

زن کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه کارآفرینی زنان

فاطمه نیازکار^۱، نرگس عرب مقدم^۲

چکیده

در این پژوهش تلاش شده است تا دیدگاه زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان شناسایی و بررسی شود. در این پژوهش ۳۷ نفر از زنان کارآفرین در دسترس، مورد آزمون قرار گرفتند. به منظور تهیه پرسشنامه و شناخت موانع موجود، از ۷ نفر از کارآفرینان زن مصاحبه عمیق صورت گرفت. سپس برای بررسی اهمیت موانع موجود از پرسشنامه محقق ساخته با سؤالات بسته که در آن موانع ذیل عنوانین: موانع فردی- خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، مالی و تجاری و موانع ساختاری طبقه‌بندی شده بود، استفاده شد و از زنان کارآفرین درخواست شد تا میزان اهمیت هر کدام از موارد را بر اساس طیف لیکرت مشخص کنند. نتایج بیانگر این است که موانع مختلفی وجود دارد. مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی - مالی و تجاری و بعد از آن موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی- فرهنگی که تقریباً در یک سطح بوده و تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند. موانع فوق به شکل معنادارتری مهم‌تر از موانع فردی- خانوادگی بوده است و تفاوت میانگین آن با سایر موانع معنادار است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، موانع، توسعه، زنان.

پذیرش: ۱۳۸۹/۱/۱۸

دریافت: ۱۳۸۸/۱۰/۲۸

مقدمه و بیان مسأله

امروزه جوامع با تحولات گسترده بین‌المللی روبه‌رو هستند که این تحولات ناشی از پیشرفت‌های شگرف علمی و تکنولوژیک است که به نوبه خود منجر به نیازهای جدیدی در جامعه شده است. به منظور پاسخ‌گویی به این نیازها دیگر نمی‌توان به روش‌ها و فرایندهای موجود تکیه کرد. از این رو ابداع و اختراع، نوآوری‌ها، تولید محصولات جدید، فرایندها و روش‌های نو بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند. امروزه این رسالت برعهده کارآفرینان است.

کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آیند، از این رو پرورش نیروهای خلاق و نوآور، یکی از مباحث مهم در سطوح مختلف صنعتی، خدماتی و دانشگاهی است و از آن جایی که کارآفرینی نه تنها در توسعه اقتصاد بلکه در سلامت روحی و روانی و شکوفایی معنویات افراد جامعه تأثیر می‌گذارد، حذف موانع توسعه کارآفرینی نیز از مباحث اساسی در سطح کشور است.

کارشناسان معتقدند در آینده تنها عامل تفاوت بین اقتصاد کشورها، میزان کارآفرینی در آنها است. آن دسته از کشورها که زمینه کارآفرینی را فراهم کنند شاهد رشد مناسب و پایدار اقتصادی خواهند شد و آن دسته که چنین نمی‌کنند هم‌چنان مواجه با رکود اقتصادی و معضلات اجتماعی خواهند بود.

ایران اسلامی دارای جمعیتی جوان است و براساس آخرین آمار موجود در کشور حدود ۱۲ درصد از این نیروی جوان فعال در کشور بیکار است. حتی فارغ التحصیلان دانشگاهی نیز از نظر اشتغال در وضعیت مناسبی قرار ندارند و ۱۴ درصد از آنها بیکارند. وضع بیکاری برای زنان و دختران از این هم وخیم‌تر است. این موج بیکاری در سال‌های آینده نیز سنگین‌تر خواهد شد، مگر این که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان با برنامه‌ریزی دقیق و مدیریت صحیح علاوه بر حل معضل بیکاری به دنبال راه و روش‌های نوینی باشند تا شرایط توسعه اقتصادی را نیز فراهم آورد.

با وجود تلاش‌های متعدد دست‌اندرکاران، کارآفرینی هنوز نتوانسته است جایگاه اصلی خود را در میان جامعه ما بازکند. کارآفرینان با موانع و مشکلات متعددی روبرو هستند و این مشکلات برای زنان جامعه، به خصوص زنان تحصیل کرده بیش‌تر است. بنابراین با بررسی این موانع و مشکلات باید مسؤولان را برای اتخاذ سیاست‌های اصولی و مناسب به منظور توسعه کارآفرینی در جامعه یاری کرد.

زنان در ایجاد و پیشرفت تمدن سهم ارزنده‌ای داشته و دارند. زنان نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند. آنان گرایش بیش‌تر به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و نرخ ورود دختران به دانشگاه‌ها، سال به سال در حال افزایش است.

کشورهای پیشرفته صنعتی خیلی سریع توانستند نقش زنان کارآفرین را در توسعه اقتصادی کشف کنند و به دنبال توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان زنان تلاش کرده و در این راستا سیاست‌های حمایتی مناسبی را در تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و بقای روحیه کارآفرینی در میان زنان اتخاذ کنند. با توجه به افزایش نرخ بیکاری در میان زنان و نیز اهمیت و نقش کارآفرینی در رفع معضل بیکاری زنان و رشد اقتصادی کشور درصدد برآمدیم تا موانع و مشکلات کارآفرینی زنان دارای تحصیلات دانشگاهی را از دیدگاه خود آنان مورد بررسی قرار دهیم.

کارآفرینی فرایند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در آن تأثیرگذار می‌باشند و شاید همین پیچیدگی و ناهمواری توجیه‌کننده میزان کم و یا عدم موفقیت بانوان در کارآفرینی و عدم ورود ایشان به فعالیت‌های کارآفرینانه باشد. موانع موجود بر سر راه کارآفرینان زن متفاوت از کارآفرینان مرد است و به طور طبیعی زنان به علت نابرابری‌های جنسیتی در جامعه، نقش‌های متعدد و... با محدودیت‌های خاصی روبرو هستند. امید است با ارائه این موانع بتوان مسؤولان و سیاست‌گذاران کشور را در جهت جلب حمایت از کارآفرینان زن و رفع موانع و مشکلات آنان

یاری کرد. بدیهی است شناخت مشکلات و موانع کارآفرینان به اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارایی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند.

اهداف

پژوهش حاضر با اهداف زیر انجام می‌شود:

- شناخت موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان از دیدگاه خود آنان
- ارائه راهکارها براساس نتایج تحقیق
- ارائه راهکارها و سیاست‌های حمایتی براساس فعالیت‌های کشورهای پیشرفته و موفق در امر کارآفرینی زنان.

چارچوب نظری

اقتصاددانان شرایط اقتصادی را دلیل کارآفرینی می‌دانند. به عنوان مثال ریچارد کانتیلون^۱ عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد: مالکان زمین، عوامل اقتصادی دستمزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می‌کنند (پروکوپنکو و پاولین^۲، ۱۹۹۱: ۱۵). ژان باتیست سی^۳ از دیگر اقتصاددانانی است که معتقد بود کارآفرینان در جابه‌جایی منابع اقتصادی براساس اصول بهره‌وری نقش اساسی دارند (شیلر و کریسون^۴، ۱۹۹۷ به نقل از احمدپور داریانی، ۱۳۸۰). اقتصاددانان چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارند:

- عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار و فراهم بودن سرمایه
- عوامل غیراقتصادی: مقبولیت کارآفرینی، تحرکات اجتماعی، امنیت، طبقه اجتماعی، قدرت و

کنترل

- عوامل روان‌شناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری
- ترکیب عوامل تولید: به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۱۳-۱۴).

شومپیتر^۵ نیز کارآفرینی را نقطه ثقل تئوری خود در مورد توسعه اقتصادی و سازوکار تغییر اقتصادی می‌داند. شومپیتر اعتقاد داشت تعادل پویا از راه نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌شود و این دو ویژگی یک اقتصاد سالم هستند (پروکوپنکو و پاولین، ۱۹۹۱: ۱۶).

