

Analyzing the Entrepreneurship of Women Faculty Members in Iran: Barriers, Drivers, and Strategies

Leila Namdarian*

Hamid Reza Khedmatgozar**

Abstract

Entrepreneurship is an effective tool for empowering female university faculty members, enabling them to utilize their expertise in creating innovations, products, services, and job opportunities. This process contributes not only to economic growth but also to the advancement of a knowledge-based economy. This study aims to identify key factors and appropriate strategies for fostering entrepreneurship among female faculty members in Iran using a SWOT analysis approach. Initially, strengths, weaknesses, opportunities, and threats are identified through a review of prior studies. Subsequently, these factors are validated through a survey conducted with 31 female faculty members from Iranian universities. Finally, entrepreneurial strategies are developed and categorized into four groups: aggressive (SO), conservative (WO), competitive (ST), and defensive (WT). The findings reveal that the primary strengths of female faculty members include high academic qualifications, strong motivation, access to academic networks, multitasking abilities, and innovative thinking. However, key weaknesses such as limited access to capital, insufficient skills, fear of failure, lack of role models, and work-life conflicts pose significant challenges. Opportunities include the growing number of educated women, the rise of social media, and government support. Nonetheless, major threats include inadequate training, male-dominated

* Associate Professor of Science and Technology Policy, Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IRANDOC), ORCID: 0000-0002-1411-6368, Namdarian@irandoc.ac.ir

** Assistant Professor of Information Technology Management, Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IRANDOC) (Corresponding Author), ORCID: 0000-0003-2259-9811, khedmatgozar@irandoc.ac.ir

Date received: 01/06/2024, Date of acceptance: 22/09/2024



industries, a lack of associations, limited political participation, gender stereotypes, and discrimination. The study further highlights the priority of implementing defensive (WT) strategies to enhance female entrepreneurship. These strategies focus on skill development, policy reform, fostering women's policy participation, and building supportive communities to address work-life balance and other barriers.

Keywords: Entrepreneurial Strategies, Women Entrepreneurship, Academic Entrepreneurship, SWOT Analysis, Iran's Higher Education, Gender Barriers in Academia.

Introduction

Entrepreneurship has emerged as a cornerstone of economic and social development in the 21st century, playing a pivotal role in empowering the workforce and fostering innovative opportunities. Within this context, the entrepreneurial endeavors of female faculty members in universities and higher education institutions hold a unique and significant position. Beyond their critical roles in education and research, these women possess the potential to leverage their specialized knowledge and professional skills to create new products and services, advance technology, and enhance economic competitiveness. Empowering female faculty members through entrepreneurship can lead to personal and professional growth, reduce gender disparities, and increase their participation in economic and social decision-making processes. A critical success factor for women in entrepreneurship is understanding the key elements that influence their capabilities and potential. Despite the growing number of educated women and their increasing presence in academic environments, significant barriers to entrepreneurship persist. These challenges require detailed analysis and practical solutions. This study aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) associated with entrepreneurship among female faculty members in Iran. Additionally, it seeks to develop actionable strategies, using SWOT analysis, to improve entrepreneurial conditions for this group.

Materials & Methods

In the first phase of this research, articles, reports, and relevant documents on women's entrepreneurship, particularly in academia, were reviewed. This step aimed to identify the key factors influencing female entrepreneurship in higher education. Based on insights from the literature review, a questionnaire was designed to address the four main dimensions of SWOT analysis: strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

This questionnaire was distributed among 31 female faculty members in Iranian higher education institutions. Purposeful sampling was employed to ensure diversity in academic disciplines and geographical representation. The collected data were analyzed using SPSS statistical software. To develop strategies, a focus group consisting of six female faculty members was formed after identifying the importance and potential impacts of internal and external factors on academic women's entrepreneurship. The focus group session began with an overview of the research objectives and a discussion of the identified strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to women's entrepreneurship. Participants were encouraged to freely share their experiences, challenges, and insights in an open and inclusive environment. Through discussion and interaction, the group explored potential strategies and practical recommendations to capitalize on strengths, address weaknesses, leverage opportunities, and mitigate threats within the SWOT framework. Ultimately, to prioritize the proposed strategies, an Internal-External (IE) matrix was analyzed.

Discussion & Result

The findings of this study highlight a comprehensive set of strengths, weaknesses, opportunities, threats, and strategies regarding entrepreneurship among female faculty members in higher education. The data analysis revealed several strengths inherent to female faculty members in Iran, including advanced academic qualifications, access to academic networks, multitasking abilities, and a strong motivation for innovation. Conversely, key weaknesses identified included a lack of initial capital, insufficient entrepreneurial skills, limited access to financial and market networks, and work-life conflicts. On the opportunities front, the study highlighted factors such as the increasing number of educated women, governmental support for entrepreneurship, technological advancements, and the expansion of social media, all of which provide a conducive environment for entrepreneurial activities. However, the study also underscored significant threats, including gender stereotypes, discrimination in accessing financial resources and markets, and inadequate supportive policies. These challenges require targeted interventions to create a more enabling environment for female faculty entrepreneurship. The proposed strategies based on the analysis include:

1. Defensive (WT) strategies: Emphasizing policy reforms, entrepreneurial skill development, and the establishment of support networks to address weaknesses and counter threats.

2. Aggressive (SO) strategies: Leveraging technological advancements and other opportunities to enhance women's entrepreneurial capacities.

3. Competitive (ST) strategies: Developing programs that mitigate the effects of threats by utilizing existing strengths.

4. Conservative (WO) strategies: Focusing on enhancing managerial and entrepreneurial skills among female faculty members.

The findings indicate that defensive strategies (WT) hold the highest priority for strengthening entrepreneurship among female faculty members.

Conclusion

This study demonstrates that female faculty entrepreneurship can serve as an effective tool for empowerment and active participation in the country's economic and social development. However, success in this domain requires a precise understanding of strengths and weaknesses, effective utilization of opportunities, and strategic responses to existing threats. The findings offer valuable insights for policymakers, university administrators, and related organizations to design and implement more effective support programs and policies aimed at enhancing women's entrepreneurship. Recommended measures include improving entrepreneurial skills, reforming policies and regulations, increasing networking opportunities, fostering a supportive community, and enhancing women's political participation. Such actions can significantly improve entrepreneurial conditions for female faculty members in Iran's higher education system.

Bibliography

- Abreu, M., & Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 763-794.
- Aboutaleb, G. A. (2020). Social Media Potentials in Supporting Women Entrepreneurship: The Case of Egypt [Master's Thesis, the American University in Cairo]. AUC Knowledge Fountain.
- Abreu, M., & Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 42, 763-794.
- Agarwal, S., & Lenka, U. (2016). An exploratory study on the development of women entrepreneurs: Indian cases. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(2), 232-247.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Akehurst, G., Simarro, E., & Mas-Tur, A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: Motivations, barriers and performance. *Service Industries Journal*, 32(15), 2489-2505.

171 Abstract

- Al-Matroushi, H., Jabeen, F., Matloub, A., & Tehsin, M. (2020). Push and pull model of women entrepreneurship: empirical evidence from the UAE. *Journal of Islamic accounting and business research*, 11(3), 588-609.
- Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L., & Koç, M. (2022). Women entrepreneurship for sustainability: Investigations on status, challenges, drivers, and potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 4091.
- Alsaad, R. I., Hamdan, A., Binsaddig, R., & Kanan, M. A. (2023). Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 245-262.
- Ansari, M., & Nabipour Haghighi, M. (2008). Barriers to entrepreneurship development of women entrepreneurs. *kheradnameh Hamshahri*, 13:1-39 [In Perisan].
- Archana, M. S., Kumar, M. V., & Shyamasundar, M. S. (2022). Women entrepreneurship and innovation in higher education: Opportunities and challenges in India-A review. *Journal of Engineering Education Transformations*, 35(3), 202349-2473.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J. (2014). The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism. In *The free-market innovation machine*. Princeton university press.
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small business economics*, 47, 53-76.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Cesaroni, F. M., Demartini, P., & Paoloni, P. (2017). Women in business and social media: Implications for female entrepreneurship in emerging countries. *African Journal of Business Management*, 11(14), 316-326.
- Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2023). Impact of social media participation on female entrepreneurs towards their digital entrepreneurship intention and psychological empowerment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(3), 374-392.
- David, F. R. (2011). Strategic management concepts and cases. Prentice hall.
- Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(2), 151-168.
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2011). 30 years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. *Research policy*, 40(8), 1045-1057.
- Hechavarría, D. M., & Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53, 431-458.

- Huang, Y., Li, P., Chen, L., & Wang, J. (2023). Opportunity or necessity entrepreneurship? A study based on the national system of entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100448.
- Javadian, G., & Singh, R. P. (2012). Examining successful Iranian women entrepreneurs: an exploratory study. *Gender in management: An international journal*, 27(3), 148-164.
- Karimi, S., JA Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 694-727.
- Kazemi, A., & Moghimi, B. (2018). Analysis of Barriers of Improving Women's Entrepreneurship in Iran Using Analytic Hierarchy Process. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 9(34), 249-274 [In Perisan].
- Kelley, D. J. (2013). *Global entrepreneurship monitor: 2010 Women's Report*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Lingappa, A. K., LR, L. R., & Shetty, D. K. (2023). Women entrepreneurial motivation and business performance: the role of learning motivation and female entrepreneurial competencies. *Industrial and Commercial Training*, 55(2), 269-283.
- Lindberg, M., Lindgren, M., & Packendorff, J. (2010). The role of NGOs in supporting women's entrepreneurship: A study of a Quadruple Helix project in the Baltic sea region. *Quadruple Helix*.
- MIT News. (2021). Lemelson-MIT announces winners of 2021 Student Prize. <https://news.mit.edu/2021/lemelson-mit-announces-winners-2021-student-prize>
- Modarresi, M., & Arasti, Z. (2021). Cultural challenges of women entrepreneurs in Iran. In *The emerald handbook of women and entrepreneurship in developing economies* (pp. 229-245). Emerald Publishing Limited.
- Movahedi, R., & Yaghoubi-Farani, A. (2012). Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship. *International journal of entrepreneurship and small business*, 15(4), 469-487.
- Niazkar, F., & Arabmoghadam, N. (2009). Examining the perspective of female academic entrepreneurs regarding the obstacles to the development of entrepreneurship among women. *Women Research*, 4(1), 1-23 [In Perisan].
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge university press.
- Oxford university. *Increasing Diversity in Enterprising Activities (IDEA)*. <https://eship.ox.ac.uk/idea/>
- Olsson, A. K., & Bernhard, I. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378-396.
- Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal*, 33(4), 315-331.
- Plazibat, I., & Renko, S. (2020). Social Media as a Channel for Boosting Female Entrepreneurship in Retailing. *AD Plastik Group*, 84.

