

تحقیقی پیرامون ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راهاندازی کسب و کار

نویسندگان: دکتر زهرا آراستی*¹ و دکتر محمدرضا اکبری جوکار²

1. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

2. دانشیار دانشگاه صنعتی شریف

* E-mail: arasti@ut.ac.ir

چکیده

در ایران، کارآفرینی پدیده‌ای بسیار نو و تحقیقات در این زمینه خصوصاً کارآفرینی زنان، بسیار محدود است. علی‌رغم این‌که در سال‌های اخیر تمایل زنان ایرانی به داشتن مشارکت اقتصادی و اجتماعی و خصوصاً تحصیلات عالی افزایش یافته است، استفاده بهینه از مشارکت آنان در امور اقتصادی جامعه میسر نشده است.

یافتن منابع مالی مناسب، دسترسی به اطلاعات، ایجاد تعادل بین کار و خانواده و جلب اعتماد دیگران از مواردی است که در اکثر تحقیقات کارآفرینی به عنوان موانع و مشکلات زنان در راهاندازی کسب و کار مشاهده می‌شود.

به منظور دریافت شناخت کلی از زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و کسب و کارهای آنان و شناسایی عوامل مؤثر بر راهاندازی موفق کسب و کارهای کارآفرینانه توسط آنان، تحقیقی وسیع و ملی در جامعه زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی با استفاده از پرسشنامه‌ای که بدین منظور طراحی و با نظرات خبرگان کارآفرینی و انجام بیش از 200 پرسشنامه، انجام شد. این مقاله فقط قسمتی از نتایج این تحقیق که در رابطه با ویژگی‌های کسب و کارهای زنان و موانع و مشکلات آنان در راهاندازی کسب و کار است، را بیان می‌کند. این نتایج نشان می‌دهد علی‌رغم این‌که یک سوم کسب و کارهای زنان در زمینه خدمات آموزشی، تحقیق و مشاوره فعال هستند، حدود نیمی از آن‌ها در زمینه تولید صنعتی و خدمات مرتبط از قبیل حمل و نقل، بسته‌بندی و تبلیغات فعالیت دارند. همچنین مهم‌ترین مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی را وجود قوانین دست و پاگیر، بوروکراسی اداری، اخذ مجوزها و تأمین منابع مالی تشکیل می‌دهند و مواردی از قبیل تضاد نقش‌ها، مدیریت کسب و کار و وجود تبعیض‌ها که از مسائل جنسیتی ناشی می‌گردند و در ادبیات تحقیق از آن‌ها به عنوان مشکلات اساسی کسب و کار زنان نام برده شده است، مانع جدی زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران محسوب نمی‌شوند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، زنان، دانشگاهی، کسب و کار، ویژگی‌ها، مشکلات، راهاندازی.

دانشور

رفتار

• دریافت مقاله: 85/3/1

• ارسال به داوران:

85/3/29 (1)

85/3/29 (2)

85/3/29 (3)

85/3/29 (4)

85/12/5 (5)

• دریافت نظر داوران:

85/10/17 (1)

85/6/15 (2)

85/6/5 (3)

85/7/25 (4)

86/2/2 (5)

• ارسال برای اصلاحات:

86/2/2 (1)

86/5/17 (2)

• دریافت اصلاحات:

86/3/22 (1)

86/5/22 (2)

• ارسال به داور نهایی:

86/3/29 (1)

86/5/28 (2)

• دریافت نظر داور نهایی:

86/5/3 (1)

86/7/3 (2)

• پذیرش مقاله: 86/7/7

Scientific-Research
Journal of
Shahed University
Fifteenth Year
No. 32
2008-2009

دوماهنامه علمی - پژوهشی

دانشگاه شاهد

سال پانزدهم - دوره جدید

شماره 32

دی 1387

مقدمه

اقتصادی زنان در ایران، حل معضل بیکاری و ایجاد اشتغال را به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های دولت تبدیل کرده است. از سوی دیگر تمایل زنان و دختران به تحصیلات دانشگاهی در سال‌های اخیر افزایش یافته و دختران بیش از 65 درصد از ورودی دانشگاه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. اما علی‌رغم داشتن تحصیلات عالی، از نظر اشتغال در وضعیت مناسبی قرار ندارند.

نگاهی به فرایند رشد تعداد زنان صاحب کسب و کار در سال‌های مختلف، نشان دهنده موج حرکت زنان ایرانی در راه‌اندازی کسب و کار است. به طور کلی، صاحبان کسب و کار (کارفرمایان، کارکنان مستقل و کارکنان فامیلی)، تقریباً نیمی از کل شاغلین ایران را شامل می‌شوند [5]. البته لازم به ذکر است که سهم کارفرمایان در این مقوله بسیار ناچیز بوده و تنها سهم 5/6 درصدی از کل شاغلین کشور را دارا هستند. کارکنان مستقل، 33/3 درصد و کارکنان فامیلی، 8/7 درصد را به خود اختصاص داده‌اند. نگاهی به آمارهای زنان صاحب کسب و کار، وضعیت متفاوتی را نشان می‌دهد. حدود 70 درصد از کل شاغلین زن، به شکل کارفرما، خویش فرما و یا کارکن فامیلی فعالیت دارند، در حالی که نسبت کارفرمایان زن فقط 1/02 درصد از کل شاغلین زن است و آن‌ها تقریباً همیشه سهم 0/02 درصد از کل جمعیت کشور را دارا بوده، کارکنان مستقل 24/8 درصد و کارکنان فامیلی بیش‌ترین سهم از شاغلین زن (44 درصد) را دارا هستند. فرایند تغییرات در سهم زنان صاحب کسب و کار، طی سال‌های اخیر محسوس بوده و در طی یک دوره 5 ساله از 75 تا 80، از 1/22 درصد به 2/27 درصد رسیده است که نشان دهنده موج حرکت زنان در راه‌اندازی کسب و کار در ایران است [6].

