

نقش و جایگاه زنان در کار آفرینی و بهره‌وری

رنگین نگار کرم زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

سرشناسه	: کرم‌زاده، رنگین‌نگار، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: نقش و جایگاه زنان در کارآفرینی و بهره‌وری / رنگین‌نگار کرم‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران : انتشارات پادینا، ۱۳۹۶. چاپ قبلی انتشارات پریکا
مشخصات ظاهری	: ۱۱۲ ص: جدول.
شابک	: 978-600-8588-24-5
جمعیت بهره‌ست نویسی : فیبا	
موضوع	: زنان — ایران — اشتغال
موضوع	: زنان اهل کسب و کار
موضوع	: اشتغال، — جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: کارآفرینی — ایران
رده بندی کنگره	: ۶۵/۶۰۶۰HD / ۱۹۱۳۹۶ الف
رده بندی دیویی	: ۳۱۲.۲۵۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۷ ۹۵۳۱

نقش و جایگاه زنان در کارآفرینی و بهره‌وری

مولف: رنگین‌نگار کرم‌زاده

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۸۸-۲۴-۵

ناشر: انتشارات پادینا

قطع: رقعی چاپ اول ناشر دوم کتاب

شمارگان ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۱۰۰۰ تومان

تلفن: ۷۷۴۲۱۷۵۷ (۰۲۱) همراه: ۰۹۰۲۵۰۸۸۳۸۱

padina.pub@gmail.com www.padinapub.com

پیش‌گفتار

در جامعه امروز ایران زنان نشان داده‌اند که توانایی‌ها و قابلیت‌های بالقوه فراوانی دارند و تحت شرایط مناسب می‌توانند مشارکت موثری در توسعه اقتصادی اجتماعی فرهنگی کشور باشند از آنجایی که در دهه‌های اخیر زنان دسترسی بهتری به دانش و اطلاعات فنی در عرصه‌های اقتصادی داشته‌اند مشارکت داوطلبانه و آگاهی‌های آنها در این زمینه‌ها افزایش یافته است از این رو افزایش و بهبود مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی از عمده‌ترین اهداف بسیاری از سازمان‌های دولتی از جمله دفتر مشارکت شور زنان وزارت جهاد کشاورزی در قالب ارایه طرح‌هایی چون طرح صندوق اعتبارات خرد، سرش تمامی‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی را می‌توان نام برد بر اساس گزارش‌های بانک جهانی تجارب سازمان‌های دست اندر کار در زمینه بهبود جایگاه اقتصادی اجتماعی زنان، و نیز، در مناطق روستایی حاکی از آن است که مشارکت زنان در زمینه‌های اقتصادی به نیل نیاز توانمند سازی و مشارکت همه جانبه آنها در برنامه‌های توسعه است کار آفرینی و نقش زنان در بهره‌وری اشتغال با تجمع فکری و سرمایه‌ای اعضا به حل خلافا نه‌ای مدیر و ریسک پذیری به تهدیدها، تنگناهای محیطی را تبدیل به فرصت کرده و در سراسر ساخت فرصت-های جدیدی را کشف و از آنها بهره‌برداری می‌کنند که نهایتاً منجر به رفع تنگناهای جامعه می‌شود بی‌تردید گسترش نقش زنان در راستای کار آفرینی می-تواند گره گشای بسیاری از مشکلات موجود در بخش اشتغال کشور باشد و راه توسعه همه جانبه ملی را فراهم آورد لذا ترویج و اشاعه مفاهیم و راه کارهای علمی و عملی کارآفرینی از طریق تعاونی‌ها نظیر اطلاع رسانی آموزش فراهم کردن تسهیلات مالی و قانونی برای دانش‌آموختگان و ... از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار

است تجربیات کشور ما نیز بیانگر این واقعیت است که با تکیه بر زیر ساخت‌های کار آفرینی و ارایه تعریفی نو از مقوله کار و اشتغال و گذار از مراحل کارجویی و کاریابی به کار آفرینی و نیز اشاعه آن از طریق آموزش می‌توان شاهد تحولات ساختاری در زمینه اشتغال بود این امر مستلزم آشنایی و آگاه سازی و آموزش اعضای تعاونی‌ها حداقل در موارد زیر است:

- ۱- آشنایی با اصول نوآوری و کارآفرینی:
- ۲- شناسایی فرصت‌های شغلی متناسب با سطح سواد سطح سرمایه و شرایط منطقه:
- ۳- آشنایی با اهمیت تامین سرمایه‌های جمعی و گروهی:
- ۴- ارایه نظر در رابطه با مدل‌های درآمدزا در منطقه:
- ۵- روش‌های تامین و جذب نیروی انسانی خلاق فعال و مسول:
- ۵-افزایش کیفیت محصولات تولیدی و تبلیغ محصولات و.....

