

نویسنده: سمیه جنگچی

اشتغال منبع کارآفرینی زنان است

مستقل و جدا از هم تلقی شدند که یکدیگر را تحت تاثیر قرار نمی دهند و باید این دو حیطه و وضایف مربوط به هر یک دور از دیگری نگه داشته شوند. اما با پیدایش و افزایش خانواده هایی که در آنها زن و شوهر هر دو شاغل و دارای درآمد بودند، سبک زندگی نوینی شکل گرفته است که به تبعیت از نقش های سنتی زن در خانه و با پذیرش و ایفای تعهدات بیشتر و جدید تر زنان را با فشار های متعددی مواجه می کرد.

فشار های فیزیکی ناشی از انجام وظایف پایان نا پذیر کاری و خانگی موجب خستگی مفرط زنان شاغل می شد و فشار های روانی ناشی از برآورده نکردن تقاضاهای منبعث از تلقی های سنتی اضطراب و افسردگی را در آن ها ایجاد می کرد.

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 بطور چشم گیری از دست داد و بویژه در جوامع شهری مسولیت هایی چون مراقبت از فرزندان و کار های مرتبط با خانه داری تا حدودی از حیطه اختصاصی زنان خارج شد. گرچه برای تعدیل انتظارات موجود برای مسولیت های خانگی زنان راه های نرفته زیادی باقی مانده است.

برای پاسخ گویی به تقاضاهای همچنان باقی مانده از نقش های سنتی زنان در دهه گذشته نهاد ها و موسسات بسیاری شکل گرفته اند که خدمات آنها با استقبال زیادی مواجه بوده است.

زن شاغلی را تصور کنید که بنا به تعهد کاری خود روزانه ساعات متمادی را در محیط کاری خود می گذراند. پیشاپیش مشخص است که این زن برای تعادل خواسته های فردی و خانواده اش به نهاد های وابسته اجتماعی و خدمات نظامتی، بهداشتی... نیاز دارد.

تاسیس مهد کودک ها برای نگهدار کودکان در کنار راه اندازی شرکت ها و نهاد های متعدد خدمات رسان که انجام همه امور خانگی از جمله

نهم خیر و صلاح زنان را در بازگشت به خانواده و ایفای شغل مقدس و معتبر خانه داری می داند. با این وجود می توان دریافت که بازگشت زن به خانواده و صرف نظر کردن او از فعالیتهای گسترده اجتماعی و اقتصادی به نفع اشتغال آفرینی برای مرد موظف به اداره زندگی و پرداخت نفقه راه حل دولتیان جدید است.

مشارکت زنان، سهم زنان در هیئت های علمی سراسر کشور است که در سال ۱۳۸۰ فقط ۱۸/۲ درصد بود. نتایج پژوهش دیگری درباره ساختار اشتغال بر حسب جنسیت در ایران نشان دهنده آن است که بیشترین مشارکت زنان در بخش خدمات و حوزه فعالیت های آموزشی و بهداشتی است که میزان آن تا ۲۳٪ می رسد اما کمترین میزان سهم اشتغال زنان با ۱۴٪ مربوط به بخش های ارتباطات انبار داری و ساختمان و حمل و نقل است که به نوعی مشاغل مردانه محسوب می شوند.

این حجم از هیاهو بر سر تنگ شدن فضای کاری مردان بدلیل ورود زنان به بازار های کار وقتی وقتی کنار آمار ۱۳ درصدی مشارکت زنان در عرصه اقتصادی و اجتماعی قرار می گیرند، مشخص می سازد ساز و برگ ها و زمینه چینی ها برای بیرون گذاشتن زنان و دختران از دایره اشتغال صرفا بهانه ای برای توجیه ناتوانی های دولت در اشتغال آفرینی برای عموم افراد جامعه است.

کار آفرینی و ابتکار عمل به یمن حضور زنان
بر خلاف آن تصور ابتدایی و رایج که اشتغال زنان را مانع اشتغال مردان می دانند و نفقه مردان را برگ برنده او برای دریافت فرصت های بیشتر شغلی او نسبت به یک زن، مستندات و آماري کشور های مختلف آشکار می کند که اشتغال زنان باعث اشتغال زایی بیشتر در جامعه میشود.

در حالی که تا پیش از انقلاب صنعتی کار مسولیتی مردان و خانواده حوزه مسولیتی زنان تلقی می شد. پس از انقلاب صنعتی (کار - خانواده) دو حیطه

نباید حضور زن را در اجتماع آن قدر بزرگ و پر رنگ کنیم که مسولیت مادری و اصلی و مهم زن در خانه کم رنگ شود. باید کف و سقفی برای حضور زنان در جامعه مشخص شود.

