

Women Entrepreneurship in the United Arab Emirates: Characteristics, Incentives, and Challenges

Raida Saeed Ali Al Ketbi

U19102832@sharjah.ac.ae

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.v1i148.4220>

Abstract:

The study aimed to investigate the current situation of women entrepreneurship in the UAE in terms of the personal, professional and social characteristics of female entrepreneurs, the motives that push them to enter the field of entrepreneurship, and the challenges they face. To achieve these goals, the study used a survey research method with a targeted sample of 210 businesswomen in the UAE. A survey tool was used to collect data. The study revealed that female entrepreneurs in the UAE possess a variety of personal, social and professional traits, including determination, flexibility and persuasive abilities. The results also showed that female entrepreneurs are motivated by various factors, including personal success, wealth and status, while Limited job opportunities and divorce emerged as important motivating factors. In addition, the study identified many challenges faced by female entrepreneurs in the UAE, including personal challenges such as lack of marketing skills, as well as environmental challenges such as insufficient start-up capital, and complex government procedures. The study recommended that female entrepreneurs focus on developing their marketing skills, hiring marketing consultants to help them develop effective marketing strategies, and prioritizing work-life balance by delegating tasks to trusted family members. In addition, emphasis was placed on providing financial support to aspiring women entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurship, women entrepreneurship, attributes, motivators, challenges, United Arab Emirates.

ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات، المحفزات، والتحديات

د. وسيلة يعيش - أستاذ مشارك
الباحثة روضة سعيد الكتبي
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الإنسانية
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية -
جامعة الشارقة/الشارقة - الإمارات العربية المتحدة
جامعة الشارقة/الشارقة - الإمارات العربية المتحدة

(مُلخَصُ البَحْث)

هدفت الدراسة إلى التحقيق في الوضع الحالي لريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث الخصائص الشخصية والمهنية والاجتماعية لرائدات الأعمال، والدوافع التي تدفعهن للدخول في مجال ريادة الأعمال، والتحديات التي يواجهونها. ولتحقيق هذه الأهداف، استخدمت الدراسة طريقة بحث مسحي مع عينة هادفة من ٢١٠ سيدات أعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة. تم استعمال أداة المسح لجمع البيانات.

وكشفت الدراسة أن رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة يمتلكن مجموعة متنوعة من السمات الشخصية والاجتماعية والمهنية، بما في ذلك التصميم والمرونة وقدرات الإقناع. كما أظهرت النتائج أن رائدات الأعمال يحفزها عوامل مختلفة، بما في ذلك النجاح الشخصي والثروة والمكانة، في حين برزت فرص العمل المحدودة والطلاق كعوامل محفزة مهمة. بالإضافة إلى ذلك، حددت الدراسة العديد من التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك التحديات الشخصية مثل نقص المهارات التسويقية، فضلا عن التحديات البيئية مثل عدم كفاية رأس المال في مرحلة البدء، والإجراءات الحكومية المعقدة.

وأوصت الدراسة بأن تركز رائدات الأعمال على تطوير مهارتهن التسويقية، وتوظيف مستشارين تسويقيين لمساعدتهم في تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة، وتحديد أولويات التوازن بين العمل والحياة من خلال تفويض المهام إلى أفراد الأسرة الموثوق بهم. وعلاوة على ذلك، جرى التشديد على تقديم الدعم المالي إلى صاحبات المشاريع الطموحات. **الكلمات المفتاحية:** ريادة الأعمال، ريادة الأعمال النسائية، السمات، المحفزات، التحديات، دولة الإمارات العربية المتحدة.

مقدمة:

تأثرت ريادة الأعمال منذ عصور بسلسلة من العلوم الإنسانية، مثل الاقتصاد والتسويق وعلم الاجتماع وعلم النفس والإدارة الإستراتيجية والتاريخ؛ أدى ذلك إلى ظهور العديد من النظريات والتفسيرات حول مفاهيم ريادة الأعمال.

يمكن إرجاع أساس ريادة الأعمال إلى نظرية احتكار القلة؛ إذ يهتم الرواد بحساب سعر وكمية المنتجات التي سيتم إنتاجها؛ من أجل اتخاذ القرارات المناسبة، ويعد المفكر الاقتصادي كارل ماركس (Karl Marx) رواد الأعمال بمثابة وكلاء لتحقيق التغيير الاقتصادي؛ من خلال مساهمتهم في التأثير الفعال على المجتمع.

وقد أدت التوجهات العالمية نحو التركيز على الاقتصاد المعرفي وتعميق ثقافة العمل الحر، والتخلص من قيود الوظيفة الحكومية إلى دعم أهمية مشروعات ريادة الأعمال لمساهمتها الكبيرة في دعم الاقتصاد، فمن الناحية الاقتصادية تؤدي إقامة مشروعات ريادة الأعمال إلى زيادة فرص العمل المناسبة وزيادة الطاقة الإنتاجية والتشغيلية للاقتصاد الوطني، ومن الناحية الاجتماعية فإن انتشار مفهوم الريادة في المجتمع يؤدي إلى توليد روح المبادرة والابتكار والتنافس.

وفي سياق ريادة الأعمال النسائية تشير بعض دراسات مركز التنمية التابع لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لعام ٢٠١٦م إلى إسهام المساواة بين الجنسين بشكل كبير في النهوض باقتصاديات المجتمعات والتنمية المستدامة، مما يضمن حياة أفضل للنساء والرجال والمجتمع ككل، كما تشير إلى أن الفجوات بين الجنسين تكلف الاقتصاد حوالي ١٥ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي. (Cuberes & Teignier، ٢٠١٦).

ويشير تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام (٢٠٢١، ٢٠٢٢) أنه على الصعيد العالمي، تمثل النساء حوالي واحد من كل ثلاثة رواد أعمال ذوي نمو مرتفع وواحد من كل ثلاثة رواد أعمال مبتكرين يركزون على الأسواق الوطنية والدولية. تمثل النساء في البلدان ذات الدخل المتوسط الأعلى بعضاً من أكثر رواد الأعمال ابتكاراً ونمواً عالياً في العالم، على قدم المساواة مع الرجال في التركيز على السوق الدولية. وما يقرب من نصف سيدات الأعمال اللواتي شملهن الاستطلاع في جميع أنحاء العالم يشاركن في قطاع الجملة/التجزئة وواحدة من كل خمس سيدات أعمال في الحكومة وقطاع الخدمات الاجتماعية (١٨.٥٪ من النساء مقابل ١٠.١٪ من الرجال). ومع ذلك، فإن ٢.٧٪ فقط من النساء مقارنة بـ ٤.٧٪ من الرجال يبدأن أعمالاً تجارية في مجال المعلومات وأجهزة الكمبيوتر والتكنولوجيا، وهو القطاع الذي يستقطب غالبية دولارات رأس المال الاستثماري في جميع أنحاء العالم.

(GEM، ٢٠٢١ - ٢٠٢٢)

وفي السنوات الأخيرة، تم قبول قيادة الأعمال النسائية على نطاق واسع في العديد من البلدان في الشرق الأوسط. حيث أرادت النساء تقديم مساهمات فعالة في النمو الاقتصادي من خلال قيادة الأعمال، وعلى الرغم من التحديات التي تواجه رائدات الأعمال في الشرق الأوسط، فقد أظهرت نتائج تقرير المركز الدولي للأبحاث التنموية الكندية، لتقييم السياق السياسي للمؤسسات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لعام ٢٠١٤، أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشكل الغالبية العظمى من مؤسسات منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (بين ٩٥ و ٩٩%)، ولكنها توفر عدداً أقل من الوظائف الخاصة (حوالي ٣٠ % مقارنة ببلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (حوالي ٥٠%)، وبلدان الدول الناشئة (٦٦%). ومن بين العقبات الرئيسية التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة، وفقاً لاستبيانات الأعمال التي أجراها البنك الدولي، هي عدم الاستقرار السياسي (عقبة رئيسية في لبنان وتونس ومصر وفلسطين واليمن). (Shah, et al., ٢٠٢١).

وقد شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة منذ تأسيسها تحولات كبيرة وسريعة في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وخاصة في مجال النهوض بقضايا المرأة ومشاركتها الاجتماعية، جاءت دولة الإمارات العربية المتحدة في المركز ١٨ عالمياً والأول إقليمياً في مؤشر المساواة بين الجنسين في تقرير التنمية البشرية الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي لعام ٢٠٢٠ لتصعد الإمارات بذلك ٨ درجات في سلم المؤشر خلال عام واحد فقط إذ حازت عام ٢٠١٩ على المرتبة ٢٦، محققة بذلك المستهدف الوطني بالوصول إلى قائمة أفضل ٢٥ دولة في العالم في هذا المؤشر بحلول عام ٢٠٢١م. وسوف نعرض من خلال هذا البحث لواقع قيادة المرأة الإماراتية من حيث سماتها ومحفزاتها والتحديات التي تواجهها.

مشكلة الدراسة:

يكشف استقراء الأدبيات المتخصصة في قيادة الأعمال النسائية أن سمات قيادة الأعمال النسائية ومحفزاتهن الريادية وكذلك التحديات التي تواجهها قيادة الأعمال النسائية تختلف إقليمياً ودولياً، حيث تؤكد دراسة أجراها Huybrechts et al (٢٠٢٠) حول الدوافع والحوافز التي تحول من دون انتشار قيادة الأعمال بين النساء في خمس دول أوروبية ووجدت اختلافات كبيرة بينها. حددت الدراسة ثلاثة أنواع من الدوافع: الفرص المتاحة في سوق الأعمال، الضرورة، والرغبة في تحقيق التوازن بين العمل والأسرة، والتي اختلفت عبر البلدان. فضلاً عن ذلك، وجدت الدراسة أن العوائق الرئيسية أمام قيادة الأعمال تتعلق بالوصول إلى التمويل، والافتقار إلى الشبكات، والمسؤوليات الأسرية، وأن هذه الحوافز تختلف أيضاً بين البلدان.

وفي دراسة أخرى أجريت من قبل Bosma et al (٢٠١٩) تمت المقارنة بين خصائص رواد الأعمال من الذكور والإناث في ٥٤ دولة، وتم التوصل إلى أن رائدات الأعمال كن أكثر عرضة لبدء أعمال تجارية في قطاع الخدمات، وكن أقل عرضة للبحث عن تمويل خارجي مقارنة برواد الأعمال الذكور. ووجدت الدراسة أيضا اختلافات كبيرة في خصائص رائدات الأعمال عبر البلدان، مما يشير إلى أن السياق الثقافي والاجتماعي والاقتصادي الذي تعمل فيه النساء يمكن أن يكون له تأثير كبير على سلوكهن الريادي.

علاوة على ذلك، استعرضت دراسة أجراها Kew and Stredwick (٢٠١٧) الأدبيات المتعلقة بزيادة الأعمال النسائية في البلدان النامية، ووجدت أن رائدات الأعمال يواجهن تحديات فريدة تتعلق بالوصول إلى التعليم والتدريب والتمويل. وحددت الدراسة أيضا الحواجز الثقافية والمجتمعية التي تمنع المرأة من المشاركة في أنشطة تنظيم المشاريع.

مما يعني أن زيادة الأعمال النسائية لا ترتبط بمواصفات شخصية تنفرد بها النساء عن الرجال، ولكنها تعود لعوامل بيئية خارجية (سياسية، اقتصادية، ثقافية، تشريعية)، تحتاج إلى المزيد من الاستكشاف والبحث وهذا ما يدفعنا لطرح التساؤل الرئيس التالي: ما واقع قيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة؟

وتتبع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية تتمثل في:

- ما سمات رائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة؟
- ما المحفزات التي تدفع النساء للتوجه إلى قيادة الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة؟
- ما التحديات التي تواجه زيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة؟

أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف العام لهذه الدراسة في تشخيص واقع قيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:
- التعرف على سمات رائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة.
 - التعرف على المحفزات التي تدفع النساء للتوجه إلى قيادة الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة.

- التعرف على التحديات التي تواجه زيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- #### أهمية الدراسة:

تحتل الدراسة الراهنة أهمية بالغة على ثلاث مستويات:

المستوي الذاتي:

أولاً: يكتسي تركيز الدراسة على دولة الإمارات العربية المتحدة أهمية خاصة لأن دولة الإمارات العربية المتحدة شهدت تركيزاً متزايداً على تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين

المرأة في السنوات الأخيرة. لذلك تسمح دراسة زيادة الأعمال النسائية في هذا السياق بفهم أعمق للفرص والتحديات المحددة التي تواجهها رائدات الأعمال في مجتمع سريع التطور. ثانياً: يمكن لهذه الدراسة أن تسلط الضوء على تنوع واتساع مساعي المرأة في مجال زيادة الأعمال، وتحدي الصور النمطية والأفكار المسبقة مع تقديم نظرة ثاقبة لدوافعها وتطلعاتها.

المستوى النظري:

أولاً: توفر الدراسة فهماً شاملاً لخصائص رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة. ويمكن استعمال نتائج هذه الدراسة لوضع سياسات ومبادرات محددة الأهداف مصممة خصيصاً لتلبية الاحتياجات الفريدة لرائدات الأعمال، وعليه تعزيز نظام أكثر شمولاً وتنوعاً لزيادة الأعمال في البلد.

ثانياً: من خلال تحديد الحوافز التي تدفع النساء نحو زيادة الأعمال، تسلط الدراسة الضوء على العوامل التي تحفز النساء على مواصلة زيادة الأعمال كخيار وظيفي قابل للتطبيق. يمكن استعمال هذه المعرفة لتصميم البرامج والسياسات التي تشجع وتدعم زيادة الأعمال النسائية، وعليه المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية على المستوى العالمي.

ثالثاً: تسلط الدراسة الضوء على التحديات التي تواجهها النساء عند بدء وإدارة مشاريعهن الخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة. ويمكن لهذه المعرفة أن تساعد في وضع السياسات والبرامج الرامية إلى التغلب على هذه التحديات، وبالنتيجة تعزيز بيئة أكثر دعماً وتمكيناً لزيادة الأعمال النسائية.

المستوى التطبيقي: تأمل الباحثة أن يدعم هذا البحث الدراسات المستقبلية حول توجهات المرأة الإماراتية في زيادة الأعمال، حيث يمكن استخدام نتائج واستنتاجات البحث الحالي كمدخل لتطوير زيادة الأعمال في دولة الإمارات. ومن المتوقع أن تساعد هذه الدراسة الحكومة والوكلاء المهتمين بتطوير مشاريع زيادة الأعمال النسائية، في تصميم وتطوير سياساتهم مع إيلاء اهتمام أكبر لتعزيز التدريب على تنظيم المشاريع، والتوعية بين النساء، ومناقشة أهم السياسات والتشريعات الداعمة لزيادة المرأة في دولة الإمارات، والعمل على دعم وتطوير المشاريع التي تنشط فيها رائدات الأعمال.

