

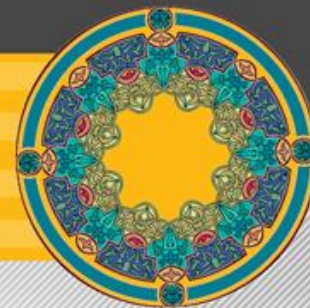
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



تحلیل کارآفرینی زنان در ایران:

سیاست های پیشنهادی

ویژگی های اصلی کار آفرینی زنان کار آفرین



۱- تخیل:

این به رویکرد تخیلی یا ایده های اصلی با بازار رقابتی اشاره دارد.

۲- ویژگی کار سخت

زنان کارآفرین توانایی بیشتری برای کار سخت دارند.

۳- پایداری

مصمم در تحقق رویاها

پافشاری در شرایط نامطلوب

مصر در دریافت تسهیلات و وام

۴- توانایی و تمایل به ریسک

میل به تمایل به ریسک و توانایی مهارت در برنامه ریزی

انجام پیش بینی، برآورد و محاسبات سود پاداش ریسک

سنجش شانس بقا و شکست در شرایط برابر

عوامل موثر بر کارآفرینی زنان



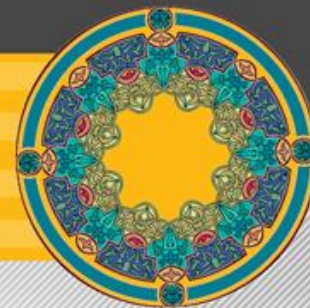
۱- فرهنگ و سنت های خانواده :

فرهنگ و سنت های خانواده بر کارآفرینی تأثیر می گذارد. زن کارآفرین در صورتی کارآفرین باقی می ماند که سنت خانوادگی اش چنین باشد یا اگر متعلق به یک کارآفرین پیشگام باشد.

۲- عوامل جغرافیایی و عوامل اجتماعی

ایالت و منطقه ای که در آن قرار دارد و همچنین متعلقات جامعه نیز بر کارآفرینی تأثیر می گذارد.

عوامل انگیزشی تاثیرگذار بر زن کارآفرین



۱- شناخت:

۲- تاثیر

۳- داخلی

۴- سود

در ۲۰ سال گذشته، جهانی شدن و توسعه اقتصادی فرصت بسیار خوبی برای کسب و کار زنان فراهم کرده است. از سال ۲۰۰۰ تاکنون، سهم زنان کارآفرین در جامعه به طور گسترده رشد پیدا کرده است و عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان، توجه کارآفرینان را در زمینه‌های دانشگاهی به خود جلب کرده است (GEM, 2002). لایوی^۱ (۱۹۹۵) زنان کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: «زن کارآفرین کسی است که به تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه‌ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته است و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، اداری، ریسک مالی، فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کرده است تا در بازار خرید و فروش بر رقیبان چیره شود» (گلرد، ۱۳۸۷).

در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، زنان امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه محسوب می‌شوند. عملکرد موفقیت‌آمیز زنان در جوامع نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند (Seymour, 2003). شاخص‌های اصلی عملکرد موفق کسب و کارهای زنان در دسترسی به فناوری، آموزش و انگیزش، آزادی و امنیت اجتماعی، خصوصیت تجاری، کمک و مقررات آسان، حمایت خانواده و تضمین کیفیت و مواجهه با خطر شناسایی شده است (Sarker & Palit, 2014). همچنین، شاخص‌هایی از قبیل رشد و سودآوری، شهرت و اعتبار، تعادل زندگی کاری، رضایت خانواده و تأیید عموم جامعه معیارهایی محسوب می‌شوند که اغلب به‌عنوان اندازه‌گیری عملکرد در کارآفرینی و ادبیات کسب و کارهای کوچک استفاده می‌شود (Gorgievski et al., 2011).

