

## زنان، اشتغال، کارآفرینی

### نفیسه قانديها<sup>۱</sup>

#### اشتغال زنان

زنان بیش از ۵۰٪ از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند و از راه‌های مختلف از جمله آموزش، پزشکی، مهندسی، کشاورزی، مدیریت خلاقانه و پرورش خانواده‌های خود به پیشرفت‌های ملی کمک می‌نمایند. در شرایط اقتصادی فعلی، اکنون بیش از هر زمان دیگر، جهان به منابع جدید تولید اشتغال و ایجاد ثروت نیاز دارد و نمی‌توان این نیمی از جمعیت جهان را کنار گذاشت؛ اما هنوز هم در کشورهای در حال توسعه، تعداد زیادی از زنان به دلایل مختلف اجتماعی، فرهنگی و دلایلی همچون ساعات کار طولانی، عدم تشویق، عدم دسترسی به مراکز نگهداری کودکان به صورت انعطاف‌پذیر و... از ورود به عرصه‌ی کار، خودداری می‌نمایند. از طرفی دیگر در حالی که اکثر مدیران موافق این امر هستند که بهترین نیروی کار، صرف نظر از جنسیت، فردی است که شغل خود را به بهترین نحو و با موفقیت بیشتر انجام دهد، اما همچنان تعصب جنسیتی ناخودآگاه وجود دارد.

ذات و پیکره‌ی کارآفرین به طور سنتی با مردان در ارتباط بوده است، به این دلیل که ویژگی‌های مرتبط با این فعالیت بیشتر مردانه بوده و برای مردان مناسب‌تر از زنان است، اما امروزه اختلاف جنسیتی دیگر مانعی برای اداره‌ی یک تجارت و کارآفرینی نیست. در جامعه سنتی زنان محدود به چهاردیوار خانه‌ها بودند و فعالیت‌های خانه را در دست داشتند، درحالی که در جامعه مدرن، وارد اجتماع شده تا در انواع فعالیت‌ها شرکت نمایند. زنان چندین دهه صاحب مشاغل بودند و آنها را اداره می‌نمودند، اما هیچ‌گاه تلاش‌های آنها دیده نمی‌شد و اعتبار نمی‌گرفتند، زیرا اغلب در کنار مردان یا همسران خود کار می‌کردند؛ اما در سال‌های اخیر عوامل مختلفی در دیده شدن تعداد زنانی که مشاغلی را راه‌اندازی می‌نمایند تأثیرگذار بوده است.

---

<sup>۱</sup> مرکز کاریابی و مشاوره شغلی تحول‌آفرینان

## تئوری سقف شیشه‌ای

عبارت «سقف شیشه‌ای» به یک مانع نامرئی اشاره دارد که مانع دستیابی شخصی به بیشتر از آن می‌شود. سقف‌های شیشه‌ای اغلب در محل کار مشاهده می‌شوند و معمولاً مانعی برای دستیابی به قدرت و موقعیت برابر با جمعیت غالب‌تر هستند. لذا بر اساس تعاریف مختلف، سقف شیشه‌ای، موانع مصنوعی مبتنی بر تعصب نگرشی یا سازمانی است که افراد واجد شرایط را از پیشرفت به سمت بالا و سمت‌های مدیریتی باز می‌دارد.

دقیقاً مشخص نیست چه کسی این پدیده را بیان کرده است، اما از این اصطلاح در اواسط دهه ۱۹۸۰ با محوریت زنان استفاده گردیده، زیرا زنان زیادی که در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ وارد کار شدند، خود را ناتوان از پیشرفت در سطح معینی از مدیریت می‌دانستند. در دهه ۱۹۸۰ اصطلاح سقف شیشه‌ای غالباً با اصطلاح دیگری با نام "Mommy Track" (آهنگ مادری) به کار رفت. بر اساس این اصطلاح تصور می‌شد که زنان وقت زیادی را برای فرزندانشان خود سپری می‌کنند و به همین علت به مرخصی‌های زیادی نیاز دارند یا به طور کلی شغل خود را ترک می‌نمایند. در صورتی که زنان به کار خود بازگردند، نیز این اعتقاد خواهد بود که آنها به دلایل وظایف مادری، زمان کمتری را برای شغل خود اختصاص می‌دهند. لذا به دلیل اینکه بسیاری از سازمان‌ها زنان جوان را در مسیر مادری می‌دیدند، این تصور این تصور ایجاد گردید که زنان نمی‌توانند تأثیر واقعی در سازمان داشته باشند. در حالی که موضوع آهنگ مادری تا حد زیادی با قوانین مربوط به خانواده و زنان (همانند مرخصی زایمان) مورد توجه قرار گرفته است اما مشکل اثر سقف شیشه‌ای همچنان باقی مانده است.

