



## بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان

محسن محمدی خیاره<sup>۱</sup>

سید یعقوب موسوی<sup>۲</sup>

### چکیده

کارآفرینی از محورهای اصلی و اساسی رشد و توسعه است به طوری که آن را موتور توسعه اقتصادی در هر کشور می دانند. از آنجا که بخش عظیمی از جامعه را زنان تشکیل می دهند، لذا کارآفرینی این قشر از جامعه از اهمیت بخصوصی برخوردار است. به گونه ای که یکی از شاخص های مهم برای ارزیابی و سنجش توسعه و پیشرفت هر کشور میزان مشارکت زنان در تولید است. در تحقیق حاضر با استفاده از روش کتابخانه ای، به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و نقش آنها در تحول و توسعه اقتصادی پرداخته، همچنین به موانع و محدودیت های موجود در پیش روی آنها اشاره می گردد.

**کلید واژگان:** کارآفرینی زنان، توسعه، موانع کارآفرینی

<sup>۱</sup> . استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه گنبدکاووس  
<sup>۲</sup> . دانشجو کارشناسی اقتصاد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه گنبدکاووس



## ۱- مقدمه

کارآفرینی از محورهای اصلی و اساسی رشد و توسعه در هر کشوری می باشد به طوری که آن را موتور توسعه اقتصادی می دانند، تجربه کشورهای دارای رشد بالای درآمد ملی نشان می دهد که یکی از دلایل موفقیت آنها این است که مدیران این کشورها به نقش و اهمیت کارآفرینی در پیشرفت و توسعه کشور پی برده اند. امروزه فراهم ساختن امکان مشارکت فعال زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور در روند توسعه منابع و ظرفیت های محلی تردیدناپذیر است.

تجربه کشورهای دارای رشد بالای درآمد ملی نشان دهنده آن است که مدیران این کشورها به نقش و اهمیت کارآفرینی در پیشرفت و توسعه کشور پی برده اند. کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می کند. لذا لزوم ایجاد بستر مناسب در جهت حمایت های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان دارای اهمیت فراوان است. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصاد جامعه می دانند و دانشمندان مدیریت آنها را از مهمترین عوامل تحول و نوآوری های سازمانی در عصر حاضر به شمار می آورند. لذا در هر محیطی که افراد از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، اقتصادی پویا و متنوع وجود خواهد داشت.

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به عنوان یکی از ارزانتین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است. بسیاری از کشورهای پیشرفته و تعدادی از کشورهای در حال توسعه راه حل های برون رفت از این بحران را کارآفرینی میدانند و به آن توجه فوق العاده ای میکنند (Wennekers and Thurik, 1999: 29). امروزه میزان مشارکت و اشتغال، یکی از شاخص های نوسازی اقتصاد ملی محسوب می شود و همچنین میزان و نحوه مشارکت اقشار مختلف در فعالیتهای اقتصادی یکی از عوامل و شاخص های توسعه است. با اینکه ضرورت و الزام اقتصادی اشتغال و مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی، همواره در تاریخ پیشرفت و توسعه جوامع مختلف بشری مطرح بوده است هنوز در بسیاری از کشورها میان زنان و مردان تعادل مطلوب و قابل قبولی در این زمینه و در فعالیتهای مختلف ایجاد نشده است. تغییرات ایجاد شده در بستر زمان باعث شده تا زنان از محدوده خانه خارج شوند، جذب نظام شغلی جامعه گردند و در تغییر الگوی کار سنتی حاکم بر جامعه نیز تغییراتی ایجاد کنند. بدین ترتیب این الگو که بر اساس جنسیت بود و کارها را بر مبنای طبیعت زنانه و مردانه بودن تقسیم مینمود تغییر کرد و از قالب سنتی بودن خود بیرون آمد.

حضور فعال زنان و مشارکت آنان در صحنه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با توسعه کشورها در همه جوانب از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ارتباط تنگاتنگ و مستقیم دارد. به عبارت دیگر وضعیت زنان در هر جامعه ای نشان دهنده میزان پیشرفت آن جامعه می باشد، از اینرو است که نقش زنان در زمینه های مختلف اقتصادی، اجتماعی به منزله یکی از مهمترین شاخصها در روند توسعه محسوب می شود. با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می دهند و زنان در ردیف بزرگترین ذخایری هستند که هنوز از وجودشان استفاده بهینه به عمل نیامده است و این گروه کثیر که عهده دار تنظیم امور خانوادگی و تعیین کننده مسیر اقتصاد و خانواده محسوب می شوند، در امور اقتصادی و تنظیم بودجه خانوادگی دخالت مستقیم دارند.

## ۲- مروری بر تحقیقات انجام شده

### ۲-۱- تحقیقات داخلی



در این بخش به صورت خلاصه به بحث در مورد مهمترین تحقیقاتی در خصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و نیز موانع موجود بر سر راه کارآفرینی زنان که در داخل یا خارج از کشور انجام شده است به صورت خلاصه اشاره می شود.

امروزه همگان دریافته اند جوامعی که بیشتر به فکر متکی بوده اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق تر و سرفرازتر بوده اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به رغم مزیت‌های آن، از جمله موانع توسعه یافتگی محسوب شده است؛ در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده تا آنها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه: کارآفرینی، از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند؛ به ویژه در عصر حاضر، که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه ها و ابتکارات است، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد. کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر جوامع بشری است، منبعی که به توان و خلاقیت انسانها بر می گردد.

