

(مقاله پژوهشی)

الگوی ارتقایافته کارآفرینی زنان مبتنی بر رویکردها و تحولات جدید مطالعات جنسیت

سمانه منصوری^۱، عادل پیغامی^{۲*}، عاصمه قاسمی^۳

چکیده

یکی از علت‌های حضور ناموفق زنان در عرصه کارآفرینی، نارسایی در نظریه‌پردازی و نقیصه‌های موجود در سیاست‌گذاری است که مطالعات جدید در زمینه رویکردهای جدید و سازگار با ابعاد جنسیتی در عرصه کارآفرینی زنان به همین منظور ارائه شده است؛ بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت رویکردها و رهیافت‌های نوین مطالعات جنسیت در حوزه کارآفرینی زنان بوده که آیا با به‌کارگیری آنها می‌توان ضمن تقلیل نارسایی‌ها، فرصت‌های جدید در نقش‌آفرینی زنان در توسعه ایجاد کرد؟ جهت پاسخ، ابتدا مهم‌ترین رهیافت‌های نظری جدید در زمینه کارآفرینی زنان استخراج و دسته‌بندی گردید. سپس به‌منظور اعتبارسنجی و تکمیل آنها، مصاحبه‌هایی نیمه‌ساخت‌یافته از نمونه نوزده‌نفری از استادان، مدیران و کارآفرینان زن موفق انجام گرفته و برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. توانمندی در خودشناسی، پیشرو بودن زنان در امور خبریه، مکمل بودن نقش‌های خانوادگی و اجتماعی، و ارزش‌افزوده زنانه مواردی از مجموع ۴۷ مضمون اصلی هستند که با تلاقی خصیصه‌های فراجنسیتی کارآفرینی با نقش‌های جنسیتی زنان در عرصه عینی و عملی، می‌توان به چارچوب مفهومی جدیدی در مقوله کارآفرینی زنان دست یافت که ضمن ایجاد فرصت‌های نوین، در کاهش موانع و نارسایی‌های متعارف نیز مؤثر باشد.

کلیدواژگان

کارآفرینی زنان، توسعه، مطالعات جنسیت، اقتصاد خانواده، ارزش‌افزوده زنانه

۱. دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
s86.mansuri@gmail.com
۲. دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق(ع)، دانشکده اقتصاد، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
paighmi@isu.ac.ir
۳. استادیار دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
ag.sociology@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱ دی ۱۴۰۰ - تاریخ پذیرش: ۱۷ بهمن ۱۴۰۰

مقدمه

امروزه در بیشتر جوامع بر گسترش کارآفرینی^۱ به عنوان «موتور رشد و توسعه» اتفاق نظر وجود دارد. کارآفرینان ظرفیت‌های بزرگی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی هر کشور بوده و ضمن امکان انتخاب‌های متمایز و نو، فرصت‌های شغلی جدیدی را فراهم آورده و در دوران بحران، جهت برون‌رفت از مشکلات کارساز هستند. طی چند سال گذشته، بر اثر آشفتگی‌های مختلف جهانی، افراد زیادی شغل خود را از دست داده‌اند. در چنین شرایطی، کارآفرینی درمانی برای بیکاری و مسائل رشد تلقی شده است (ایبراهیم و گالت^۲، ۲۰۱۱: ۶۰۹). با پذیرش این موضوع، که کارآفرینی یکی از کلیدی‌ترین مؤلفه‌های توسعه و پیشرفت در جامعه است، توجه به این موضوع که زنان، به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال جامعه، در این عرصه در چه جایگاهی قرار دارند نیز اهمیت می‌یابد؛ چراکه قطعاً نمی‌توان نقش آنها را در صحنه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نادیده گرفت. بر همین مبنا یکی از معیارهای ارزیابی کشورها از نظر توسعه، میزان حضور و مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی است.

با وجود این ضرورت، زنان هنوز نتوانسته‌اند به جایگاه اصلی نقش‌آفرینی خود در توسعه دست یابند. اتفاق نظر اندیشمندان توسعه در این است که تئوری‌ها و سیاست‌های پیشنهادشده در زمینه کارآفرینی زنان، نارسایی‌هایی داشته و از کارآمدی لازم برای تمهید حضور و ایفای نقش زنان سازگار با نقش‌ها و مسائل جنسیتی در توسعه برخوردار نیست. با گونه‌شناسی نظریات و بررسی تحلیل‌های انتقادی که در دهه‌های اخیر در ادبیات کارآفرینی ارائه شده است، می‌توان نارسایی‌های موجود در ادبیات نظری کارآفرینی زنان را به مواردی چون نارسایی در زمینه نظریه‌پردازی (اهل^۳، ۲۰۰۶: ۶۰۵)، نارسایی در فهم و حل تعارض نقش‌ها (ولتر^۴، ۲۰۰۶: ۷)، نارسایی در دسترسی به منابع و فرصت‌ها (هنری^۵ و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۲۱) و نارسایی در بسترسازی مناسب اقتصادی و اجتماعی (راید^۶ و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۰۶؛ بودینگ^۷، ۲۰۰۴: ۴۲۸) دسته‌بندی کرد.

گویی ضمن قبول خصایص فراجنسیتی و مشابه زنان و مردان، که پیش‌فرض همگنی جنسیتی

1. Entrepreneurship

نگارندگان مقاله معتقدند ترجمه آنتروپرونی به کارآفرینی صحیح نبوده و در سپهر فارسی‌زبانان به اشتباه با اشتغال‌زایی، راه‌اندازی کسب‌وکار و مساوی فرض شده است. درحالی‌که آنتروپرونر آمیخته‌ای از مفاهیمی چون ریسک‌پذیری، نوآوری، تشخیص و خلق فرصت‌های جدید و نهایتاً ارزش‌آفرینی است. با این حال برحسب ادبیات متعارف، در این مقاله از این معادل استفاده کرده‌ایم. فرصت‌آفرینی یا ارزش‌آفرینی، معادل‌های بهتری برای این مفهوم هستند.

2. Ibrahim & Galt
3. Ahl
4. Welter
5. Henry
6. Reid
7. Budig

در مفهوم کارآفرینی در سده گذشته بوده است، می‌بایست تأکیدی بر فهرستی از نقش‌ها و خصیصه‌های جنسیتی و متمایز زنان نیز داشت تا با ارائه مفهومی جامع‌تر از کارآفرینی زنان، زیست‌بومی متلائم و سازگار با کارکردهای جنسیتی زن در اجتماع رقم زد. بر همین مبنا مطالعه و بررسی رویکردهای جدیدی که در سال‌های اخیر در پاسخ به انتقادات و رفع نارسایی‌های نظری در عرصه کارآفرینی زنان ارائه شده است، راهگشا خواهد بود. رهیافت‌های جدیدی در مطالعات توانمندسازی زنان، ادبیات اقتصاد توسعه جدید و پسامدرن، مطالعات جنسیتی، ادبیات جدید نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی اجتماعی، مکتب شومپتری و پدیده نوظهور آنتروپرون، اقتصاد و مالیه خانواده و همچنین کسب‌وکارهای نوظهور مطرح شده‌اند که به نظر می‌رسد با بهره‌گیری از آنها می‌توان به رهیافت‌ها و الگوهای جدیدی در عرصه کارآفرینی زنان در توسعه نائل آمد.

بر همین اساس مسئله مهم پژوهش حاضر این است که ضمن استخراج و بررسی رویکردها و رهیافت‌های جدید در حوزه کارآفرینی زنان، به این سؤال بپردازد که آیا با به‌کارگیری این رویکردها، می‌توان نارسایی‌ها و موانع ایجادشده در عرصه کارآفرینی زنان را تقلیل داده و فرصت‌های جدیدی برای نقش‌آفرینی مؤثر زنان در توسعه جوامع ایجاد نمود؟ فرضیه پژوهش این است که ارتقاء چارچوب مفهومی و الگوهای رایج به‌وسیله رویکردها و تحولات جدید جنسیتی، ضمن ایجاد فرصت‌های نوین در بازتعریف نقش‌آفرینی زنان در توسعه، سیاست‌هایی را اقتضا می‌کند که در کاهش آسیب‌های متعارف نیز مؤثر است.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر علاوه بر پژوهش‌هایی که به ضرورت، مفهوم و موانع کارآفرینی زنان می‌پردازند، تحقیقات و پژوهش‌هایی نیز انجام شده است که ضمن اینکه سعی می‌کند موانع ایجادشده برای کارآفرینی زنان را چاره‌اندیشی کند، تلاش می‌کند عرصه‌های جدیدتر و گسترده‌تری را برای کارآفرینی زنان معرفی نماید و به تجارب موفق کشورهای مختلف در کاهش مسائل و مشکلات زنان کارآفرین، توصیه‌های سیاستی به دولت‌ها و تصمیم‌گیران و گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی برای حل موانع کارآفرینی زنان، بپردازد. برخی از این پژوهش‌ها عبارتند از:

بهرامیتاش و صالحی اصفهانی (۱۳۹۷) در کتابی با عنوان «اقتصاد سیاسی اشتغال زنان ایران ۱۳۸۷-۱۳۵۷» از تغییرات ناشی از تحولات بین‌المللی و انقلاب اسلامی در حوزه زنان، به‌ویژه بازار کار زنان، سخن می‌گویند. در این کتاب به مباحث مهمی چون جنسیت و جهانی شدن، تحولات بازار کار زنان، تأثیرات تجارت جهانی بر نابرابری جنسیتی، و زنان سرپرست خانوار در ایران می‌پردازند، اما دستیابی به الگو را مدنظر نداشته‌اند. آراستی (۱۳۸۵) در مقاله «توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشگاهی» بر تغییر و حذف کلیشه‌های جنسیتی جامعه در ارتباط با کارآفرینی زنان تأکید می‌کند.