از سوی دیگر، وضعیت زنان صاحب کسب و کار در جهان، نشان‌دهنده توسعه فزاینده کسب و کارهای زنان و تاثیرات آن بر اقتصاد کشورها است. 10.6 میلیون از کل کسب و کارهای آمریکا را کسب و کارهای زنان تشکیل می‌دهد که حداقل نیمی از سهام‌شان تحت مالکیت زنان است. از سال 1997 تا

تحقیقات در زمینه کارآفرینی زنان که در کشورهای توسعه یافته خصوصاً در ایالات متحده آمریکا و کانادا، به شکل وسیعی انجام شده است، در کشورهای در حال توسعه بسیار محدود است [1]. با توجه به نقش زنان در مدرنیزه کردن اقتصادهای در حال رشد، لزوم بررسی ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین و موانع و مشکلات آنان در راه‌اندازی کسب و کار، در جوامع در حال توسعه که دارای بافت اجتماعی متفاوتی هستند، از اهمیت بالایی برخوردار است.

با توجه به محدود تحقیقات انجام شده در زمینه کارآفرینی خصوصاً کارآفرینی زنان در ایران، به جرات می‌توان گفت که دانش ما از این پدیده اقتصادی-اجتماعی بسیار محدود است. از آن‌جا که این اولین تحقیق نظام مند و گسترده در رابطه با زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران است، این مقاله ضمن ارائه شناخت کلی از کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی به بررسی موانع و مشکلات آنان در راه‌اندازی کسب و کارها می‌پردازد.

در این مقاله، ضمن بیان ضرورت انجام تحقیق، تصویری کلی از کسب و کار زنان کارآفرین جهان ارائه شده و مشکلات و موانع آن‌ها در راه‌اندازی کسب و کار بیان می‌شود. سپس بر اساس نتایج تحقیق حاضر، وضعیت کسب و کارهای ایجاد شده توسط زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفته، در پایان نیز راهکارهای لازم جهت تسهیل و تشویق کارآفرینی زنان در ایران ارائه شده، تحقیقات آتی در این زمینه بیان می‌گردد.

ضرورت انجام تحقیق

زنان، 49.۲۵ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند [2]، در حالی که نرخ مشارکت اقتصادی آنان مطابق آخرین آمارهای موجود، 15.5 درصد [3] است که با متوسط نرخ فعالیت اقتصادی زنان در جهان (30 درصد) [4] فاصله بسیار دارد. وجود نرخ بیکاری 24.7 درصد [3] جوانان در سال 85 که 25 درصد [2] از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و نرخ پایین فعالیت

اگر چه نوع کسب و کارهای زنان، در تمام زمینه‌ها پراکنده است، به نظر می‌رسد اکثریت زنان صاحب کسب و کار، در خدمات و خرده‌فروشی (Retail) فعالیت دارند [8]. کمبود تجربه قبلی و مهارت‌های فناوریکی زنان در بخش تولیدی و ساخت و ساز و هزینه بالای شروع کسب و کار در این نوع کسب و کارها را می‌توان از دلایل گرایش بیش‌تر زنان به کسب و کارهای خدماتی برشمرد. انتخاب نوع کسب و کار از سوی زنان می‌تواند متأثر از جریان‌ات متفاوت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها باشد. به طور مثال، زنان صاحب کسب و کار سنگاپوری، معمولاً کسب و کارهای کوچک خدماتی و تجاری با تعداد کارمندان کم ایجاد می‌کنند و با رشد تدریجی به پایداری می‌رسند. مک دیارمید و تامسون [9] معتقدند زنان به ایجاد کسب و کار در زمینه‌هایی که در آن تجربه کاری قبلی داشته‌اند، تمایل بیش‌تری دارند. معمولاً زنان نسبت به مردان کسب و کارهای کوچک‌تری ایجاد می‌کنند، زیرا که آن‌ها بیش‌تر به سرمایه‌های داخلی نظیر سرمایه شخصی یا قرض از خانواده و دوستان متکی هستند [10] و این مسأله، گستره کسب و کارهای آن‌ها را محدود می‌کند. در مطالعه‌ای که در سه کشور نروژ، زلاندنو و انگلستان صورت گرفت، مشاهده شد که زنان در مقایسه با مردان بسیار راغب‌تر به کسب و کارهای خدماتی هستند. این نسبت‌ها، 54 درصد در مقابل 11 درصد در نروژ، 56 درصد در مقابل 9 درصد در زلاندنو و 45 درصد در مقابل 4 درصد در انگلستان بوده است [11]. همچنین زنان بیش‌تر کارهای سنتی را انتخاب می‌کنند. به طور مثال در ترکیه اکثر کسب و کارهای زنان در تجارت و کارهای سنتی مانند آرایشگری و خیاطی فعالیت دارند [12]. در تحقیقی که در دو ایالت آمریکا صورت گرفته، مشاهده شده است که 42 درصد کارهای سنتی در دست زنان است، در حالی که 17 درصد کارهای غیرسنتی توسط زنان اداره می‌شود [13]. اکثر کسب و کارهای زنان آمریکا (55 درصد) در بخش خدمات است. از این گروه، 16 درصد در خدمات بهداشتی و درمانی، 14 درصد در خدمات شغلی، علمی و فنی و

2006، تعداد کسب و کارهای زنان، 42 درصد افزایش داشته است. این کسب و کارها در سال 2006، 1/1 تریلیون دلار فروش داشته‌اند و برای 19/1 میلیون نفر ایجاد اشتغال کرده‌اند [7]. افزایش زنان و دختران دانشگاهی، عدم توان جذب این تعداد نیروی تحصیل کرده آماده به کار از سوی بخش دولتی به دلیل ظرفیت کم و بخش خصوصی موجود به دلیل گستره محدود و نهایتاً امکان استقلال و انعطاف‌پذیری بیش‌تر ساعات کار در کسب و کار شخصی که باعث ایجاد تعادل بین کار و زندگی خانوادگی می‌شود، منجر به گرایش بیش‌تر زنان به راه‌اندازی کسب و کار در سال‌های اخیر شده است. ولی تعداد محدود کارفرمایان زن در ایران، نشان‌دهنده موانع و مشکلات فراوانی است که در راه‌اندازی کسب و کار زنان وجود دارد.

