



<https://ssoss.ui.ac.ir/?lang=en>

Strategic Research on Social Problems in Iran
E-ISSN: 2645-7539
Vol. 10, Issue 2, No.33, Summer 2021, pp. 23-54
Received: 31.01.2021 Accepted: 02.06.2021

Research Paper

Alternative Entrepreneurship: A Semantic Understanding of the Experience of Entrepreneur Women regarding Economic Participation in Shiraz

Sara Hemmat

PhD Candidate of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran
sara.hemmat71@gmail.com

Vahid Ghasemi *

Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran
v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

Mohsen Renani

Professor, Department of Economics, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran
m.renani@gmail.com

Behjat Yazdkhasti

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran
b.yazdkasti@ltr.ui.ac.ir

Bijan Khajeh Nouri

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran
bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

Introduction

Participation has often been considered as one of the main components and indicators of development by various thinkers and experts because social life is possible when people interact and cooperate with each other as members of one body. People's participation in the development process is so important that development is basically considered a participatory process because people's participation is the basis of social and economic development. Thematically, participation is divided into political, social, economic, and so on. Although their exact separation is difficult due to their entanglement, overlap, and complementarity, in the present study, economic participation is considered. The benefits of participating in the development process should go to all individuals or groups involved. One of the groups participating in the development process that should have a fair share of development benefits is the category of women. Because in today's world, overcoming family, economic, cultural, and political crises and achieving sustainable development require the full participation of different groups and women are the first hope for the development of families and the growth and development of their society. Women's success not only benefits the country economically but also creates social and cultural benefits.

Materials and Methods:

The present study seeks to investigate the semantic understanding of the experience of entrepreneur women regarding economic participation in Shiraz. The purpose of this study is to investigate what entrepreneur women understand about economic participation and what conditions, contexts, and strategies are considered important in this field. This research is based on a qualitative approach

using the systematic ground theory method. The method of data collection is the semi-structured interview. The interviewees of the present study were entrepreneur women in Shiraz who were selected through purposive sampling for the interview. A total of 25 interviews were selected. In the interview process care was taken to conduct the interviews with appropriate quality and avoiding bias in order to maintain the validity of the research. To assess the reliability,

*Corresponding author

Hemmat, S., Ghasemi, V., Renani, M., Yazdkhasti, B., Khajenoori, B. (2021). Alternative entrepreneurship: a semantic understanding of the experience of entrepreneur women regarding economic participation in shiraz. *Strategic Research on Social Problems in Iran University of Isfahan*, 10(2), 23-54.

2645-7539 / © 2021 The Authors. Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://dx.doi.org/10.22108/srsp.2021.127224.1675>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221453.1400.10.2.2.4>

the two experts also coded several interviews and the difference between their coding results was small and negligible.

The research data have been analyzed based on Strauss and Corbin's (2012) three-stage coding approach (open, axial, and selective). The related codes were obtained focusing on a major category of organization and the main categories of research.

Discussion of Results and Conclusion:

After analyzing and interpreting the information extracted from the interviews regarding the entrepreneurial model of women in Shiraz, 69 sub-categories and 19 main categories were identified. The findings indicated that broken family interactions, the experience of multiple deprivations, favorable entrepreneurial spirit, and multiple sources of capital are categories that causally affect the economic participation of women entrepreneurs. The resilient femininity, integrated femininity, authoritarian parenting style and support, and lack of family support shaped the ground conditions for the economic participation of entrepreneur women. The institutional disorder, economic disorder, lack of applied skills, and a sexist work environment are interfering factors. Such factors were effective for economic success and economic participation. Women's entrepreneurship and economic participation could have a variety of consequences including attitudinal changes, identity changes, lifestyle changes, and passive lifestyle changes. Finally, it can be said that women have presented alternative female entrepreneurship as a model of economic participation, as opposed to a model based on masculine structures.

Keywords: Economic Participation, Alternative Entrepreneurship, Femininity, Grounded Theory.

References

- Abbasi Shavazi, M. J., McDonald, P., & Hosseini Chavoshi, M. (2009). The fertility transition in Iran, revolution and reproduction. *Canadian Studies in Population*, 38 (1-2), 203-205.
- Abbott, P., & Wallace, K. (2001). *Sociology of women*. Translated by Manijeh Najm Iraqi. Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Abdullah, N., & Abu Bakar, N. A. (2011). The causal relationship between fertility and women labor force participation: evidence for the four selected Asian countries. *European Journal of Social Sciences*, 26 (2), 154-158.
- Aladdin, P., & Razavi, R. (2018). Status of women's participation and employment. *Social Welfare Research Quarterly*, 3 (12), 194-234 (in Persian).
- Al Botmeh, S. (2013). *Barriers to female labour market participation and entrepreneurship in the occupied Palestinian territory*. The Centre for Development Studies- Birzeit: University and the YWCA of Palestine.
- Ali Khan, R. E., & Khan, T. (2009). Labor force participation of married women in Punjab (Pakistan). *Journal of Economic and Social Research*, 11 (2), 77-106.
- Alipour, A. (2009). *Growing self-confidence in women entrepreneurs*. Available at www.iranzanan.com (in Persian).
- Alison, M. (1990). *Entrepreneurship: An international perspective*. Oxford: Jordan Haill, Linacre House.
- Amini, A., & Taheri, A. H. (2016). Analysis of the role of rural women in economic activities and the factors affecting it studied in rural areas of Simkan district in Jahrom city. *Iranian Agricultural Extension and Education Sciences*, 12 (2), 37-51 (in Persian).
- Amit, R., Glostien, L., & Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30 (5), 815-834.
- Anker, R., & Hin, K. (2000). *Theories of sexual inequality*. Translated by Parvin Raeisi. Tehran: Roshangaran Publication (in Persian).
- Anker, R. (1998). *Gender and jobs: Sex segregation of occupation in the world*. Geneva: International Labour Office.
- Anker, R., Melkas H., & Korten, A. (2003). *Gender based occupational segregation in the 1990's*. Declaration Working Paper, Research at Helsinki University of Technology Lahti Center, Finland, International Labour Office.
- Armen, A., Farazmand, H., & Danesh, H. (2015). The impact of information and communication technology on the rate of women's participation in the labor force. *Social Development Quarterly*, 9 (4), 161-184 (in Persian).
- Asadzadeh, A., Mirani, N., Judge Khani, F., Ismail Darjani, N., & Honardost, A. (2017). Study of the role of women's employment and education on economic growth in Iran. *Women's Quarterly in Development and Politics*, 15(3), 359- 381 (in Persian).
- Azam Azadeh, M., & Moshtaghian, M. (2016). Barriers to women's participation in the social development process. *Iranian Social Issues Quarterly*, 7 (1), 31-55 (in Persian).
- Azimi, E. (2015). The effect of children on female labor force participation in urban Iran. *IZA Journal of Labor and Development*, 4 (1), 1-11.
- Barrett, M. (1989). Women's oppression today. *Haloton Journal of Social Relations*, 9 (1), 210-212.
- Bbaale, E. (2011). *Female Education, Labour Force Participation and Fertility: Evidence from Uganda*. Nairobi-Kenya: Final Report Submitted to the African Economic Research Consortium (AERC).
- Boozerjemari, S. T., Shayan, H., & Khosravi Mashizi, H. (2014). *Analysis of the role of literacy on economic participation of rural women: a case study of the central part of Kerman city*. National Conference on Women and Sustainable Rural Development. Mashhad Ferdowsi University of Mashhad (in Persian).
- Bloom, D. E., Canning, D., Fink, G., & Finlay, J. E. (2009). Fertility, female labor force participation, and the demographic dividend. *Journal of Economic Growth*, 14 (2), 79-101.
- Burda, M. (2009) *The Impact of ICT on Employment*, Humboldt Universitat zu Berlin, Institut fur Wirtschaftstheorie, February, Contract 30-CE-0150922/00-65: 1-256.
- Burkely, S. (1996). *People first a guide to self-reliant participatory rural development*. London: Zedbooks.
- Bun Song, L., Soomyung, J., and Jayanta, S. (2008) Women's labor force participation and marriage: The case of Korea, *Journal of Asian Economics*. 19, 138-154.
- Cahn, N., Haynes, D.; and Aoláin, F. Ní (2010). Returning Home: Women in Post-Conflict Societies, *University of Baltimore Law Review*. 39, 338-369.
- Caldwell, B., & Khuda, B. E. (2000). The first generation to



- control family size: a microstudy of the causes of fertility decline in a rural area of Bangladesh. *Studies in Family Planning*, 31 (3), 239-251.
- Carr, M., & Chen, M. (2004). Globalization, social exclusion and gender. *International Labor Review*, 143 (1-2), 129-160.
- Casterline, J. B., Sather, Z. A., & Ul Haque, M. (2001). Obstacles to contraceptive use in Pakistan: A study in Punjab. *Studies in Family Planning*, 32 (2), 95-110.
- Cole, R. E., Bachayan, P., & Whit, B. J. (1993). Quality participation and competitiveness. *California Management Review*, 35 (3), 68-81.
- Coma, R., & Afshari, Z. (2017). Determinants of women's labor force participation in selected countries (panel analysis). *Quarterly Journal of Women's Psychological Social Studies*, 15 (1), 41-72 (in Persian).
- Dizji, M., & Badri Bookseller, A. (2016). Study of the factors affecting women's employment with emphasis on the use of ICT. *Quarterly Journal of Women and Family Studies*, 9 (34), 73 -93 (in Persian).
- Dollar, D., Fisman, R., & Gatti, R. (2001). Are woman really the "fairer" sex? Corruption and women in government. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 26 (4), 423-429.
- Dominiak, P., Lechman, E., & Okonowicz, A. (2014). Fertility rebound and economic growth, new evidence for 18 countries over the period 1970-2011. *Working Paper Series*, 5 (23), 1-18.
- Ehrenreich, B. (2018). *What is socialist feminism?*. Retrieved from: <https://jacobinmag.com>.
- Ejaz, M. (2007). Determinants of female labor force participation in Pakistan: An empirical analysis of PSLM (2004-05) micro data. *The Journal of Labor Economics*, 12 (Special Issue), 204-235.
- Elisia, L., Mussa, A., & Akarro, R. (2010). Some factors that hinder women participation in social, political and economic activities in Tanzania. *Journal of Arts and Social Sciences*, 11 (2), 1-10.
- Elmi, Z., & Roostaei Shalmani, K. (2014). The effect of development on women's economic participation in Mena countries using the deficit probit panel method. *Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research*, 4 (14), 11-28 (in Persian).
- Faridi, Z. M., Malik, Sh., & Basit, A. B. (2009). Impact of education on female labour force participation in Pakistan: empirical evidence from primary data analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 29 (1), 127-140.
- Fatima, G. (2010). Female education as a determinant of economic growth: the case study of Pakistan. *Contemporary Issues in Education Research*, 4 (11), 15-22.
- Faustin, M., Galican, I. (2014). Impact of ICT on Employment in Rwanda: Time series Analysis/http://www.academia.edu/20250733/Impact_of_ICT_on_Employment_in_Rwanda faustin.
- Feingold, A. (1996). Cognitive gender differences: where are they, and why are they there. *Learning and Individual Differences*, 8 (1), 25-32.
- Foroutan, Y. (2009). *Competing determinants of women's work: ethnicity, religion and culture*. Morocco: International Population Conference.
- International Labour Office. (2016). *Women at Work: Trends 2016*. Geneva: ILO.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *Discovery of grounded theory*. USA: Aldine transaction a division of transaction publishers new brunswick.
- Gobayan, I., & Hakobian, L. (2005). *Rural woman participation in decision-making in America*. Retrieved from: <http://thepoint.gm/amrica/>
- Golrord, P. (2009). Effective factors in entrepreneurship of Iranian women. *Women in Development and Politics (Women's Research)*, 3 (1), 110-124 (in Persian).
- Hadian, A., & Heidaripoor, A. (1996). Economic development and the share of women in the workforce. *Journal Population Quarterly*, 28 (27), 20-30 (in Persian).
- Haug, H. M., & Parady, W. (1999). Community entrepreneurship in north Eastland. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5 (4), 82-94.
- Jao, Y., & Li, J. A. (2011). Trends in the labor force participation of married mothers of preschool-aged children in Taiwan. *RAND Working Paper*, 85 (1), 1-49.
- Kar, M. (2000). *Women in the Iranian labor market*. Tehran: Roshangaran Publications and Studies Center (in Persian).
- Karimi Moghari, Z., Nazifi Naeini, M., & Abbaspour, S. (2013). Economic factors affecting women's employment in Iran. *Quarterly Journal of Women's Psychological Social Studies*, 11 (3), 58-80 (in Persian).
- Kolaei, A. (2006). *The role of women in the development of Islamic countries*. Tehran: Tehran University Press (in Persian).
- Kumbhar, V. (2013). Some critical issues of women entrepreneurship in rural India. *European Academic Research*, 1 (2), 185-192.
- Losindilo, E., Mussa, A. S., & Akarro, R. R. J. (2010). Some factors that hinder women participation in social, political and economic activities in Tanzania. *Arts and Social Sciences Journal*, 4 (1), 1-10.
- Majbouri, M. (2016). Against the wind: labor force participation of women and economic instability in Iran. *Journal Feminist Economics*, 22 (4), 31-53.
- Mansour Abadi, M., & Karami, A. (2006). Implications of development on the economic, social and cultural status of rural women: A case study in Fars province. *Journal of Social Sciences and Humanities, Shiraz University*, 24 (2), 47, 107-128. (in Persian).
- Mirghafori, M., Fishing Turanlu, H., & Taheri Demneh, M. (2009). Explaining and analyzing barriers affecting women's entrepreneurship (case study: Yazd province). *Transformation Management Research Journal*, 1 (2) (in Persian).
- Mishra, V. (2004). *Muslim/non-Muslim differentials in fertility and family planning in India*. East-West Center Working Paper, Population and Health Series.
- Moghadam, V. M. (1999). Gender and globalization: female labor and women's mobilization. *Journal of World-System Research*, 5 (2), 137-141.
- Mohammad Mahmudi, H. (2012). *Role of ict to promote gender equality in Bangladesh*. IPID International Annual Conference Information and Communication Technology for Development (ICTsD) September 5-6, Kristiansand, Norway.
- Nezamivand Chegini, Z., & Sarai, H. (2013). Factors affecting women's participation in the labor force in Tehran. *Journal of Welfare Planning and Social*



- Development*, 4 (15), 1-45 (in Persian).
- Ntuli, M. (2007). *Determinants of South African Women's Labour force Participation 1995-2004*. The Institute for the Study of Labor (IZA).
- Oakley, P., & Marsden, D. J. (1984). *Approaches to participation in rural development*. Geneva: ILO.
- OECD,. (2009). *The role of employment and social protection making economic growth more pro-poor, Policy statement*. DAC high-level meeting. Available in: www.oecd.org/dac/poverty.
- Okiy, R. B., & Esoswo, F. O. (2011). Supporting rural women's use of information and communication technologies for sustainable economic development in Ethiopia- East local government area of Delta State, Nigeria. *Journal of Information Technology Impact*, 11 (1), 71-84.
- Pieters, J., & Klasen, S. (2011). *Drivers of female labour force participation in urban India during India's economic boom*. Berlin: Asociacion para la political social.
- Pinquant, M., & Schindler, I. (2007). Changes of life satisfaction in the transition to retirement: A latent class approach. *Journal of Psychology & Aging*, 22 (4), 442-455.
- Priebe, J. (2011). *Child costs and the causal effect of fertility on female labor supply: An investigation for Indonesia 1993-2008*. Berlin: Verein für Socialpolitik, Research Committee Development Economics.
- Puryousefi, H., Taifeh, A., & Aghapourfarkush, M. (2009). Sociological study of factors affecting the role modeling of girls' social behavior. *Social Science Research Journal*, 3 (1), 1-10 (in Persian).
- Qureshi, F., Alizadeh, A., Ebrahimi, M. B., & Turkmani, A. (2012). Study of factors affecting the social participation of women over 20 years of age in Tabriz. *Bi-Quarterly Journal of Sociology of Economics and Development*, 1 (2), 115-141 (in Persian).
- Rajabpour Miandoab, P., Mohammadi, M., & Tajik, H. (2011). Personality traits and motivations of self-employed women, Kandovan village. *Village and Development Quarterly*, 14 (4), 147-164 (in Persian).
- Ramella, M., & Rose, B. L. (2000). Taking part in adolescent sexual health promotion in Peru: community participation from a social psychological perspective. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 10 (4), 271-284.
- Rezvani, A., & Frederick, M. (2002). *People's government and convergence*. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance Publications (in Persian).
- Roy, O. (2002). *Globalised Islam: the search for a new Ummah*. London: Hurths & Company.
- Rusarseh, M. (2006). *History of feminism*. Translated by Abdul Wahab Ahmadi. Tehran: Enlightenment and Women's Studies (in Persian).
- Saeed, A. (2003). *Islam in Australia*. NSW: Allen & Unwin.
- Safaiepour, M., & Zadoli Khajeh, Sh. (2016). An analysis of barriers to women's economic participation in Iran (case study of Tabriz metropolis). *Quarterly Journal of Economic Sociology and Development*. 5 (1), 63-85 (in Persian).
- Safakish, M., & Fallah Mohsen Khani, Z. (2015). Study of non-economic participation of women in the Iranian labor market. *Journal of Official Statistics of Iran*, 27 (1), 103-119 (in Persian).
- Safari Shali, R. (2008). Cultural and social factors related to the participation of rural women in family and social affairs (a case study of rural women in Zanjan province). *Women's Research Quarterly*, 6 (1), 137-159 (in Persian).
- Safiri, S. T. (1998). *Sociology of employment*. Tehran: Tebyan Publication (in Persian).
- Samimi, S. & Hojabr Kiani, K. (2014) Effect of information and communications technology on employment of iran's manufacturing industries, *Quarterly Journal of Economic Research and Policies*, 22(70), 55-74 (in persian)
- Seymour, N. (2001). *Women entrepreneurs in the developing world, Digest No01-04, Kaufman center for Entrepreneurial Leadership Clearinghouse on Entrepreneurship Education*. Retrieved from: www.celcee.edu.
- Sherbatian, M. H. (2009). Study of dimensions and social barriers to women's employment. *Humanities (Special Social Sciences)*, 7 (3), 85-95 (in Persian).
- Sirisrisak, T. (2009). Conservation of bangkok old town. *Habitat International*, 33 (4), 405-411.
- Smyth, R., & Mishra, V. (2010). Female labor force participation and total fertility rates in the OECD: new evidence from panel co-integration and granger causality testing. *Journal of Economics and Business*, 62 (1), 48-64.
- Sorsa, P., Mares, J., Didier, M., Guimaraes, C., Rabate, M., Tang, G., & Tuske, A. (2015). *Determinants of the low female labour force participation in India*. OECD Economics Department Working Papers. Paris: OECD Publication.
- Statistical Center of Iran. (2016). *Labor force survey results* (in Persian).
- Stefano, L. (2010). Facing the water framework directive challenges: A baseline of stakeholder participation in the European Union. *Journal of Environmental Management*, 91 (1), 1332-1340.
- Strauss, A., & Corbin, C. (2012). *Fundamentals of qualitative research, techniques and stages of production of grounded theory*. Translated by Ebrahim Afshar. Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Sullivan, T. A. (2005). *Labor force, Handbook of population*. USA: Plenum.
- World Bank. (2004) *Gender and Development in the Middle East and North Africa , Women in the Public Sphere*, Washington,DC,Social and Economic Development. <http://web.worldbank.org/archive/website01418/WEB/IMAGES/281>.
- World Bank Group. (2015) *The Effects of Technology on Employment and Implications for Public Employment Services*, Report prepared for the G20 Employment Working Group Meeting Istanbul. Turkey 6-8 May, 1-15.
- Yakubu, A. (2010). Factors Influencing female labor force participation in South Africa in 2008. *The African Statistical Journal*, 11 (1), 85-104.
- Woetzel, J., Madgavkar, A., Ellingrud, K., Labaye, E., Devillard, S., Kutcher, E., Manyika, J., Dobbs, R., & Krishnan, M. (2015). *The power of parity: how advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth*. USA: McKinsey Global Institute (MGI).
- Zanjanizadeh, H. (1991). Study of theories of gender inequality in the labor market. *Specialized Journal of Language and Literature*, 24 (1), 1-11 (in Persian).



پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران

سال دهم، شماره پیاپی (۳۳)، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۰، ص ۲۳-۵۴


تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۱۲

مقاله پژوهشی

کارآفرینی جایگزین: درک معنایی تجربه زنان کارآفرین شهر شیراز از مشارکت اقتصادی

سارا همت، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

sara.hemmat71@gmail.com

وحید قاسمی* ، استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

محسن رنانی، استاد، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

m.renani@gmail.com

بهجت یزدخواستی، دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

b.yazdkasti@ui.ac.ir

بیژن خواجه‌نوری، دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال بررسی درک معنایی تجربه زنان کارآفرین شهر شیراز از مشارکت اقتصادی است. هدف پژوهش، بررسی این مسئله است که زنان کارآفرین چه درکی از مشارکت اقتصادی دارند و چه شرایط، زمینه‌ها و راهبردهایی را در این زمینه، مهم می‌دانند. روش پژوهش از نوع نظریه زمینه‌ای (رویکرد نظام‌مند) و روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. داده‌های پژوهش براساس رویکرد کدگذاری سه‌مرحله‌ای استراوس و گرین (باز، محوری و گزینشی) تحلیل شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد تعاملات خانوادگی گسیخته، تجربه محرومیت چندگانه، روحیه کارآفرینی مطلوب و منابع سرمایه‌های چندگانه، مقولاتی است که به صورت علی بر مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین تأثیرگذار است. زنانگی مقاوم- زنانگی تلفیقی، سبک فرزندپروری مقتدرانه و داشتن یا نداشتن حمایت خانوادگی، شرایط زمینه‌ای مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین را شکل می‌دهد و نابسامانی نهادی، نابسامانی اقتصادی، نبود مهارت‌آموزی کاربردی و محیط کار جنسیت‌زده، عوامل مداخله‌گری است که بر راهبردها و عمل/تعاملاتی که زنان کارآفرین برای موفقیت اقتصادی و مشارکت اقتصادی مؤثر و موفق به کار می‌گیرند، تأثیرگذار است. کارآفرینی زنان و مشارکت اقتصادی آنان، پیامدهای گوناگونی دارد که شامل تحولات نگرشی، تحولات هویتی، تغییر سبک زندگی و تغییر زیست منفعلانه است. درنهایت، گفتنی است زنان، کارآفرینی جایگزین زنانه را به‌عنوان یک الگوی مشارکت اقتصادی، در برابر الگویی ارائه داده‌اند که بر مبنای ساختارهای مردانه شکل گرفته است.

واژه‌های کلیدی: مشارکت اقتصادی، کارآفرینی جایگزین، زنانگی، نظریه زمینه‌ای

* نویسنده مسؤل:

همت، س.؛ قاسمی، و.؛ رنانی، م.؛ یزدخواستی، ب. و خواجه نوری، ب. (۱۴۰۰). «کارآفرینی جایگزین: درک معنایی تجربه زنان کارآفرین شهر شیراز از مشارکت اقتصادی»، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۱۰(۲): ۲۳-۵۴.



2645-7539 / © 2021 The Authors. Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<http://dx.doi.org/10.22108/srsp.2021.127224.1675>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221453.1400.10.2.2.4>

مقدمه و بیان مسئله

اندیشمندان و صاحب‌نظران مختلف به مشارکت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی توسعه توجه کرده‌اند؛ زیرا حیات اجتماعی، زمانی میسر است که افراد مانند اعضای یک بدن با یکدیگر تعامل و همکاری داشته باشند. مشارکت مردم در روند توسعه چنان مهم است که توسعه را در اساس، فرایندی مشارکتی می‌دانند؛ زیرا مشارکت مردم، اساس توسعه اجتماعی و اقتصادی است.

آنچه در مشارکت مهم تلقی می‌شود، فهم متقابل از یکدیگر است (Ramella and Rose, 2000: 275). توجه به رویکردهای مشارکتی به توسعه از اوایل دهه ۱۳۹۰ شمسی افزایش یافته است و زنان به‌مثابه نیمی از افراد جامعه به مشارکت فراخوانده شده‌اند (صفری شالی، ۱۳۸۷: ۱۳۹؛ UNCTAD, World Investment Report, 2003). اندیشمندان به‌طور عمده، در تعریف مشارکت از مفاهیمی مانند هم‌جهتی و هدفمندی، آگاهی از هدف یا اهداف گروه و اراده و خواست بهره می‌گیرند (Cole et al., 1993: 24). در دایره‌المعارف علوم اجتماعی، مشارکت، شرکت فعالانه انسان‌ها در حیات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دانسته شده است که بخش جوهری و اساسی رشد انسان و توسعه اعتماد به خود، ابتکار، سربلندی، فعالیت، مسئولیت‌پذیری و تعالی اجتماعی را دربرمی‌گیرد. بدون چنین توسعه و تحولی در درون مردم، کوشش و اقدام برای امحای فقر و توسعه‌نیافتگی، اگر غیرممکن نباشد، دست‌کم با مشکلات گوناگونی مواجه می‌شود (Burkely, 1996: 56).

مشارکت، فرایند تصمیم‌گیری و حل مشکل است و درباره افراد و گروه‌هایی به کار می‌رود که منافع، علایق، تخصص و دیدگاه‌های مختلف دارند و برای نفع رساندن به کسانی کار می‌کنند که تصمیم‌ها و اقدامات بعدی‌شان بر آنها تأثیرگذار است (Siririsak, 2009: 406). گفتنی است مشارکت واقعی و کارآمد بر این اصل استوار است که فرایند توسعه از پایین به بالا و بدون هر گونه مدل مسلط باشد و فعالیت‌های مربوط

به طرح‌های توسعه را باید گروه‌های مرتبط انجام دهند (Oakley and Marsden, 1984: 66).

به‌لحاظ موضوعی نیز مشارکت را به گونه‌هایی مانند مشارکت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی تقسیم می‌کنند. تفکیک دقیق آنها به‌علت درهم‌تیدگی، هم‌پوشی و مکمل‌بودن، به‌سختی امکان‌پذیر است؛ اما در اینجا، مشارکت اقتصادی^۱ مد نظر است. مشارکت اقتصادی، شرکت کم‌وبیش آشکار فرد در حیات اقتصادی و تقبل مسئولانه، فعالانه، آگاهانه و آزادانه مسئولیت‌های مختلف در حوزه اقتصادی است (Moghadam, 1999: 69). همه افراد یا گروه‌های مشارکت‌کننده باید از منافع حاصل از برنامه‌ها سهم منصفانه‌ای داشته باشند. درحقیقت، نتیجه تمام کوشش‌های مشارکت، منفعی است که به فرد یا گروه مشارکت‌کننده تعلق می‌گیرد (Stefano, 2010) و رضوانی و فردو، (۱۳۸۱: ۲۲۰). یکی از گروه‌های مشارکت‌کننده در فرایند توسعه، زنان هستند؛ زیرا در جهان امروز، غلبه بر بحران‌های خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی و دستیابی به توسعه پایدار به مشارکت همه‌جانبه اقشار مختلف نیاز دارد و زنان، امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه جامعه خود هستند. موفقیت زنان علاوه بر اینکه موجب سود اقتصادی کشور می‌شود، موجب منافع اجتماعی و فرهنگی است (Seymour, 2001: 2). مشارکت زنان در همه عرصه‌ها اعم از عرصه‌های خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی امکان‌پذیر نیست (Gobayan and Hakobian, 2005: 14)؛ به‌گونه‌ای که گفتنی است زنان، جزء مسلم و ضروری هر گونه بازسازی و توسعه اقتصادی اجتماعی هستند (Cahn et al., 2010).

از مهم‌ترین پدیده‌های دوران اخیر، افزایش سهم زنان در بازار کار و نرخ مشارکت آنان بوده است. از دهه ۱۹۷۰ میلادی، ساختار جنسیتی نیروی کار تغییر کرد و حضور زنان در شرایط متفاوت و در سطوح مختلف در فعالیت‌های اقتصادی بیشتر شد (Dollar et al., 2001: 423-429)؛ اما در

¹ Economic Participation

برای زنان توسط دولت غیرممکن است و توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک زیادی می‌کند.

پروفسور لاوی^۱ (1995)، زنان کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: زن کارآفرین، کسی است که به‌تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه‌ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه اندازد یا بپذیرد و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، اداری، مالی و ریسک‌های مالی، فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کند تا در بازار خرید و فروش بر رقیبان چیره شود.

توجه به این نکته نیز ضروری است که اشتغال و کارآفرینی زنان از اهرم‌های مؤثر در توسعه اقتصادی و مشارکت اجتماعی به شمار می‌رود (رجب‌پور و همکاران، ۱۳۹۰؛ OECD, 2009) و کارآفرینی زنان، نقش مهمی در اقتدار زنان و توسعه جوامع دارد؛ اما با وجود سیر پیش‌رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف، ورود زنان به عرصه کارآفرینی در ایران، همواره با موانع و محدودیت‌های زیادی روبرو بوده است. آمارها نشان می‌دهد، کمتر از ۱۰ درصد از کارآفرینان در ایران، زن هستند و عوامل گوناگونی مانع بروز و رشد استعدادها بالقوه زنان در عرصه کارآفرینی شده است.

مشارکت زنان در بازار کار به کاهش نرخ باروری، افزایش سطح تولید، افزایش درآمد سرانه و در نتیجه، افزایش رفاه اجتماعی کل جامعه می‌انجامد (رجب‌پور و همکاران، ۱۳۹۰). زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع علاوه بر اینکه سبب سود اقتصادی می‌شود، منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند (گلرد، ۱۳۸۸). فراهم آوردن زمینه مشارکت فعالانه‌تر زنان در حوزه اقتصادی، آثار روان‌شناختی نیز برای آنان به دنبال دارد؛ به‌گونه‌ای که زنان شاغل، اعتماد به نفس بیشتری از خود نشان می‌دهند و احساس مفیدبودن در جامعه می‌کنند. آنها قدرت برنامه‌ریزی و مشارکت در تصمیم‌گیری بیشتری دارند و شغل خود را مانع از انجام دادن

جهان، فرصت برای مشارکت زنان در بازار کار، تقریباً ۲۷ درصد، کمتر از مردان است (International Labour Office, 2016). آمار و ارقام شاغلان در ایران نیز نشان می‌دهد نسبت اشتغال جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر، ۳۸/۵ درصد بوده است. این نسبت برای مردان، بیشتر از زنان بوده است؛ به‌گونه‌ای که نسبت مذکور در مردان، ۶۳/۹ درصد و در بین زنان، ۱۳/۵ درصد بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵: ۲۱). در شاخص‌های نیروی انسانی جامعه مورد مطالعه این پژوهش، یعنی شهر شیراز، از ۵۴۴۱۵۱ نفر جمعیت فعال اقتصادی، ۹۴۶۱۹ نفر زن هستند که از این تعداد فقط ۶۳۹۰۸ نفر، شاغل و ۳۰۷۱۱ نفر بیکار بوده‌اند. همچنین، از ۳۷ درصد نرخ مشارکت اقتصادی، سهم زنان فقط ۱۲/۹ درصد بوده است؛ در حالی که نرخ بیکاری آنان، ۳۲/۵ درصد است (مرکز آمار و اطلاعات راهبردی، ۱۳۹۵). این نسبت نشان می‌دهد نابرابری جنسیتی به موقعیت حاشیه‌ای زنان در مشارکت اقتصادی می‌انجامد و از استعدادها و توانمندی‌های این قشر، به‌خوبی استفاده نمی‌شود.

بر اساس آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۵ به‌طور میانگین، حدود ۴۹/۵ درصد جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند؛ در حالی که فقط در حدود ۳۹ درصد تولید ناخالص داخلی جهان به این گروه اختصاص می‌یابد. سازمان بین‌المللی کار به نقل از گزارش مطالعه اخیر مؤسسه سراسری مک‌کنزی در سال ۲۰۱۵ بیان کرده است که براساس برآوردها اگر زنان همانند مردان در عرصه کار و فعالیت نقش داشته باشند، در سال ۲۰۲۵، تولید ناخالص داخلی جهان، به بیشتر از ۲۸ تریلیون دلار می‌رسد (Woetzel, 2015)؛ بنابراین، در حالی که زنان، نزدیک به نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند (منصورآبادی و کرمی، ۱۳۸۵ و پوریوسفی و همکاران، ۱۳۸۸) و در سال‌های اخیر، گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و نرخ ورود آنان به دانشگاه‌ها، سال به سال در حال افزایش است، آمارهای رسمی نشان می‌دهد، نرخ بیکاری نیز در میان آنان به‌صورت قابل توجهی در حال افزایش است (علی‌پور، ۱۳۸۸). بی‌شک، امکان فراهم کردن شرایط اشتغال

¹ lavoie

نقش‌های همسری و مادری نمی‌دانند.

اهمیت و ضرورت بحث از مشارکت اقتصادی و کارآفرینی زنان از آنجا ناشی می‌شود که این پدیده، موجب تحقق استعدادها و توانایی‌ها و برآوردن نیازهای عاطفی و هویتی زنان (شربتیان، ۱۳۸۸: ۸۶)، تحقق رفاه خانواده، بازده شغلی (Seymour, 2001: 2)، افزایش درآمد ناخالص ملی، کاهش میزان نسبت وابستگی و بار اقتصادی، کاهش فشار مضاعف بر نیروی انسانی فعال، افزایش سطح آگاهی خانواده، رشد اجتماعی و فرهنگی جامعه (شربتیان، ۱۳۸۸: ۸۵) و درنهایت، پیشرفت و توسعه یافتگی جامعه (هادیان و حیدرپور، ۱۳۷۸) می‌شود.

از این رو، برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار و انسانی، مستلزم توجه به مشارکت گسترده زنان و انجام دادن اصلاحات لازم برای تسهیل شرایط مشارکت زنان در عرصه فعالیت‌های تولیدی است (کولایی، ۱۳۸۵: ۳۶؛ قریشی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۶) تا زمینه‌های تازه‌ای برای مشارکت بیشتر زنان و بهره‌گیری جدی‌تر از قدرت تفکر، ابداع و خلاقیت آنان در سرفصل سرمایه‌های مدیریت نوین قرار گیرد (Hisrich and Brush, 2000). علاوه بر این، لزوم ایجاد بستر مناسب برای حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، پژوهشی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان، بیش از پیش در کشور ما احساس می‌شود (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸) تا با بهره‌مندی از نیروی کار زنان در مسیر توسعه با گام‌های سریع‌تری حرکت کرد.

با توجه به مباحث مذکور و نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیاد کشور ما، بسترسازی برای گسترش کارآفرینی برای تمامی جوامع، به‌ویژه برای جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران، اهمیت حیاتی دارد. همسو با این موضوع، پژوهش حاضر با استفاده از روش پژوهش نظریه زمینه‌ای و مصاحبه با زنان کارآفرین، ضمن شناسایی، کشف و استخراج الگوهای مشارکت اقتصادی آنان، به این پرسش پاسخ می‌دهد که زنان کارآفرین شهر شیراز چه درک معنایی‌ای از کارآفرینی دارند؟ نتایج این پژوهش، یاری‌دهنده

سیاست‌گذاری دقیق و اثربخش برای افزایش مشارکت اقتصادی زنان و حمایت از زنان کارآفرین است.

پیشینه پژوهش

مطالعات مربوط به حوزه مشارکت اقتصادی زنان را در قالب دو مضمون عمده، یعنی عوامل مؤثر بر مشارکت اقتصادی زنان و عوامل بازدارنده زنان از مشارکت اقتصادی می‌توان در نظر گرفت. یکی از مضمون‌های عمده در حوزه مشارکت اقتصادی زنان در بیشتر مطالعات، بررسی عواملی است که بر وجود یا نبود مشارکت اقتصادی زنان و نرخ مشارکت آنها تأثیر می‌گذارد که به مهم‌ترین آنها در قالب سه روایت عمده توجه می‌شود.

روایت اول این است که سواد، آموزش و تحصیلات عالی، میزان مشارکت اقتصادی زنان را افزایش می‌دهد. نتایج مطالعات اسورسا و همکاران^۱ (2015)، پیترز و کلاسن^۲ (2011)، فاطیما^۳ (2010)، لوسینیولو و همکاران^۴ (2010)، یاکوبو^۵ (2010)، بلوم و همکاران^۶ (2009)، فروتن^۷ (2009)، نتولی^۸ (2007)، اجاز^۹ (2007)، پینکورات^{۱۰} (2007)، علاءالدینی و رضوی (۱۳۹۷)، اسدزاده و همکاران (۱۳۹۶)، علمی و روستایی شلمانی (۱۳۹۳)، بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۳)، اعظم آزاده و مهرآبادی (۱۳۹۵) و نظامی‌وند چگینی و سرابی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد بین تحصیلات و مشارکت اقتصادی زنان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

روایت دوم، تأثیرات عوامل جمعیتی را بر مشارکت اقتصادی زنان نشان می‌دهد و بر این باور است که عوامل جمعیتی، نرخ باروری، تعداد فرزندان، سن و... بر میزان

¹ Sorsa et al.

² Pieters and Klasen

³ Fatima

⁴ Losindilo et al.

⁵ Yakubu

⁶ Bloom et al.