سیلویا پاپسکو^۱ (۲۰۱۲) در رساله مقطع دکتری با عنوان «زن و مردان کارآفرین»، و کیت لوییس^۲ و همکاران (۲۰۱۴) در کتابی با عنوان «کارآفرینی زنان در قرن بیست و یکم: تجزیه و تحلیل چند پژوهش در سطح بین‌المللی»، تحلیل‌ها و رهیافت‌های جدیدی از مقوله کارآفرینی زنان ارائه می‌کنند. اکینمایس^۳ (۲۰۱۱) در مقاله «به‌چالش کشیدن مرزهای کارآفرینی: مکان‌ها و رویه‌های سرمایه‌گذاران در بریتانیا» می‌نویسد: سیاست‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیمی بر فعالیت زنان دارد. ناتالیا وینوکرووا^۴ (۲۰۱۵) در مقاله «کارآفرینی پایدار زنان و آموزش علوم: برابری جنسیتی، عدم توانایی جنسیتی» به بررسی وضعیت جنسیت در مقوله آموزش و تأثیر آن بر پایداری کارآفرینی زنان پرداخته است. شومیلا عامر^۵ و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله «پیامدهای ارتقاء توانمندسازی زنان کارآفرین» معتقدند: شایعات و کلیشه‌های جنسیتی، مانعی برای درک توانمندی زنان است. ولند رامادانی^۶ و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله «چالش‌های تصمیم‌گیری در مورد کارآفرینی زنان در فرآیند جایگزینی مشاغل خانوادگی» با استفاده از رویکردی کیفی، روند تصمیم‌گیری جایگزینی را برای مشاغل کوچک خانوادگی متعلق به زنان در کوزوو بررسی می‌کنند. پاراون وارجس و سانی جونز^۷ (۲۰۱۸) در مقاله «جذب و ارتقاء زنان جوان کارآفرین: چالشی در امور اجتماعی» به این نتیجه می‌رسند که زنانی که به تجارت می‌پردازند یا فعالیت‌های کارآفرینی را آغاز می‌کنند، از همان ابتدا به دنبال حمایت فعال همسر و خانواده هستند. ژول سافرز^۸ و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله «کارآفرینی اجتماعی، چشم‌اندازی بین‌المللی» می‌نویسند: هدف اصلی کارآفرین اجتماعی این است که برای تولید و تحقق راه‌حل مسائل اجتماعی تلاش کند و زنان در این باب مشارکت خوبی می‌توانند داشته باشند. پورنا پاربهاکار^۹ و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله «اقتصاد اجتماعی و کارآفرینی زنان: ارائه رویکرد شایستگی» از مدل مفهومی شایستگی جهت سنجش کارآفرینی استفاده می‌کنند و راه‌حل اصلی کاهش مشکلات و موانع کارآفرینی زنان را، توجه به روحیات و ویژگی‌های زنان در کارآفرینی می‌دانند. سانجامیترا شادهورا^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله «بررسی ریسک کارآفرینی و حمایت از توسعه: روایت‌هایی از زنان کارآفرین هندی» معتقدند در بیشتر پژوهش‌ها تمرکز بر چشم‌انداز استراتژیک و سیاست‌گذاری‌های کلان است و نه در سطح فردی و خرد.

1. Silvia Popescu
2. Kate Lewis, Colette Henry, Elizabeth Gatewood, John Watson
3. Ekinsmyth
4. Natalia Vinokurova
5. Shumaila Umer, Zaheruddin Othman, Kalthum Bt Haji Hassan, Rahila Umer, Habib Ur Rehman
6. Veland Ramadani, Leo-Paul Dana, Nora Sadiku-Dushi, Vanessa Ratten, Dianne Welsh
7. Praveen Varghese Thomas, Sonny Jose
8. Jol Stoffers, Agus Gunawan, Anne Kleefstra
9. Purna Prabhakar Nandamuri, Vijayudu Gnanamkonda, Chakravarthi Koundinya
10. Sanghamitra Chaudhuri, Rajashi Ghosh, Yogita Abichandani

در این تحقیق روایت شش زن کارآفرین شهری مطرح می‌شود. در مجموع، با بررسی تحقیقات و مطالعات صورت گرفته می‌توان گفت اغلب پژوهشگران نارسایی‌های جنسیتی در نظریات و سیاست‌های مستخرج از آنها را پذیرفته و در صدد رفع آن برآمده‌اند. بر همین مبنا در نتایج پژوهشی خود بر لزوم حذف کلیشه‌های جنسیتی از جامعه، از میان برداشتن موانع دسترسی زنان به منابع و تسهیلات مالی، حذف نابرابری‌ها در آموزش، لزوم برنامه‌ریزی جهت ارتقاء توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، توجه به مشاغل کوچک و خانگی، ترغیب همسران به حمایت از کسب‌وکار زنان، توجه به روحیات و اقتضائات خاص زنانه و مواردی این‌چنینی تأکید نموده‌اند؛ اما در نهایت در ارائه جایگزینی تمام‌عیار و لحاظ همه ظرفیت‌های نوظهور برای کارآفرینی سازگار با الزامات جنسیتی موفق نبوده‌اند.

رویکردهای جدید در ادبیات کارآفرینی زنان

منتقدان حوزه کارآفرینی زنان معتقدند ادبیات و تئوری‌های کارآفرینی زنان، از بیان و محاسبه بسیاری از خدمات و مسئولیت‌هایی که زنان همواره آنها را عهده‌دار بوده و در مسیر تحقق آنها اقدامات بی‌نظیری در توسعه جوامع انجام داده‌اند، دچار خلأ و نارسایی جدی است. بر همین مبنا نظریه‌پردازان و اندیشمندان در صدد آمده با ارائه نظریات و رویکردهای جدید در مقوله کارآفرینی زنان، این خلأها و نارسایی‌ها را تا حد ممکن کاهش داده و رفع کنند. برخی از مهم‌ترین رهیافت‌ها و رویکردهای جدید عبارتند از:

توانمندسازی زنان: از اواسط دهه ۱۹۸۰ اصطلاح توانمندسازی زنان^۱ از جمله مؤلفه‌های مهم در توسعه پایدار شد که توجه به بهبود موقعیت زنان را دربر داشت. پرورش فرزندان، اداره امور منزل، حفظ محیط زیست، بهره‌وری صحیح از منابع، و صرفه‌جویی در انرژی از جمله مباحثی هستند که زنان به‌طور مستقیم با آن مرتبط هستند؛ پس توانمند بودن و توانمند ساختن زنان به جامعه در رسیدن به اهداف توسعه کمک خواهد کرد و از سویی دیگر به ترقی و تعالی بیش از نیمی از جامعه نیز منجر می‌شود. از آنجاکه توانمندسازی زنان پدیده‌ای اجتماعی است و پدیده‌های اجتماعی تک‌علتی نیستند، توانمند شدن زنان به وضعیت جسمانی، روانی، وضعیت و مؤلفه‌های اقتصادی، و شرایط خانوادگی بستگی دارد. از طرف دیگر ساختارهای موجود اجتماعی نیز می‌تواند در توانمند شدن زنان نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد (کلدی و سلحشوری، ۱۳۹۱: ۸). به‌طور گسترده‌ای پذیرفته شده است که کارآفرینی زنان منبعت از توانمندسازی زنان و همچنین رشد اقتصادی از طریق مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی است؛ لذا سیاست‌گذاران نمی‌توانند این نیرو را نادیده بگیرند (گویال و یاداو،

1. Women's empowerment
2. Goyal & Yadav

۲۰۱۴: (۷۱). برای ارتقاء و توانمند شدن زنان در زمینه کارآفرینی، دو سیاست در بین پیشنهادات پررنگ‌ترند:

(۱) سهولت دسترسی به اطلاعات برای زنان: دسترسی به اطلاعات نقطه آغازین برای شناسایی فرصت کارآفرینی است. هرچه اطلاعات فردی منحصر به فرد باشد، احتمال شناسایی فرصت مناسب و سودآور بالاتر است. سطوح بالای عدم آگاهی و موقعیت اجتماعی پایین، زنان را در معرض خطر بالای سوءاستفاده و خشونت قرار می‌دهد. یک دلیل ممکن است این باشد که آنها هنوز در مالکیت دارایی‌ها ذی‌نفع نیستند و املاک آنها غالباً توسط شوهر یا یکی دیگر از اعضای مرد خانواده کنترل می‌شود. مشکل دیگر می‌تواند ورود زنان به بخش غیررسمی باشد. بخش غیررسمی کنترل نشده، همراه با رقابت‌های مخرب، مبتنی بر فناوری سطح پایین و مقیاس کوچک است. اساساً زنان ناآگاه به این بخش رانده می‌شوند؛ زیرا گزینه دیگری ندارند (دیگرووت^۱، ۲۰۰۱ به نقل از کورل^۲، ۲۰۰۱: ۱۶۹۳).

(۲) ارتقاء وضعیت حقوقی زنان کارآفرین: زنان با موانع خاصی روبه‌رو هستند که باید برطرف شود تا بتوانند به همان فرصت‌های مردان دسترسی پیدا کنند. ایشان درباره نگهداری دارایی‌ها و قراردادهای معاملاتی نسبت به مردان وضعیت کمابیش ضعیفی دارند (او ای سی دی^۳، ۲۰۰۴: ۴).