173 Abstract

- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- RezaeiZadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cunningham, J., & Murphy, E. (2017). Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13, 35-73.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousands Oaks, Cal: Sage Publications.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Sharifi, O., Asady, A., Rezaei, R., & Adeli, M. (2010). University Educated Women's Entrepreneurs. *Women Studies*, 1(1), 72-106 [In Perisan].
- Safavi, M., & Håkanson, L. (2018). Advancing theory on knowledge governance in universities: a case study of a higher education merger. *Studies in Higher Education*, 43(3), 500-523.
- Shavarini, M. K. (2005). The feminization of Iranian higher education. *International review of education*, 51, 329-347.
- Tartari, V., & Salter, A. (2015). The engagement gap: Exploring gender differences in University–Industry collaboration activities. *Research Policy*, 44(6), 1176-1191.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- World Bank. (2021). Labor force participation rate, female (% of female population ages 15+) (modeled ILO estimate) - Iran, Islamic Rep. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=IR>
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-18.

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی در ایران: موانع، پیشران‌ها و راهبردها

لیلا نامداریان*

حمیدرضا خدمتگزار**

چکیده

کارآفرینی به عنوان ابزاری مؤثر برای توانمندسازی اعضای هیأت علمی زن در دانشگاه‌ها عمل کرده و به آن‌ها امکان می‌دهد تخصص خود را در تولید نوآوری‌ها، محصولات، خدمات و فرصت‌های شغلی به کار گیرند. این فرایند نه تنها به رشد اقتصادی بلکه به پیشرفت اقتصاد دانش‌بنیان نیز کمک می‌کند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل کلیدی و راهبردهای مناسب برای کارآفرینی اعضای هیأت علمی زن در ایران، از تحلیل سوات (SWOT) استفاده می‌کند. ابتدا، از طریق بررسی مطالعات پیشین، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی می‌شوند. سپس، با نظرسنجی از ۳۱ عضو هیئت علمی زن ایرانی، این عوامل اعتباریابی می‌شوند. در نهایت، راهبردهای کارآفرینی در قالب چهار دسته تهاجمی (SO)، محافظه‌کارانه (WO)، رقابتی (ST) و تدافعی (WT) تدوین می‌شوند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که نقاط قوت مهم اعضای هیئت علمی زن شامل مدارک تحصیلی بالا، انگیزه بالا، دسترسی به شبکه دانشگاهی، توانمندی‌های چندوظیفه‌ای، و تفکر نوآورانه است، در حالی که ضعف‌هایی کلیدی چون کمبود دسترسی به سرمایه، مهارت‌های ناکافی، ترس از شکست، فقدان الگو، و تضادهای کار و زندگی چالش‌زا هستند. فرصت‌های مهم شامل افزایش شمار زنان تحصیل کرده، رشد شبکه‌های اجتماعی و حمایت دولتی، اما تهدیدهای اصلی شامل

* دانشیار سیاست‌گذاری علم و فناوری، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، تهران، ایران،

ORCID: 0000-0002-1411-6368 *Namdarian@irandoc.ac.ir

** استادیار مدیریت فناوری اطلاعات، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، تهران، ایران (نویسنده

مسئول)، ORCID: 0000-0003-2259-9811, khedmatgozar@irandoc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱



آموزش ناکافی، صنایع تحت سلطه مردان، کمبود تشکل‌ها، و مشارکت سیاسی اندک، کلیشه‌های جنسیتی و تبعیض است. همچنین، یافته‌های این پژوهش، اولویت راهبردهای تدافعی (WT) را برای تقویت کارآفرینی زنان نشان می‌دهند که شامل توسعه مهارت‌ها، اصلاح سیاست‌ها، توسعه مشارکت سیاستی زنان، و ایجاد یک جوامع حمایتی است.

کلیدواژه‌ها: راهبردهای کارآفرینی، کارآفرینی زنان، کارآفرینی دانشگاهی، تجزیه و تحلیل سوات، آموزش عالی ایران، موانع جنسیتی در دانشگاه.

۱. مقدمه

کارآفرینی به عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی و توانمندسازی پدیدار شده است. کارآفرینی به فرآیند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها از طریق سرمایه‌گذاری‌های جدید یا معرفی محصولات، خدمات یا مدل‌های تجاری نوآورانه اشاره دارد (Shane and Venkataraman, 2000). این تعریف بیانگر این است که کارآفرینی نوعی توانایی شناخت فرصت‌های بازار و سرمایه‌گذاری، بسیج منابع، و ریسک‌های حساب شده برای تولید ارزش اقتصادی و اجتماعی است.

با ظهور نسل چهارم دانشگاه‌ها یعنی دانشگاه کارآفرین که با رویکردی نوآورانه و عمل‌گرا به ارتقاء سطح دانشگاه‌ها و افزایش ارتباط آن‌ها با صنعت و بازار می‌پردازد، کارآفرینی در دانشگاه‌ها در سطح جهان توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است و موسسه‌ها آن را به عنوان راهی برای تقویت نوآوری، انتقال دانش و رشد اقتصادی به رسمیت می‌شناسند. افزون بر این، کارآفرینی روشی برای توانمندسازی زنان است.

ضرورت کارآفرینی زنان، به‌ویژه برای زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها، در مزایای بالقوه‌ای است که می‌تواند برای خود زنان، مؤسسه‌های دانشگاهی و کل جامعه به همراه داشته باشد. برخی از این مزایا عبارتند از توانمندسازی اقتصادی زنان (Brush et al., 2009)، تجاری‌سازی تحقیقات و انتقال فناوری (Karimi et al., 2014)، الگوسازی و الهام‌بخشی در جامعه برای زنان (Agarwal and Lenka, 2016) و مشارکت زنان در نوآوری و توسعه اقتصادی کشور (Javadian and Singh, 2012).

در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، تأکید فزاینده‌ای بر ارتقای کارآفرینی در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، از جمله زنان، شده است. در ایالات متحده، برنامه «لملسون ام‌آی‌تی- Lemelson-MIT» به طور فعال از مخترعان و کارآفرینان در جمعیت‌های مختلف از جمله زنان،

از طریق تأمین مالی، مربیگری و منابع، حمایت کرده است. این برنامه توسط موسسه لملسون در همکاری با موسسه فناوری ماساچوست ام‌آی‌تی (Massachusetts MIT) اداره می‌شود. اهداف اصلی این برنامه عبارتند از تشویق دانشجویان، اساتید، و محققان به ایجاد اختراعات و نوآوری‌های فناورانه، حمایت مالی و معنوی از افرادی که اختراعات و نوآوری‌های برجسته‌ای ایجاد کرده‌اند، و ارتقاء فرهنگ نوآوری در جامعه (MIT News, 2021). به طور مشابه، بریتانیا ابتکاراتی مانند برنامه «Oxford IDEA» یا «افزایش تنوع در فعالیت‌های کارآفرینی - Increasing Diversity in Enterprising Activities (IDEA)» دارد که به ترویج تنوع و مشارکت در کارآفرینی و نوآوری در جامعه دانشگاهی اختصاص دارد. این ابتکار بر ارائه پشتیبانی، منابع، و فرصت‌هایی برای گروه‌های دارای نمایندگی کمتر، از جمله زنان، اقلیت‌های قومی، افراد دارای معلولیت، و دیگران برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی متمرکز است. اهداف اصلی این ابتکار عبارتند از ارائه برنامه‌های آموزشی مانند کارگاه‌ها و سمینارها، برگزاری رویدادهای شبکه‌سازی و مربیگری، فراهم کردن دسترسی به کمک‌های مالی و فرصت‌های تأمین مالی، و گرد هم آوردن افراد با پیشینه‌های مختلف برای به اشتراک گذاشتن تجربیات، تبادل ایده‌ها و حمایت (Oxford University). با وجود این تلاش‌ها، زنان دانشگاهی در کارآفرینی همچنان با موانع قابل توجهی مواجه هستند. مطالعه‌ای توسط «آبرو و گرینویچ» (۲۰۱۷) نشان داد که زنان کارآفرین دانشگاهی در بریتانیا در مقایسه با هم‌تایان مرد خود با احتمال کمتری تحقیقات خود را تجاری‌سازی می‌کنند و با چالش‌هایی در دسترسی به بودجه، مربیگری و شبکه‌ها مواجه هستند. در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، مشارکت زنان در نیروی کار از لحاظ تاریخی پایین بوده است. بر پایه داده‌های اخیر بانک جهانی (۲۰۲۱) نرخ مشارکت زنان ایران در نیروی کار تنها ۱۷.۵ درصد در سال ۲۰۲۰ بوده است که به طور قابل توجهی کمتر از میانگین جهانی ۴۶.۹ درصد است. این نرخ قابل تعمیم به محیط‌های دانشگاهی نیز هست (World Bank, 2021). علیرغم تلاش برای ترویج کارآفرینی در بین زنان دانشگاهی در کشور ایران، پیشرفت در این زمینه به دلیل وجود موانع گوناگون کند است. اینها شامل موانع پایدار اجتماعی-فرهنگی، دسترسی محدود به منابع، و حمایت نهادی ناکافی است (Karimi et al., 2014; Movahedi and Yaghoubi-Farani, 2012). رضایی‌زاده و همکاران (۲۰۱۷)، تأکید کردند، در حالیکه ابتکاراتی برای تقویت کارآفرینی زنان در ایران وجود داشته است، پیشرفت در این زمینه توسط کلیشه‌های جنسیتی ریشه‌دار و چارچوب‌های سیاستی ناکافی با مانع مواجه شده است. علاوه بر این، صفوی و هاکانسون (۲۰۱۸) خاطرنشان کردند که حتی با افزایش تعداد زنان در آموزش

عالی در ایران، اشتغال آنها به نقش‌های کارآفرینانه با موانع نهادی و فرهنگی مواجه می‌شود. این چالش‌های چند وجهی بر نیاز به راهبردهای جامع برای تسریع کارآفرینی زنان دانشگاهی در بستر ایران تاکید می‌کند. از این رو، این پژوهش با هدف شناسایی عوامل کلیدی و راهبردهای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌های دانشگاهی در ایران انجام شده است. در همین راستا، مهمترین پرسش‌های پژوهش عبارتند از ۱- نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدهای ایران در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی کدامند؟ ۲- راهبردهای توسعه کارآفرینی زنان در کشور ایران کدامند؟

به منظور پاسخ به پرسش‌های پژوهش، بخش دوم مقاله به مبانی نظری، بخش سوم به روش پژوهش، بخش چهارم به یافته‌ها، و بخش پنجم به بحث و نتیجه‌گیری می‌پردازد.

