

تحديات وآمال أمام سيدات الأعمال

د. دواء بنت ناصر المبيريك

ومن التحديات التي تواجهها أيضا اللجنة أن جميع عضواتها متطوعات يحاولن قدر الإمكان توظيف الفائض من أوقاتهن في تفعيل دور اللجنة، وقد كان للكثير منهن دور جاد في المساهمة بدعم بداياتها. إلا أن الأمر يتطلب جهودا أكبر ومتابعة مستمرة قد تصعب أو تتعذر في ظل الحاجة لوجود مقر أو مركز يحتوي النشاط الإداري والتنفيذي والذي يترتب عليه وجود طاقم إداري بسيط لتحقيق ذلك.

وكما هو المأمول من كل لجنة أن تتحول من لجنة يجتمع إعضاؤها للحديث والحوار والافكار الشاردة والاطروحات الحاملة والمقترحات المتعلقة إلى تحديد أنشطة وخطط مستقبلية وبرامج واقعية ملموسة. ولتحقيق هذا الهدف فإن الانطلاقة مرتبطة بالتعرف على الفئة المستهدفة وهي سيدات الأعمال، فإنه لا يمكن تحديد أنشطة وبرامج اللجنة بشكل عشوائي لا يفي باحتياجات هذه الفئة ولا يحقق تطلعاتها وآمال مواطنات المنطقة.

بقي أمر آخر لا بد من الإشارة إليه وهو بناء الصورة الذهنية الايجابية Positive Image عن اللجنة لدى سيدات الأعمال كميّلات مستهدفات، فإن سيدة الأعمال إما أنها لا تملك أي تصور واضح عن اللجنة أو أن لديها صورة لا تتطابق مع الدور الحقيقي لهذه اللجنة، وكلاهما يحتاج إلى التوعية بصورة مستمرة في هذا الجانب. وهنا يكمن دور التسويق الحقيقي للفكرة بما يتناسب مع مفاهيم البيئة الثقافية ومحدداتها. ومن ذلك أن تسعى اللجنة إلى بذل جهود كبيرة كحلقة وصل بين أطراف ثلاثة: المجتمع، وسيدات الأعمال والغرف التجارية، وما تقدمه من خدمات يجب أن يتساوى فيها كل من الرجل والمرأة. ولكي تتحقق أهداف اللجنة لا بد أن تدرك سيدة الأعمال أهمية المبادرة في طرح الأفكار التطويرية الجادة والمقترحات البناءة لأعمال المرأة والمطالبة العادلة والحكيمة بالإجراءات التنفيذية المحققة لآمال سيدة الأعمال وفق ما تنص وتدل عليه شريعتنا السمحاء.

وكما أشرت سابقا فإن من سبقنا في الاهتمام بشؤون سيدات الأعمال بصور شتي قد يكون لا يكون هو المثال الأفضل والنموذج الأمثل لكنه حتما سيعيننا على وضع رؤى وأنشطة رائدة تحقق ما نصبو إليه من تميز للمرأة في مجال الأعمال يتواءم مع مكانة هذا الوطن وطموحه.

سعدنا مؤخرا بإنشاء لجنة خاصة بسيدات الأعمال في الغرفة التجارية الصناعية في القصيم. وقد يقول البعض إننا تأخرنا كثيرا وتجاوزنا الكثيرون بوجود مثل هذه اللجنة، خاصة أنها أصبحت وجودها بل وجود قسم نسائي ملزما لجميع الغرف التجارية في المملكة وفقا لقرار رسمي وجه بإنشاء أقسام نسائية في جميع المرافق ذات العلاقة بشؤون المرأة.

كما أن من سبقنا في ذلك من الغرف التجارية اتسعت دائرة اهتمامها بالقطاع النسائي فلم تقتصر على وجود لجنة بل تعداه ليشمل وحدة إدارية نسائية متكاملة مشمولة في الهيكل التنظيمي يتفرع منها العديد من الوحدات والأقسام للناية بالشؤون الاقتصادية للمرأة. وكان لهذه الوحدات إنجازات كبيرة ساهمت بشكل ملموس في دفع عجلة التنمية في القطاع النسائي في الوطن الغالي.

ولأن لجنة سيدات الأعمال بالغرفة التجارية في القصيم، لجنة وليدة فإنني أتصور أنها تواجه عددا من التحديات التي يجب أن نقف أمامها بكل سعة صدر وبنوايا صادقة وبمشاعر وطنية داعمة لكي تتمكن اللجنة من أداء دورها المأمول بكل نجاح. ولعلي في هذا المقال الموجز أشير إلى بعض التحديات التي قد تواجهها اللجنة.

إن استحداث لجنة للمرأة يعتبر أمرا جديدا على ثقافة سيدة الأعمال في المنطقة. صحيح أن لدينا سيدات أعمال مكافحات وحققن نجاحا كبيرا ولهن شهرة باسمائهن بين الناس لكن لم يعتدن أن يطلق عليهن سيدات أعمال. وبالتالي فإن ذلك يتطلب جهودا كبيرة للتعريف بمن هي سيدة الأعمال؟ وكيف لها أن ترتبط بمسمى هذه اللجنة؟ ويترتب على ذلك تحدي آخر تواجهه اللجنة وهو الوصول لسيدات الأعمال بعد تعريفهن. ولكوننا نفتقد إلى وجود قاعدة بيانات دقيقة تشمل هؤلاء السيدات فإن الأمر تعثره صعوبات وعوائق. فمن المعلوم أن البيانات المرصودة في السجلات الرسمية لا تشير إلى سيدات الأعمال الحقيقيات، وربما عكست غطاءً نظامياً يعمل خلفه الرجل وحده. وبالتالي فليس هناك من بد في توظيف أساليب ووسائل الاتصال الشخصي لكي يتحقق على الأقل بناء قاعدة بيانات واقعية وإن كانت محدودة بالرغم مما يعترى هذه الأساليب من سلبيات كوسيلة غير موضوعية في جمع المعلومة.

■ بقي أمر آخر لا بد من الإشارة إليه وهو بناء الصورة الذهنية الايجابية Positive Image عن اللجنة لدى سيدات الأعمال كميّلات مستهدفات، فإن سيدة الأعمال إما أنها لا تملك أي تصور واضح عن اللجنة أو أن لديها صورة لا تتطابق مع الدور الحقيقي لهذه اللجنة ■