



زنان کارآفرین (مطالعه موردی و مقایسه در دو استان تهران و سمنان)

افسانه وارسته فر

استادیار، عضو هیأت علمی واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران

مهناز وکیلی فرد

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول)
vakili4005@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۱/۲

تاریخ دریافت: ۹۴/۷/۱۷

چکیده

کارآفرین شخصی است که خطرهای مالی را به منظور ورود به کسب و کار می‌پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدید را ایجاد و گسترش دهد و بر رقبا غلبه کند کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در اقتصاد ملت‌ها دارند و اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصاد در جامعه می‌دانند. با توجه به شرایط فعلی و بزرگ بودن بوروکراتیک دولتی، دولت با بحران بیکاری جوانان و زنان مواجه است و برای حل این معضل به شناخت عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و موانع موجود پرداخته تا با تنوع و فرهنگی آنها و یافتن منابع جدید در جمعیت کارآفرینی زنان افزوده و توسعه کارآفرینی را فراهم سازیم. برای این منظور از روش تحقیق کیفی و مطالعه نظری، کتابخانه‌ای، مصاحبه در حوزه میدانی، استفاده شده است. از جامعه آماری ۱۳۰ نفر کارآفرینان استان تهران ۴ نفر و نیز از جامعه آماری ۷۷ نفر استان سمنان ۴ نفر به روش تصادفی هدفمند، مصاحبه باز و بدون ساختار انجام شده، و از مجموعه مصاحبه‌های انجام شده عناصر و موانع استخراج گردیده است که نتایج حاصل حاکی از آنست که موانع محیطی اثر بیشتری بر کارآفرینی زنان دارد و حمایت دولت را در جهت توسعه کارآفرینی می‌طلبد.

واژه‌های کلیدی: زنان، عناصر، موانع، کارآفرینی، توسعه.

۱- مقدمه

ریشه‌کنی فقر و برقراری عدالت اجتماعی در همه جوامع بشری یک هدف مهم راهبردی است که برای تحقق آن باید از همه منابع جامعه خصوصاً نیروی انسانی بهره برد. تعدادی از افراد بیکار و فقیر هستند که برای رهایی و رفاه آنان باید برای آنها کار فراهم کرد و ایجاد فرصت شغلی و بالابردن بهره‌وری سرمایه‌های مهم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سهم زنان شاغل تحصیلکرده قبل از انقلاب ۵ درصد و بعد از انقلاب به ۲۲ درصد رسید. با این افزایش، در سال ۱۳۹۳ سهم دختران بیکار در جامعه شهری و روستایی به ترتیب ۲۳/۶ درصد و ۱۰/۳ درصد از کل زنان بیکار می‌باشد، بطوری که آگاهی بیشتر آنها از نبود عدالت جنسیتی در جامعه به یک چالش جدی تبدیل می‌شود (سالنامه آماری ایران- ۱۳۹۳). لذا رویکرد اصلی و خودجوش جامعه برای غلبه بر بحران بیکاری توجه به کارآفرینی در اولویت قرار می‌گیرد. با تجربه کشورهای توسعه یافته هدف دولت در برنامه چهارم و چشم‌انداز ۱۴۰۴ ایجاد اشتغال، راهبردها و خط‌مشی‌های برنامه‌ریزی دولت جهت هدایت زنان به کارآفرینی می‌باشد. حمایت مالی و فنی نیز از طرف آنان می‌تواند در کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال پایدار مؤثر باشد. نمونه‌هایی از موفقیت‌های زنان کارآفرین امریکا و کانادا و لهستان مطرح گردیده است.

۲۰۰۲ مرکز کارآفرینی کافمن معتقد است که فعالیت‌های کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد.

از بین بردن تفاوت‌ها و شکاف‌های جنسیتی در بخش‌های اقتصادی و آموزش نه فقط برابری بیشتر بلکه به کارایی بالاتر می‌انجامد (کامرون، ۲۰۰۱) در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند پاکستان، هند و مالزی و اندونزی، مؤسسات حمایتی نقش قابل توجهی در افزایش درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی آن کشور داشته‌اند. براساس آمار مرکز آمار ایران میزان بیکاری زنان از ۱۶ درصد در سال ۸۹ به ۱۲ درصد در سال ۱۳۹۳ رسیده است. لذا زنان ما نیاز به الگو برای یافتن مسیر مناسب در کارآفرینی دارند. و بررسی علمی و کاربردی آن می‌تواند نقش بسزایی در این امر ایفا کند پس به شناخت عناصر و موانع مؤثر دو استان تهران و سمنان پرداخته تا راهگشایی برای تقویت و ترغیب زنان در توسعه کارآفرینی کشور باشد. از این‌رو تهران و سمنان که در مجاورت هم هستند و دارای معادن و صنایع بومی می‌باشند و از سال ۷۹ مورد توجه مسئولین به‌عنوان استان صنعتی مطرح گردیده است و با شناسایی و تفاوت‌ها و ... بنابراین شرایط محیطی، فرهنگی، اقتصادی، به راه‌کارهایی برای بومی‌سازی تصمیمات در امر کارآفرینی زنان بپردازیم.

اهداف تحقیق

- ۱) شناخت عناصر مؤثر در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛
- ۲) شناخت موانع موجود در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛
- ۳) شناخت تشابه عناصر مؤثر در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛
- ۴) شناخت تفاوت‌های عناصر مؤثر در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛
- ۵) شناخت تشابه موانع موجود در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛
- ۶) شناخت تفاوت موانع موجود در ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان در استان‌های تهران و سمنان؛

بیان مساله

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. از حدود ۱۷۰۰ میلادی پیمانکاران دولت که ساخت جاده و پل را انجام می‌دادند به کرات عنوان کارآفرین به آنها داده می‌شد. کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. انتخاب این مسیر مستلزم فراهم کردن بستری است که امکان بروز و ظهور ابتکارات و تدابیر خلاقانه و فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌سازد. در این میان شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت این قشر عظیم مؤثر واقع شود. طبق گزارش

سؤالات تحقیق

- ۱) عناصر مؤثر بر ارتقا و توسعه کارآفرینی زنان استان تهران و سمنان کدامند؟
- ۲) موانع موجود در توسعه کارآفرینی زنان استان تهران و سمنان کدامند؟
- ۳) شباهت‌ها و تفاوت‌های عناصر مؤثر در کارآفرینی زنان استان تهران و سمنان کدامند؟
- ۴) شباهت‌ها و تفاوت‌های موانع موجود در کارآفرینی زنان استان و سمنان کدامند؟

اهمیت و ضرورت

امروزه در عرصه جهانی تحولات و دگرگونی‌های ناشی از پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیک منجر به تغییر دیدگاه‌ها و ضرورت‌ها و نیازهای جدید شده است که روش‌های موجود پاسخگو نمی‌باشد. در حال حاضر از جمعیت ۲/۴ میلیاردی نیروی کار در جهان نیمی را زنان تشکیل می‌دهند (مرکز جهانی کارآفرینی GEM، ۲۰۰۱)، با توجه به تغییرالگوی حاکم بر نقش زنان از سنتی به مدرن افزایش سهم زنان در پیشبرد جامعه، بازارانه الگوی مدون و علمی از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. بطور کلی فعالیت‌های اقتصادی زنان وجهت‌گیری آنها بدو شکل انجام می‌گیرد: ۱- براساس ضرورت، ۲- مبتنی بر فرصت که عموماً در کشورهای توسعه یافته براساس فرصت و در کشورهای در حال توسعه براساس ضرورت است اما هر دو گروه به دلایل متعدد از جمله بیکاری و کاهش دستمزد، وارد کارآفرینی می‌شوند.

