



شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره

اکرم شعبانی (نویسنده مسؤل)^۱

خدیجه محمدی^۲

سحر طاهری^۳

چکیده

کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان نماد تلاش و موفقیت و همچنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع بشمار می‌رود. هدف از انجام این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان می‌باشد. با بررسی پیشینه و مطالعات انجام‌شده در این پژوهش ۱۳ عامل مؤثر بر کارآفرینی زنان، شناسایی شد. جامعه آماری این پژوهش زنانی می‌باشند که با گذراندن دوره‌های آموزشی در مؤسسات فنی و حرفه‌ای و کسب مهارت به خوداشتغالی پرداخته و به‌گونه‌ای کارآفرین می‌باشند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. پس از گردآوری داده‌ها، عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس رتبه‌بندی و مهم‌ترین عوامل شناسایی شدند. نتایج حاصل از رتبه‌بندی نشان داد که عوامل انگیزه زنان، منابع مالی و آموزش، مهارت و تجربه زنان مؤثرترین عوامل بر کارآفرینی زنان می‌باشد.

کلید واژگان: زنان کارآفرین، تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، تاپسیس، فنی و حرفه‌ای.

Identification and ranking Factors affecting On Women's Entrepreneurship by using Multi-criteria decision making techniques

Akram shaabani(Corresponding Author)

Khadijeh mohammadi

Sahar taheri

Abstract

The purpose of this research is identifying and ranking factors influencing on women entrepreneurship. Through reviewing the and literature review were identified factors influencing on women entrepreneurship. The study population are Women That By passing the courses in Technical institutes and vocational and Acquire skills are entrepreneurs. Questionnaire is Data Collection tools. After collecting the data, factors influencing on women entrepreneurship were ranking by using Multi-criteria decision making techniques, TOPSIS and were identified The most important factors. The results of the ranking showed That Women motivating factors, financial resources and training, skills and experience of women is the most effective factors in women's entrepreneurship.

Keywords: women entrepreneurship, Multi-criteria decision making techniques, TOPSIS, Technical and vocational

مقدمه

^۱. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، 09175359497. Shabani.akrm@gmail.com

^۲. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد. mohammadi.khm@gmail.com

^۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، sahar.taheri92@yahoo.com



در عصر کنونی، رشد روزافزون جمعیت، کمبود منابع و امکانات موجود و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید چالش‌های بزرگ فرا روی کشورهای در حال توسعه می‌باشد، به گونه‌ای که بخش عمده‌ای از این معضلات ریشه در رکود اقتصادی دارند؛ اما با نگاهی به روند توسعه در کشورهای توسعه یافته می‌توان دریافت که کارآفرینی ابزاری کارآمد برای کاهش این چالش‌ها به شمار می‌گردد (میردامادی، لشگرآراو طبیب زاده، 1392). یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصادی ملی و توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آن‌ها در ساختارهای اقتصادی است. به باور کارشناسان، زنان به لحاظ توانایی‌های خود می‌توانند بر جریان‌های توسعه در جوامع، اثرگذار بوده و امروزه میزان و نقش مشارکت‌های زنان از نشانه‌های اصلی موفقیت یا شکست سیاست‌های توسعه‌ای به شمار می‌رود (یعقوبی فرانی و همکاران 1393). کاستانزا و همکارانش¹ (2003) فعالیت‌های کارآفرینی زنان را از عوامل مهم در ایجاد و افزایش فرصت‌های اشتغال و حصول اطمینان از رشد اقتصادی می‌دانند (Hossain et al., 2009). کارآفرینی زنان یکی از موضوعات مهم و اساسی تحقیق و بحث در ایالات متحده از سال 1970 بوده است و از سال 1980 کشورهای در حال توسعه کارآفرینی زنان را مورد توجه قرار دادند (Giovannelli et al., 2003). زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار سازند و موانعی که در بروز استعدادها خود دارند رفع نموده و هرروز بیشتر و بیشتر بر جسارت‌های خود بیفزایند. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقا خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌نماید؛ اما میلیون‌ها زن در این کشورها با موانع ساختاری و فرهنگی در کسب و کار مواجه‌اند و مشکلات متعددی مانند فقدان سرمایه و قدرت اقتصادی را تحمل می‌کنند (گلرد، 1384). دوام فعالیت‌های کارآفرینانه زنان بستگی به مهارت، دانش، استعداد، توانایی‌های شغلی و تمایل آن‌ها به مفید بودن در جامعه دارد (میردامادی، لشگرآراو طبیب زاده، 1392). کارآفرینان برای راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار موفق، به مهارت‌های گوناگون نیاز دارند. توانایی در به‌کارگیری صحیح دانش کسب‌شده و استفاده از آن در اداره کسب و کار، نمایانگر سطح مهارت تخصصی یک کارآفرین است. این مهارت‌ها در کسب و کارهای گوناگون متفاوت است، از این رو مسلم است که هر کسب و کاری به مهارت و دانش تخصصی خاص نیاز دارد (احمدپورداریانی و مقیمی، 1380).