مفاهيم الدراسة:

١. مفهوم زيادة الأعمال:

تعرف زيادة الأعمال بأنها "أسلوب في الإدارة، وأن هذه الإدارة الريادية تسعى وراء الفرص وتقود التغيير، علاوة على أنها إدارات ذات توجه استراتيجي، بمعنى أنها إدارة الإستراتيجية، مما يعني أن الريادة مدخل إداري يمكن تعلمها" (Jarrar، ٢٠٢٢). لقد نظر

العلماء الذين يدعمون هذا المفهوم إلى ريادة الأعمال باعتبارها مجموعة من المهارات الإدارية والاستراتيجية التي يمكن تعلمها، بهدف إحداث التغيير.

وتعرف ريادة الأعمال أيضا بأنها: "عملية من خلالها يقوم شخص بنشاط أو ممارسة بغرض إنشاء مؤسسة جديدة لتحقيق أهداف اقتصادية، وهذا الشخص يعرف بالريادي الذي يبتكر شيء ذا قيمة أو نظم وممارسات لم تكن موجودة داخل المؤسسة من قبل بعض العاملين تحت إشراف المدير من أجل تحسين الأداء الاقتصادي لها عن طريق الاستغلال الكفء لموارد المؤسسة" (Mater & Zenova, ٢٠١١). وفي هذا المفهوم، تم التركيز على الابتكار كأساس في ريادة الأعمال، وهذا الابتكار يتخذ عدة أشكال، فقد يكون ابتكارا لمنتج جديد، وقد يكون ابتكارا لأساليب إنتاجية أو تسويقية أو إدارية جديدة.

وترى الباحثتان أن ريادة الأعمال "هي عملية الابتكار و/أو تحديد الفرص لخلق قيم جديدة وفريدة من نوعها في شكل منتجات (سلع و / أو خدمات) يمكن أن تلبي الاحتياجات البشرية وعليه يمكن أن تحقق الربح في المقابل".

٢. مفهوم ريادة الأعمال النسائية:

لا تختلف ريادة الأعمال النسائية في مفهومها عن ريادة الأعمال، إلا من حيث الإشارة إلى المرأة باعتبارها الفاعل الرئيسي في إنشاء المنظمة، وإدارتها، وتقديم القيمة المضافة المرجوة منها. والمتأمل للأدبيات المتخصصة، يجد أن التعدد في الرؤى التي يُنظر من خلالها 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, ٢٠١٣, 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 نفس المنظور، تعرف رودريغو والننت (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. 101)، باعتبارها المجال الذي تنشط فيه أية امرأة تتصف بالخصائص الآتية: "خيالية؛ تملك القدرة على وضع الأهداف وتحقيقها؛ لديها حساسية عالية تجاه 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. (d'Andria, A., & Gabarret, I. 2016).

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

وترى الباحثتان أن ريادة الأعمال النسائية هي عملية بدء وإدارة مشروع تجاري من خلال امرأة أو مجموعة من النساء. وهو ينطوي على تحديد فرصة، ووضع خطة عمل، والحصول على الموارد اللازمة، وتنفيذ استراتيجيات لإنشاء وتنمية الأعمال التجارية.

الدراسات السابقة

أجريت عديد الدراسات السابقة حول ريادة الأعمال النسائية في العالم، نستعرض عددا منها فيما يلي مرتبة بحسب تساؤلات الدراسة:

١. دراسة (الفرجاني، ٢٠١٩). (خصائص ومعوقات ريادة الأعمال النسائية: دراسة تطبيقية على النوادي الرياضية النسائية في مدينة بنغازي)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم خصائص رائدات الأعمال في النوادي الرياضية النسائية الخاصة في مدينة بنغازي، وتحديد أهم المعوقات التي تواجه رائدات الأعمال في النوادي محل الدراسة، وتم استعمال المنهج الوصفي من خلال المقابلات المتعمقة، كما تم إتباع أسلوب العينة العنقودية ل ٣٠ سيدة من رائدات الأعمال في النوادي الرياضية النسائية الخاصة في مدينة بنغازي.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تمتع معظم صاحبات النوادي الرياضية النسائية بالخصائص الشخصية لرائدات الأعمال المتمثلة في الثقة بالنفس، والتفاؤل، والاندفاع للعمل، والمخاطرة، والالتزام بالعمل، كما بينت نتائج الدراسة امتلاك بعض صاحبات النوادي

الريادة النسائية للقدرات الإدارية اللازمة لأداء أعمالهن متمثلة في المعرفة الفنية، والقدرات التحليلية، والابتكار، والتجديد.

٢. دراسة (Devi, et. Al., 2021). **A STUDY ON PERCEPTION ,TOWARDS WOMEN ENTREPRENEURSHIP**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المحفزة لريادة الأعمال النسائية، والتعرف على الفرص المتاحة لنمو ريادة الأعمال النسائية. تم جمع البيانات الميدانية باستعمال منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وسحبت مفردات العينة المقدره ب ١٠٦ مستجيبة بالطريقة العمدية، وطبق الاستبيان في جمع البيانات.

كشفت الدراسة عن محفزات ريادة الأعمال النسائية مرتبة وفقاً لأهميتها فيما يلي: "تعزيز مكانة المرأة"، "الاستقلال الاقتصادي"، "زيادة الاعتراف الاجتماعي بالمرأة" وتأتي في المرتبة الأخيرة: "زيادة وضع المساواة للمرأة".

٣. دراسة/ (أزداد، ٢٠٢١). البناء الحضاري والثقافي في ريادة الأعمال: بناء الشخصية نموذجاً.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على صفات رائد الأعمال باعتباره أحد أسس تحقيق النمو الاقتصادي للوصول إلى التقدم والتطور في جميع القطاعات المهمة. واستعملت الدراسة المنهج التحليلي المقارن، وخلصت إلى تحديد السمات الشخصية والاجتماعية والمهنية لرائد الأعمال من وجهة نظر بعض المفكرين وتتمثل أهمها في؛ اتسامه بروح المخاطرة والابتكار والقدرة على التمييز بين النجاح المحتمل وغير المحتمل، والحاجة إلى الإنجاز وحب السيطرة والثقة بالنفس والاستقلالية وانعدام الأمن والاستقرار العاطفي والخوف من الفشل والانفتاح على التجارب الجديدة وإعطاء الأوامر وتحديد الأهداف وتنفيذها والعمل بجد ومواجهة المشاكل والحسم فيها. فضلاً عن النرجسية والغرور والعدوانية واللامبالاة بالآخرين من وجهة نظر مفكرين آخرين. وأشارت الدراسة إلى أن بعض المدارس الغربية لريادة الأعمال تؤكد بأن رائد الأعمال يولد بتلك الصفات ويكتسب بعضها من المواقف البيئية المحيطة به.

٤. دراسة (Lipy, et. al., 2021). **Factors of Women Entrepreneurs' success in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh**

هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في العوامل الرئيسية التي تؤثر على نجاح رائدات الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة فريدبور. استعملت الدراسة المنهج

الوصفي، أجريت هذه الدراسة على ٦٧ سيدة أعمال من مدينة فريدبور، باستعمال المقابلة، فيما تم استعمال الاستبيان لجمع البيانات الأولية.

كشفت الدراسة عن مجموعة من العوامل التي تؤثر على نجاح رائدات الأعمال، من بينها العوامل النفسية والتحفيزية التي تؤثر بشكل كبير وإيجابي على نجاح رائدات الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة. وأظهرت نتائج الاستطلاع أيضا أن رائدات الأعمال يواجهن مجموعة من التحديات بما في ذلك التحديات المالية والتكنولوجية ونقص التدريب المناسب ودعم الأسرة والمرشدين والموظفين الأكفاء والتواصل لممارسة الأعمال التجارية في بنغلاديش.

٥. دراسة (Pal & Mishra, 2021). **Success of Women Entrepreneurs: An Empirical Study on Indian Women Entrepreneurs**

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على عوامل نجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تديرها النساء في كولكاتا، الهند. كما سعت إلى التعرف على التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال، والاختلاف في إدراك عوامل النجاح من قبل رائدات الأعمال المتعلمات وغير المتعلمات، والعوامل التي تجبر (دفع) وتحفز (سحب) هؤلاء النساء لبدء مشاريعهن الخاصة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال استبيان ذاتي الإدارة ملاء أكثر من ١٣٠ امرأة من صاحبات المشاريع.

وكشفت النتائج أن النساء يعتبرن السمات الشخصية مثل المهارات وأخلاقيات العمل وعلاقات العملاء الجيدة عامل النجاح الأكثر أهمية للأعمال التجارية. أما التحديات التي تواجهها فهي تستند في الغالب على أساس الجنس مما يؤدي إلى تدني احترام الذات. تدفع البطالة النساء إلى ريادة الأعمال في حين أن الرغبة في الاستقلال الاقتصادي تجذبهن أو تحفزهن على الدخول في ريادة الأعمال.

٦. دراسة (ضيف وبوران، ٢٠١٧). (دراسة ميدانية لريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط: التحديات والفرص).

هدف هذا البحث إلى الكشف عن مدى إمكانية رفع التحديات المتعلقة بريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وهذا بالاعتماد على مراجعة مجموعة من الدراسات السابقة، بالإضافة إلى تحليل قاعدة بيانات المؤسسة الوطنية لدعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANSEJ) في الجزائر بالتحديد في منطقة وهران.

توصلت الدراسة إلى أن المرأة رائدة تواجه عدة صعوبات يمكن تحديدها وفقا لأهميتها في مجموعتين: العوائق الاقتصادية، وهي الصعوبات المتعلقة باختيار القطاع؛ الصعوبات

المالية؛ الصعوبات التجارية؛ نفقات السجل التجاري والتسجيل للمؤسسة المصغرة؛ المشاكل الإدارية. العوائق الاجتماعية: وهي مشاكل أسرية؛ صعوبات متعلقة بالشبكات الاجتماعية؛ صعوبات في صورة المرأة رائدة؛ مشكلة التحرش؛ قضايا الفساد.

٧. دراسة (رفاعي، ٢٠١٧). (ريادة الأعمال النسائية كمدخل للتنمية القائمة على المعرفة: دراسة حالة لعينة من رائدات الأعمال).

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهمية تعزيز ريادة الأعمال النسائية باعتبارها استراتيجية فعالة لتمكين المرأة في ظل التنمية القائمة على المعرفة، واعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي التحليلي مستخدمة طريقة دراسة الحالة، تم اختيار عينة عمدية لجميع الشركات التي أسستها أو شاركت في تأسيسها رائدات أعمال، وبلغ ثلاث شركات، وافقت اثنين من رائدات الأعمال على إجراء الدراسة، بينما رفضت الأخيرة، وبذلك أصبحت عينة الدراسة مشكلة من شركتين، أما أداة جمع البيانات فتمثلت في المقابلة المتعمقة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: توافر جميع مقومات ريادة الأعمال النسائية بمجتمع الدراسة، وتمثلت في الإبداع، والابتكار، والمخاطرة، والمبادأة. كما أظهرت الدراسة اعتماد ريادة الأعمال النسائية (بالحاضنة التكنولوجية جسر) على الركائز الأساسية للتنمية القائمة على المعرفة وهي تحويل الفكرة المبتكرة إلى نظام اقتصادي مؤسسي متكامل، بتأسيس الشركة والبدء الفعلي في تقديم منتج مبتكر، بالاعتماد على بنية تكنولوجية ومعلوماتية تخلق الإبداع والتفرد للشركة، مع تكثيف المعرفة بالتدريب والتطوير المستمر للوصول لأحدث ما وصل إليه العلم في مجال العمل. وفيما يتعلق بالتحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية فقد تمثلت في رفض الثقافة المجتمعية للعمل غير التقليدي للمرأة، وصعوبة توفير العمالة الاحترافية، والضرائب، وظهور منافس غير مباشر عند التنفيذ، والعشوائية في اتخاذ القرارات، وعدم كفاية التمويل في ظل عدم استقرار أسعار العملة، وأخيرا عدم وجود مستثمر يدعم الشركة عند بداية تأسيسها.

٨. دراسة (Ansari, et. al., 2020) (Women Entrepreneurship through) (Microfinance Institute in India).

هدفت هذه الورقة البحثية الي دراسة الفرص المتاحة للمرأة في مجال تنظيم المشاريع والاستفادة منها والتحديات التي تواجهها من خلال معهد التمويل الأصغر في الهند. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، تم جمع البيانات الأولية من مؤسسة التمويل الصغيرة من خلال الاستبيانات. وأشارت نتائج التحليل إلى أن معظم النساء لا يعرفن مرافق التمويل البالغ الصغر. ويلاحظ أن النساء المقترضات لا يحصلن على دعم من أسرهن للحصول

على القرض مما يخل بمعنويات النساء وثقتهن. وبسبب الأمية، تجد النساء صعوبة في التقدم بطلب للحصول على قرض وفهم مخططات المعهد.

على ضوء ما تقدم، تتضح الإضافة الأصيلة للدراسة الحالية في سعيها لسد الفجوة المعرفية القائمة حول ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، فعلى الرغم من المناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي الداعم لريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات، والعدد المتنامي للشركات الناشئة التي تملكها وتديرها النساء، إلا أن البيانات الأمبريقية حول واقع ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات، من حيث مجالاتها ومحفزاتها والتحديات التي تواجهها شحيحة للغاية، مما يجعل ميدان البحث بكرة، لذلك تأمل الباحثان في أن تقدم هذه الدراسة إضافة أصيلة ومساهمة فعالة في سد هذه الفجوة المعرفية والمساعدة في تحديد الاتجاهات والخطط المستقبلية لدعم ريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات.

الإطار النظري:

أولاً- أنماط ريادة الأعمال النسائية:

في الثمانينات، وتحديداً مع أعمال نيدر (Neider)، بدأت الأبحاث السابقة في مجال ريادة الأعمال النسائية في التأكيد على الاختلافات بين رائدات الأعمال من حيث دوافعهن في تنظيم المشاريع، وتصنيفهن إلى مجموعات منفصلة، وقد اكتشف الباحثون أنه لا توجد سيدات أعمال ولا شركات متجانسة، بسبب الاختلافات في خلفياتهن وتطلعاتهن وخبراتهم والظروف التي يعملن فيها. علاوة على ذلك، فإن دوافعهن و أنواع الأعمال التجارية التي يبدو أنها تتأثر بوضعهن العائلي. (d'Andria et Gabarret، ٢٠١٦).

في هذا السياق، ظهر المنظور الاقتصادي الراسخ في الأدبيات المتخصصة، والذي يقوم على الفكرة الأساسية القائلة بأن قرار إطلاق مشروع ريادي هو نتيجة لعملية مقارنة يقارن فيها الفرد الأرباح المحتملة من الأنشطة المختلفة ثم يختار الحل الأكثر ربحية (Arenius & Minniti، ٢٠٠٥)، وقد مكن هذا المفهوم من نشر العديد من الأعمال المصنفة في إطار مقارنة الدفع والسحب، التي تنص على أن المرأة لا تسعى إلى تنظيم المشاريع ما لم تقدم لها عائداً اقتصادياً أعلى (جاذبية) أو إذا كانت هناك ندرة في فرص العمل (الدفع). كانت ميزة هذه المقاربة أنها سمحت للباحثين بالتمييز بين نوعين من رائدات الأعمال: رائدات الأعمال اللواتي تحركهن الحاجة (البطالة، الهجرة، الطلاق، والترمل...) ورائدات الأعمال اللواتي يبحثن عن فرصة في سوق الأعمال. (d'Andria et Gabarret، ٢٠١٦).

