

Utilizing Models of Innovation and Social Entrepreneurship in Women's Empowerment (Case Study: India)

Mohammad Osman Hosseinbor^{1*}, Behrouz Roustakhiz², Samira Ahar³

1. Associate Professor of Sociology, University of Sistan and Baluchestan; Zahedan, Iran (Corresponding Author); mohb@lihu.usb.ac.ir
2. Assistant Professor of Anthropology & Member of Research Institute for Social Policy and Social Studies, Allameh Tabataba'i University; Tehran, Iran; b.roustakhiz@atu.ac.ir
3. Master of Sociology, University of Sistan and Baluchestan; Zahedan, Iran; sa.ahar1393@gmail.com

Original Article

Abstract

Background and Aim: A look at a set of global experiences shows that innovation and social entrepreneurship can be used as strategies to empower and improve the status of women. To this end, the present article examines India's experiences in the field of women's empowerment based on the use of innovation and social entrepreneurship models.

Methods and Data: This research has been done with a descriptive-analytical approach and to collect information in it, documentary method and library studies have been used. The statistical population of this research is the existing or accessible writings, documents and experimental data that were related to the subject of the research. Thematic analysis method was used to analyze the data analytically.

Findings: The findings of this study show that India in 2001 has approved the National Policy for the Empowerment of Women and has created a bank for women to solve their financial problems. In addition, in India, an association has been formed to develop skills for women in new businesses, and women in this country can easily sell their products through an electronic portal. Also, in this country, successful women entrepreneurs, regardless of their level of education, are recruited to train other women entrepreneurs and share their experiences with them.

Conclusion: The study and analysis of India's experiences in the field of women's empowerment shows an attention to the models of innovation and social entrepreneurship at various levels and areas such as science and technology, economics and politics, communications, etc.

Keywords: Empowerment, Women empowerment, Social innovation, Social entrepreneurship, India.

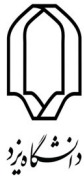
Key Message: One of the main methods of empowering citizens is entrepreneurship. Entrepreneurship based on social innovation and with an emphasis on women is a big step towards social development. Using global experiences, especially India, will make this way clearer.

Received: 10 December, 2021

Accepted: 26 May, 2022

Citation: Hosseinbor, M. O.; Roustakhiz, B.; Ahar, S. (2022) Utilizing Models of Innovation and Social Entrepreneurship in Women's Empowerment, (Case Study: India). *Journal of Social Continuity and Change*, 1(1): 23-42. <https://doi.org/10.22034/jscc.2022.2706>





بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان (مورد مطالعه: کشور هند)

محمد عثمان حسین‌بر^{۱*}، بهروز روستاخیز^۲، سمیرا آهار^۳

۱- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول): mohb@lihu.usb.ac.ir

۲- استادیار مردم‌شناسی و عضو پژوهشکده مطالعات و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی؛ تهران، ایران؛ b.roustakhiz@atu.ac.ir

۳- دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان؛ زاهدان، ایران؛ sa.ahar1393@gmail.com

مقاله پژوهشی

چکیده

زمینه و هدف: نگاه به مجموعه‌ای از تجربیات جهانی نشان می‌دهد که می‌توان از نوآوری و کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان راهکارهایی برای توانمندسازی و بهبود وضعیت زنان بهره‌برد. به این منظور، در مقاله حاضر به بررسی تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان بر اساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی پرداخته شده است.

روش و داده‌ها: این پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی انجام شده و برای گردآوری اطلاعات در آن، از روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، آن‌دسته از مکتوبات، اسناد و داده‌های تجربی موجود یا قابل دسترسی بوده که در ارتباط با موضوع پژوهش وجود داشته است. برای جمع‌بندی تحلیلی داده‌ها نیز از روش تحلیل موضوعی استفاده گردیده است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کشور هند در سال ۲۰۰۱ م. سیاست ملی توانمندسازی زنان را تصویب نموده و در جهت رفع مشکلات مالی زنان، بانکی را مخصوص آنها ایجاد کرده است. علاوه بر این، در هند اتحادیه‌ای به منظور ایجاد مهارت برای زنان در کسب‌وکارهای جدید تشکیل شده و زنان این کشور می‌توانند از طریق یک پورتال الکترونیکی محصولات خود را به راحتی به فروش برسانند. همچنین در این کشور، زنان کارآفرین موفق فارغ از سطح تحصیلات‌شان، برای آموزش به سایر کارآفرینان زن و به اشتراک‌گذاری تجربیات خود با آنها به کار گرفته می‌شوند.

نتیجه‌گیری: بررسی و تحلیل تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان نشان از توجه به مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در سطوح و حوزه‌های مختلف همچون علم و فناوری، اقتصاد و سیاست، ارتباطات و... دارد.

واژگان کلیدی: توانمندسازی، توانمندسازی زنان، نوآوری اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، کشور هند

پیام اصلی: یکی از روش‌های اصلی توانمندسازی شهروندان، کارآفرینی است. کارآفرینی مبتنی بر نوآوری اجتماعی و با تأکید بر زنان، گامی بزرگ در مسیر توسعه اجتماعی است. استفاده از تجربیات جهانی به‌ویژه کشور هند این راه را روشن تر خواهد نمود.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۹

ارجاع: حسین‌بر، محمد عثمان؛ روستاخیز، بهروز؛ آهار، سمیرا (۱۴۰۱). بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان؛ مورد مطالعه: کشور هند. *تداوم و تغییر اجتماعی*، ۱(۱): ۴۲-۲۳. <https://doi.org/10.22034/jscc.2022.2706>



مقدمه و بیان مسأله

برای دستیابی به توسعه همه جانبه، تلاش برای از بین بردن تبعیض‌های جنسیتی و موانع پیش‌روی زنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی، یک نیاز واقعی بوده است (موسوی و روانخواه، ۱۳۹۵: ۷۴)، به گونه‌ای که هر جامعه برای رسیدن به توسعه پایدار، نیاز به همکاری تمام نیروی انسانی خود دارد. در این بین، کاهش رشد جمعیت و وجود رقابت در تولید، کشورهای توسعه‌یافته را مجبور به ایجاد زمینه شغلی و استفاده از نیروی کار زنان کرده است و تمام زنان در این جوامع می‌دانند که باید شغلی داشته باشند؛ ولی در یک کشور در حال توسعه مانند ایران نه تنها زمینه شغلی برای همه زنان فراهم نیست، که در مواردی، زنان اساساً در مرتبه دوم توجه قرار دارند (چتری، ۱۳۹۷: ۱۴۰). به عبارت دیگر در این گروه از کشورها، زنان علی‌رغم برخورداری از توانایی‌های گوناگون، از بسترهای لازم برای ارتقای توانمندی‌های شخصی به‌منظور حضور و مشارکت مؤثر در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به‌ویژه حوزه اشتغال، محروم هستند. همچنین، اغلب آنها در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مرتبط با توسعه اجتماعی و اقتصادی نادیده گرفته می‌شوند و به‌عنوان گروه‌های آسیب‌پذیر با مسائل و مشکلات عدیده‌ای همچون عدم برخورداری از پایگاه اجتماعی و اقتصادی معین مواجه هستند (نوروزی، ۱۴۰۰: ۲).

باری، با توجه به این که زنان نیمی از جمعیت هر جامعه را تشکیل می‌دهند، بنابراین دستیابی به توسعه پایدار بدون مشارکت فعال آنها امکان‌پذیر نیست. در همین راستا، توانمندسازی زنان یکی از مفاهیم و محورهای اصلی توسعه است که ابعاد فردی و اجتماعی را در بر می‌گیرد. این مفهوم یک فرایند چند جانبه است که به زنان این امکان را می‌دهد تا هویت اصلی و توانایی خود را در همه زوایای زندگی‌شان درک نموده و بر شرم بی‌مورد خود چیره شوند و گفتارشان حاکی از اعتماد به نفس و اطمینان خاطر باشد، قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویشتن باشند، به استعدادها و محدودیت‌های درونی خویش آگاهی یابند، قدرت رویارویی با دشواری‌ها را پیدا کنند و در رفع آنها بکوشند، از اهداف مورد نظر و توان عملی‌ساختن آن شناخت دقیقی داشته باشند، از توانایی و قابلیت رسیدن به هدف‌های خویش برخوردار بوده و بتوانند با افزایش توانمندی‌شان به هدف‌های مورد نظر دست یابند (سعیدیان، ۱۳۸۸: ۲۰۱؛ به نقل از نوروزی، ۱۳۹۵: ۱).

بنابراین با توجه به اهمیت رقابت و دانش در جوامع فعلی، باید به نوآوری و کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یک اصل اساسی برای ادامه حیات جوامع توجه نموده و شرایط را برای تغییر و تحول در این زمینه فراهم ساخت. همچنین باید شاخص‌هایی را که بر کارآفرینی و نوآوری مؤثر هستند، شناسایی و مناسب‌ترین عملکرد را نسبت به آنها اتخاذ کرد (کاشفی، ۱۳۹۶: ۴). در این راستا، با توجه به این که فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در جامعه می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشورها کمک شایانی نماید، امروزه کارآفرینی زنان در دنیا به‌عنوان یکی از منابع رشد، اشتغال‌زایی و نوآوری شناخته شده است (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۷؛ به نقل از جعفری و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۴).

هدف کارآفرینی و نوآوری اجتماعی، برآورده کردن نیازهای اجتماعی حل نشده و رفع چالش‌های اجتماعی است و ارتباط بسیار تنگاتنگی بین این دو مفهوم وجود دارد. نوآوری اجتماعی اغلب از بخش کارآفرینی اجتماعی سرچشمه می‌گیرد و سپس بخش‌های دیگر از آن استفاده می‌کنند. این دو مفهوم بخشی از راه‌حل‌های مشکلات دنیای معاصر هستند؛ زیرا هدف آنها ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات اجتماعی حل نشده است (مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۷: ۵۳-۵۲).

