

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)

بعنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

### ارائه الگوی کارآفرینی زنان در ایران

#### نویسندگان:

ابراهیم جعفری کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی

[e\\_jafari\\_s@yahoo.com](mailto:e_jafari_s@yahoo.com)

فاطمه شیدایی، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

[f.sh1366@yahoo.com](mailto:f.sh1366@yahoo.com)

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
ب عنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

### چکیده

شرط بقا در دنیای پرشتاب کنونی استفاده از همه منابع موجود و توان افزایشی همه ظرفیتهای در اختیار است. در این بین شناخت توانمندیهای زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان میتواند در بهره برداری از ظرفیتهای این قشر بزرگ موثر واقع شود. تحقیقات زیادی نشان داده است، زنان در مقایسه با مردان در فرایند معاملات مخاطره آمیز با سختی های بیشتری روبه رو می شوند. هدف از این مقاله شناخت ماهیت کارآفرینی زنان و بررسی عواملی است که بر روی کارآفرینی زنان تاثیرگذار است، که در دو بخش چالش ها و فرصت ها مطرح شده است. چالش ها، عواملی هستند که موجب کند شدن و سخت شدن امر کارآفرینی برای زنان می شود و فرصت ها عواملی هستند که موجب تسریع این فرایند می شوند.

**کلید واژه ها:** کارآفرینی، زنان، چالش ها، فرصت ها، عوامل ژنتیک



# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بعنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

مطالب فوق و ضرورت توسعه کارآفرینی میان زنان جامعه، شناسایی چالش های کارآفرینی زنان ضروری و الزامی به نظر می رسد (جعفری و صفری 1389).

### مشکلات کارآفرینی زنان

ساله است جامعه ما با پذیرش این نکته که کار منزل برای زن و کار بیرون مختص مرد است، اولویت اول اشتغال را به مردان اختصاص داده است. فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج دهنده باورهای سنتی و تفاوت جنسیتی بوده است. همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی، اجتماعی و حرفه ای به استمرار این موضوع کمک می رساند. پژوهش های زیادی در خصوص مشکلات و محدودیت های کارآفرینان انجام شده است و هر کدام از پژوهش گران موضوعی خاص را به عنوان محدودیت برای راه اندازی کسب و کار مطرح کرده اند. به عنوان مثال برخی از آن ها مانند: بی ثباتی نیازهای مصرف کنندگان (Carrington, 2006)، رقابت و بازار (Orser & Riding, 2006)، مدیریت سرمایه در گردش (Ganesan et al., 2002)، حسابداری و بودجه بندی (Nelson, 1987)، سطوح مالیاتی (Nelson, 1987)، قوانین دولتی، تعادل کار و زندگی (Orser & Riding, 2006)، اهمیت مهارت های مدیریتی (Lorrain & Laferte, 2006)، مهارت های مذاکره (Lorrain & Laferte, 2006)، شبکه های اجتماعی (Ganesan et al., 2002) طرح کسب و کار<sup>1</sup> (Katerina & Trihopoulou, 2005) اما در مجموع چالش ها و محدودیت های کارآفرینی را می توان در 3 دسته کلی طبقه بندی کرد:

- ✓ الف) دسته اول چالش هایی هستند که بطور عمده برای کلیه کارآفرینان (زن یا مرد) وجود دارد.
- ✓ ب) دسته دوم چالش هایی است که به علت شرایط خانوادگی و اجتماعی و حقوقی در مورد زنان کارآفرین شدید تر از مردان است.
- ✓ ج) دسته سوم چالش هایی است که منحصراً در ارتباط با زنان کارآفرین می باشد (محدودیت های خانوادگی و فرهنگی).

این چالش ها در دو مرحله دامنگیر کارآفرین است. اول در زمان شروع به کار که عمدتاً به شکل کمبود تجربه کاری و دشواری کسب سرمایه مالی نمایان می شود. و مرحله دوم مشکلات مربوط به ادامه کار است که در قالب کمی تجربه در برنامه ریزی مالی، هدایت سرمایه و دشواری در جلب مشتری خود را نشان می دهند (جعفری و صفری 1389)  
آنجلا داویس<sup>2</sup> (2011) مشکلاتی که کارآفرینان در سه سال اول با آن مواجه هستند را در 10 قسمت طبقه بندی می کند:

1) پیدا کردن مشتریان جدید

<sup>1</sup>business plan

<sup>2</sup> Angela Davis

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)

بعنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

- 2) بدست آوردن منابع مالی
- 3) استخدام و پرداخت دستمزد به کارمندان
- 4) استخدام و پرداخت دستمزد به مدیران،
- 5) قیمت محصول
- 6) برنامه ریزی برای توسعه بازار
- 7) رسیدگی و رفع مشکلات قانونی
- 8) ارزیابی و حفظ کیفیت محصول
- 9) مواجه شدن با نهاد های دولتی
- 10) خرید و فروش کالا.

این مشکلات هم برای زنان و هم برای مردان به طور مشترک وجود دارد، اما میزان شدت و ضعف آن برای زنان و مردان متفاوت است (Davis, 2011).

حال باید به بررسی عوامل مشکلاتی بپردازیم که ناشی از عامل جنسیتی است. در این رابطه فرصت ها و محدودیت های پیش روی زنان کارآفرینان در دو بخش نهاد های رسمی و غیر رسمی (قانون و مشتری) و عوامل ساختاری (الگو های تخصصی و بخشی) تشکیل شده است که اگر بخواهیم درک صحیحی از موقعیت زنان کارآفرین در مکان های خاص بدست آوریم باید توجه ویژه ای را به تفاوت های جنسیتی درون نهاد ها، و کسب و کارها داشقباشیم (Harris, 1998). فرهنگ رسمی شامل هنجارها و قواعدی هستند که از طرف دولت و مراجع رسمی تعیین می شود که همان قوانین و مقررات، نظام آموزشی جامعه و مذهب است. فرهنگ غیررسمی، قواعدی است که مردم بر روابط اجتماعی خود تنظیم کرده اند و به طور خودجوش به وجود آمده است که شامل مراسم سنتی، عرف و رسوم و ... می شود.

طی تحقیقی که صابر (1380) در شهر ها و روستاهای ایران انجام داد، محدودیت های زنان کارآفرین را در دو دسته محدودیت های فردی و سازمانی تقسیم بندی کرد. که محدودیت های فردی شامل عوامل آموزشی و خانوادگی می شود. عوامل آموزشی شامل دانش، مهارت های مدیریتی و بازاریابی، اطلاع از قوانین، دانش های مالی و حسابداری و همچنین مهارت های اطلاعاتی است. او محدودیت های سازمانی را به دو بخش فیزیکی و مالی تقسیم کرد، که محدودیت فیزیکی شامل نبود موقعیتی برای انجام کارهای تجاری در سازمان، عدم دسترسی به تسهیلات و مواد خام واسطه ای در سازمان می باشد.

