

بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی ایران

علی ربیعی¹

زهرا نظریان²

تاریخ دریافت: 1391/2/23 تاریخ پذیرش: 1392/1/19

چکیده

زمینه: در چند سال اخیر ورود زنان ایرانی به آموزش عالی ایران از رشدی چشمگیر برخوردار بوده است. در این شرایط ترغیب و ترویج کارآفرینی در بین زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی کشور به منظور ایجاد کسب و کارهای مستقل می‌تواند نقش مهمی را در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه ایفا نماید.

هدف: این پژوهش برای شناسایی مهمترین موانع زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی در ایران سامان یافته است.

روش: این تحقیق، توسعه‌ای و کاربردی و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی است. ابتدا به وسیله مصاحبه‌های اکتشافی با 20 تن از کارشناسان مهمترین موانع موجود مشخص و سپس پرسشنامه - ای شامل 36 پرسش لیکرتی طراحی شد. جمعیت آماری 30 نفر از زنان تحصیل کرده دارای فعالیت کارآفرینی و 80 نفر از اساتید دانشگاهی صاحب نظر در مسائل مدیریت و کارآفرینی است. برای تحلیل داده‌ها نیز از آزمون فریدمن استفاده شد.

1. دانشیار، گروه ارتباطات و مدیریت رسانه، دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول). alirabiee@pnu.ac.ir

2. مربی، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور. z.nazarian184@gmail.com

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که موانع فرهنگی و فردی مهمترین موانع پیش روی کارآفرینی زنان است و در این میان عواملی چون وجود تبعیض‌های جنسیتی در محیط کار، ترس از شکست و تحریک‌پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان، تلاقی امور شرکت با مسائل خانوادگی و ناهمخوانی انتظارات نقشی، وجود قوانین دست‌وپاگیر اداری و بوروکراسی موجود و تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی لازم از بالاترین اولویت و اهمیت برخوردار هستند.

نتیجه‌گیری: با توجه به رشد روز افزون زنان با تحصیلات عالی دانشگاهی باید به رفع چالش‌های کارآفرینی این قشر توجه ویژه گردد.

کلید واژه (گان): کارآفرینی، زنان کارآفرین، موانع و چالش‌ها، ایران.

مقدمه

کارآفرینی فرآیندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق¹ و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد یابنده می‌کند. این فرآیند که مستلزم پذیرش خطر و مخاطره است، منجر به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه می‌شود (مقیمی، 1381، ص. 7) و سبب می‌گردد بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها در بهره‌وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و مؤسسات بهره‌ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه‌جانبه باشند (هاشمی، 1380، ص. 126). همچنین می‌توان گفت کارآفرینی فرآیند خلق چیزی جدید و با ارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم، و در نظر گرفتن خطرهای مالی، روانی و اجتماعی و در نهایت رسیدن به رضایت فردی، مالی و استقلال است (هیسریچ و پیترز، در فیض بخش و تقی یاری، 1383). کارآفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌ها را غنیمت می‌شمرند و با تکیه بر اندیشه‌ها و تجربه‌های خویش راهکارهای تازه برای سودآوری جستجو می‌کنند (جهانگیری، 1380، ص. 63). ویلیام بای گریو² (1994) معتقد است کارآفرین کسی است که

1. Innovative

2. William Bygrave

یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی را راه اندازی می‌کند. فرآیند کارآفرینی نیز تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیات را در بر می‌گیرد که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد (شاه حسینی، 1383، ص. 3). امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند، به طوری که در غرب و برخی از کشورهای دیگر، دو دهه اخیر دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته است و نیز در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه به عنوان اصلی‌ترین منبع توسعه مورد توجه قرار گرفته است (Mccline, 2004). کارآفرینی در میان زنان و مردان کشورهای مختلف متفاوت است. بر اساس یک تحقیق مقایسه‌ای در مورد فعالیت‌های کارآفرینی بین زنان و مردان در 37 کشور جهان، مشخص گردید که ویژگی‌های خاص هر کشور نرخ رواج کارآفرینی را در میان زنان و مردان تعیین می‌کند (Reynold et al., 2002). در مورد کشورمان نیز می‌توان گفت که به طور کلی توسعه کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران است. در شرایطی که معضل بیکاری به عنوان بزرگ‌ترین مسأله اقتصادی و اجتماعی این زمان مطرح است به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی باشد (پیکارجو و اصغری، 1387، ص. 67).

از طرفی، یکی از مؤلفه‌های مهم در قضاوت درباره‌ی کارایی داخلی و خارجی آموزش عالی هر کشور، کیفیت آموزش نیروی انسانی در هماهنگی با نیازها و تغییرات بازار کار است. (شادی طلب، 1382؛ میرزایی، 1383؛ صادقی و عمادزاده، 1383؛ حسینی لرگانی و همکاران، 1387). موضوع کار به نوعی با همه‌ی افراد و اجزای جامعه در ارتباط است و از عوامل اساسی رشد و توسعه علمی، صنعتی، اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (گلستان هاشمی، 1382). دولت‌ها با مشکل چگونگی طراحی خط‌مشی‌هایی برای کاهش میزان بیکاری روبه‌رو هستند (Boone et al., 2004). از این رو کارآفرینی در اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورها قرار گرفته است (نیازی و نصر آبادی، 1386).

کارآفرینی را باید یکی از ضروریات هزاره جدید دانست. عصری که به جامعه اطلاعاتی و هنگامه جهانی شدن موسوم است و در بردارنده پیامدهای مهمی همچون فراگیری فناوری‌های نوظهور و تغییر و تحولات شتابناک در عرصه مبادلات شدید و بی رحمانه در عالم کسب و کار است (حسینی لرگانی و همکاران، 1387، ص. 120). در چنین فضایی، از کارآفرینی به مثابه عامل رشد، توسعه و نیز یکی از شاخص‌های تأثیرگذار در رصد کردن چشم انداز مطلوب هر جامعه یاد می‌شود که این خود بر تأثیرات عمیق و گسترده آن در به چالش کشیدن انسان‌های عصر پست مدرن دلالت دارد (Clark, 1998).

امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه انسانی مبدل گردیده است زیرا فعالیت اقتصادی زنان رابطه مستقیم با فقر و 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 می‌نماید (Cowling and Taylor, 2001). از آن جا که زنان بخش قابل ملاحظه‌ای از نیروی کار جامعه را تأمین می‌کنند، عملکرد کارآفرینانه آنان در جهت رشد تولید یا فروش، افزایش سرمایه، رفاه کارمندان، قدرت رقابت و صادرات به توسعه اقتصادی جامعه کمک می‌کند. علاوه بر این جامعه‌ای که خواهان توسعه همه جانبه است باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه اعضای خود از جمله زنان فراهم سازد (Robinson, 2001) کارکرد زنان تحصیل کرده در جهان، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، نشان دهند گذار از نقش دنباله‌ی و انفعالی و نیز اشتیاق برای به دست آوردن آگاهی، مشارکت خواهی و دخالت فعالانه در تعیین سرنوشت خویش در خانواده، محیط کار و اجتماع است (دموری و همکاران، 1388، ص. 9). زنان در کشورهای در حال توسعه امید اول برای ارتقای 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 (.

(Seymour 2001, p. 2). با توجه به نقش زنان در مدرنیزه کردن اقتصادهای در حال رشد، لزوم بررسی کسب و کار آنان در جوامع در حال توسعه که دارای بافت اجتماعی متفاوتی هستند، از اهمیت بالایی برخوردار است (آراستی و اکبری جوکار، 1387 الف، ص. 56)

در شرایط کنونی ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور به ویژه فارغ‌التحصیلان بیکار یکی از مهمترین دغدغه‌های سیاستگذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور است و به عبارت دیگر، مسأله بیکاری دانش‌آموختگان در سال‌های اخیر در ایران به عنوان یکی از چالش‌های اساسی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در زمره مهمترین تهدیدهای امنیت و توسعه ملی مطرح شده است (فراستخواه، 1383). نتایج مطالعات در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که در بیشتر کشورها، کارآفرینی یکی از متداول‌ترین راه‌حل‌ها برای غلبه بر بیکاری است (Hytti, 2003).

رشد روزافزون عرضه نیروی کار طی سال‌های اخیر در کشور، به رشد قابل توجه نرخ بیکاری به ویژه در میان جوانان، زنان و افراد تحصیل کرده منجر شده است. با آن که برای اولین بار در تاریخ ایران با گروه عظیمی از زنان روبرو هستیم که برخلاف همه‌ی دوره‌های گذشته صاحب سواد و حتی تحصیلات عالی هستند. چنانچه در سال‌های اخیر بیش از 64 درصد ورودی دانشگاه‌ها زنان و دختران بوده‌اند (گلرد، 1387، ص. 183). افزایش زنان و دختران تحصیل کرده دانشگاهی، عدم توان جذب این افراد آماده به کار از سوی بخش دولتی به دلیل ظرفیت محدود بخش خصوصی موجود به دلیل گستره محدود و در نهایت، امکان استقلال و انعطاف پذیری بیشتر ساعات کار در کسب و کار شخصی که سبب ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌گردد، منجر به گرایش بیشتر زنان به راه‌اندازی کسب‌وکار در سال‌های اخیر شده است. ولی تعداد اندک کارفرمایان زن، حاکی از موانع و مشکلات فراوانی است که در راه‌اندازی کسب‌وکار توسط زنان ایرانی وجود دارد (آراستی و اکبری جوکار، 1387 الف، ص. 57). از سویی، عدم تعادل موجود در نیروهای بازار کار، ناشی از عوامل گوناگونی است که تأثیر قابل توجهی در نابرابری فرصت‌های شغلی زنان در مقابل مردان خواهد داشت. بدیهی است که در مسیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات گوناگونی

وجود دارد که شناسایی و رفع آنها منجر به تسهیل این امر خواهد شد. بنابراین مطالعه موانع کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند (جوهری و قضاوتی، 1383). با توجه به محدود بودن تحقیقات درباره کارآفرینی زنان، تعریف آن نیز بسیار محدود می‌باشد. یکی از این تعاریف توسط براش¹ ارائه شده است و به معنی فعالیت زنانی است که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارآفرینی و کسب‌وکارهایی با مالکیت انحصاری صورت می‌گیرد (Djiver, 2006, p.2). زن کارآفرین عبارت است از شخصی که به تنهایی یا با مشارکت، کسب و کاری را ایجاد کرده است و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی، در اداره امور روزانه شرکت می‌جوید. یعنی شخصی که خطرات مالی را برای ورود به یک کسب‌وکار 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 (Bird and Brush, 2003). لاوی² نیز زنان کارآفرین را زنانی می‌داند که به تنهایی یا با مشارکت کسب‌وکاری را ایجاد کرده و یا به آنها به ارث رسیده است و با قبول مخاطره‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی، با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید کنند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند (Adrian et al., 1999, p. 5).

طی دو دهه گذشته زنان بسیاری به عنوان کارآفرین به محیط‌های کسب و کار روی آورده‌اند؛ به طوری که حضور زنان در مکان‌های کسب و کار برای اداره‌ی سازمان‌های کوچک و کارآفرین اثر عظیمی بر اشتغال و محیط‌های کسب و کار در سراسر جهان داشته است. هرچند که مشکلات اولیه بر سر راه توفیق زنان در کسب و کار از میان برداشته شده است، اما هنوز چالش‌ها و موانع فرا روی زنان کارآفرین بسیار است (جزئی، 1384). در کشورهای با درآمد متوسط و پایین، زنان از روی اجبار و نبود گزینه شغلی بهتر به کارآفرینی

1. Brush
2. Lavoie

روی می‌آورند اما در کشورهای با درآمد بالا، زنان بر اساس فرصت‌های موجود فعالیت‌های کارآفرینی را مورد توجه قرار می‌دهند. انگیزه اکثریت زنان در ورود به کسب و کار در کشورهای با درآمد پایین ایجاد درآمد برای زندگی خود و خانواده است (GEM, 2006). در فرانسه، آلمان و ایتالیا و سایر نظام‌های اقتصادی پیشرفته تعداد شرکت‌هایی که مدیریت آنها با زنان است، افزایش سریعی داشته‌اند (Zimny, 2003, p.12).

