

Women's Entrepreneurship Between Reality and Hope: A Descriptive Analytical Study

Raida Saeed Ali Al Ketbi

Student in PHD program in sociology

Assist. Prof. Dr. Ouassila Yaiche

o.yaiche@sharjah.ac.ae

Sociology Department/ College of Arts, Humanities & Social Sciences
Sharjah University

DOI: <https://doi.org/10.31973/aj.v1i145.3970>

Abstract:

This research paper aims to diagnose the current state of women's entrepreneurship in terms of its size, fields, incentives, levels of investment and innovation on a global and international scale. It presents examples of government efforts that support women's entrepreneurship in various regions of the world, including: policies, programs and supporting institutions. Additionally, it diagnoses the current challenges that women's entrepreneurship is currently facing, offers some recommendations to provide a supportive environment for it, and broadens the perspectives of practitioners and policy makers.

The study used the documentary method in gathering and analyzing data, and it reached important results, most notably: the world today knows a high growth in the number of women founders of entrepreneurial companies, owners of a commercial company, and investors in the informal sector. This increase can be explained by the strong global trend of governments supporting and encouraging women's entrepreneurship as an essential source of economic growth, innovation and job creation.

There are no specific areas where female entrepreneurship is predominating, as female entrepreneurs in all fields contribute to varying proportions. Women entrepreneurship is subject to various push and attract factors, and although these incentives appear in all countries of the world at different levels of development, the push factors are more prevalent in nations with low economic growth, while the attract factors appear in countries with high economic growth.

There is a disparity in government efforts directed at supporting women's entrepreneurship not only at the regional and international levels, but even at the local level, which means that the factors affecting women's entrepreneurship are diverse, combining personal and environmental factors. The most prominent challenges facing women's entrepreneurship are: conservative customs and traditions, legal restrictions and complexity of government procedures, low level of education and training opportunities, limited access to finance, and difficulty in balancing work and family responsibilities.

Possible proposals to overcome these challenges were to establish an integrated system of legislation, initiatives and programs that seek to embrace women's entrepreneurial projects and accelerate their growth, employ the media industry to enlighten society, raise the level of societal awareness of the value of women's economic participation, and promote a culture of self-employment.

Keywords: Entrepreneurship, female entrepreneurship, female entrepreneur, reality, hope

***The authors has signed the consent form and ethical approval**

ريادة الأعمال النسائية بين الواقع والمأمول: دراسة وصفية تحليلية

د. وسيلة يعيش

أستاذ مشارك

قسم علم الاجتماع/كلية الآداب

والعلوم الإنسانية والاجتماعية/

جامعة الشارقة

الباحثة ربيعة سعيد علي الكتبي

طالبة في برنامج دكتوراه الفلسفة في

علم الاجتماع

قسم علم الاجتماع/كلية الآداب والعلوم

الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الشارقة

(مُلخَصُ البَحْث)

هدفت الورقة البحثية إلى تشخيص الواقع الراهن لريادة الأعمال النسائية من حيث: حجمها، ومجالاتها، ومحفزاتها، ومستويات الاستثمار والابتكار فيها، وذلك على الصعيدين العالمي والدولي. مع عرض نماذج من الجهود الحكومية الداعمة لريادة الأعمال النسائية في مناطق مختلفة من العالم، تشمل: السياسات، والبرامج والمؤسسات الداعمة. فضلا عن تشخيص التحديات الراهنة التي تواجه ريادة الأعمال النسائية، وتقديم بعض التوصيات الكفيلة بتوفير البيئة الداعمة لها، وإثراء توجهات الممارسين وصنّاع السياسات.

استعملت الدراسة المنهج الوثائقي في جمع البيانات وتحليلها، وتوصلت إلى نتائج مهمة، منها: إن العالم اليوم، يعرف نموا مرتقعا في عدد النساء المنشآت لشركات ريادية، والمالكات لشركة تجارية، والمستثمرات في القطاع غير الرسمي. ويمكن تفسير هذه الزيادة بتوجه الحكومات القوي على المستوى العالمي، نحو دعم ريادة الأعمال النسائية وتشجيعها بوصفها رافدا أساسيا للنمو الاقتصادي والابتكار وإيجاد فرص العمل. لا توجد مجالات بعينها تهيمن عليها ريادة الأعمال النسائية، إذ تسهم رائدات الأعمال في جميع المجالات بنسب متفاوتة. تخضع ريادة الأعمال النسائية لمحفزات دفع وجذب متنوعة، وعلى الرغم من أن هذه المحفزات تظهر في كل دول العالم على اختلاف مستويات التنمية فيها، إلا أن عوامل الدفع تظهر بشكل أكبر في الدول ذات النمو الاقتصادي المنخفض، في حين تظهر محفزات الجذب في الدول ذات النمو الاقتصادي المرتفع. هناك تفاوت في الجهود الحكومية الموجهة لدعم ريادة الأعمال النسائية ليس على المستويين الإقليمي والدولي فقط، ولكن حتى على المستوى المحلي، مما يعني أن العوامل المؤثرة على ريادة الأعمال النسائية متنوعة، تجمع بين العوامل الشخصية والبيئية. تمثلت أهم التحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية في: العادات والتقاليد المحافظة، والقيود القانونية، وتعقيد الإجراءات الحكومية، وانخفاض مستوى التعليم وفرص التدريب، ومحدودية فرص الحصول على التمويل، وصعوبة تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والأسرة. وتمثلت المقترحات الممكنة لتجاوز هذه التحديات، في إرساء منظومة متكاملة من التشريعات والمبادرات والبرامج الساعية لاحتضان المشاريع الريادية النسائية وتسريع نموها، وتوظيف صناعة الإعلام في تنوير المجتمع، ورفع مستوى الوعي المجتمعي بقيمة المشاركة الاقتصادية للمرأة، وتعزيز ثقافة العمل الحر.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال- ريادة الأعمال النسائية- رائدة الأعمال- الواقع-

المأمول

* وقع المؤلفون على نموذج الموافقة والموافقة الأخلاقية الخاصة بالمساهمة البشرية في

البحث

مقدمة:

يشير تحليل الدراسات السابقة المنجزة حول ريادة الأعمال النسائية حتى عام ٢٠١٦، إلى أن جهود الباحثين الأكاديميين في هذا المجال قد أخذت منحنيين: يركز المنحى الأول على التعرف على رائدة الأعمال من حيث خصائصها السوسيو- ديمغرافية، صفاتها الشخصية، والدوافع الشخصية والبيئية التي تحفزها على الدخول إلى عالم ريادة الأعمال. فيما يركز المنحى الآخر على التعرف على المنظمة الريادية النسائية من حيث مجال نشاطها، ومصادر تمويلها، وحجم أرباحها، والتحديات التي تواجه استمراريتها. وقد تضمن المنحنيان مقارنات واسعة بين المرأة والرجل من حيث دوافعهما الريادية، وخصائصهما الشخصية، ومجالات نشاطهما، ومصادرهما التمويلية، وعوامل نجاحهما أو إخفاقهما (d'Andria et Gabarret, ٢٠١٦).

حتى عام ١٩٨٧، ظلت هذه المقارنات الجندرية تنظر إلى ريادة الأعمال النسائية ككل متجانس، يختلف في جوانب محددة عن ريادة الأعمال الرجالية، في الوقت الذي تكشف فيه الدراسات الأمبريقية عن اختلافات واضحة بين رائدات الأعمال أنفسهن، من حيث خصائصهن السوسيو- ديمغرافية، ومن حيث المحفزات الشخصية والبيئية التي تدفعهن إلى بدء مشاريعهن الريادية، والتي تؤثر أيضا على مدى نجاحهن أو إخفاقهن فيها. بدأ هذا التوجه في البحث مع أعمال نيدر (Neider)، الذي صنّف رائدات الأعمال إلى جيلين: جيل أول يضم رائدات الأعمال اللواتي يتجاوز سنهن الخمسين سنة، وتعرضن لأزمات شخصية (طلاق، ترميل، وغيرها) دفعتهن إلى بدء مشاريع ريادية تكفل لهن المعيشة. وجيل ثاني، يضم رائدات الأعمال اللواتي يقل سنهن عن الخمسين سنة، وهؤلاء نساء دخلن عالم ريادة الأعمال بدافع تحقيق إنجاز يحقق لهن الرضا عن ذواتهن (Neider, ١٩٨٧).

مع ذلك، حافظت الدراسات الجندرية المقارنة على رؤيتها القائمة على مبدأ التجانس حتى عام ٢٠٠٦، عندما أكد أهل (Ahl) على ضرورة الاهتمام أكثر بدراسة اللاتجانس بين رائدات الأعمال، والسياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة التي تنشط ضمنها (Ahl, ٢٠٠٦). في العام نفسه، وبالنظر إلى النمو الواضح الذي عرفته ريادة الأعمال النسائية بكندا، استطاع هيوز (Hughes) بيان الاختلاف بين رائدات الأعمال الكنديات من حيث

الدوافع ومستوى الأداء، مصنفا إياهن ضمن ثلاث فئات وهي: رائدة الأعمال التقليدية التي تستغل الفرص المتاحة أمامها في السوق لتحقيق أكبر قدر من الربحية بما يتيح لها تحقيق الرضا والاستقلالي؛ رائدة الأعمال المجبرة التي تتعرض لظروف ضاغطة تجبرها على دخول سوق قيادة الأعمال لتحسين أوضاعها المالية والاجتماعية، ورائدة الأعمال الأم التي يجذبها عالم قيادة الأعمال؛ لأنه يتيح لها من المرونة في الوقت ومكان العمل ما يسمح لها بتحقيق التوازن المطلوب بين مسؤولياتها الأسرية والمهنية (Hughes، ٢٠٠٦).

ضمن هذا المنظور القائم على واقع عدم التجانس بين رائدات الأعمال، وانطلاقاً من تحليل مجموعة واسعة من الأدبيات المتخصصة، تروم هذه الورقة العلمية التعريف بريادة الأعمال النسائية على صعيدي الواقع والمأمول: تشخيص الواقع سيكون عبر عرض أحدث المؤشرات الجندرية التي تنشرها التقارير الدولية في مجال قيادة الأعمال النسائية، وإظهار التفاوتات النسبية التي تميزها على المستويين العالمي والدولي، مع عرض نماذج من الجهود الحكومية المبذولة لدعم قيادة الأعمال النسائية وتشجيعها عبر مناطق مختلفة من العالم. فيما سيتم تشخيص المأمول عن طريق عرض أهم التحديات التي تواجه قيادة الأعمال النسائية في الحقبة الراهنة، مدعوماً بالتوصيات التي انتهت إليها التقارير الدولية وبعض الدراسات الإمبريقية لتجاوز هذه التحديات.

مشكلة الدراسة:

يكشف استقراء الأدبيات المتخصصة في قيادة الأعمال النسائية، عن الهيمنة الواضحة للمقارنات الجندرية النمطية التي تحاول تقديم قيادة الأعمال النسائية كنمط خاص من قيادة الأعمال، له خصائصه التي تختلف جوهرياً عن خصائص قيادة الأعمال الرجالية. فالمنظمات التي تنشئها وتديرها النساء أضعف من حيث الأداء الاقتصادي مقارنة بالمنظمات التي ينشئها الرجال؛ إنها أصغر حجماً، وأقل ربحية، وأبطأ نمواً، وأكثر عرضة لاحتمالات الإغلاق. أما رائدات الأعمال، فيميزهن الميل إلى عدم المخاطرة مقارنة بنظرائهن الرجال، فهن أقل ثقة في قدراتهن على بدء مشاريع ريادية، وأقل تدريباً وخبرة في إدارة الأعمال، تحفزهن عوامل الدفع الضاغطة (الفقر، والطلاق، والترمل، والبطالة،...) أكثر من عوامل الجذب (تحقيق الذات، النجاح الشخصي، الرضا الوظيفي، الاستقلالية،...)، يفضلن اعتماد التمويل الذاتي، ويعتمدن عدداً محدوداً من الموظفين، يتركزن بشكل خاص في تجارة التجزئة، والخدمات المقدمة للأشخاص كالتجميل والحلاقة، والتعليم، والصحة، وهي في الواقع قطاعات مزدحمة، وتسجل أرباحاً وإمكانات نمو أقل من قطاعات البناء والتصنيع والتكنولوجيا والاتصالات التي يهيمن عليها الرجال. فضلاً عن التمييز الجندري الذي يعيق قدراتهن واستغلال الفرص المتنوعة المتاحة في سوق قيادة الأعمال، ويثقل

كواهلهم بمسؤوليات أسرية تعرقل في غالب الأحيان طموحاتهن المهنية (Filatriau., et Batto, 2013; Hagege., et Masson, 2012; Molina., et Neveu-Chéramy,2017; OCDE, 2004; OCDE, 2007; Ortiz-Diaz,2013).

هذا الخطاب النمطي، نقده القراءة الموضوعية للمؤشرات التي تنشرها أحدث التقارير الدولية ذات العلاقة بزيادة الأعمال النسائية، والتي تشير إلى إغلاق ثغرات جندرية عديدة بين الرجال والنساء على النطاق العالمي، فقطاع التصنيع والبناء مثلا الذي طالما وُصف بالهيمنة الذكورية، أصبحت تهيمن عليه اليوم رائدات الأعمال بمؤشر جندي قيمته ١.١ مقارنة بالرجال (GEM, ٢٠٢٢). كما أن نسبة مشاركة النساء في زيادة الأعمال، ومتوسطات إدارتهن لشركات عالية النمو، ومعدلات توزيعهن على مختلف القطاعات، وطبيعة محفزاتهن الريادية... الخ تختلف إقليميا ودوليا، مما يعني أن هذه الثغرات لا ترتبط بمواصفات شخصية تنفرد بها النساء عن الرجال، تجعلهن أقل كفاءة وأداء، ولكنها تعود الى عوامل بيئية خارجية (سياسية، اقتصادية، ثقافية، تشريعية)، تحتاج إلى مزيد من الجهود الحكومية والمجتمعية لتجاوزها. وهذا يفرض التوجه إلى بحث زيادة الأعمال النسائية كمجال غير متجانس، سواء من حيث المدخلات (الخصائص السوسيو- ديمغرافية، الدوافع السيكولوجية، معطيات البيئة الخارجية)، أو المخرجات (نوع المنظمات، مجالات النشاط الريادي، مستويات النمو، مستويات الابتكار)، مجال تتفاعل فيه العوامل الشخصية والبيئية تفاعلا ديناميكيا قويا، بعيداً عن الأحكام الجاهزة التي تضع زيادة الأعمال النسائية ضمن خانة أدنى من زيادة الأعمال الرجالية. وفي ضوء ما تقدم، توجه الورقة البحثية جملة التساؤلات الآتية:

- ما واقع زيادة الأعمال النسائية من حيث: حجمها، ومجالاتها، ومحفزاتها، ومستويات الاستثمار والابتكار فيها، وذلك على الصعيدين العالمي والدولي؟
- ما طبيعة الجهود الحكومية الموجهة لتشجيع زيادة الأعمال النسائية ودعمها على مستوى: السياسات، والبرامج والمؤسسات الداعمة؟
- ما نوع التحديات الراهنة التي تواجه زيادة الأعمال النسائية؟ وكيف يمكن تجاوزها مستقبلا؟

أهداف الدراسة:

- تروم الورقة العلمية تحقيق الأهداف الآتية :
- تشخيص الواقع الراهن لريادة الأعمال النسائية من حيث: حجمها، ومجالاتها، ومحفزاتها، ومستويات الاستثمار والابتكار فيها، وذلك على الصعيدين العالمي والدولي.
- عرض نماذج من الجهود الحكومية الداعمة لريادة الأعمال النسائية في مناطق مختلفة من العالم، تشمل: السياسات، البرامج والمؤسسات الداعمة.
- تشخيص التحديات الراهنة التي تواجه ريادة الأعمال النسائية، وتقديم بعض التوصيات الكفيلة بتوفير البيئة الداعمة لها، وإثراء توجهات الممارسين وصنّاع السياسات.

أهمية الدراسة:

- تحتل الورقة العلمية أهمية خاصة لجملة من الاعتبارات:
- إنها تقع في نطاق الاعتراف المتزايد بالدور المحوري الذي تؤديه ريادة الأعمال في تحقيق تنمية الاقتصادات العالمية واستدامتها، وتطوير الاستثمار والابتكار، وإيجاد فرص العمل، وتقديم القيمة المضافة للمجتمعات الإنسانية.
- كما أنها تندرج ضمن الاهتمام المتزايد بتقليص الفجوة بين الجنسين، بوصفه أحد أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، التي يتعين تحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠.
- فضلا عن أنها من الدراسات القليلة التي تعنى ببيان الاختلافات بين رائدات الأعمال الشخصية والبيئية، والتي ينبغي اعتمادها في وضع السياسات الموجهة لدعم ريادة الأعمال النسائية.