حسینی (1386) در مقاله ای با عنوان چالش های فراروی کارآفرینی زنان ایرانی، با ریشه یابی این محدودیت ها و تبعیض ها به مواردی مانند: مخالفت مردان با فعالیت اقتصادی همسرانشان در بنگاه های اقتصادی و ایجاد یک

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بنام بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : آرزوی آفرین و ثروت آفرین

حرفه یا یک شغل، انتظار از زنان برای زندگی در محیطی حفاظت شده و پرهیز از رویارویی با افراد قوی تر، محدود کردن فعالیت های زنان را بین می کند و به خانه داری و مراقبت از فرزندان، اشاره می کند (کریمی، 1389).  
میرغفوری (1389) مطالعه ای بر روی زنان که آفرین در استان یزد انجام داد و محدودیت های خانوادگی، آموزشی، ویژگی های شخصیتی، اجتماعی فرهنگی، مالی و محدودیت های قانونی را از مهم ترین محدودیت های زنان معرفی کرد. جواهری نیز محدودیت های خانوادگی، تعارض در نقش ها، سیستم آموزشی، غالب های عقیده ای و محیط های کاری را به عنوان اصلی ترین محدودیت های زنان کارآفرین معرفی می کند. ارسطی در سال 85 مطالعه ای بر روی 105 زن کارآفرین دارای مدرک تحصیلی بالا انجام داد، طبق این تحقیق مهم ترین محدودیت های کارآفرینان به ترتیب شامل: قوانین و مقررات (83٪)، بروکراسی اداری (81٪)، کسب مجوز (79٪)، منابع مالی (71٪)، تبعیض جنسیتی (69٪)، عدم دسترسی به بازار (65٪)، مدیریت و کنترل هزینه (58٪)، جذب نیروی انسانی (55٪)، جست و جوی تامین کنندگان (54٪)، تضاد نقش ها (52٪)، پیدا کردن شریک تجاری مناسب (40٪) و مدیریت تجاری (31٪) می باشد.  
ارسطی بر خلاف صابر در مطالعه خود محدودیت های اجتماعی و فرهنگی را به عنوان محدودیت های اصلی برای کارآفرینان زن دارای مدرک بالا بیان نکرد.

سازمان بین المللی کار نیز در سال 1998 چالش های کارآفرینی زنان جهان را به صورت زیر دسته بندی نموده است:

- ✓ چالش های رفتاری (زنان اعتماد به نفس کم تر و تصور منفی از خود دارند)
- ✓ چالش های ایفای نقش (تعارض بین وظایف مختلف با محدودیت های زمانی)
- ✓ چالش های اجتماعی و فرهنگی (مانند دید منفی نسبت به زنان در کار. این باور که زنان بایستی وظایف دیگری بر عهده داشته باشند، محدودیت هایی را برحسب نوع شغل انتخابی، کمبود حمایت خانوادگی، کمبود تغییرپذیری را بوجود می آورد)
- ✓ چالش های تحصیلی (زنان به طور نسبی از سطوح تحصیلی پائین تری نسبت به مردان برخوردارند و اغلب دسترسی محدود به فرصت های آموزشی شغلی دارند) (حسینی، 1386)

با وجود دیدگاه های مختلف در مورد محدودیت های کارآفرینی زنان، این محدودیت ها در شش دسته کلی تقسیم بندی می شوند:

- 1- **دسترسی ها:** از مهمترین محدودیت ها، عدم دسترسی مناسب به سرمایه های فیزیکی، انسانی و اجتماعی می باشد. دسترسی های فیزیکی شامل دسترسی به منابع مالی، تجهیزات و کالاهای واسطه ای است، و دسترسی های انسانی یعنی توانایی جذب و به کارگیری نیروی متخصص مورد نیاز و دسترسی های اجتماعی یعنی توانایی پذیرش و درک اجتماع از آنان به عنوان فعالان اقتصادی و کارآفرین می باشد. در کارآفرینی زنان احتمال خیلی کمی وجود دارد که کمبود منابع مالی به وسیله وام دهندگان و سرمایه گذاران تامین شود (Allen and

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
ب عنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : آفرین و ثروت آفرین

- Truman, 1993; Brush, 2006). البته دانش فنی زنان به علت تاثیر گرایش های آنان در طول دوره تحصیل پاسخ گوی نیاز های آنان نمی باشد. و در آخر کمبود دسترسی به منابع مالی و اطلاعاتی منجر به این می شود که کسب و کار آن ها دارای ورودی تکنولوژیکی پایینی باشند در نتیجه نیازمند تعداد زیاد کارمند و میزان زیاد سرمایه باشد.
- 2 - **عوامل خانوادگی:** این ویژگی ها به مدیریت همزمان کسب و کار و خانواده ارتباط دارد. مسوولیت های مدیریت خانه و مدیریت یک کسب و کار آنچنان با یکدیگر آمیخته شده اند که نمی توان آن ها را از یکدیگر جدا کرد (Allen & Truman, 1993). در خانواده ها به دلیل مخالفت هایی که والدین از فعالیت های کارآفرینانه دختران نشان می دهند، اجازه دسترسی به منابع مالی خانواده را به آن ها نمی دهند (میر غفوری و همکاران، 1388). بعلاوه مطالعه نقش های اجتماعی نشان می دهد که، تصور و درک زن ها از کسب و کار خود به اندازه مردها دقیق نمی باشد، و به جای تمرکز بر روی موفقیت های تجاری خود، بیشتر به برقراری تعادل بین نقش هایی که با آن ها درگیر هستند می پردازند. یعنی به بیانی ساده تر آن ها به دلیل تعدد نقش و اهمیت آن ها، نمی توانند همانند مردان فقط بر روی یک نقش تمرکز کنند (Matthews and Moser, 1996). زنان ناچار هستند به دلیل ویژگی های فرهنگی و شرایط اجتماعی و نیز نگاه سنتی به زنان و محیط خانواده و حتی خارج از آن مسوولیت های متعددی را در قبال خانواده خود بپذیرند. در مجموع عدم تمرکز بر یک فعالیت خاص مربوط به کسب و کار و یا یک فعالیت کارآفرینانه، مانعی مهم بر مسیر کارآفرینی زنان تلقی می شود.
- 3 - **عوامل فرهنگی:** با وجود اینکه به نظر می رسد عامل اقتصادی در کارآفرینی زنان، دارای بیشترین اهمیت می باشد ولی مطالعات و بررسی های صورت گرفته نشان داده است که ارزش ها و باورهای فرهنگی رایج در یک جامعه، تأثیر مستقیمی بر میزان کارآفرینی زنان داشته است. عوامل فرهنگی بر روابط انسانی حاکم بر جوامع، وضع قوانین و مقررات، نگرش افراد بر شیوه زندگی و شخصیت افراد تاثیر گذار است. اشتغال زنان نیز از این قاعده مستثنی نیست و بطور جدی تحت تاثیر عوامل فرهنگی قرار دارد. محدودیت های فرهنگی به علت تأثیری که بر روی درک زنان و مردان از کارآفرینی می گذارند، دارای اهمیت فراوانی هستند. انجام فعالیت های کارآفرینانه مستلزم انجام فعالیت هایی از قبیل رفت و آمد در اماکن مختلف، سفر های داخلی و خارجی، رانندگی در جاده های بین شهری و ... می باشد که این موضوع به لحاظ فرهنگی مشکلاتی را ایجاد می کند. در جامعه، زنان به گونه ای پرورش می یابند که دنبال کردن پول را امری غیر اخلاقی می دانند، و به پیشگیری از برخورد، بی طرفی و برابری اهمیت می دهند، و با این کار مزیت هایی همچون جرات، حس مال اندوزی، و حتی بیرحمی را که مردان برای اداره کسب و کار در طول زمان بدست می آورند را از دست می دهند. در شرایط کنونی نقش زنان در جامعه، گسترش دهنده صلح، افزایش دهنده عدالت اجتماعی، می باشد که