فهرست مطالب

عنوان.....	صفحه.....
مقدمه.....	۱۱.....
کارآفرینی چیست؟.....	۱۲.....
کارآفرینی زنان.....	۱۳.....
وضعیت زنان کارآفرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا.....	۱۶.....
موانع کارآفرینی زنان در خاورمیانه و شمال آفریقا.....	۲۰.....
وضعیت اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران.....	۲۲.....
موانع اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران.....	۲۳.....
عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی زنان.....	۲۴.....
ریشه محدودیت‌ها و موانع برای پیش روی کارآفرینی زنان.....	۲۸.....
چالش‌های فراوری زنان کارآفرین در آینده.....	۲۹.....
ضرورت توسعه کارآفرینی زنان در شرایط کنونی.....	۳۰.....
عوامل موفقیت کارآفرینی زنان.....	۳۲.....
تاثیر واقعه مهم در کارآفرین شدن زنان.....	۳۵.....
تضاد نقش زنان کارآفرین و تعادل برقرار کردن بین کار و زندگی شخصی.....	۳۶.....
موانع و مشکلات خانوادگی زنان در کارآفرینی.....	۳۷.....
نتایج تحقیقات در ایران.....	۳۹.....
پیشنهادات :.....	۳۹.....
عدالت جنسیتی گامی در جهت تسریع روند کلی توسعه.....	۴۲.....
جهانی شدن و کار زنان.....	۴۲.....
کار کمتر در اداره ، کار بیشتر در خانه.....	۴۳.....
انگشتان چابک زنان.....	۴۴.....
تحقیق انجام شده روی زنان و دختران کارآفرین دانشگاهی ایران.....	۴۶.....
وضعیت زنان و دختران کارآفرین دانشگاهی ایران.....	۴۶.....
ایده‌های کارآفرینانه در کسب و کار زنان.....	۴۷.....
پیشنهاداتی جهت توسعه کارآفرینی زنان.....	۵۰.....
قدرتمندترین و پردرآمدترین زنان جهان را بشناسیم (به نقل از دنیای اقتصاد).....	۵۰.....

۵۱	معرفی چند تن از خانم‌های کارآفرین
۵۸	نتیجه‌گیری
۶۰	نقش کارآفرینی و اشتغال زایی (بویژه جوانان)
۶۱	مطالعه درخصوص ویژگی‌ها و انگیزه‌های کارآفرینان زن
۶۷	زنان در بخش غیر رسمی: ایجاد شبکه‌ای آسیایی برای بهبود بهره‌وری
۶۷	مقدمه
۶۹	بخش غیر رسمی
۶۹	خصوصیات و شاخص‌ها
۷۰	اهمیت بخش غیر رسمی
۷۱	نقش زنان در بخش غیر رسمی
۷۲	موانع مشکلات بهره‌وری
۷۴	مسائل مطلقه و ماحله توسعه اقتصادی
۷۶	شناوری اقتصادی، نگرش و سیاست‌ها
۷۸	نگرش و ویژگی‌های زنان
۷۹	خصوصیات منفی ذاتی در زنان
۷۹	عوامل بیرونی
۸۰	پیشنهاد برای طرح یک شبکه آسیایی
۸۱	نیاز برای یک سازمان غیردولتی (NGO)
۸۳	اعضا و وظایف
۸۴	حمایت مالی
۸۴	محتوای فعالیت‌ها
۸۶	اقدامات احتیاطی
۸۷	زمان‌بندی و اولویت
۸۷	نتایج
۸۸	نقش زنان در توسعه اقتصادی — اجتماعی
۸۸	جایگاه و پایگاه زن در توسعه
۸۸	لایه بندی سنی و جنسی
۸۹	دیدگاه‌هایی در خصوص نقش زنان در جوامع
۹۰	بررسی موانع حضور زنان در توسعه جوامع انسانی

۹۳.....	عدم تخصص و سواد.....
۹۴.....	نتیجه گیری.....
۹۷.....	رویکردهای موجود در مورد نقش زنان در توسعه.....
۹۷.....	مقدمه.....
۹۸.....	رویکردها.....
۹۸.....	رویکرد مذهبی (توسعه انسانی).....
۹۹.....	رویکرد جنسیتی.....
۱۰۰.....	رویکرد عدالت جنسیتی.....
۱۰۱.....	تبدیل رویکرد زنان به توسعه به رویکرد جنسیت و توسعه.....
۱۰۲.....	نتیجه گیری.....
۱۰۹.....	منابع و مأخذ فارسی.....
۱۱۱.....	منابع و مأخذ لاتین.....

