

گسترش کارآفرینی میان زنان

فاطمه احمدی* و سمیه عالیشوندی**

زنان بیش از ۴۹ درصد جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و بیش از ۱۱ درصد آنها از نظر اقتصادی فعال می‌باشند. کشور ما دارای جمعیتی جوان است که این امر سرمایه‌ای ارزنده در اختیار برنامه‌ریزان کشور قرار داده است. از سوی دیگر تمایل زنان و دختران به تحصیلات دانشگاهی در سالهای اخیر افزایش یافته و بیش از ۶۵ درصد ورودی دانشگاهها را دختران به خود اختصاص داده‌اند. توسعه کارآفرینی در شرایط امروز به عنوان یکی از بهترین راههای ایجاد اشتغال است. در این تحقیق سعی شده است ابتدا با تبیین کارآفرینی در بین زنان و ذکر آمار موجود، وضعیت زنان ایران از نظر توانایی و قدرت کارآفرینی بررسی شود و سپس به آثار کارآفرینی زنان در صورت بروز کامل و نمردهی منتظم آن پرداخته شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، زن، اشتغال، اقتصاد.

۱. مقدمه

در بسیاری از جوامع، برخی از گروههای اجتماعی با تبعیضهای اجتماعی و اقتصادی روبرو هستند که همین امر آنها را از دسترسی درست و دقیق به بازار کار و دستیابی به حداکثر توان بالقوه خود محروم می‌سازد. این گروهها شامل زنان، کارگران کهنسال و کارگران بسیار جوان، افرادی با تفاوتهای قومی و قبیله‌ای، گروههای غیر بومی و اقلیتهای مذهبی، همچنین افرادی که در مدت زمان طولانی بیکار بوده‌اند، کارگرانی که مهارت آنها در سطح پایینی است و نظایر آن می‌باشد. سطح تبعیضی که افراد خاص با آن روبرو می‌شوند از کشوری به کشور دیگر متفاوت است اما اعمال تبعیض در همه کشورها با هر سطح توسعه وجود دارد. در این میان تبعیضهایی که علیه زنان و ارتقاء کارآفرینی آنان اعمال می‌شود در کاهش نقش آنها در تولید ناخالص ملی کشورها و در نتیجه توسعه اقتصادی سهم بسزایی دارد.

* کارشناسی ارشد علوم اقتصادی

** کارشناسی علوم اقتصادی

عصر حاضر مقارن با عصر کارآفرینی است که مفهوم آن از دیرباز در متون و مطالعات اقتصادی شناخته شده است. چالش‌های فراروی اشتغال زنان در جوامع توسعه یافته و در حال توسعه از یکسو، نابرابری در دسترسی به برخی از دوره‌های تحصیلات تکمیلی از سوی دیگر و عدم امکان بروز تواناییهای زنان دانش‌آموخته در سطوح عالی، راهکار کارآفرینی را پیش روی دست‌اندرکاران این بخش نهاده است، چرا که کارآفرینان انقلابی را برانگیخته‌اند که اقتصاد جهانی را تغییر داده است زیرا پیدایش کسب و کار جدید به اقتصاد بازار، شور و نشاط می‌بخشد و فرصتهای شغلی جدیدی را مهیا می‌سازد. کنار گذاشتن بخش وسیعی از نیروی فعال جامعه از بسیاری از مشاغل، به معنی هدر دادن منابع انسانی بوده و از پیامدهای دیگر آن افزایش انعطاف‌ناپذیری بازار و کاهش توان اقتصادی برای تعدیل تغییرات است. ترویج کارآفرینی به عنوان یک راهکار مناسب برای حل این مشکل برگزیده شده است هرچند ایجاد اشتغال، تنها یکی از تبعات کارآفرینی است.

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.

۲. تعریفی از کار آفرینی زنان

پرفسور لایوی دینا^۱ (۱۹۹۵)، زنان کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: «شخصی که به تنهایی، با مشارکت یا از طریق ارث کسب و کاری را ایجاد کرده یا پذیرفته و یا با قبول مسئولیتهای اجتماعی و اداری و مالی، در اداره امور روزانه شرکت می‌جوید.» «شخصی که خطرهای مالی را به منظور ورود به کسب و کاری می‌پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد و تولیدات جدید را گسترش می‌دهد تا در بازار خرید و فروش بر رقبا غلبه یابد.»

۳. وضع کارآفرینی زنان در جهان براساس آخرین آمار مرکز جهانی کارآفرینی (GEM)^۱ از بین ۲/۴ میلیارد نیروی کار در جهان، مردان ۵۰ درصد، بیش از زنان درگیر امر کارآفرینی هستند. (۱۳/۹ درصد از مردان در مقایسه با فقط ۸/۹ درصد از زنان) این نسبت در کارآفرینی مبتنی بر فرصت برای مردان بیشتر است (۹/۳ درصد در مردان و ۴/۹ درصد در زنان) و در کارآفرینی مبتنی بر ضرورت تقریباً این نسبت برابر است (۴/۲ درصد در مردان و ۳/۸ درصد در زنان). به هر حال، مردان دو برابر زنان درگیر فعالیت کارآفرینی هستند، اما این موضوع در هر کشور با کشور دیگر تفاوت دارد. چنانچه در کشورهای در حال توسعه حضور زن و مرد در کارآفرینی، تقریباً برابر است مانند: تایلند، چین، آفریقای جنوبی و مکزیک اما در کشورهای اروپایی و کشورهای توسعه یافته این نسبت، ۳ به ۱ است. (مانند کرواسی، سنگاپور، و ژاپن)

از میان ۳۷ کشور در بررسیهای (GEM) کارآفرینی زنان در ژاپن از ۰/۶ درصد (۶ از ۱۰۰۰) به ۱۸/۵ درصد (۱۸۵ در ۱۰۰۰) در تایلند متغیر است. با وجود آنکه تعداد زنان کارآفرین در جهان افزایش می‌یابد اما سهم زنان در کارآفرینی، هنگامی که با نرخ مشارکت آنها مقایسه می‌شود، پایین است. به عنوان مثال، نسبت زنان کارآفرین تقریباً ۳۰ درصد تعداد کارآفرینان در دنیای غرب را تشکیل می‌دهد. این در حالی است که بیش از ۴۰ درصد از استخدام شدگان را زنان تشکیل می‌دهند.^۲

به هر حال کارآفرینی زنان در همه جای جهان در حال گسترش است. مطالعات نشان می‌دهد کسب و کارهایی که مالکشان زنان هستند بین یک چهارم تا یک سوم کسب و کارها، اقتصاد رسمی در جهان را در برمی‌گیرد و احتمالاً نقش مهمی در بخشهای رسمی اقتصاد ایفا می‌کنند.^۳

۴. ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان

زنان در کشورهای رو به توسعه امید اول برای ارتقای 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 در سالهای اخیر، سهم اشتغال زنان، فقط ۱۴ درصد است و نرخ بیکاری در میان زنان خصوصاً نیروی تحصیل کرده افزایش قابل توجهی داشته است. نرخ بیکاری در سال ۱۳۸۳، حتی بسیار فراتر از متوسط نرخ بیکاری در کشور است.

با توجه به توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان ضروری است که 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.

۵. الگوی نقش و تأثیر آن در کارآفرینی زنان

از عواملی که از تجارب فرد حاصل می‌شود می‌توان به همنشینی با افرادی اشاره کرد که می‌توانند تأثیر بسزایی در تصمیم فرد به کارآفرین شدن داشته باشند که به این عامل الگوی نقش گفته می‌شود. خانواده و دوستان نیز به عنوان الگو برای کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند، تأثیر زمینه‌های خانوادگی و نقش پدر و مادر بر روی کارآفرینان به طور خاص مهم است. کارآفرینانی که خانواده‌شان کارآفرین بودند، کارآفرینی‌شان با کارآفرینی خانواده‌شان رابطه مستقیم دارد این گونه رفتار و مشخصه‌والدین تأثیر مثبتی ایجاد می‌کند و منابع الهامی را برای کودکان به وجود می‌آورد. خانواده به ویژه پدر و مادر نقش مهمی در ایجاد یک تصور باور نکردنی و عمومی از کارآفرینی در ذهن فرزندان خود دارند. تحقیقات نشان می‌دهد که اغلب کارآفرینان دارای پدرهای خود اشتغال هستند.

چنین پدرانی اغلب الگوی فرزندان خود قرار گرفته و ویژگیهای کارآفرینانه نظیر استقلال، اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری را مستقیم و غیرمستقیم به آنها می‌آموزند. تحقیقات نشان می‌دهد که این تأثیرات با حضور یک مادر کارآفرین بسیار تشدید شده است.

بروکهاوس و نورد^۱ (۱۹۸۰) در مطالعات خود دریافتند که بیشتر پدران کارآفرینان موفق، در صناعی با فن‌آوری بالا، مالک و مدیر بودند. حداقل ۴۰ درصد کارآفرینان در خانواده‌های خود، تجربه‌های کارآفرینی را مشاهده کرده‌اند. فرزند یک کارآفرین در سر میز غذا یا اوقات فراغت پدر، از تجربه‌های کارآفرینانه او مطلع می‌شود و در تعطیلات آخر هفته بعد از ظهرها یا تابستانها در کنار پدر خود فعالیتهای کارآفرینی را تجربه می‌کند.

