

بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی

عالیه کاظمی^{۱*} و بهاره مقیمی^۲

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۰۱ صص ۲۷۴-۲۴۹ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۴/۲۱

چکیده

امروزه زنان نقش مهمی در زمینه کسب و کار دارند. یکی از مهم‌ترین این کسب و کارها کارآفرینی است که سهم بسزایی در رشد اقتصادی کشورها دارد و ضروری است که شرایط مناسب برای خوداشتغالی و توسعه کارآفرینی زنان فراهم گردد. بدیهی است که در مسیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات گوناگونی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها منجر به تسهیل کارآفرینی خواهد شد. مطالعه موانع کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند. هدف از این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران است. در این راستا، موانع فردی، محیطی، زیربنایی، شروع و ادامه کار، سازمانی و شغلی شناسایی شده و در ادامه این موانع از دیدگاه زنان کارآفرین ایران و اساتید رشته کارآفرینی اولویت‌بندی شده‌اند. اولویت‌بندی موانع از دیدگاه خبرگان، با روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی انجام شده است. نتایج نشان داد مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان، از نظر مردان موانع زیربنایی و از نظر زنان عوامل محیطی است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، زنان کارآفرین، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی

^۱ دانشجویار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

^۲ کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

*- نویسنده مسئول: aliyehkazemi@ut.ac.ir

مقدمه

رشد روزافزون عرضه نیروی کار طی سال‌های اخیر در کشور، به رشد قابل توجه نرخ بیکاری به ویژه در میان جوانان، زنان و افراد تحصیل کرده منجر شده است و با گروه عظیمی از زنان روبه‌رو هستیم که برخلاف همه دوره‌های گذشته صاحب سواد و حتی تحصیلات عالی هستند ولی شغلی ندارند. در سال‌های اخیر بیش از ۶۴ درصد ورودی دانشگاه‌ها زنان و دختران بوده‌اند (Golrad, 2008, 183). لذا، افزایش زنان و دختران تحصیل کرده دانشگاهی از سویی و عدم توان جذب این افراد آماده به کار از سوی بخش دولتی به دلیل ظرفیت محدود بخش خصوصی موجود و همچنین امکان استقلال و انعطاف‌پذیری بیشتر ساعات کار در کسب و کار شخصی که سبب ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌گردد از سویی دیگر، منجر به گرایش بیشتر زنان به راه‌اندازی کسب و کار در سال‌های اخیر شده است (Arasti and Joukar, 2008, 57). که نشان دهنده کارکرد زنان تحصیل کرده در جهان، به ویژه در کشورهای در حال توسعه و گذار از نقش انفعالی و نیز اشتیاق برای به دست آوردن آگاهی، مشارکت‌خواهی و دخالت فعالانه در تعیین سرنوشت خویش در خانواده، محیط کار و اجتماع است (Demori et al, 2009, 9). بنابراین، کارآفرینی یکی از متداول‌ترین راه حل‌ها برای غلبه بر بیکاری است (Saber, 2006).

در این بین، یکی از مهمترین مسائل دولت‌های جهان، کارآفرینی زنان می‌باشد که در سال‌های اخیر به آن توجه بسیاری شده است به‌گونه‌ای که سال‌های ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۵ را می‌توان دهه زنان نام‌گذاری کرد (Ansari and Nabipour, 2010, 85). مشارکت زنان در فعالیتهای مختلف کارآفرینی و موفقیتشان در کسب و کار، آنها را در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی قدرتمند می‌کند. از طرفی، این موفقیت در جوامع نیز، نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز می‌گردد (Cowling and Taylor, 2001, 168). بنابراین، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در عرصه جهانی شده‌اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی و صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری و عامل ایجاد اشتغال در جوامع تبیین یافته است (Arasti, 2006, 95). برای توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و برای مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی آنها فراهم شود تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (Roshaniya et al., 2015, 65). کارآفرینی عامل اصلی تفاوت رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته با کشورهای در حال توسعه (Schumpeter, 1975, 131) و اساس یک مدل جدید توسعه برای کشورهای در حال توسعه است (Bertaux, 2007, 468).

کارآفرینی از اصطلاح فرانسوی *entrepreneur* مشتق شده است که به معنای قبول مسئولیت، تعقیب فرصت‌ها، تامین نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و راه‌اندازی یک کسب و کار تجاری است (Albrecht, 2003, 93). محققان و پژوهشگران مختلف از کارآفرینی تعاریف متعددی ذکر کرده‌اند. به عنوان مثال، جوزف شومپیتر کارآفرینی را "فرض تعریف‌شده ریسک و مسئولیت در طراحی و پیاده‌سازی استراتژی کسب و کار و یا شروع یک کسب و کار" تعریف می‌کند (Mathew, 2010, 164). همچنین وی، کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم‌زننده اقتصاد به کار برده و آن را با عنوان "تخریب خلاق" نامگذاری می‌کند (Moghimi, 2004, 50). همچنین، می‌توان مفهوم کارآفرینی را به ارزش‌آفرینی نیز تعبیر کرد. در این معنا، انسانی که دارای قدرت درک و پیداکردن خلاء و فرصت‌ها است و از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول و خدمت جدید، در جامعه اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ‌کند، کارآفرین نامیده می‌شود (Niyazi, 2008, 58). در تعریفی دیگر، کارآفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌ها را غنیمت می‌شمرند و با تکیه بر اندیشه‌ها و تجربه‌های خویش راه‌کارهای تازه برای سودآوری جستجو می‌کنند (Rabiei and Nazariyan, 2013, 2). به علاوه، کارآفرین کسی است که به تنهایی یا با مشارکت، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته (Knorr, 2011, 99) و با قبول مخاطره‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی، با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کند تا در بازار بر رقبای غلبه نماید (Adrian et al., 1999, 5). زنان کارآفرین زنانی هستند که با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری و ابتکارات شخصی و استفاده بهینه از فرصت‌ها و منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می‌کنند که باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شود (Rostamalizadeh and Jomezadeh, 2018, 150). با توجه به تعاریف فوق می‌توان ویژگی‌هایی برای زنان کارآفرین از قبیل تمایل قوی برای استقلال، نوآوری، ریسک‌پذیری، ابتکار، مهارت‌های کسب و کار، دانش (Mat and Razak, 2011, 125)، تمایل زیاد به کامیابی، سخت‌کوشی، پافشاری و دورنماسازی خارق‌العاده را نام برد (Sheykhan, 2011, 260). از طرفی، اهداف زنان کارآفرین از ورود به کارآفرینی عبارتند از: دستیابی به استقلال، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، اجتناب از فقر، به دست آوردن قدرت و اعتبار در جامعه، تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی، مفیدبودن برای جامعه و سایر افراد، عدم رضایت از شغل فردی و شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخص (Ylienen & Chechurina, 2011, 5). ولی با تمام دستاوردهای زنان کارآفرین و نقش آنها در پیشبرد جامعه، هنوز هم زنان کارآفرین با چالش‌های گوناگونی در جامعه و کسب و کار خود و رسیدن به موفقیت روبه‌رو هستند (Hatcher et al., 2007, 337). شاستری و سینها، استدلال کردند که اگر همه شرایط برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی از قبیل آموزش، تجربه و انرژی

وجود داشته باشد، محدودیت‌هایی همچون عدم اعتبار و تبعیض اجتماعی به ویژه در کشورهای در حال توسعه، ممکن است مانع از کارآفرینی شود (Shastr & Sinha, 2010, 32).

