

## بررسی وضعیت کارآفرینی زنان، چالش‌ها، راهکارها

لیلا سادات طباطبایی حکیم<sup>۱</sup>\*

امیر محمودزاده<sup>۲</sup>

سیده فاطمه مقیمی<sup>۳</sup>

### چکیده

در حال حاضر، کارآفرینی از داغ‌ترین مباحث و پرطرفدارترین مفاهیم جهان برای غلبه بر چالش‌های اقتصادی است. در این میان، قشر زنان که حدود نیمی از جمعیت را تشکیل می‌دهند، در هر ملتی قابلیت و پتانسیل بسیار زیادی برای ایفای نقش در توسعه اقتصادی را دارند. علی‌رغم اهمیت نقش غیرقابل انکار زنان و پتانسیل آنها در کارآفرینی و توسعه رشد اقتصادی کشورها، نرخ بیکاری زنان در ایران تقریباً دوبرابر نرخ بیکاری در مردان است و این نشان‌دهنده این است که از این پتانسیل، آن‌طور که باید استفاده نشده است. در همین راستا این مقاله پس از بیان تعاریف و اشاره به اهمیت کارآفرینی زنان، به بررسی چالش‌های پیش روی کارآفرینی زنان پرداخته و در نهایت پیشنهادهایی را برای غلبه بر این چالش‌ها و بهبود وضعیت کارآفرینی زنان ارائه می‌شود.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، کارآفرینی زنان، چالش‌های کارآفرینی زنان

---

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری کارآفرینی پژوهشگاه شاخص پژوه اصفهان

l.tabatabaee@yahoo.com

<sup>۲</sup> ریاست پژوهشگاه مهندسی بحران‌های طبیعی شاخص پژوه اصفهان

<sup>۳</sup> دکتری حرفه‌ای مدیریت استراتژیک

## مرور ادبیات

در حال حاضر، کارآفرینی از داغ ترین مباحث و پرتعدادترین مفاهیم جهان برای غلبه بر چالش های اقتصادی است. در این میان قشر، زنان که حدود نیمی از جمعیت را تشکیل می دهند، در هر ملتی قابلیت و پتانسیل بسیار زیادی برای ایفای نقش در توسعه اقتصادی را دارند. کارآفرینی از گذشته های دور به عنوان یک پدیده مردانه شناخته می شده است، اما در عصر جدید و تغییر شرایط شاهد زنان کارآفرین الهام بخش و سرشناس هستیم. تقریباً در تمام کشورهای توسعه یافته زنان پا به پای مردان در زمینه کسب و کار قدم بر میدارند (کارینجی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

زنان کارآفرین، گروهی از زنانی هستند که در ایجاد، سازماندهی و همکاری با یک کسب و کار کارآفرینانه فعالیت می کنند (موهانتی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). زنان کارآفرین قرن بیست و یکم به طور بالقوه خواهان تغییر برای بهبود شرایط زندگی خانواده، کمک به همسران در درآمدزایی، بهبود پرورش فرزندان، ایجاد فرصت های شغلی، قدرت بخشیدن به سایر زنان، مقابله با نابرابری اجتماعی و بی کاری هستند (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱).

زنان کارآفرین به عنوان موتورهای جدیدی برای رشد و بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای در حال توسعه و تأمین موفقیت و رفاه شناخته شده اند. بسیاری از دست اندرکاران، این قشر از جامعه را به عنوان یک منبع دست نخورده برای رشد و توسعه اقتصادی یاد می کنند (مینیتی و نوده<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). یکی از مهم ترین معیارها جهت سنجش درجه توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا می باشند. با توجه به اینکه نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می دهند و دو سوم ساعات کار انجام شده توسط زنان صورت می پذیرد، تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی های جهان به زنان اختصاص یافته است. عدم مشارکت زنان در فعالیت های اقتصادی می تواند مشکلی بر سر راه توسعه کشور تلقی گردد (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱).

