

کارآفرینی زنان در افغانستان؛ خلاقیت و تاب آوری زیر سقف شیشه‌ای

حنیف فرزانه؛ رییس موسسه AELSO و استاد دانشگاه

مقدمه

در دنیای در حال تحول امروز، کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی، نبض تغییرات اجتماعی و فرهنگی و منشاء تحولات بزرگ در عرصه‌ی صنعتی، تولید و خدماتی تلقی می‌گردد، زیرا که شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و صنعتی در جهان به گونه‌ای است که حل چالش‌ها؛ الگوها و راه‌های جدید و متفاوتی را می‌طلبد.

از سوی دیگر، با درک اینکه کارآفرینی در عصر امروز به عنوان ضرورت مبرم در جهان مطرح گردیده، ساختار اقتصادی دنیای امروز نیز تغییر و جهش تازه‌ای در عرصه‌ی اقتصادی دنیا به میان آمده است که زنان کارآفرین در این زمینه، رنگ و رونقی بیشتری به آن داده اند.

یکی از بسترهای مناسب برای توسعه‌ی کارآفرینی فراهم کردن زمینه مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف است. زنان با تعهد، پشت کار، خلاقیت و ظرافت که دارند، نقش سازنده در بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند و یکی از عوامل اساسی جوامع توسعه یافته، کارآفرینی زنان است.

زنان به صورت عموم در سال‌های اخیر نقش اساسی در عرصه‌ی کارآفرینی در سراسر جهان داشته اند اما نقش زنان کارآفرین به ویژه در افغانستان نیز قابل تامل است. با وجود چالش‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی زنان در افغانستان با انگیزه لازم و توانمندی وارد عرصه‌های مختلف کارآفرینی شده و توانسته اند در این زمینه نقش آفرینی نمایند.

در افغانستان اگرچه موانعی همچون نگرش‌های سنتی، ساختار اجتماعی بسته، نبود قوانین حمایتی و چالش‌های اقتصادی وجود دارد، اما حرکت رو به جلو زنان کارآفرین، نشان دهنده‌ای پتانسیل بالا و توانایی‌های آن‌ها را در شکل دادن به آینده‌ی اقتصاد جامعه است.

اهمیت کارآفرینی زنان

اشتغال بانوان علاوه بر ایجاد اعتماد به نفس و استقلال نسبی مالی، سبب ارتقاء آگاهی‌های اجتماعی زنان، بهره‌مندی آنان از امکانات آموزشی، تخصص و حرفه می‌شود و با کسب هویت خود، به فرزندان زیاد تن نداده و در کار خانگی نیز، توقع مشارکت مردان را خواهند داشت و به زوال بینش تقدیرگرایی در زنان کمک می‌کند (منصورنژاد، ۱۳۸۰).

با افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان سطح فرهنگ و آموزش جامعه ارتقاء می‌یابد. زنان درآمد مستقل کسب می‌کند وضعیت بهداشت و تغذیه خانواده بهبود می‌یابد. پس موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند. حتی امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه‌ی انسانی مبدل گردیده است. چرا که فعالیت اقتصادی زنان رابطه مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۳).

فعالیت زنان در عرصه‌ی کارآفرینی تاثیرگذاری مستقیم در سلامت اقتصادی جامعه دارد و سبب تحولات شگرفی در توسعه اجتماعی و فرهنگی جامعه می‌شود، زیرا که کارآفرینی زنان مستقیم با هدف توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی بستگی دارد و از این‌رو در تحول همه جوامع انسانی، عامل اساسی محسوب می‌گردد. زنان کارآفرینی سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی دارند و منبع اصلی ایجاد شغل اند. در مناطقی که ترغیب و فرصت برای زنان کارآفرینی وجود داشته است، موانع و محدودیت‌ها کمتر وجود داشته که آن‌ها توانسته اند در تولید ناخالص داخلی و ایجاد شغل گام‌های موثر بگذارند.