علی‌رغم اینکه کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ و بسیاری از کشورهای در حال توسعه از اواخر دهه ۱۹۸۰ موضوع کارآفرینی را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته است. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد (Shateriyan and Nasrabadi, 2017, 183). هر چند در این راه، مشکلات اولیه بر سر راه توفیق زنان در کسب و کار از میان برداشته شده است، اما هنوز چالش‌ها و موانع فرا روی زنان کارآفرین بسیار است (Jozee, 2005, 70). بنابراین، دولت باید سیاست‌ها و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب‌تر برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آن‌ها و تسهیل دست‌یابی آن‌ها به بازارهای جهانی داشته باشد (Sheykhan, 2011, 290). کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و چرخ‌های توسعه اقتصادی، همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آیند، و همچنین، با توجه به این مهم که کارآفرینی نه تنها در توسعه اقتصادی بلکه در سلامت روحی و روانی و شکوفایی معنویات افراد جامعه تأثیر می‌گذارد، حذف موانع توسعه کارآفرینی از مباحث اساسی بوده و در کانون توجه اندیشمندان قرار گرفته است (Ghadermarzi et al, 2015, 104). از آنجا که، موانع زیادی بر سر راه زنان کارآفرین وجود دارد؛ شناخت و اولویت‌بندی این عوامل برای برنامه‌ریزی و انجام اقدامات اساسی در جهت رفع آن مهم می‌باشد. در پژوهش‌های مختلفی که تا به حال در این زمینه انجام شده موانع متعددی در خصوص توسعه کارآفرینی زنان ذکر شده است و این موانع بسته به جامعه یا سازمان مورد نظر از پژوهشی به پژوهش دیگر متفاوت بوده است.

آراستی و جوکار شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان کارآفرین ایرانی و تأثیر آن در راه‌اندازی کسب و کار را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که نزدیکان زنان کارآفرین (همسر، فرزندان، والدین) مهم‌ترین پشتیبان آنها بوده و حمایت عاطفی، بیشترین کمکی است که این زنان از شبکه خود دریافت می‌کنند (Arasti and Joukar, 2006). کریمیان و لطیفی به بررسی موانع و چالش‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی جویای کار خانم در استان گلستان پرداخته و فراهم نبودن آموزش‌های مناسب، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود نهادهای حمایتی و فراهم نبودن قوانین و مقررات مناسب را از مهم‌ترین چالش‌ها در توسعه کارآفرینی دانستند (Karimiyan and Latifi,

2007). گلرد ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار را مورد بررسی قرار داد و دستیابی به رضایت شغلی را مؤثرترین عامل برای ورود زنان به کسب و کار عنوان کرد (Golrad, 2007). جواهری و قضاوتی به بررسی موانع کارآفرینی زنان پرداختند و موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظاراتی نقش، باورهای کلیشه‌ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار را از مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی معرفی کردند (Javaheri and Ghezavati, 2008). میرغفوری و همکاران به تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان استان یزد پرداختند و به این نتیجه رسیدند 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 (Mirghafouri et al., 2009). ربیعی و نظریان در مقاله‌ای موانع کارآفرینی زنان تحصیل‌کرده دانشگاهی ایران را مورد مطالعه قرار دادند و اذعان داشتند که موانع فرهنگی و فردی مهم‌ترین موانع پیش روی کارآفرینی زنان است و در این میان عواملی چون وجود تبعیض‌های جنسیتی در محیط کار، ترس از شکست و تحریک‌پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان، تلاقی امور شرکت با مسائل خانوادگی و ناهمخوانی انتظاراتی نقش، وجود قوانین دست و پاگیر اداری و بوروکراسی موجود و تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی لازم از اولویت و اهمیت برخوردار هستند (Rabie and Nazariyan, 2013). یاسوری و همکاران به تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن پرداختند و بیان کردند که سه عامل انگیزش و پشتکار، قابلیت‌های طبیعی و قابلیت‌های فردی که از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی به‌شمار می‌آیند، در زنان این دهستان وجود دارد و کمبود امکانات، عوامل فرهنگی، مالی، دولتی و عوامل خانوادگی و فردی را به عنوان موانع کارآفرینی ذکر کردند (Yasori et al., 2015). سلیمانی‌نژاد و طالبی به بررسی چالش‌ها و موانع بازدارنده در توسعه کارآفرینی زنان در ایران پرداختند. نتایج نشان داد عوامل فرهنگی-اجتماعی (خانواده، نظام تعلیم و تربیت، انتظارات نقش، باورهای کلیشه‌ای، مناسبات حاکم بر سازمان)، موانع مالی، موانع قانونی و موانع فردی می‌تواند نقشی محدودکننده یا بازدارنده در توسعه کارآفرینی زنان داشته باشد (Soleimani Nejad and Talebi, 2016). شاطریان و همکاران به تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که عوامل محیطی-جغرافیایی، دسترسی به امکانات، موانع دانشی مهارتی و موانع حقوقی به ترتیب مهم‌ترین موانعی بودند در جهت کارآفرینی زنان روستایی بوده‌اند. همچنین، عدم کارآفرینی زنان روستایی و عوامل محیطی-جغرافیایی نسبت به سایر عوامل بیشترین تأثیر را داشته و بیشترین میزان کارآفرینی در زنان با تحصیلات کمتر و زنان سرپرست خانوار مشاهده شده است (Shateriyan et al., 2017). رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران را مورد مطالعه قرار دادند. آنها نشان دادند که ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی

شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه‌ی کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش می‌یابد. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه کارآفرینی بالاتری دارند؛ همچنین با افزایش سابقه کار به روحیه کارآفرینی زنان افزوده می‌شود (Rostamalizadeh and Jomezadeh, 2018).

در خارج از کشور نیز گاسلین و گریس عدم اعتماد بانک‌ها، تأمین‌کنندگان و مشتریان، کمبود سرمایه شروع کار و مخالفت‌های خانواده و همسر را به عنوان نداشتن سرمایه مهم‌ترین مشکلات زنان کارآفرین کانادایی معرفی می‌کنند (Gosselin and Grise, 1990). داس 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 (Das, 2001). دلمار و هولموکوئیست نشان دادند که موانع کارآفرینی زنان در ترکیه نوع آموزش و پرورش، عدم استفاده از مدل‌های کارآفرینی، وضعیت ضعیف اجتماعی، هویت جنسی، خواسته‌های رقیب و عدم دسترسی به منابع مالی است (Delmar and Holmquist, 2004). نواز، موانع موجود را موانع تنظیمی که به قوانین و مقررات مختلف اشاره دارد و همچنین موانع شناختی و هنجاری که شامل هنجارها، قوانین، مقررات و ارزش‌های جامعه است، می‌داند (Nawaz, 2009). متیو موانعی همچون عدم دسترسی به منابع مالی، دسترسی کم به زمین، شیوه‌های ضد رقابتی، عدم آگاهی از پشتیبانی کسب و کار، مشکلات صدور مجوز کسب و کار، هزینه‌های مالی، عدم حقوق برابر، عدم دسترسی به اطلاعات، فقدان قوانین و مقررات، فقدان الگو، فقدان چارچوب ساختار، عدم ارائه‌دهندگان خدمات پشتیبانی، محدودیت‌های سیاسی، حقوق اجتماعی، قوانین و مقررات تجاری اجتماعی و نرخ مالیات بالا را موانع کارآفرینی زنان مطرح کرد (Mathew, 2010). هالکیاس موانع را مربوط به جنسیت، آموزش و پرورش و تجربه کسب و کار قبلی، وضعیت خانوادگی، مسائل خانوادگی، عدم اعتماد به نفس و ترس از شکست می‌داند (Halkias, 2012). تلایس به بررسی فرهنگ و موانع کارآفرینی زنان در ایالات متحده عرب پرداخت و بیان کرد فرهنگ نقش مهمی در توسعه کارآفرینی زنان دارد (Tlaiss, 2014). سوارز اورتگا و گالوز گارسیا عوامل موثر بر کارآفرینی زنان را مورد بررسی قرار دادند. آنها عواملی همچون زایمان، تعداد فرزندان، خانواده و وابستگی که منجر به مسئولیت بیشتر می‌شود را به عنوان عوامل نابرابری بیان کردند (Suarez-Ortega and Galvez-Garcia, 2017). گیر و همکاران شرایط اجتماعی و اقتصادی داخلی در کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۱ که مورد تقویت کارآفرینی زنان می‌شود را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد تعداد

¹ OECD countries

زیاد نیروی کار زن و شکاف دستمزد موجب کارآفرینی کمتر زنان می‌شود (Ribes-Giner et al., 2018).

