



Management & Development Process

چکیده

امروزه کارآفرینی، یکی از شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی ارزنده و مطلوب است و اهمیت بسیاری در تعالی جوامع و دستیابی به اهداف توسعه پایدار دارد. بنابراین، ضرورت دارد با استفاده از همه فرصت‌ها و ظرفیت‌های بلااستفاده مالی و انسانی، به ویژه بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود در زنان دانشگاهی، که یکی از عوامل مؤثر و کارا در توسعه کارآفرینی هستند، راهبردهایی تدوین کنیم که زمینه‌ساز ارتقای کارآفرینی و توانمندسازی زنان کارآفرین در عرصه کارآفرینی باشند. در مقاله حاضر، به منظور تدوین راهبرد توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی، از چارچوب جامع تدوین راهبرد استفاده شده است. در مرحله شروع، بیانیه مأموریت تعیین گردیده و سپس در مرحله ورودی، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) ارائه شده است. آنگاه با توجه به اطلاعات حاصل در مرحله تطبیق و مقایسه، دو ماتریس سوات (SWOT) و ماتریس داخلی و خارجی (IE) تشکیل شدند. در نهایت، در مرحله تصمیم‌گیری، با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM)، میزان جذابیت راهبردهای تعیین شده، مورد ارزیابی و قضاوت قرار گرفته است. بدین ترتیب، بهترین راهبرد، ایجاد و توسعه زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب تعیین شد.

کلیدواژه‌ها: زنان کارآفرین، توانمندسازی، تدوین راهبرد، چارچوب سوات، توسعه یافتگی

**تدوین راهبرد توانمندسازی
زنان کارآفرین دانشگاهی به
روش چارچوب جامع سوات
(بررسی موردی: زنان کارآفرین
شهرستان شیراز)**

محمدتقی امینی
علیرضا پیرعلی
سعیده سیادت

تدوین راهبرد توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی به روش چارچوب جامع سوات (بررسی موردی: زنان کارآفرین شهرستان شیراز)

محمدتقی امینی^۱
علیرضا پیرعلی^۲
سعیده سیادت^۳

مقدمه

تحولات جدید در جهان و تغییر رویکردها و نگرش‌ها، موجب شده است کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصاد بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مورد توجه قرار گیرد. کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر و به دلیل برخورداری از قابلیت‌ها، توانمندی‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و نیز بهره‌مندی از دو نیروی بالقوه خلاقیت و نوآوری، تأثیر مهمی در توسعه کارآفرینی جوامع دارند. بدین ترتیب، تعمق کمی در این زمینه، بیانگر تأثیر مهم و حیاتی کارآفرینان زن به عنوان نیمی از سرمایه انسانی جامعه است (شادی‌طلب، ۱۳۸۱: ۴۲)، زیرا تجربه ثابت کرده است که حضور زنان تحصیل کرده در عرصه عمومی و سطوح تصمیم‌گیری، به اصلاح نظام اداری و بهبود کیفیت خدمات در کشورهای در حال توسعه بسیار کمک کرده است (احمدپور، ۱۳۸۳: ۱۸). از این رو، نیاز است با فراهم کردن امکانات لازم برای توانمندسازی زنان کارآفرین دانش‌آموخته - قشری که علم و عمل را در هم آمیخته و به عرصه ظهور گذاشته‌اند - بسترهای لازم را به

۱. دانشیار، دانشگاه پیام نور

m.t.amini@yahoo.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور اهرم

alireza_pirali@yahoo.com

مؤلف مسئول

۳. کارشناس ارشد مدیریت MBA، مربی

دانشگاه پیام نور

s_seyadat@yahoo.com

منظور رشد مهارت‌های کسب و کار، توانایی رویارویی با بحران‌های پیش‌روی و در نهایت، افزایش قابلیت‌های تولیدی و خدماتی آنها فراهم کرد. به منظور تدوین راهبرد توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی، از مدل چارچوب جامع سوات (SWOT) استفاده شده است که ابزاری مناسب، برای تدوین راهبردهای گوناگون است.

