

تجربه کارآفرینی در کشور هند

مهندس مهتا وزوایی

همسویی بخش‌های دولتی و غیردولتی

مقوله توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک به عنوان اهرم توسعه اقتصادی در اکثر کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است. این موضوع از قرن ۱۹ مطرح بوده است. (توسط شویپتر مطرح شده است) به ویژه 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 همه جانبه 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 این راستا موسسه ملی توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک (NIESBUD) در هند اقدام به برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و توسعه نگاههای اقتصادی در سطح بین‌المللی نموده است. مخاطبین این موسسه که یکی از مجریان برنامه‌های آموزشی و ترویجی دولت هند محسوب می‌شوند مربیان، تسهیلگران بخش خصوصی و دولتی و همچنین کارآفرینان می‌باشند که در توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه نقش عمده‌ای را ایفا می‌نمایند. برنامه آموزشی زنان و توسعه نگاههای اقتصادی (WED) یکی از دوره‌های بین‌المللی برگزار شده توسط این موسسه می‌باشد که به مدت ۸ هفته از تاریخ ۱۶ دسامبر ۲۰۰۴ الی ۵ فوریه ۲۰۰۵ و در دو بخش کارگاههای آموزشی و بازدیدهای میدانی برگزار گردید. روش اجرا در این دوره براساس برگزاری کارگاه‌توأم با تمرین‌های عملی به صورت فردی یا گروهی، مطالعات موردی، بحث، بازی، شرکت در سمینار و همچنین مشاهده نزدیک از طریق تورهای مطالعاتی و بازدیدهای میدانی بوده است. در مقاله‌ای که پیش رو دارید، به آموخته‌ها و مشاهداتی صورت گرفته طی این دوره آموزشی در زمینه حمایت همه‌جانبه نهادها و سازمانهای مرتبط با کسب و کار و کارآفرینی و همچنین چالشهای زنان کارآفرین به عنوان تجربه کارآفرینی در کشور هند پرداخته شده است.

محیط کارآفرینی و کسب و کار در کشور هند کشور هند بیش از یک میلیارد نفر جمعیت دارد که

۲۶/۱ درصد از این جمعیت زیر خط فقر به سر می‌برند. از این بین حدود ۴۰ درصد با درآمد کمتر از یک دلار در روز، گذران زندگی می‌نمایند. این آمار بویژه در بین جامعه زنان حائزاهمیت است، به طوری که ۷۰ درصد از زنان، فقیر محسوب می‌گردند که به واسطه دلایلی نظیر تخریب، طلاق، عدم حمایت خانواده و... به این وضعیت دچار گردیده‌اند. باتوجه به موارد ذکر شده، کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، به ویژه کارآفرینی زنان به عنوان محرک توسعه اقتصاد، در راس اولویت‌های بخش دولتی و حتی بخش خصوصی قرار گرفته است به طوری که از آن به عنوان یک حرکت ملی یاد می‌شود. از اوایل دهه ۱۹۹۰ بحث حساس سازی نسبت به مساله کارآفرینی در سطح مدارس آغاز و تداوم یافته است. در میان جمعیت کارآفرینان در هند زنان ۱۰/۵ درصد را به خود اختصاص می‌دهند که این رقم با توجه به اولویت‌های سیاست‌گذاری و ترویجی رو به رشد می‌باشد. بر طبق یک بررسی انجام شده، زنان با ایجاد کسب و کارها جدید قادرند دارای شخصی خود را به میزان ۱۹/۷ درصد افزایش بخشدند که خود گامی در جهت فقرزدایی و توانمندسازی اقتصادی خانواده می‌باشد.

الف) سیستم‌های حمایتی از توسعه کارآفرینی و صنایع کوچک

باتوجه به اهمیت کارآفرینی در رفع معضل عدم اشتغال و همچنین با آگاهی از نقش زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور، کارآفرینی به طور عام و کارآفرینی زنان به طور خاص، مورد توجه دولتمردان کشور هند قرار گرفته و به همین دلیل سیاست‌های متعدد جهت حمايت از آن اتخاذ گردیده است. در این راستا بحث توانمندسازی زنان مطرح و در دستور کار نهادها و سازمانهای متعدد قرار گرفته است.