مطالعات انجام شده در استرالیا نشان می‌دهد که زمینه‌های خانوادگی و موفقیت فردی نقش مهمی در کارآفرینی ایفاء می‌کند. اسپچیر و همکاران^۲ وی در سال (۱۹۸۹) در تحقیقات خود دریافتند که وجود یک والد در نقش مدیریتی با راندمان یادگیری مرتبط است. این مطالعه همچنین نشان داد که افرادی که با یک والد (پدر یا مادر) که نقش کارآفرینی دارد، به طور قابل توجهی، موفق‌تر از افرادی بدون داشتن مدل‌های نقش، ظاهر می‌شوند. مشابه این تحقیق در کانادا نشان داد که ۳۳ درصد کارآفرینان زن در این مطالعه مانند پدرانشان کارآفرین شده‌اند. (لرنر، هیسریچ و براش،^۳ ۱۹۹۷)

1. Brookhaus and Nord
2. Scheper
3. Lerner, Hisrich and Brasch

۲۱ گسترش کارآفرینی میان زنان

هیسریچ^۱ (۱۹۹۸) در تحقیقات خود دریافت که احتمال کارآفرین شدن برای فرزندان اول یک خانواده بیش از سایر بچه‌هاست. در یک تحقیق ملی که توسط هیسریچ و براش بر روی ۴۸ زن کارآفرین انجام گرفت، ۵۰ درصد آمار کارآفرینی برای فرزندان اول به دست آمد. اولین فرزند دختر خانواده بیشتر تمایل دارد تا کارآفرین شود. این دختران اغلب پدر و مادر خود را به عنوان الگو قرار می‌دهند. به ویژه مادران مانند پدران، الگوی فرزندان قرار می‌گیرند. مطالعات در آمریکا هم نشان داده است که تمایل به کارآفرین شدن در زنان، در اولین فرزند خانواده بیشتر است. (بنت و دان^۲، ۲۰۰۰)

۶. تأثیر واقعه مهم در کارآفرین شدن زنان

همه اذعان دارند که تجربه‌های کودکی تأثیر به‌سزایی در زندگی آینده فرد دارد. به همین جهت مطالعات در ابعاد مختلف صورت گرفته است. یکی از ابعاد، جدایی یا فوت والدین است. مطالعاتی که در سطح وسیع در سال ۱۹۸۶ توسط دیوید اسلدر^۳ صورت گرفت نشان داد که ۷۴ درصد از کارآفرینان در دوران کودکی خود وقایعی حساس نظیر فقر، ناامنی، مرگ والدین یا جدایی آنان را تجربه کرده‌اند.

در تحقیقی که در پاکستان صورت گرفت، نتایج نشان داد که زنانی که در جستجوی تأمین امنیت هستند (جویندگان امنیت) بعد از حوادث ناگوار مانند اخراج، تحقیر، مرگ یکی از اعضای خانواده (به‌ویژه مرگ همسر)، طلاق یا بازنشستگی خود یا همسر، به منظور حفظ و اصلاح وضع اقتصادی یا اجتماعی خانواده شروع به کسب و کار می‌کنند. دلیل مهم آنها در ایجاد کسب و کار این بود که کار مستقل، انعطاف‌پذیری بیشتری دارد. (امام‌اشبیر و گریگوریو^۴، ۱۹۹۹)

آمارها همچنین نشان می‌دهد که در لهستان بیش از یک‌چهارم زنان کارآفرین هرگز برای داشتن یک شغل برنامه‌ریزی نمی‌کنند، یا مالکیت در کسب و کار را به عنوان شغل تدوین نمی‌کنند، بلکه ورود آنها به کارآفرینی در نتیجه اتفاق فراموش نشدنی مانند مرگ همسر است. (هلمز و مرلین^۵، ۲۰۰۰)

۷. تضاد نقش زنان کارآفرین و تعادل برقرار کردن بین کار و زندگی شخصی

ارزشها و اولویتهای مردان و زنان هنگام شروع کار متفاوت است. کارآفرینان زن بیش از مردان به رفاه خانواده و فرزندان خود اهمیت می‌دهند، این امر تضاد را بین ارزشهای کار و خانواده به وجود

1. Hisrich

2. Bennett and Dan

3. David Sleder

4. Omamashabirr and Gregorio

5. Hemlz and Merlin

می‌آورد. کارآفرینان زن، به میزان زیادی بین ارزشهای کار و ارزشهای خانواده تضادی قائل‌اند. بنابراین آنان به ارزشهای کلی و توازن در خانواده اهمیت بیشتری می‌دهند تا رشد و درآمد در کسب و کار (کتناد و کجولدسن^۱، ۲۰۰۰).

براش^۲ (۱۹۹۲)، در تحقیقات خود به این نتایج دست یافت که مالکیت شخصی در کسب و کار و یک حرفه، با تمام شرایط زندگی زنان سازگار بوده و مطابقت دارد. زنان به طور گسترده‌ای سعی در ایجاد مشاغل دارند که دارای انعطاف‌پذیری فراوان بوده و به آنها اجازه دهد که به راحتی تعادل بین کار و خانواده را حفظ کنند. در مطالعه‌ای که روی ۲۲۰ زن کارآفرین ترکیه انجام شد، ارتباط متقابل میان زندگی خانوادگی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت. آنها در گزارشهای خود چنین بیان کردند که کارآفرینان زن، در خانواده‌های خود با مشکلات فراوانی مواجه هستند که به عواملی مانند گرایش به استرس، انتظارات زیاد اعضای خانواده و نبود تعادل بین زندگی خانوادگی و کسب و کار آنها مربوط می‌شود اما به هر حال این زنان معتقد بودند که کارآفرینی، اثر مثبتی در زندگی اجتماعی و اقتصادی آنان دارد. درهم آمیختگی خانواده و کسب و کار، مجموعه‌ای از مسائلی مانند هویت شخصی، تضاد نقش، وفاداری، ارتباطات خانوادگی و گرایش به اقتدار را برای زنان ایجاد کند. (مستیک^۳، ۲۰۰۰)

کارآفرینی به عنوان یک شغل می‌تواند انعطاف‌پذیری و تعادلی را ایجاد کند که سایر مشاغل قادر به آن نیستند. (دمارتینو و باربتو^۴، ۲۰۰۲)

نتایج حاصل از تحقیق انجام شده بر روی ۱۴۰ زن کارآفرین ایرانی نشان می‌دهد که خانواده و وقایع مهم مانند فوت همسر، طلاق، بیماری همسر و نظایر آنها در کارآفرینی زنان موثر است. همچنین، زنان عواملی مانند چند مسئولیت بودن، محدودیتهای مسافرت، تفکیک فعالیتها (کارخانه برای زنان و کار بیرون برای مردان)، و عدم تصرف در داراییهای خود را از موانع و مشکلات خانوادگی خود می‌دانستند. (گلرد^۵، ۱۳۸۳)

۸. گسترش کار آفرینی میان زنان

در بسیاری از جوامع، برخی از گروههای اجتماعی با تبعیضهای اجتماعی و اقتصادی روبرو هستند که همین امر، آنها را از دسترسی درست و دقیق به بازار کار و دستیابی به حداکثر توان بالقوه محروم می‌کند. این گروهها در برگیرنده زنان، کارگران کهنسال و کارگران بسیار جوان، افرادی با

1. Kentad and Kojeldsen
2. Brasch
3. Mistik
4. Demartino and Barbeto
5. Gorld

۲۳ گسترش کارآفرینی میان زنان

تفاوت‌های قومی و قبیله‌ای، گروه‌های غیربومی و اقلیتهای مذهبی، همچنین افرادی هستند که در مدت زمان طولانی بیکار بوده‌اند و کارگرانی که مهارت آنها در سطح پایینی قرار دارد. سطح تبعیضی که افراد خاص با آن روبرو می‌شوند از کشوری به کشور دیگر متفاوت است اما اعمال تبعیض در همه کشورها با هر سطح توسعه وجود دارد. در این میان تبعیض‌هایی که علیه زنان و ارتقاء کارآفرینی آنان اعمال می‌شود در کاهش نقش آنها در تولید ناخالص ملی کشورها و در نتیجه توسعه اقتصادی سهم به سزایی دارد.

زنان و برخی از گروه‌های جامعه باید بر مسائل و رویکردهایی که علاوه بر محدودیتهای مختلفی که پیش روی یک کارآفرین یا ایجادکنندگان و توسعه دهندگان بنگاههای اقتصادی قرار دارد و گهگاه نیز غیر قابل حل هستند فائق آیند. دلیل این محدودیتها اغلب وجود تبعیضهای مختلفی است که در سطح عمیقی از رفتارهای فرهنگی حاکم بر جوامع تثبیت شده و در این میان کارآفرینان زن، بزرگترین گروه از جمعیتی را تشکیل می‌دهند که از چنین اعمال تبعیض‌آمیز شغلی و تجاری رنج می‌برند. هر چند این مسائل در مورد گروه‌های دیگر جامعه، مثل افرادی که دچار اختلالات خاصی هستند، افراد بسیار جوان و افراد کهنسال، اقلیت‌های مذهبی و قومی و افراد بیگانه و نیز افرادی که بیماری خاصی (مثل ایدز) دارند نیز وجود دارد اما هنوز مشخص نیست که آیا این افراد توانایی لازم برای ایجاد و توسعه موفقیت‌آمیز کسب و کار را دارند یا خیر؟ اگر به جای اینکه به توانمندی و کفایت زنان در ایجاد و توسعه کسب و کار توجه شود در مورد آنها اعمال تبعیض شود، امری ناگوار و به دور از نگاه کارشناسانه است، از این رو این موانع بر جوامعی که پتانسیل مشارکتهای اقتصادی زنان در سطح پایین و ناچیزی قرارداد، تأثیر منفی خواهد گذاشت. برخی از این مسائل برای دولتها، گروه‌های زنان و سازمانهای مختلفی که هدف آنها حفظ و ارتقاء حقوق افراد است و با این تبعیض‌ها مواجه هستند شناخته شده است اما همه افراد در هر شرایطی که قرار دارند باید از فرصتهای برابر و یکسان از نظر دسترسی به منابع، مهارتها و دانش برخوردار باشند تا قادر باشند از توان خود حداکثر استفاده را کنند. علاوه بر این آنها باید بتوانند در صورت عضویت در سازمانهای کارفرمایی و کارگری از حمایت‌های لازم برخوردار شوند به طوری که گرایشها و کسب و کار آنها ضمن قرارگیری در مسیر درست و سطوح مختلف بوروکراسی، تکامل و ارتقا یابد.