پیشینه پژوهش

با وجود اهمیت فراوان توانمندسازی کارآفرینان، به ویژه زنان دانش‌آموخته کارآفرین در عرصه ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع، تاکنون پژوهش‌های جامعی انجام نشده است که به تدوین راهبردهایی مهم و بنیانی در این زمینه بینجامد.

روش پژوهش

در پژوهش حاضر، جمع‌آوری اطلاعات برای تدوین راهبرد توانمندسازی زنان کارآفرین، از طریق بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی (شامل تکمیل پرسشنامه و مصاحبه با مدیران و کارآفرینان زن دانشگاهی) انجام شده است.

در پژوهش حاضر، جامعه آماری، ۴۸ نفر از مدیران و کارشناسان کارآفرینی سازمان تعاون و کارآفرینان زن دانشگاهی را در شهرستان شیراز شامل می‌شود که به دلیل حجم کم جامعه آماری و به منظور حفظ روایی و اعتبار بیشتر اطلاعات، کل جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفته است.

در تدوین راهبرد توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی، از چارچوب جامع تدوین راهبرد سوات (SWOT) استفاده شده است. در مدل مذکور، بکارگیری ابزارها و روش‌هایی خاص، موجب می‌شود تا با شناسایی و ارزیابی راهکارهای مختلف، بهترین راهبردها در زمینه‌های گوناگون گزینش گردد. چارچوب مذکور، چهار مرحله اصلی "شروع"، "ورودی"، "تطبیق و مقایسه" و "تصمیم‌گیری" را شامل می‌شود.

شایان ذکر است که هدف پژوهشگر از انجام پژوهش حاضر، پاسخ به پرسش اصلی ذیل است. این پرسش نیز دو پرسش فرعی دیگر را شامل می‌شود:

- ❖ راهبردهای مطلوب برای توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی کدام هستند؟
- ✓ قوت‌ها و ضعف‌های پیش‌روی توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی کدام هستند؟
- ✓ فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی کدام هستند؟

بیانیه مأموریت

مأموریت اصلی، تدوین راهکارهای مطلوب برای توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی، توسعه و ترویج تفکر خلاق در آنها، حمایت از فعالیتهای مولد و نیز ایجاد بسترهای مناسب برای تقویت روحیه تلاش، خودباوری و دستیابی آنها به جایگاه والای انسانی خویش در جامعه و افزایش توان آنها به منظور حضور و مشارکت فعال در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است.

مرحله ورودی:

الف) ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

هدف از انجام این مرحله، کندوکاو در محیط خارجی ناحیه مورد بررسی، به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای مرتبط با توانمندسازی زنان کارآفرین دانشگاهی این منطقه است. این ماتریس که پارادایم زیربنای آن، عمدتاً تجویزی است، به متخصص اجازه می‌دهد که عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، تکنولوژیکی، حقوقی و وضعیت بازار را در مقطع زمانی مورد نظر ارزیابی کند (علی احمدی و همکاران، ۱۳۸۳: ۲۴۴). در ماتریس زیر، عوامل محیطی مؤثر بر توسعه توانمندسازی زنان کارآفرین شناسایی شده است.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

جدول (۱): ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) مؤثر بر توانمندسازی زنان کارآفرین

ردیف	عوامل خارجی	ضریب	رتبه	نمره
۱	فرصت‌ها O1: برخورداری زنان از حقوق اجتماعی مساوی با مردان	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۲	O2: سیاست‌های حمایتی دولت و مقام معظم رهبری در توانمندسازی زنان کارآفرین	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
۳	O3: تصرف زن در دارایی‌های خود به طور مستقل	۰/۰۷	4	۰/28
۴	O4: وجود دانش‌آموختگان متخصص در بازار کار	۰/۰۸	۴	۰/۲۸
۵	O5: علاقه دانشگاه‌ها به توسعه تفکر و مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان	۰/09	۴	۰/36
۶	تهدیدها T1: فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار حاکم بر جامعه	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۷	T2: شرایط نامساعد و رکود اقتصادی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۸	T3: وجود افکار و باورهای منفی درباره نقش زنان در کسب و کار	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
۹	T4: انحصاری بودن برخی از مشاغل و رشته‌های دانشگاهی برای مردان	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۱۰	T5: عدم دسترسی کافی زنان کارآفرین به تکنولوژی، خدمات حمایتی و اطلاع رسانی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۱۱	T6: دسترسی کمتر زنان به اعتبارات مالی به دلیل نگرش منفی درباره توان بازپرداخت زنان کارآفرین	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
منبع: یافته‌های محقق				
		1		۲/۰۱