---

<sup>۱</sup> Karinje

<sup>۲</sup> Mohanty

<sup>۳</sup> Minniti, and Naudé

به گفته خورشیدی (۱۳۸۸) در هر کشوری، نرخ اشتغال و نرخ بیکاری بطور عام، از جمله شاخص ها و مولفه های اقتصادی به شمار می رود. از سوی دیگر مسأله اشتغال بانوان به طور خاص در سال های اخیر به دلایل مختلف، حساسیت و اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. اشتغال زنان، در یک نگاه کلی در جهان، وضعیت مناسبی ندارد ولی سهم کشورهای در حال توسعه از جمله ایران در این وضعیت نابسامان بسیار بیشتر است (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱).

بر اساس گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) مشخص شد که کشورهای آمریکای لاتین و کارائیب به طور کلی از سطح بالایی از کارآفرینی زنان برخوردار هستند؛ این در حالی است که کشورهای خاور میانه و شمال آفریقا کمترین آمار کارآفرینی زنان را دارند که در این میان ایران و پاکستان از پایین ترین سطح برخوردارند (گزارش جم، ۲۰۱۲). تنها اقتصادی که در حال حاضر فعالیت کارآفرینی زنان در آن بیشتر از مردان بوده است کشور غنا با رکورد ۵۵٪ فعالیت های کارآفرینانه است (گزارش جم، ۲۰۱۱).

یکی از مسائلی که لزوم پرداختن به اشتغال زنان را مطرح می سازد، فزونی گرفتن تعداد دانشجویان دختر به نسبت دانشجویان پسر می باشد. بنابر اعلام سازمان سنجش کشور، در سال ۱۳۹۵، از میان ۳۹۸ هزار و ۸۳۲ پذیرفته شده کنکور، تعداد ۲۲۷ پذیرفته شدگان کنکور هزار و ۳۲۴ نفر زن و ۱۷۱ هزار و ۵۰۸ نفر مرد بوده اند؛ بنابراین حدود ۵۷٪ قبول شدگان را زنان به خود اختصاص داده اند (گزارش سازمان سنجش کشور) بر اساس گزارش اداره کل آمار ایران در بهار ۱۳۹۵ نرخ بیکاری در میان مردان ۱۰٫۳ و در میان زنان تقریباً دو برابر و با نرخ ۲۰٫۳ گزارش شده است (چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار تابستان ۱۳۹۵). امروزه با وجود اینکه گرایش به شغل دولتی در میان دانشجویان هنوز بسیار زیاد است واقعیت این است که تنها درصد ناچیزی از آنان جذب مشاغل دولتی می شوند. با توجه به مطالب فوق به نظر می رسد که زنان، ناگزیر از اشتغال در بخش خصوصی هستند، به عبارت دیگر یا باید به استخدام کارفرمایان درآیند که به دلایل مختلف، از جمله موانع خانوادگی و اجتماعی، راهکار مناسبی به نظر نمی آید و یا خود در این عرصه به کارآفرینی بپردازند (یوسف پور و

---

<sup>۱</sup> GEM

همکاران، ۱۳۹۱). هلمن و چن (۲۰۰۳) و همچنین بوتنا (۲۰۰۶) استدلال کردند که عوامل کسب و فشار مختلفی وجود دارند که می‌توانند زنان را تشویق کنند تا به کسب و کار شخصی روی آورند. بوتنا (۲۰۰۶) در پژوهش پیشین خود نشان داد که شناسایی این عواملی که زنان مهم است. این شناخت می‌تواند به سیاست‌گذاران به ایجاد محیطی مناسب برای کارآفرینی زنان کمک کند. ماس و هرینگتون (۲۰۰۶) عوامل فشار را به عنوان عوامل منفی مثل بیکاری می‌دانند که افراد را مجبور می‌سازد به منظور حفاظت از خود به کارآفرینی روی آورند. آنها عوامل کسب مثل حمایت دولتی و الگوی نقش را را مثبت در نظر گرفته‌اند که این عوامل به افراد در انتخاب کارآفرینی به عنوان حرفه شخصی تاثیر گذار هستند. قوش و چروالاث (۲۰۰۷) نشان داد که تنها یک پنجم از کارآفرینان زن تحت تاثیر عوامل کسب دست به کارآفرینی می‌زنند و مابقی تحت تاثیر عوامل فشار و از روی ناچاری دست به کارآفرینی می‌زنند (قوش و چروالاث، ۲۰۰۷).

