

نقش زنان کارآفرین در توسعه و تحول کشور بررسی موردی استان هرمزگان

آزاده آریانا

استادیار دانشکده فنی و حرفه‌ای دخترانه فاطمیه، دانشگاه فنی و حرفه‌ای هرمزگان، بندرعباس، ایران

زهرا دستیار*

دانشجوی کارشناسی ارشد، طراحی پارچه و لباس، مؤسسه آموزش عالی امام جواد(ع)، یزد، ایران

علی توسلی

مربی، دانشکده فنی و حرفه‌ای دخترانه فاطمیه، دانشگاه فنی و حرفه‌ای هرمزگان، بندرعباس، ایران

تاریخ پذیرش نهایی: 1398/07/01

تاریخ دریافت مقاله: 1398/02/25

چکیده

موضوع کارآفرینی ریشه‌ای به درازای تاریخ بشر دارد و به‌عنوان مؤثرترین نیروی بالقوه اقتصادی در جهان، به‌سرعت در حال گسترش است. از آنجاکه بخش بزرگی از جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال آنان در ایران به وجود آمده است که با توجه به فعالیت‌های این قشر در زمینه کارآفرینی، می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کمک شایانی کند. همچنین ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش زنان می‌تواند محرک مؤثری برای رشد و توسعه اقتصادی کشور باشد. در مقاله حاضر تلاش شده است تا ضمن ارائه تعریفی از کارآفرینی زنان، ضرورت و اهمیت آن در رشد و توسعه کشور توصیف شود.

واژگان کلیدی:

توسعه، زنان کارآفرین، کارآفرینی.

1. مقدمه

در عصر حاضر، در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می‌شود. در هر کشوری کارآفرینان عملی وجود دارند و باید تلاش کرد توانایی‌های آن‌ها بیشتر شود؛ مهم‌تر از همه، ساختارهای اقتصادی است که باید امکان ابراز وجود کارآفرینان و توانایی‌های عملی آنان را فراهم آورند [1]. کارآفرینی در جهان امروز، به‌سرعت در حال توسعه و پیشرفت است و کارآفرینی زنان موضوع پُرتنهاب کشورهاست [2]. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورها هستند [3] و امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه کارآفرینی زنان تأثیر مثبت و مستقیمی بر بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشور داشته است و می‌توانند به رشد اقتصادی و صنعتی کشورهاشان کمک شایانی کنند [4].

با توجه به اینکه مشارکت گسترده زنان در بخش‌های مختلف اقتصادی، چرخ‌های اقتصاد کشور را به حرکت درآورده و در توسعه اقتصاد و پیشبرد اهداف جامعه نقش فعال و عمده‌ای داشته‌اند، بررسی نقش و جایگاه و اشتغال آن‌ها در افزایش تولید ناخالص ملی کشور بسیار اهمیت دارد، زیرا هدف هر جامعه‌ای حداکثرکردن رفاه اجتماعی است. رفاه جامعه تابعی از درآمد سرانه، توزیع عادلانه درآمد، بهبود سطح امکانات آموزشی، بهداشتی، رفاهی و میزان مشارکت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی مردان و زنان است [5].

تحت تأثیر فرایند نوگرایی، این امکان فراهم آمد که زنان ایرانی مانند مردان به تحصیلات دانشگاهی و اشتغال در عرصه‌های اقتصادی بپردازند. بر این اساس، مطلوب است که زنان شاغل، در نقش کارآفرینانی موفق در مسیر رونق اقتصادی جامعه گام بردارند [6]. اندیشمندان معتقدند اگر خواهان اقتصادی پیشرفته در قرن بیست و یکم هستیم، کلید آن کارآفرینی و لازمه آن توجه بیشتر محققان و سیاست‌گذاران به نیازهای نیمی از جمعیت جهان یعنی زنان است [7].

2. مفهوم کارآفرین و کارآفرینی

واژه کارآفرینی که معادل Entrepreneurship در زبان انگلیسی است، از اصطلاح فرانسوی Entrepreneur گرفته شده است که به معنای قبول مسئولیت، پیگیری فرصت‌ها، تأمین نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و راه‌اندازی یک کسب‌وکار تجاری است [8].

واژه Entrepreneurure حدود سال 1475 میلادی از واژه Entrepreneur گرفته شد و نخستین بار توسط جان استوارت میل در سال 1848 وارد دایره لغات انگلیسی شده است [9].

از اوایل دهه 1970، تحت شرایطی که ناکارآمدی نظام اداری و اقتصادی در قالب اخراج وسیع کارکنان از شرکت‌های بزرگ و چندملیتی بر همگان آشکار شده بود، مفهوم کارآفرینی مورد توجه جدی قرار گرفت [10].

پیتر دراکر فقید یکی از متفکران تأثیرگذار در مدیریت می‌گوید: مقوله کارآفرینی چیز عجیب و غریبی نیست. حتی جادو هم نیست و نمی‌توان آن را چیزی مرموز دانست. این دانش تنها مقوله‌ای منظم و منسجم است که هیچ ارتباطی به مسائل وراثتی نداشته و مانند تمام علوم مدون دیگر، می‌توان آن را فراگرفت و آموخت [11].

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است، کارآفرینی و کارآفرینان نقشی کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند [12]. کارآفرین با کشف و شناخت منابع محیطی و بهره‌گیری مناسب از آن‌ها می‌تواند در شرایط پُرابهام و ریسک‌آمیز به ابتکارها، نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکار جدید دست یابد [13]. ویلیام بای گریو (1994) معتقد است کارآفرین کسی است که فرصتی را درمی‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی را راه‌اندازی می‌کند.

کارآفرینی، حوزه تحقیقاتی نسبتاً نوینی است که اندیشمندان حوزه‌های مختلف اقتصاد، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت به آن متمایل شده و با توجه به سابقه تحقیقاتی و تفکرات خود، تعاریف مختلفی از آن ارائه داده‌اند [14]؛ از این رو، ارائه تعریف مشخصی از آن دشوار است. کارآفرینی فرایندی است که نقشی حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی جهانی ایفا می‌کند. اهمیت بحث کارآفرینی به اندازه‌ای است که اقتصاددانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند [15].

استیونسون و همکارانش معتقدند کارآفرینی عبارت است از فرایندی که فرصت‌ها به وسیله افراد یا برای خودشان یا برای سازمان‌هایی که برای آن کار می‌کنند، بدون توجه به منابعی که در کنترل آن‌هاست، دنبال می‌شود. از نظر تیمونز، کارآفرینی ایجاد چیزی ارزشمند از هیچ است و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالایی بوده و توانایی یافتن فرصت‌ها را دارد. او می‌تواند با پرورش اندیشه و ایده‌اش و تبدیل آن به محصول یا خدمتی جدید، اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ کند [16].

