

## چالش ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان

داود روشن نیا - کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی  
رقیه خادمی شهرپور - کارشناس ارشد جامعه شناسی  
سعید قوتی - کارشناس مدیریت صنعتی

تغییر نقش های سنتی زنان و تقاضای روزافزون آن ها برای مشارکت در عرصه های مختلف، امروزه به واقعیتی انکارناپذیر در جامعه ایران تبدیل شده است. این وضعیت حاصل دگرگونی در نظام ارزش ها، رشد اندیشه مردم سالاری، گسترش آگاهی های عمومی، افزایش تحصیلات زنان و همچنین تغییر در ساختارهای اقتصادی و اجتماعی در دهه های اخیر است. اشتغال از دیدگاه کلان اقتصادی از جنبه های مختلفی همچون درآمدزایی، تولید و کارآفرینی، توسعه دانش و فناوری و غیره اهمیت دارد و از دیدگاه اجتماعی نیز به انسان منزلت، جایگاه و موقعیت اجتماعی و حس اعتماد به نفس می دهد. با مکانیزه شدن تولید بعد از انقلاب صنعتی، دیگر قدرت جسمانی عامل تعیین کننده برای بسیاری از امور به حساب نمی آید. هنگامی که اقتصاد مراحل اولیه توسعه را سپری می کند سهم زنان در نیروی کار کاهش و هنگامی که اقتصاد در مراحل پیشرفته توسعه قرار می گیرد سهم زنان در نیروی کار افزایش می یابد و از طرف دیگر با پیدایش ماشین ها و تجهیزاتی که از شدت کارهای خانگی می کاهد، اوقات فراغت زنان بیشتر می شود و زنان می توانند به فعالیت های اقتصادی بیرون از محیط خانه اقدام کنند. به همین دلیل زنان به تدریج نقش فزاینده ای در تولید و کارآفرینی به خود اختصاص می دهند (کریمی و همکاران: ۱۳۹۲) یکی از مهمترین مفاهیمی که کارآفرینی را از هر نوع راه اندازی کسب و کار متمایز می نماید، شناسایی و بهره برداری از فرصت های کسب و کار می باشد. پروفیسور استیونسن (۱۹۸۳) با مطرح نمودن مفهوم تشخیص فرصت در تعریف کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه، پارادایمی جدید در تحقیق کارآفرینی ایجاد نمود. در این راستا، یکی از اساسی ترین سوالات این است که چرا اغلب مردان قادر به شناسایی و بهره برداری از فرصت ها هستند، در حالی که زنان این توانایی را ندارند.

نظریه های جامعه شناسی بر این اعتقادند که ساختارهای اجتماعی در دسترسی زنان به فرصت های کارآفرینی تاثیرگذار می باشند. وجود تفاوت های ساختاری بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و لزوم مشارکت زنان در عرصه اقتصادی جهت نیل به توسعه پایدار، ضرورت بررسی ساختارهایی که مانع کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه می گردد را نشان می دهد. افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، تعداد کمی از زنان شاغل، کارآفرین هستند. (کریمی و همکاران: ۱۳۹۲)

نتایج برنامه دیده بان جهانی کارآفرینی نشان داده است که نسبت کارآفرینی مردان و زنان در فعالیت کارآفرینانه در کشورهای متعدد تحت تاثیر مسائلی چون فرهنگ و عرف مشارکت زنان در اقتصاد می باشد.

### مقدمه:

با توجه به این که حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می دهند و زنان در ردیف بزرگترین ذخایری هستند که هنوز از وجودشان استفاده بهینه به عمل نیامده است. این گروه کثیر که عهده دار تنظیم امور خانوادگی و تعیین کننده مسیر اقتصاد

روبه رو هستند. امید است با بیان این موانع بتوان مسئولان و سیاستگذاران کشور را در جهت حمایت از کارآفرینان زن و رفع موانع و مشکلات آنان یاری کرد.

## بیان مسأله:

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 ناراضی‌ت‌ها از شغل قبلی وارد کارآفرینی می‌شوند. با توجه به آمارهای رسمی، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و نرخ بیکاری در میان زنان به‌خصوص 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 تغییر در ارزشها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد. (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲)

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. مطالعات در ایران نشان می‌دهد که در فاصله سالها ۱۳۷۵-۱۳۵۵ 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 نفر تنها یک نفر دیگر را به استخدام خود در آورد، در این صورت بزرگترین مشکل اقتصادی دهه ۱۳۸۰ در اقتصاد ایران کمبود نیروی کار می‌بود (نظری، ۱۳۸۷)

ایران دارای جمعیتی جوان است و نتایج طرح آمارگیری نیروی کار سال ۹۳ نشان می‌دهد در سال ۹۳ نرخ بیکاری مردان ۸/۸ درصد

و خانواده محسوب می‌شوند، در امور اقتصادی و تنظیم بودجه خانوادگی دخالت مستقیم دارند و هر جنبشی 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 آنان باید در سرفصل سرمایه‌های مدیریت نوین قرار گیرد.

امروزه واژه کارآفرینی مفاهیمی همچون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی، رضایت‌بخشی و استقلال طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته 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.

استیونسون و همکارانش معتقدند که کارآفرینی عبارت از فرایندی است که فرصتها به وسیله افراد یا برای خودشان یا برای سازمان‌هایی که برای آن کار می‌کنند بدون توجه به منابعی که در کنترل آنهاست تعقیب می‌شود.