در مقابل اما تلقی های جدیدی از حضور زنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که ایده هایی کاملا متناقض با گذاره های بالا را مطرح و با استناد به آمار و ارقام در سطوح کلان صحت آنها را اثبات می کند. یکی از مباحث جدی سالهای اخیر در سطح جامعه جهانی این است که فقط کشورهای توانسته اند گام های بلندی در مسیر توسعه همه جانبه بر دارند که به ضرورت بهره برداری بیشتر از ظرفیتهای انسانی زنان توجه کرده اند.

آمار ها همیشه زبانی گویا دارند. آمارها به سادگی و صراحت روند سراغ صورت مسئله و به روشنی نشان می دهند که بازار کار کنونی ایران یا انبوهی از جمعیت متقاضی کار رو به روست. آمارها هشدار می دهند که نا کافی بودن فرصتهای شغلی به افزایش بیکاری منجر خواهد شد و اینکه وضعیت موجود در فرایند ایجاد اشتغال نه با تقاضای بیکاران تناسبی دارند و نه حتی با تعداد دانش آموزان دانشگاهی و یا جمعیت کشور.

به این آمارها بی افزایی افزایش تعداد زنان دارای تحصیلات عالی را که بازار کار پاسخگوی نیازهای آنان نیست و در نتیجه همه عوامل مهیا است تا دست در دست یکدیگر بحرانی جدید را در این حوزه در آینده کشور رقم بزنند. بحران بیکاری زنان جوان تحصیل کرده! راه حل تجویز شده برای مقابله با بحران احتمالی چنین است: (تحصیلات زنان و حضور اجتماعی آنها خیلی جاها برای ما مشکل ساز شده است زنان نمی توانند این نوع تحصیلات را با زندگی شان جمع کنند و این مسئله مانع رشد زندگی خانوادگی می شود. جمع کردن تحصیل و اشتغال اساسا با زندگی خانوادگی مشکل است.) توضیح بیشتر این است که دولت

یکی از معیارهای ارزیابی کشورها از نظر توسعه میزان حضر و مشارکت زنان در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی است. در کشورهای در حال توسعه به دلایل مختلف فرهنگی و اجتماعی زمینه های مشارکت زنان در ساختار های اجتماعی و اقتصادی محدود شده است. توجه به وضعیت اشتغال زنان و هدایت آنها به بازار کار می تواند زمینه بهره گیری بهتر جامعه از این نیروی بالقوه را فراهم آورد.

در جامعه امروز زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سالهای اخیر سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است.

یک تلقی عام وجود دارد مبنی بر آنکه (اگر زنی شغلی بدست آورد یا در سازمان و یا نهادی استخدام شود از سهم مردی که جویای کار است می دزدد و فرصت شغلی و استخدامی ای را که می توانست نصیب مردی شود و خانواده ای را خوشبخت سازد هدر می دهد) با این تلقی است که شاید گفته می شود: (ایجاد موقعیت شغلی و استخدامی برای یک زن امکان یافتن شغل و استخدام شدن را از مردی که باید نفقه بپردازد می گیرد و این یعنی گرفتن امکان موفقیت از یک خانواده)

بدون در نظر گرفتن آنکه استخدام شدن و یا اشتغال یک زن چه نسبت مستقیم و یا معکوسی با موفقیت یک خانواده دارد و چه تضمینی است مردی که فرصت اشتغال بدست آورده خانواده ای موفق را سر و سامان دهد این پیش فرض در ذهن بسیاری از مسولان حکومتی و مردم عادی جا خوش کرده که اشتغال زنان مانعی برای اشتغال مردان است.

شاهد دیگر نفوذ این تلقی سخنان یکی از مسولان مرکز امور زنان و خانواده است که چندی پیش گفته بود: (این دیدگاه اشتباه است که بگوییم چون زنان نیمی از جامعه هستند باید نیمی از شاغلان دانشجویان و نماینده های مجلس هم زن باشند.

آشپزی، خرید و نظافت را بر عهده دارند. راه هلی است که هم نیاز های خانگی زنان شاغل را که معطوف به نقش های همسری و مادری است، مرتفع میسازد. هم به اشتغال زایی برای زنان و مردان دیگری می انجامد.