در جامعه ما در سال ۱۳۹۳ تعداد بیکاران ۲،۵۱۴،۱۶۶ نفر بوده اند، بطوری که نیمی از این افراد (زنان) شرایط بحرانی‌تر و سهم ناچیزی در بازار کار ایران دارند.

شرایط اقتصادی ایران و گذر از تک محصولی نیاز به بستر دیگری دارد که فرصت مناسبی برای برون‌رفت از بحران موجود می‌باشد که با ایجاد اشتغال‌زایی، افزایش قابلیت‌های تولید و خدمات را فراهم می‌سازد. در این مرحله حمایت دولت به‌ویژه از زنان ضروری به‌نظر می‌رسد و برای ترغیب و بکارگیری زنان برای فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب و کار نیاز به تحقیقات

گسترده‌ای در سطح کشور می‌باشد. به این منظور موضوع این تحقیق به این امر اختصاص یافته است.

تعاریف کارآفرینی

کارآفرینی: عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فرد از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور، ۱۳۷۷).

کارآفرین: کسی که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پرابهام و ریسک‌آمیز به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کار جدید دست یابد.

توسعه کارآفرینی: گسترش فعالیت‌های اقتصادی ناشی از کارآفرینی در جامعه است. (صابر، ۱۳۸۶)

استراتژی توسعه: فراتر از توسعه کسب و کار معمولی است و نسلی از افراد خلاق نوآور و ریسک‌پذیر را پرورش و حمایت می‌کند (پدیده کارآفرینی دانشگاه شریف، ۱۳۸۰)

زن کارآفرین: شخصی است که به تنهایی با مشارکت، یا از طریق ارث کسب و کاری را ایجاد یا پذیرفته و با قبول مسئولیت‌های اجتماعی، اداری، مالی در اداره امور روزانه شرکت می‌جوید (پرفسور دینالوی، ۱۹۹۵).

عناصر مؤثر بر کارآفرینی

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد زنان و مردان به‌دلیل نیاز به کسب و کار و استقلال فردی وارد کارآفرینی شده و تحت تأثیر عناصر فردی اعم از انگیزه و ویژگی‌های شخصی اهداف، سرمایه انسانی و عوامل محیطی اعم از عوامل اجتماعی و اقتصادی، فرهنگی و عوامل شبکه‌ای قرار دارند.

عوامل اجتماعی

مشمول بر ویژگی‌های خانواده، آداب و رسوم، میزان مشارکت و همکاری دوستان و آشنایان می‌باشد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰).

عوامل اقتصادی

که هر کدام از دیدگاه خود در تعاریف کارآفرینی گستردگی و اهمیت و پویایی موضوع را می‌رساند.

مربوط به نوع سرمایه‌گذاری، منابع مالی، نیروی انسانی، مکان فعالیت می‌باشد.

عوامل فرهنگی

کارآفرینی از نظر تئوری‌های اقتصادی از قرن ۱۹ تا دهه ۱۹۶۰ کارآفرینی در تئوری‌های اقتصادی تبلور یافت بطوری که از نقطه نظر اقتصاد دانان شرایط اقتصادی موجبات کارآفرینی را فراهم ساخت بطوری که کارآفرین توانایی خود را با افزایش سرمایه توسعه می‌دهد تا منجر به رشد کسب و کار وی گردد.

ناشی از نگرش جامعه و ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان در جامعه است

عوامل شبکه‌ای

اقتصاددانان نقش روانشناسان، جامعه‌شناسان و فرهنگ را در کارآفرینی در نظر می‌گیرند اما عامل مهم و اصلی را در توصیف کارآفرینی مدل‌ها و تئوری‌های اقتصادی می‌دانند. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد توسعه اقتصادی می‌دانند.

نوع ارتباط افراد با روابطی خاص و امکانات رسانه‌ها که باعث تسهیل فکر بالابردن انگیزه و کمک عمل و پشتیبانی است (احمدپور، ۱۳۹۱).

موانع مؤثر بر کارآفرینی

کارآفرینی از نظر روانشناسان

روانشناسی با هدف ارائه نظریه‌های مبتنی بر ویژگی‌های شخصی به بررسی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان می‌پردازد و به فرایند تصمیم‌گیری منطقی توجه دارند. از نظر محققین ویژگی‌های مشترکی که به کارآفرینان نسبت داده شده‌اند در جدول ذیل مشخص شده است.

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که سه دسته موانع در مقابل زنان کارآفرین قرار دارد. دسته اول: موانعی است که برای زن و مرد کارآفرین وجود دارد. دسته دوم: موانعی است که به دلیل داشتن شرایط خانوادگی، اجتماعی، حقوقی در زنان شدیدتر است. و دسته سوم: موانعی که خاص زنان کارآفرین است.

تئوری‌های کارآفرینی

بعنوان زمینه‌ای برای مطالعه توسط تعدادی از روانشناسان و اقتصاددان‌ها و جامعه‌شناسان تعریف شد

جدول ۱- ویژگی‌های کارآفرینان از نظر روان‌شناسان

ویژگی‌های کارآفرین	سال	نام محقق
توفیق طلبی (آینده نگری)	۱۹۶۳	مک کلند
کنترل درونی	۱۹۱۴-۱۹۵۷	انکیسون - روتر
ریسک پذیری معتدل	۱۹۷۴-۱۹۸۰	لایز بروکراوسی
تحمل ابهام	۱۹۸۲	باومن مکستون - الکایز
استقلال طلبی	۱۹۸۲	جاکوبوتیز و وایلد
فعال - با انگیزه - متعهد	۱۹۸۲	سکستون

منبع، احمدپور، ۱۳۷۸، ۲۸

کارآفرین کیست؟

کارآفرین فردی است که با عقاید و کارش در سیستم اثر می‌گذارد (تروپمن و همکاران، ۱۹۸۲)
 کارآفرین فردی است که در مرحله اول مسئول جمع‌آوری منابع لازم برای یک فعالیت است (فرای، ۱۹۹۳).
 شخصی که مسئولیت (پاسخگویی)، بازرگانی و تجارت را در کنترل و نظارت دارد (فرهنگ لغت آکسفورد).