در حقیقت، استیونسون با مطرح نمودن مفهوم تشخیص فرصت در تعاریف کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه، پارادایمی جدید در تحقیق کارآفرینی ایجاد نمود. وی اعتقاد دارد که کارآفرینی فرآیندی است که افراد به طور مستقل یا در درون سازمان‌ها به شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌پردازند و در نتیجه فرصت‌شناسی بایستی در کانون و مرکز پژوهش‌های کارآفرینی قرار داشته باشد لذا، به نظر می‌رسد افزایش نرخ وقوع رفتار کارآفرینانه، در گرو شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب توسط کارآفرینان می‌باشد (ziminy, 2003)

کارآفرینی فرایند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در آن تاثیرگذار می‌باشند و شاید همین پیچیدگی و ناهمواری توجیه‌کننده میزان کم و یا عدم موفقیت بانوان در کارآفرینی و عدم ورود ایشان به فعالیتهای کارآفرینانه باشد. موانع موجود بر سر راه کارآفرینان زن متفاوت از کارآفرینان مرد است و به طور طبیعی زنان به علت نابرابریهای جنسیتی در جامعه، نقش‌های متعدد و ... با محدودیتهای خاصی

و این نرخ برای زنان ۱۹/۷ درصد می باشد که این نرخ با توجه به افزایش سطح تحصیلات زنان طی دهه های گذشته و لزوم مشارکت زنان در توسعه کشور نگران کننده می باشد. با وجود تلاشهای متعدد دست اندرکاران، کارآفرینی هنوز نتوانسته است جایگاه اصلی خود را در میان جامعه ما باز کند. کارآفرینان با موانع و مشکلات متعددی رو به رو هستند و این مشکلات برای زنان جامعه، به خصوص زنان تحصیلکرده بیشتر است. بنابراین با بررسی این موانع و مشکلات باید مسئولان را برای اتخاذ سیاست‌های اصولی و مناسب به منظور توسعه کارآفرینی زنان در جامعه یاری کرد.

## مبانی نظری

### کارآفرینی:

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. طبق واژه نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را ساماندهی، اداره و تقبل کند. از نظر پیتر دراکر، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲). شومپیتر مقوله کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم زننده اقتصاد به کاربرد و آن را تخریب خلاق نام گذاری کرد (مقیمی، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک های حساب شده هم در زمینه شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است (Ashomre, 2004). هیسریچ و همکاران فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می دانند که توام با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. نتیجه این فرایند از فعالیت های منظمی حاصل می شود که خلاقیت و نوآوری را با نیازمندی ها و فرصت های بازار پیوند می دهد (Hisrich, et al, 2005).

بدین ترتیب تقریباً در تمامی تعارف کارآفرینی سه مقوله تفکر خلاقانه، بهره گیری سازمان یافته از منابع و توانایی پذیرش ریسک یا خطر وجود دارد. علاوه بر این، کرزنر معتقد است که مشکل اصلی هر جامعه ناشی از عدم درک فرصت هاست و کارآفرینی به معنی آگاهی از فرصت های سواور و کشف نشده

است (Sandeep, et al, 2007) در مجموع می توان گفت کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت های نو، سازمان های جدید، نوآور و رشدیابنده کرده که توام با پذیرش مخاطره و ریسک بوده و منجر به معرفی، توسعه محصول یا خدمت جدیدی به جامعه می شود (رضوانی، ۱۳۸۷).

### تعریف کارآفرینی زنان

زن کارآفرین را چنین تعریف می کنند: کسی که به تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته و با پذیرش مسئولیت های اجتماعی و اداری و مالی و ریسک های مالی، فرآورده های تازه ای عرضه کرده تا در بازار خرید و فروش بر رقیبان چیره شود (Lovey, 1995).

### پیشینه تحقیق:

در خصوص موانع و مشکلات توسعه کارآفرینی در میان زنان تحقیقات مختلفی انجام شده است. لطیفی در مقاله خود موانع کارآفرینی زنان را عدم خودباوری، نبود یا کمبود مدل و الگو، کمی تجربه، مهارت، دانش، نقش و مسئولیت دوگانه و تأخیر بین فارغ التحصیلی و شروع به کار می داند و معتقد است کسب و کار برای مردان، یعنی همه چیز، در حالی که زنان کسب و کار را تنها وظیفه خود نمیدانند و به موفق ماندن و نیز به دنبال گسترش کسب و کار پس از دستیابی به موفقیت هستند. (لطیفی ۱۳۸۵)

آذری نیا در مقاله خود موانع کارآفرینی زنان در خاورمیانه و شمال آفریقا را موانع مالی، قانونی، اجتماعی و ساختاری برای حرکت به سوی کارآفرینی می داند. در این منطقه بازارهای مالی و نیز نظامهای وامدهی بانکها جا افتاده و پیشرفته نیستند، به همین دلیل فرصتهای محدودی برای کارآفرینان به خصوص زنان برای دستیابی به این منابع برای آغاز به کار یا توسعه فعالیت‌های آنان وجود دارد. به این ترتیب کسانی که به وام نیاز دارند مجبور هستند از منابع غیررسمی استفاده کنند. همچنین در این منطقه رویه‌های قضایی و حقوقی بسیار پرافت و خیز و پیچیده است، بنابراین در صورت بروز مشکل قانونی وقت و انرژی زیادی برای حل و به نتیجه رسیدن آن باید صرف شود. نبود شفافیت مدیریت در تمام زمینه‌های مالی و عملکردی باعث غیر استاندارد بودن بیشتر

جامعه آماری مورد آزمون (۱۳۹ زن کارآفرین ایرانی) با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل مؤثرتر است. مهمترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه بود. نتایج همچنین نشان داد زنان کارآفرین فقط از راه ارتباط با دوستان نزدیک مجرب و قابل اعتماد، حمایت شبکه‌ای دریافت می‌کنند. ارتباط با مشاوران تخصصی، عضویت در انجمن‌های تجاری و تخصصی زنان (شبکه ثانویه) بسیار اندک است. شرایط محیطی کشور اعم از وضعیت سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه کارآفرینی زنان مؤثرند و زنان ایرانی در توسعه کارآفرینی، با موانع محیطی جدی روبه‌رو هستند. عوامل فرهنگی در دو بعد رسمی و غیررسمی، طرز تلقی و نگرش هر جامعه را از فعالیتهای اقتصادی زنان آن کشور نشان می‌دهد. نتایج بیانگر آن است که در کشور ما فرهنگ رسمی به ویژه در بخش آموزش جامعه و آموزشهای رسمی در سالهای اخیر نقش به‌سزایی در توسعه کسب و کار و کارآفرینی زنان داشته‌اند. اما فرهنگ غیررسمی ما نه تنها امکان رشد و کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌سازد بلکه مانع جدی برای آن‌ها محسوب می‌شود. به عنوان مثال حفظ نهاد خانواده یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های زنان کارآفرین در جهان است. بر همین اساس، مسئولیت‌نگهداری و تربیت فرزندان و انجام وظایف خانه همواره از اموری بوده است که بر عهده زنان می‌باشد. ایجاد تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی از مهارت‌های خاص زنان کارآفرین محسوب می‌شود. اما نتایج نشان می‌دهد که در جامعه ما، عرف و عادت، سنت‌های گذشته، باورهای حاکم از قابلیت‌های جنسیتی زنان، مانع جدی برای حضور زنان در صحنه‌های اقتصادی باشد (گلرد، ۱۳۸۴).