سقف شیشه‌ای سدی نامرئی است که مانع از ارتقاء زنان به بالاترین رتبه‌های یک شرکت می‌شود. اثر سقف شیشه‌ای، مقاومت گسترده در برابر تلاش‌های زنان برای دستیابی به رده‌های برتر مدیریت در شرکت‌های بزرگ است. اگرچه زنانی خواهند بود که مهارت، استعداد و آموزش بهتری نسبت به همسالان مرد خود دارند اما بدیهی است که همواره موانع و فرصت‌های نابرابر جهت پیشرفت زنان وجود خواهد داشت. سقف شیشه‌ای به این دلیل نام‌گذاری شده است که نقطه‌ای است که زنان به فراتر از آن نمی‌توانند برسند یا سقف پیشرفت خود را نشان دهند. بر طبق این تئوری، برخی از افراد ظرفیت زنان در نقش‌های رهبری را زیر سؤال برده‌اند، زیرا

الزامات رهبری با نقش‌های اجتماعی زنان مغایرت دارد و از آنجا که مردان اکثر نقش‌های رهبری را اشغال می‌کنند، فرض بر این است که نقش رهبری خواستار شخصیت‌های مردانه است.

همانطور که از اسم تئوری مشخص است، جنس این سقف از شیشه می‌باشد، زیرا معمولاً مانعی قابل مشاهده نیست و ممکن است یک زن تا زمانی که به سد راه نرسد، از وجود آن آگاهی نداشته باشد در حالی که می‌تواند فراتر از آن را ببیند. لذا نکته قابل توجه این است که به جای اینکه سدی ملموس وجود داشته باشد که بتوان آن را آسان تشخیص داد، یک سقف شیشه‌ای در محیط کار به روش‌های بسیار ظریف خواهد بود؛ به عبارت دیگر این روش صریح تبعیض علیه زنان نیست، هر چند ممکن است سیاست‌ها، اقدامات و نگرش‌های خاصی وجود داشته باشد که این موانع را بدون قصد تبعیض، ایجاد می‌کنند.

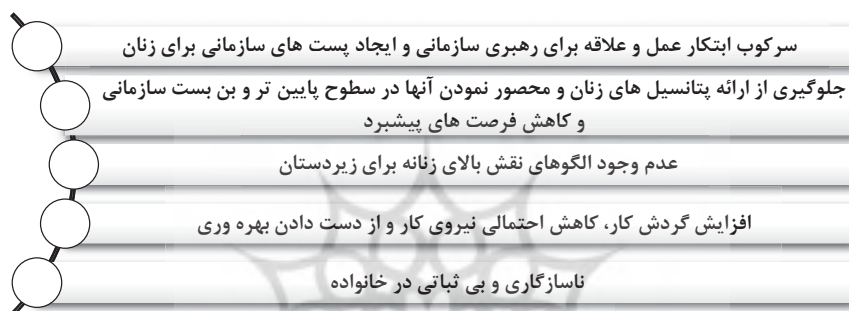
بسیاری از کارفرمایان تبعیض آشکار بر علیه زنان را قبول ندارند و بسیاری دیگر از شرکت‌ها که سقف شیشه‌ای در آنها وجود دارد به نظر می‌رسد که در حال اقداماتی هستند که چگونه به طور موثر این سد را از بین ببرند. متأسفانه هیچ استراتژی تضمینی وجود ندارد که به فرد کمک کند تا از سقف شیشه‌ای عبور نماید. اگرچه مطمئناً از هر قاعده‌ای استثنایی وجود دارد، اما به طور کلی زنان باید انتظار داشته باشند که صعود آنها به بالا دشوار خواهد بود. شاید لازم باشد که خود را دوبرابر بیشتر از همکاران مرد خود ثابت کنند و یا تکالیف اضافی، بخصوص کارهایی که از مشخصات بالایی برخوردارند را انجام دهند.

### دلایل سقف شیشه‌ای

در بحث سقف شیشه‌ای به نظر می‌رسد دو تفسیر قوی و مخالف وجود دارد؛ یکی نشان می‌دهد که این اثر، واقعا نتیجه اختلاف جنسیت است و دیگری اینکه تبعیض جنسیتی وجود دارد؛ اما در واقع شواهد نشان می‌دهند که این دو تفسیر تضادی با یکدیگر ندارند و عوامل زیر می‌توانند از جمله دلایل سقف شیشه‌ای باشند:

عوامل دولتی	عوامل فرهنگی	عوامل خانوادگی	عوامل سازمانی	عوامل فردی
• نبود قوانین و سیاست ها	• اعتقادات • جنسیتی • نقش ها	• مراقبت از فرزندان • تأثیرات همسر • پول و مادیات	• مرد محوری • ارزیابی • غیرمنصفانه • عدم سیاست	• عدم اعتماد به نفس • انعطاف پذیری کم • اولویت بندی کم

### تأثیرات سقف شیشه‌ای



### شکستن سقف شیشه‌ای



## کارآفرینی زنان

نقش یک زن به عنوان یک ملت‌ساز نشان می‌دهد که زنان نقش‌های خود را به خود محدود نمی‌کنند، بلکه در تصویر و زمینه بزرگتر ساخت ملت نیز نقش دارند. شواهد گسترده‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد تعداد بیشتری از زنان به مالکیت مشاغل کوچک و یا در حقیقت شروع به کار در تجارت خود علاقه‌مند هستند. علاوه بر این، میزان اشتغال زنان در بین کشورها نیز در حال افزایش است. اگر چه هیچ آمار رسمی در رابطه با مشاغل با جنسیت مالک یا مدیر آنها وجود ندارد، اما شواهد حاکی از افزایش چشمگیر کارآفرینی زنان است به طوری که نشان می‌دهد حدود یک سوم از کارآفرینان جهان زنان هستند.