وبحسب دراسة (Constantinidis) وزملاؤها ، فإن رائدات الأعمال لسن مجموعة متجانسة لأنهن يختلفن من حيث سماتهن الشخصية وقدراتهن ومهاراتهن ، وشبكاتهن الاجتماعية ، وجودة الأعمال التي يديرونها ، ومصادر التمويل التي يعتمدن عليها، وهذا يشير إلى أنه ينبغي تصنيف رائدات الأعمال على أساس نسبتهن من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي بدلا من دوافعهن في مجال تنظيم المشاريع، ثم قدمت الباحثات تصنيفا لثلاثة أنواع من الرياديات: (أ) ذوات المستوى العالي من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي ؛ (ب) ذوات المستوى المنخفض من رأس المال البشري والاجتماعي والمالي ؛ (ج) اللواتي يدرن شركة عائلية. (Constantinidis, et al., ٢٠٠٦).

ثانياً- محفزات ريادة الأعمال النسائية:

تخضع ريادة الأعمال النسائية لمحفزات متنوعة، بعضها تصنف كعوامل دفع ضاغطة، تجبر المرأة على دخول عالم ريادة الأعمال أبرزها: (الفقر، الطلاق، الترميل، البطالة، التمر الوظيفي). وبعضها الآخر يصنف كعوامل جذب تسمح لها بتحقيق طموحاتها الشخصية وأبرزها: (تحقيق الذات، والنجاح الشخصي، الرضا الوظيفي، الاستقلالية). 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، بينما تبرز محفزات الجذب أكثر في الدول ذات النمو الاقتصادي المرتفع. مما يعني أن رائدات الأعمال لا يمثلن مجتمع بحث متجانس، وأن الباحث في هذا المجال لابد أن يأخذ هذا التنوع في الخصائص السوسيو-ديمغرافية، والسياقات المجتمعية والعائلية التي تنشط فيها، وفي المحفزات الشخصية والبيئية بعين الاعتبار عند تعميم النتائج.

تؤكد عديد الدراسات الاجتماعية أيضا على أهمية ودور الجماعة أو ما يعرف بشبكة المعونة الأسرية في دخول الأفراد قطاع المشاريع الصغيرة، بل ومدى نجاحهم فيها، وحتى الآن تعدّ العوامل الاجتماعية والثقافية السبب إما في نجاح المشروع الريادي أو فشله، حيث إن الفرد الذي يقوم بإنشاء فكرة معينة تكون مرتكزة على خلفية اجتماعية مثل صفات المجتمع والعائلة والأعراف والمشاركة، والتعاون، والأصدقاء، والأقارب (شامي، ١٩٩٥)، حيث تمارس العائلة دورا مهما في حياة المرأة، فالعديد من النساء الرياديات تدرن مشاريعهن، من خلال الدعم من قبل العائلة والأصدقاء وخصوصا في المراحل الأولى من إنشاء المشروع، وكثيرا من النساء تخطين فكرة انتظار الوظيفة ومشكلة البطالة وبدأن بإنشاء مشروعهن الخاص والعمل من أجل توفير دخل مادي لهن ولعائلاتهن. (علام، وآخرون. ٢٠١١).

ثالثاً- تحديات ريادة الأعمال النسائية:

تعدّ التحديات التي تواجه المرأة في بيئتها وفي حياتها عائقاً كبيراً في طريق نجاحها وتطورها الريادي سواء كانت مالكة لأي مشروع ريادي أو أنها مشاركة فيه، وهذه التحديات موجودة في كافة دول العالم تقريباً، إلا أنها أكثر تركيزاً في دول العالم النامية، وسوف نتناول فيما يلي بعض التحديات التي تواجه المرأة الريادية:

أولاً: المنافسة الشديدة: لقد أصبحت المرأة في عصر التكنولوجيا الحديث تواجه مشاكل وتحديات أكبر مما سبق، نظراً لازدياد أعداد المشاريع الإنتاجية المختلفة في كل مكان، وضخامة هذه المشاريع، وكبر حجم إمكانياتها المالية والفنية والتكنولوجية، وازدياد حدة المنافسة بين هذه المشاريع وتطور الوسائل الفنية والتكنولوجية المتعددة التي تستخدم لعمليات التصنيع والإنتاج والتسويق، مقارنة بما تمتلكه المرأة من إمكانيات مادية ومعرفية وفنية وإنتاجية و تسويقية متواضعة، لا تؤهلها للمنافسة بقوة في السوق، فهي لا زالت تحتاج الكثير من الإمكانيات والدعم في هذه المجالات كافة ، لذلك يتحتم على المرأة أن تبذل قصارى جهدها لمواكبة هذه التطورات والبحث عن المساعدات الفنية اللازمة والملائمة لمشروعها، حتى تتمكن من البقاء والاستمرارية في مشروعها ضمن إمكانياتها المتواضعة التي تمتلكها وإن الحاجة إلى وجود التكنولوجيا تحدث العديد من التغيرات للمشاريع التي تدار حالياً. كما وأن العلاقة ما بين المهارات التكنولوجية وتطور المشروع علاقة هامة وحاسمة. (علام، وآخرون. ٢٠١١).

ثانياً: صعوبة تحقيق التوازن بين المسؤوليات: يطلب المجتمع من المرأة العاملة أن تحقق التوازن المثالي بين مسؤوليتها في العمل وواجباتها المنزلية، لأنها قد تكون أما وزوجة إلى جانب واجباتها المهنية، وعليه، فإن فكرة دخول المرأة في مجال ريادة الأعمال ليست مقبولة اجتماعياً إلى حد كبير، وقد يتم محاربتها ضمناً في العديد من المجتمعات العربية حيث يهيمن موضوع الأسرة المحافظة وبقاء النساء في منازلهن. (فرحات، ٢٠١٢). وإذا قررت العمل وتمكنت من تحقيق التوازن بين واجباتها، تجد الكثير من الضغط عليها لترك العمل أو الاختيار بينه وبين عائلتها.

رابعاً- النظريات المفسرة لريادة الأعمال النسائية:

١. نظرية السمات الشخصية

تقدم نظرية السمات الشخصية مفهوماً لتحليل وفهم شخصية الفرد. تشير هذه النظرية إلى أن الاختلافات بين الأفراد تعتمد على السمات الشخصية التي يمتلكونها. تقوم النظرية بتحديد مجموعة من السمات الأساسية والتصرفات الشخصية التي تشكل شخصية الفرد وتؤثر في سلوكه. توجد ثلاثة أنواع رئيسية من التصرفات في هذه النظرية: (Mungure،

(٢٠٢١) التصرفات الأساسية التي تميز الشخصية وتظهر بوضوح، والتصرفات المركزية التي تكون أقل بروزاً، ولكنها مهمة في كل فرد، والتصرفات الثانوية التي تكون أقل وضوحاً واستقراراً وتظهر في سياقات محددة. (Hisrich, et al, ٢٠٠٧)، كما تشير الأبحاث إلى أن رائدات الأعمال غالباً ما يمتلكن سمات شخصية معينة تسهم في نجاحهن. فعلى سبيل المثال، تعد الكفاءة الذاتية والاستباقية والمخاطرة من السمات الشخصية المرتبطة بالريادة. الكفاءة الذاتية تعزز قدرة الفرد على التعامل مع التحديات وتحمل المخاطر، في حين أن الاستباقية تسهم في اتخاذ المبادرة واستغلال الفرص. (Bandura, 1997; Zhao et al, ٢٠٠٥). ومع ذلك، من المهم ملاحظة أن العلاقة بين سمات الشخصية وريادة الأعمال معقدة، ولا تمتلك جميع رائدات الأعمال هذه السمات على قدم المساواة. علاوة على ذلك، هناك عوامل أخرى مثل السياق الاجتماعي والثقافي، والوصول إلى الموارد، والدعم المؤسسي تلعب أيضاً دوراً حاسماً في تشكيل ريادة الأعمال النسائية. (Aidis et al, ٢٠٠٧).

٢. نظرية النوع الاجتماعي

ظهرت نظرية النوع الاجتماعي في عام ١٩٨٠ لمعالجة التحيز الذكوري في برامج وسياسات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ولتحقيق العدالة بين الجنسين في المشاركة وتوزيع الموارد. تهدف النظرية إلى تفسير أوجه التمايز بين الجنسين، كما تهدف إلى تقليص الفجوات الجندرية بينهما، من خلال رفض الثقافة الأبوية، ومعالجة التفاوتات في المشاركة والامتيازات، من خلال الدعوة إلى تمكين المرأة، وإشراك جميع المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في النهوض بأوضاعها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

إن "تأنيث" ريادة الأعمال، المتجذر في نظرية النوع الاجتماعي، يعترف بالدور الحيوي للمرأة في مختلف قطاعات التنمية، ويؤكد على أن التقسيم التقليدي للأدوار بين الجنسين هو مجرد تقسيم ثقافي متجذر في العادات والتقاليد يمكن تجاوزه من خلال تعليم المرأة وتدريبها، وتطوير مهاراتها، ووضع التشريعات القانونية الداعمة لها، وإتاحة الفرص لها للمشاركة في عملية التنمية. ولذلك كان لنظرية النوع الاجتماعي تأثير كبير على تمكين النساء بشكل عام، ورائدات الأعمال بشكل خاص، لأنها سلطت الضوء على تأثير المعايير المجتمعية والثقافية على أدوار الجنسين، وكيف يمكن لهذه المعايير أن تحد من فرص المرأة في مختلف المجالات، بما في ذلك ريادة الأعمال. ومن خلال الاعتراف بأهمية النوع الاجتماعي في تشكيل تجارب الأفراد وفرصهم، مكنت نظرية النوع الاجتماعي صانعي السياسات والباحثين من فهم أفضل للتحديات الفريدة التي تواجهها رائدات الأعمال، وتصميم التدخلات والسياسات الداعمة لهن (عرفات، ٢٠١٠؛ ضيف وبوران، ٢٠١٧).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً- مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع رائدات الأعمال المسجلات في التقارير الرسمية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وطبقاً لتقرير الاتحاد النسائي العام فإن التمكين الاجتماعي والاقتصادي للمرأة في الإمارات، أسهم في بلوغ عدد رائدات الأعمال الإماراتيات ٢٥,٠٠٠ سيدة، يملكن ٥٠,٠٠٠ رخصة تجارية، ويدرن مشاريع تتجاوز قيمتها ٦٠ مليار درهم. (السويدي، ٢٠٢١).

ثانياً- عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من رائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة اللواتي استقدن من دعم مؤسسات المجتمع المدني الفاعلة في مجال تمكين المرأة ودعم ريادة الأعمال النسائية، وقد حصلت الباحثة على معلومات العينة من إحدى منظمات المجتمع المدني وكان عددهن (٧١٥) رائدة أعمال، واعتمدت الدراسة على اختيار عينة عمدية بواقع (٢٥٠) من رائدات الأعمال وتم توزيع الاستبانة الخاصة بالدراسة للحصول على البيانات الأولية، إذ تم توزيع (٢٥٠) استبانة، وبلغ مجمل المسترد (٢٣٠) واستبعاد (٢٠) منها لعدم إكمالها وصلاحياتها للتحليل وبذلك وصل مجموع الاستبانات الصالحة للتحليل (٢١٠) استبانة أي ما نسبته (٨٤%) ، وفيما يلي عرض لخصائص العينة.

جدول رقم (١) يوضح خصائص العينة

البيانات الشخصية	ك	%
العمر	أقل من ٣٠ سنة	26.2
	٣٠ - ٣٩ سنة	33.3
	٤٠ - ٤٩ سنة	26.7
	٥٠ سنة فما فوق	13.8
	الإجمالي	210
مكان الإقامة	أبو ظبي	17.6
	دبي	23.3
	الشارقة	12.9
	عجمان	13.3
	رأس الخيمة	7.6
الفجيرة	33	15.7

9.5	20	أم القيوين	
100	210	الاجمالي	
15.7	33	عزباء	الحالة الاجتماعية
48.6	102	متزوجة	
23.3	49	مطلقة	
12.4	26	أرملة	
100	210	الاجمالي	
53.3	112	مواطنة	
46.7	98	مقيمة	
100	210	الاجمالي	
1.0	2	أقل من الثانوية العامة	المستوى التعليمي
2.4	5	الثانوية العامة	
8.1	17	دبلوم عالي	
50.5	106	بكالوريوس	
38.1	80	دراسات عليا	
28.6	60	ريادة الأعمال الاجتماعية (الصحة، التعليم، الرياضة، الاستشارات،...)	المجال الريادي
24.3	51	ريادة الأعمال الثقافية (الأدب، المسرح، السينما، الموسيقى، الإنتاج الفني،...)	
19.0	40	ريادة الأعمال المؤسساتية (الزراعة، الصناعة، تجارة الجملة والتجزئة، البرمجة والخدمات السحابية،...)	
18.6	39	ريادة الأعمال المشاركة (السكن، شق الطرقات، تطوير البرمجيات،...)	
9.5	20	ريادة الأعمال الناشئة	
الإجمالي = ٢١٠، ١٠٠%			

ثالثاً- أداة الدراسة:

مثلت الاستبانة أداة الدراسة الحالية والتي تعرف على أنها: "وسيلة لجمع البيانات والمعلومات، يقوم فيها الأفراد (المبحوثون) بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة التي تحتويها استمارة البحث أو ملء استمارة البحث بأنفسهم" (القضاة والشريفين، ٢٠١٩). تم تصميم استبانة تغطي عباراتها جميع تساؤلات الدراسة، وقد تم الاعتماد في إعدادها على الدراسات السابقة، حيث اشتقت منها عبارات وطورت أخرى بما يتناسب مع أهداف الدراسة، وقد تم إعداد الاستبانة في صورتها الأولية؛ بحيث اشتملت على ثلاثة محاور وهي: سمات رائدة الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة، محفزات ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، التحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة. واستخدمت الباحثان مقياس ترتيبي (ليكرت الثلاثي) الذي يتكون من ثلاث إجابات هي: (لا أوافق، أوافق إلى حد ما، أوافق) للإجابة على فقرات الاستبانة.

صدق أداة الدراسة

للتحقق من صدق محتوى الأداة قمنا بإجراء دراسة قبلية (pilot study) على عينة خارج مجتمع الدراسة استعداداً لجمع البيانات المهمة والضرورية، وتكونت من (٢٠) مستجيبة وزعت عليهن الاستبانة للتعرف على مدى وضوح الأسئلة الواردة فيها، وقد خرجت الاستبانة بصورتها الأولية كما هو موضح في الملحق رقم (١).