آموزش‌های فنی و حرفه‌ای مجموع آموزش‌های نظری و عملی است که باهدف ارتقا دانش افراد و ایجاد مهارت‌های لازم و به‌فعلیت رساندن استعدادهای نهفته در ایشان اجرا می‌گردد و مهارت آموزان را برای احراز شغل، حرفه و کسب و کار در مشاغل گوناگون تا سطوح مشخص آماده نموده و توانایی آنان را برای انجام کار و فعالیت در حرف مختلف افزایش می‌دهد. مهارت آموزان پس از گذراندن دوره‌های آموزشی و کسب مهارت و تجربه می‌توانند به کسب و کار در زمینه تخصصی خود بپردازند و به‌نوعی کارآفرینی انجام دهند. بر همین اساس پژوهش حاضر با درک اهمیت کارآفرینی زنان، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان موردنظر قرار داده و درصدد آن است که مهم‌ترین عوامل مؤثر را در جهت بهبود وضعیت کارآفرینی زنان در جامعه معرفی نماید. در همین راستا با مطالعات صورت گرفته توسط پژوهشگران 13 عامل مؤثر بر کارآفرینی زنان شناسایی و به بررسی و اولویت‌بندی مهم‌ترین عوامل پرداخته می‌شود. عوامل در جدول شماره 1 نشان داده شده است.

¹ Giovannelli et al



پیشینه پژوهش

- پژوهش‌هایی که در زمینه کارآفرینی زنان صورت گرفته به شرح زیر می‌باشد:
- ❖ **مادن (2015)** پژوهشی با هدف بررسی ویژگی شخصیتی زنان کارآفرین و محرک های تاثیر گذار در تصمیم های زنان برای ایجاد کسب و کار در ترکیه انجام داد. جامعه آماری این پژوهش زنان کارآفرین موفق در ترکیه و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه و مصاحبه نیمه ساختار یافته می باشد. نتایج نشان داد که شباهتی میان زنان کارآفرین ترکیه با توجه ویژگی های شخصیتی (مشخصات، محرکها، مشکلات، حمایت و پشتیبانی و) وجود دارد و بررسی ها نشان داد که زنانی سرسخت و مصمم دارای ذهنی قوی و نوآورانه هستند و از فرصت های منحصر به فرد در محیط کسب و کار بخوبی استفاده می کنند. مهم ترین مشکلی که بین تمام زنان کارآفرین مشترک بود بحث حمایت مالی است که زنان کارآفرین ترکیه از روش سنتی (وام و حمایت دولتی) برای دریافت حمایت مالی استفاده می کنند و سرمایه گذاران بخش خصوصی زنان کارآفرین را پشتیبانی نمی کنند.
 - ❖ **نصرالهی و جلیلود (2014)** پژوهشی با هدف ارزیابی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی زنان انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش زنان ساکن مناطق روستایی ایران و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده است. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی (ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی) تاثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی زنان روستایی دارد.
 - ❖ **حسینی نیا و همکاران (1393)** در پژوهش خود به بررسی سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کار زنان کارآفرین پرداختند. روش مورد استفاده در این پژوهش مدل سازی معادلات ساختاری می باشد و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده که بین 111 نفر توزیع و جمع آوری شد. نتایج این پژوهش نشان داد که بین متغیرهای اهداف، انگیزه، داشتن مهارت برنامه ریزی، مهارت های مختلف کسب و کار و برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب و کار با عملکرد کسب و کار رابطه معناداری وجود دارد و این متغیرهای می توانند بر عملکرد و توسعه کارآفرینی مؤثر باشد.
 - ❖ **یعقوبی فرانی و همکاران (1393)** پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش زنان روستایی کارآفرین استان همدان می باشد. پرسشنامه بین 117 نفر توزیع گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن ها رابطه معناداری وجود دارد و بین وضعیت خانوادگی و سطح کارآفرینی رابطه معناداری وجود ندارد.
 - ❖ **صابریان و صبوری (1393)** در پژوهش خود به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق خرد سمنان پرداختند. در تحلیل عاملی صورت گرفته که بین 170 نفر از اعضا صورت گرفت عامل سخت کوشی به عنوان مهم ترین عامل معرفی شد و دیگر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفت ک ب این شرح می باشد: کانون کنترل درونی، ریسک پذیری روانی، ریسک پذیری مالی، تحمل ابهام، خلاقیت، پشتکار، فرصت طلبی.
 - ❖ **نیازی (1387)** پژوهشی در زمینه عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر کارآفرینی زنان دانشگاهی ایران انجام داد. در این پژوهش نابرابری جنسیت مردان و زنان در جامعه به عنوان عاملی که از قابلیت کارآفرینی زنان می کاهد، معرفی شد. همچنین عواملی از جمله نگرش موافق اطرافیان، ارزش ها و باورها، الگوهای نقش، برقراری تعادل بین محیط خانواده و کار و آموزش به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی زنان دانشگاهی اشاره شده است.

