

کارآفرینی و چالش‌های موجود

فیروزه صابر^۱

دی ۱۳۸۷

^۱ مدیرعامل بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان

در سال‌های اخیر تعاریف متفاوتی از کارآفرینی ارائه شده است، حتی برخی مواقع مقاله‌های موجود در این زمینه به بیراهه رفته، کارآفرینی با موضوعاتی از قبیل کاربایی و کارآفرینی مترادف فرض می‌شود. در کشورهای پیشرفته نسبت به کارآفرینی نگاه فرایندی وجود دارد. در فرایند کارآفرینی به نوعی ابتکار عمل، نوآوری و خلاقیت وجود دارد و عبارت است از: فرآیند خلق ابتکارها، نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط خطر خیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع و بسیج امکانات. فرد کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پرابهام و ریسک‌آمیز به ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کار جدید دست زند.

تجارب جهانی در توسعه کارآفرینی

واژه کارآفرینی به شکل سازمان‌یافته از سال ۱۷۰۰ به کار برده شده است، ریشه‌ی واژه‌ای فرانسوی دارد و در سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم در کشورهای صنعتی و پیشرفته به خصوص آمریکا بسیار رونق پیدا کرده است، به طوری که به عنوان موتور محرک توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی در این کشورها مطرح شده است. فعالیت‌های جدی در حیطه‌ی کارآفرینی کشورها عموماً عبارتند از:

❖ ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار

❖ قابلیت آفرینی: در چند جنبه‌ی پژوهشی، آموزشی، مشاوره‌ای و ترویجی فعالیت‌های عمده‌ای انجام شده است. حدود ۶۰۰ دانشگاه در دنیا به صورت تک درس تا فوق لیسانس و اخیراً دکترا کارآفرینی را تدریس می‌کنند. در ایران حدود دو سال است که دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران شکل گرفته است. بخش عمده‌ی قابلیت آفرینی بر عهده‌ی دولت‌ها بوده و از طریق بستری که دولت‌ها فراهم کرده‌اند، امکان‌پذیر شده است، بخشی از آن نیز از طریق بخش خصوصی و قسمتی نیز توسط مؤسسات غیرانتفاعی و NGOها بستر سازی شده است.

❖ اتخاذ سیاست‌های حمایتی (مالی - اعتباری): تسهیلات و حمایت‌هایی که برای افراد دارای ایده‌ی خلاق در زمینه کارآفرینی فراهم می‌شود.

❖ ایجاد شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی: ارتباطات میان کارآفرینان و عناصر حمایت‌کننده‌ی آن‌ها بسیار مهم است. همسویی از طریق ایجاد شبکه‌ی ارتباطات شکل می‌گیرد.

کارآفرینی زنان در جهان

باید توجه داشت که موضوع کارآفرینی زنان، یک موضوع شعاری یا لوکس نیست، بلکه به ضرورت به آن رسیده‌اند، چراکه نیمی از جمعیت را زنان تشکیل می‌دهند:

❖ زنان در جهان مالکیت یک سوم تا یک چهارم شرکت‌های ثبت شده تجاری را در اختیار دارند.

❖ متوسط نرخ کارآفرینی زنان در جهان نسبت به جمعیت زنان ۷/۷۲ درصد است. در ایران طبق آمار سال ۱۳۸۵ از جمعیت شاغل زنان، ۱/۵ درصد کارفرما هستند. ضمن اینکه هر کارفرمایی لزوماً کارآفرین نیست.

❖ پرسرعت‌ترین شتاب کارآفرینی زنان در **کانادا** محقق شده است، به طوری که ۳۵ درصد شرکت‌ها و کسب و کارهای کوچک و متوسط کانادا در مدیریت و مالکیت زنان است. در کانادا نرخ رشد خوداشتغالی زنان ۵/۳ درصد (پنج و سه دهم درصد) و نرخ رشد خود اشتغالی مردان ۲/۲ درصد است. این آمار نشانگر این است که در دهه‌ی اخیر در بخش خصوصی رشد اشتغال زنان بسیار چشم‌گیر بوده است.