بر این اساس، توسعه کارآفرینی زنان در شرایط امروزی ایران، به عنوان یکی از بهترین راه‌حل‌های معضل بیکاری زنان و افزایش مشارکت اقتصادی آنان در جامعه مطرح است. تحقیقات انجام شده در ایران در حوزه کارآفرینی زنان، عموماً نگاهی کلی داشته و جامعه کل زنان کارآفرین ایرانی را مورد بررسی قرار داده‌اند. تحقیق حاضر با بررسی جامعه زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی، با رویکردی مدیریتی و در سطح ملی به مطالعه ویژگی‌های کسب و کارهای راه‌اندازی شده توسط این زنان و موانع و مشکلات آنان در راه‌اندازی کسب و کار می‌پردازد و در پایان بر اساس نتایج به دست آمده راهکارهای عملی جهت توسعه کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی ارائه می‌دهد.

چارچوب نظری تحقیق

در این مقاله، ادبیات موجود کارآفرینی زنان در دو حوزه «ویژگی‌های کسب و کارهای زنان» و «موانع و مشکلات زنان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کار» بررسی می‌شود.

ویژگی‌های کسب و کارهای زنان

افزایش کیفیت اهمیت بیش‌تری می‌دهند، در حالی که مردان کارآفرین، تمایل بیش‌تری به ارائه رنج وسیعی از محصولات و خدمات دارند [18]. شاگانتی و پاراسورامان [19] نیز در بررسی رویکرد استراتژیک زنان و مردان کارآفرین در ارتباط با کارایی کسب و کار، علی‌رغم مشاهده شباهت‌هایی بین دو جنس دریافتند که زنان نسبت به مردان توجه و تمایل بیش‌تری به کیفیت دارند.

موانع و مشکلات زنان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کار

علی‌رغم این‌که مشکل مشترک زنان کارآفرین در زمان راه‌اندازی کسب و کار، دسترسی به سرمایه اولیه است، در مطالعات مختلف مشکلات دیگری نیز از سوی زنان کارآفرین مطرح شده است. در یک مطالعه، استونر، هرتمن و آرورا [20] دریافتند که 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. براون و سگال [21]، دست‌یابی و نگهداری کادر اجرایی کارآمد و کارگر ماهر، سودآور کردن کسب و کار و بوروکراسی اداری را از مشکلات زنان صاحب کسب و کار برشمرده‌اند. نیدر [22] به اخذ مجوزها و فشار ناشی از تضاد نقش‌ها به عنوان مشکلات اصلی زنان در ایالات متحده آمریکا اشاره می‌کند و بوردت [23]، کنار آمدن با فشارهای روحی را از مشکلات زنان کارآفرین می‌داند. مشکلات زنان کارآفرین کانادایی عبارتند از ایجاد تعادل بین کار و خانواده، دسترسی به سرمایه لازم برای کسب و کار و عدم پذیرش زنان در کسب و کار. به‌طور مشابه برین، کلورت و الیور [24] دریافتند که در استرالیا، نداشتن زمان کافی برای گذران با خانواده، دلیل اصلی فشارهای خانوادگی است که خود مشکل اساسی زنان کارآفرین است. جدی نگرفتن زنان به عنوان صاحب کسب و کار، مشکلات پذیرش مشتریان در خانه، ساعات کار نامنظم کسب و کار و عدم توان رقابت با کسب و کارهایی که هفت روز هفته را کار می‌کنند، موارد دیگری از مشکلات این زنان هستند. برای زنان صاحب کسب

17 درصد در خرید و فروش و تجارت فعالیت دارند. همچنین علی‌رغم پراکندگی کسب و کارهای زنان آمریکا در صنایع مختلف، بیش‌ترین میزان رشد کسب و کارهای صنعتی زنان در ساخت و ساز (30 درصد)، حمل و نقل و ارتباطات (28 درصد) و خدمات کشاورزی (24 درصد) است [7].

64 درصد زنان صاحب کسب و کار سنگاپوری، شرکت‌های خصوصی با مسئولیت محدود دارند. در حالی که 21 درصد به صورت شراکتی، 14 درصد به شکل مالکیت فردی و فقط 1 درصد به شکل مالکیت عمومی ثبت شده‌اند [8]. به نظر می‌رسد ساختار مالکیتی کسب و کار بر روش مدیریت کسب و کار زنان تأثیر گذار است. در کسب و کارهای اداره‌شده توسط زنان، شرکت‌های خصوصی با مسئولیت محدود و با مالکیت فردی، موفق‌تر از شرکت‌های شراکتی عمل می‌کنند [14]. تحقیقی که به‌وسیله مرکز تحقیقات کسب و کار زنان آمریکا انجام شده است، نشان می‌دهد که زنان صاحب کسب و کار نسبت به مردان، تمایل بیش‌تری به داشتن اکثریت سهام شرکت دارند (77 درصد در مقابل 69 درصد) [15]. نیمی از زنان کارآفرین کانادایی، مالک اکثریت سهام کسب و کار هستند. ضمناً دو سوم کارآفرینان مسئول کلیه فعالیت‌های مدیریتی کسب و کارشان هستند. آنهایی که تنها مالک و یا مالک اکثریت سهام کسب و کار هستند، کسب و کارهای کوچکی دارند و کلیه مسئولیت‌ها را خود بر عهده دارند، در حالی که مالکین حداقل سهام، شرکت‌های بزرگ‌تری دارند و خودشان فقط عهده دار برخی از وظایف مدیریتی مانند حسابداری یا فروش هستند. ضمناً سوم آنان در کسب و کارشان از همکاری همسران خود بهره می‌گیرند [16]. تحقیق دیگر نیز نشان می‌دهد اکثر زنان صاحب کسب و کار به ایجاد محیط کاری دوستانه و خانوادگی در کسب و کارشان اهمیت می‌دهند. ضمناً افزایش مشتریان، افزایش سودآوری، توسعه خدمات، شناخته شدن، توسعه مکانی و توسعه نیروی انسانی از مواردی است که این زنان به عنوان اهداف کسب و کار خود مطرح کرده‌اند [17]. همچنین زنان کارآفرین به

2. زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران در راه‌اندازی کسب و کار با چه مشکلات و موانعی روبه‌رو هستند؟

روش شناسی تحقیق

نوع سؤالات مطرح‌شده در این تحقیق، نیاز به تحقیق میدانی را می‌طلبد. در یک تحقیق کمی، باید به دو نکته توجه کرد: (1) چگونگی جمع‌آوری داده‌ها و (2) انتخاب معیارهای تعیین کیفیت ابزار مورد استفاده.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

در این تحقیق، کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی را با دو متغیر «ویژگی‌های کسب و کار» و «مشکلات کسب و کار» مورد بررسی قرار داده‌ایم. جدول 1 متغیرها و شاخص‌های تحقیق را به تفصیل نشان می‌دهد.