در کشورهای در حال توسعه، تعداد زیادی از زنان به علت نیاز و نه در نتیجه وجود فرصت‌ها دست به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌زنند؛ چرا که شغل و گزینه دیگری برای کسب درآمد ندارند (جم، ۲۰۱۱). بنابراین خلأ مشوق‌های کارآفرینی زنان و اصطلاحاً عوامل کسب احساس می‌شود که در بخش راهکارها به آنها اشاره می‌شود. در کل، زنان کارآفرین به نقش آفرینان مهمی در چشم‌انداز کارآفرینی تبدیل شده‌اند (پیچز، ۲۰۰۵). بنا به گفته ساراسواتی، جدا از اهمیت کارآفرینی زنان، نیاز به تحلیل چالش‌های پیش روی آنان مورد نیاز است (ساراسواتی، ۲۰۰۱). بنابراین در ادامه به بیان این چالش‌ها و ارائه راهکارهایی برای غلبه بر چالش‌ها خواهیم پرداخت.

### چالش‌ها

به گفته قوش و چروالاث (۲۰۰۷) چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین شامل طیف گسترده‌ای از جمله سطح تحصیلات، درگیری‌های ناشی از مسئولیت‌های خانوادگی، کمبود کمک‌های

---

<sup>۱</sup> Ghosh, and Cheruvalath

<sup>۲</sup> pages

<sup>۳</sup> Sarasvathy

مالی و محدودیت های فرهنگی و اجتماعی را شامل می شود (قوش و چروالات، ۲۰۰۷). جنینک و دوگالد<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) اشاره کردند که چالش پیش روی زنان کارآفرین که ممکن است موفقیت آنان را تحت الشعاع قرار دهد، ترکیب مسئولیت های کسب و کاری و خانوادگی افراد است (جنینک و دوگالد، ۲۰۰۷)

به گفته جمالی<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) عدم حمایت دولت ها در بخش سیاست گذاری ها، قوانین و خدمات از جمله موانع کارآفرینی زنان به شمار می آیند (جمالی، ۲۰۰۹). در تحقیقی که توسط جواهری (۲۰۰۶) در زمینه بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران صورت گرفته است، موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظارات نقشی، باورهای کلیشه ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار به عنوان مهم ترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی قید شد (قربانی پور و صابری، ۱۳۹۱). یوسف پور و همکاران (۱۳۹۱) مسائلی از قبیل فرهنگ مرد سالارانه، روند تاریخی تبعیض جنسیتی، نادیده گرفتن توانایی های زنان در امور مدیریتی و عدم همکاری بانک ها و موسسات اعتباری با زنان، عدم اعتماد به نفس و خودباوری را از جمله چالش های پیش روی کارآفرینی زنان شناسایی کردند (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱). در پژوهش قربانی پور و صابری (۱۳۹۱) موانع کارآفرینی زنان در چهار دسته موانع خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی، مالی و محدودیت های قانونی به شرح زیر دسته بندی شده اند: موانع خانوادگی از جمله کمبود حمایت معنوی از طرف خانواده، مخالفت والدین، تضاد نقش زن به عنوان همسر، مادر و کارآفرین و وجود مسئولیت خانه داری و مراقبت از فرزندان. موانع اجتماعی و فرهنگی از جمله وجود فرهنگ مرد سالارانه، برخورد منفی بعضی موسسات و سازمان ها با زنان و همچنین ناامنی های اجتماعی برای کار کردن زنان. موانع مالی از جمله نداشتن شناخت کافی در مورد چگونگی ورود به بازار کار و عدم اعتماد موسسات مالی و اعتباردهندگان به توانایی های زنان و پرهیز از همکاری های مالی آنان. موانع قانونی مثل سختی پذیرش و اقامت یک زن تنها در هتل، قوانین ناظر بر خانواده از جمله قانون منع کار زن در صورت عدم رضایت شوهر و منوط بودن خروج از کشور با اجازه شوهر (قربانی پور و