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

هدف از انجام این مرحله، سنجش محیط داخلی ناحیه مورد بررسی، به منظور شناسایی قوت‌ها و ضعف‌ها است. بدین معنا که جنبه‌هایی شناسایی شود که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی شده و اجرای تکالیف آن، زمینه‌های مساعد یا بازدارنده را فراهم می‌کنند (طیبی، ۱۳۸۴: ۱۶۶).

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

جدول (۲): ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) مؤثر بر توانمندسازی زنان کارآفرین

دانشگاهی

ردیف	عوامل داخلی	ضریب	رتبه	نمره
۱	قوت‌ها S1: تخصص، توانایی و ظرفیت‌های هنری و دقت نظری در زنان کارآفرین تحصیل کرده	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
۲	S2: تمایل بیشتر به استفاده بهینه از فرصت‌ها	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
۳	S3: وجود مهارت‌های ارتباطی زنان دانش‌آموخته در مقابل مردان	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۴	S4: هوشمندی و ژرف‌اندیشی زنان در فعالیت‌های اقتصادی	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
۵	S5: انگیزه روانی (حفظ استقلال - احساس امنیت) در زنان کارآفرین	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
۶	S6: توان تخصصی و دانش علمی زنان کارآفرین دانشگاهی	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۷	S7: وجود روحیه کار گروهی و تعهد بیشتر زنان به قبول مسئولیت	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
	ضعف‌ها			
۸	W1: محدودیت زنان برای کار در محیط‌های شغلی متفاوت	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
۹	W2: فقدان دسترسی به اطلاعات و شبکه‌های اطلاع‌رسانی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۱۰	W3: کمبود نقدینگی و دارایی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۱۱	W4: مسئولیت در قبال خانواده که مانع ورود به عرصه کار و فعالیت می‌شود	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۱۲	W5: کمبود تجربه کاری و دشواری کسب سرمایه و بی‌تجربگی در برنامه‌ریزی مالی	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
۱۳	W6: عدم شناخت کافی زنان کارآفرین درباره چگونگی ورود به بازار	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
	منبع: یافته‌های محقق	۱		۲/۵۳

مرحله تطبیق و مقایسه:

الف) ماتریس سوات (SWOT)

مدیران با استفاده از ماتریس سوات می‌توانند اطلاعات مربوط به عوامل داخلی و خارجی را مقایسه کنند و به تدوین انواع راهبردهای ممکن بپردازند. ماتریس (SWOT) از یک جدول مختصات دوبعدی تشکیل شده است که هر یک از چهار نواحی آن، بیانگر مجموعه‌ای از راهبردها است. این راهبردها عبارت‌اند از:

راهبردهای تهاجمی (SO): هر شرکتی تمایل دارد همواره در موقعیتی قرار داشته باشد که بتواند با بهره‌گیری از قوت‌ها، به میزان بسیاری از فرصت‌های محیطی استفاده کند.

راهبردهای رقابتی (ST): این راهبردها بر اساس استفاده از قوت‌ها، به منظور جلوگیری از تهدیدهای محیطی تدوین می‌شوند و هدف از اجرای آنها، افزایش توانمندی‌های موجود در مقابل کاهش تهدیدها است.

راهبردهای محافظه‌کارانه (WO): هدف این راهبردها، کاهش ضعف‌ها با استفاده از مزیت‌های بالقوه‌ای است که در فرصت‌های محیطی نهفته است.

راهبردهای تدافعی (WT): در این حالت، هدف از تدوین راهبرد، کاهش ضعف‌ها و تهدیدها تا حد ممکن است.