۲. مبانی نظری پژوهش

۱.۲ کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها

کارآفرینی را می‌توان در درجه اول به عنوان ابزاری قدرتمند برای توانمندسازی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها در نظر گرفت. کارآفرینی برای زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها، راهی فراهم می‌کند تا از تخصص، تحقیق و دانش خود برای ایجاد راه‌حل‌ها، محصولات یا خدمات نوآورانه استفاده کنند (Abreu and Grinevich, 2017). با دنبال کردن سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینانه، آنها می‌توانند از نقش‌های آکادمیک سنتی رهایی یابند و راه‌های جدیدی را برای رشد و رهبری حرفه‌ای خود کشف کنند. از طریق کارآفرینی، زنان عضو هیئت علمی استقلال و توانمندی مالی کسب می‌کنند که می‌تواند قدرت تصمیم‌گیری و نفوذ آنها را در نهادها و جوامع خود افزایش دهد (Yadav and Unni, 2016). این توانمندسازی می‌تواند سوگیری‌ها و کلیشه‌های جنسیتی موجود در حوزه تجاری‌سازی و کارآفرینی را به چالش بکشد. علاوه بر این، فعالیت‌های کارآفرینانه توسط اعضای هیأت علمی زن می‌تواند ذهنیت و فرهنگ کارآفرینی را در موسسه‌های دانشگاهی و پژوهشی تقویت کند و دانشجویان و همکاران زن را به تفکر نوآورانه و پذیرش فعالیت‌های کارآفرینی تشویق کند (Bergmann et al., 2016).

سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی اعضای هیأت علمی زن که درصد زیادی از جمعیت تحصیل‌کرده اغلب کشورها را به خود اختصاص می‌دهد، می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید محصولات و خدمات نوآورانه، پرورش فرهنگ نوآوری و رقابت، تجاری‌سازی یافته‌های

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت ... (لیلا نامداریان و حمیدرضا خدمتگزار) ۱۷۹

تحقیقاتی، انتقال فناوری، و تأسیس شرکت‌های انشعابی به رشد اقتصادی و تقویت اقتصاد دانش‌بنیان در کشورها کمک شایانی کند (Baumol, 2014; Grimaldi et al., 2011). اعضای هیئت علمی زن موفق کارآفرین می‌توانند الگویی برای کارآفرینان مشتاق، به‌ویژه زنان، و راهنمایی برای پرورش زیست بومی باشند که از فعالیتهای کارآفرینی حمایت و تشویق می‌کند (Brush and Cooper, 2012). استقبال بیشتر اعضای هیئت علمی زن از کارآفرینی، می‌تواند منجر به افزایش تنوع جنسیتی در چشم‌انداز کارآفرینی، ترویج فراگیری و بهره‌برداری از مجموعه وسیع‌تری از استعدادها و ایده‌های نوآورانه شود (Hechavarría and Ingram, 2019).

زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها در زمینه کارآفرینی با موانع (نقاط ضعف و تهدیدها) و پیشران‌هایی (نقاط قوت و فرصت‌ها) روبرو هستند که شناخت آنها برای ارائه سیاست‌های حمایتی مهم است. در بخش‌های بعدی موانع (نقاط ضعف و تهدیدها) و پیشران‌های کارآفرینی (نقاط قوت و فرصت‌ها) زنان، نخست از چشم‌انداز نظریه‌های گوناگون و سپس از دیدگاه مطالعات گذشته تشریح می‌شوند.

۲.۲ دیدگاه‌های نظری درباره موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان دانشگاهی

مطالعه کارآفرینی در میان زنان دانشگاهی زمینه منحصر به فردی است که در آن می‌توان از نظریه‌ها و مفاهیم مختلف برای تبیین موانع (نقاط ضعف و تهدیدها) و پیشران‌های (نقاط قوت و فرصت‌ها) کارآفرینی زنان استفاده کرد.

یکی از نظریه‌های برجسته‌ای که می‌تواند در این زمینه به کار رود، دیدگاه مبتنی بر منابع (RBV- Resource-Based View) است (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). این نظریه، مزیت رقابتی یک شرکت را ناشی از منابع ارزشمند، کمیاب، تکرار نشدنی و غیرقابل جایگزین می‌داند. بر پایه این نظریه، مدارک تحصیلی بالا و دانش تخصصی زنان را می‌توان منابع ارزشمند و کمیاب تلقی کرد که به عنوان نقاط قوت در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی برجسته می‌شود (Shavarini, 2005). با این حال، دسترسی محدود به سرمایه و بودجه و شبکه‌ها از جمله ضعف‌های قابل مشاهده در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی است (Javadian and Singh, 2012; Brush et al., 2009).

تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB- Theory of planned behavior) (Ajzen, 1991) نیز می‌تواند در درک انگیزه‌ها و مقاصد زنان کارآفرین دانشگاهی مفید باشد. TPB بیانگر این است که نیت و رفتارهای یک فرد تحت تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده اوست.

انگیزه و عزم قوی زنان کارآفرین دانشگاهی نماینگر نقاط قوت زنان کارآفرین دانشگاهی است (Roomi and Parrott, 2008) که با مؤلفه نگرشی TPB همسو است. با این حال، فقدان الگوهای نقش مربیگری و کارآفرینی، نقاط ضعف در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی است (Agarwal and Lenka, 2016)، که با مولفه‌های هنجارهای ذهنی و جنبه‌های کنترل رفتاری درک شده TPB همسو است.

نظریه فمینیسم سوسیالیستی (SFT- Socialist feminism Theory) (Fischer et al., 1993) در پیچه‌ای برای درک چالش‌های جنسیتی که زنان کارآفرین دانشگاهی با آن مواجه هستند ارائه می‌دهد. SFT بر تأثیر ساختارهای اجتماعی، هنجارها و نقش‌های جنسیتی بر تجارب کارآفرینی زنان تأکید دارد. موانع فرهنگی و اجتماعی از جمله تبعیض جنسیتی، تهدیدهای حوزه کارآفرینی زنان دانشگاهی را برجسته می‌کند (Brush et al., 2009; Agarwal and Lenka, 2016)، که می‌تواند از طریق دریچه SFT درک شود. تضاد کار و زندگی نقطه ضعف کارآفرینی زنان دانشگاهی است (Brush et al., 2009; Karimi et al., 2014)، که برپایه SFT می‌توان آن را به نقش‌های جنسیتی سنتی و انتظارات از زنان، نسبت داد.

علاوه بر این، نظریه نهادی (Institutional Theory) می‌تواند بینشی در مورد نقش نهادهای رسمی و غیررسمی در شکل دادن به چشم‌انداز کارآفرینی برای زنان دانشگاهی ارائه دهد (North, 1990; Scott, 1995). در این راستا، حمایت و ابتکارات دولت برای کارآفرینی زنان که بر اهمیت نهادهای رسمی در این زمینه اشاره دارد، فرصت‌هایی را در زمینه کارآفرینی زنان ایجاد می‌کند (Javadian and Singh, 2012).

تئوری و چارچوب ۵ام (بازار، پول، مدیریت (سرمایه انسانی و سازمانی)، مادری و محیط میانی/کلان) (5M- Market, Money, Management, Motherhood, and Meso/Macro environment)، بر اهمیت عوامل خاص جنسیتی در شکل‌دهی به تجربیات کارآفرینی تأکید می‌کند و چالش‌های منحصربه‌فردی را که زنان کارآفرین با آن مواجه هستند، تصدیق می‌کند (Brush et al., 2009). براش و دیگران (۲۰۰۹) استدلال می‌کنند که با وجود مهارت‌های چند وظیفه‌ای و توانایی مدیریت زمان زنان، اما جنسیت‌شان بر دسترسی آنها به پول، بازار، سرمایه انسانی و سازمانی تأثیرگذار است. برای نمونه، صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر به شدت مردانه است. محیط کلان معمولاً به عنوان سیاست‌ها، فرهنگ، قوانین و اقتصاد در سطح ملی تعریف می‌شود. این ترتیبات اجتماعی، فرهنگی و نهادی نه تنها تعداد زنانی که فرصت‌های کارآفرینی را درک می‌کنند و انتخاب‌های راهبردی انجام می‌دهند، بلکه نحوه نگاه این زنان و دیگران به

کسب و کار خود را نیز تعیین می‌کند. محیط میانی به ساختارها / نهادهای میانی بین سطح کلان جامعه و اقتصاد و سطح خرد اشاره دارد. موسسات میانی شامل شبکه‌های شغلی، انجمن‌های تجاری و صنایع می‌باشد. فعالیت شبکه‌ای و سرمایه اجتماعی نقش مهمی در دسترسی زنان صاحب مشاغل به سرمایه مالی ایفا می‌کند. با این وجود دسترسی زنان به این شبکه‌ها محدود است. همچنین، صنایع را می‌توان از نظر تفکیک شغلی، جنسیتی تصور کرد، زیرا ممکن است ورود زنان به عرصه‌های خاص کسب و کار را کم و بیش دشوار کند. نقش مادری نیز به دلیل ایجاد نوعی تضاد کار و زندگی از دیگر محدودیت‌های کارآفرینی زنان محسوب می‌شود.

تئوری انگیزه فرصت و ضرورت (Necessity and Opportunity Motivation theory)، برای اصل استوار است که انگیزه‌های مختلف، زیربنای تصمیم‌های کارآفرینانه را شکل می‌دهند. پروژه نظارت بر کارآفرینی جهانی (GEM) دو نوع فعالیت کارآفرینانه را شناسایی می‌کند: کارآفرینی ضرورت و فرصت. منطقی غالب برای تمایز بین این دو بر اساس نظریه فشار-کشش است. «کارآفرینان فرصت»، گزینه‌های شغلی دیگری دارند اما در کارآفرینی شرکت می‌کنند زیرا می‌توانند درآمد خود را افزایش دهند، در حالیکه «کارآفرینان ضرورت»، یک کسب و کار را بدون سایر گزینه‌های درآمدی راه‌اندازی می‌کنند که یک راهبرد بقا قلمداد می‌شود (Huang et al., 2023). عوامل انگیزشی ضرورت، دلایل بیرونی هستند که افراد را وادار به کارآفرینی از روی ناچاری می‌کنند. از سوی دیگر عوامل فرصت، دلایلی هستند که افراد را به راه‌اندازی کسب و کار از روی میل ترغیب می‌کنند. این مدل اغلب برای طبقه‌بندی انگیزه کارآفرینی زنان استفاده می‌شود. عوامل خارجی با مفاهیم منفی مانند بیکاری و حوادث حیاتی زندگی به عنوان «عوامل ضروری» نامیده می‌شوند، در حالیکه «عوامل فرصت» نشان‌دهنده عوامل مثبتی مانند مهارت‌ها و شایستگی‌های فردی، تخصص، و انگیزه یادگیری است که در آن خود زنان محور هستند و به طور داوطلبانه و با اشتیاق کارآفرینی را دنبال می‌کنند (Lingappa et al., 2023).