در این تحقیق، عمل جمع‌آوری داده‌ها به کمک پرسشنامه طراحی‌شده بدین منظور صورت گرفت. این پرسشنامه بر اساس مطالعه ادبیات کارآفرینی زنان و نتایج نظرسنجی از خبرگان کارآفرینی، طراحی شد.

جدول 1: متغیرها و شاخص‌های تحقیق

متغیرهای تحقیق	شاخص‌های تحقیق
ویژگی‌های کسب و کار	زمینه فعالیت کسب و کار
کار	وضعیت مالکیت کسب و کار
	قدمت کسب و کار
	مکان جغرافیایی کسب و کار
	اهداف کسب و کار
	رشد کسب و کار
مشکلات کسب و کار	وجود قوانین دست و پاگیر
کار	وجود بوروکراسی اداری
	اخذ مجوزها
	تأمین منابع مالی
	تأمین نیروی انسانی
	دسترسی به بازار
	مدیریت و کنترل هزینه‌ها
	دسترسی به تأمین‌کنندگان مناسب

و کار سنسگاپوری، بحرانی‌ترین مشکلات راه‌اندازی عبارت‌اند از یافتن نیروی کار، تأمین منابع مالی، رقابت با دیگران، جلب اعتماد دیگران و کنار آمدن با هزینه‌های بالای کسب و کار [8]. مهم‌ترین مشکلات زنان آمریکا در راه‌اندازی کسب و کار براساس نتایج تحقیقی که توسط مرکز مشاوره ملی کسب و کار زنان آمریکا انجام شده است، عبارتند از دسترسی به سرمایه (28 درصد)، رویارویی با اقتصاد جاری (23 درصد)، هزینه بیمه‌ها (13 درصد)، محیط رقابتی کسب و کار (12 درصد)، مالیات‌ها (10 درصد) و بوروکراسی اداری (10 درصد) [17]. در تحقیقی دیگر، به عدم اعتماد بانک‌ها، تأمین‌کنندگان و مشتریان (33٪) کمبود سرمایه شروع کار (15 درصد) و مخالفت‌های خانواده و همسر (15 درصد) به عنوان مهم‌ترین مشکلات زنان کارآفرین کانادایی اشاره شده است. این وضعیت بعد از راه‌اندازی کسب و کار تا حدودی تغییر می‌یابد. با این‌که پس از راه‌اندازی کسب و کار، همچنان 19 درصد از این زنان با مشکل عدم اعتماد بانک‌ها و تأمین‌کنندگان مواجهند، ولی مشکل منابع مالی را کم‌اهمیت‌تر می‌بینند و تعداد کمی از آنان (6 درصد) همچنان همسران خود را مانع جدی می‌دانند. در عوض، مشکلات جدیدی در این مرحله اضافه می‌شود که عبارتند از بازاریابی (25 درصد)، ارتباط با شرکا (19 درصد) و مشکل استخدام و آموزش پرسنل لایق (13 درصد) [16].

سؤالات تحقیق

پس از مروری بر ادبیات کارآفرینی زنان در خصوص ویژگی‌های کسب و کار زنان و آشنایی با مشکلات و موانع آنان در راه‌اندازی کسب و کار، از طریق تحقیق حاضر، شناخت بیش‌تری از کسب و کارهای ایجادشده توسط زنان کارآفرین ایرانی به دست می‌آوریم. لذا هدف این مقاله، پاسخ به دو سؤال زیر است:

1. کسب و کارهای ایجادشده توسط زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران، دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟

دسترسی به شرکای مناسب
مدیریت کسب و کار
وجود تبعیض‌ها
تضاد نقش‌ها

سؤالات پرسشنامه در 3 بخش دسته‌بندی شدند. بخش اول پرسشنامه، سؤالاتی در ارتباط با کسب و کار ایجاد شده توسط زنان، بخش دوم، سؤالات مرتبط با راه‌اندازی کسب و کار و عواملی که در آن مطرح است و بخش سوم، سؤالاتی در ارتباط با شخص کارآفرین است. لازم به ذکر است که این پرسشنامه جهت کل تحقیق مورد استفاده قرار گرفته و تنها قسمت‌هایی از این پرسشنامه مختص این مقاله است.

سؤالات مربوط به ویژگی‌های کسب و کار در بخش اول پرسشنامه آمده است، در حالی که سؤالات مربوط به مشکلات کسب و کار در بخش دوم که در رابطه با راه‌اندازی کسب و کار است مطرح شده است. در این پرسشنامه از طیف نظرخواهی لیکرت استفاده شد. ضمناً جهت پیشگیری از خطاهای پرسشنامه، تقویت اعتبار آن و اصلاح ساختار و ترتیب سؤالات، پیش‌آزمونی نزد 32 نفر از زنان کارآفرین انجام گرفت. در این تحقیق، برای تکمیل پرسشنامه‌ها، روش مصاحبه حضوری، استفاده از دورنگار، پیک و یا پست الکترونیک به کار برده شد.

با مراجعه به وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف، لسیت زنان صاحب کسب و کار استخراج شد. بانک اطلاعاتی از 201 زن کارآفرین با تحصیلات فوق دیپلم و بالاتر تهیه گردید. به دلیل محدود بودن این لیست، هیچ روش نمونه‌گیری به کار برده نشد. لذا جامعه آماری تحقیق متشکل از زنان تحصیل کرده دانشگاهی است که کسب و کاری مستقل و نوآور را به تنهایی یا با شراکت در حداقل 6 ماه قبل از انجام تحقیق، ایجاد کرده‌اند، مدیریت کسب و کار را خود شخصاً بر عهده دارند و یا کاملاً در جریان آن قرار دارند، حداقل برای 2 نفر اشتغال زایی کرده‌اند و دست کم 25 درصد سهام شرکت را مالک هستند. نمونه آماری خود را از نظر جغرافیایی و زمینه فعالیت کسب و کار، محدود نکردیم

تا بتوانیم تعداد بیشتری از زنان کارآفرین را در نمونه خود داشته باشیم.