¹ Maden



❖ گلرد (1384) پژوهشی در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان ایرانی انجام داد. عوامل مؤثر در 4 بخش فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی مورد بررسی قرار گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده که توسط 139 زن کارآفرین ایرانی پاسخ داده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که از میان عوامل نقش عوامل فردی در توسعه کسب‌وکار زنان ایرانی مؤثرتر از دیگر عوامل می‌باشد همچنین مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب‌وکار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه و مهم‌ترین ویژگی آنان توفیق طلبی و خلاقیت است.

جدول 1- عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان

ردیف	معیارها	منابع
1	فرهنگ حاکم بر جامعه	Naser, K.et al(2009). Hossain et al (2009). نیازی(1387)، یعقوبی فرانی و همکاران(1393)
2	آموزش، مهارت و تجربه زنان	Naser, K.et al(2009). Hossain et al (2009). حسینی نیا و همکاران(1393)
3	جایگاه اجتماعی	Naser, K.et al(2009).
4	هنجارهای اجتماعی	Naser, K.et al(2009).
5	سیاست و قوانین دولت و حمایت‌های دولت	Naser, K.et al(2009).
6	منابع مالی	Naser, K.et al(2009). Hossain et al (2009).
7	تعهد خانواده	Naser, K.et al(2009). Hossain et al (2009).
8	ماهیت کارآفرینی زنان	Naser, K.et al(2009).
9	انگیزه	Naser, K.et al(2009). Hossain et al (2009). گلرد(1384)، حسینی نیا و همکاران(1393)
10	مشخصات و ویژگی‌های شرکت‌ها	Naser, K.et al(2009).
11	یارانه‌های دولتی	Naser, K.et al(2009).
12	محل زندگی	Naser, K.et al(2009).
13	اهمیت تحصیلات از کشور و خانواده	Naser, K.et al(2009) یعقوبی فرانی و همکاران(1393).

روش پژوهش

پژوهش حاضر باهدف شناسایی متغیرها و عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان انجام شده است. روش پژوهش از طریق انجام مطالعه پیمایشی و به‌کارگیری پارادایم کمی می‌باشد و جامعه آماری پژوهش زنان کارآفرینی می‌باشد که دوره‌های آموزشی کسب حرفه و مهارت را در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای استان فارس گذرانده و به‌عنوان کارآفرین در جامعه فعالیت دارند و در کسب‌وکار خود موفق هستند. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه بسته و پاسخ با مقیاس لیکرت پنج تایی ارائه شد. روش مورد استفاده در این پژوهش TOPSIS می‌باشد که برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان بکار گرفته شده است. در ادامه به شرح این تکنیک پرداخته می‌شود.