اهمیت کارآفرینی اجتماعی در این است که امور جامعه را به صورت کلی مدنظر قرار می‌دهد و برای رفع نیاز افراد محروم و منزوی، به تمام ابعاد شخصیتی و نیازهای مادی، معنوی، آموزشی، بهداشتی و فرهنگی آنان توجه دارد. فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی به دنبال

این است تا علاوه بر کاستن از درد و رنج افراد محروم در جامعه، آنها را با زندگی جمعی همراه و روحیه نشاط و پویایی را در آنان زنده سازد (مهاجری، ۱۳۹۶: ۳۰-۲۹).

باری، از آنجایی که زنان آمار قابل توجهی از جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند و اهمیت ویژه‌ای را در جامعه دارا هستند، در چند سال اخیر تلاش‌های زیادی به منظور توانمندسازی زنان کشور صورت گرفته است؛ لکن به دلیل وجود برخی موانع، نتایج مطلوب و مورد نظر به دست نیامده است و همچنان شاهد وضعیت ناعادلانه و فرودستی زنان نسبت به مردان در کشور هستیم. از این رو، مرور نظام‌مند تجربیات کشورهای مختلف در حوزه توانمندسازی زنان به منظور احصاء مدل‌هایی برای عمل در ایران و سایر کشورها از اهمیت بسیاری برخوردار است تا از این طریق وضعیت زندگی زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت هر جامعه بهبود پیدا کند.

به این منظور، در مقاله حاضر به بررسی تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان بر اساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی پرداخته شده است. شایان ذکر است که این مقاله برگرفته از نتایج یک پژوهش جامع‌تر است که در آن، تجارب چندین کشور از نقاط مختلف جهان مورد بررسی قرار گرفته است. در این بین، انتخاب کشور هند از یک‌سو به این منظور بوده که در این کشور و خاصه در سال‌های اخیر علی‌رغم جمعیت بسیار بالا و فرودستی نسبتاً تاریخی موقعیت زنان در آن -اقدامات قابل توجهی در جهت بهبود وضعیت زنان انجام شده است که در نتیجه آن اقدامات، وضع زنان جامعه هند- ارتقاء یافته است (نوروزی، ۱۴۰۰: ۶). از طرف دیگر، کشور هند امروز به‌عنوان یکی از کانون‌های فعالیت استارت‌آپ‌های اجتماعی در جهان شناخته می‌شود و از این حیث نیز، تجارب قابل مذاقه‌ای از جمله برای ایران دارد (ن.ک: محمدی و همکاران، ۱۳۹۷).

پیشینه موضوع

توانمندسازی یا توان‌افزایی یک روند و فرایند همه‌جانبه و رو به رشد است که در طی آن افراد و گروه‌هایی که به هر دلیلی از سهم مساوی و منصفانه‌ای از منابع برخوردار نیستند، بتوانند به اندازه سایر افراد جامعه و شایستگی‌های خودشان به منابع دسترسی و بر آن کنترل داشته باشند (افتخاری، ۱۳۹۸)^۱. در این راستا، توانمندسازی زنان از جنبه‌های مختلف توسط صاحب‌نظران و محققان تعریف شده که در اینجا به نمونه‌ای از آن اشاره می‌شود:

«توانمندسازی زنان به معنای کسب قدرت تفکر و اقدام آزادانه، توسعه احساس خود ارزشمندی، اعتقاد به توانایی ایجاد تغییرات مطلوب در خود، حق کنترل زندگی خود، حق انتخاب، قدرت چانه‌زنی، بالفعل نمودن همه پتانسیل‌های زنان و برابری در جامعه است. به طور کلی توانمندسازی زنان، کنترل آنها بر زندگی خودشان در هر فرآیند و فعالیت است» (مقتدایی، ۱۳۹۶)^۲.

اصطلاح نوآوری نیز ناظر به ضرورت و لازمه تمدن است و پدیده جدیدی نیست. شاید بتوان گفت دارای قدمتی به اندازه تاریخ بشر می‌باشد (Moulart et al, 2005)؛ به نقل از مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۷: ۱). در این بین، هرگونه از نوآوری که به یک یا مجموعه‌ای از مسائل اجتماعی در چارچوب ارزش‌ها و هنجارهای بومی با هدف توانمندسازی پاسخ دهد، به‌نحوی که تأثیر و نتیجه

^۱. قابل دسترسی به آدرس <http://avapress.com>.

^۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/x/73933>.

نهایی آن، کارآمدی و رضایت‌مندی حاکمیت و جامعه باشد، نوآوری اجتماعی است (کشتکار، ۱۳۹۵؛ به نقل از همان: ۹۰). در این راستا نوآوری‌های اجتماعی ایده‌های جدیدی (در زمینه محصولات، خدمات و مدل‌ها) هستند که به‌طور همزمان نیازهای جامعه را مؤثرتر از سایر راهکارهای بدیل برطرف می‌سازند (EU-Commission, 2012؛ به نقل از آزرگ، ۱۳۹۶: ۳۱).

کارآفرینی اجتماعی نیز در اینجا عبارت است از «فعالیت‌ها و فرایندهایی که متعهد به کشف، تعریف و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ارتقای ارزش‌های اجتماعی است و با اقدام‌های جدید و مدیریت سازمان‌های موجود به روش نوآورانه انجام می‌شود. ارزش‌های اجتماعی شامل همه جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و محیطی رفاه انسانی است» (Zahra et al, 2008) به نقل از مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۷: ۵۲). در همین زمینه، همچنین برخی معتقدند که این مفهوم، ابزاری برای کاستن از مشکلات و ایجاد دگرگونی‌های اجتماعی است. همچنین کارآفرینی اجتماعی را روشی می‌دانند که با ایجاد تغییرات اجتماعی، منفعت بالقوه و ماندگار آن را به جامعه منتقل می‌سازد. لذا در کارآفرینی اجتماعی، فرد کارآفرین با استفاده از ویژگی‌های خاص خود و با تکیه بر ارزش‌هایی مانند صداقت، اعتماد، عدم تبعیض، احترام به حقوق فردی و... تلاش می‌کند تا پس از درک مشکل و تشخیص فرصت‌های موجود، از موقعیت پیش آمده به نفع گروه مورد نظر استفاده و نتیجه قابل قبولی را خلق نماید (فرهنگ‌خواه، ۱۳۹۷: ۱).

باری، با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش‌های مختلفی در حوزه توانمندسازی زنان و نقش عوامل مختلف بر آن انجام شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود:

آرامش و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی را در باب «اثربخشی کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان روستایی» بخش‌های حاشیه‌نشین چابهار انجام داده‌اند. بر اساس این تحقیق، یکی از موارد مقابله با محرومیت، توانمندسازی زنان است و فعالیت‌های خلاقانه‌ای که باعث توانمندسازی زنان شود، در حیطه کارآفرینی اجتماعی قرار می‌گیرد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، مهم‌ترین شاخص توانمندسازی زنان منطقه حاشیه‌نشین چابهار، اعتماد به نفس است و شاخص‌های انگیزه ایجاد اشتغال، میزان تحصیلات، رفع تبعیض از بازار کار، سیاست‌های حمایتی دولت به ترتیب در رتبه‌های دوم تا پنجم از نظر اهمیت توانمندسازی زنان این منطقه قرار دارند.

رستمعلی‌زاده و علی‌جمعه‌زاده (۱۳۹۷) نیز پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران» انجام دادند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که مهم‌ترین بستر برای کارآفرینی زنان، بسترهای ساختاری است که باید مورد توجه قرار گیرند؛ یعنی در این بستر هم باید به ساختارهای قانونی مناسب و هم حمایت‌های دولتی در کارآفرینی زنان توجه شود. بعد از این، ابعاد فرهنگی-اجتماعی همچون خروج از تبعیض جنسیتی در کار و عوامل سازمانی مانند مهارت‌های مدیریتی قرار دارند. پس می‌توان گفت که برای نهادینه‌کردن فرهنگ کارآفرینی در جامعه یک نظام حمایتی برای زنان کارآفرین لازم است تا بتوانند از طریق نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب حمایت شوند. بعد از چنین حمایتی نیاز است که برخی ویژگی‌های کارآفرینی چون انگیزه پیشرفت، نوآوری و مهارت‌های مدیریتی و همکاری به آنها آموزش داده شود.

عاشوری توتکابانی (۱۳۹۴) در پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد خود بیان می‌کند که توجه به توسعه کارآفرینی و به‌ویژه کارآفرینی زنان در شرایط فعلی جامعه ایران که مسائل و مشکلات بسیاری در کشور وجود دارد، امری ضروری است تا از این طریق کشور علاوه بر رسیدن به رشد، بتواند از تمام ظرفیت انسانی خود که نیمی از آنها زن هستند، بهتر بهره‌گیری کند.

^۱ قابل دسترسی به آدرس <http://yun.ir/aheuig>.

بر اساس پژوهش رضائی‌مقدم و نعمت‌پور (۱۳۹۳)، افزایش سطح آگاهی زنان و افزایش اعتماد متقابل بین آنها از مهم‌ترین تأثیرات این تشکل‌های زنان بر جامعه روستایی است. همچنین فعالیت در این تشکل‌ها برای زنان روستایی موجب ارتقای اعتماد به نفس و تقویت روحیه رهبری در آنها را به همراه دارد؛ از بین بردن نقش واسطه‌ها و ایجاد اشتغال نیز از جمله پیامدهای اقتصادی فعالیت در این‌گونه تشکل‌ها محسوب می‌شود.

پژوهش دیگری توسط کیمیائی (۱۳۹۰) تحت‌عنوان «شیوه‌های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار» انجام شده است. نتایج حاصل از یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که اجرای برنامه‌های توانمندسازی به شکل دقیق و صحیح همانگونه که در سایر کشورها نتایج مثبتی به همراه داشته است، در صورت اجرا در کشور ما نیز می‌تواند مؤثر باشد. این برنامه‌ها به خصوص بر روی اقشار ضعیف و آسیب‌پذیر جامعه مانند زنان سرپرست خانوار، علاوه بر ایجاد اشتغال و افزایش سطح درآمد خانوار و ارتقاء آنها به سطوح بالاتر طبقات اجتماعی و اقتصادی جامعه، می‌تواند از طریق آموزش شغلی از وابستگی آنان به سازمان‌های حمایتی بکاهد. علاوه بر آن به توانمندسازی روانی آنها در حوزه‌های مختلف روان‌شناختی نیز منجر می‌شود که این نوع توانمندسازی سرمایه‌ای پایان‌ناپذیر و بالاتر از توان اقتصادی است.