در **آمریکا** طی ۵ سال گذشته کسب و کار زنان حدود دو برابر رشد تمام شرکت‌ها بوده است. تعداد کارکنان و کسب و کارهای زنان بیش از کارکنان ۵۰۰ شرکت برتر آمریکاست. در مقاله‌ای عنوان شده است که طی دوران ریگان که با کسری بودجه روبرو بوده‌اند، برای حمایت از کارآفرینی و کسب و کار زنان برنامه‌ی سازمان‌یافته‌ای منظم شد که طی آن از زنانی که در زمینه‌ی اشتغال ایده‌ای داشتند و می‌توانستند ایده‌ی خود را عملی نمایند، حمایت می‌شد. این رشد به حدی پر شتاب بود که تأثیر مستقیمی بر کاهش کسری بودجه آمریکا داشت. طی دهه‌های اخیر درآمد و تعداد کارکنان شرکت‌هایی که زنان مدیریت آن‌ها را بر عهده دارند، به ترتیب ۴۰ و ۳۰ درصد رشد داشته است.

پژوهش‌های انجام شده نشان داده‌اند در شرکت‌های تحت مالکیت زنان، ۵۲ درصد کارکنان زن و ۴۸ درصد مرد هستند، در حالی که در شرکت‌های تحت مالکیت مردان، حدود ۳۸ درصد کارکنان زن و ۶۲ درصد مرد هستند. البته در سطح دنیا بخش عمده‌ی (۶۸ درصد) فعالیت زنان در بخش خدمات است.

در **چین** طی دو دهه‌ی گذشته میزان مالکیت زنان روستایی بر کسب و کارهای خصوصی از صفر به یک چهارم تا یک سوم کل کسب و کار رسیده است.

در **مصر** در سال ۲۰۰۶ حدود ۶۰۰۰ نفر از جمعیت زنان خوداشتغال و یا کارآفرین بوده‌اند.

در **بحرین** تعداد زنان کارآفرین در سال ۱۹۹۱، ۱۳۲ نفر (۱/۵ درصد جمعیت زنان شاغل) و در سال ۲۰۰۱، ۸۱۵ نفر (۳/۱ درصد جمعیت زنان شاغل) بوده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، طی این سال‌ها با رشد ۵ درصدی مواجه بوده‌ایم.

در **لبنان** نرخ رشد کارآفرینی زنان طی ۵ سال منتهی به سال ۲۰۰۵، هر سال ۲/۵ درصد رشد داشته است.

در **مراکش** بیش از ۴۵ هزار زن با استفاده از اعتبارهای کوچک به کسب و کار پرداخته‌اند.

در **عربستان** با وجود محدودیت‌هایی که برای زنان وجود دارد، ۴۵ هزار کسب و کار به مالکیت و مدیریت زنان ثبت شده است.

در **امارات** در سال ۲۰۰۳ تعداد زنان کارآفرین پنج برابر یک دهه پیش از آن بوده است.

قابل ذکر است که آمارهای ارائه‌شده آخرین آمارهای ارائه شده از سوی بانک جهانی است.

در یک نگاه انواع کارآفرینی عبارتند از:

۱- کارآفرینی فردی (Individual)

سنّتی }
از راه دور (telwork) } کارآفرینی مستقل (Entrepreneurship) ➤
شبکه (network) }

➤ کارآفرینی سازمانی (Intrapreneurship)

۲- کارآفرینی جمعی (corporate)

➤ کسب و کار مشترک (Copreneurship)

➤ کسب و کار فامیلی (Family Business)

➤ کسب و کار سازمانی (Intrapreneurship or corporate venturing)

شیوه‌های مختلف کار از راه دور:

➤ کار در خانه (Homebased Telework)

➤ مراکز انجام کار از راه دور (Telecenter)

➤ کلبه‌های الکترونیکی راه دور (Telecottage)

➤ دهکده الکترونیکی (Televillage)

➤ دفاتر اقماری (Satellite Office)

➤ دفاتر سیار (Mobile Office)