⁷ Foroutan

⁸ Ntuli

⁹ Ejaz

¹⁰ Pinquart

مشارکت اقتصادی زنان، عواملی را بررسی می‌کند که زنان را از مشارکت اقتصادی باز داشته یا فرایند حضور آنان را در این عرصه کند کرده یا به تأخیر انداخته است. مطالعات پیشین این مضمون نیز با دو روایت به شرح ذیل بیان می‌شود. روایت اول معتقد است برخی از عوامل و ساختارهای فرهنگی و اجتماعی از مشارکت اقتصادی زنان در جامعه جلوگیری می‌کند یا آنان را به حاشیه می‌کشاند تا از حضور آنان در عرصه‌های عمومی جلوگیری کند. پژوهش سورسا و همکاران (2015)، کومبار^{۱۳} (2013)، آل بوتمه^{۱۴} (2013)، بون سانگلی و همکاران^{۱۵} (2008)، نتولی (2007)، صفاکیش و محسن‌خانی (۱۳۹۵)، امینی و طاهری (۱۳۹۵)، کریم‌زاده (۱۳۹۵) و صفایی‌پور و زادولی خواجه (۱۳۹۵)، از جمله مطالعاتی است که در آنها به عوامل فرهنگی و اجتماعی بازدارنده زنان از مشارکت اقتصادی توجه شده است.

روایت دوم از عوامل بازدارنده زنان از مشارکت اقتصادی به مطالعاتی توجه می‌کند که مشارکت اقتصادی اندک زنان را نتیجه ساختارهای دینی و مذهبی در جامعه می‌داند. این روایت معتقد است ساختارهای دینی با ترویج باورهای مذهبی و ترغیب زنان به انجام دادن فعالیت‌های حوزه خصوصی، نقش بازدارنده‌ای در مشارکت اقتصادی آنان دارد. پژوهش‌های آکار و همکاران^{۱۶} (2010)، بانک جهانی^{۱۷} (2004)، میشر^{۱۸} (2004)، کار و چن^{۱۹} (2004)، سعید^{۲۰} (2003)، روی^{۲۱} (2002)، کاسترلین و همکاران^{۲۲} (2001) و کالدول و خوندا^{۲۳} (2000)، از پژوهش‌هایی است که در آنها به نقش بازدارنده دین در مشارکت اقتصادی زنان توجه شده است.

مرور پیشینه پژوهش نشان داد بیشتر پژوهش‌ها در حوزه

مشارکت اقتصادی زنان مؤثر است. مطالعات عظیمی (2015)، دومیناک و همکاران^۱ (2004)، پرایبی^۲ (2011)، عبدالله و ابوبکر^۳ (2011)، ببالی^۴ (2011)، جاو و لی^۵ (2011)، مجبوری (2016)، اسمیت و میشر^۶ (2010)، عباسی شوازی و همکاران (2009)، بلوم و همکاران (2009)، علی‌خان و تسنیم‌خان^۷ (2009)، فریدی و همکاران^۸ (2009)، کمائی و افشاری (۱۳۹۶) و کریمی موعاری و همکاران (۱۳۹۲) نیز وجود رابطه منفی و معکوس بین این عوامل و میزان مشارکت اقتصادی زنان را مطرح می‌کند.

روایت سوم، نقش فناوری اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) را بر مشارکت اقتصادی زنان مطرح می‌کند و بر این باور است که فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، فرصت‌های شغلی بیشتری را برای زنان فراهم می‌کند و با در دسترس قرار دادن آموزش، ضمن کاهش نابرابری‌های جنسیتی، به زنان قدرت می‌دهد دانش و مهارت‌های خود را ارتقا دهند که این امر، شرایط حضور بیشتر آنها را در فعالیت‌های اقتصادی مهیا کرده است. بر این اساس، نتایج مطالعات بانک جهانی^۹ (2015)، فاستین و گالیکن^{۱۰} (2014)، سپهدوست و خدایی (2013)، محمد محمودی^{۱۱} (2012)، اوکی و همکاران^{۱۲} (2011)، بوردا (2009)، دیزجی و کتابفروش بدری (۱۳۹۵)، آرمن و همکاران (۱۳۹۴)، رستمی و فرشچی (۱۳۹۳)، صمیمی و هژبرکیانی (۱۳۹۳) و عمادزاده و همکاران (۱۳۹۲)، نشان‌دهنده تأثیر مثبت فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر فرایند مشارکت اقتصادی زنان است.

دومین مضمون عمده در بررسی مطالعات پیشین در حوزه

¹³ Kumbhar
¹⁴ Al-Botmeh
¹⁵ Bun Song Lee et al.
¹⁶ Akarro et al.
¹⁷ World Bank
¹⁸ Mishra
¹⁹ Carr and Chen
²⁰ Saeed
²¹ Roy
²² Casterline
²³ Caldwell and Khuda

¹ Dominiak et al.
² Priebe
³ Abdullah and Abu Bakar
⁴ Bbaale
⁵ Jao and Li
⁶ Smyth & Mishra
⁷ Ali Khan and Khan
⁸ Faridi et al.
⁹ World Bank Group
¹⁰ Faustin and Galican
¹¹ Mohammad mahmudi
¹² Okiy et al.

ارتباطی به‌عنوان عاملی مؤثر در افزایش مشارکت اقتصادی زنان و ایجاد شبکه‌سازی اجتماعی در فعالیت کارآفرینانه آنان توجه شده است.

مبانی نظری

با توجه به اینکه این پژوهش به روش کیفی انجام شده است، هیچ نظریه‌ای از پیش تعیین‌شده‌ای، آن را هدایت نمی‌کند و مبنای نظری پژوهش قرار نمی‌گیرد؛ بنابراین، مرور مفاهیم نظری مرتبط با مسئله پژوهش برای ایجاد حساسیت نظری انجام شده است. در ادامه، نظریه‌های مرتبط با اشتغال زنان به‌صورت مختصر مرور می‌شود:

در نظریه‌های نئوکلاسیک برای تبیین مسئله اشتغال زنان و تفاوت جایگاه زن و مرد در بازار کار، از عوامل اقتصادی استفاده می‌شود. براساس این دیدگاه، زنان به سبب بهره‌وری کمتر در مقایسه با مردان، جایگاه و درآمد نازل‌تری دارند. از مفروضات اقتصاددانان کلاسیک این است که در شرایط رقابتی، به کارگران، مزدی معادل ارزش نهایی محصول پرداخت می‌شود و بهره‌مندی کمتر زنان از آموزش، دوری متناوب آنان از کار به‌علت مسائل مربوط به بارداری و پرورش کودکان و کمتر بودن تجربه و مهارت شغلی آنان به‌علت همین دوری متناوب از محیط کار، عواملی است که از نظر متفکران نئوکلاسیک موجب می‌شود زنان از سرمایه انسانی کمتری بهره‌مند شوند و در نتیجه، بهره‌وری کمتر و جایگاه نازل‌تری در بازار کار داشته باشند (انکرو هین، ۱۳۷۹: ۱۸؛ زنجانی‌زاده، ۱۳۷۰: ۶). این نظریه، بخشی از مسائل مربوط به اشتغال زنان، از جمله نقش‌های متعدد و مسئولیت‌های خانوادگی را توضیح می‌دهد؛ اما با اینکه روشن است سطح آموزش و پرورش و مهارت کمتر، عامل مهمی در ناتوانی زنان در بازار کار است، این فرض، تقسیم بازار کار بر مبنای جنسیت را نادیده می‌گیرد؛ مسئله‌ای که آن را با تفاوت‌های جنسیتی در سرمایه انسانی به‌سادگی نمی‌توان تبیین کرد (کار، ۱۳۷۹: ۱۵-۲۰). همچنین، به مسائل و موانع اجتماعی و فرهنگی

مشارکت اقتصادی زنان به‌صورت روش کمی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. در بیشتر این مطالعات، رابطه متغیرهای مستقل از پیش تعیین‌شده با متغیر وابسته، سنجیده و صرفاً معناداری آنها بررسی شده است. این پژوهش‌ها بر نقش بازدارنده عوامل فرهنگی و اجتماعی بر مشارکت اقتصادی زنان تأکید دارد و ساختارهای جنسیتی و محرومیت‌های اجتماعی را همواره، مانعی برای حضور زنان در عرصه‌های اقتصادی می‌داند. همچنین، مشارکت اقتصادی زنان را حتی در سطح اندک، نوعی اجبار اقتصادی و صرفاً برای تأمین نیازهای روزمره معرفی می‌کند.

با توجه به موارد مذکور، این پژوهش ضمن توصیف و تبیین، به دنبال کشف و شناسایی الگوهای مشارکت اقتصادی و درک معنایی مفهوم کارآفرینی زنان با استفاده از مصاحبه عمیق است که بدین‌منظور از روش کیفی بهره‌گرفته است؛ بنابراین، روش پژوهش از مهم‌ترین تفاوت‌های پژوهش حاضر با مطالعات پیشین است.

در این پژوهش با استفاده از مصاحبه عمیق با زنان کارآفرین، عوامل زمینه‌ای و علی‌ای شناسایی و کشف شد که آنان را به مشارکت اقتصادی و فعالیت کارآفرینانه سوق داده است. با وجود نتایج مطالعات پیشین، عوامل فرهنگی و اجتماعی، محرومیت‌های جنسیتی و... در مشارکت اقتصادی زنان، صرفاً نقش بازدارنده ندارد؛ بلکه در کنار داشتن روحیه کارآفرینانه و مقاوم در برابر محدودیت‌ها، به‌عنوان عاملی ترغیب‌کننده و انگیزشی، زمینه حضور و مشارکت زنان را در عرصه اقتصادی فراهم کرده است. بر این اساس، مشارکت اقتصادی زنان، همواره اجبار اقتصادی و با هدف تأمین نیازهای اولیه نیست؛ بلکه نوعی انتخاب هوشمندانه و مبتنی بر هدف است؛ زیرا فعالیت کارآفرینانه آنان به ایجاد اشتغال مستقیم برای خود فرد و غیرمستقیم برای خانواده آن فرد و افرادی که آن فرد، نان‌آور آنهاست، افزایش نرخ تولید و خدمات و... منجر شده است. گفتنی است در این پژوهش نیز مانند مطالعات مذکور، به نقش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و

مرتبط با اشتغال زنان اشاره‌ای نمی‌کند (کار، ۱۳۷۹: ۱۵).

نظریه‌های تجزیه‌شدن بازار کار را پالایش نظریه‌های نئوکلاسیکی می‌توان در نظر گرفت. از عمده‌ترین نظریه‌های مرتبط با تجزیه‌شدن بازار کار، نظریه بازار کار دوگانه است. این نظریه میان دو بازار کار، تمایز قائل است؛ بازار اولیه، «متشکل از حرفه‌هایی که امکان آموزش و پیشرفت در آنها وجود دارد» و موقعیت باثبات با درآمد خوب و فرصت پیشرفت و ترقی در آینده، مرخصی‌های سالانه مرتب و امکان بازخرید خدمت دارد و بازار ثانویه، «متشکل از حرفه‌های غیرتخصصی کم‌درآمد و نامطمئن» که ویژگی‌هایی مانند مزد کم، امنیت شغلی کمتر و امکان پیشرفت بسیار محدود دارد (Anker et al., 2003: 12؛ Anker, 1998: 15-23). کسانی که در بخش ثانویه کار می‌کنند، در دوره‌های کسادی به‌سادگی اخراج می‌شوند، دستمزدشان کم است و شرایط کار نامساعدی دارند (سفیری، ۱۳۷۷: ۵۸). وجود این تفکیک و تقسیم برپایه جنسیت است (زنجانی‌زاده، ۱۳۷۰: ۶) و عموماً زنان در مشاغل ثانویه به کار گرفته می‌شوند و با محدودیت‌هایی مانند بی‌ثباتی در کار، حقوق مزایای کمتر و امکان پیشرفت کم روبرو هستند. سطح آموزش، وضعیت خانوادگی (تجرد یا تأهل، طلاق، بچه‌دار بودن یا نبودن) و محل اقامت (شهری یا روستایی) موجب ناپیوسته‌بودن و قطعه‌قطعه‌شدن مشارکت زنان در اقتصاد و بازار کار می‌شود، آنان در طول زندگی خود، بارها وارد بازار کار می‌شوند و الگوی مشارکت آنها از تغییرات زندگی متأثر است.

نظریه‌های معطوف به نقش جنسیت، به تفاوت‌های نژادی، قومی و جنسیتی در مشارکت نیروی کار، توجه و با پذیرش جنسیت به‌عنوان عامل تفکیک مشاغل و در نتیجه، وجود تمایزات در بازار کار، آن را تبیین می‌کند. براساس این نظریات، متغیرهای سرمایه انسانی برای تبیین تفاوت‌های موجود در بازار کار کافی نیست. این تفاوت‌ها مربوط به سازوکارهایی در بازار کار است که کارگران خاصی را به

مشاغل یا صنایع خاص هدایت می‌کند (Sullivan, 2005: 213). نظریه‌های جنسیت، تفاوت در شخصیت اجتماعی را با سه مدل بیولوژی، فرهنگی و اجتماعی و اجتماعی-زیستی توضیح می‌دهد. تفاوت‌های فیزیکی میان دو جنس را بسیاری از محیط‌گرایان نیز تصدیق می‌کنند؛ اما درک طبیعت زیست‌شناختی جنسیت و روندی که براساس آن، گروه‌بندی‌های جنسیتی ایجاد می‌شود، پیچیده و مشکل است. این پیچیدگی از تعامل عوامل زیست‌شناختی، اجتماعی و تأثیرپذیری پدیده‌های بیولوژیکی از عوامل اجتماعی و فرهنگی ناشی می‌شود (Feingold, 1996: 28).

دیدگاه فمینیست‌ها درباره مشارکت اقتصادی و حضور زنان در بازار کار به سه گروه عمده مارکسیستی، رادیکال و سوسیالیستی تقسیم می‌شود.

فمینیسم مارکسیسم با این باور شکل گرفت که آزادی زنان در گرو مبارزه آنان با نظام سرمایه‌داری است و براساس این باور، نشست‌های حزبی و بین‌المللی در کشورهای کمونیستی برگزار شد و مسائل مختلفی مانند بیکاری، اشتغال زنان، دستمزد مساوی، حمایت از اتحادیه‌های کارگری زنان، مراقبت اجتماعی از مادران، اصلاح قوانین خانواده و ازدواج، حق بدن و سقط جنین مطرح شد؛ به‌گونه‌ای که فمینیست‌های مارکسیست، پیچیدگی روابط نظام سرمایه‌داری و مقوله جنسیت را در اولویت برنامه‌های خود قرار دادند و میشل بارت در کتاب خود، ستم امروز بر زنان، نظام خانواده را رمز ستم‌دیدگی آنان شمرد. به عقیده وی، براساس تقسیم نامتوازن کار، کار بی‌مزد خانگی، نصیب زن و کسب درآمد و اعتبار اجتماعی، نصیب مرد می‌شود که این وضع از ویژگی‌های نظام سرمایه‌داری است (Barrett, 1989: 70).

از اواخر دهه شصت، فمینیسم رادیکال و لیبرال از تأثیرگذارترین نظریه‌ها بر روند شکل‌گیری نظام فکری و ارزشی زنان بود. این دو شاخه فمینیسم با فرض بی‌نیازی زنان از مردان، فضای جدیدی را ترسیم می‌کند که با وعده‌هایی

رابطه دوگانه‌ای با اقتصاد دارند؛ هم مصرف‌کننده‌اند و هم مصرف می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که یک زن خانه‌دار، مصرف‌کننده کالاهایی است که خریداری می‌شود؛ آن هم نه با پول خود، بلکه با پول دیگری و این مسئله، قدرت اندکی به وی می‌بخشد و او فقط موجود منفعل مصرف‌کننده‌ای است. همچنین، وی به‌منزله یک کالا مصرف می‌شود (Ehrenreich, 2018).

جامعه‌شناسان نیز دیدگاه‌های جدیدی درباره کارآفرینی و کارآفرینان ارائه کرده‌اند. ابداع و معرفی نظریه‌های اجتماعی- فرهنگی، یعنی مطالعه تأثیر محیط و فرهنگ در اقدام افراد به کارآفرینی و نظریه شبکه‌های اجتماعی، از جمله کارهای جامعه‌شناسان است که به دنیای کارآفرینی و کارآفرینان عرضه کرده‌اند. آنها به آثار و نقش‌های کارآفرینان در جامعه توجه دارند و آنان را عاملان اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، تعادل در اقتصادهای پویا، کاهش بروکراسی اداری، ساماندهی منابع و استفاده بهینه از آنها می‌دانند. از دیدگاه آنان، کارآفرینی، فراتر از حرفه و شغل است و کارآفرینان، عامل تولید سرمایه شناخته می‌شوند که باعث تحول و تجدید حیات ملی و محلی در جامعه هستند. کارآفرینان با قبول مسئولیت اجتماعی خود هم به خواسته‌های جامعه و هم به سیاست‌های دولت پاسخ مثبت داده‌اند (Alison, 1990). همچنین، کارآفرینی را فرایندی معرفی کرده‌اند که سرانجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد. بر همین اساس نیز مدل‌های فرایندی گوناگونی درباره چگونگی تأسیس شرکت‌ها ارائه شده که در همه آنها بر نقش عوامل محیطی و فردی اثرگذار بر فرایند تأسیس شرکت‌ها تأکید شده است (Amit et al., 1993: 820).

در نظریه شبکه‌های اجتماعی، کارآفرینی، فرایندی در نظر گرفته شده است که در شبکه‌های متغیری از روابط اجتماعی قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که این روابط اجتماعی، رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا آنها را تسهیل می‌کند. طرفداران این نظریه می‌کوشند برای تبیین پدیده کارآفرینی از مدل‌های جامعه‌شناسانه استفاده کنند. در این نظریه، «محیط»،

مانند رفع سلطه مردان و رفع خشونت با زنان همراه است. فمینیست‌های رادیکال با توجه به نظام مردسالاری معتقدند شیوه تولید خانگی، زنان را زیر استثمار و سلطه مردان قرار می‌دهد و به سود آنان است که زنان را برای رفع نیازهای خود در خانه نگه دارند. آنان در راهبردهای خود برای تعریف هویت جدید به محور ارزش‌ها و طراحی باورهای جدید و آزمودن آنها در عرصه اجتماعی توجه کردند؛ به‌گونه‌ای که اخلاق سنتی و قیود خانوادگی را زاییده اندیشه‌های مردسالارانه دانستند و در برابر هر گونه نظامی که به دست مردان هدایت شود، موضع گرفتند. فمینیسم‌های لیبرال نیز به دنبال احقاق حقوق برابر و برخورداری زنان از حقوق شهروندی مساوی با مردان بودند (ریوسارسه، ۱۳۸۵: ۲۰۰). آنها معتقد بودند تفاوت‌های قابل مشاهده میان دو جنس، ذاتی نیست؛ بلکه نتیجه جامعه‌پذیری و همگون‌سازی جنس و نقش است. بر این اساس، تفاوت مشارکت اقتصادی زنان، برخاسته از نظام مردسالارانه حاکم بر روابط اجتماعی است که مانع مشارکت اقتصادی زنان می‌شود. در واقع، آماج تهاجم اندیشه‌های فمینیست‌های رادیکال و لیبرال، استقلال مالی نداشتن زنان است؛ به‌گونه‌ای که وظایف همسری و مادری در حکم متغیرهای وابسته برای این پدیده بود.