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بعضای بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): آرزوی آفرین و ثروت آفرین

تعاریف مرد محور در رابطه با کارآفرینی موفق در تضاد است (Chitsike, 2000). اغلب زنان در مقابل پذیرش رفتارهایی که مردگونه تلقی می شوند مقاومت می کنند، حتی اگر که این رفتارها برای پیشبرد کسب و کار آن ها مفید باشد. دلایل گفته شده منجر به این می شود که کسب و کارهای با مالکیت زنان اغلب در مقیاس کوچک باقی بماند (جعفری و صفری 1389).

4 - **عوامل سازمانی:** باید گفت که تقسیم جنسیتی نیروی کار، بر یکپارچگی زنان کارآفرین یعنی آنهایی که در تولید مواد غذایی، تغذیه، سلامت و مراقبت از کودکان و غیره فعالیت می کنند تاثیر می گذارد. در سطح سازمان نیز مانند جامعه مصادیقی از باورهای کلیشه ای درباره زنان وجود دارد که می تواند همچون یک مانع ذهنی عمل کند. چالش های سازمانی عمدتاً شامل چالش های مادی، فیزیکی، بازاریابی، فروش و منابع انسانی است. نابرابری جنسیتی از طریق مناسبات رسمی و غیررسمی منجر به تاثیر گذاری بر ساختار روانی زنان و جهت یابی منفی آنان نسبت به کارشان می شود. در سازمان ها کم تر پیش می آید که زنان به سطوح مدیریت ارشد راه یابند. مدیران ارشد نیز در انتخاب افراد برای رده های شغلی بالاتر در میان مردان و زنان با تحصیلات و تجربه مساوی، مردها را ترجیح می دهند، و به همین دلیل زنان امکان کسب تجربه های جدید شغلی را ندارند. از آنجا که زنان احتمال می دهند توسط همتایان مرد خود به نحو مناسبی به رسمیت شناخته نشوند، از ورود به شبکه غیر رسمی همکاران که بیشتر جنبه ای مردانه دارد می هراسند. و البته در سازمان ها برخی از مشاغل را مختص زنان می دانند، و سعی کنند زنان را به کارهای تکراری و ساده بگمارند، که این مساله موجب می شود که از تمام توانایی آنان استفاده نشود. وجود تبعیض های جنسیتی منجر به تفاوت سطح دستمزد زن و مرد در شرایط یکسان شده است (جعفری و صفری 1389).

5 - **عوامل شخصیتی و جمعیت شناختی:** در این بخش بیشتر انگیزه ها، ویژگی های شخصیتی و ویژگی های جمعیت شناختی مدنظر است. در مورد عوامل شخصیتی کارآفرینان باید گفت که زنان و مردان در بسیاری از موارد دارای خصوصیات مشترکی هستند اما در برخی موارد با یکدیگر متفاوت هستند. می توان گفت میان توانایی های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود و کارآفرینی زنان رابطه مستقیم وجود دارد (Scarborough & Zimmerer, 1996). زنان در قیاس با مردان از نظر شخصیتی دارای خصوصیات مشابهی در مقابل خردگرایی، جهت گیری فردی در مقابل جهت گیری جمعی، خاص گرایی در برابر عام گرایی، انفعال گرایی در برابر فعال گرایی و خصوصیات انتسابی در مقابل خصوصیات اکتسابی می باشند. این عوامل خود مانعی مهم بر سر راه کارآفرینی آنان می باشد (Orhan, 2007) از سوی دیگر نداشتن خود باوری و حس اعتماد به نفس در زنان باعث شده است که زنان اطمینان کافی را قبل ورود به عرصه کارآفرینی نداشته باشند، که البته کمبود زنان کارآفرین موفق موجب تشدید این موضوع شده است (میر





# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
ب عنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

پذیر هستند، اغلب بر اساس کار نیمه وقت شکل می گیرند و مکان آن در خانه یا در نزدیکی آن می باشد ( Everts, 1998). کسب و کار زنان با وجود کوچکی در خیلی از مواقع به عنوان یک منبع درآمدی ضروری برای خانواده تلقی می شوند، و هدف آن ها بیشتر ثبات درآمدی است نه افزایش آن، به همین علت بیشتر به دنبال ثبات کسب و کار خود هستند نه توسعه و وسعت آن. عدم تمایل شدیدی که زنان به ریسک پذیری دارند به جز تفاوت های فردی و ویژگی های شخصیتی به دو علت می باشد : اول وجود مسولیت های چندگانه آن ها در زندگی خود و دوم : به این علت که اصولاً مردان در خانواده ها افرادی مستعد برای ریسک پذیری هستند، زنان با عدم تمایل خود به ریسک در پی برقراری تعادل در خانواده هستند (Lecturer, 2010).

### توانایی های زنان کارآفرین :

بر خلاف چالش های کارآفرینی زنان مطالعه بر روی فرصت های پیش روی آنان بسیار اندک و محدود است، زیرا از یک سوی باید فرصت ها را در غالب متغیر های فرهنگی، قانونی، مذهبی و اجتماعی مطرح کرد؛ زیرا با تغییر هر کدام از این متغیر ها نوع نگاه به زنان و نقش و میزان حضور آنان در بخش های مختلف جامعه تغییر می کند، و از سوی دیگر دقت برای شناخت چالش ها به این دلیل بیشتر است که با از بین بردن و یا کم کردن هر کدام از چالش ها می توان برای آنان فرصت های کارآفرینی فراهم کرد . فرصت های کارآفرینی نیز همانند چالش ها به 3 بخش تقسیم بندی می شود، اول: فرصت هایی که هم برای زنان و هم برای مردان مشترک است، دوم: فرصت هایی که زنان به علت ماهیت خود بهتر از مردان می توانند استفاده کنند و سوم : فرصت هایی که مختص زنان است، همانند مشاغلی که ماهیتی زنانه دارند . البته در مجموع زنان در بسیاری از مشاغل مشترک به دلیل داشتن روحیه متفاوت، و نقش متفاوت بهتر از مردان عمل می کنند . حسینی به نقل از فیش فرصت ها و عوامل موفقیت آمیز پیش روی کارآفرینی زنان را چنین معرفی می کند:

1. وجود مهارت های ارتباطی: بسیاری از زنان در توانایی بیان، بهتر از همتای مرد خود عمل می کنند.
2. وجود مهارت های مردمی: بسیاری از زنان در خواندن احساسات از چهره دیگران و کشف رمز از اداها و ژست های آنان و در نتیجه در تعامل با دیگران بسیار ماهر هستند.
3. استفاده از تفکر شبکه ای: یعنی توانایی جمع آوری داده ها از محیط و ایجاد ارتباط میان قطعات داده های مختلف
4. برقراری توافق: زنان کارآفرین موفق غالباً خوب می توانند بحث کنند. آنها می توانند شرایطی ایجاد کنند که طرفهای وارد در بحث روابط هماهنگ برقرار کنند.
5. توانایی ایجاد و گسترش روابط مناسب: حفظ روابط دراز مدت با مشتری در تجارت از ویژگیهای زنان کارآفرین است (حسینی، 1386).

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بعضای بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

آراستی (1386) نیز در پژوهش خود در بررسی ساختارهای اجتماعی و فرهنگی موثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه، یادآوری می کند که از میان عوامل فرهنگی و اجتماعی که شامل نگرش موافق اطرافیان به زن کارآفرین و ارزشها و باور های جامعه، وجود الگوی نقش در اطرافیان، برقراری تعادل بین کار و خانواده، آموزش و محرک های محیطی است، تنها عامل تقویت کننده، نگرش موافق اطرافیان به زن کارآفرین می باشد و سایر عوامل در این امر بی تاثیرند (آراستی، 1386).

### تأثیر عوامل زنتیک بر توانایی کارآفرینی زنان:

لکنون تحقیقات زیادی در مورد تفاوت کارآفرینی زنان و مردان انجام شده است، تحقیقاتی نیز از منظر ژنتیکی به این موضوع پرداخته اند و در پی پاسخ به این سوال برآمده اند که بنیان های ژنتیکی تا چه اندازه محرک کارآفرینی افراد هستند؟ آیا محیط تأثیر گذار تر است یا ژنوم افراد؟ در طی تحقیقی که نیکولا<sup>3</sup> و همکارانش در سال 2010 با مطالعه بر روی نمونه بزرگی از دوقلوهای همسان و هم جنس (دختر) انگلیسی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که درجه بالایی از قابلیت توارث برای رفتارهای کارآفرینانه وجود دارد. نیکولا و همکارانش گزارش دادند 37-42 درصد واریانس در کارآفرینی مربوط به عوامل ژنتیکی است و بقیه مربوط به عوامل محیط غیر مشترک (محیط منحصر به فردی که افراد بر خلاف رشد در خانواده-ای یکسان با آن رو به رو می شوند) است. در حالی که محیط مشترک (میزان شباهتی که افراد به واسطه رشد در خانواده ای یکسان به هم پیدا می کنند) تأثیر مهمی بر تمایل افراد برای کارآفرین شدن نداشت (Nicolaou & Shane, 2010). البته باید توجه داشت به دلیل اینکه گروه مورد بررسی آنها بیشتر زن بودند (حدود 93 درصد دوقلوها)، نتایج تحقیق آنها ممکن است به واسطه تعمیم نتایج مربوط به زنان به جامعه مردان دچار محدودیت شده باشد. در طی تحقیق دیگری ژانگ<sup>4</sup> و همکارانش به منظور بررسی اثر ژنتیک بر تمایل افراد به کارآفرینی، روش های ژنتیک کمی را بر روی نمونه بزرگی از دوقلوهای همسان و دوقلوهای با جنسیت یکسان سوئدی پیاده کردند و به این نتیجه رسیدند که اثر عوامل ژنتیکی بر تمایل زنان برای کارآفرین شدن، شدید است اما عوامل مربوط به محیط مشترک تأثیری بر تمایل آنها برای کارآفرین شدن ندارد. برعکس در مردان، اثر عوامل مربوط به محیط مشترک بر تمایل آنها برای کارآفرین شدن شدید بود، اما عوامل ژنتیکی تأثیری بر تمایل آنها نداشت. همچنین مشخص شد برون گرایی و روان رنجورخویی واسطه تأثیر عوامل ژنتیکی بر تمایل زنان برای کارآفرین شدن می شوند، در حالی که برون گرایی واسطه تأثیر محیط مشترک بر تمایل مردان برای کارآفرین شدن می شود (Zhang et al, 2009).

همان طور که بیان شد تحقیقات نشان می دهد کارآفرینان زن در مقایسه با هم تیان مرد خود با سختی ها و چالش های محیطی بیشتری رو به رو هستند. در نتیجه، تعاملات محیط-ژن باعث می شود، زنان در فرایند کارآفرینی بیشتر به

<sup>3</sup> Nicolaou

<sup>4</sup> Zhang

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بنام استرسانان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

توانمندی های ژنتیکی خود متکی باشند. تعاملات محیط - ژن زمانی اتفاق می افتد که تأثیرات محیطی، اثر ژن ها بر روی یک خصوصیت را تعدیل می کنند یا برعکس. بر اساس تعاملات محیط - ژن، محیط نامساعد می تواند باعث بروز اثرات بیشتر ژنتیک بر روی یک رفتار شود. برای مثال، در یک محیط حمایت کننده که هر فرد منابع غنی در اختیار دارد، به واسطه ی فراوانی منابع و کمبود رقابت، ممکن است افراد با سطوح متفاوت بهره مندی ژنتیکی از کارآفرینی احتمال برابری برای کارآفرین شدن داشته باشند. زمانی که منابع محیطی بسیار باشند ژن ها اثر کمی بر روی کارآفرین شدن افراد اعمال می کنند. برعکس در محیط های نامساعد و با حمایت کم، افراد، بیشتر به توانمندی های ژنتیکی خود برای توسعه ی ایده های کسب و کار و شروع سرمایه گذاری جدید متکی هستند و تلاش می کنند در محیط نامساعد دوام آورند. پس انتظار داریم محیط های متفاوت، منجر به بروز سطوح متفاوتی از تأثیرات ژنتیکی بر تمایل مردان و زنان برای کارآفرین شدن شود.