اکثر تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است در جهت شناسایی موانع کارآفرینی زنان بوده که در آن از روش‌های آماری استفاده شده است و کمتر در زمینه اولویت‌بندی آنها اقدامی صورت گرفته است. پژوهش حاضر بر آن است تا از طریق مطالعات میدانی، مهمترین موانع را استخراج و در پایان راه‌کارهای لازم برای حذف و یا کاهش موانع موجود ارائه دهد. در این تحقیق به شناسایی و اولویت‌بندی موانع کارآفرینی زنان ایرانی پرداخته می‌شود. در این راستا پس از مرور ادبیات و استخراج موانع، با استفاده از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی این موانع اولویت بندی شده و سپس نتایج مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ابزار و روش

فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی^۱، یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است که به منظور تصمیم‌گیری و انتخاب یک گزینه از میان گزینه‌های متعدد تصمیم با توجه به شاخص‌هایی که تصمیم‌گیرنده تعیین می‌کند، به کار می‌رود. AHP در سال 1980 توسط توماس ساعتی ابداع و ارائه شد. به کارگیری این روش مستلزم چهار گام عمده زیر است (Mehregan, 2004):

- ۱) مدل‌سازی: در این گام، مسأله و هدف از تصمیم‌گیری به صورت سلسله‌مراتبی از عناصر تصمیم که با هم در ارتباط هستند، در می‌آید. عناصر تصمیم شامل شاخص‌های تصمیم‌گیری و گزینه‌های تصمیم است. سطح اول بیانگر اهداف اصلی فرایند تصمیم‌گیری است و سطح دوم، نشان‌دهنده شاخص‌های عمده و اساسی است که ممکن است به شاخص‌های فرعی و جزئی‌تر در سطح بعدی شکسته شود و سطح سوم گزینه‌های تصمیم را ارائه می‌کند.
- ۲) قضاوت ترجیحی: مقایسه‌هایی زوجی بین گزینه‌های مختلف تصمیم، بر اساس هر شاخص صورت می‌گیرد. مقایسات زوجی همچنین در مورد شاخص‌های تصمیم نیز انجام می‌گیرد.
- ۳) محاسبات وزن‌های نسبی: وزن و اهمیت عناصر تصمیم نسبت به هم از طریق مجموعه‌ای از محاسبات عددی تعیین می‌شود. بدین ترتیب که ابتدا مجموع اعداد هر ستون ماتریس مقایسات زوجی را محاسبه، سپس هر عنصر ستون بر مجموع اعداد آن ستون تقسیم می‌شود. ماتریس جدیدی که به این روش به دست می‌آید، ماتریس مقایسات نرمال شده

¹ Analytic hierarchy process (AHP)

نامیده می‌شود. سپس میانگین اعداد هر سطر از این ماتریس به دست می‌آید. این میانگین، وزن نسبی عناصر تصمیم متناظر با سطرهای ماتریس را نشان می‌دهد.

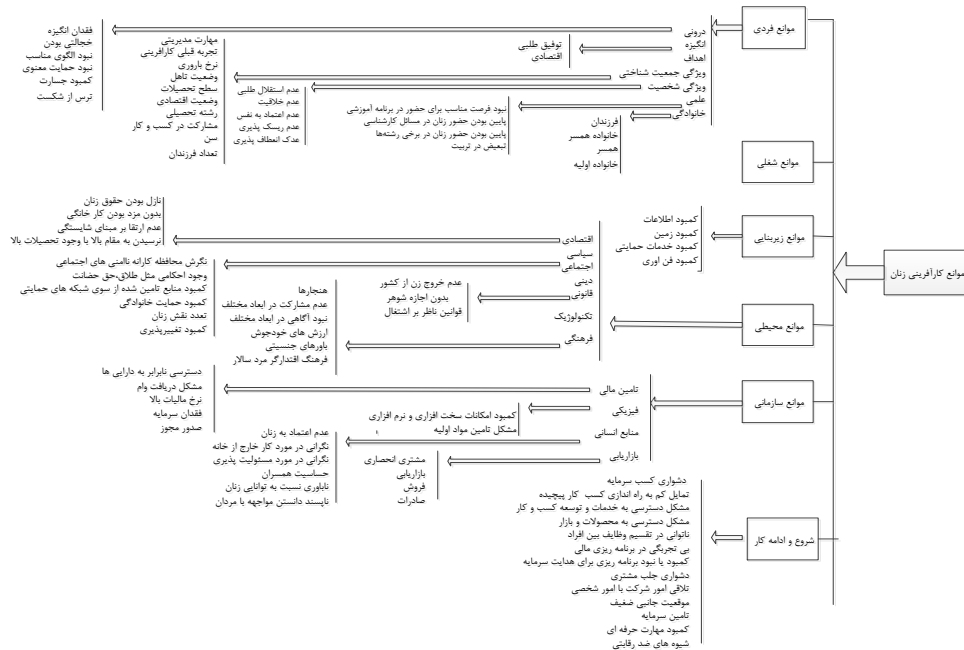
۴) ادغام وزن‌های نسبی: این گام به منظور رتبه‌بندی گزینه‌های تصمیم صورت می‌گیرد. در این گام، ماتریس وزن شاخص‌ها برای هر گزینه تصمیم در بردار وزن شاخص‌ها ضرب می‌شود و سازگاری قضاوت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. تجربه نشان داده است که اگر نسبت سازگاری کمتر از ۰/۱ باشد، سازگاری مقایسات قابل قبول است و در غیر این صورت باید دوباره انجام گیرد. قابل ذکر است در تحقیق حاضر شاخص‌های اصلی و فرعی مورد بررسی قرار می‌گیرند و مساله فاقد گزینه‌های تصمیم است.

۴- شناسایی موانع کارآفرینی زنان در ایران

توسعه کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران است (Peykarjoo and Asghari, 2008, 67). از طرفی، حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه انسانی مبدل گردیده است و فعالیت اقتصادی زنان رابطه مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد. با این حال، عدم تعادل موجود در نیروهای بازار کار، ناشی از عوامل گوناگونی است که تأثیر قابل توجهی در نابرابری فرصت‌های شغلی زنان در مقابل مردان خواهد داشت (Javaheri and Ghezavati, 2004, 163). مطالعه موانع کارآفرینی زنان، به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی واجتماعی آنان کمک می‌کند. در این بخش به بررسی موانع کارآفرینی زنان در ایران پرداخته می‌شود.

برای شناسایی موانع کارآفرینی زنان در ایران پس از بررسی تحقیقات انجام شده در این زمینه و دریافت نظر خبرگان (زنان کارآفرین ایران و اساتید کارآفرینی)، 6 عامل به عنوان موانع اصلی در نظر گرفته شده است که عبارتند از موانع فردی، شغلی، محیطی، سازمانی، موانع شروع و ادامه کار و موانع زیربنایی. شکل ۱، موانعی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند و زیرشاخه‌های موانع اصلی را نشان می‌دهد. همان گونه که ملاحظه می‌شود این موانع به 6 دسته موانع فردی (عواملی که گویای ویژگی شخصیت، اهداف، انگیزه و ... می‌باشند)، موانع سازمانی (موانعی که مربوط به شرکت یا مؤسسه کسب و کار آنان است و می‌توان به مهارت‌های مدیریتی، گزینش روش مناسب در زمینه مدیریت و .. اشاره کرد)، موانع محیطی (که عوامل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ... را توصیف می‌کند (Golrad, 2004, Mirghafouri, 2009)) موانع شروع و ادامه کار، موانع زیربنایی (دسترسی به اعتبار، فن‌آوری خدمات حمایتی، زمین و اطلاعات به طور اصولی برای زنان مشکل‌تر