در بین پژوهشگران خارجی هم اوجدیران و اندرسون^۱ (۲۰۲۰) در نتایج تحقیقی با عنوان «کارآفرینی زنان در جهان سوم: توانمندسازی و رهایی» بیان می‌کنند که مانع توانمندسازی زنان این واقعیت است که آنها زن هستند که این موضوع توسط فرهنگ‌ها و نظم اجتماعی مردسالار غالب، تقویت می‌شود. با این وجود، کارآفرینی با بخشیدن آزادی محدود به زنان، مقابله‌ای اساسی در برابر این ساختارهای اجتماعی فراهم می‌کند. صرف نظر از این مسائل، زنان باید به طور مداوم تلاش کنند تا به آرامی ساختارهای آزادی را تغییر دهند.

عیسی احمد و سید مودود الحق (۲۰۱۳) پژوهشی را با عنوان «توسعه کارآفرینی زنان در بنگلادش؛ چالش‌ها و چشم‌اندازها» انجام دادند. این مطالعه، ماهیتی اکتشافی داشته و تلاش نموده موانع و چالش‌های عمده در برابر توسعه کارآفرینی زنان و مشکلات عمده‌ای که زنان کارآفرین در بنگلادش با آن روبرو هستند را آشکار سازد. نتایج مطالعه نشان می‌دهد زنان کارآفرین بسیاری، به ویژه در تجارت خرد مشغول فعالیت‌های اقتصادی کشور بوده و کم و بیش نقش مهمی در تقویت اقتصاد کشور دارند. کمبود سرمایه در کنار میزان اندک دانش و اطلاعات کافی از مهم‌ترین مشکلات کارآفرینی زنان است. همچنین بر اساس این تحقیق مشخص شد حمایت‌های نهادی از مؤسسه‌های دولتی و غیردولتی برای توسعه و رشد زنان کارآفرین مورد نیاز است. علاوه بر این، با ایجاد دستورالعمل‌های قانونی و ساختاری، فعالیت زنان کارآفرین در آینده تقویت و سرمایه‌گذاری جدید افزایش می‌یابد. این مطالعه همچنین نشان داد که برای توسعه کارآفرینی زنان در بنگلادش، نهادهای دولتی و غیردولتی باید با هم همکاری کنند.

بهت داتا و گایلی^۲ (۲۰۱۲) هم پژوهشی را با عنوان «توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی اجتماعی: مطالعه موردی تعاونی زنان در هند» انجام داده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه زنان در جامعه‌ای کاملاً مردسالار مانند هند می‌توانند با موفقیت در کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به توانمندی اقتصادی و اجتماعی شرکت کنند. همچنین بر اساس این تحقیق،

1. Funmi Ojediran and Alistair Anderson

2. Punita Bhatt Datta & Robert Gailey

سیاست‌گذاران باید در جهت ایجاد یک فضای قانونی و سیاسی توانمند تلاش کنند تا دسترسی زنان به منابع را برای راه‌اندازی مشاغل جدید فراهم نمایند.

به طور کلی، مجموع پژوهش‌های صورت گرفته، از جنبه‌های مختلف به موضوع توانمندسازی زنان پرداخته و هر یک به دنبال راهکارهایی برای توانمندسازی بیشتر زنان با توجه به موضوع پژوهش خود بوده‌اند. پژوهش حاضر نیز علی‌رغم این که از مطالب و نتایج این تحقیقات بهره برده و مانند پژوهش‌های انجام‌شده قبلی به دنبال موضوع توانمندسازی زنان است، اما خاصه به لحاظ خوانش تجربیات کشور هند در این حوزه از منظر نوآوری و کارآفرینی اجتماعی و نیز طرح چشم‌اندازهایی برای جامعه ایران، از دیگر پژوهش‌ها تمایز یافته و خود وجهی نوآورانه می‌یابد.

ملاحظات روش‌شناختی

این پژوهش با رویکردی توصیفی - تحلیلی انجام شده و برای گردآوری اطلاعات در آن، از روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، آن دسته از مکتوبات، اسناد و داده‌های تجربی موجود یا قابل دسترسی بوده که در ارتباط با موضوع پژوهش وجود داشته است. در راستای جمع‌آوری اطلاعات، ابتدا متون مربوط به توانمندسازی زنان در کشور هند اعم از کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و... از ابعاد گوناگون مورد بررسی قرار گرفته و برای جمع‌بندی تحلیلی داده‌ها نیز از روش تحلیل موضوعی استفاده گردید. شایان ذکر است که در کشور هند، مجموعه‌ای از سیاست‌ها و اقدامات به‌منظور توانمندسازی زنان انجام گرفته است؛ اما به دلیل محدودیت‌های این قالب نوشتاری، تنها به برخی از آنها در این مقاله اشاره شده است.

یافته‌ها

۱- جایگاه زنان در جامعه هند

اگرچه با نگاهی به گذشته‌های نه‌چندان دور و تاریخ کهن سرزمین هند درمی‌یابیم که برخی از شخصیت‌های مهم این جامعه از قشر زنان بوده‌اند، که از جمله آنها می‌توان به «مادر ترازا» اولین زن هندی-آلبانیایی برنده جایزه صلح نوبل، خانم ایندرا گاندی اولین نخست‌وزیر زن هندی، خانم «پریتیبیا پتل» اولین رئیس‌جمهور زن هندی و ... اشاره نمود؛ اما واقعیت آن است که جایگاه این قشر در دهه‌های اخیر دچار تحولات عمیقی شده و زنان در ایده هند مدرن که توسط نخست‌وزیر «ناریندرا مودی» مطرح شده است، همانند مردان برای توسعه کشور در یک جایگاه قرار گرفته‌اند. این قشر از جامعه با همت و تلاش بسیار خود توانسته‌اند به مناصب و پست‌های بالایی همانند ریاست‌جمهوری، نخست‌وزیری، سخنگوی پارلمان و رهبری احزاب، حتی احزاب اپوزیسیون دولت، دست پیدا کنند (خبرگزاری رسا، ۱۳۹۹).^۱ همچنین در طی همین سال‌ها، توسعه کارآفرینی زنان به دنبال گسترش جهانی شدن، با حمایت متقابل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، پیشرفت فناوری و رسانه‌ها، پدیدار شده است (Shah, 2013: 15).

نگاه گذشته‌نگر به وضعیت کارآفرینی زنان این کشور نیز نشان می‌دهد که در دهه ۱۹۵۰، تنها آن زنانی که در خانواده‌شان مردی نداشتند که درآمدزایی کند، خودشان درآمدزا شدند. اما در دهه ۱۹۶۰، زنان، شروع به راه‌اندازی شرکت‌های کوچک در خانه‌هایشان کردند. این فعالیت‌ها بیشتر برای خوداشتغالی بود تا برای خودمختاری مالی. در دهه ۱۹۷۰، درآمدزایی و انتخاب شغل برای بسیاری از زنان مهم

^۱ قابل دسترسی به آدرس [. rasanews.ir/002lnw](http://rasanews.ir/002lnw)

شد. در نتیجه، زنان در نقش کارآفرین به‌طور فزاینده‌ای می‌خواهند شرکت‌شان رشد کرده و موفق شود. در دهه ۱۹۸۰، اغلب زنان هم‌پایه به‌عنوان شریک به مشاغل پدر یا شوهرشان پیوستند. آنها تصمیمات شخصی خود را شکل دادند، بر اعتقادات خود ایستادند و شجاعت ایجاد ابتکارات نوین را در خود نشان دادند. زنان در دهه ۱۹۹۰ به‌طور فزاینده‌ای یاد گرفتند که تنها زندگی کنند، تنهایی به سفر بروند و در صورت لزوم به تنهایی فرزندان را تربیت کنند. در نهایت آن که، امروز در قرن بیست و یکم فرصت‌های بیشتری برای زنان به‌وجود آمده و آنها به‌طور فزاینده‌ای اقدام به تأسیس شرکت‌های تجاری می‌کنند (همان، ۲۰۱۳: ۱۶).

۲- سیاست‌های دولت هند در حمایت از توانمندسازی و کارآفرینی زنان

امروز بسیاری از کشورهای جهان و از جمله هند بر توانمندسازی زنان تأکید دارند. دولت هند همچنین مسائل زنان و سهم آنها در اقتصاد این کشور را به رسمیت شناخته است (Robert, 2019)^۱. دولت این کشور سیاست ملی برای توانمندسازی زنان را در سال ۲۰۰۱ تصویب کرده است. در نتیجه، طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی برای تشویق زنان کارآفرین آغاز شده است (Shah, 2013: 27). این سیاست، به‌منظور ارتقاء وضعیت زنان در تمام زمینه‌های زندگی همسو با مردان وضع شد و از ضمانت قانون اساسی برابری بدون تبعیض بر اساس جنسیت، حمایت می‌کند. سیاست ملی، سعی در اجرای تعهدات بین‌المللی در همه بخش‌های مربوط به توانمندسازی زنان دارد و هدف آن، دستیابی به پیشرفت، توسعه و توانمندسازی زنان است. این مشارکت فعال، همه ذینفعان را برای دستیابی به مقاصد خود تشویق می‌کند (Pandey, 2015: 35). در راستای سیاست فوق و در ادامه، به طرح «ماهیله ایهاات»^۲ به‌عنوان نمونه‌ای از اقدامات صورت گرفته توسط دولت هند به‌منظور توانمندسازی زنان این کشور، اشاره می‌شود.