کارآفرینی زنان فرآیندی است که در آن زنان فعالیتی اقتصادی خود را آغاز و تمام منابع را جمع‌آوری می‌کنند، با خطرات و چالش‌هایی روبه‌رو می‌شوند، برای دیگران اشتغال ایجاد نموده و شرکتی را به طور مستقل اداره می‌نمایند. زنان کارآفرین ممکن است به عنوان یک زن یا گروهی از زنان معرفی شوند که یک شرکت تجاری را راه‌اندازی، سازماندهی و اداره می‌نمایند. از نظر شومپتر به عنوان یک کارآفرین نوآور نیز، زنانی که یک فعالیت تجاری را نوآوری، تقلید و یا به کار می‌گیرند، زنان کارآفرین نامیده می‌شوند. کمال سینگ، کارآفرین برجسته راجستانی، کارآفرین زن را اینگونه تعریف کرده است: «یک زن با اعتماد به نفس و خلاق که قادر به دستیابی به استقلال اقتصادی به صورت جداگانه یا با همکاری است و از طریق ایجاد، تأسیس و اداره‌ی کارها، به ایجاد فرصت‌های شغلی برای دیگران می‌پردازد. زنان کارآفرین، بنیانگذار یا مدیرعامل مشاغل هستند و در حال حاضر با یک محصول یا خدمت منحصر به فرد در بازار حضور دارند و برای توسعه‌ی جهانی آینده تلاش می‌کنند.

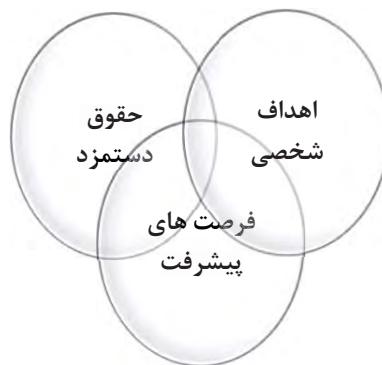
دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) با ارائه گزارشی از وضعیت کارآفرینی زنان در ۳۷ کشور جهان، بیان کرد که در برخی از کشورها مانند تایلند بیش از ۱۵٪ از زنان فعال، خود صاحب کسب‌وکاری هستند. این در حالی است که در چند کشور دیگر مانند نیوزلند، مکزیک، هند و چین فعالیت‌های زنان محدودتر بوده و این نرخ تقریباً بالاتر از ۱۰٪ است و در کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا، کانادا، شیلی و ایسلند بالاتر از ۵٪ است. همچنین در کشورهایی مانند سوئیس و بلژیک این نرخ پایین‌تر از ۵٪ یا حتی ۲٪ می‌باشد.



موضوع کارآفرینی زنان در ده سال گذشته، با افزایش تعداد ابتکارات، گسترش علاقه‌مندی به سیاست و از همه مهم‌تر تعداد رو به رشد زنان کارآفرین بسیار توسعه‌یافته است. فرهنگ نوین امروز به زنان این توانایی را می‌دهد که رئیس خود باشند، حقوق خود را بپردازند، نحوه‌ی کار را آسان‌تر کنند و تعادل شغلی و زندگی خانوادگی را تسهیل نمایند. با این وجود باید مشخص شود که با رشد کارآفرینی زنان چه نوع مشاغلی ایجاد می‌شود؟ (خوداشتغالی، کوچک، متوسط یا بزرگ)، در کدام بخش اشتغال ایجاد می‌شود؟ (با پتانسیل رشد خوب، سنتی یا نوآورانه)، چه کسانی شغل را ایجاد می‌کنند؟ (زنان بیکار، متخصص و در سطح بالا) و با چه نوع سرمایه‌ای نسبت به راه‌اندازی کسب‌وکار اقدام می‌نمایند؟ (خانواده و دوستان، سرمایه‌گذاری).

بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد، زنان به دلایل متفاوتی از مردان، مشاغل خود را راه‌اندازی می‌نمایند. در حالی که مردان مشاغل خود را در درجه اول برای به دست آوردن فرصت‌های رشد و سودآوری شروع می‌کنند، زنان اغلب برای رسیدن به اهداف شخصی مانند کسب احساس موفقیت، مشاغل‌شان را راه‌اندازی می‌نمایند. همچنین نابرابری در حقوق و دستمزدی که زنان به طور متوسط در مقایسه با مردان کسب می‌کنند، عاملی برای ایجاد انگیزه در برخی از زنان برای تصمیم‌گیری جهت راه‌اندازی مشاغل بوده است. علیرغم توجه به برابری در محیط کار، زنان هنوز هم در مقایسه با هم‌تایان مرد خود از حیث دستمزد و فرصت‌های پیشرفت، در معرض یک نقطه‌ضعف اساسی قرار دارند که نشان‌دهنده‌ی اختلاف یا شکاف فرصت می‌باشد. شکاف فرصت وضعیتی را توصیف می‌کند که تعداد زیادی از زنان درحالی‌که در جایگاه مناسبی از لحاظ شغلی قرار دارند اما به سمت نقش‌های رهبری نمی‌روند. بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که زنان کارآفرین به طور مداوم از هم‌تایان مرد خود بهتر عمل می‌نمایند، با این وجود، زنان هنوز فقط ۲۰ تا ۳۰ درصد مشاغل جدید را در سراسر

کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته آغاز می‌کنند. در بسیاری از موارد، زنان موفقیت مالی را تأیید بیرونی از توانایی خود می‌دانند و به عنوان هدف اصلی یا انگیزه برای شروع یک تجارت در نظر نمی‌گیرند، اگرچه میلیون‌ها کارآفرین زن بر این امر تأکید می‌کنند که سودآوری مالی به‌خودی‌خود مهم است.