ویژگی‌های Telework

➤ وابستگی به تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات (ICT)

➤ انعطاف پذیری (زمانی)

➤ محدود نبودن به مرزهای جغرافیایی

➤ خویش فرمائی

➤ روابط استخدامی متنوع

➤ ارزان بودن

هر یک از کشورهای نام برده شده روی حوزه‌های خاصی متمرکز شده‌اند. برای مثال در هند کارآفرینی سنتی و فامیلی و همچنین کارآفرینی از راه دور (telework) بسیار زیاد است، و بنابراین مشاغلی از جمله حسابداری، منشی‌گری، طراحی نرم‌افزار، گرافیک، ترجمه، فیلم‌نامه‌نویسی و... از این طریق در حال انجام است. بسیاری از اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها از این طریق از هندی‌ها استفاده می‌کنند، به همین علت فرار مغزها در هند معکوس است.

در ایران نیز به صورت بسیار محدود تعدادی از طراحان نرم‌افزار از راه دور برای شرکت‌های کانادایی کار می‌کنند، که البته این امر محدود است و سازمان‌یافته نیست. این امر برای برخی افرادی مانند زنان که در مقاطعی از زندگی خود مانند نگهداری از فرزند نوزاد مجبورند در خانه بمانند، یا برای معلولان و نظیر آن می‌تواند بسیار مفید باشد.

تصویر اشتغال و بیکاری در ایران

آمارهای موجود در این زمینه بسیار پراکنده است. بر اساس آمار سال ۱۳۸۵ نرخ بیکاری در جمعیت کلی ۱۳ درصد است که ۲۳ درصد آن مربوط به زنان و ۱۱ درصد آن مربوط به مردان است. در جمعیت دارای تحصیلات عالی، نرخ بیکاری برای مردان ۱۲ درصد و برای زنان ۵۰ درصد است. یعنی علیرغم این موضوع که ۶۲ درصد دانشجویان ورودی به دانشگاه‌ها، زن هستند، وقتی به خروجی نگاه می‌کنیم، متوجه می‌شویم که نیمی از آن‌ها بیکار هستند.

جدول ۱- توزیع نسبی جمعیت بیکار برحسب جنس و سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	دیپلم و پیش‌دانشگاهی	تحصیلات عالی
جنس		
کل	۳۴	۲۲
زن	۳۷	۵۰
مرد	۳۳	۱۲

جدول ۲- نرخ اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی

بخش‌های اقتصادی	کل (درصد)	زن	مرد
جنس			
صنعت	۳۲	۲۵	۳۳
خدمات	۵۰	۶۱	۴۸
کشاورزی	۱۸	۱۴	۱۹

با این اوصاف حتی اگر سیستم دولتی ما در این زمینه بسیار خوب کار کند که چنین نیست، باز هم نمی‌تواند خیل عظیم جمعیت جوان را جذب نماید، ضمن این که برخی از افراد و به خصوص آن‌ها که حرفه‌ای‌تر هستند، تمایلی هم ندارند که در جایی ثابت استخدام رسمی شوند و در حقیقت نوعی ویژگی‌های خویش‌فرمایی در بعضی از این افراد وجود دارد. بنابراین اگر این افراد از مرحله‌ی ایده‌سازی تا مرحله‌ی پیاده‌سازی در فرایند کارآفرینی قرار گیرند، یک فرصت ویژه برای آنها ایجاد می‌شود.