در واقع، این منکا گاندی وزیر توسعه زنان و کودکان هند بود که در ابتکاری راهگشا، ماهیله ایهاات را که یک بستر بازاریابی آنلاین برای زنان در دهلی نو بود را به مناسبت روز زن راه‌اندازی کرد (Lisa, 2016)^۳. ماهیله ایهاات گامی در جهت توانمندسازی زنان توسط دولت هند است، جایی که تاجران زن، سازمان‌های غیردولتی، گروه خودیاری، بستری برای فروش آنلاین محصولات خود فراهم می‌کنند. این امر تلاشی برای ایجاد و همچنین بررسی فرصت‌های شغلی زنان است. این بستر الکترونیکی در ۷ مارس ۲۰۱۶ راه‌اندازی شد (Team Law Times Journal, 2020)^۴ که بخشی از طرح «هند دیجیتال» است. زنان می‌توانند در سامانه مشخص شده ثبت‌نام کنند و از قدرت تکنولوژی برای نمایش کار خود به بازار گسترده‌تر استفاده نمایند (Robert, 2019).

مجله لاو تایمز (۲۰۲۰) در همین راستا و به نقل از مانکا سانجی گاندی می‌نویسد: این یک فضای بازاریابی برخط است که در آن زنان کارآفرین و سایر زنان از طریق پورتال الکترونیکی با کارایی آسان به‌راحتی می‌توانند محصولات خود را بفروشند و خدمات خود را ارائه دهند. این روش مشکل زنان فروشنده را که از خانه‌ای به خانه دیگر سرگردان بودند تا محصولات خود را به فروش برسانند، حل

^۱. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/t21355>.

^۲. Mahila E-haat

^۳. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/x59722>.

^۴. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/n68197>.

می‌کند. این یک کسب‌وکار نوپا در بستر وب‌سایت «راشتریا ماهیلا کوش»^۱ است که با استفاده از مهارت‌ها و توانایی‌های خلاقانه خود از فناوری برای به نمایش گذاشتن خدمات و محصولات مختلف ساخته شده توسط زنان استفاده می‌کند.

با راه‌اندازی این سایت، تخمین زده شد که بیش از ۱۲۵۰۰۰ زن از آن بهره‌مند شوند. چشم‌انداز ماهیله ایهات، تقویت و توانمندسازی مالی زنان کارآفرین در اقتصاد از طریق تأمین معیشت و حمایت مداوم از توانایی‌ها و خلاقیت‌های والای آنهاست. بر همین اساس، به‌عنوان یک کاتالیزور و سازمان‌دهنده با ارائه یک بستر بازاریابی اینترنتی به زنان کارآفرین کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود را مستقیماً به خریداران بفروشند. تمام فرایند تجارت را می‌توان از طریق تلفن همراه اداره کرد و برای ثبت نام فروشندگان یا محصولات آنها در پورتال هزینه‌ای پرداخت نمی‌شود. از زمان ایجاد و راه‌اندازی این پورتال الکترونیکی، فروشندگان زن از ۲۴ ایالت مختلف بیش از ۲۰۰۰ محصول/خدمت را در ۱۸ گروه به نمایش گذاشته‌اند. در این فضا، محصول به همراه توضیحات عکس، هزینه و شماره تلفن همراه و آدرس نمایش داده می‌شود که امکان تماس مستقیم بین فروشندگان و ارائه دهندگان خدمات و خریداران را فراهم می‌نماید (Lisa, 2016).

۳- نهادهایی برای حمایت از نوآوری و کارآفرینی زنان

اگرچه تعدادی از زنان تاجر وجود دارند که اسباب گسترش و افتخارآفرینی کسب‌وکار خود در سطح ملی و بین‌المللی را فراهم آورده‌اند، اما در بسیاری از موارد مشاهده شده است که تلاش‌های اولیه زنان در تجارت با موانع بسیاری همراه بوده است؛ از نظر تنگناهای مالی، عدم آگاهی فنی، فقدان بازاریابی مناسب و کافی، مهارت‌های قابل استفاده و... به دلیل این موانع، ممکن است یک ایده خوب تجاری یا یک ابتکار در مراحل ابتدایی از بین برود. از این رو، نیاز به تهیه شبکه‌ای از سیستم حمایتی و دانش‌بنیان وجود دارد تا زنان بتوانند موانعی را که مانع رشد آنها می‌شود، از پیش‌رو بردارند (Hari Babu Digital Marketing Trainer, 2015)^۲. در همین راستا، در زیر، چند نمونه از مؤسسات حمایت‌کننده از زنان کارآفرین در هند ذکر شده است.

۳-۱- بنیاد مان‌دشی

بنیاد مان‌دشی که توسط زنان اداره می‌شود، در دهه ۱۹۹۰ تأسیس شد و از محدود سازمان‌هایی است که به دنبال از بین بردن موانع اجتماعی، قانونی و اقتصادی در برابر کارآفرینی زنان در هند است. چتنا سینها، بنیان‌گذار بنیاد مان‌دشی، می‌گوید: زنان اغلب از دانش و مهارت لازم برای استفاده از فرصت‌ها برخوردار نیستند. برای کمک به پرکردن این خلاء، بنیاد یک طرح کمک برای زنان کارآفرین اجرا می‌کند و برنامه‌های مربی‌گری را سازمان می‌دهد (Mathew, 2019: 15-17)؛ به‌عنوان مثال «دشی ام‌بی‌ای»^۳ یک برنامه مشاوره برای فراهم کردن مهارت‌های مورد نیاز زنان روستایی برای راه‌اندازی یک شرکت و ارتقاء مهارت‌های زنان کارآفرین برای رشد و پیشرفت است (Iyer, 2019)^۴.

^۱. Rashtriya Mahila Kosh

^۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/g70835>.

^۳. Deshi MBA

^۴. قابل دسترسی به آدرس yun.ir/bpfz7c.

وانیتا سالونخه یکی از افرادی است که از برنامه‌های این بنیاد بهره برده است. وی از دهکده دگائون در ساتارا، تقریباً هشت سال بود که یک واحد کوچک تولید کیف‌های پارچه‌ای را اداره می‌کرد. او با اتمام برنامه یک ساله «دشی ام‌بی‌ای» که توسط بنیاد مان‌دشی برای توانمندسازی زنان روستایی فعالیت و تلاش می‌کند، تصمیم گرفته است تجارت خود را گسترش دهد به طوری که تا سال ۲۰۲۲، بتواند برای ۱۰۰۰ زن اشتغال ایجاد کند. سالونخه یکی از ۱۸ زنی بود که با وجود این که تحصیلات رسمی را تا کلاس هشتم یا دهم گذرانده بود اما توانست در جشنواره سالانه بنیاد مان‌دشی که برای به نمایش گذاشتن ابتکارات کارآفرینی زنان روستایی در ساتارا برگزار گردید، دیپلم افتخار کسب کند. او می‌گوید: «حدود ۳۵۰ مغازه در ساتارا و اطراف آن، کیف‌های مدرسه، کیف پول‌ها و انواع دیگر کیف‌های پارچه‌ای مرا به نمایش می‌گذارند و هم‌اکنون پنجاه زن روستایی در واحد من استخدام شده‌اند» (همان، ۲۰۱۹).

۲-۳- بانک مان‌دشی

راه‌حل مورد بررسی قرار گرفته برای حل چرخه فقر، راه‌اندازی یک تجارت کوچک است. استعداد و سخت‌کوشی هنگامی که توسط سرمایه‌گذاری پشتیبانی شود می‌تواند یک کسب‌وکار ایجاد کند. امروزه موسسات اعتباری خرد روستایی مانند بانک مان‌دشی با انجام این کار، زندگی را تغییر می‌دهند (Sethi, 2019).

چتنا گالا سینها^۲، بنیانگذار بانک مان‌دشی، این بانک را در سال ۱۹۹۶ با تیمی متشکل از چند زن بی‌سواد روستایی محله راه‌اندازی کرد. همه چیز از آنجا شروع شد که دوست و همسایه چتنا، کانتابای، برای مشورت دوستانه به او مراجعه کرد. کانتابای می‌خواست برای پس‌انداز روزانه ۱۰ روپیه حساب پس‌انداز باز کند، اما بانک برای او حساب باز نمی‌کرد، زیرا مبلغ بسیار کم بود. میلیون‌ها زن در هند با همین شرایط روبرو هستند. چتنا و دوستانش که از موانع آشفته شده بودند، تصمیم گرفتند خودشان امور را به دست بگیرند. پس از ماه‌ها تلاش مداوم، آنها توانستند از بانک رزرو هند مجوز بانکی بگیرند. آنها بانک مان‌دشی ماهیلا سهکاری^۳، اولین بانک تعاونی در هند را که فقط توسط زنان روستایی اداره و متعلق به آنان بود، تأسیس کردند. این بانک برای کمک به مشتریان، از زنان کارآفرین در مقیاس کوچک برای مدت طولانی پشتیبانی می‌کند.

بانک مان‌دشی در دهکده‌ای در ایالت ماهاراشترا^۴ هند شروع به کار کرد. امروزه این بانک در شش مکان مختلف ایالت، شعبه دارد. وقتی مشتری از هر یک از شعب بانک وام می‌گیرد با خانواده‌ای از زنان کارآفرین که در طول کارآفرینی خود با موانع اقتصادی-اجتماعی مشابهی روبرو هستند، در تماس است. مان‌دشی یک رادیوی محلی پخش می‌کند که دارای ۱۵۰۰۰۰ شنونده است که در ۱۱۰ روستا در شعاع ۵۰ کیلومتری پخش می‌شود. برنامه‌های رادیویی به طور مداوم زنان را تشویق می‌کنند که کار خود را شروع نمایند (همان، ۲۰۱۹).

^۱ . قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/e21094>.