بر اساس گزارش بانک جهانی توسعه در سال ۲۰۱۲، مشاغلی که تعداد معدودی از خانم‌ها موفق به آن می‌شوند احتمالاً کوچک‌تر بوده و در گسترش آن با مشکلاتی مواجه می‌شوند. زنان مشاغل کوچک را با سرعتی بالاتر از مردان شروع می‌کنند و مشاغل آن‌ها درآمدی بالاتر از میانگین تولید ملی ایجاد می‌کند. اگرچه مشاغل کوچک متعلق به زنان به طور سنتی در بخش خدمات بوده است، اما در سال‌های اخیر زنان کارآفرین به سرعت در حال پیشرفت به سمت تولید، ساخت‌وساز و سایر زمینه‌های صنعتی هستند.

یک کارآفرین زن همانند همه کارآفرینان نیز باید تمام امور مربوط به ایجاد شرکت را انجام دهد. این موارد شامل ایده پردازی و غربالگری ایده‌ها، تعیین اهداف، تهیه پروژه، تجزیه و تحلیل محصول و تعیین ساختار سازمانی شرکت، تکمیل تشریفات تبلیغاتی، جمع‌آوری وجوه، ماشین‌آلات، مواد و بهره‌برداری از شرکت است.

کارآفرینی مسیری را برای زنان فراهم می‌کند که بتواند شکاف حقوق و دستمزد را ببندد و به سمت مقام‌های مدیریتی و رهبری سوق داده شود. مالکیت مشاغل زنان از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در اقتصاد است. کارآفرینی زنان در پی آزادسازی اقتصادی و جهانی شدن در حال افزایش است. ساختار شغلی و بنگاه‌های اقتصادی دستخوش تغییر شدید

شده و فرصت‌های بیشتری را برای زنان کارآفرین ایجاد می‌کند، به طوری که درصد یا نسبت کارآفرینان زن به طرز چشمگیری در حال رشد است. با گسترش آموزش و آگاهی، زنان از آشپزخانه، صنایع دستی و صنایع سنتی به سطوح بالاتر از فعالیت‌های غیرسنتی سوق داده شده‌اند. با گذشت سال‌ها، تعداد بیشتری از خانم‌ها برای آموزش عالی، آموزش فنی و حرفه‌ای اقدام نموده و نسبت آن‌ها به عنوان نیروی کار نیز افزایش یافته است. برای ایستادگی در رقابت بازار، بسیاری از زنان دانش و تخصص موردنیاز خود را از طریق مدرک شغلی به دست می‌آورند. تعداد زنانی که در زمینه‌ی کسب‌وکار به تحصیل می‌پردازند در حال افزایش است. چه تحصیل در مقطع کارشناسی و چه کارشناسی ارشد در زمینه‌ی کسب‌وکار، بستر ارزشمندی را برای زنان فراهم می‌آورد تا بتوانند به عنوان متخصص در این زمینه رشد و مهارت‌های رهبری را تمرین نمایند و اعتمادبه‌نفس لازم برای ورود به کار را به دست آورند.

در پاسخ به این سؤال که چرا موضوع اشتغال‌زایی و کارآفرینی زنان مهم است باید گفت زیرا آنچه مطالعات نشان می‌دهد، زنان برخلاف مردان، ۹۰ درصد از درآمد خود را به خانواده و جوامع بازمی‌گردانند. وقتی زنان از نظر مالی مستقل هستند، خانواده‌های آن‌ها شکوفا می‌شوند. آن‌ها این قدرت را دارند که تصمیمات مالی خانوار را نیز در دست بگیرند و کنترل بیشتری بر خود و زندگی فرزندان خود داشته باشند. به عبارتی دیگر، زنان توانمند می‌توانند جوامع خود را تغییر دهند. لذا این مطالعات حاکی از آن است که باید کاری انجام شود تا کارآفرینی بانوان بهتر شناخته شود و یکپارچه در تفکر عمومی قرار گیرد. کشورهایی که سطح پویایی کم کارآفرینی دارند، می‌توانند با تشویق کارآفرینی در بین زنان، در ایجاد مشاغل بانوان گام‌های بلندی بردارند. همچنین کارآفرینی زنان راهی برای پیشبرد اقتصادی زنان است و نیز تأثیرات مثبتی بر اشتغال مناسب، ریشه‌کن کردن فقر و رشد اقتصادی خواهد داشت به طوری که تقریباً ۴۰٪ از تولید ناخالص داخلی جهانی را زنان تولید می‌کنند. در حقیقت، در آسیا و اقیانوس آرام، کارآفرینی یکی از اصلی‌ترین مسیرهای توانمندسازی اقتصادی برای زنان است که به نوبه خود می‌تواند تأثیر چند برابر بر بهزیستی خانواده، کاهش فقر و رشد اقتصاد پایدار داشته باشد.





