

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی پروانه گلرد*

چکیده: مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیتهای کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته ای در سلامت اقتصاد ملتها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می دهد فعالیتهای اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیتهای جهان را تشکیل می دهد (کانتر، ۲۰۰۲، ۱۱).

فعالیهایی اقتصادی زنان در جهان و جهت گیری آنان به سمت فعالیتهای کارآفرینانه به دلایل متعددی جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیتهای مؤثر است. بررسی این عوامل می تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفاء نماید. در این پژوهش به منظور ارائه مدلی جامع از توسعه کارآفرینی زنان، تلاش شده است که مهمترین شاخصها و عوامل مؤثر شناسایی و رابطه بین آنها تعیین گردد.

به همین منظور پس از انجام مطالعات نظری، مدل اولیه ای طراحی شد و بر اساس آن توسعه کارآفرینی با شاخصهای رشد، ایجاد و نوآوری تبیین و عوامل مؤثر در ۴ بخش فردی، شبکه ای، سازمانی و محیطی در نظر گرفته شده است. سپس با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه، نظرات خبرگان کارآفرینی مورد تجزیه و تحلیل آزمون های آماری قرار گرفت.

بعد از تعدیل مدل اولیه، براساس نظر خبرگان، مدل مذکور در جامعه آماری مورد آزمون (۱۳۹ زن کارآفرین ایرانی) با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. نتایج حاصل از آزمون ها نشان داد که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل مؤثرتر است. همچنین مهمترین انگیزه ها و اهداف زنان در کسب و کار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه و مهمترین ویژگی آنان توفیق طلبی و خلاقیت است. نتایج بیانگر آن است که زنان کارآفرین با شبکه اولیه ارتباطی، رابطه قوی دارند و عوامل و شرایط محیطی کشور، شرایط مساعد و سوق دهنده ای برای توسعه کسب و کار زنان محسوب نمی شود و زنان ایرانی در توسعه کارآفرینی با موانع محیطی جدی روبرو هستند.

واژه های کلیدی: اشتغال، ایران، توسعه، زنان، کارآفرینی، عوامل فردی، عوامل سازمانی، عوامل شبکه ای، عوامل محیطی، فعالیت های کارآفرینانه

مقدمه

زنان با کارآفرینی می‌توانند تواناییهای خود را آشکار سازند و موانعی که در بروز استعدادها و خود دارند رفع نموده و هر روز بیشتر و بیشتر بر جسارت‌های خود بیفزایند.

زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌نماید (سیمور، ۲۰۰۱: ۲). اما میلیون‌ها زن در این کشورها با موانع ساختاری و فرهنگی در کسب و کار مواجه‌اند و مشکلات متعددی مانند فقدان سرمایه، منابع و قدرت اقتصادی را تحمل می‌کنند.

در کشور ما نیز، زنان نیمی از آحاد جامعه (۴۹/۲٪ جمعیت کشور) را تشکیل می‌دهند که بخش قابل توجهی از آنان متقاضیان مهارت دیده و دارای تحصیلات عالی هستند به طوری که بیش از ۶۵ درصد ظرفیت دانشگاه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند اما نرخ بیکاری زنان دارای آموزش عالی در سال‌های اخیر به ۲۱ درصد رسیده است (مرکز مطالعات و تحقیقات زنان، ۱۳۸۲) و نرخ بیکاری کل زنان در کشور در سال ۱۳۸۳، ۱۲/۵ درصد بوده که از رقم مشابه برای مردان (۸/۴ درصد) بیشتر است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۳).

عدم تعادل موجود در نیروهای بازار کار نشان می‌دهد که محدودیت‌های فرهنگی و ساختاری تاثیر قابل توجهی در کسب و کار و سرمایه‌گذاری زنان ایرانی دارد. بدیهی است که جذب این سرمایه ملی در سازمان‌های دولتی موجود که اکثراً با تورم نیروی انسانی مواجهند، عملی نیست، لذا بنابه ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی، رویکرد اصلی و خودجوش جامعه، برای غلبه بر مشکلات و بحران‌های موجود توجه به کارآفرینی است. تا از این طریق زنان جوان، خصوصاً فارغ التحصیلان دانشگاهی به راه اندازی کسب و کارهای مستقل ترغیب و تشویق شوند و با ایجاد فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ۱۰۳

(بیکاری) را پایان بخشند. هدف اصلی در این پژوهش، ارائه الگوی بومی از توسعه کارآفرینی زنان ایران است.

تعریف زنان کارآفرین

زنانی که به تنهایی، یا با مشارکت و یا از طریق ارث کسب و کاری را ایجاد کرده و با قبول خطرات مالی و مسؤلیتهای اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی در اداره امور روزانه شرکت جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد یا گسترش دهند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند (لاوی دینا ۱۹۹۵: ۲).

چارچوب نظری

به منظور تشریح رابطه علی بین متغیرها و ارائه مدلی جامع، مفاهیم و نظریه های که در تدوین مدل تحقیق استفاده شده است، تبیین می گردد. پدیده کارآفرینی مفهومی بین رشته‌ای است که صاحب‌نظران از دیدگاههای مختلف آن را ارزیابی کرده اند.

اقتصاددانان شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی می‌دانند. در تئوری‌های اقتصادی نقش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. در مقابل روانشناسان با هدف ارائه نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان، مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان می‌پردازند و وجود ویژگیهای مشخص را شرط لازم برای تحقق کارآفرینی می‌دانند. از مهمترین ویژگیهای مورد توافق آنان می‌توان به توفیق طلبی، تمایل به پذیرش مخاطره‌های معتدل، تحمل ابهام، استقلال طلبی، مرکز کنترل داخلی، پراورزی، با انگیزه و متعهد اشاره کرد. عدم توانایی روانشناسان در ارائه مدلی جامع و عدم ارائه معیارهای معین و روشن برای ارزیابی ویژگیها در افراد سبب شده تا جامعه‌شناسان دیدگاههای جدیدی را نسبت به کارآفرینی ارائه کنند. با روی آوردن جامعه‌شناسان و دیگر اندیشمندان علوم

مدیریت به مطالعه کارآفرینی، نظریه‌های اجتماعی فرهنگی شکل گرفت. آنان با درنظر گرفتن خصوصیات فرد کارآفرین و با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را همچون فرآیندی معرفی نمودند که سرانجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد. از جمله مهمترین عوامل مورد بررسی در رویکرد رفتاری می‌توان به سوابق و تجربیات فردی و هم چنین به تأثیرات محیطی و فرهنگی بر فرد اشاره کرد.