ادبیات اقتصاد توسعه جدید و پسامدرن: به دنبال بروز شکاف درآمدی و تعمیق نابرابری در کشورهای در حال رشد، پرسش مهمی که پیش روی اقتصاددانان توسعه قرار داشت، این بود که چگونه می‌توان فاصله بین رشد و نابرابری را از بین برد یا آن را به حداقل رساند؟ این تغییر نگرش، اقتصاد توسعه را از اقتصاد رشد به اقتصاد توسعه انسانی سوق داد. بر همین اساس شاخص‌های اجتماعی در قالب گزارش توسعه انسانی به‌طور متناوب توسط برنامه توسعه سازمان ملل^۴ منتشر شده است. در حوزه زنان نیز برای مناسب‌سازی وضعیت اشتغال و کارآفرینی زنان و نقش‌آفرینی آنها در توسعه اقتصادی و اجتماعی برنامه‌ریزی شد. برخی از این سیاست‌ها که در دوره جدید مورد تأکید جدی واقع شده است عبارتند از:

۱- ایجاد نهادهای رسیدگی به موانع کارآفرینی زنان: یکی از مشکلات عمده زنان کارآفرین این است که اکثر آنها دسترسی کمی به سیاست‌گذاران یا نمایندگی در نهادهای سیاست‌گذار دارند. این در حالی است که مردانی که صاحبان شرکت‌های بزرگ هستند می‌توانند به راحتی سیاست‌ها را تحت تأثیر قرار دهند و به سیاست‌گذاران، که بیشتر به‌عنوان هم‌رده خود دیده می‌شوند، دسترسی داشته باشند (یوان ای سی ای^۵، ۲۰۰۴: ۲۸-۳۰).

۲- تغییر نظام مالیاتی: نظام مالیاتی مناسب از دو مسیر، ساختار انگیزشی مطلوبی برای حضور زنان

1. DeGroot
2. Correll
3. OECD
4. UNDP
5. UNECE

کارآفرین می‌تواند رقم بزند؛ اول افزایش فرصت‌های مشارکت کارآفرینان که زنان نیز جزو ایشانند؛ دوم با چتر حمایتی متمایل به کارآفرینی زنان. دولت برزیل با به‌کارگیری سیستم مالیات‌گیری ساده، مالیات کمتری اخذ می‌کند و به مشاغل کوچک در مناطق مختلف اجازه می‌دهد چندین مالیات را در یک فرم پرداخت ادغام کنند؛ مشاغل کوچکی که بیشتر زیست‌بوم حضور زنان بوده‌اند (پیسما^۱، ۲۰۱۳: ۲۹).

۳- بهبود ساختارهای شغلی و کارآفرینی: یکی از فرضیات مطرح در مورد کارآفرینی زنان، فرضیه کم‌کاری زنان در محیط‌های شغلی است؛ به این معنی که زنان با توجه به شرایطی که دارند، نمی‌توانند همانند مردان کار کرده و اثرگذاری داشته باشند. اما در پاسخ استدلال می‌شود که ساختارهای حاکم بر موقعیت‌های شغلی زنان، و نه الزاماً محدودیت‌های جنسیتی، این کم‌کاری را برای آنها به‌ارمغان آورده است. ساختارهایی که متناسب با تفاوت‌های جنسیتی زنان و مردان تنظیم نشده است و از توانایی‌ها و مهارت‌های زنانه نمی‌تواند بهره‌برداری کند. به همین دلیل زنان کارآفرین از خوداشتغالی احساس رضایت بیشتری دارند، چراکه خوداشتغالی دریچه‌ای برای دوری از قیود محدودکننده ساختاری محسوب می‌شود (پاسکو^۲، ۲۰۱۲: ۶-۸).

تحقیقات در زمینه کسب‌وکارهای نوظهور: اقتصاد دیجیتال و کسب‌وکارهای نوظهور ناشی از فضای مجازی و به تعبیری عام‌تر، انقلاب چهارم صنعتی، محیط کسب‌وکار را برای زنان متحول کرده و برخی قیود قبلی را پشت سر نهاده است. حدود یک‌چهارم شرکت‌های نوپا در سال ۲۰۱۸ یا بنیان‌گذاران فردی زن داشتند یا چند زن به‌عنوان بنیان‌گذاران آن به‌ثبت رسیده‌اند (پانی^۳، ۲۰۱۹: ۲). لذا توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری آنها، با استفاده از فرصت‌های نوظهور راحت‌تر و البته ضروری‌تر شده است (گلرد، ۱۳۷۸: ۱۰۳). مهم‌ترین تغییراتی که گسترش کسب‌وکارهای نوظهور در عرصه کارآفرینی زنان ایجاد کرده است عبارتند از:

۱- تقویت خوداشتغالی و بخش غیررسمی: بخش غیررسمی نقش مهمی در توسعه دارد و خوداشتغالی، که زنان نماینده اصلی آن به‌شمار می‌آیند، یکی از ارکان مهم این بخش محسوب می‌شود (هیمسکرک^۴، ۲۰۰۳: ۶۸). یک دیدگاه این است که بخش غیررسمی برای فقیرترین و حاشیه‌نشین‌ترین افرادی که به بخش رسمی دسترسی ندارند، فرصت‌هایی را فراهم می‌کند تا در کنار مراقبت از کودکان، کسب درآمد نیز داشته باشند. اما این گزاره اغلب مربوط به ساختارهای قبلی است. انقلاب دیجیتال و کسب‌وکارهای نوین، زیست‌بومی از بخش غیررسمی اقتصاد را برای طبقات متوسط تحصیل کرده ایجاد کرده که دیگر حاشیه‌نشین محسوب نمی‌شوند؛ ضمن اینکه از قیود ساختارهای

1. Peacema
2. Popescu
3. Pani
4. Heemskerck

سنّتی قبلی، که اغلب متضمن نوعی نابرابری جنسیتی علیه زنان بود، آزاد است (او ای سی دی^۱، ۲۰۰۴: ۲۵).

۲- امنیت شغلی برای زنان کارآفرین: در ساختار قبلی، اگر افراد فعال در حوزه خوداشتغالی قادر به تأمین بیمه خصوصی خود نباشند، در بازنشستگی یا از کارافتادگی شامل دریافت غرامت یا بیمه بیکاری نمی‌شوند. از آنجاکه زنان در اکثر کشورها به‌جای کار به‌صورت دولتی و در بخش رسمی، خوداشتغالی را انتخاب می‌کنند، فقدان شبکه ایمنی شغلی - اجتماعی برای زنان، مانعی جدی برای ورود به خوداشتغالی محسوب می‌شده است. این مانع تأثیرگذار، در کسب و کارهای نوظهور رفع شده و فرصت‌های نوینی برای بیمه، تأمین اجتماعی و بازنشستگی کارآفرینان زن فراهم شده است (همان: ۳۷).

رهیافت‌های مطالعات جنسیتی: در چند دهه اخیر، انقلابی عمیق در مطالعات جنسیتی و سریان آنها به ادبیات علوم اجتماعی رخ داده است. پیش‌فرض سنّتی مدرن در همگن فرض کردن زن و مرد در نظریه‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها و ساختارها، جای خود را به پیش‌فرض ناهمگنی داده و نسل جدید از رویکردهای فمینیستی، بر تک‌جنسیتی ندیدن مسائل تأکید می‌کنند. این گفتمان جدید، آنتولوژی جدیدی نیز به مقوله کارآفرینی بانوان بخشیده و آن را از تصور قبلی مبتنی بر «کارآفرینی توسط زنان» متمایز ساخته است. برخی از مهمترین تغییر رویکردها به کارآفرینی زنان جهت لحاظ کردن کارکردهای مهم جنسیتی یا کاهش موانع جنسیتی عبارتند از:

۱- تغییر کلیشه‌های جنسیتی: کورل^۲ (۲۰۰۱) براساس مجموعه داده‌های وسیعی از ایالات متحده نشان داد عقاید فرهنگی در مورد جنسیت و شایستگی، بر حرکت زنان و مردان جوان در مسیرهای آموزشی و شغلی منتهی به کارآفرینی تأثیرگذار است. زمانی زنان با ضررهای جدی مواجه می‌شوند که توانایی و ظرفیت حضور در بسیاری از عرصه‌ها را داشته و صرفاً به‌دلیل زن بودن و کلیشه‌های جنسیتی مربوط به زنان از آن بازمانده‌اند (کورل، ۲۰۰۱: ۱۶۹۱). بسیاری مطالعات نشان داده‌اند که مردم به‌طور کلی کارآفرینی را «مردانه» می‌دانند. پس علائق یا توانمندی‌های زنان می‌تواند تحت تأثیر جنسیت و عقاید جنسیتی جامعه آنها باشد (دیتاین و چندلر^۳، ۲۰۰۷: ۳۶۷).