### کارآفرینی زنان در دنیا:

بنا به گزارش سازمان ملل در کشورهایی که فعالیت زنان در حال توسعه است اقتصاد نیز دارای رشد پایدارتری است، در حالی که در کشورهایی که زنان دارای محدودیت هستند، رشد اقتصادی بسیار آهسته تر صورت می گیرد (Jalbert, S., 2000). به علت تشویق هایی که برای افزایش سهم زنان در رشد اقتصادی و توسعه شده است، تعداد زنان کارآفرین در سراسر دنیا افزایش یافته است (Frear, D., 2007). در بسیاری از کشورها، نزدیک به 67-75 درصد کارآفرینان مرد هستند (Minniti, M. and Arenius, P., 2003) این در حالی است که ترکیب جمعیت در جهان کنونی نشان دهنده آن است که نیمی از آن را زنان تشکیل می دهند. به این لحاظ توجه به استعداد و نقش زنان در چرخه اقتصادی و اجتماعی کشورها، به عنوان نیروی کار ضرورت دارد. نقش زن در محیط کار جهانی در فاصله ۵۰ سال گذشته تغییرات برجسته ای پیدا کرده است. مطالعات انجام شده در سراسر جهان نشان می دهد در اکثر کشورها مردان در مقایسه با زنان کارآفرین ترند. در کشورهای با درآمد متوسط این تفاوت ها بیشتر مشاهده می شود. زنان شاغل در مقایسه با زنان خانه دار تمایل بیشتری برای کارآفرینی و شروع یک کار جدید را دارند. این زنان سن و تحصیلات بیشتری دارند و اعتماد به نفس آنها به توانایی هایشان یک عامل پیشگویی کننده قوی برای کارآفرین شدن است؛ و به طور متوسط اکثر شغل های جدیدی که به وسیله زنان ایجاد شده در مقایسه با مردان دارای سرمایه اولیه کمتر بوده است (امیدی نجف آبادی، 1385). در بسیاری از کشورها بین کارآفرینی زنان و مردان تفاوت قائل می شوند و همیشه کارآفرینی زن ها را بعد از مرد ها قلم داد می کنند. با این وجود تعداد زنان کارآفرین در دنیا در حال افزایش است. برای مثال سرعت (rate) افزایش زنان کارآفرین در سال 1970، 26 درصد بود اما در سال 1990 به 40 درصد سعود کرد، و در بین سال های 1990 و 2006 این نرخ (rate) به 42 افزایش یافت (جعفری و صفری 1389).

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بنام بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

طی تحقیقی که در بخش صنعت صورت گرفته نشان می دهد که کارآفرینان به صنایع تبدیلی، خدمات تجاری و بخش خدمات مشتری بیشتر از صنایع استخراجی علاقه مند هستند. البته این نسبت برای زنان بیشتر است به طوری که نتایج تحقیق نشان می دهد که دو سوم زنان در بخش خدمات فعالیت می کنند در صورتی که **فیمی** از مردان کارآفرین در این بخش فعال هستند. در کشور های در حال توسعه 46٪ از زنان کارآفرین حداقل دارای مدرک دبیرستان هستند، در حالی که این نسبت در کشور های توسعه یافته 81/7 درصد است. به طور واضح تر زنانی که دارای مدرک بالاتری هستند احتمال بیشتری وجود دارد که کارآفرین شوند، ولی این تفاوت برای کشورهای کمتر توسعه یافته کم تر مشاهده می شود (Jalbert, S., 2000).

میزان توقف و عدم ادامه فعالیت در تمامی کسب کارهای تجاری (در حال تولد، تازه تاسیس، در حال فعالیت)، در کشورهای در حال توسعه بالاست، اما زنان به نسبت مردان کم تر تمایل دارند که کسب و کار خود را به علت این کم سود آور نباشد ترک کنند، به علاوه زنان به احتمال خیلی کمتری به دلیل وجود شغلی دیگر و یا فرصت تجاری بهتر کسب و کار خود را ترک می کنند، و بزرگترین دلیل برای ترک کار آنان دلایل شخصی است. در همه انواع اقتصاد ها انتظار و توقع رشد.

وضعیت کلان اقتصادی عامل مهمی برای کارآفرینی محسوب می شود یعنی باید گفت که در زمان رکود اقتصادی به طور طبیعی میزان کارآفرینی کاهش می یابد اما این میزان کاهش بر روی کارآفرینی زنان بیشتر تاثیر گذار است. در زمان رکود در اقتصاد های توسعه یافته، کارآفرینی بر مبنای نیاز (یعنی فرد بنا به داشت مشکلات مالی دست به عمل کارآفرینانه بزند نه بر مبنای مواجهه با فرصت خوب کارآفرینانه) ممکن است که کم تر موجب اشتغال شود. در رابطه با بین المللی سازی کسب و کار باید گفت که کم تر از یک چهارم زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه دارای مشتری بین المللی (خارجی) هستند ولی در کشورهای توسعه یافته بیش از نیمی از زنان کارآفرین دارای مشتری خارجی هستند، و به طور کلی در تمامی اقتصاد ها مردان به نسبت بالاتری دارای فروش خارجی هستند.

در زیر نتایجی که در تحقیق GEM بدیت آمده به طور خلاصه بیان می شود:

- ✓ در جوامعی که زنان خود را برای کارآفرینی تواناتر می بینند، بیشتر معتقد هستند که فرصت های کارآفرینی وجود دارد.
- ✓ زنان نیز همانند مردان به طور مساوی موقعیت های کارآفرینانه را به عنوان موقعیتی جذاب می بینند، اما با این حال تصور مثبتی از توانایی ها و ظرفیتهایی فردی خود برای شروع کسب و کار ندارند، و همچنین با دیگر کارآفرینان ارتباط کمی دارند.
- ✓ به طور کلی زنان در مقایسه با مردان احتمال کمتری وجود دارد که به سرمایه گذاری مخاطره آمیز برای شروع کسب و کارها دست بزنند.

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)

ب عنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

- ✓ در اقتصادهای کم تر توسعه یافته، زنان در مقایسه با مردان، بیشتر به علت ضرورت (احتیاج مالی) به کارآفرینی برانگیخته می شوند، نه مواجهه با فرصت کارآفرینانه.
- ✓ در اقتصاد های توسعه یافته، هنگام رکود اقتصادی، کارآفرینی بر مبنای ضرورت کم تر موجب اشتغال می شود.
- ✓ یک چالش کلیدی برای کارآفرینی زنان، عدم حمایت از آنان در مرحله شروع و راه اندازی می باشد.
- ✓ شبکه های اجتماعی زنان کارآفرین، و زنان صاحب کسب و کار، نسبت به هم تیان مرد کوچکتر است و دارای گوناگونی کم تر می باشد، و همچنین زنان بیشتر علاقه به روابط شخصی بویژه خانوادگی دارند
- ✓ در کشور های توانمند با وجود این که زنان کارآفرین در مقابله با هم رده های مرد سن بالاتری دارند، و دارای مدرک تحصیلی برابری هستند و محصولات نوآور مشابهی تولید می کنند، اما توقع و انتظار آن ها از رشد کار خود نصف انتظار مردان است.