از دیگر تلاش‌های دانشمندان علوم اجتماعی ارائه نظریه شبکه‌های اجتماعی است. طبق این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود با تسهیل کنند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۳۱).

بنابراین براساس ابعاد و نظریه‌های مختلف کارآفرینی اشاره شده، با توجه به جنبه ویژگی‌ها و یا رفتار کارآفرینان، دو دسته مدل توسط محققین ارائه شده است. مدل‌های محتوایی که بادیگاه روانشناسانه این مدل‌ها تدوین شده است و مدل‌های فرآیندی که براساس فرآیند فعالیت‌های کارآفرینان و با در نظر گرفتن عوامل محیطی و تاثیر آن بر کارآفرینی شکل یافته است. این دسته از مدل‌ها به دو دسته رویدادی و چند بعدی تقسیم می‌شود.

مدل‌های رویدادی کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه ریزی، اجرا و کنترل می‌کند. طرفداران این دیدگاه معتقدند که بروز برخی عوامل محیطی در اتخاذ تصمیم فرد به کارآفرین شدن، تأثیر تعیین کننده ای دارد (کوراتکو و هاجتس، ۱۹۸۹: ۲۴) و در مدل‌های چند بعدی کارآفرینی یک چارچوب و پیچیده است که کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین، ویژگی‌ها، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار نظام و سازمان را در بر می‌گیرد.

در این پژوهش، با توجه به موضوع تحقیق «طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران» از نظریه‌های روانشناسی، اجتماعی، فرهنگی و شبکه‌های اجتماعی، بهره گرفته شده است. بر

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ۱۰۵

اساس نظریه های فوق و به منظور تدوین مدل تحقیق از مدل فرآیندی رویدادی بایگریو، مدل فرآیند چند بعدی ویلیام گارتنر و مدل یکپارچه نیاولی و فوگل استفاده شده است. از نظر این محققین عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی، سازمانی، روانی و محیطی هستند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۱۳۵).

پیشینه تجربی تحقیق

تحقیقات و مدل‌هایی که شاخص‌های موفقیت و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان را توصیف نماید محدود می باشد، بنابراین سعی شده است در این تحقیق با توجه به موضوع تحقیق از بررسی‌هایی که تا کنون انجام شده، استفاده گردد.

مطالعات نشان می دهد که عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان در چهار حوزه فردی، سازمانی، شبکه ای و محیطی مورد بررسی قرار گرفته اند و هر یک از محققین مدل خود را بر اساس این عوامل ارائه کرده ان. (شسیر و گریگوریو ۱۹۹۶؛ لرنر، هیسریچ و براش ۱۹۹۷؛ هیسریچ و براش ۲۰۰۰؛ ارهان و ودان ۲۰۰۱؛ مولر و همکارانش ۲۰۰۱؛ مولر ۲۰۰۲ در منابع پایانی نیامده است).

در این تحقیق از دو مدل لرنر، هیسریچ و براش (۱۹۹۷)، هیسریچ و براش (۲۰۰۰) بیشتر از سایر مدلها بهره گرفته شده است. مدل لرنر، هیسریچ و براش (۱۹۹۷)، عملکرد زنان کارآفرین را از ۵ جنبه تئوریکی بررسی کرده است. عوامل مؤثر در عملکرد زنان کارآفرین در این تحقیق انگیزه‌های فردی و اهداف، یادگیری اجتماعی، ارتباطات شبکه ای، سرمایه انسانی و تأثیرات محیطی است. برای ارزیابی عملکرد کسب و کار زنان شاخصهای سود، درآمد حاصل از فروش سالیانه، دریافتی ماهیانه، اندازه مشاغل در نظر گرفته شده است. در نهایت با بررسی روابط بین عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و عملکرد آن، این محققین مدل خود را ارائه نموده‌اند (لرنر، هیسریچ و براش ۱۹۹۷: ۳۲۲)

هیسریچ و براش (۲۰۰۰) نیز با توجه به تفاوت‌های زنان و مردان عوامل تاثیرگذار در عملکرد زنان کارآفرین اعم از عوامل فردی، سازمانی، محیط صنعتی و همچنین تأمین منابع، استراتژی و خط مشی‌ها را بررسی نمودند. آنها به منظور اندازه‌گیری عملکرد زنان کارآفرین از سه شاخص استفاده کرده‌اند. عملکرد اقتصادی، عملکرد شخصی اقتصادی و عملکرد اجتماعی. (براش و هیسریچ، ۲۰۰۰: ۱۰-۵).

بررسی پژوهش‌های انجام شده قبلی نشان دهنده تأثیر عوامل ذکر شده در ترویج کارآفرینی زنان در کشورهای غربی است. اما در مورد بهبود وضعیت کارآفرینی زنان در جامعه ایران تحقیقی صورت نگرفته است. پژوهش حاضر در پی پر کردن این خلاء تحقیقاتی و ارائه الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران بر مبنای یافته‌های تحقیقاتی انجام شده است.

روش تحقیق

این مقاله بر اساس یافته‌های تحقیق میدانی تدوین یافته است. در این پژوهش اطلاعات مربوط به تدوین ادبیات تحقیق و تنظیم پرسشنامه‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای جمع‌آوری گردیدند. براساس ادبیات کارآفرینی زنان مدل اولیه شاخصها و عوامل موثر در توسعه فرآیند فعالیت‌های کارآفرینانه زنان ایرانی بدست آمد. برای تست این مدل در جامعه ایران، پرسشنامه‌ای طراحی شد و با جمع‌آوری نظرات خبرگان کار آفرینی مدل اولیه اصلاح شد. آنگاه اطلاعات واقعی کارآفرینان مورد مطالعه از طریق پرسشنامه و مصاحبه بدست آمد و نتایج ارزشمندی حاصل شد.

