

Identification of Barriers and Strategies to Improve Women's Entrepreneurship System Using Hard and soft Operation Research Methodologies

Mahnaz Hosseinzadeh¹, Aliyeh Kazemi²

Abstract: Nowadays, women play an important role in business. In addition, entrepreneurship has a significant role in economic growth of countries. There is not any governmental agency or institute dedicated to entrepreneurship and entrepreneurs in Iran. There are only some governmental agencies and departments in the ministries supporting self-employment to some extent. These supports are public for both men and women and there are not any especial plans for female entrepreneurs. Moreover, there are lots of barriers that restrict women's entrepreneurship progress. The aims of this research are identification of women's entrepreneurship development barriers in Iran based on a holistic approach and regarding worldview of all those involved in the system, formulation of entrepreneurship barriers network and identification of key factors relating to the other barriers. In this regard, soft systems methodology has been used to identify the stockholders in the system and to identify barriers of women's entrepreneurship development. Social network analysis has also been used to map the relationships network among these barriers and to identify the key barriers. Finally, the conceptual model of systematic strategies was proposed to help improve the system.

Keywords: *Entrepreneurship development barriers, Social network analysis, Soft systems methodology, Women's entrepreneurship.*

1. Assistant Prof. of Industrial Management, University of Tehran, Tehran, Iran

2. Associate Prof. of Industrial Management, University of Tehran, Tehran, Iran

Submitted: 16 / August / 2017

Corresponding Author: Aliyeh Kazemi

Accepted: 01 / November / 2017

Email: aliyehkazemi@ut.ac.ir

Citation: Hosseinzadeh, M., & Kazemi, A. (2018). Identification of Barriers and Strategies to Improve Women's Entrepreneurship System Using Hard and soft Operation Research Methodologies. *Industrial Management Journal*, 9(4), 609-632.

شناسایی موانع و راهکارهای بهبود سیستم کارآفرینی زنان با استفاده از رویکردهای تحقیق در عملیات سخت و نرم

مهناز حسین‌زاده^۱، عالیه کاظمی^۲

چکیده: امروزه زنان در زمینه کسب‌وکار نقش مهمی دارند و کارآفرینی در رشد اقتصادی کشورها سهم بسزایی دارد. در ایران نهاد یا سازمان دولتی مختص کارآفرینی و کارآفرینان وجود ندارد و فقط در برخی از وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی، حمایت‌های محدودی از خوداشتغالی می‌شود. این حمایت‌ها عمومی است و زنان نیز همچون مردان در حد امکان از آن بهره‌مند می‌شوند و برای زنان کارآفرین برنامه ویژه‌ای وجود ندارد. علاوه بر این مشکلات زیادی وجود دارد که مانع پیشرفت کارآفرینی زنان می‌شود. هدف از این تحقیق شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با رویکرد کل‌نگر و در نظر گرفتن جهان‌بینی کلیه افراد درگیر در این سیستم، رسم شبکه موانع کارآفرینی و تعیین کلیدی‌ترین عوامل در ارتباط با سایر موانع است. در این رابطه از روش شناسی سیستم‌های نرم برای شناسایی ذی‌نفعان سیستم و موانع توسعه کارآفرینی زنان و از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی، برای ترسیم شبکه روابط میان این موانع و مشخص کردن کلیدی‌ترین موانع استفاده شده است. در نهایت مدل مفهومی راهکارهای سیستمی برای بهبود وضعیت سیستم ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: تحلیل شبکه‌های اجتماعی، روش شناسی سیستم‌های نرم، کارآفرینی زنان، موانع توسعه کارآفرینی.

۱. استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۵/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۶/۰۸/۱۰

نویسنده مسئول مقاله: عالیه کاظمی

E-mail: aliyehkazemi@ut.ac.ir

مقدمه

یکی از معیارهای ارزیابی کشورها از نظر توسعه، میزان حضور و مشارکت زنان در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی است. در کشورهای در حال توسعه به دلایل مختلف فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های مشارکت زنان در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی محدود شده است (چراتیان و قربانی، ۱۳۹۳). توجه به وضعیت اشتغال زنان و هدایت آنها به بازار کار می‌تواند زمینه بهره‌گیری بهتر جامعه از این نیروی بالقوه را فراهم آورد (اسبقی، ۱۳۸۵). بنا به اهمیت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری آنها، ضروری است که شرایط لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین فراهم شود تا با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند به معضل کنونی پایان دهند (گلرد، ۱۳۸۴). بدیهی است در مسیر رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان موانع و مشکلاتی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها به تسهیل این امر منجر خواهد شد. بنابراین مطالعه موانع کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند (جواهری و قضاوتی، ۱۳۸۳).

مسئله کارآفرینی زنان و موانع آن در ایران از جمله مسائلی است که تاکنون از یک نگاه، یعنی فقط از زاویه دید زنان کارآفرین در پژوهش‌های مختلف، به آن پرداخته شده است. با این حال علی‌رغم انجام این پژوهش‌ها در ۱۰ سال اخیر، بهبود شایان توجهی در راستای رفع این موانع صورت نگرفته است. شاید یکی از دلایل اساسی این عدم بهبود را بتوان جزئی‌نگری و نگاه محدود به مسئله‌ای دانست که عوامل و گروه‌های بسیاری در آن درگیر هستند، در حالی که بهبود در سیستم به توجه به کلیه این عوامل و افراد، تأثیر عوامل و جهان‌بینی این افراد نیاز دارد. در واقع ایجاد بهبود در سیستم، پیش از ساختاردهی سیستم و موقعیت مسئله و ایجاد آگاهی و درک متقابل از افراد و گروه‌های مختلف درگیر در سیستم امکان‌پذیر نیست. از طرفی برای رفع موانع بی‌شمار موجود در راستای توسعه کارآفرینی زنان، برنامه‌ریزی و آگاهی لازم است. گاه برخی از عوامل علت مجرد بروز عوامل دیگر و گاه برخی در اثر همزمانی با موارد دیگر موجب ایجاد عوامل جدی‌تر می‌شوند، به طوری که شاید بتوان با برطرف کردن یا ایجاد بهبود جزئی در برخی از عوامل یا موانع در شبکه ارتباطی موانع موجود، بهبودی فزاینده‌تر از تصور اولیه در کل سیستم ایجاد کرد. البته چنین نتیجه‌گیری مستلزم ایجاد محاسبات و تحلیل‌های جدی با استفاده از روش‌های پیشرفته تحلیلی است. در این پژوهش با استفاده از روش‌شناسی سیستم‌های نرم با رویکردی کل‌نگر، سیستمی و نرم، ذی‌نفعان درگیر در سیستم توسعه کارآفرینی زنان شناسایی و

وضعیت فعلی آنان در کشور ترسیم می‌شود. سپس موانع موجود از نگاه افراد مختلف درگیر مشخص می‌شود. در مرحله بعد با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی، شبکه روابط میان این موانع ترسیم شده و سپس با استفاده از مفاهیم مرکزیت در این روش، موانع کلیدی این سیستم از چندین دیدگاه کاملاً متفاوت شناسایی می‌شوند. در نهایت مدل مفهومی راهکارهای بهبود سیستم ارائه می‌شود.

پیشینه نظری تحقیق

کارآفرینی مفهومی به نسبت جدید است که شاید زاینده مشکلات اشتغال باشد. البته کارآفرینی از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون مختلف زندگی انسان حضور داشته و مبنای تمامی تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده است. تعاریف بسیاری از کارآفرینی ارائه شده که همگی کمابیش مشابه هستند و این تعریف نتیجه کلیه آنها است: «کارآفرینی فرایند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید در شرایط خطرناک از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است» (یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

در عرصه جهانی، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی، منشأ تحولات بزرگی شده‌اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار در جوامع تبیین یافته است (آراستی، ۱۳۸۵). در این راستا طی دو دهه گذشته، زنان بسیاری به عنوان کارآفرین به محیط‌های کسب‌وکار روی آورده‌اند، به طوری که حضور آنها در مکان‌های کسب‌وکار برای اداره سازمان‌های کوچک و کارآفرین، بر اشتغال و محیط‌های کسب‌وکار در سراسر جهان بسیار اثرگذار بوده است. به عنوان مثال، به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل صندوق بازنشستگی کشوری (۲۰۱۶)، بر اساس آمارها و گزارش‌های منتشرشده در زمینه کشورهای برتر جهان در حوزه کارآفرینی زنان، آمریکا با امتیاز ۸۲/۹ در جایگاه نخست جهان و استرالیا با کسب امتیاز ۷۴/۸ در جایگاه دوم قرار دارد. در زمینه شاخص کارآفرینی زنان در سال ۲۰۱۵، کشورهای بریتانیا، دانمارک، هلند، ایسلند، سوئد، فنلاند و نروژ به ترتیب در رده‌های سوم تا دهم جهان معرفی شده‌اند.