^۲ Chetna Gala Sinha

^۳ Mann Deshi Mahila Sehkari Bank

^۴ Maharashtra

۳-۳- بانک بهاراتیا ماهیلا^۱

بانک بهاراتیا ماهیلا اولین بانک تجاری متعلق به تمام زنان کشور هند است. نخست‌وزیر پیشین هند، مانموهان سینگ^۲، این بانک را در ۱۹ نوامبر ۲۰۱۳ به مناسبت نود و ششمین سالگرد تولد ایندیرا گاندی^۳، از نخست‌وزیران پیشین هند، افتتاح کرد. اگرچه در ابتدا بانکی به‌طور انحصاری برای زنان گزارش می‌شد، اما این بانک امکانی را فراهم می‌سازد تا سپرده‌های همه افراد در این بانک جریان داشته باشد؛ ولی وام‌ها بیشتر به زنان تعلق می‌گیرد. هند پس از پاکستان و تانزانیا، سومین کشور در جهان است که برای زنان به‌طور خاص بانک دارد. دفتر مرکزی آن در دهلی نو واقع شده است. عنوان اصلی بانک «توانمندسازی زنان، توانمندسازی هند» است که نشان‌دهنده هدف ستودنی است که بانک برای آن ایجاد شده است (Angamuthu and Senthilkumar, 2016: 1).

به عبارت دیگر، این بانک برای کمک مالی به زنان محروم از مزایای اجتماعی و اقتصادی تأسیس شد تا آنها بتوانند فعالیت خود را آغاز نمایند (Maniyamkott, 2020). از آنجا که یکی از بزرگ‌ترین موضوع‌هایی که زنان با آن روبرو هستند، مشکل تعهد وثیقه در برابر وام‌ها است (Angamuthu and Senthilkumar, 2016: 2)، این بانک برای بخش تولید، وام‌هایی به مبلغ ۲۰ لک را ارائه می‌دهد. بانک بهاراتیا ماهیلا حتی می‌تواند وام تا سقف ۱ کروڑ^۴ را بدون درخواست وثیقه تأیید کند. این بانک در سال ۲۰۱۷ با بانک دولتی هند ادغام شد (Maniyamkott, 2020).

در حالی که این بانک تمامی زنان هند را مورد توجه قرار داده است، اما به زنان روستایی و شهری که از نظر اقتصادی مورد بی‌توجهی، محرومیت و تبعیض قرار گرفته‌اند، توجه ویژه‌ای دارد تا رشد فراگیر و پایدار را تضمین کند. این بانک با تیمی متشکل از متخصصان با تجربه و خبره، محصولات و خدمات جدیدی را متناسب با نیازهای زنان از هر بخش از جمله گروه‌های خودیاری، زنان کارآفرین، زنان حقوق‌بگیر و شرکت‌ها طراحی و توسعه داده است (Angamuthu and Senthilkumar, 2016: 3). اهداف این بانک عبارتند از: تأمین مالی برای توسعه مهارت به منظور کمک به فعالیت اقتصادی زنان؛ کمک به مشتریان زن برای ارتقاء مالکیت دارایی خود؛ تمرکز بر نیازهای بانکی زنان و ارتقاء توانمندی اقتصادی آنها؛ بسیج زنان به‌صورت محلی و ارائه مهارت‌های کارآفرینی به آنها (Pujari, 2018).

۳-۴- اتحادیه رسمی زنان هند^۷

اتحادیه رسمی زنان هند در سال ۲۰۱۵ توسط دیپا سایال، یک کارآفرین، مربی، نویسنده، سخنران و رهبر زنان تأسیس شد تا آگاهی عمومی در مورد سهم کلیدی زنان در اقتصاد کشور، حمایت از توانمندسازی زنان و حمایت از مأموریت‌هایشان از طریق نوآوری در فناوری ایجاد نماید؛ این اتحادیه، یکی از معدود سازمان‌های زنان در هند است که چنین هدفی را دنبال می‌کند (Magazineplus, 2018).

1. Bharatiya Mahila Bank

2. Manmohan Singh

3. Indira Gandhi

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/z20176>.

۵. کروڑ، یکایی در سامانه عددی هندی است که امروزه در بنگلادش، هند، مالدیو، نپال، پاکستان، و سری‌لانکا و در گذشته در ایران به‌کار برده می‌شد. یک کروڑ هندی برابر است با ۱۰۰ لک.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/j86731>.

7. Indian Women Institutional League

2020)^۱. بر همین اساس، می‌توان گفت هدف اصلی تشکیل این اتحادیه، ایجاد مهارت و کمک به زنان از طریق فناوری متناسب با شغلشان است. به این ترتیب، این سازمان غیرانتفاعی سخت‌کوشانه هدف هدایت و کمک به کسب‌وکارهای جدید را برای یک میلیون زن کارآفرین تا سال ۲۰۲۵ دنبال کرده است (2020 Business Wire India)^۲.

زنان کارآفرین با اشتغال بیش از ۱۳ میلیون نفر در مشاغل متعلق به زنان، در اقتصاد هند سهم بسیاری داشته‌اند. مطالعات نشان داده است که یک‌سوم زنان کارآفرین هندی در بخش کشاورزی کار می‌کنند و این کار با تولید و داد و ستد خرده‌فروشی و جزئی دنبال می‌شود. با این حال، دیپا سایال، متصدی حامی و رئیس اتحادیه رسمی زنان هند و تیم او در این اتحادیه، با کمک به قدرت زنان در استفاده از نیروی فناوری برای رشد تجارتشان در تلاش هستند. اتحادیه رسمی زنان هند در حال حاضر تقریباً ۵۵۰۰۰ زن، بیش از ۴۰۰ استارت‌آپ و ۸۹ دانشکده را در ۲۵ شهر هند تحت پوشش قرار داده است. این اتحادیه به دنبال توسعه نسل بعدی زنان کارآفرین است که تجارت خود را از طریق فناوری تنظیم کنند (همان، ۲۰۲۰).

۳-۵- انجمن خوداشتغالی زنان^۳

انجمن خوداشتغالی زنان یک اتحادیه صنفی است که در سال ۱۹۷۲ در هند به ثبت رسیده است. این سازمان متشکل از زنان کارگر فقیر و خوداشتغالی است که از طریق کار یا تجارت شخصی خود درآمد به دست می‌آورند و هیچگونه کمک رفاهی دریافت نمی‌کنند. این زنان که در بخش غیررسمی کار می‌کنند (مانند ۹۴ درصد زنان)، به شدت آسیب‌پذیر هستند (Wikigender, n.d)^۴. هدف اصلی این اتحادیه، توانمندسازی زنان کارآفرین در بخش‌های روستایی است. بیشتر اعضای این تشکیلات از بخش غیرسازمان‌یافته تشکیل شده‌اند. در حال حاضر، این انجمن فعالیت‌های خود را از مناطق روستایی به سطح جهانی تغییر داده و از سازمان‌های بین‌المللی مانند بنیاد فورد و یونیسف کمک مالی قابل توجهی دریافت کرده است (Hari Babu Digital Marketing Trainer, 2015).

اهداف این اتحادیه، اشتغال کامل و ایجاد اعتماد به نفس است. اشتغال کامل به معنای امنیت کاری، امنیت درآمد، امنیت غذایی و امنیت اجتماعی است که شامل مراقبت‌های بهداشتی، مراقبت از کودک، بیمه، حقوق بازنشستگی و مسکن در سطح خانوار می‌باشد. اعتماد به نفس، توانایی کار فردی و جمعی، دستیابی به آزادی اقتصادی و حفظ قدرت تصمیم‌گیری درباره مسائلی است که به زندگی و معیشت مربوط می‌شود (انجمن خوداشتغالی زنان، بی‌تا)^۵.

انجمن خوداشتغالی زنان، ارتقاء دسترسی اعضای خود به منابع مالی را یکی از عناصر اصلی رویکرد خود در زمینه توانمندسازی زنان می‌داند و برای دستیابی به این هدف، استراتژی‌ای را توسعه داده است که چهار جنبه اصلی را در بر می‌گیرد:

۱) سازماندهی زنان عضو در گروه‌های خودیاری و آموزش آنها در مورد اهمیت پس‌انداز جمعی و حمایت متقابل؛

^۱. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/z18817>.

^۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/w61674>.

^۳. Self-Employed Women's Association (SEWA)

^۴. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/q87467>.

^۵. قابل دسترسی به آدرس <https://www.sewa.org>.

۲) تقویت مهارت‌ها و ظرفیت‌های زنان (به عنوان مثال سواد مالی، مدیریت بازرگانی، ارزیابی بازار، تکنیک‌ها و فناوری‌های کشاورزی) برای ترغیب آنها برای تبدیل شدن به مشتریان تحصیل کرده و جذاب برای اف‌آی‌اس؛

۳) مشوق رشد سرمایه در سطح خانوار، گروه و جامعه؛

۴) ارائه خدمات پشتیبانی مکمل به زنان فقیر برای افزایش امنیت اجتماعی و انعطاف‌پذیری آنها و همچنین کاهش تأثیر صدمات بیرونی بر اقتصاد شکننده خانوار. این خدمات می‌توانند متفاوت باشند؛ از خدمات مربوط به مراقبت‌های بهداشتی (به عنوان مثال مربوط به تغذیه، بهداشت، آب) تا انتقال مهارت برای تولید معیشت جایگزین و توسعه شرکت‌های خرد به منظور ایجاد پیوندهای جدید بازار برای کارگران روستایی و... بخشی از این خدمات از هزینه‌های عضویت، بخشی از طریق اهداکنندگان و برخی از طریق مشارکت با نهادهای دولتی و خصوصی وابسته تأمین می‌شود (8: Benni and Barkataky, 2018).

۳-۶- بانک ملی کشاورزی و توسعه روستایی هند^۱

بانک ملی کشاورزی و توسعه روستایی هند از جمله مؤسسات مالی سیاست‌گذار می‌باشد که به حمایت از زنان کارآفرین اقدام نموده است. یکی از اهداف عمده این بانک، توانمندسازی زنان در کلیه عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می‌باشد که در این راستا تأکید ویژه بر روی کارآفرینی زنان، به ویژه زنان روستایی است. به همین جهت و به منظور تأمین اعتبار مورد نیاز زنان، در این سازمان واحد مجزایی به توسعه زنان اختصاص داده شده است که هدف آن عمدتاً تهیه بانک اطلاعاتی از زنان کارآفرین و تعریف قوانین و سیاست‌های مورد نیاز جهت توسعه اعتبار قابل ارائه به این گروه از زنان می‌باشد.