متغیرهای تحقیق

در این پژوهش، توسعه کارآفرینی متغیر وابسته و عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان، متغیرهای مستقل می باشند.

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ۱۰۷

متغیر وابسته: منظور از توسعه کارآفرینی ایجاد و رشد کسب و کار زنان ایرانی است که بر اساس ۳ شاخص ایجاد (ایجاد یک یا چند کسب و کار، خرید سهام)، رشد و نوآوری ارزیابی شده است.

متغیرهای مستقل: در این تحقیق، عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان متغیرمستقل می‌باشد، که در چهار دسته کلی: عوامل فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی بررسی شده‌اند.

◀ **عوامل فردی:** این عوامل در سه دسته ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه انسانی، انگیزه‌ها و اهداف بررسی شده‌اند.

◀ **عوامل شبکه‌ای:** شبکه ارتباطی زنان کارآفرین که از دو بخش شبکه اولیه و ثانویه تشکیل شده است.

◀ **عوامل سازمانی:** عناصر تشکیل دهنده عوامل سازمانی عبارتند از: حمایت مدیریت از کارآفرینی، تشویق مدیریت به نوآوری، تفویض اختیار، فرصت زمانی در کارآفرینی، توسعه گروه‌های کارآفرینی، توسعه بینش مشترک، محدودیت‌های سازمانی.

◀ **عوامل محیطی:** این عوامل در ۶ دسته به صورت زیر بررسی شده است:

عوامل اقتصادی: این عوامل شامل بیکاری و نوع فعالیت‌های زنان است.

عوامل اجتماعی: این دسته از عوامل در سه بخش، الگوی نقش، واقعه مهم در زندگی و تضاد نقش به تفکیک بررسی شده‌اند.

عوامل فرهنگی: این عوامل در دو بخش رسمی و غیر رسمی مورد بررسی قرار گرفتند.

فرهنگ رسمی، هنجارها و قواعدی هستند که از طرف دولت و مراجع رسمی تعیین می‌شوند که همان قوانین و مقررات، نظام آموزشی جامعه و مذهب است. فرهنگ غیررسمی، قواعدی است که مردم برای روابط اجتماعی خود تنظیم کرده‌اند و به‌طور خودجوش به وجود آمده است که شامل مراسم سنتی، عرف، عادات و رسوم و... می‌شود (ملک‌پور، ۱۳۸۱: ۸۲).

عوامل بین‌المللی: شامل عضویت در سازمان بین‌المللی کار و عضویت در کنوانسیون رفع تبعیض زنان است.

عوامل سیاسی: شامل سیاستهای دولت و قوانین است.

عوامل تکنولوژیکی: بکارگیری تکنولوژی اطلاعات و استفاده از تجارت الکترونیک و متغیرهای توصیف‌کننده عوامل تکنولوژیکی است.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیات اصلی

- فرضیه اصلی ۱: عوامل فردی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.
- فرضیه اصلی ۲: عوامل شبکه‌ای با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.
- فرضیه اصلی ۳: عوامل محیطی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.

فرضیات فرعی

- فرضیه فرعی ۱-۱ - انگیزه‌ها و اهداف با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.
- فرضیه فرعی ۱-۲ - ویژگی‌های شخصیتی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱-۳ - سرمایه انسانی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲-۱ - عوامل اجتماعی و اقتصادی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲-۲ - عوامل فرهنگی رابطه معناداری با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان دارد.

فرضیه فرعی ۲-۳ - عوامل سیاسی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی زنان رابطه معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲-۴ - عوامل تکنولوژیک با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه معناداری دارد.

حجم نمونه

در این تحقیق دسترسی به حجم جامعه آماری امکان پذیر نبود، زیرا آماری از زنان کارآفرین ایرانی موجود نبود. در نتیجه از آزمون مقدماتی بهره گرفته شد به همین منظور ۲۰ عدد پرسشنامه توزیع گردید و در سطح اطمینان ۹۵ درصد، و حداکثر میزان خطای استاندارد از فرمول ذیل در تعیین حجم نمونه استفاده شده است.

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{d^2}$$

Z = آماره نرمال استاندارد است و برای سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با $1/96$ است.

p = درصد توزیع صفت در جامعه یعنی نسبت درصد افرادی که دارای صفت مورد مطالعه هستند، می باشد.

q = درصد افرادی که فاقد آن صفات در جامعه هستند که pq نمونه (۲۰ تایی اولیه) برای سؤالات طراحی شده به طور میانگین حدود ۲۵ درصد به دست آمده است.

d = بیانگر خطای برآورد استاندارد می باشد، بیشترین اشتباه استاندارد موجود در بین متغیرهای بیش آزمون می باشد. (آذر، ۱۳۷۸: ۲۱۲) که در این تحقیق حداکثر خطای مزبور (۰/۰۸۵۷) است. بنابراین مطابق مولفه های فرمول فوق، حجم نمونه آماری برابر ۱۳۳ به دست می آید.

$$n = \frac{(1/96)^2 (0/25)}{(0/085)^2} = 132/92$$

با توجه به احتمال بی پاسخ ماندن برخی از پرسشنامه ها و یا ارائه پاسخهای غیر دقیق و ناکافی، ۲۵۰ پرسشنامه از دو طریق توزیع و جمع آوری گردید. ابتدا با مراجعه به دفتر بانوان وزارت کشور، تعداد ۱۵۰ پرسشنامه از طریق آن دفتر ارسال گردید که ۷۰ پرسشنامه قابلیت تحلیل داشت. لذا در مرحله بعد با مراجعه به نمایشگاههای ارائه کننده فعالیتهای زنان کارآفرین،

وزارت بازرگانی، وزارت تعاون، سازمان صنایع کوچک، اتحادیه های صنوف مختلف و سایر مراجع ذیربط در زمینه کسب و کار، لیستی از زنان صاحب کسب و کار تهیه گردید. نمونه ای به روش تصادفی ساده از لیست مذکور انتخاب و به منظور اطمینان از کارآفرین بودن زنان با هر یک از آنان مصاحبه انجام شد، آنگاه ۱۰۰ پرسشنامه توزیع و جمع آوری گردید که ۶۹ پرسشنامه قابل ارزیابی بود. بنابراین از مجموع پرسشنامه های توزیع شده در دو مرحله، ۱۳۹ پرسشنامه قابل ارزیابی تشخیص داده شد و مورد تحلیل قرار گرفت.