زنان با ویژگی‌های ذاتی خود، از طریق کارآفرینی پیشرفت اجتماعی را تسریع کرده، آنرا بهبود بخشیده و سبب تحول و تغییر سازنده در ساختارهای اجتماعی می‌شوند و سرانجام مسیر رسیدن به رفاه اجتماعی را هموار می‌سازند. کارآفرینی زنان، به دلیل این که زنان نیمی از جمعیت جوامع را تشکیل می‌دهند، می‌تواند به افزایش سرمایه، رشد تولید، گسترش فروش، کسب عواید، بلند رفتن گراف صادرات، کاهش بیکاری، رفاه اقتصادی و در مجموع به توسعه اقتصادی کمک می‌نماید.

عوامل موفقیت زنان در کارآفرینی

از مهم‌ترین عوامل محیطی که بر راه‌اندازی و گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان اثرگذار است می‌توان از ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فناورانه نام برد (ممیز و دیگران، ۱۳۹۲).

یکی دیگر از عواملی که توسعه کارآفرینی زنان از آن تأثیر می‌پذیرد داشتن مهارت‌های مدیریتی می‌باشد؛ همچنین در کنار مهارت‌های مدیریتی، داشتن فرهنگ همکاری نیز می‌تواند افراد را به مشارکت و همکاری در ایجاد فضاهای کسب‌وکار جدید یاری رساند. در این دو بعد نیز مشخص گردید که هم مهارت‌های مدیریتی و هم وجود فرهنگ همکاری در کارآفرینی زنان مؤثر بوده است. از دیگر عوامل تأثیرگذار در جهت ایجاد روحیه کارآفرینی در زنان، نقش ویژگی‌های کارآفرینانه والدین این افراد می‌باشد. رفتار و ویژگی‌های پدر و مادر، اثری مثبت در این زمینه دارد (گلرد، ۱۳۸۸).

برای موفقیت در کسب‌وکار یک سلسله پیش‌شرط‌های نیاز است تا در مسیر رشد و شکوفایی شما کمک نماید. در کنار دانش و اصول‌های قانونی و اخلاقی عوامل دیگری نیز وجود دارد که در موفقیت کسب‌وکار مؤثراند. اما این عوامل میان زنان و مردان مشابه و متفاوت است؛ آنچه که راه موفقیت زنان را در عرصه کارآفرینی سهل و کوتاه می‌سازد؛ دیدگاه مثبت، حس کمک به دیگران، انعطاف‌پذیری، هدفمندی، صداقت، ظرافت و دقت، پشتکار، اشتیاق به تغییر مثبت در زندگی، تعهد و انسجام کاری، توازن میان زندگی و کار، نگاه بلندمدت و ابتکار و سلیقه زنان است. زنان با ویژگی‌های منحصر به خود، از عوامل مذکور برای دست یافتن به اهداف و موفقیت‌شان استفاده می‌نمایند که این امر نشان دهنده برجستگی و درخشش متفاوت آنان در فعالیت‌های کارآفرینی است.

وضعیت زنان کارآفرین در افغانستان

در تاریخ معاصر افغانستان مشارکت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان در افغانستان با چالش‌های مختلف مواجه بوده و زنان روزگار تیره و تاری را سپری کرده‌اند؛ اما بودند و هستند زنانی که با وجود تمام موانع و محدودیت‌ها از تلاش برای پیش‌رفت و رسیدن به آرزوهای‌شان در هیچ برهه‌ای از تاریخ دست نکشیدند.

در دو دهه پسین زمینه‌ها و فرصت‌های خوبی برای زنان افغان جهت مشارکت در عرصه‌های مختلف وجود داشت که عاری از چالش‌ها و موانع نبود اما زنان به حقوق اساسی‌شان به شکل نسبی دسترسی داشتند و حضور‌شان در سطوح مختلف جامعه پررنگ بود.

تحول سیاسی ۲۰۲۱ بالای حضور پررنگ زنان در سطوح مختلف جامعه سایه افگند و موانع و محدودیت‌های جدی را در برابر مشارکت زنان در جامعه به میان آورد که این تحول دسترسی زنان را به حقوقی اساسی‌شان کمتر و محدود ساخت، اما یک تعداد زنان برای وارد شدن دوباره به جامعه و تثبیت جایگاه خود به کارآفرینی رو آوردند.

