

عوامل مؤثر

در کارآفرینی زنان ایرانی

دکتر پروانه گلرد*

چکیده:

از دهه ۱۹۸۰، گرایش به کارآفرینی برای کاهش بیکاری رو به فزونی نهاده است زیرا با گسترش کارآفرینی فرصتهای اقتصادی و کسب و کارهای تازه پدید آمده است. در جامعه ما بسیاری از شهروندان بیکارند؛ ولی وضع نیمی از این جمعیت بدتر است. زنان نه تنها دیگر خانه نشین نیستند، بلکه متقاضیانی مهارت دیده و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که از این نظر بر مردان برتری یافته‌اند به گونه‌ای که اکنون بیش از ۶۰ درصد ظرفیت دانشگاهها را به خود اختصاص داده‌اند اما در بازار کار ایران سهمی ناچیز دارند. با توجه به محدود بودن دامنه سرمایه‌گذاری از سوی دولت، خود اشتغالی و افزایش کارآفرینی اگر نگوئیم تنها راه پیش‌روست دستکم یکی از مهمترین راه‌های حل معضل بیکاری است. در این نوشتار تلاش شده است با به دست دادن تعریفی از کارآفرینی زنان و با بهره‌گیری از تازه‌ترین اطلاعات درباره وضع کارآفرینی زنان در جهان، ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان تبیین گردد. سپس به بررسی عواملی که در موفقیت راه‌اندازی و گسترش فعالیتهای کارآفرینانه از سوی زنان کارآفرین ایرانی مؤثر است پرداخته می‌شود و پیشنهادها و راهکارهای لازم برای ورود زنان به فعالیتهای کارآفرینانه به منظور ایجاد و توسعه کسب و کار در کشور مطرح می‌گردد.

ضرورت و اهمیت فعالیتهای کارآفرینانه زنان:

و در کشورهای رو به توسعه بر پایه ضرورت است. به هر رو، هر دو گروه کارآفرینان به دلایل گوناگون از جمله بیکاری و کاهش دستمزدها وارد عرصه کارآفرینی می‌شوند. (GEM, 2006) کارآفرینی، بعنوان راهی برای برون‌رفت از بیکاری، در اروپا بسیار معمول است. ۶۰ درصد از کارآفرینان در اروپای شمالی و ۷۰ درصد در

فعالیتهای اقتصادی زنان و رفتن آنان به سوی فعالیتهای کارآفرینانه به دو گونه است: بر پایه ضرورت یا بر پایه فرصت، که در کشورهای توسعه یافته بیشتر بر پایه فرصت

* استاد یار دانشگاه آزاد - واحد تهران جنوب

ارویای جنوبی به این کار رو آورده‌اند. (Kantor, 2002,12)

بر پایه آمارهای منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران میزان بیکاری زنان از ۱۴ درصد در ۱۳۷۵ به ۱۷/۸ درصد در ۱۳۸۳ رسیده است، و با آنکه تحوّل در مورد زنان بسیار مثبت تر و چشمگیرتر از مردان بوده است، نرخ بیکاری در ۱۳۸۲ در میان مردان ۱۰/۸ درصد و میان زنان ۲۱/۴ درصد بوده و در ۱۳۸۳ این نسبت به ۹ برای مردان و ۱۷/۸ درصد برای زنان کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان در ۱۳۸۳ کمابیش دو برابر مردان اعلام شده است. (سالنامه آماری، ۱۳۸۳)

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

پرسشها و هدفها:

مهمترین هدف در این نوشتار، شناسایی عوامل مؤثر در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان ایرانی است که در این راستا پرسشهای زیر مطرح شده است:

عوامل مؤثر در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان چیست؟ الگو و راهکارهای پیشنهادی برای این فرآیند چیست؟

تعریف کارآفرینی:

کارآفرینی واژه‌ای نو است که تعریف‌هایی چند برای آن وجود دارد زیرا کارآفرینی بسته به نظر پژوهشگران در رشته‌های گوناگون و سرشت خود از دیدگاه‌های اقتصادی، روانشناسی و جامعه‌شناسی تعریف شده است؛ از این رو به دست دادن يك تعريف مشخص از کارآفرینی دشوار است.

واژه کارآفرینی از واژه فرانسوی انترپرندر *entreprendre* به معنای «متعهد شدن» گرفته شده است.

کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان:

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

کارآفرینی از دیدگاه پژوهشگران در زمینه علوم رفتاری:

دانشمندان در زمینه علوم رفتاری با درک اهمیت نقش کارآفرینان در اقتصاد، به شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان پرداخته‌اند. «کودین و سلیون» سه بُعد رفتاری و گرایشی برای کارآفرینی در نظر می‌گیرند: نوآوری، جسستن راهکاری تازه و ابتکاری برای پاسخگویی به نیاز یا مشکل.