در این تحقیق بر اساس روش آلفا کرونباخ، اعتبار پرسشنامه خبرگان برابر با ۹۱ درصد و اعتبار پرسشنامه زنان کارآفرین ۸۵ درصد برآورد شده است. این برآورد بیانگر اعتبار بسیار بالای ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق می باشد.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است. در توصیف متغیرهای جمعیت شناختی از تحلیل توصیفی و به منظور تحلیل داده ها و جهت پاسخگویی به فرضیات تحقیق از آزمون های آماری استفاده شده است. در این تحقیق به منظور تعیین شاخص ها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان، از آزمون دو جمله ای و برای اولویت بندی شاخص ها و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی از آزمون تحلیل واریانس فریدمن و جهت آزمون فرضیه ها از آزمون همبستگی استفاده شده است.

خصوصیات جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق را زنانی تشکیل میدهند که ویژگی های ذیل را دارا هستند:

- کسب و کاری را ایجاد کرده و آن را اداره نمایند.
- حداقل یکسال از فعالیت آنها گذشته باشد.
- تعداد کارکنان آنان حداقل از یک نفر بیشتر باشد.
- دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند.

ویژگیهای کلی زنان کارآفرین

بررسی نتایج توصیفی نشان داد که سن متوسط زنان کارآفرین در این مطالعه ۳۷ سال

است، جوانترین زن کارآفرین ۲۰ سال و مسن ترین ۶۰ سال سن داشتند.

اکثریت قابل ملاحظه ای از پاسخ دهندگان (۶۲/۴ درصد) متأهل بودند. تعداد زیادی از زنان

کارآفرین در این مطالعه، دارای تحصیلات عالی بودند (۶۷/۱ درصد از زنان تحصیلات دانشگاهی

داشتند که ۴۶ درصد از آنها مدرک لیسانس و ۱۱ درصد از آنها مدرک فوق لیسانس یا دکترا

داشتند. در میان کارآفرینانی که تحصیلات دانشگاهی داشتند (۵۶/۴ درصد) در رشته علوم انسانی

و بقیه در رشته علوم پایه، فنی مهندسی، هنر و طراحی، تحصیلات خود را گذرانده بودند.

دوره‌های آموزشی که کارآفرینان گذرانده بودند، به طور متوسط ۵/۵ ماه بود. فعالیت زنان

کارآفرین در این بررسی بیشتر در بخش خدمات است که با رشته تحصیلی و دوره‌های آموزشی

آنان ارتباط معناداری را نشان می‌دهد.

زنان کارآفرین در این بررسی (۷۸/۵ درصد) تجربه قبلی در کسب و کار داشته اند و

اکثریت قابل ملاحظه ای از پاسخ دهندگان در کسب و کار خود، با دیگران مشارکت

داشتند (۷۶/۵ درصد).

مهمترین ویژگیهای زنان کارآفرین ایرانی در این بررسی به ترتیب اولویت عبارتند از:

توفیق طلبی، خلاقیت، انعطاف پذیری و مهمترین انگیزه‌ها و اهداف آنان، علاقه مندی به کسب و

کار فعلی، کسب قدرت و اعتبار جامعه و نیاز اقتصادی می باشد.

همچنین نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که (۴۷ درصد) از پدران زنان کارآفرین، کسب و کار

مستقل داشتند، همسران زنان کارآفرین نیز اکثراً کارفرما بودند (۵۷/۷ درصد)، در نتیجه احتمال

دارد پدران و همسران کارفرما در زندگی زنان کارآفرین ایرانی به عنوان الگو، نقش بسزایی در توسعه کارآفرینی آنان داشته باشند.

(۵،۵۴درصد) از همسران زنان کارآفرین دارای تحصیلات عالی بودند. با توجه به آنکه (۷،۴۷درصد) از زنان که همسرانشان تحصیلات عالی داشتند لیسانس و بالاتر از آن بودند، احتمال دارد که سطح تحصیلات همسران زنان کارآفرین ایرانی با توسعه کارآفرینی آنان ارتباط معناداری داشته باشد.

عمر متوسط کسب و کار زنان در این بررسی ۹ سال بود. اکثریت زنان در این مطالعه، فعالیتشان در بخش خدمات (۶۲ درصد) متمرکز بود و فقط ۳۸ درصد در بخش تولیدی فعالیت داشتند. تعداد کارکنان زنان کارآفرین در آغاز فعالیتشان بطور متوسط ۹ نفر بود که تعداد آنان در زمان بررسی به ۲۳ نفر بطور متوسط افزایش یافته است که بیانگر رشد کمی کارکنان و توسعه کسب و کار زنان می باشد.

بررسی اجمالی میزان فعالیت زنان کارآفرین در عرضه محصولات یا خدمات نشان دهنده آن است که اکثریت قابل ملاحظه ای از زنان کارآفرین در این بررسی، محصولات و خدمات خود را به بازارهای محلی ارائه می دادند. نتایج نشان داد که زنان ایرانی هم مانند زنان سراسر جهان در تامین منابع با مشکل مواجه اند. گزارشات متعدد GEM^۱ و تحقیقات زیادی که تا به امروز در این رابطه انجام شده بیانگر این موضوع است.