است) و موانع شغلی (کمتر بودن فرصت‌های اشتغال زنان در بخش رسمی اقتصاد برای پیشرفت مهارت‌هایشان) تقسیم شده‌اند (Saber; 1987, Hisric and Brush, 2006)



شکل ۱. موانع کارآفرینی

شاخص‌های فرعی مربوط به موانع فردی عبارتند از: موانع خانوادگی (موانعی که از سوی اعضای خانواده برای یک زن کارآفرین ایجاد شده‌اند) (Suarez-Ortega and Galvez-Garcia, 2017; Golrad, 2004; Javaheri and Ghezavati, 2008, 75; Halkias, 2012, 224; Das, 2001, 61; موانع علمی، موانع جمعیت‌شناختی (سن، جنس و ...)، موانع شخصیت، موانع درونی (Golrad, 2004)، موانع انگیزه و موانع اهداف (انگیزه‌های مختلفی برای تأسیس یک کسب و کار در میان زنان وجود دارد، بعضی از آنان معتقدند که می‌خواهند مسئولیت و کنترل کارهای خود را به عهده داشته باشند و تحت فرمان کسی نباشند. بعضی دیگر معتقدند که شرایط خاص باعث مستقل شدن آنان شده است و آنها را به نان‌آور انحصاری خانوادشان تبدیل کرده است. برخی دیگر پیشرفت فردی و کاری را دلیل اصلی کارآفرین شدنشان می‌دانند. انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین ایرانی، رضایت شخصی، اثبات شایستگی‌های خود، داشتن قدرت و موقعیت اجتماعی برتر و استقلال مالی گزارش

شده است (Aramon et al., 2011; Nawaz, 2009, 5). همچنین موانع درونی شامل خجالتی‌بودن (Golrad, 2004)، فقدان انگیزه (Nawaz, 2009)، نبود الگو (Saber, 2006; Mathew, 2012)، نبود حمایت معنوی، کمبود جسارت (Saber, 2006)، ترس از شکست (Saber, 2006; Halkias, 2012)، موانع ویژگی شخصیت؛ شامل عدم استقلال‌طلبی، عدم ریسک‌پذیری، عدم انعطاف‌پذیری، عدم تحمل ابهام، عدم خلاقیت (Golrad, 2004)، عدم اعتمادبه‌نفس (Halkias, 2012; Nawaz, 2009)، موانع جمعیت‌شناختی؛ شامل مهارت مدیریتی، تجربه قبلی کارآفرینی، وضعیت اقتصادی (Halkias, 2012)، نرخ باروری، وضعیت تاهل، رشته تحصیلی، مشارکت در کسب و کار، سن، تعداد فرزندان (Golrad, 2004) و سطح تحصیلات (Saber, 2006; Nawaz, 2009; Golrad, 2004) است. موانع علمی؛ شامل نبود فرصت مناسب برای حضور در برنامه آموزشی، پایین بودن حضور زنان در مسائل کارشناسی، پایین بودن حضور زنان در برخی رشته‌ها (Ghorbanipour and Saberi, 2012)، تبعیض در تربیت (برخی از خانواده‌های شهرها و روستاها، دختران خود را ترسو، لجوج و وابسته بار می‌آورند. آنها از کودکی در جریان تجربه توانمند شدن و ابتکار تصمیم‌گیری قرار نمی‌گیرند (Nawaz, 2009)). موانع انگیزه؛ شامل انگیزه توفیق‌طلبی و انگیزه اقتصادی نیز بیانگر این است که علیرغم اعتقاد قلبی که زنان بیشتر به وابستگی احتیاج دارند تا به پیشرفت، ولی نیاز به پیشرفت زنان کارآفرین بیشتر از زنان مدیر است و کسب درآمد یکی از انگیزه‌های زنان کارآفرین می‌باشد (Golrad, 2007).

شاخص‌های فرعی مربوط به موانع زیربنایی عبارتند از: فن‌آوری، خدمات حمایتی (Hisrich, 1987; Saber, 2005)، زمین و اطلاعات (Mathew, 2010, 167; Saber, 2006).

شاخص‌های فرعی مربوط به موانع محیطی عبارتند از: موانع تکنولوژیک، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، قانونی و دینی (Golrad, 2004; Mirghafouri, 2009; Tlaiss, 2014).

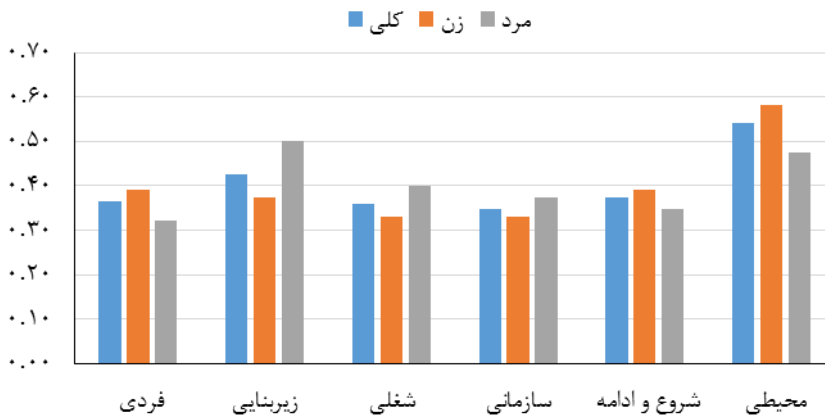
شاخص‌های فرعی مربوط به موانع سازمانی عبارتند از: موانع بازاریابی و فروش، موانع فیزیکی، موانع منابع انسانی و موانع تأمین مالی می‌باشد (Saber, 2006). همچنین شاخص منابع انسانی؛ شامل عدم اعتماد به زنان (Nawaz, 2009)، نگرانی در مورد کار خارج از خانه، نگرانی در مورد مسئولیت‌پذیری، حساسیت همسران، ناباوری نسبت به توانایی زنان، خصوصیات فردی، ناپسند بودن مواجهه با مردان (Saber, 2006). مانع تأمین مالی شامل؛ دسترسی نابرابر به دارایی‌ها (Karimian and; Saber, 2006; Delmar and Holmquist, 2004)، نرخ مالیات بالا (Mathew, 2006; Bertaux, 2010) فقدان سرمایه، مشکل دریافت وام (Saber, 2006)، صدور مجوز (Arasti and Joukar, 2008). مانع بازاریابی و فروش؛ شامل مشتری انحصاری، بازاریابی، فروش، صادرات و

مانع سازمانی/ فیزیکی؛ شامل کمبود امکانات سخت و نرم افزاری، مشکل تامین مواد اولیه (Saber, 2006) است.

شاخص‌های فرعی مربوط به موانع شروع و ادامه کار عبارتند از: موانع دشواری کسب سرمایه، بی‌تجربگی در برنامه‌ریزی مالی، کمبود یا نبود برنامه‌ریزی برای هدایت سرمایه، تلاقی امور شرکت با امور شخصی، موقعیت جانبی ضعیف، تأمین سرمایه، کمبود مهارت حرفه‌ای (Saber, 2006)، تمایل کم به راه‌اندازی کسب و کار پیچیده، مشکل دسترسی به خدمات و توسعه کسب و کار، مشکل دسترسی به محصولات و بازار، دشواری جلب مشتری، ناتوانی در تقسیم وظایف بین افراد (Nawaz, 2009)، و شیوه‌های ضد رقابتی (Mathew, 2010, 168).

یافته‌ها

پس از جمع‌آوری نظرات زنان کارآفرین و همچنین نظرات اساتید کارآفرینی، موانع کارآفرینی زنان با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی، بررسی و رتبه‌بندی شد. سازگاری نظرات نیز مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. قابل ذکر است نظرات زنان و مردان به صورت جداگانه بررسی شده است. نظرات ۱۵ نفر از زنان و اساتید کارآفرین گردآوری گردید که این مجموعه شامل ۹ نفر از زنان کارآفرین، که در زمینه‌های مختلف دامپروری، شیمی، رایانه‌ای، تعاونی، تجاری و ... فعالیت داشته و ۳ نفر از استادان مرد و ۳ نفر از استادان زن کارآفرینی است. وزن موانع اصلی شامل موانع فردی، شغلی، محیطی، سازمانی، زیربنایی و موانع شروع و ادامه کار از دیدگاه آنان و در حالت کلی در شکل ۲ و اولویت‌بندی آنها در جدول ۱ آمده است.