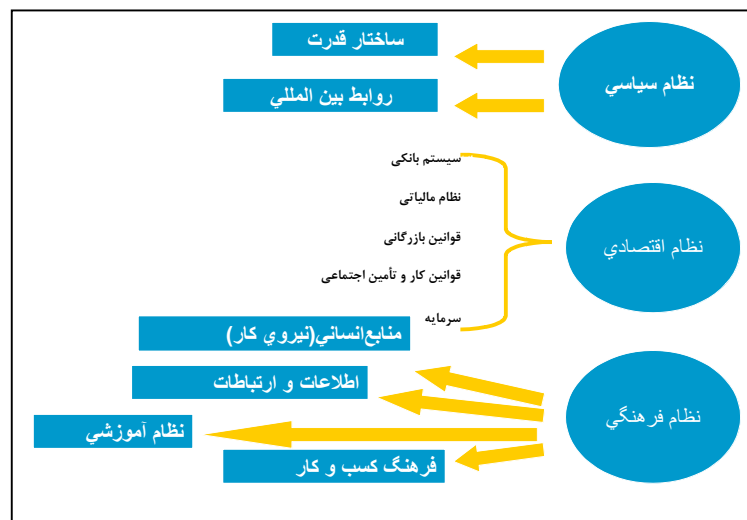
عوامل محیطی مؤثر در کسب و کار

نمودار ۱ عوامل مؤثر در کسب و کار را نشان می‌دهد. در این زمینه نظام سیاسی و ساختار قدرت فاکتور بسیار مهمی است. مثلاً در ایران که ۸۰ درصد اقتصاد وصل به دولت است، حتی بخش خصوصی نیز باز به نوعی به دولت برمی‌گردد. در حال حاضر وزارت کار در دولت نهم ادعا می‌کند که حامی کارآفرینی است و وارد حوزه‌ی آموزش شده است، ولی در حقیقت این آموزش‌ها بسیار کلیشه‌ای است. ضمن این که از هر آموزشی کارآفرینی حاصل نمی‌شود، همچنین در سطح هر جامعه‌ای اقلیتی از افراد توانایی کارآفرینی دارند. بنابراین این روند از دو نظر اشکال دارد: ۱- آموزش‌ها کیفیت ندارد، ۲- دولت در جایگاهی نیست که وارد این عرصه شود.

موضوع نظام فرهنگی نیروی انسانی بحث بسیار مهمی است. مثلاً در حال حاضر در جامعه‌ی ما ظرفیت و قابلیت نیروی کار برای ایجاد و توسعه‌ی کسب و کارهای جدی و حرفه‌ای بسیار مهم است. حتی در استان‌های مختلف این ظرفیت‌ها متفاوت است. برای مثال آقایی که دو کارخانه در استان‌های مختلف داشت، عنوان می‌کرد که تحت شرایط مساوی بهره‌وری و اثربخشی یکی از کارخانه‌ها سه برابر کارخانه‌ی دیگر بود و بنابراین در نظر داشت که نیروهای بومی یکی از کارخانه‌ها را بیکار و از استان دیگر برای آن کارخانه نیروی کار فراهم کند. البته باید توجه داشت که این امر ممکن است در کوتاه مدت برای ایشان سودآوری داشته باشد، ولی در بلند مدت نیروی بومی استان محروم مانده برای ایشان تولید مزاحمت می‌کند. بنابراین علاوه بر فرهنگ کلی، در مناطق مختلف خرده‌فرهنگ‌هایی وجود دارد که بر توانایی و ظرفیت کار افراد تأثیر می‌گذارد.

از دیگر عوامل مهم نگاه فرهنگی به کسب و کار است. برای مثال در جامعه‌ی ما اگر کسی بتواند کارخانه‌ای را سرپا کند، نگاه منفی نسبت به او وجود دارد که از چه رانتهی استفاده کرده تا توانسته این کار را انجام دهد. این ذهنیت منفی اثرات منفی بسیاری برجای می‌گذارد.