منهجية الدراسة:

المنهج المستعمل في إعداد هذه الورقة العلمية هو المنهج الوثائقي، الذي يعتمد بشكل أساس جمع المصادر الأولية (أحدث التقارير الدولية) والمصادر الثانوية (الدراسات الإمبريقية) الموثوقة والمتخصصة، وتحليلها، تمهيدا لاستخلاص المؤشرات الدالة على واقع ريادة الأعمال النسائية في العالم، بأبعاده الكمية والنوعية، واستنباط الاستنتاجات المهمة منها، بما يتيح الإجابة عن تساؤلات الدراسة. (El Morhit, 2015)

مفاهيم الدراسة:**١. مفهوم ريادة الأعمال:**

سلك مفهوم ريادة الأعمال عبر التاريخ مسارات مختلفة، إذ يُنظر إلى ظاهرة ريادة الأعمال بوصفها ظاهرة تنظيمية بالأساس. ضمن هذا المسار، تشير ريادة الأعمال إلى ميلاد منظمات جديدة، أو إلى الأنشطة التي تقود إلى نشأة كيانات تنظيمية جديدة (Mundeke, ٢٠١٠). وبذلك تصنف ريادة الأعمال كنشاط لديه القدرة على إيجاد فرص

عمل عدة. ومن منظور دراكر ونايت (Frank Knight Peter Drucker &)، فإن قيادة الأعمال تقوم على تحمل المخاطر، ورائد الأعمال هو شخص على استعداد تام للمخاطرة بمسيرته المهنية وأمنه المالي لتنفيذ فكرة، كما أنه على استعداد لوضع كامل وقته ورأس ماله في مشروع محفوف بالمخاطر (Mundeke, 2010).

ويرى جيفري تيمونز (Jeffrey Timmons) أن قيادة الأعمال هي عملية اكتشاف الفرص وتقييمها واستغلالها. ومن هذا المنظور، يمكن تعريف رائد الأعمال كشخص يسعى بلا كلل للحصول على فرصة، وليس كشخص يتصرف على أساس الموارد المتاحة حالياً (Mundeke, 2010).

من جانبه، قدم جيفورد بينشو (Gifford Pinchot) مصطلح "ريادة الأعمال الداخلية" لوصف أنشطة ريادة الأعمال داخل مؤسسة كبيرة (Mundeke, 2010). فريادة الأعمال لا تعني دائماً إنشاء منظمة جديدة، ولكنها قد تكون تطويراً لإداعيا لمنتجات، خدمات أو إجراءات العمل في منظمة موجودة أصلاً.

وبحسب جاس (Gasse) فإن ريادة الأعمال تشير إلى تخصيص وإدارة الموارد البشرية والمادية، بهدف إيجاد حلول لتلبية احتياجات الأفراد وتطويرها وتنفيذها (Gasse, 1982). فرائد الأعمال هو شخص قادر على أن يبتكر حلولاً لمشكلات قائمة، وأن ينتج سلعا وخدمات تحقق قيمة مضافة لأفراد المجتمع.

أما جاتنر (Gatner) الذي أجرى مقابلات مع خبراء في إدارة الأعمال باستعمال تقنية دلفاي، ساعيا عن طريقها إلى الإجابة على السؤال الآتي: ما الذي نعنيه عندما نتحدث عن ريادة الأعمال؟ فقد حدد ثمانى موضوعات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بريادة الأعمال، وتكرر بشكل واضح في الأدبيات المتخصصة: (Mundeke, 2010).

- تشير ريادة الأعمال إلى رائد الأعمال بوصفه شخصا يملك خصائص معينة.
- تشير ريادة الأعمال إلى الابتكار بشكل عام.
- تشير ريادة الأعمال إلى إنشاء منظمة.
- تشير ريادة الأعمال إلى إيجاد قيمة مضافة.
- تشير ريادة الأعمال إلى الشيء الفريد.
- ترتبط ريادة الأعمال بالمنظمات ذات معدلات النمو المرتفعة.
- ترتبط ريادة الأعمال بالقيادة أصحاب الأملاك.
- يقصر بعض ريادة الأعمال على القطاع الخاص وحده، في حين يرى آخرون أنها يمكن أن تكون مصدر اهتمام القطاع العام أيضا.

استنادا لما تقدم من تعريفات اصطلاحية، يمكن القول بأن ريادة الأعمال من المفاهيم الإشكالية التي يصعب الوصول بصددتها إلى تعريف جامع مانع، بالنظر إلى تعدد الرؤى التي تبناها الباحثون على اختلاف تخصصاتهم العلمية في ضبط المفهوم، ولكن هذا لا يمنع من وجود مجموعة من الخصائص التي تميز ريادة الأعمال، يمكن تحديدها فيما يأتي :

(Mundeke, 2010)

- وجود "قائد" يدعى رائد الأعمال، وهو القوة المحركة للمنظمة.
- في ذهن هذا القائد، توجد رؤية للمستقبل أفضل بالضرورة من الواقع الراهن.
- يطور رائد الأعمال هذه الرؤية المستقبلية باعتماد حدسه وبصيرته وخبراته الماضية، ويضع استراتيجية واضحة لتنفيذها.
- يسهر رائد الأعمال على تنفيذ هذه الرؤية بنشاط وحماس، وتؤدي النتائج الإيجابية المحققة دورا مهما في شعوره بتحقيق ذاته، وفي إحساسه بالرضا عن تقديم قيمة مضافة للمجتمع.
- ما يميز رائد الأعمال أنه يملك رؤية مستقبلية واضحة، مذيبة باستراتيجية تنفيذ مدروسة، لكن تفاصيل نشاطه تبقى مرنة، وغير مكتملة، وتظهر بشكل تدريجي.
- ترتبط إستراتيجيات ريادة الأعمال غالبًا بهياكل تنظيمية بسيطة ومركزية تستجيب بسرعة للتوجهات التي يقدمها رائد الأعمال.
- تميل استراتيجيات ريادة الأعمال إلى أن تتطور في الأسواق الهامشية التي لا تُؤخذ في الحسبان من الفاعلين المهيمنين في السوق.

٢. مفهوم ريادة الأعمال النسائية:

لا تختلف ريادة الأعمال النسائية في مفهومها عن ريادة الأعمال، إلا من حيث الإشارة إلى المرأة بوصفها الفاعل الرئيس في إنشاء المنظمة، وإدارتها، وتقديم القيمة المضافة المرجوة منها. والمتأمل للأدبيات المتخصصة، يجد أن التعدد في الرؤى التي يُنظر عن طريقها إلى ريادة الأعمال بشكل عام حاضر أيضا في الكتابات المتخصصة التي تحاول تقديم تعريف لريادة الأعمال النسائية.

يظهر المفهوم التنظيمي لريادة الأعمال، في تعريف أورتيث دياز (Ortiz-Diaz, 2013, p ١١)، التي ترى بأن ريادة الأعمال النسائية ما هي سوى "عملية إنشاء وإدارة وتنمية المشاريع من طرف النساء، بما في ذلك فئة العاملات في المهن الحرة، والمنشآت لمؤسسات جديدة، والشريكات اللواتي يدرن مؤسسات، ورائدات الأعمال الموظفات في المرحلة الانتقالية أو في مرحلة الخضوع لبرامج حاضنات الأعمال، ورائدات الأعمال اللواتي يعدن تشغيل مؤسسات قائمة". وضمن المنظور نفسه، تعرف ويدريغو وُلنت

(Ouedraogo., et Lent, 1993, p ١٠.) ريادة الأعمال النسائية بأنها " مجموعة الأنشطة التي تنشئها وتديرها النساء أنفسهن، بغض النظر عن حجم المنظمة". والمقصود بالأنشطة الريادية هنا، جميع الأنشطة التي تنفذها المرأة خارج نطاق أسرتها، والتي تتيح لها تحقيق ربح كافٍ يسمح لها على الأقل بالمحافظة على استمرارية نشاطها.

ومن حيث خصائص رائد الأعمال رجلا كان أو امرأة، يمكن أن نستنتج تعريفا لريادة الأعمال النسائية انطلاقا مما كتبه فيليون (Filion, 1997, p ١٥١)، بوصفها المجال الذي تنشط فيه أية امرأة تتصف بالخصائص الآتية: "خيالية؛ تملك القدرة على وضع الأهداف وتحقيقها؛ لديها حساسية عالية اتجاه البيئة المحيطة بها، مما يسمح لها باكتشاف الفرص المتاحة واستغلالها؛ ولديها القدرة أيضا على الاستمرار في اكتشاف الفرص المحتملة واستغلالها، واتخاذ قرارات محفوفة بمستوى معتدل من المخاطر، وتقديم منتجات مبتكرة". في نفس السياق يأتي تعريف المجموعة الكندية للعمل على ريادة الأعمال النسائية، والذي يصف رائدة الأعمال بكونها " امرأة تتحمل المخاطر المالية لإنشاء أو تملك منظمة، تقودها بطريقة مبتكرة وخالقة من خلال تطوير منتجات جديدة، والسيطرة على أسواق جديدة" (Groupe de Travail sur L'entrepreneuriat Féminin, 1997, p.11).

أما من حيث الدوافع الريادية، فقد عرّفت بلكور وزميلاتها (Belcourt., Burke., et Lee-Gosselin, 1991 p. 5) ريادة الأعمال النسائية كونها المجال الذي تنشط فيه " نساء يسعين إلى تحقيق ذواتهن، واستقلالهن المالي، والسيطرة على معيشتهن من خلال إنشاء وإدارة أعمالهن الخاصة".

٣. مفهوم رائدة الأعمال:

تأسيسا على ما تقدم، تستند الورقة البحثية إلى تعريف لافوا لرائدة الأعمال (Lavoie, 1988, p ٣) مُعرزا بالبعد الابتكاري، بالنظر إلى استيعابه لجوهر كلمة ريادي، سواء أطلقت على المرأة أو الرجل، وذلك على النحو الآتي: "رائدة الأعمال هي المرأة التي بمفردها أو مع شريك واحد أو أكثر، أسست أو اشترت أو قبلت كميراث منظمة، وتتحمل المخاطر والمسؤوليات المالية، الإدارية والاجتماعية، وتشارك يوميا في إدارتها الحالية، بحيث تقدم قيمة مضافة للمجتمع".

خطة الدراسة:

جاءت الورقة العلمية مقسمة على أربعة مباحث، مسبوقة بمقدمة تمهيدية ومذيلة بخاتمة استنتاجية. تناول المبحث الأول التعريف بريادة الأعمال النسائية من حيث أنماطها ودوافعها كما تناولها الأدبيات المتخصصة، مع التركيز على إظهار فكرة اللاتجانس في أنماط رائدات الأعمال ودوافعهن الريادية. وتناول المبحث الثاني ريادة الأعمال النسائية من منظور

جندري، مع الحرص على بيان الفجوات الجندرية القائمة ضمن إحدائياتها المكانية والزمانية، من منطلق أن قيادة الأعمال النسائية تعرف تطورات مستمرة بالنظر إلى علاقتها الجدلية بالعوامل البيئية الخارجية. تناول المبحث الثالث التعريف بالجهود الدولية لدعم قيادة الأعمال النسائية، لكونها عاملاً جوهرياً في تحديد مسارها وتوجهاتها، عن طريق عرض نماذج مختارة. فيما تناول المبحث الأخير قيادة الأعمال النسائية بين التحديات والحلول، مع التركيز على أهم التحديات الراهنة، وعلى الحلول التي تؤكد التقارير الدولية أن تطبيقها أظهر نتائج إيجابية في مناطق متفرقة من العالم.

المبحث الأول: قيادة الأعمال النسائية بين الأنماط والدوافع

في ثمانينيات القرن الماضي، وتحديدًا مع أعمال نيدر (Neider)، بدأت الدراسات السابقة في مجال قيادة الأعمال النسائية تتجه أكثر نحو تسليط الضوء على الاختلاف بين رائدات الأعمال من حيث دوافعهن الريادية، وإلى تصنيفهن ضمن فئات متميزة. لقد أدرك الباحثون أنه لا رائدات الأعمال ولا أعمالهن متجانسة؛ لأن خلفياتهن وتطلعاتهن وخبراتهم والسياقات التي ينشطن فيها مختلفة. فضلاً عن ذلك، فإن دوافعهن وأنواع الأعمال الريادية التي يقومون بإنشائها، ليست مستقلة عن أوضاعهن العائلية (d'Andria., et Gabarret, 2016).

ضمن هذا السياق، ظهر المنظور الاقتصادي الذي استقر طويلاً في الأدبيات المتخصصة، والذي يقوم على فكرة أساسية مؤداها أن قرار إنشاء مؤسسة ريادية هو نتيجة عملية مقارنة، يقارن فيها الفرد بين الأرباح المحتملة من الأنشطة المختلفة، ثم يختار الحل الأكثر ربحية (Arenius., & Minniti, 2005). سمح هذا المفهوم بنشر أعمال عدة تصنف ضمن مقاربة (دفع - جذب) (Push-Pull)، ومؤداها أن المرأة لا تتجه إلى قيادة الأعمال إلا إذا كان هذا الخيار يتيح لها عائداً اقتصادياً أفضل (جذب)، أو في حالة قلة فرص العمل (دفع). ميزة هذه المقاربة، أنها سمحت للباحثين بالتمييز بين فئتين من رائدات الأعمال: رائدة الأعمال بحكم الضرورة (البطالة، والهجرة، والطلاق، والترمل...)، ورائدة الأعمال التي تبحث عن فرصة في سوق الأعمال (d'Andria., et Gabarret, 2016). وعلى الرغم من أن الأبحاث اللاحقة أظهرت وجود أسباب أخرى تحفز المرأة على التوجه إلى قيادة الأعمال، مثل: الحاجة إلى الإنجاز، والقدرة على إيجاد وظيفتها الخاصة، والميل إلى الاستقلال الذاتي، والرغبة في إثبات الذات، والحاجة إلى تحقيق التوازن بين المسؤوليات الأسرية والمهنية، والتي تمثل في الغالب طليعة العوامل المحفزة لقيادة الأعمال النسائية، لا تزال مقاربة (الدفع - الجذب) الأكثر استعمالاً في الدراسات المتخصصة، كما أنها المقاربة المعتمدة من المرصد العالمي لقيادة الأعمال (GEM). ضمن هذا المنظور،

وطوال المدة الممتدة من (١٩٩٧-٢٠١١)، اتفقت الدراسات المنجزة في هذا المجال حول عوامل "دفع" بارزة تحفز ريادة الأعمال النسائية، وهي: قلة فرص العمل والحاجة الاقتصادية، والإحباطات المهنية، والعقبات المهنية أو ما يعرف في الأدبيات المتخصصة بالسقف الزجاجي، ونقص مرافق رعاية الأطفال. فيما تمثلت عوامل "الجذب" الرئيسية في: الرغبة في الاستقلال، الحاجة إلى الإنجاز وتأكيد الذات، إغراءات الثروة أو المكانة (d'Andria., et Gabarret, ٢٠١٦). مما يعني أن محفزات ريادة الأعمال النسائية هي مزيج معقد من عوامل شخصية وأخرى بيئية، يختلف حضورها وشدها من حالة لأخرى، وبحسب دورة حياة المرأة الأسرية.

ابتداء من عام ٢٠٠٠، بدأ التوجه نحو وضع رائدات الأعمال في فئات متميزة يظهر في كتابات الباحثين، فقد صنف (بروني، جيراردي وبوجيو) رائدات الأعمال بحسب عوامل "الجذب والدفع" إلى سبع مجموعات: (أ) النساء اللواتي يؤسسن مشروعًا رياديًا كبديل للبطالة؛ (ب) النساء الطامحات إلى تحقيق النجاح، واللواتي لا يجدن التوجه إلى ريادة الأعمال خيارًا عشوائيًا أو جبريًا، وإنما استراتيجية مهنية طويلة الأجل؛ (ج) النساء الطامحات إلى تحقيق النجاح بقوة، واللواتي يجدن ريادة الأعمال فرصة لتحقيق قدر أكبر من الإنجاز المهني أو وسيلة للتغلب على العقبات التي تعترض تقدمهن الوظيفي في المنظمات التي يعملن فيها؛ (د) النساء اللواتي يتمتعن بخبرة عملية كبيرة، ويبحثن عن حل يمنحهن المرونة التي تسمح لهن بالتوفيق بين مسؤوليات العمل والأسرة. (هـ) العاملات العائدات، اللواتي تركن وظائفهن السابقة للاعتناء بأسرهن، ويرغبن في إيجاد مساحة جديدة لتحقيق ذواتهن خارج نطاق الأسرة. (و) التقليديات، أو النساء المنحدرات من خلفيات عائلية، إذ يعد امتلاك الأعمال التجارية وإدارتها تقليدًا قديمًا؛ (ز) النسويات اللواتي يحملن قيم مناهضة للهيمنة الذكورية على ريادة الأعمال، ويسعين إلى إنشاء مبادرات تهدف إلى تعزيز مكانة المرأة ودورها في المجتمع (Bruni., & al, 2004, p).