شومپیتز با ارائه نظریه توسعه اقتصادی در سال 1934 که هم‌زمان با دوران رکود اقتصادی بود، سبب شد نظر او در ارتباط با نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین خاطر او را پدر علم کارآفرینی لقب داده‌اند [12]. ژوزف شومپیتز کارآفرینی را چنین تعریف می‌کند: هر فرایندی که در شرکت منجر به ایجاد کالای جدید، روش جدید، بازار و منابع جدید شود. او مشخصه

کارآفرین را نوآوری دانسته و فرایند کارآفرینی را تخریب خلاق می‌نامد. از نظر او نوآوری در هریک از این زمینه‌ها کارآفرینی محسوب می‌شود [15].

• ارائه کالای جدید؛

• ارائه روشی نوین در فرایند تولید؛

• گشایش بازاری نو؛

• یافتن منابع تازه؛

• ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت.

ویک لوند با ترکیب تعاریف استیونسون و شومپیتر، کارآفرینی را فرایند خلق مزیت از فرصت‌ها، به شکل ترکیب نوین منابع به شیوه‌ای اثرگذار بر بازار تعریف کرده است [16].

کارآفرینی و نوآوری حرکتی است برای انجام فرایندهایی که به منظور ارتقای رشد و افزایش بهره‌وری در جامعه ایجاد می‌شود.

یکی از راه‌های نوآوری کارآفرینان که شومپیتر اشاره کرد، ارائه روش‌های جدید تولید بود. کارآفرینان با کشف راه‌های نوین که مقرون به صرفه باشند، موجب کاهش هزینه شده و به مصرف‌کنندگان کمک می‌کنند؛ از این رو کارآفرینان با کاهش هزینه و بهبود کارایی موجب ایجاد ارزش در جامعه می‌شوند [17].

3. تاریخچه کارآفرینی در جهان

کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی همچون اقتصاد، روان‌شناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی دارد [18]. برای شناسایی دستاوردهای گذشته و امروزی زنان در جوامع جهانی، تشویق به رشد و توسعه بیشتر توانمندی‌های زنان در زمینه‌های فردی و اجتماعی، سازمان ملل سال‌های 1976 تا 1985 را دهه زنان نامید. در این دهه، شاهد ارائه مقاله‌ها و کتاب‌های بسیاری درباره ارتباط و نقش زنان با اشکال مختلف توسعه هستیم [19].

4. سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

سابقه مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی، به 200 سال پیش برمی‌گردد. نخستین کسی که این مسئله را مطرح کرد، فردی به نام کانتیلون بوده است. به‌طور کلی سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم کرد:

دوره اول (قرون 15 و 16 میلادی): در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی

پروژه‌هایی چون ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و غیره را از سوی دولت‌های محلی داشتند، کارآفرین گفته می‌شد.

دوره دوم (قرن 17 میلادی): این دوره هم‌زمان با آغاز انقلاب صنعتی در اروپا بود که مخاطره‌پذیری نیز به کارآفرینی اضافه شده بود. کارآفرینان این دوره شامل بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌شدند.

دوره سوم (قرون 18 و 19 میلادی): در این دوره کارآفرین فردی است که ریسک می‌کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند. بین کارآفرین و تأمین‌کننده سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب‌وکار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.

دوره چهارم (دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی): در این دوره مفهوم نوآوری که شامل خلق محصولی تازه، ایجاد نظام توزیع یا ایجاد ساختار سازمانی جدید است، به‌عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

دوره پنجم، دوران معاصر (از اواخر دهه 1970 تاکنون): در این دوره هم‌زمان با موج ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به‌عنوان تسریع‌کننده این سازوکار، توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چندجانبه‌ای به موضوع شد. تا پیش از این دوره، توجه اقتصاددانان اغلب به کارآفرینی معطوف بود، ولی در این دوره به‌تدریج روان‌شناسان، جامعه‌شناسان، دانشمندان و محققان علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه کردند [12].

5. زنان کارآفرین

با توجه به محدودیت تحقیقات در زمینه کارآفرینی زنان، تعاریف ارائه‌شده در این باره محدود است. یکی از این تعاریف توسط برانش ارائه شده است، فعالیت زنانی که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب‌وکارهایی با مالکیت خصوصی صورت می‌گیرد [20]. لایو نیز زنان کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: کسی که به‌تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه، کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، اداری، مالی و ریسک‌های مالی، فرآورده‌های تازه‌ای را عرضه کرده تا در بازار خریدوفروش بر رقبا چیره شود [23-24].

در عصر حاضر، فراهم کردن زمینه‌های مناسب برای مشارکت زنان، بهره‌وری و بهره‌گیری بهتر از قدرت و خلاقیت آنان، در سرفصل منابع و سرمایه‌های نوین قرار گرفته است به‌طوری‌که کشورهای پیشرفته و درحال توسعه برای نیل به اقتصادی پویا، حضور و شرکت زنان را در کارآفرینی ضروری می‌دانند و برنامه‌هایی را برای رشد و ترویج کارآفرینی زنان اجرا می‌کنند ولی متأسفانه سهم زنان

کشورمان در فعالیتهای کارآفرینانه اندک است. زنان نقش مهمی در ارتقای سطح اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه دارند؛ باوجوداین، سهم زنان کشورمان در فعالیتهای کارآفرینانه بسیار اندک است. فعالیتهای اقتصادی زنان در جهان و جهت گیری آنان به سمت فعالیتهای کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و نارضایتی از شغل پیشین است [21].

1-5. ویژگیهای زنان کارآفرین

ویژگیهای زنان کارآفرین را می توان به بدین شرح خلاصه کرد:

1. داشتن چشم انداز: یکی از شاخصهای بسیار مهم در کارآفرینی، داشتن چشم انداز و هدفمند است؛
2. مصمم بودن: دارای عزم راسخ در بین کارآفرینان به ویژه زنان کارآفرین که مصمم از ایدهها و فرصتهای تازه و پیشنهادهای شغلی دیگر چشم پوشی کرده و در مقابل به کاری که برای خود برگزیده اند، پایبند می مانند؛
3. تمرکز: یک بانوی کارآفرین باید با تمرکز بر چشم انداز تعریف شده، از حداکثر انرژی، توان و منابع موجود برای رسیدن به هدف استفاده کند؛
4. انگیزش: نیاز به خودشکوفایی یکی از مهم ترین انگیزه های کارآفرینان در محقق کردن چشم انداز خود است؛
5. وقف و از خودگذشتگی: زنان کارآفرین با سخت کوشی، پشتکار و از خودگذشتگی، بخش زیادی از زندگی خود را وقف رسیدن به موفقیت در کسب و کار کرده و از هیچ تلاش و کوششی دریغ نمی کنند.