در حال حاضر در ایران نیز نیمی از جمعیت فعال کشور را زنان تشکیل می‌دهند. در سال‌های اخیر در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه ایران، رشد شایان توجهی به وجود آمده است، از این رو توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد اقتصادی کشور کمک شایانی کند. با وجود این، علی‌رغم سیر پیش‌رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای

مختلف، آمارهای موجود بیان‌گر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته است از توانمندی‌های مربوط به زنان کارآفرین استفاده کند (جواهری و قضاوتی، ۱۳۸۳)، به طوری که انجمن ملی زنان کارآفرین فقط دارای ۱۰۰ عضو است که از این تعداد ۷۰ نفر کارآفرین و ۳۰ نفر صاحب کسب‌وکار محسوب می‌شوند (پایگاه تحلیلی خبری خانواده و زنان، ۱۳۹۶). بدیهی است که در مسیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها به تسهیل این امر منجر خواهد شد.

تاکنون در زمینه موانع و چالش‌های موجود در مسیر کارآفرینی زنان، پژوهش‌های بسیاری انجام گرفته است. مهم‌ترین پژوهش‌ها در این حوزه توسط براش (۱۹۸۶) و هیس‌ریش و براش (۲۰۰۰)، صورت پذیرفته‌اند. برخی موانع و مشکلات زنان کارآفرین از دیدگاه این پژوهشگران عبارت‌اند از مشکلات راه‌اندازی (شامل کمبود مهارت‌های حرفه‌ای، تأمین سرمایه، بی‌تجربگی در برنامه‌ریزی مالی، موقعیت جانبی ضعیف، کمبود راهنمایی و مشاوره) و مشکلات ادامه کار شامل کمبود تجربه در برنامه‌ریزی مالی، تلاقی امور شرکت با مسائل شخصی، موقعیت جانبی ضعیف، کسب سرمایه و کمبود مهارت‌های حرفه‌ای، است. سازمان بین‌المللی کار موانع کارآفرینی زنان را موانع رفتاری، ایفای نقش، اجتماعی و فرهنگی، تحصیلی، شغلی، زیربنایی و قانونی می‌داند (صابر، ۱۳۸۱). فریت موانع کارآفرینی زنان را چهار دسته عوامل شامل سرمایه‌های فیزیکی، مالی، اجتماعی و انسانی معرفی می‌کند (جواهری و قضاوتی، ۱۳۸۳). اکثر پژوهش‌های انجام شده در زمینه موانع کارآفرینی زنان در کشور، همچون پژوهش‌های انجام‌شده توسط میرغفوری، صیادی تورانلو و طاهری‌دمنه (۱۳۸۸) و قربانی‌پور و صابری (۱۳۹۱)، موانع شناسایی‌شده توسط سازمان بین‌المللی کار را مبنای قرار داده و میزان اهمیت این عوامل را بررسی کرده‌اند. در این زمینه در کشور تحقیقات بسیاری انجام شده که در جدول ۱ به برخی از آنها اشاره شده است.

نکته شایان توجه در تمام این پژوهش‌ها و تحقیقات مشابه این است که موانع کارآفرینی زنان فقط از زاویه دید زنان کارآفرین بررسی شده است، در حالی که این افراد فقط بخشی از ذی‌نفعان درگیر در این سیستم هستند. از طرفی تاکنون با توجه به جهان‌بینی کلی ذی‌نفعان درگیر در این سیستم، راهکاری سیستمی ارائه نشده است. همچنین به ارتباطات علی و معلولی و شبکه‌ای میان این عوامل برای برنامه‌ریزی در راستای رفع آنها توجه نشده است. در این پژوهش سعی داریم تا خلأهای موجود در تحقیقات پیشین را پوشش دهیم.

جدول ۱. برخی پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه موانع کارآفرینی زنان

عنوان پژوهش	موانع بررسی شده در هر پژوهش
موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران (جوهری و قضاوتی، ۱۳۸۳).	۱. موانع خانوادگی، ۲. نظام تعلیم و تربیت، ۳. ناهمخوانی انتظاراتی نقش، ۴. باورهای کلیشه‌ای و ۵. مناسبات حاکم بر سازمان کار
عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان ایرانی (گلرد، ۱۳۸۴).	۱. عوامل فردی، ۲. عوامل سازمانی، ۳. عوامل شبکه‌ای و ۴. عوامل محیطی
شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه (قمبرعلی و رستمی، ۱۳۹۴).	۱. موانع مالی، ۲. موانع بازاریابی، ۳. موانع علمی، ۴. موانع خانوادگی، ۵. موانع شخصیتی و ۶. موانع فرهنگی
شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل - شهرستان اردل) (قادرمرزی، جمشیدی، جمینی و نظری‌سرمازه، ۱۳۹۴).	۱. موانع اجتماعی و فرهنگی، ۲. موانع اقتصادی، ۳. موانع آموزشی و مدیریتی، ۴. موانع روان‌شناختی، ۵. موانع فنی و ۶. موانع سیاست‌گذاری
تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن (یاسوری باسط- قرشی و وطن‌خواه، ۱۳۹۴).	۱. موانع فرهنگی، ۲. امکانات، ۳. موانع مالی، ۴. موانع فردی، ۵. موانع دولتی و ۶. موانع خانوادگی
کارآفرینی دانشگاهی: شناسایی موانع کارآفرینی دانشگاهی و راهکارهای تقویت آن (نوروزی و سریع‌القدم، ۱۳۸۸).	۱. ضعف آموزش عالی، ۲. انتظارات از حکومت، ۳. ریسک‌گریزی، ۴. نگرش نادرست به پول و ثروت، ۵. عدم توجه به آموزش حین کار و توانمندسازی افراد، ۶. رغبت پایین خانواده‌ها در امر ازدواج، ۷. موانع فرهنگی و اجتماعی، ۸. عدم اجازه مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی، ۹. ناپسند بودن مواجهه با مردان از لحاظ هنجارهای محلی، ۱۰. نگرانی از مسئولیت‌پذیری، ۱۱. کمبود سرمایه و نداشتن ابزار کار و ۱۲. عدم برابری مردان با زنان

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش با توجه به ماهیت پژوهش و بهره‌گیری از روش آمیخته، تحلیل داده‌ها نیز در دو مرحله کیفی و کمی به ترتیب صورت گرفته است. برای شناسایی ذی‌نفعان سیستم و مصاحبه با افرادی از گروه‌های ذی‌نفعان از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده که چگونگی آن طی گام‌های انجام پژوهش شرح داده خواهد شد. در گام تحلیل کیفی از روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و در گام تحلیل کمی از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی (SNA) بهره گرفته شده است.

گردآوری اطلاعات در این پژوهش در چندین مرحله انجام گرفته است. نخست برای شناسایی وضعیت کارآفرینی زنان در ایران و گروه‌های درگیر در این سیستم، به مطالعه کتب،

مقالات، آمارها و گزارش‌های موجود در این زمینه پرداخته شده است. در مرحله بعد گروه‌های درگیر در سیستم شناسایی شده و سپس به مصاحبه با این گروه‌ها پرداخته شده است. در مراحل مختلف به صورت مستمر دیدگاه‌های هر گروه به گروه دیگر منتقل شده تا بدین ترتیب وضعیت موجود کارآفرینی زنان در ایران ترسیم شود. برای شناسایی موانع کارآفرینی زنان دوباره با گروه‌های ذی‌نفع مصاحبه شد و دیدگاه‌های هر گروه به گروه دیگر منتقل شده تا با رویکردی نرم، نتایج توافق شده حاصل شود. در برخی موارد تلاش شده تا میان ذی‌نفعان مختلف، جلسات مشترکی برگزار شود. برگزاری این جلسات امکان تبادل نظر میان گروه‌های مختلف ذی‌نفعان را ممکن ساخته است. پژوهشگران در این جلسات نقش تسهیل‌کننده را ایفا کرده‌اند. در این مرحله گردآوری داده‌ها کاملاً به صورت کیفی با ماهیتی نرم صورت گرفته است. پژوهشگر به عنوان مداخله‌گر و نه مشاهده‌گر صرف، در موقعیت درگیر بوده است. همچنین برای رسم شبکه روابط میان موانع حاصل از مرحله پیش پرسشنامه‌هایی در اختیار ذی‌نفعان بررسی شده در بخش نخست، قرار گرفته است. گردآوری داده‌ها در این مرحله به صورت کمی انجام شده است. پرسشنامه‌ها با بهره‌گیری از طیف لیکرت طراحی شده‌اند. پاسخ‌دهندگان در هر پرسش میزان اثرگذاری هر مانع در شکل‌گیری عامل دیگر را در قالب این طیف مشخص کرده‌اند. بنابراین در این مرحله پژوهشگر در فرایند پژوهش، در نقش مشاهده‌گر عمل کرده است.

روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM)

تحقیق در عملیات نرم، دربرگیرنده مجموعه‌ای از روش‌شناسی‌های کیفی است که با به‌کارگیری یک یا مجموعه‌ای از این روش‌شناسی‌ها، مسائل «بدقلق» یا «آشفته» را ساختاردهی می‌کند و در اصطلاح به آن «روش‌های ساختاردهی مسئله» می‌گویند (حسین‌زاده، مهرگان و امیری، ۱۳۹۵). روش SSM مشهورترین و مورد استفاده‌ترین روش‌شناسی تحقیق در عملیات نرم با ریشه در بنیان‌های روش‌شناختی تفسیرگرایی است که نخستین بار توسط چکلند و همکاران وی در دانشگاه لنکستر مطرح شد. SSM با استفاده از مدل‌های مفهومی هدفمندی که هر یک را به چند طریق می‌توان تفسیر کرد، ساختار و چارچوبی را فراهم می‌آورد که از طریق آنها مباحث میان افراد هدایت شده و بدین صورت بین افراد با دیدگاه‌های متفاوت و گاه متعارض توافق حاصل می‌شود. گام‌ها و مراحل مختلفی در فرایند SSM وجود دارد که لزوماً این مراحل به ترتیب دنبال نمی‌شوند و عبارت‌اند از:

۱ و ۲. مواجهه‌شدن با موقعیت مسئله‌زا: این مرحله شامل ورود به موقعیت مسئله و شناسایی افراد، فرهنگ، استانداردها و ارزش‌های حاکم بر موقعیت از طریق مصاحبه و مباحثه، مشاهده، طوفان مغزی، تصاویر گویا و ... است.

۳. توسعه تعاریف ریشه‌ای: یک تعریف ریشه‌ای عبارت یا جمله‌ای است که یک سیستم ایده‌ال، اهداف آن سیستم و اینکه چه کسانی در آن درگیر خواهند بود، چه کسانی در حال حاضر در آن مشارکت دارند، چه کسانی از آن تأثیر می‌پذیرند و چه کسانی بر آن تأثیر می‌گذارند را توصیف می‌کند. برای توسعه تعاریف ریشه‌ای از تکنیکی به نام CATWOE استفاده می‌شود که از حروف نخست چند واژه دیگر به‌دست آمده است و به مالک مسئله (کارفرما) کمک می‌کند تا مسئله را با استفاده از تعاریف کلیدی فرموله کند. این واژه‌ها عبارت‌اند از:

C: مشتری: عاملان، ذی‌نفعان و قربانیان سیستم چه کسانی هستند؟

A: بازیگران: بازیگران و مشارکت‌کنندگان در سیستم چه کسانی هستند؟

T: فرایند پردازش (تبدیل): چه چیزی توسط این سیستم، تبدیل یا پردازش می‌شود. چه داده‌هایی به چه ستاده‌هایی تبدیل می‌شوند؟

W: جهان‌بینی: جهان‌بینی سیستم چیست؟

O: مالک: مالک سیستم چه کسی است؟ چه کسی قدرت متوقف کردن سیستم را دارد؟

E: عوامل و محدودیت‌های محیطی: چه محدودیت‌های محیطی باید در نظر گرفته شوند؟

۴. ساخت مدل مفهومی: یک مدل در SSM نموداری است که از مجموعه فعالیت‌ها و خطوط ارتباطی میان آنها تشکیل یافته است. این مدل‌ها به‌طور مستقیم از تعاریف ریشه‌ای استخراج می‌شوند و فعالیت‌های کلیدی را که در تعاریف ریشه‌ای وجود دارند، در قالب عباراتی بیان می‌کنند.

۵. مقایسه مدل با دنیای واقعی

۶. شناسایی و تعیین تغییرات مورد نیاز

۷. اجرا (مهرگان و حسین‌زاده، ۱۳۹۶).

در پژوهش حاضر پس از بررسی پیشینه و ادبیات پژوهش، ضمن تعریف مؤلفه‌های CATWOE ذی‌نفعان درگیر در موقعیت این مسئله شناسایی شدند. سپس به‌مصاحبه با نمایندگان از هر یک از گروه‌های ذی‌نفع پرداخته شد. روند کار بدین صورت بود که زنان کارآفرین موفق از منابع اینترنتی شناسایی شدند و پس از مصاحبه با این افراد از آنها خواسته شد تا نام کلیدی‌ترین افرادی را که طی فعالیت‌های کارآفرینانه خود با آنها در تعامل بوده‌اند یا نام آنها را به‌عنوان افراد کلیدی شنیده‌اند، عنوان کنند. پس از شناسایی اولیه این افراد، هر یک افراد دیگری را معرفی کردند. مصاحبه‌ها تا آنجا ادامه یافت که مفهوم معنادار جدیدی یافت نشد. میان برخی نمایندگان گروه‌های ذی‌نفع نیز سه جلسه مشترک برگزار شد.

سپس تصویری گویا از وضعیت کارآفرینی زنان در ایران ترسیم شد. در واقع مسیری که زنان کارآفرین برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در ایران باید طی کنند، در قالب تصاویر کارتونی به تصویر کشیده شد. در مرحله بعد دوباره با مراجعه به ذی‌نفعان و برقراری تعامل میان آنها از طریق تیم تسهیل‌کنندگان، از وضعیت مطلوب کارآفرینی زنان از دیدگاه هر گروه تعاریف ریشه‌ای عرضه شد. پس از ارائه این تعاریف، از ابزارهای کمی پژوهش استفاده شده و در مرحله بعد دوباره به گام چهارم SSM یعنی ارائه مدل مفهومی راهکارها برای بهبود وضعیت کارآفرینی زنان در ایران بازمی‌گردیم. در این مرحله نیز دوباره کلیه نتایج بر اساس نظر تمامی گروه‌های ذی‌نفع و برقراری توافق نسبی میان آنها عرضه شد.

رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی (SNA)

در مرحله کمی این پژوهش با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی، شبکه ارتباطی میان موانع شناسایی شده برای کارآفرینی زنان در ایران ترسیم شد و کلیدی‌ترین موانع در ارتباط با سایر موانع، با استفاده از مفاهیم مرکزیت در شبکه، مشخص شده‌اند. تحلیل شبکه‌ای رویکردی برای مطالعه ساختارهای اجتماعی با استفاده از تئوری گراف‌ها است (هلند و لیندهارت، ۱۹۷۹). قاعده کلی در رهیافت شبکه‌ای این است که در ابتدای امر باید ویژگی‌های روابط میان و درون واحدها بررسی شود، نه ویژگی‌های خود واحدها. مهم‌ترین ویژگی این رویکرد آن است که «کانون توجه را از افراد و ویژگی‌های آنها به جفت افراد و ارتباطات میان آنها تغییر داده است» (پارخه، واسرمن و رالسون، ۲۰۰۶). مهم‌ترین مفاهیم مطرح در تئوری شبکه‌ای عبارت‌اند از:

- شبکه: مجموعه‌ای از حداقل سه نقطه و تعدادی یال است که نشان‌دهنده وجود یا عدم وجود ارتباط میان نقطه‌ها است.
- مرکزیت: برای شناسایی و تعیین مهم‌ترین کنشگران یا ارتباطات در یک شبکه استفاده می‌شود. مرکزیت انواعی مختلف دارد که از مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: مرکزیت درجه و مرکزیت بینابینی. هر چه میزان درجه یک نقطه بیشتر باشد، دسترسی آن به منابع بیشتر بوده و مرکزی‌تر محسوب می‌شود. مرکزیت بینابینی بر اساس موقعیت کنشگران در شبکه و قرار گرفتن در کوتاه‌ترین مسیر میان جفت کنشگران دیگر محاسبه شده و دو نوع نقطه‌ای و یالی است که تفاوت آنها در اساس تحلیل و بینابین بودن یک نقطه یا یک یال است. نقطه‌ای دارای بیشترین مرکزیت بینابینی است که بینابین بسیاری از جفت نقاط دیگر قرار گرفته است (کنیس و اشنايدر، ۱۹۹۱).

در روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی از نرم‌افزارهای UCINET و NetDraw برای تحلیل یافته‌ها استفاده می‌شود. در این مرحله پرسشنامه‌هایی در اختیار ذی‌نفعان بررسی شده در مرحله

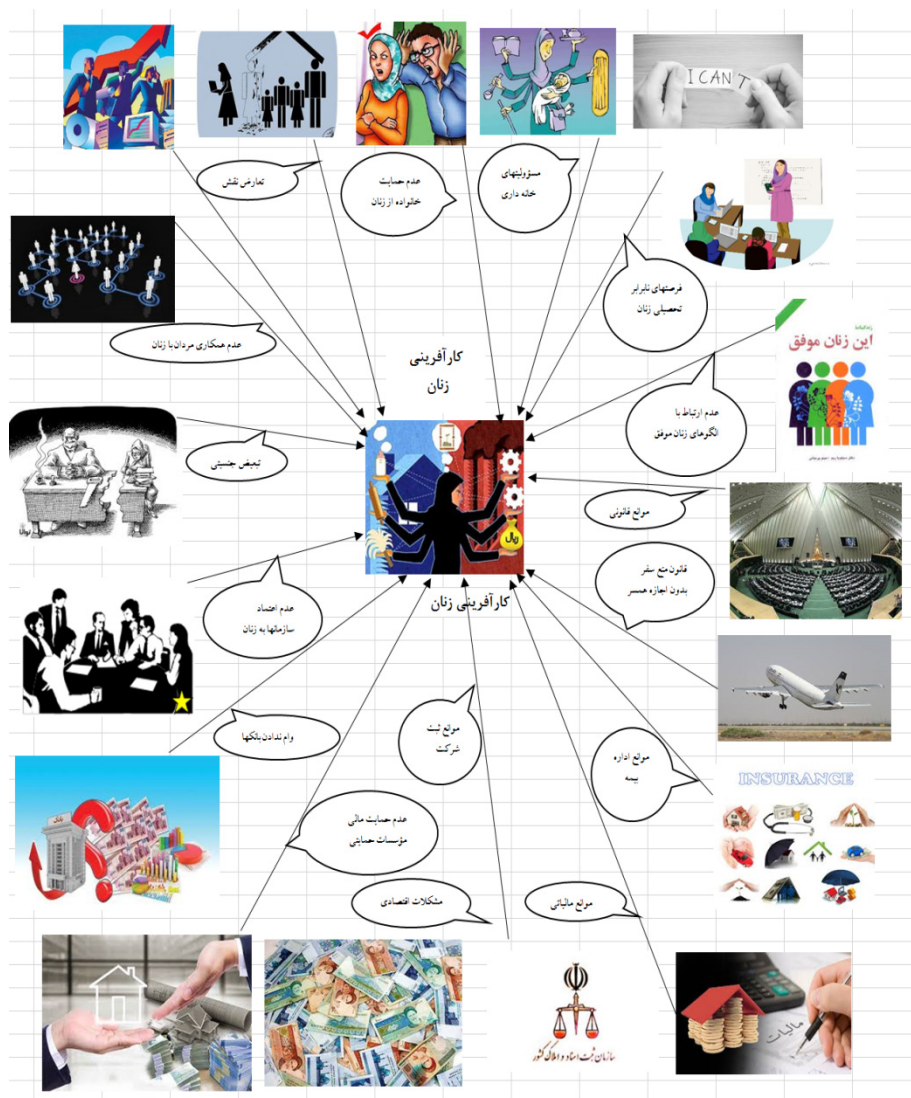
قبل قرار گرفته تا شدت تأثیر یا عدم تأثیر هر مانع شناسایی شده را بر موانع دیگر مشخص کنند. بنابراین یک ماتریس تأثیر موانع بر یکدیگر به عنوان ورودی در نرم افزار UCINET وارد شده و شبکه روابط در نرم افزار NetDraw ترسیم شده است. سپس مقادیر مختلف مرکزیت در شبکه با استفاده از امکانات دو نرم افزار محاسبه و تحلیل شده اند.

مرکزیت درجه در شبکه موانع کارآفرینی زنان، عواملی را مشخص می کند که بیشترین تأثیر را از سایر موارد می پذیرند و بیشترین تأثیر را بر شکل گیری سایر موانع دارند. این عوامل به علت تأثیری که بر سایر موارد دارند در شبکه به عنوان موانع کلیدی تلقی می شوند، بنابراین برای رفع آنها نسبت به سایر عوامل، ارزش سرمایه گذاری وجود دارد. موانع با مرکزیت های بینایی بیشتر، عواملی هستند که تأثیرگذاری بسیاری از موانع در شکل گیری موانع دیگر از طریق آنان صورت می گیرد، این موانع نیز در سیستم مسئله ای پراهمیت تلقی می شوند و با توجه به نتایج، می توان از آنها تحلیل های متفاوتی ارائه کرد.

یافته های پژوهش

تحلیل کیفی: روش SSM

مرحله ۱ و ۲. مواجه شدن با موقعیت مسئله: در این مرحله ضمن مصاحبه با افرادی از گروه های مختلف ذی نفعان، به ترسیم وضع موجود کارآفرینی زنان در قالب تصاویر گویا پرداخته شد. بدین منظور نخست از سایت انجمن کارآفرینی زنان، بانوان کارآفرین موفق شناسایی شدند. پس از انجام ۶ مصاحبه اولیه با این بانوان کارآفرین، از آنها خواسته شد تا سازمان هایی را که در فرایند کارآفرینی زنان تأثیرگذارند و به هر نحوی نقشی ایفا می کنند، معرفی کنند. بدین ترتیب بعضی از مهم ترین این نهادها از جمله وزارت کار، اداره صنایع و معادن، اداره ثبت شرکت ها، اداره مالیات، اداره بیمه، بانک ها و برخی انجمن های حمایتی معرفی شدند. سپس با افرادی که در این سازمان ها نقش کلیدی دارند مصاحبه هایی انجام شد. شایان ذکر است که با توجه به زمینه کارآفرینی، نهادهای مختلفی در این فرایند برای هر حوزه تأثیرگذارند که با برخی از این افراد نیز مصاحبه هایی انجام گرفته است. به همین ترتیب افرادی نیز شناسایی شدند که به هر نحوی موفق به ثبت و بهره برداری از ایده های خلاق خود نشده بودند. مصاحبه ها به صورت نیمه ساختاریافته انجام شدند، به طوری که چندین پرسش به صورت کلی مطرح شد، اما پاسخ دهندگان در بحث آزادانه تمامی دغدغه های خود را بیان کردند. شکل ۱ تصویری گویا برای سیستم کارآفرینی زنان نشان می دهد.



شکل ۱. تصویری گویا از موقعیت سیستم کارآفرینی زنان در ایران

مرحله ۳. توسعه تعاریف ریشه‌ای: در این مرحله، مؤلفه‌های CATWOE برای سیستم کارآفرینی زنان در ایران مطابق با جدول ۲ شناسایی شدند. همچنین ۶۰ محدودیت برای سیستم کارآفرینی زنان شناسایی شد. این محدودیت‌ها در نتیجه مصاحبه با افراد درگیر در سیستم به نحوی که گفته شد و از طریق تبادل نظرهای ایشان، شناسایی شدند.

تعریف ریشه‌ای مورد توافق نسبی برای سیستم کارآفرینی زنان در ایران عبارت است از: سیستمی که مالک آن دولت و مجلس شورای اسلامی است و توسط کارکنان وزارت کار، اداره ثبت شرکت‌ها، اداره بیمه، اداره مالیات، وزارت صنایع و معادن، وزارت جهاد کشاورزی، بانک‌ها، نهادها و مؤسسات مالی و حمایتی و ... اجرا می‌شود. در این سیستم فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، به ایجاد پیشه و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشدیابنده، اقدام می‌کند. این فرایند که مستلزم پذیرش خطر و ریسک است، به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه، ایجاد ارزش، دگرگونی اجتماعی و اقتصادی منجر می‌شود. این سیستم به وسیله محدودیت‌های رفتاری و شخصیتی، محدودیت‌های خانوادگی و ایفای نقش، محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، محدودیت‌های آموزشی و تحصیلی، محدودیت‌های شغلی، محدودیت‌های زیربنایی، محدودیت‌های قانونی، محدودیت‌های مالی، محدودیت‌های حمایتی و شبکه‌ای، محدودیت‌های سیاسی و اقتصادی و محدودیت‌های بازاریابی محدود می‌شود.