ولقياس الصدق الظاهري للدراسة تم استعمال صدق المحكمين والذي يعرف بأنه "قيام الباحث بفحص مضمون الاختبار فحصاً دقيقاً منتظماً لتحديد ما إذا كان يشتمل على عينة ممثلة لميدان السلوك الذي يقيسه". (القصابي، ٢٠٢٠)، فبعد الانتهاء من تصميم الاستبانة في صورتها الأولية تم عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص، بلغ عددهم سبعة محكمين، وذلك لإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول النقاط التالية:

- شمولية الاستبانة لمحاور البحث.
 - سلامة الصياغة العلمية لفقرات الاستبانة.
 - سلامة الصياغة اللغوية لفقرات الاستبانة.
 - خلو الاستبانة من الحشو والتكرار.
- حيث أبدى السادة المحكمون آراءهم في الاستبانة مع تسجيل بعض الملاحظات الهامة ومنها:
- إعادة الصياغة اللغوية لبعض الأسئلة.
 - حذف بعض الأسئلة وتعديل بعضها الآخر.

وفي ضوء ملاحظات السادة المحكمين تم تعديل اللازم، بحيث تم حذف أربع بنود لتكرار نفس المفهوم في بعضها. كما تم تعديل صياغة بعض البنود، وتغيير بعض البدائل كما أشار إلى ذلك السادة المحكمون. (ملحق ٣)

ثبات أداة الدراسة (Reliability Test):

يقصد بثبات أداة الدراسة هو أن تعطي الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، (محمد، ٢٠١٩). وقد قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بطريقتين هما : معادلة سبيرمان Spearman للتجزئة النصفية: إذ تم تجزئة فقرات الاستبانة إلى جزأين: البنود ذات الأرقام الزوجية، والبنود ذات الأرقام الفردية، حيث أن هذه الطريقة تتميز بتشابه ظروف التطبيق للأسئلة الفردية والزوجية وعدم التأثير بالممارسة والتدريب، وتوفير الوقت والجهد. تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين النصف الأول للاختبار والنصف الثاني منه، ثم صححت الباحثة معامل درجات الارتباط بين نصفي الاختبار إلى معامل ثبات كلي عن طريق معادلة سبيرمان براون، والتي تسمى بالمعادلة التصحيحية.

جدول (٣)

نتائج الثبات باستخدام معادلة سبيرمان براون للتجزئة النصفية لصحيفة استقصاء المبحوثات (ن=٢٠)

م	المتغيرات	عدد العبارات	معادلة سبيرمان براون
1	ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل	71	0.920
2	السمات الشخصية لرائدة الأعمال	8	0.855
3	السمات الاجتماعية لرائدة الأعمال	8	0.879
4	السمات المهنية لرائدة الأعمال	14	0.883
5	سمات رائدة الأعمال	30	0.929
6	محفزات الدفع	9	0.886
7	محفزات الجذب	8	0.865
8	المحفزات	17	0.891
9	التحديات الشخصية	13	0.843
10	التحديات البيئية	11	0.868
11	التحديات	24	0.912

يوضح الجدول (٣) أن معظم معاملات الثبات للمتغيرات تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وبذلك يمكن الاعتماد على نتائجها وأصبحت الأداة في صورتها النهائية.

رابعاً- المعالجة الإحصائية

في ضوء منهج المسح الاجتماعي بالعينة، تم استعمال الإحصاء الوصفي والاستدلالي في المعالجة الإحصائية للبيانات، واعتمد تفرغ البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية SPSS، بهدف معالجتها على وفق الاختبارات التي تحقق أغراض الدراسة، وتحديد الأساليب الآتية :

١. أساليب الإحصاء الوصفي ومنها:

مقاييس النزعة المركزية: وشملت الوسط الحسابي لتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة وترتيبها.

مقاييس التشتت: وشملت الانحراف المعياري لتحديد مدى التبعثر الإحصائي.

٢. أساليب الإحصاء الاستدلالي ومنها:

– معامل الارتباط بيرسون ومعادلة سبيرمان وذلك لحساب معاملات الثبات للأسئلة والمتغيرات باستعمال معامل ارتباط بيرسون أو بالتجزئة النصفية باستعمال معادلة سبيرمان.

عرض، تفسير ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً: عرض تفسير ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الأول

نستعرض ونناقش فيما يلي نتائج التساؤل الفرعي الأول المتعلق بسمات رائدة الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة الشخصية والاجتماعية والمهنية.

جدول (٢): السمات الشخصية لرائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة

الترتيب	النسبة المئوية	مستوى الاستجابة	متوسط الوزن المرجح	التكرار						العبارة	م
				لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
7	81.33%	مرتفع	2.44	8.6	18	39.0	82	52.4	110	تتميز رائدة الأعمال بالثقة بنفسها	1
8	80.00%	مرتفع	2.40	11.4	24	36.7	77	51.9	109	رائدة الأعمال هي امرأة مثابرة	2
1	92.00%	مرتفع	2.76	1.4	3	21.4	45	77.1	162	تتميز رائدة الأعمال بروح الإصرار والتحدي	3
3	86.67%	مرتفع	2.60	3.8	8	32.9	69	63.3	133	تتميز رائدة الأعمال بالذكاء	4
2	90.67%	مرتفع	2.72	1.9	4	23.8	50	74.3	156	تتسم رائدة الأعمال بالصبر والتحمل	5
4	84.67%	مرتفع	2.54	7.6	16	30.5	64	61.9	130	تتميز رائدة الأعمال بالاستقلالية في الرأي	6
5	84.67%	مرتفع	2.54	2.9	6	40.0	84	57.1	120	تمتلك رائدة الأعمال الاتزان الانفعالي	7
6	82.00%	مرتفع	2.46	11.4	24	31.4	66	57.1	120	تتميز رائدة الأعمال بالطموح	8
	85.26%	مرتفع	2.56	6.13%	103	31.96%	537	61.90%	1040	متوسط المحور	

يوضح الجدول السابق السمات الشخصية لرائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة، إذ أكدت المستجيبات على ارتفاع كافة السمات الشخصية لرائدة الأعمال الإماراتية وأهمها روح الإصرار والتحدي بنسبة مئوية ٩٢.٠٠% يليها التحلي بالصبر والتحمل بنسبة مئوية قدرها ٩٠.٦٧%. في حين كانت الثقة بالنفس والمثابرة الأقل موافقة بوزن نسبي (٨١.٣٣%، ٨٠.٠٠%) على الترتيب.

- يمكن تفسير ذلك بأن المجتمع الإماراتي يقع ضمن أعلى ٢٥ دولة في مؤشر التنمية البشرية والذي يقاس بمؤشرات فرعية للتعليم والصحة والدخل مما يعني بالضرورة ارتفاع المهارات الشخصية بشكل عام مع تشجيع الدولة بالسياسات الداعمة للمساواة بين الرجل والمرأة محققة المركز ال (١٨) عالمياً والأول إقليمياً وتمكين المرأة بوضع خطط وبرامج عمل من أجل توفير حياة كريمة لها وتشجيع إنشاء مشاريع مبتكرة وشركات ناشئة
- يتفق ارتفاع السمات الشخصية لرائدة الأعمال الإماراتية مع ما توصل له (الفرجاني، ٢٠١٩) الذي أشار إلى تمتع معظم صاحبات النوادي الرياضية النسائية بالخصائص الشخصية لرائدات الأعمال المتمثلة في الثقة بالنفس، والتفاؤل، والاندفاع للعمل، والمخاطرة، والالتزام بالعمل. واختلفت مع دراسة (Pal، ٢٠٢١) التي بينت أن النساء يعتبرن السمات الفنية مثل المهارات وأخلاقيات العمل وعلاقات العملاء الجيدة عامل النجاح الأكثر أهمية للأعمال التجارية.
- يتفق ارتفاع السمات الشخصية لرائدة الأعمال الإماراتية مع نظرية السمات: التي تؤكد على وجود مجموعة من السمات في رائد الأعمال ومنها: السمات الشخصية، مثل: الثقة بالنفس، السمات الفكرية، مثل: الذكاء، السمات المرتبطة بالمهام أي السمات المهنية، مثل: روح المبادرة، والإصرار، والتي كانت نتيجة الثقافة التي يعيشها في بيئته وتؤثر على شخصيته وسلوكه
- يتفق ارتفاع السمات الشخصية لرائدة الأعمال الإماراتية مع نظرية الجندر التي تؤكد أن المرأة تملك كل المؤهلات التي تسمح لها بالخروج إلى الفضاء الخارجي، وأن النظرة التقليدية لها ككائن يفنق للعقلانية والقدرة على تحمل المسؤوليات هي من إنتاج النظام الأبوي الذكوري.

جدول (٣): السمات الاجتماعية لرائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة

الترتيب	النسبة المئوية	مستوى الاستجابة	متوسط الوزن المرجح	التكرار						العبرة	م
				معارض		موافق إلى حد ما		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
2	82.00%	مرتفع	2.46	2.4	5	49.5	104	48.1	101	تتميز رائدة الأعمال بالمرونة وتقبل التغيير	1
3	81.00%	مرتفع	2.43	6.7	14	43.3	91	50.0	105	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على التواصل	2
1	85.67%	مرتفع	2.57	4.8	10	33.3	70	61.9	130	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على الإقناع	3
5	76.67%	متوسط	2.30	2.9	6	64.3	135	32.9	69	تمتلك رائدة الأعمال شبكة علاقات اجتماعية واسعة	4
6	76.67%	متوسط	2.30	19.0	40	32.4	68	48.6	102	تتقبل رائدة الأعمال النقد البناء	5
7	74.67%	متوسط	2.24	12.9	27	50.5	106	36.7	77	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بروح الفريق	6
4	77.33%	متوسط	2.32	7.1	15	53.8	113	39.0	82	تتسم رائدة الأعمال بالانفتاح على العالم	7
8	74.33%	متوسط	2.23	24.8	52	47.6	100	27.6	58	تمتلك رائدة الأعمال الخلفية المهنية من أسرتها	8
	77.68%	متوسط	2.33	10.06%	169	46.85%	787	43.10%	724	متوسط المحور	

يوضح الجدول السابق وجود السمات الاجتماعية لرائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة بصورة متوسطة وبوزن نسبي (٧٧.٦٨%) مع وجود سمات اجتماعية بوزن نسبي مرتفع والتي كان أهمها تميز رائدة الأعمال بالقدرة على الإقناع بوزن نسبي ٨٥.٦٧%، وتميز رائدة الأعمال بالمرونة وتقبل التغيير بوزن نسبي ٨٢.٠% وفي الترتيب الثالث تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على التواصل بوزن نسبي ٨١.٠% أما باقي السمات الاجتماعية فتكون متوسطة مثل الانفتاح على العالم في المرتبة الرابعة وبوزن نسبي (٧٧.٣٣%) ثم تمتلك شبكة علاقات اجتماعية واسعة في المرتبة الخامسة وبوزن نسبي (٧٦.٦٧%) وفي المرتبة الأخيرة تمتلك رائدة الأعمال الخلفية المهنية من أسرتها بوزن نسبي (٧٤.٣٣%).

- يمكن تفسير ذلك بأن السمات الاجتماعية الثلاث المرتفعة وهي القدرة على الإقناع والمرونة وتقبل التغيير والقدرة على التواصل بسبب ارتفاع هذه السمات في المجتمع ككل لارتفاع دليل التنمية البشرية في الدولة، ويمكن أن يرجع ذلك أيضا إلى ارتفاع المستوى التعليمي للمستجيبات حيث أن ١٨٦ من إجمالي ٢١٠ مستجيبة كانت حاصة على البكالوريوس أو دراسات عليا وبنسبة (٨٩%) تقريبا.
- هذه السمات الاجتماعية المرتفعة هامة لريادة الأعمال وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Pal, ٢٠٢١)، والتي اعتبرت المهارات وأخلاقيات العمل والعلاقات الجيدة مع العملاء عامل النجاح الأكثر أهمية للأعمال التجارية.
- كما يمكن تفسير وجود بعض السمات الاجتماعية بصورة متوسطة الى الحالة الاجتماعية لرائدة الأعمال حيث إن حوالي نصف المستجيبات (٤٩%) متزوجات لذلك فهي تمتلك شبكة علاقات اجتماعية واسعة ومتعددة مع أسرهن وأسر أزواجهن وصادقاتهن ومعارفهن مما يعمل على أن تتقبل رائدة الأعمال النقد البناء والعمل بروح الفريق كما يمكنها من امتلاك الخلفية المهنية من أسرتها، ولأن بيئة الدولة متنوعة الثقافات فتتسم رائدة الأعمال بالانفتاح على العالم.
- تمكن السمات الاجتماعية المتوسطة المرأة من ريادة الأعمال لذلك تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه (KHAN, et al, ٢٠٢٠). من أن العوامل الاقتصادية والعوامل الاجتماعية والثقافية، لها تأثير إيجابي وكبير على نجاح المشاريع المملوكة للنساء

جدول (٤): السمات المهنية لرائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة

الترتيب	النسبة المئوية	مستوى الاستجابة	متوسط الوزن المرجح	التكرار						العبارة	م
				معارض		موافق إلى حد ما		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
9	76.33%	متوسط	2.29	14.3	30	43.3	91	42.4	89	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على اتخاذ القرار	1
7	78.33%	مرتفع	2.35	8.1	17	48.6	102	43.3	91	تتسم رائدة الأعمال بوضوح الأهداف	2
12	74.33%	متوسط	2.23	10.0	21	56.7	119	33.3	70	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التخطيط الجيد	3
6	79.33%	مرتفع	2.38	15.7	33	31.0	65	53.3	112	تمتلك رائدة الأعمال مهارات بدء المشاريع	4
10	75.00%	متوسط	2.25	9.5	20	56.2	118	34.3	72	تمتلك رائدة الأعمال مهارات تطوير المشاريع	5
1	88.33%	مرتفع	2.65	6.7	14	21.9	46	71.4	150	تمتلك رائدة الأعمال المهارات التكنولوجية	6
8	78.33%	مرتفع	2.35	17.1	36	30.5	64	52.4	110	تجيد رائدة الأعمال اغتنام الفرص	7
7	79.00%	مرتفع	2.37	10.5	22	41.9	88	47.6	100	تتسم رائدة الأعمال بروح المغامرة	8
4	81.67%	مرتفع	2.45	1.9	4	51.0	107	47.1	99	تتسم رائدة الأعمال بتحمل المسؤولية	9
2	83.33%	مرتفع	2.50	2.4	5	44.8	94	52.9	111	تتميز رائدة الأعمال بالمتابعة المستمرة للمهام	10
9	77.00%	متوسط	2.31	7.1	15	54.8	115	38.1	80	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بشكل متواصل	11
3	82.67%	مرتفع	2.48	9.5	20	33.3	70	57.1	120	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على حل المشكلات	12
11	74.67%	متوسط	2.24	7.6	16	61.0	128	31.4	66	تتسم رائدة الأعمال بالتنافسية العالية	13
5	80.33%	مرتفع	2.41	11.9	25	34.8	73	53.3	112	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التنبؤ	14
	79.18%	مرتفع	2.38	9.46%	278	43.54%	1280	47.01%	1382	اجمالي المحور	