هم‌چنین کرزنر^۱ بر لزوم کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تأکید می‌کند. از سوی دیگر، شولتز^۲ کارآفرینی را توانایی مقابله با عدم توازن می‌داند و نه توانایی پرداختن به ابهامات. هایک^۳

1. Richard Cantillon
2. Prokopenko & pavlin
3. Jean Batiste Say
4. Schiller & Crewson
5. Schumpeter

نظری مشابه کرزنر دارد و آن را نیرویی پایدار می‌داند که باعث می‌شود بازارها به توازن نزدیک‌تر شوند و این بازارها با هماهنگی بیش‌تری عمل کنند. خطرپذیری، نقطه ثقل مفهوم مایسز^۴ از کارآفرینی است. اما لینک^۵ و هربرت^۶ در تلاش برای ارائه یک تعریف ترکیبی از کارآفرینی هستند که موضوعات مهم تاریخی پیرامون کارآفرینی هم چون خطر، ابهام، نوآوری، درک و تغییر را یکپارچه می‌سازد. آنان کارآفرین را به عنوان فردی تعریف می‌کنند که متخصص پذیرفتن مسؤلیت اتخاذ تصمیم‌های قانونی است که بر محل، نوع و استفاده از کالاها، منابع یا نهادها تأثیر می‌گذارد (مقیم، ۱۳۸۳: ۷۳-۷۷).

ویژگی‌هایی مانند نیاز به موفقیت، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، استقلال طلبی، اتکا به نفس و مسؤلیت‌پذیری (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۱۴-۱۷). از دیگر تلاش‌های دانشمندان علوم اجتماعی ارائه نظریه شبکه‌های اجتماعی است. براساس این دیدگاه، کارآفرینی فرایندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط می‌تواند رابطه کارآفرین را با منافع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کند (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۵).

با وجود آن که بسیاری از افراد به راه‌اندازی کسب و کار جدید علاقه دارند و از پیشینه و منابع مالی لازم نیز برخوردارند، اما تعداد افرادی که تصمیم به این کار می‌گیرند، اندک است. دلیل این مسأله شاید این باشد که افراد شغل مطمئنی دارند، مسؤل تأمین خانواده هستند، از زندگی فعلی خود راضی هستند، اوقات فراغت معینی دارند و تمایلی به پذیرفتن خطرات مرتبط با کسب و کار جدید ندارند (گلرد، ۱۳۸۶: ۱۰۵). نظریه انگیزه کار دلایلی را برای کارآفرین شدن مطرح می‌کند و بیش‌تر به مفاهیم کلی نقش کارآفرینان تأکید می‌کند.

به‌طور کلی می‌توان گفت مهم‌ترین دلیل و انگیزه کارآفرینان برای کارآفرینی، استقلال و وابسته‌نبودن به دیگران است. تمایل به رئیس خود بودن، همان انگیزه قدرتمندی است که کارآفرینان، اعم از زن و مرد را وادار می‌سازد که تمامی خطرات اجتماعی، روانی و مالی را به جان بخرند و ساعت‌های زیادی از عمر خود را برای ایجاد، توسعه و موفقیت کسب و کار جدید صرف کنند. دومین انگیزه اصلی کارآفرین شدن برای مردان، ثروت است؛ در حالی که از نظر زنان، رضایت شغلی، موفقیت، فرصت و ثروت به ترتیب، انگیزه اصلی برای کارآفرینی عنوان شده است (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۵). شخص کارآفرین انتظار پاداش مالی، اعتبار اجتماعی و رضایت شخصی دارد. با وجود این، تهدید شکست کاری و ورشکستگی را نیز تجربه می‌کند. معمولاً نظریه انگیزه کاری در ارتباط با میزان مناسب میان انگیزه

1. Kirzner
2. Shultz
3. Hayek
4. Mises
5. Link
6. Herbert

شخصی و سازمان است. هر مقداری که این میزان از مرکز دور باشد، کارآفرین در آستانه شکست در کار و ورشکستگی است (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۵).

اندیشمندان علوم مدیریت نظریه‌های گسترده‌ای را در مورد کارآفرینی مطرح کرده‌اند. به عنوان مثال پیتر دراگر در تلاش برای ارائه توضیحی تخصصی در مورد کارآفرینان، کار خود را با تعریف سی آغاز می‌کند. اما بر استفاده از فرصت برای ایجاد تغییر نیز تأکید دارد. او می‌گوید: «این امر مفهوم کارآفرینی و کارآفرین را محدود می‌کند. کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است» (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰؛ مقیمی، ۱۳۸۳: ۱۸-۲۵).^۱ و سپر کارآفرینی را فرایندی می‌داند که برای شرکت معتبر، چه کوچک باشد و چه بزرگ، رقابتی جدیدی و مستقلی را معرفی می‌کند. او کارآفرینان را افرادی می‌داند که رقابت را افزایش می‌دهند؛ عقاید جدیدی را خلق کرده و آن‌ها را اجرا کنند؛ سرمایه‌گذاری را ترغیب می‌کنند و همواره به دنبال مشاغل جدیدند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۷۵). تیمونز^۲، کارآفرینی را توانایی خلق و ساخت چیزی ارزشمند از هیچ چیز می‌داند (شروع، انجام، دستیابی و ایجاد یک شرکت یا سازمان). پینکات^۳، نقش کارآفرین را خلق نوآوری و نوآوری را یک نوع نابودی خلاقانه می‌داند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۷۵).

مدل‌های کارآفرینی

بر اساس ابعاد و نظریه‌های مختلف کارآفرینی اشاره شده، با توجه به جنبه ویژگی و یا رفتار کارآفرینان دو دسته مدل به‌وسیله محققان ارائه شده است. مدل‌های محتوایی که با دیدگاه روان‌شناسانه تدوین شده است ویژگی‌های کارآفرینان را نشان می‌دهد. مدل‌های فرایندی که بر اساس فرایند فعالیت‌های کارآفرینان و با در نظر گرفتن عوامل محیطی و تأثیر آن بر کارآفرینی شکل یافته است. مدل‌های ارائه داده شده شامل مدل‌های رویدادی کارآفرینی، مدل‌های چند بعدی کارآفرینی و مدل‌های توسعه کارآفرینی زنان می‌باشد.

پیشینه تحقیق

در خصوص موانع و مشکلات توسعه کارآفرینی در میان زنان تحقیقات مختلفی انجام شده است. لطیفی (۱۳۸۵) موانع کارآفرینی زنان را عدم خودباوری، نبود یا کمبود مدل و الگو، کمی تجربه مهارت و دانش، نقش و مسؤلیت دوگانه و تأخیر بین فارغ‌التحصیلی و شروع به کار می‌داند و معتقد است کسب و کار برای مردان، یعنی همه چیز، در حالی که زنان کسب و کار را تنها وظیفه خود نمی‌دانند و به موفق ماندن و نیز به دنبال گسترش کسب و کار پس از دستیابی به موفقیت هستند.