به طور کلی، از اهداف زنان کارآفرین در ورود به کارآفرینی می‌توان به دستیابی به استقلال، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، اجتناب از فقر، به دست آوردن قدرت و اعتبار در جامعه، تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی، مفید بودن برای جامعه و سایر افراد، عدم رضایت از شغل فردی و شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخصی اشاره نمود (Ylinen & Chechrnia, 2002). بسیاری از زنان نیز به خاطر حفظ تعادل بین کار و خانواده کارآفرین می‌شوند. زنان به علت شرایط زندگی خانوادگی، بیشتر از افزایش ثروت، به کارآفرینی تشویق می‌شوند. زیرا نیاز به هماهنگی کار و خانواده دارند. زنان، کارآفرین می‌شوند تا به امنیت برسند و خانواده‌شان را مورد حمایت قرار دهند. همچنین زنان با افزایش اوقات فراغت و نارضایتی از کار قبلی‌شان کارآفرینی را انتخاب می‌کنند. (Simonin, 2006, p. 91 به نقل از گلرد، 1387، ص. 192).

امروزه زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشا تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در عرصه جهانی شده‌اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی و صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار در جوامع تبیین یافته است (آراستی، 1385).

نتایج تحقیقات درباره تفاوت‌های جنسیتی زنان کارآفرین در روسیه نشان داد که آنها مسئولیت‌هایی مانند خانه داری و تربیت فرزندان را به عهده دارند. وجود مسئولیت مضاعف و تضاد نقش برای زنان روسی باعث شده است تا آنها نتوانند در شغل خود به اندازه مردان مراحل پیشرفت را طی کنند. حضور نامتناسب آنها در کارهای دستی و کارهای اغلب سطح

پایین بیانگر این موضوع است (Chechurina and Yelliene, 2002, p.6). بر اساس یافته‌های استونر و همکارانش¹ تضاد نقش‌ها که در اثر مسئولیت دوگانه مدیریت یک کسب و کار و رسیدگی به خانواده پیش می‌آید، مشکل اصلی زنان صاحب کسب و کار است. در سال‌های اخیر، دگرگونی فرهنگی باعث کاهش تفاوت‌های جنسیتی در رهبری و بهبود نگرش نسبت به مدیران زن شده و قانون فرصت‌های برابر شغلی و تصمیم‌های دادگاه‌ها در کشورهای پیشرفته، گسترش اشتغال تمام وقت زنان را پدید آورده است. نگرش درباره کلیشه‌های جنسیتی نیز در حال دگرگونی است. هرچند هنوز برخی شغل‌ها بر پایه جنسیت می‌باشد، این باور روز به روز بیشتر رنگ می‌بازد (هاشمی، 1380).

یافته‌ها بیانگر آن است که زنان خواستار شغل، قدرت و موقعیت‌اند و از کارکردن به عنوان زیر دست یک رئیس زن احساس راحتی می‌کنند (عبدالهی، 1381). در نگاهی گذرا به جریان رشد تعداد زنان صاحب کسب و کار در سال‌های مختلف، موج حرکت زنان ایرانی در راه اندازی کسب و کار مشهود است. به طور کلی، صاحبان کسب و کار تقریباً نیمی از کل شاغلین ایران را شامل می‌شوند. البته لازم به یادآوری است که کارفرمایان فقط 5/6 درصد، کارکنان مستقل 33/3 درصد و کارکنان خانوادگی 8/7 درصد از کل شاغلین را به خود اختصاص داده‌اند. نگاهی به آمارهای زنان صاحب کسب و کار، وضعیت متفاوتی را نشان می‌دهد. در آمار سال 1381، حدود 70 درصد از کل شاغلین زن، به شکل کارفرما، خویش فرما و یا کارکنان فامیلی فعالیت دارند ولی نسبت کارفرمایان زن فقط 1/02 درصد از کل شاغلین زن است و آنها تقریباً همیشه 0/02 درصد از کل جمعیت کشور را دارا بوده‌اند. کارکنان مستقل 24/8 درصد و کارکنان فامیلی بیشترین سهم را از شاغلین زن (44%) را شامل می‌شوند. تغییرات محسوسی در سهم زنان صاحب کسب و کار طی سال‌های اخیر مشاهده می‌شود و این سهم در یک دوره 5 ساله از 1375 تا 1380 از 1/22 درصد به 2/27 درصد رسیده که نشان دهنده موج حرکت زنان در راه اندازی کسب و کار در ایران است (آراستی، 1384).

با این وجود بر اساس گزارش دیدبان جهانی کارآفرینی¹ در سال 2009، بررسی شاخص‌های ارزیابی محیط کسب و کار در ایران نشان می‌دهد که شاخص کارآفرینی نوپای زنان ایرانی از 16/7 درصد در سال 2008 (رتبه 7 از میان 42 کشور عضو) به 6/47 درصد (رتبه 22 در میان 54 کشور عضو) در سال 2009 رسیده است. از سویی شاخص حمایت از زنان برای راه اندازی کسب و کار در کشور در سال 2009 برابر 2/41 است که کمتر از میانگین GEM به میزان 3/26 می‌باشد. رتبه ایران در این شاخص در سال 2008، در بین 31 کشور عضو برابر 31 بوده که در سال 2009 نسبت به 45 کشور در رتبه 44 قرار گرفته است. (گزارش دفتر GEM ایران، 2009).

با توجه به سهم غیرقابل انکار زنان در تولید ملی و توسعه اقتصادی، برنامه ریزی جهت اشتغال زنان از مسائل مورد توجه دولت مردان و مسئولان کشور می‌باشد اما از آنجایی که بخش دولتی توانایی جذب نیروی کار بیشتر را ندارد، لذا ضروری است که شرایط مناسب برای خوداشتغالی و توسعه کارآفرینی برای زنان در ایران فراهم گردد تا زنان با ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل جامعه یعنی بیکاری را پایان بخشند. به همین منظور شناخت مجموعه عواملی که زمینه موفقیت و بهره‌وری هر چه بیشتر زنان کارآفرین ایرانی را فراهم می‌سازد، ضروری به نظر می‌رسد (گلرود، 1387، ص. 183). از سوی دیگر دولت بنا بر قانون اساسی و نیز برنامه‌های تصویب شده، قصد دارد که حجم خود را کوچک کرده و از تعداد کارکنان‌اش بکاهد؛ اما در این مسیر باید سازوکارهای لازم را برای فعالیت آزادانه و رقابتی همه‌ی نیروها، به‌ویژه نیروهای کارآفرین فراهم سازد و ضروری است از زنان که بنا به عرف و عادت جامعه کمتر در صحنه‌های اقتصادی حضور داشته‌اند؛ حمایت بیشتری نماید، چرا که زن ایرانی امروز، یک نیروی عقب افتاده و بی‌سواد و فاقد مهارت نیست؛ بلکه نیروی بالنده‌ای است که لااقل در عرصه‌ی آموزش عالی بر مردان سبقت گرفته است. بنابراین در راستای سیاست «کاهش تصدی‌گری دولت» لازم است که نقش دولت‌ها از ایجاد

1. GEM, 2009

کننده کار و کارفرما به فراهم ساختن زمینه در بروز فرصت‌های کارآفرینی برای زنان تغییر کند (گلرد، 1386، ص. 272).