از 201 فرد شناسایی شده، 42 نفر با شرایط نمونه‌گیری تحقیق، سازگار نبودند، 14 نفر مایل به شرکت در تحقیق نبودند، 6 نفر در زمان انجام تحقیق در ایران نبودند و بالاخره از 14 نفر از آن‌ها آدرس به روز در دسترس نبود. بنابراین 125 پرسشنامه توزیع و 105 پرسشنامه قابل تحلیل به دست آمد که این حجم نمونه، در سطح اطمینان 95 درصد و خطای نمونه‌گیری 5 درصد تایید شده است.

معیارهای تعیین کیفیت ابزار اندازه‌گیری

اطمینان یافتن از کیفیت ابزار اندازه‌گیری در تحقیقات علمی، مطلب مهمی است. یک ابزار اندازه‌گیری باید از اعتبار و روایی لازم برخوردار باشد. در این تحقیق، به منظور تعیین روایی پرسشنامه، از روش نظرسنجی از خبرگان و اجرای پیش‌آزمون استفاده شده است و جهت سنجش اعتبار (پایایی) پرسشنامه، روش آلفا کرونباخ که از مهم‌ترین و رایج‌ترین روش‌هاست، استفاده شده است. در این تحقیق اعتبار پرسشنامه، 91 درصد برآورد شده است که بیانگر اعتبار بالای ابزار اندازه‌گیری است.

به دلیل حجم بالای اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه، جهت انجام پردازش‌های آماری از نرم‌افزار آماری استفاده شد. لذا سؤالات بررسی و کدگذاری شده و بانک داده‌ها ایجاد شد و پردازش‌های آماری به وسیله نرم‌افزار (SPSS 10) (Statistical Package for the Social Science) انجام شد.

در تجزیه و تحلیل اطلاعات، علاوه بر آزمون فراوانی‌های شاخص‌های مرکزی از قبیل محاسبه فراوانی‌ها، میانگین‌ها و انحراف معیار و درصد‌های فراوانی، به منظور تعیین مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی در راه‌اندازی کسب و کار، آزمون دوجمله‌ای (Binomial) به کار گرفته شده است.

بسته‌بندی، تبلیغات و ...) فعالیت می‌کنند، 17/1 درصد کار تولیدی صنعتی (تولید مواد غذایی، پلاستیک، ظروف، سرامیک، مواد آرایشی و بهداشتی، تابلوهای برق، پارچه و...) دارند. در زمینه تولیدات کشاورزی (تولید محصولات گلخانه‌ای، پرورش دام و طیور، آبیان و زنبور عسل و ...) نیز 8/6 درصد فعال هستند و بالاخره 6/7 درصد از زنان، در بخش صنایع دستی (تولید فرش، تابلو فرش، گلیم و گبه، صنایع چوبی و...) فعالیت می‌کنند.

وضعیت مالکیت کسب و کار

93 درصد از زنان کارآفرین، کسب و کار خود را ثبت رسمی کرده‌اند. این شرکت‌ها به انواع مختلف فردی (48/5 درصد)، شراکتی (28/7 درصد) و یا تعاونی (22 درصد) وجود دارند. میزان سهام زنان کارآفرین از کل سهام شرکت نیز متفاوت است. 28/6 درصد از آنان مالک کل سهام شرکت هستند. 25/7 درصد از آنان نیز فقط یک چهارم سهام را مالک هستند، در حالی که نقش اصلی را در مدیریت کسب و کار عهده‌دار هستند. لازم به ذکر است که در کسب و کارهای شراکتی، معمولاً مابقی سهام متعلق به همسر، فرزندان یا دیگر اعضا خانواده است که همان‌گونه که در تحقیقات دیگر نیز ثابت شده است [17]، نشان‌دهنده تمایل زنان به ایجاد محیط کاری خانوادگی و دوستانه است.

قدمت کسب و کار

کارآفرینی زنان در ایران، پدیده‌ای نو است. بر اساس یافته‌های این تحقیق، 60 درصد از کسب و کارهای زنان در 5 سال اخیر ایجاد شده‌اند. فقط 8/6 درصد از آن‌ها بیش از 20 سال قدمت دارند. 4/8 درصد از این کسب و کارها در زمان انقلاب (سال‌های 56 و 57)، 8/8 درصد در دوران جنگ (68-59)، 21 درصد در سال‌های بعد از جنگ و دوران سازندگی (76-69) و 65/6 درصد در دوران اصلاحات (سال 76 به بعد) ایجاد شده‌اند.

همچنین به منظور اولویت‌بندی مشکلات آنان در راه‌اندازی کسب و کار، از آزمون تحلیل واریانس فریدمن (Friedman) استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

این قسمت از مقاله، به نتایج تحلیل‌های آماری انجام شده بر روی داده‌های به‌دست‌آمده در دو حوزه ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی (آمار توصیفی) و مشکلات کسب و کار (آمار تحلیلی) می‌پردازد.

ویژگی‌های کسب و کارهای زنان تحصیل کرده دانشگاهی

قبلاً ذکر شد، ویژگی‌های کسب و کار را با شاخص‌های زمینه فعالیت کسب و کار، وضعیت مالکیت کسب و کار، قدمت کسب و کار، مکان جغرافیایی کسب و کار، اهداف کسب و کار و رشد کسب و کار مورد بررسی قرار داده‌ایم که در ادامه نتایج آن به تفصیل آمده است.