در نتیجه، مطالعه کارآفرینی در میان زنان دانشگاهی زمینه‌ای چندوجهی را ارائه می‌دهد که می‌تواند از طریق دیدگاه‌های نظری مختلف قابل درک باشد. این نظریه‌ها چارچوب‌هایی را برای موانع و پیشران‌های پیش روی کارآفرینان زن دانشگاهی ارائه می‌کنند و می‌توانند راهبردها و مداخلاتی را برای حمایت و توانمندسازی این گروه منحصر به فرد از کارآفرینان ارائه دهند. در بخش بعدی موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی از دیدگاه پژوهشگران گوناگون بررسی می‌شود.

۳.۲ مطالعات گذشته در زمینه موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان دانشگاهی

بررسی جامع ادبیات کارآفرینی زنان، تأثیر بسیاری از پیشران‌ها و موانعی را نشان می‌دهد که راهبردهای کارآفرینی زنان را شکل می‌دهد.

یافته‌های برخی از مطالعات گذشته پیشران‌هایی را در زمینه کارآفرینی زنان مطرح می‌کنند که با دیدگاه مبتنی بر منابع مطابقت دارد و بر اهمیت منابع ارزشمند و کمیاب در دستیابی به موفقیت در کارآفرینی زنان تأکید دارد. برای نمونه، مدارک تحصیلی عالی، انگیزه و عزم قوی، دسترسی به منابع و شبکه‌های دانشگاهی، توانایی‌های چندوظیفه‌ای و تفکر نوآورانه نمونه‌هایی از این قبیل پیشران‌ها هستند. در این میان، انگیزه و عزم قوی کارآفرینان زن همسو با مؤلفه نگرشی تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده است، که به ذهنیت مثبت زنان نسبت به تلاش‌های کارآفرینی اشاره می‌کند. پیشران‌های مذکور بر پایه تئوری انگیزه فرصت-ضرورت، جزء عوامل فرصت محسوب می‌شوند. افزون بر این، برخی از مطالعات گذشته، همسو با نظریه نهادی پیشران‌هایی را مطرح کرده‌اند که نقش نهادهای رسمی و غیررسمی را در شکل دادن به چشم‌انداز کارآفرینی زنان را برجسته می‌کند. نمونه‌هایی از این پیشران‌ها عبارتند از حمایت‌ها و ابتکارات دولت، پیشرفت‌های فناوری، فرصت‌های شبکه‌سازی برای زنان کارآفرین، و رشد رسانه‌های اجتماعی.

با این حال، مطالعات گذشته موانع قابل توجهی را نیز در زمینه کارآفرینی اعضای هیئت علمی زن، برجسته می‌کند. دسترسی محدود به سرمایه و بودجه، فقدان الگوها و مربیان، مهارت‌های محدود کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار، تضاد شغل و زندگی، تحمل ریسک محدود، و دسترسی محدود به بازارها و شبکه‌های بین‌المللی به عنوان نقاط ضعف زنان در حوزه کارآفرینی هستند. همچنین، کلیشه‌های جنسیتی، آموزش ناکافی، سیاست‌ها و مقررات غیرحمایتی، فقدان انگیزه، تبعیض جنسیتی، صنایع تحت سلطه مردان، کمبود نهادهای مردمی و تشکل‌ها، و مشارکت سیاسی اندک زنان، از جمله تهدیدات پیش روی زنان در حوزه کارآفرینی هستند. این یافته‌ها با نظریه فمینیستی سوسیالیستی، که تأثیر ساختارهای اجتماعی، نقش‌های جنسیتی و تبعیض را بر تجارب کارآفرینی زنان تصدیق می‌کند، همسو است.

با ترکیب دیدگاه‌های متنوع مذکور و به‌کارگیری آن‌ها در موقعیت منحصربه‌فرد زنان عضو هیئت علمی در بافت ایران، می‌توان به درک دقیق‌تر و جامع‌تر از راهبردهای کارآفرینی اعضای هیئت علمی زن در ایران دست یافت. این رویکرد نه تنها به ادبیات دانشگاهی کمک می‌کند، بلکه برای سیاست‌گذاران ایران که به دنبال حمایت از کارآفرینی زنان در آموزش عالی هستند،

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت ... (لیلا نامداریان و حمیدرضا خدمتگزار) ۱۸۳

پیامدهایی عملی در پی خواهد داشت. در این راستا، دسته‌بندی سیستماتیک موانع و پیشران‌های مذکور به عنوان نقاط ضعف، تهدیدها، نقاط قوت، و فرصت‌ها، اولین گام این پژوهش است (جدول ۱). این اقدام، به ما این امکان را می‌دهد که فراتر از شناسایی عوامل صرف حرکت کنیم و به سوی یک تحلیل راهبردی پیش برویم که بتواند راهبرد و عمل را تعیین کند.

جدول ۱. جمع‌بندی موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان بر پایه مطالعات گذشته

منبع	موانع
(Karimi et al., 2014; Alsaad et al., 2023; Modarresi and Arasti, 2021) (انصاری و نیبیور، ۱۳۸۸؛ نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹)	کلیشه‌های جنسیتی در جامعه و عدم پذیرش اجتماعی زن به عنوان کارآفرین (T1)
(Roomi and Parrott, 2008; Agarwal and Lenka, 2016; Al Matroushi, 2020; Alsaad et al., 2023; Panda, 2018)	آموزش و مشاوره محدود به زنان در زمینه کسب و کار و کارآفرینی (T2)
(Javadian and Singh, 2012; Brush et al., 2009; Agarwal and Lenka, 2016; Panda, 2018) (انصاری و نیبیور، ۱۳۸۸؛ نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹؛ رحیمی و نظریان، ۱۳۹۲)	دسترسی محدود زنان به پول و سرمایه (W1)
(انصاری و نیبیور، ۱۳۸۸؛ نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹؛ رحیمی و نظریان، ۱۳۹۲)	نبود تناسب بین سیاست‌های راهبردی، قوانین، و آیین‌نامه‌های مرتبط با اعضای هیئت علمی با نیازها و محدودیت‌های ویژه زنان (T3)
(Akehurst, 2012; Akehurst, 2012) (انصاری و نیبیور، ۱۳۸۸)	عدم مشوق مالی و اعتبارات برای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی (T4)
(Javadian and Singh, 2012; Karimi et al., 2014; Agarwal and Lenka, 2016) (نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹؛ شریفی و دیگران، ۱۳۸۹)	فقدان الگوهای نقش مربی و کارآفرینی زنان در جامعه (W2)
(Brush et al., 2009; Al Matroushi, 2020; Archana et al., 2022) (نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹)	مهارت‌های محدود زنان در زمینه کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (W3)
(Javadian and Singh, 2012; Roomi and Parrott, 2008; Brush et al., 2009; Panda, 2018) (نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹)	تضاد کار با مسئولیت‌های خانه و نقش‌های همسری و مادری زنان در زندگی (W4)
(Karimi et al., 2014) (رحیمی و نظریان، ۱۳۹۲)	عدم تعادل بین مسئولیت‌های کارآفرینی با حجم کار دانشگاهی (W5)

منبع	موانع
(Agarwal and Lenka, 2016; Brush et al., 2009; Modarresi and Arasti, 2021; Panda, 2018) (رحیمی و نظریان، ۱۳۹۲)	تبعیض جنسیتی (T5)
(Archana et al., 2022) (رحیمی و نظریان، ۱۳۹۲)	ریسک‌پذیری محدود، ترس از شکست و تحریرپذیری بیشتر زنان نسبت به مردان (W6)
(Roomi and Parrott, 2008; Brush et al., 2009)	دسترسی محدود زنان به بازارها و شبکه‌های تجاری بین‌المللی (W7)
(Brush et al., 2009)	صنایع تحت سلطه مردان (T6)
(Lindberg et al., 2010)	کمبود نهادهای مدنی و تشکلهای حرفه‌ای در حوزه کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی (T7)
(Panda, 2018)	مشارکت سیاسی اندک و نمایندگی محدود زنان در نهادهای سیاست‌گذار و تصمیم‌ساز (T8)
منبع	پیشران‌ها
(Shavarini, 2005; Al Matroushi, 2020)	افزایش شمار زنان تحصیل‌کرده (O1)
(Al-Qahtani et al., 2022)	فرهنگ‌سازی و ترویج در زمینه کارآفرینی زنان (O2)
(Shavarini, 2005; Archana et al., 2022)	مدارک تحصیلی عالی و دانش تخصصی (S1)
(Kelley et al., 2013)	رشد پیشرفت‌های فناورانه و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک (O3)
(Kelley et al., 2013)	رشد تقاضای بازار داخلی و بین‌المللی (O4)
(Tartari and Salter, 2015; Al-Qahtani et al., 2022; Archana et al., 2022; Alsaad et al., 2023; Javadian and Singh, 2012)	حمایت‌ها و ابتکارات سیاستی و حقوقی برای کارآفرینی زنان (O5)
(Al-Qahtani et al., 2022)	شبکه‌سازی زنان کارآفرین (O6)
(Roomi and Parrott, 2008; Lingappa et al., 2023) (نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹)	انگیزه و عزم قوی زنان (S2)
(Karimi et al., 2014)	دسترسی به منابع و شبکه‌های همکاری دانشگاهی (S3)
(Chakraborty and Biswal, 2023; Aboutaleb, 2020; Cesaroni et al., 2017; Olsson and Bernhard, 2021; Plazibat and Renko, 2020)	رشد رسانه‌های اجتماعی و ظرفیت آنها در کارآفرینی دیجیتال زنان (O7)
(Brush et al., 2009)	مهارت‌های چند وظیفه‌ای و توانایی مدیریت زمان (S4)
(Javadian and Singh, 2012)	داشتن تفکر نوآورانه و توانایی‌های حل مسئله (S5)

منبع: یافته‌های پژوهش

۳. روش پژوهش

این مطالعه از نوع توصیفی / اکتشافی است که از ترکیب روش‌های پیمایش، ماتریس SWOT، و گروه کانونی برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها استفاده کرده است. در این مطالعه موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان دانشگاهی با رویکردی استقرایی و بر پایه مشاهده، مطالعه حقایق موجود، و بر اساس نظرات زنان متخصص، تبیین شده است. این پژوهش در سه گام و به شرح زیر انجام شده است:

گام ۱. شناسایی و اعتباریابی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) - برپایه اطلاعات جدول ۱، پرسشنامه‌ای شامل ۲۷ گویه تهیه شد. در بخش اول این پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا دیدگاه خود در مورد میزان تاثیر هریک از موانع (نقاط ضعف و تهدیدها) و پیشران‌ها (نقاط قوت و فرصت‌ها) با انتخاب عددی از طیف لیکرت (۱= کاملاً مخالف، ۲= مخالف، ۳= نظری ندارم، ۴= موافق، ۵= کاملاً موافق) را بیان کنند. جامعه آماری این پژوهش شامل زنان عضو هیئت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بوده است. انتخاب پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه با روش نمونه‌گیری هدفمند غیرتصادفی و از طریق مراجعه به رزومه ایشان و بررسی سوابق آنها در زمینه کسب و کار، تجاری‌سازی و کارآفرینی، انجام شده است. پس از شناسایی افراد، با آنها تماس گرفته شد تا مقدمات مشارکت آنها در مطالعه انجام شود. بر این اساس فهرستی متشکل از ۳۱ نفر از زنان عضو هیئت علمی که آگاه به موضوعات کارآفرینی و تجاری‌سازی هستند و یا تجربیاتی در این زمینه دارند، تهیه و پرسشنامه به آنها ارسال شد. موسسه‌های محل خدمت این بانوان عبارتند از دانشگاه خوارزمی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشگاه الزهراء، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، پژوهشکده مطالعات فناوری، پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، دانشگاه تبریز، دانشگاه علم و صنعت، جهاد دانشگاهی، دانشگاه تربیت دبیر رجایی، دانشگاه خلیج فارس، سازمان اسناد و کتابخانه ملی، و پژوهشگاه فضای مجازی. ۲۰ درصد پاسخ‌دهندگان از گروه فنی-مهندسی (شامل مهندسی صنایع، مهندسی پزشکی، و مهندسی سیستم)، ۵۸ درصد از گروه علوم انسانی (شامل مدیریت، سیاست‌گذاری علم و فناوری، زبان‌شناسی، علم اطلاعات و دانش‌شناسی)، ۱۳ درصد علوم اجتماعی (شامل جامعه‌شناسی، حقوق، و رسانه) و ۹ درصد علوم پایه (شیمی، کشاورزی، و زمین‌شناسی) هستند. در میان پاسخ‌دهندگان ۶ درصد مربی، ۷۴ درصد استادیار، ۲۰ درصد

دانشیار هستند. روایی محتوای پرسشنامه از طریق بررسی گسترده پیشینه تحقیق و مصاحبه گروهی سنجش شد. پایایی پرسشنامه، از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. در این پژوهش آلفای کرونباخ بر اساس داده‌های ۳۱ پرسشنامه معادل ۰/۸۷ حاصل شد که چون بالاتر از ۰/۷ است، می‌توان استدلال کرد که پرسشنامه از پایایی برخوردار است. برای بررسی پذیرش و یا رد هر یک از موارد از دیدگاه خبرگان نیز از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد.

گام ۲. تشکیل ماتریس‌های IFE و EFE- در این مرحله ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE- Internal Factors Evaluation matrix) برای ارزیابی نقاط قوت و ضعف و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE- External Factors Evaluation matrix)، برای ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدها تشکیل شده است. در ماتریس‌های IFE و EFE به هر یک از عوامل بر اساس اهمیت نسبی آنها باید وزنی اختصاص یابد. عدد میانگین به دست آمده از طریق آزمون t تک نمونه‌ای برای هر یک از موارد، به عنوان وزن آنها در نظر گرفته شده است، ولی از آنجائیکه مجموع وزن عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و نیز مجموع وزن عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) باید عدد یک باشد، میانگین‌های به دست آمده برای عوامل مذکور با تقسیم بر مجموع میانگین‌ها، نرمال شده‌اند تا وزن نسبی آنها به دست آید. در بخش دوم پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود که به هر یک از عوامل در بستر ایران در مقیاس (۱ تا ۴) عددی به عنوان نمره رتبه اختصاص دهند. در مورد ضعف‌ها، ۱=ضعف بسیار جدی در ایران و ۲=ضعف جدی در ایران، در مورد قوت‌ها، ۳=قوت بالا در ایران و ۴=قوت بسیار بالا در ایران است. در مورد تهدیدها، ۱=واکنش بسیار ضعیف ایران به تهدید و ۲=واکنش ضعیف ایران به تهدید، در مورد فرصت‌ها، ۳=بهره‌برداری خوب ایران از فرصت‌ها و ۴=بهره‌برداری عالی ایران از فرصت‌ها است. با ضرب وزن نسبی عوامل در امتیاز رتبه آنها، امتیاز وزنی هر یک از عوامل به دست می‌آید. مجموع امتیاز وزنی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)، نمره نهایی کارآفرینی زنان دانشگاهی در زمینه عوامل داخلی را نشان می‌دهد که اگر کمتر یا مساوی با ۲/۵ باشد به معنای ضعف و اگر بیشتر از ۲/۵ باشد به معنای قوت در حوزه کارآفرینی زنان دانشگاهی است. همچنین مجموع امتیاز وزنی عوامل خارجی (تهدیدها و فرصت‌ها)، نمره نهایی کارآفرینی زنان دانشگاهی در زمینه عوامل خارجی را نشان می‌دهد که اگر کمتر یا مساوی با ۲/۵ باشد به معنای واکنش ضعیف و نمره بالاتر از ۲/۵ به معنای واکنش قوی در بهره‌برداری از فرصت‌ها و غلبه بر تهدیدها در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی است (David, 2011).

گام ۳. تدوین راهبردها- پس از آگاهی از اهمیت و اثر احتمالی عوامل داخلی و خارجی در کارآفرینی زنان دانشگاهی، برای تدوین راهبردها، یک گروه کانونی شامل شش عضو هیئت علمی زن تشکیل شد. جلسه گروه کانونی با مروری بر اهداف تحقیق و نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده مرتبط با کارآفرینی زنان آغاز شد. سپس شرکت‌کنندگان تشویق شدند تا تجربیات، چالش‌ها و بینش‌های شخصی خود را آزادانه در یک محیط باز و فراگیر به اشتراک بگذارند. این گروه از طریق بحث و تعامل، راهبردهای بالقوه و توصیه‌های عملی را برای استفاده از نقاط قوت، غلبه بر نقاط ضعف، بهره‌برداری از فرصت‌ها و کاهش تهدیدها در قالب ماتریس SWOT بررسی کردند. در نهایت چهار دسته راهبرد به دست آمد. راهبردهای تهاجمی (SO)، با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشند از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری نمایند و با بهره‌گیری از نقاط قوت فرصت‌ها را به حداکثر برسانند. هدف راهبردهای محافظه‌کارانه (WO)، این است که سازمان با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط داخلی، نقاط ضعف داخلی را بهبود ببخشد. سازمان با اجرای راهبردهای رقابتی (ST)، تلاش می‌کند تا با استفاده از نقاط قوت خود اثرات ناشی از تهدیدات موجود را کاهش داده یا آنها را از بین ببرد. سازمان‌هایی که راهبردهای تدافعی (WT) را اجرا می‌کنند حالت تدافعی به خود می‌گیرند و هدف این راهبردها کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. در نهایت، به منظور اولویت‌گذاری راهبردهای شناسایی شده، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی-خارجی (IE) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۴. یافته‌های پژوهش

۱.۴ نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی

چنانچه بیان شد پرسش نخست پژوهش بدین شرح است: «نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدهای ایران در زمینه کارآفرینی زنان دانشگاهی کدامند؟» به منظور پاسخ به این پرسش، ابتدا با بررسی ادبیات و مطالعات گذشته یک چک لیست مطابق جدول ۱ از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی شناسایی شد. سپس با توزیع پرسشنامه میان ۳۱ نفر از زنان عضو هیئت علمی موسسه‌های کشور عوامل مذکور با استفاده از آزمون t تک‌نمونه‌ای اعتباریابی شدند. نتایج در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای موانع و پیشران‌های کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی

95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-Tailed)	df	t	Mean	نقاط قوت (Si, i=1-5)، نقاط ضعف (Wi, i=1-7)، فرصت‌ها (Oi, i=1-7) و تهدیدها (Ti, i=1-8)
Upper	Lower						
۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۴۱۹	۰/۰۴۵	۳۰	۲/۰۸۷	۴/۴۲	مدارک تحصیلی عالی و دانش تخصصی (S1)
۱/۵۰	۰/۹۰	۱/۲۰۰	۰/۰۰۰	۳۰	۸/۱۶۳	۴/۲۰	انگیزه و عزم قوی زنان (S2)
۱/۵۱	۰/۸۷	۱/۱۹۴	۰/۰۰۰	۳۰	۷/۶۱۶	۴/۱۹	دسترسی به منابع و شبکه‌های همکاری دانشگاهی (S3)
۱/۱۵	۰/۴۶	۰/۸۰۶	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۷۴۷	۳/۸۱	مهارت‌های چند وظیفه‌ای و توانایی مدیریت زمان (S4)
۱/۴۹	۰/۸۷	۱/۱۲۹	۰/۰۰۰	۳۰	۶/۳۴۱	۴/۱۳	داشتن تفکر نوآورانه و توانایی‌های حل مسئله (S5)
۱/۴۹	۰/۸۷	۱/۱۲۹	۰/۰۰۰	۳۰	۶/۳۴۱	۴/۱۳	دسترسی محدود زنان به پول و سرمایه (W1)
۱/۱۷	۰/۵۱	۰/۸۳۹	۰/۰۰۰	۳۰	۵/۲۰۰	۳/۸۴	فقدان الگوهای نقش مربی و کارآفرینی زنان در جامعه (W2)
۱/۰۵	۰/۳۷	۰/۷۱۰	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۲۱۳	۳/۷۱	مهارت‌های محدود زنان در زمینه کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (W3)
۱/۲۸	۰/۵۹	۰/۹۳۵	۰/۰۰۰	۳۰	۵/۶۰۹	۳/۹۴	تضاد کار با مسئولیت‌های خانه و نقش‌های همسری و مادری زنان در زندگی (W4)
۱/۲۳	۰/۳۸	۰/۸۰۶	۰/۰۰۱	۳۰	۳/۸۴۸	۳/۸۱	عدم تعادل بین مسئولیت‌های کارآفرینی با حجم کار دانشگاهی (W5)
۱/۰۲	۰/۲۷	۰/۶۴۵	۰/۰۰۱	۳۰	۳/۵۲۸	۳/۶۵	ریسک‌پذیری محدود، ترس از شکست و تحریک‌پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان (W6)
۱/۴۱	۰/۵۹	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۹۴۷	۴	دسترسی محدود زنان به بازارها و شبکه‌های تجاری بین‌المللی (W7)
۱/۵۲	۰/۹۳	۱/۲۲۶	۰/۰۰۰	۳۰	۸/۴۸۳	۴/۲۳	افزایش شمار زنان تحصیل‌کرده (O1)
۱/۴۴	۰/۶۹	۱/۰۶۵	۰/۰۰۰	۳۰	۵/۷۵۰	۴/۰۶	فرهنگ‌سازی و ترویج در زمینه کارآفرینی زنان (O2)
۱/۴۱	۰/۵۹	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۹۴۷	۴	رشد پیشرفت‌های فناورانه و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک (O3)
۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۴۱۹	۰/۰۴۵	۳۰	۲/۰۸۷	۳/۴۲	رشد تقاضای بازار داخلی و بین‌المللی (O4)
۰/۸۹	۰/۲۱	۰/۵۴۸	۰/۰۰۲	۳۰	۳/۳۰۰	۳/۵۵	حمایت‌ها و ابتکارات سیاستی و حقوقی برای کارآفرینی زنان (O5)
۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۴۱۹	۰/۰۴۵	۳۰	۲/۰۸۷	۳/۴۲	شبکه‌سازی زنان کارآفرین (O6)
۰/۹۲	۰/۲۴	۰/۵۸۱	۰/۰۰۱	۳۰	۳/۵۰۳	۳/۵۸	رشد رسانه‌های اجتماعی و ظرفیت آنها در کارآفرینی دیجیتال زنان (O7)
۱/۱۵	۰/۵۲	۰/۸۳۹	۰/۰۰۰	۳۰	۵/۴۲۹	۳/۸۴	کلیده‌های جنسیتی در جامعه و عدم پذیرش اجتماعی زن به عنوان کارآفرین (T1)
۱/۱۸	۰/۵۶	۰/۸۷۱	۰/۰۰۰	۳۰	۵/۷۳۰	۳/۸۷	آموزش محدود زنان در زمینه کسب و کار و کارآفرینی (T2)