دسترسی به منابع مالی خرد (Microfinance) تا قبل از دهه ۱۹۹۰ با ارائه تسهیلات مالی و اعتباری از جانب دولت به افراد کم‌بضاعت، بسیاری از کسب و کارهای کوچک از بین رفته و دریافت تسهیلات رایگان، جای کار و فعالیت اقتصادی را گرفته بود. پس از آغاز دهه ۱۹۹۰ با تغییر دیدگاه دولت از سوسیال به لیبرال، ایجاد کسب و کار و درآمدزایی جایگزین سیستم سابق گردید. از آنجایی که در کشور هند زنان دارای چندانی ندارند، امکان استفاده از تسهیلات بانکی به دلیل عدم امکان ارائه وثیقه برای ایشان به سادگی میسر نمی‌باشد. تا سال ۱۹۹۲ افتتاح حساب در بانک، توسط گروههای غیررسمی غیرقانونی تلقی می‌گردید. از آغاز دهه ۱۹۹۰ بحث تشکیل گروههای خودیار (با استفاده

از مدل گرامین در کشور بنگلادش) که مخاطب عمده آن زنان می‌باشند مطرح و موسسات مالی دولتی و همچنین سازمانها و موسسات غیردولتی به تشکیل این گروهها اقدام نمودند. برای این منظور، سازمانهای غیردولتی (NGO ها) با حمایت دولت در روستاها و مناطق محروم، به آموزش روستاییان مشمول گردیدند. گروههای خودیار، متشکل از ۱۰ الی ۱۵ (حداکثر ۲۰) نفر از زنان می‌باشند که به طور منظم جلسات را با یکدیگر برگزار می‌کنند و هدف آنان تامین منابع مالی خرد (micro finance) جهت رفع نیازهای معیشتی و همچنین ایجاد کسب و کارهای کوچک است. در این مدل، روستاییان پس از آموزش، به مدت ۶ الی ۱۲ ماه به پس‌انداز مشغول می‌گردند. سپس افراد گروه، دارایی خود را در یک صندوق مشترک قرار داده، به طور منظم یکدیگر را ملاقات می‌کنند. در این جلسات، بنا به اولویت نیازها، گروه اقدام به پرداخت وام به افراد می‌نماید. کلیه افرادی که وام دریافت نموده‌اند موظفند که هر ماه درصدي از آن را به صندوق بازگردانند و کلیه افراد گروه بر نحوه انجام کار نظارت دارند. از سال ۱۹۹۲، شکل‌گیری منظم این گروههای غیررسمی، بانک‌ها و موسسات اعتباری به تخصیص اعتبارات و وام با بهره بسیار اندک به این گروهها اقدام نمودند. در این بین بانک ملی کشاورزی و توسعه روستایی (NABARD) که یکی از موسسات اعتباری سیاست‌گذار در هند می‌باشد، در این امر پیشقدم گردیده به اعطای اعتبارات به ۵۰۰ گروه خودیار که موفق عمل نموده بودند، اقدام نمود.

در کشور هند گروههای خودیار به سه صورت تشکیل می‌گردند:

۱- گروههای خودیار توسط بانکها ایجاد و تامین مالی می‌گردند.

۲- گروههای خودیار توسط NGOها و یا موسسات دولتی تشکیل و توسط بانکها تامین اعتبار می‌شوند.

۳- تامین مالی گروههای خودیار از طریق بانکها صورت می‌پذیرد لکن NGO ها بعنوان واسطه مالی بین این گروهها و بانک قرار می‌گیرند. ۸۰ درصد از گروههای خودیار تشکیل شده تحت مدل ۲ و ۳ قرار می‌گیرند و NGO ها نقشی حیاتی را در شکل‌گیری و توسعه این گروهها ایفا می‌کنند. گروههای خودیار تشکیل شده نیز با یکدیگر ارتباط برقرار نموده اتحادیه‌های گروههای خودیار را تشکیل می‌دهند که دسترسی آنان را به منابع مالی گسترده تر فراهم می‌سازد (از جمله اتحادیه DHAN که از ترکیب این گروهها ایجاد شده است). این روند تا به امروز ادامه دارد و یکی