يوضح الجدول السابق ارتفاع السمات المهنية لرائدة الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة بوزن نسبي (٧٩.١٨%) بسبب ارتفاع ثمانية سمات مهنية فيهن ويأتي في مقدمتها امتلاك رائدة الأعمال المهارات التكنولوجية بوزن نسبي ٨٨.٣% يليها المتابعة المستمرة للمهام بوزن نسبي ٨٣.٥% وفي الترتيب الثالث تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على حل المشكلات بوزن نسبي ٨٢.٥% وفي الترتيب الرابع تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التنبؤ بوزن نسبي ٨٠.٥% وفي الترتيب الخامس تمتلك رائدة الأعمال مهارات بدء المشاريع بوزن نسبي ٧٩.٢% وفي الترتيب السادس تتسم رائدة الأعمال بروح المغامرة بوزن نسبي ٧٩.٠% وفي الترتيب السابع بالتساوي في النسب المئوية تتسم رائدة الأعمال بوضوح الأهداف، كما تجيد رائدة الأعمال اغتنام الفرص بوزن نسبي ٧٨.٤%

- يمكن تفسير ارتفاع السمات المهنية في رائدة الأعمال الإماراتية الى وضع التعليم والتكنولوجيا في الدولة التي أطلقت العديد من المبادرات لدعم الشباب من الجنسين من أجل تعزيز الابتكار في مجالات رأس المال الفكري، والريادة التكنولوجية، والبحوث الذكية، والأفكار المبتكرة وحضانة الشركات الناشئة ومن بين هذه المبادرات (منصة ابتكر، مخيم الإمارات للذكاء الاصطناعي، مبادرة المليون مبرمج عربي، هاكاثون الإمارات، الخ) إلى جانب أن الدولة توفر فرص التدريب على ريادة الأعمال من خلال خطة تدريبية تتضمن العديد من الموضوعات والمحاور المصممة بما يلبي احتياجات رواد الأعمال في إنشاء وإدارة وتنمية مشاريعهم، إذ تقدم البرامج التدريبية المهارات والمعارف اللازمة لرواد الأعمال لجميع المراحل التي يمر بها المشروع الصغير بداية من الفكرة ثم إعداد دراسة الجدوى وتأسيس وإدارة المشروع في مراحله الأولى وحتى خطة تطوير المشروع مع مراحل التوسع والنمو، كما جاء في المركز الثاني تميزها بالمتابعة المستمرة للمهام، وذلك بالنظر إلى مستوى الرفاه الاقتصادي الذي تنعم به معظم الأسر الإماراتية حيث يمكن لرائدة الأعمال الإماراتية أن تحصل على عمال الخدمات المساعدة كالمربية والخادمة المنزلية وزيادة أتمتة الأعمال المنزلية، فيكون باستطاعتها أن تتفرغ للقيام بالمتابعة لمهام عملها بسهولة.

كما يتضح وجود بعض السمات المهنية والتي تتواجد بصورة متوسطة في رائدات الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة مثل: القدرة على العمل بشكل متواصل (٧٧.٠%)، القدرة على اتخاذ القرار (٧٦.٣%)، ومهارات تطوير المشاريع (٧٤.٩%)، والتنافسية العالية (٧٤.٦%)، والقدرة على التخطيط الجيد (٧٤.٤%).

- ويمكن تفسير وجود سمات مهنية بصورة متوسطة بأن رائدة الأعمال لا تستطيع العمل بشكل متواصل لأنها متعددة المسؤوليات (الأسرية والتعليمية والعملية) ، كما أن قدرتها على اتخاذ القرار متوسطة ربما يرجع ذلك إلى المجتمع الذكوري الذي ربما يجب أن تحصل فيه على دعم من الأسرة قبل اتخاذ القرار وهو ما يتفق مع نظرية الجندر فتحتاج الى دراسة معمقة لتحقيق هدف محدد مع النزوع المستمر نحو تفضيل تحديات المخاطر المتوسطة التي لا يمكن تصنيفها على أنها سهلة للغاية، ولكنها بالقدر ذاته ليست مدمرة وذلك حسب الركائز الأربعة في دراسة ركائز جورجن (Jurgen، ٢٠٠٣)، وهذه النتائج تتفق مع آراء شومبيتر ،الذي اعتبر أن روح المبادرة هي بمثابة قوة "تدمير خلاقة" ، كما أن وجود مهارات تطوير المشاريع بصورة متوسطة يعكس حاجة رائدة الأعمال الإماراتية الى التدريب على مهارات تطوير المشاريع بما في ذلك التخطيط الجيد وهو ما توصلت إليه دراسة (Lipy، ٢٠٢١) والتي قامت بالتحقيق في العوامل الرئيسية التي تؤثر على نجاح رائدات الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة فريد بور، وتوصلت إلى أن رائدات الأعمال يواجهن مجموعة من التحديات بما في ذلك المالية والتكنولوجية ونقص التدريب المناسب ودعم الأسرة.

ثانياً: عرض تفسير ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثاني:

نستعرض ونناقش فيما يلي نتائج التساؤل الفرعي الثاني المتعلق بمحفزات ريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي تنقسم على محفزات دفع ومحفزات جذب.

يوضح الجدول (٥) محفزات ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، والتي ظهرت بصورة متوسطة (٧٣.٢٣%) سواء كانت محفزات دفع (٧٣.٣٢%) أو محفزات جذب (٧٣.١٣%). وكانت قلة فرص العمل أهم محفز دفع بوزن نسبي (٨١.٠%) وهي المحفز الوحيد المرتفع، وقد استنتجت الباحثة من خلال الاطلاع على نتائج محفزات الدفع أن ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات تخضع لمحفزات الدفع شأنها في ذلك شأن العديد من البلدان المتقدمة والنامية وهذا ما تؤكدته المؤشرات العالمية ، فقد مثلت قلة فرص العمل أهم محفزات الدفع لرائدات الأعمال حيث أن منافسة الأجانب في ساحة العمل قللت من فرص العمل لأبناء البلد فقد مثلت الإمارات البلد الأول إقليمياً في قائمة أفضل الدول للعمل والعيش، والسادس عالمياً في قائمة الدول التي يفضلها الوافدون الأجانب للعمل، ومن أكثر الدول الجاذبة للمستثمرين والشركات العالمية مما قلل من فرص العمل نتيجة المنافسة مع الأجانب ؛ يليه الطلاق بوزن نسبي قدره (٧٦.٧%) ثم العقبات المهنية بوزن نسبي قدره (٧٦.٦٧%) وفي المرتبة الأخيرة الفقر بوزن نسبي قدره (٦٨.٦%).

جدول (٥): محفزات ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة

الترتيب	النسبة المئوية	مستوى الاستجابة	متوسط الوزن المرجح	التكرار						المحفز	نوع المحفز	م
				معارض		موافق إلى حد ما		موافق				
				%	ك	%	ك	%	ك			
2	67.67%	متوسط	2.03	16.7	35	36.7	77	46.7	98	الطلاق	محفزات الدفع	1
7	69.00%	متوسط	2.07	26.2	55	40.5	85	33.3	70	البطالة		2
8	68.67%	متوسط	2.06	28.1	59	38.1	80	33.8	71	الفقر		3
4	76.33%	متوسط	2.29	14.8	31	55.7	117	34.3	72	الترمل		4
6	69.33%	متوسط	2.08	21.0	44	50.5	106	28.6	60	التنمر الوظيفي		5
5	69.67%	متوسط	2.09	24.8	52	41.4	87	33.8	71	ضمان الأمن المالي		6
1	81.00%	مرتفع	2.43	2.9	6	51.4	108	45.7	96	قلة فرص العمل		7
4	76.33%	متوسط	2.29	14.3	30	42.4	89	43.3	91	الحاجة الاقتصادية		8
3	76.67%	متوسط	2.30	22.4	47	25.7	54	51.9	109	العقبات المهنية		9
	73.32%	متوسط	2.20	18.89%	359	42.26%	803	38.84%	738	إجمالي محفزات الدفع		

7	69.67%	متوسط	2.09	24.8	52	41.4	87	33.8	71	الرضا الوظيفي	محفزات الجدب	1
1	77.33%	متوسط	2.32	16.7	35	34.8	73	48.6	102	النجاح الشخصي		2
4	76.33%	متوسط	2.29	14.3	30	42.4	89	43.3	91	الاستقلالية		3
3	76.50%	متوسط	2.30	22.4	47	25.7	54	51.9	109	امتيازات المنطقة الحرة		4
5	75.00%	متوسط	2.25	12.9	27	49.5	104	37.6	79	التأثيرات الجديدة		5
8	63.67%	متوسط	1.91	33.3	70	41.9	88	24.8	52	انتعاش السياحة		6
6	70.00%	متوسط	2.10	21.9	46	46.7	98	31.4	66	تحقيق الذات		7
2	76.67%	متوسط	2.30	16.7	35	36.7	77	46.7	98	إغراءات الثروة أو المكانة		8
	73.13%	متوسط	2.19	20.36%	342	39.88%	670	39.76%	668	إجمالي محفزات الجذب		
	73.23%	متوسط	2.20	19.58%	701	41.15%	1473	39.27%	1406	إجمالي المحفزات		

- يمكن تفسير انخفاض فرص العمل أمام الإناث بأن أرباب العمل مازالوا يفضلون توظيف الرجال مقارنة بالنساء لا سيما في القطاع الخاص، بالنظر إلى ما يكلفهم توظيف النساء من إجازات وضع، وساعات أمومة، وإجازات عارضة تفرضها عليهن مسؤولياتهن الأسرية. وعلى ذلك فإن انخفاض فرص العمل أمام الإناث أكبر من انخفاضها أمام الذكور وهو ما يتفق مع نظرية الجندر.
- انخفاض فرص العمل أمام الإناث يجعل رائدات الأعمال يملن إلى مستويات عالية من الكفاءة الذاتية، أو الإيمان بقدرتهن على النجاح في المهام الصعبة وهي سمة مهمة لأصحاب المشاريع تمكنهم من الاستمرار في مواجهة الشدائد والمجازفة للبحث عن فرص جديدة حسب ما توصل إليه Bandura (1997)، وعلى ذلك فإن انخفاض فرص العمل محفز دفع قوي لرائدة الأعمال.
- انخفاض فرص العمل أمام الإناث يجعلهن أمام محفز كبير يدفع رائدة الأعمال إلى ريادة عمل يخلق لها ولغيرها فرصة عمل بالاستفادة من الفرص الجديدة في خلق فرص عمل من خلال الطرق والأساليب التي ذكرها (رفاعي، ٢٠١٧).
- ويمكن تفسير باقي محفزات الدفع التي جاءت بدرجة متوسطة بارتفاع مستوى الدخل الفردي في دولة الإمارات العربية المتحدة، فلا تظهر فيها رائدات الأعمال بسبب الحاجة بشكل مرتفع بل تظهر فيها رائدات الأعمال اللواتي يبحثن عن فرصة في سوق الأعمال وذلك حسب تصنيف (d'Andria، ٢٠١٦).
- أما من ناحية محفزات الجذب والتي تنتشر بشكل متوسط في ريادة الأعمال الإماراتية و بوزن نسبي (٧٣.١٣%) فيوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة على وفق محفزات جذب ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة أن النجاح الشخصي يأتي في الترتيب الأول وبصورة متوسطة بوزن نسبي ٧٧.٣% وفي الترتيب الثاني إغراءات الثروة أو المكانة وامتيازات المنطقة الحرة بوزن نسبي ٧٦.٧% وفي الترتيب الثالث الاستقلالية بوزن نسبي ٧٦.٥% وفي الترتيب الأخير انتعاش السياحة بوزن نسبي ٦٣.٨%
- ويمكن تفسير محفزات الجذب التي تظهر بصورة متوسطة لريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى أن هذه المحفزات مرتبطة بالعوامل الخارجية مثل إغراءات الثروة والامتيازات الحكومية وانتعاش السياحة في الوقت الذي يرتفع فيه متوسط دخل الفرد في دولة الإمارات مما يعني أن هذه العوامل غير جاذبة بصورة مرتفعة لرائدة الأعمال في الدولة وذلك على عكس ما توصلت إليه دراسة (Ramdas, et al، ٢٠١٨) التي أظهرت نتائجها أن المحفزات التي أثرت على النساء لبدء صالون التجميل

تضمنت عوامل خارجية وداخلية ومشاركة ذات مغزى مثل الامتيازات/والمكافآت والتعليم/الكفاءات.

- محفزات جذب ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة تتفق بدرجة كبيرة مع نظرية السمات التي تشير إلى أن رائدات الأعمال يميلن إلى مستويات عالية من الكفاءة الذاتية، وبقدرتهن على النجاح في المهام الصعبة (Bandura، ١٩٩٧).

ثالثاً: عرض تفسير ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثالث:

- نستعرض ونناقش فيما يلي نتائج التساؤل الفرعي الثالث المتعلق بالتحديات التي تواجه ريادة الأعمال النسائية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي تنقسم إلى تحديات شخصية وتحديات بيئية.

يوضح الجدول (٦) أن ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة تواجه تحديات بصورة متوسطة (٧٥.٢٤%) سواء كانت تحديات شخصية (٧٦%) أو بيئية (٧٤.٣٦%) وأهم التحديات الشخصية تحديان هما: الافتقار إلى مهارات التسويق بوزن نسبي (٨٤.٨%)، صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الزوجية بوزن نسبي (٨٢.١%).

- يمكن تفسير أن أكبر التحديات الشخصية لرائدة الأعمال الإماراتية تنحصر في الافتقار إلى المهارات التسويقية إلى أن تطور الوسائل الفنية والتكنولوجية المتعددة التي تستخدم لعمليات التصنيع والإنتاج والتسويق، مقارنة بما تمتلكه المرأة بشكل عام من إمكانيات مادية ومعرفية وفنية وإنتاجية و تسويقية متواضعة، لا تؤهلها للمنافسة بقوة في السوق، فهي لا زالت تحتاج الكثير من الإمكانيات والدعم في كافة المجالات، لذلك يتحتم على المرأة أن تبذل قصارى جهدها لمواكبة هذه التطورات والبحث عن المساعدات الفنية اللازمة والملائمة لمشروعها، حتى تتمكن من البقاء والاستمرارية في مشروعها ضمن إمكانياتها المتواضعة التي تمتلكها وأن العلاقة ما بين المهارات التكنولوجية وتطور المشروع علاقة هامة وحاسمة كما يؤكد ذلك (علام، وآخرون. ٢٠١١).

- ويمكن تفسير أن التحدي الشخصي الثاني هو صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الزوجية إلى أن عدم عمل المرأة يوفر لها وقت فراغ يجعلها تشعر بالوحدة والملل والرغبة في تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية وهو ما تنتظر تحقيقه في العمل ولكن هذا الوقت (وقت الفراغ) لا يكفي بحال من الأحوال الوقت اللازم للعمل الذي يتطلب ثمان ساعات يومياً على الأقل وهو ما يجعلها غير قادرة على التوفيق بين الأدوار النمطية للمرأة والأدوار المهنية، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه (دينا، ٢٠١٩).