- ریسک‌پذیری، تخصیص منابع به فرصت‌ها با وجود امکان شکست راهکارها. (Morice 1999)

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان در رشته مدیریت:

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

بر سر هم، کارآفرینی فرآیند آفرینندگی و نوآوری‌ها و

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

هم اکنون، زنان کمابیش ۴۰ درصد از کل مشاغل در بخش خصوصی را به دست گرفته‌اند و ۸۰ درصد از کارگران پرکار نیز از زنان هستند که بیش از ۳/۶ تریلیون دلار در آمد حاصل از فروش ایجاد کرده‌اند. (Simon, 2006)

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

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

مدارك روشن و مستدلی در دست است که نشان می‌دهد زنان کار آفرین در کانادا نقشی برجسته در اقتصاد آن کشور دارند. در سال‌های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۹ شتاب افزایش مشاغلی که به دست زنان ایجاد شده دو برابر شتاب افزایش فعالیت شرکت‌های کانادایی بوده است. این گونه فعالیتها در همه ایالت‌های کانادا با سرعت رو به افزایش است. شمار بنگاههای در اختیار زنان، بیش از يك سوم مشاغل و دادوستدهای این کشور بوده و برای ۱/۷ میلیون کانادایی، شغل ایجاد شده است. سرعت ایجاد کار در بنگاههای زیر مالکیت زنان، ۱۳ درصد یعنی ۴ برابر بیشتر از سرعت ایجاد مشاغل در کل شرکتها بوده است. (Adri-en, Kirouac, Sliwinski, 1999)

۲۰ سال گذشته در کانادا برای مردان ۷۴ درصد و برای زنان ۲۵۶ درصد بوده است. (Mirchandani, 1999)

عوامل مؤثر در کار آفرینی زنان:

مهمترین عوامل مؤثر در کار آفرینی زنان را می‌توان در ۴ بخش فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی، دسته‌بندی کرد:

- ۱- عوامل فردی: عواملی است گویای ویژگیهای شخصیتی، انگیزه‌ها، هدفها و عوامل جمعیت شناختی مربوط به زنان کار آفرین؛
- ۲- عوامل شبکه‌ای: ارتباطات زنان کار آفرین را با مشاوران، انجمنهای تخصصی و بازرگانی، و دوستان

○ در کانادا پژوهشها نشان دهنده آن است که افزایش پر شتاب کار آفرینی زنان در زمینه صنایع با سطح تحصیلی بالاتر ارتباط دارد که این از اقتصاد دانش - پایه مایه می‌گیرد؛ بدین معنا که زنان جوان با تحصیلات دانشگاهی، بازار کار را با اقتصاد علمی پیوند داده‌اند. پژوهشها در آمریکا هم گویای آن است که بیش از ۷۰ درصد زنان کار آفرین تحصیلات دانشگاهی دارند.

ایجاد کسب و کارهای تازه در شرایط خطر خیز از راه یافتن فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است؛ و کار آفرین کسی است که بنگاهی را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی اش سودآوری و رشد است. برجسته‌ترین ویژگی کار آفرین، نوآوری است. (احمدپور، ۱۳۷۸)

تعریف کار آفرینی زنان:

پروفیسور دینالوی و رابرت فیلیون (۱۹۹۵)، زن کار آفرین را چنین تعریف می‌کنند:

کسی که به تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه‌ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته و با پذیرش مسئولیتهای اجتماعی و اداری و مالی و ریسکهای مالی، فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کرده تا در بازار خرید و فروش بر رقیبان چیره شود.

وضع کار آفرینی زنان در جهان بر پایه تازه‌ترین آمارهای

(Global Entrepreneurship Monitor) GEM

در حال حاضر نیمی از جمعیت ۲/۴ میلیاردی نیروی کار در جهان راز زنان تشکیل می‌دهند. بر پایه گزارش GEM در سال ۲۰۰۶، از هر ۱۰۰ تن در جهان ۷ زن کار آفرین می‌شوند.

زنان کار آفرین در آمریکا از ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲، ۹/۱ میلیون شغل تازه پدید آورده‌اند و باعث اشتغال ۲۷/۷ میلیون تن شده‌اند. (Barboto & Denartino, 2002)

نزدیک و با تجربه و مورد اعتماد، توضیح می دهد؛

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

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

عوامل فردی:

الف: انگیزه ها و ویژگی های شخصیتی

انگیزه از عوامل مهم کار آفرینی است. ویژگی های برخی افراد این توان را به آنان می بخشد که فرصت مناسب را با منابع موجود بیامیزند و کاری تازه بیافرینند، اما انگیزه کافی برای انجام دادن آن کار ندارند. بر پایه پژوهشها، مهمترین انگیزه زنان کار آفرین، استقلال خواهی است. (Hisrich, 1996) انگیزه هایی مانند پیروز شدن و به دست آوردن استقلال در کار آفرینی زنان بسیار مؤثر است. (هرویتس، بروکهاس، ۱۹۸۶)