95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-Tailed)	df	t	Mean	نقاط قوت (Si, i=1-5)، نقاط ضعف (Wi, i=1-7)، فرصت‌ها (Oi, i=1-7) و تهدیدها (Ti, i=1-8)
Upper	Lower						
۱/۳۵	۰/۵۲	۰/۹۳۵	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۶۳۶	۳/۹۴	نبود تناسب بین سیاست‌های راهبردی، قوانین، و آیین‌نامه‌های مرتبط با اعضای هیئت علمی با نیازها و محدودیت‌های ویژه زنان (T3)
۰/۸۹	۰/۲۱	۰/۵۴۸	۰/۰۰۲	۳۰	۳/۳۰۰	۳/۵۵	عدم مشوق مالی و اعتبارات برای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی (T4)
۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۴۱۹	۰/۰۴۵	۳۰	۲/۰۸۷	۳/۴۲	تبعیض جنسیتی (T5)
۰/۹۴	۰/۲۹	۰/۶۱۳	۰/۰۰۱	۳۰	۳/۸۶۸	۳/۶۱	صنایع تحت سلطه مردان (T6)
۱/۲۰	۰/۴۱	۰/۸۰۶	۰/۰۰۰	۳۰	۴/۱۶۷	۳/۸۱	کمبود نهادهای مدنی و تشکلهای حرفه‌ای در حوزه کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی (T7)
۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۴۱۹	۰/۰۴۵	۳۰	۲/۰۸۷	۳/۴۲	مشارکت سیاسی اندک و نمایندگی محدود زنان در نهادهای سیاست‌گذار و تصمیم‌ساز (T8)

منبع: یافته‌های پژوهش

مطابق نتایج جدول ۲، سطح معناداری برای همه عوامل شناسایی شده کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین کلیه عوامل شناسایی شده از نظر پاسخ‌دهندگان مورد تایید قرار گرفته است. به این ترتیب ۲۴ عامل تاثیرگذار بر کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی شامل پنج نقطه قوت، هفت نقطه ضعف، هفت فرصت، و هشت تهدید شناسایی شد. از میان نقاط قوت، مدارک تحصیلی عالی و دانش تخصصی (S1)، از میان نقاط ضعف، دسترسی محدود زنان به پول و سرمایه (W1)، از میان فرصت‌ها، افزایش شمار زنان تحصیل‌کرده (O1)، و از میان تهدیدها، نبود تناسب بین سیاست‌های راهبردی، قوانین، و آیین‌نامه‌های مرتبط با اعضای هیئت علمی با نیازها و محدودیت‌های ویژه زنان (T3)، بیشترین وزن را کسب کردند که نشان‌دهنده تأثیر نسبی بیشتر آنها در کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی است.

۲.۴ راهبردهای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی

پرسش دوم پژوهش بدین شرح است: «راهبردهای تقویت کارآفرینی زنان در کشور ایران کدامند؟» به منظور پاسخ به این پرسش، مطابق با آنچه که در روش پژوهش بیان شد، ماتریس‌های IFE و EFE در قالب جدول ۳ تشکیل شده‌اند.

جدول ۳. ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و عوامل خارجی (EFE) برای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی

امتیاز وزنی	نمره	وزن نسبی	نقاط قوت (Si, i=1-5) و نقاط ضعف (Wi=1-7)
۰/۳۷۲	۴	۰/۰۹۳	مدارک تحصیلی عالی و دانش تخصصی (S1)
۰/۳۵۶	۴	۰/۰۸۹	انگیزه و عزم قوی زنان (S2)
۰/۳۵۲	۴	۰/۰۸۸	دسترسی به منابع و شبکه‌های همکاری دانشگاهی (S3)
۰/۲۴	۳	۰/۰۸	مهارت‌های چند وظیفه‌ای و توانایی مدیریت زمان (S4)
۰/۲۵۸	۳	۰/۰۸۶	داشتن تفکر نوآورانه و توانایی‌های حل مسئله (S5)
۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶	دسترسی محدود زنان به پول و سرمایه (W1)
۰/۰۸	۱	۰/۰۸	فقدان الگوهای نقش مربی و کارآفرینی زنان در جامعه (W2)
۰/۱۵۴	۲	۰/۰۷۷	مهارت‌های محدود زنان در زمینه کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (W3)
۰/۰۸۲	۱	۰/۰۸۲	تضاد کار با مسئولیت‌های خانه و نقش‌های همسری و مادری زنان در زندگی (W4)
۰/۱۵۸	۲	۰/۰۷۹	عدم تعادل بین مسئولیت‌های کارآفرینی با حجم کار دانشگاهی (W5)
۰/۱۵۲	۲	۰/۰۷۶	ریسک‌پذیری محدود، ترس از شکست و تحریک‌پذیری بیشتر زنان نسبت به مردان (W6)
۰/۰۸۴	۱	۰/۰۸۴	دسترسی محدود زنان به بازارها و شبکه‌های تجاری بین‌المللی (W7)
۲/۳۷۴	-	۱	جمع
امتیاز وزنی	نمره	وزن نسبی	فرصت‌ها (Oi, i=1-6) و تهدیدها (Ti=1-8)
۰/۳۰۴	۴	۰/۰۷۶	افزایش شمار زنان تحصیل کرده (O1)
۰/۲۹۲	۴	۰/۰۷۳	فرهنگ‌سازی و ترویج در زمینه کارآفرینی زنان (O2)
۰/۲۸۸	۴	۰/۰۷۲	رشد پیشرفت‌های فناورانه و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک (O3)
۰/۱۸۳	۳	۰/۰۶۱	رشد تقاضای بازار داخلی و بین‌المللی (O4)
۰/۱۹۲	۳	۰/۰۶۴	حمایت‌ها و ابتکارات سیاستی و حقوقی برای کارآفرینی زنان (O5)
۰/۱۸۳	۳	۰/۰۶۱	شبکه‌سازی زنان کارآفرین (O6)
۰/۲۵۶	۴	۰/۰۶۴	رشد رسانه‌های اجتماعی و ظرفیت آنها در کارآفرینی دیجیتال زنان (O7)
۰/۰۶۹	۱	۰/۰۶۹	کلیشه‌های جنسیتی در جامعه و عدم پذیرش اجتماعی زن به عنوان کارآفرین (T1)
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	آموزش محدود زنان در زمینه کسب و کار و کارآفرینی (T2)
۰/۰۷۱	۱	۰/۰۷۱	نبود تناسب بین سیاست‌های راهبردی، قوانین، و آیین‌نامه‌های مرتبط با اعضای هیئت علمی با نیازها و محدودیت‌های ویژه زنان (T3)
۰/۱۲۸	۲	۰/۰۶۴	عدم مشوق مالی و اعتبارات برای کارآفرینی زنان (T4)
۰/۱۲۲	۲	۰/۰۶۱	تبعیض جنسیتی (T5)

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت ... (لیلا نامداریان و حمیدرضا خدمتگزار) ۱۹۱

۰/۱۳	۲	۰/۰۶۵	صنایع تحت سلطه مردان (T6)
۰/۰۶۸	۱	۰/۰۶۸	کمیوید نهادهای مدنی و تشکل‌های حرفه‌ای در حوزه کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی (T7)
۰/۱۲۲	۲	۰/۰۶۱	مشارکت سیاسی اندک و نمایندگی محدود زنان در نهادهای سیاست‌گذار و تصمیم‌ساز (T8)
۲/۴۷۸	-	۱	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۳، از آنجائیکه مجموع امتیازات وزنی عوامل داخلی برابر با ۲/۳۷۴ و کمتر از ۲/۵ است، می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی با توجه به عوامل درونی، ضعیف است (David, 2011). همچنین، جدول ۳ نشان می‌دهد که مجموع امتیازهای وزنی فرصت‌ها و تهدیدها برابر با ۲/۴۷۸ و کمتر از ۲/۵ است. بنابراین می‌توان بیان کرد، موفقیت‌چندانی در بهره‌برداری از فرصت‌ها و غلبه بر تهدیدهای حوزه کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی وجود نداشته است (David, 2011).

پس از آگاهی از اهمیت هر یک از عوامل و اثر احتمالی آنها بر کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها، می‌توان راهبردها را در قالب ماتریس SWOT تدوین کرد. این ماتریس کمک می‌کند تا تصویری واضح از راهبردهای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها به دست آید (جدول ۴). راهبردهای جدول ۴ در یک گروه کانونی متشکل از شش نفر از اعضای هیئت علمی زن تدوین شده است.