جوهری و قضاوتی (1383) موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظارهای نقشی، باورهای کلیشه‌ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی می‌دانند. کریمی (1384) در مطالعه‌ای مشکلات مالی، اختلاف میان اعضا و تبعیض علیه زنان را از مهمترین موانع کارآفرینی زنان در تعاونی‌های استان مازندران بر می‌شمارد. کریمیان و امیر لطفی (1386) در تحقیقی به بررسی موانع و چالش‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی زن در استان گلستان پرداختند. بر مبنای یافته‌های این مطالعه، محدودیت‌های خانوادگی و محدودیت‌های فرهنگی مانعی بر سر راه کارآفرینی زنان این استان نیست. اما فراهم نبودن آموزش‌های مناسب، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود نهادهای حمایتی و فراهم نبودن قوانین و مقررات مناسب مهمترین چالش‌ها در توسعه کارآفرینی تلقی می‌شوند. میرغفوری و همکارانش (1388) در تحقیقی به بررسی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان استان یزد پرداختند. نتایج نشان داد که موانع خانوادگی، علمی-تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی بر کارآفرینی مؤثر است و موانع پرورشی تأثیری بر کارآفرینی زنان این استان ندارد.

آراستی و جوکار (1385) در مطالعه‌ای به این نتیجه دست یافتند که نزدیکان زنان کارآفرین (همسر، فرزندان، والدین) مهمترین پشتیبان آنها بوده و حمایت عاطفی، بیشترین کمکی است که این زنان از شبکه خود دریافت می‌کنند. این پژوهشگران در مقاله‌ای دیگر (1387 الف) نشان دادند که زنان کارآفرین ایرانی، با برنامه ریزی و با هدف ارائه محصولات و خدماتی با کیفیت بهتر، کسب و کار خود را راه اندازی می‌کنند و داشتن برنامه کسب و کار، نقش مهمی در راه اندازی موفق کسب و کار آنان دارد. همچنین زنان کارآفرین ایرانی، موفقیت خود را در درجه اول در رسیدن به رضایت شخصی و اثبات شایستگی‌های خود و سپس در سودآوری می‌دانند. همچنین در پژوهش دیگری (1387 ب) به تحقیق پیرامون

ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه اندازی کسب و کار پرداختند. آنها نشان دادند که وجود قوانین دست و پاگیر، بوروکراسی اداری، اخذ مجوزها و تأمین منابع مالی مهمترین مشکلات این دسته از زنان بوده و عواملی چون وجود تبعیض‌ها، دسترسی به بازار و تأمین نیروی انسانی از اولویت پایین‌تری برخوردارند.

گلرد در مقاله‌ای (1386) مهمترین دلایل فردی زنان ایرانی در توسعه‌ی کسب و کار را مورد بررسی قرار داد. نتایج مطالعات نظری و پیمایشی این تحقیق نشان می‌دهد که دست‌یابی به رضایت شغلی مؤثرترین عامل زنان در ورود به کسب و کار بوده و مهمترین ویژگی در توسعه‌ی کسب و کار توفیق‌طلبی زنان ایرانی است. وی همچنین در تحقیقی دیگر (1387) به بررسی مهمترین شاخص‌های بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی پرداخت و نشان داد که زنان ایرانی توانسته‌اند بین زندگی کاری و شخصی خود تعادل برقرار کرده و در کسب قدرت و اعتبار در جامعه بسیار موفق باشند، نیز در محصولات و روش تولید خود از نوآوری بالایی برخوردار بوده و به عبارت دیگر بهره‌وری قابل توجهی داشته‌اند. در تحقیقی دیگر با عنوان عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی گلرد (1384) بیان می‌کند که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل موجود مؤثرتر بوده و مهمترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه است. همچنین زنان کارآفرین با شبکه اولیه ارتباطی، رابطه‌ای قوی دارند و عوامل و شرایط محیطی کشور برای توسعه کسب و کار زنان مناسب و مساعد نمی‌باشد. آرایش (1390) در تحقیقی به بررسی برخی از مشکلات زنان تحصیل کرده دانشگاهی در تجارت پرداخت. نتایج مطالعات زیر نشان داد که موانع مالی، اجتماعی و فرهنگی، شخصیتی، تحصیلات، موانع علمی، قانونی، خانوادگی و بازاریابی از مهمترین موانع پیش‌روی توسعه تجارت توسط زنان در زنان تحصیل کرده در ایوان غرب می‌باشد.

در خارج از کشور نیز لی گاسلین¹ و همکارش (1990) عدم اعتماد بانک‌ها، تأمین کنندگان و مشتریان، کمبود سرمایه شروع کار و مخالفت‌های خانواده و همسر را به عنوان مهم‌ترین مشکلات زنان کارآفرین کانادایی معرفی می‌کنند. داس² (2001) نداشتن سرمایه مناسب و جریان نقدی مطلوب، شرایط بازار، فقدان تجارب مدیریتی، کمبود زمان و مشکلات خانوادگی را از مهمترین چالش‌های زنان کارآفرین هندی می‌داند. براساس تحقیقی که توسط مرکز مشاوره ملی کسب و کار زنان آمریکا³ (2003) انجام شد مهمترین مشکلات زنان این کشور در راه اندازی کسب و کار عبارتند از: دسترسی به سرمایه، رویارویی با اقتصاد جاری، هزینه بیمه‌ها، محیط رقابتی کسب و کار، مالیات‌ها و بوروکراسی. همچنین، در مطالعه انجام شده روی 129 زن کارآفرین در آمریکا، تعدادی از زنان ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده‌اند. به نظر می‌رسد که در زمینه ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تماس، مردان از امتیاز و امکانات بیشتری برخوردارند. این مسأله در خصوص زنان سیاه پوست تشدید می‌شود (صابر، 1385، ص. 31). تحقیقات کووالاین و آرنوس⁴ (2006) در فنلاند نشان داد که علاقه زنان به کارآفرینی هنگامی که بچه دار می‌شوند افزایش می‌یابد، چرا که نگهداری از فرزند نیاز به تنظیم ساعات کاری دارد و این امر برای یک کارآفرین امکان بیشتری دارد و همچنین هماهنگ کردن مسئولیت‌های کار و خانواده در فعالیت‌های کارآفرینانه معمولاً بهتر از مشاغل مزدبگیری است. در کشورهای اسکاندیناوی به خصوص فنلاند، رفاه خانواده و ایجاد شرایط مالی بهتر برای اعضای خانواده، مشارکت زنان را در شکل‌گیری کسب و کارهای جدید افزایش می‌دهد. کانتور⁵ (2002) نیز تحقیقات خود را به منظور ارائه برنامه‌های عملی و مناسب برای رشد کسب و کارهای کوچک زنان در کشورهای در حال توسعه ارائه کرده است. کانتور شاخص‌های میزان ارائه خدمات به مشتریان،