از موثرترین راهکارها در جهت توسعه دسترسی زنان روستایی به منابع مالی (حدود ۹۰ درصد از بهره‌گیران از منابع مالی خرد در جهان زنان می‌باشند) است. امروزه بسیاری از کشورهای در حال توسعه همچون کشورهای آمریکای لاتین، آفریقا و جنوب شرقی آسیا از این مدل پیروی می‌نمایند. در کشور هند موسسات ارائه دهنده تسهیلات مالی خرد (MFI) در دو بخش رسمی و غیر رسمی فعالیت دارند که بخش رسمی این موسسات و نهادها، شعب روستایی بانکهای بازرگانی و یا بانک‌های روستایی و محلی و همچنین موسسات اعتباری بخش تعاونی می‌باشند.

همسویی دولت و بخش خصوصی در توسعه کسب و کارهای کوچک (تجربه موفق شرکت تولیدکننده محصولات بهداشتی Lever Limited Hindustan) یکی از ایده‌های بسار جالب و خلاق در انگیزش زنان روستایی به سمت ایجاد کسب و کارهای کوچک، سیستم توزیع روستایی است. این حرکت از سال ۲۰۰۲ با همکاری دولت و بخش خصوصی آغاز شده است و دولت نقش تسهیلگر را ایفا می‌نماید. در این ایده، دولت با بررسی نیاز روستاها، به شناسایی شرکت‌های موفق و صاحب نام در بخش خصوصی اقدام می‌نماید و سپس از آنها می‌خواهد که توزیع محصول خود را در روستاها به زنان توزیع‌گر بسپارند. دولت با همکاری نزدیک با NGOها نسبت به شناسایی گروههای خودیار تشکیل شده در روستاها اقدام می‌نماید و زنان موردنظر خود را در این گروهها شناسایی می‌نماید. این زنان به دلیل عضویت در گروههای خودیار به منابع مالی دسترسی دارند و با دریافت وام از گروه، قادرند محصولات شرکت موردنظر را خریداری نموده به توزیع آن اقدام نمایند و درحقیقت کسب و کار خود را ایجاد کنند. در این صورت هزینه تبلیغات این محصول به عهده شرکت تولیدکننده خواهد بود و این زنان با ایجاد این کسب و کار کوچک سود معادل ۱۰ درصد فروش خود دریافت می‌نمایند که قادر به تسویه وام اخذ نموده نیز خواهند گردید. این زنان به صورت بالفعل کارآفرین نمی‌باشند و بنابراین فعالان NGO به توجیه و آموزش این زنان می‌پردازند. آموزش ارائه شده به این زنان عمدتاً در زمینه بازاریابی محصول، عرضه و تقاضا، فروش و حسابداری می‌باشد پس از آموزش هر زن توزیع‌گر علاوه بر روستای خود مسوولیت روستاهای مجاور را نیز برعهده می‌گیرد و مستقل می‌گردد. شرکت Hindustan Lever Limited تولیدکننده محصولات بهداشتی، یکی از پیشگامان این طرح می‌باشد که تاکنون ۱۱۰،۰۰۰ زن توزیع‌گر

را به عرصه فعالیت وارد نموده است. این برنامه از جهات متعدد دارای مزیت می باشد، از جمله کمک به گسترش بهداشت و سلامت عمومی در مناطق محروم، حل معضل بی کاری و کمک به توسعه کسب و کارهای کوچک، کارآفرینی و در نتیجه رشد اقتصاد و همچنین استفاده از ظرفیت های بخش خصوصی و تقویت آن در همکاریهای دوجانبه با دولت. شرکت های دیگری نیز در این عرصه وارد گردیده اند، از جمله شرکت هایی وجود دارند که با ارائه مواد خام به این زنان روستایی، از آنان می خواهند که به تولید محصول تحت امتیاز این شرکت بپردازند و حتی محصولات روستا را به خارج از کشور نیز صادر می نمایند. دولت نیز در کلیه مراحل نقش حامی و تسهیلگر را به عهده دارد. توسعه کارآفرینی در بخش صنایع دستی سازمان توسعه صنایع دستی در کشور هند، زیر نظر وزارتخانه نساجی به فعالیت می پردازد و هدف آن، گسترش و توسعه صنایع دستی می باشد. مخاطبین عمده این بخش زنان هستند و صنایع دستی پس از کشاورزی دومین صنعت این کشور می باشد.