جدول ۲. مؤلفه‌های CATWOE برای سیستم کارآفرینی زنان

مؤلفه‌های CATWOE	توضیحات
C: مشتری	زنان کارآفرین، افرادی که برای آنها ایجاد اشتغال می‌شود، افرادی که از این خدمات بهره می‌برند، دولت و اقتصاد جامعه.
A: بازیگران	انجمن زنان کارآفرین (عملیاتی)، اداره بیمه (عملیاتی)، اداره ثبت شرکت‌ها (عملیاتی)، بانک‌ها (عملیاتی)، نهادهای حمایتی تأمین کننده اعتبار (عملیاتی) و وزارت صنایع و معادن (سیاست گذاری و عملیاتی).
T: فرایند پردازش (تبدیل)	کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، به ایجاد کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشدیابنده، اقدام می‌کند. این فرایند که مستلزم ریسک است، به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه منجر می‌شود.
W: جهان‌بینی	جهان‌بینی این سیستم ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از منابع به-منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است و به دگرگونی اجتماعی و اقتصادی و ایجاد مشاغل تازه و بهره‌گیری مؤثر از نیروی انسانی و منابع طبیعی می‌انجامد.
O: مالک	مالک سیستم دولت و مجلس شورای اسلامی است.
E: عوامل و محدودیت‌های محیطی	محدودیت‌های رفتاری و شخصیتی، محدودیت‌های خانوادگی و ایفای نقش، محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، محدودیت‌های آموزشی و تحصیلی، محدودیت‌های شغلی، محدودیت‌های زیربنایی، محدودیت‌های قانونی، محدودیت‌های مالی، محدودیت‌های حمایتی و شبکه‌ای، محدودیت‌های سیاسی و اقتصادی و محدودیت‌های بازاریابی.

تحلیل کمی: روش SNA

برای ورود داده‌ها در UCINET، ناگزیر به کاهش ۶۰ مانع شناسایی شده در مرحله سوم روش SSM شدیم. بدین منظور موانع با مفاهیم یکسان را با کمک نظر ذی‌نفعان در طبقات مشابه قرار دادیم و به اصطلاح ادغام کردیم و در نهایت به ۲۳ مانع دست یافتیم. در غیر این صورت باید یک ماتریس ۶۰×۶۰ توسط افراد پر می‌شد که منطقی نبود. البته پر کردن یک ماتریس ۲۳×۲۳ نیز زمان زیادی را به خود اختصاص داد، اما کاهش تعداد موانع به کمتر از این تعداد پژوهشگران را از هدف نهایی پژوهش دور می‌کرد. ۲۳ مانع یا عامل نهایی در جدول ۳ ارائه شده‌اند.

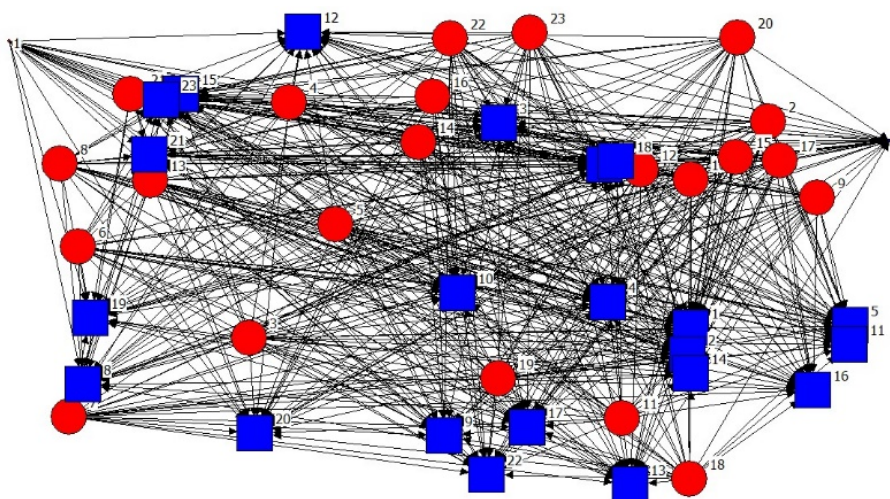
جدول ۳. موانع ادغام‌شده در سیستم کارآفرینی زنان

شماره هر مانع	موانع کارآفرینی زنان
۱	کمبود حمایت معنوی و مادی از طرف خانواده
۲	تعارض نقش بین وظایف مختلف
۳	آموزش نادرست درباره توانایی‌های زنان در خانواده
۴	دسترسی محدود زنان به فرصت‌های آموزشی
۵	عدم خودباوری و اعتماد به نفس در زنان
۶	فقدان انگیزه کافی برای کسب درآمد
۷	تحریک‌پذیری بیشتر زنان در هنگام مواجهه با شکست
۸	دشواری کسب سرمایه اولیه و تأمین نقدینگی
۹	عدم اعتماد سرمایه‌گذاران و اسپانسرها به توانایی‌های زنان
۱۰	عدم توانایی زنان در فراهم کردن وثیقه تضمینی برای راه‌اندازی یک فعالیت کارآفرینی
۱۱	ناباوری افراد به توانایی زنان و در نتیجه عدم اعتماد به زنان و پرهیز از همکاری با آنها
۱۲	باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان
۱۳	نالمنی‌های اجتماعی
۱۴	نابرابری‌های موجود در محتوای کتاب‌های درسی
۱۵	موانع قانونی محدودکننده فعالیت زنان
۱۶	فقدان مهارت مذاکره
۱۷	کمبود توانایی جسمی زنان برای تحمل فشارهای کاری
۱۸	ریسک‌پذیری پایین در زنان
۱۹	نبودن صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین
۲۰	گرایش زنان برای به تصویب و تأیید رساندن تصمیم‌های آنها از جانب دیگران
۲۱	عدم وجود یک سازمان واحد متولی کارآفرینی زنان
۲۲	کیفیت پایین یا هزینه زیاد مراکز مهدکودک
۲۳	ناآگاهی از فرایند انجام کار

در ماتریس داده‌های UCINET این موانع هم در سطر و هم در ستون وارد شدند. برای نشان دادن هر عامل یا مانع از شماره تخصیص داده شده به آن در جدول ۳ استفاده شده است. ارزش هر خانه یا درایه این ماتریس نشانگر شدت تأثیر یک عامل در سطر بر عامل دیگر در ستون است.

شبکه روابط میان موانع کار آفرینی زنان و مرکزیت درجه

شکل ۲ شبکه دووجهی مانع - مانع با توجه به مرکزیت درجه را نشان می‌دهد. دایره‌های قرمز نشان‌دهنده عوامل سطری و مربع‌های آبی نشانگر موانع ستونی هستند.



شکل ۲. نمایش نقاط بر حسب بیشترین مرکز درجه
(میزان بزرگی نقاط میزان مرکزیت درجه را نشان می‌دهد)

مرکزیت درجه خروجی به معنای تأثیرگذاری بیشتر و مرکزیت درجه ورودی به معنای تأثیرپذیری بیشتر در برخی موارد قابل تعبیر است.

در تحلیل پژوهش حاضر، مرکزیت درجه خروجی به معنای میزان تأثیرگذاری یک عامل یا مانع بر موانع دیگر است. هر چه یک عامل مرکزیت درجه خروجی بیشتری داشته باشد، عاملی ریشه‌ای‌تر و زیربنایی‌تر در شکل‌گیری عوامل دیگر است، به طوری که با حذف آن می‌توان از بروز بسیاری از موانع دیگر جلوگیری کرد.

مرکزیت درجه ورودی به معنای این است که تا چه اندازه یک عامل در اثر بروز موانع دیگر شکل گرفته است. مرکزیت درجه ورودی بیشتر برای یک عامل به این معناست که عوامل بسیاری موجب شکل‌گیری آن شده‌اند و برنامه‌ریزی برای رفع آن بدون در نظر گرفتن عوامل بسیار مؤثر بر آن، عملاً ائتلاف سرمایه و انرژی بوده و بی‌حاصل است. در عوض، مرکزیت درجه ورودی کمتر به این معناست که این عامل به‌طور نسبی مستقل از سایر عوامل شکل گرفته و برنامه‌ریزی برای رفع آن حتی بدون توجه بسیار به عوامل دیگر نیز امکان‌پذیر است. شکل ۳ مقادیر مرکزیت درجه خروجی و ورودی را برای هر یک از موانع نشان می‌دهد.