انگیزه و هدف زنان و مردان برای کار آفرینی، عواملی چون کسب رضایت شغلی، گرایش به خود مدیریتی و به دست آوردن سود مالی است؛ (ESFC, 1994) اما انگیزه هایی چون خودگردان بودن، به دست داشتن مهارت کار و الگوهای کاری انعطاف پذیر ویژه زنان است. (Still, 1987, Stanger, 1990)

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

پژوهشها در استرالیا نشان می دهد که زنان دارای انگیزه هایی مانند به دست آوردن رضایت شغلی، استقلال، موفقیت در کار، مدیر خوب بودن، به دست آوردن سود و بهتر کردن کیفیت زندگی هستند. این انگیزه ها حتی از

انگیزه های مالی و تجاری مانند به دست آوردن پول و شناسایی وضع بازار برای زنان مهمتر است. (Bennett, Dann, 2000)

ب: عوامل جمعیت شناختی:

۱- تحصیلات، تجربه و مهارت های ادراکی:

تحصیلات، تجربه ها و مهارت ها، از دیگر عوامل مهم برای کسانی است که می خواهند کار آفرین باشند. به طور کلی کار آفرینان از افراد عادی تحصیلات بالاتری دارند. (Brockhous, 1982) پژوهشها نشان می دهد که تحصیلات با گرایش به کار آفرینی، پیوند نزدیک دارد.

«اوسن و لیتون» به این نتیجه رسیده اند که رابطه تحصیلات با گرایش به کار آفرینی در مورد مردان مثبت اما اندک و در مورد زنان چشمگیر است. بر سر هم سطح تحصیلات، محیط آموزشی، پیشینه و مهارت های مدیریتی و تجارب گذشته از عوامل مؤثر در زمینه کار آفرینی است. (Cooper, 1989)

Box و همکاران (۱۹۹۳) در پژوهشهای خود در

○ فعالیت اقتصادی در شبکه های پیچیده از روابط اجتماعی جای دارد. در درون این شبکه ها منابع و فرصتها در دسترس قرار می گیرد یا از افراد گرفته می شود. کار آفرین در هر مرحله از فعالیت کار آفرینانه اش به یک نظام مشاوره ای و پشتیبانی نیرومند نیاز دارد؛ بویژه در نخستین مراحل فعالیت برای به دست آوردن اطلاعات و مشاوره، شبکه های پشتیبانی نقش مؤثری بازی می کنند. بر پایه این دیدگاه وجود یا نبود شبکه ها نقش مهمی در توسعه کار آفرینی زنان دارد. در این زمینه عضویت در انجمنهای بازرگانی و تخصصی می تواند کار ساز باشد.

در استرالیا پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که زنان بیشتر در سنین پایین وارد کار می‌شوند و علت آن را دلایل شخصی و تجاری بیان کرده‌اند. (Dann, Ben-nett, 82, 2000)

در کانادا، زندگی کارآفرینی زنان مجرد و جوان را بیشتر جذب می‌کند و زنان جوانتر بهتر و بیش از زنان تحصیل کرده آمادگی پذیرش ریسک مشارکتی یا غیر مشارکتی را دارند.

شتاب افزایش شمار زنان کارآفرین جوان ۳۰ درصد بوده در حالی که این رقم در مورد مردان جوان تنها به ۴ درصد رسیده است، یعنی در برابر هر مرد جوان کارآفرین کمابیش ۴ زن کارآفرین وجود دارد. شمار زنان مجرد خوداشتغال در کانادا تا ۶۲/۵ درصد رشد داشته است. (Adrien, Kirouac, Sliwinski, 1999) برپایه

○ زنان جوینده امنیت، پس از رخدادهایی ناگوار مانند اخراج شدن از کار، تحقیر شدن، مرگ یکی از اعضای خانواده، طلاق یا بازنشستگی خود یا همسرشان، برای نگهداشت یا اصلاح وضع اقتصادی یا اجتماعی خانواده، دست به راه اندازی کاری تازه می‌زنند. خوداشتغالی، راهکاری سودمند برای دوران بازنشستگی در جهان امروز است. آمارها نشان می‌دهد که در لهستان بیش از یک چهارم زنان کارآفرین هرگز برای داشتن یک شغل برنامه‌ریزی نمی‌کنند یا مالکیت بنگاه را بعنوان یک شغل در نظر نمی‌گیرند، بلکه پرداختن آنان به کارآفرینی در نتیجه رخدادی فراموش نشدنی مانند مرگ همسر است.

او کلاهما به این نتیجه رسیده‌اند که بین سطوح بالاتر آموزش و کارکرد بهتر شرکتهای تولیدی، رابطه وجود دارد.