در تحقیقی دیگر که به وسیله آراستی انجام شد، او به این نتیجه رسید که عامل تقویت‌کننده در زنان کارآفرین نگرش موافق اطرافیان است. وی معتقد است لزوم تغییر و تحول در ساختارهای فرهنگی - اجتماعی کشور در جهت تشویق زنان و دختران به کارآفرینی بیش از هر زمان دیگر احساس می‌شود. (آراستی، ۱۳۸۵)

پژوهش آراستی و همکاران با هدف شناسایی انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت و مقایسه انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در جامعه آماری کارآفرینان بخش صنعت استان گلستان انجام شد.

فعالیت‌های تجاری شده است. از سوی دیگر ثبت شرکت و دریافت مجوز فعالیت برای کارآفرینها بسیار پر هزینه و وقت‌گیر است. زیرساخت‌های نامناسب نیز موانع دیگر فعالیت مناسب کارآفرینان محسوب می‌شود. نبود الگوی موفق، نفوذ اندک در دستگاه تصمیم‌گیری، جو اجتماعی نامناسب، دسترسی نابرابر در مقایسه با مردان به دولت و نیز تبعیض از دیگر موانع کارآفرینی زنان در این منطقه محسوب می‌شود. دولت‌های این منطقه برای حل این مشکلات برنامه‌هایی را در تمام زمینه‌ها تدوین کرده‌اند، اما روند کند اجرا، برنامه‌ریزی بدون تحقیقات میدانی و دقیق، بوروکراسی و نبود اراده سیاسی از جمله عوامل تداوم وضعیت نامناسب زنان کارآفرین در این منطقه هستند. (آدری نیا ۱۳۸۶)

در بررسی که به وسیله آراستی در جامعه آماری زنان کارآفرین دانشگاهی انجام شد علاوه بر اطلاعات قابل توجه در خصوص محدوده سنی، میانگین سنی، انگیزه‌ها و اهداف زنان از کارآفرینی و نوع کسب و کار ایجاد شده به وسیله زنان کارآفرین ایرانی، مشکلات آنان نیز مورد بررسی قرار گرفت. زنان کارآفرین، مهمترین مشکلات خود در زمان راه‌اندازی کسب و کار را تشریفات زاید اداری، قوانین دست و پاگیر، گرفتن مجوزها، تأمین منابع مالی و تبعیض بر شمرده‌اند. (آراستی، ۱۳۸۵)

صابر در یک پژوهش موانع کارآفرینی زنان را مورد بررسی قرار داد و موانع را به سه دسته موانع فردی، سازمانی و محیطی تقسیم کرد. موانع فردی شامل موانع خانوادگی و موانع شخصیتی است. موانع سازمانی به طور عمده موانع مربوط به کسب و کار است و اختصاص به درون شرکت دارد و شامل موانع مالی، فیزیکی، بازاریابی، فروش و منابع انسانی است. موانع محیطی نیز در برگیرنده موانع فرهنگی، اجتماعی و تاحدی قانونی است. (صابر، ۱۳۷۹)

گلرد در پژوهش خود با عنوان "عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایران"، مدلی جامع از توسعه کارآفرینی زنان با مهمترین شاخص‌ها و عوامل مؤثر و شناسایی رابطه بین آن‌ها ارائه داد. پس از انجام مطالعات نظری، مدل اولیه‌ای طراحی شد و براساس آن توسعه کارآفرینی با شاخص‌های رشد، ایجاد و نوآوری تبیین و عوامل مؤثر در چهار بخش فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی تنظیم شد و با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه، نظرات خبرگان کارآفرینی مورد تجزیه و تحلیل آزمونهای آماری قرار گرفت. بعد از تعدیل مدل اولیه بر اساس نظر خبرگان، مدل مذکور در

نتایج تحقیق کیفی نشان داد انگیزه های کارآفرینان در بخش صنعت عبارت اند از: کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی ها، رضایت درونی، و کسب استقلال. همچنین نتایج مقایسه انگیزه های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت تفاوت معنادار در دو انگیزه کسب درآمد و اثبات شایستگی ها را نشان داد، با این که در سایر انگیزه ها شامل ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، استفاده از فرصت ها، رضایت درونی و کسب استقلال تفاوت معناداری مشاهده نشد. نتایج اولویت بندی انگیزه های زنان و مردان کارآفرین نیز نشان داد انگیزه های ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، و اثبات شایستگی ها مهم ترین دلایلی هستند که زنان را به کارآفرینی در بخش صنعت کشانده است. در حالی که مردان کارآفرین بیشتر با انگیزه های کسب درآمد، ایجاد اشتغال، و استفاده از فرصت ها برانگیخته شده اند. (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲)

## اهمیت کارآفرینی در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی کشورها

کشورهای پیشرفته از دهه های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره برداری از این پتانسیل را جهت مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده اند. این توجه در حد تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب تری برای فعالیت کارآفرینان در عرصه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، رفیع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آن ها و تسهیل دست یابی آن ها به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی نیز در پی داشته است (شیخان، ۱۳۸۱)