1. Lee. Gosselin
 2. Das
 3. National women's business council
 4. Kavalainen & Arenius, p:215
 5. Kantor

پایداری - ثبات - کسب و کار، اثربخشی و کارایی کسب و کار را برای ارزیابی موفقیت و توسعه کسب و کارهای زنان مطرح کرده است.

با توجه به کمبود مطالعاتی که به طور جامع و کامل چالش‌های کارآفرینی زنان دارای تحصیلات دانشگاهی را در ایران مورد بررسی قرار دهد، این مقاله بر آن است که این موضوع را از جوانب مختلف فرهنگی و اجتماعی، فردی، اقتصادی و تجاری، قانونی و علمی بسنجد. در این پژوهش سعی می‌شود به وسیله مطالعات میدانی مهمترین چالش‌ها استخراج و در پایان راهکارهای لازم برای حذف و یا کاهش موانع موجود ارائه گردد. پرسش‌های پژوهش به شرح زیر است:

- مهمترین موانع کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی در ایران کدامند؟
- چه راهکارهایی برای کاهش و یا رفع موانع موجود وجود دارد؟

سوالات فرعی

- مهمترین موانع فرهنگی موجود در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟
- مهمترین موانع اقتصادی و تجاری در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟
- مهمترین موانع قانونی موجود در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟
- مهمترین موانع فردی موجود در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟
- مهمترین موانع علمی موجود در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟
- مهمترین موانع اجتماعی موجود در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی چیست؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر مطالعه‌ای اکتشافی است که به روش میدانی با ماهیت توصیفی - پیمایشی (زمینه یابی) انجام شده است و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. اطلاعات مورد نیاز این تحقیق

در دو مرحله جمع آوری شد. مرحله نخست شامل روش کتابخانه‌ای و اسنادی و مرحله دوم مطالعات میدانی (مشمول بر مصاحبه اکتشافی و تکمیل پرسشنامه) است. ابتدا با مطالعه پیشینه پژوهش در داخل و خارج از کشور و به وسیله مصاحبه‌های اکتشافی عمیق و کیفی با 20 نفر از کارشناسان و افراد آشنا به مباحث کارآفرینی، مهمترین موانع موجود مشخص و در شش بعد دسته بندی گردید؛ سپس به کمک مؤلفه‌های بدست آمده پرسشنامه‌ای (شامل 36 سوال؛ با ضریب آلفای کرونباخ 0/91) به شیوه لیکرت طراحی شد. جامعه آماری در این مرحله از تحقیق شامل 30 نفر از زنان تحصیل کرده دارای فعالیت کارآفرینی و 80 نفر از اساتید دانشگاهی صاحب نظر در مسائل مدیریت و کارآفرینی است که به شیوه تصادفی انتخاب گردیدند. پس از توزیع پرسشنامه در بین این افراد، 93 پرسشنامه 84.5 درصد) به محققین بازگردانده شد. پس از اجرای پرسشنامه‌ها، داده‌های خام پژوهش از پرسشنامه‌ها استخراج و در جدول اطلاعات کلی تنظیم شد. سپس کلیه اطلاعات با نرم افزار آماری SPSS (به وسیله آزمون فریدمن) تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌های تحقیق

1. میزان پاسخگویی و درصد فراوانی متغیرهای تحقیق
میزان پاسخگویی به سوالات پرسشنامه بر اساس جدول 1 می‌باشد.

جدول 1. درصد فراوانی متغیرهای تحقیق

ردیف متغیر	نام متغیر	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	جمع
متغیر اول	موانع فرهنگی	6/5	12/9	22/6	32/3	25/8	100
متغیر دوم	موانع اقتصادی و تجاری	7/5	17/2	22/6	36/6	16/1	100
متغیر سوم	موانع قانونی	8/6	12/9	21/5	37/6	19/4	100
متغیر	موانع فردی	6/5	12/9	22/6	32/3	25/8	100

100	19/4	34/4	28	12/9	5/4	موانع اجتماعی	متغیر پنجم	چهارم
100	18/3	29	25/8	17/2	9/7	موانع علمی	متغیر ششم	

2. اولویت موانع

در میان 6 متغیر مطرح شده با درجه آزادی 4 و درصد اطمینان 99 درصد، میزان آزمون فریدمن معادل 64.468 حاصل گردید که بیانگر تفاوت معناداری میان آنها است. همچنین بر اساس نتایج، از میان موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان، موانع فرهنگی از نظر پاسخ دهندگان مهمترین عامل بوده و کمترین اهمیت مربوط به موانع علمی است. ترتیب این نتایج به صورت زیر می‌باشد:

موانع علمی < موانع اقتصادی < موانع قانونی < موانع اجتماعی < موانع فردی < موانع فرهنگی
 $3/21 < 3/4 < 3/57 < 3/81 < 3/95 < 3/96$

3. موانع فرهنگی

جدول 2. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع فرهنگی طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

ردیف	مؤلفه	Mean Rank
1	وجود تبعیض‌های جنسیتی در محیط کار در ارتقای شغلی، آموزش و مشارکت و....	3/51
2	نگرش منفی مردم و دست اندر کاران به اشتغال زنان	3/47
3	عکس‌العمل‌های منفی مسئولین، سازمان‌ها و موسسه‌های اقتصادی و اجتماعی	3/30
4	وجود فرهنگ مرد سالاری و نپذیرفتن زنان به عنوان همکار در گروه‌های کاری از جانب مردان در سازمان‌ها	3/28
5	عدم اعتماد به زنان کارآفرین و پرهیز از همکاری با آنان	3/21
6	وجود باورهای مذهبی و کلیشه‌ای در مورد زنان	2/98

