

## شیوه‌های متفاوت زنان کارآفرین برای رشد\*

«مری گوان» می‌گوید: یک زن کارآفرین در ویتنام که ۱۵ درصد بیشتر از میزان پایه حقوق در کشورش به کارمندان خود دستمزد می‌دهد، توانسته است از این طریق روندی جدیدی را پایه‌گذاری کند. هنگامی که جامعه شناس مری گوان بر روی مشتریان کسب و کار کوچکی به نام مرکز کسب و کار زنان تحقیقی را انجام می‌داد متوجه شد زنان اقلیت و کم درآمد که کسب و کاری را آغاز می‌کنند، کاری بیش از ایجاد درآمد صرف، برای سرمایه‌گذار انجام می‌دهند. در رساندن سود به اجتماع شان نیز نقش بسزایی ایفا می‌کنند.

براساس این تحقیقات گوان کتاب خود را تحت عنوان «زنان» اقلیت کارآفرین به چاپ می‌رساند. این کتاب شامل تحقیقاتی است که نشان می‌دهند زنان اقلیت و کارآفرین نسبت به سایرین خلاق تر هستند. و بیشتر از دیگران به سودمندی برای اجتماع مفید هستند این میزان از تعهد اجتماعی بیش از حد محقق بود. مری گران پروفسور جامعه‌شناسی دانشگاه «باین» با مقاله نویسنده بیزنس و یک «کارن ای کلین» مصاحبه‌ای داشته که در اینجا به قسمت‌های برگزیده‌ای از آن اشاره شده است. شما دریافتید که نرخ ایجاد کسب و کار توسط زنان اقلیت در حدود ۴ برابر بیشتر از نرخ ملی برای زنان و مردان در شرایط معمول است. آیا این تعجب‌آور نیست؟

مری گران: بله من فکر می‌کنم همین‌طور باشد. زیرا داستان‌های آنها به ندرت گفته می‌شود. همه ما فکر می‌کنیم کسب و کار و تجارت متعلق به مردان سفید پوست و تحصیل کرده است. حتی همین‌جا نیز در برنامه‌های مدیریت تجارت تقریباً بیشتر سردمداران در عرصه مطالعات ما مردان هستند که بیشتر آنها سفید پوست هستند. افراد مشغول در مرکز کسب و کار زنان به تولید نوعی فرهنگ کسب و کار برای زنان پرداختند. آنها در کسب و کار زنان اقلیت را به عنوان نمونه‌ای برای دیگران مطرح کردند. زمانی که مراجعان به مرکز کسب و کار زنان توانستند خود را کارآفرینانی موفق تصور کنند. به واقع نیز تبدیل به کارآفرینانی موفق شدند. داده‌ها نشان می‌دهند شرکت‌های خصوصی زنان به طور معمول نمی‌توانند مانند شرکت‌های خصوصی آقایان به سرعت توسعه یابند و به سوددهی برسند. شما می‌توانید در اینجا به علت این امر اشاره کنید.

من متوجه شدم که به دست آوردن سرمایه اولیه برای زنان بسیار سخت است. من در تمام مصاحبه‌هایی که با زنان داشته‌ام آنها این موضوع را تأیید کردند. بنابراین کمبودهایی از این قبیل باعث جلوگیری از رشد هستند به طوری که می‌توان گفت در اینجا برای درست کردن آتش سوخت کافی در اختیار نیست.

بخشی دیگر رشد نسبتاً پایین خود این کارآفرینان‌ها هستند آیا به راستی بهتر آن است که در یک کسب و کار به دنبال رشد سریع باشیم و پول به دست آمده از رشد را برای توسعه بیشتر سرمایه‌گذاری‌های خود به کار ببریم؟ این آن چیزی است که به دانشجویان رشته کسب و کار آموزش داده می‌شود.

اما بسیاری از زنان که ما با آنها مصاحبه کرده‌ایم به وسیله کسب و کار خود هویت پیدا می‌کنند و از آن به عنوان وسیله‌ای برای ابراز عقایدشان و شیوه‌ای برای خدمت‌رسانی به اجتماع خود استفاده می‌کنند.

در ادبیات کارآفرینی این شیوه عملکرد چندان تشویق نمی‌شود و حتی گاهی با تحقیر روبه‌رو می‌شود. در مقابل به کارآفرینان توصیه می‌شود که چندان از نظر ذهنی و احساسی به کسب و کار خود وابسته نشوند. اما این زنان به دستاوردهای بزرگتری در کسب و کارشان در جامعه جهانی فکر می‌کنند. در کتاب شما شرح ۱۰ شرکت داده شده است. شما مطالعه خود را در زمینه چه کسب و کارهایی انجام داده‌اید؟

**بخشی دیگر رشد نسبتاً پایین خود این کارآفرینان‌ها هستند آیا به راستی بهتر آن است که در یک کسب و کار به دنبال رشد سریع باشیم و پول به دست آمده از رشد را برای توسعه بیشتر سرمایه‌گذاری‌های خود به کار ببریم؟ این آن چیزی است که به دانشجویان رشته کسب و کار آموزش داده می‌شود.**