بر اساس سازمان بین‌المللی کار، ۵۰٪ از بهره‌وری زنان کارگر در سراسر جهان بدون استفاده باقی می‌ماند. حمایت از کارآفرینان زن، رشد شگرفی را برای زنان، جوامع شان و اقتصاد به دنبال خواهد داشت. حمایت از کارآفرینی زنان فقط به معنای حل نابرابری نیست، بلکه یک راه قدرتمند برای تقویت رشد اقتصاد جهانی است. حتی دولت‌ها تأکید ویژه‌ای بر لزوم ایجاد برنامه‌های ویژه آموزش کارآفرینی برای زنان داشته تا آن‌ها بتوانند کار خود را شروع نمایند. مؤسسات مالی و بانک‌ها نیز امکانات و تسهیلات خاصی برای کمک به زنان کارآفرین ایجاد نموده‌اند. این امر باعث شکوفایی زنان کارآفرین در سال‌های اخیر درصحنه اقتصادی شده است، اگرچه هنوز بسیاری از کارآفرینی‌های زنان در حوزه اقتصادی مورد غفلت قرار گرفته است؛ بنابراین، ایجاد اکوسیستم‌های کارآفرینانه‌ای که زنان در آن بتوانند آزادانه با تمام توان خود مشارکت نمایند، می‌تواند سود اقتصادی و اجتماعی گسترده‌ای را که از ایجاد معیشت بهتر در خانواده ایجاد می‌شود، به جامعه‌های پر رونق، جوامع فراگیر و اقتصادهای مرفعی منتقل کند.

### مهارت‌های کارآفرینان زن

از بررسی گسترده ادبیات مربوط به زنان و کارآفرینی این طور به دست می‌آید که جنسیت یک عنصر تعدیل‌کننده کارآفرینی است، زیرا فعالیت‌های زنان و مردان خوداشتغال، دارای خصوصیتی است که مشروط به عوامل فرهنگی (جامعه‌پذیری متفاوت)، عوامل اجتماعی (حمایت نهادی، انتظارات) و همچنین عوامل فردی است.

زنان کارآفرین از صلاحیت‌های خاصی به عنوان مجموعه مهارت‌ها و توانایی‌هایی که کارآفرینان زن را توصیف و تعیین می‌کند، برخوردارند. بر اساس تحقیقات انجام گرفته، اگرچه برداشت زنان و مردان از ویژگی‌های زنان کارآفرین تفاوت‌های چشمگیری دارد، تجار و بازرگانان زن، چندین مهارت و توانایی را به زنان کارآفرین نسبت می‌دهند. با توجه به جنبه‌های فردی، ویژگی‌های مشترک در مشخصات و مهارت‌های زنان کارآفرین مشخص می‌کند: تعهد، شهود، سازگاری، نظم و انضباط، تمایل به همکاری، توانایی تفویض اختیار، تحمل شکست یا یافتن کارایی و اثربخشی، از جمله عواملی هستند که در مشاغلی که زنان، خود راه‌اندازی می‌نمایند و نیز در توسعه پروژه‌های موفق تأثیر به‌سزایی دارد.

سازگاری	شهود	تعهد	توانایی تفویض اختیار
تمایل به همکاری	نظم و انضباط	کارایی و اثر بخشی	تحمل شکست

با وجود اینکه زنان احساس توانایی کمتری در توسعه پروژه‌های کارآفرینی نمی‌کنند، اما به نظر می‌رسد که مردان در قابلیت‌های بالاتری رشد کرده که بیشتر مربوط به ویژگی‌هایی همچون تحمل ریسک بالاتر، رقابت بیشتر، توانایی برای درک فرصت‌های شغلی یا توسعه‌ی شبکه‌های تجاری و... می‌باشد. علاوه بر این نه تنها در میزان مهارت‌های واقعی و مهم به دست آمده و توسعه‌یافته توسط زنان و مردان تفاوت وجود دارد، بلکه حتی به نظر می‌رسد در عوامل ساده مانند درک خود از جامعه و زنان نیز تفاوت وجود دارد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه سطوح بالاتری از اعتماد به نفس، تحمل ریسک، توانایی تشخیص فرصت‌های شغلی و قصد کارآفرینی در مردان در مقایسه با زنان بیشتر است، هنگامی که این سؤال به طور مستقیم از زنان با پروژه‌های کارآفرینی در حال انجام پرسیده می‌شود، تفاوت معناداری در این عوامل مشاهده نمی‌شود؛ به عبارت دیگر زنان کارآفرین خود را با شرایطی مشابه با هم‌تایان مرد خود می‌بینند که با غلبه بر کلیشه‌ها و رفتارهای غالب ساختارهای اجتماعی آن‌ها را به دست آورده‌اند و آن‌ها را با مردان برابر می‌کند.