Output Log #1

File Edit

Log File Number 1

FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES

Diagonal valid? NO
 Model: ASYMMETRIC
 Input dataset: "C:\Users\mahnaz\Desktop\tarh_sandoogh\sna asli

	1	2	3	4
	OutDegree	InDegree	NrmOutDeg	NrmInDeg
12 12	15.000	10.000	68.182	45.455
21 21	14.000	0.000	63.636	0.000
14 14	13.000	1.000	59.091	4.545
3 3	13.000	4.000	59.091	18.182
2 2	12.000	7.000	54.545	31.818
19 19	12.000	1.000	54.545	4.545
11 11	11.000	17.000	50.000	77.273
7 7	10.000	13.000	45.455	59.091
4 4	10.000	14.000	45.455	63.636
1 1	10.000	11.000	45.455	50.000
17 17	10.000	2.000	45.455	9.091
5 5	9.000	17.000	40.909	77.273
23 23	9.000	3.000	40.909	13.636
18 18	8.000	16.000	36.364	72.727
13 13	7.000	3.000	31.818	13.636
9 9	7.000	17.000	31.818	77.273
6 6	6.000	16.000	27.273	72.727
10 10	6.000	16.000	27.273	72.727
15 15	5.000	5.000	22.727	22.727
16 16	5.000	7.000	22.727	31.818
22 22	4.000	0.000	18.182	0.000
8 8	4.000	14.000	18.182	63.636
20 20	2.000	8.000	9.091	36.364

DESCRIPTIVE STATISTICS

شکل ۳. مقدار مرکزیت درجه خروجی و ورودی هر یک از موانع کارآفرینی زنان

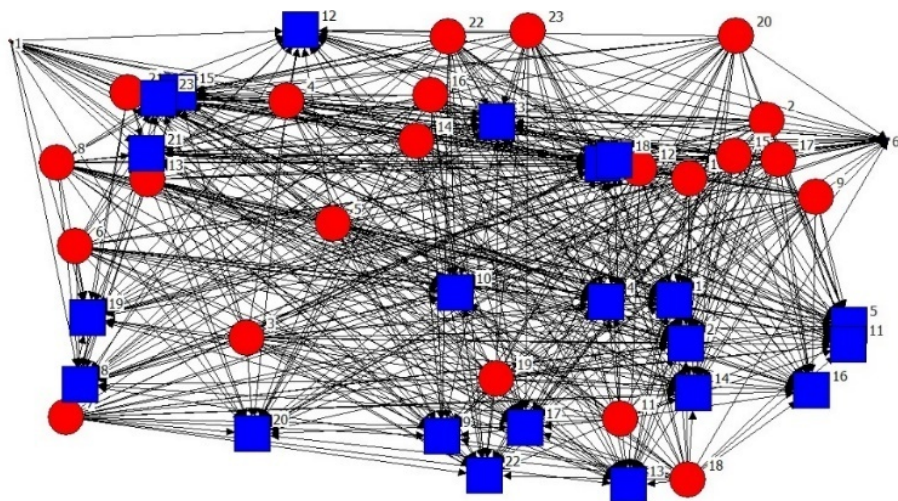
نتایج شکل ۳ نشان می‌دهد که بیشترین مرکزیت درجه خروجی مربوط به نقاط ۱۲، ۲۱، ۱۴ و ۳ است که به ترتیب مربوط به عوامل «باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان»، «عدم وجود یک سازمان واحد متولی کارآفرینی زنان»، «نابرابری‌های موجود در محتوای کتاب‌های درسی» و «آموزش نادرست درباره توانایی‌های زنان در خانواده» است.

از طرفی، موانع «ناباوری افراد به توانایی زنان و در نتیجه عدم اعتماد به زنان و پرهیز از همکاری با آنها»، «عدم خودباوری و اعتماد به نفس در زنان» و «عدم اعتماد سرمایه‌گذاران و

اسپانسرها به توانایی‌های زنان «عواملی هستند که نسبت به سایر موانع، بیشترین مرکزیت درجه ورودی را دارند و بروز آنها نسبت به سایر عوامل، معلول عوامل بسیاری است. برعکس مواردی همچون «کیفیت پایین یا هزینه زیاد مراکز مهدکودک»، «عدم وجود یک سازمان واحد متولی کارآفرینی زنان» و «نبودن صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین»، مواردی هستند که کمترین مرکزیت درجه ورودی را دارند.

محاسبه مرکزیت بینابینی

در پژوهش حاضر، از نظر مفهومی نقطه‌ای که دارای مرکزیت بینابینی بیشتری است در واقع نشان‌دهنده مانعی است که به‌عنوان واسطه بین شکل‌گیری موانع دیگر عمل می‌کند. یعنی بسیاری از موانع از طریق تأثیرگذاری بر این مانع و شکل‌گیری آن موجب ایجاد موانع دیگر می‌شوند. بنابراین نقطه دارای مرکزیت بینابینی زیاد، از عوامل مهم و کلیدی در شبکه است که با سرمایه‌گذاری بیشتر برای رفع آن می‌توان بسیاری از موانع دیگر را برطرف کرد. شکل ۴ نمایش نقاط بر حسب بیشترین مرکزیت بینابینی را نشان می‌دهد و شکل ۵ مقادیر مرکزیت بینابینی را برای هر یک از موانع نشان می‌دهد.



شکل ۴. نمایش نقاط بر حسب مرکزیت بینابینی
(میزان بزرگی نقاط میزان مرکزیت بینابینی را نشان می‌دهد.)

	1	2
	Betweenness	nBetweenness
12 12	55.733	12.063
7 7	36.959	7.979
11 11	34.871	7.548
5 5	29.181	6.316
2 2	22.818	4.939
4 4	20.592	4.457
1 1	19.433	4.206
18 18	16.783	3.633
9 9	13.787	2.984
17 17	8.742	1.892
6 6	8.544	1.849
10 10	4.942	1.070
3 3	3.333	0.721
13 13	2.741	0.593
8 8	2.273	0.492
16 16	1.618	0.350
20 20	1.230	0.266
15 15	0.883	0.191
19 19	0.833	0.180
23 23	0.803	0.174
14 14	0.000	0.000
22 22	0.000	0.000
21 21	0.000	0.000

شکل ۵. مقدار مرکزیت بینابینی هر یک از موانع کارآفرینی زنان

نتایج شکل ۴ بیشترین مرکزیت بینابینی را مربوط به نقاط ۱۲، ۷، ۱۱ و ۵ نشان می‌دهد که به ترتیب بیانگر موانع «باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان»، «تحریک‌پذیری بیشتر زنان در هنگام مواجهه با شکست»، «نابابوری افراد به توانایی زنان و در نتیجه عدم اعتماد به زنان و پرهیز از همکاری با آنها» و «عدم خودباوری و اعتماد به نفس در زنان» است. این بدین معناست که بسیاری از موانع موجب تأثیر بر این عوامل شده و در نتیجه خود این عوامل موجب شکل‌گیری موانع دیگر می‌شوند. یعنی حتی بدون حذف موانع بسیار ریشه‌ای (موانع با بیشترین مرکزیت درجه)، با سرمایه‌گذاری بر این موانع و رفع آنها می‌توان شکل‌گیری بسیاری از موانع دیگر را متوقف یا کمی کنترل کرد.

فاز دوم تحلیل کیفی: ساخت مدل مفهومی

در این بخش، با مراجعه مجدد به ذی‌نفعانی که در فاز نخست تحلیل کیفی به آنها مراجعه شده بود و ارائه نتایج تحلیل‌های کیفی و کمی، از آنان خواسته شد تا راهکارهای خود را برای رفع موانع کلیدی و دستیابی به سیستم ایده‌آل کارآفرینی زنان در ایران که در تعریف ریشه‌ای درباره آن توافق شد، ارائه کنند. در نتیجه مذاکرات متعدد میان گروه‌های مختلف ذی‌نفعان در سه جلسه مشترک و همچنین مصاحبه با برخی از افراد، مدل‌های مفهومی مختلفی رسم شدند و در نهایت دو مدل مفهومی از دو دیدگاه مختلف و برای ذی‌نفعان مختلف ارائه شد. یکی برای کل سیستم

و بهبود سیستم کارآفرینی زنان از نگاه مسئولان و دیگری از نگاه زنان کارآفرین طراحی شده است. شکل‌های ۶ و ۷ مدل مفهومی کارآفرینان و مسئولان را نشان می‌دهند. شایان ذکر است که مدل مفهومی راهکارها از اعتبار تواتری برخوردار است، زیرا طی جلسات مشترک میان ذی‌نفعان و با مداخله محققان به‌عنوان تسهیل‌کننده در جلسات و حصول توافق نسبی میان آنها حاصل شده است.