من جانبهم، لاحظ موريس وزملاؤه، أن نسبة تمثيل المرأة في الشركات عالية النمو لا تزال ضئيلة، على الرغم من التزايد الواضح في عدد الشركات التي تملكها النساء. وبناء على دراسة استطلاعية واسعة، انتهوا إلى أن تحقيق النمو في المشاريع الريادية، مرتفعًا أكان أم متواضعًا، فهو قرار متعمد تتخذه رائدة الأعمال بحسب الدوافع الريادية التي تحفزها. ومن هنا، عمدوا إلى تصنيف رائدات الأعمال بحسب دافعتين لتحقيق النمو في أعمالهن إلى مجموعتين: (أ) رائدات الأعمال الطامحات إلى تحقيق نمو مرتفع، و(ب) رائدات الأعمال الطامحات إلى تحقيق نمو متواضع؛ الأولى تحفزها عوامل الجذب، مثل: الرغبة في الثراء أو تجاوز تحدٍ ما، أما الثانية فتحفزها عوامل الدفع، مثل: السعي لضمان الأمن المالي للأسرة،

إذ يفضلن وضع سقف لتطوير أعمالهن بما يتوافق مع أسلوب حياة أسرهن واحتياجاتهن. وعلى الرغم من أن كلتا المجموعتين تؤكدان أن مطالب الأسرة واحتياجاتها تمثل عاملاً مؤثراً على نمو أعمالهما، إلا أن ترتيب هذا العامل من حيث أولويته يختلف من مجموعة إلى أخرى. بالنسبة للمجموعة الأولى، تأتي "الشركة أولاً" وعلى الأسرة أن تقدم تنازلات من أجل ضمان نجاح الشركة، وهذا هو الذي يفسر النمو المرتفع لأعمالها، في حين تأتي "العائلة أولاً" في أولويات المجموعة الثانية، وهذا الذي يفسر النمو المتواضع لأعمالها (Morris., & al, 2006). وضمن المنظور نفسه القائم على تصنيف رائدات الأعمال بحسب دوافعهن الريادية، صنف هيويز رائدات الأعمال في ثلاث مجموعات: (أ) رائدة الأعمال التقليدية التي تحفزها الفرص المتاحة في سوق ريادة الأعمال؛ (ب) رائدة الأعمال المجبرة، التي لا تملك خياراً سوى إنشاء شركة لتأمين وظيفة؛ (ج) ورائدة الأعمال التي تسعى إلى التوفيق بين مسؤولياتها الأسرية والمهنية (Hughes, 2006).

بالنسبة لقسطنطينية وزميلاتها، رائدات الأعمال لا يمثلن مجموعة متجانسة؛ لأنهن مختلفات من حيث خصائصهن الشخصية، وقدراتهن، ومهاراتهن، وشبكة علاقاتهن الاجتماعية، ونوعية الأعمال التي ينشئها، ومصادر التمويل التي يعتمدنها. مما يعني أن تصنيف رائدات الأعمال لا بد أن يعتمد نصيبهن من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي، وليس بناءً على دوافعهن الريادية. من هنا، اقترحت الباحثات تصنيفاً من ثلاث فئات يجمع بين: (أ) رائدات الأعمال ذوات المستوى المرتفع من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي؛ (ب) رائدات الأعمال ذوات المستوى المنخفض من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي؛ (ج) رائدات الأعمال اللواتي يتولون إدارة شركة عائلية (Constantinidis., & al, 2006).

هذا المنحى الاستقطابي في التصنيف لم يقنع كثيراً الباحثتان دانديا وغاباريت (d'Andria et Gabarret)، اللتان وضعتا نموذجاً مثالياً لريادة الأعمال النسائية على الطريقة الغيبيرية، يضم ثلاث فئات فرعية متميزة، لكل منها دوافعها الريادية جاذبة كانت أو دافعة، خصائصها السوسيو-ديمغرافية، والسياقات المجتمعية والعائلية التي تنشط فيها، فقرارات المرأة الريادية من وجهة نظرهما ليست مرتبطة فقط بالفرص المكتشفة في سوق ريادة الأعمال، ومصادر التمويل المتاحة، والخبرة المتوافرة في إدارة الأعمال، ولكنها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بدورة حياة المرأة الأسرية، والتحويلات التي تمر بها. تتمثل هذه الفئات فيما يأتي: (أ) رائدة الأعمال المجبرة، التي تدفعها الضرورة إلى تأسيس مشروع يستجيب لاحتياجاتها؛ (ب) رائدة الأعمال الباحثة عن الفرص، والتي تتخذ من ريادة الأعمال مساراً

مهنيًا لها؛ (ج) رائدة الأعمال الباحثة عن المرونة التي تتيح لها التوفيق بين مسؤولياتها المهنية والأسرية. (d'Andria et Gabarret, 2016)

تتكون الفئة الأولى من النساء اللواتي يتجهن إلى زيادة الأعمال؛ لأنهن لا يمكن خيارات أخرى، فريادة الأعمال النسائية التي تحكمها الضرورة، تتماشى مع احتياجات البقاء والأمن، وتعتمد عوامل الدفع المحفزة. أغلب هؤلاء النساء شابات، مع أو من دون أطفال، ويجدن صعوبة في العثور على وظيفة أو وظيفة مرضية. والملاحظ أن زيادة الأعمال النسائية القهرية هذه، لا تنتشر بالدول النامية فقط، ولكنها موجودة أيضًا في البلدان الأكثر تقدمًا من الناحية الاقتصادية. على النقيض من ذلك، تبحث نساء الفئة الثانية عن تحقيق الذات والرضا الوظيفي. يمكن وصفهن بأنهن رائدات أعمال المسار المهني؛ لأنهن ينتقلن إلى زيادة الأعمال اختياريًا لا جبرًا، بوصفها المجال المهني الذي يسمح لهن باستعمال قدراتهن ومهاراتهن لتحقيق أكبر قدر من الإنجازات. إنهن نساء لا يواجهن مشكلة في التوفيق بين حياتهن المهنية والأسرية، أو على الأقل ليس أكثر من الرجال، تدفعهن إلى زيادة الأعمال عوامل جذب محفزة، أهمها الرغبة في تحقيق الذات، بالمعنى المتعارف عليه في هرم تسلسل الحاجات عند ماسلو (Maslow). فيما تضم الفئة الثالثة، النساء اللواتي يجدن زيادة الأعمال أفضل مجال يتيح لهن النجاح كمهات ومحترفات في آن واحد، فالإدارة الذاتية للمشاريع الريادية توافر من المرونة في الوقت ومكان العمل ما يسمح لهن بتحقيق التوازن المرغوب بين المسؤوليات المهنية والأسرية. القاسم المشترك بينهن أنهن أمهات، لديهن أطفال صغار، ويخضعن لعوامل دفع وجذب تجمع بين التحديات الأسرية والرغبة في تحقيق الذات (d'Andria et Gabarret, 2016).

في ضوء ما تقدم، يمكن القول إن رائدات الأعمال لا يمثلن مجتمع بحث متجانس، وإن الباحث في هذا المجال لابد أن يأخذ هذا التنوع في الخصائص السوسيو-ديمغرافية، وفي المحفزات الشخصية والبيئية في الحسبان عند تعميم النتائج، وعند إجراء المقارنات الجندرية. بالمثل، ينبغي التأكيد على الصلة الوثيقة بين زيادة الأعمال النسائية ودورة حياة المرأة الأسرية، فالقرارات الريادية الأنثوية تتأثر بشكل كبير بالمسؤوليات الأسرية، وبطبيعة العلاقة مع الشريك، فضلًا عن المعايير الثقافية الناظمة للأدوار الجندرية في المجتمع.

المبحث الثاني: ريادة الأعمال النسائية من منظور جندي:

ما يميز تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام ٢٠٢٠-٢٠٢١، أنه يسلط الضوء على الاتجاهات العالمية والإقليمية والدولية لريادة الأعمال النسائية، ويقدم مقارنة جندرية واسعة على مستوى الدوافع الريادية، ومجالات النشاط الريادي، ومعدلات الاستثمار، وحجم الابتكار، ومستويات التوظيف، مشخصًا الثغرات الجندرية القائمة وسبل تجاوزها. ولكنه يقدم

أيضا هذا العام، تشخيصا لتأثير جائحة كوفيد-١٩ على ريادة الأعمال النسائية في مختلف دول العالم باختلاف مستويات النمو الاقتصادي فيها (GEM, 2020-2021).

١. التوجهات العالمية الراهنة لريادة الأعمال النسائية:

يشير تقرير ريادة الأعمال العالمي (GEM) لعام ٢٠٢٠-٢٠٢١، إلى النمو المرتفع في عدد النساء المنشئات لشركات ريادية، بحجم إجمالي يقدر بنحو ٢٧٤ مليون امرأة على المستوى العالمي، فضلاً عن ١٣٩ مليون امرأة مالكة لشركة تجارية، و ١٤٤ مليون امرأة مستثمرة في القطاع غير الرسمي (GEM, 2020-2021, p. ١٤). ويمكن تفسير هذه الزيادة بتوجه الحكومات القوي على المستوى العالمي، نحو دعم ريادة الأعمال النسائية وتشجيعها بوصفها رافداً أساسياً للنمو الاقتصادي والابتكار وإيجاد فرص العمل، مع ارتفاع مستوى التعليم لدى النساء، وانتشار ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب وفي المؤسسات الجامعية، فضلاً عن الدعم الذي تقدمه المصارف المالية وحاضنات الأعمال للشركات الناشئة. مثل هذا المناخ العام الداعم لريادة الأعمال، لا بد أن يكون له أثره الإيجابي على النساء من حيث قدرتهن على استغلال الفرص الاستثمارية المتوافرة، والاستفادة من مصادر التمويل المتاحة، واكتساب المهارات الضرورية لإدارة أعمالهن.

بلغ متوسط النساء المالكات لشركات ناشئة (TEA) نسبة ١١٪؛ يرتفع هذا المتوسط في الدول منخفضة الدخل بتأثير من عوامل الدفع المحفزة إلى نسبة ١٧.١٪، في حين ينخفض في الدول ذات الدخل المرتفع إلى نسبة ٨.٩٪. من جانب آخر، تعمل رائدات الأعمال في المرحلة المبكرة من تأسيس مشاريعهن بشكل منفرد ومن دون الاستعانة بشركاء أو موظفين بنسبة ٣٦.٦٪ مقابل ٢٤.٦٪ من الرجال (GEM, 2020-2021, p. ١٦). ويمكن تفسير هذا الميل إلى اعتماد الجهود الذاتية، بالرجوع إلى نتائج دراسات عدة منجزة حول ريادة الأعمال النسائية (Commission économique pour l'Afrique, 2019; Molina et Neveu-Chéramy, 2017; Ministère de l'Industrie et du Commerce, 2000)، والتي أكدت تفضيل رائدات الأعمال للتمويل الذاتي كبديل عن القروض التي تتيجها المؤسسات المصرفية، مما يفرض عليهن تقليل النفقات ما أمكن في المراحل الأولى من تأسيس مشاريعهن.

من جانب آخر، تمتلك النساء وتدير حوالي ثلث الشركات الريادية القائمة في جميع مناطق العالم؛ سجل أعلى معدلات الملكية ٦.٩٪ لدى النساء مقارنة بـ ١١.٩٪ لدى الرجال في دول وسط آسيا وشرقها. معظم مشاريع ريادة الأعمال النسائية تتركز في قطاع تجارة الجملة والتجزئة بنسبة ٥١.٣٪ لدى النساء مقابل ٤٣.٤٪ لدى الرجال، فضلاً عن قطاعات الحكومة، والصحة، والتعليم، والخدمات الاجتماعية بمؤشر جندي يقدر بـ ١.٧ مقارنة

بالذكور، كما يكشف التقرير عن تواجدهن بشكل بارز في قطاعي التصنيع والنقل مقارنة بالسنوات الماضية، وذلك بمؤشر جندي يقدر بـ ١.١ مقارنة بالذكور (GEM, 2020-2021, pp ١٥-١٦). مما يعني أن الهيمنة الذكورية على قطاعي النقل والتصنيع بدأت تتراجع لصالح النساء، وإن زيادة الأعمال النسائية قد قطعت شوطاً مهماً نحو التحرر من التصنيف الجندي التقليدي للأعمال.

مثّلت ندرة الوظائف محفز الدفع الرئيس لزيادة الأعمال في الدول ذات الدخل المنخفض لدى كل من الرجال والنساء (٧٥٪ نساء مقابل ٧٠٪ رجال)، على عكس الدول ذات الدخل المتوسط والمرتفع، إذ كانت هناك عشر نقاط فجوة بين الجنسين، كما ظهرت محفزات الجذب بوضوح، متمثلة بالرغبة في تغيير العالم (٤٧٪ نساء مقابل ٤٨٪ رجال)، ومواصلة تقليد عائلي (٣٢٪ نساء مقابل ٣٣٪ رجال). (GEM, 2020-2021, p. 15).

من حيث حجم الاستثمار، تستثمر النساء في المتوسط نصف ما يستثمره الرجال تقريباً (١٤٧٤ دولارًا أمريكيًا للنساء مقابل ٢٧٨٥ دولارًا أمريكيًا للرجال). مقارنة بالسنوات السابقة، أظهرت النساء متوسط حجم استثمار أعلى في البلدان ذات الدخل المرتفع (٠.٦٨ أنثى إلى ذكر)، فيما تكون الفجوة الأوسع بين الجنسين في الدول ذات الدخل المنخفض (١٠٤ دولارات أمريكية للنساء مقابل ٢٦٠ دولارًا أمريكيًا للرجال) (GEM, 2020-2021, p. 16). أما من حيث التأثير الاقتصادي وإيجاد فرص العمل على المستوى العالمي، فيشير التقرير إلى أن ٣٠.٢٪ من رائدات الأعمال يتوقعن تعيين ستة موظفين أو أكثر في الخمس سنوات المقبلة مقارنة بـ ٤٨٪ من رواد الأعمال (GEM, 2020-2021, p. 14)؛ مما يعني أن النساء المتجهات نحو تحقيق النمو المرتفع في الأعمال يمثلن ثلث رائدات الأعمال النشطات في العالم اليوم.

على صعيد الابتكار، يشير التقرير إلى أن معدلات الابتكار تميل إلى الزيادة مع التنمية الاقتصادية لرواد الأعمال من الرجال والنساء على حد سواء، إذ بلغت نسبة النساء اللواتي يقدمن منتجات أو خدمات مبتكرة للعملاء ٢٧.٢٪ مقابل ٢٩.٥٪ من الرجال، بمتوسط بلغ امرأة من كل خمس نساء في البلدان منخفضة الدخل، وواحدة من كل أربع في البلدان ذات الدخل المتوسط، وتقريباً واحدة من كل ثلاث في البلدان مرتفعة الدخل. أما على مستوى تدويل المشاريع الريادية، فقد زادت الفجوة بين الجنسين بنسبة ٣٠٪ مقارنة بإحصائيات عام ٢٠١٩. ومثل هذه الزيادة لا تعد مفاجئة إذا أخذنا في الحسبان تداعيات جائحة كوفيد-١٩ على نشاط الشركات الصغيرة في السوق العالمية. عموماً، فإن مبيعات الشركات التي تملكها وتديرها النساء تستهدف الأسواق المحلية أكثر من نظرائهن الرجال (٤٧.٧٪ مقابل ٣٥.٧٪)، فيما تستهدف عروض أعمالهن الأسواق الوطنية بحجم أقل من

الرجال (٣٦٪ مقابل ٤٣٪)، وكذلك الأسواق الدولية (١٣.٨٪ مقابل ١٨.٩٪) (GEM, 2020-2021, p. ١٦). ويمكن تفسير فجوة التدويل هذه، باعتماد النساء في الغالب التمويل الذاتي، وضعف خبراتهن في إدارة الأعمال، وهي معوقات مهمة من شأنها تثبيط أية جهود توسعية.