در بررسی دیگری نشان داده شده است که پایین بودن سطح سواد، زنان را با تنگناهای مالی یا موانعی در زمینه سرمایه‌انسانی روبه‌رو می‌سازد؛ بنابراین بالا بودن سطح تحصیلات با کارکرد بهتر در زمینه بازرگانی ارتباط دارد. (Hisrich, 1986)

در بررسی‌های انجام شده در شمار زیادی از کشورها این نکته روشن شده است که موفقیت زنان کارآفرین به تجربه‌های آنان در کار مشابه و تجربیات مدیریتی‌شان بستگی دارد. (Ronstadt, 1988)

میسکین و رز (۱۹۹۰) دریافته‌اند که تجربه گذشته به گونه چشمگیری با سوددهی شرکتهای بازرگانی زیر مالکیت زنان پیوند دارد و نبود تجربه به سوددهی اندک می‌انجامد.

Hisrich و Brush (۱۹۹۱) از بررسی‌هایی که درباره ۱۷۲ زن کارآفرین انجام داده‌اند دریافته‌اند که تجربه مرتبط با رشته کاری به موفقیت آنان انجامیده است. همچنین، مهارت‌های مدیریتی و شغلی، توانایی چشمگیری در زمینه دادن ایده و برقراری ارتباط با مردم در زنان ایجاد می‌کند.

در کانادا پژوهش‌ها نشان دهنده آن است که افزایش پرشتاب کارآفرینی زنان در زمینه صنایع با سطح تحصیلی بالاتر ارتباط دارد که این از اقتصاد دانش-پایه مایه می‌گیرد؛ بدین معنا که زنان جوان با تحصیلات دانشگاهی، بازار کار را با اقتصاد علمی پیوند داده‌اند. (Adrien, Kirouac, Sliwinski, 1999) آن است که بیش از ۷۰ درصد زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی دارند. (Hisrich, 1997).

۲- سن

از نظر سن کارآفرینی، میان زن و مرد تفاوتی وجود دارد، ولی به هر روشی که در آن افراد تصمیم به کارآفرینی می‌گیرند، به گونه معمول از ۲۵ تا ۴۰ سال است. (Brockhous, 1982, Hisrich & Peters, 1996) در این مرحله شخص تجربه و دانش کاری مناسب برای دست زدن به کاری تازه را دارد.

○ مان و تورپ در پژوهشهای خود به این نتیجه دست یافتند که انگیزه اصلی زنان آسیایی برای کار آفرینی به دست آوردن درآمد و برآوردن نیاز اقتصادی است، حال آنکه زنان غربی بیشتر به علت استقلال خواهی به کار آفرینی رو می کنند.

پژوهشی که در منطقه نودسپرسیک روسیه انجام گرفته، نشان داده است که ۵۰ درصد زنان، به علت نیاز اقتصادی، ۱۹ درصد برای ساختن آینده بهتر برای فرزندان و ۱۶ درصد با هدف فراهم کردن زندگی مناسب برای خود و خانواده به کار آفرینی روی می آورند.

پژوهشهای گذشته، ثابت شده و همچون راهنمایی حرفه ای در فعالیتهای اقتصادی زنان مورد توجه است. عوامل سازمانی:

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

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

روشهای مدیریتی که از سوی کار آفرینان زن ترجیح داده می شود، به انگیزه های آنان برای مالکیت یک شغل مربوط می شود. نتایج یک بررسی چندسویه درباره دارندگان مشاغل که از سوی (Robinson, 2001) انجام

گزارش GEM در ۲۰۰۶، اوج کار آفرینی در زنان و مردان از ۲۵ تا ۴۴ سالگی است و در گروه سنی ۱۸ تا ۲۴ و ۳۵ تا ۴۴ سالگی کار آفرینی بسیار چشمگیر است. در افراد بالای ۵۵ سال کمترین کار آفرینی مشاهده می شود و همچنین کار آفرینی در سنین بالای ۶۵، وجود ندارد. (GEM, ۲۰۰۶)

عوامل شبکه ای:

فعالیت اقتصادی در شبکه های پیچیده از روابط اجتماعی جای دارد. در درون این شبکه ها منابع و فرصتها در دسترس قرار می گیرد یا از افراد گرفته می شود. (Alde-rich & Zimer, 1986) کار آفرین در هر مرحله از فعالیت کار آفرینانه اش به یک نظام مشاوره ای و پشتیبانی نیرومند نیاز دارد؛ بویژه در نخستین مراحل فعالیت برای به دست آوردن اطلاعات و مشاوره، شبکه های پشتیبانی نقش مؤثری بازی می کنند. بر پایه این دیدگاه وجود یا نبود شبکه ها نقش مهمی در توسعه کار آفرینی زنان دارد. در این زمینه عضویت در انجمنهای بازرگانی و تخصصی می تواند کارساز باشد. با توجه به شرایط زنان ایرانی کار آفرین، یکی از بهترین راههای ایجاد انگیزه برای گسترش فعالیتهای اقتصادی آنان، پیوستن به این گونه انجمنهاست. (گلرد، همایش آموزش عالی، ۱۳۸۲)