جدول ۱. خلاصه‌ای از نتایج تحقیقات پیشین

محققان	موضوع	نتایج
Natsrlishvili et al. (2017)	نابرابری جنسیتی و کارآفرینی زنان در گرجستان	هنوز شکاف جنسیتی بین زنان و مردان در زمینه اشتغال، آموزش و پرورش و توزیع درآمد وجود دارد و همچنین فضای کسب‌وکار زنان از شرایط اقتصادی، فناوری، ارزش‌های اجتماعی و آداب رسوم تأثیر می‌پذیرد.
Oke, Dorcas.F (2013)	بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و رشد کسب‌وکار زنان کارآفرین	خانواده و دوستان، وسیع‌ترین شبکه‌های کارآفرینان هستند و تفاوت‌های فردی در میان زنان، رابطه بین فردی، اشتیاق و ارزش‌های آنان بر شبکه‌های اجتماعی آنان تأثیر می‌گذارد.
Xie & Lv(2016)	شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین و عملکرد سرمایه‌گذاری با اثر هوشیاری کارآفرینانه و تبعیض جنسیتی	شبکه‌های اجتماعی و هوشیاری کارآفرینانه زنان کارآفرین تأثیری مثبت بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید دارد. همچنین، تبعیض جنسیتی به‌طور منفی و هوشیاری کارآفرینانه به‌طور مثبت تعدیل‌کننده روابط میان شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین فناور و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید است.

منبع	شاخص سنجش	گویه	متغیر
Tang et al.(2012)	جست وجوی اطلاعات جدید	۱	هوشیاری کارآفرینانه
	نیم‌نگاهی در کشف ایده‌های جدید کسب‌وکار	۲	
	برقراری ارتباط بین حوزه‌های غیرمرتبط	۳	
	حس خوب در مورد فرصت‌های بالقوه	۴	
	قادر به انتخاب بهترین فرصت‌های بالقوه	۵	
BarNir & Simth (2002); Hallen (2008)	داشتن شرکای بالقوه در کسب‌وکار	۶	شبکه‌های اجتماعی
	اشتراک ارزش‌های مشترک بین شرکا	۷	
	اعتماد و احترام بین شرکا	۸	
	اشتراک تجربیات کارآفرینی بین شرکا	۹	
Williams et al.(1997)	احترام زنان به مردان در جامعه	۱۰	تبعیض جنسیتی
	هوشمندی زنان نسبت به مردان	۱۱	
	اخراج و ارتقای ناعادلانه محیط‌های کسب‌وکار توانایی زنان در ایجاد سرمایه‌گذاری جدید	۱۲ ۱۳	
Gorgievski et al.(2011)	نسبت رشد فروش کسب‌وکارهای زنان	۱۴	عملکرد کسب و کارهای زنان
	ارائه خدمات و محصولات جدید برای جامعه	۱۵	
	نوآوری در ارائه محصولات و خدمات	۱۶	
	اعتبار و شهرت کسب‌وکارهای زنان در جامعه	۱۷	
	تعادل بین زندگی کاری و اجتماعی	۱۸	
	رضایت خانواده از استقلال، امنیت و قدرت	۱۹	

عنوان	نفر	درصد
جمعیت کل کشور	۷۹,۹۲۶,۲۷۰	۱۰۰٪
جمعیت زنان	۳۹,۴۲۷,۸۲۸	۴۹٪
جمعیت مردان	۴۰,۴۹۸,۴۴۲	۵۱٪

وضعیت اشتغال و بیکاری

بر اساس نتایج آمارگیری نیروی کار در سال ۱۳۹۵، ۸۳,۳٪ جمعیت بالای ۱۰ سال و ۷۵,۸٪ از جمعیت بالای ۱۵ سال، سن دارند و جز نیروی کار محسوب می‌شوند. برای بررسی اشتغال زنان در کشور، نگاهی به نرخ اشتغال^۱ مردان و زنان در کل کشور و در استان تهران در ۵ سال اخیر انداخته شده و مشارکت اقتصادی^۲ زنان به طور ویژه در این سال‌ها بررسی شده است. بر این اساس، نرخ اشتغال زنان در سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۱,۸٪ بوده است که این میزان در حدود یک سوم از نرخ اشتغال کل ۳۴,۵٪ و حدود یک پنجم از نرخ اشتغال مردان ۵۷,۴٪ است. از منظر مشارکت اقتصادی، در سال ۱۳۹۵ این نرخ در جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در کل کشور ۳۹,۴٪ بوده است. این شاخص در بین مردان ۶۴,۱٪ و در بین زنان ۱۴,۹٪ بوده است. در صورتیکه نرخ جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر جمعیت در سن کار فرض شود، نرخ مشارکت اقتصادی کل کشور ۴۳,۲٪ به دست می‌آید. این شاخص در بین مردان ۷۰,۴٪ و در بین زنان ۱۶,۳٪ است.