1. Vesper
2. Timmons
3. Pinchot

آذری‌نیا (۱۳۸۶) در مقاله خود موانع کارآفرینی زنان در خاورمیانه و شمال آفریقا را موانع مالی، قانونی، اجتماعی و ساختاری برای حرکت به سوی کارآفرینی می‌داند. در این منطقه بازارهای مالی و نیز نظام‌های وام‌دهی بانک‌ها جا افتاده و پیشرفته نیستند، به همین دلیل فرصت‌های محدودی برای کارآفرینان به خصوص زنان برای دستیابی به این منابع برای آغاز به کار یا توسعه فعالیت‌های آنان وجود دارد. به این ترتیب کسانی که به وام نیاز دارند مجبور هستند از منابع غیررسمی استفاده کنند. هم‌چنین در این منطقه رویه‌های قضایی و حقوقی بسیار پرافت و خیز و پیچیده است، بنابراین در صورت بروز مشکل قانونی وقت و انرژی زیادی برای حل و به نتیجه رسیدن آن باید صرف شود. نبود شفافیت مدیریت در تمام زمینه‌های مالی و عملکردی باعث غیر استاندارد بودن بیش‌تر فعالیت‌های تجاری شده است. از سوی دیگر ثبت شرکت و دریافت مجوز فعالیت برای کارآفرین‌ها بسیار پر هزینه و وقت‌گیر است. فساد مالی و زیرساخت‌های نامناسب نیز موانع دیگر فعالیت مناسب کارآفرینان محسوب می‌شود. نبود الگوی موفق، نفوذاندک در دستگاه تصمیم‌گیری، جو اجتماعی نامناسب، دسترسی نابرابر در مقایسه با مردان به دولت و نیز تبعیض از دیگر موانع کارآفرینی زنان در این منطقه محسوب می‌شود. دولت‌های این منطقه برای حل این مشکلات برنامه‌هایی را در تمام زمینه‌ها تدوین کرده‌اند، اما روند کند اجرا، برنامه‌ریزی بدون تحقیقات میدانی و دقیق، بوروکراسی و نبود اراده سیاسی از جمله عوامل تداوم وضعیت نامناسب زنان کارآفرین در این منطقه هستند.

در بررسی که به‌وسیله آراستی (۱۳۸۵) در جامعه آماری زنان کارآفرین دانشگاهی انجام شد علاوه بر اطلاعات قابل توجه در خصوص محدوده سنی، میانگین سنی، انگیزه‌ها و اهداف زنان از کارآفرینی و نوع کسب‌وکارهای ایجاد شده به‌وسیله زنان کارآفرین ایرانی، مشکلات آنان نیز مورد بررسی قرار گرفت. زنان کارآفرین، مهم‌ترین مشکلات خود در زمان راه‌اندازی کسب‌وکار تشریفات زاید اداری، قوانین دست و پاگیر، گرفتن مجوزها، تأمین منابع مالی و تبعیض بر شمرده‌اند.

صابر در سال ۱۳۷۹ در یک پژوهش موانع کارآفرین زنان را مورد بررسی قرار داد و موانع را به سه دسته موانع فردی، سازمانی و محیطی تقسیم کرد. موانع فردی شامل موانع خانوادگی و موانع شخصیتی است. موانع سازمانی به طور عمده موانع مربوط به کسب و کار است و اختصاص به درون شرکت دارد و شامل موانع مالی، فیزیکی، بازاریابی، فروش و منابع انسانی است. موانع محیطی نیز دربرگیرنده موانع فرهنگی، اجتماعی و تاحدی قانونی است.

عالی‌پور (۱۳۸۱) نیز موانع پیش روی کارآفرینان زن را فرهنگ مرد سالاری، نبود اعتماد به نفس، نوع تربیت خانوادگی، نبود انگیزه مشارکت، نبود روحیه کارآفرینی و خطرپذیری، عدم حل تعارض بین مسؤولیت‌های خانه و بیرون از آن، موانع اقتصادی شامل سرمایه، تسهیلات بانکی، ... و هم‌چنین موانع مدیریتی (نبود نظام شایسته‌سالاری) می‌داند.

گلرد (۱۳۸۴) در پژوهش خود با عنوان "عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایران"، مدلی جامع از توسعه کارآفرینی زنان با مهم‌ترین شاخص‌ها و عوامل مؤثر و شناسایی رابطه بین آن‌ها ارائه داد. پس از انجام مطالعات نظری، مدل اولیه‌ای طراحی شد و براساس آن توسعه کارآفرینی با شاخص‌های رشد، ایجاد و نوآوری تبیین و عوامل مؤثر در چهار بخش فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی تنظیم شد و با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه، نظرات خبرگان کارآفرینی مورد تجزیه و تحلیل آمون‌های آماری قرار گرفت. بعد از تعدیل مدل اولیه بر اساس نظر خبرگان، مدل مذکور در جامعه آماری مورد آزمون (۱۳۹) زن کارآفرین ایرانی) با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل مؤثرتر است. مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب‌وکار رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه بود.

نتایج هم‌چنین نشان داد زنان کارآفرین فقط از راه ارتباط با دوستان نزدیک مجرب و قابل اعتماد، حمایت شبکه‌ای دریافت می‌کنند. ارتباط با مشاوران تخصصی، عضویت در انجمن‌های تجاری و تخصصی زنان (شبکه ثانویه) بسیار اندک است. شرایط محیطی کشور اعم از وضعیت سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه کارآفرینی زنان مؤثرند و زنان ایرانی در توسعه کارآفرینی، با موانع محیطی جدی روبه‌رو هستند. عوامل فرهنگی در دو بعد رسمی و غیررسمی، طرز تلقی و نگرش هر جامعه را از فعالیت‌های اقتصادی زنان آن کشور نشان می‌دهد. نتایج بیانگر آن است که در کشور ما فرهنگ رسمی به‌ویژه در بخش آموزش جامعه و آموزش‌های رسمی در سال‌های اخیر نقش به‌سزایی در توسعه و کسب کار و کارآفرینی زنان داشته‌اند. اما فرهنگ غیررسمی ما نه تنها امکان رشد و کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌سازد بلکه مانع جدی برای آن‌ها محسوب می‌شود. به عنوان مثال حفظ نهاد خانواده یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های زنان کارآفرین در جهان است. بر همین اساس، مسؤولیت نگهداری و تربیت فرزندان و انجام وظایف خانه همواره از اموری بوده است که بر عهده زنان می‌باشد. ایجاد تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی از مهارت‌های خاص زنان کارآفرین محسوب می‌شود. اما نتایج نشان می‌دهد که در جامعه ما، عرف و عادت، سنت‌های گذشته، باورهای حاکم از قابلیت‌های جنسیتی زنان، مانع جدی برای حضور زنان در صحنه‌های اقتصادی است (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۱-۱۲۳).

در پژوهشی که از سوی پاتریشیا ج. گرین از دانشگاه میسوری - کانزاس سیتی^۱ و مایرا ام. هارت از دانشگاه هاروارد^۲ و الیزابت گات وود ج. از دانشگاه ایندیانا^۳ و کاندیدا ج. برس از دانشگاه بوستون^۴ و نانسی ام. کارتر از دانشگاه توماس سنت^۵ در خصوص کارآفرینی در بین سال‌های ۱۹۷۲-۲۰۰۲ از میان

1. Patricia G. Greene, University of Missouri – Kansas City

2. Myra M. Hart, Harvard Business School

3. Elizabeth J. Gatewood, Indiana University

4. Candida G. Brush, Boston University

5. Nancy M. Carter, University of St. Thomas

مجله‌های علمی مختلف کارآفرینی صورت گرفت، نشان می‌دهد که زنان کارآفرین علاوه بر قابلیت‌های قوی در ارائه کارآفرینی از آسیب‌هایی مانند تبعیض اعتبارات، چالش‌های تأمین مالی زنان هم‌چون دستیابی به دانش مالی و حسابداری، به‌دست آوردن منابع مالی راه‌اندازی مراحل وام، بازاریابی، تبلیغات موفق و مشکلات اجتماعی همانند اعتقادات منفی جامعه درباره زنان و تبیض جنسیتی و... رنج می‌برند.

در تحقیقی دیگر که به‌وسیله آراستی (۱۳۸۵) انجام شد، او به این نتیجه رسید که عامل تفویض‌کننده در زنان کارآفرین نگرش موافق اطرافیان است. وی معتقد است لزوم تغییر و تحول در ساختارهای فرهنگی - اجتماعی کشور در جهت تشویق زنان و دختران به کارآفرینی بیش از هر زمان دیگر احساس می‌شود.

