان مثبت اما اندک و در مورد زنان چشمگیر است. بر سر هم سطح تحصیلات، محیط آموزشی، پیشینه و مهارتهای مدیریتی و تجارب گذشته از عوامل موثر در زمینه کارآفرینی است. (Cooper, 1989)

Box و همکاران (۱۹۹۳) در پژوهشهای خود در اوکلاهامه این نتیجه رسیده اند که بین سطوح بالاتر آموزش و کارکرد بهتر شرکت های تولیدی، رابطه وجود دارد.

در بررسی دیگری نشان داده شده است که پایین بودن سطح سواد، زنان را با تنگناهای مالی یا موانعی در زمینه سرمایه انسانی رو به رو می سازد؛ بنابراین بالا بودن سطح تحصیلات با کارکرد بهتر در زمینه بازرگانی ارتباط دارد. (Hisrich, 1989)

در بررسی های انجام شده در شمار زیادی از کشورها این نکته روشن شده است که موفقیت زنان کارآفرین به تجربه های آنان در کار مشابه و تجربیات مدیریتی شان بستگی دارد. (Ronstadt, ۱۹۸۸)

میسکین و رز (۱۹۹۰) دریافته اند که تجربه گذشته به گونه چشمگیر با سود دهی شرکت های بازرگانی زیر مالکیت زنان پیوند دارد و نبود تجربه به سود دهی اندک می انجامد.

Brush, Hisrich (۱۹۹۱) از بررسی هایی که درباره ۷۲ زن کارآفرین انجام داده اند دریافته اند که تجربه مرتبط با رشته کاری به موفقیت آنان انجامیده است. همچنین، مهارتهای مدیریتی و شغلی، توانایی چشمگیری در زمینه دادن ایده و برقراری ارتباط با مردم در زنان ایجاد می کند.

در کانادا پژوهشها نشان دهنده آن است که افزایش پرشتاب کارآفرینی زنان در زمینه صنایع با سطح تحصیلی بالاتر ارتباط دارد که این از اقتصاد دانش - پایه مایه می گیرد؛ بدین معنا که زنان جوان با تحصیلات دانشگاهی، بازار کار را با اقتصاد علمی پیوند داده اند. (Adrien, Kirrouac, Sliwinski, 1999)

### عوامل سازمانی:

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

بررسیها در زمینه مهارتهای مربوط به طراحی شرکت های بازرگانی، نتایج گوناگونی نشان می دهد. پاره ای از پژوهشگران به این نتیجه رسیده اند که مهارتها در زمینه شناخت و طراحی، با موفقیت در پیشبرد کار پیوند دارد. (Hisrich, Brush, Lerner 1997)

روشهای مدیریتی که از سوی کارآفرینان زن ترجیح داده می شود. نتایج یک بررسی چند سویه درباره دارندگان مشاغل که از سوی (Robinson, 2001) انجام شده نشان می دهد 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 انگیزه هایی که آنان در آغاز کار داشته اند همخوانی دارد. پاتینز می نویسد که زنان با همکاری و فضای تیمی، تصمیم می گیرند. (Gundry, Posig, 2002, 72) برای آغاز کاری تازه، کارآفرینان نیازمند آنند که منابعی را با ویژگیهای شخصیتی خود بیامیزند. (Timmons, 1994) چهار منبع مورد نیاز عبارت

است از: مردمان، دارایی، سرمایه، طرح تجاری.

بسیاری از کارآفرینان برای راه اندازی کار تازه از همه یا برخی از این منابع بهره می جویند. در واقع داشتن این منابع یکی از عوامل مهم برای راه انداختن یک کار تازه است. (Morris, Sexton, 1994)

بیشتر کارآفرینان، کنترل درونی را ترجیح می دهند و می خواهند همواره بر کار خود نظارت داشته باشند و زنان بویژه نمی خواهند برای آغاز کردن کار خود وام بگیرند. (Stanger, 1990)

یافته ها در پژوهشهایی که در استرالیا انجام شده است، نشان می دهد که بیشتر زنان برای راه انداختن کار تازه از سرمایه های شخصی یا وام گرفتن از بانک یا بستگان بهره می جویند. بیش از نیمی از زنان سرمایه خود را از موسسات غیر دولتی وام می گیرند در حالی که مردان از منابع خارجی برای به دست



آوردن سرمایه بهره می گیرند. (ESFC, 1994) دانسته ها نشان می دهد که کارآفرینان برای آغاز کردن کار خود در هر مرحله گونه ویژه ای از این منابع را به کار می گیرند. (Timmons 1994) بررسی تاریخی نشان می دهد که زنان برای راه اندازی کار، بیشتر از پس اندازهای شخصی، کارتهای اعتباری، وام های ویژه و وام های فامیلی بهره می گیرند. (Bennett, Dann 2000, 78)

### عوامل محیطی:

از مهمترین عوامل محیطی که بر راه اندازی و گسترش فعالیتهای اقتصادی زنان اثر گذار است می توان از عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک یاد کرد.