جدول ۴. راهبردها و دلایل علیّی تدوین آنها

موانع و پیشران‌های متناظر	راهبردها	گروه
S1, S5, O1, O2	بهره‌گیری از شایستگی‌های علمی-آموزشی بالا و دانش تخصصی زنان برای پیگیری فرصت‌های کارآفرینی.	تهاجمی (SO)
S2, S3, S5, O3, O4	بهره‌گیری از انگیزه، مهارت‌های حل مسئله، و شبکه‌های دانشگاهی زنان برای توسعه محصولات و خدمات نوآورانه در بازارهای در حال رشد ملی و بین‌المللی.	
S5, O3, O7	هدایت قابلیت تفکر نوآورانه و توانایی‌های حل مسئله زنان در جهت بهره‌گیری از راه‌حل‌های کارآفرینی دیجیتال نوآورانه و پلتفرم‌های کسب و کار آنلاین برای دستیابی به بازارهای گسترده‌تر.	
W3, O1	ادغام دوره‌های کارآفرینی، برنامه ریزی کسب و کار، تحلیل بازار و تفکر استراتژیک در برنامه‌های درسی آموزش رسمی دانشگاه‌ها در جهت توسعه	محافظه‌کارانه

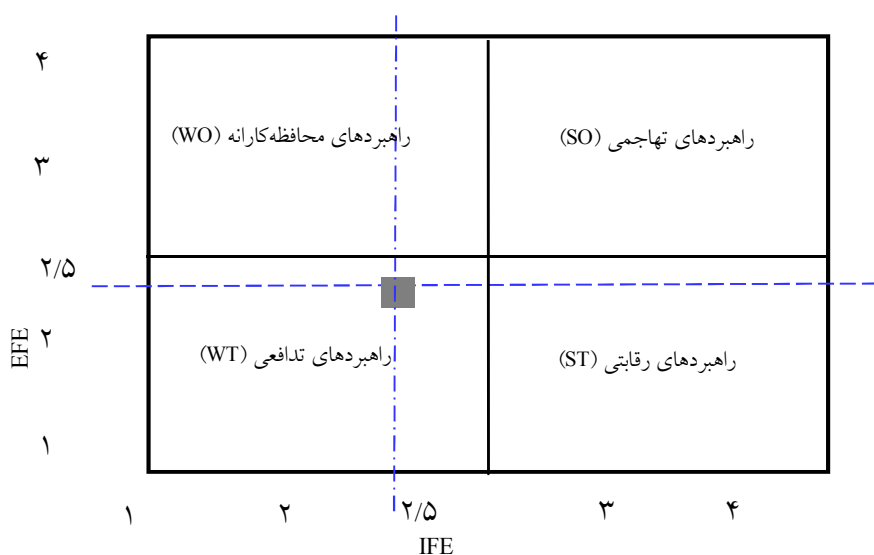
گروه	راهبردها	موانع و پیشران‌های متناظر
(WO)	قابلیت کارآفرینی و مدیریت کسب و کار زنان.	
	ترویج الگوها و مدل‌های موفق و شاخص نقش مربی و کارآفرینی زن در جامعه.	W2, O2
	فراهم نمودن زیرساخت‌های حمایتی مانند تسهیلات مراقبت از کودکان و برنامه کاری انعطاف‌پذیر که از زنان کارآفرین پشتیبانی می‌کند.	W4, W5, O5
	توسعه و تقویت شبکه‌های حمایتی و اشتراک منابع و همکاری‌های ملی و بین‌المللی میان زنان کارآفرین برای غلبه بر چالش دسترسی زنان به بازارها و منابع.	W7, O6, W1
رقابتی (ST)	بهره‌گیری از صلاحیت‌های آموزشی، دانش و تفکر نوآورانه زنان عضو هیئت علمی برای به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی و ترویج کارآفرینی زنان.	S1, S5, T1
	بهره‌گیری از توانایی‌های چندوظیفه‌ای، انگیزه و عزم راسخ زنان عضو هیئت علمی برای غلبه بر تبعیض جنسیتی و ورود آنها به صنایع مردانه.	S2, S4, T5, T6
دفاعی (WT)	برگزاری کارگاه‌ها، سمینارها، و همکاری با مدارس کسب و کار و مراکز کارآفرینی برای ارائه برنامه‌های آموزشی مناسب که به توسعه و تقویت مهارت‌های کارآفرینی، مدیریت کسب و کار، ریسک‌پذیری، و غلبه بر ترس از شکست می‌پردازد.	W3, W6, T2
	اصلاحات قوانین و آیین‌نامه‌های مرتبط با اعضای هیئت علمی به گونه‌ای که با ویژگی‌ها، محدودیت‌ها، و نیازهای زنان کارآفرین عضو هیئت علمی هماهنگی بیشتری داشته باشد.	T3, W4, W5, W6
	در نظر گرفتن مشوق‌های مالی و اعتبارات برای زنان و ترغیب فرشتگان مالی، سمن‌ها، مراکز نوآوری محلی، انکوباتورها، و شتاب‌دهنده‌ها در جهت حمایت از کارآفرینی زنان.	W1, T4, T7
	گسترش آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی در جامعه به منظور ایجاد یک جامعه حمایتی از کارآفرینان زن برای رسیدگی به تضادهای کار و زندگی و ایجاد تعادل بین مسئولیت‌های کارآفرینی با بار کاری دانشگاهی زنان.	W4, W5, T1
	گسترش مشارکت سیاسی و نمایندگی زنان در نهادهای سیاستگذار و تصمیم‌ساز برای تدوین سیاست‌ها و ابتکاراتی که برابری جنسیتی را در دسترسی به منابع مالی و اعتبارات ترویج می‌کند.	T8, W1

منبع: یافته‌های پژوهش

اکنون به تحلیل ماتریس تحلیل عوامل داخلی-خارجی (IE) می‌پردازیم. پاسخی که این ماتریس می‌دهد درخور این پرسش است که اولویت با کدام گروه از استراتژی‌های ST، WT،

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت ... (لیلا نامداریان و حمیدرضا خدمتگزار) ۱۹۳

WO، SO می‌باشد. برای تشکیل ماتریس IE نخست جمع امتیاز وزنی ماتریس EFE روی محور افقی مشخص و عمود بر آن خطی به موازات محور IFE ترسیم می‌شود. سپس جمع امتیاز وزنی IFE نیز روی محور IFE مشخص و عمود بر آن و به موازات EFE خطی رسم می‌شود. محل تقاطع خطوط راهبردهایی را نشان می‌دهد که باید در اولویت قرار بگیرد. در این مطالعه مطابق با ماتریس IFE، مجموع امتیاز وزنی برابر $2/374$ و مطابق با ماتریس EFE، مجموع امتیاز وزنی برابر $2/478$ به دست آمده است. محل تلاقی خطوط مربوطه چنانچه شکل ۱ نشان می‌دهد، راهبردهای WT را نشان می‌دهد که در کشور برای کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی باید در اولویت قرار بگیرد.



شکل ۱. ماتریس عوامل داخلی - خارجی (IE) کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی

منبع: یافته‌های پژوهش

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با استفاده از دیدگاه‌های نظری مختلف، مانند دیدگاه مبتنی بر منابع، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نظریه فمینیستی سوسیالیستی، نظریه نهادی و چارچوب ۵ام، درک چند وجهی از عوامل مؤثر بر تلاش‌های کارآفرینانه زنان در دانشگاه ارائه می‌کند. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش SWOT، نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی زنان

عضو هیئت علمی در زمینه کارآفرینی را برجسته می‌کند و تحلیلی راهبردی از کارآفرینی زنان عضو هیئت علمی موسسه‌ها در ایران ارائه می‌کند.

این پژوهش چندین نقطه قوت کلیدی کارآفرینان عضو هیئت علمی زن را شناسایی می‌کند که مهم‌ترین آنها صلاحیت‌های علمی بالای آنها (S1) و توانایی‌های تفکر نوآورانه (S5) است. این نقاط قوت، اعضای هیئت علمی زن را به عنوان عناصر بالقوه قدرتمند نوآوری و کارآفرینی در محیط‌های دانشگاهی قرار می‌دهد. انگیزه و عزم قوی (S2) که توسط کارآفرینان هیئت علمی زن به نمایش گذاشته می‌شود، انعطاف‌پذیری آنها را نشان می‌دهد که می‌تواند برای غلبه بر موانع سیستمی موجود بسیار موثر باشد.

نقاط ضعف شناسایی شده در این پژوهش، تصویری از چالش‌های سیستمی و شخصی را ترسیم می‌کند. دسترسی محدود به سرمایه (W1) به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف ظاهر می‌شود و شکاف حیاتی در اکوسیستم کارآفرینی برای زنان را برجسته می‌کند. این امر با مهارت‌های محدود در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (W3) ترکیب می‌شود که نیاز به مداخلات آموزشی هدفمند را نشان می‌دهد. تضاد بین مسئولیت‌های کار و خانه (W4) بر چالش مداوم تعادل کار و زندگی برای زنان کارآفرین تأکید می‌کند.

افزون بر این، افزایش تعداد زنان تحصیل کرده (O1) مهم‌ترین فرصت را نشان می‌دهد، که نشان‌دهنده افزایش تعداد کارآفرینان بالقوه است. ظهور پلتفرم‌های تجارت الکترونیک و کارآفرینی دیجیتال (O3) راه‌های جدیدی را در اختیار زنان قرار می‌دهد تا از تخصص آکادمیک خود در سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی استفاده کنند و به طور بالقوه موانع سنتی را دور بزنند.

عدم همسویی بین سیاست‌ها و نیازهای خاص زنان (T3) به عنوان مهم‌ترین تهدید در این پژوهش شناسایی شده است. این ناهماهنگی حاکی از عدم موفقیت سیستماتیک در انطباق با چالش‌های منحصر به فرد زنان کارآفرین در دانشگاه است. کلیشه‌های جنسیتی (T1) و تبعیض (T5) همچنان موانع قابل توجهی ایجاد می‌کنند که نشان‌دهنده نیاز به تغییرات فرهنگی و نهادی است.