2/81	7	نامنی‌های اجتماعی
2/75	8	نابرابری موجود در نظام تعلیم و تربیت (در خانواده‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها)

با در نظر گرفتن درجه آزادی 3 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/001، میزان آزمون فریدمن معادل 25/92 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان 8 مؤلفه مطرح شده برای موانع فرهنگی است؛ همچنین براساس جدول 2 و با توجه به میانگین‌های به دست آمده طبق آزمون رتبه بندی فریدمن، وجود تبعیض‌های جنسیتی در محیط کار در ارتقای شغلی، آموزش و مشارکت و غیره از دیدگاه پاسخگویان مهمترین مانع بوده است و سایر موانع در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

4. موانع فردی

جدول 3. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع فردی طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

Mean Rank	مؤلفه	ردیف
3/28	ترس از شکست و تحریک پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان	1
3/04	نداشتن الگوی مناسب	2
2/98	رضایت دادن به شرایط فعلی شغلی و ترس از پذیرش مخاطره (مقاومت در برابر تغییر)	3
2/88	اعتماد به نفس پایین در زنان و کمبود جسارت	4
2/82	کمبود توانایی بدنی زنان برای تحمل فشارهای کاری بیشتر	5

با در نظر گرفتن درجه آزادی 4 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/001، میزان آزمون فریدمن معادل 35/21 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان 5 مؤلفه مطرح شده برای موانع فردی است. نیز بر اساس جدول 3، ترس از شکست و تحریک‌پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان مهمترین مانع کارآفرینی زنان از بعد فردی بوده است.

5. موانع اجتماعی

با در نظر گرفتن درجه آزادی 3 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/001، میزان آزمون فریدمن معادل 37/97 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان 4 مؤلفه مطرح شده برای موانع اجتماعی است. ترتیب مؤلفه‌های مربوط به بعد اجتماعی در جدول 4 نشان داده شده است.

جدول 4. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع اجتماعی طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

ردیف	مؤلفه	Mean rank
1	تلاقی امور شرکت با مسائل خانوادگی و ناهمخوانی انتظاراتی نقشه	3/2
2	عدم تشویق زنان توسط خانواده‌ها و کمبود حمایت‌های معنوی	2/93
3	عدم وجود مراکز مشاوره کارآفرینی در دانشگاه‌ها یا نهادهای دولتی	2/45
4	مخالفت والدین و یا همسر با کارآفرینی زن	1/79

موانع اجتماعی

6. موانع قانونی

با در نظر گرفتن درجه آزادی 5 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/001، میزان آزمون فریدمن معادل 21/99 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان پنج مؤلفه مطرح شده برای موانع قانونی است.

جدول 5. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع قانونی طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

ردیف	مؤلفه	Mean Rank
1	وجود قوانین دست و پاگیر اداری و بوروکراسی موجود	2/66
2	عدم وجود قوانین کافی در خصوص حمایت از زنان کارآفرین	2/53
3	قوانین ناظر بر خانواده مانند منع کار زن در صورت عدم رضایت همسر	2/51
4	فراهم نبودن قوانین و مقررات لازم جهت توسعه کسب و کار	2/39
5	دشواری در اخذ مجوزها	2/11

موانع قانونی

همچنین براساس جدول 5 و با توجه به میانگین‌های به دست آمده طبق آزمون رتبه بندی فریدمن، وجود قوانین دست‌وپاگیر اداری و بوروکراسی موجود از دیدگاه پاسخگویان مهمترین مانع بوده است و سایر موانع در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

7. موانع اقتصادی و تجاری

جدول 6. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع اقتصادی و تجاری طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

ردیف	مؤلفه	Mean Rank
1	تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی لازم	3/81
2	دشواری در ورود و توسعه حضور زنان به بازار رقابت	3/78
3	محدودیت‌های تحرک پذیری اقتصادی زنان (آزادی انتخاب مکان سرمایه گذاری، نوع فعالیت و غیره	3/72
4	نگرش منفی بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی به اعطای وام و تسهیلات به زنان کارآفرین	3/66
5	تاخیر بانک‌ها در تأمین به موقع منابع مالی مورد نیاز زنان کارآفرین	3/15
6	مشکلات مربوط به دستیابی به تأمین کنندگان مناسب، مواد اولیه و غیره	2/99
7	عدم توانایی زنان در فراهم آوری وثیقه تضمینی مورد درخواست بانک‌ها	2/78
8	عدم توانایی در جلب اعتماد مشتریان، تأمین کنندگان و سرمایه گذاران و غیره	2/71
9	مشکلات مربوط به پرداخت مالیات‌ها، هزینه‌های بیمه، کنترل و مدیریت هزینه‌ها و....	2/56
10	کمبود مکان مناسب کسب و کار، امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، حمل و نقل و غیره	2/34

با در نظر گرفتن درجه آزادی 7 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/001، میزان آزمون فریدمن معادل 33/825 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان 10 مؤلفه مطرح

شده برای موانع اقتصادی و تجاری است. در میان مؤلفه‌های مربوط به بعد اقتصادی و تجاری، تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی لازم دارای بالاترین اهمیت بوده و کمبود مکان مناسب کسب و کار، امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، حمل و نقل و غیره از پایین‌ترین اولویت برخوردار است.

8. موانع علمی

جدول 7. میانگین رتبه شاخص‌های مربوط به موانع علمی طبق آزمون فریدمن به ترتیب اهمیت

ردیف	مؤلفه	Mean Rank
1	کمبود راهنمایی در زمینه بازاریابی و نبود آگاهی از محیط کسب و کار و عوامل محیطی حاکم	3/05
2	پایین بودن دانش فنی در زنان و کمبود مهارت‌های حرفه‌ای	2/89
3	نبود اطلاعات حقوقی	2/74
4	کمبود مهارت‌های مدیریتی	2/63

رتبه

با در نظر گرفتن درجه آزادی 2 و 99 درصد اطمینان، سطح معناداری 0/00، میزان آزمون فریدمن معادل 16/967 حاصل گردید که بیانگر وجود تفاوت معناداری میان چهار مؤلفه مطرح شده برای موانع علمی است. همچنین براساس جدول 7 و با توجه به میانگین‌های به دست آمده طبق آزمون رتبه بندی فریدمن کمبود راهنمایی در زمینه بازاریابی و نبود آگاهی از محیط کسب و کار و عوامل محیطی حاکم از دیدگاه پاسخگویان مهمترین مانع بوده است و سایر موانع در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به منظور شناسایی و بررسی مهمترین موانع کارآفرینی در میان زنان تحصیل کرده کشور ریزی شده است. هدف پژوهش شناسایی مهمترین موانع اقتصادی، فردی، فرهنگی و اجتماعی، علمی و قانونی پیش روی کارآفرینی زنان بود. نتایج پژوهش نشان