---

<sup>۱</sup> Jennings, J, McDougald

<sup>۲</sup> jamali

صابری، ۱۳۹۱). در مطالعه کوثر و تلایس<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، موانعی از جمله دسترسی محدود به فرایند شبکه سازی، عدم وجود مرشدگری، آموزش محدود و فرصت های پیشرفت ناکافی برای زنان (کوثر و تلایس، ۲۰۱۱) هوارث و فینگن (۲۰۰۴) اظهار داشتند که زنان کارآفرین از محدودیت های قابل توجهی رنج می برند که از نگرش منفی جامعه به ایفای نقش اقتصادی زنان نشأت میگیرد (کارینجی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). به گفته بریج و همکاران (۲۰۰۳) اگرچه زنان و مردان، هر دو با مسائل شخصی دست و پنجه نرم می کنند، اما زنان با سختی های بیشتری مواجه اند. این مشکلات به طور به خصوص در مورد عدم اعتماد به نفس، و جدی گرفته نشدن توسط سرمایه گذاران صادق است (کارینجی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

بر اساس نظریه منصور<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) عوامل مالی، محیطی، روانشناختی و جامعه شناختی می توانند به عنوان مشوق و یا چالشی بر سر راه کارآفرینی زنان عمل کنند (موسس و الکاندان، ۲۰۱۴). بنابراین انگیزش کارآفرینان با تعامل بین عوامل اقتصادی، اجتماعی، روانشناختی و محیطی در نظر گرفته می شود (منصور، ۲۰۰۵؛ موسس و الکاندان، ۲۰۱۴). لذا عوامل مالی می تواند شامل کافی یا ناکافی بودن سرمایه، عوامل بازدارنده مالیاتی، قوانین دست و پا گیر، شکست در اجراء سیاست های اتخاذ شده برای بهبود کسب و کارهای کوچک، عدم تجربه و دانش کافی در مورد مسائل مالی و مسائلی از این قبیل باشد. عوامل محیطی شامل در دسترس بودن سرمایه، حضور کارآفرینان با تجربه و نیروی فنی ماهر، دسترسی به تأمین کنندگان، مشتریان و بازارهای جدید، تأثیرات دولت، در دسترس بودن زمین و تسهیلات دیگر، دسترسی به امکانات حمل و نقل، خدمات حمایتی و شرایط توسعه جوامع محلی است. در همین راستا عوامل روانشناختی می تواند شامل ظرفیت و تمایل به ریسک ایجاد کسب و کارهای جدید، نیاز به موفقیت، منبع کنترل درونی و علاقمندی به فعال بودن است. در نهایت، عوامل اجتماعی شامل تأثیر خانواده، الگوی نقش، و به خصوص نقش زنان در جامعه باشد. از این رو منصور (۲۰۰۵) ادعا می کند که