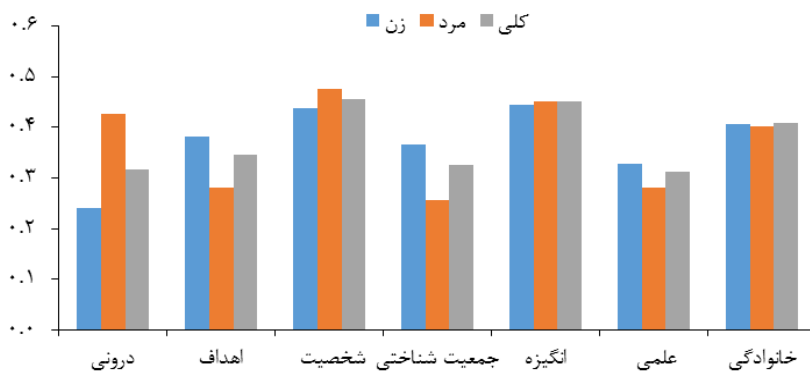
شکل ۲- وزن موانع اصلی کارآفرینی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

جدول ۱- اولویت‌بندی موانع اصلی کارآفرینی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

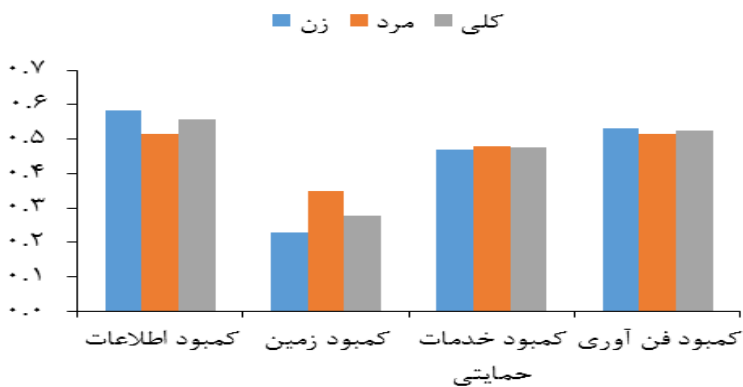
رتبه‌بندی موانع اصلی کارآفرینی	رتبه‌بندی موانع از دید زنان	رتبه‌بندی موانع از دید مردان	رتبه بندی موانع به صورت کلی
فردی	۲	۶	۴
زیربنایی	۳	۱	۲
شغلی	۴	۳	۵
سازمانی	۴	۴	۶
شروع و ادامه کار	۲	۵	۳
محیطی	۱	۲	۱

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود مهم‌ترین عامل از دیدگاه مردان موانع زیربنایی و بعد از آن موانع محیطی است. در حالی که از دیدگاه زنان مهمترین مانع برای آنها موانع محیطی است و بعد از آن موانع شروع و ادامه کار و موانع فردی در اولویت دوم قرار می‌گیرند. به عبارتی می‌توان گفت مهم‌ترین موانع پیش روی زنان از دید آنان وجود نگرش منفی نسبت به زنان، محدودیت مکانی و عکس‌العمل‌های منفی اجتماعی نسبت به حضور زنان در کسب و کار، نبود فضای امن برای زنان در جامعه و عدم وجود قوانین مناسب برای حمایت از آنها است؛ در حالی که به نظر مردان، موانع کارآفرینی زنان شامل کمبود اطلاعات و فن‌آوری کم و کمبود زمین است.

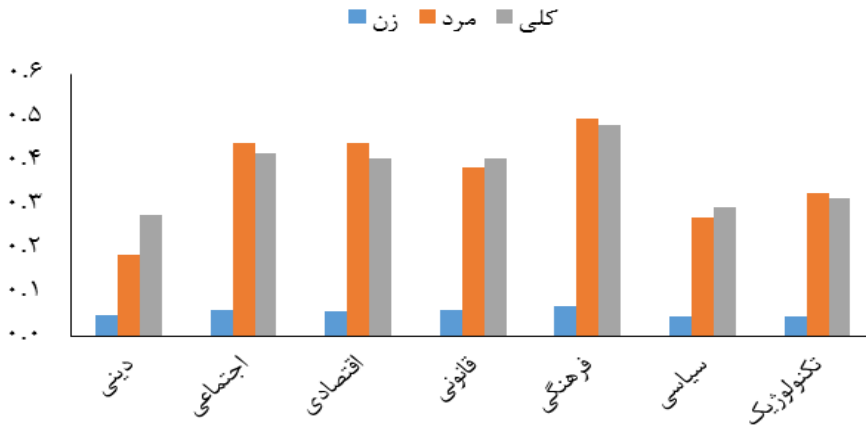
پس از تعیین وزن شاخص‌های اصلی، وزن شاخص‌های فرعی مشخص شده است. وزن و اهمیت زیرشاخه‌های مربوط به موانع اصلی کارآفرینی نیز با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی به تفکیک دیدگاه زنان و مردان و نیز در حالت کلی محاسبه شده است. نتایج در شکل‌ها و جداول زیر آمده است.



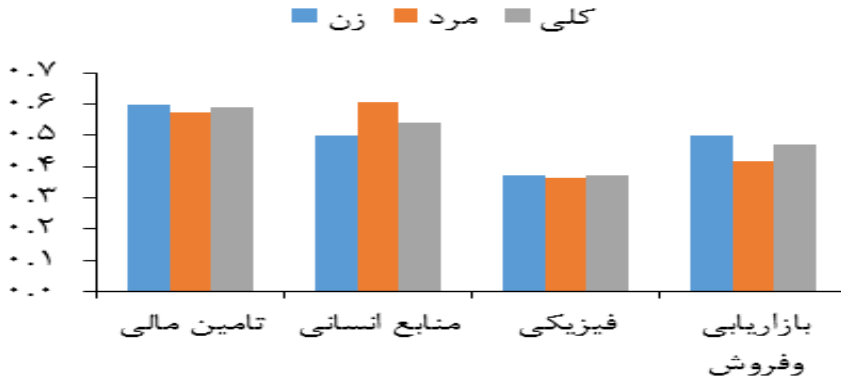
شکل ۳- وزن زیرشاخه‌های موانع فردی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی



شکل ۴- وزن زیر شاخه‌های موانع زیربنایی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی



شکل ۵- وزن زیرشاخه‌های موانع محیطی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی



شکل ۶- وزن زیرشاخه‌های موانع سازمانی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

۶	۵	۶	دینی	محیطی
۲	۳	۲	اجتماعی	
۳	۴	۲	اقتصادی	
۳	۲	۳	قانونی	
۱	۱	۱	فرهنگی	
۵	۶	۵	سیاسی	
۴	۶	۴	تکنولوژیک	سازمانی
۱	۱	۲	تامین مالی	
۲	۲	۱	منابع انسانی	
۴	۳	۴	فیزیکی	
۳	۲	۳	بازاریابی و فروش	
۲	۲	۲	دشواری کسب سرمایه	
۱	۱	۱	تمایل کم به راه اندازی کسب کار پیچیده	
۵	۶	۴	مشکل دسترسی به خدمات و توسعه کسب و کار	
۹	۷	۶	مشکل دسترسی به محصولات و بازار	
۱۰	۸	۹	ناتوانی در تقسیم وظایف بین افراد	
۷	۳	۷	بی تجربگی در برنامه ریزی مالی	شروع و ادامه کار
۴	۵	۳	کمبود یا نبود برنامه ریزی برای هدایت سرمایه	
۸	۶	۶	دشواری جلب مشتری	
۶	۴	۶	تلاقی امور شرکت با امور شخصی	
۱۲	۱۰	۷	موقعیت جانبی ضعیف	
۳	۱	۵	تامین سرمایه	
۳	۴	۳	کمبود مهارت حرفه ای	
۵	۸	۳	شیوه های ضد رقابتی	