2-5. وضعیت کارآفرینی زنان در جهان

در عرصه جهانی کارآفرینان زن، خلاق، نوآور، مبتکر و منشأ تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند. نقش آنان در جوامع مانند موتور توسعه اقتصادی و صنعتی، قهرمانان ملی، محرک و مشوق سرمایه گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار، دانسته شده است [22].

دوسوم کارهای انجام شده در جهان را زنان به عهده دارند. چنانچه به استعدادهای بالقوه این پتانسیل قوی که انواع کارها را به صورت رسمی و غیررسمی انجام می دهد، توجه شود، آنان را به یکی از بزرگترین منابع سرمایه گذاری برای کشورهای در حال توسعه تبدیل می کند [19]. حجم فعالیتهای

کارآفرینی در کشورهایی که در این زمینه دارای موقعیت و رتبه بالایی هستند، موجب شده تا در تطبیق با تغییرات بتوانند موفقیت بیشتری کسب کنند.

در آلمان به ازای هر 2/44 کارآفرین مرد، یک کارآفرین زن وجود دارد؛ از این رو دولت آلمان برنامه‌های مختلفی را در زمینه‌های آموزشی و مشاوره‌ای، اعطای تسهیلات ویژه مالی و غیره، برای تشویق زنان به فرایند کارآفرینی طراحی و اجرا می‌کند.

در ایتالیا به ازای هر 3 کارآفرین مرد، یک کارآفرین زن وجود دارد.

در فنلاند، نسبت مشارکت زنان بر مردان در شرکت‌های جدید 1 به 5 است؛ یعنی به ازای هر زن کارآفرین فنلاندی، 5 کارآفرین مرد فنلاندی وجود دارد و این نسبت در مقایسه با سایر کشورهای پیشرفته بسیار اندک است [23].

در سال‌های اخیر در سوئد از هر 10 شغل ایجادشده، 7 شغل مربوط به کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) بوده است؛ از این رو دولت سوئد توجه ویژه‌ای به کارآفرینی به‌ویژه کارآفرینی زنان و نوجوانان دارد [24].

امروزه از هر 5 زن لهستانی، یک نفر کارآفرین است [25].

در فرانسه 28 درصد کل کسب‌وکارها توسط زنان ایجاد و اداره می‌شود [26].

در پرتغال تعداد زنان کارآفرین در سال 1995، 53 درصد رشد داشته است [27].

در استرالیا، زنان صاحب کسب‌وکار، 10 الی 15 درصد از درآمد ملی را تولید می‌کند [28].

در آمریکا از هر 6 نفر، 1 نفر و در کره جنوبی از هر 12 نفر یک نفر کارآفرین می‌شود [29].

در لهستان در سال 1989، تعداد زنان صاحب کسب‌وکار 2/7 درصد بوده است. در سال 1991، این رقم به 33 درصد و در سال 1995 به 39 درصد رسیده است که این درصد رشد در بین زنان قابل توجه است. در حال حاضر از هر 5 زن لهستانی، یک نفر کارآفرین است [30-31].

در کشورهای در حال توسعه حضور زن و مرد در کارآفرینی تقریباً برابر است (مانند تایلند، چین، افریقای جنوبی و مکزیک)، ولی در کشورهای اروپایی و توسعه‌یافته این نسبت، 3 به 1 است (مانند کرواسی، سنگاپور و ژاپن).

با نگاهی به روند رشد تعداد زنان صاحب کسب‌وکار در سال‌های مختلف، موج حرکت زنان ایرانی در راه‌اندازی کسب‌وکار مشاهده می‌شود. به‌طور کلی، صاحبان کسب‌وکار تقریباً نیمی از کل شاغلان ایران را شامل می‌شوند [14].

3-5. میزان مشارکت زنان هرمزگان در فعالیتهای اقتصادی

براساس آخرین آمار از وضعیت نیروی کار، نرخ مشارکت اقتصادی در استان هرمزگان، 47/4 درصد و نرخ بیکاری این استان 13/5 درصد است. آمار نشان می‌دهد وضعیت بازار کار در این استان از متوسط کشوری بالاتر است، چراکه نرخ مشارکت اقتصادی در کل کشور 44/3 درصد و نرخ بیکاری نیز 10/6 درصد است. بررسی آمار بازار کار به تفکیک جنسیت نیز نشان می‌دهد؛ نرخ مشارکت اقتصادی زنان در بازار کار، بالاتر از متوسط کشوری است. در حالی که نرخ مشارکت اقتصادی در نقاط شهری، روستایی کل کشور، 17/5 درصد است، در هرمزگان 20/1 درصد زنان در اقتصاد مشارکت دارند. نرخ بیکاری زنان هرمزگانی نیز 21/4 درصد و در متوسط کشوری 17/3 درصد است [32].

جدول شماره 1. میانگین سهم زنان کارآفرین استان هرمزگان را به تفکیک فعالیت و رده سنی نشان می‌دهد [33].

جدول شماره 1. میانگین سهم زنان کارآفرین استان هرمزگان به تفکیک فعالیت (پانزده ساله و بیشتر)

منطقه	کشاورزی	صنعت	خدمات
زن کل	18/5	42/1	39/4
زن شهری	3/4	38/9	57/7
زن روستایی	37	46/1	16/8

زمانی که در ارتباط با اشتغال و کارآفرینی زنان بحث به میان می‌آید، تعداد زنان کارمند به ذهن متبادر می‌شود، در حالی که بالاترین میزان اشتغال به زنان روستایی و شهری خوداشتغال و کارآفرین اختصاص دارد. افزایش سطح تحصیلات زنان باعث شده است آن‌ها امکان اشتغال به کارهای تخصصی را پیدا کنند. در حال حاضر زنان با تحصیلات دانشگاهی در دنیا به سمت حرفه‌هایی مانند علوم، تجارت و امور مالی، مشاوره مدیریت، حسابداری و تبلیغات گرایش پیدا کرده‌اند. همچنین شغل‌های تخصصی در حوزه خدمات بهداشتی و درمانی مورد توجه زنان بوده است؛ در حالی که گرایش زنان در ایران به‌ویژه استان هرمزگان به سمت صنایع دستی یا مشاغل هنری و کشاورزی است که به دلیل تنوع و قابلیت‌های ویژه صنایع دستی و هنر در این استان است.

نوع صنایع دستی و صنایع روستایی تابع محیط جغرافیایی و طبیعی است، زیرا محیط مواد اولیه صنایع را در اختیار مردم قرار می‌دهد. از سوی دیگر، توسعه صنایع دستی حرفه‌ای در مناطق مختلف کشور تحت تأثیر توزیع منطقه‌ای میزان بارندگی و مقدار آب قرار دارد و هرکجا میزان بارندگی کم است، صنعت دستی حرفه‌ای در آن رواج بیشتری داشته است [34].