صفات اشخاص کارآفرین

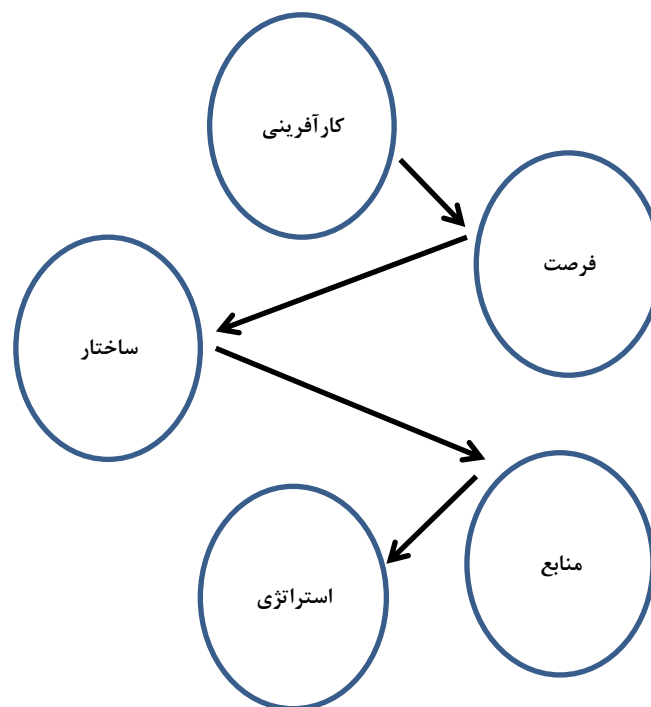
کارآفرینان دارای خصوصیتی هستند که آنها را از سایرین متمایز می‌کند که مهم‌ترین آنها که مورد تأیید محققان می‌باشد:

- ۱) ۱- خودباوری (کنترل درونی)؛
- ۲) ۲- خلاقیت؛

- ۳) آینده‌نگری (توفیق‌طلبی)؛
- ۴) استقلال‌طلبی؛
- ۵) ریسک‌پذیری؛
- ۶) عدم قطعیت.

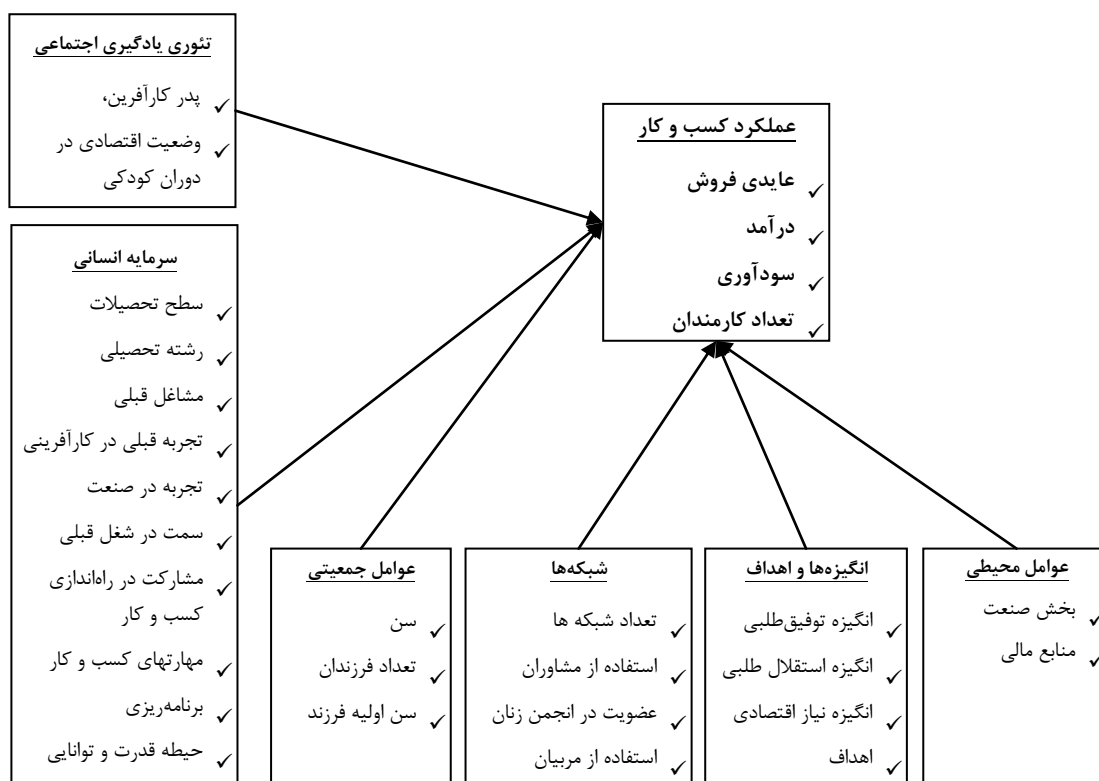
مدل‌های کارآفرینی

یافته‌ها	مدل رویدادی و فرآیندی
بجای تمرکز بر فرد کارآفرین به رویداد کارآفرین متمرکز می‌شود.	آلبرت شاپیرو ۱۹۷۵
سه عامل متغیر مقدم و پیشین تسریع‌کننده توان بخش در تأمین یک شرکت در کارآفرینی موثر است.	فرای ۱۹۹۳



نمودار شماره ۲: نظریه فرای

منبع: احمد پور ۱۳۷۸



نمودار شماره ۳: کارآفرینی زنان

(لرنر، هیسریچ، براس، ۱۹۹۷، ۳۲۲)

جدول شماره ۳: شاخص عمده نیروی کار به تفکیک جنس سال ۱۳۹۳

سهم شاغلین بیش از ۴۹ ساعت	نسبت اشتغال	نرخ بیکاری	نرخ اشتغال	نرخ مشارکت اقتصادی	جنس و استان
۱۴	۹/۷	۱۹/۷	۸۰/۳	۱۲	زن کل کشور
۱۷/۹	۹/۳	۱۸/۱	۸۱/۹	۱۱/۳	زن تهران
۱۰/۹	۱۲/۶	۲۱/۸	۷۸/۲	۱۶	زن سمنان

منبع: سالنامه مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۳

چادرشب، ولاس و چوقا، چاپ قلمکار، سرامیک، سفال، قالی، گلیم و نمد صابون پزی نیز از فنون سنتی رایج در شهرستان شاهرود است که قدمت آن به یکصد سال قبل باز می‌گردد.

مؤلفه‌هایی از مبانی نظری

کارآفرین را مخرب سازنده نامند که به منزله یک نیروی برانگیزاننده در توسعه اقتصادی جامعه است (شومپتر،

ویژگی‌های صنعتی دو استان تهران و سمنان

تهران میزبان نزدیک به نیمی از فعالیت‌های صنعتی کشور است، صنایع دستی از جمله صنایعی است که میزان مشارکت زنان در آن بیش از متوسط سایر صنایع است و به همین دلیل سهم قابل توجهی از این ۵/۲ میلیون فرصت‌شغلی در اختیار زنان قرار دارد. سمنان به دلیل نزدیکی با استان تهران، دارا بودن شبکه ارتباطی و پیشرفته و راه آهن این استان یکی از مراکز مهم فعال صنایع دستی محسوب می‌شود جاجیم،

لرنر، هیسریچ و براش و نیوالی و فوگل و گارتنر و شبیر و گریگوریو می باشد.