اعمال تبعیض‌آمیز علیه زنان در گزارش سازمان جهانی کار (ILO)^۱ در مورد تساوی در کار (۲۰۰۳) اشکال گوناگون تبعیض علیه زنان را نشان می‌دهد. بسیاری از زنان با وجود مسئولیتهای دوگانه با نابرابریها و موانع موجود در شغل و کسب درآمد نیز مواجه هستند که اغلب به خاطر تبعیض‌های جنسیتی است. اعمال تبعیض‌آمیز شامل مواردی چون مخالفت مردان با فعالیت

1. International Labour Organization

همسرشان در بنگاههای اقتصادی و ایجاد یک حرفه یا شغل است. در بسیاری از جوامع به دلیل محدودیتهای فرهنگی که وجود دارد از زنان انتظار می‌رود تا اوقات زندگی‌شان را در یک محیط محافظت شده سپری کنند که آنها را از رویارویی با افرادی قوی‌تر حفظ کرده و دور نگه دارد. همچنین از زنان خواسته می‌شود تا فعالیتهایشان را به خانه‌داری و مراقبت از فرزندان محدود کنند. البته این موارد در کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. در اغلب کشورهای توسعه‌یافته و همین‌طور در تعداد زیادی از کشورهای آفریقایی، آمریکای لاتین و آسیای افزایش چشم‌گیری در تعداد زنانی که به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار پرداخته‌اند حاصل شده است. زنان بخش قابل توجهی از سهام بنگاههای اقتصادی کوچک (SME)^۱ را تشکیل می‌دهند و بنابراین تقویت مشارکت بالقوه آنها برای رشد اقتصادی هر کشور ضروری است. با تحقق این امر، دولتها نیز باید برای کاهش فقر و توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان مشارکت کنند.

گسترش عدالت اجتماعی و حمایت از زنان شاغل، همچنین گسترش تساوی بین زنان و مردان در اداره کسب و کار و انجام شغل در مرکز سازمان جهانی کار مورد تأکید قرار گرفته و در بسیاری از مناطق اجرا شده است. در حالی که اصل برابری فرصتها در کار بین زن و مرد در سطحی وسیع در بسیاری از کشورها پذیرفته شده اما در عین حال برخی نابرابریها در سطح جهانی هنوز ادامه دارد. این نابرابریها به ویژه در بخش بنگاههای اقتصادی کوچک دیده می‌شود (جایی که کارآفرینان زن اغلب در بخش اقتصاد غیررسمی فعالیت می‌کنند و طبق گزارشهای موجود داوطلب مشاغل جدی و حساس هستند). زنان باید به منظور دستیابی هرچه بیشتر به توانمندیهای خود بر اساس سیاستها و برنامه‌هایی به شناسایی محدودیتهای مختلفی که در مقابل تواناییهایشان وجود دارد بپردازند. فعالیتهای اقتصادی زنان ممکن است با تبعیضهای مستقیم و غیرمستقیم محدود شود. برای مثال تبعیض مستقیم در دسترسی به ساز و کارهای حمایتی مانند آموزش و مسائل مالی و اعتباری است. از سوی دیگر تبعیض غیرمستقیم، معمولاً به خاطر نداشتن شناخت کافی یا نپذیرفتن نقشهای متفاوت زنان در جامعه و تأثیر آن بر اشتغال اعمال می‌شود.

شش محدودیت مهم برای زنان کارآفرین شناسایی شده است که به این شرح است:

- پررنگ‌تر بودن نقش زنان در خانواده و نیاز بیش از مردان به حضور دائمی آنها در خانواده،
- وجود افکار منفی در مورد نقش زنان در کسب و کار،
- سطوح آموزشی نسبتاً پایین‌تر زنان، به دلیل دسترسی محدود به فرصتهای آموزشی شغلی،
- فرصتهای محدودتر در بخش دولتی برای توسعه مهارتها،
- دسترسی ناکافی زنان کارآفرین به فن‌آوری خدمات حمایتی و اطلاع‌رسانی،

۲۵ گسترش کارآفرینی میان زنان

- دسترسی کمتر زنان به اعتبارات نسبت به مردان به دلیل ضعف مسائل مربوط به ضمانت و مقادیر کم اعتبارات و نیز نگرش منفی در مورد توان بازپس دهی پایین زنان کارآفرین از سوی متصدیان وام. در بعضی کشورها قوانین یا مسائل اجتماعی مانع از مالکیت زنان بر اموال شده و بنابراین از ثبت کارآفرین با عنوان نام یک زن و نیز دستیابی آنان به خدمات دولتی برای توسعه کسب و کار و برنامه‌های توسعه بنگاههای اقتصادی کوچک جلوگیری می‌کنند. رویکردها و برنامه‌های پیشنهادی برای کاهش محدودیتهایی که زنان با آن مواجه هستند وجود دارد که از آن جمله می‌توان به دو راه‌حل اصلی اشاره کرد: یکی راه‌حل بلندمدت با هدف تغییر تدریجی رفتارهای فرهنگی و اجتماعی که اشکال بدتر تبعیض را کاهش می‌دهد و دیگری راه‌حل‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت که در بسیاری از کشورها به کار گرفته می‌شوند. راه‌حل بلندمدت نیاز به استفاده از انواع مختلف روشهایی دارد که سطح آگاهی‌های عمومی را افزایش داده و تحقق آن از طریق سمینارها، کارگاههای آموزشی و در قالب فیلم‌های آموزشی و برنامه رسانه‌های ارتباط جمعی امکان‌پذیر است. راه‌حل‌های کوتاه‌مدت نیز با استفاده بهینه و مؤثر از قوانین موجود در مقابل اعمال تبعیض‌آمیز ارائه می‌شوند. در برنامه‌های توسعه کارآفرینی زنان، نکات مهمی در گسترش کارآفرینی زنان وجود دارد که به این شرح مطرح می‌شود:

- توجه به ویژگیهای گروه هدف به ویژه نقشهای دوگانه زنان هم به عنوان همسران خانه‌دار و هم به عنوان مادر و نیز یک فرد مشارکت‌کننده در درآمد خانواده، شناسایی فرصتها و خدمات مناسب کسب و کار که از انعطاف‌پذیری کافی برای رویارویی با تغییرات میزان تقاضا در بازار کار برخوردار باشد،

- توجه به این واقعیت که بسیاری از زنان باید بخشی از وقت خود را به فعالیتهای خانه‌داری و یا پرورش و نگهداری فرزندانشان اختصاص دهند،

- فراهم کردن آموزش مفید، مؤثر، قابل دسترس و مرتبط همراه با دسترسی به مدیریت مالی دقیق و پایدار،

- شناسایی و تقویت کانالهای مناسب برای ارائه خدمات مالی و غیر مالی به زنان کارآفرین،

- تأسیس شبکه‌های کاری و اطمینان از هماهنگی بین بخشهای دولتی و غیردولتی،

- آموزش افراد در بخشهای دولتی و بانکها و دیگر مؤسسه‌های مالی یا اعتباری برای تشخیص توان اقتصادی کارآفرینان زن.

نتایج تحقیقات انجام شده در توسعه کارآفرینی زنان که اطلاعات مورد نیاز آن از بیش از ۵۰ کشور جهان جمع‌آوری شده است، نشان‌دهنده اهمیتی است که اغلب کشورها برای توسعه کارآفرینی قائل شده‌اند. بیشترین تعداد پاسخها اشاره به اقداماتی دارد که توسط دولتها برای حمایت از کارآفرینی زنان انجام شده است و در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

- اهمیت کارآفرینی زنان و مشارکت آنها در اقتصاد محلی،
- برنامه‌های آموزشی برای گسترش کارآفرینی زنان،
- ارائه امکانات ویژه با ایجاد نگرش جنسیتی،
- تسهیل دسترسی آسان‌تر زنان به خدمات مالی،
- محافظت و حمایت قانونی از زنان و برنامه‌های حمایتی با تأکید بر جنسیت و اقدامات و قوانین تبعیض‌آمیزی که زنان با آنها مواجه هستند.

تعدادی از کشورها به محدودیتهای قانونی و بسیاری از موارد تبعیض‌آمیز که زنان در تأسیس یا اداره یک کسب و کار با آنها روبرو هستند اشاره می‌کنند. در کشور جامائیکا، کارآفرینان زن برای گرفتن وام و برخورداری از تسهیلات بانکی با مشکلات بسیاری مواجه هستند که دلیل اصلی آن به رفتار تبعیض‌آمیز بخش وام‌دهنده و این نگرش که از یک سو سطح تحصیلات زنان پایین بوده و نیز توانایی لازم برای معرفی ضامن را ندارند و از سوی بسیاری توانایی زنان را برای انجام امور بوروکراسی محدود می‌دانند برمی‌گردد. در پاکستان، موقعیت اجتماعی برای زنان کارآفرین و به ویژه آن دسته از زنان که قصد ایجاد یک کسب و کار را دارند بسیار دشوار است. آنها هم با موانع قانونی و هم با اقدام‌های تبعیض‌آمیز اجتماعی روبرو هستند. با اینکه تعداد زنان در بسیاری از کشورها از مردان بیشتر است اما فعالیت آنها به اداره یک کسب و کار خیلی کوچک و پتانسیل رشد محدود ختم می‌شود. در جنوب آفریقا زنان بیشتر از مردان به اداره هر نوع کسب و کار می‌پردازند (۱۸ درصد در مقابل ۱۱ درصد)، اما بیشتر در بخش شرکتهای کوچک متمرکز شده‌اند (۴۲ درصد کارآفرین در سال ۱۹۹۶).^۱

۹. اشتغال زنان، منبع کارآفرینی

یک تلقی عام وجود دارد مبنی بر آنکه «اگر زنی شغلی به‌دست آورد یا در سازمان و نهادی استخدام شود، از سهم مردی که جویای کار است، می‌دزدد و فرصت شغلی و استخدامی را که می‌توانست نصیب مردی شود و خانواده‌ای را خوشبخت سازد، هدر می‌دهد!» با این تلقی است شاید که گفته می‌شود: ایجاد موقعیت شغلی و استخدامی برای یک زن امکان یافتن شغل و استخدام شدن را از مردی که باید نفقه پردازد، می‌گیرد و این یعنی گرفتن امکان موفقیت از یک خانواده. بدون در نظر گرفتن آنکه استخدام شدن یا اشتغال یک زن چه نسبت مستقیم یا معکوسی با موفقیت یک خانواده دارد و چه تضمینی هست مردی که فرصت اشتغال به‌دست آورده خانواده‌ای موفق را سر و سامان دهد، این پیش‌فرض در ذهن بسیاری از مسئولان حکومتی و مردم عادی جاخوش کرده که اشتغال زنان مانعی برای اشتغال مردان است.

