



أرملنا نيكمت زيزعت" مادتسملنا ةيعانصلنا ةيمنتلل قرشلنا ةقطنم يف ةلماشلنا "ايقيرفأ لامشو طسوالا

رصم يف تاعورشملل ةأرملنا ةداير ةيعضوب قلعتي مي يقيت
لي لحت عم ،سنوتو ني طسلفو برغملاو نانبلو ندرألو
لأجل اذه يف ةعبتملا تاسرامملا لضفأل يسايق

ري رقتلا



تلخص هذه الدراسة النتائج المستخلصة من بحثين تم إجراؤهما في إطار مشروع منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيدو) الذي يحمل عنوان "تعزيز تمكين المرأة للتنمية الصناعية المستدامة والشاملة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا".
يمثل الجزء الأول تقريرًا لتقييم وضع ريادة المرأة للأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ويستند على دراسة بحثية ومسح استقصائي شمل رائدات الأعمال في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس. وقد تم استعراض التقرير في المؤتمر المنعقد حول التمكين الاقتصادي للمرأة في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس" الذي جرى تنظيمه في مدينة ميلانو يوم 14 أكتوبر/تشرين عام 2015 (بمعرض الإكسبو)، ويتضمن التقرير الاستنتاجات والتوصيات.
أما الجزء الثاني من هذا التقرير فيلخص نتائج التحليل القياسي الذي تم إجراؤه مع أستراليا وإيطاليا وتركيا كدول نموذجية لتحديد أفضل الممارسات في مجال تنمية ريادة المرأة للأعمال.

جدول المحتويات

مقدمة 4

I. تقييم لحالة زيادة المرأة للأعمال في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس والتوصيات المقدمة 6

A. الأسلوب المنهجي 6

B. نتائج المسح 8

1. تشغيل معظم النساء الشركات في القطاعات الحرفية والخدمات 10
2. زيادة الأعمال هي خيار 11
3. التحديات الرئيسية التي تواجه تنمية زيادة المرأة للأعمال: الحصول على التمويل والوصول إلى الأسواق 12
4. تحول رائدات الأعمال في الغالب إلى الأوساط الخاصة بهن لتلقي الدعم 13
5. رغم العقبات، تظل سيدات الأعمال متفانلات 15
6. المعايير الجماعية لا تزال تعيق تنمية زيادة المرأة للأعمال 16

C. النتائج المستخلصة من المراجعة المكتبية 16

1. التحديات الرئيسية التي تواجه سيدات الأعمال لبدء وإدارة وتطوير النشاط التجاري في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 16
2. الاستفادة من الخدمات التجارية والأسواق والمعلومات 18
3. الوصول إلى الشبكات 18
4. الوصول إلى الأسواق 19
5. الحواجز الثقافية والاجتماعية 19
6. اللوائح والقوانين 19

D. أبرز الملامح والتوصيات 20

1. لا تزال التصورات المسبقة والصور النمطية تصيغ معالم دور الصورة وهويتها في مجتمعات الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. 20
2. تحتاج رائدات الأعمال إلى الوصول للشبكات والمعلومات، والتكنولوجيا، وتبادل الخبرات، والمهارات الإضافية 21
3. ويظل حصول النساء على التمويل تحديا كبيرا يعرفل ليس فقط إنشاء الأعمال التجارية وإنما أيضا توسعها. 21
4. لا يزال نظام الدعم لرائدات الأعمال يقتصر في الأغلب على الأهل والصديقات 21
5. عادة ما تكون شركات النساء صغيرة ومتمركزة في القطاعات الحرفية والخدمات 22

II. تحليل قياسي لأفضل الإجراءات المتبعة لدعم النساء من زيادة الأعمال 22

A. الأسلوب المنهجي 22

B. نتائج التحليل القياسي في لمحة سريعة 23

C. أفضل الممارسات المحددة في أستراليا وإيطاليا وتركيا 25

D. تكرار/تعديل أفضل الإجراءات المتبعة في بلدان الشرق الأوسط 28

1. مصر 28
2. الأردن 29
3. لبنان 30
4. المغرب 31
5. فلسطين 32
6. تونس 33

يسعى مشروع "تعزيز تمكين المرأة للتنمية الصناعية المستدامة والشاملة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" – الذي تنفذه منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيدو) بتمويل من الحكومة الإيطالية – إلى تعزيز الإدماج الاقتصادي للمرأة، وبالتالي إلى تهيئة الظروف للنمو المستدام والشامل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من خلال تسخير الإمكانيات الهائلة لرائدات الأعمال في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس. يتماشى المشروع مع الأهداف المعتمدة حديثاً للتنمية المستدامة، وتحديدًا الهدف الأول: "إنهاء الفقر في جميع أشكاله في كل مكان"، هدف التنمية المستدامة رقم 5: "تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات"، هدف التنمية المستدامة رقم 8: "تعزيز العمل متواصل وشامل ومستدام النمو الاقتصادي، الكاملة والمنتجة وتوفير العمل اللائق للجميع"، هدف التنمية المستدامة رقم 9: "بناء بنية تحتية مرنة، وتعزيز التصنيع الشامل والمستدام، وتشجيع الابتكار"، وهدف التنمية المستدامة رقم 16: "تعزيز المجتمعات السلمية والشاملة لتحقيق التنمية المستدامة، وتيسير سبل الوصول إلى العدالة للجميع، وبناء مؤسسات فعالة ومسؤولة وشاملة على جميع الأصعدة".

ينشأ الأساس المنطقي للمشروع من حقيقة أن المنطقة تسجل أكبر فجوة بين الجنسين في ريادة الأعمال (Entrepreneurship) في العالم (وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، 2014). في الواقع، في حين تملك النساء ويدرين 31-38 في المئة من جميع الشركات على مستوى جميع أنحاء العالم، في حين تنخفض هذه النسبة في دول المنطقة إلى ما بين 13 (وفقاً لمنظمة العمل الدولية 2015) إلى 15 في المئة تقريباً (وفقاً للبنك الدولي 2013¹) من بين أولئك الذين يعملون لحسابهم الخاص.

لا توجد بيانات وطنية موحدة تسمح بإجراء مقارنات حول تنظيم المشاريع الخاصة بالمرأة في الدول الست المستهدفة، ولكن في عام 2013 أشارت التقديرات إلى أن النسبة المئوية للشركات التي تشارك المرأة في ملكيتها بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا كانت 22.7 في المئة، مقارنة بالنسبة الإجمالية البالغة 35.2 في المئة في جميع أنحاء العالم. وفي الدول الست، كانت النسب كالتالي: مصر 16.1 في المئة، الأردن 15.7 في المئة، لبنان 43.5 في المئة، المغرب 31.3 في المئة، الضفة الغربية وقطاع غزة، 12.6 في المئة، وتونس 49.5 في المئة. وتنخفض الأرقام المسجلة على مستوى البلاد إلى 7.1 في المئة، و2.4 في المئة، و4.4 في المئة، و4.3 في المئة، و1.2 في المئة، و8.5 في المئة على التوالي، بالنسبة للشركات التي تعتمد على وجود امرأة ضمن كبار المديرين².

من أجل معالجة هذه المشكلة، تم صياغة مشروع اليونيدو باستخدام نهج متكامل يقوم على ثلاثة مستويات من التدخل:

- (1) على المستوى الكلي، يعزز المشروع تعزيز وتسهيل ومرافقة حوار شامل حول السياسات ما بين أصحاب المصلحة الرئيسيين بهدف الخروج بمجموعة من التوصيات ونقاط العمل التي تقرها جميع الأطراف بغرض التشجيع على ريادة الأعمال من جانب المرأة في المنطقة.
- (2) وعلى المستوى المتوسط، يمثل الهدف من المشروع في تعزيز قدرات مؤسسات سيدات الأعمال الوطنية لتوفير خدمات ذات نوعية أفضل وتستند إلى حجم الطلب لرائدات الأعمال وذلك لخلق أو تنمية أعمالهن، وفي الدعوة إلى خلق بيئة تمكينية أفضل لريادة الأعمال من جانب النساء.
- (3) وعلى المستوى الجزئي، فإنه يعزز الاستثمارات التي تقودها النساء في الدول المستهدفة من خلال التدريب، والتوجيه، وتحديد وتسهيل فرص الشراكة التجارية والحصول على التمويل.