سازمان توسعه صنایع دستی عمدتاً تمایل به همکاری با سازمانهای غیردولتی، تعاونیها و سازمانهای فعال در امر توسعه (NGO ها) دارد. این بخش نیاز به سرمایه گذاری اندکی دارد در مقابل قادر است با توانمندسازی، سرمایه خارجی را به کشور وارد نماید. از این رو دولت توانمندسازی و حمایت از NGO ها را در جهت توسعه صنایع دستی در برنامه کار خود قرار داده است که در حال حاضر در بحث صنایع دستی تاکید بر زنان است. تولیدکنندگان صنایع دستی که عمدتاً در روستاها ساکن هستند در ۴ سال اولیه فعالیت خود توسط دولت حمایت مالی می شوند. این حمایت ها در زمینه هایی همچون آموزش طراحی، به روز رسانی تکنولوژی تولید، آموزش بازاریابی و عرضه محصولات، فراهم نمودن مواد اولیه، اجاره مکان فعالیت و... می باشد که کلیه این خدمات به صورت رایگان ارائه می گردد. آموزش بازاریابی جهت تولید کنندگان صنایع دستی به دو صورت انجام می پذیرد:

* برنامه های آموزشی که مستقیماً از طریق دولت ارائه می شود.

* برنامه هایی که مجری آن NGO ها و سایر سازمانهای داوطلب می باشند.

دریافت کنندگان این تسهیلات قادر به افزایش تولید و بهبود کیفیت محصولات خود گردیده با فرآیند فروش و بازاریابی آشنا می شوند. یکی از عمده ترین مشکلات که هنرمندان پس از تولید با

آن مواجه می گردند، حمل کالاهای تولید شده و فروش در سطح شهر می باشد. روستاییان هنرمند در بدو شروع کسب و کار، عموماً بضاعت حمل کالاهای خود به شهر و بازاریابی را ندارند، از این رو دولت پروژه نمایشگاههای دائمی صنایع دستی را در پیش گرفته است.

ایده اولیه این طرح در شهر دلی نو با نام Haat Delhi در اواخر سال ۱۹۹۰ ارائه گردید و توسط موسسه توسعه توریسم و حمل و نقل دلی (DTTDC) با همکاری سازمان توسعه شهری دلی نو (NDMC) به اجرا درآمد که در حال حاضر نمایشگاههای مشابهی در سرتاسر کشور برگزار می گردد. Delhi Haat نمایشگاه دائمی صنایع دستی در دلی نو واقع است. در این نمایشگاه تعداد ۶۲ غرفه وجود دارد که به صورت

گردشی هر دو هفته یکبار به عهده جدیدی از هنرمندان واگذار می شود. روند کار به این صورت است که NGO ها و یا سازمانهای داوطلب پس از شناسایی هنرمندان و آموزش آنها جهت بهبود کیفیت محصولات خود، آنها را به سازمان مربوطه معرفی می نمایند. در این صورت سازمان صنایع دستی

مسئولیت حمل محصولات از روستا به شهر و اسکان هنرمندان روستایی را به طور رایگان برعهده گرفته و به طور همزمان از متخصصین در امور طراحی، بسته بندی، بازاریابی، صادرات و... جهت حضور در این نمایشگاه ها دعوت بعمل می آورد. همچنین زمینه حضور سازمانهای نظیر موسسات توریستی، هتل ها و غیر آن نیز در نمایشگاه جهت مذاکره با هنرمندان فراهم می نماید. دولت با انجام این کار در حقیقت چهار هدف عمده را دنبال می کند:

۱- ایجاد رقابت میان تولیدکنندگان صنایع دستی که در این فرصت با مقایسه محصول و میزان فروش خود با کالای ارائه شده از جانب سایر تولیدکنندگان قادر به کشف نقاط ضعف خود و بهبود کیفیت محصولاتشان گردند.