جدول ۳- رتبه بندی زیرشاخه‌های مانع فردی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

کلّی	زن	مرد	زیرشاخه	مانع/زیرشاخه
۵	۴	۶	خجالتی بودن	درونی
۴	۳	۵	فقدان انگیزه	
۳	۵	۱	نبود الگو	
۵	۶	۴	نبود حمایت معنوی	
۲	۲	۳	کمبود جسارت	
۱	۱	۲	ترس از شکست	
۲	۲	۳	عدم استقلال طلبی	ویژگی شخصیت

۵	۴	۳	عدم خلاقیت
۳	۳	۳	عدم اعتماد به نفس

جدول ۴- رتبه بندی زیرشاخه‌های مانع محیطی با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی

۱	۱	۲	عدم ریسک پذیری	
۴	۵	۱	عدم انعطاف پذیری	
۵	۷	۲	مهارت مدیریتی	
۳	۶	۱	تجربه قبلی کارافرینی	
۷	۷	۴	نرخ باروری	
۲	۱	۶	وضعیت تاهل	
۹	۷	۶	سطح تحصیلات	جمعیت شناختی
۲	۲	۵	وضعیت اقتصادی	
۱	۱	۵	رشته تحصیلی	
۴	۳	۳	مشارکت در کسب و کار	
۶	۴	۵	سن	
۸	۵	۶	تعداد فرزندان	
۱	۲	۱	نبود فرصت مناسب برای حضور در برنامه آموزشی	
۳	۵	۱	پایین بودن حضور زنان در مسائل کارشناسی	علمی
۳	۳	۲	پایین بودن حضور زنان در برخی رشته ها	
۲	۱	۳	تبعیض در تربیت	
۴	۴	۴	فرزندان	
۲	۲	۱	خانواده همسر	خانواده
۱	۱	۲	همسر	
۳	۳	۳	خانواده اولیه	
۱	۱	۱	توفیق طلبی	انگیزه
۲	۲	۱	اقتصادی	

کلّی	زن	مرد	زیرشاخه	مانع/زیرشاخه
۳	۲	۴	نگرش محافظه کارانه	اجتماعی
۴	۵	۲	کمبود منابع تامین شده از سوی شبکه های حمایتی	
۳	۳	۳	کمبود تغییرپذیری	
۲	۱	۳	تعدد نقش زنان	
۵	۴	۵	وجود احکامی مثل طلاق، حق حضانت	
۱	۱	۱	کمبود حمایت خانوادگی	اقتصادی
۵	۴	۴	نازل بودن حقوق زنان	
۴	۵	۲	بدون مزد بودن کار خانگی	
۳	۳	۲	عدم ارتقا بر مبنای شایستگی	
۲	۲	۱	نرسیدن به مقام بالا با وجود تحصیلات بالا	
۱	۱	۲	عدم خروج زن از کشور بدون اجازه شوهر	قانونی
۳	۳	۳	قوانین ناظر بر اشتغال	
۱	۱	۱	هنجارها	فرهنگی
۶	۶	۴	عدم مشارکت در ابعاد صنعتی و اجتماعی	
۴	۴	۳	نبود آگاهی در ابعاد صنعتی و اجتماعی	
۵	۵	۴	ارزش های خودجوش	
۳	۳	۲	باورهای جنسیتی	
۲	۲	۳	فرهنگ اقتدارگرایی مردسالار	

جدول ۵- رتبه بندی زیرشاخه‌های مانع سازمانی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

کلّی	زن	مرد	زیرشاخه	مانع/زیرشاخه
۲	۲	۴	عدم اعتماد به زنان	منابع انسانی
۱	۲	۲	نگرانی در مورد کار خارج از خانه	
۵	۵	۵	نگرانی در مورد مسئولیت پذیری	
۳	۱	۱	حساسیت همسران	
۳	۳	۳	نابابوری نسبت به توانایی زنان	
۴	۴	۲	ناپسند بودن مواجهه با مردان	تامین مالی
۳	۲	۲	دسترسی نابرابر به دارایی ها	
۴	۴	۴	نرخ مالیات بالا	
۱	۲	۱	فقدان سرمایه	
۲	۱	۳	مشکل دریافت وام	

۵	۵	۵	صدور مجوز	
۲	۴	۱	مشتری انحصاری	بازاریابی و فروش
۱	۱	۲	بازاریابی	
۳	۲	۳	فروش	
۳	۳	۲	صادرات	
۲	۱	۱	کمبود امکانات سخت و نرم افزاری	سازمانی/فیزیکی
۱	۱	۱	مشکل تامین مواد اولیه	

همان گونه که ملاحظه می‌شود، در بعد موانع فردی، مهم ترین مانع از دیدگاه زنان انگیزه و از دید مردان، ویژگی‌های شخصیتی است. به نظر مردان زنان دارای اعتماد به نفس نبوده و از نظر خلاقیت دارای درجه پایینی هستند.

از نظر زنان، کمبود اطلاعات و از نظر مردان فن‌آوری و کمبود اطلاعات مهم ترین موانع زیربنایی هستند.

در بعد محیطی، از دید هر دو گروه مانع فرهنگی به عنوان مهم ترین مانع شناخته می‌شود که مربوط به جامعه و نگرش منفی مردم نسبت به حضور زنان در جامعه و داشتن کسب و کار است. چرا که عقیده بر آن است که زنان باید در خانه بمانند و کار خانه را انجام دهند و از دخالت در کار مردان خودداری کنند. این نحوه برخورد در سازمان‌های اقتصادی- اجتماعی نیز به چشم می‌خورد. این برخوردها یا به صورت مستقیم و اظهار نظر منفی در مقابل ابتکارها و نوآوری‌ها بروز پیدا می‌کند و یا به صورت تأخیر در ایجاد و توسعه کسب و کار و عدم ارائه امکانات لازم و برخورد بی‌تفاوت با موضوع نمایان می‌گردد. برای بسیاری از کارگزاران سازمان‌ها به ویژه در شروع کار، پذیرش این موضوع که یک زن به طور مستقل و جدا از چتر حمایتی یک مرد بتواند با ابتکار عمل، خلق و ایجاد یک ایده، کسب و کار جدیدی تأسیس نماید، آسان نیست.

در بعد سازمانی، از منظر زنان و مردان به ترتیب موانع تأمین مالی و منابع انسانی در اولویت قرار دارند. تأمین سرمایه برای زنان یکی از مشکلات اساسی است، چرا که مراکز مالی از دادن سرمایه به دلیل عدم اعتماد به زنان خودداری می‌کنند. تعداد زیادی از کارآفرینان به دلیل محدودیت‌های مالی نتوانسته‌اند حضوری فعال در ایجاد بازارهای جدید برای محصول خود داشته باشند و در نتیجه فروش محدودی داشته‌اند. همچنین مردان اعتقاد دارند عواملی مثل حساسیت همسران، موجب بروز مشکل در کارآفرینی می‌شود، چرا که مردان با فعالیت همسرانشان در بنگاه‌های اقتصادی و ایجاد یک حرفه یا شغل مخالف هستند.

در بعد شروع و ادامه کار، از دیدگاه زنان و مردان تمایل کم به راه‌اندازی کسب و کار پیچیده در اولویت قرار دارد، چرا که معتقدند زنان در کارهایی با ریسک بالا حضور پیدا نمی‌کنند.

در بعد درونی، از دیدگاه مردان، خجالتی بودن و از دیدگاه زنان، نبود حمایت معنوی موانع مهمی می‌باشند. همچنین در بعد شخصیت، از دیدگاه مردان عدم استقلال‌طلبی، عدم خلاقیت، عدم اعتماد به نفس و از دیدگاه زنان، عدم انعطاف‌پذیری دارای اهمیت بالا می‌باشند. انعطاف‌پذیری مربوط به آن بعد شخصی افراد است که می‌خواهند میان مسئولیت‌های خارج و داخل منزل تعادل برقرار کنند. ملاحظه می‌شود در خصوص بعد درونی و بعد شخصیت نظرات زنان و مردان کاملاً متفاوت است.