ويعتمد تنفيذ المشروع على شراكة قوية مع ست جمعيات وطنية من البلدان المستهدفة، وهي: المؤسسة التمهوية للسيدات المصريات للعمل الحر (أوتاد - مصر)؛ سيدات الأعمال والسيدات المهنيات بعمان (BPWA - الأردن)؛ الجمعية اللبنانية للتنمية "المجموعة" (لبنان)؛ جمعية النساء رئيسيات المقاولات بالمغرب (AFEM - المغرب)؛ منتدى سيدات الأعمال (BWF - فلسطين)؛ النساء والقيادة (F&L - تونس)، وكذلك مع الوزارات المعنية للصناعة.

وفي إطار الأنشطة التي يشرف عليها المشروع على المستوى الكلي، فقد أجريت دراستان للبحوث بهدف دعم تحديد الإصلاحات السياسية الهادفة والفعالة لتعزيز دور المرأة على تنظيم المشاريع على المستوى الوطني.

أجريت دراسة بحثية عن ريادة أعمال المرأة لتغطي الدول الست من التي شملتها جهود التدخل من خلال استعراض مكتبي ودراسة استقصائية مكتبية أجريت بين رائدات الأعمال (Women Entrepreneurs) بالتعاون مع "كوثر" (مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث - تونس). كان الهدف من البحث يتمثل في: (1) توفير مجموعة محدثة من المعلومات عن حالة تطوير جهود ريادة المرأة للمشاريع في البلدان المستهدفة؛ و(2) الوقوف على التحديات المحددة والتصورات والتوقعات من رائدات الأعمال في كل بلد عند تأسيس المشاريع وتوسيعها؛ و(3) تقديم توصيات لتعزيز بيئة عمل مواتية؛ و(4) تعزيز الحوار بين أصحاب المصلحة العامة والخاصة الرئيسيين.

وبالإضافة إلى ذلك، تم إجراء تحليل قياسي مع أستراليا وإيطاليا وتركيا لتحديد أفضل الممارسات في مجال تنمية ريادة المرأة للمشاريع بالتعاون مع مؤسسة Fondazione Giacomo Brodolini (بايطاليا). وكان التحليل القياسي يركز إلى هدفين محددين:

- مقارنة النظم الإيكولوجية لمشاريع ريادة الأعمال بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع النظم الإيكولوجية القائمة في البلدان النموذجية الثلاثة.
- اقتراح توصيات قصيرة إلى متوسطة المدى بشأن سبل تشجيع المرأة على ريادة المشاريع في المنطقة، استناداً إلى اعتبارات أفضل الممارسات التي تم تحديدها.

¹ أجرى البنك الدولي مسحاً على 5887 شركة في 10 بلدان بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بين عامي 2003 و2010. وخلصت النتائج إلى أن 15٪ فقط من الشركات كانت تملكها النساء.

² المصدر: <http://www.enterprisesurveys.org/Data/ExploreTopics/gender#middle-east-north-africa>

وعرضت نتائج الدراستين البحثيتين في "مؤتمر التمكين الاقتصادي للمرأة في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس" الذي جرى تنظيمه في معرض إكسبو ميلانو يوم 14 أكتوبر/تشرين أول عام 2015، وتم إدراجها في التقرير.

يمثل الجزء الأول تقريرًا لتقييم وضع ريادة المرأة للأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ويستند على دراسة بحثية ومسح استقصائي شمل 406 من رائدات الأعمال في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس. أما الجزء الثاني من هذا التقرير فيلخص نتائج التحليل القياسي الذي تم إجراؤه مع أستراليا وإيطاليا وتركيا كدول نموذجية لتحديد أفضل الممارسات في مجال تنمية ريادة المرأة للأعمال.

ويجري حاليًا توسيع نطاق الدراسة لزيادة عدد المشاركات إلى 1200 (بحيث تشمل العينة مشاركات من المناطق الريفية) على أن يتم الانتهاء منه في شهر يوليو/تموز 2016. وسيتم تحديث التقرير بما يشمل الهدف الموسع.

A. الأسلوب المنهجي

تم إبقاء التركيز منصبًا على الدول الست (مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس) على مدار الاستعراض المكتبي والدراسة الاستقصائية. ومع ذلك، فقد تقرر بالاتفاق مع الجهات المانحة المرتقبة أن يتم توسيع نطاق الأبحاث بحيث تشمل بلدًا أخرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وكانت الدراسة التي أجريت بين شهري أغسطس/أب وسبتمبر/أيلول في 2015 بين النساء في مصر والأردن ولبنان والمغرب وفلسطين وتونس – تهدف إلى جمع معلومات مباشرة عن الخصائص الشخصية والتجارية لرائدات الأعمال في الدول الست، والتحديات التي تواجههن، وجهات نظرهن وتوقعاتهن، وتصوراتهن عن مدى ملاءمة بيئة الأعمال التجارية لديهن.

وضع الاستعراض المكتبي في الاعتبار جهود الأبحاث السابقة وجهود التحليل في المنطقة حول موضوع تطوير ريادة النساء للأعمال، والتي أجرتها منظمات أخرى مثل: البنك الدولي ومؤسسة التمويل الدولية (IFC)؛ ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD)؛ ومركز بحوث التنمية الدولية (IDRC)؛ ومركز المرأة العربية للتدريب والبحوث (كوثر).

الدراسة الاستقصائية. قام مركز كوثر والجمعيات الوطنية للمرأة واليونيدو بإعداد الاستبيان. وبالإضافة إلى البيانات الكمية، فقد تم تصميم الاستبيان بحيث يركز على أصوات النساء وتصوراتهن، مع إفصاح المجال وتوجيه الاعتبار لتلك الجوانب على مدار عملية جمع البيانات وتحليلها. تم طرح الاستقصاء عبر الإنترنت³ في مطلع شهر أغسطس/أب عام 2015، وتولت الجمعيات الوطنية للأعمال توزيعه على عضواتها.

كانت الأسئلة المفاهيمية التي وجهت صياغة الاستبيان على النحو التالي:

- من هن رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا؟ ما هي نظرتهن لأنفسهن كرائدات للأعمال؟ ما الدافع الذي شجعهن على أن يصبحن رائدات أعمال؟ ما هي القطاعات الاقتصادية التي يستثمرن فيها؟ وكيف يوازنن بين إدارة الأعمال والتعامل مع المسؤوليات العائلية؟
- ما الذي ترى المرأة أنها القيود القانونية والتنظيمية (وغيرها) الأكثر أهمية في بيئة الأعمال بحكم دورها كرائدة للأعمال؟ ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها النساء في إنشاء وتطوير مشاريعهن؟ أي نوع من الدعم يتوقعن الحصول عليه من الحكومات والجمعيات وخدمات تطوير الأعمال وغيرها من الجهات المعنية؟
- إلى أي مدى يتم توظيف الخدمات المالية والتجارية وما مدى ملائمتها للمرأة، بالنظر إلى القيود القائمة في كل بلد بين الجنسين: مثل الحواجز الثقافية، وعدم قدرة المرأة التنقل، والقيود الزمنية وما إلى ذلك؟ ما هي تحديات وفرص الاستثمار التي تواجهها النساء؟
- وكيف ينظرن إلى قدراتهن كرائدات للأعمال بالمقارنة مع الرجال؟ كيف تؤثر المعايير الثقافية والاجتماعية على ريادة المرأة للأعمال في بلدها؟
- هل تطالب النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بحقوقهن؟ هل يتم تمكين النساء كمجموعات (كجماعات وجمعيات)، وهل تمكن من التأثير على عملية صنع القرار؟ هل آلية التنسيق المصممة لضمان الحوار الخاص بجمعيات المرأة تؤدي الغرض منها بشكل جيد؟ إذا لم يكن الوضع كذلك، فما الذي يمكن عمله لتعزيز الجمعيات النسائية وجهود التواصل وتعزيز الحوار بين تلك الجماعات (أي فيما بينها) وبين الجماعات النسوية وصانعي القرار؟ كيفية تهيئة الريادة بين ممثلات المرأة؟

لكي يتم الحصول على صورة شاملة عن وضع رائدات العمل من النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فقد شمل المسح سبعة (7) مناطق مترابطة و55 سؤالاً. وتمثل كلها أجزاءً متناسقة من الصورة الكلية التي تحدد وضعية رائدات الأعمال في البلدان الستة المستهدفة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. كما أنها توضح الجوانب التي تحتاج إلى التحسين والدعم المحدد اللازم، وخاصةً من حيث الوصول إلى خدمات معينة (بما في ذلك التدريب)، وكذلك السياسات واللوائح.