۲- مواجهه تولیدکنندگان با متخصصین طراحان مدعو و بهبود کیفیت کالا و نحوه ارائه مناسب توام با بسته بندی صحیح

۳- شرکت تولیدکنندگان در کلاسهای آموزشی دائر به مدت ۲ ساعت در طول روز، جهت آموزش و یادگیری مسائل مالیات از جمله: تعیین قیمت تمام شده، قیمت گذاری کالای تولید شده، تحلیل سود به دست آمده، بهبود کیفیت و بسته بندی و سایر موضوعات مشابه

۴- مذاکره تولیدکنندگان جهت دریافت سفارش از سازمانهای متقاضی و متعاقباً توسعه کسب و کار ایجاد شده توسط کارآفرین هنرمندحمایت از

تولید و صادرات کالا در جهت توسعه کسب و کارهای کوچک یکی از سازمانهای کلیدی فعال در زمینه ارائه خدمات به کسب و کارهای کوچک، موسسه ارائه دهنده خدمات به صنایع کوچک (SISI) می باشد که خدمات گوناگونی را قبل و بعد از تولید کالا به کارآفرینان ارائه می دهد. موسسه SISI که تحت نظر وزارت صنایع کوچک هند قرار دارد، فعالیتهایی را در زمینه توسعه صنایع کوچک نظیر آموزش، مشاوره، ترویج، آزمایش محصول، به روز رسانی، اطلاع رسانی از طریق ایجاد پایگاه های اطلاعاتی و به ویژه صادرات و بازاریابی در دست انجام دارد.

برنامه های آموزشی این موسسه در کلیه زمینه های مرتبط با تولید و ارائه خدمات می باشد که در سه بخش عمومی، مدیریتی و فنی ارائه می گردد. یکی از برنامه های آموزشی عمده در این

موسسه برنامه آموزش کارآفرینی است که در این بخش طرح جداگانه ای نیز جهت زنان کارآفرین وجود دارد. این طرح در سه بخش زیر ارائه می گردد:

* انگیزش و ترویج کارآفرینی در بین زنان

* آموزش در زمینه ایجاد و توسعه کسب و کار (قبل از فرآیند ایجاد)

* آموزش در جهت توسعه مهارت ها شامل مهارتهای فنی، تکنولوژیکی و مدیریتی (بعد از فرآیند ایجاد) کلیه خدمات آموزشی جهت متقاضیان رایگان می باشد. در زمینه توسعه صادرات، این موسسه خدمات منحصر به فردی را ارائه می دهد. این خدمات عبارتند از:

* جمع آوری و ارائه اطلاعات بازار صادرات ارائه اطلاعات در مورد فرآیند و قوانین و مقررات صادرات

* آموزش مدیریت صادرات

* آموزش بسته بندی صادراتی

* برگزاری سمینار و کارگاه مرتبط با صادرات کالا

* برگزاری سمینار در مورد تجارت جهانی

* برگزاری سمینار در مورد مالکیت معنوی (کپی رایت)

و از همه مهم تر...

* هماهنگی جهت شرکت محصولات برتر در نمایشگاه های بین المللی

موسسه SISI، تحت برنامه ای هماهنگ و منظم، زمینه حضور تولیدکنندگان محصولات حائز کیفیت را در نمایشگاه های بین المللی فراهم می آورد. در این طرح فرصتی استثنایی در اختیار تولیدکنندگانی