۲- فرهنگ‌سازی و خلق موقعیت اجتماعی مؤثر برای زنان کارآفرین: آگاه‌سازی مردم به‌طور عام و زنان به‌طور خاص در مورد مزایای بالقوه کارآفرینی و اهمیت کارآفرینی زنان برای جامعه، ضروری است. متأسفانه کماکان در بسیاری از کشورهای جهان بیشتر سیاست‌های کارآفرینی به‌عنوان سیاست‌هایی خنثی از نظر جنسیتی تصویب و ترویج می‌شوند (یعنی به همان اندازه که در دسترس زنان هستند، در

1. OECD
2. Correll
3. DeTienne & Chandler

اختیار مردان نیز هستند) (اوای سی دی^۱، ۲۰۱۴: ۳۲). دیدگاه برخی چنین است که کارآفرین و جامعه‌ای که کارآفرین، خود را در آن درک می‌کند، دو عامل اصلی کارآفرینی هستند و این مستمسکی بر عدم لزوم توجه به تفاوت‌های جنسیتی شده است؛ لذا فرهنگ‌سازی و خلق موقعیت‌های اجتماعی مؤثر در ایجاد زیست‌بوم سازگار و همسو با کارآفرینی زنان الزامی است (باووم^۲ و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۷).

ادبیات جدید نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی اجتماعی: از جمله فرصت‌های جدید همسو با نقش‌ها و کارکردهای جنسیتی زنان، کارآفرینی اجتماعی است. هیبرت، هاگ و کوین^۳ (۲۰۰۱)، کارآفرینی اجتماعی را استفاده از رفتار کارآفرینی برای اهداف اجتماعی، به‌جای اهداف انتفاعی، یا استفاده از عواید حاصل‌شده برای منافع یک گروه خاص می‌دانند (هیبرت^۴ و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۸۹). از نظر ایشان این اقدامات و فعالیت‌های زنان، سازگار با خصلت‌های عاطفی و تمایزات جنسیتی ایشان است. دیویدسون^۵ (۲۰۰۳) معتقد است کارآفرینی زنان با توجه به بُعد اجتماعی، باید موردعنايت مسئولان قرار گیرد (ولتر^۶، ۲۰۰۶: ۲۷). به عبارت دیگر نهادهای حمایتی و نظام انگیزشی مناسب با آن باید مستقر شده و ارزش اجتماعی خلق‌شده در این فرایند مورد محاسبه قرار گرفته و ارزش‌گذاری شود؛ حتی جبران مابه‌ازای آن به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق پرداخت‌های انتقالی باشد.

کارآفرینی اجتماعی را برای رونق کارآفرینی زنان نیز می‌توان به‌کار گرفت. یکی از اقدامات مؤثر در این زمینه، شبکه‌سازی زنان کارآفرین است. ایجاد این شبکه‌ها امکان انتقال تجارب ارزشمند کسب‌وکار و منابع دانش را بین زنان کارآفرین فعلی و جدید فراهم می‌کند. این امر از استارت‌آپ‌هایی که فاقد تجربه کسب‌وکار هستند، پشتیبانی می‌کند و شانس موفقیت آنها را در بلندمدت بهبود می‌بخشد (یوان ای اس سی او^۷، ۲۰۲۰: ۵-۲).

مطالعات اقتصاد خانواده: ادبیات اقتصاد خانواده^۸ با تلاش‌های گری بیکر^۹ در نیمه دوم قرن بیستم، سازمانی جدید یافت و مدل‌ها، چارچوب‌های نظری و ابزارهای علم اقتصاد را برای تحلیل موضوعات خانواده و مسائل درون‌خانوادگی^{۱۰}، بیناخواندگی^{۱۱} و سایر کارکردهای این نهاد مهم به‌کار گرفت؛ از این‌رو یافته‌های این حوزه مطالعاتی، دلالت‌های خوبی نیز برای ارتقاء کارکردهای جنسیتی

1. OECD
2. Baum a
3. Hibbert, Hogg and Quinn
4. Hibbert
5. Davidsson
6. Welter
7. UNESCO
8. Economics of Family, household economics, home economics
9. Gary Becker
10. Inter-household
11. Intera-household

خانواده‌محور زنان درباره مقوله کارآفرینی در پی داشته است. همانگونه که اشاره گردید، اغلب نظریاتی که با موضوع خانواده و کارآفرینی زنان ارائه شده است، از مانع بودن خانواده برای کارآفرینی زنان و تعارض نقش‌ها و مسئولیت‌های زنان کارآفرین در خانه و خانواده سخن می‌گویند؛ اما در پژوهش‌ها و تحقیقات جدید، که در زمینه اقتصاد خانواده شکل گرفته است، نه تنها خانواده مانعی برای کارآفرینی نیست بلکه می‌تواند بسترساز کارآفرینی زنان محسوب شود و در حل مشکلاتی که معمولاً برای زنان کارآفرین ایجاد می‌شود، نقش حمایتی و پشتیبانی مؤثری ایفا نماید. اهمیت تلاقی ادبیات کارآفرینی با اقتصاد خانواده از این حیث است که هر جنبشی که بخواهد رفاه اجتماعی و نظم اقتصادی را توسعه دهد، ناگزیر است از توجه و همکاری طبقه‌ای که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، بهره‌مند گردد (آن^۱، ۲۰۱۱: ۱۳۹). برخی عناوین مطرح در این زمینه، که توجیه‌گر استفاده از ادبیات اقتصاد خانواده در الگوپردازی کارآفرینی زنان است، عبارتند از:

۱- ارائه سیاست‌های حمایتی در جهت افزایش کارآفرینی: بدیهی است هنگام مقایسه کارآفرینی زنان و مردان نمی‌توان از نقش‌ها و مسئولیت‌های زنان در خانواده غافل شد. شاخص‌هایی که به‌طور معمول مورد توجه قرار نمی‌گیرند، اما توجه به آنها در ارتقاء کارآفرینی زنان ضروری است. سطح مراقبت عمومی از کودکان، ترتیبات قانونی مرخصی والدین و سایر حمایت‌های مالی مربوط به کودک برخی از این شاخص‌ها است (لیپ و دیچک^۲، ۲۰۰۲: ۲۲۳). اعمال سیاست‌های هدفمند برای مراقبت از کودکان، به‌ویژه برای اقتصادهای در حال توسعه، از اهمیت اساسی برخوردار است. اگر در جامعه‌ای عمدتاً مشاغل مربوط به مسئولیت‌های خانوادگی زنان تعریف شده باشد، ارزش‌های اجتماعی کارآفرینی زنان بیشتر و برای زنان مطلوب‌تر خواهد بود (لانگوویتز و مینیتی^۳، ۲۰۰۷: ۳۴۴).

۲- شرایط خانوادگی و توسعه کارآفرینی زنان: انتخاب فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان با شرایط خانوادگی و مسیر زندگی آنان ارتباط مستقیم دارد. اهم این شرایط به این ترتیب است: الف) خانواده کارآفرین: در خانواده‌های کارآفرین، رفتار و مشخصه والدین منبعی الهام‌بخش برای کودکان به‌وجود می‌آورد و تأثیر مثبت و مستقیم در کارآفرین شدن فرزندان خواهد داشت. چنین والدینی ویژگی‌های کارآفرینانه از قبیل استقلال، اعتمادبه‌نفس و انعطاف‌پذیری را مستقیم و غیرمستقیم به فرزندان می‌آموزند. تحقیقات نشان می‌دهد این تأثیرات با حضور مادری کارآفرین بسیار تشدید می‌شود (بنیت و دان^۴، ۲۰۰۰: ۷۷).

ب) استقلال مالی و انگیزه کسب درآمد: نخستین انگیزه زانی که شوهرانشان فوت کرده یا طلاق گرفته‌اند، برای راه‌اندازی کسب‌وکار و کارآفرینی، کسب درآمد است (دیمارتینو و بارباتو^۵، ۲۰۰۳: ۸۱۹).

1. On
2. Lippe & Dijk
3. Langowitz & Minniti
4. Bennett & Dann,
5. Demartino & Barbato

در سوئد نیز مهم‌ترین دلیل ورود زنان به بازار کار، وضعیت اقتصادی خانواده است (اوفک و اوزگن^۱، ۲۰۰۱: ۳۰۶).

ج) نگهداری از فرزندان: تحقیقات نشان می‌دهد در بسیاری کشورها، انجام وظایف منزل و وجود فرزندان خردسال وابسته به مادر، مانعی در ورود زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه است. در انگلستان، ۸۰ درصد از زنان کارآفرین، انعطاف‌پذیری کارآفرینی را دلیل ورود به کار و موفقیت خود می‌دانند. علاوه بر این نتایج تحقیقات نشان می‌دهد کار والدین و در نتیجه سطح درآمد خانواده، با سلامت کودکان ارتباط مثبت دارد. زنان دارای هویتی دوگانه در خانواده هستند؛ یعنی می‌توانند با انتخاب کار منعطف، هم به درآمد خانواده و هم سلامت کودکان کمک کنند (وانگ^۲، ۲۰۱۸: ۶۰۳).

۳- نقش حمایت خانواده در توسعه کارآفرینی زنان: خانواده نه تنها مانعی برای کارآفرینی زنان نیست، بلکه می‌تواند به عنوان ابزار انگیزه‌بخش و حمایت‌کننده مؤثر نیز برای زنان کارآفرین ایفای نقش کند:

الف) پشتیبانی خانواده هنگام شکست در کار: پژوهشی در هند (۲۰۲۰) مبنی بر کاوش در زمینه تبعات و پیامدهای کارآفرینی زنان صورت گرفته است که در آن روایت‌هایی از شش زن کارآفرین هندی بیان شده است. در نتایج حاصل از این پژوهش، بر نقش حمایتگری خانواده برای شروع کارآفرینی زنان، رابطه مثبت و مستقیم میان این دو متغیر، اثرگذاری جدی حمایت‌های خانوادگی بر میزان ریسک‌پذیری و پذیرش نتایج احتمالی شروع کارهای جدید از طرف زنان تأکید شده است (چاوودهوری^۳ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴-۸).