روش تاپسیس (TOPSIS)

تاپسیس به دلیل سادگی و ماهیت قابل‌برنامه‌ریزی آن به‌عنوان یکی از تکنیک‌های MADM به‌طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تکنیک اولین بار توسط هوانگ و یون در سال 1981 مطرح و برای رتبه‌بندی گزینه‌ها به کار گرفته شد. اساس این تکنیک، تعیین بهترین گزینه بر مبنای مفهوم راه‌حل ایده ال می‌باشد. بدین ترتیب که گزینه‌ای که بیشترین فاصله با ایده ال منفی و کمترین فاصله با ایده ال مثبت را دارا باشد، در اولویت بالاتری قرار می‌گیرد (میرغفوری و همکاران، 1393).



گام‌های تاپسیس به شرح زیر می‌باشد:

گام اول: بی مقیاس کردن ماتریس تصمیم‌گیری، بدین منظور از بی مقیاس کردن اقلیدسی (رابطه 1) استفاده می‌گردد.

$$r_{ij}(x) = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}}, i = 1, \dots, m, j = 1, \dots, n \quad (1)$$

از خصوصیات این روش بی مقیاس کردن این است که جهت شاخص‌ها پس از بی مقیاس سازی تغییر نمی‌کند.
گام دوم: محاسبه ماتریس بی مقیاس وزین؛ دومین گام در روش تاپسیس وزین کردن ماتریس بی مقیاس شده مقایسات زوجی است.

به‌منظور محاسبه این ماتریس، ماتریس بی مقیاس شده در ماتریس شاخص‌ها (رابطه 2) ضرب می‌شود.

$$v_{ij}(x) = w_j r_{ij}(x), i = 1, \dots, m, j = 1, \dots, n \quad (2)$$

گام سوم: تعیین راه‌حل ایده آل مثبت و منفی؛ اساس روش تاپسیس، محاسبه میزان فاصله‌ی گزینه‌ها از ایده آل مثبت و منفی است؛ بنابراین در این مرحله راه‌حل ایده آل مثبت و منفی تعیین می‌شوند جهت تعیین این راه‌حل‌ها از رابطه 3 و 4 استفاده می‌شود.

$$A^+ = \{v_1^+(x), v_2^+(x), \dots, v_j^+(x), \dots, v_n^+(x)\} \quad (3)$$

$$= \left\{ \left(\max_i v_{ij}(x) \mid j \in J_1 \right), \left(\min_i v_{ij}(x) \mid j \in J_2 \right) \mid i = 1, \dots, m \right\}$$

$$A^- = \{v_1^-(x), v_2^-(x), \dots, v_j^-(x), \dots, v_n^-(x)\} \quad (4)$$

$$= \left\{ \left(\min_i v_{ij}(x) \mid j \in J_1 \right), \left(\max_i v_{ij}(x) \mid j \in J_2 \right) \mid i = 1, \dots, m \right\}$$

J_1 و J_2 به ترتیب مربوط به شاخص‌های مثبت و منفی می‌باشد.

مرحله چهارم: محاسبه میزان فاصله از راه‌حل‌های ایده آل مثبت و منفی

روش تاپسیس گزینه‌ها را بر مبنای میزان نزدیکی به ایده آل مثبت و دوری نسبت به ایده آل منفی رتبه‌بندی می‌کند؛ بنابراین در این مرحله محاسبه‌ی فاصله هر گزینه تا ایده آل مثبت و منفی با استفاده از رابطه 5 و 6 انجام می‌شود.

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{i=1}^n [v_{ij}(x) - v_j^+(x)]^2}, i = 1, \dots, m \quad (5)$$

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{i=1}^n [v_{ij}(x) - v_j^-(x)]^2}, i = 1, \dots, m \quad (6)$$

مرحله پنجم: محاسبه میزان نزدیکی گزینه به ایده آل

در این گام میزان نزدیکی هر گزینه نسبت به راه‌حل ایده آل از طریق رابطه 7 محاسبه می‌شود.

$$C_i^* = D_i^- / (D_i^+ + D_i^-), i = 1, \dots, m \quad (7)$$

در این رابطه است. هر چه C_i یک گزینه به یک نزدیک‌تر باشد. بیانگر این است که آن گزینه فاصله تا ایده آل مثبت و فاصله بیشتری تا ایده آل منفی دارد؛ بنابراین، گزینه‌ها بر اساس ترتیب نزولی C_i^* رتبه‌بندی می‌شوند.