من حيث الخصائص السوسيو-ديمغرافية لرائدات الأعمال، يشير التقرير إلى أن غالبية رواد الأعمال في العالم ينتمون إلى الفئة العمرية (١٨ - ٣٤ سنة)، إذ يتضح التكافؤ بين الجنسين في جميع المناطق باستثناء وسط آسيا وشرقها (GEM, 2020-2021, p. ١٦). إذ إن إقبال الشباب على قيادة الأعمال مرتبط إلى حد كبير بتحدي البطالة، الذي يتصدر عوامل الدفع المحفزة على التوجه إلى عالم ريادة الأعمال، وبحسب منظمة العمل الدولية فقد تسببت جائحة كوفيد-١٩ في فقدان العالم ٢٥٥ مليون وظيفة عام ٢٠٢٠ (منظمة العمل الدولية، ٢٠٢١، ص ١)؛ ولذلك فإن أصغر رواد الأعمال سنًا نساءً ورجالاً، موجودون في الدول ذات الدخل المنخفض بنسبة ٦٠٪. من حيث التعليم، تميل معدلات تأسيس الشركات الناشئة TEA إلى الزيادة مع ارتفاع مستوى التعليم؛ أكثر من خمسي رواد الأعمال في العالم يحملون الشهادة الثانوية، فيما يقل عدد رائدات الأعمال الحاملات لشهادات جامعية عن نظرائهن الرجال (٧٪ مقابل ٨.٢٪). على صعيد المهارات والصفات الشخصية، يشير التقرير إلى أن القدرة على اكتشاف الفرص الجديدة في سوق الأعمال لدى النساء أقل من نظرائهن الرجال (٤٢.٥٪ مقابل ٤٧.٥٪)، كما أن متوسط الثقة لديهن في قدرتهن على بدء مشروع ريادي أقل من الرجال (٥٤.٧٪ مقابل ٦٦.٢٪) (GEM, 2020-2021, p. 16).

فيما يتعلق بالآثار الوبائية لجائحة كوفيد-١٩ على ريادة الأعمال النسائية؛ تشير البيانات إلى أن النساء تأثرن بشكل أعمق بالوباء من نظرائهن الذكور، بالنظر إلى التحديات المضاعفة التي تعرضن لها على صعيدي الأعمال ورعاية الأسرة. فعلى الرغم من المساعدات التي منحتها الحكومات للشركات الصغيرة، ولدعم رعاية الأسرة والتعليم، إلا أنها في الغالب كانت غير كافية (GEM, 2020-2021, p. ١٥). هذا ما أكدته منظمة العمل الدولية في دراسة استقصائية لها، أوضحت أن قطاعات السكن، والإطعام، وتجارة الجملة والتجزئة، والبناء، والتصنيع، وهي القطاعات التي تمارس فيها المنشآت الصغيرة أعمالها بأعداد كبيرة، كانت الأكثر تضرراً من الجائحة، وإن ٤٥٢٠ منشأة في ٤٥ بلداً في جميع أنحاء العالم واجهت صعوبات مالية كبيرة (منظمة العمل الدولية، ٢٠٢١، ص ٤). لقد تجاوز عدد رائدات الأعمال اللواتي اضطررن إلى إغلاق شركاتهن بسبب الجائحة نظرائهن الرجال بنسبة ٢٠٪. في حين بلغت نسبة النساء اللواتي بدأن مشروعاً ريادياً في أثناء

الجائحة ٤٠.٦٪ مقابل ٤٢.٢٪ لدى الرجال. ظهر هذا التكافؤ بشكل خاص في الدول ذات الدخل المتوسط والمرتفع، وفي دول أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي. أما في البلدان منخفضة الدخل، فقد جاءت نسبة النساء في استغلال فرص العمل الجديدة التي أتاحتها الجائحة أقل من نظرائهن الرجال بنحو ٢٠٪، لأنهن يعتمد بشكل أساسي مصادر تمويل ذاتية. (GEM, 2020-2021, p. 15)

٢. التوجهات الدولية الراهنة لريادة الأعمال النسائية: عرض نماذج

يؤكد تقرير ريادة الأعمال العالمي لعام ٢٠٢٠-٢٠٢١، ما خلصت إليه دراسات سابقة عدة حول التنوع الواضح في ريادة الأعمال النسائية من حيث: معدلاتها، وأنماطها، ومحفزاتها الشخصية والبيئية، والسياقات المجتمعية والثقافية التي تنشأ فيها، والتحديات التي تواجهها. مما يدعو إلى استعراض بعض النماذج، للنظر في هذه الاختلافات، ومحاولة تسليط الضوء عليها في ظل البيانات الراهنة المتاحة.

- ريادة الأعمال النسائية بفرنسا:

في عام ١٩٩٤، استحدثت فرنسا نظام المعلومات عن المنظمات الجديدة (Sine)، بهدف تحليل ظروف إنشاء مشاريع ريادة الأعمال الجديدة وتطويرها، وطبيعة المشاكل التي تواجهها المنظمات في أثناء الخمس سنوات الأولى من إنشائها. ضمن هذا الإطار، تكشف نتائج الدراسة التي أجريت على مقاطعة بريتاني (Bretagne) الفرنسية، أن ٢٩٪ من المنظمات التي تم إنشاؤها عام ٢٠١٤ تديرها رائدات أعمال، وأنهن أقل سناً من الرجال، إذ إن ٥٨٪ منهن يقل سنهن عن ٤٠ سنة مقابل ٤٧٪ من الرجال، ٥٦٪ منهن حاصلات على شهادات جامعية مقابل ٤٢٪ عند الرجال، ينشطن بشكل خاص في القطاعات التجارية، فضلاً عن قطاعات الإدارة العامة، والتعليم، والصحة، والعمل الاجتماعي والخدمات المنزلية. وتؤكد ذات النتائج أن النساء غالباً ما ينشئن منظماتهن الخاصة بدافع الحصول على عمل، فضلاً عن الاستقلالية. وأن ما يميزهن مقارنة بالرجال، قلة اعتمادهن على القروض، وضعف ميلهن إلى المخاطرة في إدارة مشاريعهن. أما من حيث استدامة المشاريع، فلا تزال ٧٣٪ من الأعمال الريادية التي أنشأتها النساء على مدى السنوات الثلاث الماضية موجودة، مما يعني أن استدامة ريادة الأعمال النسائية بمنطقة بريتاني لا تختلف عن استدامة ريادة الأعمال الرجالية (Molina et Neveu-Chéramy, 2017, pp: 1-4).

في عام ٢٠١٥، كشفت إحصائيات نظام (Sine) عن ٦٩٠٠ رائدة أعمال بجزيرة كورسيكا، يمثلون نسبة (٣٦.٦٪) من الفاعلين في سوق ريادة الأعمال بالمنطقة. هذه النسبة على قلتها تضع المنطقة ضمن أكثر خمس مناطق بفرنسا تظهر فيها ريادة الأعمال

النسائية بوضوح. تنتشط هؤلاء النسوة بشكل خاص في قطاع الخدمات بنسبة (٥٧٪)، ولا سيما في التعليم والصحة والعمل الاجتماعي، إذ يقدر نشاطهن في قطاع التمريض والتوليد بنسبة (٣٣٪)، وهي قطاعات لا تزال تصنف تقليدياً كقطاعات أنثوية بامتياز. أما البقية فينشطن غالباً في مجالات الخدمة الشخصية، ولاسيماً تصفيف الشعر والعناية بالجمال. في المقابل، فإن رائدات الأعمال أقل حضوراً في قطاعي النقل والتخزين، كما يندر تواجدهن بقطاع البناء. بكورسيكا، رائدات الأعمال أصغر سناً وأفضل تعليماً من نظرائهن الذكور، لكنهن أقل خبرة في قيادة الأعمال؛ ثماني من كل عشر رائدات أعمال لم ينشئن من قبل مؤسسة جديدة. الدافع الرئيس لدخولهن عالم قيادة الأعمال هو الحصول على فرصة عمل، وتحقيق الاستقلالية. أما من حيث استدامة مشاريعهن، فإن ثلثي المؤسسات التي أنشأتها النساء عام ٢٠١٠ لا تزال مستمرة بعد خمس سنوات، بمعدل مماثل للرجال (Torre, 2019, pp ١-٢).

وفي عام ٢٠١٨، كشفت إحصائيات نظام (Sine) وقاعدتا بيانات العاملين بالمهن الحرة (Accoss et CCMSA)، عن إنشاء ٨٢٠٠٠ شركة في قطاع السوق غير الزراعي بمقاطعة أوفرني رون ألب (Auvergne-Rhône-Alpes) الفرنسية. هذا العدد يتوافق مع الوزن الاقتصادي للمنطقة، غير أن حجم قيادة الأعمال النسائية يتطور ببطء، ولا يزال بعيداً عن مؤشر التكافؤ بين الجنسين، إذ بلغت نسبة رائدات الأعمال في السداسي الأول من العام نفسه ٣٥٪، مقارنة بـ ٣٢٪ في السداسي الأول من عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٠. هذا التطور البطيء مشابه لما لوحظ على المستوى الوطني. تتمثل القطاعات الاقتصادية الأكثر جذباً للرجال في: قطاع البناء بنسبة (١٩٪)، يليه قطاع الأعمال المتخصصة العلمية والتقنية بنسبة (١٦٪). ومع ذلك، فهم لا يؤدون الأنشطة نفسها داخل هذا القطاع، إذ يتركزون في الاستشارات الإدارية، تليها الدراسات الفنية والهندسة. في المقابل، تتمثل القطاعات الأكثر جذباً لرائدات الأعمال في: قطاع الأعمال المتخصصة العلمية والتقنية بنسبة (١٩٪)، يليه قطاع الصحة والعمل الاجتماعي بنسبة (١٦٪)، إذ يتركز في هذين القطاعين ثلث المنظمات الجديدة التي تقودها النساء. وضمن القطاع الأول، تمثل "الاستشارات الإدارية" و"استشارات العلاقات العامة والاتصالات" ما يقرب من نصف أعمال النساء (Danis et Leurs, 2021, pp ١-٢).

عموماً، هناك فجوات واضحة بين الجنسين في عدد من الأنشطة ذات الأهمية في سوق قيادة الأعمال بالمقاطعة؛ ففي أعمال البناء (الجبس، والدهن، والنجارة، والبناء) التي تمثل ٨٪ من الشركات الناشئة بمقاطعة أوفرني رون ألب، وفي أعمال التوصيل التي تمثل ٥٪ من الشركات الناشئة، لا تمثل النساء سوى ٢٪، وبين مبرمجي الكمبيوتر الذين

يسيطرون على ٢٪ من الشركات الناشئة لا تمثل النساء سوى ١٤٪. هذا التباين يبدو أقل وضوحاً بين الأنشطة النسائية، إذ يتواجد الرجال بنسبة ١٦٪ على الأقل، ففي قطاعي التمريض والولادة، كما في القطاعات الصحية الأخرى التي ينشط فيها علماء النفس والمعالجون النفسيون وأخصائيو التغذية وعلماء الحركة، يمثل الرجال ١٨٪ من رواد الأعمال، باستثناء مجال العناية بالجمال، إذ يمثلون ١٪ فقط. الملاحظ أيضاً، أن رائدات الأعمال أكثر تأهيلاً من الناحية العلمية من رواد الأعمال، ويمكن تفسير ذلك بالاختلاف في طبيعة المهن الرئيسية التي يمارسها كل نوع؛ فأعمال البناء التي يفضلها الرجال لا تتطلب مؤهلاً علمياً عالياً، على عكس النشاطات الصحية التي تقبل عليها النساء (Danis et Leurs, 2021, pp ١-٢).

- ريادة الأعمال النسائية بكندا:

في عام ١٩٩٧، أصدرت مجموعة العمل حول ريادة الأعمال النسائية في كندا، التي أنشئت بقرار من السيدة ريتا ديون مارسولي ((Rita Dionne-Marsolais الوزيرة المنتدبة للصناعة والتجارة والعلوم والتكنولوجيا، تقريراً يشخص خصائص ريادة الأعمال النسائية في كندا، اعتمدت فيه المجموعة نتائج الدراسات والمسوح العلمية المنجزة ابتداءً من عقد السبعينيات، وذلك لكون معظم البيانات المتاحة على قواعد البيانات الكندية الرسمية غير مصنفة بحسب الجنس. يقدم التقرير صورة موجزة عن ريادة الأعمال النسائية في كندا على النحو الآتي : (Ministère de l'Industrie et du Commerce, 2000, p ١١)

- ثلث رواد الأعمال نساء.
- معدل نمو عدد رائدات الأعمال أعلى من رواد الأعمال.
- رائدات الأعمال أصغر سناً من رواد الأعمال.
- متوسط الدخل السنوي لرائدة الأعمال أقل من رائد الأعمال.
- بدأ عدد كبير من النساء أعمالهن في قطاع لا يملكون حوله خبرة سابقة خلافاً للرجال.
- متوسط عدد ساعات العمل لدى رائدات الأعمال أقل من الرجال، ويعد العمل بنظام الدوام الجزئي أكثر شيوعاً بينهن.
- عمر المشاريع الريادية التي تديرها النساء أقل من الرجال.
- على الرغم من أن رائدة الأعمال موجودة في جميع القطاعات، إلا أن نسبة كبيرة من المنظمات التي تقودها نساء تتركز في قطاع البيع بالتجزئة، وقطاع الخدمات.
- المصدر الرئيسي لتمويل الأعمال التي تنشئها النساء هي مدخراتهن الشخصية.

- من أهم العوائق التي تواجه رائدات الأعمال: تركهن في قطاعات اقتصادية تعد أنثوية بالمعيار التقليدي، قلة الخبرة ذات الصلة، ونقص شبكات الدعم، والمسؤوليات المنزلية والعائلية، وصعوبة الحصول على التمويل.

- زيادة الأعمال النسائية بدول إفريقيا:

أظهرت الدراسات التي أجرتها اللجنة الاقتصادية لأفريقيا (CEA) من خلال دائرة المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة، والتي تم الاعتماد فيها تحليل بيانات أكثر من ٥٠٠٠ رائدة أعمال من ثمانية بلدان أفريقية لتقييم العلاقة بين التعليم ونوعية المشاريع الريادية التي أنشأتها النساء؛ وتحليل بيانات أكثر من ٤٤ ٠٠٠ بالغاً من ٤٠ بلداً أفريقياً لقياس أثر التعليم على حصول المرأة على التمويل؛ فضلاً عن تحليل بيانات أكثر من ١٨٠٠٠ منظمة في ٣٥ دولة أفريقية لفحص الروابط بين الوصول إلى التمويل والاستفادة من الفرص المتاحة، ومستوى إنتاجية المنظمة من منظور جندي؛ إن أغلب النساء في إفريقيا ينخرطن في ريادة الأعمال بدافع الضرورة أو لعدم وجود فرص عمل أفضل، لا بدافع استغلال الفرص المتاحة في السوق، ويتركز نشاطهن في الاقتصاد غير الرسمي وفي القطاعات منخفضة النمو والأرباح، وهو ما لا يفضي إلى تطوير أنشطة إنتاجية وابتكارية يمكنها أن تغير سبل عيشهن. هذا الوضع له عواقب بعيدة المدى من وجهة نظر اللجنة، بالنظر إلى أن ريادة الأعمال النسائية تعد محركاً قوياً للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، فهي قادرة على تعزيز مرونة الاقتصادات، وإيجاد فرص عمل جديدة، والتأثير على مستقبل الأجيال القادمة. (Commission économique pour l'Afrique, 2019, p IV).

كما أكدت هذه الدراسات أن رفع مستوى التعليم يعد عاملاً أساسياً لدعم ريادة الأعمال النسائية المنتجة، فأغلب رائدات الأعمال اللواتي اتجهن إلى هذا المجال بدافع الضرورة لديهن مستوى تعليمي منخفض؛ خلافاً لرائدات الأعمال الحاصلات على مستوى تعليمي ثانوي أو جامعي، فهؤلاء تحركهن الرغبة في استغلال الفرص المتاحة في قطاعات تتميز بالإنتاجية، والنمو، والابتكار، والربحية. ويتضح ذلك من خلال حقيقة أن الفجوات بين الجنسين في المواقف الريادية تتناقص مع ارتفاع مستوى التعليم، فرائدات الأعمال المتعلقات يمتلكن شبكات دعم أكبر، ويؤمن بقدرتهن على تأسيس مشاريع ريادية ناجحة، يحددن الأسواق المتخصصة، ينشطن في قطاعات أكثر ربحية، ويوجدن مزيداً من فرص العمل. (Commission économique pour l'Afrique, 2019, p IV).