کارآفرینی به عنوان پدیده تازه در افغانستان راه باز کرده است. بخشی از شهروندان جامعه در طی سال‌های اخیر به کارآفرینی رو آورده اند که زنان نیز شامل آن اند. باوجود چالش‌ها فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی زنان افغانستان توانسته اند با خلاقیت، مهارت و پشت کار مسیرهای جدیدی را در عرصه‌ی کارآفرینی بگشایند. گشودن مسیرهای جدیدی با وجود موجودیت چالش‌ها نشان دهنده تعهد، اراده، توانایی و علاقمندی زنان برای شکستن موانع و ورود به باز کار و کارآفرینی است؛ مسیری که مملو از محدودیت‌ها و چالش‌ها بوده است.

گفته می‌شود که حضور زنان کارآفرین طی چندسال اخیر در افغانستان رو به افزایش بوده است. باوجود چالش‌های فرا راه زنان کارآفرینی در افغانستان اما در سال ۱۴۰۱ خورشیدی سرمایه‌گذاری زنان در افغانستان ۶۶ درصد افزایش یافته است. براساس آمار ارایه شده از سوی وزارت تجارت و صنعت این رقم نسب به سال ۱۴۰۰ افزایش را نشان می‌دهد. (وزارت صنعت و تجارت می‌گوید که در سال ۱۴۰۱ هجری خورشیدی، سرمایه‌گذاری بانوان در کشور، ۶۶ درصد افزایش یافته است). به گفته‌ی این وزارت حضور بانوان در عرصه سرمایه‌گذاری و اقتصادی کشور می‌تواند در میزان کاهش فقر اثر مثبت داشته باشد.

از سوی دیگر، اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان می‌گویند که، بیش از نه هزار زن در بخش‌های مختلف سکتور خصوصی کشور مصروف فعالیت اند، طبق احصاییه که نزد این اداره موجود است، در سال ۲۰۲۳، بیش از نه هزار زن کار آفرین در بخش‌های مختلف در سکتور خصوصی مصروف فعالیت بودند که جواز فعالیت شان در اتاق تجارت زنان افغانستان ثبت است. اما به اساس آمار غیر رسمی، حدودی ۱۲۰ هزار زن در سراسر افغانستان در بخش‌های تولید و صنایع مصروف فعالیت می‌باشند.

چالش‌ها و موانع کارآفرینی زنان

مشارکت زنان در عرصه اجتماعی و اقتصادی در افغانستان با چالش‌ها، محدودیت‌ها و موانع متعددی همراه است. این موانع و محدودیت‌ها بیشتر در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی افغانستان ریشه دارد که بر فعالیت زنان در عرصه کارآفرینی اثرگذار بوده و به عنوان مانع فراراه مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان محسوب می‌گردد.

نگرش‌های سنتی، باورهای کلیشه‌ای، فرهنگ حاکم در جامعه، وجود تبعیض‌های جنیستی در محیط کار، وجود فرهنگ مردسالاری، ناامنی‌های اجتماعی، نگرش منفی مردم نسبت به کارآفرینی زنان، نابرابری‌ها در نظام خانواده و مراکز علمی و آموزشی و هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، به عنوان قدرت‌مندترین موانع فرهنگی و اجتماعی در برابر زنان کارآفرین در افغانستان وجود دارد.

ترس از شکست، نبود انگیزه لازم، عدم الگوی مناسب، حالت مدنی، اعتماد به نفس پایین، ریسک پذیری کمتر، تحت تاثیر بودن خانواده و جامعه، هراس از قضاوت‌های منفی و نگرانی از سرنوشت زندگی مشترک آینده را می‌توان از عمده‌ترین موانع فردی زنان کارآفرینی در جامعه برشمرد.

عدم وجود قوانین در خصوص حمایت از زنان کارآفرین، فراهم نبودن قوانین و مقررات لازم جهت توسعه کسب‌وکار، دشواری در اخذ مجوزکاری و عدم تسهیلات قانونی و فقدان سیاست‌های حمایتی از موانع مهم قانونی در برابر کارآفرینی زنان تلقی می‌گردد.