یافته‌ها



همان‌طور که در جدول شماره یک آمده است، 13 عامل مؤثر بر کارآفرینی زنان معرفی شد. با توجه به این‌که برای به دست آوردن بالاترین درجه اهمیت ابعاد از روش تاپسیس استفاده شد، با به دست آوردن فاصله از ایده آل و ضریب نزدیکی به رتبه‌بندی ابعاد پرداخته شد. نتایج گام‌های چهار و پنج این تکنیک در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول 2- نتایج مربوط به تحلیل داده‌ها با استفاده از تاپسیس

ردیف	معیارها	فاصله از ایده ال مثبت	فاصله از ایده ال منفی	ضریب نزدیکی (C [*] _i)	رتبه-بندی
1	فرهنگ حاکم بر جامعه	0/003	0/004	0/565	8
2	آموزش، مهارت و تجربه زنان	0/0001	0/0006	0/8673	3
3	جایگاه اجتماعی	0/0012	0/002	0/62	4
4	هنجارهای اجتماعی	0/0011	0/0015	0/591	5
5	سیاست و قوانین دولت و حمایت‌های دولت	0/00019	0/00025	0/590	6
6	منابع مالی	0/0009	0/0060	0/8678	2
7	تعهد خانواده	0/0020	0/0021	0/51	11
8	ماهیت کارآفرینی زنان	0/00035	0/00011	0/24	13
9	انگیزه زنان	0/00006	0/00052	0/88	1
10	مشخصات و ویژگی‌های شرکت‌ها	0/00031	0/00011	0/26	12
11	یارانه‌های دولتی	0/00012	0/00015	0/55	9
12	محل زندگی	0/004	0/0049	0/54	10
13	اهمیت تحصیلات از کشور و خانواده	0/0018	0/0024	0/569	7

با توجه به نتایج به دست آمده و رتبه‌بندی صورت گرفته در جدول بالا عوامل انگیزه زنان، منابع مالی و آموزش، مهارت و تجربه بالاترین اولویت و عوامل ماهیت کارآفرینی زنان، مشخصات و ویژگی‌های شرکت‌ها و تعهد خانواده کمترین اولویت را دارا هستند

نتیجه‌گیری

زن کارآفرین عبارت است از شخصی که به‌تنهایی یا با مشارکت، کسب‌وکاری را ایجاد کرده و یا پذیرفته و با قبول مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی، در اداره امور روزانه شرکت می‌جوید. شخصی که خطرات مالی را به‌منظور ورود به کسب‌وکاری می‌پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد و تولیدات جدید را گسترش می‌دهد تا در بازار خرید و فروش بر رقبا غلبه یابد (میرک زاده و بهرامی، ۱۳۸۹).

در این پژوهش به بررسی عواملی که بر کارآفرینی زنان مؤثر می‌باشد، پرداخته شد. با مطالعات انجام شده عوامل "فرهنگ حاکم بر جامعه، آموزش، مهارت و تجربه زنان، جایگاه اجتماعی، هنجارهای اجتماعی، سیاست و قوانین دولت و حمایت‌های دولت، منابع مالی، تعهد خانواده، ماهیت کارآفرینی زنان، انگیزه زنان، مشخصات و ویژگی‌های شرکت‌ها، یارانه‌های دولتی، محل زندگی و اهمیت تحصیلات از کشور و خانواده" شناسایی شدند. این عوامل به صورت پرسشنامه بین برخی از زنان مهارت دیده در آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای استان فارس که به کارآفرینی پرداخته بودند، توزیع و جمع‌آوری گردید. پس از جمع‌آوری