المناطق المترابطة السبعة التي شملها الاستبيان هي:

- الخصائص الشخصية والتجارية التي تميز سيدات الأعمال من أصحاب المشاريع التجارية
- المعايير وجهات النظر الاجتماعية
- التفاؤل والتوقعات لنمو الأعمال التجارية
- عضوية الجمعيات والشبكات
- بيئة العمل: السياسات الحكومية واللوائح والقوانين
- الدعم المؤسسي والحصول على الائتمان والخدمات المالية

• خدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والتوجيه، والاستشارات، والتدريب

1. الخصائص الشخصية والتجارية التي تميز سيدات الأعمال من صاحبات المشاريع التجارية

يهدف هذا الجزء من الاستبيان إلى التعرف على الخصائص الرئيسية التي تميز النساء من صاحبات الأنشطة التجارية، وكيف تحدد هذه الصفات الشخصية والتجارية القطاعات التي ينشطن فيها، والمنتجات والخدمات التي يقدمنها، ودورهن في صنع القرار، وأوجه إسهامهن في خلق فرص العمل. وعادةً ما يتأثر ذلك إلى حد كبير بالثقافة والتقاليد والقوالب النمطية التي لا تزال متأصلة بعمق في ديناميات الاجتماعية، وتُترجم إلى واقع يقوم على أن الأدوار الجنسانية تنطبق على فرص التوظيف والعمل. تعتبر بعض المهن المحددة أنسب للرجال أو للنساء، وهو ما يحدد في كثير من الحالات انخفاض تواجد رائدات الأعمال في قطاعات الأعمال التجارية. وبالتالي، يحدد هذا الموضوع ما يلي: (1) هيكل ملكية الشركات المملوكة للنساء، و(2) تفضيلات فرص وقطاعات العمل، و(3) الدافع والعقبات التي يواجهنها ومشاركتهن في توسيع ريادة الأعمال.

2. المعايير وجهات النظر الاجتماعية

بحكم أن الأعراف الاجتماعية والأدوار الجنسانية المحددة للثقافة تندرج ضمن العوامل التي تؤثر على دخول المرأة ومشاركتها في أنشطة ريادة الأعمال، فقد صار الهدف يتمثل في التعمق بشكل أكبر في هذا الجانب لفهم العوائق التي تواجه المرأة بسبب الأدوار الجنسانية والقوالب النمطية الجنسانية التي تنتج بفعل الأدوار الاجتماعية والاقتصادية المختلفة التي من المتوقع أن يؤديها الرجال والنساء في المجتمع. وبالتالي، فإن هذا الموضوع يحدد ما يلي: (1) كيف تكون النظرة إلى صاحبات الأنشطة التجارية في المجتمع، و(2) المعايير والمواقف وجهات النظر الاجتماعية تجاههن، و(3) كيف تتمكن هؤلاء النساء من تحقيق التوازن بين العمل والأسرة والأدوار الاجتماعية، و(4) ما إذا كانت المرأة تعتبر أن قدراتها كرائدة أعمال تختلف عن الرجال؟

3. التفاؤل والتوقعات بشأن نمو الأعمال التجارية

يستكشف هذا الجانب آفاق المرأة بشأن تطوير أعمالها وخططها لزيادة الاستثمار في الموارد لتوسيع نطاق أعمالها والوصول إلى أسواق جديدة. ومع ذلك، يتوقف هذا الجانب على مدى ملاءمة بيئة الأعمال هي، وبالتالي فإن هذا الموضوع يحاول استيعاب ما يلي: (1) مدى تفاؤل صاحبات الأنشطة التجارية حول مستقبل أعمالهم. و(2) ما هي خطتهن.

4. عضوية المؤسسات وشبكات التواصل

إن وجود بيئة داعمة يمثل عاملاً محددًا لرائدات الأعمال. فمن المهم على نحو خاص أن تلقتي ممثلات رائدات الأعمال في اجتماعات منتظمة فيما بينهن وكذلك مع واضعي السياسات لضمان وضع وجهات النظر ومصالح المرأة في الاعتبار في مرحلة تصميم الاستراتيجيات والسياسات. ويمكن للمؤسسات التجارية القوية – وخاصةً جمعيات الأعمال النسائية – أن تضمن تلقي رائدات الأعمال ما يكفي من الدعم كاف وأن تصل أصواتهن إلى مستوى صنع السياسات. يمكن لتعزيز دور المرأة كرائدة أعمال أن يسهم في تحقيق تحول إيجابي في النظرة المجتمعية حول دور المرأة في الاقتصاد، كما يمكنه أن يشجع النساء على اعتبار ريادة الأعمال كخيار. وبالتالي، يستكشف هذا الموضوع مشاركة ومواقف وتوقعات رائدات الأعمال بشأن شبكات التواصل والجمعيات المهنية الأخرى.

5. بيئة العمل: السياسات الحكومية واللوائح والقوانين

يسعى الاستبيان إلى تسجيل القيود المختلفة التي تواجهها صاحبات الأنشطة التجارية في بيئة الأعمال. ويتمثل الهدف من ذلك في فهم التعقيد الذي يشوب إجراءات التسجيل والترخيص للنساء من رائدات الأعمال، لا سيما في المشاريع الصغيرة ومتوسطة الحجم. هل هناك حاجة لوضع إجراءات محددة – بما في ذلك السياسات واللوائح – لضمان حصول النساء صاحبات الأنشطة التجارية على الدعم اللازم لتعزيز أنشطتهن التجارية وضمان ألا تعرقل السياسات والقوانين نمو المشاريع للنساء؟ لذلك، يحدد هذا الموضوع مدى ملاءمة بيئة الأعمال التجارية للنساء، كما يحدد ما إذا كانت هناك أي إجراءات أُتخذت أو أي إجراءات قائمة بالفعل، والتي تحد من الحواجز القائمة أمام المشاريع، وخاصة فيما يخص النساء.

6. الدعم المؤسسي والحصول على الائتمان والخدمات المالية

يهدف هذا الجزء من الاستبيان إلى فهم العلاقة بين صاحبات الأنشطة التجارية والقطاع المالي والتسهيلات المقدمة فيه. وقد تشمل التسهيلات على القروض المصرفية التجارية، وخطط الضمان الائتماني، وصناديق رأس المال المخاطر، وشبكات المستثمرين الممولين، ومؤسسات التمويل الصغير، وغيرها. ويمكن للدعم المؤسسي الموجه للنساء أن يشير إلى أن جهات الدعم قد أعلنت عن نيتها للوصول إلى رائدات الأعمال. كما يمكنه أن يعني أيضًا أن لديها مكتبًا مخصص لرائدات الأعمال. وبالتالي، يحدد هذا الموضوع الطريقة التي تلي بها رائدات الأعمال احتياجاتهن التمويلية، وموقفهن بشكل عام تجاه المؤسسات المالية، والعقبات (الحقيقية أو المتصورة) التي يمكن أن تحول دون الوصول إلى تلك المؤسسات.

7. خدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والتوجيه، والاستشارات، والتدريب

يمكن لخدمات تطوير الأعمال أن تتراوح ما بين التسهيلات العامة (مثل خدمات تصوير المستندات والاستقبال والهاتف) إلى الخدمات الأكثر تقنية (مثل مسك الدفاتر، ودعم تكنولوجيا المعلومات، والدعم في صياغة خطة العمل)، وتنمية المهارات (التدريب والتوجيه) والمساعدة الاستراتيجية (المشورة والاستشارات). وقد يشمل ذلك أيضًا الخدمات القانونية والمحاسبية. في هذا الصدد، تم وضع الاستبيان ليستوعب مدى اعتماد المرأة على خدمات تطوير الأعمال، وما هي احتياجاتهن في مجال التدريب وتقديم المشورة، بالنظر إلى أن ريادة الأعمال ليست مجرد

وسيلة لكسب الرزق للنساء، وإنما تهدف أيضاً إلى اكتساب الثقة بالنفس، والريادة، والمركز الاجتماعي. لذلك اهتم البحث الاستقصائي بالإدراك والتصور الذاتي لدى رائدات الأعمال التي شملتهن المقابلة.