ب) همکاری در مدیریت مسئولیت‌ها: در پژوهشی ۷۱/۴٪ از زنان کارآفرین ترکیه اعلام کردند که از تضاد نقش‌ها رنج می‌برند. مطابق نتایج این پژوهش، ۳۶٪ از زنان کارآفرین، یکی از مشکلات اساسی خود را برای برقراری تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی در زمان راه‌اندازی کسب‌وکار، داشتن فرزند زیر دو سال مطرح کرده‌اند. انعطاف‌پذیری ساعات کار در بخش خصوصی و کسب‌وکار نیز به کمک آنها آمده است تا با برنامه‌ریزی دقیق و صحیح، بین مسئولیت‌ها و وظایف مختلف خود تعادل برقرار کنند (آراستی، ۱۳۸۵: ۱۱۲). کارآفرینی این فرصت را به زنان داد تا بتوانند در این عرصه از خانواده (مادران، همسران) و گروه همسالان کمک بگیرند؛ به طوری که در ساعاتی از روز برای مراقبت از فرزندان یا کارهای خانه از آنها حمایت می‌کردند. این امر باعث می‌شد زنان کارآفرین، بدون اینکه احساس مسئولیت در قبال خانواده خود را نادیده بگیرند، روی کسب‌وکار خود تمرکز کنند (چاوودهوری^۴ و همکاران، ۲۰۲۰: ۹). در همین راستا، دانشمندان کارآفرینی همچون جینگز و مک دوگالد^۵ (۱۹۹۸)،

1. Ufuk & Ozgen
2. Wang
3. Chaudhuri
4. Chaudhuri
5. Jennings & McDougald

آلدریچ و کلیف^۱ (۲۰۰۳)، ولتر و همکاران^۲ (۲۰۰۶) توجه بیشتری را به کارآفرینی در زمینه‌های خانوادگی و خانگی جلب می‌کنند؛ چراکه معتقدند باوجود چنین شرایط کاری، زنان قادر خواهند بود میان زندگی و کار تعادل ایجاد کنند (برین^۳ و همکاران، ۲۰۰۷: ۳۲۵).

ج) همراهی در تهیه ملزومات شغلی: حمایت خانوادگی و در دسترس بودن فضاهای ثابت و مستمر، برخی از موارد اساسی است که به زنان کارآفرین امکان می‌دهد انگیزه مضاعف بگیرند (راجینز^۴ و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۳۷). زنان کارآفرین درمورد چگونگی و دوام حیات خود، نیاز به کار شبکه‌ای و حمایت و پشتیبانی دارند. این پشتیبانی‌ها با ارائه حمایت عاطفی، روانی، انگیزشی و مالی، زنان کارآفرین را قادر به درک پتانسیل واقعی خود می‌کند (ترجیسن و سیلون^۵، ۲۰۱۱: ۴۸۵).

ارائه مدل مفهومی رهیافت‌های جدید در زمینه کارآفرینی زنان: براساس آنچه مرور گردید، مهم‌ترین رهیافت‌ها و رویکردهای جدید ارائه‌شده در زمینه رفع نارسایی‌ها و خلأهای موجود در ادبیات حوزه کارآفرینی زنان را، به‌صورتی که در شکل شماره یک آمده است، می‌توان دسته‌بندی کرد و نمایش داد. این مدل چارچوب مفهومی لازم برای انتقادات و آسیب‌ها، همچنین چشم‌اندازهای ممکن برای توسعه مفهومی کارآفرینی زنان و ارائه الگویی ارتقایافته و سازگار با نقش‌های جنسیتی آنها را در اختیار قرار می‌دهد. براساس این مدل مفهومی، محورهای مصاحبه با خبرگان و پرسش‌های مطرح، همچنین مؤلفه‌هایی جهت اعتباربخشی آنها فراهم آمد.

-
1. Aldrich & Cliff
 2. Welter, Smallbone & Isakova
 3. Bruin
 4. Ragins
 5. Terjesen & Sullivan



شکل شماره ۱: استخراج مدل مفهومی رهیافت های جدید در زمینه کارآفرینی زنان

روش تحقیق

جهت پاسخگویی به سؤالات تحقیق و به عبارتی اعتبارسنجی مهم ترین رهیافت های ارائه شده در عرصه کارآفرینی زنان، از روش کیفی بهره گیری شده است. برای گردآوری داده ها از روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش استادان و نخبگان حوزه کارآفرینی زنان، مدیران و سیاست گذاران این عرصه و کارآفرینان موفق زن بودند که همگی در تعیین و تبیین رویکردهای جدید به عرصه کارآفرینی زنان، صاحب ایده و نظر کارشناسی یا تجربی هستند. روش نمونه گیری در تحقیقات کیفی از نوع هدفمند بوده و حجم نمونه نیز به سطح اشباع نظری سؤالات تحقیق بستگی دارد. با استفاده از نمونه گیری هدفمند مجموعاً با ۱۹ نفر از افراد نمونه، مصاحبه های

تخصصی گرفته شده است. این مصاحبه‌ها در بازه زمانی مهرماه ۱۳۹۹ تا خردادماه ۱۴۰۰ و از افراد دارای شرایط موردنظر پژوهش در سراسر کشور انجام شده است.

سیاست‌گذاران فعال در زمینه کارآفرینی زنان	استادان حوزه مطالعات زنان و کارآفرینی	زنان کارآفرین موفق
خانم دکتر قاسمپور (رئیس فراکسیون زنان مجلس شورای اسلامی)	آقای دکتر شریف عسگری (مدرس کارآفرینی، رئیس کمیسیون آموزش سازمان ملی کارآفرینی ایران)	خانم کهرام (مرکز نوآوری هیوادنو)
خانم دژبرد (ریاست مرکز امور زنان و خانواده آستان قدس رضوی)	آقای شکوهی نیا (مدرس کارآفرینی، داور مسابقه تلویزیونی میدون)	خانم برقک (استان بوشهر، کارآفرین نمونه، تولید قهوه هسته خرما)
خانم محمدی (ریاست مرکز اشتغال زنان مرکز امور زنان و خانواده آستان قدس رضوی)	خانم دکتر زعفرانچی (معاونت راهبردی معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری - عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)	خانم رجبی (استان خراسان شمالی، کارآفرین برتر، گلیم‌بافی)
آقای دکتر مهربانی فر (پژوهشگر مرکز امور زنان و خانواده آستان قدس رضوی)	آقای دکتر لطیفی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی)	خانم دکتر سلیمی نمین (کارآفرین نمونه در جشنواره کارآفرینی معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری)
خانم دکتر کرم (کارشناس مرکز کارآفرینی زنان بنیاد علوی)	آقای دکتر بدره (عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا - گروه مطالعات زنان)	خانم تائبی (تبریز، کارآفرین نمونه در صنعت پوشاک زنانه)
آقای دکتر دهقان (دکتری مطالعات زنان - مدیر کل اشتغال و کارآفرینی سازمان بهزیستی)		خانم سرمه (فارغ‌التحصیل دانشگاه استکهلم، مؤسس مرکز آموزش کارآفرینی زنان)
		خانم دیداری (مؤسس فروشگاه‌های خانه ایرانی)
		خانم کربلایی (کارآفرین بین‌المللی و برنده جایزه گوهرشاد)
جمع: ۶ نفر	جمع: ۵ نفر	جمع: ۸ نفر
۱۹ نفر		حجم نمونه

جدول شماره ۱: لیست استادان و خبرگان و زنان کارآفرین حاضر در فرایند مصاحبه

داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، با روش تحلیل مضمون^۱ تحلیل و بررسی شدند. در تحلیل مضمون، محقق با طبقه‌بندی و یافتن مضامین معنی‌دار از داده‌ها، به استخراج یک‌سری مفاهیم و الگوهای بنیادین معنایی می‌پردازد (محمدپور، ۱۳۸۸: ۱۴۸). به همین منظور، ابتدا ۱۹ مصاحبه پیاده و به داده متنی تبدیل شده و سپس به بررسی متن برای یافتن مفاهیم مهم در رابطه با موضوع پرداخته شد. مضامین عمده استخراج شده در این مرحله، با یکدیگر مقایسه شده و آنهایی که اشتراک منطقی و معنایی نزدیک‌تری به یکدیگر داشتند، ذیل یک مفهوم انتزاعی‌تر دسته‌بندی مجدد شدند. در مجموع ۴۷ مضمون اصلی درمورد رویکردها و رهیافت‌های جدید به مقوله کارآفرینی زنان از مصاحبه با استادان، سیاست‌گذاران و زنان موفق کارآفرین استخراج شده که در هفت بخش اساسی دسته‌بندی شده است.

یافته‌های تحقیق

در شکل شماره ۲، مضامین اصلی استخراج شده از مصاحبه‌ها همراه با دسته‌بندی آنها ذیل بخش‌های تمایزهای جنسیتی، مسئولیت‌های خانوادگی، اقتصاد مدرن و پست‌مدرن، توانمندسازی، کارآفرینی اجتماعی، کسب‌وکارهای نوظهور و لزوم تغییر رویکردها به تصویر درآمده است. همچنین بخش‌هایی از مصاحبه‌ها، که در ارتباط با مضامین استخراج شده هستند، جهت استفاده در پیوست مقاله قابل مشاهده است.