به همه اینها بی فزاید صنایع نو پایی چون تولید محصولات بسته بندی شده متعدد که تهیه انواع و اقسام ترشی ها، شیرینی جات، خوراک های غذایی و... را با کیفیت های استاندارد شده راحت الوصول و ساده می سازد. بعلاوه میتوان به کالا های عصر مدرن اشاره کرد که انجام وظایف خانه را آسان تر کرده است.

کارخانه های مختلف ساخت لوازم خانگی از جارو برقی فریزر، و ماشین لباسشویی تا سرخ کن قهوه ساز، سالاد گیر و... که امواج گسترده ای را در کار آفرینی و اشتغال و ابتکار در صنعت مدرن برانگیخته اند.

معلوم است که با رونق گرفتن هر صنعتی و اختراع و تولید لوازم خانگی جدیدی بازار کار وسیعی برای تعمیر کاران آنها نیز شکل گرفته است.

بنا بر این به نظر می رسد که هر گونه اقدام یا اظهار نظر برای بازگشت زنان به مرز های گذشته امکان پذیر نیست. و نشان دهنده عدم تحلیل درست از شرایط اجتماعی و اقتصادی و نداشتن برنامه های مناسب و راه حل های مناسب واقعی برای بحران بیکاری در دهه های آتی است.

بررسی های دقیق بانک جهانی نشان میدهد در کشور های شمال اروپا که زنان بیشتر در بازار کار فعال هستند بر خلاف جنوب این قاره که زنان کمتری به فعالیت اقتصادی خارج از خانه می پردازند. آمار بیکاری پایین تر است.

در سالهای اخیر، بانک جهانی، که کارشناسان آن توصیه های موثری برای بهبود وضعیت اقتصادی آنها دارند، تاکید دارند که فعالیت زنان در عرصه های اقتصادی کمک زیادی به بهره گیری کامل از ظرفیت های اقتصادی کشور می کنند.

این موضوع بویژه در کشور های منطقه خاورمیانه از جمله ایران، که دارای زنان با مهارت های علمی روز به روز در حال افزایش است، اهمیت بیشتری دارد. در ایران پیش بینی می شود که تعداد زنان فعال کشور به ۳/۲۴ میلیون نفر در سال ۱۳۸۵ برسد که این رقم اگرچه نسبت به سال ۱۳۶۵ افزایش بیش از ۲ درصدی زنان شاغل را نشان می دهد. اما بدلیل افزایش جمعیت و به تبع آن تقاضای بیشتر برای ورود به بازار کار تنها منجر به افزایش یک درصدی سهم زنان در جمعیت شاغل کشور در یک دهه گذشته شده. یعنی سهم زنان در جمعیت شاغل کشور از ۱۲ در صد در ۱۳۷۵ به ۱۳ درصد در ۱۳۸۳ رسیده است.

از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی اقتصادی زنان در مشاغل در خارج منزل مواجه شده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه در وضعیت مطلوبی نیست. همواره زنان همواره فرصت های شغلی کمتری دارند و اکثراً در بخش های غیر رسمی یا اندک دستمزدی مشغول به کار هستند. و در واقع می توان گفت طبق آمار سال ۱۳۷۵، تنها

۱۲/۱ درصد زنان ۱۰ ساله و بیشتر کشور از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۴۵/۸ درصد) و حدود ۱۶/۷ درصد در بخش صنعت در گروه صنعت (ساخت) ، اشتغال دارند.

حدود ۷۱ درصد شاغلان بخش خدمات در گروه های آموزشی، بهداشتی و مدد کاری مشارکت دارند.

بیشتری شاغلان زن در گروه های حقوق بگیران قرار دارند (۶۰ درصد) و تنها ۰/۹ درصد شاغلان کارفرما هستند. زنان شاغل بیشتر در نقاط شهری ۵۶ درصد سکونت دارند و در گروه سنی ۲۵- ۲۹ سال قرار دارند و پس از آن گروه عمده ای مشغول ازدواج و پرورش فرزند و بطور کل مشغول اداره امور خانواده می باشند. با اینکه نرخ فعالیت ایران نسبت به سایر کشور ها بسیار پایین است (۴۳/۶ درصد) این امر در مورد زنان (۱۵ درصد)

است. فرایند کار آفرینی زنان را میتوان از ابعادی متنوع بررسی کرد و آن را متاثر از مجموعه عوامل فردی، محیطی و سازمانی دانست.