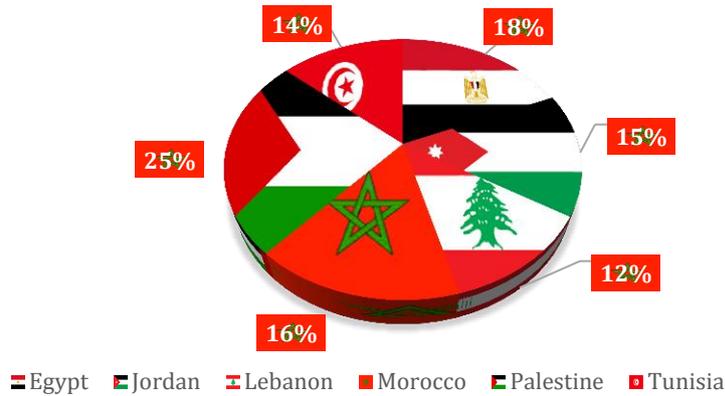
B. نتائج المسح

يستند هذا التحليل على 406 استبيانات تم جمعها حتى منتصف شهر سبتمبر/أيلول 2015.

ومن المهم أن نلاحظ النمط الشخصي للنساء الاتي شملتهن الدراسة من حيث بلد المنشأ، والعمر، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، وعدد الأطفال وسنوات الخدمة في العمل، كما هو مبين في الرسم البياني أدناه.

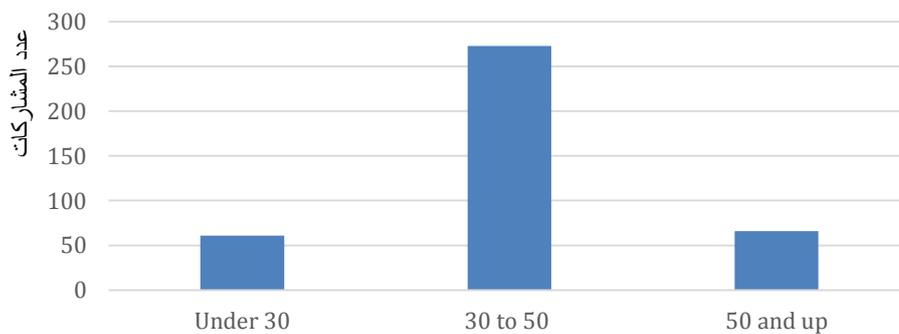
➤ نسب تمثيل الدول بحسب المشاركات

تمثل المشاركات حسب بلد المنشأ



➤ متوسط عمر المشاركات: 40

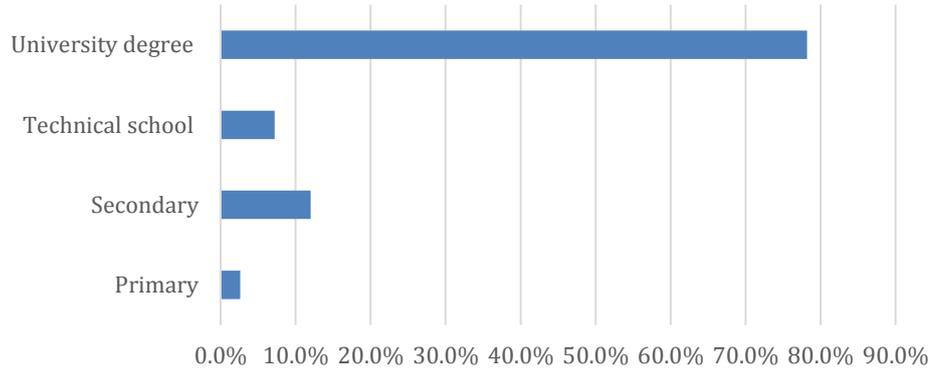
عمر المشاركات



➤ مستوى التعليم:

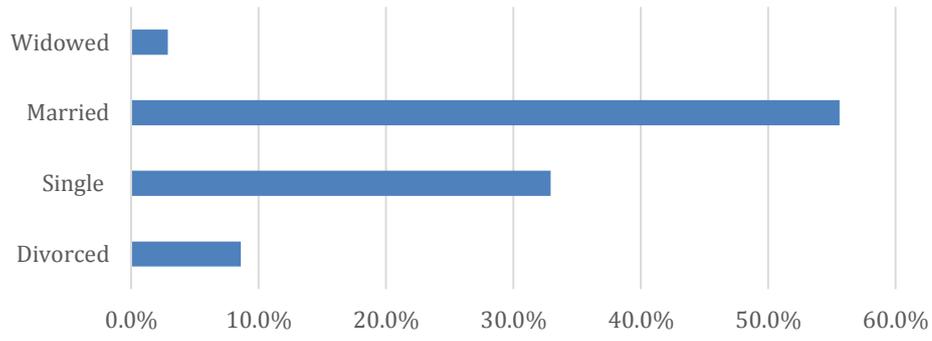
تحمل الغالبية العظمى من المشاركات شهادة جامعية.

المستوى التعليمي للمشاركات



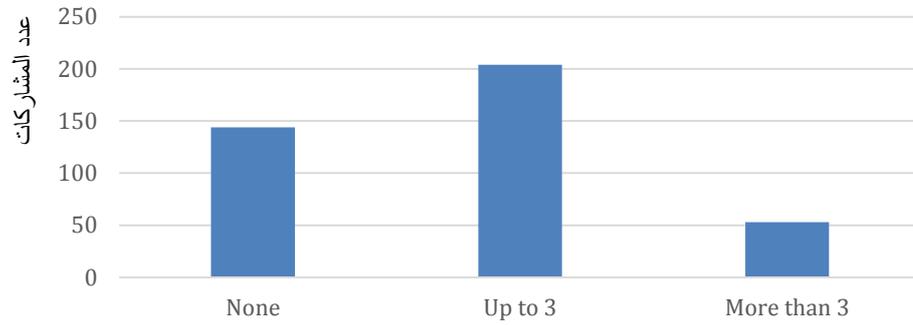
➤ العائلة / الحالة الاجتماعية: أغلبية النساء التي شملتهن المسح كن رائدات أعمال متزوجات.

الحالة الاجتماعية



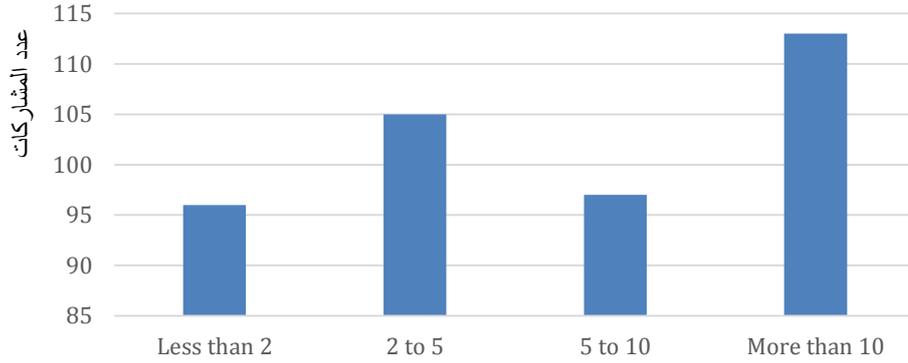
➤ الأطفال: 62.5 في المئة من النساء اللاتي شملتهن الدراسة الاستقصائية لدى الأطفال

عدد الأطفال الذين أوردتهن المشاركات



➤ سنوات الخدمة

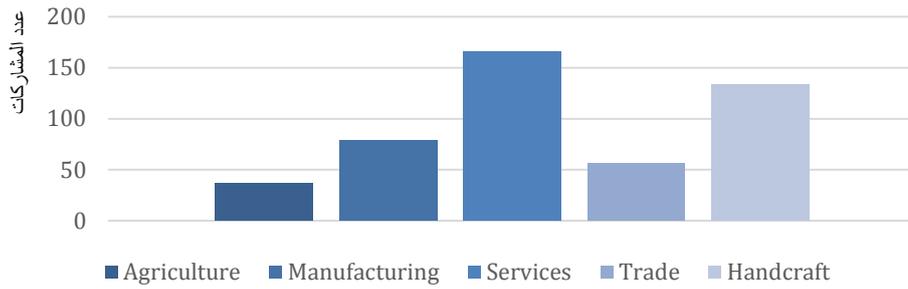
سنوات الخدمة



1. تشغيل معظم النساء الشركات في القطاعات الحرفية والخدمات

تؤكد الدراسة الاستقصائية الصورة النمطية للمرأة وإدارة المشاريع الصغيرة، واللاتي ينشطن بشكل رئيسي في قطاع الخدمات والحرف اليدوية، وهما قطاعان يتركز بهما 63.4 في المئة من نشاط رائدات الأعمال اللاتي شملهن الاستبيان.