که به دلایل محدودیت مالی امکان حضور در نمایشگاههای بین المللی و صادرات کالای خود را ندارند فراهم می گردد. تولیدکنندگان می توانند در صورت تمایل به حضور در نمایشگاههای بین المللی درخواست خود را به این موسسه ارائه نمایند. موسسه SISI پس از بررسی کالای موردنظر و در صورت تایید کیفیت آن مبنی بر وجود پتانسیل فروش اقدام به ارائه آن کالا به نمایشگاه موردنظر در خارج از کشور می نماید و کلیه هزینه های مورد نظر را اعم از حمل و نقل کالا و اجاره آن به دارنده پس از اتمام نمایشگاه، همچنین امور مربوط به اجاره غرفه و ارائه اطلاعات مرتبط محصول را تقبل می کند. علاوه بر این، اقدام به برقراری ارتباط با خریداران و متقاضیان نموده و اطلاعات اخذ شده را پس از اتمام نمایشگاه به دارنده محصول منتقل می نماید. در صورت فراهم شدن امکان توسعه این محصول و توام با رشد کسب و کار دولت حمایت مالی خود را اندکی کاهش داده و نوبت آینده ۹۵ درصد از هزینه نمایشگاه و صادرات کالا را می پردازد و ۵ درصد دیگر باید توسط تولیدکننده تقبل گردد و بدین نحو استقلال آینده این کسب و کار نیز تضمین می گردد.

همچنین در کنار توسعه صادرات، آموزش بازاریابی و ارائه اطلاعات بازار نیز به تناسب موضوع ارائه می گردد.

حمایت از فن آوری های نوین

یکی از موسسات دولتی موثر حامی کارآفرینی در کشور هند موسسه ملی تحقیق و توسعه (NRDC) می باشد. این موسسه تحت نظر دپارتمان تحقیقات علمی و صنعتی هند فعالیت می نماید و تکنولوژی های نوین را از مرحله ظهور تا مرحله ثبت و تبدیل به کسب و کارهای اقتصادی مورد حمایت قرار می دهد. این موسسه بیش از ۱۰۰ تکنولوژی جدید را مورد حمایت خود قرار داده است که تاکنون ۵۰ درصد از آنها به موفقیت اقتصادی دست یافته است. این موسسه بویژه جهت زنان کارآفرین که در کشور هند به دلایل فرهنگی دارای چندانند ندارند مورد استقبال واقع گردیده است. NRDC با ارائه خدماتی نظیر به نمایش گذاردن محصولات نوین و خلاق با هزینه بسیار اندک و برقراری ارتباط با سرمایه گذاران بر روی طرح های جدید، چاپ بروشور و تقبل هزینه های تبلیغات، در اختیار قراردادن امکانات ارتباطی نظیر فکس، تلفن، اتاق کنفرانس و... هماهنگی جهت بازدید سرمایه گذاران و نمایندگان کشورهای خارجی و در نهایت کمک به ثبت ایده و تبدیل آن به کسب و کارهای اقتصادی در جهت توسعه کارآفرینی گام



بر می‌دارد. از جمله زنان کارآفرینی که با حمایت این موسسه به موفقیت چشمگیری دست یافته است خانم آناند می‌باشد که با استفاده از تابلو فرسوده اتومبیل اقدام به تولید میلمان و سایر محصولات خانگی نموده و توانسته است به کمک این موسسه، تکنولوژی خود را به ۱۲۰ کشور جهان صادر نماید. حمایت موسسات مالی و اعتباری از کارآفرینی زنان در کشور هند سیاست‌های متعدد حمایتی از زنان کارآفرین در دستور کار نهادها و موسسات اعتباری از جمله بانکها قرار دارد. از جمله موسسات مالی سیاست‌گذار که به این مهم اقدام نموده است بانک ملی کشاورزی و توسعه روستایی هند (NABARD) می‌باشد. یکی از اهداف عمده این بانک، توانمندسازی زنان در کلیه عرصه‌های

* 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 جهت گیری مثبت کارگزاران بانک نسبت به زنان کارآفرین
* انجام مطالعات و تحقیقات عملی با تاکید بر جنسیت و در راستای بهبود نحوه ارائه تسهیلات مالی و اعتباری به کارآفرینان
* طراحی کارتهای اعتباری روستایی جهت کارآفرینان زن در روستاها
لازم به ذکر است که این بانک یکی از موسسات مالی سیاست‌گذار می‌باشد که در راس سیستم مالی و اعتباری کشور هند قرار دارند.