در جهت نیل به این اهداف، این سازمان علاوه بر آموزش کارکنان خود جهت حساس‌سازی آنان نسبت به مشکلات زنان، فعالیت‌های متعددی را جهت توسعه کارآفرینی زنان در دست اجرا دارد که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- ظرفیت‌سازی در جهت توسعه مهارت‌های فردی و مدیریتی؛

- افزایش دسترسی زنان به اعتبارات مالی از طریق تشکیل گروه‌های خودیار، اعطای تسهیلات مالی توسط تشکلهای غیردولتی، اعطای وام و سایر تسهیلات مالی با بهره‌های کم و...؛

- بهبود سیستم ارائه تسهیلات مالی و خدمات به زنان کارآفرین از طریق تشکیل واحدهای مربوط به زنان در سازمان و جهت‌گیری مثبت کارگزاران بانک نسبت به زنان کارآفرین؛

- طراحی کارت‌های اعتباری روستایی جهت کارآفرینان زن در روستاها (ویستا نیوز، ۱۳۹۴)^۲.

^۱. National Bank for Agriculture and Rural Development (NABARD)

^۲. قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/k54948>

۴- زنان و تجربه‌هایی از تأسیس کسب‌وکارهای نوپا

در این قسمت و به‌عنوان پایان‌بخش یافته‌های پژوهش، نگاهی به دو تجربه عملی از تأسیس کسب‌وکارهای نوآورانه توسط زنان هند پرداخته‌ایم که می‌تواند نمودی از چگونگی توانمندسازی زنان در این کشور براساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی باشد.

۴-۱- آنو سریدهران^۱ و تأسیس نکست دراپ^۲

تمام زندگی آنو سریدهران به نوعی به موضوع آب وصل شده است. همه چیز از یک پروژه دانشگاهی شروع شد. یکی از دوستان سریدهران به نام امیلی کومپل به عنوان بخشی از پروژه تحقیقاتی خود در هوبلی بود. او که برای آزمایش کیفیت پژوهش خود به نمونه‌های مکرر آب نیاز داشت، ساعت‌ها بدون هیچ اطلاعی منتظر ماند که چه زمانی از شیر آب لوله‌کشی، آب جاری خواهد شد. بنابراین، ایده تأسیس شرکت نکست دراپ زمانی متولد شد که آنو و دوستش امیلی متوجه شدند که مردم آنجا زمان زیادی را صرف انتظار برای آمدن آب به‌عنوان بخشی از زندگی روزمره می‌کنند. بنابراین آنو سریدهران تصمیم گرفت مسیر کارآفرینی را برای ایجاد تلاشی واقعی برای صرفه‌جویی و استفاده از آب در پیش بگیرد. او در سال ۲۰۱۰ به هوبلی نقل مکان کرد و رسماً نکست دراپ را راه‌اندازی کرد (Das, 2015).^۳ هدف او، حل مشکل تأمین آب نامنظم بود؛ زیرا آب فقط برای مدت محدودی در یک روز یا هفته در دسترس بوده و زمان در دسترس بودن آن حتی در بیشتر مناطق شهری هند مشخص نبود (Sharma et al., 2015: 4).

نحوه فعالیت نکست دراپ به این صورت است که کاربران این شرکت، یک پیام متنی بر روی گوشی تلفن خود دریافت می‌کنند که زمان رسیدن آب به منطقه‌شان را به آنها اطلاع می‌دهد. ۲۵۰۰۰ کاربر ثبت‌نام شده در نکست دراپ، در سه شهر هوبلی، داروار و بنگلور، یک ساعت قبل از این که آب به مناطق آنها بیاید، یک هشدار پیامکی دریافت می‌کنند. کاربران همچنین می‌توانند اطلاعات خاص مربوط به تأمین آب را درخواست کنند و شرکت نیز به آن پاسخ می‌دهد. به گفته کارشناسان، عدم قطعیت تأمین آب مشکل بزرگی است که شبیه به نداشتن آب است. آگاهی‌داشتن از قبل پیرامون زمان‌بندی آب به فرد کمک می‌کند تا برای جمع‌آوری این منبع گرانبها آماده شود. زمان‌بندی نامنظم آب هزینه فرصت زیادی دارد؛ به‌گونه‌ای که در روستاها و مناطق نیمه‌شهری و حتی مناطق شهری شاهد غیبت دانش‌آموزان دخترتری هستیم که مجبور هستند برای جمع‌آوری آب در خانه بمانند. اطلاعات زمان‌بندی آب تا حد زیادی به مهار این تهدید کمک می‌کند.

تیم نکست دراپ اطلاعات مربوط به آب را از کارکنان مربوط به این سازمان که جدیدترین و دقیق‌ترین به‌روزرسانی‌ها را در مورد تأمین آب دارند، دریافت می‌کند. به گفته سریدهران: دقت پیش‌بینی زمان‌بندی آب در حدود ۸۵ تا ۹۰ درصد است. همچنین به‌منظور برقراری ارتباط مستقیم و دوطرفه، کاربران نیز می‌توانند در صورت وجود هرگونه مشکل در تأمین آب، مستقیماً به مسئولان آب اطلاع دهند و در نتیجه راه‌حل‌های سریع‌تر ارائه گردد. سریدهران برنامه‌هایی برای گسترش در سطح بین‌المللی دارد. او می‌گوید: آب فقط یک

^۱. Anu Sirdharan

^۲. NextDrop

^۳. قابل دسترس به آدرس yun.ir/wo2015.

مشکل در کشور هند نیست. بنابراین اگر بتوانیم بحران آب را با چنین ابزار ساده‌ای در هند حل کنیم، مطمئن هستیم که در سایر کشورها نیز موفقیت‌آمیز خواهد بود (به نقل از Tiwary, 2014).^۱

۴-۲- جیوتی سایکیا گوگوئی^۲ و مجموعه ویلیج ویوز

در زمانی که جهان با مقادیر سرسام آور زباله‌های پلاستیکی و تبعات زیست محیطی آن دست و پنجه نرم می‌کند، زنی در ایالت شمال شرقی هند واقع در آسام برای حل این مشکل ایده جدیدی را هدف قرار داده و در عین حال به زنان فقیر نیز کمک می‌کند تا از این طریق امرار معاش کنند. روپجیوتی سایکیا گوگوئی، ۴۷ ساله در مجاورت پارک ملی کازیرانگا، یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری در آسام، زندگی می‌کند. او و زنانی از مجموعه وی به نام «ویلیج ویوز»^۳، زباله‌ها، بطری‌های پلاستیکی، بسته‌های چیپس و... را که گردشگران در محیط رها می‌کنند جمع‌آوری کرده، آنها را به صورت دستی شست‌وشو می‌دهند و خشک می‌کنند و از آنها محصولات دستی تولید می‌نمایند. این شرکت که در سال ۲۰۰۴ راه‌اندازی شد، علاوه بر این که آلودگی پلاستیکی اطراف پارک ملی را کاهش داده است، تا کنون به توانمندسازی بیش از ۲۳۰۰ زن در ۳۵ روستای آسام کمک کرده است (به نقل از Lal, 2021).^۴

همسر گوگوئی، برای حفاظت از حیوانات وحش محلی فعالیت می‌کند و نگرانی خود را در مورد تهدید مواد زائد پلاستیکی برای محیط زیست و حیوانات به اشتراک می‌گذارد. این زوج می‌گویند که آنها در مورد این مسأله گفتگو کردند و به یک راه‌حل سه جانبه رسیدند - برای مقابله با زباله‌ها، بازیافت آنها به روشی سازگار با محیط زیست و توانمندسازی زنان محلی. گوگوئی می‌گوید: قبل از این که به فکر یک برنامه عملی برای استفاده خلاقانه از زباله‌ها بیفتد، او ماه‌ها آزمایش کرده است. به گفته او: در ابتدا من سعی کردم برای ساختن اجسام مختلف فقط از پلاستیک استفاده کنم؛ اما کارساز نبود. سپس انواع دیگری از مواد را آزمایش کردم. سرانجام تنها پس از مخلوط کردن پلاستیک با نخ‌های پنبه‌ای بود که توانستم پارچه‌ای بادوام و لطیف تولید کنم که برای ایجاد محصولات صنایع دستی ایده‌آل باشد. گوگوئی می‌گوید: او تکنیک‌های ساده تهیه پوشاک را که از مادرش آموخته بود، دنبال کرده است. پارچه‌بافی یک مهارت بسیار رایج در میان زنان آسامی به ویژه در روستاها است. ما از شش و هفت سالگی در این صنعت آموزش می‌بینیم. بیشتر خانه‌ها دارای دستگاه بافندگی هستند که به صورت محلی و فراوان پیشرفت می‌کند (به نقل از همان، ۲۰۲۱).

پس از تکمیل فراگیری اصول مهارت، صنعتگر خودآموخته شروع به اشتراک‌گذاری دانش خود با سایر زنان در روستای بوچا گائون در منطقه گلاغات کرد. خبر به زودی منتشر شد و به سرعت صدها زن به شبکه او پیوستند و این شبکه را در عرض یک سال به یک فعالیت پر جنب و جوش در سراسر کشور تبدیل کردند. امروزه، صدها زن، کیف دستی، دیوار آویز، روکش میز و سایر اقلام را از زباله‌های پلاستیکی تهیه می‌کنند. محصولات آنها از طریق «کازیرانگا هات»^۵، فروشگاه فروش هدیه که گوگوئی در سال ۲۰۱۲ در دهکده خود راه‌اندازی کرده است، فروخته می‌شود. در فصلی که گردشگری رونق دارد، زنان می‌توانند با فروش محصولات خود ماهیانه حدود ۲۰۰-۱۵۰ دلار درآمد کسب نمایند. طی دو دهه گذشته، هزاران زن از شرکت گوگوئی بهره‌مند شده‌اند. البته این فقط زنان نیستند؛ او می‌گوید: «غالباً کل خانواده‌ها در جمع‌آوری زباله‌ها، تولید محصولات دستباف و سایر کارهای مرتبط به آنها کمک می‌کنند تا درآمد خوبی کسب

^۱. قابل دسترس به آدرسی yun.ir/thrsv2.