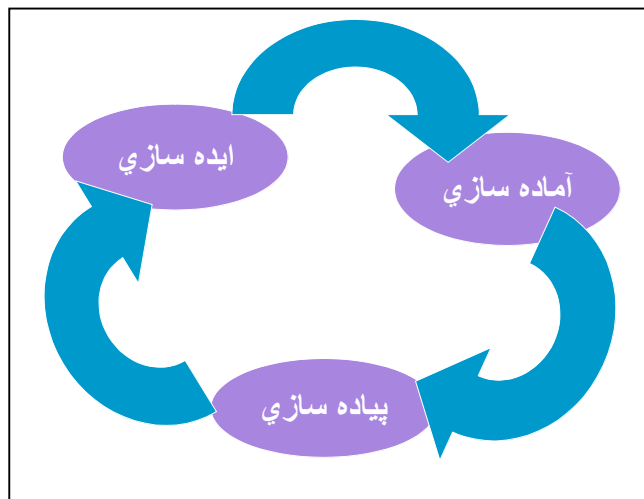
نمودار ۱- عوامل محیطی مؤثر در کسب و کار



فرایند کارآفرینی

نمودار ۲ فرایند کارآفرینی را نشان می‌دهد که از مرحله‌ی ایده‌سازی (کشف فرصت‌ها) شروع می‌شود، و پس از گذر از مرحله‌ی آماده‌سازی (بسیج امکانات) به مرحله‌ی پیاده‌سازی می‌رسد و در نهایت به یک کسب و کار (business) تبدیل می‌شود.

نمودار ۲- فرایند کارآفرینی



چالش‌های کارآفرینی

موانع موجود سر راه کارآفرینی را می‌توان در یک تقسیم‌بندی به سه دسته‌ی: ۱- موانع ورود به کسب و کار، ۲- موانع توسعه‌ی کسب و کار و ۳- موانع خروج از کسب و کار تقسیم کرد. جدای از این تقسیم‌بندی، این چالش‌ها را می‌توان بدین شرح فهرست نمود:

۱- محیط قانونی، شامل:

۱-۱- قانون کار

۱-۲- قانون مالیات‌ها

۱-۳- بیمه

۱-۴- قوانین تجاری

در ایران قانون کار مشکل دارد. قانون کار باید از کار دفاع کند، نه کارگر. بنابراین وقتی که قانون نامناسب باشد، کارفرما نمی‌تواند نیروی نامناسب را کنار بگذارد. بنابراین کارفرمایان از راه‌های غیرقانونی استفاده می‌کنند، مثلاً بسیاری از کارگرهای ما بیمه نیستند، یا با آن‌ها توافقی‌هایی صورت می‌پذیرد که بیمه را خود کارگر بپردازد. در بیشتر این موارد به دلیل موانع قانونی، صاحبان کسب و کار خود را توجیه می‌کنند از راه‌های غیرقانونی استفاده نمایند.

در قوانین بیمه و مالیات‌ها نیز باز از کار دفاع نمی‌شود. به طور کلی در ایران قانونی نداریم که از کسب و کار و کارآفرینی دفاع نماید. کارآفرینان بهترین کسانی هستند که تغییر ایجاد می‌کنند، منابع قدرت و ثروت جامعه را از انحصار خارج می‌کنند و حتی به دلیل این که به بالا بردن کیفیت زندگی کمک می‌کنند، به آن‌ها موتور محرک توسعه‌ی اقتصادی اطلاق می‌شود. وقتی در جامعه‌ای کیفیت زندگی ارتقا می‌یابد، طبقه‌ی متوسط به بالای آن جامعه رشد می‌کند که در این صورت فرض بر این است که نیازهای اولیه برطرف شده است و حال به جایی رسیده‌اند که می‌خواهند خودشان برای سرنوشت خودشان تصمیم بگیرند. حتی این افراد به نوعی در مسیر دموکراسی‌شدن جامعه و توسعه‌ی جامعه تأثیر می‌گذارند.

۲- نظام اقتصادی

۲-۱- انحصارهای دولتی

۲-۲- نحوه‌ی توزیع صنایع

۲-۳- نظام ارزی

انحصارهای دولتی در جامعه‌ی ما بسیار مهم است. کسب و کارهای ایجاد شده در کشور باید مراقب باشند به حدی بزرگ نشوند که ایجاد حساسیت نمایند.