به طور میانگین در هر اقتصادی زنان در مقایسه با مردان، فرصت ها و امکانات موجود را کم تر می بینند، و با وجود این که ترس از شکست در مردان هم وجود دارد اما در زنان بیشتر مشاهده می شود؛ اما این تفاوت در اقتصادهای توسعه یافته بیشتر دیده می شود.

### زنان کارآفرین در ایران:

برای این که بتوانیم در مورد موقعیت زنان کارآفرین در ایران صحبت کنیم باید بدانیم که کشور های دیگر در چه شرایطی قرار دارند. مطالعاتی که در این زمینه انجام گرفته نشان می دهد که در آمریکا 38٪ از تمام شرکت ها متعلق به زنان است و در روسیه مالکیت 64٪ شرکت هایی که بالاتر 10 کارمند دارند در اختیار زنان است. کارآفرینی زنان در کانادا در بین سال های 1990 تا 2001، 208٪ افزایش داشته است در حالی که این افزایش برای مردان 38٪ بوده است. در آلمان از سال 1990 تا کنون، مالکیت زنان از شرکت های تازه تاسیس نزدیک به یک سوم کل شرکت ها است (Kay et al., 2003). در فرانسه زنان یک چهارم شرکت ها را دارا هستند. در سوئد 28٪ کسب کار های جدید را زنان تاسیس می کنند (ITPS, 2002). در مجارستان از سال 1990 نزدیک به 40٪ از کسب و کارها به وسیله زنان راه اندازی می شود. در ژاپن 23٪ از شرکت های خصوصی از آن زنان است. در چین از سال 1978، زنان 25٪ از تجارت این کشور را در اختیار دارند. در مالزی مالکیت 16٪ از شرکت ها در اختیار زنان است، که 89.5٪ از آنان در بخش خدمات، 7.5٪ از آنان در بخش صنعت و 3٪ از آنان در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت هستند (Wendy et al., 2008). اداره کل آمار کره جنوبی در سال 2008 اعلام کرد که مدیریت و مالکیت 36٪ از تمام شرکت ها در اختیار زنان است. در آفریقای جنوبی نرخ فعالیت های کارآفرینانه برای مردان 8.1٪ است، در حالی که برای زنان 4.9٪ می باشد. و مردان نسبت به زنان 1.7 برابر بیشتر احتمال دارد که در فعالیت های کارآفرینانه درگیر شوند، که مقدار کمی از میانگین جهانی (1.6) بیشتر می باشد (Hendricks, Lindiwe, 2005). در مورد ایران باید گفت که افزایش قابل

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)

بنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکار ناپذیر جامعه ایران است . با وجود این، آمار های اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل کارآفرین هستند. برای ظهور فعالیت های کارآفرینانه وجود زمینه ها و شرایط فرهنگی اجتماعی مناسب ضروری است . مطالعه چالش های کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی و اجتماعی آنان کمک می کند(جواهری، 1383). در ایران 12/2 درصد از زنان فعالان اقتصادی هستند؛ این موضوع در حالی است که 48/9 درصد از زنان شاغل هستند . و فقط 5 درصد از زنان شاغل دارای پست مدیریتی هستند، و با وجود این که 62 درصد از ورودی دانشگاه را زنان به خود اختصاص می دهند، تنها 57 درصد از فارغ التحصیلان زن شاغل می شوند (Behruzi, 2008). طی سال های اخیر، بسیاری از کشور ها توسعه کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه اعم از خانواده، محله، شهر و روستا را هدف خود قرار دادند . در همین راستا، نهادها و انجمن های بین المللی مانند دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM)<sup>5</sup> تشکیل شده است . طی تحقیقی که GEM با همکاری دانشگاه تهران در ایران انجام دادند کارآفرینان در 3 مرحله طبقه بندی شده است:

- ✓ مرحله اول: کارآفرینانی که در مرحله راه اندازی کسب و کار قرار دارند، و نزدیک به 3 ماه است که دستمزد پرداخت می کنند. (کارآفرینان تازه کار)
- ✓ مرحله دوم: مالکان یا مدیرانی که بین 3 ماه تا سه سال و نیم به کارمندان خود مزد پرداخت می کنند (مالکان یا مدیران کسب و کار).
- ✓ مرحله سوم: مدیران و مالکانی که در شرکت های تاسیس شده فعالیت می کنند و بیش از 42 ماه دستمزد پرداخت کرده اند.

و دلایل شروع کسب و کار را به دو دسته تقسیم بندی کرده است (1. ضرورت و 2) فرصت. دسته اول کارآفرینانی هستند که بنا به ضرورت و نداشتن منابع مالی دیگر دست به کارآفرینی می زنند، و دسته دوم کسانی هستند که به علت دستیابی به یک فرصت کارآفرینانه مبادرت به انجام این عمل میکنند.

در این تحقیق به این نتیجه رسیدند که زنان کارآفرین ایرانی بسیار عقب تر از هم تیان مرد خود هستند . و فقط 30 درصد از کارآفرینان را زنان تشکیل می دهند و زنان نسبت به مردان بیشتر بر اساس فرصت کارآفرینی می کنند و کمتر بر اساس ضرورت دست به کارآفرینی می زنند . در ایران اکثر زنان کارآفرین در کنار کسب و کار خود به کارهای خانه مشغول هستند. احتمال کارآفرین شدن در زنانی که مشغول به کار هستند (کار دستمزی) نسبت سایر افراد دیگر همانند دانشجویان و بازنشستگان یا غیر شاغلین، 3 تا 4 برابر بیشتر است.

زنان کارآفرین نسبت به بقیه (غیر کارآفرینان) دارای اعتماد به نفس بیشتری نسبت به مهارت های خود هستند، احتمال بیشتری دارد که دیگر کارآفرینان را بشناسند و نسبت به فرصت های موجود در محیط حساسیت بیشتری دارند؛ که

<sup>5</sup> Global entrepreneurship monitor

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه) بعنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

لازم به ذکر است که در این موارد با مردان مشترک هستند. در تمامی جوامع میزان خوشبینی برای شروع کسب و کار، در میان زنان کارآفرین کمتر از مردان است. در جدول زیر فعالیت های کارآفرینانه به تفکیک جنسیت نشان داده شده است.

جدول 1) میزان فعالیت های کارآفرینانه در ایران به تفکیک جنسیت (GEM report, 2008)

| کل     | کارآفرینان با سابقه | کارآفرینان نوپا |
|--------|---------------------|-----------------|
| 73/2 % | 81/1 %              | 69/3 %          |
| 26/8 % | 19/9 %              | 30/7 %          |
| 100 %  | 100 %               | 100 %           |

طبق آمارهای بدست آمده مطابق با جدول بالا در کسب و کارهایی که در مرحله آغاز هستند زنان سهم 30 درصدی دارند درحالی که سهم مردان نزدیک به 70 درصد است. بیش از 30 درصد زنان کارآفرین در ایران در مرحله اول کسب و کار (کارآفرینان نوپا) قرار دارند ولی درصد کارآفرینانی که به مراحل بعدی رسیده اند کمتر است، که علل آن باید بررسی شود. در همین تحقیق به این نتیجه رسیدند که 68/1 درصد از زنان بر مبنای فرصت پیش آمده اقدام به کارآفرینی می کنند و 21/3 درصد از آنان بر مبنای ضرورت و نداشتن راهی دیگر، و 10/6 درصد از آنان بنا به هر دو دلیل اقدام به کارآفرینی نموده اند.

