



ابزارهای مدیریتی

دانشگاهی افزوده شده است که دو برابر نرخ مربوط به مردان است. در سال ۲۰۰۴ یک چهارم زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی داشتند. واضح است که سطح بالاتر تحصیلات باعث می‌شود شغل‌های بهتری نصیب فرد شود. به این ترتیب طی یک دهه گذشته تعداد زنان با حقوق بالا در کانادا هر سال ۷/۲ درصد افزایش یافته است. این در حالی است که نحوه برخورد با زنان کارآفرین و مشغول به کار شبیه نحوه برخورد با مردان نیست و این امر باعث نارضایتی زنان شده است.

حوزه‌های کارآفرینی زنان

افزایش سطح تحصیلات زنان باعث شده آن‌ها امکان اشتغال به کارهای تخصصی را پیدا کنند. در حال حاضر زنان با تحصیلات دانشگاهی در کانادا به سمت حرفه‌هایی نظیر علوم، تجارت و امور مالی، مشاوره مدیریت، حسابداری و تبلیغات گرایش پیدا کرده‌اند. همچنین شغل‌های تخصصی در حوزه خدمات بهداشتی و درمانی نیز مورد توجه زنان بوده است. به علت پیر شدن جمعیت کانادا، اشتغال زنان به این شغل‌ها بسیار ضروری و مفید خواهد بود. یکی از سوء تفاهم‌ها درباره کسب و کارهایی که زنان ایجاد می‌کنند این است که تصور می‌شود این کسب و کارها مخصوص مشتری‌های زن است. واقعیت این است که تنها ۲۲ درصد کسب و کارهایی که زنان به وجود آورده‌اند مشتری زن‌دارند. همچنین در کانادا ۲۲ درصد زنان کارآفرین در این کشور به دنیا نیامده و مهاجر هستند. رقم مربوط به مردان ۲۵ درصد است، اما به تدریج این اختلاف در حال کم شدن است زیرا طی یک دهه گذشته میزان کارآفرینی زنان مهاجر ۳۰ درصد بالاتر از مردان مهاجر ساکن در کانادا بوده است. از سوی دیگر زنان مهاجر از سطح تحصیلاتی بالاتری نسبت به متوسط جمعیت کانادا برخوردارند. زنان مهاجر پس از چند سال زندگی در این کشور با درک شرایط تجاری آن به سرعت دست به کار شده و کسب و کاری راه می‌اندازند.

نکته‌ی جالب توجه دیگر این که رشد درآمد زنان مجرد کارآفرین طی پنج سال گذشته بیش از ۶۵ درصد بوده است در حالی که رشد درآمد زنان متأهل کارآفرین تنها ۱۸ درصد بوده است، ۳۲ درصد زنان مشغول به کار در کانادا منبع درآمد دیگری جز کار خود ندارند. ۴۰ درصد آن‌ها از درآمد همسر خود نیز بهره می‌برند و ۲۸ درصد نیز دارای منابع درآمدی دیگر هستند. در بین ۲۰ کشور صنعتی جهان، سهم زنان در خوداشتغالی کلی، در کانادا بالاترین میزان است و پس از آن ایالات متحده، سوئیس، فرانسه، استرالیا و فنلاند قرار دارند. در کانادا انگیزه‌ی اصلی زنان در خوداشتغالی و کارآفرینی، دستیابی به استقلال مالی، انعطاف ساعات کاری، اثبات توانمندی خود، مشغول بودن و در نهایت کسب درآمد بالاتر است.

— مردم با استدلال و منطق متقاعد می‌شوند، اما با احساس خود حرکت می‌کنند؛ لیدر باید هر دو کار را انجام دهد. هم متقاعدشان کند؛ هم حرکت‌شان دهد.

ریچارد نیکسون

— مشتریان زبانی گویا دارند، اگر بی‌واسطه با آن‌ها در ارتباط بوده و گوش شنوا داشته باشید، می‌توانید از ایشان چیزهای زیادی بیاموزید.

مایکل دل

— خیلی‌ها به من می‌گویند که چه کاری باید بکنم و آن را چگونه باید انجام دهم، اما تعداد بسیار محدودی مرا مایل به انجام کاری کرده‌اند.

ماری پارکر فاولت

— اغلب افراد موفق‌تری که می‌شناسم، بیش از آن که حرف بزنند، گوش می‌دهند.

برنارد باروش

— مشتریان هرگز یک محصول را نمی‌خرند، آن‌ها مجموعه‌ای از منافع را می‌خرند، متشکل از کارآیی، ارزش و خدمات و این وظیفه فروشنده است که اطمینان یابد مشتری هرگز ناامید نمی‌شود.

جان وودز

— فروش یعنی انتقال یک باور دوستانه از فروشنده به خریدار.

پل جی هافمن

— دانستن کافی نیست، باید عمل کرد. خواستن کافی نیست، باید اقدام کرد.

گونه

تهیه و گردآوری: زهرا سالاری

Email: z-salari@imakh.ir

منابع:

(۱) اداره‌ی آمار کانادا

(2) www.womensenterprise.ca