و ویژگی های جمعیتی شناختی مد نظر است می توان گفت میان توانایی های شخصی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود بر اشتغال زنان رابطه متقابلی وجود دارد. بطوری که پنداشت از خود و اعتماد به نفس بالا تاثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنها دارد. بنا بر اطلاعات جمعیت شناختی هرچه نرخ باروری بدلیلی جوانی جمعیت افزایش می یابد با نزول اشتغال زنان مواجه هستیم. همچنین میان تعداد فرزندان و اشتغال رابطه معکوس وجود دارد بطوری که تنها ۲۳/۸ درصد از زنان دارای ۳ فرزند یا بیشتر در مقابل ۵۷/۷ درصد زنان با ۱ یا ۲ فرزند به فعالیت شغلی می پردازند.



وضعیت تاهل نیز بی تاثیر در این موضوع نیست. بطوری که زنان مجرد از آزادی عمل بیشتری برای اشتغال و فعالیت اقتصادی، اجتماعی نسبت به متاهلین برخوردار هستند.

تحصیلات نیز عامل قابل توجهی است، طبق آمارهای رسمی (۷۵) ۷۴/۲ درصد زنان کشور با سواد هستند و درصد قابل توجهی از جمعیت دانشجویی را زنان تشکیل می دهند. با وجود این سهم زنان و همچنین درصد مدیران زن با تحصیلات عالی بسیار محدود تر مدیران زن بدون تحصیلات عالی است. به صراحت می توان گفت که عامل محیطی نقش

بسیار مهمی را نسبت به ویژگی های شخصی و توانمندی شخصی بسیار متاثر از عوامل محیطی است. وضعیت اجتماعی فرهنگی حقوقی دینی سیاسی و اقتصادی جامعه مملکتاً نقش بسزایی را در تقویت یا تضعیف فعالیت ها در امور متفاوت دارد. در حوزه فعالیت زنان و فراتر از آن خود اشتغالی آنها مانع محیطی بسیاری را می توان برشمرد.

نا امنی های اجتماعی که امکان حضور فعال زنان در جامعه، که لازمه اش سفر های بین شهری، اقامت در هتل ها و اقامت در اماکن سالم است را با مشکل مواجه کرده است. با مرور بر شرایط حاکم بر ۳ دهه اخیر، متوجه می شویم که ایدئولوژی حاکم بر سالهای اولیه انقلاب بیشترین لطمه را بر مشارکت زنان وارد کرده است. که تعطیلی مهد کودک های دولتی و مراکز تنظیم خانواده بازنشستگی زودرس زنان تعریف شغل های مشابه نقش مادری برای زنان از آن جمله هستند.

در بعد فرهنگی فرهنگ اقتدار گرا و مرد سالار همواره رواج دهنده باور های سنتی و کلیشه های جنسیتی بوده و از ابتدا تربیت و اجتماعی شدن دختران در نظر گرفتن خویش به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم بینی توانایی خویش را در پی داشته است. همچنین کمبود آگاهی زنان در زمینه حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی و حرفه ای و عدم شرکت در تشکل های صنعتی حرفه ای و فعالیت های فرهنگی، اجتماعی به استمرار ساخت نا برابر کمک می کند. بدلیل نگاه جنسیتی، فرصت های اجتماعی و شغلی کمتر بطور برابر با توجه به شایستگی افراد، فارغ از جنسیتشان قعلاً گشته است، همواره شاهد تبعیض های جنسیتی در جامعه هستیم.

در بعد اقتصادی: در حالی که زنان در بطور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیشتر از مردان کار می کنند، بدلیل بدون مزد بودن کار خانگی همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می گیرد. ارتقای مقام ها تنها بر اساس شایستگی ها صورت نمی پذیرد.

پیشنهادها

اکنون در دوران سازندگی قرار داریم و از طرفی دیگر بحران اقتصادی را در پیش داریم، تقویت و ایجاد شرایط محیطی برای رشد کارآفرینان در سطح کلان ضرورت دارد. در این ارتباط این پیشنهادها را برای تحقیق آن اعلام می دارد:

- برنامه ریزی کلان برای ترویج فرهنگ کارآفرینی میان نوجوانان و جوانان کشور با توجه به این نکته که فرهنگ کارآفرینی، خود اشتغالی از زمان نوجوانی قابل شکل گیری است، لازم است تغییراتی در نظام آموزش و پرورش و دانشگاه ها به همین منظور شروع کرد.
- پرورش مروجان و مربیان کارآفرینی توسط سازمان تخصصی در امر تربیت مدیریت اقتصادی کشور نظیر سازمان مدیریت صنعتی.
- منابع مورد استفاده:
- کتاب توسعه - مصطفی ازکیا - انتشارات نی - ۱۳۷۸
- سایت های اینترنتی
- مجله تعاون شماره ۱۰۳
- مجله کشاورز ۲۱۱