۳- نظام بانکی

۳-۱- تسهیلات بانکی

۳-۲- نرخ بهره

۳-۳- ضمانت‌های بانکی

هنوز نظام بانکی ما این موضوع را درک نکرده است که چرا، چگونه و چقدر باید از کارآفرین دفاع نماید. ولی در جایی مانند بنگلادش یونس محمد بانک گرامین را شکل می‌دهد که شروع آن با یک صندوق بود ولی کم‌کم آن قدر توسعه پیدا کرد که در حال حاضر به عنوان بزرگ‌ترین بانک بنگلادش مشغول به کار است و ۱۶ کشور دیگر از این کار الگوبرداری کرده‌اند. جالب است که حدود ۹۰ درصد متقاضیان این بانک‌ها زنان بوده‌اند. نکته‌ی دیگر این که یونس محمد به مسائل فرهنگی نیز حساس بود، برای مثال بعد از مدتی ۱۲ اصل برای متقاضیان این بانک‌ها تعریف کرد، چیزهای خیلی ساده‌ای مانند این که باید ورزش نمایید، به فکر سلامت خود باشید، سبزی بکارید و... خود این امر به فرهنگ‌سازی بسیار کمک می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینی با دلایل اقتصادی شروع می‌شود ولی بر جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز تأثیر می‌گذارد.

۴- زیرساخت

۴-۱- نظام آموزشی

۴-۲- فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات

۴-۳- مطالعات و پژوهش‌های کاربردی

۴-۴- زیرساخت‌های فیزیکی

در بخش زیرساخت با چالش‌های اساسی روبرو هستیم که مهمترین آن‌ها در بخش آموزشی است. در کشورهای توسعه یافته، نظام آموزشی از پیش‌دبستانی و دبستان، آموزش خود را در زمینه‌ی کارآفرینی آغاز می‌کند. برای مثال در آمریکا در اردوهای دو ماهی خارج از شهر آموزش‌های کارآفرینی به دانش‌آموزان داده می‌شود، در همین دو ماه به آن‌ها وام‌های کارآفرینی داده می‌شود تا دانش‌آموز در حد درک و فهم خود، ایده‌ی خلاق خود را به کسب و کار تبدیل کند و از محل سود ایجاد شده اقساط را برگرداند. به این ترتیب ذهن نوجوان از همان ابتدا برای کسب و کار و درآمدزایی آماده می‌شود و مستقل بارمی‌آید. برعکس نظام آموزشی ما که انتظار دکتر و مهندس شدن و پشت‌میزنشینی را در دانش‌آموزان ایجاد می‌کند. برای نمونه از طرف بنیاد توسعه کارآفرینی پیشنهاد راه‌اندازی اتاق کارآفرینی در چند مدرسه‌ی غیرانتفاعی در تهران ارائه شد، ضمن این که همه از این ایده استقبال می‌کردند، هیچ یک حاضر نبودند این کار را انجام دهند زیرا: ۱- نظام آموزشی از این کار حمایت نمی‌کند و این کار را یک امر فوق برنامه می‌بیند، به خصوص در مورد دانش‌آموزان کنکوری اصرار بر این است که آن‌ها فقط باید به درسشان برسند. ۲- والدین نیز مؤکداً تأکید داشتند که فرزندشان حتماً وارد دانشگاه شود و مسیر دیگری را طی نکند.

در خصوص مطالعات و پژوهش‌های کاربردی اولین نکته این است که بحث کارآفرینی در ایران بسیار جدید است، چیزی حدود ۱۵ سال پیش، سازمان مدیریت صنعتی با یک سری سمینارها و ارائه‌ی تک درس شروع کرد تا نهایتاً در سال ۱۳۷۸ اولین پایان‌نامه‌ی کارآفرینی متعلق به آقای احمدپور دفاع شد. حدود ۱۰ سال پیش مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها شکل گرفت که البته شروع خوبی داشت ولی توسعه آن تداوم پیدا نکرد. نکته‌ی بعدی نیز این است که مطالعات و پژوهش‌های کاربردی در این زمینه نداریم.

۵- فرهنگ

۵-۱- فرهنگ کسب و کار

۵-۲- فرهنگ‌های قومی

در زمینه‌ی فرهنگ نیز با مشکل روبرو هستیم، همان‌طور که گفتیم در بعضی جاها حتی کارآفرینی به ضد ارزش تبدیل می‌شود.