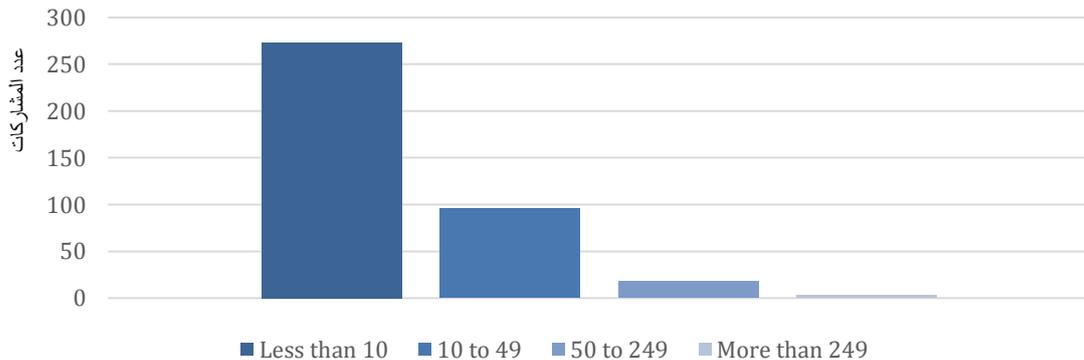
قطاعات النشاط



يبدو أن التصنيع هو القطاع الثالث الذي تشارك فيه سيدات الأعمال (17 في المئة)، في حين أن الزراعة تأتي في المرتبة الأخيرة وتضم 8% فقط من الأنشطة التجارية التي تديرها المشاركات.

وأتي تركّز الأنشطة التجارية الخاضعة لإدارة النساء في قطاعات الخدمات والحرفية ليوضح أن 70 في المئة من المشاركات لم يكن يعمل لديهن سوى عدد أقل من عشرة موظفين، بما يحدد أعمالهن كمشاريع متناهية الصغر وفقاً للتصنيف الأوروبي للشركات الصغيرة والمتوسطة. فقد أعلنت 24% أنهن كن يوظفن ما بين 10 و49 شخصاً، في حين أعلنت 4.6% عن أعداد للعاملين لديهن ممن كن يوظفن ما بين 50 و249، واقتصرت النسبة على 0.8% من رائدات الأعمال التي يوظفن أكثر من 249.

حجم النشاط التجاري



تكشف الدراسة أيضا أن نسبة النساء العاملات في الأعمال التي تقودها النساء (51 في المئة) هي أعلى بكثير من نسبة القوى العاملة المشاركة، والتي هي، في المتوسط، نحو 25 في المئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

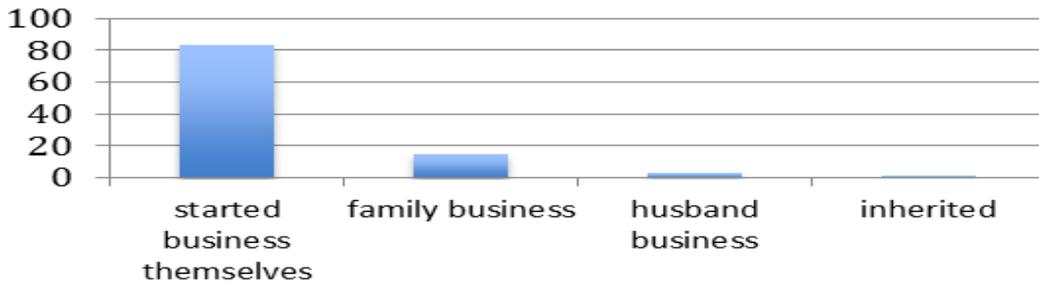
وأخيرا، من حيث التدويل ((Internationalization)، فقد ذكرت 57٪ من الشركات التي تقودها النساء – والتي شملتها الدراسة – أنها لا تقوم بالتصدير، ولم تبلغ سوى 7.5 في المائة من أفراد العينة عن وجود شركاء أجنب لها.

2. ريادة الأعمال هي خيار

استنادا إلى البيانات التي تم جمعها، يبدو أن المرأة تريد المشاركة في المشاريع مدفوعة برغبة قوية لبدء مشاريعها الخاصة، وبدافع الرغبة في تحقيق توازن جيد بين العمل والحياة. ويُنظر إلى النشاط التجاري باعتباره فرصة وليس عائقاً أمام حياة أسرية جيدة حتى لو كان ذلك قد يترتب عليه انعدام الأمن المالي.

ويُظهر المسح الاستقصائي أن ريادة الأعمال تمثل خياراً، فالمرأة تأخذ بزمام المبادرة بنفسها لبدء نشاطها التجاري. وتكشف البيانات المأخوذة من المسح الاستقصائي أن 83 في المئة من المشاركات بدأت أنشطتهن التجارية بأنفسهن، مقارنةً مع 15 في المئة ممن تسلمن أنشطة تجارية عائلية. وقد ورثت أقل من 1 في المئة من المشاركات أعمالاً تجارية، فيما ذكر أكثر من 3 في المئة أنهن عملن لحساب أزواجهن من رجال الأعمال.

كيف دخلت النساء في مجال العمل التجاري (% من الإجابات)



تصدر تحقيق الذات قائمة الأسباب التي استشهدت بها النساء عند بدء أعمالهن (حيث استشهدت به 51.4 في المئة من المشاركات)، يليه الفعالة بأن لديهن المهارات المناسبة (والتي استشهد بها 49.5 في المئة)، أما إتاحة الفرصة فقد حقق نسبة 47.7 في المئة.

الأسباب التي تم الاستشهاد بها لبدء نشاط تجاري (تبعاً لعدد المشاركات)



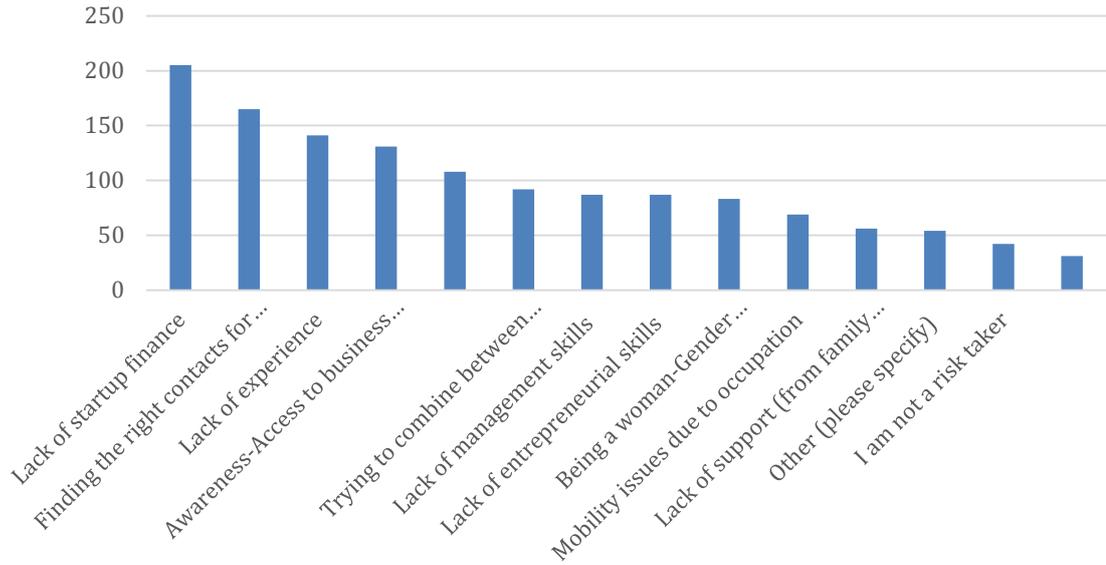
وعلاوة على ذلك، يبدو أن النساء يعقدن العزم على حسم خيارهن في بدء نشاط تجاري لهن، فعلى الرغم من أن ريادة الأعمال قد تقود إلى انعدام الأمان المالي، ورغم تأكيد ما يقرب من 60 في المئة ممن شملهن المسح الاستقصائي أنهم لا يدفعن لأنفسهن راتب منتظم، فقد أعلنت ثلاث من كل أربع مشاركات من أفراد العينة أنهم لا يريدون أن تكون هناك وظيفة أخرى لهن (في القطاع العام أو الخاص).