داده‌ها به اولویت‌بندی عوامل با استفاده از تکنیک تاپسیس پرداخته شد که عوامل "انگیزه زنان"، "منابع مالی" و "آموزش، مهارت و تجربه زنان" در بالاترین رتبه و عوامل "ماهیت کارآفرینی زنان"، "مشخصات و ویژگی‌های شرکت‌ها" و "تعهد خانواده" در اولویت پایین‌تری قرار گرفتند. با توجه به نتایج به دست آمده مهم‌ترین عواملی که تأثیرگذار هستند در کارآفرینی زنان در وهله اول میزان انگیزه زنان برای کار آفرینی می‌باشد. مک کله لند¹ (۱۹۶۱) انگیزه را شدیدترین و مؤثرترین عامل در موفقیت کارآفرینی معرفی کرده است. نیاز به موفقیت، کسب فرصت و جایگاه اجتماعی، میل به کمک به دیگران و رضایت شخصی از جمله دلایل زنان برای تبدیل شدن به یک کارآفرین می‌باشد. زنان با کسب مهارت از مؤسسات فنی و حرفه‌ای به دنبال فرصت‌هایی هستند که مهارت و تجربه خود را ارزیابی کنند و تبدیل به یک کارآفرین موفق شوند. از این رو با مهارت و دانش فشرده و جمع‌آوری اطلاعات مربوط به محیط کسب‌وکار و منابع مالی تأمین شده از طریق مؤسسات مالی می‌توانند به کارآفرینی در حوزه تخصصی خود بپردازند. کمک‌های مالی دولت و یا وام وسیله‌ای برای حمایت از زنان کارآفرین و عامل مهمی برای موفقیت زنان در کسب‌وکار و پیشرفت در حوزه اقتصادی کشور می‌باشد. با توجه به موقعیت اجتماعی و محدودیت‌های زنان برای دریافت وام از بانک‌ها و مؤسسات با مشکلاتی از جمله بی‌اعتمادی بانکدار به موفقیت زنان در کسب‌وکار و عدم تمایل عموم مردم برای ضامن شدن مواجه می‌شوند و با توجه به نقش مؤثری که کارآفرینی زنان در رشد اقتصادی می‌توانند داشته باشند، زنان به حمایت و پشتیبانی بیشتر دولت نیازمند هستند.

تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله از مدیر آموزشگاه فنی و حرفه‌ای ارمغان و دیگر مؤسسات فنی و حرفه‌ای، زنان کارآفرین و کلیه کسانی که کمال همکاری با ما در انجام این پژوهش را داشته‌اند، کمال تشکر و قدردانی را می‌نمایند.

منابع

1. احمدپورداریانی، م؛ مقیمی، م. (1380). نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب‌وکار کوچک. مجله تدبیر، شماره 113، ص 22-27.
2. حسینی نیا، غ؛ یعقوبی فرانی، ا؛ سیدین، ر. (1393) سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه، زن در توسعه و سیاست. دوره 12. شماره 4، ص 545-558.
3. صابریان، م؛ صبوری، م. (1393) تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق‌های خرد سمنان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم/شماره چهارم، ص 107 تا 115.
4. گلرد، پ. (1384). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، زن در توسعه و سیاست، شماره 11، ص 101-124.
5. مرادی، ح؛ بیژنی، م؛ کرمی، غ. (1389). توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان، کارآفرین، شماره 83، ص 57-59.

¹ McClelland



6. میردامادی، م؛ لشگرآرا، ف؛ طبیب زاده، م. (1392) ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه - شماره 166 -
صص 54-58.

7. میرغفوری، ح؛ اسدی اردکانی، ف؛ عزیزی، ف. (1393). روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه (همراه با معرفی نرم‌افزارهای
کاربردی). انتشارات جهاد دانشگاهی. تهران.

8. میرک زاده، ع؛ بهرامی، م. (1389). فناوری اطلاعات و ارتباطات، موتور محرک کارآفرینی زنان. کارآفرین ناب، سال دوم، شماره
14.

9. نیازی، م. (1387) تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان دانشگاهی در ایران. کار و جامعه شماره 102، 57
تا 65.

10. یعقوبی فرانی، ا؛ سلیمانی، ع؛ موحدی، ر. (1393). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی
زنان، سال 12 - شماره 4، 7 تا 42.

11. Giovannelli, C., Gunnsteinsdottir, H., & Me, A. (2003, September). The status of statistics on women and men's entrepreneurship in the UNECE region. In *Workshop on Improving Statistics on SMEs and Entrepreneurship, OECD, Paris* (pp. 17-19).
12. Hossain, A., Naser, K., Zaman, A., & Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries: Evidence from Bangladesh. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 202-224.
13. Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 30(4), 312-331.
14. Naser, K., Rashid Mohammed, W., & Nuseibeh, R. (2009). Factors that affect women entrepreneurs: evidence from an emerging economy. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 225-247.
15. Nasrolahi Vosta, L., & Reza Jalilvand, M. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(3), 209-227.