من جانب آخر، فإن تحسين مستوى التعليم ضروري لمكافحة الإقصاء المالي؛ لأن الأشخاص الحاصلين على تعليم ثانوي وعالي هم الأكثر قدرة على امتلاك حساب مصرفي في مؤسسة مالية بنسبة ٥١٪ و ١١٣٪ على التوالي، مقارنة بالأشخاص الذين لم يتجاوزوا

تعليمهم الابتدائي. وفي أكثر من نصف البلدان الأفريقية الأربعين التي خضعت للدراسة، يعد عدم المساواة في مستوى التعليم العامل الرئيس لعدم المساواة في امتلاك حساب مصرفي؛ ولذلك فإن تشجيع الفتيات على استكمال تعليمهن يسهم في تضيق الفجوة بين الجنسين في ملكية الحسابات المصرفية واستعمالها. التعليم مهم بالقدر نفسه لعادات الادخار؛ لأن الأشخاص الحاصلين على تعليم ثانوي وعالي هم الأكثر ميلاً للادخار بنسبة ٢٢٪ و ٤٩٪ على التوالي مقارنة بالأشخاص الذين لم يتجاوزوا تعليمهم الابتدائي. هناك أيضاً فجوات كبيرة بين الجنسين فيما إذا كانت هذه المدخرات ستودع في مؤسسات رسمية أو غير رسمية؛ إلا أن احتمالية ادخار النساء في المؤسسات غير الرسمية تتناقص مع ارتفاع مستوى تعليمهن. وأخيراً، فإن المتعلمين البالغين أكثر ميلاً للاقتراض من المؤسسات المالية الرسمية؛ ولذلك فإن تحسين التحصيل العلمي للمرأة يمكن أن يعزز تعاملها مع المؤسسات المالية الرسمية، والتي تعد الأقدر على تقديم الدعم المالي الضروري لتطوير المنظمة وتوسيع نشاطها (Commission économique pour l'Afrique, 2019, p V).

فضلاً عن أهمية التعليم في استغلال الفرص والوصول إلى التمويل بين رائدات الأعمال، أظهرت نتائج الدراسات علاقة إيجابية بين الوصول إلى التمويل من ناحية، والممارسات المبتكرة لرائدة الأعمال في المنتجات والاجراءات، وجودة أداء المنظمة من ناحية أخرى. إذ يؤدي الوصول إلى التمويل دوراً غير مباشر عبر تأثيره على نوعية القطاع الاقتصادي المختار، وحجم نشاط المنظمة، وهو العامل الأكثر أهمية في تفسير عدم المساواة بين الجنسين في الهيمنة على الأسواق. كما أظهرت النتائج بوضوح شديد مدى أهمية الخبرة الإدارية بالنسبة للنساء، إذ تختفي الفجوة بين الجنسين في الهيمنة على الأسواق بعد ١٨ عاماً من الخبرة في عالم ريادة الأعمال (Commission économique pour l'Afrique, 2019, p V).

- ريادة الأعمال النسائية بقطر:

وفقاً لتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام ٢٠١٨، احتلت قطر المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر بيئة ريادة الأعمال المحلية، مما يعكس الجهود والمبادرات التي نفذتها حكومة قطر في توفير البيئة المواتية لازدهار نشاط ريادة الأعمال واستدامته (نقلاً عن بنك قطر للتنمية، ٢٠١٨، ص ٣٦). وكشفت نتائج التقرير أن نسبة النساء من النشاط الريادي أقل من الرجال، باستثناء نسبة ملكية الشركات الجديدة، إذ بلغت ٤.٣٪ لدى النساء في حين حقق الرجال نسبة (٣.٤٪). من ناحية أخرى، يتفوق الرجال على نظرائهم من النساء من حيث تقدير الفرص المتوقعة بنسبة ٥٥.٩٪، والقدرة على بدء المشاريع بنسبة ٥٥.٦٪. من حيث مجالات ريادة الأعمال النسائية، أظهر التقرير أن أنشطة ريادة الأعمال النسائية

والرجالية في قطر متشابهة للغاية، ومن حيث المحفزات، فإن رائدات الأعمال في قطر يخضعن بشكل أكبر لعوامل الجذب، مع تنامي ملحوظ لعوامل الدفع أيضا من ٥.٦٪ إلى ١٦.٣٪. أما من حيث السمات الشخصية، فإن لدى رائدات الأعمال نسبة أعلى من الخوف من الفشل ٣٤.٠٪ مقابل ٣٠.٤٪ لدى الرجال، لكن أهدافهن في مجال تنظيم المشاريع أعلى بنسبة ٣٧.١٪ من الذكور ٢٩.٦٪. تفوقت رائدات الأعمال على نظرائهن الرجال في اعتبارهن قيادة الأعمال خيارا مهنيا ممتازا بنسبة ٧٢.٧٪ مقابل ٦٧.٠٪ للرجال، ومصدرا للمكانة الاجتماعية العالية بنسبة ٧٦.٨٪ مقابل ٧٦.٧٪ للرجال، ومصدرا للتعرض الإعلامي (٦٧٪). (GEM، ٢٠١٨).

ووفقا لنتائج التقرير، تتفوق دولة قطر على نظيراتها العالمية في جميع المحاور الإطارية التي تم تقييمها وفقا للمحاور الإطارية الاثني عشر التي تشكل أساس مؤشر بيئة ريادة الأعمال المحلية. وكان أداء دولة قطر متميزا في: دعم السياسات الحكومية وملاءمتها، والضرائب، والبيروقراطية، وبرامج ريادة الأعمال الحكومية، وتعليم ريادة الأعمال بعد المدرسة، مقارنة بالدول المشاركة الأخرى، مما يدل على التأثير الإيجابي للسياسات والتشريعات الحكومية، وكذلك البنية التحتية المنشأة بعناية لنقل المعرفة والتعليم في مجال ريادة الأعمال. (بنك قطر للتنمية، ٢٠١٨، ص ٣٧).

المبحث الثالث: الجهود الحكومية لدعم ريادة الأعمال النسائية

تقودنا المؤشرات الكمية والكيفية الواردة في أعلاه إلى تأكيد حقيقة التفاوت في واقع ريادة الأعمال النسائية ليس على المستويين الإقليمي والدولي فقط، ولكن حتى على المستوى المحلي، مما يعني أن العوامل المؤثرة على ريادة الأعمال النسائية متنوعة، منها ما يتعلق بالخصائص السوسيو-ديمغرافية والشخصية، ومنها ما يتعلق بالعوامل البيئية الخارجية التي تظهر جليا عند عقد المقارنات بين الدول أو المقاطعات بحسب معدلات النمو الاقتصادي فيها، سياساتها التشريعية، وخططها وبرامجها الموجهة لدعم ريادة الأعمال النسائية، فضلا عن المعايير الثقافية السائدة وما تتضمنه من قيم مثبثة أو مشجعة للمرأة. هذا ما يقودنا إلى استعراض بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تشجيع ريادة الأعمال النسائية ودعمها.

١. الجهود الحكومية لدعم ريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة:

نجحت دولة الإمارات في إرساء بيئة عالمية المستوى في دعم قطاع ريادة الأعمال وتنظيمه، عبر منظومة متكاملة من التشريعات والمبادرات والبرامج الساعية لاحتضان المشاريع الريادية، وتسريع نموها، سمحت لها بحصد المرتبة الأولى في التقرير العالمي لريادة الأعمال لعام ٢٠٢١-٢٠٢٢. وقد تعززت البيئة الحاضنة لريادة الأعمال في

الإمارات بشكل كبير عبر إجراءات وقرارات عدة ، تم اتخاذها على مستوى الحكومة الاتحادية تمثلت في: السماح بملكية الشركات بشكل كامل للأجانب في الأنشطة كافة، وإتاحة تأشيرات ذهبية لرواد الأعمال، فضلا عن تنفيذ ١٠ برامج حكومية كبرى، وإتاحة ١١ مسرعا لنمو الشركات الناشئة، فضلا عن المناطق الحرة المتخصصة التي أسهمت في العقدين الماضيين في تأسيس قاعدة متينة لريادة الأعمال بالدولة لا تمييز فيها بين الجنسين (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

تشتمل الأجندة الوطنية لريادة الأعمال في دولة الإمارات على ٢٩ مبادرة متنوعة موجهة لتعزيز بيئة الأعمال، وعلى حزمة من الاتفاقيات الدولية في مجال التعاون الاقتصادي والفني والتقني في القطاعات الاستثمارية الحيوية، مثل: قطاع السياحة، والتقنية، والزراعة، وقطاعات الأعمال الطبية والتكنولوجية، والمهن الرقمية، الهدف منها مضاعفة عدد شركات الدولة لتصل إلى مليون شركة ناشئة، واحتضان ١٠ شركات مليارية ناشئة، وتحقيق شراكة وطيدة بين القطاعين الحكومي والخاص، وهذا بحلول عام ٢٠٣١ (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

في هذا السياق، أطلقت وزارة الاقتصاد البرنامج الوطني للمشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، بهدف تمكين أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من تأسيس مشاريعهم وتمييزها ، وتوفير الخبرات اللازمة والدعم الفني والإداري والتدريبي لهم، والتنسيق مع الجهات الحكومية الاتحادية والمحلية والقطاع الخاص لتوفير مزايا وحوافز لهذه المشاريع، ودعم منتجاتها وخدماتها. يمكن إجمال أهم مزايا العضوية في هذا البرنامج في: الوصول إلى المعرفة عبر قاعدة بيانات تتيح الفرصة للتطور المهني، الحصول على الدعم والوصول إلى الخبرات الفنية والإدارية، الدعم عن طريق زيادة الطلب عبر مشتريات الجهات الحكومية وشبه الحكومية، والحصول على التمويل المشاريع مالياً ودعمها لتحقيق عوائد أعلى، تمكين الرواد عبر صقل المهارات، وتوفير الأدوات، وإقامة ورش العمل، وتوفير قنوات تسويقية لدعم الطلب على منتجات وخدمات رواد الأعمال (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

فيما يتعلق بالمبادرات التعليمية والتدريبية، تعد منصة "أكاديمية ريادة الأعمال" من أهم المبادرات الهادفة لتطوير مهارات ريادة الأعمال في دولة الإمارات، إذ تهدف إلى تزويد الأجيال الشابة من المواطنين والمقيمين بمهارات ريادة الأعمال، عبر تقديم مجموعة متكاملة من البرامج التعليمية، وفرص التعلم التي تتيح احتراف ريادة الأعمال، والبدء في تأسيس مشاريع الأعمال. تتمثل هذه البرامج في: برنامج المخيم الافتراضي وجوائز ريادة

الأعمال، وبرنامج ريادة الأعمال من رياض الأطفال ولغاية الصف ١٢، برنامج الزمالة، وبرنامج ريادة الأعمال (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

من حيث تسريع النمو، تعد منصة "دعم نمو الشركات" من أهم المنصات الإلكترونية الموجهة لتسريع الشركات الناشئة في دولة الإمارات، وتحديداً تلك التي تتميز بإمكانيات نمو هائلة. تقدم المنصة خدمات يتم تصميمها بشكل يُلبّي الاحتياجات ومساعدة الشركات على التحول الرقمي، تعزيز القدرات التصديرية، وتوسيع الأسواق الخارجية، وتوفير الدعم المتكامل لتسهيل وتعزيز عملياتها، تقديم الدعم المطلوب للتوسع في الأسواق الجديدة، وإتاحة الوصول إلى الدعم المالي لتسريع نمو الأعمال (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

كما تمكنت دولة الإمارات في العقدين الماضيين من إطلاق عدد من المؤسسات الحكومية التي تسهر على تنفيذ عشرات البرامج والمسروعات لدعم قطاع ريادة الأعمال. تقوم هذه المؤسسات بتهيئة بيئة عمل حاضنة لدعم أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيزها، وتشجيع تأسيس المشاريع والشركات الناشئة المبتكرة، وتتطلع حكومة الإمارات عن طريقها إلى تعزيز دور قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الاقتصاد الوطني وتنويعه وزيادة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي. تتمثل هذه المؤسسات في: صندوق خليفة لتطوير المشاريع، مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ومؤسسة الشارقة لدعم المشاريع الريادية وتعزيزها لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ومؤسسة سعود بن صقر لتنمية مشاريع الشباب، مركز الشارقة لريادة الأعمال، وصندوق محمد بن راشد للابتكار، ومصرف الإمارات للتنمية (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

تأسس صندوق خليفة لتطوير المشاريع كهيئة حكومية غير ربحية تتبع حكومة أبوظبي عام ٢٠٠٧، ثم وسّع أنشطته و افتتح فروعاً له في إمارات عجمان، ورأس الخيمة، والفجيرة عام ٢٠١١. تتيح العضوية فيه لرواد الأعمال الوصول إلى خدمات الدعم في مختلف المراحل بدءاً من التأسيس والتشغيل والنمو، بما في ذلك تسهيل التواصل مع المستثمرين، وخدمات الاستشارة، وفرص دخول أسواق جديدة، والمشاركة في المعارض التجارية. وبلغ إجمالي القروض التي منحها الصندوق للريادة المُفعّلة لغاية ٢٠١٩ قيمة ١.٣٢ مليار درهم، فضلاً عن ٩٠٠ ورشة عمل لتحفيز ريادة الأعمال قُدمت على مستوى الجامعات والمدارس (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

وتأسست مؤسسة محمد بن راشد للتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة منبثقة عن دائرة التنمية الاقتصادية في دبي عام ٢٠٠٢، لتقديم الدعم للشركات الصغيرة والمتوسطة الناشئة في مراحل تأسيسها ونموها كافة بدءاً من التخطيط، وبناء قدرات الرواد، ومساعدتهم في الوصول إلى أقصى إمكاناتهم عبر المسرعات والحاضنات وبرامج التدريب، وصولاً إلى المبادرات والمعارض وإصدار الرخص والتسويق وحلول التصنيف والتمويل وتقديم الحوافز والفرص عبر برامج المشتريات الحكومية. بلغ إجمالي الحوافز المالية التي تم تقديمها عبر المؤسسة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال قيمة ٨٢٣.١٦ مليون درهم منذ تأسيسها، فيما بلغ إجمالي الحوافز لعام ٢٠٢٠ قيمة ١٩٢ مليون درهم (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

يتضح أيضاً توجه الحكومة الإماراتية لدعم رواد الأعمال الإماراتيين نساء ورجالاً، عن طريق برامج الدعم الحكومية المخصصة لرواد الأعمال والتي تزيد عن عشرة برامج وطنية. فضلا عن قانون الشركات الصغيرة والمتوسطة الذي خصص للشركات الصغيرة والمتوسطة التي يملكها المواطنون دعماً مدروساً عبر البرامج والمبادرات الداعمة، وتُعد التعديلات التي أدخلت على القانون التجاري، والتي ألغت إلزامية شراكة المستثمرين الأجانب لمستثمرين إماراتيين في السوق المحلية عاملاً مشجعاً للإماراتيين على خوض غمار ريادة الأعمال والاستثمار في السوق المحلية بشكل مباشر، وتملك الشركات بنسبة ١٠٠% (وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢).

٢. الجهود الحكومية لدعم ريادة الأعمال النسائية بدولة قطر:

من أجل تنويع اقتصادها استراتيجياً وضمان التنمية والازدهار في البلاد، حرصت دولة قطر، في المرحلة الأولى، على وضع خطة بعنوان رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠، تتضمن الركائز والإجراءات والآليات التي سيستند إليها هذا التطور. خطة تكشف عن توجه دولة قطر إلى إنشاء اقتصاد متنوع، إذ تكون ريادة الأعمال هي العمود الفقري الذي يدعم الابتكار في القطاع الخاص. وفي المرحلة الثانية، ولتلبية الحاجة إلى إنشاء مؤسسات من النوع الصغير والمتوسط، شرعت الدولة في تصميم نظام بيئي شامل لدعم إنشاء المؤسسات الصغيرة، والمتوسطة، وتشغيلها، واستمراريتها. (حكومة دولة قطر، ٢٠٢٢)

ومن بين البرامج والمبادرات الرئيسية التي تدعم كلا من رواد الأعمال (رجالاً ونساءً) ومشاريعهم، مبادرات بنك قطر للتنمية، الذي تأسس في عام ١٩٩٧، والمعروف بأنشطته وخدماته المختلفة التي تروج للمشاريع الريادية، ومن بينها برنامج إجازة ريادة الأعمال، الذي يسمح للموظفين بإجازة مدفوعة الأجر ليصبحوا رواد أعمال بدوام كامل، مع إمكانية إنشاء شركاتهم الناشئة، وتطوير أفكارهم التجارية (استراتيجية التنمية الوطنية الثانية لدولة

قطر ٢٠١٨ - ٢٠٢٢). ولتشجيع أنشطة ريادة الأعمال على أرض الواقع، أطلق بنك قطر للتنمية في عام ٢٠١٤، بالتعاون مع مركز التنمية الاجتماعية في قطر، أحد مراكز الحاضنات الرئيسية في المنطقة المعروفة باسم حاضنة قطر للأعمال، واعتباراً من عام ٢٠١٩، تلقى المركز ٥٠٠٠ طلب، وتخرجت منه ٤٦٤ شركة ناشئة، واحتضن ١٧١ شركة، واستثمر ٤.٥ مليون ريال قطري، ووُدد ٦٠ مليون ريال قطري.