جدول (٦): تحديات ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة

الترتيب	النسبة المئوية	مستوى الاستجابة	متوسط الوزن المرجح	التكرار						العبارة	نوع التحدي	م
				معارض		موافق إلى حد ما		موافق				
				%	ك	%	ك	%	ك			
3	78.00%	متوسط	2.34	16.7	35	32.4	68	51.0	107	عدم وجود دخل ثابت من المشروع يحقق الأمن المالي	التحديات الشخصية	1
12	71.67%	متوسط	2.15	17.6	37	50.0	105	32.4	68	صعوبة إدارة التدفق النقدي للشركة		2
4	78.00%	متوسط	2.34	13.8	29	38.1	80	48.1	101	صعوبة إدارة الوقت المتاح لتحقيق الأهداف		3
8	74.33%	متوسط	2.23	24.8	52	27.6	58	47.6	100	صعوبة اختيار فريق العمل المناسب لتحقيق الأهداف		4
7	76.33%	متوسط	2.29	18.6	39	34.3	72	47.1	99	صعوبة اختيار المنتج أو الخدمة ذات الميزة التنافسية		5
13	68.33%	متوسط	2.05	27.6	58	39.5	83	32.9	69	صعوبة أداء أدوار ومسؤوليات متعددة		6
2	82.00%	مرتفع	2.46	9.5	20	34.8	73	55.7	117	صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الزوجية		7
5	78.00%	متوسط	2.34	15.7	33	34.8	73	49.5	104	صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الوالدية		8
11	72.33%	متوسط	2.17	12.4	26	58.6	123	29.0	61	عدم المعرفة والوعي الكافي بالأنظمة واللوائح والقوانين		9
10	73.67%	متوسط	2.21	16.2	34	46.2	97	37.6	79	صعوبة تكوين شبكة العلاقات الاجتماعية		10
9	74.00%	متوسط	2.22	20.0	42	38.1	80	41.9	88	الافتقار إلى المهارات الكافية لإدارة الأعمال		11
6	76.67%	متوسط	2.30	18.6	39	33.3	70	48.1	101	ضعف القدرة على مواكبة التكنولوجيا سريعة التطور		12
1	84.67%	مرتفع	2.54	5.7	12	34.3	72	60.0	126	الافتقار إلى مهارات التسويق		13
	76.00%	متوسط	2.28	16.70%	456	38.61%	1054	44.69%	1220	اجمالي التحديات الشخصية		

2	78.67%	مرتفع	2.36	13.8	29	36.7	77	49.5	104	تعقيد الإجراءات الحكومية	التحديات البيئية	1
9	70.00%	متوسط	2.10	26.2	55	38.1	80	35.7	75	عدم توفر مصادر التمويل الكافي لمواجهة احتياجات المشروع		2
3	78.33%	مرتفع	2.35	13.8	29	37.1	78	49.0	103	عدم توفر البيئة التجارية المناسبة للعمل والاستثمار		3
7	73.67%	متوسط	2.21	13.3	28	52.4	110	34.3	72	غياب الدعم المؤسسي لرائدات الأعمال		4
8	70.67%	متوسط	2.12	19.0	40	49.5	104	31.4	66	المنافسة العالية في السوق		5
10	69.67%	متوسط	2.09	25.2	53	41.0	86	33.8	71	صعوبة الحصول على البيانات الكافية حول وضع السوق		6
5	76.33%	متوسط	2.29	17.6	37	35.7	75	46.7	98	الميل الثقافي لوظائف القطاع العام أو الوظيفة الثابتة		7
4	76.67%	متوسط	2.30	13.8	29	42.9	90	43.3	91	ضعف القبول المجتمعي لعمل المرأة في مجال القطاع الخاص		8
6	75.67%	متوسط	2.27	24.8	52	23.3	49	51.9	109	ضعف القبول المجتمعي لاستقلالية المرأة ماديا أو عمليا		9
1	79.67%	مرتفع	2.39	6.7	14	47.6	100	45.7	96	عدم توفر رأس المال الكافي عند البدء بالمشروع		10
11	69.00%	متوسط	2.07	27.6	58	38.1	80	34.3	72	عدم توفر رأس المال الكافي لتطوير المشروع		11
	74.36%	متوسط	2.23	18.35%	424	40.22%	929	41.43%	957	إجمالي التحديات البيئية		
	75.24%	متوسط	2.26	17.46%	880	39.35%	1983	43.19%	2177	إجمالي التحديات		

باقي التحديات الشخصية جاءت بدرجة متوسطة، اذ برزت صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الوالدية وصعوبة إدارة الوقت المتاح لتحقيق الأهداف وعدم وجود دخل ثابت من المشروع يحقق الأمن المالي في المرتبة الثالثة بنفس الوزن النسبي وقدره (٧٨.٠٠%) ، فيما جاءت صعوبة أداء أدوار ومسؤوليات متعددة في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (٦٨.٣٣%)

- يمكن تفسير أن معظم التحديات الشخصية متوسطة لارتباطها جميعا بحالة المرأة الاجتماعية ودورها في المجتمع فاذا ما تم استبعاد الافتقار الى المهارات التسويقية وصعوبة تحقيق التوازن بين مسؤوليات العمل والمسؤوليات الزوجية كانت كل التحديات الشخصية أقل صعوبة ويمكن تداركها فالمسؤوليات الوالدية يمكن تداركها في ظل توفر المربيات والخادمت المنزليات ، وإدارة الوقت المتاح لتحقيق الأهداف مع عدم وجود مسؤوليات زوجية سيكون أهون في وجود المسؤوليات الزوجية وعدم وجود دخل ثابت من المشروع يحقق الأمن المالي يمكن تداركه بالتمويل المالي وربما يرجع ذلك الى انتهاج الدولة سياسات مستجيبة للنوع الاجتماعي، مثل برامج الإرشاد والشبكات المخصصة لرائدات الأعمال التي تساعد المرأة في مواجهة هذه التحديات ودعم نمو الأعمال التجارية التي تقودها النساء حسب ما ذكره. (Duval-Couetil et al. 2021)

- لذلك تستنتج الباحثة أن رائدة الأعمال الإماراتية تحتاج إلى التطوير والتدريب المستمر على مهارات التسويق خاصة مع التكنولوجيا الجديدة ومهارات تحقيق التوازن بين المسؤوليات ومهارات إدارة الوقت والإدارة المالية وذلك يتفق مع نتائج دراسة (هنت، ٢٠٢٠م) والتي أشارت إلى قدرة التوجيه coaching على تطوير ريادة الأعمال النسائية عن طريق التغلب على العقبات المحتملة من خلال التدريب كتدخل تطويري يمكن استخدامه لتعزيز معتقدات الكفاءة الذاتية لرائدات الأعمال، وبالنتيجة زيادة الفرص لديهن للمساهمة في خلق وتشغيل فرص أعمال ناجحة، من خلال المبادرات المجتمعية اتفقا مع دراسة (حسن، ٢٠١٩)، والتي توصلت إلى أهمية المبادرات المجتمعية كآلية أساسية لتمكين المرأة اقتصاديا ومهنيا واجتماعيا عن طريق تنمية قدراتها المهارية والمهنية وقدرتها على الإبداع والابتكار.

كما يوضح الجدول السابق تواجد التحديات البيئية بصورة متوسطة وبوزن نسبي (٧٤.٣٦%) وأهمها عدم توفر رأس المال الكافي عند البدء بالمشروع بوزن نسبي (٧٩.٦٧%)، وتعقيد الإجراءات الحكومية بوزن نسبي (٧٨.٦٧%)، وعدم توفر البيئة التجارية المناسبة للعمل والاستثمار بوزن نسبي (٧٨.٣٣%) و هي تتواجد بصورة مرتفعة.

- يمكن تفسير أن أهم التحديات البيئية للمرأة الإماراتية هو عدم توفر رأس المال الكافي عند البدء بسبب تردد الممولين في الاستثمار في شركات قامت رائدات أعمال بتأسيسها. كما أن البنوك لا تعد المرأة ذات جدارة ائتمانية لأنها بعدما تقترض يمكنها التخلي عن أعمالها في أي وقت، ونتيجة لذلك، فإن رائدات الأعمال ليس لديهن خيار سوى الاعتماد على مواردهن أو التماس المساعدة المالية من أفراد الأسرة وتتفق النتائج مع دراسة (Katie، ٢٠١٥) التي توصلت إلى أن النساء يميلون إلى الحصول على تمويل لأعمالهن التجارية في كثير من الأحيان في مستويات أقل من رجال الأعمال. وكان ذلك نتيجة إجماع النساء عن التقدم بطلب للحصول على التمويل فضلا عن ميل سوق التمويل إلى تفضيل الأعمال التجارية التي يقودها الذكور عادة اتفاقا مع نظرية الجندر.
- ويمكن تفسير أن تعقيد الإجراءات الحكومية هو التحدي البيئي الثاني الذي تواجهه رائدة الأعمال الإماراتية في أن المرأة تتعرض الى إجراءات تنظيمية وقانونية أكثر من الرجل أو ربما الى أنها غالبا لا تعامل بنفس الصورة من طرف الجهات الحكومية وذلك يتفق مع أن رائدات الأعمال الإفريقيات يخضعن لجملة من القيود التي لا تؤثر كثيرا على الرجال، يحصرها التقرير في تسعة قيود، منها التمييز القانوني حسب ما ذكره (Campos، ٢٠١٩) أو أن ثقافتهم القانونية متواضعة، مما يحول دون استفادتهم من الامتيازات التي توفرها لهم الدولة. وهو ما يتفق أيضا مع نظرية الجندر. ومن هنا يمكننا تفسير عدم توفر البيئة التجارية المناسبة للعمل والاستثمار بصورة كبيرة من جملة ما تتعرض له رائدة الأعمال من تحديات بيئية خاصة في مجال التجارة والاستثمار وهذا ما أكدت عليه دراسة (Kumar & Birwal، ٢٠٢٢) والتي توصلت إلى أن فشل رائدات الأعمال يتأثر بمجموعة من العوامل: السمات الشخصية لرائدات الأعمال أنفسهن، والبيئة التي يعملن فيها، ومؤسسات التمويل الصغير.
- ويتضح من الجدول أيضا أن باقى التحديات جاءت بصورة متوسطة، حيث يأتي ضعف القبول المجتمعي لعمل المرأة في مجال القطاع الخاص في المرتبة الرابعة بوزن نسبي قدره (٧٦.٦٧%) في حين يأتي الميل الثقافي لوظائف القطاع العام أو الوظيفة الثابتة في المرتبة الخامسة وبوزن نسبي قدره (٧٦.٣٣%) ويأتي عدم توفر رأس المال الكافي لتطوير المشروع في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي قدره (٦٩%).
- ويمكن تفسير ذلك بأن نظرة المجتمع السلبية للمرأة في مجال ريادة الأعمال مازالت مستمرة، ولكن بصورة متوسطة حيث وجد (Duval-Couetil، ٢٠٢١) أن رائدات الأعمال غالبا ما يواجهن توقعات وقوالب نمطية جنسانية، مثل الافتراضات بأنهن يفتقرن

إلى الكفاءة في المجالات التقنية. هذا يمكن أن يؤدي إلى تحديات في الوصول إلى التمويل والشبكات اللازمة لنجاح الأعمال.

التوصيات والمقترحات

على مدى السنوات الماضية، برزت قيادة الأعمال كقطاع جديد من النشاط الاقتصادي للمرأة. ومن وجهة نظر الباحثان التي تدعمها العديد من الدراسات فإن المشاريع الريادية التي تملكها المرأة لديها إمكانات كبيرة للمساهمة بشكل كبير في النمو الاقتصادي للبلاد طالما استمرت الظروف المناسبة لتعزيز قيادة الأعمال. وبناء على ذلك، تقترح الباحثان بعض التوصيات التي تعتقد أنها قد تفيد في تطوير المساعي الريادية النسائية الحالية:

ولا: توصيات ومقترحات خاصة بالتحديات الشخصية التي تواجه رائدات الأعمال

١. تطوير مهارات التسويق: نظرا لأن الافتقار إلى مهارات التسويق هو التحدي الأكثر أهمية الذي حددته الدراسة، يجب على رائدات الأعمال التفكير في الاستثمار في مهارتهن التسويقية. يمكنهن أخذ دورات تسويقية أو حضور ورش عمل أو تعيين مستشار تسويق لمساعدتهن على تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.

٢. تحديد أولويات التوازن بين العمل والحياة: يعد تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الزوجية أو الوالدية أمرا بالغ الأهمية بالنسبة لرائدات الأعمال. يجب عليهن إعطاء الأولوية لرفاههن الشخصي والتأكد من تخصيص الوقت للأسرة والرعاية الذاتية. تتمثل إحدى طرق تحقيق ذلك في تفويض المهام إلى أفراد الأسرة الموثوق بهم أو استئجار المساعدة إن أمكن.

٣. تنويع مصادر الدخل: لتحقيق الأمن المالي، يجب على رائدات الأعمال استكشاف مصادر الدخل المختلفة. على سبيل المثال، يمكنهن التفكير في تقديم منتجات، أو خدمات تكميلية، أو استكشاف الشراكات، أو تطوير فرص جديدة في السوق.

٤. تبني التكنولوجيا: يجب على رائدات الأعمال إعطاء الأولوية للبقاء على اطلاع دائم بالتكنولوجيا سريعة التطور. يمكنهن حضور الفعاليات التي تركز على التكنولوجيا، والمشاركة في المجتمعات عبر الإنترنت، والتفاعل مع قادة الصناعة للبقاء على اطلاع بالاتجاهات الجديدة وأفضل الممارسات.

٥. بناء فريق مختص: اختيار الفريق المناسب أمر بالغ الأهمية لتحقيق أهداف العمل. يجب أن تأخذ رائدات الأعمال وقتهن في اختيار أعضاء الفريق المناسبين، مع التركيز على الأفراد ذوي المهارات والخبرات والقيم التكميلية. يمكنهن أيضا التفكير في طلب الإرشاد والتوجيه من سيدات الأعمال الناجحات الأخريات في الإمارات العربية المتحدة أو خارجها.

٦. الاستثمار في مهارات إدارة الأعمال: يعد الافتقار إلى مهارات إدارة الأعمال الكافية تحدياً آخر حددته الدراسة. يجب على رائدات الأعمال التفكير في أخذ دورات إدارية أو حضور ورش عمل أو تعيين مستشار لتحسين مهارتهن في إدارة الأعمال.
٧. تطوير شبكة اجتماعية قوية: يعد بناء شبكة اجتماعية قوية أمراً ضرورياً لرائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة. يمكنهن حضور أحداث التواصل، الانضمام إلى مجموعات خاصة بالصناعة، والتفاعل مع رواد الأعمال الآخرين لبناء اتصالات وإنشاء نظام دعم.
٨. البقاء على اطلاع حول اللوائح والقوانين: يجب على رائدات الأعمال التعرف على القواعد واللوائح والقوانين التي تحكم العمليات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة. يمكنهن طلب التوجيه من المهنيين القانونيين أو حضور ورش العمل لمواكبة كل المستجدات القانونية.
٩. طلب الدعم: يجب على رائدات الأعمال في الإمارات العربية المتحدة ألا يترددن في طلب الدعم عند الحاجة. يمكنهن اللجوء إلى العائلة أو الأصدقاء أو مرشدي الأعمال للحصول على المشورة والتوجيه والدعم. ويمكنهن أيضاً النظر في الانضمام إلى جمعيات سيدات الأعمال أو البحث عن حاضنات أو مسرعات للأعمال التجارية للحصول على دعم إضافي.