محققین غالباً زنان کارآفرین را از دیدگاه روانشناسی و جامعه شناسی مورد بررسی قرار داده و بر روی عناصر فردی زنان و عوامل محیطی کارآفرینی تحقیق نموده اند. با توجه به نظر صاحب نظران نتیجه می گیریم که علاوه بر عناصر فردی در کارآفرینی زنان عوامل محیطی از اهمیت بیشتری برخوردار است و بارفع موانع محیطی و ایجاد فرصت های شغلی بیشتر برای زنان جهت افزایش ظرفیت های کارآفرینی موجبات رشد و توسعه کارآفرینی را فراهم سازیم.

برای چهارمین سال متوالی نیز شاخص فعالیت های کارآفرینانه در سال ۱۳۹۰ در کشور محاسبه گردیده که بر این اساس، شاخص قصد کارآفرینانه، شاخص ترس از شکست، شاخص فعالیت کارآفرینانه نوپا، نرخ شاخص کارآفرینی تثبیت شده و شاخص درک قابلیت روند رو به بهبودی داشته ولی جایگاه کشورمان در سال شاخص از جمله کارآفرینی بین المللی و کارآفرینی تثبیت شده وضعیت مناسبی ندارد (دفتر دیده بان جهانی ۱۳۹۰)

روش تحقیق

تحقیق حاضر به دنبال بررسی کارآفرینی زنان در استان تهران و سمنان می باشد. مبانی نظری از مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه ها جمع آوری گردیده است.

از نظر شیوه دریافت اطلاعات، در حوزه مطالعات کتابخانه ای و میدانی قرار دارد، از نظر پارادایم، این مطالعه در گروه پژوهش های کیفی قرار دارد و از نظر هدف نیز از نوع کاربردی است.

در این تحقیق چون موضوع تحقیق عمیق و به لایه های پنهانی رفتار افراد بر می گردد، لذا از روش کیفی استفاده شده است.

روش این پژوهش کیفی است و به منظور بررسی از دو دسته ابزار استفاده می شود.

ابزار گردآوری اطلاعات

یکی از ابزار پژوهش کیفی استفاده از مصاحبه است که پس از جمع بندی به صورت گزارش تحقیق ارائه می گردد.

۱۹۳۴). فعالیت های کارآفرینانه نشان دهنده رفتار جهت گیری شده و ارادی است.

بر اساس مطالعات انجام شده به دلیل نگرش های متفاوت در فرهنگ ملت ها و تفاوت در ویژگی های جنسیتی زنان و مردان عناصر مؤثر در کارآفرینی زنان و مردان نقش یکسانی نخواهد داشت.

عناصر فردی، شبکه ای، محیطی، سازمانی در کارآفرینی زنان نقش مؤثری دارد مهمترین انگیزه کارآفرینی زنان را استقلال طلبی می داند. (هیسریچ و وپترز، ۱۹۹۶)

انگیزه اصلی زنان آسیایی برای کارآفرینی را کسب و کار می دانند. (بنت و دان ۲۰۰۰)

مهمترین صفات شخصیتی زنان کارآفرین باثبات بودن، انعطاف پذیری، استقلال طلبی، پویایی و صبور بودن، توفیق طلبی، توانایی برای مقابله با محیط های اجتماعی و اقتصادی، روابط عمومی خوب، خلاقیت و سخت کوشی (هیسریچ، ۲۰۰۱)

کروپ: زنان یک احساس ناامنی در محیط زندگی مدرن، مخصوصاً در رابطه با واقعیت های مالی دارند. زنان خوداشتغال احساس می کنند که در مقایسه با سایر زنان عادی خود را راحت تر با زندگی مدرن وفق می دهند.

اهداف شخصی زنان که به تصمیم گیری آنها در شروع کار اثر می گذارد سه نوع هدف مشخص آزادی، تأمین و اقناع شخصی است.

عوامل شبکه ای اهمیت شبکه ها به عنوان سیستم حمایتی در کلیه تحقیقات ثابت شده و به عنوان یک راهنمای حرفه ای در کسب و کار زنان مدنظر می باشد.

عوامل محیطی یکی از عواملی است که در کارآفرینی زنان مؤثر است که در سه سطح قابل بررسی و ابزار آن قانون است. سطح کلان و سیاست گذاری، که محیطی پایدار برای کارآفرین ایجاد می کند. سطح میانی، ایجاد زیرساخت هایی برای تسهیلات فعالیت کارآفرینان است، سطح فردی، تعاملات و رفتارهای کارآفرینان است.

از نظر علمی سازمانها به منابع مستقیم و غیرمستقیم جهت ایجاد استراتژی های کارآفرینی مؤثر نیازمند می باشند.

در این تحقیق حاصل مطالعه مبانی نظری تحقیق و پیشینه میدانی اینست که بیشترین بهره از مدل

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از تهیه متن نوشتاری پاسخ‌های مصاحبه شونده‌گان فرآیند بررسی محتوای آشکار و پنهان داده‌های به‌دست آمده از گفته‌ها آغاز می‌شود.

هدف این فرآیند کشف ارتباط درونی اجزاء و عناصر تشکیل دهنده داده‌ها، دستیابی به قصد واقعی مصاحبه شونده، یافتن شرایط و محیطی که با داده‌ها مرتبط است و در نهایت، ارائه نتایجی واقع‌بینانه همان‌گونه که گیلهام، اشاره می‌کند. «فرآیند تحلیل داده‌ها، شامل شناسایی گفته‌های اساسی و کلیدی و دسته‌بندی آنها برحسب مقوله‌هاست» (گیلهام، ۲۰۰۰، ۵۹).

محقق برای دسته‌بندی و تحلیل داده‌های مصاحبه بر حسب موضوع پژوهش، سازمان‌یافتگی مصاحبه و رویکرد پژوهش روش‌های گوناگونی را می‌تواند بکار بگیرد که به سه روش تحلیل کمی، ساختاری و تفسیری تقسیم می‌شود.

که در مصاحبه‌های باز و بدون ساختار و عمیق که با رویکرد کیفی انجام می‌شود، تحلیل یافته‌ها بصورت تفسیری انجام می‌گیرد. «زیرا مصاحبه کیفی الزاماً یک تعامل از طریق گفتگوست که وابسته به موقعیت و موقتی است و ماهیت ارتباط ایجاد شده نمی‌تواند به‌طور دقیق توسط دیگران ایجاد شود» (همون و بال، ۱۹۹۹، ۹۶ و ۹۷).