وتعزز دولة قطر ريادة الأعمال عبر إنشاء برامج ووكالات أخرى مختلفة، ففي قطاع التعليم مثلاً، هناك عدد متزايد من برامج التدريب على الابتكار وريادة الأعمال، إذ تعمل جامعة قطر، وجامعة حمد بن خليفة، وجامعة كارنيجي ميلون في قطر، كمغذيات لنظام الابتكار الشامل، ويتم توفير حاضنات إضافية، وتدريب، وتمويل من واحة العلوم والتكنولوجيا في قطر. (واحة العلوم والتكنولوجيا في قطر. ٢٠٢٢)

وعلى الرغم من كل هذه الجهود الواضحة والمقيمة، لكن لا يزال مناخ ريادة الأعمال في البلاد يواجه عدداً من التحديات، بما في ذلك وجود متطلبات بيروقراطية صارمة، ومحدودية الوصول إلى التمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة، والشروط القانونية التقييدية والمتحيزة (Mehrez، ٢٠١٩). كما أن القطاع العام الذي يوافر وظائف آمنة وذات رواتب جيدة، ولاسيما للمواطنين، لا يشجع على السعي وراء وظائف القطاع الخاص وريادة الأعمال بين عدد من السكان المحليين والأجانب، مما يفرض تقديم حوافز مبتكرة وآليات جذب إضافية لدعم قطاع ريادة الأعمال بشكل عام، وريادة الأعمال النسائية بشكل خاص. (Miniaoui & Schilirò، ٢٠١٧)

٣. الجهود الحكومية لدعم ريادة الأعمال النسائية بدولة إيطاليا:

تشير دراسة مولر ولوتي إلى أن التدخل الحكومي، في استهداف ريادة الأعمال النسائية في إيطاليا، يمكنه أن يعالج بشكل فاعل انخفاض مستوى مشاركة الإناث في القوى العاملة ككل (Moller & Lotti، ٢٠١٣)، إذ توضح إحصائيات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (٢٠١٣)، أن نسبة توظيف الإناث في عام ٢٠٠٧ (قبل الأزمة المالية العالمية) بلغت ٤٧%، أي أنها أقل بكثير من متوسط الاتحاد الأوروبي البالغ ٥٨%. (Piacentini، ٢٠١٣).

أحد القوانين الصادرة لدعم ريادة الأعمال النسائية، وسد الفجوة الكبيرة بين الرجال والنساء في مجال العمل الحر وتنظيم المشاريع بإيطاليا، هو القانون رقم ١٩٩٢/٢١٥، الذي يهدف إلى "تشجيع ريادة الأعمال والعمل الحر من خلال توفير الدعم المالي والتوجيه والتدريب لصاحبات المشاريع" (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ٢٠١٣، ص ٢١٢). صدر هذا القانون في عام ١٩٩٢، ولم يدخل حيز التنفيذ حتى عام ١٩٩٧،

وشمل موجات عدة من التنفيذ بين عامي ١٩٩٧ و ٢٠٠٦، وكان الهدف منه هو "تقديم منح وقروض، وتوفير التدريب على بدء الأعمال التجارية وإدارة الأعمال وتقديم المساعدة في الإجراءات القانونية لبدء الأعمال التجارية، بهدف دعم الشركات الصغيرة المملوكة للنساء التي يتعين عليها تلبية عدة متطلبات مثل؛ العدد المطلوب من النساء كشريكات إن لم يكن مالكات بمفردهن، وحجم الأعمال التجارية، ومعدلات دورانها". (OCED, 2013, p. ٢١٢).

وقد خلصت الأبحاث التي أجراها مولر ولوتي حول فاعلية القانون إلى وجود فرق كبير بين معدل بقاء الشركات الناشئة المدعومة مقابل الشركات الناشئة غير المدعومة إلى السنة السادسة من وجودها. وتبين بأن تأثير الإعانات قصيرة الأجل التي استغادت منها الشركات المدعومة كان إيجابيا مقارنة بالشركات التي لم تدعمها الحكومة. من جانب آخر، وُجدت حالات إلغاء لمنح الدعم بحق رائدات الأعمال اللواتي يعانين من عدم التأهيل، وانخفاض القدرة على تنظيم المشاريع، وضعف القدرات والمهارات الإدارية. مما يعني أن الدعم النقدي للشركات الصغيرة المملوكة للنساء مفيد، ولكن التدريب على مهارات إدارة المشاريع وتنظيمها حاسم أيضا لبقاء الشركات على المدى الطويل. (Moller & Lotti, ٢٠١٣)

وهناك قوانين أخرى، وإن كانت لا تستهدف مباشرة المرأة في مجال تنظيم المشاريع، إلا أنها تسهم أيضا في الدعم العام للمرأة في قوة العمل. على سبيل المثال، القانون ٢٠١١/١٢٠، الذي ينظم وجود المرأة في مجالس الإدارة ومجالس مراجعي الحسابات القانونيين للشركات المتداولة في البورصة. كان لهذا القانون تأثير إيجابي على عدد النساء في مجالس إدارة الشركات الذي ارتفع من ٦% في عام ٢٠١٠ إلى ٣٣.٦% في عام ٢٠١٧ (OCED, ٢٠١٣). وعلى الرغم من أن تحسين عدد النساء في مناصب الإدارة ومجالس الإدارة لا يتعلق تحديدا بالأعمال التجارية التي تملكها النساء، فإنه يفيد التمثيل العام للمرأة في مناصب السلطة في الأعمال التجارية، مما يعني أن إنشاء إطار قانوني يدعم رائدات الأعمال أمر ضروري لنجاحهن.

المبحث الرابع: ريادة الأعمال النسائية بين التحديات والحلول

على الرغم من الجهود التي تبذلها الحكومات لدعم ريادة الأعمال النسائية بوصفها رافدا مهما في دفع عجلة النمو الاقتصادي العالمي والدولي، وقاعدة متينة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ورفع معدلات الاستثمار والابتكار، وخفض معدلات الفقر والبطالة، تكشف معظم التقارير الدولية التي تم اعتمادها في إعداد هذه الورقة البحثية، عن وجود فجوات جندرية في ريادة الأعمال، يمكن عزوها إلى عدد من التحديات التشريعية والمالية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية التي تؤثر على النساء بشكل أكبر من نظرائهن الرجال، ما يجعل المسار الذي تسلكه ريادة الأعمال النسائية مختلفا عن نظيرتها الرجالية. كما تؤكد

هذه التقارير أن العمل على تحجيم هذه التحديات، يمكنه أن يؤدي دوراً جوهرياً في نمو زيادة الأعمال النسائية بالمستوى المأمول على الصعيدين الدولي والعالمي.

١. تحديات زيادة الأعمال النسائية بإفريقيا

يؤكد تقرير مجموعة البنك الدولي حول "تحرير إمكانات زيادة الأعمال النسائية بإفريقيا"، أن النساء يشغلن دوراً رئيساً في اقتصادات أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، فهي المنطقة الوحيدة في العالم التي تمثل فيها النساء الأغلبية بين رواد الأعمال. مع ذلك، فإن رائدات الأعمال الإفريقيات يخضعن لجملة من القيود التي لا تؤثر كثيراً على الرجال، يحصرها التقرير في تسعة قيود، هي: (Campos, 2019 pp. ١٣-١٥)

- التمييز القانوني: يشير التقرير إلى أن رائدات الأعمال في إفريقيا جنوب الصحراء يواجهن تمييزاً قانونياً مضاعفاً، فالقوانين الرسمية لا تضمن تكافؤ الفرص بين الجنسين - ثلاث دول أفريقية فقط سنتت قوانين رسمية تحظر التمييز الجنسي - والقوانين العرفية كذلك. والمرأة الإفريقية محرومة من الحقوق القانونية التي يتمتع بها الرجل على مستوى: إنشاء شركة، وتوقيع عقود، وفتح حساب مصرفي، ووراثة الممتلكات. وفي ظل هذا التمييز التشريعي رسمياً كان أو عرفياً، لا يمكن لرائدات الأعمال الإفريقيات الاستفادة من الفرص الاقتصادية بالقدر نفسه المتاح للرجال.

- الأعراف الاجتماعية: تمارس الأعراف الاجتماعية تأثيراً قوياً على الخيارات الاستراتيجية لرائدات الأعمال الإفريقيات، وتحد من قدرتهن على تنمية أعمالهن؛ لأنها لا تدعم صورة المرأة الطموحة المثابرة التي تتطلع لتنمية أعمالها. والنساء اللواتي يتمردن على هذه الأعراف الإقصائية، يتعرضن لأعمال إنتقامية.

- العنف القائم على النوع الاجتماعي: يخلف العنف القائم على النوع الاجتماعي آثاراً عميقة على صحة المرأة الإفريقية ورفاهيتها، ويقيد قدرتها على إدارة أعمالها بشكل فاعل. فالعمل خارج المنزل قد يعرض المرأة للخطر، كما أن العنف الشريك منتشر بشكل كبير؛ بما لا يقل عن ١٤٪ من رائدات الأعمال عانين من العنف الجسدي أو النفسي للشريك، ٣٢٪ صرّحن بأن أزواجهن يصرون على معرفة مكان تواجدهن في جميع الأوقات، و ٧٪ تعرّضن للعنف الجنسي.

- فجوات التعليم والمهارات: معظم بلدان إفريقيا جنوب الصحراء حققت التكافؤ بين الجنسين في الحصول على التعليم الابتدائي، ولكن الفجوة بين الجنسين لا تزال قائمة فيما يتعلق بالمستويات التعليمية الأعلى، إلى جانب تعليم المهارات الريادية. فرائدات الأعمال أقل تعليماً وتدريباً من رواد الأعمال، ومثل هذا التفاوت يؤثر بشكل كبير على

قراراتهن الاستراتيجية، وعلى حظوظهن في الحصول على التمويل، وعلى مستويات الإبداع والابتكار لديهن.

مستوى الثقة والميل إلى المخاطرة: كشفت الدراسات المنجزة أن رائدات الأعمال الإفريقيات أقل ثقة بأنفسهن من نظرائهن الذكور. في غانا مثلاً، نقل ثقة النساء بأنفسهن كقائدات جيدات بنسبة ١٤٪ عن الرجال. كما أن رائدات الأعمال اللواتي يدرن شركات أقل ثقة في قدراتهن مقارنة بالرجال، مما يجعلهن أقل استعداداً للمنافسة، وأقل طموحاً لدخول أسواق جديدة.

التمويل والأصول: تستحوذ رائدات الأعمال الإفريقيات على عدد أقل من الأصول مقارنة بالرجال، مما يؤثر على قدرتهن على الاستثمار، والحصول على قروض مصرفية كافية، وهذا ما يفسر الفجوة بين الجنسين على مستوى حجم الاستثمار.

الوصول إلى الشبكات والمعلومات: خلافاً للرجال، لا تتمتع رائدات الأعمال الإفريقيات بإمكانية الوصول إلى الشبكات الاجتماعية الكبيرة والمتنوعة التي يمكن أن تدعم نمو منظماتهن، وترفع القدرة التنافسية لأعمالهن. والشبكات النسائية في الغالب تحظى بموارد أقل، وتتضمن روابط قرابية أوثق، لكنها أقل فائدة في توفير الفرص الاستثمارية.

توزيع الموارد المالية على مستوى الأسرة: غالباً ما تفتقد النساء الإفريقيات لسلطة المشاركة في توزيع الموارد المالية للأسرة، مما يحد من استعدادهن وقدرتهن على الاستثمار في مجال ريادة الأعمال. وتظهر الدراسات المنجزة أن رائدات الأعمال المالكات لشركات تجارية يكافحن من أجل تخصيص الأموال لإدارة أعمالهن، بسبب استحواذ الرجل على الموارد المالية للأسرة، وتوجيهها لإشباع الاحتياجات الأسرية الخاصة، وأحياناً احتياجات أقرباء من خارج الأسرة.

ضيق الوقت ورعاية الأقارب: تركز رائدات الأعمال الإفريقيات وقتاً أطول من الرجال في الأعمال المنزلية، وهذا يحد من مقدار الوقت الذي يمكنهن تخصيصه لإدارة أعمالهن، ويلزمهن بالبقاء في المنزل في أوقات تعد الأفضل لتسيير أنشطتهن. كما أن النساء في أوغندا، وتوغو، ومالاوي أكثر احتمالاً بكثير من الرجال لرعاية الآخرين من الأقارب في أثناء القيام بأنشطتهن الريادية، مما يؤثر على مستوى أدائهن.

حلول مقترحة لمواجهة تحديات ريادة الأعمال النسائية بإفريقيا:

لمواجهة هذه التحديات، يدعو التقرير صانعي السياسات إلى تبني استراتيجيات موجهة، أثبتت فاعليتها على المستوى الواقعي، تقوم على تضافر الجهود بين المجتمع الدولي، والحكومات الدولية، والمنظمات غير الحكومية، والأطراف المهتمة الأخرى بدعم ريادة الأعمال النسائية، و ذلك على النحو الآتي (Campos, 2019 pp. 132-133):

تنفيذ إصلاحات قانونية وتنظيمية لمكافحة التمييز القانوني الذي يحد من قدرة النساء على إدارة الأعمال، عبر تعديل النصوص القانونية ذات العلاقة بحقوق المرأة في التملك، والإرث، والتعاقد.

تنفيذ البرامج التعليمية والتدريبية التي تدعم النمو الشامل لرائدات الأعمال، بما في ذلك التدريب على مهارات الإدارة، والمهارات الإلكترونية، ومهارات البحث عن شبكات الدعم وروابط المؤسسات المالية.

تنفيذ برامج التدريب والاستشارات لتقديم الدعم المناسب لرائدات الأعمال وتحسين مهارتهن في إدارة الأعمال. فقد أثبت توجه هذه البرامج إلى تعزيز شبكات الدعم لدى رائدات الأعمال، من خلال ربطهن برائدات أعمال ذوات خبرة عالية داخل الدولة وخارجها، فاعليته في رفع مستوى الثقة لديهن، وتوسيع شبكاتهن الاجتماعية، وتبنيهن لاستراتيجيات ناجحة في تنمية أعمالهم.

تكثيف التدخلات التي تقودها المنظمات غير الحكومية والقطاع الخاص لتسهيل اندماج المنظمات الريادية التي تملكها النساء ضمن سلاسل الإمداد المحلية والعالمية.

تقديم خطوط الائتمان والمساعدة الفنية للمؤسسات المالية لتحسين وصول رائدات الأعمال إلى التمويل.

تنفيذ مسابقات المشاريع الريادية، القائمة على منح المساعدات النقدية الكبيرة والاستشارات المهمة للمشاريع الواعدة، بما يدعم مسار رائدات الأعمال الناشئات.

تنفيذ برامج حاضنات الأعمال ومسرعات الشركات التي تدعم المشاريع الريادية الموجهة نحو النمو، وتوافر المساعدة لها.

التقنية الشاملة.

تنظيم مؤتمرات سنوية لريادة الأعمال، ومنح جوائز تقديرية لرائدات الأعمال اللواتي يساهمن في تحقيق التنمية المستدامة. مثل هذه المؤتمرات تمنح رائدات الأعمال رؤية أوضح لتوجهات سوق الأعمال، وتسمح لهن بمناقشة القضايا التي تهمهن، وتقوية شبكاتهن. من جانبها، قدمت اللجنة الاقتصادية لإفريقيا (CEA) تشخيصا للتحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية في الدول الأفريقية، يكاد يكون مطابقا لتقرير مجموعة البنك الدولي، على الرغم من أن مجال الدراسة لديها أوسع، إذ يشمل دول شمال إفريقيا التي تتميز بمستويات تعليم أعلى لدى النساء، كما أن التشريعات القانونية فيها لا تميز بين الجنسين، تتمثل هذه التحديات فيما يأتي (Commission économique pour

(l'Afrique, 2019, pp ٢-٣)

لا تتوفر رائدات الأعمال على رأس مال مالي كافٍ، وينطبق هذا على النساء اللاتي يمتلكن ويدرن أعمالاً في القطاعين الرسمي وغير الرسمي. نقص رأس المال المالي له آثار سلبية على تراكم رأس المال المادي، وعلى الوصول إلى الأسواق. لا تمتلك رائدات الأعمال رأس مال مادي كافٍ، فوصول النساء إلى الأراضي، والماشية، والمعدات والآلات محدود. كما أن الإجراءات القانونية لا تنفذ في الغالب، ولا سيما فيما يتعلق بوصول المرأة المتزوجة إلى نصيبها من الميراث والممتلكات والأصول الزوجية، مما يقلل من قدرتها على الحصول على القروض المصرفية.