بر اساس این تحقیقات، بین ویژگی‌های زنان و مردان کارآفرین تفاوت معناداری وجود ندارد. با این حال با توجه به تفاوت‌های مشاهده شده، سطح مطالعات و نیز کارآفرینی با منشأ خارجی در زنان بیشتر از مردان است. از حیث سطح درآمد، درآمد به دست آمده توسط مردان کارآفرین بیشتر از زنان کارآفرین است. از نظر فعالیت‌ها، فعالیت‌های مصرفی زنان بیشتر از مردان است، در حالی که فعالیت‌های فناورانه‌ی مردان بیشتر می‌باشد. از دیگر ویژگی‌های بارز قابل توجه این است که خوش‌بینی زنان در مورد چشم‌انداز رشد شرکت کمتر است، اما انگیزه‌ی زنان در انجام اقدامات و فعالیت‌ها با توجه به عامل نیاز، بیشتر از مردان است. مردان با ابتکار عمل بیشتر، خلاقیت، اعتماد به نفس، خوش‌بینی و تحمل در برابر شکست احتمالی دیده می‌شوند، در حالی که زنان بیشتر دارای ویژگی‌های به خود متکی و تمایل به تحمل سختی‌های بیشتر برای رسیدن به نتایج، سخت‌گیرانه‌تر در کار و محافظه‌کارتر هستند.



آنچه به عنوان مهارت‌های برجسته در بین زنان و مردان کارآفرین مشخص می‌شود را می‌توان به عنوان تسهیل‌کننده‌ی کارآفرینی در نظر گرفت. علاوه بر داشتن درک از شایستگی‌های فعلی که زنان کارآفرین دارا می‌باشند، با یک قدم فراتر و تجزیه و تحلیل این صفات، ویژگی‌های ایده‌آل مدیران و کارآفرینان زن در سطوح عالی کشف می‌شود.



### مشکلات کارآفرینان زن

علیرغم پیشرفت مشاغل و کارآفرینی زن، زمینه‌ی رشد و توسعه برای زنان کمتر از مردان است. موانعی که زنان بر علیه آن مقابله می‌کنند ممکن است با مشکلاتی که مردان با آن روبه‌رو هستند متفاوت باشد، زیرا از ابتدا تفاوت‌هایی وجود دارد که بر اساس جایگاه زن در فرهنگ، جامعه، اشتغال، سیاست و اقتصاد یک کشور وجود دارد. عوامل زیادی به کار علیه زنان کارآفرین ادامه می‌دهند، از جمله این عوامل می‌توان به دسترسی کمتر به سرمایه و دارایی برای استفاده در زمان شروع کار، تعداد کم سرمایه‌گذاران فرشته و سرمایه‌گذارانی که مایل به ریسک هستند و نیز کمبود شبکه و مربی جهت ارائه‌ی آموزش‌های مورد نیاز و... اشاره نمود. لذا زنان با چنین موانع و معایبی مواجه هستند که آن‌ها را از دستیابی

به پتانسیل کامل خود باز می‌دارد و منجر به محدود نمودن و جلوگیری از گسترش کارآفرینی زنان می‌گردد.

- تحقیقات به طور وسیعی به دسترسی محدود زنان به منابع مالی اشاره دارد. دسترسی به منابع مالی بزرگ‌ترین مانع برای شرکت‌های کوچک و متوسط متعلق به زنان است که ۶۹٪ از آن‌ها توسط مؤسسات مالی در کشورهای در حال توسعه تأمین نشده است.
- کارآفرینی زنان غالباً با تأمین مالی ارتباط دارد که تأثیر منفی بر انتظارات کلی بانوان داشته و آن‌ها را در پروژه‌های بزرگ محدود می‌نماید. یکی از دلایل این است که زنان می‌خواهند خود مسئولیت بازپرداخت وام را بر عهده بگیرند، این در حالی است که باید تأکید شود که پس‌اندازهای کوچک زنان را قادر نمی‌سازد که با فعالیت‌های با درآمد بالا هماهنگ شوند، بنابراین سبب می‌شود زنان از ابتدا پروژه‌های خود را محدود نمایند.
- زنان در نظر بانک‌ها نسبت به مردان از اعتبار کمتری برخوردار هستند. با توجه به چنین شرایطی، زنان کارآفرین مجبور هستند به پس‌انداز خود اعتماد نمایند و یا از دوستان و نزدیکان خویش وام بگیرند که معمولاً این میزان کم و ناچیز است. علاوه بر این برخی مشکلات دیگر مانند متقاعد ساختن بانکداران و سرمایه‌گذاران توسط کارآفرینان زن مشخص شده است. به طور عمده سؤالاتی که توسط سرمایه‌گذاران در مورد کارآفرینان مرد پرسیده می‌شود، ارتقاء محور هستند در حالی که سؤالاتی که به کارآفرینان زن می‌شود بیشتر با ماهیت پیشگیرانه و دارای مفاهیم منفی هستند.
- زنان کارآفرین برای بازاریابی محصولات خود با بخش سازمان‌یافته و هم‌تایان مرد خود با یک رقابت سخت روبه‌رو هستند.
- زنان باید میان تجارت و خانواده خود تعادل خوبی برقرار نمایند. همچنین درگیری ذهنی در مورد مسائل خانواده، انرژی و زمان کمی برای اختصاص دادن به مشاغل باقی می‌گذارد.
- به دلیل کمبود امکانات آموزشی و همچنین آموزش‌های کیفی در زمینه‌ی کارآفرینی برای زنان، آن‌ها از تجارت، فناوری و دانش بازار آگاهی اندکی دارند.