بر اساس تحلیل SWOT، این مطالعه راهبردهای مختلفی را برای استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها و در عین حال کاهش ضعف‌ها و تهدیدهای پیش روی کارآفرینان زن عضو هیئت علمی موسسه‌ها پیشنهاد می‌کند. راهبردهای تهاجمی (SO) بر سرمایه‌گذاری بر مدارک تحصیلی، دانش تخصصی و تفکر نوآورانه برای توسعه محصولات و خدمات نوآورانه‌ای که نیازهای رو به رشد بازار را برآورده می‌کنند، تأکید دارند. راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) بر

واکاوی کارآفرینی زنان عضو هیئت ... (لیلا نامداریان و حمیدرضا خدمتگزار) ۱۹۵

یکپارچه‌سازی آموزش کارآفرینی، ترویج الگوهای نقش، ارائه زیرساخت‌های حمایتی و تقویت شبکه‌های حمایتی تمرکز دارند. راهبردهای رقابتی (ST) شامل استفاده از نقاط قوت اعضای هیأت علمی زن برای به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی و غلبه بر تبعیض در صنایع مردانه است. راهبردهای دفاعی (WT) توسعه مهارت‌های کارآفرینی، اجرای اصلاحات سیاستی، ارائه مشوق‌های مالی، ایجاد یک جامعه حمایتی برای رسیدگی به تعارضات کار و زندگی، و توسعه مشارکت سیاسی زنان را در اولویت قرار می‌دهند.

ماتریس تحلیل عوامل داخلی-خارجی (IE)، راهبردهای تدافعی (WT) را برای کارآفرینی اعضای هیئت علمی زن موسسه‌ها در ایران، به عنوان راهبردهای دارای اولویت پیشنهاد می‌کند. این دسته از راهبردها با نقاط ضعف و تهدیدهای شناسایی شده همسو می‌شود و بر لزوم رسیدگی به محدودیت‌های داخلی و چالش‌های خارجی به طور همزمان تاکید می‌کند. برای اجرای موثر راهبردهای تدافعی (WT) پیشنهادی، چندین اقدام عملی به صورت زیر می‌توان پیشنهاد کرد:

۱. ایجاد مراکز کارآفرینی و انکوباتورها در دانشگاه‌ها برای ارائه خدمات آموزشی، راهنمایی و پشتیبانی مناسب برای اعضای هیأت علمی زن که به دنبال سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی هستند؛
۲. تقویت همکاری بین دانشگاه‌ها، مدارس تجاری و شرکای صنعتی برای توسعه برنامه‌های کارآفرینی میان‌رشته‌ای و تسهیل انتقال دانش؛
۳. اجرای سیاست‌ها و ابتکاراتی که برابری جنسیتی، دسترسی برابر به منابع، و ایجاد یک اکوسیستم حمایتی برای زنان کارآفرین در موسسات دانشگاهی را ترویج می‌کند؛
۴. تشویق تشکیل شبکه‌ها و انجمن‌های زنان کارآفرین به منظور تسهیل حمایت از هم‌تایان، مشاوره و به اشتراک‌گذاری منابع؛
۵. انجام اصلاحات سیاستی و تغییرات نظارتی که به نیازها و چالش‌های ویژه کارآفرینان زن، مانند تعادل بین کار و زندگی و دسترسی به بودجه، رسیدگی می‌کند؛
۶. سازماندهی کمپین‌های آگاهی‌رسانی و برنامه‌های اطلاع‌رسانی جامعه برای به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی و ترویج پذیرش زنان کارآفرین در دانشگاه و جامعه؛
۷. توسعه مشارکت زنان در سیاست‌گذاری.

یافته‌های این مطالعه پیامدهای عملی و مدیریتی قابل توجهی برای سیاست‌گذاران، مدیران دانشگاه‌ها و کارآفرینان زن دارد. توسعه مهارت‌های کارآفرینی (W3) از طریق برنامه‌های آموزشی مناسب به عنوان یک حوزه کلیدی برای سرمایه‌گذاری است. علاوه بر این، تأثیر قوی تضادهای کار و زندگی (W4، W5) بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان نشان می‌دهد که ترتیبات کاری انعطاف‌پذیر و زیرساخت‌های حمایتی (به عنوان مثال، امکانات مراقبت از کودکان) باید در اولویت قرار گیرند. از سوی دیگر، نقاط قوت شناسایی شده، به ویژه در نوآوری (S5) و انگیزه (S2)، نشان می‌دهد که برنامه‌های مربیگری که کارآفرینان باتجربه را با اعضای هیئت علمی زن مشتاق پیوند می‌دهند، می‌تواند به ویژه مؤثر باشد. چنین برنامه‌هایی می‌تواند به پر کردن شکاف بین تخصص دانشگاهی و دانش کارآفرینی کمک کند.

در حالی که مطالعه ما بینش‌های ارزشمندی را ارائه می‌دهد، اما به دلیل تمرکز بر بافت ایران محدود است. انجام مطالعات بین فرهنگی و تطبیقی به درک شباهت‌ها و تفاوت‌ها در چشم‌انداز کارآفرینی اعضای هیئت علمی زن در کشورها و مناطق مختلف کمک می‌کند. افزون بر این، پژوهش‌های آینده می‌تواند چندین موضوع دیگر را نیز بررسی کنند. یکی از موضوعات، بررسی اثربخشی راهبردهای پیشنهادی با اجرای آنها و ارزیابی تأثیر آنها بر موفقیت کارآفرینی اعضای هیئت علمی زن است. علاوه بر این، کاوش در رابطه نژاد و سایر عوامل اجتماعی-جمعیتی در شکل‌دهی به تجربیات کارآفرینی زن می‌تواند بینش عمیق‌تری در این زمینه ارائه دهد. بررسی نقش فرهنگ نهادی، سیاست‌ها و عملکردها در دانشگاه‌ها و موسسه‌های پژوهشی در ترویج یا ممانعت از کارآفرینی زنان، یکی دیگر از حوزه‌های مهم مطالعه است.

کتاب‌نامه

- انصاری، منوچهر، نبی‌پور حقیقی، مژگان. (۱۳۸۸). موانع توسعه کارآفرینی زنان کارآفرین. *خردنامه همشهری*، ۱۳: ۱-۳۹.
- ریبعی، علی، نظریان، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل کرده دانشگاهی ایران. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۲ (۴): ۱-۲۶.
- شریفی، امید، اسدی، علی، رضایی، روح‌الله، عدلی، محسن. (۱۳۸۹). کارآفرینی زنان دانشگاهی. *پژوهشنامه زنان*، ۱ (۱): ۱۰۶-۷۳.
- نیازکار، فاطمه، عرب‌مقدم، نرگس. (۱۳۸۹). بررسی دیدگاه زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان. *تحقیقات زنان*، ۴ (۱): ۱-۲۳.

- Abreu, M., & Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 763-794.
- Aboutaleb, G. A. (2020). Social Media Potentials in Supporting Women Entrepreneurship: The Case of Egypt [Master's Thesis, the American University in Cairo]. AUC Knowledge Fountain.
- Abreu, M., & Grinevich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 42, 763-794.
- Agarwal, S., & Lenka, U. (2016). An exploratory study on the development of women entrepreneurs: Indian cases. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(2), 232-247.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Akehurst, G., Simarro, E., & Mas-Tur, A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: Motivations, barriers and performance. *Service Industries Journal*, 32(15), 2489-2505.
- Al-Matroushi, H., Jabeen, F., Matloub, A., & Tehsin, M. (2020). Push and pull model of women entrepreneurship: empirical evidence from the UAE. *Journal of Islamic accounting and business research*, 11(3), 588-609.
- Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L., & Koç, M. (2022). Women entrepreneurship for sustainability: Investigations on status, challenges, drivers, and potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 4091.
- Alsaad, R. I., Hamdan, A., Binsaddig, R., & Kanan, M. A. (2023). Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 245-262.
- Archana, M. S., Kumar, M. V., & Shyamasundar, M. S. (2022). Women entrepreneurship and innovation in higher education: Opportunities and challenges in India-A review. *Journal of Engineering Education Transformations*, 35(3), 202349-2473.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Baumol, W. J. (2014). The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism. In *The free-market innovation machine*. Princeton university press.
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small business economics*, 47, 53-76.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Brush, C. G., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Cesaroni, F. M., Demartini, P., & Paoloni, P. (2017). Women in business and social media: Implications for female entrepreneurship in emerging countries. *African Journal of Business Management*, 11(14), 316-326.

- Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2023). Impact of social media participation on female entrepreneurs towards their digital entrepreneurship intention and psychological empowerment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(3), 374-392.
- David, F. R. (2011). Strategic management concepts and cases. Prentice hall.
- Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(2), 151-168.
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2011). 30 years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1045-1057.
- Hechavarría, D. M., & Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53, 431-458.
- Huang, Y., Li, P., Chen, L., & Wang, J. (2023). Opportunity or necessity entrepreneurship? A study based on the national system of entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100448.
- Javadian, G., & Singh, R. P. (2012). Examining successful Iranian women entrepreneurs: an exploratory study. *Gender in management: An international journal*, 27(3), 148-164.
- Karimi, S., JA Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 694-727.
- Kelley, D. J. (2013). *Global entrepreneurship monitor: 2010 Women's Report*. Center for Women's Leadership at Babson College.
- Lingappa, A. K., LR, L. R., & Shetty, D. K. (2023). Women entrepreneurial motivation and business performance: the role of learning motivation and female entrepreneurial competencies. *Industrial and Commercial Training*, 55(2), 269-283.
- Lindberg, M., Lindgren, M., & Packendorff, J. (2010). The role of NGOs in supporting women's entrepreneurship: A study of a Quadruple Helix project in the Baltic sea region. Quadruple Helix. MIT News. (2021). Lemelson-MIT announces winners of 2021 Student Prize. <https://news.mit.edu/2021/lemelson-mit-announces-winners-2021-student-prize>
- Modarresi, M., & Arasti, Z. (2021). Cultural challenges of women entrepreneurs in Iran. In *The emerald handbook of women and entrepreneurship in developing economies* (pp. 229-245). Emerald Publishing Limited.
- Movahedi, R., & Yaghoubi-Farani, A. (2012). Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship. *International journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4), 469-487.
- North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge university press.
- Oxford university. Increasing Diversity in Enterprising Activities (IDEA). <https://eship.ox.ac.uk/idea/>

- Olsson, A. K., & Bernhard, I. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378-396.
- Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal*, 33(4), 315-331.
- Plazibat, I., & Renko, S. (2020). Social Media as a Channel for Boosting Female Entrepreneurship in Retailing. AD Plastik Group, 84.
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- RezaeiZadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cunningham, J., & Murphy, E. (2017). Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13, 35-73.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousands Oaks. Cal: Sage Publications.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Safavi, M., & Håkanson, L. (2018). Advancing theory on knowledge governance in universities: a case study of a higher education merger. *Studies in Higher Education*, 43(3), 500-523.
- Shavarini, M. K. (2005). The feminization of Iranian higher education. *International review of education*, 51, 329-347.
- Tartari, V., & Salter, A. (2015). The engagement gap: Exploring gender differences in University–Industry collaboration activities. *Research Policy*, 44(6), 1176-1191.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- World Bank. (2021). Labor force participation rate, female (% of female population ages 15+) (modeled ILO estimate) - Iran, Islamic Rep. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=IR>
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-18.