لا تمتلك رائدات الأعمال رأس مال اجتماعي كافٍ، إذ يحتاج رواد الأعمال إلى التواصل بنشاط لتحديد مجالات جديدة، وتوسيع نطاق وصولهم إلى الأسواق. وفقاً لقاعدة بيانات "المرأة والأعمال والقانون ٢٠١٨"، لا تستطيع النساء المتزوجات في ١٥ دولة إفريقية اختيار مكان إقامتهن مثل الرجال المتزوجين، مما يحد من قدرتهن على التنقل للبحث عن مجالات جديدة، ووفقاً للدراسات الاستقصائية الديمغرافية والصحية الإفريقية، فإن حوالي ٢٠٪ فقط من النساء يسيطرن على قرار زيارة الأسرة والأهل.

لا تتوفر لدى والكتابة والحساب. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتمتعوا بالمهارات اللازمة لخلق أفكار جديدة، واغتنام الفرص الجديدة، لحل المشاكل ووضع خطط طويلة الأجل. تفقر رائدات الأعمال إلى الوقت، حيث تظهر استطلاعات استخدام الوقت المنجزة في ١١ دولة إفريقية، أن النساء يقضين في المتوسط ما بين ٢ و ١١ مرة من الوقت أكثر من الرجال في الأعمال المنزلية والأنشطة غير مدفوعة الأجر. يحد هذا الوضع من الوقت اللازم لهن للانخراط في أنشطة مدفوعة الأجر، مما يدفع النساء إلى العمل المرن في كثير من الأحيان في قطاع الخدمات داخل الاقتصاد غير الرسمي. بهدف تعزيز قيادة الأعمال النسائية في إفريقيا، تقترح اللجنة الاقتصادية لإفريقيا التوصيات التالية:

(Commission économique pour l'Afrique, 2019, pp V-VI)

تعزيز مستوى التعليم العام للمرأة في أفريقيا بعد المرحلة الابتدائية، فالنساء الحاصلات على تعليم ثانوي وعالي أكثر قدرة على استغلال الفرص والوصول إلى التسهيلات المالية؛

لا يكفي التعليم العام للنجاح في قيادة الأعمال، هناك حاجة إلى التدريب على المهارات العامة والخاصة الضرورية لدخول الأسواق التنافسية، مثل: مهارات إدارة الأعمال، والمهارات القيادية، والتقنيات الرقمية، ومحو الأمية المالية الأساسية، ومهارات تنظيم المشاريع. يُعد التدريب على مهارات إدارة الأعمال، المدعم بإجراءات ضخ رأس المال،

الأساس لتغيير واقع النساء المهمشات، لأنه يوفر لهن مصدر دخل ثابت للخروج من الفقر؛

يمكن أن يساعد التدريب جنبا إلى جنب مع الحملات الإعلامية النساء على تقييم عائد الاستثمار في القطاعات التي يهيمن عليها عادة الذكور، ويشجعهن على الانتقال إليها؛ يمكن للتكنولوجيات الرقمية أن تساعد في تحسين وصول المرأة إلى التمويل، ولا سيما في المناطق الريفية. مع ضرورة تقديم حلول ابتكارية لمصادر التمويل التي تستجيب للتحديات التي تواجهها النساء. يمكن تعزيز مدخرات رائدات الأعمال وإعادة استثمارها في الاقتصاد الرسمي، من خلال تقديم الحوافز المناسبة، ووضع آليات الالتزام التي تشجع على الادخار المنتظم.

٢. تحديات قيادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية:

أوضحت دراسة أجراها نسيم ودروفة (Naseem & Dhruva، ٢٠١٧) أن المعايير الثقافية والقيود القانونية تفرض تكاليف عالية على توظيف النساء في المملكة العربية السعودية، مما يجعل السعوديين الذكور أو العمالة الأجنبية بدائل أكثر فعالية من حيث التكلفة. من ناحية أخرى، أظهرت الدراسة أن المرأة السعودية تفتقر إلى الخبرة اللازمة والقدرة على العمل لفترات طويلة، فضلا عن القدرة على تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والأسرة.

وفي دراسة أخرى أجرى الباحثين (Al-Ghazali, et al. ٢٠١٣). تحليلا مقارنا لمحفزات قيادة الأعمال النسائية والعقبات التي تواجهها في السعودية والبحرين. ووجدت الدراسة أن العقبات التنظيمية في البلدين متشابهة من حيث عدم وجود دراسات كافية للسوق، ونقص الدعم الحكومي، وهيمنة عدد قليل من المستثمرين على السوق، في حين تواجه المرأة السعودية خلافا للبحرينية تحديات العادات والتقاليد المحافظة، ونقص الدعم المجتمعي، وطول وتعقيد الإجراءات الحكومية. وذلك خلافا لما خلصت إليه دراسة العصفور وآخرون. (٢٠١٧) التي تؤكد حقيقة غياب الدعم الحكومي الضروري للمشاريع الريادية النسائية واستدامتها، ولكنها تؤكد في الوقت نفسه على أن المجتمع السعودي أصبح الآن أكثر ملاءمة ودعما لقيادة الأعمال النسائية، نظرا لوجود بيئة قيادة أعمال أكثر تطورا وانفتاحا (Al-Asfour, et al. ٢٠١٧).

أيضا سلطت دراسة (شقيير، وآخرون، ٢٠١٨) الضوء على المجالات التي تشارك فيها سيدات الأعمال السعوديات، والعقبات التي يواجهنها في ممارسة الأعمال التجارية. وأظهرت الدراسة أن المرأة السعودية أصبحت أكثر انخراطا في الأعمال التجارية، وفي مختلف المجالات، لكنها أكثر ميلا إلى المشاريع في قطاع الخدمات (التسويق، والاستشارات،

وتنظيم الفعاليات، والتعليم، وتجارة الجملة والتجزئة). وقد أظهرت نتائج الدراسة أيضا أن معظم المشاريع الريادية للمرأة تستورد متطلبات الإنتاج من الخارج، ولا توجه منتجاتها للتصدير. وفيما يتعلق بالعقبات والصعوبات، أكدت الدراسة على أن البيئة القانونية والتنظيمية والفصل بين الجنسين تمثل أكثر العوامل السلبية المؤثرة على أداء الأعمال التجارية. وقامت دراسة (بخاري، وآخرون، ٢٠٢٠) باقتراح بعض الحلول للتغلب على هذه الإشكاليات، وأهم هذه الحلول ما يأتي:

توظيف صناعة الإعلام في تنوير المجتمع، ورفع مستوى الوعي المجتمعي بقيمة العمل، والمشاركة الاقتصادية للمرأة، وتعزيز ثقافة العمل الحر، والتوجه نحو زيادة الأعمال. يتم ذلك عبر تقديم المشاريع الرائدة والترويج لسلعها، والتي تعمل كجسر بين بيئات ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة، وعن طريق تتبع النماذج المشرفة الدولية والمحلية في هذا المجال، وتبادل الخبرات من أجل الإلهام والاستفادة. فضلا عن توظيف قطاع التعليم في نشر ثقافة العمل الحر والترويج لها في البرامج اللامنهجية والأكاديمية.

- وضع سياسات حكومية تشجع مشاركة المرأة عبر تسهيل الإجراءات القانونية، وتوفير الموارد اللازمة، سواء لأصحاب المشاريع الجدد لإطلاق مشاريعهم، أو لدعم تلك الموجودة بالفعل في السوق. وعلى وجه الخصوص، ينبغي إعطاء الأولوية لمن لديهم أفكار في مجال تنظيم المشاريع تسهم في تنويع الاقتصاد والإنتاج، وكذلك لمن لديهم مشاريع بالغة الصغر (تمثل الغالبية العظمى من النساء المشتغلات بالأعمال الحرة). هذا فضلا عن دور الحكومة في تشجيع الممولين والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات المالية على تقديم الدعم اللوجستي اللازم، وإيجاد بيئة أعمال داعمة وعادلة لنمو المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة واستدامتها، وضرورة تعزيز القيم الأخلاقية والشفافية في المعاملات التجارية عبر زيادة الوعي بأخلاقيات العمل ومكافحة الفساد.

- إنشاء صناديق رأس مال حكومي أو مشترك لتمويل المشاريع المبتدئة ومراحلها الأولى، بالتعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص (الشركات الكبرى)، لتذليل التحديات والمعوقات المرتبطة بتمويل رائدات الأعمال السعوديات، وزيادة فرص تمويل المشاريع الريادية، ولاسيما في المجالات التي تنسجم مع رؤى الدولة المستقبلية.

- توجيه المصارف والمؤسسات المالية الأخرى للاضطلاع بدور أكبر في وضع خطط تمويل ميسرة لدعم رائدات الأعمال ماليا، ولاسيما المشاريع الجديدة والاستثنائية ذات الأفكار الفريدة والمبتكرة التي تساعد على تنويع اقتصاد البلاد، ودعم المبادرات التي تعاني من نقص التمويل، ولاسيما في أوقات الانكماش الاقتصادي.

٣. تحديات ريادة الأعمال النسائية في إندونيسيا:

شخصت الدراسة التي أجراها تامبونان بعض المعوقات التي تؤثر على ريادة الأعمال النسائية في إندونيسيا، ولاسيما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Tambunan، ٢٠١١). وذكر أن هناك أربعة عوامل رئيسية هي: انخفاض مستوى التعليم وفرص التدريب، وانخفاض الدعم الأسري (الأعمال المنزلية ورعاية الأطفال)، والقيود القانونية والعرفية والثقافية أو القيود الدينية، ونقص الدعم المالي.

علاوة على ذلك، قام تامبونان بفحص المعوقات عبر مطالبة المستجيبين باختيار إجابة واحدة فقط من الإجابات البديلة، وهذه الإجابات البديلة هي: (١) الوصول المحدود إلى التمويل، (٢) عدم وجود دعم من الأسرة والزوج، (٣) صعوبة إدارة الوقت للأسرة/الأسرة والأعمال، (٤) صعوبة الحصول على رخصة تجارية؛ (٥) صعوبة الوصول إلى الأسواق (المنافسة الشديدة)؛ (٦) صعوبة الحصول على المواد الخام (لا يوجد مخزون متاح أو أسعار باهظة الثمن)؛ (٧) صعوبة العثور على عمال؛ و (٨) أسباب أخرى (على سبيل المثال. انخفاض الطلب في السوق، والتضخم، من الصعب العثور على الموقع)، وخلص إلى أن أخطر عائق يواجه ريادة الأعمال النسائية في إندونيسيا هو محدودية فرص الحصول على التمويل. (Tambunan، ٢٠١٧)

في دراسة أخرى أجراها تاجديني وآخرون، (Tajeddini et al، ٢٠١٨) والذين استعملوا سلسلة من المقابلات شبه المنظمة لتسعى نساء مالكات لمطاعم صغيرة حول مدينتي دينباسار وبادونغ في إندونيسيا، وخلصوا إلى أن معظم سيدات الأعمال الإندونيسيات يفضلن التضحية بنمو أعمالهن بدلا من مواجهة مخاطر غير مقبولة، ويفضلن البقاء في أعمال صغيرة غير رسمية، كما أن الدين والعرق يؤديان أدوارا مهمة في دعم أعمالهن. وقامت دراسة (Azzopardi & Lubis، ٢٠١٩) بوضع مجموعة من المقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه رائدات الأعمال الإندونيسيات، وهي على النحو الآتي:

١. اقترح عدد من الأشخاص الذين تمت مقابلتهم أنه بمجرد أن يبدأ الكيان في النمو، تصبح الحاجة إلى مهارات التعامل مع الآخرين أكثر إلحاحا.
٢. اتفق الكثيرون على أن ريادة الأعمال يمكن أن تكون جيدة لتحقيق التوازن بين العمل والحياة، بشرط ألا يسمح المرء للشركة بالتحكم في حياته.
٣. هناك حاجة أكيدة لتوفير مزيد من التدريب العملي كجزء من خدمات الدعم؛ ولذلك، فإن التمويل والتدريب عنصران أساسيان يمكن للحكومة أن تسهم فيهما عن طريق سياسات مصممة لذلك.

٤. كانت التوصية التي ظهرت في كثير من الأحيان هي حقيقة أن لا أحد يعرف كل شيء، ومن ثم لا ينبغي للمرء أن يخاف من طلب المساعدة من أشخاص أكثر خبرة.
٥. ويلزم زيادة مجموع الموارد المتاحة للنساء المشتغلات بالأعمال الحرة عن طريق توسيع شبكاتهن في مجال تنظيم المشاريع، وعقد مناسبات للتواصل واستعمال خدمات تنمية الأعمال التجارية لربطهن بمجتمع الأعمال التجارية.
٦. وينبغي للسياسات الحكومية أن تيسر الحصول على التمويل عبر محو الأمية وتعززها على أساس أنها ستحسن رفاه صاحبات المشاريع، وتعزز روح المبادرة، وتخلق أيضا فرصا لمزيد من النمو الاقتصادي والعمالة.

خاتمة:

تناولت الورقة البحثية واقع قيادة الأعمال النسائية في العالم من حيث: حجمها، ومجالاتها، ومحفزاتها، والتحديات التي تواجه رائدات الأعمال، والحلول المقترحة لدعم قيادة الأعمال النسائية، وقد خلصت إلى النتائج الآتية :

أولاً: من حيث حجم قيادة الأعمال النسائية في العالم: يعرف العالم اليوم نموا مرتفعا في عدد النساء المنشئات لشركات ريادية، والمالكات لشركة تجارية، والمستثمرات في القطاع غير الرسمي. ويمكن تفسير هذه الزيادة بتوجه الحكومات القوي على المستوى العالمي، نحو تشجيع قيادة الأعمال النسائية ودعمها بوصفها رافدا أساسيا للنمو الاقتصادي، والابتكار، وخلق فرص العمل، مع ارتفاع مستوى التعليم لدى النساء، وانتشار ثقافة قيادة الأعمال بين الشباب وفي المؤسسات الجامعية، فضلا عن الدعم الذي تقدمه المصارف المالية وحاضنات الأعمال للشركات الناشئة. ظهرت أعلى معدلات إجمالي نشاط تنظيم المشاريع للنساء في البلدان منخفضة الدخل، محققة أصغر فجوة بين الجنسين في إجمالي نشاط تنظيم المشاريع، فيما ظهرت أقل المعدلات في البلدان ذات الدخل المرتفع، محققة أكبر فجوة بين الجنسين. وعموما، تتفاوت نسب المشاريع التي تنظمها النساء عبر العالم طبقا لعوامل عدة منها: البيئية، والثقافية، والاقتصادية، والسياسية، والتشريعية، مما يؤثر بشكل تفاضلي على تصورات المرأة ونواياها ودوافعها الريادية.

ثانياً: من حيث مجالات قيادة الأعمال النسائية: لا توجد مجالات بعينها تهيمن عليها قيادة الأعمال النسائية، إذ تساهم رائدات الأعمال في جميع المجالات بنسب متفاوتة، مما يعني أن المؤشرات العالمية الراهنة تفند فكرة انحسار قيادة الأعمال النسائية في قطاع الخدمات وتجارة الجملة والتجزئة، في مقابل قطاعات البناء والتصنيع والتكنولوجيا والاتصالات التي يهيمن عليها الرجال.

ثالثاً: من حيث سمات ومحفزات ريادة الأعمال النسائية: فإن ريادة الأعمال النسائية تخضع لمحفزات متنوعة، بعضها تصنف كعوامل دفع ضاغطة، تجبر المرأة على دخول عالم ريادة الأعمال أهمها: (الفقر، والطلاق، والترمل، والبطالة، والتتمر الوظيفي،...). وبعضها الآخر يصنف كعوامل جذب تسمح لها بتحقيق طموحاتها الشخصية وأهمها: (تحقيق الذات، والنجاح الشخصي، والرضا الوظيفي، والاستقلالية،...). وعلى الرغم من أن هذه المحفزات تظهر في كل دول العالم على اختلاف مستويات التنمية فيها، إلا أن عوامل الدفع تظهر بشكل أكبر في الدول ذات النمو الاقتصادي المنخفض، في حين تتضح محفزات الجذب أكثر في الدول ذات النمو الاقتصادي المرتفع. مما يعني أن رائدات الأعمال لا يمثلن مجتمع بحث متجانس، وإن الباحث في هذا المجال لا بد أن يأخذ هذا التنوع في الخصائص السوسيو- ديمغرافية، والسياقات المجتمعية والعائلية التي تنشط فيها، وفي المحفزات الشخصية والبيئية في الحسبان عند تعميم النتائج، وعند إجراء المقارنات الجندرية.