5-4. وضعیت کارآفرینی و اشتغال زنان هرمزگان

صنایع دستی هرمزگان شامل 42 رشته صنایع دستی بوده که بیش از 75 هزار نفر در این رشته‌ها مشغول فعالیت هستند. عمده‌ترین این رشته‌ها، گلابتون‌دوزی، خوس و شک‌بافی، البسه محلی، حصیربافی، گلیم‌بافی، تراش صدف و صنایع دستی دریایی، سفال‌گری و احجام چوبی است. در این استان بزرگ‌ترین صنایع دستی چوبی دنیا (لنج‌سازی) نیز تولید می‌شود که فنون ساخت آن به همراه شش رشته صنایع دستی بومی، در فهرست میراث معنوی به ثبت رسیده است. همچنین 98 درصد صنعتگران استان را زنان و 2 درصد آن را مردان تشکیل می‌دهند [35]. تولیدات زنان استان در بخش صنایع دستی علاوه بر پاسخ‌گویی به نیازهای مردم منطقه، به بازار مناطق مختلف کشور و حتی کشورهای هم‌جوار نیز صادر می‌شود. بخشی از این تولیدها در قالب سوغات توسط گردشگران خریداری می‌شود که علاوه بر رشد منطقه‌ای، به حفظ اصالت فرهنگی نیز می‌انجامد.

5-4-1. صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی

یافته‌های علمی بیانگر گسترش و توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی است. کارآفرینی زمینه بهره‌مندی روستاییان را از کالا و خدمات افزایش می‌دهد و در نهایت رشد اقتصادی و در پی آن، توسعه روستایی را موجب می‌شود. کارآفرینی به‌عنوان مدل توسعه اقتصادی می‌تواند با افزایش شغل و درآمد، سبب ایجاد ثروت و بهبود کیفیت زندگی جوامع روستایی و جلوگیری از مهاجرت روستاییان شود [36]. با در نظر گرفتن اینکه تعدادی زیادی از جمعیت مردم روستا را زنان تشکیل می‌دهند، بسیاری از فعالیت‌های روستایی بر عهده آنان است؛ بنابراین شایسته است از امکاناتی نیز بهره‌مند باشند. یکی از طرح‌های حمایتی، طرح صندوق خرد زنان روستایی است که با ایجاد و گسترش فعالیت‌های درآمدزا به‌ویژه برای زنان کم‌درآمد، توسعه جوامع محلی را ممکن می‌سازد. اعضای این صندوق را زنان روستایی تشکیل می‌دهند. حداکثر تعداد اعضا در هر صندوق 50 نفر است که اعضای آن به گروه‌های پنج تا هفت نفره تقسیم می‌شوند. اعضا پس از ارائه طرح خود با احتساب پس‌انداز ماهیانه، از این صندوق تسهیلات دریافت می‌کنند.

طبق آمار ارائه‌شده از سازمان جهاد کشاورزی (صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی)، 7565 نفر از بانوان در شهرستان‌های استان هرمزگان مشغول فعالیت و کارآفرینی هستند که از این آمار 80 درصد در بخش کشاورزی و زیربخش‌های آن فعالیت دارند و 20 درصد در صنایع دستی و سایر مسائل مشغول هستند. زنان روستایی علاوه بر کارهای خانه، همسررداری و تربیت فرزند، نقش بسزایی در اقتصاد خانواده دارند. جدول شماره 2 پراکندگی صندوق‌های اعتبارات خرد در استان هرمزگان را نشان می‌دهد [37].

جدول شماره 2. پراکندگی صندوق‌های اعتبارات خرد در استان هرمزگان

شهرستان	تعداد صندوق	تعداد اعضا
بندرعباس	44	1540
میناب	70	2450
رودان	16	640
قشم	8	280
بندرلنگه	2	70
حاجی‌آباد	23	800
پارسیان	12	420
سیریک	3	100
بستک	18	630
بندر خمیر	7	250
جاسک	2	50
بشاگرد	11	385
ابوموسی	2	50
جمع کل	214	7565

از این جهت که مشاغل یادشده جزئی از کسب‌وکارهای خانگی محسوب می‌شوند، سبب می‌شوند زنان علاوه بر نقش آفرینی در جامعه و ایجاد توسعه پایدار جامعه، در رشد اقتصاد خانواده خود نیز موفق باشند که در نهایت موجب ارتقای سطح اقتصادی استان و کشور می‌شود. در بین این زنان از سطح و جایگاه والایی برخوردار است. جدول شماره 3 مزایای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی ناشی از وجود کارآفرینی پایدار زنان در صنایع کوچک و صنایع دستی را نشان می‌دهد [38].

جدول شماره 3. مزایای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی ناشی از وجود کارآفرینی زنان

مزایای اقتصادی	مزایای فرهنگی - اجتماعی	مزایای محیطی
<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد و افزایش اشتغال در بین زنان • افزایش تعداد بنگاه‌های اقتصادی در زمینه تولیدات و صنایع کوچک روستایی و صنایع دستی 	<ul style="list-style-type: none"> • تقویت فرهنگ و هویت ملی و محلی • بهبود کیفیت زندگی • حفاظت و نگهداری از میراث فرهنگی و تاریخی 	<ul style="list-style-type: none"> • ارتقا و توسعه پایدار صنایع دستی و صنایع روستایی • حفاظت و نگهداری از میراث طبیعی و حفظ محیط زیست • مدیریت پایدار زمین (سرزمین)

ایجاد فرصت‌های شغلی در روستاها و شهرستان‌های استان سبب کاهش مهاجرت به سایر بخش‌ها و به‌ویژه مرکز استان شده است که این مسئله به رشد مناطق مختلف استان می‌انجامد زیرا از قابلیت خاص هر منطقه در جهت توسعه کشوری، استفاده صحیح می‌شود.

5-4-2. صنعت گردشگری

برای بیشتر کارآفرینان، بهره‌برداری از فرصت گامی ضروری در تولید درآمد و خلق کسب‌وکار موفق است [39]. یکی از موقعیت‌های خاص استان هرمزگان پاسخ‌گویی به نیاز انسان‌ها در جهان پرتلاطم کنونی است که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی به جزایر این استان سفر می‌کنند. امروزه با توجه به دامنه تقاضا و نیازهای محیطی، گردشگری در جزایر رو به توسعه است و روزبه‌روز بر اهمیت و جاذبه خاص آن افزوده می‌شود. در فرایند برنامه‌ریزی منطقه‌ای، می‌توان گردشگری جزایر را ابزاری برای افزایش اشتغال محلی و بهبود کیفیت زندگی و در نتیجه افزایش سطح رفاه اقتصادی و امکانات اجتماعی منطقه‌ای دانست. زنان کارآفرین به‌عنوان نیروهای فعال در تولید صنایع دستی دریایی و تزئینی، با دایرکردن مراکز بوم‌گردی و ارائه خدمات غذایی خاص منطقه، نقش بسزایی را در بعد گردشگری کشوری ایفا می‌کنند زیرا چنین اقداماتی فرصت مناسبی برای جذب توریسم به استان می‌شود و این موضوع تأثیر قابل توجهی در چرخه اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و محیطی خواهد داشت.