جدول (۳): ماتریس سوات (SWOT)

<p>ضعف‌ها (W)</p> <p>W1: محدودیت زنان برای کار در محیط‌های شغلی متفاوت</p> <p>W2: فقدان دسترسی به اطلاعات و شبکه‌های اطلاع‌رسانی</p> <p>W3: کمبود نقدینگی و دارایی</p> <p>W4: مسئولیت در قبال خانواده که مانع از ورود به عرصه کار و فعالیت می‌شود</p> <p>W5: کمبود تجربه کاری و دشواری کسب سرمایه و بی‌تجربگی در برنامه‌ریزی مالی</p> <p>W6: عدم شناخت کافی زنان کارآفرین درباره چگونگی ورود به بازار</p>	<p>قوت‌ها (S)</p> <p>S1: تخصص، توانایی و ظرفیت‌های هنری و دقت نظری در زنان کارآفرین تحصیل‌کرده</p> <p>S2: تمایل بیشتر به استفاده بهینه از فرصت‌ها</p> <p>S3: وجود مهارت‌های ارتباطی زنان</p> <p>S4: دانش‌آموخته در مقابل مردان</p> <p>S5: انگیزه روانی (حفظ استقلال - احساس امنیت) در زنان کارآفرین</p> <p>S6: توان تخصصی و دانش علمی زنان کارآفرین دانشگاهی</p> <p>S7: وجود روحیه کار گروهی و تعهد بیشتر زنان به قبول مسئولیت</p>	<p>IFE</p> <p>EFE</p>
<p>راهبردهای WO</p> <p>(۱) <u>W1, W5, O4, O5</u>: توسعه فرهنگ و روحیه خلاقیت و نوآوری میان زنان دانش‌آموخته</p> <p>(۲) <u>W1, W2, W5, W6, O2, O3</u>: عرضه و ترویج الگوهای موفق کارآفرینی به زنان کارآفرینی</p>	<p>راهبردهای SO</p> <p>(۱) <u>O2, O4, S2, S4, S5, S6, S7</u>: فراهم کردن بسترهای اجتماعی - فرهنگی مناسب</p> <p>(۲) <u>O1, O2, O3, S4, S6</u>: اعطای تسهیلات ویژه به زنان کارآفرین دانشگاهی</p> <p>(۳) <u>O5, S4, S2</u>: برگزاری دوره‌های تخصصی مهارت‌های نوین کسب و کار</p>	<p>قوت‌ها - O</p> <p>O1: برخورداری زنان از حقوق اجتماعی مساوی با مردان</p> <p>O2: سیاست‌های حمایتی دولت و مقام معظم رهبری در توانمندسازی زنان کارآفرین</p> <p>O3: تصرف زن در دارایی‌های خود به طور مستقل</p> <p>O4: وجود دانش‌آموختگان متخصص در بازار کار</p> <p>O5: علاقه دانشگاه‌ها به توسعه تفکر و مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان</p>

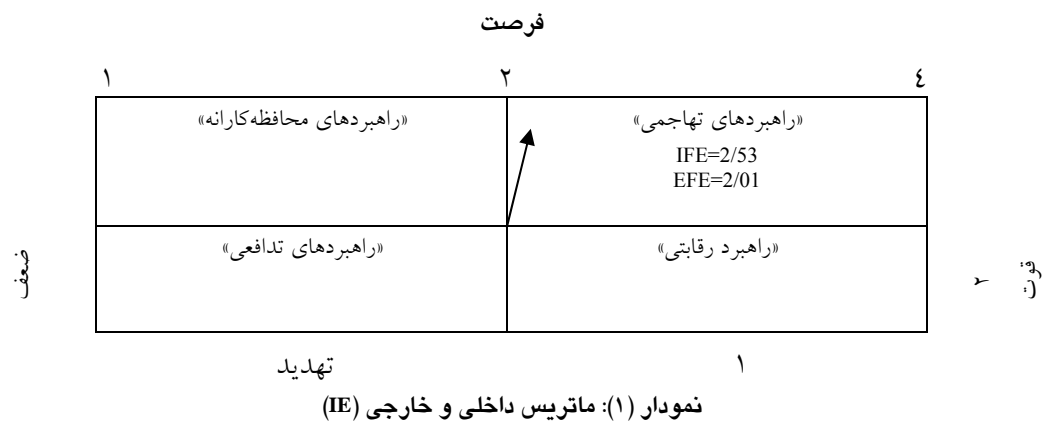
ادامه جدول (۳): ماتریس سوات (SWOT)