چگونگی تامین سرمایه اولیه، دشواری ورود به بازار رقابت، نبود بانک‌های اعطای وام به زنان کارآفرین، مشکلات مربوط به پرداخت مالیات، نبود بیمه، مشکلات مربوط به دستیابی به تامین کنندگان مواد اولیه، عدم حمایت لازم مالی نهادهای بین‌المللی، کمبود و یا نبود امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، نبود نهادهای مشخص مالی جهت همکاری و فراهم نمودن تسهیلات به زنان کارآفرین و محدودیت‌های تحریک‌پذیری اقتصادی زنان از جمله اساسی‌ترین موانع اقتصادی در برابر زنان کارآفرین است.

سازمان بین‌المللی کار (۱۹۹۸) موانع کار آفرینی زنان به این صورت دست‌بندی کرده است:

الف- موانع رفتاری: زنان اعتماد به نفس کمتر و تصور منفی از خود دارند؛ ب- موانع ایفای نقش: تعارض میان وظایف مختلف با محدودیت‌های زمانی؛ ج- موانع اجتماعی و فرهنگی: دید منفی نسبت به زنان در کار؛ د- موانع تحصیلی: زنان به طور نسبی از سطوح تحصیلات پایین‌تر نسبت مردان برخوردارند و اغلب دسترسی محدود به فرصت‌های آموزشی شغلی را دارند؛ ه- موانع شغلی: زنان فرصت کمتری در بخش رسمی اقتصاد برای پیشرفت مهارت‌خیزی خود دارند؛ ر- موانع زیربنایی: دسترسی به اعتبار، فناوری، خدمات حمایتی، زمین و اطلاعات به طور اصولی برای زنان مشکل‌تر است؛ ز- موانع قانونی: فعالیت قانونی مستقل برای زنان محدود است (هاشمی نژاد، ۱۳۸۴).

از نظر جواهری و قضاتی موانع گسترش فعالیت کارآفرینی زنان بیشتر پدیده‌هایی فرهنگی اجتماعی است که در جامعه نهادینه شده است و برای غلبه بر این موانع، زنان نیازمند تقویت مهارت‌های ادراکی، ارتباطی و تخصصی خود هستند (جواهری و همکاران، ۱۳۸۳).

از سوی دیگر، برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP) در تازه‌ترین مورد گزارش داده است که زنان و دختران کارآفرین در افغانستان با طیف وسیعی از موانع و هزینه‌های بالای تجارت مواجه هستند. تبعیض عمیق، محدودیت‌های عملیاتی و یک سیستم اقتصادی ضعیف، ۴۱ درصد از بیش از سه هزار زن را که با آنان مصاحبه شده، مجبور به «قرض گرفتن» کرده است.

همچنان بانک جهانی در گزارشی تحت عنوان «زنان، تجارت، و قانون در سال ۲۰۲۳» افغانستان را کشوری خوانده که تجارت زنان و شرایط برای تجارت آن‌ها روز به روز در حال بدتر شدن است. بانک جهانی در گزارش خود نوشته است: «پالیسی‌های نادرست، خشونت و جنگ، تبعیض جنسیتی و وضعیت بی‌ثبات در اداره‌ها و نهادها بالای تجارت زنان تاثیر منفی گذاشته و افغانستان را در لیست کشورهای قرار داده است که بیش‌تر از همه عاید و اقتصاد پایین دارند». در این گزارش آمده است که افغانستان با داشتن ۳۱،۹ نمره پس از یمن، و سودان، بدترین کشور برای زنان تجارت‌پیشه است.

با وجود این محدودیت‌ها، زنان افغان همچنان به تلاش‌های خود برای مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی ادامه می‌دهند. براساس گزارش برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP)، بیش از ۸۰ هزار تجارت کوچک تحت رهبری زنان در افغانستان فعال است که برای ۹۰۰ هزار نفر فرصت شغلی ایجاد کرده و زندگی ۴.۵ میلیون نفر را تحت تأثیر قرار داده است.