وبالإضافة إلى ذلك، أعلنت 90 في المئة من المشاركات عن تفائلهن بدرجة كبيرة أو معقولة بشأن تطوير النشاط التجاري. وعلى الرغم من الصعوبات التي تسود البيئة الاقتصادية العامة، فقد ذكرت غالبية المشاركات أنهن يعتزمن الاستثمار (42 في المئة)، وتوظيف العاملين (50 في المئة)، والتوسع في الأسواق الوطنية (50 في المئة)، والأسواق الدولية (40 في المئة) خلال الأشهر المقبلة.

3. التحديات الرئيسية التي تواجه تنمية ريادة المرأة للأعمال: الحصول على التمويل والوصول إلى الأسواق

الحصول على التمويل يمثل مشكلة متكررة للسيدات رائدات الأعمال التجارية سواء الناشئة أو القائمة بالفعل. وتكشف الدراسة عن أن التحديات الرئيسية التي تواجه النساء من رائدات الأعمال الوليدة تتمثل في عدم وجود تمويل لبدء العمل (التي استشهد بها 50.4 في المئة من المشاركات)، تليها العثور على جهة الاتصال المناسبة لبدء مشروع تجاري (والتي استشهد بها 41.4 في المئة)، وقلة الخبرة (التي استشهد بها 36 في المئة)، والحصول على دعم الأعمال التجارية (التي استشهد بها 33.8 في المئة).

العقبات التي تم الاستشهاد بها لبدء نشاط تجاري (تبعًا لعدد الإجابات)



ووجدت واحدة من كل اثنتين من النساء صعوبة في الحصول على رأس المال بفعل عدم وجود ضمانات وأصول (مثل كونها صاحب المبنى). ويمكن لذلك أن يفسر ظاهرة أنه على الرغم من أن المرأة قد تكون رائدة أعمال تبدأ مشروعها بنفسها، فليست هناك سوى نسبة ضئيلة من النساء يكون المالك الوحيد لأعمالهن، في حين أن الأغلبية يشاركن مشروعتهن مع أفراد الأسرة الآخرين. ويكشف المسح الاستقصائي في الواقع أن نحو 35 في المئة يكن المالكات الوحيديات لأعمالهن، وحوالي 47 في المئة ممن شملهن الاستطلاع لديهن ملكية مشتركة مع أفراد الأسرة، مقارنةً بحوالي 19 في المئة مع المؤسسات، ونحو سبعة في المئة لديهن ملكية مشتركة مع المستثمرين الأجانب.

وأظهرت نتائج الدراسة أيضًا أن أكثر من 46 في المئة من المشاركات قلن إنهن يستأجرن أماكن العمل، مقارنةً بحوالي 29 في المئة ممن قلن إنهن يملكنها. وقالت نحو 22 في المئة إنهن يعملن من المنزل، فيما كانت نسبة المشاركات في الإيجار تزيد قليلاً عن نسبة 2 في المئة.

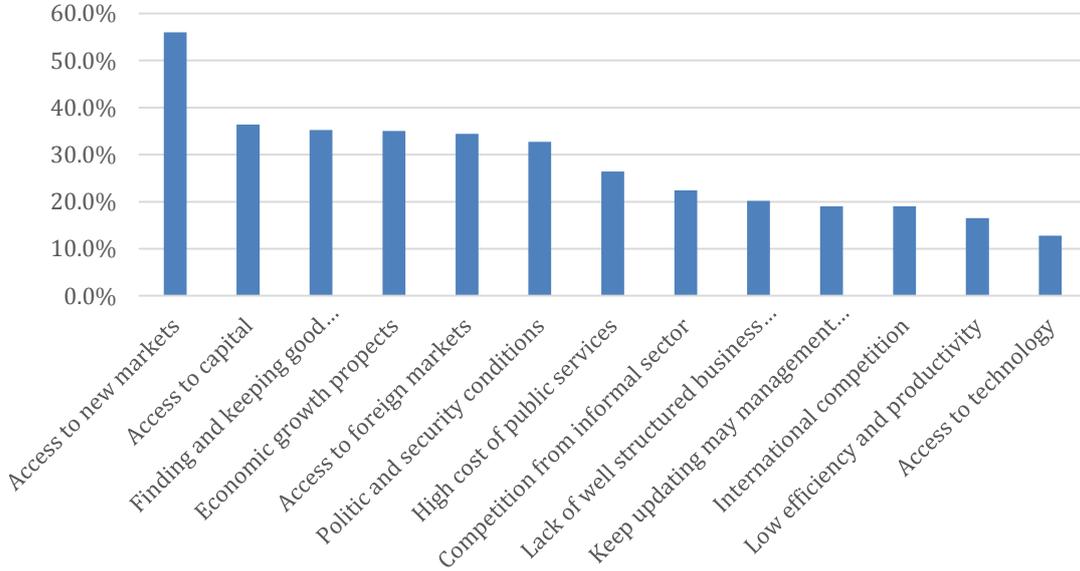
وبالنسبة للنساء المشاركات بالفعل في مجال الأعمال التجارية، فلا يزال الحصول على التمويل تحديًا: فنسبة 36.7% من صاحبات المشاريع اللاتي شملتهن الدراسة المذكورة قلن إنها عقبة رئيسية في إدارة أعمالهن. ونتيجة لذلك، فقد كشف المسح أيضًا عن أن التمويل الذاتي محل تفضيل من جانب النساء: ذكرت 58 في المئة من النساء اللاتي شملهن الاستطلاع أنهن استخدمن أو يوين استخدام مصادر شخصية للتمويل (من مدخرات خاصة أو من الأهل والأصدقاء)، وأفادت 54% أنهن استخدمن أو يوين استخدام عائدات أعمالهن، فيما أعلن 42 في المئة أنهن استخدمن أو يوين استخدام القروض المصرفية التجارية. في المقابل، قالت 25 في المئة من أفراد العينة أنهن لم يحاولن أبدًا الحصول على قرض من البنوك.

وفي هذا الصدد، كشف الاستطلاع أن 50 في المئة من النساء صاحبات المشاريع اللاتي شملهن الاستطلاع كن يعتقدن أن البنوك تفتقر إلى البرامج أو المنتجات المناسبة الموجهة خصيصًا لأنشطتهن التجارية. ومع ذلك، وافقت نسبة 67 في المئة من أفراد العينة على أنهن لا يشعرن بالتمييز ضدهن في البنوك بسبب الجنس، وترى واحدة من كل ثلاث نساء من أصحاب المشاريع أنه لا يزال من الصعب على النساء صاحبات المشاريع الحصول على القروض بالمقارنة مع الرجال. ويرجع ذلك إلى ما يلي: تعقيد الإجراءات (20 في المئة)، ومشكلات الضمانات (23 في المئة)، وعدم أخذ المرأة على محمل الجد (13 في المئة)، ونقص الموارد البشرية الفعالة (سنة في المئة).

وبصرف النظر عن الحصول على التمويل فإن الوصول إلى الأسواق يبدو أنه التحدي الرئيسي الآخر الذي تواجهه رائدات الأعمال، ولا سيما لأولئك اللاتي يعتزمن تنمية أعمالهن: فقد ذكر نحو 56 في المئة من المشاركات أن الوصول إلى أسواق جديدة كان التحدي الرئيسي، يليه الوصول إلى رأس المال. ونتيجة لذلك، فإن المعلومات/التدريب حول كيفية الوصول إلى أسواق جديدة يحتل المرتبة الأولى في الاحتياجات المحددة لتنمية قدرات المرأة من رائدات الأعمال.