کارآفرینان به گروه ها سنی مختلفی تقسیم شده اند که در ایران بیشتر کارآفرینان زن در مرحله راه اندازی کسب و کار، و در گروه سنی (18 تا 24 سال) مشغول به فعالیت هستند که این موضوع نشان دهنده وجود نسلی است که آمادگی زیادی برای کارآفرین شدن دارند. در کشور های با درآمد پایین و متوسط، اکثر کارآفرینان زن که در مرحله اول (کارآفرینان نوپا) مشغول به کار هستند رده سنی بین 25 تا 34 سال را دارند. و اکثر کسانی که در مرحله دوم و سوم مشغول به فعالیت هستند رده سنی 35 تا 44 سال را دارا هستند. اما در ایران اکثر افرادی که در مرحله کسب و کار نوپا فعالیت می کنند در رده سنی 18 تا 24 قرار دارند.

طبق نتایج به دست آمده مردان کارآفرین نسبت به همتایان زن دارای مدرک تحصیلی بالا تری دارند، که البته قابل گفتن است که در ایران سهم زنان در دانشگاه ها بیش تر از مردان است، که خود این موضوع نشان دهنده وجود بستر های کارآفرینانه مناسب برای زنان می باشد، زیرا که اغلب به علت نبود فرصت کارآفرینانه به ادامه تحصیل می پردازند.



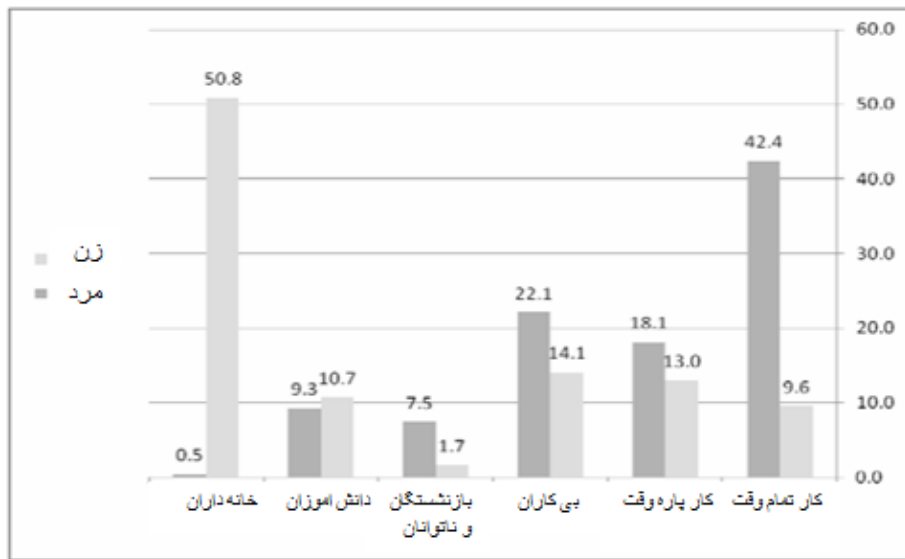
# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
ب عنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

زنان کارآفرین نسبت به سایرین (زنان غیر کارآفرین) دارای اعتماد به نفس کافی و ترس از شکست بسیار کمتری هستند (GEM report 2009).

در ایران بیشتر فعالیت های کارآفرینانه در بخش صنایع تبدیلی و خدمات مشتری متمرکز می باشد، و شمار کسب و کارهایی که در زمینه صنایع استخراجی است رو به کاهش می باشد. در ایران نزدیک به 89 درصد از کسب و کاره ای تازه تاسیس و 87 درصد از کسب و کارهایی دارای سابقه دارای بخش صادرات نمی باشند و در محیط خارجی فعالیت نمی کنند. و به طور کلی در ایران کارآفرینان جوان بیشتر از کارآفرینان مسن هستند، بعلاوه نسبت به آنان دارای سطح تحصیلات بهتری هستند و در رابطه با مهارت ها و شایستگی ها، آموزش های بهتری را دیده اند (GEM report, 2009).



نمودار ۱) چگونگی یراکنندگی شغلی در ایران بر اساس تفکیک جنسیتی (GEM report, 2009)

نمودار بالا توزیع شغلی جمعیت ایران را نشان می دهد. در ایران اکثر زنان خانه دار هستند و دلیل اصلی این موضوع نیز به عادات فرهنگی ایرانیان مربوط می شود. مردان شاغل (کارمند) 2 تا 3 برابر بیش تر احتمال دارد که دست به فعالیت های کارآفرینانه بزنند (نسبت به دستمزد بگیران، کسانی که شاغل نیستند، بازنشستگان و دانشجویان)، و با وجود این که جمعیت زنان بیشتر از مردان است اما درصد بسیار بالایی از شاغلین را مردان تشکیل می دهند. در صد زنانی که به صورت پاره وقت کفو می کنند بیشتر از زنانی است که به صورت تمام وقت مشغول به کار هستند، که این پدیده به علت تعدد نقش آن ها به

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بنوعنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): آرزوی آفرین و ثروت آفرین

وجود می آید. در رابطه با ترس از شکست باید گفت که برای شروع یک کسب و کار زنان بیش از مردان دارای ترس از شکست می باشند (GEM report, 2009).

### بحث و نتیجه گیری

بین زنان کارآفرین و مردان کارآفرین تفاوت رفتاری وجود دارد و بررسی پدیده کارآفرینی زنان با استفاده از روشهای تحقیق و فاکتورهای مورد مطالعه مردان مشکوک است (Brush, 1992). مطالعات متعددی به دنبال بررسی ویژگی های کارآفرینان با تاکید بر تفاوت های جنسیتی بوده اند. در این میان نتایج نشان می دهد که در ایران راه اندازی یک کسب و کار امری مشکل است و مدت زمان طولانی نیز به طول می انجامد. که البته تعداد زیادی از کسب و کارهای راه اندازی شده نیز در مراحل بعدی تعطیل می شوند. این موضوع نشان دهنده عدم توجهات و حمایت های اجتماعی و دولتی به زنان کارآفرین می باشد. در ایران پتانسیل های زیادی برای پیشرفت هر چه بیشتر در عرصه کارآفرینی زنان وجود دارد، از مصداق های آن می توان به درصد بالای پذیرفته شدگان و فارغ التحصیلان زن دانشگاه ها اشاره کرد