---

<sup>۱</sup> Kauser and Tlais

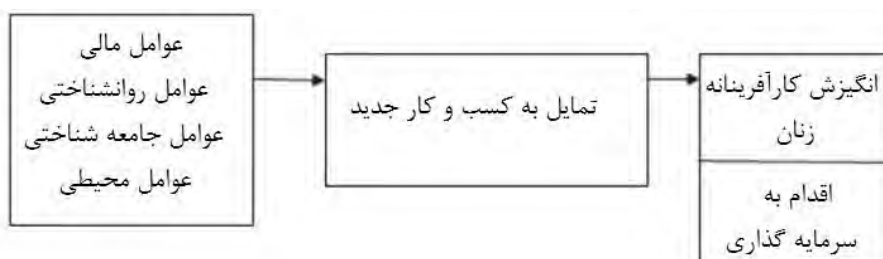
<sup>۲</sup> Karinje

<sup>۳</sup> Karinje

<sup>۴</sup> Mansor

<sup>۵</sup> Moses, Olokundun

حضور این عوامل در آمادگی برای شروع کسب و کار ضروری هستند. پس بنا بر این می توان مشوق ها و چالش ها را در همین دسته بندی برای زنان به طور خاص شناسایی کرد (موسس و همکاران، ۲۰۱۶).



شکل ۱. چارچوبی برای توصیف عوامل موثر در انگیزش یا عدم انگیزش کارآفرینانه زنان (منصور، ۲۰۰۵)

با جمع بندی موارد ذکر شده در پژوهش های پیشین در مورد چالش های کارآفرینی پیش روی نان می توان به چنین دسته بندی رسید:

۱. **چالش های روانشناختی** مانند عدم اعتماد به نفس (بریج، ۲۰۰۳، یوسف پور ۱۳۹۱)

و خودباوری زنان (یوسف پور ۱۳۹۱)

۲. **چالش های اجتماعی** مانند مسائل خانوادگی (جواهری، ۲۰۰۶؛ قربانی پور ۱۳۹۱،

قوش و پروالاث، ۲۰۰۷)، نظام تعلیم و تربیت با نگاه مردسالارانه (جواهری، ۲۰۰۶)،

ناهمخوانی انتظارات نقشی (جواهری، ۲۰۰۶)، مخالفت والدین، تضاد نقش زن به عنوان

همسر، مادر و کارآفرین و وجود مسئولیت خانه داری و مراقبت از فرزندان، برخورد

منفی بعضی موسسات و سازمان ها با زنان (قربانی پور و صابری، ۱۳۹۱)

۳. **چالش های محیطی** باورهای کلیشه ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار

(جواهری، ۲۰۰۶)

۴. **چالش های مالی** مانند جدی گرفته نشدن توسط سرمایه گذاران (بریج و

همکاران، ۲۰۰۳)، عدم اعتماد موسسات مالی و اعتباردهندگان به توانایی های زنان و

پرهیز از همکاری های مالی آنان (یوسف پور ۱۳۹۱؛ منصور، ۲۰۰۵)، عدم تجربه و دانش کافی در مورد مسائل مالی (منصور، ۲۰۰۵)

۵. **چالش های قانونی** مانند سختی پذیرش و اقامت یک زن تنها در هتل، قوانین ناظر بر خانواده از جمله قانون منع کار زن در صورت عدم رضایت شوهر و منوط بودن خروج از کشور با اجازه شوهر (قربانی پور و صابری، ۱۳۹۱).