ما بر روی گروه‌های مختلفی از کسب و کار که به طور مشخص به زنان اقلیت مذهبی و نژادی متعلق بودند مطالعه می‌کردیم. نمونه مورد مطالعه ما از بانک فگلاسی که نخستین بانک در آمریکا که توسط یک زن سیاهپوست تأسیس شده است تا سرمایه‌گذاری کوچک را در بر می‌گرفت. یکی از موضوعات مورد علاقه من مربوط به شرکت «مدنس مانکن» در کالیفرنیا است. صاحب این شرکت متوجه شد که مانکن‌های ویتترین فروشگاه‌ها در محل‌های دفن زباله دور انداخته می‌شوند همچنین او متوجه شد هیچ‌کسی آنها را بازیافت نمی‌کند. او در آن زمان در یک شرکت دات کام مشغول به کار بود، ولی همیشه دوست داشت کسب و کاری در زمینه محیط زیست داشته باشد. بنابراین او بازیافت مانکن‌ها را آغاز کرد و سپس آنها را اجاره داد. همچنین او مشتریان خود را تشویق کرد که فقط از مانکن‌های سفید لاغر و جوان استفاده نکنند. زیرا او متوجه شده بود که اکثر فروشگاه‌ها حتی در محله‌هایی که افراد ساکن در آنجا از اقلیت‌های گوناگون بودند. تمایلی به استفاده از مانکن‌های رنگین پوست با سایز بزرگ نداشتند. یکی از ویژگی‌های کارآفرین‌هایی که شما آنها را معرفی کرده‌اید این است که آنها به دنبال رسیدن به اهداف اجتماعی هستند.

بله همه این زنان به دنبال به دست آوردن پول هستند زیرا آنها برای گذران زندگی خود و حمایت اقوامشان متکی به کسب و کار خود هستند اما آنها در همین راستا اهداف دیگری را نیز دنبال می‌کنند که تعهد به ارزش‌های اجتماعی است.

و جالب است که آنها تنها نیستند. وقتی شما به داده‌های کمی در سراسر دنیا نگاه می‌کنید، متوجه می‌شوید که زنان کارآفرین دستمزدشان را اغلب برای حمایت دیگران از جمله خانواده خود، جامعه شان و برخی اهداف خیرخواهانه استفاده می‌کنند.

شما فکر می‌کنید دلیل این امر چه می‌تواند باشد؟

در واقع هیچ کس به نظر نمی‌رسد که چنین سوالی را پیش از این مطرح کرده یا نه. در این نوع کارآفرینی اطلاعات کافی در دسترس نیست. در حال حاضر، اطلاعات موجود یا در مورد کسب و کارهایی است که تنها با هدف سوددهی ایجاد می‌شوند یا در مورد کارآفرینی در حوزه اجتماعی و کسب و کارهای غیرانتفاعی (که می‌توان گفت این حوزه وابسته به سوددهی نیست و نمی‌تواند صنعت پردرآمدی باشد) هستند. اما زنان از فرار گرفتن در شرایطی مجبور باشند در یکی از این حوزه‌ها فعالیت کنند سرباز می‌زنند.

شما می‌توانید یک نفر را که در هر دو حوزه فعالیت دارد مثال بزنید؟

یکی از این زنان که در کتاب نیز به آن اشاره شده خانم «بالین لوبیز» است که آسیایی آمریکایی است او طرح و تولید کننده کیف‌های زنانه است و در کارخانه خود زنان آسیایی - آمریکایی را استخدام کرده است. هنگامی که او به دنبال کارخانه ای برای کسب و کار خود در آسیا بود بسیار ناامید شده بود زیرا وضعیت کار در آنجا بسیار ضعیف و نامناسب بود در آنجا محیط کارخانه‌ها بسیار شلوغ و پر از دهمام و یا صداها ناهنجاری همراه بود و هیچ گونه دستگاه تهویه هوایی در آنجا وجود نداشت. او دوست نداشت مردمی که کیف‌های او را می‌سازند از چنین وضعیت زندگی برخوردار باشند. بنابراین او پس از بررسی‌هایی متوجه شد گروهی از زنان کارمند در ویتنام در همسایگی آنها اقامت دارند که ساختمان محل کار آنها مجهز به اتاقی برای استراحت روزانه چای خوری و دستگاه پخش موسیقی است.

او تصمیم گرفت چنین محلی را برای تولید کیف‌هایشان در نظر بگیرد. او به کارمندان خود حقوقی ۱۵ درصد بیشتر از نرخ حقوق پایه می‌پردازد. همچنین معادل حقوق یک ماه در سال نو به آنها عیدی می‌دهد و هزینه یک هفته در سال را نیز به آنها می‌پردازد به آنها می‌پردازد.

در بیشتر مناطق آموزش کسب و کار شما می‌شنوید که این روش‌ها غیرعقلانی است و در آنها نشانی از منطق وجود ندارد و از شما می‌خواهند در کسب و کار خود از این شیوه‌های پیروی کنید اما «بالین لوبیز» هر روز از تصمیم و نحوه عملکردش دفاع می‌کند. همچنین او توانست از این طریق میلیون‌ها دلار درآمد کسب کند.

آیا شما فکر می‌کنید در این مدل کسب و کار نسبت به مدل‌های معمول نتایج گسترده‌تری کارآفرینان قابل تصور است؟ آنچه بدیهی است اینکه علاوه بر شیوه‌های معمول شناخته شده برای اداره کسب و کار، راه‌های دیگری نیز وجود دارند و این شیوه‌های قدیمی، تنها روش برای انجام یک کار نیست. جمعیت‌های مختلف از مردم با ارزش‌های مختلف می‌توانند کسب و کار متفاوتی انجام دهند. یادگیری این تفاوت‌ها می‌تواند در معیارهای ما در مورد کارآفرینی تأثیرگذار باشد.