با در نظر گرفتن کلیه مباحث مربوط به نظریه‌ها، مدل‌ها و نیز تحقیقات پیشین، از آن جایی که فرایند کارآفرینی متأثر از مجموعه‌ای از عوامل مختلف است، محققان این طرح پژوهشی به منظور سنجش دیدگاه زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان، چهار بعد موانع فردی - خانوادگی، موانع فرهنگی - اجتماعی، موانع مالی - اقتصادی - تجاری و موانع ساختاری مد نظر قرار دادند.

بر اساس تحقیقات پیشین و نظریات مختلف از جمله مدل صابر (۱۳۷۹) در بعد فردی - خانوادگی، انگیزه‌ها و اهداف، خودباوری، مسائل خانوادگی و آگاهی و تجربه کافی گنجانده شد. و نیز پژوهش‌های محققانی چون جواهری و قضانی (۱۳۸۳) و گلرد (۱۳۸۴)، بعد اجتماعی - فرهنگی به چهار مؤلفه تقسیم شد که شامل آگاهی و نگرش مسؤولان نسبت به اهمیت کارآفرینی زنان و کارآفرینان، آگاهی و نگرش جامعه نسبت به اهمیت کارآفرینی زنان و کارآفرینان، احساس مسؤولیت و توجه از سوی مسؤولان، الگو و مدل می‌شود. در بعد مالی - اقتصادی - تجاری چهار مؤلفه قرار داده شد، شامل مسائل مالی کارآفرین، حمایت‌ها، همکاری‌ها و مسائل بازار. مبنای این بخش از پژوهش، تحقیقات آذری‌نیا (۱۳۸۶) و آراستی (۱۳۸۵) می‌باشد. بعد ساختاری نیز از ابعاد دیگری است که دو مؤلفه را در برمی‌گیرد: هماهنگی‌ها و اطلاع‌رسانی و مسائل قانونی. در این بخش از اطلاعات مربوط به پژوهش آذری‌نیا (۱۳۸۶) و آراستی (۱۳۸۵) استفاده شد.

این پژوهش مطابق با مدل ارائه شده (نمودار ۱) از سوی پژوهشگران طرح پیش رو، درصدد آن است که به سؤال‌های زیر پاسخ دهد:

از نظر کارآفرینان زن کدامیک از موارد فوق در عدم توسعه کارآفرینی در میان کارآفرینان زن به عنوان مانع مهم محسوب می‌شوند؟

کدامیک از ابعاد طبقه‌بندی شده موانع موجود در عدم گسترش کارآفرینی در میان زنان مؤثرتر است؟

با توجه به موارد فوق مدل تحقیق پیشنهادی ارائه می‌شود:

نمودار ۱: مدل موانع توسعه کارآفرینی زنان

مؤلفه‌ها

عدم انگیزه
عدم هدف و برنامه
عدم خودباوری
مشکلات خانوادگی
عدم آگاهی و توانایی

ابعاد

نگرش منفی مسؤلان نسبت به زنان
دیدگاه منفی جامعه نسبت به زنان
نبود الگو یا مدل
عدم آگاهی جامعه نسبت به اهمیت
کارآفرینی
عدم احساس مسؤولیت و توجه جامعه و
مسؤلان

فردی - خانوادگی

اجتماعی - فرهنگی

اقتصادی - مالی - تجاری

مشکلات مالی
عدم همکاری
عدم حمایت
مشکلات بازار

ساختاری

عدم هماهنگی و اطلاع‌رسانی
مشکلات قانونی

روش تحقیق:

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق زنان کارآفرین با تحصیلات دانشگاهی در سطح شهر شیراز بودند. به این منظور با مراجعه به مراکز مختلفی مانند اداره کار و امور اجتماعی استان فارس، دفتر امور بانوان استانداری، مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز، دفتر همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان جهاددانشگاهی، خانه صنعت و معدن و اتاق بازرگانی فهرستی از زنان کارآفرین در سطح شهر شیراز تهیه شد و به کلیه افرادی که قابل دسترس بودند، پرسشنامه توزیع شد.

شیوه جمع‌آوری اطلاعات

به منظور شناسایی موانع و مشکلات کارآفرینان زن، مطالعه مقدماتی از راه تنظیم پرسشنامه‌ای با سؤالات باز انجام شد و با ۷ نفر از کارآفرینان زن مصاحبه عمیق صورت گرفت و اطلاعات لازم در این زمینه گردآوری شد. پس از بررسی نظرات این کارآفرینان، فهرستی از موانع موجود بر سر راه کارآفرینان زن در شهر شیراز تهیه و پرسشنامه‌ای با سؤالات بسته تنظیم شد. در نهایت پس از بازنگری، پرسشنامه نهایی این تحقیق در قالب ۵۴ سؤال تهیه و از پاسخ‌گویان خواسته شد تا میزان تأثیر هر یک از مواردی را که مانع عمده‌ای بر سر راه توسعه کارآفرینی زنان است، براساس گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم انتخاب کنند.

ابزار اندازه‌گیری

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه بود. پرسشنامه شامل دو بخش است. در بخش اول اطلاعات جمعیت شناختی و فردی شامل سن، شغل، میزان تحصیلات، سابقه کار در شرکت فعلی، سوابق شغلی گذشته، نوع فعالیتی که در زمینه آن کارآفرینی صورت گرفته است، درج شده است. بخش دوم پرسشنامه براساس چهار بعد مطرح شده در مدل تحقیق تنظیم شده است.

پایایی و روایی پرسشنامه

در ارزیابی روایی پرسشنامه از روایی صوری استفاده شد و پرسشنامه در اختیار تعدادی از جامعه‌شناسان و روان‌شناسان که تجربه تحقیق در زمینه مورد نظر را داشتند، قرار گرفت. در این مرحله تعدادی از گویه‌ها حذف و پیشنهادهای مطرح شد که در پرسشنامه اعمال شد. هم‌چنین با استفاده از روش آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت که نتایج نهایی آن به شرح زیر است: پایایی کل پرسشنامه ۰/۸۷ و پایایی هر کدام از عوامل شامل عوامل فردی و خانوادگی ۰/۸۴، عوامل اجتماعی - فرهنگی ۰/۷۳، عوامل مالی، اقتصادی و تجاری ۰/۸۲ و عوامل ساختاری ۰/۶۵.

روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات و مدل‌های آماری مورد استفاده

داده‌های گردآوری شده به کمک آمارهای موجود در نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس ۳۷ پرسشنامه قابل دسترس صورت گرفت. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، آمارهای توصیفی مانند میانگین، جداول فراوانی و درصدها برای توصیف داده‌ها به کار گرفته شد.

یافته‌های پژوهش:

در راستای بررسی موانع کارآفرینی زنان، در این بخش نتایج حاصل از تحلیل‌های انجام شده، تحویلات کارشناسی بودند. محدوده سنی افراد از ۲۸-۵۹ سال بود. سابقه کار این افراد از ۴ تا ۳۰ سال گزارش شده بود. مشاغل افراد مختلف بود و در زمینه‌های تولیدی، خدماتی و مشاوره‌ای فعالیت داشتند.

نتایج اصلی تحقیق:

۱- نتایج تحلیل‌های مربوط به موانع فردی - خانوادگی زنان کارآفرین:

به‌طور کلی نتایج موانع فردی- خانوادگی نشان می‌دهد درصد قابل توجهی از زنان کارآفرین به ترتیب موانع زیر را در عدم توسعه کارآفرینی در میان زنان مؤثر می‌دانند:

عدم اطلاع از منابع حمایتی (۷۸/۳ درصد)، عدم شناخت نسبت به بازار (۷۲/۹ درصد)، عدم وجود انگیزه دستیابی به رضایت شغلی در زنان کارآفرین (۶۷/۶ درصد)، عدم اطلاع از نحوه سرمایه‌گذاری (۶۶/۷ درصد)، عدم وجود انگیزه دستیابی به سود مالی در زنان کارآفرین (۶۴/۹ درصد)، عدم اطلاع از نحوه توزیع کالا و خدمات (۵۹/۴ درصد)، عدم اطلاع در زمینه بازاریابی (۵۹/۴ درصد)، عدم وجود انگیزه بروز استعدادها و توانایی‌ها در زنان کارآفرین (۵۶/۸ درصد)، تعهدات مختلف در زندگی (شغلی - خانوادگی) (۵۲/۸ درصد)، عدم خودباوری در زنان کارآفرین (۵۱/۳ درصد) و عدم آگاهی و اطلاعات لازم کارآفرینان با علم روز دنیا (۵۱/۳ درصد).