مقدمه

عصر حاضر عصر کارآفرینی است. امروز کارآفرینی، به عنوان عاملی موثر در شکوفایی ملی و رشد اقتصادی مورد توجه مسئولین و دولتمردان است شرط پیشرفت در جهان کنونی استفاده از همه امکانات و ظرفیت های موجود است. زنان نیمی از جمعیت جامعه محسوب می شوند که استفاده از توان و امکانات این قشر کمک عمده ای به رشد و توسعه همه جانبه کشور می کند. زنان مشابه مردان باید به عنوان کارآفرین، در جامعه زمینه ساز شکوفایی ملی باشند، یکی از جنبه های حضور زنان جهت رشد و تعالی جامعه بخش اقتصادی و اشتغال می باشد. به منظور استفاده بهینه از توانایی های زنان و دستیابی به توسعه اقتصادی، باید نقش کارآفرینی زنان را در توسعه همه جانبه به ویژه توسعه اقتصادی تقویت کرد.

هرچند افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران می باشد، اما طبق نتایج تحقیقات تعداد زنان شاغل کارآفرین، در جامعه ایران بسیار کم است. تحولات جدید جهانی و تغییر رویکردها نگرش های حاصل از آن باعث شد تا دنیا از حالت در انحصار محض مردان به دایمی تبدیل شود که در آن زنان جایگاه مطلوب و واقعی خود را پیدا کنند. و رفته رفته به این حقیقت نایل آید. که از یکی دیگر از عناصر تاثیرگذار و با ارزش خود در صحنه مداخلات جهانی یعنی نیروی خلاق، مستعد، پرازش و انگیزشی بانوان بهره جوید.

باتوجه به اینکه جامعه برای رسیدن به توسعه اقتصادی نیازمند بهره گیری از پدیده کارآفرینی است. برای داشتن جامعه کارآفرین وجود شرایط فرهنگی و اجتماعی مساعد ضروری است. مطالعه موانع کارآفرینی زنان در شناسایی موانع موجود، رفع آنها و هموار سازی زمینه کارآفرینی زنان موثر است.

"هدف این مقاله بررسی وضعیت کنونی کارآفرینی زنان، موانع کارآفرینی آن‌ها، ایده‌ها و راهکارها می‌باشند.

کارآفرینی چیست ؟

کارآفرینی: واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *entreprendre* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. بنا بر تعریف واژه نامه دانشگاهی و بستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. راکو، کارآفرینی را یک نوع کنش انسانی می‌داند که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی تجلی می‌یابد. شومپیتر به عنوان کسی که نخستین بار کارآفرینی را به صورت علمی در نظریات خود بیان نموده، کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم زننده اختصاصاً به کار برده و از آن به عنوان (تخریب خلاقیت) یاد می‌کند. ژوزف شومپیتر، کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی می‌داند و می‌گوید: نقش کارآفرین نوآوری است. از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت‌های کارآفرینان است.

کارآفرینان کسانی هستند که با تولید یک فکر و ایده نو و پرورش آن نهایتاً محصول و کالاهای جدید، فرایندهای جدید، بازارهای جدید یا منابع جدید را معرفی می‌کنند.

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند.

ویژگی‌ها	گرایش و رفتار
تعهد و عزم راسخ	سرسخت و محکم بودن، توانایی به سرعت متعهد و غیر متعهد شدن، انضباط، اصرار بر حل مسئله آماده برای از دست دادن منافع، غرق شدن کامل در کار
قدرت رهبری	خودآغازگر، دارای معیارهای بالا (اما) کمال گرا، تشکیل دهنده گروه و قهرمان ساز، مشوق دیگران رفتار مساوات طلبانه با دیگران، تقسیم ثروت میان افرادی که در ایجاد آن سهم بوده اند نه رسیدن از تنهایی، شکیب، متعلم و معلمی فراگیر
فرصت طلب بودن	شناخت دقیق ازهای مصرف کننده، برانگیخته به سوی بازار، تمایل به ایجاد ارزش و افزایش آن
تحمل خطر ابهام و عدم قطعیّت	اتحادیه با حریف شده، به حداقل رساندن خطر و سهم شدن در خطر، از عهده تعارض و تناقض برآمدن، تحمل فقدان ساختار، فشار و تضاد، توانایی حل مشکلات و ترکیب راه حل‌ها
خلاقیت و اعتمادیه نفس	غیر متعارف، دارای ذهنی باز، توانایی از چشم موجود، توانا در انطباق و تغییر، ارائه راه حل‌های خلاقانه برای حل مشکلات وجود، سرمه‌گر، اختراع نه رسیدن از شکست، قدرت مفهوم سازی
	سوی گیری معطوف به هدف و نتیجه، اهدا برتر اما واقعی، اشتیاق به موفقیت و رشد نیاز اندک به مقام و ثروت، شوخ طبعی، آگاه از ضعف‌ها و توانایی‌ها