گلرد (۱۳۸۶) در مقاله ای مهمترین دلایل فردی زنان ایرانی در توسعه کسب و کار را مورد بررسی قرار داد. نتایج مطالعات نظری و پیمایشی این تحقیق نشان داد که دستیابی به رضایت شغلی مؤثرترین عامل زنان در ورود به کسب و کار بوده و مهمترین ویژگی در توسعه کسب و کار توفیق طلبی زنان ایرانی است. وی همچنین در تحقیقی دیگر (۱۳۸۷) به بررسی مهمترین شاخص‌های بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی پرداخت و نشان داد که زنان ایرانی توانسته اند بین زندگی کاری و شخصی خود تعادل برقرار کرده و در کسب قدرت و اعتبار در جامعه بسیار موفق باشند. نیز در محصولات و روش تولید خود از نوآوری بالایی برخوردار بوده و به عبارت دیگر بهره‌وری قابل توجهی داشته اند. در تحقیقی دیگر با عنوان عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، گلرد (۱۳۸۴) بیان می کند که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل موجود مؤثرتر بوده و مهمترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه است. همچنین زنان کارآفرین با شبکه اولیه ارتباطی، رابطه‌ای قوی دارند و عوامل و شرایط محیطی کشور برای توسعه کسب و کار زنان مناسب و مساعد نمی باشد.

جواهری و قضاوتی (۱۳۸۳) موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظاراتی نقش، باورهای کلیشه‌ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی میدانند.

کریمی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای مشکلات مالی، اختلاف میان اعضا و تبعیض علیه زنان را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان در تعاونی‌های استان مازندران بر می شمارد.

کریمیان و امیر لطفی (۱۳۸۶) در تحقیقی به بررسی موانع و چالش‌های کارآفرینی فارغ التحصیلان دانشگاهی زن در استان گلستان پرداختند. بر مبنای یافته‌های این مطالعه، محدودیتهای خانوادگی و محدودیتهای فرهنگی مانعی بر سر راه کارآفرینی زنان این استان نیست. اما فراهم نبودن آموزشهای مناسب، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود نهادهای حمایتی و فراهم نبودن قوانین و مقررات مناسب مهمترین چالشها در توسعه کارآفرینی تلقی میشوند.

میرغفوری و همکارانش (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان استان یزد پرداختند. نتایج نشان داد که موانع خانوادگی، علمی-تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی بر کارآفرینی مؤثر است و موانع پرورشی تأثیری بر کارآفرینی زنان این استان ندارد.

آراستی و جوکار (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای به این نتیجه دست یافتند که نزدیکان زنان کارآفرین (همسر، فرزندان، والدین) مهمترین پشتیبان آنها بوده و حمایت عاطفی، بیشترین کمکی است که این زنان از شبکه خود دریافت می کنند. این پژوهشگران در مقاله‌ای



دیگر (۱۳۸۷ الف) نشان دادند که زنان کارآفرین ایرانی، با برنامه ریزی و با هدف ارائه محصولات و خدماتی با کیفیت بهتر، کسب و کار خود را راه اندازی میکنند و داشتن برنامه کسب و کار، نقش مهمی در راه اندازی موفق کسب و کار آنان دارد. همچنین زنان کارآفرین ایرانی، موفقیت خود را در درجه اول در رسیدن به رضایت شخصی و اثبات شایستگی های خود و سپس در سودآوری می دانند. همچنین در پژوهش دیگری (۱۳۸۷ ب) به تحقیق پیرامون ویژگی های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه اندازی کسب و کار پرداختند. آنها نشان دادند که وجود قوانین دست و پاگیر، بوروکراسی اداری، اخذ مجوزها و تأمین منابع مالی مهمترین مشکلات این دسته از زنان بوده و عواملی چون وجود تبعیض ها، دسترسی به بازار و تأمین نیروی انسانی از اولویت پایین تری برخوردارند.

کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) به بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه های اجتماعی در توسعه کارآفرینی پرداخته و نشان دادند رابطه مثبتی بین اعتماد و هنجارها و شبکه های اجتماعی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. به این معنا که هر چه افراد مشارکت بیشتری در شبکه های اجتماعی داشته باشند، به همان اندازه در توسعه کارآفرینی نقش و اثر بیشتری ایفا میکنند. به عبارتی، هرچه شبکه های اجتماعی از طریق همکاری برای تحقق اهداف، هماهنگی بیشتری داشته باشند، در توسعه کارآفرینی تأثیر بیشتری خواهند گذاشت.

ریبعی و صادق زاده (۱۳۹۰) نیز بر این باورند که کارآفرینی، فرآیندی است که در شبکه ای از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط میتواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل کند. این محققان با استفاده از داده های حاصل از ۳۴ شرکت فعال، که اغلب در قالب بنگاه های کوچک زودبازده و کارآفرین فعالیت داشتند، دریافته اند رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (از جمله مشارکت اجتماعی) با کارآفرینی وجود دارد. در میان ابعاد کارآفرینی نیز شاخص ریسک پذیری دارای بیشترین اولویت (اهمیت) بود. یافته های تحقیق آنها نشان می دهد شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی می تواند فرایند تبدیل خلاقیت به کارآفرینی را دستخوش تغییر کنند. داشتن شبکه ای از روابط گسترده، بالابودن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. به علاوه، بالا بردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه، ارتقای روحیه کار تیمی و فعالیتهای مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل همراه با اعتماد، زمینه های اجتماعی کارآفرینی به حساب می آیند.

یافته های مطالعه همتی وینه و همکاران (۱۳۹۱) باهدف شناسایی موانع مشاغل خانگی و کسب و کار زنان روستایی شهرستان کرمانشاه نشان داد چهار مانع فردی، مالی - اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و قانونی - نهادیبه ترتیب بیشترین اولویت را در ایجاد محدودیت برای مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه داشته اند. همچنین نتایج نشان داد، در بین موانع فردی "مخالفت اعضای خانواده"، در بین موانع مالی - اقتصادی "دسترسی ناکافی به منابع اولیه برای تولید"، در بین موانع فرهنگی - اجتماعی "عدم اعتماد جامعه به زنان در راه اندازی کسب و کار" و در بین موانع قانونی - نهادی "وجود دلالت و واسطه ها در بازار" بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده اند.