شکل شماره ۲: رویکردهای جدید به کارآفرینی زنان از دیدگاه استادان، سیاست‌گذاران و زنان کارآفرین (یافته پژوهش)



طبق مدل مفهومی فوق مشخص می‌گردد استادان و سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی زنان، و زنان کارآفرین که سال‌ها در این زمینه کار کرده و ضمن درک مسائل و مشکلات واقعی، از تجربه زیسته بالایی در زمینه کارآفرینی زنان برخوردار هستند، معتقدند حوزه کارآفرینی زنان، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین زمینه‌های اثرگذاری و نقش‌آفرینی مؤثر زنان در توسعه اقتصادی و اجتماعی، با موانع و نارسایی‌هایی مواجه شده است. هریک از این افراد متناسب با سابقه حوزه مطالعاتی، اجرایی و تجربی خود، جهت رفع این مشکلات و نارسایی‌ها پیشنهادهای را مطرح ساخته‌اند که با جمع‌بندی این نظرات، مهم‌ترین محورهای رفع این موانع را این‌گونه می‌توان ذکر نمود:

ایشان معتقدند اقداماتی که در سال‌های اخیر ذیل عنوان توانمندسازی زنان اجرا شده است، می‌تواند در رفع یا کاهش مشکلات زنان در زمینه توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مؤثر و مفید واقع گردد. ایشان معتقدند اگر این اقدامات از سنین پایین‌تر آغاز شود، به علاقه‌مندی‌ها و گرایش‌های زنان در انتخاب مشاغل توجه شود، برنامه‌های آموزشی جهت ارتقاء مهارت‌ها متناسب با ویژگی‌های فرهنگی هر زیست‌بوم طراحی شود و بر توانمند شدن زنان در مدیریت نقش‌ها و زمان، خودشناسی و آگاهی به توانایی‌ها جنسیت زنانه متمرکز گردد، می‌توان گام‌های کلیدی‌تری در رفع مشکلات حوزه کارآفرینی زنان برداشت.

اقدام دیگری که ایشان برای رفع مشکلات حوزه کارآفرینی مهم دانسته‌اند، توجه ویژه و اکید به تمایزهای جنسیتی زنان است. ایشان معتقدند توجه به این تمایزها از سیستم آموزشی کشور آغاز شود و افراد متناسب با ویژگی‌های فطری و درونی خود، در معرض آموزش و ارتقاء مهارت قرار گیرند. بعد از این، توانایی‌ها و پتانسیل‌های خاص زنانه در مشاغل مختلف مورد توجه قرار گرفته و باعث می‌شود زنان از قرارگیری در چرخه معیوب مشاغل نازل و کم‌اهمیت خارج شوند. در این صورت جامعه خواهد توانست از ارزش‌افزوده زنانه در بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی بهره‌مند گردد.

متخصصان حاضر در این پژوهش کیفی معتقدند یکی از موانع و نارسایی‌های جدی در حوزه کارآفرینی زنان، تضاد نقش‌های مختلف زنان است. به این معنی که مسئولیت‌های خانوادگی مانع اصلی نقش‌آفرینی مثرتر در کارآفرینی به حساب می‌آید. در سال‌های اخیر جهت رفع این مشکل به‌اشتباه سعی شده است نقش‌ها و مسئولیت‌های خانوادگی برای زنان کم‌رنگ‌تر شود و با برون‌سپاری این وظایف، فرصت‌های بیشتری برای نقش‌آفرینی‌های اجتماعی زنان فراهم گردد. متخصصان معتقدند نتیجه چنین سیاست‌هایی به روند رشد و تربیت فرزندان، به‌عنوان نیروی کار و سرمایه انسانی آینده جامعه و ثبات کانون‌های خانوادگی، به‌عنوان سلول‌های تشکیل‌دهنده اجتماع، آسیب‌های جبران‌ناپذیری وارد ساخته است. ایشان معتقدند این ریل‌گذاری نیاز به تغییر مسیر جدی داشته و می‌بایست ضمن ارزش‌گذاری و محاسبه ارزش نقش‌ها و مسئولیت‌های خانوادگی زنان و آموزش مدیریت نقش‌های چندگانه، راه را برای ایفای این نقش‌ها به‌صورت توأمان هموار ساخت.

از دیگر اقدامات مهمی که برای رفع موانع کارآفرینی، به آن اشاره شده، ایجاد تغییر و بازتعریف

ساختارهای شغلی برپایه تفکرات و رهیافت‌های نوین مکاتب مدرن و پست‌مدرن اجتماعی است. ساختارها کاملاً مردانه و متناسب با اقتضانات و شرایط مردانه طراحی شده است و به ویژگی‌ها و اقتضانات خاص زنان هیچ توجهی ندارد. انعطاف زمانی در کار، توجه به شرایط و توانایی جسمانی زنان و ایجاد محیطی مطلوب برای ارائه کار، جهت نقش‌آفرینی بهتر زنان در جامعه مفید خواهد بود.

کارآفرینی اجتماعی یکی از عرصه‌های مغفول نقش‌آفرینی خصوصاً برای نقش‌آفرینی‌های اجتماعی زنان محسوب می‌شود؛ چراکه ویژگی‌های جنسیتی زنان سنخیت و تمایل بیشتری به امور عام‌المنفعه، خیریه و نوع‌دوستانه دارد و ایشان می‌توانند امور اجتماعی بر زمین‌مانده در این زمینه را عهده‌دار شوند. لازمه این امر توجه جدی به این بخش در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان جامعه است که این عرصه نیز بتواند مجدداً به‌عنوان الگوی مهم و قانون‌مند نقش‌آفرینی‌ها در جامعه بازتعریف گردد.

مطالعات آینده‌پژوهی اغلب بر این مطلب تأکید دارند که در دهه آتی درصد بالایی از مشاغل فعلی منقرض و فهرست جدیدی از فرصت‌های شغلی ظهور خواهد کرد. کسب‌وکارهای مجازی، اقتصاد دیجیتال، زنجیره‌های خلق ارزش و محصولات دانش‌بنیان، ظهور بیشتر دارایی‌های نامشهود و اقتصاد بی‌وزن، از جمله بسترهای مناسب و فرصت‌های نوظهوری هستند که امکان کارآفرینی سازگار با نقش‌ها و کارکردهای جنسیتی را برای زنان فراهم خواهند آورد. در این الگوهای نوظهور مدل‌های دورکاری، کار در محیط خانه، انعطاف‌های شغلی، بهره‌گیری از زمان‌های اضافه و کسب‌وکارهای خانوادگی به‌وضوح دیده می‌شود و این دقیقاً همان مؤلفه‌هایی است که زنان برای نقش‌آفرینی‌های اجتماعی و اقتصادی در جامعه به آن نیاز مبرم دارند.

درنهایت نیز متخصصان معتقدند برای رفع و حل نارسایی‌ها و موانع کارآفرینی زنان، ضروری است در زمینه‌های مختلفی مثل معرفی افراد موفق و الگوهای کارآفرینی به زنان، رویکردهای جدی داشته باشیم و در صدد ارائه الگو و مدلی جدید از کارآفرینی زنان با توجه به همه ابعاد ذکرشده همچون دغدغه‌ها و نقش‌های خانوادگی، اقتضانات جنسیتی، و محاسبه ارزش همه فعالیت‌های زنانه در آن باشیم.

بحث و نتیجه‌گیری

براساس گونه‌شناسی و تحلیل انتقادی که در دهه‌های اخیر از ادبیات کارآفرینی صورت پذیرفته است، اتفاق نظر اندیشمندان و صاحب‌نظران توسعه بر این است که تئوری‌ها و سیاست‌های پیشنهادشده در زمینه کارآفرینی زنان نارسایی‌هایی داشته و از کارآمدی لازم برای تمهید حضور زنان و ایفای نقش ایشان در توسعه برخوردار نیست. یکی از راه‌های برون‌رفت از این مسئله، بازتعریف مفهوم کارآفرینی زنان است. در واقع مفهوم کارآفرینی و به عبارت دقیق‌تر آن‌تروپرونی زنان هرچند واجد مؤلفه‌های عمومی فراجنسیتی و مشترکی چون نوآوری، ریسک‌پذیری، و مسئولیت‌پذیری است، تلاقی این مؤلفه‌ها و خصیصه‌ها با نقش‌های جنسیتی زنان در عرصه عینی و عملی، ماهیت و هویت هستی‌شناختی