در این تحقیق ابتدا هر یک از موردهای مصاحبه به‌صورت مجزا توصیف شده و هر یک از مقوله‌های مورد مطالعه در زمینه عناصر و موانع مؤثر کارآفرینی زنان (فردی، شبکه‌ای، محیطی، سازمانی) آن تشریح شده و سپس در بخش دوم با دسته‌بندی و جمع‌بندی ویژگی‌های هر استان مورد تحلیل قرار گرفت، تا بتوانیم تفاوت‌ها و تشابه‌های دو استان و موانع موجود در دو استان را یافته و نسبت به رفع و ترغیب و تقویت نقاط مثبت و منفی در جهت توسعه کارآفرینی راه‌کارهایی را پیشنهاد دهیم.

یافته‌ها

از بین ۱۳۰ نفر از زنان کارآفرین استان تهران که به ثبت رسیده‌اند با ۴ نفر و از بین ۷۷ نفر از استان سمنان

و تعداد پاسخگویان محدود است از مصاحبه باز یا بدون ساختار استفاده شده است.

علت اینکه از روش مصاحبه باز هدف از این تحقیق شناخت عناصر و موانع مؤثر توسعه کارآفرینی زنان استان تهران و سمنان را به‌صورت عمیق بررسی نماییم. بنابراین باتوجه به هدف امکان استفاده از پرسشنامه یا مصاحبه متمرکز وجود ندارد

روش جمع‌آوری اطلاعات

در هر مرحله از تحقیق، با توجه به نوع اطلاعات مورد نیاز از روش خاصی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است.

برای تدوین چارچوب مفهومی، با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای، مطالعه گسترده‌ای روی منابع صورت گرفت. با مطالعه کتب، نشریات تخصصی گزارش‌ها و مصاحبه صاحب‌نظر و مراجعه به سایت‌های اینترنتی مرتبط با مورد مطالعه، چارچوب مفهومی تحقیق تدوین گردید.

با توجه به هدف‌های تحقیق، سؤالات تحقیق، مشخص شد و بر مبنای آن اقدام به طراحی مصاحبه گردید و اطلاعات لازم برای تجزیه و تحلیل به‌دست آمد.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق زنان کارآفرین که در استان تهران و سمنان هستند و ویژگی این افراد آنست که:

- کسانی که کسب و کاری را تأسیس و صاحب آن کسب و کار باشند.
- تعداد کارکنان حداقل یک نفر و بیشتر باشد.
- سابقه فعالیت بیش از سه سال باشد.
- کسانی که صاحب مجوز رسمی و ثبت شرکت باشند.

تعداد کل زنان کارآفرین که در استان‌های صنعتی تهران و سمنان توسط سازمان صنعت، معدن، تجارت به ثبت رسیده به ترتیب ۱۳۰ و ۷۷ کارآفرین بود.

که به ثبت رسیده اند نیز با ۴ نفر از کارآفرینان موفق که بیش از سه سال سابقه کاری داشتند مصاحبه بعمل آمده که نتیجه کلی براساس عناصر و موانع مؤثر بر کارآفرینی

جدول ۴-۴- عناصر و موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان

تعاملات و رفتارهای کارآفرینان که براساس شرایط فرد برای به کار آفرینی تأثیر می‌گذارد.		
انگیزه و ویژگی‌های شخصیتی	توفیق طلبی، اسلاق طلبی و دستیابی به رضایت شغلی، نیازمند اقتصادی، نیاز امنیتی، انعطاف پذیری، ریسک پذیری، خلاقیت، ارتباط با دیگران، عدم قطعیت	عناصر فردی
اهداف	آزادی شخصی (رئیس بودن، بر محیط، نوع کار، ساعت کار خود کنترل کند) تأمین امنیت (حفظ وضعیت اجتماعی و اقتصادی خود) اقلان شخصی (اثبات مفید بودن و مولد بودن در جامعه)	
عوامل جمعیت شناسی	سن، تعداد فرزندان، سن فرزندان، تحصیلات، رشته تحصیلی، تجربه کاری، دانش فنی و تخصصی، نقش پدر کارآفرین، مهارت‌های مدیریتی، مشارکت در راه‌اندازی	
عناصر شبکه‌ای	انجمن‌های تخصصی تجاری	مجموعه‌ای از روابطی که یک کارآفرین در آن مشارکت می‌کند. به طوری که در فعالیت کارآفرینی موانع متعددی وجود دارد که با دستیابی به شبکه‌ها و بخش‌های متنوع آن می‌توان به عنوان یک سیستم پشتیبانی از آن استفاده کرد.
	انجمن‌های زنان	تبادل نظر اصول و قوانین تجاری و شناخت چالش‌ها و برون‌رفت از آنان
	مشاوران تخصصی	به عنوان یک راهنمای حرفه‌ای مدنظر است.
	فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	در قبال مواجهه با مشکلات از راهنمایی فنی لازم بهره‌مند می‌شود.
	دوستان مجرب و قابل اعتماد	استفاده از تخصص‌ها و علوم جدید برای موفقیت در کارآفرینی به کار می‌رود.
	IT	راه‌های با تجربه‌ای که تجربیات خود را برای پیشرفت و رفع موانع و شناخت مسیر ارائه می‌دهد. (تجار، مدیران و ...)
عناصر محیطی	عوامل اجتماعی	استفاده از اطلاعات جهانی در فعالیت‌های کارآفرینانه کشورهای مختلف و اطلاعات بازارها و ...
	عوامل اقتصادی	حمایت‌ها
	عوامل فرهنگی	روابط با خانواده، کارکنان، فروشندگان، مشتریان (پذیرش اعتبار زنان در جامعه)
	عوامل سیاسی	منابع مالی و مکان فعالیت و نیروی انسانی فعال و خدمات به مشتریان در جهت توسعه کارآفرینی
	عوامل تکنولوژیکی	ایجاد تغییر نگرش جامعه به زنان، تواناسازی زنان برای کشف فرصت‌ها و ایجاد فرصت‌های مناسب کاربری زنان جامعه
	استراتژی سازمانی	سیاست‌ها و قوانین و مقررات دولتی در ترغیب کارآفرینی و توسعه آن
	ساختار سازمانی	توسعه تجهیزات و تکنولوژی‌های جدید و اطلاعات و آموزش
عناصر سازمانی	استراتژی سازمانی	کارآفرین در سازمان‌های تجاری و کسب و کارهای کوچک چه قبل از تأسیس و چه در مرحله رشد و تحرک سازمانی
	ساختار سازمانی	ارزیابی اجزاء و ابعاد برای پیش‌بینی و تبیین عوامل محیطی و طراحی و ظهور کارآفرینی (شناخت، تسهیل و پی‌گیری فرصت‌ها)
		پویایی و منعطف بودن، تحت فرهنگ کارآفرینی.