نام، عنوان	سال	نتیجه
۱ جواهری، فاطمه؛ قضاوتی، سرور. (۱۳۸۳)	۱۳۸۳	موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظاراتی نقش، باورهای کلیشه ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی میدانند.
۲ کریمی، زهرا، (۱۳۸۴)	۱۳۸۴	در مطالعه ای مشکلات مالی، اختلاف میان اعضا و تبعیض علیه زنان را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان در تعاونی های استان مازندران بر می شمارد.
۳ کریمیان، محمد تقی؛ و امیر لطیفی؛ فریبا	۱۳۸۶	در تحقیقی به بررسی موانع و چالشهای کارآفرینی فارغ التحصیلان



دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران  
۱۱ اسفند ۱۳۹۵

## دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران یازدهم اسفندماه ۱۳۹۵



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
دانشگاه شهید باهنر

<p>دانشگاهی زن در استان گلستان پرداختند. بر مبنای یافته‌های این مطالعه، محدودیتهای خانوادگی و محدودیتهای فرهنگی مانعی بر سر راه کارآفرینی زنان این استان نیست. اما فراهم نبودن آموزشهای مناسب، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود نهادهای حمایتی و فراهم نبودن قوانین و مقررات مناسب مهمترین چالشها در توسعه کارآفرینی تلقی میشوند.</p>		(۱۳۸۶)
<p>براساس تحقیقی که توسط مرکز مشاوره ملی کسب و کار زنان آمریکا (۲۰۰۳) انجام شد مهمترین مشکلات زنان این کشور در راه اندازی کسب و کار عبارتند از: دسترسی به سرمایه، رویارویی با اقتصاد جاری، هزینه بیمه‌ها، محیط رقابتی کسب و کار، مالیاتها و بوروکراسی. همچنین، در مطالعه انجام شده روی ۱۲۹ زن کارآفرین در آمریکا، تعدادی از زنان ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده‌اند. به نظر میرسد که در زمینه ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تماس، مردان از امتیاز و امکانات بیشتری برخوردارند. این مسأله در خصوص زنان سیاه پوست تشدید می‌شود</p>	۱۳۸۵	۴ صابر، فیروزه. (۱۳۸۵)
<p>در تحقیقی به بررسی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان استان یزد پرداختند. نتایج نشان داد که موانع خانوادگی، علمی-تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی بر کارآفرینی مؤثر است و موانع پرورشی تأثیری بر کارآفرینی زنان این استان ندارد.</p>	۱۳۸۸	۵ میرغفوری، حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ طاهری دمنه، محسن. (۱۳۸۸).
<p>به بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی پرداخته و نشان دادند رابطه مثبتی بین اعتماد و هنجارها و شبکه‌های اجتماعی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. به این معنا که هر چه افراد مشارکت بیشتری در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند، به همان اندازه در توسعه کارآفرینی نقش و اثر بیشتری ایفا میکنند. به عبارتی، هرچه شبکه‌های اجتماعی از طریق همکاری برای تحقق اهداف، هماهنگی بیشتری داشته باشند، در توسعه کارآفرینی تأثیر بیشتری خواهند گذاشت.</p>	۱۳۸۷	۶ کاوسی، اسماعیل؛ کیاسی، حمیرا (۱۳۸۷)
<p>نیز بر این باورند که کارآفرینی، فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط میتواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل کند. این محققان با استفاده از داده‌های حاصل از ۳۴ شرکت فعال، که اغلب در قالب بنگاههای کوچک زودبازده و کارآفرین فعالیت داشتند، دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (از جمله مشارکت اجتماعی) با کارآفرینی وجود دارد. در میان ابعاد کارآفرینی نیز شاخص ریسک‌پذیری دارای بیشترین اولویت (اهمیت)</p>	۱۳۹۰	۷ ربیعی، علی؛ صادق‌زاده، حکیمه (۱۳۹۰)



دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران  
۱۱ اسفند ۱۳۹۵

## دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران یازدهم اسفندماه ۱۳۹۵



دانشگاه سوادکوه  
دانشکده اقتصاد

<p>بود. یافته‌های تحقیق آنها نشان می‌دهد شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی می‌تواند فرایند تبدیل خلاقیت به کارآفرینی را دستخوش تغییر کنند. داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده، بالابودن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. به‌علاوه، بالا بردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه، ارتقای روحیه کار تیمی و فعالیتهای مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل همراه با اعتماد، زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به حساب می‌آیند.</p>		
<p>به شناسایی تأثیر سرمایه اجتماعی بر موفقیت کارآفرینی اجتماعی پرداخته و به نتایج زیر دست یافتند: ۱. بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و بعد تحقق اهداف موفقیت کارآفرینی اجتماعی رابطه وجود دارد، ۲. بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و بعد رشد موفقیت کارآفرینی اجتماعی رابطه وجود دارد، ۳. بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و بعد نوآوری موفقیت کارآفرینی اجتماعی رابطه وجود دارد.</p>	<p>۱۳۹۰</p>	<p>۸ اسدی ابوخیلی، مریم (۱۳۹۰).</p>
<p>با انجام مطالعه‌ای در میان جوانان کارآفرین در روستاهای بخش کربال به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی با شناسایی و بهره‌برداری از فرصت توسط جوانان روستایی پرداختند. نتایج پژوهش این محققان بیانگر این است که اندازه شبکه اجتماعی و مهارتهای کارآفرین و تجربه جوانان با موفقیت در کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری دارد. نتایج پژوهش این محققان نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی کارآفرینان با تعداد فرصتهای شناسایی شده، تعداد فرصتهای بهره‌برداری شده و پایداری کسب و کار وجود دارد.</p>	<p>۱۳۹۰</p>	<p>۹ یدالهی فارسی، جهانگیر؛ رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۰)</p>
<p>در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و تمایل به همکاری بر تأمین مالی غیررسمی تأثیر گذارند. در مجموع یافته‌های تحقیق، بیانگر آن بوده‌اند که هر فردی از سطح مشارکت اجتماعی بالاتری برخوردار باشد، با احتمال بالاتری به منابع مالی غیررسمی دسترسی خواهد داشت.</p>	<p>۱۳۸۹</p>	<p>۱۰ امینی‌نژاد، روجا؛ قلی‌پور، آرین؛ اسلامی‌بیدگلی، غلامرضا (۱۳۸۹)</p>
<p>به بررسی زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی پرداخته و بر این باورند که آموزش کارآفرینی و آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیتهای کشاورزی می‌تواند به عنوان راهکار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی به منظور توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد.</p>	<p>۱۳۸۷</p>	<p>۱۱ رضوانی، محمدرضا؛ نجارزاده، محمد (۱۳۸۷).</p>
<p>با هدف بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان مینوبار آبادان، نشان داد چهار عامل کلی تحت عناوین اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، شناختی و سیاستگذاری از مهمترین موانع توسعه کارآفرینی دهستان مذکور می‌باشند.</p>	<p>۱۳۸۹</p>	<p>۱۲ علی میرزایی، عرفان و مریم طهماسبی (۱۳۸۹)</p>



با هدف تبیین موانع موجود در زمینه کارآفرینی زنان کشاورز از دیدگاه زنان نمونه کشاورز منطقه جیرفت و کهنوج با استفاده از تحلیل عاملی نشان داد موانع موجود در سه دسته (فرهنگی - اجتماعی)، (خدماتی - حمایتی) و (قانونی) تقسیم - بندی شدند.	۱۳۹۰	شریفی، امید و محسن عادل (۱۳۹۰)	۱۳
باهداف شناسایی موانع مشاغل خانگی و کسب و کار زنان روستایی شهرستان کرمانشاه نشان داد چهار مانع فردی، مالی - اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و قانونی - نهادیبه ترتیب بیشترین اولویت را در ایجاد محدودیت برای مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه داشته‌اند. همچنین نتایج نشان داد، در بین موانع فردی "مخالفت اعضای خانواده"، در بین موانع مالی - اقتصادی "دسترسی ناکافی به منابع اولیه برای تولید"، در بین موانع فرهنگی - اجتماعی "عدم اعتماد جامعه به زنان در راه‌اندازی کسب و کار" و در بین موانع قانونی - نهادی "وجود دلالان و واسطه‌ها در بازار" بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند.	۱۳۹۱	همتی‌وینه، هانا، عابدی سروستانی، احمد، عبداللهزاده، غلامحسین و محمدرضا محبوبی (۱۳۹۱)	۱۴
با هدف اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار نشان داد: موانع اقتصادی و آموزشی به ترتیب مهمترین موانع در مسیر توسعه کارآفرینی زنان روستایی این شهرستان می‌باشند.	۱۳۹۱	علی دوست، سمیه، لشگرآرا، فرهاد و فرجاله حسینی (۱۳۹۱)	۱۵

## ۲-۲- تحقیقات خارجی

لی گاسلین و همکارش (۱۹۹۰) عدم اعتماد بانکها، تأمین کنندگان و مشتریان، کمبود سرمایه شروع کار و مخالفت های خانواده و همسر را به عنوان مهمترین مشکلات زنان کارآفرین کانادایی معرفی میکنند.

داس (۲۰۰۱) نداشتن سرمایه مناسب و جریان نقدی مطلوب، شرایط بازار، فقدان تجارب مدیریتی، کمبود زمان و مشکلات خانوادگی را از مهمترین چالشهای زنان کارآفرین هندی می‌داند.

براساس تحقیقی که توسط مرکز مشاوره ملی کسب و کار زنان آمریکا (۲۰۰۳) انجام شد مهمترین مشکلات زنان این کشور در راه اندازی کسب و کار عبارتند از: دسترسی به سرمایه، رویارویی با اقتصاد جاری، هزینه بیمه ها، محیط رقابتی کسب و کار، مالیاتها و بوروکراسی. همچنین، در مطالعه انجام شده روی ۱۲۹ زن کارآفرین در آمریکا، تعدادی از زنان ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده‌اند. به نظر می رسد که در زمینه ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تماس، مردان از امتیاز و امکانات بیشتری برخوردارند. این مسأله در خصوص زنان سیاه پوست تشدید می‌شود (صابر، ۱۳۸۵، ص. ۳۱).

کانتر (۲۰۰۲) نیز تحقیقات خود را به منظور ارائه برنامه‌های عملی و مناسب برای رشد کسب و کارهای کوچک زنان در کشورهای در حال توسعه ارائه کرده است. کانتر شاخص‌های میزان ارائه خدمات به مشتریان، پایداری - ثبات - کسب و کار، اثربخشی و کارایی کسب و کار را برای ارزیابی موفقیت و توسعه کسب و کارهای زنان مطرح کرده است.





دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران  
۱۱ اسفند ۱۳۹۵

## دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران یازدهم اسفندماه ۱۳۹۵



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
دانشگاه شهید باهنر

کازومی (۲۰۱۰) دریافت که شبکه‌های اجتماعی برای کارآفرینان در مرحله شروع کسب‌وکار بسیار مهم بوده و ده نوع شبکه اجتماعی شامل شبکه اعضای خانواده و بستگان، شبکه حزب سیاسی یا مذهبی، شبکه کودکان و مادران، شبکه سرگرمی، شبکه همکلاسی‌ها، شبکه آشنایان و دوستان، شبکه‌های درون و بیرون محیط کار، شبکه با سایر کارآفرینان، شبکه متخصصان، شبکه سازمانها، شبکه مالکان شرکتها با سایر کسب‌وکارها، و گروههای عمومی را شناسایی کرد که بر میزان دسترسی به سرمایه‌های مالی تأثیر می‌گذارند. نتایج مطالعه این محقق حاکی از آن است که زنان کارآفرین نسبت به مردان به میزان کمتری به کمکهای مالی دسترسی دارند.

ساتیاباما (۲۰۱۰) در مقاله‌ی خود با عنوان توانمندسازی زنان روستایی و توسعه کارآفرینی به این نتیجه رسیده است که زنان کارآفرین علاوه بر اینکه با موانع بازاریابی برای تولیداتشان مواجه هستند، عوامل دیگری نیز مثل مسئولیتهای خانوادگیشان مانع دستیابی آنان به بعضی از فرصتها میشود، به علاوه آنها در بعضی از کشورها با موانعی در رابطه حق مالکیت دارایی‌هایشان مواجه هستند (Sathiabama, 2010)

کوان و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که افراد در جوامع با سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی در مقایسه با جوامع با سطوح پایین‌تر، تمایل بیشتری به خوداشتغالی دارند.

برنشوستر و همکاران (۲۰۱۰) تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی را مطالعه کرده و نشان دادند سرمایه اجتماعی به افراد کارآفرین کمک میکند تا بر محدودیت‌های منابع فائق آیند.

پل و همکاران (۲۰۰۹) به بررسی نقادانه ادبیات موجود در حوزه اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در فرآیند کارآفرینی پرداختند. به اعتقاد این محققان، گرچه مطالعه ادبیات سرمایه اجتماعی تاکنون جامع نیست، اما مشخص شد که در مورد اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی، بر تعریفی پذیرفته شده از سرمایه اجتماعی اجماع وجود ندارد. لذا آنها پیشنهاد می‌کنند که سیاستگذاران به منظور توسعه فرهنگ کارآفرینی گام برداشته، کارآفرینان موجود را تشویق به بهره‌برداری از شبکه روابط رسمی و غیررسمی نمایند.

مطالعات دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۶) در فنلاند نشان داد که زنان در ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه الگوی نقش مستقیم و بی‌واسطه‌تری نسبت به مردان دارند (کوالنین و آرنیوس، ۲۰۰۶: ۱۶۳)

هم چنین نتایج تحقیقات اسپیر و همکارانش در سال (۱۹۸۹) نشان داد افرادی که یک والد به طور مثال پدر یا مادر کارآفرین دارند، به گونه‌ای قابل توجه موفق‌تر از افرادی هستند که بدون داشتن مدل‌های نقش ظاهر می‌شوند. مشابه این تحقیق در کانادا نشان داد که ۳۳ درصد کارآفرینان زن مانند پدران شان کارآفرین شده‌اند (لرنر و همکاران، ۱۹۹۷: ۳۲۰)

هیسریچ (۱۹۹۳) در (کارآفرینی) میگوید: والدینی که اغلب الگوی فرزندان خود هستند ویژگی‌های کارآفرینانه از قبیل استقلال، اعتمادبه‌نفس و انعطاف‌پذیری را مستقیم و غیرمستقیم به آنها می‌آموزند. تحقیقات نشان می‌دهد که این تأثیرات با حضور یک مادر کارآفرین بسیار تشدید می‌شود.

بروکهاوس و نورد (۱۹۸۰) نیز در مطالعات خود دریافتند که حداقل ۴۰ درصد کارآفرینان در خانواده‌های خود تجربه‌های کارآفرینی را تجربه کرده‌اند (فرای، ۱۹۹۳)





هم چنین نتایج تحقیقات اسپیر و همکارانش در سال (۱۹۸۹) نشان داد افرادی که یک والد به طور مثال پدر یا مادر کارآفرین دارند، به گونه ای قابل توجه موفق تر از افرادی هستند که بدون داشتن مدل های نقش ظاهر می شوند. مشابه این تحقیق در کانادا نشان داد که ۳۳ درصد کارآفرینان زن مانند پدران شان کارآفرین شده اند (لرنر و همکاران، ۱۹۹۷: ۳۲۰)

در مطالعه دیگری که توسط باتنر و مور (۱۹۷۷) (به نقل از میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۱-۵۲) در مورد ۱۲۹ زن کارآفرین آمریکایی انجام شده است، نتایج نشان می دهد که ۳۴ درصد از آنان در جلب سرمایه گذاری و مدیریت مالی دچار مشکل بوده اند. همچنین، در این تحقیق زنان کارآفرین ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده اند و البته این مسئله در مورد زنان سیاه پوست تشدید می شود.

نتایج پژوهش چیتسیک (۲۰۰۰) با هدف بررسی موانع پیش روی زنان کارآفرین در زیمباوه نشان داد زنان در این کشور در آغاز کارشان نسبت به مردان در دستیابی به منابع لازم با محدودیت های بیشتری مواجه اند و هیچ حمایتی از سیستم حقوقی دریافت نمیکنند (chitsike, 2000).

Roomi and Parrott (2008) در ارتباط با موانع توسعه و پیشرفت زنان کارآفرین در پاکستان نشان داد که عدم دسترسی به سرمایه، زمین، محل کسب و کار، فناوری اطلاعات، آموزش، نگرشهای ذاتی جامعه مردسالار، عدم تشویق زنان توسط اعضای خانواده و کمبود سرمایه های اجتماعی، مهمترین موانع پیشروی زنان در توسعه کارآفرینی است.