### عوامل اجتماعی و اقتصادی:

الف- نقش پدر و مادر در کارآفرینی: اثر زمینه های خانوادگی و نقش پدر و مادر بر کارآفرینان بسیار اهمیت دارد. رفتار و ویژگی های پدر و مادر اثری مثبت در این زمینه دارد و منبعی الهام بخش برای کودکان است. (Hisrich & Peters 1996) خانواده، بویژه پدر و مادر، نقش مهمی در ایجاد چشم انداز باور کردنی و کلی از کارآفرینی در ذهن فرزندان خود دارند. پژوهشها نشان می دهد که بیشتر کارآفرینان دارای پدرهای خوداشتغال بوده اند. (Hisrich, 1998) چنین پدرانی همواره الگوی فرزندان خود می شوند و ویژگیهای کارآفرینانه مانند استقلال، اعتماد به نفس و انعطاف پذیری را مستقیم و غیرمستقیم به آنان می آموزند. پژوهشها گویای این نکته است که این آثار با حضور یک مادر کارآفرین بسیار افزایش می یابد.

بر پایه یافته های (Still 1987) زنان کارآفرین بیشتر از خانواده هایی با زمینه کارآفرینی و خودکفایی بر می خیزند که در این میان نقش مادری که کار مستقل دارند بسیار مهم است. احتمال کارآفرین شدن فرزندان نخست یک خانواده، بیشتر از دیگر فرزندان است. در پژوهشی ملی که هیسریچ و براش درباره ۴۰۸ زن کارآفرین انجام داده اند ۵۰ درصد آمارهای کارآفرینی مربوط به فرزند نخست خانواده بوده است. (Hisrich, 1998)

نخستین فرزند خانواده بویژه اگر دختر باشد بیشتر خواهان کارآفرینی است. (Still 1987 & Peters 1996) بیشتر کسان پدر و مادر خود را بعنوان الگو می پذیرند و مادران همچون پدران الگوی فرزندان قرار می گیرند.

ب- اثر رویدادهای مهم در کارآفرین شدن زنان: زنان جوینده امنیت، پس از رخدادهایی ناگوار مانند اخراج شدن از کار، تحقیر شدن، مرگ یکی از اعضای خانواده، طلاق یا بازنشستگی خود یا همسرشان، برای نگهداشت یا اصلاح وضع اقتصادی یا اجتماعی خانواده، دست به راه اندازی کاری تازه می زنند. خوداشتغالی، راهکاری سودمند برای دوران بازنشستگی در جهان امروز است. آمارها نشان می دهد که در لهستان بیش از یک چهارم زنان کارآفرین هرگز برای داشتن یک شغل برنامه ریزی نمی کنند یا مالکیت بنگاه را بعنوان یک شغل در نظر نمی گیرند، بلکه پرداختن آنان به کارآفرینی در نتیجه رخدادهای فراموش نشدنی مانند مرگ همسر است. (Helms & Marilyn 1997, 2) در پاکستان، زنانی در پی تأمین شدن برآمده اند که با رویدادی ناگوار (مانند مرگ، یا بازنشستگی همسر)

روبه رو شده اند و خواسته اند کاری در پیش گیرند تا وضع اجتماعی و اقتصادی خانواده حفظ شود یا بهبود یابد. از دید آنان کار شخصی، انعطاف پذیری بیشتری دارد. (Shabbir & Gregorio 1999) پ- نیاز اقتصادی:

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 می کنند (Mann & Thorpe 1998, 221)

پژوهشی که در منطقه نودسپرسیک روسیه انجام

همچنین شرایط برای رقابت آزاد فراهم و برنامه های آموزش کارآفرینی پیش بینی شود (Ufuk & Ozgen 2001)

دولت دانمارک در ۱۹۹۸ در دستور کار نشست اقتصادی با عنوان «زنان بیشتری در میان کارآفرینان آینده» این نکته را مطرح کرد که زنان منبعی اساسی در زندگی اقتصادی دانمارک هستند و از این رو سیاستها و استراتژی صنعتی دولت دانمارک برای گسترش فرهنگ کارآفرینی و بهبود شرایط کار و ایجاد زمینه بهینه برای همه کارآفرینان طراحی شده است که بسیاری از این نوآوری ها برای

**زنان منبعی اساسی در زندگی اقتصادی دانمارک هستند و از این رو سیاستها و استراتژی صنعتی دولت دانمارک برای گسترش فرهنگ کارآفرینی و بهبود شرایط کار و ایجاد زمینه بهینه برای همه کارآفرینان طراحی شده است که بسیاری از این نوآوری ها برای کارآفرینان زن مناسب است**

کارآفرینان زن مناسب است و ساختار شغلی و کاری و دامنه فعالیت زنان کارآفرین را در آینده دگرگون می کند. همچنین سرمایه گذاری در زمینه IT و اینترنت برای زنان را که نقشی برجسته در استراتژی های صنعتی دولت بازی می کنند در دستور کار خود قرار داده است. (Kjeldsen, Kentand 2001)