می‌دهد که موانع فرهنگی و فردی مهمترین موانع پیشروی کارآفرینی زنان بوده و در این میان موانعی چون وجود تبعیض‌های جنسیتی در محیط کار، ترس از شکست و تحریک پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان، تلاقی امور شرکت با مسائل خانوادگی و ناهمخوانی انتظاراتی نقشی، وجود قوانین دست و پاگیر اداری و بوروکراسی موجود، تأمین سرمایه اولیه و نقدینگی لازم، کمبود راهنمایی در زمینه بازاریابی و نبود آگاهی از محیط کسب و کار و عوامل محیطی حاکم از بالاترین اولویت و اهمیت برخوردارند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش آراستی و جوکار (1387) مبنی بر وجود بوروکراسی و قوانین دست و پاگیر اداری و نیز مشکل تأمین منابع مالی زنان کارآفرین همسو می‌باشد. علاوه بر آن، وجود عواملی چون نگرش منفی به حضور اجتماعی زنان، کمبود سرمایه شخصی و نیز بوروکراسی، هم‌راستا بودن نتایج مطالعه حاضر را با تحقیقات کریمیان و امیر لطفی (1386) نشان می‌دهد.

به منظور کاهش و یا رفع مشکلات و موانع موجود راهکارهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

- ۱ حذف بوروکراسی‌های اداری، شفاف سازی قوانین و مقررات کسب و کار و تسهیل در دریافت مجوزهای گوناگون راه اندازی کسب و کار؛
- ۲ ارائه منابع مالی مناسب به کارآفرینان زن از جمله وام‌های کم بهره و بلندمدت، با در نظر گرفتن عدم توان کارآفرینان زن جوان در ارائه وثیقه‌های سنگین؛
- ۳ اصلاح نظام مالیاتی؛
- ۴ با توجه به مشکل تأمین اعتبار برای زنان کارآفرین پیشنهاد می‌شود که دولت منابع مالی ویژه‌ای را به بانک‌ها تخصیص داده تا از محل آن اعتبارات صرفاً به زنانی که قصد سرمایه گذاری در حوزه‌های مختلف دارند، وام داده شود؛
- ۵ به منظور آشنایی زنان با فعالیت‌های کارآفرینی پیشنهاد می‌شود که با برگزاری دوره‌های کاربردی، مبانی کارآفرینی و بازاریابی و... زمینه لازم برای آشنایی زنان با این مفاهیم و مسائل فراهم گردد؛

- ۱۱ ارائه اطلاعات به روز بازار به منظور رفع مشکلات زنان کارآفرین در دسترسی به بازار و یافتن تأمین کنندگان مناسب؛
- ۱۲ ایجاد فرهنگ سازی از طرف نهادهای فرهنگی و ترغیب خانواده‌ها برای توجه بیشتر به ادامه‌ی تحصیل دختران و حضور آن‌ها در بازار کار؛
- ۱۳ ایجاد و تقویت شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و ملی به منظور ارائه اطلاعات، منابع و مشاوره‌های تخصصی در جهت رفع مشکلات زنان کارآفرین؛
- ۱۴ کمک به حل مشکل تضاد نقش‌ها با آموزش افراد خانواده در تغییر توقعات و کارایی خود، توزیع مناسب مسئولیت‌ها میان اعضا خانواده، انجام هماهنگی‌های لازم در کارهای خانه و نگهداری از فرزندان.

منابع

- آراستی، زهرا. (1384). سیر تحول کارآفرینی زنان - نگاهی به آینده. مقاله ارائه شده در همایش زنان کارآفرین در بازرگانی کشور، مرکز پژوهش‌های بازرگانی کشور، خرداد.
- آراستی، زهرا. (1385). زنان کارآفرین ایرانی و ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای زنانه. مجله پژوهش زنان، 4 (1-2): 93-120.
- آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (1385). بررسی شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان کارآفرین ایرانی و تأثیر آن در راه اندازی کسب و کار. مطالعات زنان، 4 (3): 5-22.
- آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (1387الف). استراتژی‌های مدیریتی و رویکرد زنان کارآفرین ایرانی به موفقیت. فصلنامه مدرس علوم انسانی، 12 (1): 55-77.
- آراستی، زهرا و محمدرضا اکبری جوکار. (1387ب). تحقیقی پیرامون ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه اندازی کسب و کار. دانشور رفتار، 15 (32): 37-48.

- پیکارجو، کامبیز؛ و علی اصغری، فرزانه. (1387). کارآفرینی سازمانی و سازمان‌های کارآفرین. پژوهش نامه نوآوری و کارآفرینی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، صص. 65-90.
- جزئی، نسرین. (1384). عدالت جنسیتی، حقوق و توانمندسازی زنان. مقاله ارائه شده در همایش زنان کارآفرین در بازرگانی کشور، مرکز پژوهش‌های بازرگانی کشور، خرداد.
- جهانگیری، علی. (1380). دولت کارآفرین، فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، 51: 63-71.
- جواهری، فاطمه؛ قضاوتی، سرور. (1383). بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران: موانع کارآفرینی زنان. مجله جامعه‌شناسی ایران، 18، 161-178.
- حسینی لرگانی، سیده مریم؛ میر عرب رضی، رضا؛ رضایی، سعید. (1387). آموزش کارآفرینی در هزاره جدید، زیر ساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، 4(50)، 119-137.
- دموری، داریوش؛ نجاتی آجی‌بیشه، مهران؛ منفرد، شمیم. (1388). شناسایی و رتبه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی دختران دانشجو با رویکرد TOPSIS فازی: بررسی دانشجویان دختر گروه اقتصاد و حسابداری دانشگاه یزد. فصلنامه مطالعات زنان، 7(3): 7-29.
- شادی طلب، ژاله. (1382). مشارکت اجتماعی زنان. فصلنامه پژوهش زنان، 7، 141-176.
- شاه حسینی، علی. (1383). کارآفرینی. تهران: انتشارات آبیژ.
- صابر، فیروزه. (1385). راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران. تهران: انتشارات مطالعات زنان، چاپ سوم.
- صادقی، مسعود؛ عمادزاده، مصطفی. (1383). تحلیلی بر عوامل اقتصادی مؤثر در اشتغال زنان. فصلنامه پژوهش زنان، 8، 5-22.
- عبداللهی، مژگان. (1381). سقف شیشه‌ای: مانع ارتقای شغلی زنان. مطالعات مدیریت، 35 و 36، 187-200.
- فراستخواه، مقصود. (1383). آموزش عالی و بازار کار. فصلنامه پژوهش زنان، 8: 147-164.