^۲. Rupjyoti Saikia Gogoi

^۳. Village Weaves

^۴. قابل دسترس به آدرسی <https://b2n.ir/w22456>.

^۵. Kaziranga Haat

نمایند. به‌عنوان مثال، در خانه من، همسر، خانواده همسر، برادر و مادرم نه تنها بافندگی، بلکه برای بازاریابی محصولات و سایر کارهای اجرائی به من کمک می‌کنند». گوگویی اکنون توسط دولت‌های ایالتی و سازمان‌های خصوصی دعوت شده است تا کارگاه‌هایی را برای آموزش تبدیل زباله به ثروت را برای زنان روستایی برگزار کند (به نقل از همان، ۲۰۲۱).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه، مقوله توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان اهرم توسعه اقتصادی در اکثر کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و به طور خاص این مبحث در کشورهای در حال توسعه و کشورهایی که از کمبود منابع طبیعی رنج می‌برند، اهمیت ویژه‌ای یافته است. از جمله کشورهای مطرح در حوزه توسعه کارآفرینی، کشور هند می‌باشد که به حمایت و ترویج همه‌جانبه این مقوله در کلیه عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی پرداخته و حتی به انتقال تجارب خود به سایر کشورها و بهره‌گیری از مزایای ارتباطات بین‌المللی نیز اقدام نموده است. در همین راستا، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار، به‌ویژه کارآفرینی زنان به‌عنوان محرک توسعه اقتصادی، در رأس اولویت‌های بخش دولتی و حتی بخش خصوصی این کشور قرار گرفته است؛ به‌طوری‌که از آن به‌عنوان یک حرکت ملی یاد می‌شود (جهان‌بخش، ۱۳۹۸).^۱

علاوه بر این، مطالعه تجربیات برخی کشورها نشان می‌دهد که نوآوری و کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی را در توانمندسازی زنان جامعه آنها ایفا نموده است. در این راستا، با توجه به این که زنان آمار قابل توجهی از جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند، در پژوهش حاضر به بررسی تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان بر اساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی به منظور احصاء درس‌آموخته‌هایی برای عمل در ایران و سایر کشورها پرداخته شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که در کشور هند به منظور توانمندسازی زنان بر اساس مدل‌های مورد بررسی در مقولات و زمینه‌های مختلف تلاش‌هایی صورت گرفته است که در زیر به برخی از مقولات و نمونه‌هایی از آن اشاره می‌شود:

آموزش: آموزش مهارت‌های لازم برای تأسیس یک شرکت، که از جمله توسط بنیاد مان‌دشی انجام شده است. همچنین بر اساس تجربه کشور هند، برای آموزش و انتقال تجربیات می‌توان از افراد و کارآفرینانی کمک گرفت که ممکن است مدرک تحصیلی یا سواد علمی بالایی نداشته باشند؛ چراکه زنان بسیاری هستند که توانسته‌اند با تلاش و پشتکار، موفق شوند و چه بسا آموزش این زنان برای بسیاری از مخاطبان که شرایط مشابهی دارند، بیشتر قابل فهم و درک باشد. بنابراین در ایران هم می‌توان در برخی از کارگاه‌های آموزشی از زنان کارآفرینی که بدون داشتن مدرک تحصیلی بالا در کسب‌وکار خود موفق بوده‌اند، درخواست کرد تا تجربیات و دانش زیسته خود را با سایر بانوان شرکت‌کننده در یک جلسه به اشتراک بگذارند.

سیاست: توجه به برابری افراد در جامعه و حذف نابرابری‌های اجتماعی، آموزشی، سیاسی و... فراهم کردن شرایط عادلانه برای کار و استراحت پس از زایمان برای زنان، پرداخت دستمزد مساوی برای کار برابر به زنان و مردان و دادن فرصت‌ها و حقوق برابر به آنها در جامعه و تساوی تمام شهروندان برای کسب مشاغل دولتی که در قانون اساسی کشور هند به آن توجه شده است. همچنین در این کشور سیاست ملی توانمندسازی زنان تصویب شده است که به دنبال مصوب‌شدن آن به‌منظور دستیابی به این امر مهم، طرح‌ها و برنامه‌های

^۱ قابل دسترسی به آدرس <https://b2n.ir/t97781>.

مختلفی برای تشویق زنان کارآفرین آغاز شده است. در ایران نیز تصویب سیاست‌های جامع در رابطه با توانمندسازی زنان در نهادهای رسمی و به دنبال آن اجرای کامل سیاست‌های مذکور در جامعه می‌تواند به ارتقاء وضع زنان کمک شایانی نماید.

بهره‌گیری از فناوری: تشکیل اتحادیه رسمی زنان هند که به‌عنوان اتحادیه‌ای برای کمک به کسب‌وکارهای جدید زنان از طریق ایجاد مهارت و کمک به آن‌ها با بهره‌گیری از فناوری به تناسب شغل‌شان است. همچنین در این مقوله، ماهیله ایهات که یک فضای بازاریابی برخط می‌باشد، ایجاد گردیده است که در آن زنان کارآفرین و سایر زنان از طریق این پورتال الکترونیکی به راحتی می‌توانند محصولات خود را بفروشند و خدمات خود را ارائه دهند. در ایران هم می‌توان با طراحی بستری به کمک ابزارهای تکنولوژی، مشکلات فعلی زنان کارآفرین مانند دسترسی به مواد اولیه، فروش محصولات و... را برطرف نمود.

حمایت مالی: تأسیس بانک بهاراتیا ماهیلا در هند که به‌عنوان بانکی مخصوص بانوان و رسیدگی به مشکلات و خواسته‌های مالی آن‌ها برای آغاز فعالیت‌شان ایجاد شده است. این بانک علاوه بر اعطای وام، از زنان کارآفرین برای تأسیس شرکت و گسترش تجارت‌شان حمایت می‌کند. همچنین در این کشور، انجمن خوداشتغالی زنان به صورت اتحادیه‌ای صنفی برای حمایت از زنان کارآفرین آسیب‌پذیر ایجاد شده است. بانک ملی کشاورزی و توسعه روستایی هند نیز از جمله مؤسسات مالی سیاست‌گذار می‌باشد که به حمایت از زنان کارآفرین اقدام نموده است. یکی از اهداف عمده این بانک، توانمندسازی زنان در کلیه عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می‌باشد. به منظور تأمین اعتبار مورد نیاز زنان، در این سازمان واحد مجزایی به توسعه زنان اختصاص داده شده است که در این راستا اقدامات لازم را اجرا می‌کند. در ایران نیز در صورت امکان می‌توان مانند برخی کشورها از جمله هند، بانک اختصاصی‌ای را برای زنان ایجاد کرد که در آن تمرکز اصلی بر رفع مشکلات مالی این گروه باشد و شرایطی را فراهم نمود که مشکلاتی را که زنان در دریافت و وثیقه وام و ... دارند، برطرف شود و کسب‌وکار آن‌ها رونق گیرد و در صورت فراهم نبودن امکانات لازم برای تأسیس این نوع از بانک‌ها، می‌توان بخش‌هایی را در بانک‌های فعلی به رفع نیازهای زنان اختصاص داد.

برقراری ارتباط و افزایش انگیزه: به‌منظور راهنمایی زنان کارآفرین، هر زن پس از دریافت وام از بانک مان دشی در هند با خانواده‌ای از زنان کارآفرین مرتبط می‌شود تا بتواند از تجربیات آن‌ها برای چگونگی استفاده از وام دریافتی برای بهبود عملکرد استفاده نماید. علاوه بر این بانک مان دشی برنامه‌های رادیویی برای تشویق زنان به منظور آغاز فعالیت‌های کارآفرینی خود پخش می‌کند که در شروع فعالیت کارآفرینی زنان و افزایش انگیزه آن‌ها موثر می‌باشد. در ایران نیز می‌توان تمام زنان کارآفرینی را که از گذشته تا کنون دارای شرایط و موقعیت مشابه بوده‌اند و به عبارتی مسیر مشابهی را گذرانده و یا قصد گذر از مسیر مشخصی را دارند، در یک فضای مناسب گرد هم آورد تا افراد با تجربه‌تر اطلاعات خود را در موقعیت‌های مختلف در اختیار سایرین قرار دهند. این امر موجب جلوگیری از تکرار بسیاری از خطاها خواهد شد.

در مجموع و بنابر آنچه از بررسی تجربیات کشور هند در حوزه توانمندسازی زنان بر اساس بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در این پژوهش به دست آمد، در ایران نیز می‌توان جلسات کاربردی و مفیدی را به منظور آموزش مهارت‌های لازم برای آغاز کسب‌وکار و کارآفرینی برگزار کرد و در این جلسات نسبت به بررسی مشکلات زنان و رفع آن‌ها اقدام نمود. همچنین می‌توان در امر آموزش کارآفرینی، از تجربیات زنان موفق بدون توجه به مدرک تحصیلی آن‌ها بهره گرفت. علاوه بر این، با توجه به نقش مهم زنان در کشور، باید بیش از پیش به تصویب و اجرای قوانین مصوب در حوزه توانمندسازی زنان توجه و بر اجرای آن اهتمام ورزید. با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژی در دنیا، می‌توان از این ابزار برای بهبود توانمندسازی زنان در حوزه کسب‌وکار بهره گرفت و از آن‌جا که

کاربردهای فناوری در زندگی ما نیز در زمینه‌های مختلف قابل مشاهده است، بنابراین می‌توان از این ابزار برای بهبود توانمندسازی زنان ایران نیز استفاده نمود. در حوزه مالی باید در نظر داشت که زنان اغلب برای دریافت وام از بانک‌ها در تهیه وثیقه و ضامن و... دچار مشکل هستند. در این راستا تأسیس بانکی برای رسیدگی به درخواست‌های زنان و برطرف کردن نیازهای مالی آنان می‌تواند به زنان جامعه برای پیشرفت در کسب‌وکار خود یاری رساند. علاوه بر این، می‌توان طرح‌ها و مزایای ویژه‌ای را در بانک‌های موجود در کشور برای زنان در نظر گرفت تا آن‌ها بتوانند به کمک این طرح‌ها، بخشی از مشکلات مالی خود برای کسب‌وکار و کارآفرینی‌شان را برطرف نمایند. به منظور برقراری ارتباط زنان کارآفرین و استفاده آن‌ها از تجربیات یکدیگر و همچنین افزایش انگیزه آنان برای فعالیت‌شان، می‌توان شرایطی را فراهم کرد تا بر اساس اطلاعات موجود از زنان کارآفرین، آن‌ها را در گروهی دور هم جمع کرد و ارتباط هدف‌دار آن‌ها با یکدیگر را فراهم نمود.