رابعاً: على صعيد الجهود الحكومية الموجهة لتشجيع ريادة الأعمال النسائية ودعمها: توصلت الدراسة إلى أن هناك تفاوتاً في الجهود الحكومية الموجهة لدعم ريادة الأعمال النسائية ليس على المستويين الإقليمي والدولي فقط، ولكن حتى على المستوى المحلي، مما يعني أن العوامل المؤثرة على ريادة الأعمال النسائية متنوعة، تجمع بين العوامل الشخصية والبيئية. ومن خلال استعراض بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تشجيع ريادة الأعمال النسائية ودعمها، خلصت الدراسة إلى أن أهم الجهود التي يمكنها أن تصنع الفارق في دعم ريادة الأعمال النسائية وتشجيعها هي تلك التي تركز على إرساء منظومة متكاملة من التشريعات والمبادرات والبرامج الساعية لاحتضان المشاريع الريادية النسائية، وتسريع نموها، وأهمها:

- تقديم مجموعة متكاملة من البرامج التعليمية وفرص التعلم التي تتيح احتراف ريادة الأعمال.
- تقديم منح وقروض، وتوفير التدريب على بدء الأعمال التجارية وإدارة الأعمال.
- تقديم المساعدة في الإجراءات القانونية لبدء الأعمال الريادية.
- تأسيس حاضنات أعمال لدعم أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيزها .
- توفير الخبرات اللازمة والدعم الفني والإداري والتدريب لرائدات الأعمال.
- إتاحة الوصول إلى البيانات المتعلقة بسوق ريادة الأعمال.
- إتاحة الوصول إلى الدعم المالي لتسريع نمو الأعمال.
- توفير قنوات تسويقية لدعم الطلب على منتجات وخدمات رواد الأعمال.

- توفير مراكز للتدريب على المهارات العامة والخاصة الضرورية لدخول الأسواق التنافسية، مثل: مهارات إدارة الأعمال، والمهارات القيادية، والتقنيات الرقمية، ومحو الأمية المالية الأساسية، ومهارات تنظيم المشاريع.

خامسا: أما عن أهم التحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية: فقد خلصت الدراسة إلى تشخيص التحديات الآتية :

- العادات والتقاليد المحافظة.
 - القيود القانونية وتعقيد الإجراءات الحكومية.
 - انخفاض مستوى التعليم وفرص التدريب.
 - محدودية فرص الحصول على التمويل.
 - هيمنة عدد قليل من المستثمرين على السوق.
 - نقص الدعم الحكومي.
 - نقص الدعم المجتمعي.
 - صعوبة تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والأسرة.
- وأخيرا، توصلت الدراسة إلى جملة من المقترحات لتجاوز هذه التحديات، أهمها :
- إنشاء صناديق رأس مال حكومي أو مشترك لتمويل المشاريع المبتدئة ومراحلها الأولى، بالتعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص (الشركات الكبرى).
 - وضع سياسات حكومية تشجع مشاركة المرأة عبر تسهيل الإجراءات القانونية.
 - تنفيذ إصلاحات قانونية وتنظيمية لمكافحة التمييز القانوني الذي يحد من قدرة النساء على إدارة الأعمال.
 - تيسير الحصول على التمويل عن طريق محو الأمية المالية، وتوفير مجموعة من أدوات التمويل.
 - توظيف صناعة الإعلام في تنوير المجتمع، ورفع مستوى الوعي المجتمعي بقيمة العمل، والمشاركة الاقتصادية للمرأة، وتعزيز ثقافة العمل الحر، والتوجه نحو ريادة الأعمال.
 - تنظيم مؤتمرات سنوية لريادة الأعمال، ومنح جوائز تقديرية لرائدات الأعمال اللواتي يساهمن في تحقيق التنمية المستدامة.

المصادر والمراجع:

١. استراتيجية التنمية الوطنية الثانية لدولة قطر (٢٠١٨-٢٠٢٢):
https://www.psa.gov.qa/en/knowledge/HomePagePublications/NDS2Final_AR.pdf
٢. بخاري، عبلة عبد الحميد، الحربي، منال مقبول والجشعم، حنان نايف. (٢٠٢٠). ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية: السمات، والفرص، والتحديات. المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات (٢٧). ٤٠-١.
https://www.eimj.org/uplode/images/photo/%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9_%D9%81%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%85%D9%84%D9%83%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9..pdf
٣. تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال، تقرير دولة قطر لعام ٢٠١٨.
https://www.qdb.qa/ar/Documents/GEM_2018_AR.pdf
٤. حكومة دولة قطر، رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠-
<https://hukoomi.gov.qa/ar/about-qatar/qatar-national-vision-2030>
٥. الشقاوي، محمد بن ناصر. (٢٠١٥). دراسة تحليلية لاستراتيجيات النجاح لريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية. مجلة الإقتصاد الجديد، ٦(١)، ٥-٢٨.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/55822>
٦. شقير، إيمان فؤاد إمام، الحضيف، شروق عبد الله، والمحيميد، بدر محمد عبد الله. (٢٠١٨). محاور تعزيز الدور الريادي لسيدات الأعمال السعوديات "السمات، المحفزات، المعوقات، سياسة التمكين": دراسة تطبيقية بمنطقة القصيم. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية ٦(٤). ٢٠٦-٢٣١.
<http://search.mandumah.com/Record/930366>
٧. منظمة العمل الدولية. (٢٠٢١). لمحة عامة عالمية عن العمالة والشؤون الاجتماعية: اتجاهات عام ٢٠٢١-
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---arabstates/---robeirut/documents/publication/wcms_797139.pdf
٨. واحة قطر للعلوم والتكنولوجيا. (٢٠٢٢).
<https://qstp.org.qa/ar/incubation-center/>
٩. وزارة الاقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة. (٢٠٢٢). ريادة الأعمال.
<https://www.moec.gov.ae/>
10. Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30(5): pp. 595-621. DOI:10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x.
11. Al-Asfour, A., Tlaiss, H. A., Khan, S. A., & Rajasekar, J. (2017). Saudi women's work challenges and barriers to career advancement. *Career*

- Development International 22(2). pp.184-199, DOI:10.1108/CDI-11-2016-0200.
12. Al-Ghazali, B. M., Yusoff, R. M., & Sadi, M. A. (2013). Women entrepreneurs in Bahrain: motivations and barriers. *Jurnal Teknologi*, 64(2). DOI:10.11113/jt.v64.2251.
 13. Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L., & Koç, M. (2022). Women Entrepreneurship for Sustainability: Investigations on Status, Challenges, Drivers, and Potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 4091. <https://doi.org/10.3390/su14074091>
 14. Al-shaqawi, Mohammed bin Nasser. (2015). An analytical study of success strategies for women entrepreneurship in the kingdom of Saudi Arabia. *Journal of the new economy*, 6 (1), 5-28. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/55822>
 15. Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics* (24): pp. 233-247. DOI:10.1007/s11187-005-1984-x.
 16. Azzopardi, R. M., & Lubis, R. (2020). Factors Affecting Women Entrepreneurs in Malta and Indonesia. *International Journal of Arts & Sciences*, CD-ROM. ISSN: 1944-6934: 12(01):213–232.
 17. Belcourt, M., Burke, J., et Lee-Gosselin, H. (1991). *Une cage de verre: les entrepreneures au Canada*. Ottawa: Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.
 18. Bruni A., Gherardi S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur – mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management* 17(3): pp. 256–268. DOI:10.1108/09534810410538315.
 19. Bukhari, Abla Abdul Hamid, Al-Harbi, Manal Maqbool and Al-jasham, Hanan Nayef. (2020). Women's entrepreneurship in Saudi Arabia: features, opportunities, and challenges. *Comprehensive interdisciplinary electronic journal* (27). 1-40. https://www.eimj.org/uplode/images/photo/%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9_%D9%81%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%85%D9%84%D9%83%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9..pdf.
 20. Campos, F. (2019). *Libérons le potentiel de l'entrepreneuriat féminin en Afrique*. Washington: Groupe de la Banque Mondiale.
 21. Collège condition féminine CLD Longueuil. (2004). *Étude des besoins des entrepreneurs propriétaires de micro-entreprise privées ou travailleuses autonome de la ville de Longueuil*. Canada: Société Conseil BPS inc.
 22. Commission économique pour l'Afrique. (2019). *Rapport sur l'entrepreneuriat féminin: éducation et financement, clés de la réussite entrepreneuriale en Afrique*. Addis-Abeba.
 23. Constantinidis C., Cornet A., & Asandei S. (2006). Financing of Women-Owned Ventures: The Impact of Gender and Other Owner- and Firm-Related Variables. *Venture Capital* 8(2): pp. 133 – 157. DOI:10.1080/13691060600572557.
 24. Costa, J., & Pita, M. (2020). Appraising entrepreneurship in Qatar under a gender perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(3), 233-251. DOI:10.1108/ijge-10-2019-0146Corpus ID: 219084791.

25. d'Andria, A., et Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs: Trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale feminine. *Revue de l'Entrepreneuriat* ·DOI: 10.3917/entre.153.0087
26. Danis, N., et Leurs, Y. (2021). Entrepreneuriat féminin: la parité avance à petits pas. *Insee Flash Auvergne-Rhône-Alpes* (86): PP 1-2. https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/version-html/5229846/ar_inf_86.pdf.
27. El Morhit, M. (February 2015). Les étapes de la recherche documentaire (volume 7). Conference ISAG: Maroc.
28. Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., and Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. Babson College: Smith College and the Global Entrepreneurship Research Association. ISBN (ebook): 978-1-9160178-1-8.
29. Filatriau O., et Batto V. (2013). En 2012, plus d'immatriculations d'auto-entreprises, moins de créations de sociétés. *INSEE Première* (1443) pp. 1-4. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/version-html/1281359/ip1433.pdf>.
30. Fillion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. *Revue Internationale P.M.E.* 10(2), pp.129-172. <https://id.erudit.org/iderudit/1009026ar>.
31. Gasse, Y. (1982). L'entrepreneur moderne: attributs et fonctions. *Revue Internationale de Gestion* 7(4), pp:3-10.
32. GCC Women-Entrepreneurs in a New Economy. 2016. http://www.almasahcapital.com/images/events/pdf/news_399.pdf.
33. *Global Entrepreneurship Monitor report, Qatar State Report 2018*. https://www.qdb.qa/ar/Documents/GEM_2018_AR.pdf
34. Government of the state of Qatar, *Qatar National Vision 2030*. <https://hukoomi.gov.qa/ar/about-qatar/qatar-national-vision-2030>
35. Groupe de Travail sur L'entrepreneuriat Féminin. (1997). *Entreprendre au féminin*. Québec: Ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie.
36. Hagege, C., et Masson, C. (2012). Moins de créations d'entreprises individuelles en 2011. *INSEE Première* (1387). pp. 1-4. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/version-html/1281295/ip1387.pdf>.
37. Hendy, R. *Female Labor Force Participation in the GCC, Doha-Qatar*. 2016. Available online: https://www.difi.org.qa/wp-content/uploads/2017/12/paper_2.pdf.
38. Horiuchi, Madeline. (2020). *Female Entrepreneurship in Italy*. Ricci Scholar 2019-2020. Research Done in JFRC, Fall 2019. Link: <https://ecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?filename=0&article=1262&context=ures&type=additional>.
39. https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2013-0192/QEF_192.pdf
40. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/4739>
41. Hughes, K. D. (2006). Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 19 (2): 107-120. DOI: 10.1080/08276331.2006.10593362
42. International Labour Organization. (2021). *A global overview of employment and Social Affairs: trends for 2021*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---arabstates/---ro-beirut/documents/publication/wcms_797139.pdf
43. Itani, H., Sidani, Y., & Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs: motivations and frustrations. *Equality, Diversity and Inclusion*:

- An International Journal, 30(5): pp. 409-424.
DOI:10.1108/02610151111150654.
44. Kasereka, K. (2008). La Dynamique Entrepreneuriale en Territoire de Lubero. Mémoire de Licence Inédit. République démocratique du Congo: Université Catholique du Graben.
 45. Lavoie, D. (1988). Les entrepreneurs: pour une économie canadienne renouvelée. Ottawa: Conseil consultative canadien sur la situation de la femme.
 46. Mehrez, A. (2019). Investigating critical obstacles to entrepreneurship in emerging economies: A comparative study between males and females in Qatar. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(1), 1-15.
 47. Miniaoui, H., & Schilirò, D. (2017). Innovation and entrepreneurship for the diversification and growth of the gulf cooperation council economies. *Business and Management Studies* 3(3):69-81. DOI: 10.11114/bms.v3i3.2594
 48. Ministère de l'Industrie et du Commerce. (2000). Portrait statistique des femmes entrepreneurs. Québec: la Direction des communications.
 49. Ministry of economy of the United Arab Emirates. (2022). Entrepreneurship. <https://www.moec.gov.ae/>
 50. Molina, V., et Neveu-Chéramy, L. (2017). Entrepreneuriat féminin: près d'un tiers des créations d'entreprises, avec autant de chances de réussite que les hommes. *Insee Analyses* (54): pp 1-4.
 51. Moller, L., & Lotti, F. (2013). Female entrepreneurship and government policy: evaluating the impact of subsidies on firms' survival. *Questioni di Economia e Finanza* (192): 2-23
 52. Morris M.H., Miyasaki N.N., Watters C.E., & Coombes S.M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management* 44(2): pp. 221–244.
 53. Mundeke, A. (2010). L'entrepreneuriat féminin. Mémoire de Licence Inédit. République Démocratique du Congo: Université libre des pays des grands lacs.
 54. Naseem, S., & Dhruva, K. (2017). Issues and challenges of Saudi female labor force and the role of Vision 2030. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(4), 23-27.
 55. Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management* 25(3): pp. 22-28.
 56. OCDE. (2004). Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée. 2ème Conférence de l'OCDE des Ministres en Charge des Petites et Moyennes Entreprises (PME). Istanbul: Éditions OCDE.
 57. OCDE. (2017). Recommandation de 2013 du Conseil de l'OCDE sur l'égalité hommes-femmes en matière d'éducation, d'emploi et d'entrepreneuriat. Paris: Éditions OCDE.
 58. OECD. (2013). Annual Report on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises. <https://www.oecd.org/corporate/mne/2013annualreportontheguidelinesformnes.htm>.
 59. Ortiz-Diaz, S. (2013). L'impact des Réseaux Professionnels des Femmes sur L'entrepreneuriat Féminin: de La Reconnaissance à La Lutte contre L'isolement dans des Clubs des Créatrices de Montpellier et ses Alentours. Mémoire de Master Inédit. France: Université Montpellier 3 – Paul Valéry.
 60. Ouedraogo, L. et Lent, R. (1993). Femmes entrepreneurs au Sahel. Québec: Centre Sahel.

61. Piacentini, M. (2013), "Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges". OECD Social, Employment and Migration Working Papers (147): 1-43. <http://dx.doi.org/10.1787/5k43bvtkmb8v-en>.
62. Qatar science and Technology Park. (2022). <https://qstp.org.qa/ar/incubation-center/>
63. Shuqair, Iman Fuad Imam, Al-hadeef, Shurooq Abdullah, and Al-muhaimeed, Badr Mohammed Abdullah. (2018). Axes of enhancing the leading role of Saudi businesswomen "features, motivators, obstacles, empowerment policy": an applied study in Qassim region. *Journal of the Islamic University for economic and Administrative Studies* 6 (4). 206 – 231. <http://search.mandumah.com/Record/930366>
64. Tajeddini, et. al. (2018). Female tourism entrepreneurs in Bali, Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31(2017), 51-58. <https://womentourism.id/id/content/42-journal-review-female-tourism-entrepreneurs-in-bali-indonesia-tajeddini-et-al-2017>.
65. Tambunan, T. (2011). Development of small and medium enterprises in a developing country: The Indonesian case. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 5(1): 68-82. <https://ideas.repec.org/a/eme/jecpps/v5y2011i1p68-82.html>
66. Tambunan, T. (2017). Women Entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their Motivations and Main Constraints. *International Journal of Gender and Women's Studies* 5(1): 88-100. DOI: 10.15640/ijgws. v5n1p9
67. The second national development strategy of the state of Qatar (2018-2022): https://www.psa.gov.qa/en/knowledge/HomePagePublications/NDS2Final_AR.pdf
68. Torre, V. (2019). Entrepreneuriat féminin: La Corse dans le top 5 des regions. *Insee Flash Corse* (41): pp1-2.
69. Yani, Luh Putu Eka & Ayu, Media & Lestari, Tika & Aamer, Ammar. (2019). Barriers Analysis of Women's Entrepreneurship Development in Greater Jakarta. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Bangkok, Thailand, March 5-7.