۱. هفته‌نامه اکونومیست، ژوئن ۲۰۰۷.

در مقابل، دیدگاههای جدیدی از حضور زنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که ایده‌هایی کاملاً متناقض با گزاره‌های بالا را مطرح و با استناد به آمار و ارقام در سطوح کلان، صحت آنها را اثبات می‌کند. یکی از مباحث جدی سالهای اخیر در سطح جامعه جهانی این است که فقط کشورهای توانسته‌اند گامهای بلندی در مسیر توسعه همه‌جانبه بردارند که به ضرورت بهره‌برداری بیشتر از ظرفیتهای انسانی زنان توجه کرده‌اند.

آمارها همیشه زبانی گویا دارند. آمارها به سادگی و صراحت می‌روند سراغ صورت مسئله و به روشنی نشان می‌دهند که بازار کار کنونی ایران با انبوهی از جمعیت متقاضی کار روبروست. آمارها هشدار می‌دهند که ناکافی بودن فرصتهای شغلی به افزایش میزان بیکاری منتهی خواهد شد و اینکه وضع موجود در فرایند ایجاد اشتغال نه با تقاضای بیکاران تناسبی دارد و نه حتی با تعداد دانش‌آموختگان دانشگاهی یا جمعیت کشور.

بررسی‌های دقیق بانک جهانی نشان می‌دهد در کشورهای شمال اروپا که زنان بیشتری در بازار کار فعال هستند، برخلاف جنوب این قاره که زنان کمتری به فعالیت اقتصادی خارج از خانه می‌پردازند دارای آمار بیکاری پایین‌تر است.

در سالهای اخیر، بانک جهانی که کارشناسان آن توصیه‌های مؤثری برای بهبود وضع اقتصادی کشورها دارند تأکید کرده‌اند که فعالیت زنان در عرصه‌های اقتصادی کمک بسیاری به بهره‌گیری کامل از ظرفیتهای اقتصادی کشورها می‌کند. این موضوع به‌ویژه در کشورهای منطقه خاورمیانه نظیر ایران که تعداد زنان دارای مهارتهای علمی و عملی روزبه‌روز در حال افزایش است اهمیت بیشتری دارد.

۱۰. کارآفرینی و ابتکار عمل به یمن حضور زنان

برخلاف آن تصور ابتدایی و رایج که اشتغال زنان را مانع اشتغال مردان می‌داند و نفقه‌دهی مرد را برگ برنده او برای دریافت فرصت شغلی برابر او با یک زن رو می‌کند، مستندات تجربی و آماری کشورهای مختلف آشکار می‌کند که اشتغال زنان باعث اشتغال‌زایی بیشتر در جامعه می‌شود. درحالی‌که تا پیش از دوره انقلاب صنعتی، کار مسئولیتی مردانه و خانواده حوزه مسئولیت زنان تلقی می‌شد، پس از انقلاب صنعتی، «کار - خانواده» دو حیطه مستقل و جدا از هم تلقی شدند که یکدیگر را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند و باید این دو حیطه و وظایف مربوط به هریک، دور از دیگری نگه داشته شوند. اما با پیدایش و افزایش خانواده‌هایی که در آنها زن و شوهر هر دو شاغل و دارای درآمد بودند، سبک زندگی خانوادگی نوینی شکل گرفت که به تبعیت از نقشهای سنتی زن در خانه و با پذیرش و ایفای تعهدات بیشتر و جدیدتر، زنان را با فشارهای متعددی مواجه می‌کرد.

فشارهای فیزیکی حاصل از انجام وظایف پایان‌ناپذیر کاری و خانگی موجب خستگی مفرط زنان شاغل می‌شد و فشار روانی حاصل از برآورده نکردن تقاضاهای منبعث از تلقی‌های سنتی، اضطراب و افسردگی را در آنها ایجاد می‌کرد. از نیمه دوم قرن بیستم و در ایران از نیمه دوم دهه ۱۳۷۰، با ورود تعداد زیاد زنان تحصیل کرده به بازار کار، رویکرد تقابلی کار - خانواده جایگاه خود را به‌طور چشم‌گیری از دست داد و به‌ویژه در جوامع شهری مسئولیتهایی چون مراقبت از فرزندان و کارهای مربوط به خانه‌داری تا حدودی از حیطه اختصاصی زنان خارج شد، البته برای تعدیل انتظارات موجود نسبت به مسئولیتهای خانگی زنان، راههای نرفته بسیاری باقی مانده است. برای پاسخ‌گویی به تقاضاهای همچنان باقی‌مانده از نقشهای سنتی زنان، در دهه گذشته، نهادها و مؤسسه‌های بسیاری شکل گرفته‌اند که خدمات آنها با استقبال فراوانی مواجه شده است. زن شاغلی را تصور کنید که بنا به تعهد کاری خود روزانه ساعات متعددی را در محیط کاری خود می‌گذراند. پیشاپیش، مشخص است که این زن برای ایجاد تعادل میان خواست‌های فردی و خانوادگی‌اش به نهادهای واسطه‌ای اجتماعی و خدمات نظامتی، بهداشتی و نظایر آنها نیازمند است.

۱۱. کارآفرینی در اشتغال زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی

آموزش عالی یکی از محصولات و شاخصهای رشد و توسعه است که دسترسی به آن موجب رشد و تسریع فرایند توسعه می‌شود. دستیابی به آموزش عالی و کسب دانش و مهارتها از عواملی است که امکان برخورداری از قدرت کنترل و تسهیل مشارکت در امر تصمیم‌گیری را در سطوح بالا فراهم می‌سازد. نهاد آموزش عالی در یک کشور عرصه پرورش نخبگان علمی در حیطه‌های مختلف، رهبران اجتماعی، سیاسی و متخصصان و مدیران آن جامعه است. افزایش تقاضای زنان برای دستیابی به آموزش عالی و رشد میزان حضور آنان در آن، از یک سو نتیجه این نگرش درست و واقع‌بینانه است و از سوی دیگر موجب طرح مطالبات تازه آنان برای حضور گسترده‌تر و مشارکت بیشتر در سطوح مدیریت و رهبری جامعه است.

بررسی تأثیرات آموزش و آموزش عالی در سطوح مختلف فردی، خانوادگی و اجتماعی زنان، نشان از بهبود موقعیت آنان در زندگی فردی و اجتماعی دارد. حضور زنان در مدارس، دانشگاهها و مراکز مختلف آموزشی به آنان فرصت می‌دهد تا بخشی از مهارتهای زندگی را فراگیرند و از همه مهمتر تجربه حضور در عرصه‌های عملی نهادهای اجتماعی مدرن را به دست آورند و از این نظر در جوامع توسعه نیافته یا در حال توسعه‌ای مانند ایران (که با فقر سرمایه‌های انسانی و پدیده فرار مغزها روبرو است)، زنان حتی می‌توانند نیروی شتاب‌دهنده توسعه محسوب شوند. علاوه بر آن زنان با راه یافتن به دانشگاهها از موقعیت اجتماعی بهتری برخوردار می‌شوند.

بنابر نظریه نئوکلاسیک، درآمد زنها به این علت کمتر از مردهاست که زنان از سرمایه انسانی کمتری که اغلب آموزش و پرورش است بهره‌مند می‌شوند و به همین دلیل بهره‌وری کار پایین‌تری هم دارند. برای مثال، گفته می‌شود به دلیل اینکه بعضی از زنان برای ازدواج، حاملگی و پرورش کودک شغل خود را ترک می‌کنند، کارفرمایان تمایل چندانی برای سرمایه‌گذاری در امر افزایش مهارت زنان ندارند. همچنین انگیزه پدر و مادرها و خود زنان هم برای سرمایه‌گذاری در امر آموزش و پرورش حرفه‌ای کمتر است. وجود دوره‌هایی که زنان از کار کناره‌گیری می‌کنند و از بازار کار بیرون می‌روند به این معناست که تجربه شغلی کمتری نسبت به مردان به دست می‌آورند و شدت فرسایش مهارت‌های آنان بیشتر است.

پس از تأسیس دارالفنون در ایران، حدود نیم قرن طول کشید تا لزوم تأسیس مرکز آموزش عالی برای دختران مطرح شد. اولین دارالمعلمان عالی زنان در سال ۱۳۱۲ شمسی در تهران تأسیس شد و اولین گروه زنان معلم در سال ۱۳۱۴ از آن فارغ‌التحصیل شدند. پس از تأسیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۱۳ دارالمعلمات و دارالمعلمین ضمیمه دانشکده ادبیات و فلسفه و علوم تربیتی شدند. در سالهای اول تأسیس دانشگاه، روند مشارکت زنان در آموزش عالی بسیار کند بود و حدود ۱۵ سال به طول انجامید تا زنان توانستند به بیشتر دانشکده‌ها راه یابند.

در باب آموزش در حدیثی می‌خوانیم که می‌گویند، طلب علم بر هر زن و مردی واجب است. در حدیثی دیگر بیان می‌شود که علم گمشده مؤمن است و باید بدون توجه به منبعش آن را بجوید. حدیث‌های دیگری علم و آموزش را مساوی با عبادت می‌دانند و علما و فرهیختگان را جانشینان پیامبران معرفی می‌کنند. برای مثال در حدیثی آمده که خداوند راه بهشت را برای طلب علم هموار می‌کند یا در جایی دیگر بیان می‌دارد که فرشتگان بالهای خود را برای طالب علم می‌گسترانند. به هر حال اسلام، لزوم آموزش زن و مرد را مساوی می‌داند. مفهومی که در بسیاری جوامع تازگی دارد. گرچه در عمل در برخی جوامع اسلامی این پندار به وجود آمده است که آموزش مختص مردان است، در نظر چنین نیست. زنان مسلمان حق آموزش خود را به آیه ۳۹ سوره توبه و چندین حدیث مستند می‌سازند.

به این ترتیب، پس از انقلاب، در راستای ایجاد دولت و ملتی نو تلاش شد. این دولت نقش نوینی به زنان بخشید و به این واقعیت مورد تأکید صاحب‌نظران توجه داشت که آموزش زنان در مسیر توسعه اهمیت دارد.