### پیشنهادهات

در این بخش پس از مرور راهکارهای ارائه شده در مقالات به دسته بندی پیشنهادات جهت غلبه بر چالش های پیش روی کارآفرینی زنان می پردازیم. توانمندسازی زنان یکی از مسائل اصلی در روند رشد و توسعه کشورها در سراسر جهان است (عبدالجمال<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). ضروری است که دولت به منظور توسعه، به برنامه ریزی اساسی بپردازد. دولت می تواند با تشویق توانمندسازی اقتصادی زنان به رشد اقتصادی و مبارزه با فقر بپردازد (کارینجی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). وین (۲۰۰۴) استدلال کرد که به منظور ایجاد یک سیستم آموزشی و حمایتی بهتر، عوامل حیاتی مورد نیاز برای موفقیت زنان در کسب و کارهای مستقل بایستی شناسایی شوند. دولت می تواند با ارائه وام های ویژه، سوبسیدها، اختصاص بودجه، مراکز رشد، جوایز کارآفرینی، مشاوره و آموزش به این مهم کمک کند (کارینجی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). برنامه های حمایتی بسیاری با هدف کمک به زنان برای شروع یک کسب و کار جدید به انجام می رسند. این برنامه ها شامل: آموزش، توانمندسازی و تأمین منابع است. این برنامه ها با انجام کمک های فنی، آموزش های حرفه ای، آموزش کسب و کار به رشد کارآفرینی زنان کمک می کنند. همچنین نمونه هایی از طرح ها با هدف ترویج تغییر در نگرش جامعه به کارآفرینی و به خصوص مشارکت زنان در کارآفرینی نیز وجود دارند. این طرح ها از استراتژی های مداخله گری مانند مسیرهای توانمندسازی، حمایت از استارت آپ، پشتیبانی از رشد، اعتبار و وام ها،

---

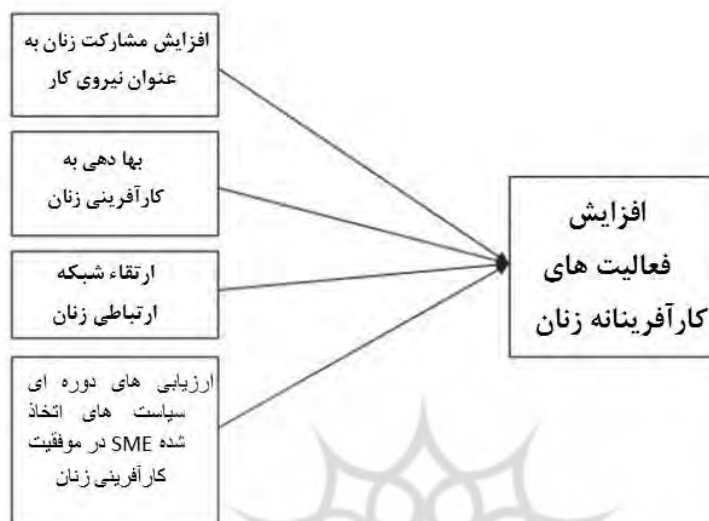
<sup>۱</sup> Abdul Jamal

<sup>۲</sup> Karinje

<sup>۳</sup> Karinje



ایجاد انجمن ها، تقویت شبکه های ارتباطی، معرفی سرمایه گذاران و غیره استفاده می کنند(وسنبرگ، ۲۰۱۳).



شکل ۲. مدل مفهومی فاکتورهای افزایش دهنده کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه (موسس و همکاران، ۲۰۱۶)

در یک جمع بندی از مطالعات انجام شده در زمینه ارائه راهکارها جهت تقویت کارآفرینی زنان به فعالیت هایی به شکل زیر می توان اشاره کرد:

۱. **فعالیت های حمایتی و تشویقی؛** از جمله اختصاص جشنواره ها و جوایز کارآفرینی (گلرد، ۱۳۸۴؛ کارینجی و همکاران، ۲۰۱۵). حمایت از استارت آپ، پشتیبانی از رشد(وسنبرگ، ۲۰۱۳)، شناخت و تقویت انگیزه ها و ویژگی های کارآفرینانه در زنان ایرانی، رشد و توسعه سرمایه انسانی آنان. حمایت از شبکه سازی، تهیه فیلم و کتاب از زندگینامه زنان کارآفرین (گلرد، ۱۳۸۴)
۲. **فعالیت های آموزشی و مشاوره ای؛** تدوین سیاست ها و برنامه های آموزشی با نیازهای حرفه ای زنان توسط سیستم آموزشی کشور (گلرد، ۱۳۸۴) ، مشاوره و