هم‌چنین موانع زیر با میزان درصد پایین‌تری به عنوان عوامل مؤثر بوده‌اند و درصد کم‌تری (در حد زیاد و خیلی زیاد) آن عوامل را مانع توسعه معرفی کرده‌اند. موارد به ترتیب عبارتند از:

عدم وجود انگیزه استقلال‌طلبی در زنان کارآفرین (۴۲/۹ درصد)، عدم اطلاع از نحوه به ثبت رساندن شرکت یا مرکز (۴۱/۷ درصد)، عدم تجربه کافی (۳۷/۱ درصد)، عدم تخصص کافی (۳۵/۱ درصد)، نداشتن هدف و برنامه از سوی زنان کارآفرین (۳۳/۳ درصد)، عدم وجود انگیزه کسب اعتبار و قدرت در جامعه در زنان کارآفرین (۳۲/۴ درصد).

جدول ۱ میزان اهمیت موانع فردی - خانوادگی بر سر راه توسعه کارآفرینی در میان زنان کارآفرین را از زاویه دیگری نشان می‌دهد. در این طیف، هر پاسخ‌گو از هر گویه نمره‌ای بین ۱ تا ۵ می‌توانست کسب کند. بنابراین در مجموعه طیف، پاسخ‌گو نمره‌ای حداقل ۳۸ و حداکثر ۷۸ به‌دست آورد. نظر پاسخ‌گویان در اهمیت هر عبارت به ۳ سطح تقسیم شده است. نتایج پاسخ‌های نمونه تحقیق در جدول ۱ نشان داده شده است. داده‌های این جدول نشان از آن است که ۲۱/۶ درصد پاسخ‌گویان اهمیت موانع

فردی - خانوادگی را در حد کم می‌دانند و ۵۴/۱ درصد موانع فردی - خانوادگی را در حد متوسط در توسعه کارآفرینی مؤثر می‌دانند و ۱۴/۵ درصد عامل فوق را خیلی زیاد مؤثر می‌دانستند.

جدول ۱: توزیع فراوانی نظر پاسخ‌گویان بر اساس میزان اهمیت موانع فردی - خانوادگی
(به طور کلی)

اهمیت موانع فردی - خانوادگی	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کم	۸	۲۱/۶	۲۱/۶
متوسط	۲۰	۵۴/۱	۷۵/۷
زیاد	۵	۱۴/۵	۸۹/۲
بدون پاسخ	۴	۱۰/۸	۱۰۰
جمع	۳۷	۱۰۰	-

۲- نتایج تحلیل‌های مربوط به موانع اجتماعی و فرهنگی زنان کارآفرین:

به‌طور کلی نتایج نشان می‌دهد درصد قابل توجهی از زنان کارآفرین به ترتیب موانع اجتماعی و فرهنگی زیر را در عدم توسعه کارآفرینی در میان زنان مؤثر می‌دانند:

نبود شناخت و آگاهی جامعه نسبت به اهمیت کارآفرینی (۸۸/۳)، عدم اطلاع مسؤولان از نحوه کارکرد کارآفرینان و ویژگی‌های کار (۷۷/۱)، عدم وجود حمایت‌های مشاوره‌ای برای کارآفرینان در زمینه بازاریابی، تحقیقات بازار، تبلیغات، مسائل حقوقی و مالی (۷۴/۳)، عدم نگرش و باور مطلوب مسؤولان نسبت به فعالیت‌های زنان کارآفرین (۷۲/۹)، عدم توجه به مخترعان و مبتکران از سوی مسؤولان (۷۰/۶)، نبود شناخت و آگاهی مسؤولان نسبت به اهمیت کارآفرینی (۶۸/۶)، عدم توجه به زنان کارآفرین به علت وجود دیدگاه‌های غلط نسبت به زن در جامعه (۶۴/۸)، عدم احساس مسؤولیت و حساسیت لازم نسبت به کارآفرینی (۶۴/۸)، نبود اراده ملی از سوی دولت و مسؤولان برای گسترش کارآفرینی (۵۱/۴).

هم‌چنین مانع زیر با میزان درصد پایین‌تری به عنوان عامل مؤثر بوده است و درصد کم‌تری در حد زیاد و خیلی زیاد آن عامل را مانع توسعه معرفی کرده‌اند. این مورد عبارت است از نبود مدل یا الگو برای زنان کارآفرین (۱۳/۹).

جدول ۲ میزان اهمیت موانع اجتماعی و فرهنگی را از زاویه دیگری نشان می‌دهد. در این طیف، هر پاسخ‌گو از هر گویه، نمره‌ای بین ۱ تا ۵ می‌توانست کسب کند. در مجموع، پاسخ‌گویان نمره‌ای حداقل ۲۳ و حداکثر ۴۷ به‌دست آوردند. نتایج پاسخ‌های نمونه تحقیق در جدول ۲ نشان داده شده است. داده‌های این جدول نشان می‌دهد که بیش‌تر پاسخ‌گویان به میزان زیاد موانع اجتماعی و فرهنگی را در

عدم توسعه کارآفرینی مؤثر می‌دانستند (۳۷/۹ درصد) و افرادی به همان میزان موانع را در حد متوسط تأثیرگذار می‌دانستند (۳۵/۱ درصد). ۵/۴ درصد موانع اجتماعی و فرهنگی را به میزان کم در توسعه مؤثر می‌دانند.

جدول ۲: توزیع فراوانی نظر پاسخ‌گویان بر اساس میزان اهمیت موانع اجتماعی و فرهنگی (به طور کلی)

اهمیت موانع اجتماعی و فرهنگی	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کم	۲	۵/۴	۵/۴
متوسط	۱۳	۳۵/۱	۴۰/۵
زیاد	۱۴	۳۷/۹	۷۸/۴
بدون پاسخ	۸	۲۱/۶	۱۰۰
جمع	۳۷	۱۰۰	-

۳- نتایج تحلیل‌های مربوط به موانع اقتصادی - مالی و تجاری زنان کارآفرین:

به‌طور کلی نتایج نشان می‌دهد درصد قابل توجهی از زنان کارآفرین به ترتیب موانع اقتصادی - مالی و تجاری زیر را در عدم توسعه کارآفرینی در میان زنان مؤثر می‌دانند:

عدم همکاری در تخصیص هزینه‌های مکان (۸۸/۲)، وجود مشکلات مالی کارآفرینان (۸۶/۱)، عدم ثبات بازار (۸۴/۹)، نبود حمایت مالی از سوی سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه (۸۴/۳)، عدم همکاری در تخصیص هزینه‌های امکانات اولیه (۷۳/۶)، عدم وجود بازار مناسب (۶۹/۵)، عدم تناسب میزان فعالیت‌های کارآفرین با میزان سوددهی (۶۵/۷)، عدم ثبات ارزی (۶۳/۶)، عدم همکاری در تخصیص نمایشگاه‌های فصلی (۵۱/۵) و عدم همکاری در ایجاد بازارچه (۳۵/۳).