نرخ اشتغال	مشارکت اقتصادی جمعیت بالای ۱۰ سال	مشارکت اقتصادی جمعیت بالای ۱۵ سال
مرد و زن	۳۴,۵	۴۳,۲
زن	۱۱,۸	۱۶,۳
مرد	۵۷,۴	۷۰,۴

در ۵ سال گذشته، از سال ۱۳۹۱، نرخ اشتغال زنان رشد جزئی ۰,۰۸ درصدی داشته است. این رشد نسبت به سال گذشته ۱,۱٪ بوده است. در مورد مشارکت اقتصادی زنان برای جمعیت بالای ۱۰ سال، هرچند این نرخ در ۵ سال گذشته ۱,۲٪ افزایش داشته است، اما هنوز نسبت به همین نرخ در مورد مردان (۳۴,۵٪) کمتر از نیم است.

وضعیت کارآفرینی در ایران از دیدگاه دیده بان جهانی کارآفرینی

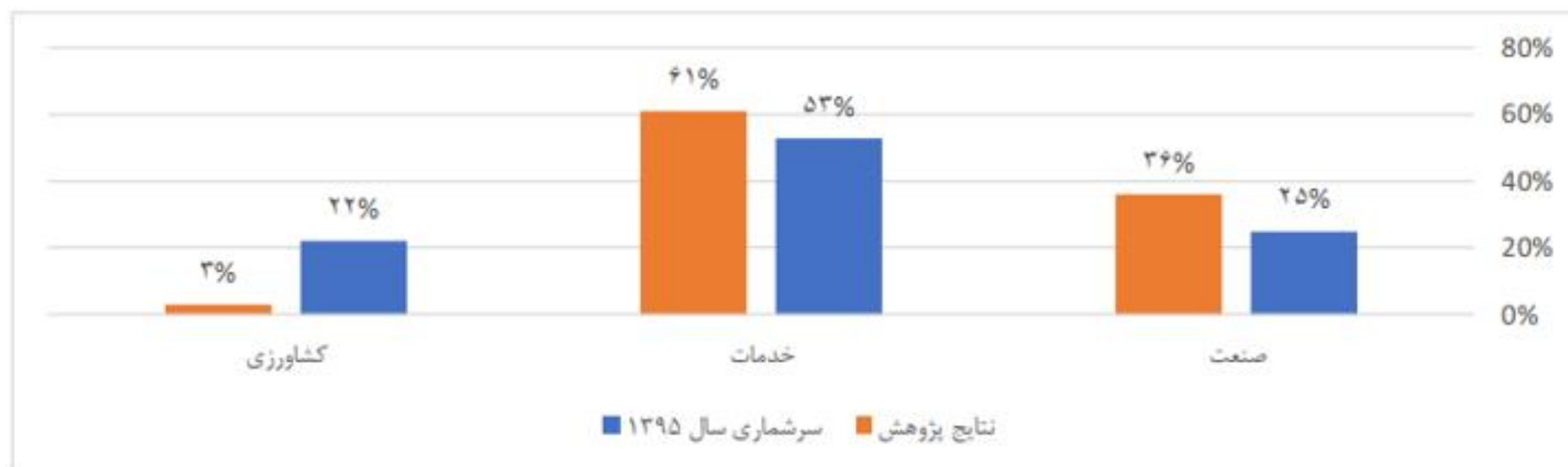
بر اساس گزارش دیدبان جهانی کارآفرینی (GEM) که اطلاعات مربوط به فعالیت‌های کارآفرینی را در ۶۴ کشور جهان جمع آوری و تجزیه و تحلیل می‌کند (۲۰۱۷)، کشورها براساس سطح توسعه اقتصادی طبقه‌بندی می‌شوند. در میان سه مرحله توسعه اقتصادی تعریف شده شامل اقتصادهای منبع محور، کارآیی محور یا نوآوری محور، ایران در رده اقتصادهای منبع محور است. بدین معنا که اقتصاد کشور بسیار وابسته به منابع طبیعی، کشاورزی است و نیروی کار (غیرماهر) است.