گوئنسین (۱۹۹۱) می نویسد که شبکه های فعالان اقتصادی مهمترین منبع اطلاعات است. در یکی از پژوهشهای انجام شده، پیوند نزدیک میان شبکه های اجتماعی و فرایند راه اندازی کار نشان داده شده است. در بیشتر موارد مشاوره عاملی تعیین کننده در پایداری فعالیت اقتصادی است؛ بنابراین، برای کار آفرینان بویژه برای زنانی که نیازمند رایزنی و آموزش برای کار آفرینی هستند، بسیار ارزشمند است. (kentand & kjeldsen, 2000) بر سر هم زنان بیش از مردان به رایزنی و پیوستن به شبکه ها نیاز دارند. (Baines Wheelock, 1998)

راه اندازی شبکه ها با همکاری کار گزاران دولتی و مسئولان شرکتها، شتاب می گیرد. شبکه ای کردن و مشارکت می تواند نقشی بسیار ارزشمند در گسترش و بین المللی کردن فعالیتها داشته باشد.

اهمیت شبکه ها بعنوان سیستم های حمایتی در همه

بویژه نمی‌خواهند برای آغاز کردن کار خود وام بگیرند.
(Stanger, 1990)

یافته‌ها در پژوهشهایی که در استرالیا انجام شده است، نشان می‌دهد که بیشتر زنان برای راه انداختن کار تازه از سرمایه‌های شخصی یا وام گرفتن از بانک یا بستگان بهره می‌جویند. بیش از نیمی از زنان سرمایه خود را از مؤسسات غیردولتی وام می‌گیرند در حالی که مردان از منابع خارجی برای به دست آوردن سرمایه بهره می‌گیرند. (ESFC, 1994) دانسته‌ها نشان می‌دهد که کار آفرینان برای آغاز کردن کار خود در هر مرحله گونه‌ویژه‌ای از این منابع را به کار می‌گیرند. (Timmons 1994)

بررسی تاریخی نشان می‌دهد که زنان برای راه اندازی کار، بیشتر از پس‌اندازهای شخصی، کارتهای اعتباری، وام‌های ویژه و وام‌های فامیلی بهره می‌گیرند. (Bennett, Dann 2000, 78)

عوامل محیطی:

از مهمترین عوامل محیطی که بر راه‌اندازی و گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان اثر گذار است می‌توان از عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک یاد کرد.

عوامل اجتماعی و اقتصادی:

الف- نقش پدر و مادر در کارآفرینی:

اثر زمینه‌های خانوادگی و نقش پدر و مادر بر کارآفرینان بسیار اهمیت دارد. رفتار و ویژگی‌های پدر و مادر اثری مثبت در این زمینه دارد و منبعی الهام‌بخش برای کودکان است. (Hisrich & Peters 1996)

خانواده، بویژه پدر و مادر، نقش مهمی در ایجاد چشم‌انداز باور کردنی و کلی از کارآفرینی در ذهن فرزندان خود دارند. پژوهشها نشان می‌دهد که بیشتر کارآفرینان دارای پدرهای خوداشتغال بوده‌اند. (Hisrich 1998) چنین پدرانی همواره الگوی فرزندان خود می‌شوند و ویژگیهای کارآفرینانه مانند استقلال، اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری را مستقیم و غیرمستقیم به آنان می‌آموزند. پژوهشها گویای این نکته است که این آثار با حضور یک مادر کارآفرین بسیار افزایش می‌یابد.

بر پایه یافته‌های (Still 1987) زنان کارآفرین بیشتر از

○ ساختارهای اجتماعی بر دسترسی زنان

به فرصتهای شغلی اثر دارد و می‌تواند در کارکرد آنان نیز مؤثر باشد. درجه‌ای از ابعاد ساختاری که بر کارآفرینی زنان اثر می‌گذارد به گونه چشمگیر با شرایط کشور ارتباط دارد.

بویژه میزان مشارکت زنان در سرمایه‌گذاری، از کشوری به کشور دیگر، بسته به انتظاراتی که فرهنگهای گوناگون از زنان در اجتماع دارند، متفاوت است. برای نمونه، در آمریکای جنوبی بر مسئولیتهای اصلی زنان مانند نگهداری کودک و وظایف خانوادگی بسیار تأکید می‌شود و همین مانعی در راه حرکت‌های اقتصادی زنان در جامعه است.

شده نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در زمینه رابطه خود با کارکنانشان نگرانند و به فرهنگ همکاری که تضادهای ارتباطی و شخصیتی را در محیط کار کاهش دهد گرایش دارند. این ترجیحات با انگیزه‌هایی که آنان در آغاز کار داشته‌اند همخوانی دارد. باتینز می‌نویسد که زنان با همکاری و فضای تیمی، تصمیم می‌گیرند. (Gundry, Posig, 2002, 72) برای آغاز کاری تازه، کارآفرینان نیازمند آنند که منابعی را با ویژگیهای شخصیتی خود بیامیزند. (Timmons, 1994) چهار منبع مورد نیاز عبارت است از: مردمان، دارایی، سرمایه، طرح تجاری.