زمینه فعالیت کسب و کار

از کسب و کارهای مورد مطالعه در این تحقیق، 24/8 درصد در زمینه تولیدی، 66/7 درصد در زمینه خدماتی و 8/6 درصد در زمینه کشاورزی و زمینه‌های مرتبط با آن فعالیت دارند. در 72 درصد حالات، زمینه فعلیتی انتخاب‌شده مرتبط با تحصیلات دانشگاهی زن کارآفرین است. دلایل آن‌ها در انتخاب این زمینه فعلیتی، عبارتند از شناخت یک فرصت جدید (56/4٪)، هماهنگی با تجارب قبلی (56/4٪)، هماهنگی با رشته تحصیلی (44/9٪)، علاقه به این زمینه فعلیتی (33/5٪)، وجود شرکای مناسب در این زمینه (24/9٪). ضمناً 5/7٪ نیز همه موارد را ذکر کرده‌اند.

32/4 درصد از این کسب و کارها در زمینه آموزش، تحقیق و مشاوره (مدارس غیرانتفاعی، مهدکودک، مؤسسات فرهنگی-آموزشی، مؤسسات تحقیقاتی و مؤسسات مشاوره‌ای) فعالیت دارند، 28/6 درصد در زمینه خدمات صنعتی (حمل و نقل،

مکان جغرافیایی کسب و کار

این کسب و کارها در کل کشور پراکنده هستند. با توجه به این که اکثر این کسب و کارها در بخش‌های مختلف خدماتی، کشاورزی و هنری فعالند، 69/5 درصد فاقد کارگاه یا کارخانه تولیدی هستند. 6/7 درصد از کل زنان شرکت کننده در تحقیق کارگاه یا کارخانه تولیدی خود را در تهران و 22/9 درصد در شهرستان‌ها مستقر کرده‌اند. 57/1 درصد از دفاتر مرکزی در تهران و 36/2 درصد در شهرستان‌ها مستقر هستند. 4/8 درصد از کسب و کارها نیز دارای دفاتر متعدد در تهران و شهرستان‌ها هستند.

اهداف کسب و کار

اهدافی را که زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی برای کسب و کار خود در نظر گرفته‌اند، عبارتند از اشتغال زایی (44٪)، ارائه محصولی با کیفیت بهتر (42/1٪)، توسعه کسب و کار (33/6٪)، ارائه خدمت به مشتریان (33/5٪) و سود بیش‌تر (18/3٪). ضمناً 26 درصد از زنان نیز به همه این اهداف اشاره کرده‌اند.

رشد کسب و کار

قبلاً اشاره شد، کارآفرینی زنان در ایران، پدیده‌ای جدید است. 80 درصد از شرکت‌کنندگان در این تحقیق، کسب و کارهای خود را در 10 سال اخیر و حتی 60 درصد از آن‌ها در 5 سال اخیر ایجاد کرده‌اند. متوسط تعداد کارمندان تمام وقت در ابتدای کار، 6 نفر بوده است. 5 درصد از زنان، کار را به تنهایی شروع کرده‌اند و بیش از نیمی از آنان (53/4٪)، بین 1 تا 3 کارمند داشته‌اند. در زمان انجام تحقیق، متوسط تعداد کارمندان تمام وقت افزایش یافته و به 20 نفر رسیده است. با بررسی تعداد کارمندان در ابتدای کار و در زمان انجام تحقیق، مشاهده می‌شود که 87/7 درصد از کسب و کارها استراتژی عدم رشد را برگزیده و کسب و کار خود را در اندازه کوچک حفظ کرده‌اند. اما در نقطه مقابل، 12/5 درصد کسب و کارها، رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرده‌اند. به طور مثال، یکی از این

کسب و کارها با 20 کارمند کار خود را آغاز کرده و در زمان انجام تحقیق، 575 کارمند داشته است. متوسط تعداد کارمندان پاره وقت در ابتدای کار 11 نفر بوده که در زمان انجام تحقیق، به 21 نفر رسیده است. تقریباً نیمی از زنان کارآفرین (49/5 درصد)، در ابتدای کار خود هیچ کارمند پاره‌وقتی نداشته‌اند و 38/1 درصد از آن‌ها هم‌اکنون نیز تمایلی به استفاده از کارمندان پاره‌وقت ندارند.

مشکلات و موانع کسب و کارهای زنان تحصیل کرده دانشگاهی

کسب و کارهای کوچک زنان، در زمان راه‌اندازی، با مشکلات بسیاری مواجهند. در این قسمت به منظور تعیین مشکلات و موانع مؤثر در راه‌اندازی کسب و کار توسط زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی از آزمون دوجمله‌ای و جهت تعیین اولویت مشکلات مؤثر در راه‌اندازی کسب و کار توسط زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی از آزمون تخلیل واریانس فریدمن استفاده کرده‌ایم.

براساس نتایج آزمون دوجمله‌ای (جدول 2)، در سطح اطمینان 95 درصد، احتمال آزمون در رابطه با شاخص‌های «تأمین منابع مالی»، «دسترسی به بازار»، «تأمین نیروی انسانی»، «اخذ مجوزهای متعدد»، «کنترل هزینه‌ها»، «وجود قوانین دست و پاگیر»، «وجود تبعیض‌ها» و «بوروکراسی اداری» از احتمال آزمون بیش‌تر است. بنابراین، این موارد از مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران در راه‌اندازی کسب و کار هستند. همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که «دسترسی به شرکای مناسب»، «دسترسی به تأمین‌کنندگان مناسب»، «مدیریت کسب و کار» و «تضاد نقش‌ها»، از سوی زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی به عنوان مشکلات مهم در راه‌اندازی کسب و کار شناخته نمی‌شوند.

به منظور تعیین اولویت مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی در راه‌اندازی کسب و کار، از

هم کارآفرینی می‌کنید؟»، جواب داده اند: «بله، در همین زمینه فعالیتی» (57/2 درصد)، «بله، ولی در یک زمینه فعالیتی دیگر» (14/3 درصد)، «بستگی به شرایط زمان دارد» (31/5 درصد) و 19 درصد از آن‌ها خسته از تمام مشکلات زمانه، تمایلی به تکرار این تجربه ندارند. همچنین 91/4 درصد از آن‌ها، کارآفرین شدن را به فرزندان خود پیشنهاد می‌کنند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد، مشابه سایر مطالعات انجام شده در خصوص زنان کارآفرین، اکثر کسب و کارهای زنان تحصیل کرده دانشگاهی ایران (66/7 درصد) نیز در حوزه خدماتی فعال هستند. در حالی که درصد بالای کسب و کارهای این زنان در زمینه تولیدات صنعتی و خدمات وابسته به آن، ما را متوجه این مطلب می‌سازد که این زنان با داشتن تحصیلات و تجربه لازم توانسته‌اند در حوزه صنعت نیز موفق عمل کنند.