أما بالنسبة للعقبات الأخرى، ذكر 35 في المئة إيجاد وإبقاء موظفين جيدين، وذكرت 35 في المئة آفاق النمو الاقتصادي في البلاد، فيما ذكر 33 في المئة الظروف السياسية والأمنية، وأشار 27 في المئة ارتفاع تكلفة الخدمات العامة؛ فيما استشهد 20 في المئة بعدم وجود نموذج للأعمال التجارية بتنظيم جيد؛ وذكر 19 في المئة المنافسة من بلدان أخرى؛ فيما ذكر 22 في المئة المنافسة من القطاع غير الرسمي؛ وذكر 13 في المئة أن تعذر سبل الوصول إلى التكنولوجيا كان عقبة رئيسية.

العقبات التي تواجه النشاط التجاري (% من الإجابات)

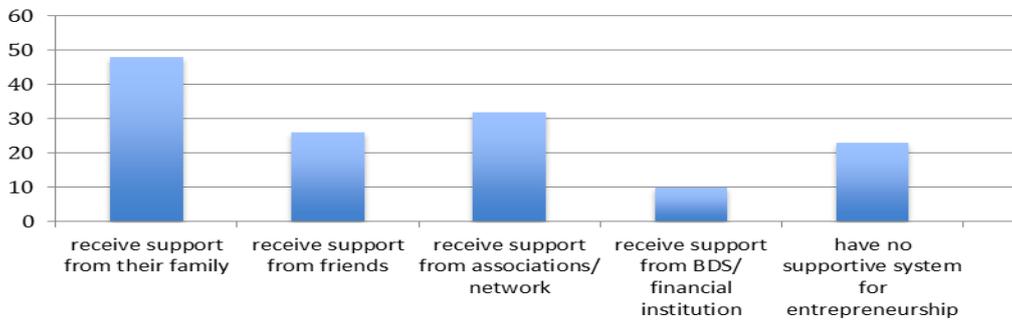


4. تتحول رائدات الأعمال في الغالب إلى الأوساط الخاصة بهن لتلقي الدعم

تعتمد النساء في الدول التي شملتها الدراسة إلى حد كبير على البيئة الخاصة (الأسرة، وإلى حد أقل، الصديقات) لتقديم الدعم لهن في اختيار مجال عمل في قطاع المشروعات الخاصة.

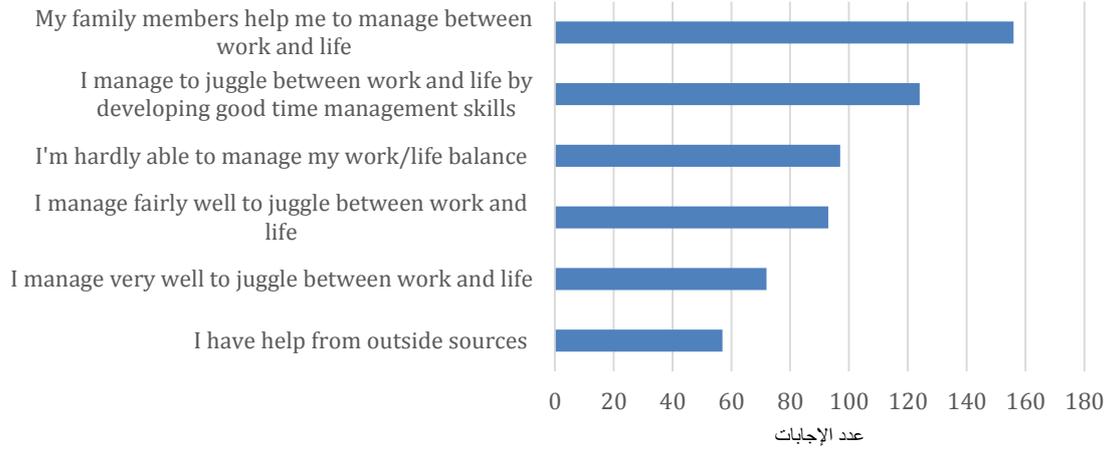
وأعلن ما يقرب من 50 في المئة من المشاركات أن أسرهن تقدم أقوى منظومة دعم لريادة الأعمال. 9% فقط من أفراد العينة قلن إنهن تلقين الدعم من خدمات تطوير الأعمال (BDS) أو المؤسسات المالية، في حين ذكرت 32 في المئة الدعم المقدم من الشبكات والجمعيات، إلا أنه ينبغي تفسير الرقم الأخير بحذر لأنه كما سبق أن ذكرنا، فقد تم تنفيذ المسح الاستقصائي بين عضوات جمعيات رجال الأعمال في المقام الأول. وأخيراً، أعلنت 23 في المئة من النساء اللاتي شملهن الاستطلاع أنهن لا يتلقين أي دعم على الإطلاق.

منظومة دعم المرأة (% من الإجابات)



يمكن أن يتراوح دعم الأسرة ما بين الدعم المعنوي وحتى الرعاية المنزلية للأطفال وكذلك التمويل (كما سبق ذكره في الفقرة السابقة). ويكون هذا الدعم ضروريًا في كثير من الأحيان لمساعدة النساء على موازنة وقتهم بين مختلف مسؤولياتهن: تخصص 26.6 في المئة من النساء اللاتي شملهن الاستطلاع أكثر من 50 ساعة في الأسبوع لإدارة أعمالهن بينما تقضي نسبة 58.3 ما بين 30 إلى 50 ساعة على هذا الجانب. ويساعد دعم الأسرة 39 في المئة من النساء اللاتي شملهن الاستطلاع لإيجاد هذا التوازن. أعلنت ثمانية عشر في المئة من أفراد العينة أنهن كن يدرن العمل والحياة الأسرية بشكل متكامل، في حين قالت 25 في المئة إنهن بالكاد يتمكن من التوفيق بينهما. وبالإضافة إلى ذلك، ذكر 31% من أفراد العينة بأنهن تمكن من المزج بين العمل والحياة من خلال تطوير المهارات الإدارية.

الموازنة بين الحياة والعمل



ومع ذلك، فعلى مستوى الأسرة، أعلنت أغلبية النساء اللاتي شملهن الاستطلاع أن إدارة نشاط تجاري كان لها مردود إيجابي بل وأحياناً ما يكون مردوداً إيجابياً جداً على الأسرة. وذكر نحو 51 في المئة من المشاركات أن أعمالهن التجارية كان لها مردود إيجابي على أسرهن، مقارنة مع ما يقرب من 28 في المئة ممن اعتبرن أعمالهن التجارية ذات مردود إيجابي للغاية على حياة أسرهن. وذكر 6٪ فقط أن ذلك يؤثر سلباً على حياتهن العائلية، مقارنة مع أقل من 2 في المئة ممن اعتبرن أعمالهن قد أثرت على الحياة الأسرية بشكل سلبي جداً.

إلى جانب منظومة الدعم التي يعتمدن عليها، فإن النساء يتجهن أيضاً إلى جهات "خارجية" لتقديم الدعم، وإن كان بدرجة أقل: إذ تقدم خدمات تطوير الأعمال (سواء كانت خاصة أو عامة)، وكذلك الجمعيات والشبكات التي تدعم المرأة في تطلعاتها وأنشطتها لتنظيم المشاريع التجارية.

استناداً إلى نتائج المسح الاستقصائي، يبدو أن النساء يلجأن بشكل عام إلى خدمات تطوير الأعمال من خلال اتباع أسلوب منهجي مجزأ إلى قطاعات. ومن بين السيدات اللاتي استفدن من خدمات تطوير الأعمال، فقد تلقت نحو 59 في المئة استشارات تجارية (والتي تتعلق على سبيل المثال بالنواحي القانونية والمالية والضرائب)، وتلقت نحو 53 في المئة التدريب في مجال الإدارة، وحصلت 44 في المئة على التدريب على القيادة، فيما تلقت 35 في المئة التدريب على كيفية بناء هيكل لفريق العمل، وحصلت 35 في المئة على التدريب المالي، فيما بلغت نسبة من تلقين التدريب التقني 31 في المئة، وقد حصلت 32 في المئة على معلومات حول السوق. تعتمد حوالي 45 في المئة على معلم أو شخص يقدم المشورة التجارية. تعتقد معظم المشاركات من الدول الست بأن الدعم المقدم في مرحلة بدء الأعمال التجارية لأصحاب المشاريع من الإناث والذكور يلتزم بالمساواة، مما يشير إلى أن بيئة تشغيل الأنشطة التجارية ليست مقسمة في حد ذاتها على أساس النوع، إلا أن مكانة المرأة الأضعف ووضعها القانوني الهش في بعض المواضع القانونية الأخرى يؤثر على قدرتهن على إدارة نشاط تجاري.