ساتیاباما (۲۰۱۰) در مقاله ی خود با عنوان توانمندسازی زنان روستایی و توسعه کارآفرینی به این نتیجه رسیده است که زنان کارآفرین علاوه بر اینکه با موانع بازاریابی برای تولیداتشان مواجه هستند، عوامل دیگری نیز مثل مسئولیتهای خانوادگیشان مانع دستیابی آنان به بعضی از فرصتها میشود، به علاوه آنها در بعضی از کشورها با موانعی در رابطه حق مالکیت دارایی هاییشان مواجه هستند (Sathiabama, 2010)

نام، عنوان	سال	نتیجه
1 Arayesh, B. (2011).	۲۰۱۱	در تحقیقی به بررسی برخی از مشکلات زنان تحصیل کرده دانشگاهی در تجارت پرداخت. نتایج مطالعات زیر نشان داد که موانع مالی، اجتماعی و فرهنگی، شخصیتی، تحصیلات، موانع علمی، قانونی، خانوادگی و بازاریابی از مهمترین موانع پیشروی توسعه تجارت توسط زنان در زنان تحصیل کرده در ایوان غرب می باشد.
2 Lee-Gosselin, H. & Grise, J. (1990).	۱۹۹۰	عدم اعتماد بانکها، تأمین کنندگان و مشتریان، کمبود سرمایه شروع کار و مخالفت های خانواده و همسر را به عنوان مهمترین مشکلات زنان کارآفرین کانادایی معرفی میکنند
3 Das, M. (2001).	۲۰۰۱	نداشتن سرمایه مناسب و جریان نقدی مطلوب، شرایط بازار، فقدان تجارب مدیریتی، کمبود زمان و مشکلات خانوادگی را از مهمترین چالشهای زنان کارآفرین هندی می داند.
4 Kwon, S.W., Heflin, C. and Ruef, M. (2013).	۲۰۱۳	نشان دادند که افراد در جوامع با سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی در مقایسه با جوامع با سطوح پایین تر، تمایل بیشتری به خوداشتغالی دارند.
5 Poon, J.P.H., Thai, D.T. and Naybor, D. (2012).	۲۰۱۲	نقش سرمایه اجتماعی را در کارآفرینی زنان در دو منطقه روستایی در



<p>ویتنام شمالی مورد ارزیابی قرار دادند. آنها دریافتند که سرمایه اجتماعی خانواده، احتمال کارآفرین شدن زنان را افزایش میدهد اما سرمایه اجتماعی نهادی تأثیری عکس دارد.</p>	<p>۲۰۰۰ Hongseok, O. (2000).</p>	<p>6</p>
<p>با بررسی ۱۶۲ کارآفرین کره‌ای به بررسی این موضوع پرداخت که چگونه شبکه‌های یکپارچه ارتباطات، نتایج اقتصادی از جمله موفقیت تجارت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار میدهد. این محقق نشان داد که سرمایه اجتماعی همگانی که از روابط واقعی افراد در گروه‌های همگانی به دست آمده، توسعه شبکه‌های مرتبط را برای مردم در یک اجتماع خاص (برای مثال کره‌ای‌ها) تحت تأثیر قرار میدهد. به علاوه، سرمایه اجتماعی همگانی افراد، توسعه شبکه‌های مرتبط مردم دور (برای مثال غیرکره‌ای‌ها) را نیز تحت تأثیر قرار میدهد. سرمایه اجتماعی مرتبط از ارتباطاتی به دست می‌آید که شامل گروه‌های مختلف میشود و ارتباط دهنده مردمی است که با هم در ارتباط نیستند.</p>	<p>۲۰۰۹ Paul J, Ferri, David Deakins and Geoff whittam (2009).</p>	<p>7</p>
<p>به بررسی نقادانه ادبیات موجود در حوزه اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در فرآیند کارآفرینی پرداختند. به اعتقاد این محققان، گرچه مطالعه ادبیات سرمایه اجتماعی تاکنون جامع نیست، اما مشخص شد که در مورد اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی، بر تعریفی پذیرفته شده از سرمایه اجتماعی اجماع وجود ندارد. لذا آنها پیشنهاد میکنند که سیاستگذاران به منظور توسعه فرهنگ کارآفرینی گام برداشته، کارآفرینان موجود را تشویق به بهره‌برداری از شبکه روابط رسمی و غیررسمی نمایند.</p>	<p>۲۰۰۲ Hisrich, R.D. &amp; Peters, M,P (2002)</p>	<p>8</p>
<p>در (کارآفرینی) میگوید: والدینی که اغلب الگوی فرزندان خود هستند ویژگی‌های کارآفرینانه از قبیل استقلال، اعتماد به نفس و انعطاف پذیری را مستقیم و غیر مستقیم به آن‌ها می‌آموزند. تحقیقات نشان می‌دهد که این تأثیرات با حضور یک مادر کارآفرین بسیار تشدید می‌شود.</p>	<p>۱۹۹۳ Fry. F (1993)</p>	<p>9</p>
<p>فرای به نقل از: بروکهاوس و نورد (۱۹۸۰) نیز در مطالعات خود دریافتند که حداقل ۴۰ درصد کارآفرینان در خانواده‌های خود تجربه‌های کارآفرینی را تجربه کرده‌اند</p>	<p>۱۹۹۷ Lerner, M &amp; Brush, C 7 Hisrich, R (1997)</p>	<p>10</p>
<p>لرنر و همکارانش نقل کرده‌اند: هم چنین نتایج تحقیقات اسپچر و همکارانش در سال (۱۹۸۹) نشان داد افرادی که یک والد به طور مثال پدر یا مادر کارآفرین دارند، به گونه‌ای قابل توجه موفق‌تر از افرادی هستند که بدون داشتن مدل‌های نقش ظاهر می‌شوند. مشابه این تحقیق در کانادا نشان داد که ۳۳ درصد کارآفرینان زن مانند پدران شان کارآفرین شده‌اند.</p>	<p>۲۰۰۰ Chitsike. C (2000):</p>	<p>11</p>
<p>نتایج پژوهش چیتسیک (۲۰۰۰) با هدف بررسی موانع پیش روی زنان کارآفرین در زیمبابوه نشان داد زنان در این کشور در آغاز کارشان نسبت به مردان در دستیابی به منابع لازم با محدودیت‌های بیشتری مواجه‌اند و هیچ</p>		