جدول شماره ۱: ویژگی‌ها و خصوصیات رفتاری فرد کارآفرین

کارآفرینی زنان

کارآفرینی زنان نام عملی است که زنان مستقلا و به تنهایی اقدام به کارآفرینی می‌کنند. پروفسور لاوی دینا (۱۹۹۵)، زنان کارآفرین را این چنین تعریف می‌کند: شخصی که به تنهایی، یا مشارکت، یا از طریق ارث کسب و کاری را ایجاد کرده و یا پذیرفته و یا قبول مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی، در اداره امور روزانه شرکت می‌جوید.

شخصی که خطرات مالی را به‌منظور ورود به کسب و کاری می‌پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد و تولیدات جدیدی را گسترش می‌دهد تا دز بازار خرید و فروش بر رقبا غلبه یابد.

در جامعه امروز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سال‌های اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به‌اندازه کارهای دائمی روند رو به‌رشدی را طی کرده است. مثلاً در آمریکا از سال ۱۹۹۰ تا سال ۱۹۹۸، کارهایی که توسط زنان اداره می‌شود افزایش چشمگیری داشته است. ۹/۱ میلیون کار ادا شده توسط زنان در آمریکا ۲۷/۵ میلیون نفر را بکارگرفته است، ۳/۶ تریلیون دلار در اقتصاد آمریکا مشارکت دارد. با این وجود زنان با موانع خاصی در کسب و کار مواجه می‌شوند که بتدریج باید بر آن‌ها غلبه کرد.

بین ویژگی‌های رفتاری زنان کارآفرین در مقایسه با مردان کارآفرین تفاوت‌هایی وجود دارد، نتایج تحقیقات خانگی و بیپیر در مقایسه زنان و مردان کارآفرین را نشان می‌دهد:

۱- زنان کارآفرین نسبت به مردان کارآفرین اعتقاد به نفس کمتری دارند.
۲- زنان کارآفرین برعکس اکثر مردان به‌مرده به‌پس‌م وسیله‌ای برای رسیدن به‌هدف نگاه نمی‌کنند.

۳- زنان کارآفرین کمتر از مردان آینده‌نگر هستند.

۴- زنان کارآفرین کمتر از مردان خطرپذیر هستند.

گسترش کارآفرینی زنان

در سال‌های اخیر، زنان که بیش از نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، گرایش بیشتری به تحصیلات پیدا کرده‌اند و نرخ ورود زنان و دختران به دانشگاه‌ها،

سال به سال در حال افزایش است. یکی از راهکارهای مهم در جهت اشتغال زنان، توسعه کارآفرینی در میان آنان می باشد.

ایجاد تفکر کارآفرینی و ورود به کسب و کار در میان بانوان کشور، خصوصاً دانش آموختگان دانشگاهی با توجه به دانش و مهارتی که در رشته تخصصی دانشگاهی خود فرا گرفته و امکان ایجاد کسب و کار به صورت فردی و یا گروهی در رشته خود را دارند. باعث می شود که آن ها با بهره گیری از استعدادهای بالقوه خود، افرادی خلاق، نوآور، کارآفرین شوند و خود را باور نمایند که این خود باوری نه تنها منجر به تسلا و موفقیت آن ها در زندگی شخصیشان می شود، بلکه بسیاری از نابهنجاری های فکر و رانی که امروز با آن دست به گریبان هستند را کاهش داده و آنان را به جایگاه واقعی خود می رساند.

کارآفرینی به نوبه خود فرایند ایجاد می است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... در آن تاثیر می باشد و شاید همچنین پیچیدگی و ناهموازی توجیه کننده میزان قابل توجه عدم موفقیت بانوان در کارآفرینی و اساساً عدم ورود ایشان به فعالیت های کارآفرینانه باشد. از این روشناسایی عوامل موثر در فرایند راه اندازی یک فعالیت کارآفرینانه، از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

وضعیت کارآفرینی زنان در جهان براساس آخرین آمار مرکز جهانی کارآفرینی (gem)