شکل ۶. مدل مفهومی راهکارهای بهبود سیستمی برای کارآفرینان



شکل ۷. مدل مفهومی راهکارهای سیستمی برای دولت و نهادهای متولی

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی موانع کارآفرینی زنان به شیوه‌ای متفاوت با تحقیقات پیشین پرداخته شده است. در تمامی پژوهش‌ها اهمیت این موانع به صورت مستقل و بدون توجه به تأثیری که

در شکل‌گیری سایر عوامل دارند، بررسی شده است. در پژوهش حاضر، اهمیت هر عامل با توجه به تأثیری که در شبکه‌ی علی‌ارتباطی موانع در سیستم کارآفرینی زنان دارند تحلیل شده است. از طرفی در تمامی تحقیقات گذشته، موانع کارآفرینی زنان فقط از نگاه یکی از گروه‌های درگیر در این سیستم شناسایی شده است، اما در این پژوهش، تمامی گروه‌های درگیر در این سیستم اعم از نهادهای مسئول و زنان کارآفرین موفق و حتی ناموفق در این تحلیل سهیم بوده‌اند.

موانع کلیدی از چندین جنبه‌ی متفاوت شناسایی شدند. نخست از بعد میزان تأثیری که در شکل‌گیری سایر عوامل دارند. نتایج تحلیل نشان داد که موانع «باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان»، «نابرابری‌های موجود در محتوای کتاب‌های درسی»، «آموزش نادرست درباره‌ی توانایی‌های زنان در خانواده» و «عدم وجود یک سازمان واحد متولی کارآفرینی زنان»، بیشترین تأثیر را در ایجاد سایر عوامل دارند. سه مانع نخست جنبه‌ی فرهنگی دارند. ابعاد فرهنگی و آموزش‌های اولیه که ذهنیت افراد و جامعه را درباره‌ی زنان شکل می‌دهند، موجب بروز موانع دیگر می‌شوند که شاید این موانع در ظاهر کمتر جدی به نظر برسند. بسترسازی فرهنگی و سرمایه‌گذاری در این زمینه مستلزم ایجاد جامعه‌ای است که قدر و ارزش زنان را دانسته و زمینه لازم برای فعالیت‌های کارآفرینانه، همراه با موفقیت و در نتیجه رشد اقتصادی و اجتماعی فراهم می‌آورد. برنامه‌ریزی برای رفع موانع فرهنگی باید از اولویت‌های نهادهای مسئول و به‌خصوص رسانه‌ها باشد. در این راستا، رسانه‌ها و دولت از طریق تبلیغات و برنامه‌های آموزشی نقش بسزایی دارند. بسترسازی فرهنگی در کوتاه‌مدت صورت نمی‌گیرد و به برنامه‌ریزی دقیق و گام به گام در این زمینه نیاز دارد. موانع فرهنگی در تحقیقات پیشین نیز مانند تحقیقات انجام‌شده توسط جواهری و قضاوتی (۱۳۸۳)، یاسوری و همکاران (۱۳۹۴) و قادرمزی و همکاران (۱۳۹۴) بسیار مهم تشخیص داده شده بودند. از طرفی «عدم وجود یک سازمان واحد متولی کارآفرینی زنان» نیز از موانعی است که به ایجاد موانع دیگر منجر می‌شود. هماهنگ نبودن نهادهای مسئول و حمایت‌کننده در زمینه کارآفرینی که فقط مربوط به زنان کارآفرین نیست و در مورد کارآفرینی مردان نیز برقرار است، زمینه بروز بسیاری از موارد است و باید در برنامه‌ریزی دولت برای شکل‌دهی و هدایت مسیر فعالیت‌های کارآفرینانه اثربخش به آن توجه شود. تأسیس چنین نهادی در وزارت کار و تهیه‌ی دستورالعمل‌ها، آموزش‌ها و حمایت‌های لازم در این نهاد از اهمیت بسیار برخوردار است. بیشتر متخصصان از پراکندگی نهادهای مربوط در این زمینه شکایت داشتند و اذعان داشتند که این پراکندگی، مسئولیت‌ها و حمایت‌ها را بسیار محدود می‌کند. شایان ذکر است که علی‌رغم تأکید بسیار متخصصان بر این امر، در هیچ یک از تحقیقات پیشین درباره‌ی این عامل بحث نشده است. از طرف دیگر موانعی همچون «ناباوری افراد به توانایی زنان و در نتیجه

عدم اعتماد به زنان و پرهیز از همکاری با آنها»، «عدم خودباوری و اعتماد به نفس در زنان» و «عدم اعتماد سرمایه‌گذاران و اسپانسرها به توانایی‌های زنان» عواملی هستند که بروز آنها به وجود موانع دیگر وابسته است. بنابراین برنامه‌ریزی برای بهبود اعتماد به نفس زنان یا طرح‌های تشویقی برای اعتماد نهادها و سازمان‌ها و اسپانسرها به زنان در واقع به‌تنهایی تأثیری ندارد، بلکه عوامل ریشه‌ای‌تری وجود دارند که موجب بروز این موارد می‌شوند و سرمایه‌گذاری بدون توجه به علل مختلف برای رفع این عوامل، بی‌نتیجه است. «باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان» و «تحریک‌پذیری بیشتر زنان در مواجهه با شکست» عواملی هستند که اکثر موانع، موجب بروز موانع دیگر از طریق آنها می‌شوند و البته در پژوهش‌های پیشین از این دیدگاه به این موانع و عوامل نگریسته نشده است. برنامه‌ریزی برای رفع این موانع نیز نتایج مثبتی در سیستم کارآفرینی زنان خواهد داشت. از آنجا که مالک سیستم کارآفرینی زنان دولت و مجلس شورای اسلامی است، وظیفه اصلی برطرف کردن موارد بالا، نخست بر عهده آنها است.

پیشنهادها

برای رفع موارد یادشده، راهکارهای زیر به مالکان سیستم پیشنهاد می‌شود. شایان ذکر است که راهکارهای ارائه‌شده مورد توافق تمامی گروه‌های درگیر در سیستم کارآفرینی زنان است و این راهکارها پیش از این در هیچ یک از تحقیقات بررسی‌شده در این پژوهش ارائه نشده است. این راهکارها عبارت‌اند از: تشکیل نهادی متولی کارآفرینی در وزارت کار، تهیه دستورالعمل کارآفرینی در نهاد متولی، تشکیل پاتوق‌های کارآفرینی، پاتوقی که در آن کارآفرینان موفق تجربیات خود را از این طریق در اختیار سایر کارآفرینان قرار دهند، ایجاد بنگاه‌های تسهیل‌گر و مشاور، تهیه بروشورها و جزوه‌های آموزشی برای کارآفرینان، شناسایی حوزه‌های سودآور تا کارآفرینان بتوانند ایده خود را در این حوزه‌ها که تقاضا برای آن وجود دارد به‌کار ببندند، ایجاد کردوری برای شناسایی مهارت‌های زنان و نیازسنجی، ارائه خدمات مشاوره‌ای حمایتی در نهاد متولی، بهبود ارتباط میان کارآفرینان و نهادهای مسئول، ایجاد تشکلهایی از زنان موفق برای تکرار الگوهای موفق در ذهن زنان تا کم‌کم به زنان بقبولانند که توانایی آنها تا چه اندازه بدون مرز است، آموزش به خانواده‌ها برای تغییر ادبیات گفتار آنها درباره دختران و توانایی‌های آنها، افزایش سهم زنان در اتاق بازرگانی و کمیسیون صنایع مجلس و ایجاد نقشه راه کارآفرینی برای زنان.