در بعد جمعیت‌شناختی، از دیدگاه مردان، تعداد فرزندان و از دیدگاه زنان، مهارت مدیریتی، نرخ باروری و سطح تحصیلات مهم‌ترین موانع می‌باشند. افزایش نرخ باروری سبب نزول اشتغال زنان می‌شود. همچنین سهم زنان شاغل با تحصیلات عالی نسبت به کل اشتغال زنان بسیار محدود است.

در بعد خانواده از دیدگاه زنان و مردان، تعداد فرزندان و در بعد انگیزه، از دیدگاه زنان انگیزه اقتصادی بالاترین رتبه را دارند. زنان معتقدند باید وابستگی خود را در تأمین نیازهای مالی از مردان و یا پدرانشان از بین برده و با فعالیت در جامعه و احساس استقلال به کارآفرینی بپردازند. در خصوص شاخص‌های فرعی مربوط به موانع محیطی (Golrad, 2007; Ghorbanipour and Saberi, 2012) (جدول ۴)، در بعد اجتماعی، از دیدگاه مردان، وجود احکامی مانند طلاق و از دیدگاه زنان، کمبود منابع تأمین شده از سوی شبکه‌های حمایتی در اولویت قرار دارد. زنان معتقدند به دلیل وجود نگرش منفی به زنان، دریافت تسهیلات بانکی و تأمین منابع از طریق شبکه‌های حمایتی، با مشکل مواجه است.

در بعد اقتصادی، از دیدگاه مردان، نازل بودن حقوق زنان و از دیدگاه زنان، بدون مزد بودن کار خانگی در اولویت قرار دارد.

در بعد قانونی، از دیدگاه زنان و مردان قوانین ناظر بر اشتغال مهمترین مانع کارآفرینی زنان است. قوانین ناظر بر اشتغال مانند اشتغال نیمه وقت زنان و مقررات در زمینه مرخصی زایمان محدودکننده حیطه اشتغال زنان است.

در بعد فرهنگی از دیدگاه مردان، عدم مشارکت در ابعاد صنعتی و ارزش‌های خودجوش و از دیدگاه زنان عدم مشارکت در ابعاد صنعتی بالاترین اولویت را به خود اختصاص داده است.

در خصوص زیرشاخه‌های مانع سازمانی (جدول ۵) در بعد انسانی، از دیدگاه مردان، خصوصیات فردی و از دیدگاه زنان، نگرانی در مورد مسئولیت‌پذیری در اولویت بالاتر قرار گرفتند. زنان معتقدند هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و

مردان (امور بیرون منزل) و مسأله تعدد نقش زنان آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند.

در بعد مالی، از دیدگاه مردان و زنان صدور مجوز مهم ترین مانع است. برای شروع یک کار و برای گرفتن مجوز باید زمانی طولانی را صرف کرد.

در بعد بازاریابی و فروش، از دیدگاه مردان، فروش و از دیدگاه زنان، مشتری انحصاری دارای بالاترین اولویت هستند. برخی کارآفرینان به دلایل تأخیر در دریافت اقساط قراردادهای منعقد شده با مشتریان به ویژه کسب و کارهایی که دارای مشتریان تقریباً انحصاری است، با مشکل نقدینگی مواجه هستند.

نتیجه‌گیری

از آنجا که زنان بخش قابل توجهی از نیروی کار جامعه را تأمین می‌کنند، عملکرد کارآفرینانه آنان در رشد و توسعه اقتصادی جامعه بسیار قابل توجه است. جامعه‌ای که خواهان رشد و شکوفایی است، باید موانع موجود بر سر راه کارآفرینی زنان را به حداقل ممکن برساند. در ایران موانع متعددی در خصوص کارآفرینی زنان وجود دارد که مانع موفقیت آنان در فعالیتهای اقتصادی می‌شود. بنا بر اهمیت وجود این موانع، در این تحقیق به به شناسایی و اولویت‌بندی این موانع پرداخته شد. ابتدا ۶ مانع اصلی شامل موانع فردی، سازمانی، محیطی، شغلی، زیربنایی و موانع شروع و ادامه کار و شاخص‌های فرعی مربوط به آنها شناسایی و دیدگاه زنان و مردان کارآفرین به صورت مجزا مورد بررسی قرار گرفت. این موانع با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی، اولویت‌بندی شد. نتایج نشان داد که از دید زنان مهم ترین موانع کارآفرینی، موانع محیطی و بعد از آن موانع فردی و موانع شروع و ادامه کار می‌باشد. اما از دیدگاه مردان مهم ترین موانع در ابتدا موانع زیربنایی و سپس موانع محیطی است. در خصوص شاخص‌های فرعی موانع کارآفرینی نیز از دیدگاه مردان، خجالتی بودن، عدم استقلال طلبی، عدم خلاقیت، عدم اعتماد به نفس، تعداد فرزندان، وجود احکامی مانند طلاق، نازل بودن حقوق زنان، عدم مشارکت در ابعاد صنعتی و ارزش‌های خودجوش، خصوصیات فردی و فروش بزرگترین موانع کارآفرینی زنان می‌باشند؛ در حالی که از دیدگاه زنان، نبود حمایت معنوی، مهارت مدیریتی، نرخ باروری و سطح تحصیلات، انگیزه اقتصادی، کمبود منابع تأمین شده از سوی شبکه‌های حمایتی، بدون مزد بودن کار خانگی، عدم مشارکت در ابعاد صنعتی، نگرانی در مورد مسئولیت‌پذیری و مشتری انحصاری در بالاترین رتبه‌بندی قرار گرفتند. دیدگاه زنان و مردان در خصوص موانع تعداد فرزندان، قوانین ناظر بر اشتغال و صدور مجوز دارای رتبه‌بندی یکسانی بود.

با توجه به اینکه کارآفرینی زنان عامل بسیاری از پیشرفت‌ها و موفقیت‌ها در عرصه‌های متعدد می‌باشد، لذا اصلاح برخی ابعاد ساختاری جامعه در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و حقوقی لازم است تا مسیر کارآفرینی زنان رو به توسعه باشد. چالش‌های زن کارآفرین در ایران که عموماً در حوزه مسائل فرهنگی می‌باشد و ریشه در باورها و ذهنیت‌های جامعه دارد باید مورد توجه قرار گیرد. علاوه بر این، محو یا کاهش تبعیض‌های جنسیتی و پذیرش هر چه بیشتر زنان در صحنه اقتصادی و اجتماعی، ایجاد تسهیلات لازم برای دسترسی زنان به تحصیلات و کسب دانش و مهارت‌های مدرن فنی و مدیریتی، معرفی الگوهای موفق زنان کارآفرین در اجتماع، بالا بردن سطح دسترسی زنان به منابع، شناسایی فرصت‌های شغلی و انجام خدمات حمایتی در این مورد و کاهش مراحل اداری تاسیس و اداره شرکت‌ها ضروری است. همچنین، اعطای وام‌های بلاعوض یا کم بهره از طریق تشکیل صندوق‌های قرض‌الحسنه و اعتبارت خرد ویژه زنان کارآفرین، اصلاح نظام مالیاتی ضروری است. همچنین شناسایی دقیق عوامل موثر بر فرآیند اشتغال و کارآفرینی زنان و مطالعات راهبردی در این زمینه برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد.