از بین ۲/۴ میلیارد نیروی کار در جهان ۵۰٪، بیشتر از زنان درگیر امر کارآفرینی هستند (۹/۱۳٪) از مردان در مقایسه با ۹/۸٪ زنان (این نسبت در کارآفرینی مبتنی بر فرصت بیشتر برای مردان است. (۹/۳٪ در مردان و ۴/۹٪ در زنان) و در

کارآفرینی مبتنی بر ضرورت تقریباً این نسبت برابر است. (۴/۲٪ در مردان و ۴/۸٪ در زنان) به‌هرحال عموماً، مردان دو برابر زنان درگیر فعالیت کارآفرینی می‌باشند. اما این موضوع در هر کشور یا کشور دیگر تفاوت دارد. چنانچه در کشورهای درحال توسعه حضور زن و مرد در کارآفرینی برابر است مانند: تایلند، چین، افریقای جنوبی و مکزیک، اما در کشورهای اروپایی و کشورهای توسعه یافته این نسبت ۳ به ۱ است. (داند کرواسی، سنگاپور، اسرائیل و ژاپن) از میان ۳۷ کشور در بررسی‌های (gem)، کارآفرینی زنان در ژاپن از ۰/۶٪ (۶٪ از ۱۰۰۰) به ۱۸/۵٪ (۱۸۵٪ از ۱۰۰۰) در تایلند متغیر است. با وجود آنکه زنان کارآفرین در جهان افزایش می‌یابد، اما سهم زنان در کارآفرینی، گامی که با نرخ مشارکت آن‌ها مقایسه می‌شود، پایین است به‌عنوان مثال؛ نسبت زنان کارآفرین تقریباً ۳۰٪ تعداد کارآفرینان در دنیای غرب را تشکیل می‌دهند (زیمبی، ۱۹۹۲) اما به‌هر صورت کارآفرینی زنان در همه جای جهان در حال گسترش است. مطالعات نشان داده است.

کسب و کارهایی مهم‌الکشان زنان هستند بین یک چهارم تا یک سوم کسب و کارهای، اقتصاد رسمی را در جهان تشکیل می‌دهند و احتمالاً نقش مهمی در بخش‌های رسمی اقتصاد، ایفا می‌کنند.

وضعیت زنان کارآفرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا

چرا کارآفرینی زنان برای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) مهم است؟ طی یک دهه، آینده نیروی کار در این منطقه ۴۰٪ افزایش پیدا می‌کند. و صرفاً برای ایجاد شغل برای این موج جدید به ۴۷ میلیون شغل نیاز است.

دولت‌ها در این منطقه برای غلبه بر رکود اقتصادی سعی می‌کنند محور اقتصاد را به‌سوی دانش و مهارت پیش ببرند و کمتر از منابع طبیعی استفاده کنند، حرکت

بعدی به‌سوی ارتقاء جایگاه در بخش خصوصی و کاستن از تصدی گری دولت است.

این میان کارآفرینی هم به‌افزایش فرصت‌های شغلی و رشد بخش خصوصی و هم رونق اقتصادی منجر می‌شود. کارشناسان معتقدند در آینده تنها عامل تفاوت بین اقتصادهای منطقه، میزان کارآفرینی در آن‌هاست. آن دسته از کشورها که زمینه کارآفرینی را فراهم کنند شاهد رشد مناسب و پایدار اقتصادی خواهند بود و آن دسته که چنین نمی‌کنند همچنان از رکود اقتصادی و اجتماعی رنج خواهند برد. در منطقه خاور میانه و شمال آفریقا، کارآفرینی زنان منبعی عظیم ولی پنهان برای رشد و رونق اقتصادی است. در این منطقه زنان از حق ارث بردن دارایی‌ها، مدیریت منابع مالی و انجام مبادلات تجاری محروم‌ترند. البته هنوز موانع بزرگی در کارآفرینی زنان وجود دارد که بخش مهم آن دولت‌ها و بخش دیگر به‌خود این افراد مربوط می‌شود. در سرتاسر جهان زنان مالکیت یک چهارم تا یک سوم شرکت‌های ثبت شده تجاری را در اختیار دارند. شرکت‌های تحت مدیریت یا مالکیت زنان عموماً کوچک هستند. اما در بین آن‌ها شرکت‌هایی با میلیاردها دلار گردش مالی و هزاران کارمند نیز مشاهده می‌شود. برای مثال در ایالات متحده تعداد کارکنان در شرکت‌های تحت مالکیت زنان از کل کارکنان ۵۰ شرکت برترین کشور بیشتر است و سالانه ۳/۶ میلیارد دلار درآمد دارند. این شرکت‌ها رشد بسیار سریعی دارند یعنی طی ۵ سال گذشته رشد آن‌ها دو برابر متوسط رشد تمام شرکت‌های آمریکا بوده است.