- به طور کلی زنان مهارت‌های اداری دارند در صورتی که فاقد مهارت‌های تولیدی و فنی هستند، یا از میزان اندکی برخوردارند. در نتیجه این امر سبب می‌شود که زنان به توانایی‌های خود نسبت به مردان اطمینان نداشته باشند.
- اعتماد به نفس که اساساً عاملی برای ایجاد موفقیت در یک بنگاه اقتصادی محسوب می‌شود، در زنان کارآفرین به دلیل ماهیت ذاتی‌شان کمتر است.
- تحمل ریسک یک ضرورت اساسی برای کارآفرین است که توانایی ریسک‌پذیری و تحمل شکست برای زنان نسبت به مردان بسیار پایین‌تر است.
- مشکلات فرهنگی همچنان مانعی جدی در مسیر کارآفرینی زنان است. به طور کلی فرهنگ کارآفرینی و نقش‌های جنسیتی با یکدیگر ارتباط دارد.
- صاحبان مشاغل زنان هنوز هم در دستیابی به اعتبار تجاری و مناقصه قراردادهای دولت نسبت به همکاران مرد خود با مشکلات بیشتری روبه‌رو هستند و قدرت مردان در برابر زنان کارآفرین در برخی از صنایع و مناطق جغرافیایی همچنان محکم است.

بازاریابی ضعیف	امور مالی	معیارهای اجتماعی و فرهنگی	جامعه غالب مرد	مسئولیت‌های خانوادگی	عدم حمایت‌های کافی خانواده
قابلیت تحمل کم	ریسک پایین	ارزش و اخلاق حاکم بر جامعه	سنت‌های قدیمی	الزامات مدیریتی و نظارتی	کمبود مهارت‌های مدیریتی
رقابت سخت با کارآفرینان مرد	اعتماد به نفس پایین	متعادل کردن زندگی شغلی و خانوادگی	عدم تخصص کافی در زمینه‌های فناوری	فقدان یا کمبود سرمایه اولیه	تحرک محدود
محدودیت‌های قانونی	کمبود زیرساخت‌های متناسب با کارآفرینی زنان	مسئولیت‌های چندگانه زنان			

### طرح کارآفرینی زنان

در طرح کارآفرینی زنان، از طریق یک فرآیند انتخابی رقابتی، گروهی از زنان کارآفرین (به صورت محلی یا منطقه‌ای) انتخاب شده تا فعالیت کارآفرینانه خود را در یک محیط پیشرفته از نظر فناوری و طراحی و به منظور رشد و توسعه پایدار تجارت خود انجام دهند. زنان کارآفرین از طریق اکوسیستم منابع آموزشی،

دسترسی به کمک‌های مالی و مربیگری، مهارت‌ها، توانایی‌ها و اطلاعات، خود را رشد خواهند داد و سپس در پایان دوره تجارت خود را راه‌اندازی می‌نمایند. جهت اجرای این طرح می‌بایست اقداماتی کامل و گسترده صورت گیرد تا زنان روند کامل کارآفرینی را آموخته و به راه‌اندازی کسب‌وکار خود بپردازند.

آموزش و مشاوره زنان برای روند شروع کار
اطلاع رسانی و راهنمایی زنان از طریق کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های آموزشی مانند آموزش آنلاین و رویدادهای حضوری
تولید محتوای پشتیبانی ویژه زنان کارآفرین، ایجاد وب‌سایت، مقالات، مصاحبه‌ها و همچنین ارائه اطلاعات مفید، مطالب آموزشی و آموزنده برای کمک به زنان برای تامین امور مالی، گسترش شبکه خود و پیشبرد اهداف کارآفرینی خود
اتصال زنان کارآفرین به یکدیگر از طریق شبکه‌های ملی و جهانی، انکوباتورها و..
تقویت داده‌ها و دانش از طریق جمع‌آوری و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و داده‌ها
ایجاد مشارکت‌های قوی در حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط به سرپرستی زنان
ارائه خدمات پشتیبانی سطح بالا مانند ارائه برنامه‌های مختلف با حضور زنان مسوول صاحب‌مشاغل و با استعداد از کشورهای مختلف
حمایت مالی از ابتکارات قدرتمند زنان با هدف تقویت نقش زنان در اقتصاد
فراهم آوردن بستری مناسب جهت ارتباط بهتر زنان کارآفرین با یکدیگر
افزایش آگاهی در بین نسل‌های جوان از طریق ارائه سمینارها و جلساتی در مدارس، دبیرستان‌ها و دانشکده‌ها
مشارکت سازمان‌های پشتیبانی مشاغل زنان در سراسر کشور
تقویت همکاری بین بخشی برای حمایت از موفقیت زنان کارآفرین در بخش‌های مختلف
حمایت از اجرای سیاست‌های فراگیرتر، برنامه‌ها و شیوه‌های مختلف در سراسر اکوسیستم نوآوری
ایجاد بستر و محیط‌هایی پویا جهت ارتباط بین صاحبان مشاغل و کارآفرینان زن جهت ارائه تجارب شغلی شان
ایجاد مراکز دانش کارآفرینی زنان