جدول ۴-۵- تفاوت‌ها و تشابه‌ها عناصر و موانع زنان کارآفرین دو استان

عناصر مؤثر	عوامل مؤثر	تشابه دو استان	تفاوت دو استان	موانع	راهکارها
عناصر فردی	انگیزه و ویژگی شخصیتی	توفیق طلبی، استقلال طلبی و کمک به دیگران			
	اهداف	آزادی شخصی - اقناع شخصی	تأمین امنیت (سمنان) (مهاجر)		
	عوامل جمعیتی	متاهل - تجربه کاری - تحصیلات - دارای فرزند - مشارکت در راه اندازی	پدرالگو بوده (تهران)		
عناصر شبکه‌های	انجمن‌ها و IT	از دوستان مجرب و قابل اعتماد	استفاده از اینترنت جهت کسب اطلاعات و وبلاگ جهت بازاریابی و آموزش (تهران)		مفید و فعال کردن انجمن‌ها به روز کردن اطلاعات سایت‌های دولتی و ...
عناصر محیطی	اجتماعی	ضمن فعالیت حمایت و همکاری دارند و کارکنان و مشتریان برای پذیرش دارند	خانواده‌ها از ابتدا رضایت داشتند همکاری داشتند و (سمنان)	خانواده ابتدا راضی نبودند (تهران)	با گفتگو و صبر و فراهم کردن شرایط در خانواده
	اقتصادی	شرایط تأمین سرمایه تقریباً یکسان است و ایجاد اشتغال بیشتر نیروی انسانی			نیاز به آموزش بازاریابی می‌باشد
	فرهنگی	نگرش‌ها نسبت به فعالیت زنان مثبت است و فعالیت بصورت تعاونی	در سمنان خانم‌های بومی ترجیح می‌دهند با خانم‌ها کار کنند در تهران فرصت‌های شغلی بیشتر از سمنان است	محدود کردن خود و از دست دادن فرصت‌های شغلی (سمنان)	فرهنگسازی کارآفرینی زنان
	بین‌المللی	بنا بر سیاست‌های بین‌المللی تلاش برای صادرات محصولات است	درصد ثابت صنایع بومی و هویت ملی (سمنان) و آموزش فرش ایرانی		
عناصر محیطی	سیاسی	حمایت‌ها بسیار ضعیف - سیاست‌گذاری بازار داخلی و بین‌المللی ضعیف			کاهش کارمزد و تسهیلات کاهش بروکراسی اداری و ... متعادل سازی در شرایط بیمه بروکراسی اداری
	تکنولوژیکی	استفاده از آموزش برای کسب اطلاعات و تکنیک‌ها	تهران از اینترنت برای کسب اطلاعات استفاده می‌شود		
عناصر سازمانی	استراتژی سازمان		سمنان - ابزار و اطلاعات محدود برای ارزیابی و شناخت فرصت‌ها و فعالیت بین‌المللی تهران دسترسی به اطلاعات ارزیابی را دارد	محدودیت‌ابزار اطلاعاتی در سمنان	ایجاد شبکه‌های فعال بین استان‌ها
	ساختار زمانی	انعطاف و پشتکار در انجام فعالیت‌ها	سمنان پویایی محدود و به‌دنبال فرهنگ‌بومی کارآفرینی هستند. تهران فعال و بدنبال شکار فرصت‌ها		

خلاصه و نتیجه‌گیری

براساس مصاحبه‌های انجام گرفته بنا بر یافته‌های استان تهران و سمنان برخی از زنان تهران و برخی از زنان سمنان، در شرایطی متفاوت از نظر فرهنگی مبادرت به تأسیس خیریه‌ای برای زنان خودسرپرست و ... کرد تفکری از پیش تعیین شده و برنامه‌ریزی برای اینکار نداشتند و فقط درصدد کمک به دیگران و مولد بودن در جامعه و با انگیزه توفیق‌طلبی وارد کار شدند فعالیت را شروع کردند بطوری که با داوطلبی فردی با در اختیار گذاشتن ابزار کار و آموزش افراد، فعالیت کارآفرینی با موفقیت انجام گرفت.

براساس دیدگاه جنینگز (۱۹۹۴) که معتقد است کارآفرینی بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند تا بطور اثربخشی با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، ضمن رفع ابهامات آنها را به نفع خود تغییر دهند. آنها که از تهران هر دو در صنعت فرش فعال هستند و بادو انگیزه متفاوت یکی با توفیق‌طلبی و دیگری با استقلال‌طلبی و اهداف متفاوت به ترتیب اقناع شخصی و آزادی شخصی هر دو در مسیر رشد اقتصادی حرکت می‌کنند و فردی از سمنان با انگیزه توفیق‌طلبی و هدف اقناع شخصی ضمن آموزش و تشویق در زمینه فرش و جاجیم در جهت ثبت سنت بومی حفظ هویت ملی خود تلاش می‌کند که نوع بافت جاجیم و چادر شب را به ثبت یونسکو برساند. از تهران فردی با آموزش در وبلاگ خود در جهت شناساندن فرش ایران فعالیت می‌نماید.

او با توجه به شرایط زندگی در تهران هویت هنر ایران را بصورت مدرن انجام می‌دهد و دیگری در چگونگی نوع بافت چادرشب و جاجیم بنام شهرسمنان عمل می‌نماید. براساس دیدگاه جی‌مگوری (۱۹۶۲) که معتقد است کارآفرینی در جوامع مختلف باتوجه به تنوع فرهنگی متنوع است اما آنچه را که باید در درک تفاوت رفتاری مورد توجه قرار داد عناصر است

همچون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی، تعلیم و تربیت. بعضی از زنان کارآفرین، در فعالیت‌های کارآفرینی خود به ترتیب تولیدی و خدمات بازرگانی، و خدمات مشاوره‌ای در صنایع دارند. هر کدام درصدد تأمین شرایط

اقتصادی و رشد و توسعه فعالیت‌های خود هستند و در هر شرایطی تلاش در جهت موفقیت فعالیت اقتصادی خود دارند.

براساس دیدگاه شومپیتر (۱۹۳۴) کارآفرینی فعالیتی است همچون ارائه کالایی جدید، ارائه روش جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت.

تحقیقات نشان می‌دهد که مردان و زنان به دلیل احساس نیاز به کسب و کار و استقلال فردی یا عدم رضایت شغل قبلی و نیاز به تغییر محیط پیرامونی خود و الگوی نقش پدر به عرصه کار آفرینی وارد می‌شوند.

بنابر دیدگاه هسیریچ و پیرز (۱۳۸۵) کارآفرینی پدیده‌ای تک بعدی نیست بلکه فرآیندی است پویا که عناصر زیادی در شکل‌گیری آن دخیل هستند (هسیریچ پیرز ۱۳۸۵).

نتایج فوق نشان می‌دهد که کارآفرینی با انگیزه و هدف و فرهنگ و محیط استراتژی و سازمانی پویا و متفاوت فعالیت نموده و براساس روابط با دوستان مجرب و قابل اعتماد و کانال رایزن‌های بازرگانی و ... نسبت به بازاریابی و فروش و محصولات خود به موفقیت‌های در کار و اطلاعات مورد نیاز در خصوص بازارها، دست یافته‌اند.