ثانياً: توصيات ومقترحات خاصة بالتحديات البيئية التي تواجه رائدات الأعمال

١. توفير الدعم المالي: تقديم الدعم المالي هو جزء أساسي من دعم رائدات الأعمال الناشئات، وهناك بعض الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتحسين الوضع المالي لرائدات الأعمال في الإمارات العربية المتحدة. ومن بين هذه الإجراءات: توفير برامج التمويل والقروض التي تهدف إلى تمويل المشاريع الناشئة، تشجيع المستثمرين على تمويل المشاريع الناشئة وتوفير الدعم المالي، تقديم الدعم المالي للبرامج التدريبية والتعليمية التي تهدف إلى تعليم المهارات الريادية والإدارية للنساء الراغبات في إطلاق مشاريعهن، تقديم الدعم المالي للبرامج الحكومية والمنظمات غير الحكومية التي تهدف إلى دعم المرأة في مجال ريادة الأعمال، تشجيع المشاريع الناشئة على الاستفادة من الحوكمة الرشيدة وإدارة النقدية بشكل فعال، وذلك للحفاظ على استدامة المشروع وتحقيق النمو، تشجيع الجهات الحكومية والخاصة على الاستثمار في المشاريع الناشئة التي يديرها النساء، وتوفير الدعم المالي واللوجستي لهذه المشاريع.

٢. تحسين البيئة التجارية: يمثل عدم وجود بيئة تجارية مناسبة للعمل والاستثمار تحديا كبيرا. يجب على الحكومة وغيرها من أصحاب المصلحة المعنيين خلق بيئة تمكينية لرائدات الأعمال من خلال توفير الوصول إلى الموارد والبنية التحتية والإرشاد. يمكن أن يشمل ذلك إنشاء حاضنات أو مسرعات للأعمال، وتبسيط الإجراءات البيروقراطية، وتعزيز تعليم ريادة الأعمال.
٣. تبسيط الإجراءات الحكومية: يشكل تعقيد الإجراءات الحكومية تحديا كبيرا لرائدات الأعمال. وينبغي للحكومة تبسيط الإجراءات البيروقراطية والحد من الحواجز التي تحول من دون دخول النساء صاحبات المشاريع. يمكن أن يشمل ذلك إنشاء متجر شامل لتسجيل الأعمال وترخيصها وتقليل الوقت والتكلفة اللازمين لبدء عمل تجاري.
٤. تطوير مهارات أبحاث السوق: يعد الافتقار إلى البيانات الكافية عن حالة السوق والمنافسة العالية في السوق من التحديات الكبيرة التي تواجه رائدات الأعمال. يجب على صاحبات المشاريع تطوير مهارات أبحاث السوق لجمع البيانات عن السوق، وفهم احتياجات المستهلك وتفضيلاته، وتحديد الثغرات والفرص في السوق. يمكنهن أيضا طلب التوجيه من مستشاري الأعمال أو حضور ورش عمل حول أبحاث السوق.
٥. تعزيز القبول المجتمعي: كشفت الدراسة أن القبول المجتمعي للاستقلال المالي للمرأة يمثل تحديا كبيرا. يجب على الحكومة والمنظمات غير الحكومية وأصحاب المصلحة الآخرين تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة من المشاركة الكاملة في الاقتصاد. ويمكن أن يشمل ذلك إنشاء حملات توعية، ودعم المبادرات التي تقودها النساء، والدعوة إلى دعم حقوق المرأة.
٦. توفير الدعم المؤسسي: يشكل غياب الدعم المؤسسي لصاحبات المشاريع تحديا كبيرا. يجب على الحكومة وأصحاب المصلحة الآخرين وضع سياسات وبرامج لدعم رائدات الأعمال، مثل إنشاء برامج تمويل مخصصة، وتقديم التدريب والإرشاد، وتعزيز التنوع بين الجنسين في المناصب القيادية.
٧. احتضان الابتكار: تحتاج الابتكارات إلى بيئة داعمة تحتضنها وتشجعها وتعزز فرص نجاحها، وذلك يمكن تحقيقه عن طريق عدة خطوات من بينها: تشجيع ثقافة الإبداع والابتكار في المجتمع عن طريق التعليم والتوعية والدعم المادي والمعنوي، إنشاء مراكز الابتكار والتكنولوجيا والتدريب وتوفير بيئة مثالية للعمل والإبداع والتجارب، توفير الدعم المالي والمعنوي للمشاريع الناشئة والمبتكرة من خلال برامج الدعم والتمويل الحكومية والخاصة، تسهيل الإجراءات والتراخيص الحكومية للمشاريع الناشئة والمبتكرة، إقامة

المسابقات والفعاليات التي تشجع الإبداع والابتكار وتمنح الفائزين فرصة لتطوير أفكارهم ومشاريعهم.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر والمراجع العربية

١. أزداد، نادية. (٢٠٢١). البناء الحضاري والثقافي في ريادة الأعمال: بناء الشخصية نموذجاً. مجلة مقاربات، ٤٦٤، ١٥٨ - ١٦٧.
٢. حسن، دينا مفيد علي. (٢٠١٩). المبادرات المجتمعية وتمكين المرأة لريادة الأعمال في المشروعات الصناعية الصغيرة " مبادرة الست المصرية نموذجاً". مجلة البحث العلمي في الآداب، 20(7)، 93-136.
٣. رفاعي، عبيد محمد عباس محمد. (٢٠١٧). ريادة الأعمال النسائية كمدخل للتنمية القائمة على المعرفة: دراسة حالة لعينة من رائدات الأعمال. المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: المرأة.... وصناعة المستقبل.
٤. السويدي، س. (٢٠٢١). تحويلات المرأة الإماراتية إلى ريادة الأعمال تتجاوز ٦٠ مليار درهم. <https://www.albayan.ae/expo/news/2021-12-23-1.4330973>
٥. شامي، ميرندا. (١٩٩٥). العوامل المؤثرة على مدى نجاح المرأة في المشروعات التي تمتلكها وتديرها في الأردن [/https://fada.birzeit.edu](https://fada.birzeit.edu)
٦. ضيف، عائشة، وبوران، سمية. (٢٠١٧). دراسة ميدانية لريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط: التحديات والفرص. مجلة اقتصاد المال والأعمال، مج. ١، ع. ٤، ص ص. ١١٨-١٣٣.
٧. عرفات، نائلة قاسم. (٢٠١٠). واقع الآليات الوطنية للنهوض بالمرأة الفلسطينية: ١٩٩٦-٢٠٠٨ <https://fada.birzeit.edu/>
٨. علام، وآخرون. (٢٠١١). دراسة تجريبية لعوامل نجاح رائدات الأعمال في المنطقة الجنوبية في ماليزيا، المجلة الدولية للاقتصاد والتمويل، 175 - 223. (2)3
٩. الفرجاني، فاطمة، والشيخ، نورية. (٢٠١٩). خصائص ومعوقات ريادة الأعمال النسائية: دراسة تطبيقية على النوادي الرياضية النسائية في مدينة بنغازي. مجلة البحوث والدراسات الاقتصادية، (2)، 1 - 26.
١٠. فرحات، نادية. (٢٠١٢). عمل المرأة وأثره على العلاقات الأسرية. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (8)، 126 - 134.
١١. القصابي، خليفة بن أحمد بن حميد. (٢٠٢٠). تحليل الفقرات في بناء المقاييس النفسية: الصدق الظاهري، صدق الفقرات، الصدق العاملي. المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، مج ٨، ع ٣، ٥٤١ - ٥٥٥.

١٢. القضاة، عبد الحميد محمد، و الشريفين، نضال كمال محمد. (٢٠١٩). أثر طول الاستبانة وطريقة تطبيقها على دقة تقديرات معالم القدرة والفقرات (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة اليرموك، اربد.

١٣. محمد، محمد حبشي حسين. (٢٠١٩). تكافؤ / ثبات القياس في البحوث النفسية والتربوية: مقارنة بين التحليل العاملي التوكيدي متعدد المجموعات ونظرية الاستجابة للمفردة. المجلة المصرية للدراسات النفسية، مج ٢٩، ع ١٠٣، ٢٥ - ٥٦.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية

14. Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2007). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 167-192. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.10.001>
15. Ansari, Rukhsar & Jamgade, Sweety & B S, Sushma. (2020). Women Entrepreneurship through Microfinance Institute in India. 6. 18-22.
16. Ansari, Rukhsar & Jamgade, Sweety & B S, Sushma. (2020). Women Entrepreneurship through Microfinance Institute in India. 6. 18-22.
17. Arenius, Pia & Minniti, Maria. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 24. 233-247. 10.1007/s11187-005-1984-x.
18. Arenius, Pia & Minniti, Maria. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 24. 233-247. 10.1007/s11187-005-1984-x.
19. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. Freeman.
20. BELCOURT, M. L., BURKE, R. J. et LEE-GOSSELIN, H. (1991), Une cage de verre : les entrepreneures au Canada, Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.
21. BELCOURT, M. L., BURKE, R. J. et LEE-GOSSELIN, H. (1991), Une cage de verre : les entrepreneures au Canada, Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.
22. Bosma, N., Schutjens, V., & Astm, E. (2019). Female entrepreneurship and economic growth: Insights from 54 countries. *Small Business Economics*, 53(1), 1-23.
23. Brush, et. Al. (Eds.). (2010). *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective*. Edward Elgar Publishing.
24. 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.
25. Cuberes, D., & Teignier, M. (2016). Aggregate effects of gender gaps in the labor market: A quantitative estimate. *Journal of human capital*, 10(1), 1-32.

26. d'Andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs: trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15(3), 87-107.
27. d'Andria, A., et Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs: Trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 15(3), 87 – 107. DOI: 10.3917/entre.153.0087
28. Devi, Dr & Maheswari, Ms & Head, & Scholar,. (2021). A study on perception towards women entrepreneurship.
29. Duval-Couetil, N., Felderhoff, T., Toney, B., & Welter, F. (2021). Women entrepreneurship and gender-responsive policies: A systematic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(2), 199-229. <https://doi.org/10.1177/1042258720957401>
30. Fillion, L. (1997). The field of entrepreneurship: history, evolution, trends. *SME International Review* , 10 (2), 129–172. <https://doi.org/10.7202/1009026ar>
31. Fillion, L. (1997). The field of entrepreneurship: history, evolution, trends. *SME International Review* , 10 (2), 129–172. <https://doi.org/10.7202/1009026ar>
32. Gamber, W. (1998). A Gendered Enterprise: Placing Nineteenth-Century Businesswomen in History. *Business History Review*, 72(2), 188-218.
33. Gem 2020/21 women's entrepreneurship report. (n.d.). <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
34. Hisrich, R. D., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Women entrepreneurs and their ventures: A study of the Australian venture capital industry. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 853-876. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.09.002>
35. Huybrechts, B., Verspreet, J., & Van acker, T. (2020). Motivations and barriers to entrepreneurship among women in five European countries. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 542-559.
36. Jarrar, A. (2022). Entrepreneurship in Jordan: the ecosystem of the Social Entrepreneurship Support Organizations (SESOs). *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 11. 10.1186/s13731-022-00200-z.
37. Jurgen, B. (ED). (2003). Joseph Schumpeter, Entrepreneurship, Style and Vision. Newyork kluwer - Academic Publishers.
38. Kew, J., & Stredwick, J. (2017). Women's entrepreneurship in developing countries: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(3), 317-342.
39. KHAN, RIZWAN & Salamzadeh, Yashar & Shah, Syed & Hussain, Mazhar. (2020). Factors Affecting Women Entrepreneurs' Success; A study of Small and Medium-Sized Enterprises in Emerging Market of Pakistan. 10.21203/rs.3.rs-63473/v1.
40. Kumar, S. & Birwal, N. (2022). Analyzing Factors Affecting Women Entrepreneurs. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(4). 79-83.
41. Kwolek-Folland, A. (1998). *Incorporating Women: a History of Women and Business in the United States*. Twayne Publishers.

42. Lipy, N., Sharmin, H., Md. M., & Rahman, H. (2021). Factors of Women Entrepreneurs' success in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Fellowship Journal of Interdisciplinary Research*, 1(2), 127–138. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4728227>.
43. Mater. V. & Zenovta, C. (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*. 12 (5), 972 – 1113.
44. Mungure, D. (2021). major personality traits that relates to the life outcomes of an individual in the big five theory of personality: a review of literature. *Ensemble*, 3(1), 62-68. [10.37948/ensemble-2021-0301-a008](https://doi.org/10.37948/ensemble-2021-0301-a008).
45. Nicholson, L. (2013). *Feminism/Postmodernism*. Routledge.
46. Offen, K. (1988). Defining Feminism: a Comparative Historical Approach. *Signs. Journal of Women in Culture and Society*, 14(1), 119-157.
47. Ouedraogo, L. et Lent, R. (1993). *Femmes entrepreneurs au Sahel*. Québec:Centre Sahel.
48. Pal, B. & Mishra, S. (2021). Success of Women Entrepreneurs: An Empirical Study on Indian Women Entrepreneurs. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 7(6), 632-640.
49. Ramdas, S. & Patrick, H. (2018). motivating factors that influence women entrepreneurs. *International Journal of Research in Business Managemen*, 6(4), DOI:10.13140/RG.2.2.35272.96002
50. Shah, et al. (2021). Factors Affecting Women Entrepreneurship and its impact on SMEs Development. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 15(7), 228-252.
51. Wynarczyk, P. & Marlow, S. (Eds.). (2010). *Innovating Women: Contributions to Technological Advancement*. Emerald Group Publishing Limited.
52. Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>

قائمة الملاحق

أولاً: الصورة الأولية للاستبانة



كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
COLLEGE OF ARTS, HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

قسم علم الاجتماع

استبانة حول موضوع :

ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات والمحفزات والتحديات

إعداد الطالبة : ربيعة سعيد علي الكتبي

الرقم الجامعي : U 28320.1910

إشراف: الدكتورة وسيلة يعيش

السنة الجامعية : ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣

أختي رائدة الأعمال،،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

يسرني أن أضع بين يديك استبانة بحثي الموسوم بـ "ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات والمحفزات والتحديات"، الذي يندرج ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه، والذي يهدف إلى تشخيص واقع ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال محاولة التعرف على صفات رائدات الأعمال الاماراتيات، ودوافعهن المحفزة، ومجالات نشاطهن الأساسية، فضلاً عن التحديات التي تواجههن في مجال ريادة الأعمال.