6. نقش زنان کارآفرین در توسعه و تحول

توسعه به معنای افزایش کارایی و کارآمدی و در نتیجه گسترش رفاه و امنیت در سطوح مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. توسعه تنها به معنای دستیابی به منافع و رفاه نیست، بلکه به فرایندی بستگی دارد که به وسیله آن، این منافع به دست می‌آید [40 و 29].

اهمیت روزافزون نقش زنان در توسعه پایدار در سال‌های اخیر مورد توجه اندیشمندان قرار گرفته است. تبیین نقش زنان در توسعه طی دهه‌های 1950 و 1960، تحت تأثیر حقوق بشر، بیشتر با تکیه بر جنبه ابزاری و با تأکید بر حمایت از آنان انجام می‌شد. در 25 سال گذشته، زنان با راه‌یابی به سطوح برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری نشان دادند در برنامه‌های توسعه نقشی اساسی دارند [41]. با توجه به نقش صنعت و فناوری در پیشرفت جوامع، بی‌شک نیازمند به کارگیری علوم و فنون نوین هستیم زیرا استفاده بهینه از این عوامل موجب رشد و شکوفایی جامعه خواهد شد. مسلم است که در مراحل تولید، فروش و مصرف محصول، نیروی انسانی خلاق و کارآفرین نقش و جایگاه بسزایی دارد [6]. امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند،

به طوری که در غرب و برخی کشورهای دیگر، دو دهه اخیر دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته‌اند و در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه به‌عنوان اصلی‌ترین منبع توسعه مورد توجه بوده است [42]. با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان‌ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند. کارآفرینی در تعاملی چندسویه هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرایندها و هم عاملی کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است [6].

در بررسی موقعیت زنان ایرانی باید گفت، کشور شاهد حضور زنان تحصیل کرده و متخصص در سطوح مختلف (کار و کارآفرینی، تولید علم و فناوری، آموزش، خدمات، مدیریت، فعالیت‌های حرفه‌ای هنری و ادبی، ورزشی و خانواده) است که این امر سبب کاهش فشار اقتصادی بر مردان، بالا رفتن مشارکت زنان در افزایش نیروی کار و در پی آن، کاهش هزینه‌های تولید و خدمات در جامعه شده و رشد و توسعه اقتصادی را به همراه داشته است [5]. رمز موفقیت کارآفرینان به‌ویژه کارآفرینان زن یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با استفاده از فناوری‌های نوین، کانال‌های بازاریابی و تبلیغاتی و هزینه کمتر، خواسته‌های بیشتری را برآورده می‌سازند؛ بنابراین زنان نقش مهمی در اشتغال مولد خواهند داشت که موجب کاهش نرخ بیکاری می‌شود. زمانی که کارآفرینان زن شغل تازه‌ای را ایجاد می‌کنند، حداقل یک یا چند نیرو را به کار می‌گیرند. همچنین می‌توانند دیگر زنان خانواده و اطرافیان را به کارآفرینی، ابداع و خلاقیت راهنمایی کرده و در توسعه اقتصادی - اجتماعی نقش داشته باشند [6].

حضور فعال زنان و مشارکت آنان در صحنه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با توسعه کشورهای در همه جوانب از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ارتباط تنگاتنگ و مستقیم دارد. وضعیت زنان در هر جامعه‌ای نشان‌دهنده میزان پیشرفت آن جامعه است؛ از این رو نقش زنان در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در روند توسعه به شمار می‌آید. امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است، زیرا فعالیت اقتصادی زنان رابطه مستقیمی با کاهش فقر و افزایش رفاه اجتماعی دارد. با افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان، سطح فرهنگ و آموزش جامعه ارتقا می‌یابد. زنان درآمد مستقل کسب می‌کنند و وضعیت تغذیه و بهداشت خانواده بهبود می‌یابد. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند. همچنین یکی از شاخص‌های مهم در سنجش توسعه کشورها مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی است، زیرا توسعه تنها در ارتباط با تولید ناخالص ملی و سطح درآمد سنجیده نمی‌شود و شامل بلوغ اجتماعی و سیاسی نیز می‌شود [28]. در عصر حاضر زنان نقش مهم و روبه‌رشدی در توسعه کسب‌وکار به عهده گرفته‌اند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد،

فعالیت‌های اقتصادی زنان 25 تا 30 درصد کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد.

1-6. توسعه در بعد اقتصادی - اجتماعی

امروزه میزان مشارکت و اشتغال یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی محسوب می‌شود. میزان مشارکت اقشار مختلف در فعالیت‌های اقتصادی یکی از عوامل و شاخص‌های توسعه است [44]. طبق نظریه اقتصاد تکاملی، کارآفرینان به‌عنوان عاملان تغییر، ایده‌های نو به بازار تزریق کرده و رشد اقتصادی را از طریق فرایند ایجاد بنگاه رقابتی تحریک می‌کنند [45]. کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه یکی از ارزان‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی است، زیرا تأثیر مستقیمی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه دارد. هرچه جامعه‌ای بیشتر در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت کند، سریع‌تر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می‌یابد. از دیدگاه برخی محققان، کارآفرینی موتور تغییرات اجتماعی است و این تغییرات در ایجاد مشاغل جدید و استفاده اثربخش از منابع مؤثر است و سبب شکوفایی حیات ملی می‌شود [1].

دستیابی به نرخ رشد اقتصادی بالا یکی از اهداف مهم هر نظام اقتصادی است. در تعریف کلی می‌توان رشد و توسعه اقتصادی را پیشرفت مستمر جامعه یا نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر دانست [46]. در این میان، پیش از هر چیز باید به ارتباط میان رشد اقتصادی و توسعه اقتصادی اشاره کرد. رشد اقتصادی شرط لازم توسعه‌یافتگی است. واضح است بدون رشد، توسعه‌ای اتفاق نمی‌افتد. اقتصاددانان اولیه رشد را معادل توسعه‌یافتگی می‌دانستند. آنان اعتقاد داشتند رشد اقتصادی نه تنها شرط لازم، بلکه شرط کافی برای توسعه است و حتی تصور هم نمی‌کردند رشد اقتصادی در نهایت به توسعه منتهی نشود. در واقع می‌توان گفت منظور از رشد اقتصادی میزان تغییرات تولید ناخالص ملی است؛ در صورتی که وقتی درباره توسعه صحبت می‌کنیم به اجزای تشکیل‌دهنده رشد اقتصادی و میزان تغییرات هریک از بخش‌ها و نیز تعامل آن‌ها با یکدیگر توجه می‌کنیم [15 و 18].