با مطالعه وضعیت کارآفرینی نوپا (TEA) در ایران، فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی نوظهور و جدید در بین جمعیت بزرگسال (۱۸ الی ۶۴ سال) ۱۲٫۸٪ است که بالاتر از میانگین جهانی (۱۲٫۴۶٪) است. به‌طور کلی، شاخص کارآفرینی نوپا در اقتصادهای منبع-محور، بالاتر است و هرچه توسعه اقتصادی بیشتر می‌شود این شاخص کاهش می‌یابد. به‌طوریکه میانگین کارآفرینی نوپا برای اقتصادهای منبع محور در سال ۲۰۱۶ تقریباً دوبرابر، این شاخص در اقتصادهای نوآوری-محور بوده است (۱۷٪ در مقایسه با ۹٪). همچنین اقتصادهای منبع محور بالاترین میانگین کارآفرینی نوپا زنان را نیز دارا هستند. در سال ۲۰۱۶، در این گروه از اقتصادها به ازاء هر ده نفر مرد، هشت زن در مرحله کارآفرینی نوپا مشغول به فعالیت بوده‌اند، در ایران نسبت زن به مرد در وضعیت کارآفرینی نوپا ۶ به ۱۰ بوده است. (GEM ۲۰۱۶/۲۰۱۷)

خلاصه و نتیجه گیری

نگاهی اجمالی به آمار زنان در حوزه اشتغال و تحصیل نشان می‌دهد:

- ۴۹٪ جمعیت کل کشور را زنان تشکیل می‌دهند.
- ۱۶٫۳٪ از جمعیت زنان ۱۵ ساله و بیشتر، مشارکت اقتصادی دارند.
- ۶۵٫۵۵٪ زنان در سن مفید اشتغال (۲۰ تا ۶۰ سال) قرار دارند.
- ۸۵٫۱٪ زنان جویای کار نبوده‌اند. که از این میان ۶۲٫۸٪ خانه‌دار هستند.
- ۵۷٫۲٪ از ورودی‌های دانشگاه در مقطع کارشناسی زنان هستند. بیش از ۴۰٪ از ورودیان همه مقاطع تحصیلی را زنان تشکیل می‌دهند.
- ۷۲٪ از زنان از تلفن همراه استفاده می‌کنند.
- ۴۸٪ از زنان کاربر اینترنت هستند.
- ۱۲٫۸٪ وضعیت کارآفرینی نوپا در ایران است.



۴۸٪ از زنان جامعه آماری در سال ۱۳۹۵ تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند. در جامعه آماری پاسخ‌دهندگان، ۹۰٪ از تحصیلات دانشگاهی برخوردار بوده‌اند. در آمارگیری سال ۱۳۹۵، زنان شاغل با مدرک لیسانس بیشترین و زنان شاغل با مدرک متوسطه، کمترین میزان اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، میزان دارندگان مدرک فوق لیسانس و دکترا در جامعه زنان کارآفرین و صاحب کسب و کار به مراتب بیشتر از دیگر زنان شاغل است. البته ذکر این نکته ضرورت دارد که بسیاری از زنان صاحب کسب و کار و کارآفرین، در مقاطعی بعد از آغاز کسب و کار خود و با هدف کسب مهارت‌های علمی و عملی بیشتر، در دوره‌های تحصیلات تکمیلی خصوصاً در رشته‌های مدیریتی شرکت می‌کنند.