براساس دیدگاه (لرنر هسیریچ . براش (۱۹۹۷، ۳۲۲) از ۵ جنبه تئوریکی عملکرد زنان را بررسی کرده است که عبارتند از: انگیزه‌های فردی، اهداف، یادگیری اجتماعی و سرمایه انسانی (عوامل جمعیت شناسی) و تأثیرات محیطی (اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی) ارتباطات شبکه‌ای (ارتباط با دوستان مجرب و عضویت در سازمان‌ها و انجمن‌ها) و خارج از مسائل فردی عامل استراتژی سازمانی و هدف سازمان در عملکرد زنان مؤثر می‌باشد.

و از مقایسه دو استان نتیجه می‌گیریم که بین عناصر فردی و شبکه‌ای و سازمانی و محیطی رابطه وجود دارد و در راستای انجام فعالیت‌ها و مشاغلی که بدان روی می‌آورند خط مشی سیاسی و حمایت‌های دولت و عناصر محیطی دارای اهمیت بالاتری است.

- ۳) انجمن زنان مدیر کار آفرین ۱۳۹۳، نگاهی به تجارب زنان کارآفرین ایران، نشر روشنگران و مطالعات زنان.
- ۴) ازکیا، مصطفی. ۱۳۷۸، جامعه‌شناسی توسعه و توسعه یافتگی روستایی ایران، ۴۸.
- ۵) اولین گزارش ملی توسعه انسانی جمهوری اسلامی ایران، سازمان برنامه و بودجه، و سازمان ملل متحد ۱۳۷۸.
- ۶) ارکیان، معتمدی، امجد، زهرا. ۱۳۸۱، حقوق انسانی زنان و اشتغال، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندی زنان مرکز امور مشارکت زنان.
- ۷) اسماعیل‌زاده گیل ملک، آمنه، ۱۳۹۰، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه و تقویت کارآفرینی زنان در تعاونی‌های زنان استان تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد رودهن.
- ۸) آینده‌نگر، ماهنامه اقتصادی، آذر ۹۴، شماره ۴۲، ص ۱۲۱، ۱۱۴، ۱۱۲، ۱۰۸.
- ۹) بهبود، بهسان، ۱۳۸۲، مسائل اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی شریف.
- ۱۰) بررسی اجمالی وضعیت زنان به مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری ۱۳۸۰-۱۳۵۵، مدیریت آمار و برنامه‌ریزی ۱۳۸۱.
- ۱۱) پهلوان، چنگیز، ۱۳۷۸. فرهنگ شناسی تهران انتشارات امروز، ۴۸.
- ۱۲) پژوهشکده زنان دانشگاه الزهراء، ۱۳۸۲، زنان و توسعه، همایش و چالش‌ها و چشم‌اندازهای توسعه ایران، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- ۱۳) پروژه مطالعه، پدیده کارآفرینی، دانشگاه شریف، ۱۳۸۰، دانشکده مدیریت و اقتصاد گزارش ۲۰۴، ۱۸۰.
- ۱۴) حاجی نیا، لیلا، ۱۳۸۱، فرهنگ اشتغال، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی، مرکز امور مشارکت زنان ۱۱۱.
- ۱۵) حافظ نیا، محمدرضا، ۱۳۷۷، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی چاپ اول.

پیشنهاد‌های تحقیق

- ✓ ایجاد تسهیلاتی در سرمایه‌گذاری، اخذ وام و اعتبارات با بهره کم از طریق سیستم بانکی کشور
- ✓ کاهش مراحل اداری و بورکراسی در اخذ مجوز و وام
- ✓ تسهیل شرایط بیمه کارگران
- ✓ تجدیدنظر و اصلاح قوانین بازدارنده فعالیت‌های اقتصادی زنان در هر استان
- ✓ ایجاد دوره‌های آموزشی درباره نحوه تهیه سرمایه، اصول مدیریت، بازاریابی، امور مالی، و مشتری‌مداری برای کارآفرینان زن.
- ✓ تقویت تعاونی‌های زنان در بخش تولید، توزیع و مصرف هر استان
- ✓ تدوین استراتژی و سیاستگذاری جهت ارتقا و ترویج فرهنگ کارآفرینی در هر استان
- ✓ ترویج و تدوین سیاست‌های تشویقی در ترویج مشاغل خانگی با به‌کارگیری اینترنت، توسعه صنایع دستی و محلی در استان‌ها.
- ✓ ایجاد بانک اطلاعاتی مشاغل زنان کارآفرین در استان‌ها
- ✓ تدوین استراتژی و سیاست‌گذاری جهت ایجاد بازارهای جدید (داخلی و بین‌المللی) در هر استان
- ✓ حمایت از شبکه‌سازی و برگزاری گردهمایی در سطح هر استان به منظور برخورداری زنان کارآفرین از منابع موجود، اعتبارات مالی و انتقال و تبادل تجارت، اطلاعات و دانش.
- ✓ آموزش شناخت و آگاهی از قوانین کسب و کار زنان در هر استان
- ✓ آموزش بازاریابی و شناخت بازار کالا و مشاغل برای زنان در هر استان
- ✓ آموزش و فرهنگ‌سازی برای زنان در کسب و کار جهت ترغیب زنان به کارآفرینی.

فهرست منابع

- ۱) احمد پورداریانی، محمود، ۱۳۸۶، کارآفرینی، انتشارات محراب قلم.
- ۲) آراستی، زهرا، ۱۳۸۵، زنان کارآفرین، پژوهش زنان، ۱ و ۲، ۹۳، ۱۱۹.