آزمون تحلیل واریانس فریدمن با دو فرض H_0 و H_1 بهره گرفتیم.

فرض H_0 : میانگین رتبه‌ای مشکلات تأثیرگذار در راه‌اندازی کسب و کار با هم یکسان است.

فرض H_1 : حداقل یک زوج از میانگین رتبه‌ای مشکلات تأثیرگذار در راه‌اندازی کسب و کار با هم تفاوت معناداری دارند.

مطابق جدول 3، سطح معناداری در سطح اطمینان 95 درصد، کوچک‌تر از میزان خطاست، پس فرض H_0 تأیید نمی‌گردد. یعنی اولویت مشکلات تأثیرگذار در راه‌اندازی کسب و کار یکسان نیست.

که جدول شماره 4 نشان می‌دهد، بر اساس نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن، مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی در راه‌اندازی کسب و کار به ترتیب اولویت عبارتند از وجود بوروکراسی اداری، وجود قوانین دست و پاگیر، اخذ مجوزهای متعدد، تأمین منابع مالی، وجود تبعیض‌ها، دسترسی به بازار، تأمین نیروی انسانی و کنترل هزینه‌ها.

با وجود تمام مشکلات نام برده شده، زنان کارآفرین در پاسخ به این سؤال: «اگر به گذشته برگردید، آیا باز

جدول 2: نتایج آزمون دوجمله‌ای در رابطه با مشکلات زنان در راه‌اندازی کسب و کار

مشکلات زنان کارآفرین	احتمال مشاهده شده	احتمال آزمون	سطح معناداری	میزان خطا	نتیجه آزمون
تأمین منابع مالی	0/7	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
یافتن شرکای مناسب	0/4	0/6	0/540	0/05	عدم پذیرش H_0
دسترسی به بازار	0/6	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
تأمین نیروی انسانی	0/6	0/6	0/001	0/05	پذیرش H_0
اخذ مجوزهای متعدد	0/8	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
یافتن تأمین‌کنندگان	0/5	0/6	0/002	0/05	عدم پذیرش H_0
مدیریت کسب و کار	0/3	0/6	0/045	0/05	عدم پذیرش H_0
کنترل هزینه‌ها	0/6	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
وجود قوانین دست و پاگیر	0/8	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
وجود تبعیض‌ها	0/7	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
وجود بوروکراسی اداری	0/8	0/6	0/0001	0/05	پذیرش H_0
تضاد نقش‌ها	0/5	0/6	0/006	0/05	عدم پذیرش H_0

جدول 3: نتایج آزمون تحلیل فریدمن در رابطه با مشکلات زنان در راه‌اندازی کسب و کار

تعداد کای دو محاسبه شده	سطح معناداری	نتیجه آزمون	
		عدم پذیرش H0	تحقیق نیز مشاهده
105	0/0001		

مشکلات زنان کارآفرین	میانگین رتبه‌ای	اولویت بندی
وجود بوروکراسی اداری	5/41	1
وجود قوانین دست و پاگیر	5/38	2
اخذ مجوزهای متعدد	5/10	3
تأمین منابع مالی	4/55	4
وجود تبعیض‌ها	4/52	5
دسترسی به بازار	4/13	6
تأمین نیروی انسانی	3/56	7
کنترل هزینه‌ها	3/35	8

می‌شود، ولی با این تفاوت که در جامعه ایران این قضیه از شدت بیش‌تری برخوردار است و به عنوان مهم‌ترین مانع زنان کارآفرین دانشگاهی ایران ذکر شده است.

نکته جالب توجه دیگر این است که علی‌رغم اشاره بسیاری از مطالعات کارآفرینی زنان به مشکل «مدیریت کسب و کار» و «تضاد نقش‌ها» به عنوان مشکلات اساسی زنان [8، 20، 21 و 22]، تعداد کمی از زنان شرکت‌کننده در این تحقیق به این مشکلات اشاره کرده‌اند. در توجیه این نتیجه می‌توان این مسأله را متذکر شد که زنان شرکت‌کننده در این تحقیق به دلیل برخورداری از تحصیلات (82 درصد آنان مدرک لیسانس و یا بالاتر دارند) و تجربه مدیریتی (به‌طور متوسط 5 سال)، در مدیریت کسب و کار با مشکلات کم‌تری مواجهند. همچنین آنان توانسته‌اند با برنامه‌ریزی و مدیریت زمان در انجام مسئولیت‌های چندگانه خود موفق عمل کنند و به همین دلیل تضاد نقش‌ها مشکل جدی کسب و کار آنها تلقی نمی‌شود. از آنجا که توسعه کارآفرینی زنان در ایران، خصوصاً در میان دختران فارغ‌التحصیل دانشگاهی، علاوه بر حل معضل بیکاری، آثار مستقیم و غیرمستقیم در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور خواهد داشت، راهکارهای زیر جهت رفع مشکلات و موانع آنان در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه به منظور تشویق و تسهیل کارآفرینی زنان در ایران، ارائه می‌گردد:

- حذف بوروکراسی‌های اداری، شفاف سازی قوانین و مقررات کسب و کار و تسهیل در دریافت مجوزهای متعدد راه‌اندازی کسب و کار
- ارائه منابع مالی مناسب به کارآفرینان زن از جمله وام‌های کم‌بهره و بلندمدت، با در نظر گرفتن عدم توان کارآفرینان زن جوان در ارائه وثیقه‌های سنگین
- ارائه اطلاعات به روز بازار به منظور رفع مشکلات زنان کارآفرین در دسترسی به بازار و یافتن تأمین‌کنندگان مناسب

همچنین مطابق ادبیات تحقیق، مدیریت کسب و کارهای زنان بیش‌تر مبتنی بر کیفیت است تا کمیت [18 و 19] و زنان صاحب کسب و کار، به جذب تعداد بیش‌تری از مشتریان از طریق ارائه محصولات و خدمات با کیفیت بهتر، اهمیت بیش‌تری می‌دهند. نتایج تحقیق حاضر نیز نشان می‌دهد زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران کسب و کارهای خود را با هدف اشتغال‌زایی و ارائه کیفیت بهتر راه‌اندازی کرده‌اند و از سوی دیگر، بیش از 80 درصد آنان استراتژی عدم رشد را برگزیده و کسب و کار خود را در حد کوچک نگاه داشته‌اند.