همچنین درآمد و تعداد کارکنان آن‌ها نیز به‌ترتیب ۴۰ و ۳۰٪ رشد کرده است. در چین نیز میزان مالکیت زنان روستایی برکسب و کارهای خصوصی طی دو دهه

گذشته از صفر به یک چهارم تا یک سوم کل در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا اهمیت ویژه کارآفرینی زنان این است که از این طریق نرخ بیکاری زنان بسیار سریع‌تر کاهش پیدا می‌کند. تا از طریق کارآفرینی مردان، در ایالات متحده ۵۲ درصد کارکنان شرکت‌های تحت مالکیت زنان (زن) و ۴۸٪ مرد هستند. در حالی که در شرکت‌های تحت مالکیت مردان ۳۸٪ کارکنان زنان و ۶۲٪ مرد هستند.

در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا میزان بیکاری زنان ۲۰٪ بیشتر از مردان است. به همین دلیل کارآفرینی زنان بطور مستقیم و هم غیر مستقیم به کاهش نرخ بیکاری زنان کمک خواهد بود. در این مقاله کارآفرین کسی تعریف می‌شود که از طریق کار به جای نهادهای مشکلات مالی خود اقدام نمی‌کند به همین دلیل زنانی که ثروت یا شرکتی را به ارث برده‌اند یا در مناصب بالای تصمیم‌گیری در شرکت‌ها فعالیت می‌کنند کارآفرین محسوب نمی‌شوند و البته تعداد اینگونه زنان به سرعت در حال افزایش است. زیرا از سال ۱۹۹۱، نرخ بیکاری زنان در کشورهای توسعه‌یافته به سرعت افزایش یافته است. زیرا از سال ۱۹۹۱، نرخ بیکاری زنان در کشورهای توسعه‌یافته به سرعت افزایش یافته است.

یکی از مهم‌ترین پرسش‌های مطرح در زمینه کارآفرینی زنان این است که چه تعداد زن کارآفرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا وجود دارد. در این باره آمار دقیق و تفکیک شده‌ای وجود ندارد زیرا تحقیقات کمتری در این باره انجام شده است. با این حال می‌توان به تفکیک کشور، اطلاعاتی را در این زمینه ارائه کرد در بحرین در سال ۱۳۲، ۱۹۹۱ زن کارآفرین که ۱/۵٪ جمعیت زنان مشغول به کار در این کشور را تشکیل می‌دادند، ثبت شدند. در سال ۲۰۰۱ تعداد آن‌ها به ۸۱۵ نفر رسید که ۳/۱٪ جمعیت زنان مشغول به کار بودند. در سال ۲۰۰۵ تعداد آن‌ها ۵ برابر شد. در مصر ۶٪ زنان خوداشتغال یا کارآفرین هستند در حالی که ۳۱٪ مردان چنین ویژگی دارند. سال گذشته ۴۰ هزار زن کارآفرین در مصر مشغول فعالیت بودند. در حال

حاضر نرخ بیکاری در جمعیت زنان در آن سال ۱۳/۳ زنان در مشاغل مدیریتی بودند. زنان در اتحادیه‌های تجاری مشاغل جایگاه‌های بالایی داشتند. در آن سال ۹/۵٪ زنان خود اشتغال بودند. این میزان برای مردان ۳۲٪ بود. زنان اردن هم ۳/۸٪ کارآفرین‌ها در این کشور تشکیل می‌دهند.

در لبنان در سال ۲۰۰۰، ۱۹/۷٪ نیروی کارزن حقوق بگیر نبودند. محاسبات مربوط به میزان اشتغال زنان نشان می‌دهد حدود ۲۸ هزار زن لبنانی که ۱۱٪ زنان در سن کار را در این کشور تشکیل می‌دهند به نوعی خود اشتغال بوده اند. نرخ رشد کارآفرینی در لبنان طی ۱۰ سال منتهی به سال ۲۰۰۵، هر سال ۲/۵٪ رشد کرده است. در لبنان جنگ و بی‌قرار سیاسی مشکلات بزرگی را برای اقتصاد بوجود آورده و زنان جزو قربانیان اصلی این بحران بوده اند. در مراکش در سال ۲۰۰۰، ۳۰۰ زن در مشاغل مدیریت عالی مشغول فعالیت بودند. اکثر این افراد کارآفرین بودند. همچنین بیش از ۴۵ هزار زن با استفاده از اعزهای کوچک به کسب و کار پرداخته و از لحاظ اقتصادی مستقل شدند در حال حاضر ۱۲/۹٪ زنان در نیروی کار مراکش اشتغال به کار ندارند. دولت برای حل این مشکل برنامه‌هایی شامل افزایش دسترسی زنان به آموزش، تشکیل دوره‌های آموزش، مهارت‌ها، و توسعه اعطای اعتبار به آن‌ها تدوین کرده که بتدریج زمینه اشتغال را برای زنان فراهم می‌کند. در عربستان سعودی ۴۵ هزار کسب و کار به مالکیت زنان ثبت شده است. این کسب و کارها در زمینه‌های عمده فروشی، خرده فروشی و خدمات هستند و عموماً کوچک بوده و در آن‌ها از تکنولوژی پیشرفته استفاده نمی‌شود. در شهر ریاض ۴۸۰۰ کسب و کار توسط زنان اداره می‌شود و اکنون ۳۲٪ زنان کارآفرین عضو اتاق بازرگانی و صنعت ریاض هستند. زنان عربستانی به سرمایه گذاری نیز مشغول