- آموزش کارآفرینی بانوان (کارینجی و همکاران، ۲۰۱۵)، توانمندسازی، کمک های فنی، آموزش های حرفه ای، آموزش کسب و کار (وسنبرگ، ۲۰۱۳)
۳. **کمک های مالی**؛ مثل ارائه وام های ویژه، سوبسیدها، اختصاص بودجه (کارینجی و همکاران، ۲۰۱۵). اختصاص دهی اعتبار و وام ها به این موضوع، معرفی سرمایه گذاران (وسنبرگ، ۲۰۱۳) ، ارائه تسهیلات لازم برای دسترسی آسان تر زنان به خدمات مالی (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱)
۴. **فرهنگ سازی اشتغال زنان**؛ با ترویج تغییر در نگرش جامعه به کارآفرینی و به خصوص مشارکت زنان در کارآفرینی، ایجاد انجمن ها، تقویت شبکه های ارتباطی (وسنبرگ، ۲۰۱۳)، اطلاع رسانی و آگاه سازی والدین از اهمیت خودباوری و خلاقیت در موفقیت و آینده کودکان به ویژه دختران (یوسف پور و همکاران، ۱۳۹۱)
۵. **حمایت های قانونی**؛ تدوین خط مشی ها، استراتژی ها و قوانین مناسب توسط دولت در جهت ترویج و توسعه کسب و کارهای مستقل و خوداشتغالی زنان و رفع موانع آنان (گلرد، ۱۳۸۴)

### **بحث و نتیجه گیری**

همانطور که کارینجی و همکاران (۲۰۱۵) بیان کردند " بدون شک، کارآفرینی در میان زنان، ثروت ملت ها را به طور کلی و ثروت خانواده ها را به طور خاص افزایش می دهد". به منظور اهمیت و نقش غیرقابل انکار زنان در توسعه اقتصادی و ایفاء نقش آنان به عنوان کارآفرینان موفق، چالش های پیش روی کارآفرینی زنان بایستی شناسایی شوند تا گام های موثری در جهت از میان برداشتن آنها صورت گیرد. بررسی های انجام شده توسط مرور ادبیات نشان داد که از جمله عمده ترین چالش های پیش روی کارآفرینی زنان شامل موانع روانشناختی، اجتماعی، محیطی، مالی، قانونی می باشد. در انتها پیشنهادهای جهت غلبه بر چالش ها ارائه گردید که عمده ترین آنها شامل فعالیت های تسهیل گر و تشویقی، فعالیت های آموزشی و مشاوره ای، کمک های مالی، فرهنگ سازی، قانونی جهت اشتغال زنان عنوان شد.

پیشنهادات پژوهشی: پیشنهاد می شود که در پژوهش های آتی به نقش تفاوت های جنسیتی در پیشرفت کارآفرینان پرداخته شود و اینکه آیا زنانی که ویژگی های مردانه بیشتری دارند موفقیت به پیشرفت بیشتری نسبت به سایر زنان می شوند یا خیر. همچنین تحقیقات بیشتری به منظور بررسی اهمیت شبکه های ارتباطی بر پیشرفت زنان لازم است.

پیشنهادات عملیاتی: پیشنهاد می شود با توجه به وجود محدودیت های خاصی که بر سر راه موفقیت زنان در امر کارآفرینی وجود دارد؛ و به منظور تشویق کارآفرینی و ترویج آن در میان زنان، همزمان با فرهنگ سازی این امر توسط رسانه ها و عوامل آموزشی جامعه؛ اقدامات حمایتی، آموزشی و مشاوره ای خاص زنان بایستی از طریق نهادها انجام پذیرد.