جدیدی به مقوله آنترپروتری زنان می‌دهد که در حال حاضر در اصطلاح کارآفرینی و برنامه‌های متعارف آن نمی‌گنجد. در واقع این مدعا متضمن این معنی است که همه ویژگی‌هایی که لازم است کارآفرین زن داشته باشد، با مسائل اجتماعی حوزه زنان، تفاوت‌ها و مزیت‌های جنسیتی، مسئولیت‌های خانوادگی و هم‌زمانی و توأمان بودن این وظایف با نقش‌های اجتماعی و توسعه‌ای تلاقی پیدا می‌کند. پس عدم توجه به این موضوع در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه کارآفرینی زنان، موانع و مشکلات جدی برای ورود و پیشرفت زنان در این عرصه ایجاد کرده است. جهت رفع این مسئله، اندیشمندان و تئوری‌پردازان وارد میدان شده و با توجه جدی به زمینه‌ها و عرصه‌های نوظهور و برخی نظریه‌های جدید، سعی در رفع نقیصه‌ها و ارائه الگوها و برنامه‌های ارتقایافته کرده‌اند. در این مقاله با احصاء فرصت‌های تئوریک و رویکردهای جدید مختلف چون مطالعات توانمندسازی زنان، ادبیات اقتصاد توسعه جدید و پسامدرن، رهیافت‌های مطالعات جنسیتی، ادبیات جدید نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی اجتماعی، الزامات مکتب شومپتری و پدیده نوظهور آنترپروتر، اقتصاد و مالیه خانواده و کسب‌وکارهای نوظهور، و تلفیق دلالت‌های آنها با مقوله کارآفرینی زنان، به رهیافت‌ها و الگوهای جدید در عرصه ارزش‌آفرینی زنان در توسعه اشاره شد و به مدلی مفهومی که متضمن الگویی ارتقایافته از کارآفرینی زنان بود انجامید. همچنین طی یک مطالعه کیفی با نمونه‌گیری هدفمند و در قالب مصاحبه‌هایی نیمه‌ساخت‌یافته، این رهیافت‌ها و رویکردهای جدید به استادان و پژوهشگران برجسته در حوزه کارآفرینی زنان، مدیران و سیاست‌گذاران فعال در این عرصه و همچنین کارآفرینان زن موفق که به این عرصه ورود کرده و تجربه عملیاتی در آن دارند، ارائه شده و سپس پاسخ‌ها به روش تحلیل مضمون، بررسی شد تا ضمن اعتباربخشی، چارچوب مفهومی ارتقایافته، و به‌وسیله نتایج حاصل از این کار تحقیقاتی، رهیافت‌های ارائه‌شده در نقش‌آفرینی زنان در توسعه و پیشرفت، متناسب با اقتضانات ایران اصلاح و تکمیل گردد؛ به این معنی که در یافته‌های پژوهش کیفی ضمن اینکه بر اعتبار و اهمیت اجرای رهیافت‌ها و رویکردهای نظری مطرح در جهت رفع نقیصه‌ها و نارسایی‌های حوزه کارآفرینی زنان تأکید شده است، به هریک از این محورهای مطرح نیز به‌صورت دقیق‌تر و جزئی‌تر پرداخته شده و تلاش بر این بوده است با بهره‌گیری از رهیافت‌های جدید نظری، راه‌حل‌ها و پیشنهادهای کاربردی و قابل اجرا، ناظر به مسائل و اقتضانات بومی و واقعی کشور، ارائه گردد.

منابع

- [۱] احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵). *مبانی کارآفرینی*، چاپ چهارم، تهران: فراندیش.
- آراستی، زهرا (۱۳۸۵). «زنان کارآفرین ایرانی و ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای زنانه»، *پژوهش زنان*، ۱۴(۱/۲): ۹۳-۱۲۰.
- [۲] بهرامیتاش، رکسانا و صالحی اصفهانی، هادی (۱۳۹۷). *اقتصاد سیاسی اشتغال زنان در ایران ۱۳۵۷-۸۷*، (مهندس کریمیان)، تهران: نشر شیرازه و کتاب ما.

- [۳] کلدی، علیرضا و سلحشوری، پروانه (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۴(۴): ۷-۲۲.
- [۴] محمدپور، احمد (۱۳۸۸). «تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها»، *فصلنامه انجمن انسان‌شناسی ایران*، ۲(۱۰): ۱۶۰-۱۲۷.
- [5] Ahl, Helene, (2006). « Why research on women entrepreneurs needs new directions Entrepreneurship Theory and Practice», *School of Education and Communication*, 30(5): 595-621.
- [6] Bennett, r, Dann, s (2000). «The Changing Experience of Australian Female Entrepreneurs», Black Well Publishers , 7 (2): 75-83.
- [7] Budig, Michel (2004). « Feminism and the Family. The Blackwell Companion to the Sociology of Families», Copyright by Black well Publishin: 419-430.
- [8] Correll, S. J. (2001). «Gender and the career choice process: the role of biased self-assessments», *American Journal of Sociology*, 106(6): 1691-1730.
- [9] Demartino, R, Barbato, R (2003). «Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility and Wealth Creation as Career Motivators», *Journal of Business Venturing*, 18(2): 815-832.
- [10] DeTienne, D.R, Chandler, G.N., (2007). «The role of gender in opportunity identification. Entrepreneurship Theory and Practice», Colorado State University. *Department of Management & Human Resources*, 31(3): 365-386.
- [11] Ekinsmyth, C, (2011). «Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK ‘Mumpreneurs», *Geoforum*, 42(1): 104-114.
- [12] Glaser, Barney, Anselm Strauss (1967). *Discovery of Grounded Theory*, Transaction Publishers.
- [13] Goyal, P., Yadav, V. (2014). «To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country», *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 2(2): 68-78.
- [14] Heemskerck, M (2003). «Self-employment and poverty alleviation: Women's work in artisanal gold mines», *Human Organization*, 62(1): 62-72.
- [15] Henry, C., Foss, L., Ahl, H. (2016). «Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches», *International Small Business Journal*, 34(3): 217-241.
- [16] Ibrahim, G., & Galt, V. (2011). « Explaining ethnic entrepreneurship: An evolutionary economics approach», *International Business Review*, 20(6), 607-613.
- [17] Stoffers, Jol, Gunawan, Agus, Kleefstra, Anne (2018). «Social Entrepreneurship: An International Perspective», *Open Journal of Social Sciences* , 6: 10-24.
- [18] Kate V. Lewis, Colette Henry, Elizabeth J. Gatewood, John Watson (2014). *Women's entrepreneurship in the 21st century: An international multi-level research analysis*, Cheltenham: Edward Elgar.
- [19] Natalia Vinokurova (2015). «Sustainable Entrepreneurship And Women In Science And Education: Gender Equality», *Central Economics & Mathematics Institute Russian Academy of Sciences Nakhimovsky prospect*, 47: 117-418.

- [20] OECD (2004). «Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in A Global Economy: Towards A More Responsible and Inclusive Globalization», Istanbul, Turkey, June, 3-5.
- [21] On, Angela (2011). Women entrepreneurship in Romania, Lecturer, PhD, Petru Maior University of Tirgu-Mures: Faculty of Economics, Juridical and Administrative Sciences, Department of Management and Economy.
- [22] Piacentini, M (2013). «Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges», OECD Social, *Employment and Migration Working Papers*, No: 147, OECD Publishing, Paris.
- [23] Praveen Varghese, Thomas, Sonny, Josev (2018). «Engaging and promoting young women's entrepreneurship: A challenge to social work», *journals sagepub*, 63(1) : 69-75.
- [24] Purna Prabhakar, Nandamuri, Vijayudu, Gnanamkonda, Chakravarthi, Koundinya (2019). «Social Economics and Women: Entrepreneurship-A Competency Approach», *Theoretical Economics Letters*, 9 (5): 1235-1245.
- [25] Ragins, B. R., Ehrhardt, K, Lyness, K. S., Murphy, D. D., Capman, J. F (2017). «Anchoring relationships at work: High -quality mentors and other supportive work relationships as buffers to ambient racial discrimination», *Personnel Psychology*, 70(1): 211–256.
- [26] Reid, Margaret F, Brinck Kerr and Will Miller (2003). Glass Walls and Glass Ceilings: Women's Representation in State and Municipal Bureaucracies, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- [27] Sanghamitra, Chaudhuri, Rajashi, Ghosh, Yogita Abichandani (2020). «Exploring the Risky Terrain of Entrepreneurship With Support From Developmental Relationships: Narratives From Indian Women Entrepreneurs» , *Advances in Developing Human Resources*, 22(2): 137-149.
- [28] Shumaila Umer, Zaheruddin Othman, Kalthum Haji Hassan, Rahila Umer, Habib Ur Rehman (2017). «Consequences Of Gossiping On Women Empowerment», University Utara, Malaysia, *European Review of Applied Sociology*, 10(15):6-12.
- [29] Popescu, Silvia (2012). «Women And Men In Entrepreneurship», *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology* , 2(4): 1-9.
- [30] Terjesen, S & Sullivan, S. E (2011). «The role of developmental relationships in the transition to entrepreneurship: A qualitative study and agenda for future research», *Career Development International*, 16 (5): 482–506.
- [31] Tao, J. (2016). «A Literature Review on Institutional Change and Entrepreneurship», *Open Journal of Business and Management*, 4: 629-648.
- [32] Ufuk, Ozgen (2001). «Interaction Between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in the Turkey», *Journal Of Business Ethics*, 31(2): 95-106.
- [33] UNECE (2004). «Women's Self Employment and Entrepreneurship in the ECE region» background paper prepared by the secretariat for the Regional Symposium on Mainstreaming Gender into Economic Policies, Geneva, January: 28-30.
- [34] van der Lippe, T., & van Dijk, L. (2002). «Comparative research on women's employment , *Annual Review of Sociology*, 28: 221-241.
- [35] Ramadani, Veland, Léo-Paul Dana, Nora Sadiku-Dushi, Vanessa Ratten, Dianne H. B.

- Welsh (2017). «Decision-Making Challenges of Women Entrepreneurship in Family Business Succession Process», *Journal of Enterprising Culture*, 25(4): 411–439
- [36] Wang, H. (2018). «The Impact of Parental Entrepreneurship on Children's Health», *Open Journal of Business and Management*, 6: 585-605.