## وضعیت کارآفرینی زنان در جهان

در حال حاضر نیمی از جمعیت ۳/۴ میلیاردی نیروی کار در جهان را کارآفرینان تشکیل می دهند. برپایه گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۰۶ از هر ۱۰۰ تن در جهان ۷ زن کارآفرین می شوند (گلرد، ۱۳۸۶) زنان کارآفرین در آمریکا از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳، ۹/۱ میلیون شغل تازه پدید آورده اند و باعث اشتغال ۲۷/۷ میلیون تن شده اند. هم اکنون، زنان کمابیش ۴۰ درصد از کل مشاغل در بخش خصوصی را به دست گرفته اند و ۸۰ درصد از کارگران پرکار نیز زنان هستند که بیش از ۳/۶ تریلیون دلار درآمد حاصل از فروش ایجاد کرده اند. کارآفرینی زنان در بریتانیا از ۳/۳ درصد در ۲۰۰۳ به ۳/۹ درصد در ۲۰۰۴ افزایش یافته است و از چهار زن یک نفر به کاری تازه می پردازد. زنان کارآفرین در کانادا نقشی برجسته در اقتصاد آن کشور دارند. در سال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۹ شتاب افزایش مشاغلی که به دست زنان ایجاد شده دو برابر شتاب افزایش فعالیت شرکت های کانادایی بوده است. این گونه فعالیت ها در همه ایالت های کانادا با سرعت رو به افزایش است. شمار بنگاههای در اختیار زنان، بیش از یک سوم مشاغل و داد و ستدهای این کشور بوده و برای ۱/۷ میلیون کانادایی شغل ایجاد شده است. افزایش خوداشتغال در ۲۰ سال گذشته در کانادا برای مردان ۷۴ درصد و برای زنان ۲۵۶ درصد بوده است (شیخان، ۱۳۸۸)

## موانع کارآفرینی زنان:

موانع کارآفرینی زنان را می توان در چهار بعد فردی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی بررسی نمود.

### بعد فردی

بیشتر انگیزه ها، ویژگی های شخصیتی و ویژگی های جمعیت شناختی مدنظر است می توان گفت میان توانایی های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود، بر اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد،

## بعد اجتماعی

هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه داری (و مردان) امور بیرون منزل)، مسئله تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه دار، شاغل و غیره آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می کند. ناامنی های اجتماعی که امکان حضور فعال زنان در جامعه، که لازمه اش سفرهای بین شهری و اقامت در هتل ها و اماکن سالم است را با مشکل مواجه کرده است. (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱)

## اثرات نابرابری جنسیتی بر کار آفرینی زنان:

اگر تفاوت های طبیعی میان دو جنس مبنای ارزش گذاری و امتیازدهی متفاوت باشد، در این صورت نابرابری به وجود می آید. در افراطی ترین شکل، چنانچه اعضای یک جنس نسبت به جنس دیگر پست تر شمرده شوند، به طوری رفتار نابرابر با یک جنس عادلانه تلقی شود، در این صورت تبعیض رخ می دهد (رابرتسون، ۱۳۷۲) از نظر چارلز هورتن کولی، این که در ذهن دیگران چگونه ظاهر می شویم، و یا آنها در ذهن ما چه قضاوتی دارند و تصویری که از قضاوت دیگران درباره خود داریم، خود ما را می سازد (ریترز، ۱۳۷۴)

در خصوص نابرابری جنسیتی باید گفت که واژه جنس به تفاوت های بیولوژیکی و فیزیکی میان زن و مرد اشاره دارد. در حالی که منظور از جنسیت، نقش ها، مسئولیت ها و فرصت های تفکیکناپذیر زنان و مردان در جامعه است. تفاوت های جنسیتی پدیده ای تاثیرگذار بر باورها و عقاید اجتماعی است و توسط جامعه، اعم از زنان و مردان تفهیم و ترویج می شود و نوع دیگری از تفکیک جنسیتی، در نوع فعالیت آن ها است. منظور از نابرابری جنسیتی این است که نقش زنان و مردان به صورت برابر در جامعه به رسمیت شناخته نشده است. این عبارت به معنای بهره مندی زنان و مردان از شرایط نابرابر، برای دستیابی به حقوق اجتماعی، فرصت مشارکت و سهمی شدن در توسعه و بهره مندی از منافع توسعه و شرکت در فرایند برنامه ریزی است. به عبارتی، نابرابری جنسیتی فقدان دسترسی برابر زنان و مردان به امکانات و موقعیت های اجتماعی است.

خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه ای، رسانه های

به طوری که پنداشت از خود و اعتماد به نفس بالا تأثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنان دارد. بنابر اطلاعات جمعیت شناختی، هر چه نرخ باروری به دلیل جوانی جمعیت افزایش می یابد، با نزول اشتغال زنان مواجه هستیم؛ همچنین میان تعداد فرزند و اشتغال رابطه معکوس وجود دارد. وضعیت تأهل نیز بی تأثیر در موضوع نیست، به طوری که زنان مجرد از آزادی عمل بیشتری برای اشتغال و فعالیت های اقتصادی، اجتماعی نسبت به متأهلین برخوردارند. تحصیلات نیز عامل قابل توجهی است، طبق آمارهای رسمی اکثریت زنان کشور باسواد هستند و درصد قابل ملاحظه ای از جمعیت دانشجویی را زنان تشکیل می دهند.

## بعد فرهنگی

فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج دهنده باورهای سنتی و کلیشه های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران و تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم بینی توانایی های خویش را در پی داشته است. همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه ای و عدم شرکت در تشکل های صنعتی حرفه ای و فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می رساند. به دلیل نگاه جنسیتی، فرصت های اجتماعی و شغلی کمتر به طور برابر با توجه به شایستگی ها به افراد، فارغ از جنسیتشان اعطا گشته است و همواره شاهد تبعیض های جنسیتی در اشتغال هستیم.

## بعد اقتصادی

در حالی که زنان در آسیا بطور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیش از مردان کار می کنند، به دلیل بدون مزد بودن کار خانگی همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می گیرند. ارتقاء مقام ها تنها بر اساس شایستگی ها صورت نمی پذیرد. 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 می شود. قوانین ناظر بر اشتغال، از جمله قانون اشتغال نیمه وقت زنان، مقررات در زمینه مرخصی زایمان محدودکننده حیطه اشتغال زنان است. البته زمینه های مساعد قانونی را نیز نباید از نظر دور داشت. اصول ۳، ۲۱، ۲۸ و ۴۱ برخورداری زنان از حقوق اجتماعی مساوی با مردان را متذکر شده و همچنین طبق ماده ۱۱۱۸ مصوب ۱۳۱۳ زن مستقلاً می تواند در دارایی خود هر تصرفی را داشته باشد.