هرچند اقتصاد عصر حاضر از بازوی نیروی کار و سرمایه‌های مالی استفاده می‌برد، اما قدرت خود را از افرادی می‌گیرد که دست به آفرینش زده و سعی در دگرگونی شرایط دارند [47]. برخی دانشمندان مانند شومپتر، کارآفرین را مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند. وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک‌پذیری، هوش، اندیشه، و وسعت دید، فرصت‌های طلایی می‌آفریند. او قادر است با نوآوری‌ها تحول ایجاد کند و شرکتی زیان‌ده را به سوددهی برساند. سیر تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می‌دهد کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و آنان را عامل اصلی ایجاد ثروت و موجب ارزش اقتصادی شمرده‌اند [12].

فعالیت‌های تولیدی زنان به‌ویژه در حوزه صنعت، کارآفرینان را از نظر اقتصادی توانمند می‌کند و قادر می‌سازد بیشتر به توسعه کلی خود و جامعه کمک کنند. اگرچه آن‌ها درگیر فعالیت‌های تولیدی مقیاس کوچک و متوسط هستند، یا در بخش‌های رسمی و غیررسمی فعالیت می‌کنند، با این حال فعالیت‌های کارآفرینی زنان نه تنها وسیله‌ای برای بقای اقتصادی بلکه همچنین دارای پیامدهای مثبت اجتماعی برای خود زنان و جامعه‌شان است [48].

2-6. توسعه در بُعد اشتغال

اشتغال در معنی خاص خود عبارت است از تطابق نیروی انسانی با فرصت‌های شغلی و درجه تطبیق این نیرو با حرفه‌ها و فعالیت‌های موجود در یک جامعه [49]. از دهه 1980 تمایل به کارآفرینی برای کاهش بیکاری رو به افزایش است زیرا با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های اقتصادی جدید ظهور یافته و کسب‌وکارهای تازه‌ای پدید آمده است [50]. بسیاری از کشورهای پیشرفته راه‌حل‌های برون‌رفت از بحران بیکاری را کارآفرینی می‌دانند و به آن توجه فوق‌العاده‌ای می‌کنند زیرا موجب خوداشتغالی شده و راه‌های درآمد را برای دیگران نیز فراهم می‌کنند [45 و 51].

کارآفرینی دارای مفهوم وسیع و بارزشی است که منحصرکردن آن به اشتغال‌زایی، برداشتی ناصحیح از آن است. اشتغال مترادف کارآفرینی نیست، اما یکی از نتایج مسلم کارآفرینی، اشتغال است و یکی از ابزارهای مؤثر توسعه اشتغال به‌ویژه وقتی اساس کار بر استفاده از منابع و فرصت‌ها قرار دارد، کارآفرینی است [52]. زنان با ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران می‌توانند معضل جامعه یعنی بیکاری را بهبود بخشند [53]. نتایج مطالعات در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد در بیشتر کشورها، کارآفرینی یکی از متداول‌ترین راه‌حل‌ها برای غلبه بر بیکاری است [54].

2.7. مطالعات تجربی

در زمینه کارآفرینی و نقش زنان کارآفرین تحقیقاتی انجام شده است و هرکدام از دیدگاه‌های متفاوتی این موضوع را بررسی کرده‌اند. براساس نتایج به‌دست‌آمده از تحقیقات دیده‌بان جهانی کارآفرینی، از هر 100 نفر در جهان، 7 زن کارآفرین می‌شوند [50].

از دهه 1980 نویسندگان زیادی کارآفرینی را به‌عنوان عامل توسعه اقتصادی مورد مطالعه قرار داده‌اند و نتایج به‌دست‌آمده را یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه اقتصادی معرفی کرده‌اند [55]. گزارش سال 2002 کارآفرینی جهان که توسط مرکز کارآفرینی کافمن منتشر شده است، تأکید می‌کند کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت ملت‌ها دارد [56]. امروزه در بسیاری از کشورهای

در حال توسعه مانند پاکستان، هندوستان، مالزی و اندونزی توجه خاصی به کارآفرینی می‌شود [57].

تانسِل و گونگر در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر جنسیتی آموزش بر توسعه اقتصادی در ترکیه پرداختند. نتایج مطالعه نشان داد تأثیر آموزش زنان بر سطح پایداری و بهره‌وری مثبت و معنادار بوده ولی تأثیر آموزش مردان روی سطح بهره‌وری مثبت و بی‌معنا بوده است [58]. کاور و لچمان در تحقیقی به بررسی رابطه بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و رشد اقتصادی در 162 کشور منتخب طی دوره زمانی (1990-2012) پرداختند. در این تحقیق، کشورهای منتخب به چهار گروه کشورهای با درآمد پایین، کشورهای با درآمد متوسط رو به پایین، کشورهای با درآمد متوسط رو به بالا و کشورهای با درآمد پایین، کشورهای با درآمد متوسط رو به پایین، کشورهای با درآمد متوسط رو به بالا و کشورهای با درآمد بالا تقسیم‌بندی شدند. داده‌های استفاده‌شده در این تحقیق از طریق روش پانل تجزیه و تحلیل شد. نتایج این تحقیق نشان داد U شکل بودن رابطه بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و توسعه اقتصادی در کشورهای با درآمد بالا و متوسط صادق است. ولی در مورد کشورهای با درآمد پایین تأیید نشد [59].

تسانی و همکاران در پژوهشی به بررسی رابطه بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و رشد اقتصادی کشورهای مدیترانه‌ای طی سال‌های 1960-2008 پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد در این کشورها رابطه‌ای غیرخطی و U شکل بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و رشد اقتصادی طی دوره مطالعه‌شده وجود دارد. وئرم (2015) در پژوهشی به بررسی رابطه بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و توسعه اقتصادی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا پرداخت. در این تحقیق از داده‌های مربوط به 172 کشور طی دوره زمانی 1990-2012 استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان داد در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا رابطه‌ای غیرخطی و U شکل بین نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و توسعه اقتصادی طی دوره مطالعه‌شده وجود دارد [61].

در تحقیقی که به وسیله آراستی انجام شد، او به این نتیجه رسید که عامل تقویت‌کننده در زنان کارآفرین، نگرش موافق اطرافیان است. وی معتقد است لزوم تغییر و تحول در ساختارهای فرهنگی - اجتماعی کشور در جهت تشویق زنان و دختران به کارآفرینی بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود [14].