در مجموع چالش‌ها و موانع فردی، اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی، اقتصادی، محیطی، علمی، قانونی و سیاسی در برابر فعالیت‌های زنان کارآفرینی سایه افکنده و سد بزرگ در مسیر هموار شدن بستر مناسب برای زنان کارآفرین در افغانستان است، که با تمام چالش‌ها، محدودیت‌ها و موانع زنان با جسارت و خلاقیت زیر سقف شیشه‌ای ضخیم و محکم همچنان به کارآفرینی با تعهد و انگیزه ادامه داده‌اند.

فرصت‌های کارآفرینی برای زنان

با وجود چالش‌ها و موانع مختلف فراه راه زنان کارآفرین در افغانستان، فرصت‌های نیز وجود دارد که اگر این فرصت‌ها به دقت شناسایی و تشخیص گردد، می‌تواند در گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه برای زنان ممد واقع گردد. هرچند این فرصت‌ها محدود است اما باوجود آن هم شناسایی و استفاده از آن گامی رو به جلو برای فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشد.

برنامه‌های مختلف کارآفرینی مانند سمینار کارآفرینی و کمپ کارآفرینی موسسه (AELSO) فرصتی برای تبادل تجارب، ارتقای مهارت‌ها، ایجاد شبکه‌های حمایتی، تحقق ایده به عمل، کسب دانش نوین، ایجاد انگیزه و ظرفیت‌سازی برای زنان کارآفرین است تا به تقویت جایگاه آنان در اقتصاد و جامعه کمک نماید.

شبکه‌های اجتماعی به عنوان قدرت‌مندترین ابزار تبلیغاتی می‌تواند فرصتی برای توسعه کارآفرینی، تسهیل روند ایجاد کسب و کار، ایجاد شغل، جلب مشتری، شناسایی محصول و کسب حمایت‌ها برای زنان کارآفرین باشد چون شبکه‌های اجتماعی به عنوان رسانه غالب، قلمرو جدیدی را خلق کرده که فارغ از هنجارهای سنتی است.

نهادها به‌ویژه بعضی از نهادهای داخلی و بین‌المللی فرصت دیگری برای زنان کارآفرین در راستای حمایت و تقویت کسب‌وکار آنها است. بعضی نهادها با حمایت مالی و تعدادی با حمایت معنوی و فراهم کردن زمینه‌های لازم در عرصه فرهنگ سازی کارآفرینی می‌تواند مشوق و حامی خوب برای حرکت و فعالیت در مسیر کارآفرینی برای زنان باشد.

آموزش‌های آنلاین جهت آراسته‌شدن به دانش کارآفرینی را می‌توان فرصت دیگر برای کسب دانش و اطلاعات بروز در عرصه‌ی کارآفرینی دانست. آراسته شدن به دانش کارآفرینی گام اساسی برای پیشرفت و موفقیت در این زمینه است.

تجارت آنلاین؛ فرصتی تازه برای درآمدزایی زنان محسوب می‌شود. زنان می‌توانند از خانه به اساس یک برنامه‌ریزی دقیق در عرصه تجارت آنلاین درآمدزایی نموده و کسب‌وکار خود را گسترش دهند. در تجارت آنلاین یک نکته را باید توجه کرد که متأسفانه در دنیای آنلاین اگر فرصت‌های وجود دارد افرادی هم برای سوی استفاده از آن وجود دارد که باید با احتیاط، دقت و حساب شده گام برداشت. در نهایت، فضای مجازی و پلفرم‌های آنلاین فرصتی بی‌پیشنه برای توسعه کسب‌وکارها به شمار می‌آیند که برای معرفی محصولات به بازارهای داخلی و بین‌المللی نقش کلیدی دارند.

به تازگی اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان از رونق گرفتن تجارت آنلاین به عنوان یک فرصت برای زنان در افغانستان خبر داده است. به گفته‌ی اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان کسب‌وکار آنلاین به ویژه از سوی زنان در کشور رونق گرفته است. «در بازار و مارکیت داخلی فروشات بیشتر نیست؛ بنابراین خانم‌ها مجبور هستند که به کاروبار آنلاین بپردازند تا بتوانند محصولات خود را در خارج از افغانستان نیز به فروش برسانند و از میان خانم‌های تجارت‌پیشه در کشور حدود ۶۵ درصد آنها **تجارت آنلاین** نیز دارند.