ب) زنان کارآفرین، چالشها و فرصتها

در کشور هند ۱۰ درصد از صاحبان کسب و کارهای کوچک زنان هستند که از این بین ۶۶ درصد شخصا مالک کسب و کار خود هستند و ۴ درصد بقیه به صورت مشارکتی با دیگران نسبت به ایجاد کسب و کارهای جدید اقدام کرده‌اند. از نظر نوع فعالیت بیشترین تعداد درصنای غذایی (۲۶ درصد از کل) است. تنها ۹/۵ درصد آنان در بخش فنی و مهندسی به فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته‌اند.

برخی از چالشهای عمده ای که زنان کارآفرین با آن مواجه می‌باشند عبارتند از:

- * عدم دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
- * عدم دسترسی به بازار
- * فقدان دسترسی و تاثیرگذاری بر سیاست‌گذاران
- * عدم دسترسی به منابع مالی
- * عدم دسترسی به منابع آموزشی
- * عدم برابری جنسیتی ناشی از سنتها و آداب و رسوم مذهب هندو

در کشور هند زنان به دلایل اجتماعی و قانونی، از جمله "محرومیت قانونی از ارث پدری" توان مالی چندانی ندارند و از این جهت در ایجاد کسب و کار خود نیاز مالی، مهم ترین چالشی است که با آن مواجه می‌باشند. علاوه بر این به دلیل اهمیت بالای مسوولیت‌های خانوادگی و همچنین سنتی که بر مبنای آن زنان پس از ازدواج مسوولیت خانواده همسر خود را نیز به عهده خواهند گرفت پس از ایجاد کسب و کار جدید مسوولیت آنان دو چندان می‌شود که این مسئله تلاش بیشتر و برقراری تعادل بین مسوولیت‌های خانوادگی و کار خارج از



اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می‌باشد که در این راستا تاکید ویژه بر روی کارآفرینی زنان، بویژه زنان روستایی است. به همین جهت و به منظور تامین 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 زنان کارآفرین می‌باشد. درجهت نیل به این اهداف، این سازمان علاوه بر آموزش کارکنان خود جهت حساس سازی آنان نسبت به مشکلات زنان، فعالیت‌های متعددی را جهت توسعه کارآفرینی زنان در دست انجام دارد که ذیلاً به برخی از آنها اشاره می‌شود:

* ظرفیت سازی درجهت توسعه مهارت‌های فردی و مدیریتی

منزل می‌باشد. به دلایل فوق الذکر اکثر ایشان اقدام به ایجاد کسب و کارهایی می‌نمایند که در بدو شروع نیاز به سرمایه چندانی نداشته باشد و با تشکیل گروهها خدیار در مقیاس کوچک تر اقدام به ایجاد کسب و کارهای جدید می‌نمایند که در انجام این مرحله از NGO ها و سایر سازمانهای داوطلب مدد می‌جویند. بسیاری از زنان کارآفرین که به حمایت مالی بیشتری نیاز دارند همسران خود را در کسب و کارشان وارد نموده و یا در صورت داشتن طرح کسب و کار به موسسات دولتی حامی و یا موسسات ارائه دهنده تسهیلات اعتباری مراجعه می‌نمایند. گرچه از لحاظ قانونی محدودیتی برای زنان کارآفرین در ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید وجود ندارد، محدودیت‌های اجتماعی سبب می‌گردد که ورود زنان به عرصه کسب و کار دشوارتر از مردان باشد. در همین راستا است که وزارتخانه ای جهت رسیدگی به امور زنان ایجاد گردیده و همچنین طرح‌های متعددی جهت تسهیل دسترسی زنان کارآفرین به اجرا آمده است چنانکه کلیه موسساتی که بر روی توسعه کارآفرینی متمرکز هستند طرح‌های جداگانه ای جهت توانمندسازی زنان در حوزه‌های مدیریتی و کسب کار بویژه کارآفرینی در دست انجام دارند.