هستند. سال ۲۰۰۴، اداره سرمایه‌گذاری عمومی عربستان مجوز ۲۷ مورد سرمایه‌گذاری را توسط زنان سرمایه‌گذار صادر کرد. این تعداد ۲/۷٪ کل مجوزهای صادر شده براساس سرمایه‌گذاری در آن سالن بود. سال ۲۰۰۵ زنان در کل ۱/۷ میلیون دلار در پروژه‌های صنعتی و ۵/۲ میلیون دلار در پروژه‌های خدماتی سرمایه‌گذاری کردند.

سوریه در دهه ۱۹۹۰ تنها ۶٪ زنان مشغول به کار و کارآفرین داشت. در سال ۲۰۰۱ بیش از ۲۴٪ زنان سوریه در سن کار فاقد شغل بودند. روند اشتغال و کارآفرینی زنان سوریه رو به رشد بوده اما به سبب دسترسی غیرکافی به آموزش عالی و مجموعه‌ای از عوامل دیگر، این رشد کند است. همچنین سال ۲۰۰۴ هفت هزار زن کارآفرین در تهران مشغول فعالیت بودند. این عده ۶/۰٪ زنان در سن کار در این کشور هستند. در امارات در سال ۲۰۰۳ تعداد زنان کارآفرین دویی ۴۵۰۰۰ نفر پنج برابر یک دهه پیش از آن بود. با ادامه پیشرفت اقتصادی دویی و تبدیل شدن آن به یکی از مراکز تجاری و صادرات منطقه خاورمیانه، روند کارآفرینی زنان و مردان در آن کشور بسیار سریع رشد کرده است. کل سرمایه‌گذاری در شرکت‌های تحت مالکیت زنان در امارات حدود ۸/۳ میلیارد دلار است.

۵۵٪ از زنان کارآفرین دویی اتباع امارات و بقیه خارجی هستند. ۴۵٪ بقیه را هندی‌ها، لبنانی‌ها، مصری‌ها، مراکشی‌ها، و اتیوپیایی‌ها تشکیل می‌دهند.

موانع کارآفرینی زنان در خاورمیانه و شمال آفریقا

تمام کارآفرینان بویژه زنان در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا با موانع مالی، قانونی، اجتماعی و ساختاری برای حرکت به سوی کارآفرینی روبرو هستند. در این

منطقه بازارهای مالی و نیز نظام‌های وام دهی بانک‌ها جا افتاده و پیشرفته نیستند به همین دلیل فرصت‌های محدودی برای کارآفرین‌ها به خصوص زنان برای دستیابی به این منابع برای آغاز به کار یا توسعه فعالیت‌های خود 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 صرف شود. فقدان شفافیت مدیریت در تمام زمینه‌های مالی و عملکردی باعث بی‌استاندارد بودن اکثر فعالیت‌های تجاری شرکت‌ها شده است. از سوی دیگر ثبت شرکت و دریافت مجوز فعالیت برای کارآفرین‌ها بسیار پرهزینه و وقت گیر است. فساد سیستمی در زیر ساخت‌های نامناسب نیز موانع دیگر فعالیت مناسب کارآفرین‌ها محسوب می‌شود.