اخیراً بانک جهانی گزارشی را منتشر کرده است که ایران در سال ۲۰۰۹ در میان ۱۸۰ کشور به رتبه‌ی ۱۴۲ سقوط می‌کند. شاخص‌های عنوان شده و رتبه‌ی ایران در این شاخص‌ها در میان ۱۸۰ کشور عبارت است از: اخذ مجوز، رتبه ۱۶۵؛ اشتغال، رتبه ۱۴۷؛ ثبت اموال، رتبه ۱۴۷؛ حمایت قضایی، رتبه ۱۴۷؛ اخذ اعتبارات، رتبه ۸۴؛ پرداخت مالیات، رتبه ۱۰۴؛ اجرای قرارداد، رتبه ۵۶؛ تعطیل کردن کسب و کار، رتبه ۱۰۷؛ تجارت فرامرزی (عدم ذکر رتبه). شایان ذکر است ایران در صورتی در میان ۱۸۰ کشور، رتبه‌ی ۱۴۲ را دارد که رتبه‌ی گرجستان ۳۳ و رتبه‌ی عربستان ۵۶ است.

موانع زنان کارآفرینان مورد مطالعه

در یک مطالعه با پنجاه زن کارآفرین مصاحبه انجام شد. نتایج نشان داد در ایران زنان در زمینه‌ی کارآفرینی با سه مانع فردی، محیطی و سازمانی روبرو هستند.

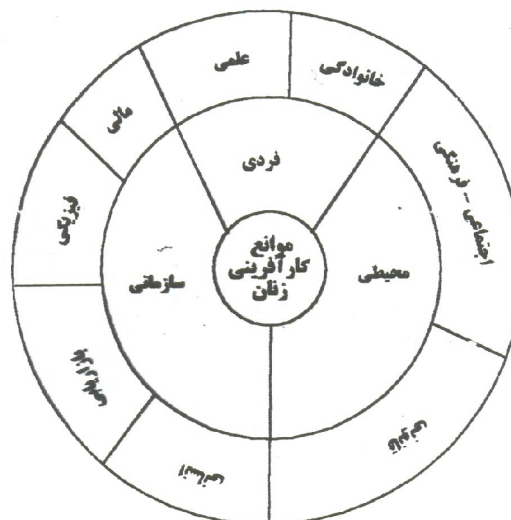
بخش موانع فردی، قسمتی به دلیل کاستی‌هایی از قبیل کاستی‌های مهارتی، مدیریتی، ناتوانی در بازاریابی فروش و... است و قسمتی نیز به عوامل خانوادگی بر می‌گردد. برای مثال از جانب خانواده و به خصوص همسران کارآفرینان زن تمایلی برای حضور آنها در کسب و کار وجود ندارد، که البته تأثیر این مورد در دهه‌های مختلف متفاوت بوده است، برای مثال کسانی که در دهه‌ی ۶۰ مشغول به کار شده‌اند، از این لحاظ مشکل بیشتری داشته‌اند تا کسانی در سال‌های اخیر مشغول به کار شده‌اند. همچنین رسیدگی به فرزندان در سنین پایین برای اشتغال زنان محدودیت ایجاد می‌کند.

در بخش سازمانی با مسائل مختلفی روبرو هستیم، برای مثال زنان در جذب منابع مالی و مدیریت مالی محدودیت جدی دارند. مثلاً در گرفتن وام به این دلیل که اکثر زنان مالک نیستند و در نتیجه ضمانتی ندارند با مشکلات متعددی روبرو می‌شوند. حتی برخی از آنها با منابع انسانی نیز مشکل دارند، زیرا زیردستان نمی‌توانستند مدیریت یک زن را بپذیرند. البته در بخش سازمانی مردها نیز دچار مشکلاتی هستند، ولی مشکلات فردی و محیطی خاص زنان است.