فمینیست‌های سوسیالیست نیز معتقدند جنسیت، قومیت، نژاد، طبقات اجتماعی، مرزبندی‌های بین‌المللی و نظام‌های اقتصادی، پدیدآورنده ستم بر زنان است؛ اما هیچ یک از انواع ستم از دیگری اساسی‌تر نیست. این شاخه از فمینیسم همچون فمینیسم مارکسیسم، نظام سرمایه‌داری را عامل سوق‌دادن زنان به سوی دستمزد کمتر و حضور در تولید و کار نابرابر می‌داند که نتیجه آن، روی آوردن آنان به ازدواج برای تأمین زندگی و پذیرش نقش‌های مادری و همسری است که آنها را وابسته و محدود می‌کند و غیرمستقیم با تمایز حیطه‌های خصوصی و عمومی به استواری نظام مردسالاری می‌انجامد (آبوت و والاس، ۱۳۸۰: ۲۸۸ و ۲۹۳). برپایه اندیشه‌های فمینیسم سوسیالیسم، زنان،

نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارد.

ماکس وبر، جامعه‌شناس آلمانی، نخستین فردی است که در این زمینه علمی به کارآفرینی توجه کرده است. در تعریف او، کارآفرینی، فرایندی اجتماعی است که در آن، کارآفرین با پشتکار و اشتیاق در کار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادت‌ها و سنت‌های مرسوم آزاد می‌شود (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۸: ۴۳). او معتقد است فرهنگ کارآفرینی در سطح تعاملی انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت، ارزش، نگرش و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی، متأثر از تعامل وی با افراد دیگر جامعه ایجاد می‌شود و تکامل پیدا می‌کند. او توسعه کارآفرینی را از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه‌جویی متأثر می‌داند (Haug and Parady, 1999). براساس نظر وبر، جامعه، باورها و ارزش‌های آن، نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی دارد و نقش کارآفرینان نیز در ایجاد تحولات ارزشمند و نجات جامعه از بند عادت‌ها و سنت‌های بی‌بنیاد و بی‌فایده، اما مرسوم، نقش بسیار مؤثری است (Haug and Parady, 1999: 250).

روش پژوهش

این پژوهش براساس رویکرد کیفی و با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای نظام‌مند انجام شده است. رویکرد نظریه زمینه‌ای را اولین بار، گلنزر و استراوس^۱ (1967) مطرح کردند. منظور آنها از نظریه زمینه‌ای، نظریه برگرفته از داده‌هایی است که در فرایند پژوهش به صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل شده است (Glaser and Strauss, 1967: 3). روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختار یافته است. مصاحبه‌شوندگان پژوهش حاضر، زنان کارآفرین شهر شیراز (مشخصات آنان در جدول ذیل) بودند که با نمونه‌گیری هدفمند برای انجام دادن مصاحبه انتخاب شدند.

در مجموع، برای پژوهش حاضر، ۲۵ مصاحبه انجام و تحلیل شد.

جدول ۱- مشخصات زنان کارآفرین پاسخگو

Table 1- Characteristics of Responsive Women

سن	تعداد	میزان تحصیلات	تعداد	حوزه کارآفرینی	تعداد
۳۹-	۱۳	زیر دیپلم و دیپلم	۳	خدمات	۴
۲۹-	۶	لیسانس	۱۰	صنعت	۵
۵۰-	۴	فوق لیسانس	۸	تجارت	۴
۴۰-	۲	دکتری	۴	کشاورزی	۴
۶۱-	۵۱	جمع	۲۵	مواد غذایی	۳
۵۱-	۲	جمع	۲۵	فنی	۲
۷۲-	۲	جمع	۲۵	تحقیقاتی	۱
۶۲-	۲	جمع	۲۵	استارت‌آپ	۲
جمع	۲۵	جمع	۲۵	جمع	۲۵

نمونه‌گیری هدفمند یعنی پژوهشگر، افراد و مکان‌هایی را برای مطالعه انتخاب کند که آگاهی هدفمندی درباره مسئله پژوهش و پدیده مورد مطالعه در اختیار او قرار دهند؛ به عبارت دیگر، افراد برحسب میزان روشنایی بخشی احتمالی شان برای نظریه در حال تولید انتخاب می‌شوند (فلیک، ۱۳۹۱). از سه نوع راهبرد نمونه‌گیری هدفمند در این پژوهش استفاده شده است: نمونه‌گیری معیار^۲، نمونه‌گیری با بیشترین تنوع^۳ و نمونه‌گیری نظری^۴. براساس نمونه‌گیری معیار، موردهایی انتخاب شد که معیارهای خاص پژوهشگر را داشت. در نمونه‌گیری با بیشترین تنوع، پژوهشگر در انتخاب نمونه‌ها کوشید بیشترین تنوع را در انتخاب موردها در نظر گیرد (محمدپور و ایمان، ۱۳۸۷: ۱۹۸). نمونه‌گیری نظری براساس مفاهیمی انجام شد که در خلال تحلیل، ظهور و تکوین می‌یابد. این نوع نمونه‌گیری، خصوصیت انباشتی دارد و مبتنی بر نمونه‌های قبلی و بر مبنای مفهوم «مقایسه» استوار است

² Criterion

³ Maximum Variation

⁴ Theoretical Sampling

¹ Glaser and Strauss

یافته‌های پژوهش

پس از تحلیل و تفسیر اطلاعات استخراج شده از مصاحبه‌ها درباره الگوی کارآفرینی زنان شهر شیراز، ۶۹ مقوله فرعی و ۱۹ مقوله اصلی شناسایی شد. این مقولات اصلی شامل تعاملات خانوادگی گسیخته، تجربه محرومیت چندگانه، منابع سرمایه‌ای چندگانه (شرایط علی)؛ زنانگی مقاوم - زنانگی تلفیقی، سبک فرزندپروری مقتدرانه، داشتن یا نداشتن حمایت خانوادگی (شرایط زمینه‌ای)؛ نابسامانی نهادی، نابسامانی اقتصادی، نبود مهارت‌آموزی کاربردی، محیط کار جنسیت‌زده (شرایط مداخله‌گر)؛ مدیریت عقلانی، توانمندسازی تخصصی، شبکه‌سازی اجتماعی، اخلاق‌مداری حرفه‌ای (راهبردها و استراتژی‌ها)؛ تحولات نگرشی، تحولات هویتی، تغییر سبک زندگی، تغییر زیست منفعلانه (پیامدها) است. این مقولات در ارتباط با یکدیگر، مدل پارادایمی (کارآفرینی جایگزین زنانه) را شکل داده است.

(استراوس و گرین، ۱۳۹۱). پژوهشگر در این پژوهش به گزینش نمونه‌ای از افراد اقدام کرد که بتوانند در توسعه نظریه مشارکت کنند. نمونه‌گیری نظری تا حاصل شدن اشباع نظری ادامه یافت؛ یعنی تا زمانی که پژوهشگر به این نتیجه رسید که انجام‌دادن بیشتر مصاحبه و مشاهده، اطلاعات بیشتری در اختیار وی نمی‌گذارد و صرفاً تکرار اطلاعات قبلی است؛ در این حالت، پژوهشگر، گردآوری اطلاعات را متوقف کرد.

در فرایند مصاحبه نیز کوشش شد مصاحبه‌ها با کیفیت مناسب و با پرهیز از ایجاد سوگیری در مصاحبه‌شونده انجام شود تا اعتبار پژوهش حفظ شود. برای سنجش پایایی نیز دو صاحب‌نظر، چند مورد از مصاحبه را کدگذاری کردند و اختلاف بین نتایج کدگذاری آنها ناچیز و چشم‌پوشیدنی بود.

داده‌های پژوهش براساس رویکرد کدگذاری سه‌مرحله‌ای استراوس و گرین (۱۳۹۱) (باز^۱، محوری^۲ و گزینشی^۳) تحلیل شده است. در مرحله کدگذاری باز، پژوهشگر، بیشتر با مفاهیم سروکار دارد، کانون اصلی کدگذاری محوری، مقولات است و در مرحله کدگذاری گزینشی، ارتباط بین مقوله‌ها و به عبارت دیگر، قضااست که بروز و ظهور پیدا می‌کند (استراوس و گرین، ۱۳۹۱). در پژوهش حاضر نیز متن حاصل از مصاحبه‌ها به صورت سطر به سطر، تحلیل و در مرحله کدگذاری باز، کدها و مفاهیم اولیه، استخراج و در مرحله کدگذاری محوری با بهره‌گیری از مفاهیم مربوط به مرحله کدگذاری باز، کدهای مرتبط با همدیگر به محوریت یک مقوله اصلی سازماندهی شد و مقولات اصلی پژوهش به دست آمد. گفتنی است در مرحله کدگذاری محوری، همسو با هدف پژوهش و با توجه به الزامات رویکرد نظام‌مند نظریه‌زمینه‌ای، مدل پارادایمی براساس آنچه استراوس و گرین مدنظر داشته‌اند، شکل گرفت.

¹ Open Coding

² Axial Coding

³ Selective Coding

جدول ۲- اجزای پارادایم، مقولات اصلی و فرعی مشارکت اقتصادی زنان

Table 2- Paradigm components, main and sub-categories of women's economic participation

مقوله مرکزی	مقولات اصلی	مقولات فرعی
	تعاملات خانوادگی گسیخته	نبود حامی در خانواده/ ازدواج اجباری و زودهنگام/ تجربه زودهنگام مادری/ داشتن خانواده گسیخته
	تجربه محرومیت چندگانه	محرومیت‌های اقتصادی/ محرومیت‌های جنسیتی/ محرومیت‌های اجتماعی
	روحیه کارآفرینی مطلوب	داشتن روحیه ساختار شکنانه/ ریسک‌پذیری/ بلندپروازی/ هوشمندی مالی
	منابع سرمایه‌ای چندگانه	سرمایه فرهنگی مناسب/ سرمایه اقتصادی کافی/ سرمایه انسانی لازم/ سرمایه اجتماعی مناسب
	زنانگی مقاوم/ زنانگی تلفیقی	اقتدار مادر/ سخت‌کوشی مادر/ عمل‌گرا بودن مادر/ الگو بودن مادر/ مدیر و مدبر بودن مادر/ مقاوم بودن مادر
	سبک فرزندپروری مقتدرانه	والدین انعطاف‌پذیر/ تربیت فرزندان مسئولیت‌پذیر/ اعتماد داشتن والدین به فرزندان/ تشویق فرزندان به ابراز وجود/ انتقال ارزش‌های اقتصادی به فرزندان
	داشتن/ نداشتن حمایت خانوادگی	مخالفت کردن یا نکردن خانواده با کار زنان/ مخالفت کردن همسر با کار زنان/ حمایت کردن یا نکردن همسر در شرایط سخت
	نابسامانی نهادی	نبود مشوق‌های سازمانی/ نبود قوانین حمایت‌گر/ ضعف اکوسیستم کارآفرینی/ ناکارآمدی سازمان‌ها/ موانع نهادی ارتباط جهانی کارآفرینان
	نابسامانی اقتصادی	کاهش تقاضا در اثر کاهش قدرت خرید مردم/ وجود تورم زیاد/ تأثیرات منفی تحریم‌ها/ افزایش ریسک فعالیت اقتصادی/ ناپایداری شرایط بازار
	نبود مهارت‌آموزی کاربردی	نبود آموزش‌های کاربردی و مهارتی در دانشگاه/ ناهماهنگی نظریه و عمل/ بی‌توجهی به تناسب آموزش‌ها با استعداد افراد
	محیط کار جنسیت‌زده	نبود فرصت‌های برابر کارآفرینی برای زنان و مردان / نابرابر بودن شرایط کار/ وجود ساختار مردسالارانه/ غلبه کلیشه‌های جنسیتی مرتبط با کار زنان
	مدیریت عقلانی	مدیریت بازار متناسب با شرایط/ اقدام مبتنی بر مطالعه/ مدیریت بهینه نیروی کار/ مدیریت تولید متناسب با شرایط/ مدیریت کار مبتنی بر عقلانیت
	توانمندسازی تخصصی	کسب آموزش از دوره‌های تخصصی/ آموزش مداوم مهارت‌های حرفه‌ای/ استفاده از تجربه کاری دیگران
	شبکه‌سازی اجتماعی	استفاده از بسترهای فناورانه نوین/ استفاده از شبکه‌های اجتماعی واقعی/ کسب اعتبار/ جلب اعتماد/ اعتبار کاری به مثابه تسهیلگر
	اخلاق‌مداری حرفه‌ای	پایبندی به تعهدات کاری/ مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای/ اخلاق‌ورزی کاری و حرفه‌ای
	تحولات نگرشی	تغییر نگرش مردان درباره زنان/ تغییر کلیشه‌های جنسیتی درباره فعالیت اقتصادی زنان/ تغییر نگرش زنان درباره زنان کارآفرین/ تغییر نگرش نظام تصمیم‌گیری درباره فعالیت اقتصادی زنان
	تحولات هویتی	جابه‌جایی نقش‌ها و اولویت‌ها/ تقویت روحیه استقلال‌طلبی/ افزایش قدرت تصمیم‌گیری زن در خانواده/ تضعیف نقش مادری و به چالش کشیدن آن/ کم‌شدن ارزش کار خانگی/ اولویت کار در برابر خانه
	تغییر سبک زندگی	تغییر ماهیت تعاملات اجتماعی/ بی‌توجهی به مدیریت بدن/ پدرانگی مادران و تضعیف نقش پدر در خانواده/ تضعیف نقش همسری/ منابع مالی خانواده/ ابهام‌های مرتبط با ایفای نقش‌های چندگانه/ فشار مضاعف کاری و خانوادگی
	تغییر زیست منفعلانه	تغییر از فرد آموزش‌گیرنده به فرد آموزش‌دهنده/ تغییر از نقش مشورت‌گیرنده اقتصادی به مشاور اقتصادی/ کسب استقلال اقتصادی و رهایی از وابستگی مالی/ نقش فعال در نظام تصمیم‌گیری اقتصادی، اجتماعی و خانوادگی/ تغییر کلیشه مصرف‌گر بودن زنان و ایفای نقش تولیدکنندگی

کارآفرینی جایگزین زنان

الف) شرایط علی

شرایط علی، آن دسته از عواملی است که بر پدیده‌ها تأثیر می‌گذارد. شرایط علی، مجموعه‌ای از حوادث، وقایع و اتفاقاتی است که به وقوع یا گسترش پدیده مد نظر می‌انجامد. بر مبنای کدگذاری مصاحبه‌های انجام‌شده با زنان کارآفرین شهر شیراز، شرایط علی مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین عبارت است از: تعاملات خانوادگی گسیخته، تجربه محرومیت چندگانه، روحیه کارآفرینی مطلوب و منابع سرمایه‌ای چندگانه.

یکی از شرایط علی مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین، تعاملات خانوادگی گسیخته است. خانواده یکی از مهم‌ترین نهادهایی است که نطفه‌های شخصیت اقتصادی افراد در آن شکل می‌گیرد. به‌طور دقیق‌تر، شخصیت کارآفرین و خصوصیات بنیادی آن در نهاد خانواده، در کودکی افراد، شکل می‌گیرد و توسعه پیدا می‌کند. برخی از انگاره‌های شخصیت کارآفرین، از جمله مسئولیت‌پذیری، استقلال فکری و عملی در این بستر شکل می‌گیرد. به این مسئله از دو جنبه می‌توان نگرست: در جنبه اول، تعادل و ثبات در نهاد خانواده و تعریف دقیق وظایف، مسئولیت‌ها و پاداش‌های نقشی سبب می‌شود فرد مسئولیت‌پذیر شود، استقلال فکری و عملی نسبی، کسب و خود را برای نقش‌آفرینی اقتصادی در آینده آماده کند. در مقابل مسائل و مشکلاتی که نهاد خانواده را از حالت تعادل و ثبات خارج می‌کند (مانند ضعف تعاملات اعضای خانواده با هم، ازدواج اجباری و زود هنگام، اعتیاد)، انگیزه‌های لازم را برای شکل‌دهی به شخصیت اقتصادی کارآفرین در افراد فراهم می‌کند؛ برای نمونه، جداسدن والدین از یکدیگر، ممکن است مسئولیت‌پذیری فرد را در خانواده بیشتر کند؛ مسئله‌ای که برای تولید شخصیت اقتصادی کارآفرین ضروری به نظر می‌رسد. با وجود اهمیت این دوگانه در شکل‌گیری شخصیت اقتصادی کارآفرین در زنان، بر مبنای کدگذاری مصاحبه‌های انجام‌شده با زنان کارآفرین شهر شیراز، نابسامانی در تعاملات خانوادگی، اهمیت بیشتری در این زمینه

دارد. در واقع، بیشتر از آنکه تعادل و ثبات در نهاد خانواده به شروع کارآفرینی در زنان کمک کند، گسیختگی در روابط خانوادگی به این امر کمک کرده است. زنان کارآفرین شهر شیراز، به‌طور عمومی تجربه‌هایی از شکست در تعاملات خانوادگی داشته‌اند و برای جبران این ناکامی‌ها و گسیختگی‌ها وارد بازار کار شده، به کارآفرینانی حرفه‌ای تبدیل شده‌اند. کارآفرین شدن، راهبردی برای تثبیت موقعیت زنان و نمایش موفقیت آنان با وجود کاستی‌ها و محدودیت‌های فراوان اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی موجود در نهاد خانواده است. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز با ذکر محدودیت‌ها و فشارهای فرهنگی و اجتماعی، که به ازدواج زود هنگام وی منجر شده است، در این زمینه چنین می‌گوید:

«سیزده‌ساله که شدم، بدون نظرخواهی، مرا به عقد پسر عمه‌ام درآوردند. وقتی اعتراض کردم، مادرم گفت: تو هنوز بچه‌ای و خوب و بدت را نمی‌فهمی. دختر حکم میوه در مغازه را دارد تا ترگل و ورگل است، خواهان دارد. شوهرم آدم تنلی بود. مادر شوهرم می‌گفت: برایش بچه بیاور تا وابسته‌ات شود. من و فرزندم با هم بزرگ شدیم و روابط ما شبیه خاله‌بازی بود؛ اما کوتاه‌شدن دوران کودکی علی‌رغم همه سختی‌ها، انگیزه تلاش و فرصت رشد توانمندی‌هایم را فراهم کرد.»