حمایتی از سیستم حقوقی دریافت نمیکنند.

در ارتباط با موانع توسعه و پیشرفت زنان کارآفرین در پاکستان نشان داد که عدم دسترسی به سرمایه، زمین، محل کسب و کار، فناوری اطلاعات، آموزش، نگرشهای ذاتی جامعه مردسالار، عدم تشویق زنان توسط اعضای خانواده و کمبود سرمایه‌های اجتماعی، مهمترین موانع پیشروی زنان در توسعه کارآفرینی است. Roomi, M.A. & Parrott, G. (2008): ۲۰۰۸ 12

### ۳- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

در این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان از نقطه نظر مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور پرداخته شد. نتایج حاصل از اکثریت مقالات بر عوامل زیر اتفاق نظر دارند: حمایت خانواده (همسر، والدین، فرزندان)، داشتن برنامه ریزی و تنظیم ساعت کاری و هماهنگ کردن مسئولیت های کار و خانواده و از همه مهم تر ریسک پذیری را از عوامل مهم در روحیه کار آفرینی زنان میدانند که البته ریسک پذیری در افرادی که روحیه اجتماعی و مشارکتی در انجام کار های تیمی دارند بیشتر است. داشتن مهارت علمی و عملی را نیز از عوامل مؤثر در کار آفرینی زنان نام بردند و دیگر عوامل را میتوان به: ارائه خدمات به مشتریان، پایداری کسب و کار، اثر بخشی پایداری کسب و کار و همچنین دارا بودن تجربه کار آفرینی در یکی از اعضای خانواده اشاره کرد.

موانع پیش روی زنان کارآفرین که اغلب نظریه پرداز ها به آن اشاره کردند عبارتند از: عدم اعتماد بانک ها، کمبود سرمایه برای شروع کار، عدم دسترسی به منابع مالی، موانع قانونی و خانوادگی اشاره کرد. برخی دیگر نبود آموزش های مناسب و فقدان تجربه مدیریتی، کمبود زنان برای زنان خانه دار و عدم شرایط مناسب اوضاع اقتصادی کنونی را از موانع تاثیر گذار بر کار آفرینی زنان دانسته اند.

### منابع

۱. اسدی ابوخیلی، مریم (۱۳۹۰). شناسایی و تعیین نقش سرمایۀ اجتماعی بر موفقیت کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سه سازمان مردمنهاد: محک، رعدالغدیر، مهرآفرین). پایاننامۀ کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران.
۲. امینی نژاد، روجا؛ قلی پور، آرین؛ اسلامی بیدگلی، غلامرضا (۱۳۸۹) سرمایۀ اجتماعی کارآفرینان نوپا و تأمین مالی غیررسمی. توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره دهم، زمستان، صص ۴۹-۷۰.
۳. آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (۱۳۸۷). تحقیقی پیرامون ویژگیهای کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه اندازی کسب و کار. دانشور رفتار (۳۲) ۱۵ : ۳۷-۴۸.
۴. آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (۱۳۸۵). بررسی شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان کارآفرین ایرانی و تأثیر آن در راه اندازی کسب و کار. مطالعات زنان، (۳) ۴ : ۲۲-۵.
۵. آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (۱۳۸۷). استراتژیهای مدیریتی و رویکرد زنان کارآفرین ایرانی به موفقیت. فصلنامه مدرس علوم انسانی، (۱) ۱۲ : ۵۵-۷۷.