برخی از محققان بر این نظرند که آموزش دختران به احتمال قوی پرمفعت‌ترین سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه است. آموزش زنان به انحای مختلف به رشد اقتصادی یاری می‌رساند. تحقیقات آماری نشان می‌دهد که آموزش مادران باعث بهبود آموزش، تغذیه و بهداشت کودکان می‌شود. علاوه بر این، هر چه میزان تحصیل مادران بالاتر باشد تعداد فرزندان کمتر است و کیفیت

زندگی این فرزندان بهتر خواهد بود. از سوی دیگر، افزایش سرمایه انسانی زنان از طریق آموزش عالی می‌تواند با افزایش سن ازدواج و سهم زنان در نیروی کار جامعه، باعث کاهش باروری در خانواده‌ها شود. تمام برآوردهای به دست آمده از الگوهای بررسی شده مؤید این مطلب است که لازمه دستیابی به رشد اقتصادی و ایجاد فرصتهای بیشتر شغلی برای زنان، علاوه بر سرمایه‌های مادی، سرمایه‌گذاری روی منابع انسانی است زیرا این سرمایه‌گذاری که عبارت است از آموزش و تربیت نیروی انسانی برای کسب مهارتهای مختلف و پیشبرد امر تولید، با بالا بردن سطح مهارت و تخصص نیروی کار و کارآمد کردن و افزایش قابلیت‌های آن، موجب ارتقای کیفیت تولید و کارایی استفاده از سرمایه‌های مادی و به کارگیری بهینه آنها می‌شود.

یکی از پیش شرط‌های توسعه در مشارکت زنان دارای آموزش عالی، افزایش اثربخشی آنهاست. دانشگاهها می‌توانند از طریق تعامل با دولت و بنگاهها نقش مؤثری در این زمینه داشته باشند. نیروی کار متخصص تربیت شده در آموزش عالی باید از اثربخشی بالایی برخوردار باشد، به طوری که متقاضیان کار این نیرو (چه در بخش دولتی و چه در بخش غیردولتی) بر مبنای رفتار عقلانی مطمئن شوند که با افزایش تعداد معینی به نیروی کار متخصص، کمیت و کیفیت تولید خود را بهبود می‌بخشند و سود بیشتری می‌برند. به عبارت دیگر، باید شرایط به گونه‌ای باشد که ورود یک نفر نیروی انسانی متخصص به کار، در تابع تولید، موجب افزایش مقدار تولید شود.

جدول (۱) نشان‌دهنده رشد فزاینده آموزش عالی در ۲۸ سال گذشته در ایران است. در دوره قبل از انقلاب، به دنبال تأسیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۱۳، شاهد حضور اندک زنان در مراکز آموزش عالی کشور بوده‌ایم. به طوری که در سال ۱۳۴۹-۱۳۴۸، یعنی در حدود ۳۵ سال پس از تأسیس دانشگاه تهران، تعداد کل دانشجویان کشور ۶۷۲۶۸ نفر بوده که فقط حدود ۲۵ درصد از آنان را زنان و ۷۶ درصد بقیه را دانشجویان پسر به خود اختصاص داده بودند.

میزان درصد زنان دارای تحصیلات عالی نسبت به کل جمعیت دارای تحصیلات عالی از ۳۳ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۳۵/۸ درصد در سال ۱۳۷۹ افزایش یافته است. با توجه به اینکه در سالهای اخیر سهم پذیرفته‌شدگان دختر در دانشگاهها به سرعت افزایش یافته و در سال ۱۳۸۱ به حدود ۵۲/۹ درصد ارتقاء یافته است، پیش‌بینی می‌شود سهم زنان دارای تحصیلات عالی از کل جمعیت دارای آموزش عالی در سالهای آتی نیز افزایش یافته و در پایان برنامه چهارم توسعه به حدود ۴۲/۸ درصد برسد. در سال ۱۳۷۷ برای نخستین بار میزان ورودی دانشجویان دختر بر دانشجویان پسر پیشی گرفت و در سال ۱۳۷۸ و ۱۳۷۹ نیز این روند سیر صعودی خود را حفظ کرد. از طرفی سهم کل دانشجویان دختر که در سال ۱۳۷۲، ۳۰ درصد کل دانشجویان را شامل می‌شد، به ۴۵ درصد رسید. به رغم رشد کمی دانشجویان دختر، آمارهای دیگر نشان می‌دهد که ساختارها و امکانات لازم، همسو با این تحول پیش نرفته است. برای نمونه نسبت اعضای هیئت علمی تمام وقت زن در آموزش عالی

گسترش کارآفرینی میان زنان ۳۱

دولت، از نسبت ۱۷/۴ درصد در سال ۱۳۵۷ به ۱۹/۶ درصد در سال ۱۳۷۷ رسید. از نظر کیفی نیز از همین تعداد اساتید زن، تنها ۳۰ درصد آنان دارای رتبه استادیاری و بالاتر هستند و ۷۰ درصد آنان را مدرسان و پژوهشگران با رتبه مربی و مربی آموزشیار تشکیل می‌دهند. همین شکاف در نقش‌های مدیریتی زنان در آموزش عالی، نسبت به حجم نیازها و نیز میزان دانشجویان و استادان زن مشهود است.^۱ با محاسبه میزان مشارکت زنان در دانشگاه‌های هر استان روشن می‌شود که در تمام دانشگاه‌های کشور سهم زنان همواره کمتر از نیمی از جمعیت دانشجویی را تشکیل می‌دهد اما در کل، کمترین میزان مشارکت در استانهای سیستان و بلوچستان (۲۵/۹ درصد)، کهگیلویه و بویراحمد (۲۷/۶ درصد)، کردستان (۳۰ درصد)، اردبیل (۳۲/۳ درصد) و ایلام (۳۴/۵ درصد) و بیشترین میزان مشارکت زنان در دانشگاه‌های استانهای سمنان (۴۷/۵)، مرکزی (۴۵/۹) و کرمان (۴۵/۳) است.

نگاهی گذرا به میزان مشارکت و حضور زنان دانشجو در استانها نشان می‌دهد که استانهای سیستان و بلوچستان، کردستان و کهگیلویه و بویراحمد به دلیل مرزی بودن، غالب بودن فرهنگ‌های قومی و منطقه‌ای خاص و ازدواج‌های زود هنگام دختران، عشایر نشین بودن غالب جمعیت، دسترسی نداشتن به امکانات آموزشی و اعتقاد نداشتن خانواده‌ها به سرمایه‌گذاری برای تحصیل دختران سبب شده است تا زنان این مناطق کمتر متقاضی تحصیل در مقاطع عالی و دانشگاهی باشند و به دلیل حاکم بودن شرایط خاص در منطقه، زنان سایر استانها نیز تمایلی به تحصیل در دانشگاه‌های این استان‌ها ندارند.

جدول ۱. تعداد و درصد حضور زنان در آموزش عالی از کل دانشجویان کشور

سال	کل دانشجویان	دانشجویان زن	درصد
۱۳۴۸-۱۳۴۹	۶۷۲۶۸	۱۶۹۴۹	۲۵/۲
۱۳۵۷-۱۳۵۸	۱۷۵۶۷۵	۵۴۲۴۸	۳۰/۸
۱۳۶۷-۱۳۶۸	۲۵۰۷۰۹	۷۱۸۲۲	۲۸/۶
۱۳۷۶-۱۳۷۷	۶۲۵۳۸۰	۲۳۸۶۸۷	۳۸/۲

مأخذ: عملکرد ۲۰ ساله آموزش عالی ایران، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، ۱۳۷۷.

جدول (۲)، توزیع دانشجویان وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری را به تفکیک گروه‌های عمده تحصیلی نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول (۱) نشان داده شده، از کل تعداد زنان شاغل به تحصیل در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، ۲۳۸۶۸۷ نفر در سال تحصیلی ۷۷-۱۳۷۶، ۴۶/۵ درصد در گروه علوم انسانی، ۱۷/۲ درصد در گروه علوم پایه، ۵/۴ درصد در گروه فنی - مهندسی، ۴/۶ درصد در گروه کشاورزی و ۴/۲ درصد در گروه هنر و بقیه در گروه پزشکی تحصیل می‌کنند.

۱. وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری، ۱۳۸۰.

با نگاهی به توزیع زنان در کل استانها درمی‌یابیم که نسبت دانشجویی هر استان به کل زنان دانشجویی کشور، بیشترین تمرکز را در تهران دارد اما از سوی دیگر نسبت به کل دانشجویان استان تهران، سهم زنان بسیار کمتر است. مهم‌ترین دلیل این امر غلبه حضور مردان نسبت به زنان است یعنی وجود بیشتر دانشگاههای فنی - مهندسی در سطح تهران، مهاجرپذیر بودن بیشتر این استان نسبت به سایر استانها و مهاجرت بیشتر مردان به این استان به منظور تحصیل و کار سربازی، بالا بودن میزان متقاضیان کنکور و پذیرش مردان سبب شده است تا سهم زنان در استان تهران برخلاف انتظار کمتر باشد.

با توجه به چگونگی توزیع زنان در دانشگاههای وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری، روشن می‌شود که اصولاً سهم دانشجویان دختر در دانشگاههایی که اغلب تخصصی بوده و در گروههای مهم تحصیلی فنی - مهندسی و کشاورزی دانشجو می‌پذیرند کمتر از ۳۰ درصد است.

جدول ۲. تعداد و درصد حضور زنان در آموزش عالی به تفکیک گروههای مهم تحصیلی

سال تحصیلی	علوم انسانی		علوم پایه		فنی و مهندسی		کشاورزی و دامپزشکی		هنر		پزشکی		جمع	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۳۵۷-۵۸	۲۵۳۱۹	۶۶-۶	۸۴۳۵	۱۵/۵	۳۷۸۴	۶/۸	۱۲۲۹	۲/۲	۱۷۱۹	۳/۲	۱۳۷۲	۵۳/۷	۴۵۱۰	۳۰/۸
۱۳۶۷-۶۸	۳۲۲۰۵	۳۶/۴	۱۲۸۷۱	۱۷/۹	۲۶۸۹	۳/۷	۲۸۸	۰/۴	۱۹۱۲	۲/۶	۲۷۵۷	۴۲/۵	۷۱۸۲۲	۲۶/۶
۱۳۷۶-۷۷	۱۱۱۰۹۶	۴۶/۵	۴۰۹۶۳	۱۷-۲	۱۲۸۲۰	۵/۴	۱۱۱۳۳	۶/۶	۹۹۱۰	۴/۲	۵۲۶۴۵	۵۳/۵	۱۳۸۶۸۷	۳۸/۲

مأخذ: عملکرد ۲۰ ساله آموزش عالی ایران، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، ۱۳۷۷.