کارآفرین دیگری، جداسدن پدر و مادرش از یکدیگر را بزرگ‌ترین تجربه‌ای می‌داند که مسیر زندگی‌اش را تغییر داده است:

«حضانت ما فقط روی کاغذ با پدرم بود و مسئولیتی در قبال من و خواهرم برای خود قائل نبود. مادرم نیز ازدواج کرده بود و می‌گفت: خودت را جمع کن، چشم امید خواهرت هم به توست. مسئولیت و مهر خواهری، مرا به تکاپو و کار در شرکت باز یافت واداشت.»

یکی دیگر از شرایط علی مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز، تجربه محرومیت چندگانه است. محرومیت‌ها شرایط نابرابری است که میان افراد یک جامعه در برخورداری از امکانات و منابع وجود دارد. زنان به علل مختلف، بیشتر از دیگر گروه‌های اجتماعی دچار محرومیت

در کارآفرینی زنان است. روحیه کارآفرینانه، مجموعه انگاره‌های ذهنی و شخصیتی را دربرمی‌گیرد که در مفصل‌بندی با یکدیگر، فرد را از لحاظ ذهنی، مهیای انجام فعالیت‌های اقتصادی نوآورانه می‌کند. ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، هوشمندی اقتصادی، ساختارشکنی، نوآوری، ایده‌پروری و ... چنین روحیه‌ای را در زنان کارآفرین شکل می‌دهد. به‌طور عمومی، کارآفرینان افرادی هستند که سطح هوشمندی بالاتری نسبت به میانگین جامعه دارند و توانمندی‌های خودشان را قبلاً نشان داده‌اند. هوشمندی لزوماً به معنای امری انتسابی نیست؛ بلکه می‌تواند در فرایندهای جامعه‌پذیری شکل بگیرد و توسعه پیدا کند؛ به هر حال، هوشمندی یکی از خصوصیات لازم برای داشتن روحیه کارآفرینانه است. هوشمندی سبب می‌شود افراد از فرصت‌های کارآفرینانه که ممکن است برای هر فردی به وجود بیاید، به‌صورت مطلوب استفاده کنند و آنها را از دست ندهند. کارآفرینی به‌علت ماهیت نوآورانه خود، به‌طور عمومی ریسک‌های فراوانی (هم از لحاظ زمانی، هم از لحاظ اقتصادی و هم از لحاظ اجتماعی) دارد. در واقع، ریسک نوآوری کارآفرینانه ممکن است سبب پیشرفت همه‌جانبه زنان کارآفرین شود؛ همانگونه که ممکن است شکست‌های پی‌درپی برای آنان به دنبال داشته باشد. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز، که در حوزه گلخانه به‌صورت تخصصی فعالیت دارد، درباره ریسک‌پذیری چنین اظهار نظر کرده است:

«در سال ۱۳۸۹ حدود یک میلیارد تسهیلات گرفتیم و خیلی‌ها ما را از این کار نپسندیدند؛ به‌خصوص یکی از پسرانم که تحصیلکرده بود و با ما وارد این کار شده بود؛ تا جایی که یکی از کسانی که در اصفهان گلخانه داشت، به من گفت: حداقل آینده این جوان را با این کار تباہ نکنید. ما کار را شروع کردیم با همسر و پسر. گرفتن آن تصمیم سخت بود؛ چون خیلی هم به ما می‌گفتند، وارد این کار نشوید و گرنه همه زندگی‌تان را می‌بازید».

یکی دیگر از زنان کارآفرین در حوزه کشاورزی از شکستن ساختارهای اجتماعی می‌گوید:

«پدرم را برای کشت کدو در زمین کشاورزی متقاعد

(به‌ویژه در حوزه اقتصادی) هستند. زنان کارآفرین، ورود به حوزه کارآفرینی را فرایندی مؤثر در رفع این مسئله می‌دانند. این محرومیت‌ها شامل سه دسته «محرومیت اقتصادی»، «محرومیت اجتماعی» و «محرومیت جنسیتی» است. مسئله مهم درباره زنان این است که همه این محرومیت‌ها را به‌صورت هم‌زمان تجربه می‌کنند و شکلی از محرومیت چندگانه در آنان شکل می‌گیرد که همین امر، انگیزه مضاعفی در آنان شکل می‌دهد تا بر محرومیت‌ها غلبه کنند و با رقم‌زدن تجربه‌ای موفق در حوزه اقتصادی، چنین محرومیت‌هایی را از بین ببرند؛ بنابراین، زنان، کارآفرینی را راهبردی برای دستیابی به سرمایه مالی و منابع اقتصادی و کسب فرصت‌های اقتصادی قلمداد می‌کنند. زنان پیش از کارآفرین شدن، به‌طور عمومی دستیابی محدودی به این منابع (حتی منابع اقتصادی و مالی اولیه برای رفع نیازهای ضروری مانند خوراک و پوشاک) داشته‌اند و با کارآفرین شدن، چنین محدودیت‌هایی را از بین برده‌اند. یکی از زنان کارآفرین، که در حوزه صنعت فعالیت می‌کند، در این زمینه چنین اظهار نظر کرده است:

«پدرم کارگر روزمزد بود و همیشه هشتش گرو نهش بود. در زندگی زناشویی نیز فقط شریک جنسی همسرم بودم، خودش را صاحب اول و آخر ثروت و امکانات خانواده می‌دانست. گداصفت بود و بدون اجازه‌اش نمی‌توانستم آب بخورم و برای خرید یک جفت جوراب، ده بار باید جواب پس می‌دادم. جالبه خرج که نداشتم، ارج هم نداشتم. به خاطر همون خفت‌هاست که الان خودم آقای خودم».

بانوی کارآفرین ۴۵ ساله از محرومیت در حوزه آموزش می‌گوید:

«سه خواهر و دو برادر داشتم و پدر بزرگ و مادر بزرگم نیز با ما زندگی می‌کردند. کلاس پنجم را که با معدل ۲۰ تمام کردم، شوق زیادی برای ثبت نام در مقطع راهنمایی داشتم. پدرم کارگر شرکت سیمان بود و توان تأمین دفتر و کتاب و... برای همه ما نداشت. مرا از مدرسه بلند کردند تا برادرهایم درس بخوانند».

داشتن روحیه کارآفرینانه، یکی دیگر از شرایط علی مؤثر

شرایط زمینه‌ای را شکل می‌دهد.

اولین شرط زمینه‌ای مرتبط با مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز، «زنانگی مقاوم/ زنانگی تلفیقی» است. زنانگی به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، رفتارها و نقش‌های زنان گفته می‌شود. زنانگی، محصول یک فرایند متقابل اجتماعی، فرهنگی و بیولوژیکی است که نظامی از روابط اجتماعی را درباره هویت زنانه بازنمایی می‌کند. نقش زنانگی در کارآفرینی از این جنبه مهم است که فعالیت اقتصادی در ساختارهای فرهنگی سنتی مانند ایران، بیشتر از آنکه امری فراجنسیتی باشد، امری مردانه قلمداد می‌شود. در واقع، نوعی دوگانه حوزه خصوصی/ حوزه عمومی یا خانه/ بازار وجود دارد. فعالیت زنان به حوزه خصوصی و خانه و فعالیت مردان به حوزه عمومی و بازار محدود می‌شود. البته این مسئله کل‌گرایانه نیست؛ بلکه نسبی است و همه زنان اینگونه نیستند؛ به هر حال، زنان کارآفرین، شکلی از زنانگی را تجربه می‌کنند که هم‌زمان با مادرانگی و مادر/ همسر بودن در خانه، در فعالیت اقتصادی و حوزه عمومی نیز مشارکت می‌کنند. این امر سبب شده است ما با شکل خاصی از زنانگی مواجه باشیم: زنانگی مقاوم/ تلفیقی. این شکل از زنانگی، لزوماً با خود کارآفرینان زن مرتبط نیست؛ بلکه بیشتر از آن به «مادر» آنان مرتبط است که روحیه کارآفرینی و اقتصادی را در آنان پرورش داده و مقاوم بودن در برابر مشکلات و سختی‌های کسب‌وکار اقتصادی را به آنان یاد داده است. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه چنین می‌گوید:

«مادرم تحصیلکرده بود. آن زمان تا سوم راهنمایی خوانده بود تا آخرین روز، شعرها را به زبان فارسی و ترکی می‌خواند؛ اما بین نقش پدر بودن و مادر بودن گیر کرده بود؛ نه می‌توانست عطفوت و عاطفه مادرانه داشته باشد و نه آنقدر اقتدار پدرانه. این وسط، مقداری از هویتش مخلوط شده بود و شاید همین هم‌الگویی برای من بود که کمی زمخت‌تر و خشن‌تر از زنانگی داشتن در مسائل ورود پیدا کنم».

سبک فرزندپروری مقتدرانه، دومین شرط زمینه‌ای مرتبط

کردم و خودم نیز کمکش آبیاری می‌کردم؛ اما همه فامیل پیغام و پغام به پدرم می‌دادند که پسر نداری، حداقل کارگر بگیر، این یک کار مردانه است. پدرم از این حرف‌ها ناراحت می‌شد و هر روز مرا از این کار نمی‌کرد؛ اما از نظر من کار، مرد و زن نمی‌شناسد. کار فقط زور بازو نمی‌خواهد؛ فکر و اندیشه هم لازم دارد».

یکی دیگر از شرایط علی تأثیرگذار بر مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز، دسترسی آنان به منابع سرمایه‌ای چندگانه است. این منابع سرمایه‌ای - که شامل سه نوع سرمایه اقتصادی و مالی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی است - منابع لازم را برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار توسط کارآفرینان فراهم می‌کند. این سرمایه‌ها و منابع در ترکیب با یکدیگر، عملکرد مطلوبی را برای زنان کارآفرین شکل می‌دهد؛ هرچند هر کدام نیز به تنهایی می‌تواند تأثیرگذار باشد. یکی از زنان کارآفرین شهر با بیان این نکته که در کارآفرینی، پول همه چیز نیست، بر اهمیت سرمایه اقتصادی اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه تأکید دارد:

«برای اقدام به یک حرفه و کارآفرینی، پول همه چیز نیست؛ اما بالاخره باید یک آورده‌ای داشته باشیم. خب ما زمین و ... را داشتیم و واقعاً با دست خالی نمی‌توان کاری کرد».

بانوی ۳۵ ساله کارآفرین از داشتن سرمایه اجتماعی برای

فعالیت خود می‌گوید:

«برای شروع کار، هزینه‌ها را برآورد کردم. برای سال اول، برادرم زمین را تأمین کرد، پدرم محصول اولیه را خریداری کرد و یکی از دوستان نیز تجهیزات در اختیارم گذاشت. موفقیت در کارم را مدیون آنها هستم و آنها بزرگ‌ترین سرمایه برای من هستند».

ب) شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای، مجموعه مشخصه‌های ویژه‌ای است که به پدیده مد نظر دلالت می‌کند؛ یعنی محل حوادث و وقایع متعلق به پدیده. زمینه نشان‌دهنده مجموعه شرایط خاصی است که در آن، راهبردهای عمل/ تعامل انجام می‌شود. در این پژوهش، مقوله‌های زنانگی مقاوم/ زنانگی تلفیقی، سبک فرزندپروری مقتدرانه، داشتن یا نداشتن حمایت خانوادگی،

عامل‌های کلیدی در موفقیت کسب‌وکار و کارآفرینی آنان بوده است. همراهی والدین با کارآفرینان زن (حتی پس از ازدواج آنان)، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های این حمایت بوده است؛ برای نمونه، والدین زنان کارآفرین در برخی موارد از فرزندان زنان کارآفرین، نگهداری و مسائل مرتبط با آنان را در بسیاری مواقع دنبال می‌کنند. علاوه بر این، در برخی موارد، والدین به کارآفرینان زن از لحاظ مالی کمک کرده‌اند و اجازه نداده‌اند شرایط سخت اقتصادی و مالی، کارآفرینی فرزندانشان را مختل کند؛ بنابراین، حمایت خانواده از کارآفرینان زن در موفقیت آنان اهمیت اساسی داشته است؛ با وجود این، تجربه برخی از کارآفرینان زن نشان می‌دهد آنان از حمایت خانواده برخوردار نبوده‌اند و در بعضی موارد، حتی خانواده به یکی از موانع موفقیت کارآفرینی آنان تبدیل شده است. مخالفت خانواده با کار زنان، یکی از مهم‌ترین این موانع بوده است. برخی از خانواده‌ها در اساس با فعالیت اقتصادی زنان مخالف هستند که این مسئله آنگاه که زنی بخواهد به‌طور مستقل به فعالیت اقتصادی کارآفرینانه‌ای مشغول شود، شدیدتر می‌شود؛ به هر حال، چنین مخالفت‌ها و حمایت‌نکردن‌هایی در موفقیت کارآفرینان زن تأثیرگذار بوده است؛ اما فرایند کارآفرینی آنان را به‌طور کامل مختل نکرده است. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز، که در زمینه تولید و توزیع مرغ محلی فعالیت می‌کند، چنین می‌گوید:

«کارها روی روال افتاد؛ ولی در اینجا حالا دیگر مخالفت‌های خانواده‌ام شدیدتر شد؛ طوری که یک روز پدرم اومد و وسیله‌ای را که با سختی تهیه کرده بودم، نفت ریخت، همه وسایل کارم را شکست و گفت: نمی‌خواهم دختر من این کارها را انجام بدهد و خودم هزینه زندگی تو را می‌دهم. همه می‌آمدند و می‌گفتند: جوجه را آخر پاییز می‌شمارند و خیلی مخالفت‌ها بود. یکی نبود تشویقم کند و بگوید خدا کمکت کند. برادرشوهرم مرا مسخره می‌کرد و می‌گفت: ببینم زن نمونه می‌شوی که تلویزیون نشونت بدهد. در خلوت خودم خیلی گریه کردم؛ چون هیچ حامی‌ای از نظر عاطفی و مالی نداشتم».

با مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز است. والدینی که در فرزندپروری، الگوی اقتدارگرایانه دارند، به فرزندان خود استقلال و آزادی فکری می‌دهند، آنها را تشویق و نوعی محدودیت و کنترل نیز بر آنها اعمال می‌کنند. در خانواده‌هایی با والدین مقتدر، اظهار نظرها و ارتباط اخلاقی وسیع در تعامل کودک و والدین وجود دارد و صمیمیت با کودک زیاد است. فرزندان که بر مبنای الگو و سبک فرزندپروری مقتدرانه تربیت شده‌اند، نسبت به همسالان خود در کودکی فعال‌تر هستند و می‌کوشند به‌صورت آزمایش/خطا، مسائل مختلف را پیش ببرند. این امر سبب می‌شود در آینده، ریسک‌پذیر باشند و مسیرهای گوناگونی را برای موفقیت بیازمایند. این مسئله، به‌طور دقیق آن چیزی است که در روحیه کارآفرینانه با نام روحیه ریسک‌پذیری از آن یاد شد و برای کارآفرینی زنان، بسیار اهمیت دارد. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه چنین می‌گوید:

«من در خانواده، بچه بزرگ بودم و نقش و مسئولیت زیادی داشتم. به‌خاطر قیود پدرم تقریباً همه خریدهای خارج از خانه و ... با من بود؛ با اینکه فقط ۹ سال داشتم. مادرم چون بچه کوچک داشت، نمی‌توانست نقش پدر را هم ایفا کند. این استقلال روی عزت نقش من تأثیر زیادی داشت. بچه باید بچه باشد و بچگی کند؛ اما به هر حال، شرایط ما آن وقت ایجاب می‌کرد».

یکی دیگر از زنان کارآفرین، سبک تربیتی پدرش را

تحسین می‌کند:

«پدرم هر روز مرا با خودش به کارگاه می‌برد. کارهای سبک را من انجام می‌دادم. فقط جمعه‌ها می‌توانستم استراحت کنم. اشتباه می‌کردم با تشر دوباره برایم توضیح می‌داد. آنقدر خاک خوردم تا بالاخره همه فوت‌وفن‌ها را یاد گرفتم».

داشتن یا نداشتن حمایت خانوادگی، شرط زمینه‌ای دیگر مرتبط با مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز است. بررسی تجربه‌های زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه نشان می‌دهد هر دو حالت، تصورپذیر است. برخی از آنان بر این مسئله تأکید داشته‌اند که حمایت خانواده از آنان، یکی از

ج) شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر، شرایطی ساختاری است که به پدیده مد نظر تعلق دارد و بر راهبردهای عمل / تعامل اثر می‌گذارد. آنها راهبردها را درون بستر خاصی محدود یا تسهیل می‌کنند. نابسامانی نهادی، نابسامانی اقتصادی، نبود مهارت‌آموزی کاربردی و محیط کار جنسیت‌زده، شرایط مداخله‌گر مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز است.

نابسامانی نهادی، اولین شرط مداخله‌گر است. ناهماهنگی نهادهای مختلف مرتبط با کارآفرینی سبب شده است سازمان‌های مختلف علاوه بر اینکه به تسهیل شرایط کارآفرینی زنان کمک نمی‌کنند، خودشان به مانعی در راه موفقیت اقتصادی زنان کارآفرین تبدیل شوند. این مسئله سبب شده است کارآفرینان با فرایندی طولانی، خسته‌کننده و بروکراتیک برای تأسیس و توسعه کسب‌وکارهای خودشان مواجه شوند. دریافت مجوزهای لازم برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارها، بسیار طولانی و خسته‌کننده است و در بسیاری مواقع، پاسخ به درخواست‌های مطرح‌شده، مدت‌زمان بسیار زیادی طول می‌کشد و هزینه‌های زمانی کارآفرینان بسیار افزایش می‌یابد. علاوه بر این، اطلاع‌رسانی سازمان‌ها و نهادهای نظارتی درباره مجوزهای لازم و مقررات و قوانین و بخشنامه‌های جدید به‌کندی انجام می‌شود که مسائلی را برای کارآفرینان به دنبال دارد. این مسئله، فراتر از وجود نهادهای نظارتی متعدد و موازی است که بعضی در تضاد با یکدیگر فعالیت می‌کنند و موجب سردرگمی کارآفرینان شده‌اند. همچنین، در برخی موارد، سازمان‌ها و نهادهای نظارتی، موانع گوناگونی برای کارآفرینان در زمینه توسعه فعالیت‌های اقتصادی، شرکت در نمایشگاه‌های مرتبط، صادرات و ... ایجاد می‌کنند. به‌طور کلی، گفتنی است در بسیاری موارد، نهادها و سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی، به جای تسهیل شرایط برای ایجاد و توسعه کارآفرینی، مانع‌تراشی می‌کنند. یکی دیگر از زنان کارآفرین شهر شیراز، تجربه خویش را در این زمینه چنین بیان کرده است:

«ما نزدیک به ۲ سال دنبال مجوز و پروانه ساخت بودیم. برای شروع، یک وام گرفتیم با سود بالا. واقعاً وام‌دادن به صنعتگر، یک دام دولتی است؛ چون چند درصد سود، کارش باید باشد تا بتواند وام را با سود بالا پرداخت کند.»