لقد تم اختيارك للمشاركة في هذا البحث بمختلف محاوره، لذلك أرجو منك التفضل بإبداء رأيك بالموافقة أو المعارضة حول الفقرات الواردة بالاستبانة، علماً بأن البيانات التي ستدلين بها سرية للغاية، ولن تستخدم لغير أغراض البحث العلمي.

وتفضلي بقبول وافر التحية والتقدير،،،،الباحثة

أولاً: البيانات الشخصية

١- العمر:

■ أقل من ٣٠ سنة

■ 30-39

■ 40-49

■ أكثر من ٥٠ سنة

٢- مكان الإقامة :

■ أبوظبي

■ دبي

■ الشارقة

■ عجمان

■ رأس الخيمة

■ الفجيرة

■ أم القيوين

٣- الحالة الاجتماعية:

■ عزباء

■ متزوجة

■ مطلقة

■ أرملة

٤- الجنسية:

■ مواطنة

■ مقيمة

٥- المستوى التعليمي:

■ الثانوية العامة فأقل

■ دبلوم عالي

■ بكالوريوس

■ دراسات عليا

٦- المجال الريادي:

■ قيادة الأعمال الاجتماعية (المياه، الصرف الصحي، الصحة، التعليم، الرياضة،

الاستشارات،...)

- زيادة الأعمال الثقافية (الحرف، الأدب، المسرح، السينما، الموسيقى، الإنتاج الفني،...)
 - زيادة الأعمال المؤسساتية (الزراعة، الصناعة، تجارة الجملة والتجزئة، البرمجة والخدمات السحابية،...)
 - زيادة الأعمال المشاريعية (السكن، شق الطرقات، تطوير البرمجيات،...)
 - زيادة الأعمال الناشئة
- ثانياً: محاور وفقرات الاستبانة

م	المحور / الفقرة	موافق	موافق إلى حد ما	معارض
المحور الأول: سمات رائدة الأعمال بدولة الامارات العربية المتحدة				
السمات الشخصية				
1	تتميز رائدة الأعمال بالثقة في نفسها			
2	رائدة الأعمال هي امرأة مثابرة			
3	تتميز رائدة الأعمال بروح الإصرار والتحدي			
4	تتميز رائدة الأعمال بالذكاء			
5	تمتلك رائدة الأعمال الفكر الخلاق			
6	تتسم رائدة الأعمال بالصبر والتحمل			
7	تتميز رائدة الأعمال بالاستقلالية في الرأي			
السمات الاجتماعية				
8	تتميز رائدة الأعمال بالمرونة وتقبل التغيير			
9	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على التواصل			
10	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على الاقتناع			
11	تتوفر رائدة الأعمال على الدعم الاجتماعي			
12	تتقبل رائدة الأعمال النقد البناء			
13	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بروح الفريق			
14	تتسم رائدة الأعمال بالانفتاح على العالم			
السمات العملية				
15	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على اتخاذ القرار			
16	تتسم رائدة الأعمال بوضوح الأهداف			
17	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التخطيط الجيد			

18	تمتلك رائدة الأعمال مهارات بدء المشاريع
19	تمتلك رائدة الأعمال مهارات تطوير المشاريع
20	تمتلك رائدة الأعمال المهارات التكنولوجية
21	تجيد رائدة الأعمال اغتنام الفرص
22	تتقبل رائدة الأعمال المخاطر
23	تتسم رائدة الأعمال بتحمل المسؤولية
24	تتميز رائدة الأعمال بالمتابعة المستمرة للمهام
25	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بشكل متواصل
26	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على حل المشكلات
27	تتسم رائدة الأعمال بالتنافسية العالية
المحور الثاني: محفزات ريادة الأعمال النسائية بدولة الامارات العربية المتحدة	
محفزات الدفع (Push)	
1	الطلاق
2	البطالة
3	الفقر
4	الترمل
5	التنمر الوظيفي
6	ضمان الأمن المالي
7	قلة فرص العمل والحاجة الاقتصادية
8	الإحباطات والعقبات المهنية
محفزات الجذب (Pull)	
6	الرضا الوظيفي
7	النجاح الشخصي
8	الاستقلالية
9	امتيازات المنطقة الحرة
10	التأشيرات الجديدة
11	انتعاش السياحة
12	تحقيق الذات
13	إغراءات الثروة أو المكانة

المحور الرابع: معوقات ريادة الأعمال النسائية بدولة الامارات العربية المتحدة			
المعوقات الشخصية			
1	عدم وجود دخل ثابت من المشروع يحقق الأمن المالي		
2	صعوبة إدارة التدفق النقدي للشركة		
3	صعوبة إدارة الوقت المتاح لتحقيق الأهداف		
4	صعوبة اختيار فريق العمل المناسب لتحقيق الأهداف		
5	صعوبة اختيار المنتج أو الخدمة ذات الميزة التنافسية		
6	ضعف التمويل الذاتي الكافي لمواجهة احتياجات المشروع		
7	صعوبة أداء أدوار ومسؤوليات متعددة		
8	صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والحياة		
9	عدم المعرفة والوعي الكافي بالأنظمة واللوائح والقوانين		
10	صعوبة تكوين شبكات الدعم الاجتماعي		
11	الافتقار إلى المهارات الكافية لإدارة الأعمال		
12	ضعف القدرة على مواكبة التكنولوجيا سريعة التطور		
المعوقات البيئية			
1	تعقيد الإجراءات الحكومية		
2	عدم توفر مصادر التمويل الداعمة أو التسهيلات البنكية المناسبة		
3	عدم توفر البيئة التجارية المناسبة للعمل والاستثمار		
4	غياب الدعم المؤسسي لحاضنات الأعمال		
5	المنافسة العالية في السوق		
6	صعوبة الحصول على البيانات الكافية حول وضع السوق		
7	الميل الثقافي لوظائف القطاع العام أو الوظيفة الثابتة (بأجر مضمون)		
8	ضعف القبول المجتمعي لعمل المرأة في مجال القطاع الخاص		
9	ضعف القبول المجتمعي لاستقلالية المرأة ماديا أو عمليا		
10	التفرقة المجتمعية بين الجنسين		

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،

ثانياً: قائمة المحكمين

١. د. خليل إبراهيم الهلالات - أستاذ مشارك - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الشارقة.
٢. د. زيزيت مصطفى نوفل - أستاذ مشارك - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم وتقنية المعلومات/ جامعة خورفكان.
٣. د. صالح نصار الدليمي - أستاذ مشارك - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم وتقنية المعلومات / جامعة خورفكان.
٤. د. أميمة محمد السيد أبو الخير - أستاذ مشارك - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الشارقة.
٥. د. آلاء الطائي - أستاذ مشارك - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الشارقة.
٦. د. رؤوف حفيظ عبد الرحمن كعواش - أستاذ مساعد - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الشارقة.
٧. د. إسعاف أحمد حمد - أستاذ مساعد - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم وتقنية المعلومات / جامعة خورفكان.



كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
COLLEGE OF ARTS, HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

قسم علم الاجتماع

استبانة حول موضوع :

ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة: السمات، المحفزات، والتحديات
السيدة الفاضلة/ رائدة الأعمال،
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

يسرني أن أضع بين يديك استبانة بحثي الموسوم بـ "ريادة الأعمال النسائية بدولة
الإمارات العربية المتحدة: السمات، المحفزات والتحديات"، الذي يندرج ضمن متطلبات
الحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع التطبيقي، والذي يهدف إلى تشخيص واقع
ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال محاولة التعرف على
سمات رائدات الأعمال، دوافعهن الريادية، فضلا عن التحديات التي تواجههن في مجال
ريادة الأعمال.

لقد تم اختيارك للمشاركة في هذا البحث بمختلف محاوره، لذلك أرجو منك التفضل
بإبداء رأيك بالموافقة أو المعارضة حول الفقرات الواردة بالاستبانة، علما بأن البيانات التي
ستدلين بها سرية للغاية، ولن تستخدم لغير أغراض البحث العلمي.
وتفضلي بقبول وافر التحية والتقدير،،،،

إعداد الطالبة: روضة سعيد علي الكتبي

الرقم الجامعي: ١٩١٠٢٨٣٢U

إشراف: الدكتورة وسيلة يعيش

السنة الجامعية : ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣

أولاً: البيانات الشخصية

٧- العمر:

■ أقل من ٣٠ سنة

■ ٣٠ - ٣٩ سنة

■ ٤٠ - ٤٩ سنة

■ ٥٠ سنة فما فوق

٨- مكان الإقامة

■ أبوظبي

■ دبي

■ الشارقة

■ عجمان

■ رأس الخيمة

■ الفجيرة

■ أم القيوين

٩- الحالة الاجتماعية المنفصلة:

■ عزباء

■ متزوجة

■ مطلقة

■ أرملة

١٠- الجنسية :

■ مواطنة

■ مقيمة

١١- المستوى التعليمي:

■ أقل من الثانوية العامة

■ الثانوية العامة

■ دبلوم عالي

■ بكالوريوس

■ دراسات عليا

١٢- المجال الريادي:

- زيادة الأعمال الاجتماعية (الصحة، التعليم، الرياضة، الاستشارات،...)
- زيادة الأعمال الثقافية (الأدب، المسرح، السينما، الموسيقى، الانتاج الفني،...)
- زيادة الأعمال المؤسساتية (الزراعة، الصناعة، تجارة الجملة والتجزئة، البرمجة والخدمات السحابية،...)
- زيادة الأعمال المشاريعية (السكن، شق الطرقات، تطوير البرمجيات،...)
- زيادة الأعمال الناشئة

ثانياً : واقع زيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة

م	المحور / الفقرة	موافق	موافق إلى حد ما	معارض
سمات رائدة الأعمال بدولة الإمارات العربية المتحدة				
السمات الشخصية				
1	تتميز رائدة الأعمال بالنقطة بنفسها			
2	رائدة الأعمال هي امرأة مثابرة			
3	تتميز رائدة الأعمال بروح الإصرار والتحدي			
4	تتميز رائدة الأعمال بالذكاء			
5	تتسم رائدة الأعمال بالصبر والتحمل			
6	تتميز رائدة الأعمال بالاستقلالية في الرأي			
7	تمتلك رائدة الأعمال بالاتزان الانفعالي			
8	تتميز رائدة الأعمال بالطموح			
السمات الاجتماعية				
9	تتميز رائدة الأعمال بالمرونة وتقبل التغيير			
10	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على التواصل			
11	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على الاقتناع			
12	تمتلك رائدة الأعمال شبكة علاقات اجتماعية واسعة			
13	تتقبل رائدة الأعمال النقد البناء			
14	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بروح الفريق			
15	تتسم رائدة الأعمال بالانفتاح على العالم			
16	تمتلك رائدة الأعمال الخلفية المهنية من أسرتها			

السمات المهنية			
17	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على اتخاذ القرار		
18	تتسم رائدة الأعمال بوضوح الأهداف		
19	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التخطيط الجيد		
20	تمتلك رائدة الأعمال مهارات بدء المشاريع		
21	تمتلك رائدة الأعمال مهارات تطوير المشاريع		
22	تمتلك رائدة الأعمال المهارات التكنولوجية		
23	تجيد رائدة الأعمال اغتنام الفرص		
24	تتسم رائدة الأعمال بروح المغامرة		
25	تتسم رائدة الأعمال بتحمل المسؤولية		
26	تتميز رائدة الأعمال بالمتابعة المستمرة للمهام		
27	تتسم رائدة الأعمال بالقدرة على العمل بشكل متواصل		
28	تتميز رائدة الأعمال بالقدرة على حل المشكلات		
29	تتسم رائدة الأعمال بالتنافسية العالية		
30	تمتلك رائدة الأعمال القدرة على التنبؤ		
ثالثاً: محفزات ريادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة			
محفزات الدفع (Push)			
1	الطلاق		
2	البطالة		
3	الفقر		
4	الترمل		
5	التنمر الوظيفي		
6	ضمان الأمن المالي		
7	قلة فرص العمل		
8	الحاجة الاقتصادية		
9	العقبات المهنية		
محفزات الجذب (Pull)			
10	الرضا الوظيفي		
11	النجاح الشخصي		

			الاستقلالية	12
			امتيازات المنطقة الحرة	13
			التأثيرات الجديدة	14
			انتعاش السياحة	15
			تحقيق الذات	16
			إغراءات الثروة أو المكانة	17
رابعاً: تحديات زيادة الأعمال النسائية بدولة الإمارات العربية المتحدة				
التحديات الشخصية				
			عدم وجود دخل ثابت من المشروع يحقق الأمن المالي	1
			صعوبة إدارة التدفق النقدي للشركة	2
			صعوبة إدارة الوقت المتاح لتحقيق الأهداف	3
			صعوبة اختيار فريق العمل المناسب لتحقيق الأهداف	4
			صعوبة اختيار المنتج أو الخدمة ذات الميزة التنافسية	5
			صعوبة أداء أدوار ومسؤوليات متعددة	6
			صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الزوجية	7
			صعوبة تحقيق التوازن بين العمل والمسؤوليات الوالدية	8
			عدم المعرفة والوعي الكافي بالأنظمة واللوائح والقوانين	9
			صعوبة تكوين شبكة العلاقات الاجتماعية	10
			الافتقار إلى المهارات الكافية لإدارة الأعمال	11
			ضعف القدرة على مواكبة التكنولوجيا سريعة التطور	12
			الافتقار إلى مهارات التسويق	13
التحديات البيئية				
			تعقيد الإجراءات الحكومية	14
			عدم توفر مصادر التمويل الكافي لمواجهة احتياجات المشروع	15
			عدم توفر البيئة التجارية المناسبة للعمل والاستثمار	16
			غياب الدعم المؤسسي لرائدات الأعمال	17
			المنافسة العالية في السوق	18
			صعوبة الحصول على البيانات الكافية حول وضع السوق	19

20	الميل الثقافي لوظائف القطاع العام أو الوظيفة الثابتة (بأجر مضمون)
21	ضعف القبول المجتمعي لعمل المرأة في مجال القطاع الخاص
22	ضعف القبول المجتمعي لاستقلالية المرأة ماديا أو عمليا
23	عدم توفر رأس المال الكافي عند البدء بالمشروع
24	عدم توفر رأس المال الكافي لتطوير المشروع

شاكرين لكم حسن تعاونكم،

تعديل مقال ريادة الأعمال النسائية وفقا لمقترحات السادة المحكمين

رقم الصفحة	التعديل
ص ٤	إضافة الأهمية الذاتية للدراسة
ص ٢٩	إضافة كلمة المقترحات فضلا عن التوصيات
ص ٣	تعديل كلمة الرئيس إلى الرئيس
ص ١١	تلعب العائلة دورا هاما (تمارس العائلة)
ص ١١	تعتبر التحديات (تعد التحديات)
ص ٤٧	إضافة (المنفصلة) إلى الحالة الاجتماعية في الاستبانة
ص ٤٥	و(ومن ثم) تصبح (وعليه أو وبالنتيجة)