^۱ .Global Entrepreneurship Monitor

مدل اولیه تحلیل

مدل اولیه تحقیق، متشکل از شاخصها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان، توسط خبرگان کارآفرینی مورد ارزیابی قرار گرفت، خبرگان کارآفرینی که در این تحقیق نظراتشان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت ویژگیهای ذیل را دارا هستند:

میانگین سنی خبرگان ۳۹ سال می باشد و اکثریت سن بالای ۳۰ سال داشتند، ۶۳ درصد مدرک دکتری و ۲۷ درصد دارای مدرک فوق لیسانس بودند، میانگین تجربه آموزشی خبرگان در کارآفرینی ۵سال و میانگین تجربه تحقیقاتی در کارآفرینی شان ۳/۵ سال است، ۸۵ درصد خبرگان استاد دانشگاه و محقق بودند و میانگین سابقه کاری آنان ۱۳ سال است، همچنین ۱۷ درصد از خبرگان زن بودند. شاخصها و عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان مورد تأیید از نظر خبرگان در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول ۱: عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان

عوامل فردی	
انگیزه ها و اهداف	عوامل شبکه ای
ویژگیهای شخصیتی	
سرمایه انسانی	
دوستان نزدیک و مجرب	شبکه اولیه
ارتباط با انجمنهای تخصصی زنان	شبکه ثانویه
ارتباط با انجمنهای تجاری	
ارتباط با مشاوران تخصصی	
الگوی نقش	عوامل اجتماعی
تأثیر پذیری از وقایع مهم	
تضاد نقش	
رسمی	عوامل فرهنگی
غیر رسمی	
سیاستها و خط مشیها	
قوانین	عوامل سیاسی
بکار گیری IT در کسب و کار	
استفاده از تجارت الکترونیک در کسب و کار	
	عوامل تکنولوژیک

جدول ۲: شاخصهای توسعه کارآفرینی زنان

ایجادیک یا چندکسب و کار	ایجاد
خرید سهام	
فروش	رشد
سود	
رشد در منابع انسانی	
در محصول یا خدمات	نوآوری
در روش تولید	
بازار	

لازم به ذکر است عوامل سازمانی، اقتصادی، بین المللی از نظر خبرگان کارآفرینی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان محسوب نمی‌شوند.

شاخصها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان

براساس نظر خبرگان مدل تحقیق به شکل فوق اصلاح گردید و در بین جامعه آماری مورد ارزیابی قرار گرفت. عوامل فردی در این تحقیق در سه بخش، انگیزه ها و اهداف، ویژگیهای شخصیتی و سرمایه انسانی بررسی شده اند. نتایج آزمون دو جمله ای نشان می دهد که سه عامل مذکور در توسعه کارآفرینی زنان موثرند، آزمون تحلیل واریانس نیز بیان کننده آن است که انگیزه ها و اهداف، سرمایه انسانی، ویژگیهای شخصیتی به ترتیب اولویت در توسعه کارآفرینی زنان موثرند.

نتایج نشان داد که در ایران، زنان کارآفرین فقط از طریق ارتباط با دوستان نزدیک مجرب و قابل اعتماد (شبکه اولیه) حمایت شبکه ای دریافت می نمایند و ارتباط آنان با (شبکه ثانویه) بسیار اندک است. همچنین عوامل محیطی در چهاربخش، عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی بررسی شده اند. عوامل اجتماعی در این مطالعه بر اساس سه عامل، الگوی نقش، واقعه مهم در زندگی و تضاد نقش کار آفرینان ارزیابی شدند، نتایج آزمون دو جمله ای نشان می

دهد، این عوامل، عوامل مؤثری در توسعه کارآفرینی زنان نمی باشند. وقایع حساس و مهم می‌تواند در دوران کودکی و یا بعد از ازدواج در توسعه کسب و کار زنان تأثیر داشته باشد. اما در این بررسی تعداد کمی از کارآفرینان در زندگی خود با وقایع مهم و الگو نقش مواجه بودند، بنابراین بر اساس آزمون دو جمله ای این دو عامل تأثیری در توسعه کارآفرینی زنان ندارد.

تضاد نقش، بیانگر نقشهای متفاوت، متضاد و چند مسئولیته بودن زنان کار آفرین در زندگی است. نتایج بدست آمده، نشان می دهد که این عامل تأثیر تضعیف کننده در توسعه کسب و کار زنان ایرانی ایفا می کند، همچنین وظایف متعدد زنان مانند مراقبت از فرزندان، کار داخل و خارج از منزل، همسررداری سبب تضاد نقش در آنان شده است.

همچنین عوامل فرهنگی، در دو بخش فرهنگ رسمی و غیر رسمی نیز، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته اند. چنانچه نتایج نشان می دهد فرهنگ رسمی در توسعه کسب و کار زنان تأثیر گذارند و فرهنگ غیررسمی عامل تضعیف کننده در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی محسوب می‌شود.

عوامل سیاسی نیز در دو بخش سیاستها و خط مشی دولت و قوانین دسته بندی و ارزیابی گردید. بنابر نتایج بدست آمده سیاستها و قوانین دولت در توسعه کارآفرینی زنان موثرند. همچنین تحلیلهای آماری نشان داده است که تکنولوژی اطلاعات نیز از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و کسب و کار زنان ایرانی است.

شاخصهای توسعه کارآفرینی زنان

شاخصهای توسعه کارآفرینی زنان که ارزیابی کننده میزان توسعه کارآفرینی زنان است و در این تحقیق بر اساس نتایج آزمون دو جمله ای مورد تایید قرار گرفته است، بدین شرح است: ایجاد(ایجاد کسب و کار توسط زنان کارآفرین، خرید سهام)، رشد(درفروش)، نوآوری (در محصول و در روش تولید) همچنین نتایج تحلیل واریانس بیانگر آن است(آلفا=۰۰۴٪ و $df=4$) نوآوری در روش، سهام خریداری شده، نوآوری در محصول، ایجاد کسب و کار و فروش به ترتیب اولویت، شاخصهای ارزیابی کننده توسعه کارآفرینی می باشند.

یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی و آزمون فرضیات اصلی و فرعی از آزمون همبستگی استفاده شده است که با استفاده از نتایج حاصل از آزمون‌ها مدل نهایی تحقیق ارائه شود.

در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه در جدول ذیل مشاهده می شود عوامل فردی، عوامل شبکه‌ای، عوامل محیطی، با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه معنادار، مثبت و قابل توجهی دارند. (بنابراین سه فرضیه اصلی تحقیق تایید می شود) همچنین ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه انسانی، عوامل فرهنگی، عوامل سیاسی و عوامل تکنولوژیکی نیز با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه معناداری دارند. (فرضیات فرعی مربوط به این عوامل نیز تایید می شوند) در مقابل میزان همبستگی انگیزه‌ها و اهداف و عوامل اجتماعی و اقتصادی با شاخص‌های توسعه کارآفرینی قابل ملاحظه نیست، بنابراین فرضیات مربوط به این عوامل تایید نمی شود.

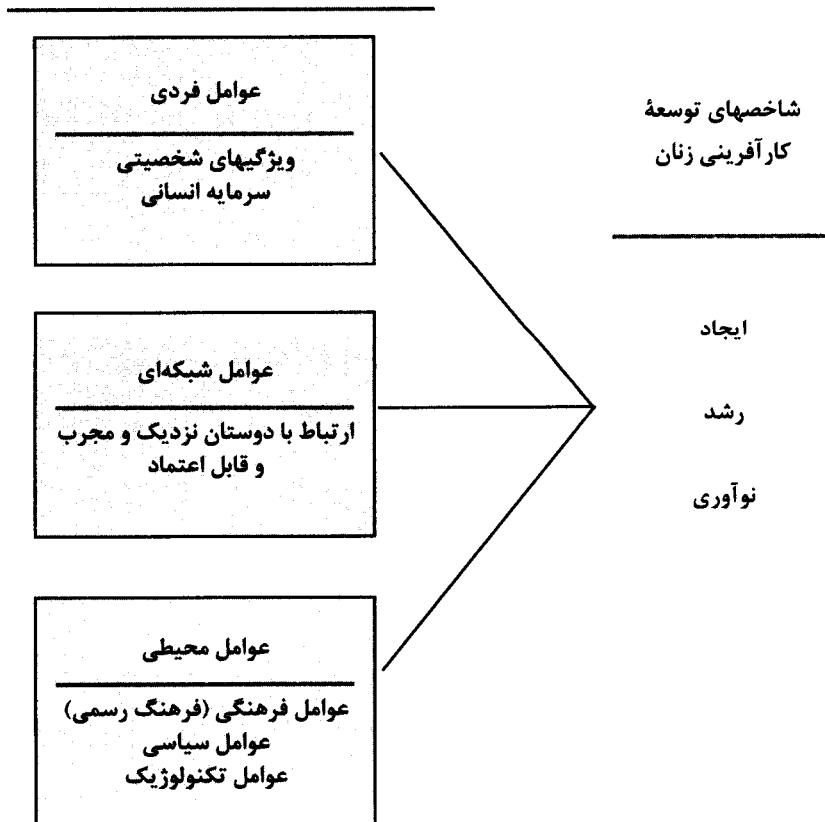
جدول ۳: نتایج آزمون همبستگی مربوط به فرضیات اصلی و فرعی

شاخص‌های توسعه کارآفرینی (ایجاد رشد و نوآوری)	میزان همبستگی	عوامل مؤثر در توسعه کارآفرین	ردیف
شاخص‌های کارآفرینی	۰/۰۳۳	انگیزه‌ها و اهداف	۱
	*۰/۲۳۲	ویژگی‌های شخصیتی	۲
	**۰/۳۲۳	عوامل جمعیت شناختی	۳
	*۰/۴۹۱	عوامل فردی	۴
شاخص‌های کارآفرینی	**۰/۴۸۸	عوامل شبکه‌ای	۵
شاخص‌های کارآفرینی	**۰/۲۳۷	عوامل محیطی	۶
	۰/۱۵۹	عوامل اجتماعی و اقتصادی	۷
	**۰/۳۵۲	عوامل فرهنگی	۸
	*۰/۲۹۶	عوامل سیاسی	۹
	*۰/۱۷۶	عوامل تکنولوژیکی	۱۰

با توجه به نتایج بدست آمده در این تحقیق و به منظور داشتن یک دید کلی و اجمالی از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان مدل ذیل ارائه می شود.

نمودار ۱- مدل نهایی توسعه کارآفرینی زنان در ایران

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان



نتیجه گیری

در مدل فوق بر اساس یافته های تحقیق، رابطه عوامل موثر با شاخصهای توسعه کارآفرینی زنان تبیین شده است. این مدل بیانگر آن است که زنان کارآفرین ایرانی با تکیه بر ویژگیهای شخصیتی و سرمایه انسانی، کسب و کار خود را توسعه می دهند.

چنانچه اشاره شد مهمترین ویژگیهای زنان کار آفرین که در این بررسی بر اساس آزمون دو جمله ای و تحلیل واریانس فریدمن تایید شده است به ترتیب اولویت عبارتند از: توفیق طلبی (۹۵درصد)، خلاقیت (۷۹درصد)، انعطاف پذیری (۶۰درصد) و ریسک پذیری (۲۰درصد) است. بنابراین در این بررسی مهمترین ویژگی توفیق طلبی است. نکته قابل توجه آن است که زنان ایرانی ویژگی انعطاف پذیری را نیز در حد بالایی دارا هستند. این ویژگی جهت انجام فعالیتهای کارآفرینی و تعادل بخشیدن بین کار بیرون و خانه برای آنان ضروری است. در مقابل ویژگی ریسک پذیری در آنان مانند زنان کارآفرین سایر کشورها، کم است. این نتایج، تحقیقات ارتوبی (۱۹۹۹)، آدرین و دیگران (۱۹۹۹) را تایید می کند.