جدول ۳ نیز سطح اهمیت موانع اقتصادی - مالی را از زاویه‌ای دیگر مطرح می‌کند. با توجه به موارد مورد سنجش، حداقل نمره ۱۵ و حداکثر نمره ۷۵ را می‌توان برای هر فرد در نظر گرفت، چرا که این متغیر از ۱۵ گویه در طیف لیکرت تشکیل شده است. بنابراین حداقل نمره پاسخ‌گو ۱۵ و حداکثر ۷۵ قابل محاسبه است. برحسب نتایج مندرج در جدول میزان اهمیت کم، ۱۳/۵ درصد را به خود اختصاص داده است و حدود ۲۹/۷ درصد در حد متوسط موانع مورد نظر را مؤثر می‌دانند. این درحالی است که میزان اهمیت موانع و مشکلات اقتصادی - مالی و تجاری در عدم توسعه کارآفرینی از سوی ۳۲/۵ درصد، زیاد می‌باشد.

جدول ۳: توزیع فراوانی نظر پاسخ‌گویان بر اساس میزان اهمیت موانع اقتصادی - مالی

(به طور کلی)

اهمیت موانع اقتصادی - مالی	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کم	۵	۱۳/۵	۱۳/۵
متوسط	۱۱	۲۹/۷	۴۳/۲
زیاد	۱۲	۳۲/۵	۷۵/۷
بدون پاسخ	۹	۲۴/۳	۱۰۰
جمع	۳۷	۱۰۰	-

۴- نتایج تحلیل‌های مربوط به موانع ساختاری در کارآفرینی زنان:

به‌طور کلی نتایج نشان می‌دهد درصد قابل توجهی از زنان کارآفرین به ترتیب موانع ساختاری زیر را در عدم توسعه کارآفرینی در میان زنان کارآفرین مؤثر می‌دانند: وجود مشکلات ناشی از رانت (به عبارتی انحصاری و غیرمنصفانه عمل کردن و امتیاز دادن به افراد خاص) (۸۲/۴۸)، عدم ثبات قوانین اقتصادی و تجاری (۷۸/۸)، عدم وجود ساختار مناسب به منظور حمایت کارآفرینان (۷۷/۲)، وجود مشکلات و قوانین دست و پاگیر اداری (۷۷/۷)، نبود هماهنگی کافی در میان نهادها و سازمان‌های متولی در امر کارآفرینی (۷۳/۶)، تعدد مراجع تصمیم‌گیری در مورد تسهیلاتی که باید در اختیار کارآفرینان قرار گیرد (۷۳/۵)، عدم ارائه مجوز لازم برای آموزش مهارت‌های کارآفرینان به دیگران (۵۸/۸)، عدم اطلاع‌رسانی مناسب از سوی سازمان‌های متولی کارآفرینی (۵۷/۶) و عدم امکان شناسایی بازارهای جدید (۵۳/۵).

از طرف دیگر، جدول ۴ نظر پاسخ‌گویان را در اهمیت موانع ساختاری به طور کلی به تصویر می‌کشد. براساس داده‌های این جدول، ۲/۷ درصد کم، ۲۴/۳ درصد در حد متوسط و اکثریت ۵۴/۱ درصد به میزان زیاد موانع ساختاری را در امر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار می‌دانند. این متغیر نیز از ۱۲ گویه تشکیل شده که حداقل نمره فرد ۱۲ و حداکثر ۶۰ است. در این صورت طراحی جدول ۴ بر اساس نمراتی است که پاسخ‌گویان در پاسخ به سؤالات این متغیر ارائه داده‌اند، می‌باشد.

جدول ۴: توزیع فراوانی نظر پاسخ‌گویان براساس میزان اهمیت موانع ساختاری

(به طور کلی)

اهمیت موانع ساختاری	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کم	۱	۲/۷	۲/۷
متوسط	۹	۲۴/۳	۲۷
زیاد	۲۰	۵۴/۱	۸۱/۱
بدون پاسخ	۷	۱۸/۹	۱۰۰
جمع	۳۷	۱۰۰	-

۵- آزمون اندازه‌گیری مکرر برای بررسی تفاوت بین میانگین‌ها

به منظور بررسی این مطلب که پاسخ‌گویان برای کدام دسته از موانع اهمیت بیش‌تری قائلند، از آزمون اندازه‌گیری مکرر به همراه آزمون تعقیبی بنفرونی استفاده شد. قبل از انجام کلیه تحلیل‌های اندازه‌گیری مکرر، میانگین هر بعد بر تعداد سؤالات آن بعد تقسیم شد تا تعداد سؤالات، ابعاد، میانگین‌ها را تحت تأثیر قرار ندهد. جدول ۵ میانگین نمرات ابعاد چهارگانه موانع را نشان می‌دهد. همان گونه که در جدول مشخص است، موانع اقتصادی- مالی و تجاری، موانع ساختاری، موانع اجتماعی - فرهنگی و موانع فردی- خانوادگی به ترتیب بیش‌ترین اهمیت را داشته‌اند.

جدول ۵: میانگین و انحراف استاندارد موانع مختلف

موانع	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
فردی- خانوادگی	۳/۴۴	۰/۵۷	۲۲
اجتماعی- فرهنگی	۳/۸۲	۰/۴۶	۲۲
اقتصادی- مالی و تجاری	۴/۰۳	۰/۴۸	۲۲
ساختاری	۴/۰۱	۰/۳۷	۲۲

جدول ۶: نتایج تحلیل اندازه‌گیری مکرر برای بررسی تفاوت در میانگین موانع

منابع واریانس	S. S	df	M. S	F	P<
درون فردی	۴/۹۱	۳	۱/۶۴	۱۲/۶۴	۰/۰۰۰۱
بین فردی	۸/۱۷	۶۳	۰/۱۳		

نتایج موجود در جدول ۶ نشان از آن است که حداقل بین دو تا از میانگین‌ها تفاوت معنادار وجود دارد. به منظور بررسی تفاوت‌های بین زوج موانع از آزمون تعقیبی بنفرونی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۷ قابل مشاهده است.

جدول ۷: آزمون تعقیبی بنفرونی برای موانع

موانع	۱	۲	۳	۴	۵
۱- فردی - خانوادگی	۰				
۲- اجتماعی - فرهنگی	*-۰/۳۸				
۳- اقتصادی - مالی و تجاری	*-۰/۵۹	۰/۲۲			
۴- ساختاری	*-۰/۵۳	۰/۱۹	-۰/۰۳		

نتایج موجود در جدول فوق نشان از آن است که:

مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی - مالی و تجاری و بعد از آن موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی - فرهنگی که تقریباً در یک سطح بوده و تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند. موانع فوق به شکل معنادارتری مهم‌تر از موانع فردی - خانوادگی بوده است و تفاوت میانگین آن با سایر موانع معنادار است.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر موانع و مشکلات موجود بر سر راه کارآفرینان که مانع توسعه کارآفرینی در میان زنان می‌شود، مورد بررسی قرار گرفت. به این منظور پرسشنامه‌ای با چهار عنوان کلی شامل موانع فردی - خانوادگی، موانع اقتصادی - مالی و تجاری، موانع اجتماعی - فرهنگی و موانع ساختاری تنظیم و برای هر کدام از عنوان‌ها گویه‌های متعددی در نظر گرفته شد و از پاسخ‌گویان خواسته شد تا میزان اهمیت یا تأثیرگذاری هر گویه را مشخص کنند. در این قسمت نتایج گویه‌هایی که از طرف ۵۰ درصد و یا بیش‌تر زنان مورد مطالعه به عنوان مانع و یا مسأله مهم اعلام شده است، ارائه می‌شود:

موانع فردی و خانوادگی: عدم اطلاع از منابع حمایتی، عدم شناخت نسبت به بازار، عدم وجود انگیزه دستیابی به رضایت شغلی در زنان کارآفرین، عدم اطلاع از نحوه سرمایه‌گذاری، عدم وجود انگیزه دستیابی به سود مالی در زنان کارآفرین، عدم اطلاع از نحوه توزیع کالا و خدمات، عدم اطلاع در زمینه بازاریابی، عدم وجود انگیزه بروز استعدادها و توانایی‌ها در زنان کارآفرین، تعهدات مختلف در زندگی (شغلی - خانوادگی)، عدم خودباوری در زنان کارآفرین و عدم آگاهی و اطلاعات لازم کارآفرینان با علم روز دنیا.