جدول مقایسه‌ای سه کار آفرینی مورد مطالعه

حوزه فعالیت	استان	سال تولد	وضعیت تاهل	تعداد فرزندان	تحصیلات	موضوع فعالیت	ویژگی‌های اصلی	انگیزه شروع	چالش‌ها	راه کارها
صنعت	تهران	۱۳۳۴	متاهل	۲	کارشناسی ارشد (مدیریت)	پتروشیمی	ماجراجویی بلندپروازی پشتکار خودباوری میل به نتیجه	ناچاری به ترک شغل قبلی دشواری کار کردن به عنوان نفر دوم	شروع کار دشواری پیدا کردن کار به علت زن بودن دشواری گرفتن پروژه به علت زن بودن محدودیت سرمایه اولیه توسعه ازدیاد رقبا قوانین دست و پاگیر	پشتکار و خستگی ناپذیری گسترش شبکه ارتباطی جستجوی بازارهای جدید شروع کار کم‌هزینه، استفاده از سرمایه شخصی، استفاده از تمام سود در سرمایه گذاری بعدی تمرکز بر کیفیت خدمات ثبت شرکت در خارج از ایران
کشاورزی	گیلان	۱۳۳۴	متاهل	۲	کارشناسی (ادبیات فرانسه)	کاشت برنج	ساختارشکنی بلندپروازی پشتکار خودباوری میل به نتیجه	داشتن کار کسب درآمد استفاده از فرصت‌های موجود	شروع کار جدی گرفته نشدن در محیط توسعه نداشتن دانش خشکسالی	حضور مستمر در محیط یادگرفتن زبان اهالی حذف نیروهای مقاوم کسب تسلط علمی آزمون و خطا یادگیری از تجارب موجود
خدمات	تهران	۱۳۳۰	متاهل	۲	کارشناسی (جغرافیا)	خدمات درمانی	خودباوری میل به نتیجه شبکه ارتباطی قانونمداری	بیماری فرزند تصمیم به تغییر شرایط	جواب ندادن الگوی خارجی دشواری جلب اعتماد دولت نیاز به تغییر ماموریت اصلی حرکت از سازمان داوطلبانه به سازمان مدرن	یافتن الگوی جایگزین پشتکار، استفاده از شبکه ارتباطی انعطاف در عین تاکید بر اصول استفاده از ساختار و تاکید بر قانون مداری

عوامل فردی

- از منظر ویژگی‌های فردی، به ترتیب میل به نتیجه، خودباوری، و ریسک‌پذیری قرار دارند.
- در بعد خودباوری، بیشترین توانایی در برخورد با مشتریان و کمترین در تقابل با دولت است.

عوامل خانوادگی

- ۱۰٪ مشخصاً عنوان کرده‌اند که کسب و کار آنها خانوادگی است. با این وجود ۲۷٪ عنوان کرده‌اند که خانواده آنها بیش از ۵۰٪ از سهام شرکت را دارند.
- ۴۱٪ از خانواده‌ها در هیات موسس سهم داشته‌اند و تقریباً یک پنجم از آنان هم‌اکنون نیز در کسب و کار، بیش از ۵۰٪ سهم دارند.
- سهم داشتن خانواده‌ها در هیات موسس یا حضور آنها به عنوان سهام‌دار، از نظر پاسخ‌دهندگان دلیل کافی برای خانوادگی بودن کسب و کار نبوده است.
- فارغ از حضور خانواده در هیات موسس یا به عنوان سهام‌دار، حدود ۹۰٪ در شش ماه گذشته در مورد کسب و کارشان با اعضای خانواده خود مشورت کرده‌اند.

عوامل سازمانی

- ۳۲٪ اعلام کرده‌اند که منتور دارند.

- ۳۲٪ اعلام کرده‌اند که منتور دارند.
- باور افراد نسبت به توانایی‌شان در کسب منابع مورد نیاز، از باور آنان نسبت به موجود بودن منابع مورد نیاز بیشتر است.
- میزان موافقت افراد در مورد استفاده مناسب از ارتباطات خود پیش از شروع کسب و کار به نسبت استفاده فعلی آنان برای ارتباط با افراد موثر پایین‌تر است.
- میزان توانایی در شکل‌دهی و حفظ ارتباطات موثر کاری در افراد متاهل و افراد مجرد تفاوت چندانی ندارد.
- در عوامل اکتسابی مربوط به سازمان، بیشترین میزان موفقیت در دستیابی به اطلاعات و ساخت شبکه و کمترین موفقیت در استفاده از منتور و مشاور و نوآوری در محصول (خدمت) است.