همچنین سرمایه انسانی زنان کارآفرین ایرانی که در این تحقیق تایید شده، تحصیلات عالی، گذراندن دوره های آموزشی، تجربه قبلی و مهارتهای مدیریتی می باشد. تعداد زیادی از زنان کارآفرین (۶۷/۱ در صد) دارای تحصیلات دانشگاهی بودند و بطور متوسط دوره های آموزشی (۵/۵) ماه را گذرانده بودند. در این بررسی ۷۸/۵ درصد از زنان تجربه قبلی در کسب و کار داشته اند. مهارتهای مدیریتی زنان کارآفرین عبارتند از مهارتهای ادراکی (۹۶درصد)، انسانی (۹۳درصد) و مهارتهای فنی (۹۲ درصد) و فقط ۲۱/۵درصد شغل فعلی اولین کار آنها بود. این نتایج اهمیت مهارتهای مدیریتی به ویژه توانایی در ارائه ایده و سروکار داشتن با مردم را که ارتباط نزدیکی با عملکرد کارآفرینان زن دارد را بیان می کند.

نتایج نشان داد که در ایران، زنان کارآفرین فقط از طریق ارتباط با دوستان نزدیک مجرب و قابل اعتماد، حمایت شبکه ای دریافت می نمایند و ارتباط با مشاوران تخصصی، عضویت در انجمنهای تجاری و تخصصی زنان (شبکه ثانویه) بسیار اندک است. (این مطلب نشان دهنده آن است که سایر عوامل شبکه ای در نظر گرفته شده در این بررسی برای زنان ایرانی موجودیت واقعی خود را نیافته و یا به علت مسئولیتهای متعدد در انجام وظایف خانه و بیرون از خانه و کمبود وقت امکان استفاده از انجمنها و سازمانهای تخصصی موجود ولو اندک، برایشان مقدور نیست. یافته‌های فوق نتایج تحقیقات بلکرت و همکارانش (۱۹۹۱) را تایید می‌کند.

شرایط محیطی کشور، اعم از وضعیت سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه کارآفرینی زنان مؤثرند. عوامل فرهنگی در دو بعد رسمی و غیررسمی، طرز تلقی و نگرش هر جامعه را از فعالیتهای اقتصادی زنان، آن کشور نشان می‌دهد نتایج بیانگر آن است که در کشور ما فرهنگ رسمی به ویژه در بخش آموزش جامعه و آموزشهای رسمی در سالهای اخیر نقش بسزایی در توسعه کسب و کار و کارآفرینی زنان داشته‌اند. اما فرهنگ غیر رسمی ما نه تنها امکان رشد کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌سازد، بلکه مانع جدی برای آنان محسوب می‌شود. به عنوان مثال حفظ نهاد خانواده یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های زنان کارآفرین در جهان است.

بر همین اساس، مسئولیت نگهداری و تربیت فرزندان و انجام وظایف خانه همواره از اموری بوده است که بر عهده زنان می‌باشد. ایجاد تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی از مهارتهای خاص زنان کارآفرین محسوب می‌شود. اما نتایج نشان می‌دهد که در جامعه ما، عرف و عادات، سنتهای گذشته و باورهای حاکم از قابلیتهای جنسیتی زنان، مانعی جدی برای حضور زنان در صحنه‌های اقتصادی باشد. به عبارت دیگر فرهنگ سنتی ما نه تنها امکان رشد کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌سازد، بلکه مهمترین مانع برای آنان محسوب می‌شود. البته این مطلب دور از انتظار نیست که زنان کارآفرین ایرانی با داشتن ویژگیهایی همچون توفیق طلبی،

استقلال طلبی، انعطاف پذیری و با توسعه تواناییهای خود از طریق ارتقاء تحصیلات، تجربه و مهارتها توانستند تا حد زیادی نگرش جامعه را نسبت به تواناییهای خود تغییر داده و بسیاری از موانع و محدودیتهای فرهنگ غیر رسمی را بر طرف نموده و فعالیتهای کارآفرینانه خود را توسعه دهند.

بنابر نتایج بدست آمده عوامل سیاسی که در دو بخش، سیاستها و قوانین دولت بررسی شده اند از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان محسوب می شوند. از مهمترین سیاستهایی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان در این تحقیق ارائه امکانات و تسهیلات بانکی است که در ذیل به برخی از آنان اشاره شده است.

سیاست تسهیلات بانکی تدوین شده در ماده ۵۴ و ماده ۵۵ قانون برنامه سوم توسعه، تسهیلاتی را برای سرمایه گذاری زنان در نظر گرفته است و در قانون برنامه سوم توسعه، توجه بیشتری نسبت به قانون برنامه اول و دوم توسعه به زنان شده است. در قانون برنامه چهارم نیز سیاستهای حمایتی دولت در رابطه با توسعه کارآفرینی زنان در مواد (۱۵۸، ۹۲، ۹۱، ۸۲، ۸۱، ۷۹، ۵۴، ۴۷) تعیین شده است.

همچنین تحلیلهای آماری نشان داده است که تکنولوژی اطلاعات از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و کسب و کار زنان ایرانی محسوب می شوند. بکارگیری تکنولوژی اطلاعات برای زنان ایرانی توانسته فرصتهای شغلی جدیدی را منطبق با خصوصیات فرهنگی آنان ایجاد کند. ویژگیهای فرهنگی جامعه ایرانی زنان را ملزم به ایجاد درآمد برای تامین خانواده نمی کند و حضور آنان را در خانه برای انجام وظایف خانه و نگهداری فرزندان ضروری می داند. از این رو استفاده از تکنولوژی اطلاعات می تواند در ایجاد و توسعه کسب و کار در خانه برای زنان نقش مؤثری ایفاء نماید.

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ۱۲۱

بطور کلی مدلی که در این تحقیق ارائه شده است هر چند به مدل هیسریچ، براش ولرنر(۱۹۹۷) نزدیک می باشد، اما بر اساس وضعیت بومی کشورمان و بر اساس خصوصیات زنان ایرانی تدوین یافته است.