References

- Arasti, Z. and Akbari-Jokar, M.R. (2006). Evaluation of methods to communicate with a network of Iranian women entrepreneurs and their impact on business start-up. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 4: 5-22. (In Persian).
- Arasti, Z. (2006). Iranian Women Entrepreneurs: The Effective Socio Cultural Structures of Business Start-up. *women in development and politics*, 4(14): 93-120. (In Persian).
- Ansari, M., Nabipour, M. and Haghghi, M. (2010). Strategies for removing barriers to women's entrepreneurship in Tehran, *Business and Society*, 129: 104-114. (In Persian).
- Aramon, H., Mirghafoori, H. and Zare-Ahmadabadi, H. (2011). The impact of internal and external factors on women's entrepreneurial behavior. *Journal of Women and Culture*. 3(8): 9-22. (In Persian).
- Adrian, M. H., Kirouac, S., and Sliwinski, A. (1999). Women entrepreneurship in Canada: All that glitters is not gold, *Universal Occasional Paper*, 38: 1-13.
- Albrecht, G.H. (2003). How friendly are family friendly policies?, *Business Ethics Quarterly*, 13(2): 177-92.
- Bertaux, N. (2007). Learning about women, *Development entrepreneurship*, 12(4): 467-478.
- Cowling, M. and Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 16(3): 167-175.
- Collins, O., Moore, D.G. (1970). *The organization makers*. Englewood Cliffs: Appleton-Century-Crofts.

- Delmar, F. and Holmquist, C. (2004), Promoting entrepreneurship and Innovative smes in a global economic, The second OECD conference of ministers responsible for small and medium, towards a more responsible and inclusive globalization, Turkey, 13-29.
- Demori, D., Nejati, M., Monfared, S. (2009), Identify and rank the fuzzy motivations: study of girl students of economics and TOPSIS entrepreneurship Yazd University student girl with accounting approach, Journal of Women's Studies Sociological and Psychological, 7(21), 7-22 (In Persian).
- Das, M. (2001). Women entrepreneurs from India: problems, Motivations and success factors. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 15(4): 63-84.
- Ghadermarzi, H., Jamshidi, A.R, Amini, D, Nazari, H., (2015), Identifying the Barriers to Entrepreneurship Development for Rural Women (Case Study: Shalil Village - Ardal County), Scientific Publications System, 5(17), 103-118.
- Golrad, P. (2008), Productivity of Iranian women entrepreneurs. Journal of Business Research, 12(46): 179-209 (In Persian).
- Golrad, P. (2007). Characteristics, motivations and goals that encourage women for business development. Journal of Business Research, 11(44): 267-295 (In Persian).
- Golrad, P. (2004). Designing a model of entrepreneurship development for women in Iran, Islamic Azad university thesis, Science and research Branch (In Persian).
- Halkias, D, Nwajiuba, C., Harkiolakis, N. and Caracatsanis, S. (2012). Challenges facing women entrepreneurs in Nigeria, Challenges facing women entrepreneurs in Nigeria, Management Research Review, 34(2): 221-235.
- Hatcher, C., Terjesen, S. and Planck, M. (2007). Towards a new theory of entrepreneurship in culture and gender: A grounded study of Thailand's most successful female entrepreneurs. Australia: AGSE, 337-347.
- Hisrich, R.D. and Brush, C.G. (1987). Women entrepreneurs: A Longitudinal Study, In Frontiers of Entrepreneurial Research, Cambridge, MA: Babson College, 187-199.
- Javaheri, F., Ghezavati, S. (2004). Effect of gender inequality on women's entrepreneurship in Iran: the obstacles to women's entrepreneurship. Iranian Journal of Sociology, 5(2): 161-178.
- Javaheri, F, Ghezavati, S. (2008), Barriers to women's entrepreneurship. Business and Society, 102: 74-77. (In Persian).
- Jozee, N. (2005). Gender justice, women's rights and empowerment. Conference on women entrepreneurs in Commerce, Commerce Research Center, 63-71.
- Knorr, H. (2011). From top management to entrepreneurship: women's next move? International Journal of Manpower, 32(1): 99-116.
- Karimian, M.T. and Amir-Latifi, F. (2007). Studying the obstacles and challenges of women entrepreneurship university graduates seeking job in Golestan province. National Conference on Higher Education and Entrepreneurship: Past, Present, Future (In Persian).

-
- Gosselin, H. and Grise, J. (1990). Are women owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey, *Journal of business ethics*, 9(5): 423-433.
 - Mat, I., Razak, R. (2011). Attributes, Environment Factors and Women Entrepreneurial Activity: A Literature Review, *Asian Social Science*, 7(9): 124-130.
 - Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship Management Journal*, 6:163-181.
 - Mehregan, M.R. (2004). *Advanced Operations Research*, Academic book publishing, First Edition. Tehran. (In Persian).
 - Moghimi, M. (2004). Social entrepreneurship. *Approach*, Number 29: 77-107. (In Persian).
 - Mirghafori, H., Sayadi, H and Taheri, M. (2009). Explanation and analysis of barriers affecting women's entrepreneurship. (Case study: Yazd). *Research a change management*, 1: 47-64. (In Persian).
 - Niyazi, M. (2008). Sociological analysis of the factors affecting university women's entrepreneurship. *Economy, Business and Society*, 102: 6-57. (In Persian).
 - Nawaz, F. (2009). Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh. *Bangladesh Development Research Center (BDRC)*.
 - Peykarjou, K. and Aliasghary, F. (2008). Organizational entrepreneurship and entrepreneurial organizations. a research, innovation and entrepreneurship, *Institute for Strategic Research of the Expediency Council*. (In Persian).
 - Roshaniya, D., Khademi, R. and Ghoudi, S. (2015), Challenges and Obstacles of Women's Entrepreneurship, *Social, Scientific and Cultural Workers and Society Monthly*, 88, 64-74 (In Persian).
 - Rabiei, A., Nazarian, Z, (2013), Studying the Obstacles of Entrepreneurship among Iranian Educated Women, *Innovation and Creativity in the Humanities*, 2(4), 1-26. (In Persian).
 - Rostamalezadeh. V, A., Jamezadeh, P. (2018), Investigating the Factors Affecting the Success of the Entrepreneurial Women in Tehran, *Shaheed Chamran University of Ahwaz*, 12(3), 147-172 (In Persian).
 - Sheikhan, N. (2011), Programms for women entrepreneurship developement in selected countries, *Social welfare*, 40: 259-286 (In Persian).
 - Saber, F. (2006), *The ways to women's Entrepreneurship Development*, Third Edition, *Intellectuals and women's studies*, Tehran (In Persian).
 - Soleimani.N A., Talebi, K. (2016), Reviewing Challenges and Barriers to Women's Entrepreneurship Development in Iran, *The First National Congress of Women in Iran* (In Persian).
 - Tlaiss, H.A. (2014), Women's Entrepreneurship, Barriers and Culture: Insights from the United Arab Emirates, *The Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 289-320.
 - Ribes-Giner, G., Moya-Clemente, I., Cervello-Royo, R. and Perello-Marin, M.R. (2018), Domestic economic and social conditions empowering female entrepreneurship, *Journal of Business Research*, 89, 182-189.
 - Shateriyan, M., Nasrabadi, Z., Mansourian, F. (2017), An Analysis of the Obstacles to Entrepreneurship in Rural Women in Kashan City, *Quarterly Journal of Rural Space and Rural Development*, 6(21), 181-196 (In Persian).

- Shastri, R.K. Sinha, A. (2010). The socio-cultural and economic effect on the development of women entrepreneurs (with special reference to India), *Asian Journal of Business Management*, 2(2): 30-34.
- Schumpeter, J. (1975). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
- Suarez-Ortega, M. and Gálvez-García, R. (2017). Motivations and decisive factors in women's entrepreneurship. A gender perspective in education and professional guidance, *Social and Behavioral Sciences* 237, 1265 – 1271.
- Ylienen. P. and Chechurina, H.M. (2001). Perceptions of female entrepreneurship in RUSSIA. 30 European Small Business Seminar in Ghent, 1-40.
- Yasori, M, Ghorashi, M. and Vatankhah, J. (2015), Identifying barriers and strategies for entrepreneurship development in rural women in Gurab-e-Pooh district, *Rural Quarterly Journal*, 6(2), 323-342 (In Persian).