گالیند، مارتین و همکاران (2010) اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی 25 کشور منتخب را در دوره (2006-2000) مورد آزمون قرار دادند. آن‌ها که از شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی (TEA) به‌عنوان شاخص کارآفرینی استفاده کردند، با برآورد مدل‌های رگرسیونی مطرح‌شده با روش آثار ثابت، نتیجه گرفتند کارآفرینی از طریق رونق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثر مثبت غیرمستقیمی بر رشد اقتصاد دارد [62].

نجرزاده نوش‌آبادی و همکاران در مقاله‌ای نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی کشورها را از طریق دو شاخص خوداشتغالی به‌عنوان شاخصی برای کارآفرینی مولد بررسی کرده‌اند. نتایج برای 60

کشور منتخب توسعه یافته و در حال توسعه برای دوره (2008-1996) نشان می دهد خوداشتغالی اثر منفی و نوآوری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد [63]. تحقیقات نشان داده است بین رشد و توسعه یک کشور و تعداد کارآفرینان آن همبستگی مثبت وجود دارد، زیرا کشوری که تعداد زیادی کارآفرین داشته باشد از محرک های اجتماعی، فرهنگی، تجاری و اقتصادی قوی تری برخوردار است [64].

8. نتیجه گیری

کارآفرینی با ایجاد نوآوری در حرفه های پایدار و تأثیر روزافزون بر عرصه اشتغال، نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشور ایفا می کند و جامعه را در مسیر کارآمدی نیروهای انسانی و کشف استعداد های نهفته یاری می رساند. در این راستا حضور و مشارکت زنان در فعالیت های اقتصادی به عنوان نیمی از جمعیت فعال و توانمند جامعه، با رشد و توسعه کشور در فرایند توسعه جهانی رابطه مثبت و معناداری دارد. نرخ مشارکت اقتصادی زنان در جهان بین 40 تا 45 درصد است، در حالی که متأسفانه این میزان در کشور ما پایین و حدود 17/5 درصد است. این نرخ در استان هرمزگان برابر با 20/1 درصد است که براساس نرخ مشارکت اقتصادی زنان، استان هرمزگان بالاتر از متوسط کشوری قرار دارد. یکی از راه های توسعه کارآفرینی زنان، طرح های کسب و کار کوچک و زودبازده است که از طریق حمایت های مسئولان دستگاه های اجرایی و تسهیل صدور مجوز و همچنین تسریع در پرداخت وام های کم بهره از طریق بانک ها و مؤسسه های مالی و اعتباری مجاز، به توانمندسازی زنان در خانواده و اجتماع کمک می کند. بررسی های به عمل آمده نشان می دهد استان هرمزگان با توجه به بافت سنتی، آداب و رسوم خاص، تنوع قومی، فرهنگ غنی و ریشه دار کهن و جذاب خود، بی شک دارای امکانات و استعدادهای بالقوه بسیاری برای توسعه اقتصادی است. همسایگی با کشورهای حاشیه خلیج فارس نیز می تواند بازار بسیار مناسبی برای صدور صنایع دستی و کالاهای تولیدی بومی باشد. از جمله استعدادهای موجود برای توسعه اقتصادی در استان هرمزگان، صنایع دستی سنتی و دریایی آن است که می تواند برای گروه کثیری از زنان ایجاد اشتغال و درآمد کند و حتی می توان با افزایش کیفیت، جذابیت و کمیت آن با توجه به اشتراک های فرهنگی با کشورهای همسایه به صادرات گسترده آن نیز امیدوار بود. به نقل از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، محصولات و صنایع دستی استان هرمزگان در سال 1396، یک میلیون و 156 هزار دلار از انواع صنایع دستی به کشورهای حاشیه خلیج فارس، انگلستان، هند و کانادا صادر شده که ارزآوری خوبی داشته است. این صنعت و هنر اصیل و ارزنده می تواند علاوه بر ارتقای سطح صادرات کشور، موجب گسترش صنعت بسیار مهم و درآمدزای توریسم شود و یکی از منابع مهم کسب درآمد غیرنفتی و تأمین کننده بخش مهمی از نیازهای ارزی کشور باشد.

منابع

1. هزارجریبی، ج. (1382)، «توسعه کارآفرینی و دانش‌آموختگان»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره 30.
2. گلرد، پ. (1383)، «عوامل موثر در کارآفرینی زنان ایرانی»، ماهنامه سیاسی-اقتصادی، شماره 239-240.
3. Seymour, Nicole (2001), "women entrepreneurship in the developing world", August Coffman center for entrepreneurial leadership digest, No. 1-4.
4. سهامی، س.؛ دهقان، م. (1392)، «بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)»، مطالعات علوم اجتماعی ایران، شماره 39.
5. اسدزاده، الف.؛ میرانی، ن.؛ قاضی‌خانی، ف.؛ اسمعیل درجانی، ن.؛ هنردوست، ع. (1396)، «بررسی نقش اشتغال و تحصیلات زنان بر رشد اقتصاد ایران»، زن در توسعه و سیاست، شماره 3.
6. زرین‌جوی الوار، س.؛ عباسپور، الف. (1391)، «نقش زنان در بازاریابی کارآفرینانه»، فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ، شماره 12.
7. Carter, Sara (2005), "Constraints on women enterprise", 27th conference enterprise and small business, University of strathclyed in Glasgow, pp. 36-47.
8. Burch John G. (1986), Entrepreneurship United tates of America, John Wiley & Sons.
9. صفرعلی‌زاده، ر.؛ مطلبی، م. (1383)، «کارآفرینی»، نشریه علمی خبری مرکز کارآفرینی دانشگاه خوارزمی، شماره 1.
10. باقرصاد، و. (1394)، «آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر قصد کارآفرینانه»، دوفصلنامه علمی ترویجی کارافن، شماره 38، صص 20-32.
11. علی میری، م. (1387)، «آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها»، توسعه کارآفرینی، شماره اول.
12. مجتمع فنی ایرانیان منادی توسعه (1389)، «طرح همیار کارآفرین».
13. وارسته‌فر، الف.؛ وکیلی‌فرد، م. (1394)، «زنان کارآفرین (مطالعه موردی و مقایسه در دو استان تهران و سمنان)»، فصلنامه آینده‌پژوهی مدیریت، شماره 106.
14. آراستی، ز. (1385)، «زنان کارآفرین ایرانی؛ ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه»، پژوهش زنان، شماره 1 و 2.
15. Schumpeter, Joseph A., (1934), The theory of economic developmen Cambridge, MA Harvar University press.
16. کلاتری، ص.؛ ربانی، ر.؛ هزارجریبی، ج. (1383)، «بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات»، نامه علوم اجتماعی، شماره 23.