### الگوی توسعه کارآفرینی زنان

ج- عوامل تکنولوژیک: در سال ۲۰۰۰، ۲۲ درصد از زنان در آسیا کاربر اینترنت شناخته شده اند؛ ۲۳ درصد کاربران اینترنت در هند زن بوده اند؛ همچنین در ۲۰۰۱، ۳۸/۷ درصد زنان در چین کاربر اینترنت گزارش شده اند. ۳۵ درصد از زنان صاحب بنگاه اقتصادی از انجمن (SMES) در حوزه کاری خود و بیش از ۹۵ درصد موسسات در آسیای مرکزی درگیر کارهای اینترنتی هستند. نقش تکنولوژی اطلاعات (IT) در فعالیت اقتصادی زنان عبارت است از:

- هدایت و کنترل در زمینه تولیدات و خدمات  
- جایگزینی دوباره تولیدات  
- برآورد نیازهای مهارتی تازه  
- ایجاد شغل های تازه مانند: اطلاع رسانی، چاپ، پردازش، نشر، بانکداری، بیمه.  
سودمندیهای کاربرد IT در زمینه فعالیت زنان عبارت است از:  
- برقراری ارتباط از راه دور  
- آموزش در زمینه بازاریابی و پیشبرد کارها  
- آموزش IT در بیرون و درون سیستم آموزش (Tonetti 2001)

نتیجه گیری: در این نوشتار عوامل اثرگذار در موفقیت فرایند راه اندازی و توسعه فعالیتهای کارآفرینانه از سوی زنان در چهار دسته فردی، شبکه ای، سازمانی و محیطی بررسی شد.

نتایج این پژوهش که با بهره گیری از دیدگاه کارشناسان و تجزیه و تحلیل های آماری در مورد ۱۴۰ زن کارآفرین ایرانی به دست آمده است، نشان می دهد که عوامل شبکه ای و عوامل فردی مانند انگیزه ها و هدفها، ویژگیهای شخصیتی و عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک از عوامل موثر به شمار می آید. (گلرد، ۱۳۸۳)

در این پژوهش فرهنگ در دو بخش رسمی و غیر رسمی مورد بررسی قرار گرفته است. بخش رسمی دربرگیرنده قوانین و مقررات است و بخش غیر رسمی ارزشها و هنجارهای غیر رسمی (عرف) را در بر می گیرد.

عوامل بازدارنده توسعه فعالیت اقتصادی زنان، بیشتر در بخش غیر رسمی فرهنگ نمایان است. بر پایه نتایج به دست آمده، الگوی زیر برای راه اندازی و توسعه فعالیتهای کارآفرینانه از سوی زنان ایرانی فراهم آمده است:

با توجه به نتایج به دست آمده، برای گسترش فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای فعالیتهای اقتصادی و کارآفرینانه زنان ایرانی و بروز خلاقیتها و نوآوری آنان راهکارهای زیر پیشنهاد می شود:

- آگاهی دادن به زنان جوان بویژه دانش آموزان دانشگاهی درباره کارآفرینی، بعنوان شیوه ای سازنده در زندگی و راهی برای برون رفت از بیکاری؛  
- اثرپذیری مثبت از رخدادهای ناگوار در زندگی برای دستیابی به استقلال و کاهش رنجهای روحی از راه پرداختن به فعالیت اقتصادی؛  
- اثرپذیری از اعضای موفق خانواده بعنوان الگو و بهره گیری از دانسته های آن،  
- همخوان شدن دوره های آموزشی با نیازهای حرفه ای زنان، در راستای افزایش توانمندیهای آنان برای پرداختن به فعالیت اقتصادی و توسعه دادن آن؛

- برگزاری همایش ها و کنفرانس هایی به منظور آماده سازی زنان برای پرداختن به کارهای مستقل، تبادل دانش و اطلاعات، شناسایی و معرفی فعالیتهای سودمند و خوش آتیه برای زنان؛  
- گزینش نوع فعالیتها، برپایه نیازها، ویژگیها و توانایی های جنسیتی زنان و ارزش ها و هنجارهای جامعه؛

- اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمان ها، موسسات اقتصادی و اجتماعی دولتی و خصوصی با زنان کارآفرین؛

- برپایی جشنواره زنان کارآفرین در سطح ملی و دادن جایزه به کارآفرینان برتر، به منظور تشویق کارآفرینی زنان؛

- ایجاد دگرگونی بنیادی در سیاستهای اقتصادی در ارتباط با اشتغال زایی و کارآفرینی زنان؛

- ایجاد تسهیلات برای تأمین منابع مالی زنان کارآفرین از راه حذف سپرده و ضمانت های غیر منطقی و غیر اصولی، تشویق بانکها به دادن وام های درازمدت با بهره اندک به زنان، آسان کردن روند دریافت وامهای خوداشتغالی و وامهای کوچک تضمینی از دولت و موسسات اعتباری؛

- اصلاح قوانین بازرگانی و کار، قوانین مالیاتی کشور با در نظر گرفتن معافیتهای مالیاتی، ایجاد تسهیلات در زمینه صادرات و امور گمرکی و فراهم شدن امکان اخراج کارگران نالایق، آسان سازی جریان صدور پروانه کسب و کار برای زنان.