جمعی، هنجارهای اجتماعی رسمی و غیررسمی، شیوه تقسیم کار و توزیع منابع ارزشمند در انتقال نگرش‌های جنسیتی و ساختن خود انسان نقش موثری دارند. بنابراین هویت جنسیتی یعنی تصورات، معانی، ارزش‌ها و انتظارات مربوط به یک جنس که از طریق تعامل اجتماعی در عرصه‌های مختلف به انسان منتقل می‌شود و ساختار روانی و شخصیتی او را می‌سازد. ساختار روانی که ترکیبی از ادراک، عاطفه و تکانه است، بر این واقعیت دلالت دارد که آدمی چگونه و چرا احساس می‌کند، اراده می‌نماید و ادراک می‌کند (گرت و میلز، ۱۳۸۰)

بنابراین این موضوع که نسبت اندکی از زنان شاغل ایران کارآفرین هستند، باید یکی از دلایل آن را در تاثیر نابرابری جنسیتی بر ساختارهای روانی و شخصیتی زنان جستجو نمود. زیرا تفاوت‌هایی که مردم در انجام دادن کاری خاص در شرایط نسبتاً یکسان از خود نشان می‌دهند، ناشی از تفاوت ابعاد شخصیتی آنان است. (چلی، ۱۳۷۵)

### عوامل تاثیر گذار بر نابرابری جنسیتی

#### خانواده

مولفه‌های نابرابری جنسیتی ابتدا از طریق خانواده به افراد منتقل می‌شود در اولین مرحله تکامل جنسی، گسستگی دختران و پسران از مادر به طرز متفاوتی رخ می‌دهد. برخلاف پسران، دختران به آرامی از مادرشان جدا می‌شوند. در نتیجه هویت و ادراکی که دختران از خود به دست می‌آورند با دیگری استمرار می‌یابد. بنابراین فقدان رابطه نزدیک با دیگران، حرمت نفس آنها را تهدید می‌کند و وجود آن موجب حساسیت و شفقت عاطفی است. اما پسرها حس آگاهی خود را از طریق کاهش ارتباط با مادر به دست می‌آورند. آنها یاد می‌گیرند بچه نباشند، استقلال از مادر به آنها هویتی مردانه می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۳) به علاوه، والدین به استقلال یافتن دختران و پسران واکنش‌های متفاوتی نشان می‌دهند. پسرها زودتر از دختران همسال خود اجازه دارند در سنین پایین دور از محیط خانه بازی کنند و برای خرید یا تفریح با دوستان خود بیرون بروند. (نوابی نژاد، ۱۳۷۹)

نوع سرگرمی‌ها و بازی‌های دو جنس نیز به نابرابری‌ها می‌افزاید. دختران معمولاً به سرگرمی‌هایی مانند عروسک بازی که عواطف آنها را پرورش می‌دهد و کمتر ذهن آنها را به تکاپو وادار می‌سازد هدایت می‌شوند. در حالی که بازی‌های پسران با تحرک جسمی، پرخاشگری و ارتباط بیشتر با طبیعت همراه است و اغلب قدرت تفکر و آفرینندگی آنان را تقویت می‌کند. (نیازی، ۱۳۸۷)

#### نظام آموزشی

نظام آموزشی به شیوه‌های متفاوت نابرابری‌های جنسیتی را بازتولید می‌کند. در مدرسه این امر از طریق محتوای منابع درسی، مرزبندی ارتباط بین دو جنس و رفتار معلمان صورت می‌گیرد. به عنوان مثال در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی تصاویر و اسامی مردان از نظر تعداد بسیار بیشتر از تصاویر و اسامی زنان می‌باشد همچنین صفات منسوب به زنان و مردان در کتاب‌های فارسی دوره راهنمایی نشان می‌دهد که مردان اغلب با صفات برتر انسانی و زنان با ویژگی‌های ظاهری شامل زیبایی و لطافت توصیف شده‌اند. به علاوه این‌که در کتاب‌های درسی نقش‌های اجتماعی دو جنس به طور صریحی از یکدیگر تفکیک شده‌اند. زنان بیشتر به اموری مانند خانه داری و فعالیت‌های تربیتی مشغولند، در حالی که تصاویر مردان بیشتر به فعالیت‌های حرفه‌ای، سیاسی و اجتماعی اختصاص یافته است. (صدقت و زاهد، ۱۳۷۴)

## تعارض در نقش

تبعیض رفتاری آمیخته اند (جونز، ۱۹۸۹)

### مناسبات حاکم بر سازمان کار

سازمان‌ها از فرهنگ جامعه تاثیر می‌پذیرند. مولفه‌های مرتبط با نابرابری جنسیتی از طریق مناسبات رسمی و غیررسمی بر ساختار روانی زنان و جهت‌یابی آنان نسبت به کارشان تاثیر می‌گذارد. این قبیل نابرابری‌ها در درون سازمان قبل و بعد از استخدام به اشکال مختلف مانند وجود معیارهای استخدامی نابرابر، دستمزد نابرابر برای کار یکسان، شانس بیشتر برای بیکاری، فرصت نابرابر برای آموزش‌های جانبی، دستیابی نابرابر به منابع تولیدی، مشارکت نابرابر در تصمیم‌گیری و امکان نابرابر در ارتقای شغلی نمودار می‌شود (شادی طلب، ۱۳۷۷)

هلن فیشر، انسان‌شناس دانشگاه راتجز، دریافته است که پنج خصوصیت، زنان کارآفرین را در این زمینه منحصر به فرد کرده است و می‌تواند در موفقیت آنان بسیار مهم جلوه کند:

- \* **مهارت‌های ارتباطی:** بسیاری از زنان در بیان احساسات خود بهتر از هم‌تای مرد خود عمل می‌کنند و توان برقراری ارتباط موثرتری دارند؛
- \* **مهارت‌های مردمی:** بسیاری از بانوان در خواندن احساسات از چهره دیگران و کشف رمز و رازهای حرکات دیگران و پی‌بردن به منظور طرف از لحن صدا بسیار ماهر هستند؛
- \* **مهارت‌های به‌کاری‌گیری تفکر شبکه‌ای:** به معنی توانایی زنان در جمع‌آوری داده‌ها از محیط و ایجاد ارتباط میان قطعات داده‌های مختلف است. برعکس، بسیاری از مردان معمولاً اطلاعات را قطعه‌قطعه کرده فقط توجه خود را معطوف به چیزهایی می‌کنند که تصور می‌کنند اهمیت بیشتری دارد.
- \* **مهارت برقراری توافق:** زنان کارآفرین موفق، اغلب خوب می‌توانند بحث کنند. آنان می‌کوشند شرایطی ایجاد کنند که با طرف‌های وارد در بحث، روابط هماهنگ برقرار کنند.
- \* **توانایی در ایجاد و گسترش روابط حسنه:** حفظ روابط درازمدت با مشتری در تجارت نیاز به ایجاد مودت و دوستی و استفاده از روابط عمومی موثر است (مدرسی سریزدی، ۱۳۸۶)

### عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان

۱- **نگرش موافق اطرافیان:** باتوجه به این‌که همواره نظری مخالف کارآفرینی زنان وجود داشته است (تبعیض جنسیتی)،

زنان شاغل به‌طور همزمان دارای سه نقش همسری، مادری و شغلی هستند. هر یک از این نقش‌ها دارای مجموعه‌ای از انتظارات مختلف است. ایجاد تعادل بین نقش‌های کار و خانواده احتمال دارد با افزایش تضاد دوجانبه در درون نقش‌ها همراه باشد. برای مثال، تعارض خانواده با کار، وقتی رخ می‌دهد که مسئولیت‌های مربوط به نقش خانوادگی مانع انجام دادن کار شود. همچنین نگهداری از فرزند ممکن است مانع توجه کافی به مسائل شغلی شود (نیازی، ۱۳۸۷)

## ابعاد تضاد کار - خانواده

\* **تعارض مبتنی بر زمان:** این تعارض پیامد رقابت نقش‌های چندگانه برای تصاحب زمان در اختیار فرد است. حال آن‌که نمی‌توان مدت زمان انجام فعالیت در یک نقش را برای فعالیت‌های مربوط به نقش دیگر اختصاص داد.

\* **تعارض مبتنی بر فشار:** فشار حاصله در یک نقش بر عملکرد شخص در نقش دیگر تاثیر می‌گذارد. تعارض نقش‌ها اغلب به جهت فشار یک نقش است که پیروی از تقاضاهای نقش دیگر را مشکل می‌کند.

\* **تعارض مبتنی بر رفتار:** هنگامی رخ می‌دهد که رفتار در یک نقش نمی‌تواند سازگار با الگوهای رفتاری در نقش دیگر تنظیم شود.

طبق نظریه نقش، نقش‌ها تعیین می‌کنند چه رفتارهایی مورد انتظارند. وقتی انتظارات میان نقش‌ها متفاوت باشد ممکن است مشکلات کاری یا خانوادگی بروز کند. (نبوی و همکاران، ۱۳۹۳)

یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تعدد نقش‌های زنان به‌طور مطلق زیان‌آور و یا سودمند نیست و استرس‌زایی یا خشنودکنندگی این نقش‌ها، به عوامل و شرایطی مانند کیفیت نقش بستگی خواهد داشت. (نبوی و همکاران، ۱۳۹۳)

## باورهای کلیشه‌ای

باورهای کلیشه‌ای یا قالبی مربوط به زنان به شیوه‌ای دیگر بر ساختار روانی آنها تاثیر می‌گذارد. باورهای کلیشه‌ای برداشت‌هایی بیش از حد ساده و جانبدارانه از واقعیت هستند که نسبت به گروه خاصی اطلاق می‌شوند و در برابر تغییرات مقاومت می‌کنند. این تصورات اغلب لحنی منفی دارند و با نگرش‌های تعصب‌آمیز و یا