- ۱۶) خداداد حسینی، ۱۳۸۲ روزنامه همشهری، بحرانی برای آینده، سال یازدهم، شماره ۳۲۱۹، هفدهم آبان ماه، صفحه ۱۵.
- ۱۷) خانی، ۱۳۹۰، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- ۱۸) خزایی، زینب، ۱۳۹۳، شناخت موانع و مشکلات کارآفرینی زنان سرپرست خانوار تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- ۱۹) رضویه، اصغر، ۱۳۹۳، روش‌های پژوهش در علوم رفتاری و تربیتی، شیراز، انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۲۰) سالارزاده امیری، نادر، ۱۳۸۰، تحلیل محتوی در علوم اجتماعی و انسانی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ دوم.
- ۲۱) ساروخانی، ب، ۱۳۷۳، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، ناشر پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگ، چاپ اول.
- ۲۲) ریحانی، روشنک، ۱۳۸۶، بررسی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- ۲۳) سیفالهی، سیف‌اله، ۱۳۹۰، جامعه‌شناسی توسعه اقتصادی، اجتماعی ایران، ناشر مؤسسه جامعه پژوهان سینا.
- ۲۴) سید اصفهانی، سیدمهدی و حاج فتحعلیا، ۱۳۷۲، فرآیند تصمیم‌گیری در انتقال تکنولوژی، انتشارات علامه طباطبایی.
- ۲۵) سفیری، خدیجه، ایمانیان، ۱۳۸۸، جامعه‌شناسی جنسیت، تهران، ناشر انتشارات جامعه‌شناسان.
- ۲۶) شلوبری، گلرخ، پولادی محمدعلی، ۱۳۸۱، موانع و راهکارهای گسترش فرهنگ مناسب اشتغال زنان، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندی، مرکز امور مشارکت زنان.
- ۲۷) شاه‌منصوری، اشرف، ۱۳۸۲، اشتغال و تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، همایش بررسی آثار مؤلفه‌های مدیریت و اقتصاد بر اشتغال، دانشگاه آزاد واحد جنوب و پتروشیمی.
- ۲۸) شیرازی، محمد. یزدان پناه مریکی، معصومه، ۱۳۹۳، مدیریت کارآفرینی و توسعه، مجموعه چکیده.
- مقالات ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت کارآفرینی و توسعه، تهران نشر آرمان هدفمند.
- ۲۹) صمدآقایی، جلیل، ۱۳۸۳، خلاقیت جوهره کارآفرینی، تهران انتشارات دانشگاه تهران مرکز کارآفرینی.
- ۳۰) صابر، فیروزه، ۱۳۸۱، راه‌های توسعه کارآفرینی زنان، تهران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان، چاپ اول.
- ۳۱) فصاحت، زهره. ۱۳۷۹، آیا این تصویر زن ایرانی است؟، روزنامه ایران، سال هفتم، شماره ۱۷۴۴، ۲۷ بهمن.
- ۳۲) فرگوسن یوشیوتاکانه، جرج، ۱۳۷۷، تحلیل آماری در روانشناسی و علوم تربیتی، علی دلاور، سیامک نقشبندی، نشر ارسباران، چاپ اول.
- ۳۳) قاسمی اصفهانی، مرجان، ۱۳۸۱، تحلیلی بر حضور زنان در عرصه‌های مدیریت، جایگاه اشتغال زنان در توسعه انسانی، دفتر مشارکت زنان.
- ۳۴) قره باغیان، مرتضی، ۱۳۷۰، اقتصاد و رشد و توسعه، نشر نی، جلد اول.
- ۳۵) قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۳ - ۱۳۷۹.
- ۳۶) کیوی ریمون، وان کامپنهود، لوک، ترجمه: نیک‌گهر، عبدالحسین، ۱۳۹۰، روش تحقیق در علوم اجتماعی، انتشارات توتیا.
- ۳۷) کلو و والاس، پاملا ابوت، نجم عراقی، ۱۳۸۰، جامعه‌شناسی زنان، منیژه، تهران، نشر نی.
- ۳۸) کریمی، زهرا. ۱۳۹۳، نقش حمایت‌های دولت در گسترش کارآفرینی زنان، ارائه شده در همایش ملی کارآفرینی زنان و چالش‌های پیش‌رو ۱۸ و ۱۹ اسفند ۱۳۸۳
- ۳۹) گل‌محمدی، معصومه، ۱۳۸۱، بررسی عوامل مؤثر بر افزایش کارایی زنان شاغل، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی انتشارات مرکز امور مشارکت زنان، چاپ اول.
- ۴۰) گلرد، پروانه، ۱۳۸۲، نقش آموزش عالی در کارآفرینی زنان، همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور.

- Institute for small & Emerging Business, 2000 .
- 54) Early Childhood Development and Care. Vol 119.P.119-130
- 55) Ejaz Ghani, William R.Kerr, Stephen D. O'Connell (2014), Political reservations and women's Entrepreneurship in India; Journal of Development Economics, Volume 108, Pages 138-153 .
- 56) Franken, Robert. (2005). What is creativity? California State University, Northridge. www.Csun.edu .
- 57) Fronske Health Center. May (2001). What is self esteem? Northern Arizona University .
- 58) www.nau.edu .
- 59) 56.Hillard, Kate. (2002). What is Creativity. www. Suite101.com/article.
- 60) Jessie P.H. Poon, Diep T. Thai, Deborah Naybor (2012), Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam; Applied Geography, Volume 35, Issues 1-2, Pages 308 -315 .
- 61) Kazemi, M. (2008), "Assessing entrepreneurship by industrial managers, casual stud: khorasan Province." Science and Development Magazine, 2008 .
- 62) Mellow, Elen. (1969). Can Creativity be Nurtured in Young Children ?
- 63) Mellow, Elen, (1969). The two-conditions view of creativity. Journal of creativity behavior, Vo30. No2 Secound Quarter .
- 64) Reasoner, Robert. Joseph A. (1934), " The theory of economic development." Harvard University press Cambridge .
- 65) Sheslow, David& Taylor Colleen. July (2005). Developing Your Chid's self- estem . www.kidshealth.org
- 66) The University of Texas at Austin. The counseling and mental health center (1999). Better Self esteem. www.utexas.edu
- ۴۱) گلرد، پروانه، ۱۳۸۱، الگوی توسعه زنان کارآفرین
- ۴۲) گزارش و جمعیت زنان با نگاهی بر آینده مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری ۱۳۸۱.
- ۴۳) لایحه برنامه چهارم توسعه اقتصادی اجتماعی، فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۸-۱۳۸۴، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی. دی ۱۳۸۲
- ۴۴) مطیع به نقل از شهیدیان، حامد، ۱۳۷۶، فمینیسم در ایران در جستجوی چیست؟، مجله زنان دی و بهمن، شماره ۴، صفحه ۶.
- ۴۵) غفوری، ۱۳۸۷، موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان، مطالعه موردی استان یزد.
- ۴۶) می، بتول، ۱۳۸۳، پیش‌نویس سیاست‌های بهبود وضعیت زنان در آموزش عالی، شورای فرهنگی، اجتماعی، زنان، شورای عالی انتصاب فرهنگی، ویرایش چهارم.
- ۴۷) مختاریان، حسین، ۱۳۸۱. شیوه‌های افزایش مشارکت زنان در بازار کار، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی زنان، انتشارات مرکز امور مشارکت زنان، چاپ اول.
- ۴۸) ممیز، آیت‌ا... و همکاران، بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان، رشد فناوری، ۱۳۹۲.
- ۴۹) مهابادی، سیامک، ۱۳۸۱، نقش و جایگاه زنان در اشتغال و مدیریت، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی زنان، انتشارات مرکز امور مشارکت زنان، چاپ اول.
- ۵۰) نجفی، میترا، ۱۳۷۸، کارگاه آموزشی تواناسازی زنان روستایی از طریق کارآفرینی، نشر وزارت جهاد سازندگی، معاونت ترویج و مشارکت مردمی، مدیریت امور زنان روستایی و عشایری.
- ۵۱) نظری کتولی، علیرضا و رحمانی، رامین. ۱۳۸۳، چالش‌های اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۳.
- ۵۲) ولی‌پور، احمد، تقی‌زاده، حمیدرضا، ۱۳۹۳، مهارت‌های کارآفرینی و اثربخشی سازمانی، گرگان، انتشارات نوری
- 53) Brush, G., and R. Hisrich(2002). "Womenowned Businesses, An Exploratory Study Comparing factors Addecting Performance." Rise business Research