یکی دیگر از شرایط مداخله‌گر در مشارکت اقتصادی زنان کارآفرین شهر شیراز، شرایط اقتصادی نابسامان است. این وضعیت شامل مسائلی مانند وجود تحریم‌ها، تورم زیاد، کاهش تقاضا، افزایش ریسک کار و ناپایداری بازار است که موجب ضرر و زیان برای کارآفرینان می‌شود چنین شرایطی سبب شده است ریسک سرمایه‌گذاری، ایجاد و توسعه کسب‌وکارها توسط کارآفرینان، افزایش زیادی پیدا کند. شرایط اقتصادی نابسامان به علت کاهش قدرت خرید عمومی، تقاضا برای کالاهای تولیدشده توسط کارآفرینان زن را کاهش می‌دهد و از این طریق نیز کارآفرینان ضرر می‌کنند؛ به هر حال، شرایط اقتصادی نابسامان، مقوله‌ای مداخله‌گر در کارآفرینی زنان شهر شیراز است. یکی از زنان کارآفرین در این زمینه چنین اظهار نظر کرده است:

«در بحث بازار فروش از نظر اقتصادی، شرایط برای مردم سخت‌تر شد و قدرت خرید گل برای آنها کاهش یافت. حتی در بحث توسعه گلخانه همه به ما سفارش کردند، اگر می‌خواهید توسعه دهید، دیگر گل نزنید؛ چون مردم نمی‌توانند بخرند؛ چون خرید گل یک نیاز لوکس است.»

نبود مهارت‌آموزی کاربردی، شرط مداخله‌گر دیگر است. موضوع مهم در این زمینه، ناهماهنگی بین آموزش‌ها و محیط کار است. این مسئله به گسست و انطباق‌نداشتن آموزش‌های دانشگاهی (جنبه نظری) و شرایطی (جنبه عملی) که کارآفرین در محیط کار تجربه می‌کند، اشاره دارد. ناهماهنگی میان آموزش و عمل، سبب ایجاد شکاف و گسست‌هایی در فرایند کارآفرینی می‌شود. این شکاف‌ها از ابتدای فعالیت کارآفرینانه آغاز می‌شود و در فرایند شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکار نیز تداوم پیدا می‌کند. وضعیت به‌گونه‌ای است که درعمل بین دانشگاه و بازار کار، ارتباطی وجود ندارد و همین مسئله سبب

دستش نده و اجازه نده این کار را بکند. پول به درک، آبرویت هم کم و زیاد می‌شود. طلبکار و قانون و زندان، زن و مرد نمی‌شناسد. تا حالا با آبرو زندگی کردید. زن را چه به بازار. الان مردش هم نمی‌تواند خودش را جمع‌وجور کند، چه برسد به زن».

د) راهبردها و استراتژی‌ها

راهبردها بر عمل / تعامل‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مد نظر مبتنی است. راهبردها مقصود دارد، هدفمند است و به‌علتی انجام می‌شود. بر مبنای تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده با زنان کارآفرین شهر شیراز، راهبردهای مشارکت اقتصادی زنان عبارت است از: مدیریت عقلانی، توانمندسازی تخصصی، شبکه‌سازی اجتماعی و اخلاق‌مداری حرفه‌ای.

اولین راهبرد زنان کارآفرین شهر شیراز برای مشارکت اقتصادی موفق، مدیریت عقلانی و برنامه‌ریزی‌شده است. مدیریت عقلانی، که نیازمند بازانندی مداوم اقدامات مرتبط با کارآفرینی است، نشان‌دهنده توانایی کارآفرین در حل مشکلات، چالش‌ها و بازننگری مداوم و مستمر اقدامات انجام‌شده است که شامل اقدام مبتنی بر مطالعه، خلاقیت در فرایند کار و مدیریت کار مبتنی بر عقلانیت، شرایط و بازار است. بر این اساس، زنان کارآفرین می‌کوشند از رفتار و کنشگری اقتصادی احساسی خودداری کنند و عقلانیت را سرلوحه کار خودشان قرار بدهند. یکی از این راهبردها برای تقویت عقلانیت، انجام‌دادن آزمایشی فعالیت اقتصادی خودشان در سطح خرد و توسعه آن در صورت موفقیت است. برخی از کارآفرینان، اولین بار در سطح بسیار کوچکی، کار خودشان را شروع کرده‌اند و برای سرمایه‌گذاری کلان ریسک نکرده‌اند و فقط در صورت موفقیت در سطح خرد، کسب‌وکار خودشان را توسعه داده‌اند. علاوه بر این، احتیاط و بی‌اعتمادی صرف به دیگران، یکی دیگر از راهبردهای زنان کارآفرین بوده است. اعتماد برای فعالیت اقتصادی، اهمیت زیادی دارد؛ اما زنان کارآفرین کوشیده‌اند اعتماد صرف نداشته باشند و در کنار آن، در برخورد با دیگران و تعامل اقتصادی

شده است آموزش مهارت‌های کاربردی در دانشگاه‌ها بدون سنجش نیاز بازار و صنعت به این مهارت‌ها و کیفیت آنها انجام شود. در برخی موارد، مهارت‌هایی در دانشگاه‌ها آموزش داده می‌شود که برای وضعیت نوین بازار کار و صنعت، سودمندی زیادی ندارد. یکی دیگر از زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه چنین می‌گوید:

«دانشگاه شاید از نظر تئوری بتواند اطلاعاتی به دانشجو بدهد؛ اما از نظر عملی، کارها بسیار ابتدایی و غیرتخصصی است. خوشحالم که وارد دانشگاه نشدم؛ چون مباحث تئوری را به‌صورت خودآموز و با ممارست و پشتکار مطالعه کردم و چندین برابر مباحث تئوری به‌صورت عملی کار کردم».

محیط کار جنسیت‌زده، شرط مداخله‌گر دیگر است. فضای بازار کار در ایران در اساس، فضایی جنسیتی است و «کار» به‌صورت جنسیتی تقسیم شده است؛ بدین‌صورت که برخی کارها، مردانه و برخی کارهای دیگر، زنانه قلمداد می‌شود. این مسئله سبب شده است فضای کسب‌وکار، که فضایی عمومی است، فضایی مردانه دانسته شود و حضور زنان در این فضا مطلوب انگاشته نشود. علاوه بر این، کلیشه‌های جنسیتی نیز محیط کار را بیشتر جنسیت‌زده کرده است. کلیشه‌های جنسیتی برآمده از ساختار مردسالارانه است که فعالیت اقتصادی و کار در حوزه عمومی را امری مردانه و فعالیت و کار در خانه و حوزه خصوصی را امری زنانه قلمداد می‌کند. این تقسیم جنسیتی کار، سبب برساخت کلیشه‌های جنسیتی در این حوزه شده است. بر مبنای این کلیشه‌ها، سازمان‌ها به‌طور عمومی به توانمندی‌های زنان، اعتماد کمتری دارند و جامعه نیز چنین باوری دارد؛ در حالی که چنین کلیشه‌ای، ریشه واقعی ندارد و زن و مرد به‌صورت یکسان، توانمندی‌های اقتصادی و مدیریتی دارند. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه چنین می‌گوید:

«برای شروع کارم حتی فامیل، خیلی امیدی به کار من نداشتند و مرا باور نداشتند و می‌گفتند: تو تحصیلات نداری و یک زن هستی. این کار را نکن. دو روز دیگر حتی فرش زیر پایت را طلبکارا می‌برند. حتی به شوهرم می‌گفتند: پول

با آنان، جنبه‌های احتیاطی و عقلانی را نیز رعایت کنند. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز در این مورد چنین اظهار نظر کرده است:

«۲ سال تمام در شهرهای مختلف، تحقیقات انجام دادیم. مطالعه در این حوزه داشتیم و پرس‌وجوی زیاد کردیم و این بسیار کار سختی بود. در هر جا باید کسی ما را معرفی می‌کرد تا ما را بپذیرند. یزد، تهران، کرج، اصفهان، یاسوج، شهرکرد و ... رفتیم. در تحقیقات به این نتیجه رسیدیم که برای برخی سودآور و خوب بوده و برای برخی هم خوب نبوده و ناراحت بودند؛ به همین دلیل، باید تحلیل می‌کردیم. در نهایت، به این نتیجه رسیدیم که به این کار وارد شویم».

توانمندسازی تخصصی، یکی دیگر از راهبردهای کلانی است که زنان کارآفرین شهر شیراز برای موفقیت در کارآفرینی و کسب‌وکار اقتصادی خودشان به کار می‌برند. توانمندشدن، یک فرایند توسعه انسانی با استفاده از توسعه مهارت‌هاست. کارآفرین از شروع فرایند کار با استفاده از یادگیری دوره‌های تخصصی، آموزش‌های ضمن کار و... مهارت‌های لازم و ضروری را در خود افزایش می‌دهد که به توانمندسازی وی منجر می‌شود. توانمندسازی حرفه‌ای می‌تواند راهبردی حرفه‌ای باشد که زنان کارآفرین با بهره‌گیری از آن، جهت‌گیری ذهنی و عینی خودشان را به سوی کسب‌وکاری موفق تنظیم می‌کنند. یکی دیگر از زنان کارآفرین در این زمینه چنین می‌گوید:

«من خودم را دیپلمه نمی‌دانم؛ چون در طول همه این سال‌ها (۳۰ سال) برای رشته‌ام هم تحقیق و پژوهش کردم و هم به‌شدت تلاش کردم. در زمینه تاریخ هنر، اصول پارچه‌شناسی نساجی مطالعه جامع داشتم. در ارتباط با هنر، رنگ‌شناسی، پارچه‌شناسی و هر چیزی که به این رشته مرتبط بوده، به‌صورت شخصی و آزاد مطالعه کردم».

شبکه‌سازی اجتماعی، راهبرد دیگر زنان کارآفرین شهر شیراز برای موفقیت در مشارکت اقتصادی است. زنان کارآفرین با شبکه‌سازی اجتماعی، برای طراحی، تبلیغات، بازاریابی و فروش محصولات و کالاهای خودشان، بسترهای عینی می‌یابند، از کارآفرینان و تجربه‌های آنان در شبکه‌های

واقعی استفاده و حمایت‌های شبکه‌ای از آنان دریافت می‌کنند. علاوه بر این، شبکه‌سازی عینی و واقعی سبب می‌شود کارآفرینان، قدرت بیشتری برای تأثیرگذاری در نظام تصمیم‌گیری کلان داشته باشند و بخشنامه‌ها و مقررات مختلف را تغییر دهند یا در مسیر تصویب آنها نقش‌آفرینی کنند. همچنین، شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین، به‌مثابه کاتالیزور و انگیزه‌دهنده‌ای جمعی به کارآفرینان زن عمل می‌کند و با به اشتراک‌گذاری مسائل، دغدغه‌ها، ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و امکانات موجود، زنان دیگر را به کارآفرینی یا توسعه کارآفرینی‌های خودشان تشویق می‌کند. فراتر از این، شبکه‌سازی قدرتمند زنان کارآفرین برای آنان (به‌مثابه یک گروه منسجم) حمایت‌های ملی و بین‌المللی را به دنبال دارد. آنان حمایت‌های مالی و غیرمالی از سازمان‌های ملی و بین‌المللی را برای توسعه کسب‌وکارهای خودشان به دست می‌آورند. یکی از زنان کارآفرین از همسویی فعالیت‌های اجتماعی و فعالیت‌های اقتصادی و نقش شبکه‌های اجتماعی در این زمینه یاد می‌کند:

«کسانی که در این شرکت با من کار می‌کردند، همه از دوستانم بودند که قبل از این شرکت به‌صورت انجمن مدنی با هم کار می‌کردیم در حوزه مسائل اجتماعی و شناخت خوبی از هم داشتیم. البته این فعالیت داوطلبانه من در حوزه زنان و اجتماعی کمک کرد در اتاق بازرگانی برای اولین بار، شورای زنان بازرگان را راه‌اندازی کنیم که این طرح شورای زنان در تهران انجام شده بود و ما از آنجا الگو گرفتیم».

اخلاق‌مداری حرفه‌ای، راهبرد دیگر زنان کارآفرین شهر شیراز برای موفقیت در مشارکت اقتصادی است. اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتار بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در واقع، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اخلاقی کارآفرین (مسئولیت‌پذیری، پایبندی به تعهدات و ...) در برابر افرادی است که با او در این فرایند مشارکت دارند. بر این مبنای کارآفرینان زن شهر شیراز، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای را به‌عنوان جهت‌گیری‌ای ذهنی و

عینی برای موفقیت در کسب و کار خودشان به کار می‌گیرند. بدون اخلاق و ورزی ممکن است فعالیت‌های اقتصادی توسط کارآفرینان به انجام برسد و موفقیت‌آمیز نیز باشد؛ اما بدون شک در میان مدت و بلندمدت با مشکل مواجه می‌شوند و از میزان موفقیت اقتصادی آنان کاسته می‌شود. خوش‌قولی، رازداری، عدالت‌محوری و رعایت انصاف در برخورد با مشتریان، کارکنان و مدیران دیگر، از جمله ویژگی‌های مرتبط با اخلاق و ورزی است که زنان کارآفرین شهر شیراز به آن اشاره کرده‌اند. رعایت این موضوعات سبب افزایش احتمال موفقیت زنان کارآفرین در کسب و کارهای خودشان می‌شود و از آنها با نام خرده‌راهبردهای اخلاقی می‌توان یاد کرد. یکی دیگر از کارآفرینان در این زمینه چنین اظهار نظر کرده است:

«بیش از ۲۰۰۰ نفر را تاکنون آموزش دادم و خیلی از آنها این آموزش‌ها را به شغل تبدیل کرده‌اند. همه آموزش‌های من برای خیلی از افراد رایگان بوده است. آنها امروزه تولیداتی در زمینه بافت دارند که می‌تواند خود و خانواده‌شان را تأمین کنند.»

«در اوایل کار، نگاه جنسیتی زیاد بود. آقایان چندان از یک مدیر زن تبعیت نمی‌کردند و برایشان سخت بود. حداقل این را از نگاهشان می‌خواندم؛ اما به مرور زمان و ارتباطی که با هم داریم، این مسئله حل شد و الان این احساس و نگاه وجود ندارد.»

دومین پیامد راهبردهای زنان کارآفرین و عمل / تعامل آنها درباره کارآفرینی زنان، تحولات هویتی است. زنان با در پیش گرفتن کارآفرینی و مشارکت اقتصادی، تحولات هویتی زیادی داشته‌اند. این تحولات شامل موضوعاتی مانند رهاکردن الگوهای زنانگی مرسوم و سنتی، تقویت روحیه استقلال‌طلبی مالی و غیرمالی، افزایش قدرت تصمیم‌گیری در خانواده، کاهش میل به فرزندخواهی، ارتقای جایگاه کارآفرین در نزد فرزندان، تضعیف نقش مادری و تسخیر جایگاه پدری است. این تحولات هویتی در ارتباط مستقیم با هویت جنسیتی قرار دارد. در واقع، زنان کارآفرین به علت کلیشه‌های جنسیتی و نابرابری‌های جنسیتی در معرض تبعیض جنسیتی در بازار کار و اقتصاد قرار داشته‌اند؛ اما با موفقیت در کارآفرینی و راهبردهایی که دنبال می‌کنند، علاوه بر شک وارد کردن به این کلیشه‌ها، الگوهای هویتی نوینی برای زنان نیز ترسیم کرده‌اند. یکی از زنان کارآفرین در این زمینه چنین می‌گوید:

«بیش از ۲۰۰۰ نفر را تاکنون آموزش دادم و خیلی از آنها این آموزش‌ها را به شغل تبدیل کرده‌اند. همه آموزش‌های من برای خیلی از افراد رایگان بوده است. آنها امروزه تولیداتی در زمینه بافت دارند که می‌تواند خود و خانواده‌شان را تأمین کنند.»

ه) پیامدها

پیامدها نتایج و حاصل عمل / تعامل‌ها یا راهبردهاست. پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیست که افراد قصد آن را داشته‌اند. پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشد، شکل منفی به خود بگیرد، واقعی یا ضمنی باشد و در حال یا آینده به وقوع بپیوندد. بر مبنای کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده با زنان کارآفرین شهر شیراز، پیامدهای مشارکت اقتصادی زنان عبارت است از: تحولات نگرشی، تحولات هویتی، تغییر سبک زندگی و تغییر زیست منفعلانه.

اولین پیامد راهبردهای زنان کارآفرین و عمل / تعامل آنها در ارتباط با کارآفرینی زنان، تحولات نگرشی است. همانگونه که گفته شد، به حضور زنان در اقتصاد به‌طور کلی و کسب و کارهای کارآفرینانه به‌طور خاص، نگاه منفی و کلیشه‌ای وجود دارد. بر مبنای این کلیشه‌ها زنان به‌خوبی مردان در فعالیت‌های اقتصادی موفق نمی‌شوند و حضور

«درصدی از شادکامی من این است که در هر شرایطی، استقلال مالی داشته باشم هم برای خودم و هم برای فرزندانم و اینکه بدون دلهره برایشان خرج کنم بدون اینکه مشکلی برای همسرم پیش بیاید و توانسته‌ام نیازهای فرزندانم را برطرف کنم».