ارتقای امنیت اجتماعی در میان صاحبان کسب‌وکارهای گوناگون (پوشش بیمه، شکست کسب‌وکار و بیکاری) با درنظر گرفتن مزایای مالی و ثبات مالیاتی به منظور مشارکت زنان در بخش خصوصی از طریق سازمان تامین اجتماعی، ایجاد صنف یا اتحادیه زنان کارآفرین در راستای حمایت از کسب‌وکار آنان و ایجاد ارتباط بین آنان با دیگر اصناف و نهادهای قانونی و دولتی با حمایت سازمان‌های دولتی و نیز غیرانتفاعی. (علی زاده و احسانی، ۱۳۹۲)

با توجه به فرصت‌های ذکرشده، زنان کارآفرین می‌توانند با تحقیق بازار؛ خلاها، کمبودی‌ها و نیازهای جامعه را شناسایی و از آن به عنوان یک فرصت تازه برای رفع خلاها و کمبودی‌ها استفاده نموده و با خلافت و نوآوری به رفع نیازهای جامعه اقدام نمایند.

همین اکنون در بازار کار و تجارت افغانستان خلاهای زیادی وجود دارد که نیاز به شناسایی بوده که برای پراساختن این خلاها، نیاز به حرکت و اقدام خلاقانه و مبتکرانه است. زنان با توجه به ظرافت و صداقت که دارند می‌توانند در پراساختن خلاها و ارایه خدمات با کیفیت و متنوع موثر واقع شوند.

راهکارها

برای مقابله با چالش‌ها، رفع محدودیت‌ها و برداشتن موانع در برابر فعالیت‌های کارآفرینی زنان در جامعه‌ی سنتی افغانستان؛ راه دشوار و طولانی در پیش است، چون تغییر ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه زمان‌گیر است اما راه‌حل‌های را نیز می‌توان جستجو و مطرح کرد که اگر هدفمندانه و آگاهانه به آن پرداخت، بدون شک گراف چالش‌ها و موانع پایین خواهد آمد.

زنان می‌تواند با روش‌های مذاکره و گفتگو، اثبات موفقیت، به کارگیری دانش و مهارت، رعایت قوانین، افزایش ارتباطات، انتخاب الگوهای موفق، مشارکت در شبکه‌های اجتماعی، در نظر گرفتن اصول اخلاقی، دوری از احساسات، حرکت برنامه محور، حفظ ارزش‌ها و جلب حمایت خانواده، مسیرهای ناهموار را هموار سازند.

زنان می‌توانند با انعطاف‌پذیری، ساعات کاری خود را برنامه‌ریزی نموده و میان خانواده و کار تعادل برقرار نمایند چون ایجاد تضاد و دوگانگی میان ایفای نقش در خانواده و محیط کار همیشه یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در برابر زنان بوده است.

انگیزه قوی، اعتماد به نفس بالا، ریسک‌پذیری، مدیریت بحران، تعامل مثبت، مشارکت فعال در تشکل‌ها، درک و شناخت نبض جامعه، رقابت سالم، آموزش‌های لازم مدیریتی، بازاریابی حرفه‌ای، ارتباطات، برنامه‌سازی، خلافت و استفاده از فضای مجازی راهکارهای اند که برای مقابله با چالش‌ها و برداشتن موانع می‌تواند ممد واقع گردد.

یکی از عمده‌ترین راهکار دیگر تغییر در سیاست‌گذاری رسانه‌ها است. رسانه‌ها در برنامه‌های خود سیاست‌های تشویقی و تبلیغی کارآفرینی زنان را در نظر بگیرند و در جهت تغییر باورها، نگرش‌ها و نابرابری جنیستی سعی نمایند. رسانه‌ها می‌تواند با تهیه و تولید محتواهای ترغیبی و انگیزشی مربوط به حوزه کارآفرینی مشوق و حامی خوبی برای زنان کارآفرین باشند.