#### منابع

- گلرد پروانه (۱۳۸۴). "عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی" مجله پژوهش زنان، ص ۱۰۱-۱۲۳
- قربانی پور خوشید، صابری زینب (۱۳۹۱). "کارآفرینی زنان فارغ التحصیل؛ موانع و چالش ها" کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان
- چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار تابستان (۱۳۹۵). مرکز آمار ایران
- یوسف پور مائده، حسین زاده مریم، حسین زاده حامد، طالب نژاد سیدرمضان، اکبری یاسر. (۱۳۹۱) "بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران". کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان
- Abdul Jamal M., Amatul Khadir Ayesha Raihana, H. Yasmeen Sultana (۲۰۱۶). Empowerment of Muslim Women through Microfinance and Self Help Groups: A Case Study of Chennai City. Asian Business Review/Volume ۶ / Number ۲/۲۰۱۶
- Global Entrepreneurship Monitor (۲۰۱۱) The Women's Report ۲۰۱۰. Published online, <http://www.gemconsortium.org>
- Global Entrepreneurship Monitor (۲۰۱۲) GEM ۲۰۱۱ Global Report. Published online, <http://www.gemconsortium.org>

- Ghosh, P., and Cheruvalath, R. (۲۰۰۷). Indian Female Entrepreneurs as Catalysts for Economic Growth and Development, The International Journal of Entrepreneurship and Innovations, Vol. ۸, (۲): ۱۳۹-۱۴۸.
- Jamali, Dima (۲۰۰۹) Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. Gender in Management: An International Journal, ۲۰۰۹, Vol. ۲۴ Iss: ۴ p. ۲۳۲ - ۲۵۱.
- Jennings, J, McDougald, E (۲۰۰۷) Work-Family Interface Experiences and Coping Strategies: Implications for Entrepreneurship Research and Practice. Academy of Management Review, Jul ۲۰۰۷, Vol. ۳۲ Issue ۳, p. ۷۴۷-۷۶۰.
- Karinje Prithvi, Giri Pratibha and Verma Reeva (۲۰۱۵). "Role of Women in Entrepreneurship and Economic Development" Journal of Advances in Economics and Business Management (AEBM). Volume ۲, Number ۳; January-March, ۲۰۱۵ pp. ۲۱۹-۲۲۳
- Kauser Saleema and Tlaiss Hayfaa (۲۰۱۱). "THE ARAB WOMEN MANAGER: PARTICIPATION, BARRIERS, AND FUTURE PROSPECTS Journal of International Business and Economy (۲۰۱۱) ۱۲(۱): ۳۵-۵۶ (۲۲ pages)
- Mansor, N. (۲۰۰۵). "Women in Business: Determinants for Venturing in Malaysians SMEs", [www.tbs.ubbc/uj.ro/studia/articol\\_۴\\_۲\\_۲۰۰۵](http://www.tbs.ubbc/uj.ro/studia/articol_۴_۲_۲۰۰۵).
- Minniti, M. and Naudé, W.A. (۲۰۱۰) What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female

Entrepreneurship Across Countries? European Journal of Development Research, ۱۳ May ۲۰۱۰: p. ۱-۱۷.

- Moses C, AM Olokundun, HO Falola, AS Ibidunni, AB Amahian, F Inelo(۲۰۱۶) . A Review of the Challenges Militating Against Women Entrepreneurship in Developing Nations”Mediterranean Journal of Social Sciences ۷ (۱), ۶۴-۶۹
- Moses, C.L., Olokundun, M.A., and Akinbode, M. (۲۰۱۴). Determining Women Entrepreneurial Motivation: A Review Of Theoretical Models. International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research Vol.۲, No.۳, pp.۴۳-۵۴
- Mohanty, S.K. (۲۰۰۹), Fundamentals of entrepreneurship, New Delhi: PHI Learning
- Pages, E. R. (۲۰۰۵). The Changing Demography of Entrepreneurship. Local Economy, ۲۰: ۹۳-۹۷.
- Sarasvathy, Saras D. (۲۰۰۱) Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. The Academy of Management Review. Vol. ۲۶, Iss. ۲; p. ۲۴۳-۲۶۳.
- Vossenberg Saskia(۲۰۱۳). Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? Working Paper No. ۲۰۱۳/۰۸. Maastricht School of Management.