17. احمدپور داریانی، م؛ عرفانیان، الف. (1386)، «نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی»، *مجله اقتصادی*، شماره 69 و 70.
18. الوانی، م؛ ضرغامی فرد، م. (1380)، «نقش زنان در توسعه»، *مجله تدبیر*، شماره 113.
19. Allen, S. & Trumman C., eds (1993), *Women in Business. Prrspectives on Women Entreprenurs*, London: Routledge Pres, pp. 14-27.
20. Adrien, Marie, H., S. Kirouac & MS Aliciain Sliwinski (1999), "Women entrepreneurship in Canada: All that glitters are not gold", *Universally Occasional paper*, No. 38, p. 5.
21. Arasti, Z. (2007), "Female Iranian entrepreneurs; socio-cultural structures contributing to job creation for women", *journal of women research*, Vol. 4, No. 1, pp. 93-120.
22. شهرکی پور، ح؛ بنی سی، پ. (1383)، «کارآفرینی و اقتصاد»، *مجله توسعه مدیریت*، شماره 62، صص 31-25.
23. گلرد، پ. (1385)، «عوامل تاثیرگذار بر زنان مدیر کارآفرین ایرانی»، *دومین جشنواره زنان مدیر کارآفرین*، تهران: دفتر بانوان وزارت کار، وزارت کشور و انجمن زنان مدیر کارآفرین.
24. Beata Cywinska, *Small and Medium-Size Enterprises in Poland*, in 1998, Warsaw 2000, p. 12.
25. Orban. M. (2001), "woman business owners in France: the issue of financing discrimination", *journal of small business management*, pp. 95-102.
26. OECD "Women entrepreneurs in small and medium enterprises", *OECD Proceedings*, 1998.
27. ممیز، الف؛ قاسمی، ع؛ قاسمی، ف. (1392)، «بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی، رشد و فناوری»، *فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، شماره 35.
28. شریفی، الف؛ اسدی، ع؛ رضایی، ر؛ عادل، م. (1389)، «کارآفرینی زنان دانشگاهی»، *پژوهشنامه زنان*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره 1.
29. Polish, Statistical office (1993), *RAEL Labor Participation in Poland*, Gus.
30. گلرد، پ. (1386)، «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه و کسب‌وکار»، *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، شماره 44، صص 267-295.
32. مرکز آمار ایران، نتایج طرح نیروی کار، پاییز (1398).
33. دفتر آمار و اطلاعات سازمان برنامه‌ریزی و بودجه استان هرمزگان (1398).
34. پاکزاد، ز. (1394)، «نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی»، *جلوه هنر*، شماره 15، بهار و تابستان 1395، صص 37-42.
35. اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان هرمزگان (1398).
36. شجاع‌الدینی، م؛ بنی‌اعمام، م؛ شفیع، م. (1395)، «نقش توسعه جوامع روستایی در کارآفرینی»، *دوفصلنامه علمی ترویجی کارافرن*، شماره 39، صص 16-22.
37. دفتر امور زنان روستایی و عشایری، سازمان جهاد و کشاورزی استان هرمزگان، (1398).

38. گروه مؤلفان، (1392)، آشنایی با صنایع دستی ایران، چاپ ششم، تهران: شرکت چاپ و نشر.
39. صحت، آ؛ عبدی جمایران، ع؛ حسینی، الف. (1396)، «بررسی فرایند و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه»، دوفصلنامه علمی - ترویجی کارافرنج، شماره 41، صص 67-86.
40. کاظمی، ن. (1383)، «زنان، توسعه و آموزش»، پیک نور، شماره 2.
42. Kantor, Paul (2002), "Promting women's entrepreneurship developmententrep based on good practice programs", Working Series on Women Development and Genderin Enterprises paper, WEDGE.
43. Wennekers, Sander; Thurik, Roy (1999), "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", Small Business Economics, No. 13. pp. 27-55.
44. اسحاق حسینی، الف. (1382)، مجموعه مقالات زنان؛ مشارکت و برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار، تهران: برگ زیتون، صص 185-190.
45. علمی، ز. (1383)، «سیاست‌های اقتصاد کلان و بازار کار زنان»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، دانشگاه تهران، دوره 2، ش 2، صص 17-37.
46. شهبازی، ک؛ حسن‌زاده، الف؛ جعفرزاده، ب. (1393)، «بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی (رهیافت داده‌های تابلویی)»، دوفصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، شماره 5.
47. Chane Wube, Mulugeta (2010), "Factors Affecting the Performance of Women Entrepreneurs", Vol. 11, No. 1, pp. 42-33.
48. Audretsch, David (1995), "Innovation , growth and survival", International Journal of Industrial Organization, Vol. 13, No. 4, pp 441-457.
49. گلرد، پ. (1386)، «زنان و کارآفرینی»، سومین جشنواره زنان مدیر کارآفرین، تهران: دفتر بانوان وزارت کار.
50. Mohanty, Sangram Keshari, (2006), "Fundamentals of Entrepreneurship", Second Printing, Prentic Hall of India Private Limited, New Delhi.
51. پیکارجو، ک؛ علی‌اصغری، ف. (1387)، «کارآفرینی سازمانی و سازمان‌های کارآفرینی»، پژوهشنامه نوآوری و کارآفرینی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، صص 65-90.
52. گلرد، پ. (1387)، «بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی»، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره 46.
53. Hytti, U. (2003), "From unemployment to entrepreneurship: Construction different meaning", Journal of Business Venturing, 18, pp. 29-37.
54. Hannafey, Francis, T. (2003), "Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review", Journal of Business Ethics, No. 46, pp. 99-110.
55. ربیعی، ع؛ سرابی، س. (1391)، «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی؛ انجمن زنان مدیر کارآفرین)»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره اول، شماره 4، صص 33-68.
57. Tansel, T. & Gungor, N. D. (2012), "Gender effect of education on economic development in Turkey", IZA Discussion Paper, No. 6532.
58. Kaur, G. N. & Letic, J. (2012), "Female education and economic growth: Theoretical overview and two country cases", a Thesis submitted for the degree of Bachelor of Science in Economics University of Gothenburg School of Business, Economics and

Law.

59. Tsani, S., Paroussos, L., Fragiadakis, C. and Charalambidis, I. (2013), "Female labour force participation and economic growth in the South Mediterranean countries", *Economics Letters*, Vol. 120, No. 2, pp. 323-328.
60. Verick, S. (2014), Female labor force participation in developing countries, International Labour Organization, India, and IZA, Germany, pp. 87-110.
61. مدرسی عالم، ز؛ داودی، آ. (1393)، «شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران طی سال‌های (1387-1391)»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، سال دوم، شماره 8، صص 125-146.
62. نجارزاده نوش‌آبادی، الف؛ مهرانفر، ج؛ طبرسی، م. (1391)، «نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی»، مجله برنامه‌ریزی و بودجه، شماره 188.
63. وارث، ح. (1378)، «کارآفرینی دولتی»، مجله تحول اداری، خرداد ماه، صص 22-32.