مهم‌ترین مشکلات زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی ایران را وجود قوانین و مقررات مبهم و متغیر، بوروکراسی‌های اداری، اخذ مجوزهای متعدد، تأمین منابع مالی و در مراحل بعدی وجود تبعیض‌ها، دسترسی به بازار، تأمین نیروی انسانی و کنترل هزینه‌ها تشکیل می‌دهند. همان‌طور که مشاهده می‌شود مشکل وجود بوروکراسی‌های اداری و اخذ مجوزها که در بسیاری از تحقیقات به آن اشاره شده است در این

2. انجام تحقیق مشابه بر روی جامعه مردان تحصیل کرده دانشگاهی و مقایسه این دو تحقیق
3. بررسی چگونگی ارائه منابع مالی مناسب به زنان کارآفرین
4. بررسی راهکارهای عملی جهت ایجاد تعادل بین کار و خانواده
5. بررسی چگونگی ایجاد و تقویت شبکه‌های زنان کارآفرین

قدردانی و تشکر

لازم می‌دانیم از رئیس وقت مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف جناب آقای دکتر فیض‌بخش و گروه کارآفرینی زنان، خانم‌ها: مهندس روحانی، بهنود، شهرخی، زندی، فاطمی، نجمی زاده، شفیع و زمانی و آقای مهندس لطفعلی‌ای که در این تحقیق ما را یاری دادند، تشکر کنیم.

- ایجاد و تقویت شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و ملی به منظور ارائه اطلاعات، منابع و مشاوره‌های تخصصی در جهت رفع مشکلات زنان کارآفرین
 - 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
- در این تحقیق سعی کردیم شناخت کلی از کسب و کارهای زنان تحصیل کرده دانشگاهی به‌دست آوریم. از آن‌جا که نخستین قدم کارآفرینی، مرحله راه‌اندازی است و داشتن راه‌اندازی موفق منجر به توسعه موفق فعالیت کارآفرینانه خواهد شد، در این تحقیق، مشکلات زنان کارآفرین در مرحله راه‌اندازی کسب و کار مورد مطالعه قرار گرفت. لذا موارد زیر به عنوان تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود:
1. بررسی مشکلات و موانع زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی در مرحله توسعه کسب و کار

منابع

10. Williams AJ. (1986) A longitudinal analysis of characteristics and performance of small business in Australia: 1983-1985, in Maysami R. C., Goby V. P. Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management, pp. 96-105.
11. Shane, S., L. Kolveried & P. Westhead (1991) An Exploratory Examination of the Reasons Leading To New Firm Formation across Country and Gender, Journal of Business Venturing, 6, pp.431-446.
12. Ufuk H., Ozgen O. (2001) Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. Journal of Business Ethics, 31(2), 95-106.
13. Anna AL., GN. Chandler, E. Jansen & NP. Mero (1999) Women Business Owners in Traditional and Non-traditional Industries. Journal of Business Venturing, 15, 279-303.
14. Rashid MZA. (1996) management practices, motivations and problems of successful women entrepreneurs in Malaysia” in Maysami R. C., Goby V. P. Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management, April, 96-105.
15. Center for women’s business research (2005) December, <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/businessstatistics/article82018.html>
16. Lee-Gosselin H. and Grise J. (1990) Are women-owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. Journal of business ethics, 9(4) and 9(5), 423-433.
17. National women’s business council (2003) Women’s entrepreneurship in the 21st century-a summary of data from national and regional summits, research report, June. 64 pages.
1. Allen, S., & Trumman (1993) Women in Business: perspectives on women entrepreneurs. London: Rutledge Press. 14-27.
2. نشریه گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن (1385)، انتشارات سازمان آمار ایران.
3. نشریه نتایج آمارگیری از نیروی کار (1385)، انتشارات سازمان آمار ایران.
4. Kantor P. (2002) promoting women’s entrepreneurship development based on good practice programs: some experience from the north to the south. ILO’S In Focus program, working paper no 9, P.79.
5. گزارش آمارگیری از ویژگی‌های اشتغال و بیکاری خانوار (1383) کشور، انتشارات سازمان آمار ایران.
6. 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.
7. Center for women’s business research (2006) September, <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/businessstatistics/article82018.html>.
8. Teo SK. (1996) Women entrepreneurs of Singapore, in Maysami R. C., Goby V. P. Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management, pp.96-105.
9. MacDiarmid J. & Thomson L. (1991), women in business: a local enterprise development projet, in Maysami R. C., Goby V. P. Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management, April, 96-105.

18. Kalleberg A. L. & Leicht K. T. (1991) Gender and organizational performance: determinants of small business survival and success. *Academy of management journal*, 34(1), 136-161.
19. Chaganti, R. & Parasuraman, S. (1994) Venture performance: gender, goals, business strategies and management practices. In Lerner M., Brush C.G., Hisrich R. D. *Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.
20. 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.
21. Brown S. A. & Segal P. (1989) Female entrepreneurs in profile, in Maysami R. C., Goby V. P. *Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management*, pp. 96-105.
22. Neider, L. (1987) A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25 (3), 22-29.
23. Burdette P. A. (1990) Black and white female small business owners in central ohio: a comparison of selected personal and business characteristics, in Maysami R. C., Goby V. P. *Female Business Owner in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies, Small Business Management*, pp. 96-105.
24. Breen J., Calvert C. & Olivier J. (1995) Female entrepreneurs in Australia: An investigation of financial and family issues. *Journal of enterprising culture*, 3(4), 445-461.