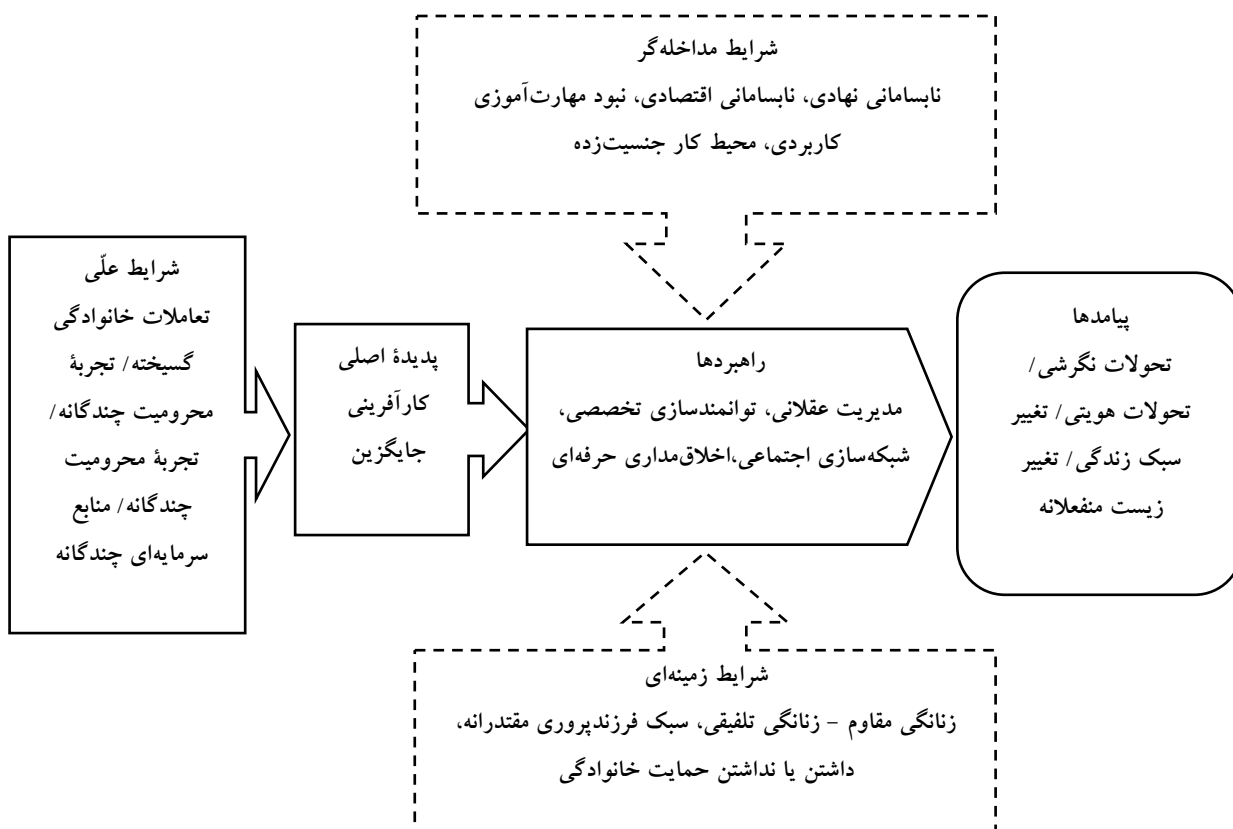
تغییر سبک زندگی، پیامد دیگر راهبردهای زنان کارآفرین و عمل/ تعامل آنها درباره کارآفرینی زنان است. تغییر ماهیت تعاملات اجتماعی، بی‌توجهی به مدیریت بدن، پدرانگی مادران و تضعیف نقش پدر در خانواده، تضعیف نقش همسری، منابع مالی خانواده، ابهام‌های مرتبط با بر عهده داشتن نقش‌های چندگانه و فشار مضاعف کاری و خانوادگی، از جمله تحولاتی است که در سبک زندگی زنان کارآفرین رخ داده است. تعاملات اجتماعی زنان کارآفرین از تعاملات خانوادگی به تعاملات کاری و اقتصادی تبدیل شده است. آنان برخلاف عموم زنان توجه چندانی به «بدن» خودشان ندارند و برای مدیریت مرسوم آن کوششی نمی‌کنند. موضوع دیگر، پدرانگی مادران است. زنان کارآفرین می‌کوشند نقش پدری را در خانواده بازی کنند که این مسئله، سبب تضعیف نقش مادری در آنان می‌شود؛ به هر حال، بازی هم‌زمان نقش‌های مختلف کاری و خانوادگی سبب شده است فشار مضاعفی بر زنان وجود داشته باشد و همین امر بر موضوع سلامت روانی و اجتماعی آنان، که بعدی محوری در سبک زندگی سالم است، تأثیرگذار بوده است. یکی از زنان کارآفرین در این زمینه چنین اظهار نظر کرده است:

«در طول این سه روز، همسرم چون کارمند بود، مرخصی گرفت و در ماشین با دخترم بودند و من هر دو ساعت یک بار می‌آمدم و به فرزندم شیر می‌دادم... از

همان روز اول با وجود دو بچه کوچک، سفارش می‌گرفتم و هم با برخی آموزشگاه‌ها کار می‌کردم تا بتوانم اجاره را دریاورم به پرسنل ادارات مختلف هم آموزش می‌دادم».

تغییر زیست منفعلا، پیامد دیگر راهبردهای زنان کارآفرین و عمل/ تعامل آنها درباره کارآفرینی زنان است. همانگونه که بحث شد، کلیشه‌های جنسیتی سبب شده است زنان به‌طور عمومی ابژه‌هایی به شمار بیایند که مردان برای آنان تصمیمات اقتصادی می‌گیرند و آنان، افرادی منفعل و پذیرنده تصمیمات محسوب می‌شوند؛ اما مشارکت اقتصادی موفق زنان، سبب تغییر این کلیشه‌های جنسیتی شده است؛ زیرا زنان در عمل، به منفعل بودن خودشان شک وارد کرده‌اند و به سوژه‌هایی عاملیت‌گرا در زندگی اجتماعی، اقتصادی و خانوادگی تبدیل شده‌اند و زیست منفعلا خودشان را تغییر داده‌اند. تغییر از فرد آموزش‌گیرنده به فرد آموزش‌دهنده، تغییر از نقش مشورت‌گیرنده اقتصادی به مشاور اقتصادی، کسب استقلال اقتصادی و رهایی از وابستگی مالی، نقش فعال در نظام تصمیم‌گیری اقتصادی، اجتماعی و خانوادگی، تغییر کلیشه مصرف‌گرایی زنان و بر عهده گرفتن نقش تولیدکنندگی، از جمله تغییراتی است که زنان کارآفرین برای تغییر زیست منفعلا انجام داده‌اند. یکی از زنان کارآفرین شهر شیراز در این زمینه چنین می‌گوید:

«الان برعکس شده؛ چون کارم و توانایی و موفقیتیم را دیدند، الان دیگر مرا حساب می‌آورند و تشویق می‌کنند و حتی خیلی از جوانان فامیل کنارم کار می‌کنند و برای ورود به بازار می‌آیند و با من مشورت می‌کنند».



شکل ۱- مدل پارادایمی مشارکت اقتصادی کارآفرینان زنان شهر شیراز

Fig 1- Paradigm model of economic participation of women entrepreneurs in Shiraz

نوعی مشارکت اقتصادی محسوب می‌شود، محسوس است؛ عاملیتی که سبب شده است زنان فقط به‌اجبار، مشارکت اقتصادی نداشته باشند؛ بلکه کارآفرینی را به‌عنوان یک «انتخاب» اقتصادی برگزینند. حتی زنانی که به‌اجبار، وارد کارآفرینی شده‌اند (یا به‌صورت اتفاقی و برنامه‌ریزی شده وارد آن شده‌اند)، در مراحل بعد به‌صورت جدی، زنانگی خودشان را در کارآفرینی دخالت می‌دهند و درواقع، کارآفرینی زنانه‌ای را دنبال می‌کنند.

بررسی تجربه‌های زنان کارآفرین نشان می‌دهد برخی از آنان در ابتدای شروع کسب‌وکار، فقط به دنبال برطرف‌کردن نیازهای اقتصادی روزمره خودشان بوده‌اند و نمی‌خواستند کسب‌وکاری جدی و کارآفرینانه تأسیس کنند؛ هرچند پس از آن به دنبال چنین هدفی رفته‌اند؛ به هر حال، شکلی از اجبار اقتصادی (تأمین نیازهای مالی روزمره خود یا خانواده) در شروع کسب‌وکار آنان تأثیرگذار بوده است. بخش دیگر

بحث و نتیجه‌گیری؛ کارآفرینی جایگزین زنانه

زنان در جامعه ایرانی (همانند بیشتر جوامع جهان سوم)، فرصت‌های اقتصادی محدودی دارند و این امر در کنار محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و حقوقی سبب شده است مشارکت اقتصادی اندکی در بازار اقتصاد ایران داشته باشند؛ با وجود این، نارضایتی از فضاهای رسمی کار در ایران، نابسامانی‌های خانوادگی و اجبارهای اقتصادی، ازجمله عواملی است که زنان را به حضور در بازار و مشارکت اقتصادی سوق داده است. این عوامل، شکلی از «اجبار» را در خود پنهان دارد و زنان به‌نوعی مجبور به مشارکت اقتصادی برای برطرف‌کردن نیازهای اقتصادی هستند؛ اما برخی عوامل دیگر وجود دارد که نشان‌دهنده عاملیت زنانه در مشارکت اقتصادی است؛ عواملی مانند داشتن روحیه کارآفرینانه، درک فرصت‌های کارآفرینی، زنانگی مقاوم/تلفیقی، هوش کارآفرینانه و...؛ به هر حال، عاملیت زنانه در کارآفرینی، که

هنگامی که در بافتی مردسالارانه، اقتصادی و نهادی این مسئله را طرح کنیم، جنسیت به متغیری مهم تبدیل می‌شود. زنان به‌طور عمومی به‌علت «زن‌بودن»، با نبود تسهیلتی بیشتری از سوی نهادهای مرتبط مواجه می‌شوند. واقعیت این است که نهادها و سازمان‌های مختلف هنوز به چشم یک «فعال اقتصادی» به زنان نگاه نمی‌کنند و آنان را گروهی حاشیه‌ای در نظر می‌گیرند؛ به همین علت، تسهیلتی کمتری برای آنان قائل می‌شوند. این مسئله‌ای است که در دیدگاه فمینیسم رادیکال نیز قابل بحث است (نگاه کنید به ریوسارسه، ۱۳۸۵).

فمینیست‌های رادیکال معتقدند تفاوت‌های دو جنس علاوه بر اینکه ذاتی نیست، نتیجهٔ جامعه‌پذیری و همگون‌سازی جنس و نقش است. بر این اساس، تفاوت مشارکت اقتصادی زنان، برخاسته از نظام مردسالارانهٔ حاکم بر روابط اجتماعی است که مانع مشارکت اقتصادی زنان می‌شود. آنچه در پژوهش حاضر نیز مهم است، این نکته است که نهادهای مختلف، ماهیتی مردانه دارد و در برخی موارد، مانعی برای فعالیت کارآفرینانهٔ زنان فراهم می‌کند (ریوسارسه، ۱۳۸۵: ۲۰۰).

با وجود محدودیت‌های فراوان زنان کارآفرین برای مشارکت اقتصادی، آنان راهبردهای مختلفی را برای موفقیت اقتصادی به کار می‌برند. زنان می‌کوشند با شبکه‌سازی اجتماعی زنانه و ایجاد ساختاری شبکه‌ای بین زنان کارآفرین، هم به فعالیت‌های اقتصادی خودشان انسجام بدهند و هم دغدغه‌ها و مسائل مرتبط با فعالیت زنان کارآفرین را مدیریت کنند. علاوه بر این، سرمایهٔ اجتماعی، که عاملی محوری برای توسعهٔ کارآفرینی است، نیز در این فرایند گسترش پیدا می‌کند. اخلاق‌ورزی و تابعیت از اخلاق حرفه‌ای، استراتژی دیگر زنان در این زمینه است. این مسئله سبب می‌شود زنان برای خودشان اعتبارسازی کنند. اعتبارسازی با توسعهٔ سرمایهٔ اجتماعی، سودمندی‌های زیادی برای زنان کارآفرین (از جمله تسهیلتی بیشتر فرایندهای کسب‌وکار، کاهش هزینه‌های مبادله، تقویت تعاملات اقتصادی و ...) به دنبال دارد؛ بنابراین، زنان، وضعیت نابرابر و ستم‌آلود موجود را، که مانع فعالیت

مشارکت اقتصادی زنان، اختیاری بوده است و آنان به‌صورت هدفمند و انتخابی وارد کسب‌وکار کارآفرینانه شده‌اند و آن را «انتخاب» کرده‌اند. آنان پیش از آغاز فعالیت و راه‌اندازی کسب‌وکار، دربارهٔ آن پژوهش کرده‌اند، مجوزهای لازم را گرفته‌اند و بازار و احتمالات مختلف خرید و فروش مواد و محصولات را بررسی کرده‌اند؛ بنابراین، کارآفرینی این زنان، نوعی «انتخاب اقتصادی» بوده است.

عوامل و شرایط علی مؤثر بر کارآفرینی زنان تا حدود زیادی با مردان متفاوت است؛ هرچند در این زمینه، به‌صورت قطعی، اشتراک‌هایی نیز وجود دارد. این عوامل حتی اگر مشترک باشد، با قرارگرفتن در بافت اقتصادی مردانه، ماهیت جنسیتی به خودشان می‌گیرند. تجربهٔ محرومیت زنان، چندانکه است و همین امر سبب شده است موقعیت آنان برای شروع کارآفرینی، پیچیده‌تر از مردان باشد. دسترسی آنان به منابع سرمایه‌ای محدود است و تأثیرپذیری منفی بیشتری از تعاملات خانوادگی نابسامان دارند؛ به هر حال، نقش جنسیت در این زمینه، مهم است و به نظر می‌رسد بیشترین تأثیر علی بر کارآفرینی زنان برعهدهٔ جنسیت باشد. برخی نظریه‌های اقتصادی و جامعه‌شناختی، تا حدود زیادی تأییدکنندهٔ این ادعاست؛ برای نمونه، اقتصاد نئوکلاسیک بر منابع سرمایه‌ای تأکید دارد و معتقد است زنان به‌علت دسترسی محدود به منابع سرمایه‌ای، موفقیت اقتصادی کمتری دارند (نگاه کنید به انکرو و هین، ۱۳۷۹). همچنین، برخی نظریه‌پردازان و پژوهشگران (نگاه کنید به Feingold, 1996; Sullivan, 2005) بر اهمیت نقش جنسیت در این زمینه تأکید دارند که با نتایج این بخش پژوهش مرتبط است.

نهادها و سازمان‌های مختلف مرتبط با کارآفرینی که قرار است تسهیلات نهادی در این زمینه ارائه بدهند، به‌طور عمومی برخوردی نابرابر با زنان به نسبت مردان دارند. در برخی موارد، جنسیت زنان و زنانگی آنان سبب شده است نهادهای مرتبط در مسیر موفقیت آنان مانع‌تراشی کنند. ناکارآمدی نهادی ممکن است امری فراجنسیتی باشد؛ اما

نوینی برای زنان در جامعه ایجاد کرده است که برآیند نهایی آن، بازتولید مشارکت اقتصادی زنان در گستره‌های وسیع‌تر است؛ بنابراین، کارآفرینی زنان را شکلی از کارآفرینی جایگزین برای مشارکت اقتصادی در جامعه می‌توان دانست.

منابع

- آبوت، پ. و والاس، ک. (۱۳۸۰) *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
- آرمن، ع؛ فرازمنند، ح. و دانش، ح. (۱۳۹۴) «تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر نرخ مشارکت زنان در نیروی کار»، *فصلنامه توسعه اجتماعی*، د ۹، ش ۴، ص ۱۶۱-۱۸۴.
- استراوس، الف. و گرین، ج. (۱۳۹۱) *مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نی.
- اسدزاده، الف؛ میرانی، ن؛ قاضی‌خانی، ف؛ اسمعیل درجانی، ن. و هنردوست، ع. (۱۳۹۶) «بررسی نقش اشتغال و تحصیلات زنان بر رشد اقتصادی در ایران»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، د ۱۵، ش ۳، ص ۳۵۹-۳۸۱.
- اعظم آزاده، م. و مشتاقیان، م. (۱۳۹۵) «موانع مشارکت زنان در فرایند توسعه اجتماعی»، *فصلنامه مسائل اجتماعی ایران*، س ۷، ش ۱، ص ۳۱-۵۵.
- امینی، ع. و طاهری، ع.ح. (۱۳۹۵) «تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و عوامل مؤثر بر آن، مورد مطالعه: مناطق روستایی بخش سیمکان در شهرستان جهرم»، *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، د ۱۲، ش ۲، ص ۳۷-۵۱.
- انکر، ر. و هین، ک. (۱۳۷۹) *نظریه‌های نابرابری جنسی*. ترجمه پروین رئیس، تهران: روشنگران.
- بوزرجمهری، خ؛ شایان، ح. و خسروی مشیزی، ح. (۱۳۹۳) «تحلیل نقش سواد بر مشارکت اقتصادی زنان

اقتصادی و مشارکت اقتصادی آنان است، نپذیرفته‌اند؛ بلکه با اتخاذ استراتژی‌های مختلف کوشیده‌اند این وضعیت را تغییر دهند. این مسئله در تضاد با رویکرد فمینیست‌های مارکسیست است که معتقدند تغییر شرایط اقتصادی زنان، بدون تغییر اساسی و رادیکال در ساختارهای اقتصادی سرمایه‌داری ممکن نیست (نگاه کنید به Barrett, 1989: 70). به عقیده بارت، براساس تقسیم نامتوازن کار، کار بی‌مزد خانگی، نصیب زن و کسب درآمد و اعتبار اجتماعی، نصیب مرد می‌شود که این وضع از ویژگی‌های نظام سرمایه‌داری است (Barrett, 1989: 70). نتایج پژوهش حاضر نشان داد اینگونه نیست و زنان با اتخاذ استراتژی‌های مختلف، این معادله را بر هم می‌زنند. اتخاذ این استراتژی‌ها برای زنان کارآفرین، پیامدهای مثبت و منفی فراوانی به دنبال داشته است. تغییر موقعیت مادرانگی، تحولات نگرشی، تحولات هویتی، تغییر سبک زندگی و تغییر زیست منفعانه، از جمله این پیامدهاست که هم جنبه‌های مثبت و هم جنبه‌های منفی دارد؛ اما به نظر می‌رسد وزن پیامدهای مثبت، بیشتر باشد.