راهبردهای WT	راهبردهای ST	تهدیدات (T)
(۱) <u>W2, W3, W5, T2, T3, T5, T6</u> تصویب قوانین حمایت‌کننده و حذف قوانین بازدارنده فعالیت کارآفرینان زن	(۱) <u>S1, S5, S6, T1, T3, T4, T6</u> تشکیل و توانمندسازی تعاونی‌ها و انجمن‌های تخصصی زنان کارآفرین	T1: فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار حاکم بر جامعه T2: شرایط نامساعد و رکود اقتصادی T3: وجود افکار و باورهای منفی در مورد نقش زنان در کسب و کار T4: انحصاری بودن برخی از مشاغل و رشته‌های دانشگاهی برای مردان T5: عدم دسترسی کافی زنان کارآفرین به تکنولوژی، خدمات حمایتی و اطلاع رسانی T6: دسترسی کمتر زنان به اعتبارات مالی بدلیل نگرش منفی در خصوص توان بازپرداخت زنان کارآفرین
(۲) <u>W1, W4, T1, T3, T4, T6</u> اصلاح فرهنگ و نگرش مرد سالارانه حاکم	(۲) <u>S2, S6, T4, T5</u> ایجاد بانک‌های اطلاعاتی تخصصی زنان کارآفرینی دانشگاهی	

منبع: یافته‌های محقق

ب) ماتریس داخلی و خارجی (IE)

با توجه به چهار دسته راهبرد استخراج شده از ماتریس سوات و محل قرار گرفتن موضوع مورد بررسی در ماتریس داخلی و خارجی، راهبردهای SO به منظور ارزیابی و انتخاب نهایی در ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی انتخاب می‌شود (هانگر، ۱۳۸۱: ۲۰۲).



مرحله تصمیم‌گیری

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)

یکی از تکنیک‌های بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های راهبردی و مشخص کردن جذابیت نسبی راهبردها که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) است. در این ماتریس، اولویت گزینه‌های راهبردی، به ترتیب اهمیت تعیین می‌شود (پیرسون، ۱۳۸۱: ۱۵۸).

جدول (۴): ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QSPM)

راهبرد سوم برگزاری دوره‌های تخصصی مهارت‌های نوین کسب و کار		راهبرد دوم اعطای تسهیلات ویژه به زنان کارآفرین دانشگاهی		راهبرد اول فراهم کردن بسترهای اجتماعی - فرهنگی مناسب			ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)
نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	ضریب	فرصت‌ها
۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	O1
۰/۲۷	۳	۰/۲۷	۳	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	O2
۰/۲۱	۳	۰/۲۸	۴	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	O3
۰/۳۲	۴	۰/۲۴	۳	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	O4
۰/۲۷	۳	۰/۲۷	۳	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	O5
۱/۴۳		۱/۴۲		۱/۵۲			مجموع فرصت‌ها
							تهدیدها
۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	T1
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	T2
۰/۰۴	۱	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	T3
۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	T4
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	T5
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	T6
۰/۳۳		۰/۳۹		۰/۴۲			مجموعه تهدیدها
							قوت‌ها
۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۳	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S1
۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	S2
۰/۲۱	۳	۰/۲۱	۳	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	S3
۰/۲۴	۳	۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S4
۰/۲۱	۳	۰/۲۱	۳	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S5
۰/۲۷	۳	۰/۳۶	۴	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	S6
۰/۳۶	۴	۰/۲۷	۳	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	S7
۱/۸۹		۱/۹۷		۲/۱۲			مجموع قوت‌ها

ادامه جدول (۴): ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QSPM)

							ضعف‌ها
۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	W1
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	W2
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	W3
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W4
۰/۰۴	۱	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	W5
۰/۱۰	۲	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	W6
۰/۴۳		۰/۳۹		۰/۳۹			مجموعه ضعف‌ها
۴/۰۸		۴/۱۷		۴/۴۵			مجموعه نمره‌های جذابیت

منبع: یافته‌های محقق

نتیجه‌گیری

از جمع‌بندی ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (عوامل خارجی - عوامل داخلی) جدول زیر حاصل می‌شود.