منابع

- آرامش، حامد؛ رس، عاطفه و کشاورز، سهیلا (۱۳۹۹). اثربخشی کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان روستایی مورد: مناطق حاشیه‌نشین چابهار. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۹ (۴): ۴۱-۶۲.
- آزبرگ، تامس (۱۳۹۶). نوآوری اجتماعی برای ایجاد پایداری سازمانی؛ در کتاب *نوآوری اجتماعی: راهکارهایی برای آینده پایدار* (ویراسته تامس آزبرگ و رنه اشمیدپیتر). ترجمه محسن اسدی، فرهاد نظری‌زاده و محمدامین فقیه. تهران: موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی - مرکز راهبری آینده پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی.
- افتخاری، زینب (۱۳۹۸). زنان افغانستان و توانمندسازی. منتشر شده در خبرگزاری صدای افغان. کد خبر: ۱۴۴۴۰۵؛ قابل دسترس در: <http://avapress.com>.
- جعفری، مهدی؛ شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ و داوری کیش، راضیه (۱۳۹۸). تأثیر ریسک اقتصادی بر کارآفرینی زنان در کشورهای منتخب جهان. *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۴ (۱): ۶۱-۸۲.
- چتری، شهربانو (۱۳۹۷). *جامعه‌شناسی توسعه زنان*. تهران: جامعه‌شناسان.
- خبرگزاری رسا (۱۳۹۹). بررسی نقش بانوان در جامعه هند. کد خبر: ۶۶۰۴۲۰؛ قابل دسترس در: <http://rasanews.ir>.
- رستمعلی‌زاده، ولی‌الله؛ و علی‌جمعه‌زاده، پروین (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران. *توسعه اجتماعی*، ۱۲ (۳): ۱۷۲-۱۴۷.
- رضائی‌مقدم، کورش و نعمت‌پور، لیلا (۱۳۹۳). فعالیت در تشکل‌های تولید ورمی کمپوست، راهکاری برای توانمندسازی زنان روستایی: مطالعه موردی استان فارس. *روستا و توسعه*، ۱۷ (۳): ۱۰۳-۸۳.
- سعیدیان، فاطمه (۱۳۸۸). بررسی عزت نفس در زنان سرپرست خانوار شهر تهران؛ در *مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی و توان‌افزایی زنان سرپرست خانوار*. تهران: شهرداری تهران.

- عاشوری توتکابنی، سحر (۱۳۹۴). *بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در کشورهای جهان سوم با تمرکز بر کشور ایران با استفاده از ماتریس سوات* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته MBA). ساری: موسسه آموزش عالی روزبهان.
- فرهنگ‌خواه، فاطمه (۱۳۹۷). کارآفرینی اجتماعی از تصور تا واقعیت. منتشرشده در وب‌گاه انجمن زنان مدیر کارآفرین، قابل دسترس در: <http://www.ea.wenet.ir/article/1262>.
- کاشفی، زهرا (۱۳۹۶). نقش توانمندسازی در پرورش روحیه کارآفرینی و نوآوری زنان آموزش و پرورش شهر اصفهان؛ در *مجموعه مقالات دومین همایش ملی جایگاه زنان در کارآفرینی و توسعه پایدار*. اصفهان: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی.
- کیمیائی، سیدعلی (۱۳۹۰). شیوه‌های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. *رفاه اجتماعی*، ۱۱ (۴۰): ۶۳-۹۲.
- مبینی دهکردی، علی؛ کشتکار هرنکی، مهران (۱۳۹۷). *نوآوری اجتماعی*. تهران: دانشگاه تهران.
- محمدی، مهدی؛ کاکاوندی، مهدی؛ زمانی، آرش؛ رحیمی، بابک؛ و کرمی، پرویز (۱۳۹۷). *بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپ در حوزه نوآوری اجتماعی*. تهران: دانش‌بنیان فناور.
- مقتدایی، زینب (۱۳۹۶). گامی مؤثر در جهت افزایش سهم نقش زنان در جامعه. منتشر شده در وب‌گاه راسخون، قابل دسترس در www.rasekhoon.net.
- ممیز، آیت اله؛ قاسمی، سیده عاطفه؛ و قاسمی، سیده فاطمه (۱۳۹۲). *بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان. مجله تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، ۹ (۳۵): ۱۵-۲۲.
- مهاجری، سیدعلیرضا (۱۳۹۶). *کارآفرینی اجتماعی*. تهران: امید.
- نوروزی، شقایق (۱۴۰۰). تجربه توانمندسازی زنان جامعه هند. *مرکز آینده‌پژوهی جهان اسلام*؛ گزارش شماره ۵ هسته مطالعات زنان.
- نوروزی، فریبا (۱۳۹۵). تبیین نظریه‌های راهگشا در ترسیم مدل علی توانمندسازی زنان با تاکید بر توانمندسازی اقتصادی؛ در *مجموعه مقالات کنفرانس بین‌المللی نخبگان مدیریت*. تهران: مؤسسه سرآمد همایش کارین.
- وب‌گاه مدیران اینفو (۱۳۹۴). تجربه کارآفرینی در کشور هند. کد مطلب: ۳۴۳۳؛ قابل دسترس در: <http://yun.ir/pk61gd>.
- Ahammad, I. & Huq, S. M. (2013). "Women Entrepreneurship Development in Bangladesh Challenges and Prospects". *International Journal of Innovative Research & Development*, 2 (7): 41-48.
- Angamuthu, R. & Senthilkumar, P. (2016). Opportunities and Challenges of Bharatiya Mahila Bank. *International Journal of Exclusive Management Research*, 6 (1): 1-6.
- Benni, N. & Barkataky, R. (2018). *The Role of the Self Employed Women's Association (SEWA) in Providing Financial Services to Rural Women*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- Bhatt Datta, P. & Gailey, R. (2012). "Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (3): 569-587.

- Business World Website (2020). *IWIL India to Empower One Million Women in Technology by 2025*. Available at: www.businesswireindia.com.
- Das, R. (2015). *Drop by drop: Anu Sridharan's big leap in solving Hubli's water crisis*. Published in She the People Website; available at: yun.ir/wo2015
- EU-Commission Website (2012). *Social innovation*. Available at: www.ec.europa.eu.
- Fi Life Website (2020). *I am Christy Ng and this is How I Invest*. Available at: <https://fi.life>.
- Hari Babu Digital Marketing Trainer (2015). *Institutions for Women Entrepreneurs in India*. Available at: www.haribabu.in.
- Iyer, K. (2019). *Deshi MBAs': Some school dropouts, all women entrepreneurs with inspiring stories*. Published in Indian Express Website; Available at: indianexpress.com.
- Lal, N. (2021). *Female Entrepreneur turns 'trash into treasure' in India's Assam*. Published in AlJazeera Website; Available at: www.aljazeera.com
- Mathew Joy Maniyamkott (2020). *6 Government Schemes Women Entrepreneurs Need to Know About*. Available at: in.makers.yahoo.com
- Mathew, A. (2019). *Making it in India: Women Struggle to Break Down Barriers Starting a Business*. Published in Inter Press Service News Agency; Available at: <http://www.ipsnews.net>.
- Moulart, F.; Martinelli, F.; Swyngedouw, S. & Gonzalez, S. (2005). "Towards Alternative Model (s) of Local Innovation". *Urban Studies*, 42 (11): 1969- 90.
- Ojediran, F. and Anderson, A. (2020). "Women's Entrepreneurship in the Global South: Empowering and Emancipating?" *Administrative Sciences*, 10 (4): 1-22.
- On India Website (2016). *Mahila e-Haat - for Indian Women Entrepreneurs*. Available at: www.oneindia.com
- Pujari, V. (2018). *Bharatiya Mahila Bank*. Published in Slide Share Website; Available at: www.slideshare.net
- Rajesh Kumar, P, (2015). *A study of the Policies adopted for Women Empowerment and Entrepreneurial Avenues for Women with special reference to the Union Territory of Dadra & Nagar Haveli* (Ph.D Thesis in Manegment). India: Pune University.
- Robert, O. (2019). *7 Indian Government Schemes for Women Empowerment*. Published in Good Returns Website; Available at: www.Goodreturns.
- Sethi, H. (2019). *Mann Deshi Bank Is Changing Lives in Rural India*. Published in The Borgen Project Website; Available at: borgenproject.org
- Shah, H. (2013). *Creating an Enabling Environment for Women's Entrepreneurship in India*. UN: Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.

- Sharma, T.; Singla, A. & Grover, P. (2021). "Women Social Entrepreneurship in India – A Reality". *Commerce*, 4 (11): 39-41.
- Team Law Times Journal (2020). Mahila-E-Haat. Available at: lawtimesjournal.in.
- The Magazine Plus Website (2020). *Indian Women Institutional League (Iwilindia) Empowers 8000 Women Entrepreneurs and 85 Business Schools Across 20 Cities*. Available at: themagazineplus.com
- Tiway, A. (2014). NextDrop: A Startup that informs you what time water will be supplied in your area. Published in First Post Website; Available at: yun.ir/thrsv 2.
- Wiki Gender Website (2022). *Self-Employed Women's Association (SEWA)*. Available at: www.wikigender.org
- Zahra, S. A., et al. (2008). "Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2 (2): 117-131.