- کارآفرینانه از طریق برگزاری همایش‌ها جهت تبادل دانش و اطلاعات
- \* تدوین برنامه‌های کارشناسانه و مدون بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت آموزشی، تربیتی، فرهنگی و تبلیغاتی به صورت یک نظام جامع جهت افزایش مفاهیم خلاقیت و خودباوری در کودکان بویژه دختران خردسال کشور
  - \* همخوان شدن دوره‌های آموزشی با نیازهای حرفه‌ای زنان در راستای افزایش توانمندی‌های آنان برای فعالیت‌های اقتصادی
  - \* اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی والدین از اهمیت مفاهیم خودباوری و خلاقیت در موفقیت و آینده‌ی کودکان بویژه دختران و آموزش راه‌های پرورش این دو مفهوم از طریق رسانه‌های فراگیر ارتباط جمعی و کلاسهای آموزش خانواده در مراکز آموزشی
  - \* تولید برنامه‌های خاص کودکان و به‌ویژه دختران خردسال در تلویزیون، جهت افزایش خلاقیت در آنها
  - \* حمایت‌های مختلف مالی (وام‌های کم بهره، تسهیلات مالیاتی، تخفیفات بیمه‌ای) برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کار توسط کارآفرینان زن
  - \* ارائه اطلاعات ضروری مورد نیاز از طریق ارائه مشاوره‌های مالی، فنی و اقتصادی به زنان
  - \* پرداخت یارانه‌های تشویقی به کارآفرینان زن جهت صادرات محصولات و خدمات خود به سایر نقاط
  - \* تسهیل فرایند کسب اعتبارات مالی توسط دولت برای زنان کارآفرین
  - \* ایجاد فرصت‌های عادلانه با تأکید بر اصل تعهد و تخصص و شایسته‌سالاری در جذب و بهره‌گیری از توانمندی‌های زنان متخصص
  - \* در نظام مدیریتی.
  - \* 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
- اما به مرور زمان زنان می‌توانند از طرق مختلف مثل انجام درست امور کسب و کار، بازدهی و اثربخشی بالای کار نظر اطرافیان از جمله خانواده، همسر و فرزندان را به دست آورده تا به کارآفرینی بیشتر منجر گردد.
- ۲- ارزش‌ها و باورها در جامعه:** این امر نقطه مقابل باورهای کلیشه‌ای است که نسبت به کارآفرینی زنان وجود دارد. زنان می‌توانند باتوجه به مکانیسم‌هایی چون گفتگو و مذاکره، اثبات موفقیت، استفاده از دانش و مهارت خود، برخوردهای مسالمت‌آمیز، رعایت قوانین و افزایش ارتباطات سازمانی و شبکه‌ای، نسبت به کارآفرینی اقدام کنند.
- ۳- انتخاب الگوهای نقش:** از دیدگاه جامعه‌شناختی، همواره برخی افراد در زندگی انسان‌ها وجود دارند که به عنوان الگو و مرجع فرد شناخته شده هستند که فرد از آن‌ها تبعیت می‌کند. وجود افراد کارآفرین در بعضی خانواده‌ها و یا داشتن دوستان و هموعان کارآفرین می‌توند به عنوان فرصتی باشد تا زنان از آن‌ها به عنوان الگوی کارآفرینی خود استفاده کنند.
- ۴- برقراری ارتباط بین خانواده و کار:** مهمترین مشکلی که برای زنان کارآفرین وجود دارد ایجاد تضاد و دوگانگی بین ایفای نقش در خانواده و محیط کار می‌باشد. تربیت فرزندان و انجام امور خانواده از یک طرف و انعطاف‌پذیری ساعات کار از طرف دیگر، می‌تواند به عنوان نقش‌های مهم زنان کارآفرین باشد که باید با برنامه‌ریزی، بین آنها ارتباط برقرار کرد تا مانعی برای کارآفرینی زنان نباشد.
- ۵- آموزش:** زنان کارآفرینی می‌توانند از طریق دوره‌های آموزش کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت به افزایش توانایی کارآفرینی خود در جامعه کمک کنند. آموزش‌هایی در زمینه‌های خلاقیت، مدیریت منابع مالی، بازاریابی، مدیریت منابع انسانی، استفاده از فناوری ارتباطات اطلاعات و ارتباطات و غیره (نیازی، ۱۳۸۷)

## پیشنهادها:

- \* آگاهی‌دادن به زنان جوان درباره کارآفرینی، به عنوان شیوه‌ای سازنده در زندگی و راهی برای برون‌رفت از بیکاری
  - \* فرهنگ‌سازی برای حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی و تلاش در مشارکت دادن هر چه بیشتر آنان در فعالیت‌های
- نتیجه‌گیری:**
- بررسی موانع اشتغال و کارآفرینی زنان از دیدگاه‌های مختلف نشان می‌دهد عدم وجود خلاقیت و خودباوری، مانع مهمی بر سر راه کارآفرینی زنان می‌باشد. عمده‌ی فعالیتهای لازم برای پرورش

خلاقیت و خودباوری باید در سنین خردسالی انجام بگیرد. در این رابطه نقش والدین، محیط‌های آموزشی و رسانه‌های گروهی بسیار مهم است. فعالیت زنان در عرصه کارآفرینی در جوامع مدرن، تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره به وجود آورده و به عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است.

برجسب‌های جنسیتی که بر نوعی نابرابری میان مرد و زن دلالت دارد از خلال تعالیم خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر کار به زنان منتقل می‌شود. به این ترتیب هویت آنها یعنی این‌که آنها در مقام زن چه ادراکی از خود داشته باشند، خود را چگونه ارزیابی کنند، خود را قادر و خواهان انجام دادن چه اعمال و رفتاری بدانند شکل می‌گیرد. انگیزه‌ها، علایق و نیروهای درونی و در نهایت ساختار روانی و شخصیتی افراد به این ترتیب ساخته و پرداخته می‌شود. بسیاری از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که لازمه امر کارآفرینی است مانند عزم راسخ برای تغییر و نوآوری، قدرت رهبری، تحمل خطر، میل به پیشرفت، تحت تاثیر نابرابری جنسیتی، کمتر در زنان قوام پیدا می‌کند. همین امر از احتمال کارآفرین شدن زنان می‌کاهد. (جوهری و قضاتی، ۱۳۸۳)

با استفاده از کارآفرینی، به منزله یک راهکار عملی، می‌توان گامی به سوی ایجاد عدالت اجتماعی، مبارزه با فقر، و توسعه اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی برداشت. دولت‌ها، به عنوان قدرتمندترین عامل اقتصادی و اجتماعی، باید بتوانند ضمن بسترسازی مناسب و ایجاد فضای لازم برای رشد و شکوفایی استعدادهای انسانی از توان کل جمعیت فعال اقتصادی، اعم از زن و مرد، بهره‌جسته و آن توان را اثربخش کنند. از آنجا که فرایند توسعه کارآفرینی تحت تاثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود، که در این میان انگیزه‌های کارآفرینی می‌توانند اثر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرایند کارآفرینی داشته باشد شناخت این نیازها و انگیزه‌ها با توجه به تفاوت‌های جنسیتی می‌تواند مراتب تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم کند. (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲)

با وجود آن‌که اقدامات فرهنگی جهت پالایش نابرابری و تبعیض جنسیتی ضروری است اما نباید زنان منفعلانه در انتظار تغییرات باشند بلکه باید در جهت دگرگونی شرایط موجود بکوشند. فرایند کارآفرینی با شکل‌گیری یک اندیشه آغاز می‌شود و با انتخاب راهکارهای مناسب، تامین منابع، غلبه بر موانع به اجرا در می‌آید. برای آن‌که زنان بتوانند این فرایند را با موفقیت پشت سر بگذارند، نیازمند تقویت مهارت‌های ادراکی، ارتباطی و تخصصی خود هستند. پذیرش واقع بینانه تفاوت‌های طبیعی میان زن و مرد، پرهیز از مقایسه‌های بی‌مورد که موجب کاهش عزت نفس می‌شود، اعتماد به استعدادها و توانایی‌های خود، هدفمندی و انتخاب برنامه‌های منطقی، رشد تفکر عقلانی، تلفیق میان عقل و احساس، حساسیت نسبت به تحولات زمان و همچنین مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی به خصوص سازمان‌های صنفی غیردولتی در مجموع مهارت‌های کارآفرینی زنان را افزایش می‌دهد.