موانع مطرح شده از سوی اکثریت پاسخ‌گویان بیانگر این است که اغلب آن‌ها به نوعی از عدم انگیزه، عدم شناخت و آگاهی از منابع مختلف مالی و حمایتی و اطلاعات بازار و تعهدات مختلف در

زندگی به عنوان موانع گسترش و توسعه کارآفرینی در میان زنان یاد می‌کنند. نتایج فوق به گونه‌ای با تحقیقات پیشین که به‌وسیله صابر (به نقل از جواهری و قضاتی، ۱۳۸۳: ۱۷۱) گزارش شده است، مطابقت دارد. جواهری و قضاتی در مقاله خود بیان می‌کنند زنان دارای چند نقش جنسیتی هستند و ناهم‌خوانی انتظارات نقش محدودیت بیش‌تری را برای زنان ایجاد می‌کند و از بسط فعالیت‌های شغلی آنان می‌کاهد (به نقل از جواهری و قضاتی، ۱۳۸۳، ص ۱۶۵). محدودیت زمانی مرتبط با نقش‌های متعدد اغلب منجر به عدم انگیزه و نیز محدود شدن فرصت کسب اطلاعات می‌شود.

موانع اجتماعی و فرهنگی: نبود شناخت و آگاهی جامعه نسبت به اهمیت کارآفرینی، عدم اطلاع مسؤولان از نحوه کارکرد کارآفرینان و ویژگی‌های کار، عدم وجود حمایت‌های مشاوره‌ای برای کارآفرینان در زمینه بازاریابی، تحقیقات بازار، تبلیغات، مسائل حقوقی و مالی، عدم نگرش و باور مطلوب مسؤولان نسبت به فعالیت‌های زنان کارآفرین، عدم توجه به مخترعان و مبتکران از سوی مسؤولان، نبود شناخت و آگاهی مسؤولان نسبت به اهمیت کارآفرینی، عدم توجه به زنان کارآفرین به علت وجود دیدگاه‌های غلط نسبت به زن در جامعه، عدم احساس مسؤولیت و حساسیت لازم نسبت به کارآفرینی، نبود اراده ملی از سوی دولت و مسؤولان برای گسترش کارآفرینی.

بنابر موانع مطرح شده فوق یکی از نگرانی‌های کارآفرینان زن نبود شناخت جامعه و مسؤولان از کارآفرینی و عدم توجه و عدم حساسیت و دیدگاه‌های غلط نسبت به زنان کارآفرین است. جواهری و قضاتی (۱۳۷۳) بیان می‌کند بسیاری از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که شرط امر کارآفرینی است، مانند عزم راسخ برای تغییر و نوآوری، قدرت رهبری، تحمل خطر، میل به پیشرفت تحت تأثیر دیدگاه‌های غلط نسبت به زنان کمتر قوام می‌گیرد و همین امر از احتمال کارآفرین شدن زنان می‌کاهد (به نقل از جواهری و قضاتی، ۱۳۸۳، ص ۱۷۵).

موانع ساختاری: وجود مشکلات ناشی از رانت، عدم ثبات قوانین اقتصادی و تجاری، عدم وجود ساختار مناسب به منظور حمایت کارآفرینان، وجود مشکلات و قوانین دست‌وپاگیر اداری، نبود هماهنگی کافی در میان نهادها و سازمان‌های متولی در امر کارآفرینی، تعدد مراجع تصمیم‌گیری در مورد تسهیلاتی که باید در اختیار کارآفرینان قرار گیرد، عدم ارائه مجوز لازم برای آموزش مهارت‌های کارآفرینان به دیگران، عدم اطلاع‌رسانی مناسب از سوی سازمان‌های متولی کارآفرینی و عدم امکان شناسایی بازارهای جدید.

موانع مطرح شده فوق از جمله مواردی است که مانع گسترش کارآفرینی در میان مردان نیز می‌باشد که به ساختار جامعه برمی‌گردد. بنابراین اصلاح قوانین ساختاری حاکم بر نظام کارآفرینی می‌تواند موجب گسترش کارآفرینی در میان تمام اقشار جامعه باشد.

موانع اقتصادی - مالی و تجاری: عدم همکاری در تخصیص هزینه‌های مکان، وجود مشکلات مالی کارآفرینان، عدم ثبات بازار، نبود حمایت مالی از سوی سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه، عدم همکاری در تخصیص هزینه‌های امکانات اولیه، عدم وجود بازار مناسب، عدم تناسب میزان فعالیت‌های کارآفرین با میزان سوددهی، عدم ثبات ارزی، عدم همکاری در تخصیص نمایشگاه‌های فصلی و عدم همکاری در ایجاد بازارچه. مؤید نتایج به‌دست آمده در این پژوهش، تحقیقات دیگر پژوهشگران در زمینه موانع و مشکلات توسعه کارآفرینی است که پیش از این به آن اشاره شد.

هم‌چنین نتایج نشان داد که مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی - مالی و تجاری، موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی - فرهنگی بود. موانع فردی - خانوادگی در رده پایین قرار داشت.

پیشنهاد‌های تحقیق

به منظور ارائه پیشنهادها لازم به نظر می‌رسد از تجربیات و سیاست‌های حمایت از کارآفرینان در کشورهای خارجی نیز استفاده شود. از این رو مختصری از تجربیات کشورهای موفق ارائه و سپس پیشنهاداتی در خصوص بهبود کارآفرینی و سیاست‌های حمایتی بیان می‌شود.

سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان در کشورهای خارجی:

کشورهای پیشرفته در دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه‌های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این پتانسیل را برای مواجه شدن با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در حد تدوین استراتژی‌ها و سیاست‌ها و برنامه‌های عملی برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی، رفع موانع، ایجاد ارتباط و همکاری بین آن‌ها و تسهیل دستیابی آنان به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی را نیز به دنبال داشته است.

بررسی تجارب سایر کشورها اقدام مفیدی در جهت تقویت سیاست‌های حمایت از کارآفرینان به‌وسیله دستگاه‌های مربوط محسوب می‌شود. از جمله سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان در آلمان، تأمین مالی برای ایجاد شرکت‌های جدید و در حال رشد رامی‌توان نام برد. در این زمینه فقط سوئد از نظر ارائه سرمایه از کشور آلمان پیش افتاده است. دیگر برنامه‌های ارتقای مؤسسات ایالتی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه آلمان به‌وسیله کارشناسان، مثبت ارزیابی می‌شود. این برنامه بر اساس یک آگاهی سیاسی در تمام سطوح دولت و تعهد سیاسی افزایش یافته برای شرکت‌های جدید و در حال رشد شکل گرفته‌اند. در ایرلند و سنگاپور آگاهی فرد از کارآفرینی قوی‌تر از آلمان است.

در ایتالیا نیز دولت اقداماتی برای ارتقای کارآفرینی انجام داده است، مانند آموزش یک جامعه کارآفرینانه، دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌های کوچک‌تر و تسریع در کار و کمک به تأمین منابع مالی برای شرکت‌های در حال توسعه و تکنولوژیکی، دسترسی به تحقیق و نوآوری و استفاده بهتر از پتنت‌ها به وسیله SMEها، بهبود دیدگاه خدمات حمایتی، بهبود امور اداری، بهبود اشتغال و شرایط کاری، معرفی سازمان‌های حامی کارآفرینی در ایتالیا، کارآفرینی در دانشگاه‌های ایتالیا و معرفی کارآفرینان ایتالیایی.