عوامل محیطی

- ۸۸٪ باور دارند کارآفرینی در جامعه مشروع و مورد قبول است.
- ۶۳٪ باور دارند انجمن‌های صنفی و گروه‌های ذی نفع کسب و کار آنان را به رسمیت پذیرفته‌اند.
- ۵٪ از حمایت دولتی به جز وام استفاده کرده‌اند.
- ۵۷٪ در ۵ سال گذشته از دولت وام گرفته‌اند.

۴) راه‌کارها و چالش‌های زنان کارآفرین در ایران

در این بخش و به منظور دریافت تصویری روشن‌تر از وضعیت کسب و کار و کارآفرینی زنان در ایران، خصوصاً در حوزه مدل‌های موفق کارآفرینی سه نمونه موردی، مورد مطالعه قرار گرفته‌است. انتخاب این نمونه‌ها به نحوی است که به هر یک از سه حوزه اصلی فعالیت (صنعت، خدمات و کشاورزی) یک نمونه اختصاص داده شده‌است. همچنین با توجه به اینکه در این گزارش از نظر نوع فعالیت کسب و کارهای شرکتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و زنان خوداشتغال مورد توجه واقع شده‌اند، یکی از نمونه‌های موفق از کارآفرینی در سازمان مردم‌نهاد انتخاب شده‌است. اساس مطالعات بر اساس ترسیم تصویری از وضعیت فعلی کارآفرینی، چالش‌ها و ابتکارات مطرح شده توسط کارآفرین بنا شده‌است.

قانون اساسی

در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ایجاد امکان اشتغال به کار برای همه از وظایف دولت برشمرده شده است. بر طبق اصل ۲۸ قانون اساسی «هر کس حق دارد شغلی را که بدان مایل است و مخالف اسلام و مصالح عمومی و حقوق دیگران نیست، برگزیند. دولت موظف است با رعایت نیاز جامعه به مشاغل گوناگون، برای همه افراد امکان اشتغال به کار و شرایط مساوی را برای احراز مشاغل ایجاد نماید.»

همچنین اصل ۴۳ قانون اساسی «تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسایل کار در اختیار همه کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند، در شکل تعاونی، از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر که نه به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص منتهی شود و نه دولت را به صورت یک کارفرمای بزرگ مطلق درآورد، با رعایت ضرورت‌های حاکم بر برنامه‌ریزی عمومی اقتصاد کشور» برای تأمین استقلال اقتصادی جامعه و ریشه‌کن کردن فقر و محرومیت از ضوابط استواری اقتصاد جمهوری اسلامی ایران برشمرده شده است.

با استناد به اصل ۲۱ قانون اساسی که مقرر داشته است که «دولت موظف است حقوق زن را در تمام جهات با رعایت موازین اسلامی تضمین نماید و امور زیر را انجام دهد» می‌توان نتیجه گرفت، تعبیر حقوق زن در تمام جهات- تعریفی کلی است و حق اشتغال نیز یکی از مصادیق آن است.

قوانین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

Text Object
 در برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و در فصل نیروی انسانی و اشتغال و هدف‌های کیفی، طی بند ۷-۱-۶، توسعه و حمایت از مشاغل مولد با تأکید بر خود اشتغالی و تولیدات خانگی، بخش غیر مزدبگیر اشتغال از جمله سیاست‌های ایجاد اشتغال قلمداد گردیده است. تبصره‌های ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۸۰ و ۹۵ ماده واحده برنامه دوم پنجساله در خصوص حمایت از مشاغل مولد و طرح‌های اشتغالزای تأکید دارد به نحوی که در این برنامه ایجاد سالانه ۳۴۰ هزار فرصت شغلی در سال‌های مختلف برنامه پنجساله به ارائه طرح‌های اشتغالزای خود اشتغالی توجه شده است. (فیروزه صابر، ۱۳۸۵)



با تشکر از توجه شما