- کریمی، زهرا. (1384). نقش فعالیت‌های دولت در گسترش کارآفرینی در میان زنان، مطالعه موردی: تعاونی‌های استان مازندران. مقاله ارائه شده در همایش زنان کارآفرین در بازرگانی کشور، مرکز پژوهش‌های بازرگانی کشور، خرداد.
- کریمیان، محمد تقی؛ و امیر لطیفی؛ فریبا. (1386). بررسی موانع و چالش‌های کارآفرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی جویای کار خانم استان گلستان. همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی: گذشته، حال، آینده. سمنان، اسفند.
- گزارش دفتر GEM ایران. (2009). ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران براساس مدل GEM: دومین گزارش ارزیابی شاخص‌های فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران. تهران: دانشکده کارآفرینی - دانشگاه تهران. قابل دسترسی در سایت: www.gemiran.ir (دسترسی 2013، 3 نوامبر).
- گلرد، پروانه. (1387). بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی. فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، 46، 179-209.
- گلرد، پروانه. (1386). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، 44، 267-295.
- گلرد، پروانه. (1384). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان، 3(1): 101-123.
- گلستان‌هاشمی، مهدی. (1382). خلاقیت‌شناسی کار در سازمان‌های صنعتی. مجله خلاقیت‌شناسی و کارآفرینی، 1(3): 2-10.
- مقیمی، فضل‌الله. (1381). کارآفرینی، سنجش و پژوهش. گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، 3، ص. 7.
- میرزایی، حسن. (1383). عوامل مؤثر بر مشارکت اقتصادی زنان ایران با استفاده از مدل رگرسیونی داده‌های پانلی. فصلنامه پژوهش زنان، 8، 113-132.
- میرغفوری، حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ طاهری دمنه، محسن. (1388). تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: استان یزد). پژوهش‌نامه مدیریت تحول، 1(2): 47-64.

- هاشمی، حمید. (1380). سرمایه‌های جاودان، ویژه نامه همایش کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. تهران: مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران تهران.
- هاشمی، سیدعلی. (1380). بررسی تطبیقی مشارکت زنان در بازار کار ایران و سایر کشورها. تهران: مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری.
- هیسریچ، رابرت. دی و پیترز، پ. کارآفرینی. ترجمه علی رضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری. (1383). تهران: موسسه انتشارات علمی.
- Adrian, M. H., Kirouac, S., and Sliwinski, A. (1999). Women entrepreneurship in Canada: All that glitters is not gold. *Universal Occasional Paper*, 38, 1-13.
- Arayesh, B. (2011). Examine some of the problem and obstacles women university graduates in the field of business. *Australian journal of basic and applied sciences*, 5(7): 692-695.
- Bird, B. J. and Brush, C. G. (2003). A Gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3): 41-65.
- Boone, J., Sadrieh, A. and Vanours, J. (2004). *Experiments on unemployment benefit sanctions and job search behavior*. IZA Discussion Paper No. 1000, available, <http://ftp.iza.org/dp1000.pdf> (2013, Nov,3).
- Chechurina, M., and Yelliene, H. (2000). Women's Entrepreneurship Development in the Murmansk Region, Presentation of the International Conference 'Women's life in the Barents region', Murmansk, April 11-12.
- Clark, B. R. (1998). The Entrepreneurship University Demand and Response: Theory and Practice. *Tertiary Education Management*, 4(1), 5-16
- Cowling, M. and Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 16(3): 167-175.
- Das, M. (2001). Women entrepreneurs from India: problems, Motivations and success factors. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15(4): 63-84.
- Djivre, J. (2006). Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground. *Current Research Issue in Small Business Development Commerce*, 1- 12.
- GEM. (2006). Report on women and entrepreneurship: Global entrepreneurship monitor, available: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/280> (2013, Nov. 03).
- Hytti, U. (2003). From unemployment to entrepreneurship: Construction different meaning. *Journal of Business Venturing*, 18, 29-37.
- Kavalainen, A., & Arenius, P. (2006). Women's Entrepreneurship in Finland. In *Growth-oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective* (New Horizons in Entrepreneurship series), Candida G. Brush, Nancy M. Carter, Elizabeth J. Gatewood, Patricia G. Greene and Myra M. Hart (Eds.).
- Lee-Gosselin, H. & Grise, J. (1990). Are women owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. *Journal of business ethics*, 9(5): 423-433.

- Mccline, R.L. (2004). Opportunity Recognition: An Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the Context of the Health Care Industry: Theory and Practice. *Tertiary Education Management* , 25(2): 81-94.
- National women's business council. (2003). Women's Entrepreneurship in the 21st Century: A Summary of Data from National and Regional Summits. Available, http://www.nwbc.gov/sites/default/files/final_summit_repo.pdf (2013, Nov 03).
- Reynold, S., Hay, M., Camp, M. S., and Autio, E. (2002). Global entrepreneurship monitor: executive report , Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, London Business School. Available, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/256>. (2013, Nov 03).
- Robinson, S. (2001). An Examination of Entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees. *Journal of development entrepreneurship*, 6(2): 151-167.
- Seymour, N. (2001). Report women entrepreneurs in the developing world, Digest No.01-04, Kaufman center for entrepreneurial leadership clearhouse on entrepreneurship education , www.celcee.edu., accessed on 31 November, 2006.
- Simonin, M. (2006). Women in entrepreneurship, Research Paper for Seminar in business , Strategy & International Business, Helsinki University of Technology, 91-167.
- Stoner. C. R., Hertman R. I., & Arora R. (1990). Work home role conflict in female owners of small business: an exploratory study. *Journal of Small Business Management*, 28, 30-39.
- Ylienen. P. and Chechurina, H. M. (2000). Perceptions of female entrepreneurship in RUSSIA. paper to be presented at 30 European Small Business Seminar in Ghent, September, 1-40.
- Zimny, E. R. (2003). Women's entrepreneurship in transition countries. *48th world conference international council for small business* , Belfast, northern, Ireland, pp. 219-224.