در فنلاند دولت سال ۱۹۹۵ - ۲۰۰۵ را دهه کارآفرینی معرفی کرد و برنامه‌هایی برای ارتقای کسب و کار در این کشور مشابه آن چه در ایتالیا انجام شده بود، اجرا کرد که از جمله آن‌ها آموزش برای جامعه کارآفرینی، دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌های کوچک‌تر، تأمین مالی برای گسترش شرکت‌های با تکنولوژی بالا، دسترسی به تحقیق و نوآوری و استفاده بهتر از پتنت‌ها، - بهبود دیدگاه خدمات حمایتی، بهبود امور دولتی، بهبود استخدام و شرایط کاری، گسترش سازمان‌های حامی کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط در فنلاند، کارآفرینی در دانشگاه‌های فنلاند، معرفی نشریه‌ای در زمینه کارآفرینی و معرفی کارآفرینان فنلاندی.

در هلند و اتریش نیز با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و SMEها علاوه بر موارد فوق توجه ویژه‌ای به استفاده بهتر از پتنت‌ها به وسیله SMEها، صورت گرفت و آموزش حرفه‌ای با رویکرد کارآفرینی نیز از فعالیت‌هایی بود که در کشور هلند انجام شد.

در کشورهای فوق فرایند کارآفرینی و فعالیت‌های انجام شده برای گسترش کارآفرینی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به عنوان مثال در ارزیابی فرایند کارآفرینی در کشور سوئد موارد زیر مورد بررسی شد:

بررسی میزان رشد اقتصادی و و رابطه آن با کارآفرینی در سوئد، موانع عمده گسترش کارآفرینی در سوئد که شامل مالیات بر درآمد کارآفرینانه، عوامل انگیزشی پس‌انداز، نقش صنعت سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز، عملکرد بازار کار، عوامل انگیزشی در درون سیستم دانشگاهی می‌شود و نیز برنامه‌هایی که دولت برای ارتقای کارآفرینی در نظر گرفته است از جمله بررسی‌هایی است که به منظور ارزیابی فعالیت‌ها صورت گرفته است.

تجارب لهستان در ایجاد حمایت از کارآفرینی بیانگر نکات زیر است:

توسعه بخش کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط که شامل صندوق ملی تضمین اعتبار، آژانس تکنولوژی که صندوق‌های تضمین اعتبار محلی تحت برنامه ابتکارات محلی ایجاد کرده است. سیاست‌گذاری دولت به طرف کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط، برنامه‌های ویژه برای حمایت از کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط که شامل سیستم ملی خدمات برای SMEها، خدمات مشاوره‌ای، خدمات آموزشی، خدمات اطلاع‌رسانی و خدمات مالی می‌شود.

برنامه ارتقای صادرات صنایع کوچک و متوسط، مسائل مربوط به یکپارچگی با اتحادیه اروپا که کارآفرینان لهستانی حمایت بیش تری را در این زمینه می‌کنند، سازمان‌های حامی کارآفرینی و صنایع کوچک و متوسط در لهستان که شامل آژانس‌های لهستانی توسعه شرکت‌ها می‌باشد. ایجاد فدراسیون لهستانی کارآفرینان مستقل، انجمن‌های کارآفرینی و مؤسسه و شرکت‌های خصوصی کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های لهستانی، آموزش کارآفرینی در مدارس لهستانی از جمله فعالیت‌های دیگری است که در این کشور اجرا شده است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰).

پیشنهادها برای بهبود کارآفرینی و سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان:

براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهای برای بهبود وضعیت کارآفرینی در سازمان‌های دولتی و غیر دولتی کشورمان ارائه می‌شود:

- ۱- توسعه فرهنگ کارآفرینی مشتمل بر انگیزش و آگاه‌سازی از راه نظام آموزشی (مدارس - دانشگاه‌ها)؛
 - ۲- توسعه نظام‌های اطلاع‌رسانی تجاری؛
 - ۳- ایجاد مراکز خدمات مشاوره‌ای به کارآفرینان در زمینه‌های: اطلاع‌رسانی - آموزش - تأمین و مدیریت مالی - بازاریابی؛
 - ۴- ساده‌سازی قوانین و مقررات دست و پاگیر اداری؛
 - ۵- اصلاح نظام مالیاتی؛
 - ۶- تسهیل در دستیابی کارآفرینان به بازارهای داخلی و خارجی رقابتی؛
 - ۷- ایجاد نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های داخلی بدون هزینه؛
 - ۸- مساعدت‌های مالی:
- الف - ارائه وام بدون بهره.
- ب - حمایت از کارآفرینان ورشکسته.

محدودیت‌های تحقیق

مجموع افرادی که از سوی این مراکز معرفی شدند، بیش از ۱۰۰ نفر بود که با مراجعه و با تماس تلفنی با این افراد تعداد ۳۷ نفر به سختی قابل دسترس بودند. تعدادی از آنان ورشکسته و تعدادی در خارج از کشور ساکن شده‌اند که امکان دسترسی آن‌ها را برای ما بیش از پیش مشکل کرده بود و بستگان یا افراد معتمد آن‌ها مجموعه تولیدی را سرپرستی می‌کردند. به کلیه افرادی که قابل دسترس بودند، پرسشنامه توزیع شد. محدودیتی که در این پژوهش بسیار چشم‌گیر بود، همکاری نکردن لازم از سوی کارآفرینان محترم با مجریان این تحقیق بود؛ به گونه‌ای که تعدادی از این افراد، پرسشنامه ارسالی را منعکس نکرده و ما را با محدودیت پرسشنامه‌ها روبه‌رو کردند.

منابع

- آذری‌نیا، محمد علی (۱۳۸۶) وضعیت زنان کارآفرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا/ میلیاردها دلار سرمایه در شرکت‌های کوچک. روزنامه سرمایه، شماره ۵۹۲، [www. magiran. com](http://www.magiran.com).
- آراستی، زهرا (۱۳۸۵) توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشگاهی. [www. eshteghal. ir](http://www.eshteghal.ir).
- آراستی، زهرا (۱۳۸۵) «زنان کار آفرین ایرانی = ساختار فرهنگی = اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه» *مجله علوم/انسانی، پژوهش انسانی، بهار و تابستان ۱۳۸۵*، شماره ۱۴.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰) کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، انتشارات پردیس.
- جوهری، فاطمه و قضاتی، سرور (۱۳۸۳) «موانع کارآفرینی زنان؛ بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران» *مجله جامعه‌شناسی، دوره پنجم، شماره ۲، ص ۱۶۱-۱۷۸*.
- صابر، فیروزه (۱۳۷۹). *راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. سازمان مدیریت صنعتی.
- صمد آقائی، جلیل (۱۳۷۸) *سازمان کارآفرین، چاپ اول، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی*.
- عالی پور، (۱۳۸۱). نقش کارآفرینی در اشتغال زنان فارغ التحصیل دانشگاهی. به نقل از سایت [www. kar-afarini. com](http://www.kar-afarini.com)
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴) «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایران» *پژوهش زنان، دوره، شماره ۱، ص ۱۰۱-۱۲۳*.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۶) «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایران در توسعه کسب‌وکار» *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۴، ص ۲۶۷-۲۹۵*.
- لطیفی، فریبا (۱۳۸۵) کنشگران، سایت خبری-تحلیلی جامعه مدنی ایران [www. koneshgaran. org](http://www.koneshgaran.org)
- مقیمی، محمد (۱۳۸۳) *کارآفرینی نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران*.

Prokopenko, J. & Pavlin, I. (1991). "Entrepreneurship Development in Pullice Enterprises", *International Labour Organization*.

Matlay, H. (2005). "Researching Entrepreneurship and Education". *Education and Training*. Vol. 47, No. 8/9.

Patricia G. Greene, University of Missouri – Kansas City, Myra M. Hart, Harvard Business School, Elizabeth J. Gatewood, Indiana University, Candida G. Brush, Boston University, Nancy M. Carter, University of St. Thomas, *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*, [www. womensbusinessresearch. org](http://www.womensbusinessresearch.org) 7June2010