از طرفی در این سیستم نقش اصلی به عهده کارآفرینان است. راهکارهای زیر با توجه به موانع شناخته‌شده در نتیجه مدل مفهومی پیشنهاد می‌شود:

پس از شکل‌گیری ایده در ذهن، نیازسنجی و انجام تحقیقات بازار انجام گیرد، حوزه‌های سودآور شناسایی شوند تا از وجود تقاضا برای عرضه خود اطمینان حاصل شود، از بروشورها، جزوه‌های آموزشی و خدمات مشاوره‌ای نهاد متولی استفاده شود، یک طرح توجیهی و یک طرح تجاری تهیه شده و به نهاد متولی ارائه شود، شرکت در دوره‌های مهارت‌های زندگی برای رفع موانع شخصیتی، شرکت کردن در پاتوق‌های کارآفرینی، کمک‌گرفتن از بنگاه‌های تسهیل‌گر و مشاوران، استخدام یک مشاور مالیاتی، استخدام مشاور بیمه و آماده‌کردن نقشه راه کارآفرینی خود.

تقدیر و تشکر

این مقاله، نتیجه طرح تحقیقاتی مصوب صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور به شماره قرارداد ۴۲۴۳۰/ص/۹۴/مورخ ۱۳۹۴/۷/۲۸ است.

منابع

- آراستی، ز. (۱۳۸۵). زنان کارآفرین ایرانی و ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای زنانه. *پژوهش زنان*، ۱۴(۲/۱)، ۹۳-۱۲۰.
- اسبقی، م. (۱۳۸۵). کارآفرینی زنان موانع و مشکلات. قابل دسترس در <http://www.jobportal.ir>
- پایگاه تحلیل خبری خانواده و زنان (۱۳۹۶). قابل دسترس در <http://mehrkhane.com/fa/news>
- جواهری، ف؛ قضاوتی، س. (۱۳۸۳). موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران. *جامعه‌شناسی ایران*، ۵(۲)، ۱۷۸-۱۶۱.
- چراتیان، ا؛ قربانی، س. (۱۳۹۳). تحلیل آثار سیاست‌های پولی و مالی بر کارآفرینی (با تأکید بر بخش زنان). *توسعه کارآفرینی*، ۷(۴)، ۷۹۳-۷۷۳.
- حسین‌زاده، م؛ مهرگان، م.ر؛ امیری، م. (۱۳۹۵). بررسی بنیان‌های روش‌شناختی تحقیق در عملیات در قالب ساختار قیاس‌های حملی. *نشریه مدیریت صنعتی*، ۸(۴)، ۶۰۰-۵۷۵.
- صابر، ف. (۱۳۸۱). *راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران*. مؤسسه انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- قادرمرزی، ح؛ جمشیدی، ع؛ جمینی، د؛ نظری سرمایه، ح. (۱۳۹۴). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل - شهرستان اردل). *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۱۷(۱)، ۱۱۷-۱۰۳.

قربانی پور، خ؛ صابری، ز. (۱۳۹۱). کارآفرینی زنان فارغ التحصیل؛ موانع و چالش‌ها. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران.

قمبرعلی، ر؛ رستمی، ف. (۱۳۹۴). شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲ (۱)، ۱-۱۶.

گلرد، پ. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان، ۳ (۱)، ۱۲۳-۱۰۱.

مهرگان، م.؛ حسین زاده، م. (۱۳۹۶). مبانی نظری تحقیق در عملیات، نشر کتاب دانشگاهی.

میرغفوری، ح؛ صیادی تورانلو، ح؛ طاهری دمنه، م. (۱۳۸۸). تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان: مطالعه موردی استان یزد. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۲ (۲)، ۶۴-۴۷.

نوروزی، م.؛ سریع القلم، ن. (۱۳۸۸). کارآفرینی دانشگاهی: شناسایی موانع کارآفرینی دانشگاهی و راهکارهای تقویت آن. اولین کنفرانس مدیریت اجرایی، تهران.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۵). قابل دسترس در www.cspf.ir

یاسوری، م.؛ باسطقرشی، م.؛ وطن خواه، ژ. (۱۳۹۴). تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن. پژوهش‌های روستایی، ۶ (۲)، ۳۴۲-۳۲۳.

یوسف پور، م.؛ حسین زاده، م.؛ حسین زاده، ح؛ طالب‌نژاد، س.ر.؛ اکبری، ی. (۱۳۹۱). بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.

References

- Arasti, Z. (2006). Iranian Women Entrepreneurs: The Effective Socio Cultural Structures of Business Start-up. *Women in development and politics*, 4(1,2): 93-120. (in Persian)
- Asbaghi, M. (2006). *Women's entrepreneurship: obstacles and problems*. Available in: <http://www.jobportal.ir>. (in Persian)
- Brush, J. G. (1986). *Entrepreneurship*. John Wiley and Sons.
- Brush, G., Hisrich, R. (2000). *Womenowned Businesses, An Exploratory Study Comparing factors Affecting Performance*, Rise business Research Institute for small & Emerging Business.
- Cheratian, I., Ghorbani, S. (2015). Analysis the Effects of Fiscal and Monetary Policies on Entrepreneurship (With Focus on Women). *Journal of Entrepreneurship Development*, 26, 773-793. (in Persian)

- Family and Women's Analytical Database, <http://mehrkhane.com/fa/news>, (2017).
(in Persian)
- Ghadermarzi, H., Jamshidi, A., Jamini, D., Nazri, S, H. (2005), Identification Hampering Factors Affecting Development of Rural Women's (Case Study: Shalil Villages- Ardal Township). *Journal of Zonal Planing*, 17, 103-117.
(in Persian)
- Ghambarali, R., Rostami, F. (2005), Identifying Challenges Faced by Women Entrepreneurs of Kermanshah Province. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 2(1), 1-17. (in Persian)
- Civil Servants Pension Organization (C.S.P.O). (2016). Available in: www.cspf.ir.
(in Persian)
- Golrad, P. (2005). Factors Affecting Iranian Women Entrepreneurship, *Women in Development & Politics*, 3(1), 101-123. (in Persian)
- Ghorbanipour, Y., Saberi, Z. (2013). Entrepreneurship of women graduates: obstacles and challenges. *National Conference on Entrepreneurship and Knowledge Based Business Management*. (in Persian)
- Holland, P.W., Leinhardt, S. (1979). *Perspectives on social network research*, Pittsburgh, Pennsylvani.
- Hosseinzadeh, M., Mehregan M.R., Amiri, M. (2017). Investigating the methodological foundations of Operations Research in the form of the categorical syllogism. *Journal of Industrial Management*, 8(4), 575- 600.
(in Persian)
- Javaheri, F., Ghezavati, S. (2004), Barriers to women's entrepreneurship: The effect of gender inequality on women's entrepreneurship in Iran. *Iranian Journal of Sociology*, 5(2), 161-178. (in Persian)
- Kenis, P., Schneider, V. (1991). Policy Networks and Policy Analysis: Scrutinizing a New Analytical Toolbox. In: B. Marin & R. Mayntz (eds.), *Policy Networks: Empirical Evidence and Theoretical Considerations*, Campus Verlag/Westview Press, Frankfurt.
- Mehregan, MR., Hosseinzadeh, M. (2017). Theoretical Foundations of Operations Research, Nashre Ketab Daneshgahi. (in Persian)
- Mirghafoori, H., Sayyadi, T, H., Taheri, H. (2009), Investigating the barriers of women's entrepreneurship in Iran Society (Case: the women entrepreneurs of Yazd province). *Transformation Managemet Journal*, 1(2), 47-64.
(in Persian)

- Norouzi, M.R., Sariolghalam, N. (2009). Academic Entrepreneurship: Identifying barriers for academic entrepreneurship and the ways to strengthen it. *The first Conference on Executive Management*. Tehran. Iran. (in Persian)
- Orban, M. (2001). Women business owners in France: the issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 95-102.
- Parkhe, A., Wasserman, S., Ralson, D.A. (2006). New Frontiers in Network Theory Development. *The Academy of Management Review*, 31, 560-568.
- Saber, F. (2002). *The ways of women's entrepreneurship in Iran*. Institute of intellectuals' publications and women's studies. (in Persian)
- Yasouri, M., Ghorashi, M., Vatankhah. K, Z. (2015), Analysis of barriers and solutions to the development of rural women's entrepreneurship in Gurabpass Rular, Foman. *Journal of Rural Research*, 6(2), 323-342. (in Persian)
- Yousefpoor, M., Hosseinzadeh, H., Hosseinzadeh, H., Talebnezhad, R., Akbari, Y. (2013), Evaluation of women's entrepreneurship in the economic development of Iran. *National Conference on Entrepreneurship and Knowledge Based Business Management*. (in Persian)