مقایسه تعداد دانشجویان دختر دانشگاهها و مؤسسه‌های آموزش عالی در مقاطع مختلف تحصیلی نشان می‌دهد که طی ۲۰ سال اخیر افت و خیزهای زیادی در این مورد رخ داده است (جدول ۲). به طوری که تا پیش از انقلاب حدود ۳/۲ درصد از دختران دانشجو در مقاطع کاردانی تحصیل می‌کردند. این تعداد در سال ۱۳۶۷ به ۸/۹ درصد و در سال ۱۳۷۶، ۱۳/۳ درصد افزایش داشته است یعنی با رشدی حدود ۳/۳ درصد، از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۶ این تعداد حدود ۱/۹ برابر شده است. در مقطع کارشناسی حدود ۶۰/۲ درصد از دختران دانشجو در سال ۱۳۵۷ مشغول به تحصیل بوده‌اند که در سال ۱۳۶۷ به ۶۹/۳ و در سال ۱۳۷۶ به ۷۷/۴ درصد رسیده است یعنی با نرخ رشد نه درصد حدود شش برابر شده است. همین ارقام برای مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی نشان می‌دهد که تعداد کل زنان دانشجو در مقطع کارشناسی ارشد در سال ۱۳۵۷ به حدود ۳/۲ درصد و در سال ۱۳۶۷ به ۲/۲ درصد کاهش یافته و برای ۱۰ سال بعد نیز این نسبت ثابت مانده است، یعنی ۲/۲ درصد از دانشجویان دختر در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل می‌کنند.

جدول ۳. تعداد و درصد حضور زنان در آموزش عالی به تفکیک مقاطع مختلف تحصیلی

سال تحصیلی	کاردانی		کارشناسی		کارشناسی ارشد		دکترای حرفه‌ای		دکترای تخصصی		جمع زنان	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۳۵۷-۵۸	۱۶۵۸۵	۳۰/۵	۳۲۶۷۰	۶۰/۲	۱۷۱۷	۳/۱	۳۰۱۷	۵/۵	۲۵۹	۰/۴	۵۴۲۴۸	۳۰/۸
۱۳۶۷-۶۸	۷۸۱۷	۹/۹	۵۷۱۶۳	۷۲/۷	۱۷۶۳	۲/۲	۱۰۹۸۶	۱۳/۹	۸۴۴	۰/۷	۷۸۵۷۳	۲۸/۶
۱۳۷۶-۷۷	۳۱۷۰۸	۳/۲	۱۸۴۶۶۹	۷۷/۳	۵۳۲۰	۲/۲	۱۴۲۰۹	۵/۹	۲۷۸۱	۱/۱	۲۳۸۶۸۷	۳۸/۲

مأخذ: عملکرد ۲۰ ساله آموزش عالی ایران، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، ۱۳۷۷

از مهم‌ترین دلایل کاهش سهم دختران در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری می‌توان از فرهنگ غالب جامعه به منظور ازدواج دختران در سنین ۱۸ تا ۲۵ سال، به عهده داشتن مسئولیت خانه‌داری، همسرداری و فرزندداری، محدود بودن ظرفیت پذیرش اشاره کرد که موجب شده زنان کشور بیشتر به تحصیل در مقاطع کارشناسی بسنده کرده و فرصتهای تحصیلی تحصیلات تکمیلی را به مردان واگذار کنند.

چنان که آمارها نشان می‌دهد، رشد نسبت زنان عضو هیئت علمی به کل اعضای هیئت علمی تمام وقت دانشگاهها بسیار کند و بطئی بوده است. این نسبت در سال ۱۳۷۴ به حدود ۲۰/۶ درصد رسید اما از سال ۱۳۷۴ به بعد با محرومیت استخدام اعضای هیئت علمی با مرتبه مربی شاهد کاهش تعداد اعضای هیئت علمی زن در دانشگاهها هستیم، به طوری که در سال ۱۳۷۷-۱۳۷۶ حدود ۱۹/۴ درصد از اعضای هیئت علمی دانشگاهها را زنان تشکیل داده‌اند. به این ترتیب از نظر کمی روشن می‌شود که سهم مشارکت زنان عضو هیئت علمی نسبت به مردان بسیار پایین است که آن هم بیشتر به دلیل ادامه تحصیل ندادن زنان در مقاطع تحصیلات تکمیلی است که نسبت پائینی را در مقایسه با مردان نشان می‌دهد. علاوه بر اینکه تفاوت سطح مدارک علمی زنان و مردان در آموزش عالی برای سال ۱۳۷۶ نشان می‌دهد جمعیت مردان در مرتبه‌های استادی تقریباً ۱۶ برابر، در رتبه دانشجویی ۸/۶ برابر، استادیاری ۱۸/۸ برابر و مربی ۲۶/۲ برابر زنان است که این آمار محل تأمل است.

بنابراین برای نیل به توسعه اقتصادی پایدار در کشور و افزایش فرصتهای شغلی برای زنان، باید به کاهش رشد جمعیت، افزایش سطح سواد زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور، به ویژه در سطوح عالی، و افزایش تولید و سرمایه‌گذاری به عنوان نیمی از جمعیت کشور، به ویژه در سطوح عالی و افزایش تولید و سرمایه‌گذاری به عنوان یک رویکرد یکپارچه نگریسته شود. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که تمامی شاخصهای آموزشی، اقتصادی و جمعیتی در مورد زنان کمتر از مردان و شاخص توسعه انسانی زنان در ایران بسیار پایین‌تر از استانداردهای جهانی است. سهم زنان در فعالیتهای اقتصادی در کشور ما، در مقایسه با سطح بین‌المللی، بسیار پایین و سیر تحولات آن بسیار کند بوده است.

از سوی دیگر، افزایش درصد زنان دانش‌آموخته به ضرورت و حتی در عمل به معنای افزایش چشم‌گیر اشتغال زنان و کاهش اشتغال مردان، در نتیجه جابه‌جایی نقش اقتصادی زن و مرد در تأمین خانواده نیست. موضوع حساسیت‌های جامعه نسبت به حضور گسترده و مقتدرانه زنان در عرصه عمومی یک مشکل فرهنگی است که به مرور زمان حل خواهد شد.

با وجود این در سالهای اخیر، به دلیل فشار زیاد عرضه نیروی کار زنان و اشباع فعالیتهایی که در گذشته زنان دارای تحصیلات عالی را جذب کرده‌اند، نرخ بیکاری زنان دارای تحصیلات عالی در مقایسه با مردان با سرعت بیشتری افزایش پیدا کرده است. از سوی دیگر، کارآفرین نبودن فارغ‌التحصیلان، رواج روحیه مدرک‌گرایی در جامعه و افزایش انتظارات دانش‌آموختگان از دولت برای ایجاد اشتغال و استخدام از دیگر مسائل و مشکلاتی است که در این زمینه مطرح است. از این‌رو توجه به ویژگیهای کارآفرینی و مهم‌تر از آن آموزش کارآفرینی به دانشجویان در زمان تحصیل می‌تواند در توسعه اشتغال در بخش غیر مزدبگیری و ایجاد خود اشتغالی و در نهایت، افزایش اشتغال دانش‌آموختگان بسیار مؤثر باشد. آموزش به عنوان یکی از محوری‌ترین روشهای تغییر آگاهی، نگرش و رفتار انسانی تلقی می‌شود. کارآفرینان نیز به عنوان روحیه‌ای قابل آموزش باید در برنامه‌های آموزشی دانشگاهها و مراکز آموزش عالی مورد توجه جدی قرار گیرند.

۱۲. موانع زنان کارآفرین

موانعی که معمولاً در راستای کارآفرینی زنان به نظر می‌رسد به این ترتیب است:

۱۲-۱. موانع فردی

موانعی است که برخاسته از محدودیتهای شخصی و خانوادگی زنان کارآفرین است، لزوماً جنبه عمومی ندارد و از فردی به فرد دیگر می‌تواند تغییر کند. موانع فردی به این شرح است:

الف- خانوادگی

منظور از موانع خانوادگی آن دسته از موانعی است که از سوی اعضاء نزدیک خانواده (خانواده اولیه، همسر، خانواده همسر و فرزندان) برای یک زن کارآفرین ایجاد شده است. به طور کلی هیچ‌یک از خانواده‌ها با اصل کار کردن زنان کارآفرین مورد مطالعه مخالفتی نداشتند، مخالفت یا ممانعت آنان یا به دلیل نوع کسب و کار مورد علاقه کارآفرین بوده که با مشاغل متعارف زنان تطابق نداشته یا به طور اصولی با ایجاد کسب و کار توسط او مخالف بوده‌اند. یکی از محدودیتهای تمام کارآفرینان مورد بررسی نگهداری و مراقبت از فرزندانشان بود که به دلیل مشغله کاری، کمبود وقت و سفرهای داخلی یا خارجی همواره دارای دغدغه‌ای جدی بودند.