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

بیشتر کارآفرینان، کنترل درونی را ترجیح می‌دهند و می‌خواهند همواره بر کار خود نظارت داشته باشند و زنان

گرفته، نشان داده است که ۵۰ درصد زنان، به علت نیاز اقتصادی، ۱۹ درصد برای ساختن آینده بهتر برای فرزندان و ۱۶ درصد با هدف فراهم کردن زندگی مناسب برای خود و خانواده به کار آفرینی روی می آورند. (Sharnina 1999)

ت- عوامل فرهنگی :

ساختارهای اجتماعی بر دسترسی زنان به فرصتهای شغلی اثر دارد و می تواند در کار کردن آنان نیز مؤثر باشد. درجه ای از ابعاد ساختاری که بر کار آفرینی زنان اثر می گذارد به گونه چشمگیر با شرایط کشور ارتباط دارد. بویژه میزان مشارکت زنان در سرمایه گذاری، از کشوری به کشور دیگر، بسته به انتظاراتی که فرهنگهای گوناگون از زنان در اجتماع دارند، متفاوت است. برای نمونه، در آمریکای جنوبی بر مسئولیتهای اصلی زنان مانند نگهداری کودک و وظایف خانوادگی بسیار تأکید می شود و همین مانعی در راه حرکتهای اقتصادی زنان در جامعه است. (Sekarun 1992)

ویژگیهای کلیشه ای جنسیتی در کشورهای کمتر توسعه یافته، نقش بازدارنده دارد و بر پایه یافته های پژوهشگران، توسعه فرهنگی و اقتصادی تا اندازه ای تفاوت های جنسیتی را تعدیل می کند. بنابراین گسترش و برجستگی کار آفرینی و ویژگیهای آن در همه فرهنگها و کشورها یکسان و یکنواخت نیست.

ث- نقش عوامل سیاسی در کار آفرینی زنان :

آثار محیطی گویای آن است که عواملی مانند فرصتهای کاری برابر برای زنان و مردان، کمکهای دولتی، سیاستها، راهبردها و قوانین دولتی می تواند به گونه مثبت یا منفی در زمینه توسعه کار آفرینی زنان عمل کند. زنان از دولت انتظار دارند در زمینه مالیات به آنان کمک کند، در روند اداری تسهیلاتی برایشان در نظر گرفته شود و برای گرفتن اعتبار دگر گونیهای مثبتی پدید آید.

همچنین شرایط برای رقابت آزاد فراهم و برنامه های آموزش کار آفرینی پیش بینی شود. (Ufuk & Ozgen 2001) دولت دانمارک در ۱۹۹۸ در دستور کار نشست کار آفرینان زن، با گشودن فصلی در گزارش بخش اقتصادی با عنوان «زنان بیشتری در میان کار آفرینان آینده» این نکته را مطرح کرد که زنان منبعی اساسی در زندگی

خانواده هایی با زمینه کار آفرینی و خود کفایی برمی خیزند که در این میان نقش مادرانی که کار مستقل دارند بسیار مهم است. احتمال کار آفرین شدن فرزندان نخست یک خانواده، بیشتر از دیگر فرزندان است. در پژوهشی ملی که هیسریچ و براش درباره ۴۰۸ زن کار آفرین انجام داده اند ۵۰ درصد آمارهای کار آفرینی مربوط به فرزندان نخست خانواده بوده است. (Hisrich 1998)

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

ب- اثر رویدادهای مهم در کار آفرین شدن زنان :

زنان جوینده امنیت، پس از رخدادهایی ناگوار مانند اخراج شدن از کار، تحقیر شدن، مرگ یکی از اعضای خانواده، طلاق یا بازنشستگی خود یا همسرشان، برای نگهداشت یا اصلاح وضع اقتصادی یا اجتماعی خانواده، دست به راه اندازی کاری تازه می زنند. خوداشتغالی، راهکاری سودمند برای دوران بازنشستگی در جهان امروز است. آمارها نشان می دهد که در لهستان بیش از یک چهارم زنان کار آفرین هرگز برای داشتن یک شغل برنامه ریزی نمی کنند یا مالکیت بنگاه را بعنوان یک شغل در نظر نمی گیرند، بلکه پرداختن آنان به کار آفرینی در نتیجه رخدادی فراموش نشدنی مانند مرگ همسر است. (Helms & Marilyn 1997, 2) در پاکستان، زنانی در پی تأمین شدن برآمده اند که با رویدادی ناگوار (مانند مرگ، یا بازنشستگی همسر) روبه رو شده اند و خواسته اند کاری در پیش گیرند تا وضع اجتماعی و اقتصادی خانواده حفظ شود یا بهبود یابد. از دید آنان کار شخصی، انعطاف پذیری بیشتری دارد. (Shabbir & gregorio 1999)