در بخش محیطی، یک چالش عمده محدودیت‌های قانونی است. برای مثال قبلاً وزارت ارشاد به یک دختر جوان مجرد اجازه نمی‌داد یک مؤسسه‌ی فرهنگی دایر کند. با تلاش‌هایی که در این زمینه انجام گرفت، سن ۲۷ سال را در نظر گرفتند و بنابراین مشکل تا حدودی رفع شد. در جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی حتی اگر قانون هم مشکلی نداشته باشد، عرف جامعه این اجازه را به زنان نمی‌داد.

زنان کارآفرین علیرغم موانع زیادی که دارند با تلاش فراوان و البته با رنج و سختی زیاد و توکل بر خدا موانع را از سر راه خود برمی‌دارند و در این راه روزبه‌روز فعال‌تر و مؤثرتر از قبل حضور دارند. کارآفرینان تمامی مشکلات پیش‌رو را به عنوان واقعیت می‌بینند، هرچند که این واقعیت‌ها تلخ باشد.

نمودار ۳- موانع کارآفرینی زنان در ایران



نکته‌ی قابل توجه دیگر در این پژوهش این بود که اگر چه این زنان در ابتدا با دلایل اقتصادی شروع به کار کرده‌اند، ولی بعد از گذشت مدتی، جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی را نیز در نظر می‌گرفتند و می‌توانستند از این راه نیز تأثیرگذار باشند. به عبارت دیگر توسعه را برای توسعه می‌خواستند. در واقع بعد از رفع نیازهای اولیه دغدغه‌هایی پیدا می‌کنند که توسعه‌ی ملی و محلی از آن نوع است، از این کار هم بسیار لذت می‌برند. این زنان در حقیقت سریع‌تر از آهنگ حرکت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه حرکت می‌کنند، ولی موضوع این است که در جامعه‌ی ما به دلیل آماده نبودن بسترها و شرایط و همچنین وجود برخی تعصبات و مسائل فرهنگی در زمینه‌ی کار زنان، تمامی این مسائل را باید یک تنه از پیش‌رو بردارند. در حقیقت می‌توان گفت این زنان به سرمایه‌ی اجتماعی تبدیل شده‌اند.

راه‌های توسعه‌ی کارآفرینی که بسیاری از کشورهای جهان از آن بهره برده اند عبارتند از:

- قابلیت آفرینی
 - آموزش
 - مشاوره
 - ترویج
- کشف و ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار
- ایجاد تسهیلات مالی
 - تسریع در پرداخت وام
 - کاهش نرخ بهره‌ی بانکی
 - حذف یا تقلیل ضمانت‌نامه‌ها
 - فاصله‌دار شدن اقساط
 - ایجاد صندوق اعتباری خرد
- وضع قوانین حمایتی
 - بخشودگی‌های مالیاتی
 - اصلاح قوانین بیمه، قانون کار و...
 - تصویب قوانین جدید حمایتی
- نهادسازی
 - ایجاد مرکز مطالعه و آموزشی کارآفرینی

- ایجاد مؤسسات مشاوره کارآفرینی
- ایجاد تشکل‌های حرفه‌ای
- شبکه‌سازی
 - ایجاد شبکه‌های محلی - ملی - جهانی
 - تقویت پایگاه‌های اطلاعاتی
 - تقویت سیستم‌های خودیاری کارآفرینان

محیط کارآفرینی

نمودار ۴ عناصر تشکیل‌دهنده محیط کارآفرینی را نشان می‌دهد. شکی نیست که دولت وظیفه‌ی سنگینی در این حیطه بر عهده دارد. ولی از سوی دیگر بخش خصوصی و کارآفرینان به عنوان عناصر مهم می‌توانند ناقل و ترویج‌دهنده‌ی این طرز تفکر باشند. انجمن‌ها و تشکل‌ها، نهادهایی چون دانشگاه‌ها، بانک‌ها و شهرداری می‌توانند در این عرصه مؤثر باشند. عنصر دیگر نوکارآفرینان هستند که ایده‌ی خلاقانه دارند، ولی مسیر را نمی‌دانند و نمی‌توانند ارتباطات را برقرار کنند.

نمودار ۴ - عناصر تشکیل‌دهنده محیط کارآفرینی