پیوست: برش‌های نمونه از مصاحبه خبرگان منتخب، استادان، مدیران و زنان کارآفرین در رابطه با رویکردهای جدید به کارآفرینی زنان

برش‌هایی از مصاحبه‌ها	محورهای مهم	
زعفرانچی (عضو هیئت علمی دانشگاه): در بحث‌های کارآفرینی زنان چون جنس آن از حوزه اقتصاد و مدیریت، شومپیتر است، پس معلوم است که کارآفرینی در بستر اقتصادی مدیریتی به دنیا آمده است. اگر این‌طوری به دنیا آمده، نمی‌توانیم از آن انتظار مطابقت با ارزش‌های مدنظر خود را داشته باشیم؛ پس ناچار هستیم برایش یک مفهوم جدید بسازیم.	ارائه مدل‌های بومی	لزوم تغییر رویکردها
قاسمپور (نماینده مجلس): در حال حاضر یکی از معضله‌های اساسی زنان این است که فکر می‌کنند خیلی می‌توانند در توسعه اثرگذار باشند و نقش داشته باشند اما این نقش‌آفرینی‌ها جایی حساب نمی‌شود. یعنی این همه زنان اشتیاق دارند به بحث اشتغال در ساختارهای رسمی وارد شوند چون آنجا محاسبه می‌شوند. احساس مفید بودن هست. ولی در کارهای دیگر این اتفاق نمی‌افتد.	طراحی الگوی محاسباتی ارزش‌های تولیدشده	توانمندسازی زنان
دهقان (مدیر کل اشتغال و کارآفرینی سازمان بهزیستی): به این معنی که در زنان این باورپذیری را ایجاد بکنیم به این مرحله از اطمینان برسند که می‌توانند نقش‌آفرین باشند؛ چه در معنای عمومی کسب‌وکار، یعنی فعالیت‌های کلی جامعه. اول این باورپذیری باید در زنان ایجاد بشود، هویت خودشان را پیدا بکنند، به این برسند که زن می‌تواند همپای مرد در جامعه نقش‌آفرینی بکند.	توانمندی در خودشناسی	توانمندسازی زنان
لطیفی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران): خانم‌ها خیلی علاقه دارند در حوزه‌های مختلف آموزشی یعنی علاوه بر تحصیل، در آموزش‌های غیرآکادمیک وارد شوند. این مسئله در کارگروه‌ها و کارگاه‌های مختلفی که در حوزه‌های مختلف شغلی برگزار می‌شود به وضوح مشخص است. همیشه تعداد خانم‌ها بیشتر از آقایان است.	توجه به علاقه بیشتر زنان به آموزش	توانمندسازی زنان
مهربان فر (پژوهشگر حوزه زنان): خانم‌ها می‌توانند ارزش‌افزوده زنانه ایجاد کنند. ما اصلاً در مورد ارزش‌افزوده زنانه هیچ فکری نکرده‌ایم، یعنی اصلاً در موردش تأملی نداشتیم، که من خانم چه می‌توانم به این اضافه کنم. ولی واقعاً این کار سختی است و یک‌سری ساختار شکنی‌هایی می‌خواهد. متأسفانه فضاها را ما باز نکردیم برای این‌طور بحث‌ها و این‌طور کارها.	ارزش‌افزوده زنانه	تمایزهای جنسیتی زنان

<p>شکوهی نیا (مدرس برتر کارآفرینی): در دنیا بعد از آن کسی که مدیرعامل آن سازمان است، مدیر مالی و مدیر منابع انسانی دو تا پستی هستند که شاید جزو مهم‌ترین پست‌ها در سازمان هستند و در مراتب بالا که برویم خیلی از سازمان‌ها مدیر منابع انسانی آنها به دلیل اینکه قرار است با خود انسان کار کند و خیلی فرآیند لطیف و دقیقی است، از خانم‌ها انتخاب می‌شوند.</p>	<p>مزیت زنان در انجام بسیاری از مشاغل</p>	
<p>محمدی (معاونت اشتغال زنان آستان قدس رضوی): خانم ترجیح می‌دهد صبح بعد از اینکه بچه‌ها به مدرسه رفتند کار را شروع کند. مجدد ظهر که بچه‌ها از مدرسه می‌آیند در خانه باشد و عصر مجدد مقداری به کار پردازد. در این شرایط به وظایف خانوادگی هم رسیدگی کرده است و از لحاظ روانی مشغله ذهنی ندارد. در این صورت می‌تواند هم اثرگذاری اقتصادی و اجتماعی داشته باشد هم به همسر و فرزندان رسیدگی کند.</p>	<p>انعطاف شغلی</p>	
<p>دیداری (کارآفرین): وقتی من زمان اضافه دارم، خانم خانه هستم، به بچه‌ها رسیدم، کارهایم را کرده‌ام، خب الان چکار کنم؟ تلفن را بردارم دو ساعت با یک نفر صحبت کنم، گوشیم را بردارم، چهار پنج ساعت در گوشی بچرخم. اولین گزینه راحتی که جلو انسان است آن را انتخاب می‌کند و عمل می‌کند یا اینکه انسان می‌تواند یک مقدار سختی به خودش بدهد تا یک نتیجه و آینده بهتری را بگیرد.</p>	<p>بهره‌گیری از زمان‌های اضافه زنان</p>	<p>کسب و کارهای نوپهور</p>
<p>تائبی (کارآفرین): در حال حاضر دنیا دنیای فضای مجازی شده است. خانم‌ها می‌توانند با دنیای مجازی با هر هنری وارد بازار کار شده و شروع به کار کنند. در اطرافیان بنده خانم‌های بسیاری هستند که توانستند از این مسیر به نتیجه برسند.</p>	<p>موفقیت بیشتر با گسترش فضای مجازی</p>	
<p>بدره (عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا): خیلی دشوار است برای یک زن که هم نقش‌های خانوادگی مثل مادر و همسر بودن را داشته باشد و دلش بخواهد در این زمینه برای خانواده کم و کاستی نگذارد ولی از طرف دیگر به علاقه‌مندی‌های خودش هم فکر کند و حتماً زنانی که هر دو اینها را با هم دارند به دوش می‌کشند اندک‌شمار هستند؛ چون همه حاضر نیستند سختی‌ها و مشکلات این مسیر را تحمل کنند. از طرف جامعه هم هیچ دلگرمی و حمایتی برای این زنانی که چندمنظوره در حال خدمت کردن به جامعه هستند وجود ندارد.</p>	<p>مدیریت نقش‌های چندگانه</p>	<p>مسئولیت‌های خانوادگی</p>
<p>شریف عسگری (مدرس برتر کارآفرینی): وقتی مادر در کارش نوآوری داشته باشد همچنین مادری در تربیت فرزندانش هم این القانات را به فرزندانش منتقل می‌کند. لذا مادر خلاق به‌عنوان یک مربی در تربیت نسل خلاق بسیار مهم است.</p>	<p>تربیت نسل آینده</p>	
<p>کربلایی (کارآفرین): نقش زنان در بخش‌های رسمی و خانوادگی مکمل یکدیگر هستند. اگر زنی در خانه و مدیریت امور خانه موفق باشد، در جامعه هم می‌تواند موفق باشد.</p>	<p>مکمل شدن نقش‌های خانوادگی و اجتماعی</p>	

<p>دژبرد (ریاست امور زنان آستان قدس رضوی): کارآفرین اجتماعی فردی است که انگیزه‌ها و دغدغه‌های اجتماعی و کمک به جامعه برایش بسیار مهمتر از کسب سود و درآمد بالا است. بانوان همواره در زمینه کمک‌های خیرخواهانه پیشقدم بوده‌اند. در شخصیت زنان روحیه خیرگزینی فطری است.</p>	<p>نقش جدی زنان در عرصه کارآفرینی اجتماعی</p>	
<p>قاسمپور (نماینده مجلس): در گذشته نوع حضور اجتماعی زنان تعریف متفاوتی داشته است. نقش‌پذیری اجتماعی زنان در قالب امور وقف، خیریه و تعاونی‌ها به‌طور جدی دنبال می‌شده است. این نوع نقش‌آفرینی زنان تأثیر بسزایی در سایر بخش‌های جامعه همچون همبستگی و مشارکت اجتماعی و سرمایه‌گذاری اقتصادی داشته است. این نوع نقش‌پذیری زنان برای رشد خود زنان هم مطلوب بوده است. در واقع تحمیل نقشی غیر از توان و ظرفیت زنان به ایشان نبوده است. اما امروز این نقش‌آفرینی مهم زنان در عرصه اجتماعی و اقتصادی کمرنگ‌تر شده است.</p>	<p>پیشرو بودن زنان در امور خیریه و عام‌المنفعه</p>	<p>کارآفرینی اجتماعی</p>
<p>کرم (عضو کارگروه اشتغال زنان بنیاد علوی): هنوز به این درک نرسیده‌ایم که سیستم کاری یک زن اقتضائاتی دارد. و این سیستم از سیستم‌های تعریف‌شده برای مردان متفاوت است.</p>	<p>حفظ ویژگی‌های زنانه در کار</p>	
<p>محمدی (معاونت اشتغال زنان آستان قدس رضوی): اینکه یک زن احساس کند در جایی و در محیطی که کار می‌کند می‌تواند ویژگی‌های زنانه خود را حفظ کند، این برای او یک ارزش است. به او حس خوبی را منتقل می‌کند تا اینکه مجبور باشد از صبح تا عصر با مقنعه و لباس فرم در محل کار حاضر باشد.</p>	<p>بازتعریف ساختارهای شغلی</p>	<p>اقتصاد مدرن</p>

جدول شماره ۲: بخش‌هایی از مصاحبه با استادان، مدیران و زنان کارآفرین درباره رویکردهای جدید به کارآفرینی زنان