نکته ای که باید به آن اشاره کرد این است که زنان کارآفرینی که در کشور هند در مرحله توسعه قرار می‌گیرند عمدتاً اقدام به انجام فعالیت‌های اجتماعی در قالب NGO می‌نمایند تا از این طریق بتوانند زمینه حضور سایر زنان را در عرصه کارآفرینی فراهم آورند و حتی برخی از آنان تولید محصولات خود را از طریق NGOها مرتبط، به سایر زنان در سطح روستاها می‌سپارند و سعی در وارد نمودن سایر زنان به حوزه کسب و کار و توسعه فضای کسب و کار و کارآفرینی در کشور دارند. در پایان با بررسی مقوله کارآفرینی در کشور هند می‌توان عنوان داشت که در توسعه کارآفرینی و بویژه کارآفرینی زنان سه حوزه حائز اهمیت است:

- ۱- حمایت دولت از توسعه کسب و کار در بخش خصوصی و همچنین تخصیص بودجه جهت حمایت از این بخش به منظور ایجاد موسسات و نهادهای مرتبط با توسعه کسب و کارهای جدید، ابداعات و اختراعات، صادرات، و ... که در حقیقت یک حرکت ملی در راستای توسعه اقتصادی کشور خوانده می‌شود.
- ۲- همکاری دولت و بخش غیردولتی از جمله NGO ها و سازمان‌های داوطلب در توسعه بخشهای توسعه نیافته از جمله روستاهاست که خودگامی درجهت فقرزدایی و نتیجتاً توسعه اقتصادی کشور خواهد بود.
- ۳- مساله آموزش و اهمیت توانمندسازی و توسعه مهارت‌ها قبل و بعد از ایجاد کسب و کار این مساله به عنوان سیاستی غیرقابل چشم پوشی در کلیه سازمان‌ها و نهادهای مورد توجه قرار گرفته است. نکته ای که اکثر نهادهای و سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی در کشور هند بر آن اذعان دارند این است که در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب و کار در

کشور، میان سازمان‌های دولتی و غیردولتی رقابتی وجود ندارد بلکه دو بخش عمومی و خصوصی همکاری همه جانبه ای را در راستای توسعه اقتصادی کشور و فقرزدایی در پیش گرفته‌اند و دولت در این راستا اجرای طرح‌های جاری را به سازمان‌های غیردولتی و موسسات داوطلب می‌سپارد و خود علاوه بر تدوین و تصویب سازوکارهای متناسب با توسعه بخش خصوصی، به حمایت همه جانبه از آن بویژه در توسعه روستایی و کارآفرینی می‌پردازد. باتوجه به موارد فوق الذکر و با در نظر گرفتن پتانسیل‌های موجود در داخل کشور، لزوم نگرش و تأمل بر روند جاری در کشور هند به عنوان الگوی کارآفرینی در یک کشور در حال توسعه که موجبات تقدیر سازمان ملل متحد را فراهم آورده است احساس می‌گردد و امید است که بتوان با تلاش همه جانبه نسبت به حساس سازی کلیه سازمانها و نهادهای اعم از دولتی و غیردولتی نسبت به مقوله کارآفرینی اقدام و توسعه کارآفرینی را مساله ای ملی تلقی نموده در راستای توسعه آن و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور گام برداشت.

1. Smita Mohanty, PRADAN Professional (An NGO to promote and strengthen livelihoods for the rural poor), NIESBUD, Noida, India, 2004- www.pradan.net
2. Dr. N. P. Singh, Director General Asian Society for Entrepreneurship and Development, NIESBUD, Noida, India, 2004
3. Mr. Narendra Nath, PRADAN Professional, NIESBUD, Noida, India, 2004 www.pradan.net
4. Mr. Pradeep Kashyap, Managing Director MART, NIESBUD, Noida, India, 2005 www.martrural.com
5. The Office of Development Commissioner (Handicraft) – under the Ministry of Textile- Delhi, India, 2005
6. Mr. P K Mukherjee, Director, Small Industry Service Institute, Mumbai, India, 2005
7. Shri V. D. Narang, Director, Small Industry Service Institute, Jaipur, India, 2005
8. Mr. Govinda Sarma, National Research and Development Corporation (NRDC), Delhi, India, 2005, www.nrdcindia.com
9. S. M. Sheokand, Chief General Manager, NABARD (National Bank for Agriculture and Rural Development), Mumbai, India, 2005
10. Mrs. R. Sengupta, Director of WEB Program, Typology of women entrepreneurs in India, NIESBUD, Noida, India, 2004