## منابع:

۱. آراستی زهرا، کنعانی احمد و سیدقاسمی نویسا سادات (۱۳۹۲)، انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت شباهت‌ها و تفاوت‌ها، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۱، شماره ۱
۲. آراستی زهرا (۱۳۸۵)، توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشگاهی [www.eshteghal.ir](http://www.eshteghal.ir)
۳. آذری نیا محمدعلی (۱۳۸۶)، وضعیت زنان کارآفرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا/میلیاردها دلار سرمایه در شرکت‌های کوچک، روزنامه سرمایه، شماره ۵۹۲
۴. جوهری فاطمه و قضاتی سرور (۱۳۸۳)، موانع کارآفرینی زنان: بررسی تاثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان

- در ایران، مجله جامعه شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۲
۵. چلبی مسعود (۱۳۷۵)، جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظم اجتماعی، تهران: نشرنی
  ۶. رابرتسون، ایان (۱۳۷۲)، درآمدی بر جامعه با تاکید بر نظریه های کارکردگرایی، ستیزو کنش متقابل نمادی، حسین بهروان، مشهد: آستان قدس رضوی
  ۷. رضوانی محمدرضا و نجارزاده محمد (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی، مطالعه موردی: روستای برآن جنوبی (شهرستان اصفهان)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول شماره ۲
  ۸. ریتزر جورج (۱۳۷۴)، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی
  ۹. سعیدی کیا مهدی (۱۳۸۲)، آشنایی با کارآفرینی نشر سپاس
  ۱۰. شادی طلب ژاله (۱۳۷۷) « مدیریت زنان: ضرورت تغییر رفتار در نقش مدیریت» در مجموعه مقالات نخستین همایش جامعه شناسی و مدیریت، سازمان مدیریت صنعتی
  ۱۱. شیخان ناهید (۱۳۸۸)، برنام‌های ترویج کارآفرینی در کشورهای منتخب فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یازدهم، شماره ۴۰
  ۱۲. صابر فیروزه (۱۳۷۹)، راه های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد سازمان مدیریت صنعتی
  ۱۳. صداقت سعید و زاهد فرزانه زهرا (۱۳۷۴)، نقش های جنسیتی در تصاویر کتاب های درسی دوره ابتدایی، ویژه مطالعات و تحقیقات مسائل زنان، شماره ۵
  ۱۴. کریمی موغاری زهرا، نظیفی نائینی مینو و عباسپور سحر (۱۳۹۲) ، «عوامل اقتصادی موثر بر اشتغال زنان در ایران» مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال ۱۱، پاییز ۱۳۹۲، شماره ۳
  ۱۵. کریمی یوسف (۱۳۷۷)، روانشناسی اجتماعی نظریه ها، مفاهیم و کاربردها، تهران: انتشارات ارسباران
  ۱۶. گرث هانس و سی رایت میلز (۱۳۸۰)، منش فرد و ساختار اجتماعی روان شناسی نهادهای اجتماعی، ترجمه اکبر افسری، تهران: انتشارات برکه
  ۱۷. گلرد پروانه (۱۳۸۴)، عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایران، پژوهش زنان، دوره، شماره ۱
  ۱۸. گیدنز آنتونی (۱۳۷۳)، جامعه شناسی، ترجمه محسن صبوری، تهران: نشرنی
  ۱۹. لطیفی فریبا (۱۳۸۵)، کنشگران، سایت خبری تحلیلی جامعه مدنی ایران
  ۲۰. مدرسی سریزدی سیده جمیله، مدرسی سریزدی سیدمحمد (۱۳۸۸)، کارآفرینی، تهران: انتشارات ترمه
  ۲۱. مقیمی سیدمحمد (۱۳۸۳)، کارآفرینی و عوامل محیطی موثر بر آن تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان
  ۲۲. ممیز آیت اله، قاسمی سیده عاطفه و قاسمی سیده فاطمه (۱۳۹۲) ، ( بررسی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ) ( رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال ۹، شماره ۳۵
  ۲۳. نظری محمدرضا (۱۳۸۷)، اصول و مبانی کارآفرینی، گرگان: انتشارات عشق دانش
  ۲۴. نبوی سیدعبدالحسین و شهریار مرزیه (۱۳۹۳)، « عوامل و پیامد تعارض کار خانواده و بررسی بیگانگی از کار به عنوان یکی از
- پیامدهای آن»، پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال سوم، بهار و تابستان ۱۳۹۳، شماره ۱
۲۵. نوایی نژاد شکوه (۱۳۷۹)، روانشناسی زن، تهران: انتشارات ایرانیان
۲۶. نیازی محسن (۱۳۸۷)، عوامل موثر بر کارآفرینی زنان دانشگاهی در ایران کار و جامعه، شماره ۱۰۲
۲۷. یوسف پور مانده، حسین زاده مریم، حسین زاده حامد، طالب نژاد سیدرمضان و اکبری یاسر (۱۳۹۱)، بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان
28. Ashomre, C (2004) , Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus.
29. Hisrich Robert, D. Peters M. P. and Shepherd, D. A, 2005; Entrepreneurship, sixth Edition, Published by Mc Graw Hill/Irwin, New York, America.
30. Jones, Edward (1989) the social science Encyclopdia Ed: kuper Adam & Kuper Jessica, London& New York: Routedge.
31. Lovey, Diena AND Fielin Robert, Entrepreneurship in the world, London Business school, 1995, p: 125
32. Sandeep, M, et al, (2007) , the risk of self employment in rural china: Development or disaster? World Development Vol, 35 No 1
33. Zimny. E (2003) , “women entrepreneur ship in transition countries”, th48 world conference international council for small Business. Belfast, Northern Ireland pp