در مقاله حاضر مشکلات و چالش های کارآفرینی زنان در شش دسته تقسیم بندی شد (دسترسی ها، عوامل خانوادگی، عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی، عوامل جمعیت شناختی و عوامل شبکه ای)، که زنان کارآفرین برای راه اندازی یک فعالیت کارآفرینانه باید ابتدا با چالش های جدی و موانعی که از سوی خود آن ها ایجاد می شود، کنار آمده و سپس به رفع چالش های موجود در جامعه و دیگران اقدام کنند. یکی از نکات مهم که تاثیر بسیاری بر توانمند سازی زنان دارد، آموزش مهارت های لازم برای حضور در عرصه کسب و کار و کارآفرینی است. این آموزش ها به قدری اهمیت دارد که می تواند بسیاری از چالش ها را هموار کند. از دیگر مواردی که به کارآفرینی زنان بسیار کمک می کند، حمایت های خانواده ها از زنان و کمک به آن ها در برقراری تعادل بین نقش های آنان در درون و بیرون خانواده است. به لحاظ فرهنگی بخش های بزرگی از جامعه و همچنین خانواده ها هنوز نگاه سنتی و مردسالارانه ای به موضوع کار دارند و زنان را به عنوان یک نیروی کارآمد اقتصادی به رسمیت نمی شناسند، که این موضوع موجب می شود که زنان در تمامی مراحل راه اندازی کسب و کار اعم از تهیه سرمایه، کسب مجوز، راه اندازی، استخدام، تامین مواد اولیه و تجهیزات، بازار یابی، فروش و ... دچار مشکل شوند. در سازمان ها نیز تبعیض ها و تفاوت های جنسیتی موجب می شود که هم سازمان آسیب ببیند و هم فرد کارآفرین، زیرا سازمان از وجود نیروهای بالقوه کارآفرین محروم شده و افراد کارآفرین نیز توانایی کسب تجربه های جدید را ندارند.

فرصت های پیش روی کارآفرینان زن را می توان وجود مهارت های ارتباطی، مهارت های مردمی، توانایی استفاده از تفکر شبکه ای، توانایی برقراری توافق با بحث های موفق با دیگران، توانایی ایجاد، گسترش روابط دوستانه و توانایی های ژنتیکی دانست که از ویژگی های مثبت در زنان است که می تواند آن ها را در مسیر کارآفرینی یاری دهد. باید این توانایی ها تقویت شوند و در کنار سایر مهارت ها و دانش لازم برای کارآفرینی از طریق آموزش،

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
ب عنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

اعتماد به نفس زنان را بهبود ببخشند. در زیر نتایج حاصل از بررسی چالش ها و فرصت های کارآفرینی زنان به صورت خلاصه به تصویر کشیده شده است.

همان طور که در الگو مشاهده می شود، چالش های کارآفرینی برای زنان نسبت به فرصت ها ملموس تر و دارای وزن بیشتری است، که این موضوع از یک سوی نشان دهنده ی وجود چالش های بیشتر نسبت به فرصت هاست و از سوی دیگر نشان دهنده عدم مطالعه و شناخت کافی نسبت به فرصت های پیش روی زنان کارآفرین است . با کسب شناخت از باورهای زنان در مورد مشکلات و چالش هایی که مانع حضور و فعالیت آن ها در عرصه کارآفرینی و کسب و کار می شود و همچنین شناخت فرصت ها و توانایی های آنان، می توان به طور اصولی و با برنامه ریزی در جهت رفع این موانع و زمینه سازی برای تلاش موثر زنان در این عرصه اقدام نمود .اولین گام در این مسیر را باید با باور توانایی های زنان از سوی خودشان و سپس از سوی اطرافیان و جامعه برداشت (کریمی، 1389).

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، نقاط اتصال دانشگاه ها و صنعت (جامعه) بعنوان بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارائه



# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)

ب عنوان بسترسازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین) : ارزش آفرین و ثروت آفرین

تعدد فرزند

۱۸۰۰

تنوع کم

گسترده گی کم و محدود

تاکید بر استفاده از منابع خصوصی

عدم شناخت دیگر کارآفرینان



### منابع و مآخذ

آراستی، زهرا (1385) ، ساختارهای اجتماعی و فرهنگی موثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه، پژوهش زنان،

دوره 4 شماره 1 و 2، بهار و تابستان

جعفری، ابراهیم؛ صفری، علی؛ (1389) چالش ها و فرصت های کارآفرینی زنان، کنفرانس مدیریت و نوآوری

حسینی، سید نبی ا... (1386) ...چالش های فرا روی کارآفرینی زنان ایرانی

صابر، فیروزه، (1381). راه های توسعه ی کارآفرینی زنان در ایران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان

کریمی نازیلا ، نوه ابراهیم عبدالرحیم ، (1389) چالش های موجود در مسیر کارآفرینی زنان. اولین کنفرانس بین

المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی.

Davis a,( 2011) Rural and urban women entrepreneurs: A comparison of serviceneeds  
*Int. Journal of Business Science and Applied .and delivery methods priorities*

*Management, Volume 6, Issue 2,.*

Feldman, D. C., (2004), The devil is in the detail: converting good research into  
 publishable articles, *Journal of Management*, (30) (1), pp. 1-6.

Report on Women and Entrepreneurship, :2004(GlobalEntrepreneurship Monitor

Minniti et al

Issues and Challenges for Women Jahanshahi A.A, Pitamber B.K, Nawaser KH,(2010)

Entrepreneurs in Global Science, with Special Reference to India.

Lecturer s,(2010) An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs  
 inSouthern Region in Malaysian. Faculty of Economics and Business, National

University of Malaysia.

Orhan, M., Scott, Don. (2007), why women enter into entrepreneurship an Explanatory  
 model, *Women in Management Review*, vol 16, pp: 232-247.

Nicolaou, N., Shane, S. (2010). entrepreneurship and occupational choice; genetic and  
 environmental influences. *Journal of economic Behavior & organizational*,16(1), 3-14.

Razavi m, Zali m, Faghih n, (2008) Monitoring Entrepreneurship in Iran. GEM-based  
 data.

Shah Alam s, Mohd Jani M.F, (2011), An Empirical Study of Success Factors of  
 Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia.

# کنفرانس ملی

## کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان

با چشم اندازی بر مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد و بارک های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه ها و صنعت (جامعه)  
بعضای بستر سازان دانشگاه های نسل سوم (کارآفرین): ارزش آفرین و ثروت آفرین

- Zimmerer, W. T. & Scarborough, N., (1996), Entrepreneurship and the new Ventur Formation, Johnn Wiley & Sons, pp: 12-13.
- Zhang, Z., Zyphur, M. J., Narayanan, J., Arvey, R. D., Chaturvedi, S., Avolio, B. J., Lichtenstein, P., Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision process*, 110, 93-107.