ب- علمی

موانع عملی برای تمام کارآفرینان اعم از مرد و زن وجود دارد اما شدت آن برای زنان بیشتر است. بالا بودن نسبت بی‌سوادی در زنان نسبت به مردان (مردان ۱۵ درصد و زنان ۲۵ درصد)، پایین بودن نسبت حضور زنان در برخی رشته‌های دانشگاهی نظیر فنی-مهندسی و کشاورزی (سهم زنان در رشته فنی - مهندسی ۹/۴ درصد و در رشته کشاورزی و دامپروری ۱۷/۸ درصد، پایین بودن سهم حضور زنان در مشاغل کارشناسی و مدیریتی و در پی آن نبود فرصت مناسب برای حضور در برنامه‌های آموزش حرفه‌ای در حین کار دلایلی است که موانع علمی را برای کارآفرینان زن بیشتر می‌کند. به طور کلی هرچه تحصیلات کارآفرینان بالاتر باشد، موانع عملی آنان نیز کمتر بوده یا در اصل مانع جدی در این زمینه ندارند. موانع علمی بیشتر متوجه کارآفرینان کم سواد یا کارآفرینانی است که بدون مهارت‌ها و دانش کافی در حرفه خود هستند. کارآفرینان مورد مطالعه در غالب موارد، نسبت به زمینه‌های علمی زیر احساس نیاز می‌کنند:

- دانش و مهارت‌های مدیریتی،
- دانش و مهارت‌های مالی و حسابداری،
- دانش و مهارت‌های اطلاعاتی،
- دانش مقررات و قوانین حقوقی،
- دانش و مهارت‌های فروش و بازاریابی،
- دانش فنی و تخصصی حرفه خود،

۲-۱۲. موانع سازمانی

موانعی است که مربوط به درون شرکت یا مؤسسه کسب و کار آنان است. این موانع بیشتر شامل موانع مالی، فیزیکی، بازاریابی و فروش و منابع انسانی است. این موانع برای تمام کارآفرینان اعم از زن و مرد مشاهده می‌شود. اما به دلیل سهم حضور کمتر زنان در عرصه‌های اقتصادی به ویژه در ایجاد کسب و کار و مشاغل مدیریتی بدیهی است که این قشر با موانع سازمانی بیشتری روبرو می‌شوند. بیشتر کارآفرینان مورد مطالعه در مقطع ایجاد کسب و کار با چهار مانع جدی روبرو بوده‌اند:

الف- مالی

بیشتر کارآفرینان مورد مطالعه در مرحله ایجاد و نیز مرحله توسعه به دلایل زیر با مشکل مالی مواجه بوده‌اند:

- نبود یا کمبود سرمایه شخصی: بیشتر کارآفرینان در مرحله ایجاد کمبود سرمایه شخصی داشته‌اند.

- مشکل دریافت وام: در برخی موارد کارآفرینان نتوانستند از تسهیلات بانکی استفاده کنند. دلایلی که از سوی آنان اظهار شده عبارت‌اند از:
 - ✓ عدم ارائه تسهیلات بانکی: سازمانهای سیاست‌گذار یا بانکها برای برخی زمینه‌ها مبادرت به پرداخت وام می‌کنند و برای بعضی حرفه‌های دیگر امکانی برای وام وجود ندارد. در نتیجه برخی از آنان از وام بانکی استفاده نکرده‌اند که البته تعداد آنها اندک است.
 - ✓ عدم پذیرش طرحهای توسعه: در مرحله توسعه کسب و کار استفاده از هرگونه وام بانکی توسط کارآفرینان، نیازمند تهیه و ارائه طرحی مشخص است. در برخی موارد طرح ارسالی مورد قبول دستگاههای تصمیم‌گیر ذی‌ربط واقع نمی‌شود یا در برخی موارد با تأخیر و به واسطه پیگیری فراوان کارآفرینان موافقت حاصل می‌شود.
 - ✓ تأخیر در پرداخت وام: در بیشتر مواقع به دلیل محدودیتهای اعتباری و نیز تشریفات اداری وامها دیر پرداخت می‌شود که موجب کندی و تعویق فعالیتهای توسعه می‌شود.
 - ✓ وثیقه و ضمانت بانکی: شرایط پرداخت وام در نظام بانکی مبتنی بر ارائه اسناد و مدارک متعدد معتبر نظیر وثیقه ملکی و ضامن است. برای برخی ارائه وثیقه ملکی یا ضامن مشکلاتی به همراه می‌آورد که در نتیجه نتوانسته‌اند از این امکان برخوردار شوند.
- مشکل نقدینگی: برخی کارآفرینان به دلایل تأخیر در دریافت اقساط قراردادهای منعقد شده با مشتریان به ویژه کسب و کارهایی که دارای مشتریان تقریباً انحصاری است، با مشکل نقدینگی مواجه بوده‌اند.

ب- فیزیکی

- بیشتر کارآفرینان زن در مرحله ایجاد کسب و کار با موانع فیزیکی روبرو بوده‌اند. این مورد در مراحل توسعه نیز تا حدودی به عنوان یکی از موانع آنها مطرح است. مواردی که در این زمینه برای آنان مشکل آفریده به ترتیب درجه اهمیت عبارت‌اند از:
 - کمبود یا نبود مکان کسب و کار
 - کمبود امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
 - مشکل تأمین مواد اولیه

ج- بازاریابی و فروش

- مطالعات نشان می‌دهد که بیشتر کارآفرینان با موانع بازاریابی و فروش مواجه هستند. به طور کلی مواردی که می‌توان در این دسته از موانع به آن اشاره کرد، عبارت‌اند از: بازاریابی، فروش، صادرات، مشتری انحصاری.

گسترش کارآفرینی میان زنان ۳۷

موانع برحسب دلایل، طیف گوناگونی را ایجاد کرده است. این دلایل را می‌توان به چهار دسته کلی تقسیم کرد:

✓ عدم شناخت کافی از چگونگی ورود به بازار و توسعه حضور در بازار: کارآفرینان مورد مطالعه در اغلب موارد شناخت کافی در بازار صنعت کسب و کار خود، کانالهای ارتباطی، مراحل ورود به بازار و راههای توسعه خود در بازار ندارند.

✓ عدم برنامه‌ریزی و اقدامات حمایتی دستگاههای سیاست‌گذار: تاکنون در زمینه ایجاد تسهیلات برای عرضه محصول آنان به بازار هیچ‌گونه برنامه‌ریزی و مساعدتی از سوی دستگاههای ذی‌ربط انجام نشده است.

✓ کمبود منابع مالی: نیمی از کارآفرینان به دلیل محدودیتهای مالی نتوانسته‌اند حضور فعال‌تری در ایجاد بازارهای جدید برای محصول خود داشته باشند، در نتیجه فروش محدودی دارند.

✓ نبود مشاور و راهنما: بسیاری از کارآفرینان در مرحله ایجاد و حتی توسعه کسب و کار خود مشاور و راهنمایی مناسب برای خود نداشته‌اند. آنچه دریافت کرده‌اند از طریق تجارب شخصی، تأثیر مدیران قبلی و مشاهده تجارب دیگران بوده است و هیچ‌گاه از نهادی که نقش مشاور را در صنعت خود ایفا کنند، برخوردار نبوده‌اند.

۵- منابع انسانی

مهم‌ترین موانع مطرح شده از سوی کارآفرینان مورد مطالعه، ناباوری نسبت به توانایی زنان است. کارکنان آنان همچون دیگران، به دلیل نگرش منفی به زن و مدیریت وی، نسبت به کارآفرینی زنان باور و اعتقاد راسخی نداشته‌اند. این مانع اغلب در مقطع ایجاد کسب و کار مطرح بود و در ادامه، کاهش یا محو شده است. در روستاها، علاوه بر این مورد، کارکنان زن نیز دشواریهای دیگری برای کارآفرینان داشته‌اند و به دلایل زیر در ابتدای شکل‌گیری کسب و کار حتی از حضور اجتماعی پرهیز می‌کردند:

✓ حساسیت همسران

✓ ناپسند بودن مواجهه با مردان از لحاظ هنجارهای محلی

✓ نگرانی از مسئولیت‌پذیری

✓ نگرانی از کار در خارج از خانه

۳-۱۲. موانع محیطی

این دسته از موانع عمدتاً فرهنگی، اجتماعی و تا حدی قانونی است. این موانع فقط با کوشش فردی قابل رفع نیست بلکه نیازمند اصلاحات و تحولات تدریجی ارزش آفرین در محیط است.

الف- فرهنگی- اجتماعی

نگرش جامعه به زن و تصویری که از نقش و ویژگیهای او در باور عمومی وجود دارد، او را در محدوده‌ای از وظایفی خاص قرار می‌دهد. قضاوت در مورد مسئولیت، نقش و توان او براساس این محدوده سنجیده می‌شود. به طور کلی موانع فرهنگی- اجتماعی عبارت‌اند از:

✓ عکس‌العملهای منفی اجتماعی: کارآفرینان مورد مطالعه در اغلب موارد به ویژه آنها که یا از نظر موقعیت زمانی و مکانی در محدودیتهای زیادی به سر برده‌اند و یا در حرفه‌هایی مغایر با پذیرش عمومی جامعه کارآفرین شده‌اند، فشار زیادی را از سوی محیط خود پذیرا شده‌اند و با عکس‌العملهای متعدد در شروع کسب و کار در قالب مضامینی همچون «زن را چه به این حرفها» مواجه بودند.

✓ برخوردهای منفی سازمانها و مؤسسه‌های اقتصادی- اجتماعی: به طور طبیعی فرهنگ هر جامعه در متن فرهنگ سازمانی رسوخ می‌کند، از این رو همان نحوه برخورد در سازمانهای اقتصادی- اجتماعی به چشم می‌خورد. این برخوردها یا به صورت مستقیم و اظهارنظر منفی در مقابل ابتکار و نوآوریها بروز پیدا می‌کند و یا به صورت تأخیر در ایجاد و توسعه کسب و کار و عدم ارائه امکانات لازم و برخورد بی‌تفاوت با موضوع نمایان می‌شود. برای بسیاری از کارگزاران این سازمانها به ویژه در شروع بسیار سنگین بوده که یک زن به طور مستقل و جدا از چتر حمایتی یک مرد بتواند با ابتکار عمل، خلق و ایجاد یک ایده، کسب و کار جدیدی تأسیس کند.

✓ ناامنی اجتماعی: این باورها سبب شده است که فضایی امن برای حضور زنان در برخی صحنه‌ها فراهم نباشد. به عنوان مثال رفت و آمد آنها در برخی مکانها، سفرهای داخلی و خارجی، رانندگی در جاده‌های بین شهری مواردی است که یا به تنهایی برای یک زن امکان‌پذیر نیست و یا به سختی انجام می‌شود.

ب- قانونی

موانع قانونی برای زنان کارآفرین بسیار محدود است چون تقریباً در تمام قوانین اقتصادی تفکیک جنسیت وجود ندارد. بنابراین بخشی از موانع موجود نه تنها خاص زمان بلکه برای تمام کارآفرینان است. بخش دیگر حاصل محدودیتهای فرهنگی و اجتماعی است که بر بعضی زمینه‌های قانونی سایه انداخته است. از آن جمله می‌توان به عدم پذیرش و اقامت یک زن تنها در برخی اماکن مانند هتلها اشاره کرد.