بر این اساس، گفتنی است کارآفرینی زنان، شکلی از مقاومت (و گاهی مبارزه) در برابر ساختاری است که مشارکت اقتصادی آنان را محدود می‌کند. زنان با موفقیت در کسب‌وکارهایی که شروع کرده‌اند، علاوه بر ایجاد شک در ساختارهای مردسالارانه حاکم بر اقتصاد و اجتماع، به دنبال ایجاد ساختارهای معنایی نوینی برای مشارکت اقتصادی خودشان هستند. این ساختار معنایی جدید هم سبک زندگی نوینی برای آنان ایجاد می‌کند، هم موجب تحولات هویتی عظیمی در آنان می‌شود و هم نقش‌های اجتماعی و خانوادگی آنان را تغییر می‌دهد (بخش پیامدها را نگاه کنید). این ساختار معنایی نوین، به‌نوعی جایگزینی برای ساختار معنایی مردانه حاکم بر کسب‌وکار و بازار و به‌طور کلی، اقتصاد است. کارآفرینی زنان، شکلی از کارآفرینی جایگزین است که ساختار معنایی نوین زنانه‌ای (یا حداقل غیرمردانه) بر آن حاکم است و فراتر از آن، نوعی ساختار معنایی و هویتی

- روستایی، مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان کرمان». همایش ملی زن و توسعه پایدار روستایی. مشهد دانشگاه فردوسی مشهد.
- پوریوسفی، ح.؛ طایفه، ا. و آقاپورفرکوش، م. (۱۳۸۸). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر الگوپذیری رفتار اجتماعی دختران»، *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، س ۳، ش ۱، ص ۱۵۹-۱۹۲.
- دیزجی، م. و کتابفروش بدری، آ. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر اشتغال زنان با تأکید بر بهره‌گیری از ICT». *فصلنامه زن و مطالعات خانواده*. س ۹، ش ۳۴، ص ۷۳-۹۳.
- رجب‌پور میان‌دوآب، پ.؛ محمدی، م. و تاجیک، ه. (۱۳۹۰). «ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های زنان خوداشتغال، روستای کندوان»، *فصلنامه روستا و توسعه*، س ۱۴، ش ۴، ص ۱۴۷-۱۶۴.
- رستمی، ا. و فرشچی، س. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه میان فناوری اطلاعات و ارتباطات، کارآفرینی و اشتغال». اولین کنفرانس ملی چالش‌های مدیریت فناوری اطلاعات در سازمان و صنایع.
- رضوانی، الف. و فردرو، م. (۱۳۸۱). *دولت مردم و همگرایی*. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ریوسارسه، م. (۱۳۸۵). *تاریخ فمینیسم*. ترجمه عبدالوهاب احمدی. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- زنجانی‌زاده، ه. (۱۳۷۰). «بررسی نظریه‌های نابرابری جنسی در بازار کار». *مجله تخصصی زبان و ادبیات دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد*. د ۲۴، ش ۱، ص ۵۵-۷۰.
- سفیری، خ. (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی اشتغال*. تهران: انتشارات تیبان.
- سعیدی کیا، م. (۱۳۸۸). *اصول و مبانی کارآفرینی*. تهران: کیا.
- شربتیان، م. ح. (۱۳۸۸). «بررسی ابعاد و موانع اجتماعی اشتغال زنان». *علوم انسانی (ویژه علوم اجتماعی)*، د ۷، ش ۳، ص ۸۵-۹۵.
- صفاکیش، م. و فلاح محسن‌خانی، ز. (۱۳۹۵). «بررسی عدم مشارکت اقتصادی زنان در بازار کار ایران». *مجله بررسی‌های آمار رسمی ایران*، س ۲۷، ش ۱، ص ۱۰۳-۱۱۹.
- صفیایی‌پور، م. و زادولی خواجه، ش. (۱۳۹۵). «تحلیلی بر موانع مشارکت اقتصادی زنان در ایران (نمونه مورد مطالعه: کلان‌شهر تبریز)». *فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*. س ۵، ش ۱، ص ۶۳-۸۵.
- صفری شالی، ر. (۱۳۸۷). «عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی (مطالعه موردی: زنان روستایی استان زنجان)». *فصلنامه پژوهش زنان*. د ۶، ش ۱، ص ۱۳۷-۱۵۹.
- صمیمی، س. و هژبرکیانی، ک. (۱۳۹۳). «اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر اشتغال صنایع کارخانه‌ای ایران»، *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، س ۲۲، ش ۷۰، ص ۵۵-۷۴.
- علاء‌الدینی، پ. و رضوی، ر. (۱۳۹۷). «وضعیت مشارکت و اشتغال زنان». *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، س ۳، ش ۱۲، ص ۱۹۴-۲۳۴.
- علمی، ز. و روستای شلمانی، خ. (۱۳۹۳). «اثر توسعه بر مشارکت اقتصادی زنان کشورهای منا با استفاده از روش پانل پروبیت کسری». *پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*. س ۴، ش ۱۴، ص ۱۱-۲۸.
- علی‌پور، ا. (۱۳۸۸). «رشد خودباوری در زنان کارآفرین»، *دردسترس در www.iran-zanan.com*.
- عمادزاده، م.؛ آذربایجانی، ک.؛ محمدی، س. و صادقی، م. (۱۳۹۲). «آزمون تأثیر فناوری مهارت‌محور بر اشتغال نیروی کار ایران». *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، س ۱۳، ش ۳، ص ۶۳-۸۶.
- فلیک، ا. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

- قریشی، ف.؛ علیزاده، الف.؛ ابراهیمی، م.ب. و ترکمانی، الف. (۱۳۹۱) «بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی زنان بالای ۲۰ سال شهر تبریز». *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه* س ۱، ش ۲، ص ۱۱۵-۱۴۱.
- کار، م. (۱۳۷۹) *زنان در بازار کار ایران*. تهران: انتشارات روشنگران و مرکز مطالعات.
- کریم‌زاده، م.؛ فیاضی، م. و میرکازه‌ری ریگی، ف. (۱۳۹۵) «موانع مشارکت زنان بلوچ در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی». *فصلنامه زن و فرهنگ*. س ۸، ش ۳۰، ص ۵۹-۷۳.
- کریمی موقاری، ز.؛ نظیفی نایینی، م. و عباسپور، س. (۱۳۹۲) «عوامل اقتصادی مؤثر بر اشتغال زنان در ایران». *فصلنامه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*. س ۱۱، ش ۳، ص ۵۳-۸۰.
- کمائی، ر و افشاری، ز. (۱۳۹۶). «عوامل تعیین‌کننده مشارکت زنان در نیروی کار در کشورهای منتخب (تحلیل پنل)». *فصلنامه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*. س ۱۵، ش ۱، ص ۴۱-۷۲.
- کولایی، الف. (۱۳۸۵) *نقش زنان در توسعه کشورهای اسلامی*. تهران: دانشگاه تهران.
- گلرد، پ. (۱۳۸۸) «عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان ایرانی». *زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)*. د ۳، ش ۱ (پیاپی ۱۱)، ص ۱۰۱-۱۲۴.
- محمدپور، ا. و ایمان، م.ت. (۱۳۸۷) «بازسازی معنایی پیامدهای تغییرات اقتصادی در منطقه اورامان تخت کردستان ایران: ارائه یک نظریه زمینه‌ای». *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، س ۷، ش ۲۸، ص ۱۹۱-۲۱۳.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵) *نتایج آمارگیری نیروی کار*. مرکز آمار و اطلاعات راهبردی. (۱۳۹۳) استان در یک نگاه - استان فارس. www.amarkar.ir
- منصورآبادی، م. و کرمی، ع. (۱۳۸۵) «پیامدهای توسعه بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان روستایی (مطالعه موردی در استان فارس)». *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*، د ۲۴، ش ۲ (پیاپی ۴۷)، ص ۱۰۷-۱۲۸.
- میرغفوری، س.ح.؛ صیادی تورانلو، ح. و طاهری دمنه، م. (۱۳۸۸) «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: استان یزد)». *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، س ۱، د ۲، ش ۲، ص ۴۷-۶۴.
- نظامی‌وند چگینی، ز. و سرایی، ح. (۱۳۹۲) «عوامل مؤثر بر مشارکت زنان شهر تهران در نیروی کار». *مجله برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. د ۴، ش ۱۵، ص ۱-۴۵.
- هادیان، الف. و حیدری‌پور، ع. (۱۳۷۸) «توسعه اقتصادی و سهم زنان در نیروی کار». *فصلنامه جمعیت*، ش ۲۸ و ۲۷، ص ۲۰-۳۰.
- Abbasi Shavazi, M.J., McDonald, P., and Hosseini Chavoshi, M. (2009) The Fertility Transition in Iran. Revolution and Reproduction. *Canadian Studies in Population*. 38(1-2), 203-205.
- Abdullah, N., and Abu Bakar, N.A. (2011) The Causal Relationship between Fertility and Women Labor Force Participation: Evidence for the Four Selected Asian Countries, *European Journal of Social Sciences*. 26(2), 154-158.
- Akarro, R.R., Mussa, A.S., and Losindilo, E. (2010) Some Factors That Hinder Women Participation in Social, Political and Economic Activities in Tanzania, *Arts and Social Sciences Journal, ASSJ*. 4, 1-10.
- Al Botmeh, S. (2013) *Barriers to female labour market participation and entrepreneurship in the occupied Palestinian territory*, The Centre for Development Studies - Birzeit: University and theYWCA of Palestine.
- Ali Khan, R.E., and Khan, T. (2009) Labor Force Participation of Married Women in Punjab (Pakistan), *Journal of Economic and Social Research*. 11(2), 77-106.
- Alison, M. (1990) *Entrepreneurship: An International Perspective*, Oxford: Jordan Haill, Linacre House.
- Amit, R., Glosten, L., and Muller, E. (1993) Challenges to Theory Development in

- Cole, R.E., Bachayan, P., and Whit, B.J. (1993) Quality participation and competitiveness, *Californis Management Review*. 35(3), 68-81.
- Dollar, D., Fisman, R., and Gatti, R. (2001) Are Woman Really the “Fairer” Sex? Corruption and Women in Government. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 26(4), 423-429.
- Dominiak, P., Lechman, E., and Okonowicz, A. (2014) Fertility rebound and economic growth, new evidence for 18 countries over the period 1970-2011. *GUT, FME Working Paper Series A*. 5(23), 1-18.
- Ehrenreich, B. (2018) What Is Socialist Feminism? Win Magazine subscribe. <https://jacobinmag.com>.
- Ejaz, M. (2007). Determinants of Female Labor Force Participation in Pakistan: An Empirical Analysis of PSLM (2004-05) Micro Data. *The Journal of Labore Economics*. 12, 204-235.
- Elisia, L., Mussa, A., and Akarro, R. (2010) Some Factors that Hinder Women Participation in Social, Political and Economic Activities in Tanzania. *Journal of Arts and Social Sciences*. 11(2), 1-10.
- Faridi Z.M., Malik, SH., and Basit, A.B. (2009) Impact of Education on Female Labour Force Participation in Pakistan: Empirical Evidence from Primary Data Analysis, *Pakistan Journal of Social Sciences*. 29(1), 127-140.
- Fatima, G. (2010) Female Education as a Determinant of Economic Growth: The Case Study of Pakistan, *Contemporary Issues in Education Research*. 4(11), 15-22.
- Faustin, M., Galican, I. (2014). Impact of ICT on Employment in Rwanda: Time seriesAnalysis/http://www.academia.edu/20250733/Impact_of_ICT_on_Employment_in_Rwanda_faustin.
- Feingold, A. (1996) Cognitive gender differences: Where Tre They, and Why Are They There, *Learning and Individual Differences*. 8, 25-32.
- Foroutan, Y. (2009) Competing determinants of women’s work: ethnicity. religion and culture, International Population Conference, Morocco. 1-42.
- International Labour Office. (2016) *Women at Work: Trends 2016*. Geneva: ILO.
- Glaser, B., and Strauss, A. (1967) *Discovery of Grounded Theory*, Transaction Publishers, U.S. Publisher. USA and UK: Aldine transaction a division of transaction publishers new brunswick.
- Gobayan, I., and Hakobian, L. (2005) Rural Woman Participation in Decision –Making in Entrepreneurship Research, *Journal of Management Studies*. 30(5), 815-834.
- Anker, R. (1998) *Gender and Jobs: Sex Segregation of Occupation in the World*, Geneva: International labour office.
- Anker, R., Melkas H., and Korten, A. (2003) Gender based occupational segregation in the 1990’s, *Declaration Working Paper*. Research at Helsinki university of Technology lahti center, Finland, International labour affice.
- Azimi, E. (2015) The Effect of Children on Female Labor Force Participation in Urban Iran, *IZA Journal of Labor and Development*. 4(1), 1-11.
- Barrett, M. (1989) Women’s Oppression Today, *Haloton Journal of social relations*, 9(1), 210-212.
- Bbaale, E. (2011) Female Education, Labour Force Participation and Fertility: Evidence from Uganda, Final Report Submitted to the African Economic Research Consortium (AERC, Nairobi-Kenya. HYPERLINK <https://media.africaportal.org/documents/RP282.pdf>).
- Bloom, E., Canning, D., Fink, G., and Finlay, J. (2009) Fertility, Female Labor Force Participation, and the Demographic Dividend, *Journal of Economic Growth*. 14, 79-101.
- Burda, M. (2009) *The Impact of ICT on Employment*, Humboldt Universitat zu Berlin, Institut fur Wirtschaftstheorie, February, Contract 30-CE-0150922/00-65: 1-256.
- Burkely, S. (1996) *people first a guide to self-reliant participatory Rural development*, London: zedbooks.
- Bun Song, L., Soomyung, J., and Jayanta, S. (2008) Women’s labor force participation and marriage: The case of Korea, *Journal of Asian Economics*. 19, 138-154.
- Cahn, N., Haynes, D.; and Aoláin, F. Ní (2010). Returning Home: Women in Post-Conflict Societies, *University of Baltimore Law Review*. 39, 338-369.
- Caldwell, B., and Khuda, B.E. (2000) The first generation to control family size: a microstudy of the causes of fertility decline in a rural area of Bangladesh, *Studies in Family Planning*. 31(3), 239-251.
- Carr, M., and Chen, M. (2004) Globalization, social exclusion and gender. *International Labour Review*. 143(1-2), 129-160.
- Casterline, J.B., Sather, Z.A., and Haque, M.ul. (2001) Obstacles to contraceptive use in Pakistan: A Study in Punjab, *Studies in Family Planning*. 32(2), 95-110.

- Women's use of Information and Communication Technologies for Sustainable Economic Development in Ethiopia- East Local Government Area of Delta State, Nigeria, *Journal of Information Technology Impact*. 11(1), 71-84.
- Pieters, J., and Klasen, S. (2011) Drivers of Female Labour Force Participation in Urban India during India's Economic Boom, Proceedings of the German Development Economics Conference, Berlin. Asociacion para la politica social. 1-29.
- Pinquart, M., and Schindler, I. (2007) Changes of life satisfaction in the transition to retirement: A latent class approach, *Journal of Psychology and Aging*. 22(4), 442-455.
- Priebe, J. (2011) Child Costs and the Causal Effect of Fertility on Female Labor Supply: An investigation for Indonesia 1993-2008, Proceedings of the German Development Economics Conference, Berlin 67, Verein für Socialpolitik, Research Committee Development Economics.
- Ramella, M., and Rose, B.L.(2000) Taking part in Adolescent sexual health promotion in Peru: Community participation from a social psychological perspective, *Journal of Community and Applied Social Psychology*. 10(4), 271-284.
- Roy, O. (2002) *Globalised Islam: The Search for a New Ummah*, London: Hurths and Company.
- Saeed, A. (2003) *Islam in Australia*, NSW: Allen and Unwin.
- Sepehrdoust, H., Khodae, H. (2013). The Impact of Information and Communication Technology on Employment of Selected OIC Countries, *African Journal of Business Management*, Vol.7(39):4149-4154.
- Seymour, N. (2001) Women entrepreneurs in the developing world, Digest No01-04, Kaufman center for Entrepreneurial Leadership Clearinghouse on Entrepreneurship Education. www.celcee.edu., accessed on 31 November, 2006.
- Sirisrisak, T. (2009) Conservation of Bangkok old town, *Habitat International*. 33(4), 405-411.
- Smyth, R., and Mishra, V. (2010) Female Labor Force Participation and Total Fertility Rates in the OECD: New Evidence from Panel Co-integration and Granger Causality Testing, *Journal of Economics and Business*. 62, 48-64.
- Sorsa, P., Mares, J., Didier, M., Guimaraes, C., Rabate, M., Tang, G., and Tuske, A. (2015) *Determinants of the Low Female Labour Force Participation in India*, OECD America. <http://thepoint.gm/amrica>.
- Haug, H.M., and Pardy, W. (1999) Community entrepreneurship in north eastland. *International journal of entrepreneurial behavior and research*. 5(4), 82-94.
- Hisrich, R & Brush, G. (2000). *Women-owned Businesses: An Exploratory Study Comparing factors Affecting Performance*, Working paper from Research Institute for small & Emerging Business, Inc, www.riseb.org.
- Jao, Y., and Li, J.A. (2011) Trends in the Labor Force Participation of Married Mothers of Preschool-aged Children in Taiwan, *RAND Working Paper*. 850, 1-49.
- Kumbhar, V. (2013) Some critical issues of women entrepreneurship in rural India, *European Academic Research*. 1(2), 185-192.
- Losindilo, E., Mussa, AS., and Akarro, R.R.J. (2010) Some factors that hinder women participation in social, political and economic activities in Tanzania, *Arts and Social Sciences Journal*. (4), 1-10.
- Lavoie, D. (1995). *Froum sur I entrepreneurship feminin quebecois, montreal*. Ecoledes Hautes Etudes Commerciales Montral.
- Majbouri, M. (2016) Against the Wind: Labor Force Participation of Women and Economic Instability in Iran, *Journal .Feminist Economics*. 22(4), 31-53.
- Mishra, V. (2004) *Muslim/non-Muslim differentials in fertility and family planning in India*. East-West Center Working Paper, No. 112. Population and Health Series, USA: Honolulu.
- Moghadam, V.M. (1999) Gender and globalization: female labor and women's mobilization, *Journal of World-System Research*. 5(2), 137-141.
- Mohammad Mahmudi, H. (2012) Role of ict to promote gender equality in Bangladesh, IPID International Annual Conference Information and Communication Technology for Development (ICTsD) September 5-6, Kristiansand, Norway.
- Ntuli, M. (2007) Determinants of South African Women's Labour force Participation1995-2004, The Institute for the Study of Labor (IZA), Discussion Paper.3119, 1-35.
- Oakley, P., and Marsden, D.J. (1984) *Approaches to Participation in Rural Development*, Geneva: ILO.
- OECD. (2009) The role of employment and social protectionT making economic growth more pro-poor, Policy statement, DAC high-level meeting. Available in: www.oecd.org/dac/poverty.
- Okiy, R.B., Esoswo, F.O. (2011) Supporting Rural

- Economics Department Working Papers, Paris: OECD Publishing,
- Stefano, L. (2010) Facing the water framework directive challenges: A baseline of stakeholder participation in the European union, *Journal of Environmental Management*. 91, 1332-1340.
- Sullivan, T.A. (2005) *Labor force*. (edited), *Handbook of population* (pp. 209-225), USA: Plenum.
- World Bank. (2004) Gender and Development in the Middle East and North Africa , Women in the Public Sphere, Washington,DC,Social and Economic Development. <http://web.worldbank.org/archive/website01418/WEB/IMAGES/281>.
- World Bank Group. (2015) The Effects of Technology on Employment and Implications for Public Employment Services, Report prepared for the G20 Employment Working Group Meeting Istanbul. Turkey 6-8 May, 1-15.
- Yakubu, A. (2010) Factors Influencing Female Labor Force Participation in South Africa in 2008, *The African Statistical Journal*. 11, 85-104.
- Woetzel, J., Madgavkar, A., Ellingrud, K., Labaye, E., Devillard, S., Kutcher, E., Manyika, J., Dobbs, R., and Krishnan, M. (2015) *The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth*, London: McKinsey Global Institute (MGI).