## فصلنامه علمی - تخصصی شاخص کارآفرینی/۸۵

ایجاد شبکه ای از مربیان و مشاوران خبره در زمینه کسب و کار و کارآفرینی
کمک به زنان کارآفرین جهت بازاریابی و شناسایی برندها و توسعه استراتژیک
آموزش مالی هدفمند به زنان صاحب کسب و کار
مشاوره حقوقی و کمک به برنامه ریزی به زنان علاقمند به راه اندازی کسب و کار
پشتیبانی از زنان کارآفرین پس از راه اندازی برای تقویت و دوام و موفقیت تجاری
برگزاری جلساتی جهت بیان چالش های پیش روی زنان کارآفرین از نظر دسترسی به بازار و نحوه شناسایی و استفاده از فرصت های بازار و ارائه راه حل هایی برای رفع چالش ها
بیان داستان های موفقیت و شکست زنان کارآفرین و چگونگی شناسایی و استفاده از فرصت های کارآفرینانه
بازدید از فضاهای کارآفرینی و تولید کالاها و دیدار با صاحبان این مشاغل توسط زنان
بیان محدودیت های مختلف موجود در مسیر کارآفرینان زن و تلاش در جهت رفع و کاهش محدودیت ها
ایجاد فرصتی برای ترویج و تهیه مشارکت تجاری جدید با زنان کارآفرین
آموزش قلب و ذهن زنان و پرورش ظرفیت کارآفرینی آنها با ترکیبی از آموزش های شخصی، آموزش های شغلی و مشاوره مداوم حرفه ای در جهت ارتقاء کیفیت زندگی آنها
برگزاری استارتاپ و دوره های کارآموزی
تجلیل، تقویت، الهام بخشیدن و حمایت از زنان در تجارت و فناوری به صورت محلی و جهانی
ایجاد محیط تجاری و کاری نوآورانه برای زنان علاقمند به راه اندازی کسب و کار



## کسب و کارهای مرتبط با زنان

### مشاغل خانگی

صنایع دستی، کشاورزی- دامپروری- شیلات- طیور و حشرات، صنایع غذایی، کسب و کارهای با گرایش فناوری اطلاعات، صنایع نساجی، پوشاک و سراجی، فعالیت‌های فرهنگی- هنری، بازاریابی، نویسندگی، مشاغل مرتبط با کودکان، خدمات مرتبط با مجالس، وبلاگ‌نویسی، حسابداری، مشاوره، سخنران، ناشر آنلاین، نویسنده کتاب‌های الکترونیکی، ویراستار، مشاور مد، طراح مد، برنامه‌ریز مالی، طراح گرافیک، آرایشگر، تصویرگر و گرافیست، راهنمای تور، طراحی آموزشی، مدرس، عکاس و فیلم‌بردار، کلیپ‌ساز، طراح سایت، تولید محتوا، انیمیشن‌ساز، خدمات آرایشی و بهداشتی، فروشگاه آنلاین، پیاده‌سازی گزارشات و مصاحبات، راهنمای تور، طراح داخلی، تولیدات خانگی، خدمات ورزشی، تولید گیاهان دارویی، جواهرسازی، طراح و سازنده زیورآلات، مسئول شبکه‌سازی، مدیر پروژه، مسئول روابط عمومی، رزومه‌نویس، خیاطی، مشاور سئو، طراح کیف و کفش، مربی ورزشی، مشاور مالیاتی، مترجم

### مشاغل با درآمد بالا

مدیرعامل، داروسازی، پزشک و متخصص، پرستار، مدیر سیستم‌های رایانه‌ای و اطلاعاتی، وکیل، مدیر منابع انسانی، تحلیل‌گر داده، مدیر بازاریابی، طراح مد، مدیر رسانه‌ای، روانپزشک، برنامه‌نویس، تحلیلگر مالی

### مشاغل با یک خط خلاق

مدیر هنری، مهندس صنایع، هنرمند چندرسانه‌ای یا انیماتور، طراح مد، مدیر ارتباطات

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- غیائی، پروین. ۱۳۸۵. نقش زنان در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مجموعه مقالات همایش ملی زن، اسلام و پژوهش، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی لارستان. صص ۳۲-۲۳.
- جاسبی، عبدالله. ۱۳۷۹. زن در گستره اجتماع، تهران: انتشارات دفتر فرهنگ، چاپ اول.
- Klyver, K., S. Nielsen and M. Evald (2013), "Women's self-employment: An act of institutional (dis)integration? A multilevel, crosscountry study", *Journal of Business Venturing*, Vol. 28 (4), pp. 474-488.
- Manzanera-Román, S. and Brändle, G (2016)," Abilities and skills as factors explaining the differences in women entrepreneurship" , *Suma de Negocios* Vol. 7. Núm. 15. Páginas 1-72
- Allen IE, Minniti M and other authors in different years (2005, 2006, 2007 and 2008). *Global Entrepreneurship Monitor Reports on Women and Entrepreneurship*. Babson College, Universidad del Desarrollo. Available at [http://gemconsortium.org/files.aspx?Ca\\_ID=224](http://gemconsortium.org/files.aspx?Ca_ID=224).
- Hisrich RD and Brush C (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*. 22 (1):30-37.
- Morrisson C and Jütting J (2004). *The Impact of Social Institutions on The Economic Role of Women in Developing Countries*. OECD Development Centre. Working Paper No. 234. DEV/DOC(2004)03. Available at <http://www.oecd.org/dataoecd/23/43/31652310.pdf>.
- Brush CG (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16(1):5-30.
- U.S. Department of Commerce. "Women-Owned Businesses in the 21st Century," *Economics and Statistics Administration*, October 2010.