جدول (۵): جذابیت راهبردها نسبت به عوامل خارجی و داخلی

راهبردها	نمره جذابیت عوامل داخلی	نمره جذابیت عوامل خارجی	نمرات جذابیت
ST1: فراهم کردن بسترهای اجتماعی - فرهنگی مناسب	۱/۹۸	۱/۷۰	۳/۸۶
ST2: اعطای تسهیلات ویژه به زنان کارآفرین دانشگاهی	۱/۸۹	۱/۵۷	۳/۴۶
ST3: برگزاری دوره‌های تخصصی مهارت‌های نوین کسب و کار	۱/۸۷	۱/۴۹	۳/۳۸

منبع: یافته‌های محقق

طبق میانگین نمرات راهبردهای تهاجمی در ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی،

فراهم کردن بسترهای اجتماعی - فرهنگی مناسب، بهترین راهبرد انتخاب می‌شود.

پیشنهادهای

- در این مرحله، با توجه به یافته‌های پژوهش و به منظور تحقق راهبردهای حاصل از تحلیل ماتریس SWOT، پیشنهادهای زیر بیان می‌شود:
۱. ایجاد و توسعه بسترهای حمایتی به منظور تضمین فروش محصولات و خدمات زنان کارآفرین؛
 ۲. ایجاد و حمایت از تشکیلات ویژه به منظور مباحثه زنان کارآفرین موفق با دانش‌آموختگان زن علاقمند به کارآفرینی؛
 ۳. شناسایی چالش‌های فراروی دانش‌آموختگان زن کارآفرین و ایجاد فرصت‌های مناسب برای توانمندسازی آنان؛
 ۴. اصلاح و بازنگری قوانین موجود کشور با توجه به روند توسعه؛
 ۵. شناسایی عوامل مساعد و بازدارنده کارآفرینی زنان دانش‌آموخته و راه‌های عملی رفع آنها؛
 ۶. استعدادیابی و مدیریت استعداد زنان کارآفرین دانشگاهی؛
 ۷. معرفی الگوهای موفق از کارآفرینان زن؛
 ۸. حمایت از زنان کارآفرین در مراحل مختلف؛
 ۹. معرفی فرصت‌های کارآفرینی، متناسب با توانایی‌ها و تخصص زنان دانش‌آموخته.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی، نظریات، الگوها. تهران. پردیس.
اعرابی، سید محمد (۱۳۸۵). درسنامه برنامه‌ریزی استراتژیک. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
پیرسون، رابینسون (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی مدیریت استراتژیک. ترجمه سهراب خلیلی شورینی. انتشارات یادواره کتاب.
دیوید، فرد. آر. (۱۳۷۹). مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی.

تدوین راهبرد توانمندسازی... / محمدتقی امینی و علیرضا پیرعلی و سعیده سیادت

تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

سرمدی سعیدی، سهیل (۱۳۸۶). مدیریت و برنامه‌ریزی/استراتژیک در عمل. تهران. انتشارات هیات.

شادی‌طلب، ژاله (۱۳۸۱). توسعه و چالش‌های زنان در ایران. تهران. نشر قطره.

طیبی، جمال‌الدین و ملکی، محمدرضا (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی/استراتژیک. تهران. انتشارات ترمه.
علی احمدی، علیرضا، فتح‌الله، مهدی و تاج‌الدین، ایرج (۱۳۸۲). نگرشی جامع بر مدیریت
استراتژیک: رویکردها، پارادایم، مکاتب، فرایندها، مدل‌ها، تکنیک‌ها و ابزار. تهران. تولید دانش.

هانگر، جی دیوید و ویلن، توماس ال. (۱۳۸۱). مبانی مدیریت/استراتژیک. ترجمه سید محمد اعرابی. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.