در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا تعداد بسیاری کار تحصیل کرده کافی نیست و عدم سازگاری بین دروس دانشگاهی و نیازهای بازار کار شرکت‌ها را با کمبود نیروی انسانی متبحر روبرو کرده است. نبود الگو، نفوذ اندک در دستگاه‌های تصمیم گیر، جو اجتماعی نامناسب، دسترسی نابرابر سبب به مردان به دولت و تبعیض از سوی دیگر کارآفرینی زنان در این منطقه محسوب می‌شود. دولت‌های این منطقه برای حل این مشکلات برنامه‌های را در تمام زمینه‌ها تدوین کرده اند اما روند کند اجرای برنامه‌ریزی بدون تحقیقات میدانی و دقیق، بوروکراسی و فقدان اراده سیاسی از جمله عوامل تداوم وضعیت نامناسب زنان کارآفرین در این منطقه هستند. طی یک دهه گذشته به طور متوسط دولت‌ها در منطقه MENA، ۵/۳٪ تولید ناخالص داخلی خود را صرف آموزش کرده اند. که

بالاترین سهم در جهان است اما برنامه‌ریزی‌های آموزشی فراگیر نبوده و در آن نیازهای اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. کارشناسان معتقدند، برای حل موثر مشکل و مساعد کردن همه جانبه، زمینه برای کارآفرینی زنان که برای رشد و رونق اقتصادی ضروری است، برنامه‌ریزی‌ها باید طبق اصول کارشناسی صورت گیرد و اراده سیاسی برای اجرای آن وجود داشته باشد. برای مثال کاربردی کردن روی مدارس و دانشگاه‌ها، آموزش مهارت‌های تجاری به زنان و تسهیل حرکت در مسیر کارآفرینی برای تحقیق این اهداف ضروریست.

وضعیت اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران

علیرغم اینکه از هزاره جدید جهان با یک پدیده اجتماعی و اقتصادی (یعنی مشارکت فراگیر اقتصادمندان زنان در مشاغل خارج از منزل) روبرو شد ولی به لحاظ وجود برخی از مشکلات ساختاری وضعیت اشتغال زنان در ایران چندان مطلوب به نظر نمی‌آید. مع الاسف همواره فرصت‌های شغلی کمتری به این قشر اختصاص داده شده است و آنان غالباً در بخش‌های غیررسمی یا اندک دستمزد مشغول بکار می‌گردند. زنان بیش از ۴۹٪ جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و بیش از ۱۱٪ آن‌ها از نظر اقتصادی فعال می‌باشند. امروزه در جامعه ایرانی بیشترین شاغلین زن در گروه حقوق‌بگیران قرار دارند ۶۰٪ و حدود ۲۶/۱٪ از جمعیت زنان فعال مناطق شهری بیکارند و نرخ بیکاری زنان تحصیل کرده و خصوصاً در سال‌های اخیر رو به تردید است. همچنین نرخ کارآفرینی در زنان کمتر از مردان است. میهن اسلامی ما ایران، دارای جمعیتی جوان است که جوانی جمعیت سرمایه‌ای ارزنده در اختیار برنامه ریزان کشور قرار داده است. از سوی دیگر تمایل زنان و دختران

به تحصیلات دانشگاهی در سال‌های اخیر افزایش یافته و بیش از ۶۵٪ دانشگاه‌ها را دختران به‌خود اختصاص داده‌اند.

توسعه کارآفرینی در شرایط امروز به‌عنوان یکی از بهترین راه‌های ایجاد اشتغال است. وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی، از خود اشتغالی حمایت می‌کنند. این حمایت‌ها به‌صورت عمده می‌است. و زنان نیز همچون مردان در حد امکان از آن بهره‌مند می‌شوند. از این حمایت‌ها می‌توان به طرح خود اشتغالی وزارت کار و امور اجتماعی، کمک‌های مالی بانک کشاورزی و حمایت‌ها و کمک‌های وزارت تعاون اشاره کرد. بانک کشاورزی و وزارت تعاون از تعاونی‌های با ۷۰٪ عضو حمایت می‌کند. نهادهای غیردولتی نیز، که درحول چهار محور عمده فرهنگی اجتماعی صنفی تخصصی، خیریه‌ای و سیاسی فعالیت می‌کنند، در زمینه گسترش فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی زنان بویژه کارآفرینی آنان در حد توان خود نقش ایفا می‌کنند.

موانع اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران

از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی، اقتصادی به‌نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه روبرو شده است. وضعیت مطلوبی نیست. به‌دلیل شرایط ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست. به‌دلیل شرایط ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست. به‌دلیل شرایط ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست. به‌دلیل شرایط ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست.

در واقع می‌توان گفت: طبق آمار ۱۳۸۶، تنها ۱۲/۱٪ زنان ده ساله و بیشتر کشور از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۴۵/۸٪) و حدود (۱۶/۷٪) در بخش صنعت در گروه صنعت (ساخت)، اشتغال دارند. حدود ۷۱٪ شاغلان بخش خدمات در گروه‌های آموزشی، بهداشت و مددکاری مشارکت دارند.