از سوی دیگر، سیاست‌های حمایتی و تشویقی در برابر زنان کارآفرین، ایجاد بستر محیطی مناسب برای زنان کارآفرین، فراهم ساختن تسهیلات و حمایت‌های قانونی، تدوین سیاست‌های جدید در حمایت از زنان کارآفرین، ایجاد و رشد مراکز کارآفرینی، اعطای وام از سوی بانک‌ها، حمایت ایده‌های خلاق از سوی سرمایه‌گذاران، بسترسازی برای حمایت مالی از سوی نهادها و فرهنگ‌سازی کارآفرینی از مهم‌ترین راه‌کارها اساسی برای تبدیل چالش به فرصت است.

نتیجه‌گیری

در عصر امروز، کاروان اقتصادی کشورها با سرعت بر روی ریل توسعه در حرکت بوده که این مسئله ناشی از پیشرفت‌های شگرف علمی و تکنالوژی می‌باشد که منجر به دیدگاه‌ها و ضرورت‌های جدیدی گردیده است.

یکی از عوامل سرعت کاروان اقتصادی کشورها بر روی ریل توسعه، کارآفرینی می‌باشد چون کارآفرینی؛ شاه کلید اقتصاد پویا است. شاه کلیدی که در بن‌بست‌ها درهای جدیدی باز می‌کند، راه‌های جدید می‌سازد و راه کارهای نو خلق می‌نماید که در چنین شرایطی توجه بیشتر به ظرفیت‌ها، خلاقیت‌ها و ابتکارات از جمله توانایی‌های منحصر به خود زنان امر حیاتی و نیاز مبرم پنداشته می‌شود.

کارآفرینی زنان رکن اصلی در توسعه اقتصادی به شمار می‌رود، زیرا که زنان به‌عنوان نیمی از جامعه، تاثیر مستقیم در توسعه دارند و مشارکت اجتماعی و اقتصادی برابر زنان و مردان راه رسیدن به توسعه، رفاه و سازندگی را در تمام سطوح در یک جامعه هموار می‌سازد. در عصر حاضر در عرصه‌ی جهانی، زنان خلاق و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشای تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی و صنعتی اند.

با وجود تمام چالش‌ها و موانع که در برابر زنان کارآفرین در جوامع به ویژه افغانستان وجود دارد؛ زنان کارآفرین، رشد اقتصادی و تغییرات اجتماعی را کلید می‌زنند، با اداره و انعطاف‌پذیری سقف‌های شیشه‌ای را می‌شکنند، با باورمندی و توانایی‌های خود مسیر موفقیت را هموار می‌سازند، سیستم‌های پر رونق تجاری را پرورش می‌دهند و در توسعه و سازندگی جامعه نقش آفرینی می‌نمایند.

در نهایت، حمایت، فراهم ساختن تسهیلات و سهل ساختن دسترسی به امکانات برای زنان کارآفرین و هم‌چنان رفع محدودیت‌ها و برداشتن موانع از سر راه زنان کارآفرین منجر به درآمدزایی، اشتغال‌زایی و بحران‌زدایی در تمام سطوح سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی می‌گردد و راه ایجاد جامعه‌ی کارآفرین را کوتاه و سهل می‌سازد.

منابع

- جواهری، فاطمه، و قضاتی، سرور. (۱۳۸۳). موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۵ (۱).
- گلرد، پروانه. (۱۳۸۸). خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان، ۷.
- هاشمی‌نژاد، اشرف‌السادات. (۱۳۸۴). گسترش کارآفرینی زنان. فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی (رویش)، ۳ (۱۲).
- ممیز، آیت‌اله، و دیگران. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان. رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، ۳۵.
- منصورنژاد، محمد. (بدون تاریخ). مسئله زن، اسلام و فمینیسم (در دفاع از حقوق زنان). به کوشش حجت‌الله محمدشاهی. تهران: برگ زیتون.
- مندعلی‌زاده، زینب، و احسانی، محمد. (۱۳۹۲). رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۱ (۳).
- یعقوبی فرانی، احمد، سلیمانی، عطیه، و موحدی، رضا. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی. مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۲.