پ- نیاز اقتصادی :

مان و تورپ در پژوهشهای خود به این نتیجه دست یافتند که انگیزه اصلی زنان آسیایی برای کار آفرینی به دست آوردن درآمد و برآوردن نیاز اقتصادی است، حال آنکه زنان غربی بیشتر به علت استقلال خواهی به کار آفرینی روی می کنند. (Mann & Thorpe 1998, 221) پژوهشی که در منطقه نودسپرسیک روسیه انجام

هندزن بوده‌اند؛ همچنین در ۲۰۰۱، ۳۸/۷ درصد زنان در چین کاربر اینترنت گزارش شده‌اند. ۳۵ درصد از زنان صاحب بنگاه اقتصادی از انجمن (SMES) در حوزه کاری خود و بیش از ۹۵ درصد مؤسسات در آسیای مرکزی درگیر کارهای اینترنتی هستند.

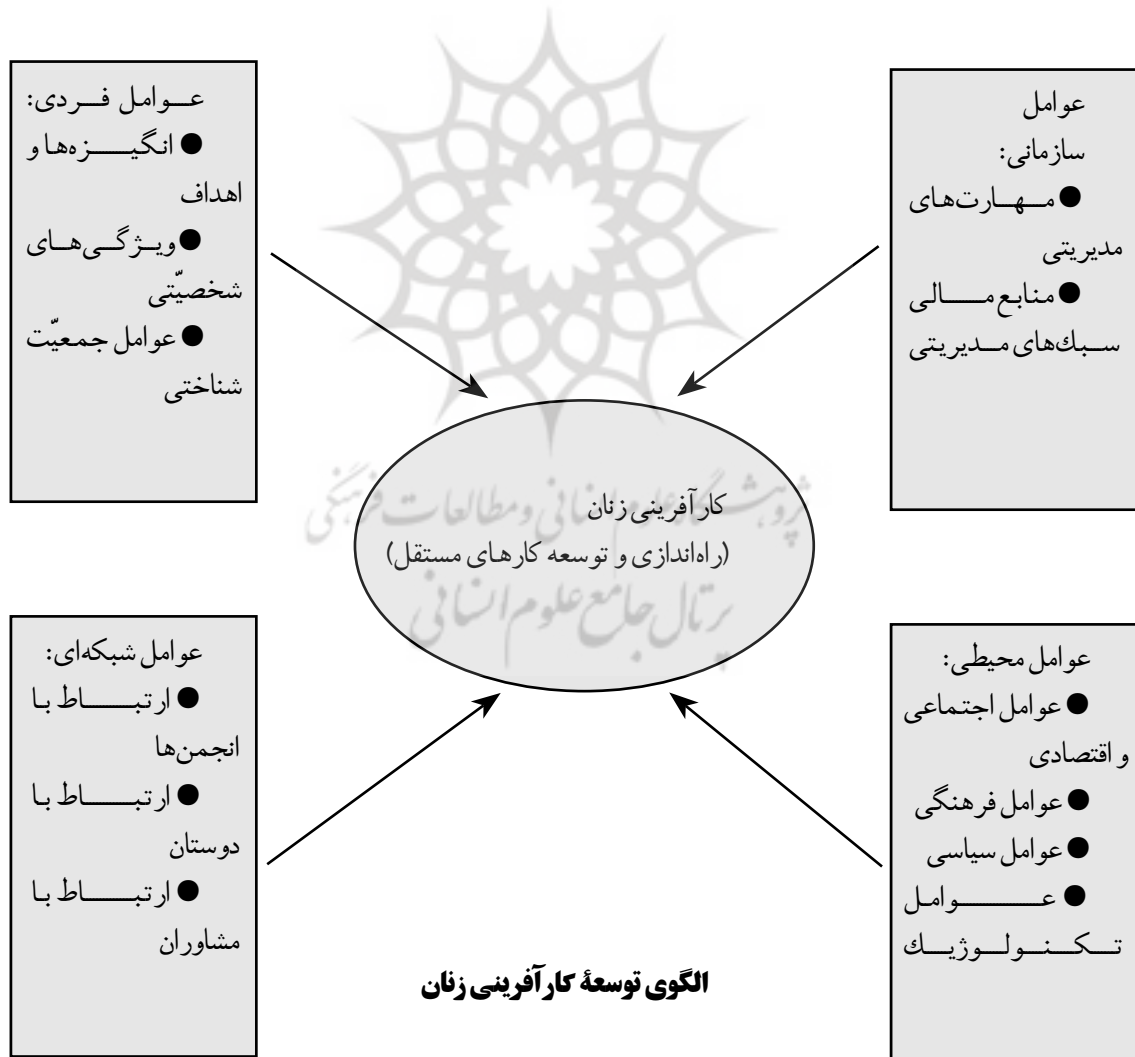
نقش تکنولوژی اطلاعات (IT) در فعالیت اقتصادی زنان عبارت است از:

- هدایت و کنترل در زمینه تولیدات و خدمات
- جایگزینی دوباره تولیدات
- برآورد نیازهای مهارتی تازه
- ایجاد شغل‌های تازه مانند: اطلاع‌رسانی، چاپ، پردازش، نشر، بانکداری، بیمه.
- سودمندیهای کاربرد IT در زمینه فعالیت زنان عبارت

اقتصادی دانمارک هستند و از این رو سیاستها و استراتژی صنعتی دولت دانمارک برای گسترش فرهنگ کار آفرینی و بهبود شرایط کار و ایجاد زمینه بهینه برای همه کارآفرینان طراحی شده است که بسیاری از این نوآوری‌ها برای کارآفرینان زن مناسب است و ساختار شغلی و کاری و دامنه فعالیت زنان کارآفرین را در آینده دگرگون می‌کند. همچنین سرمایه‌گذاری در زمینه IT و اینترنت برای زنان را که نقشی برجسته در استراتژی‌های صنعتی دولت بازی می‌کنند در دستور کار خود قرار داده است. (Kjeldsen, Kentand 2001)

ج- عوامل تکنولوژیک:

در سال ۲۰۰۰، ۲۲ درصد از زنان در آسیا، کاربر اینترنت شناخته شده‌اند؛ ۲۳ درصد کاربران اینترنت در



است از:

- برقراری ارتباط از راه دور

- آموزش در زمینه بازاریابی و پیشبرد کارها

- آموزش IT در بیرون و درون سیستم آموزش.

(Tonetti 2001)

نتیجه گیری:

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

نتایج این پژوهش که با بهره‌گیری از دیدگاه کارشناسان و تجزیه و تحلیل‌های آماری در مورد ۱۴۰ زن کارآفرین ایرانی به دست آمده است، نشان می‌دهد که عوامل شبکه‌ای و عوامل فردی مانند انگیزه‌ها و هدفها، ویژگی‌های شخصیتی و عوامل جمعیت شناختی از عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان ایرانی است. همچنین عوامل محیطی چون عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک از عوامل مؤثر به شمار می‌آید. (گلرد، ۱۳۸۳)

در این پژوهش فرهنگ در دو بخش رسمی و غیررسمی مورد بررسی قرار گرفته است. بخش رسمی دربرگیرنده قوانین و مقررات است و بخش غیررسمی ارزشها و هنجارهای غیررسمی (عرف) را دربرمی‌گیرد. عوامل بازدارنده توسعه فعالیت اقتصادی زنان، بیشتر در بخش غیررسمی فرهنگ نمایان است.

بر پایه نتایج به دست آمده، الگوی زیر برای راه اندازی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی زنان ایرانی فراهم آمده است:

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

* آگاهی دادن به زنان جوان بویژه دانش‌آموختگان دانشگاهی درباره کارآفرینی، بعنوان شیوه‌ای سازنده در

زندگی و راهی برای برون رفت از بیکاری؛

* اثرپذیری مثبت از رخدادهای ناگوار در زندگی برای دستیابی به استقلال و کاهش رنجهای روحی از راه پرداختن به فعالیت اقتصادی؛

* اثرپذیری از اعضای موفق خانواده بعنوان الگو و بهره‌گیری از دانسته‌های آن؛

* همخوان شدن دوره‌های آموزشی با نیازهای حرفه‌ای زنان، در راستای افزایش توانمندیهای آنان برای پرداختن به فعالیت اقتصادی و توسعه دادن آن؛

* برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌هایی به منظور آماده‌سازی زنان برای پرداختن به کارهای مستقل، تبادل دانش و اطلاعات، شناسایی و معرفی فعالیت‌های سودمند و خوش آتیه برای زنان؛

* گزینش نوع فعالیتها، بر پایه نیازها، ویژگیها و توانایی‌های جنسیتی زنان و ارزش‌ها و هنجارهای جامعه؛
* اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمان‌ها، مؤسسات اقتصادی و اجتماعی دولتی و خصوصی با زنان کارآفرین؛

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

* ایجاد دگرگونی بنیادی در سیاستهای اقتصادی در ارتباط با اشتغال‌زایی و کارآفرینی زنان؛

* ایجاد تسهیلات برای تأمین منابع مالی زنان کارآفرین از راه حذف سپرده و ضمانت‌های غیرمنطقی و غیراصولی، تشویق بانکها به دادن وام‌های درازمدت با بهره اندک به زنان، آسان کردن روند دریافت وام‌های خوداشتغالی و وام‌های کوچک تضمینی از دولت و مؤسسات اعتباری؛

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

(فهرست منابع فارسی و لاتین در دفتر ماهنامه

موجود است)