۶. جواهری، فاطمه؛ قضاوتی، سرور. (۱۳۸۳). بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران: موانع کارآفرینی زنان. مجله جامعه شناسی ایران، ۱۸، ۱۶۱-۱۷۸.
۷. ربیعی، علی؛ صادق‌زاده، حکیمه (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یازدهم، شماره ۴۱.
۸. رضوانی، محمدرضا؛ نجارزاده، محمد (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی شهرستان اصفهان). توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان، صص. ۱۶۱-۱۸۲.
۹. شریفی، امید و محسن عادل (۱۳۹۰). «تحلیل عاملی موانع موجود در زمینه کارآفرینی زنان کشاورز از دیدگاه زنان نمونه کشاورز منطقه جیرفت و کهنوج»، فصلنامه تحقیقات زنان، سال ۵، شماره ۱، تهران، (صص ۱۱۲-۱۲۵).
۱۰. صابر، فیروزه. (۱۳۸۵). راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران. تهران: انتشارات مطالعات زنان، چاپ سوم.
۱۱. علی میرزایی، عرفان و مریم طهماسبی (۱۳۸۹). موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی دهستان مینوبار آبادان)، اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (۲۷ و ۲۸ بهمن) شیراز.
۱۲. علی دوست، سمیه، لشگرآرا، فرهاد و فرجاله حسینی (۱۳۹۱). اولویت بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
۱۳. فیروزآبادی، سید احمد؛ نصرالهی وسطی، لیلا (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحی کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد، پژوهشهای روستایی، دوره ۵، شماره ۱، صص. (۲۵-۴۴).
۱۴. کاوسی، اسماعیل؛ کیاسی، حمیرا (۱۳۸۷). بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی. کتابماه علوم اجتماعی. شماره ۱۰، دیماه، صص. ۹۷، ۱۰۵.
۱۵. کریمی، زهرا. (۱۳۸۴). نقش فعالیتهای دولت در گسترش کارآفرینی در میان زنان، مطالعه موردی: تعاونیهای استان مازندران. مقاله ارائه شده در همایش زنان کارآفرین در بازرگانی کشور، مرکز پژوهشهای بازرگانی کشور، خرداد.
۱۶. کریمیان، محمد تقی؛ و امیر لطیفی؛ فریبا (۱۳۸۶). بررسی موانع و چالشهای کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی جویای کار خانم استان گلستان. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی: گذشته، حال، آینده. سمنان، اسفند.
۱۷. گلرد، پروانه (۱۳۸۷). بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی. فصلنامه پژوهشهای بازرگانی، ۴۶، ۱۷۹-۲۰۹.
۱۸. گلرد، پروانه. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان، ۳(۱): ۱۰۱-۱۲۳.
۱۹. گلرد، پروانه. (۱۳۸۶). ویژگیها، انگیزهها و اهداف ترغیب کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. فصلنامه پژوهشهای بازرگانی، ۴۴، ۲۹۵-۲۶۷.
۲۰. میرغفوری، حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ طاهری دمنه، محسن. (۱۳۸۸). تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: استان یزد). پژوهش نامه مدیریت تحول، ۱ (۲): ۴۷-۶۴.
۲۱. همتی وینه، هانا، عابدی سروستانی، احمد، عبداللّه‌زاده، غلامحسین و محمدرضا محبوبی (۱۳۹۱). اشتغال خانگی و موانع کسبوکار زنان: مطالعه‌های درباره زنان روستایی شهرستان کرمانشاه، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
۲۲. یدالهی فارسی، جهانگیر؛ رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال. پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۷۹، صص ۱۰۳-۱۱۵.



۲۳. یعقوبی فرانی، احمد و رضا موحدی (۱۳۹۱) «بررسی و تحلیل موانع و محدودیتهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۴۲، تهران، صص ۳۸-۵۰.

24. Arayesh, B. (2011). Examine some of the problem and obstacles women university graduates in the field of business. Australian journal of basic and applied sciences, 5(7): 692-695.
25. Chitsike. C (2000): Culture as a barrier to rural women's entrepreneurship :experience from Zimbabwe. Gender and Development8 (1): pp: 71-77.
26. Das, M. (2001). Women entrepreneurs from India: problems, Motivations and success factors. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 15(4): 63-84.
27. Fry. F (1993) Entrepreneurship: A planning Approach, Englewood Cliffs NJ: Prentice- Hall, P.P.151
28. Hisrich, R.D. & Peters, M,P (2002) "Entrepreneurship", Boston BurrRidge IL Dubuque, IA Madison, WI NewYourk Sanfransisco, St, Louis, Fifth Edition, Library of Congress Number.p.p.74-77.
29. Hongseok, O. (2000). The antecedents of social capital and its effects on entrepreneurial success, Ph.D dissertation, The Pennsylvania State University, USA.
30. Kavalainen .A. and Arenius. P (2006) Women's Entrepreneurship in Finland Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses, A Global Research Perspective (2006).
31. Kavalainen, A., & Arenius, P. (2006). Women's Entrepreneurship in Finland. In Growthoriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective (New Horizons in Entrepreneurship series), Candida G. Brush, Nancy M. Carter, Elizabeth J. Gatewood, Patricia G. Greene and Myra M. Hart (Eds.)
32. Kazumi, T. (2010). Women Entrepreneurs' External Financial Access and social Networks in Business start- ups, senshu university, school of commerce.
33. Kwon, S.W., Heflin, C. and Ruef, M. (2013). Community social capital and entrepreneurship American Sociological Review, Vol. 78 No. 6, pp. 980-1008.
34. Lee-Gosselin, H. & Grise, J. (1990). Are women owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey .Journal of business ethics, 9(5): 423-433.
35. Lerner, M & Brush, C 7 Hisrich, R (1997) "Israeli Women Entrepreneurs an Examination of Factors Affecting Performance, Journal of Business Venturing 12, P.P. 315-339.
36. Nasrolahi Vosta, L. and Jalilvand, M. R. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran, World Journal of Entrepreneurship Management and Sustainable Development, Vol. 10 No. 3, pp. 209-227.
37. Paul J, Ferri, David Deakins and Geoff whittam (2009). The measurement of social capital in the entrepreneurial context, Journal of Enterprising communities: people and places in the Global entrepreneurial context, Journal of Enterprising communities: people and places in the Global Economy, Vol. 3 No.2, pp.138- 151.
38. Poon, J.P.H., Thai, D.T. and Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: evidence from Vietnam, Applied Geography, Vol. 35 No. 1/2, pp. 308-315.
39. Roomi, M.A. & Parrott, G. (2008): Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan, The Journal of Entrepreneurship, No 17, pp:59-72.



دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران  
۱۱ اسفند ۱۳۹۵

دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران  
یازدهم اسفندماه ۱۳۹۵



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
دانشگاه شهید بهشتی تهران

40. Sappleton, N. (2009). Women non- traditional entrepreneurs and Social capital, International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 1 No. 3, pp.192- 218.
41. Sathibama, K. (2010): Rural Women Empowerment and Entrepreneurship Development. From:<http://ideas.repec.org/p/ess/wpaper/id2475.html>.