پیشنهادهای و راهکارها

براساس نتایج بدست آمده و به منظور اشاعه و تقویت فرهنگ کارآفرینی، ایجاد بستر مناسب برای بروز خلاقیتها و نوآوری زنان ایرانی و بهره گیری از استعدادها و تواناییهای آنان راهکارها و تدابیر لازم پیشنهاد و ارائه می شود:

- ◀ فرهنگ سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیتهای اقتصادی.
- ◀ شناخت و تقویت انگیزه ها و ویژگیهای کارآفرینانه در زنان ایرانی، رشد و توسعه سرمایه انسانی آنان.
- ◀ حمایت از شبکه سازی و فراهم ساختن امکانات و زمینه لازم در برخورداری زنان کارآفرین از مشاوران متخصص، مشاوره مؤسسات و انجمنهای تخصصی، تجاری، صنفی.
- ◀ حفظ بنیان خانواده با تقویت و تحکیم پیوند اعضاء خانواده و تدوین برنامه های حمایتی برای زنان کارآفرین در انجام وظایف منزل و نگهداری فرزندان همراه با توسعه کسب و کار.
- ◀ کسب دانش مذهبی توسط زنان، به منظور تحقیق و تفحص درباره دستورات و نگرش مذهب به کسب و کارهای زنان مسلمان.
- ◀ تجدیدنظر و اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمانها با زنان کارآفرین و مبارزه با ناامنیهای اجتماعی به منظور حضور زنان در صحنه های مختلف اقتصادی.
- ◀ تدوین سیاستها و برنامه های آموزشی با نیازهای حرفه ای زنان توسط سیستم آموزشی کشور.

۱۲۲ پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۱، بهار ۱۳۸۴

◀ تهیه فیلم و کتاب از زندگینامه زنان کارآفرین، برگزاری سمینارها و برپایی جشنواره زنان کارآفرین در سطح ملی و اهدا جوایز به کارآفرینان برتر به منظور تشویق و ترغیب زنان به کسب و کار.

◀ تدوین خطمشی‌ها، استراتژی‌ها و قوانین مناسب توسط دولت در جهت ترویج و توسعه کسب و کارهای مستقل و خود اشتغالی زنان و رفع موانع آنان.

◀ ایجاد تسهیلات مناسب برای تأمین منابع مالی زنان کارآفرین از طریق حذف وثیقه و ضمانت‌های غیرمنطقی و غیراصولی، اصلاح قوانین مالیاتی کشور از طریق اعمال معافیت‌های مالیاتی.

◀ ایجاد تسهیلات و امکاناتی در بکارگیری خدمات اینترنتی و تجارت الکترونیک.

منابع

آذر، عادل (۱۳۷۸) کاربرد آمار در مدیریت، چ ۳، تهران: سمت، ص ۲۱۲.

احمدپور، داریانی، محمود (۱۳۸۱) کارآفرینی، چ ۴، تهران: پردیس.

مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری (۱۳۸۲) بررسی اجمالی وضعیت زنان، مدیریت آمار و برنامه‌ریزی.

قانون برنامه سوم (۱۳۷۹) توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۹-۱۳۸۳، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

لایحه برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (دی ۱۳۸۲) ۱۳۸۸-۱۳۸۴، تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.

سالنامه آماری مرکز آمار ایران ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴.

ملک پور، علی (۱۳۸۱) تعارض فرهنگی دولت و مردم در ایران (۱۳۸۰-۱۳۷۵) چ ۱، تهران: آزاد اندیشان.

مرکز مطالعات و تحقیقات زنان (۱۳۸۲) ابعاد جنسیتی بازار کار و ویژگیهای اشتغال در ایران، دانشگاه تهران

عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ۱۲۳

Adrien, Dr Marie Helen and Ms Suzzan Kirouac and Ms Alicia sliwinski (1999) "Womens entrepreneurship in Canada: All that glitters is not gold, universalia" Occasional paper, No. 38 September, pp: 71-91.

Belcourt, M, Bruke and Lee goselin (1999) the glass box women business owners in Canada, Ottawa, Antario: Canadian Advisory council on the status of women.

Brush, G and Hisrich, R, (2000) "Women-Owned Businesses, An exploratory Study Comparing factors Affecting Performance", Rise business Research Institute for Small & Emerging Business.

Ertubey, N.O. (1999) "Turkiye de kadin grisimciligi: Mevcut durum, sorunlar ve öneriler", In Turkiye de Kadin Girisimcilik (Ed.by N.Art) Test-AR Yayinlari, Ankara, pp. 223-247.

Global Entrepreneurship Monitor (2002) "executive report London Business School", Babson college Ewing Marion Kauffman foundation, www.gemconsortium-org.

Kantor Paul (2002) "promoting women s entrepreneurship development based on good practice programs": working series on women entrepreneurship development and gender in enterprises paper _ WEDGE.

Lavoie, Dina and Filion Robert (1995) "Forum sur Entrepreneurship feminin quebecois", Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal.

Lerner, M. and Brush, C7 Hisrich, R. (1997) "Israeli women entrepreneurs an examination of factors Affecting performance", Journal of Business venturing, No.12, pp: 315-339.

Mueller, s. I. Thomas, A.S Jaeger. A.M (2001) "National entrepreneurial potential: the role of culture economic development, and political history", Advances in comparative management, forthcoming.

Mueller, L, Stephen, (2002) A Cross – national Study of Gender Gaps in Potential for Entrepreneurship, Department of management, Texas Chirstian University Denver, Colorado, Agust, B, pp: 1-30.

Orhan, M, Scott Don (2001) "why Women enter into entrepreneurship an explanatory model", women in management review, Vol. 16, PP: 232-247.

Shabbir Amama, Silvana DI Gregorio (1996) "An Examination of the Relationship between women personal Goals and structural factors influencing their Decision to start A business: the case of Pakistan", journal of business venturing, pp: 507-529.

Seymour, Nicole (2001) "women Entrepreneurs in the developing world", August, caffman center for entrepreneurial leadership Digest number 01_04.