همانطور که اشاره شد کارآفرینان مورد مطالعه به‌رغم محدودیتهای فردی، سازمانی و محیطی توانسته‌اند از حصار موانع موجود عبور کرده و با خلق اثر و به کارگیری تدابیری نو، مسیر کارآفرینی خویش را هموار کنند. تجارب آنان نشان می‌دهد که می‌توان در شرایط محیطی موجود نیز مؤسس، خلاق، مبتکر و نوآور و اثربخش بود اما تصویر محدودیتها نشان از آن دارد که چنانچه

کوششی اجتماعی در راستای رفع و حذف آنها صورت نگیرد موجب اتلاف نیمی از ظرفیتهای مستعد خواهد شد. در این مقطع دخالت ویژه دولت لازم است تا به دور از طرح هرگونه شعار نسبت به سیاستهای حمایتی و قانونمند کردن کارآفرینی زنان همت گمارد.

۱۳. ضرورت توسعه کارآفرینی خصوصا کارآفرینی زنان در شرایط کنونی

امروزه، جوامع با تحولات و تهدیدهای گسترده بین‌المللی روبرو هستند. حولات و دگرگونیهای نظام اجتماعی- اقتصادی عصر حاضر، حاصل از پیشرفتهای شگرف علمی و فن‌آورانه است که در جایگاه خود موجب دیدگاهها، ضرورتها و نیازهای جدیدی شده است. برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونیهای یادشده، نمی‌توان به روشها و فرایندهای موجود اکتفا کرد. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع، نیازمند ارائه راهها و روشهای جدید به منظور رویارویی با مشکلات است. به همین خاطر است که نوآوری، ابداع، تولید محصول جدید، فرایندها و روشهای نو پیش از پیش ضرورت می‌یابد. به منظور استفاده بهینه از تواناییهای زنان و دستیابی به توسعه اقتصادی، سیاست‌مداران با کمک اقتصاددانان و برنامه‌ریزان به دنبال ارائه الگویی هستند که نقش کارآفرینی زنان را در توسعه همه جانبه به ویژه توسعه اقتصادی تقویت کند. کشورهای پیشرفته صنعتی خیلی سریع توانستند نقش زنان کارآفرین را در توسعه اقتصادی کشف کنند و به دنبال توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان زنان بوده و در این راستا سیاستهای حمایتی مناسبی را در تقویت ویژگیهای کارآفرینانه و بقای روحیه کارآفرینی در میان زنان اتخاذ کرده‌اند. در واقع در عرصه کنونی جهان، زنان خلاق، نوآور 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 فن‌آوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار، در جوامع تبیین یافته است.

چرخهای توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آیند، از این رو پرورش نیروهای خلاق و نوآور، یکی از مباحث مهم در سطح صنعت، خدمات و دانشگاههاست. امروزه همه دریافته‌اند جوامعی که بیشتر به فکر متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به رغم مزایای آن از جمله موانع توسعه‌یافتگی محسوب شده است، در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آنها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه، کارآفرینی، از کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند. به ویژه در عصر حاضر که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات است، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد.

کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر جوامع بشری است؛ منبعی که به توان و خلاقیت انسانها باز می‌گردد.

افزایش میزان توجه سیاست‌گذاران، دولت‌مردان و مدیران به این موضوع حساس و ضروری در جامعه در حال رشد ما، زمینه مناسبی برای بروز استعداد‌های زنان و دختران کارآفرین به منظور توسعه اقتصادی کشور فراهم خواهد ساخت. رسیدن به این هدف نیازمند همکاری نزدیک دولت در تدوین سیاستها، خط‌مشی‌ها و قوانین، و محافل علمی در ارائه راهکارهای اجرایی برای شناسایی، پرورش و شکوفایی استعداد‌های این افراد است تا از این طریق بتوانیم هر چه بهتر و بیشتر از این ذخایر گرانبها و پایان‌ناپذیر به نحو احسن استفاده کنیم.

منابع

الف) فارسی

- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۰)، «برخی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر مشارکت محدود زنان»، ماهنامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ویژه‌نامه دومین همایش مسائل اجتماعی ایران، شماره ۴.
- بازرگان، زهرا (۱۳۷۶)، «نقش آموزش عالی در شکوفایی استعداد‌های درخشان»، مجموعه مقالات زن در یافته‌های نوین پژوهشی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدار لوک، ژوزه دزیل و لوک لامارش (۱۳۸۰)، روانشناسی اجتماعی، مترجم: حمزه گنجی، تهران: انتشارات ساوالان.
- پاکنهاد، مریم (۱۳۸۰)، «زن در زبان فارسی»، پژوهش زنان: فصلنامه مرکز مطالعات و تحقیقات زنان، دوره اول، شماره ۱.
- چابکی، ام‌البنین (۱۳۷۴)، «تأثیر باورهای غلط و نگرش‌های منفی بر میزان مشارکت اجتماعی زنان»، همایش زن و توسعه فرهنگی در دانشگاه الزهرا.
- چلبی مسعود (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظم اجتماعی، تهران: نشرنی.
- خسروی، زهره (۱۳۷۸)، «نقش تأهل و اشتغال بر خودپنداره زنان ایرانی» در کتاب زن در یافته‌های نوین پژوهشی، تهران: انتشارات دانشگاه الزهرا.
- رابرتسون، ایان (۱۳۷۲)، درآمدی بر جامعه با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی، مترجم: حسین بهروان، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶)، توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ریترز، جورج (۱۳۷۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، مترجم: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

گسترش کارآفرینی میان زنان ۴۱

- سادات، محمدعلی (۱۳۶۱)، *خصوصیات زن*، تهران: انتشارات نهضت زنان مسلمان.
- سختوت، جعفر (۱۳۸۰)، «وضعیت اشتغال زنان در ایران با تأکید بر اشتغال فارغ‌التحصیلان و مدارس حرفه‌ای دختران در شهر تهران»، *ماهنامه انجمن جامعه‌شناسی*، شماره ۵.
- سفیری، خدیجه (۱۳۷۷)، *جامعه‌شناسی اشتغال زنان*، تهران: انتشارات تبیان.
- سیدان، فریا (۱۳۷۸)، «نگرش‌های کلیشه‌ای در امور زنان» در *کتاب زن در یافته‌های پژوهشی*، تهران: دانشگاه الزهرا.
- شادی‌طلب، زاله (۱۳۷۷)، «مدیریت زنان: ضرورت تغییر رفتار در نقش مدیریت»، در *مجموعه مقالات نخستین همایش جامعه‌شناسی و مدیریت*، سازمان مدیریت صنعتی.
- شارون، جونل (۱۳۸۰)، *ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی*، مترجم: منوچهر صبوری، تهران: نشرنی.
- صابر، فیروزه (۱۳۸۱)، *راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران*، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- صداقت، سعید و زهرا زاهد (۱۳۷۴)، «نقش‌های جنسیتی در تصاویر کتاب‌های درسی دوره ابتدایی»، *فرزانه: ویژه مطالعات و تحقیقات مسائل زنان*، شماره ۵.
- عباسی، صفورا (۱۳۸۱)، «تضاد خانوادگی زنان شاغل و عوامل مؤثر بر آن»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری اجتماعی*، دانشگاه شهید بهشتی، گروه جامعه‌شناسی.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷)، *روانشناسی اجتماعی نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها*، تهران: انتشارات ارسباران.
- گرث، هانس و سی رایت میلز (۱۳۸۰)، *منش فرد و ساختار اجتماعی روانشناسی نهادهای اجتماعی*، مترجم: اکبر افسری، تهران: انتشارات برکه.
- گروه پژوهش‌های آماری و انفورماتیک (۱۳۸۰-۱۳۷۹)، *آمار آموزش عالی ایران*، تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳)، *جامعه‌شناسی*، مترجم: منوچهر صبوری، تهران: نشرنی.
- مجتهدی، مهین (۱۳۸۰)، «بررسی باورهای جنسیتی در محتوای کتابهای درسی دوره ابتدایی»، *مجموعه مقالات ارائه شده در همایش ملی اصلاحات در آموزش و پرورش*، دبیرخانه همایش.
- محمدی اصل، عباس (۱۳۸۱)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی زنان: جنسیت و مشارکت*، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- نوابی‌نژاد، شکوه (۱۳۷۹)، *روانشناسی زن*، تهران: انتشارات ایران‌یان.
- نوروزی، کامییز (۱۳۸۰)، «حقوق زنان، طرح مسئله‌ای دیگر»، *نشریه زنان*، شماره ۶۷.

ب) انگلیسی

- Abercombie, Nicholas, Hill Stephen and Brayans Turner (1984), *The Penguin Dictionary of Sociology*, Penguin Books.
- Baron, Robert A. and Jerald Greenberg (1990), *Behavior in Organization, Understanding and Managing the Human Side of Work*, Allyn and Bacon.
- Bilton, Tony et al (1997), *Introductory Sociology*, MacMillan.
- Brogatta, Edgar F. and V. Montgomery (2000), *Encyclopedia of Sociology*,

- MacMillan Reference.
Burch, John G. (1986), *Entrepreneurship*, John Wiley and Sons.
Drucker, Peter F. (1993) *Innovation and Entrepreneurship*, New York: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
Jones, Edward (1989), *The Social Science Encyclopedia*, Ed: Kuper Adam and Kuper Jessica, London and New York: Routledge.
Morrison, Alison (1989), *Entrepreneurship: An International Perspective*, Great Britain: Plant Tree.
Watson, Alexander, Karen Halm and Olander Wise (1996), *The Entrepreneurs Complete Source Book*, Prentice Hall.
Woolfolk, Anita (2001), *Educational Psychology*, Allyn and Amp; Bacon Publication.
Yorburg, Betty (1974) *Sexual Identity, Sex Roles and Social Change*, Wiley Interscience Publications.

(ج) سایتهای اینترنتی

هفته‌نامه اکونومیست (۲۰۰۷)، ژوئن.

<http://www.karafarini.sharif.ir>