وبالإضافة إلى ذلك، فقد كشف المسح الاستقصائي أنه يُنظر إلى التواصل كعملية مهمة للغاية لسيدات الأعمال، واللاتي يعتقدن رغم ذلك أن لديهن وقتاً لهذا الجانب بالمقارنة مع الرجال. وتعتقد النساء على وجه الخصوص أنه من الأصعب بالنسبة لهن التواصل وبناء علاقات تجارية رسمية مقارنة بالرجال. وعلاوة على ذلك، اعتبرت 42 في المئة من النساء اللاتي شملهن الاستقصاء أن الاستبعاد من الشبكات غير الرسمية يعد عائقاً رئيسياً أمام ريادة الأعمال بالنسبة لهن.

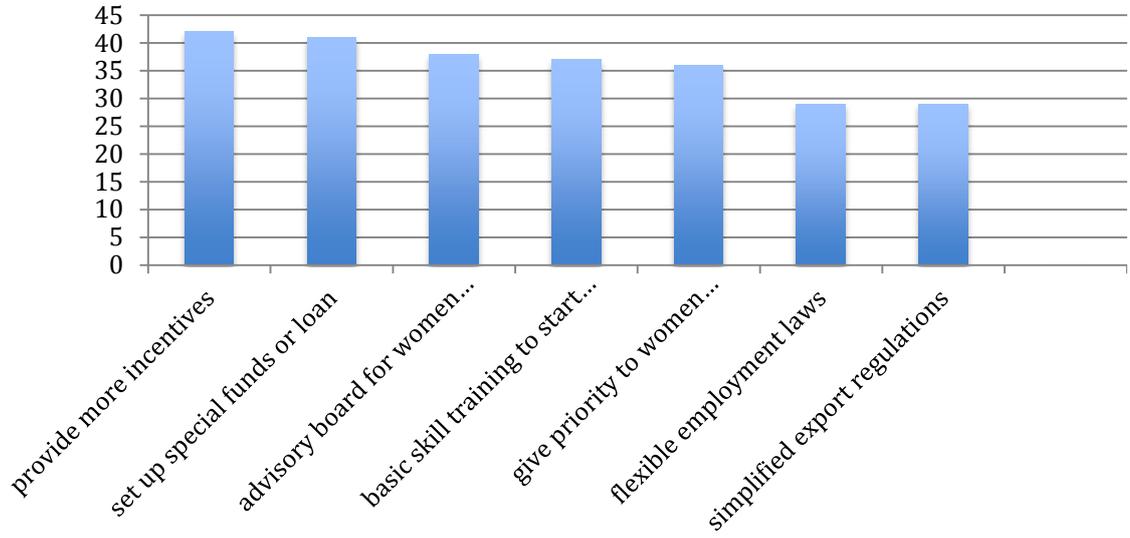
ومن خلال تقديم المزيد من الدعم من الجهات المعنية في بيئة الأعمال التجارية، والحكومات، وخدمات تطوير الأعمال، والجمعيات، والمؤسسات المالية، وما إلى ذلك، يمكن أن يساعد على تسهيل تنمية ريادة المرأة للأعمال. وتكشف الدراسة أن النساء صاحبات المشاريع في حاجة إلى المعلومات والتدريب على كيفية الوصول إلى الأسواق، والتدريب المالي وخدمات تيسير الحصول على التمويل. وهناك حاجة إلى تقديم المزيد من التدريب للتنمية الإدارية والتجارية. ويلزم تيسير سبل الاستفادة من برامج خدمات تطوير الأعمال، كما يلزم تحقيق التكامل بينها مع تيسير الاستفادة من استراتيجيات التمويل للنساء.

وأظهرت الدراسة أيضاً أن دور الحكومة واللوائح الوطنية هي المفتاح لرائدات الأعمال للنهوض من كبوتها. وردا على سؤال: "هل تعتقدن أن بيئة السياسات التجارية الحالية تميز ضد النساء من صاحبات الأنشطة التجارية؟" فقد رد 35 في المئة على السؤال، وأجابت 22 في المئة بـ "لا"، فيما كانت "نعم" الإجابة المقدمة من 43 في المئة منهن. ومع ذلك، ما زال لدى المرأة توقعات فيما يتعلق بالكيفية التي يمكن من خلالها للحكومات أن تسهل ريادة الأعمال.

وأظهرت نتائج المسح الاستقصائي (كما هو موضح في الرسم البياني أدناه) ما تتوقع المرأة من الإجراءات الحكومية التي تستهدف النساء على وجه التحديد. وتعتقد حوالي 42 في المئة من المشاركات أنه من أجل دعم المزيد من النساء في تنمية أنشطتهن التجارية، يتعين على الحكومات توفير المزيد من الحوافز للشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للنساء (مثل الحوافز الضريبية)؛ كما ترى نسبة مماثلة منهن تبلغ 41 في المئة أنه يجب على الحكومات أن تؤسس صناديق القروض الخاصة أو برامج ضمان القروض للشركات الصغيرة. وتود أكثر من 38 في المئة أن تقوم الحكومات بإنشاء مجلس استشاري خاص لرائدات الأعمال فيما تعتقد 36 في المئة منهن أن النساء صاحبات الأنشطة التجارية يجب أن يحصلن على الأولوية/نقاط تفضيلية في مناقصات المشتريات الحكومية. أما التدابير الأخرى المتوقعة فليست موجهة للجنسين: فتقريباً 37 في المئة يعتقدن أن على الحكومة أن توفر التدريب على المهارات الأساسية للأعمال التجارية لصاحبات الأعمال المستجديات، فما ترى 29 في المئة أن قوانين العمل يجب أن تتغير لزيادة مرونة الأعمال التجارية لانتداب الموظفين أو استبدالهم، وترى 29 في المئة أن قوانين ولوائح

التصدير يجب أن تكون مبسطة، وتعتقد 28 في المئة أن على الحكومات أن تضع أهدافًا لشراء السلع والخدمات من الشركات الصغيرة والمتوسطة.

دور الدعم الحكومي (% من الإجابات)

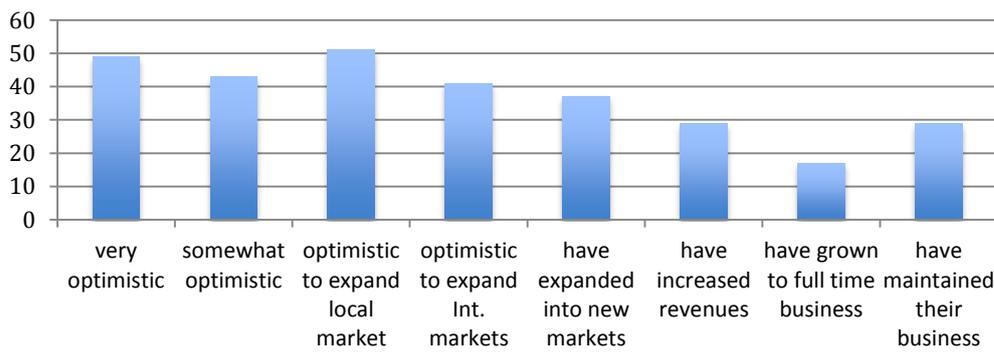


5. رغم العقبات، تظل سيدات الأعمال متفائلات

على الرغم من التحديات المبينة أعلاه، فإن نظرة المرأة إلى الأعمال التجارية ونموها تظل متفائلة. ففي الواقع، ذكرت نحو 49 في المئة من النساء رائدات الأعمال اللاتي شملهن الاستطلاع أنهن متفائلات جدًا بشأن نمو وتطوير الأعمال على مدى العامين المقبلين، وقال نحو 43 في المئة إنهن متفائلات إلى حد ما.

وتعتقد نحو 51 في المئة من المشاركات أنهن سوف يتوسعن في أسواق محلية جديدة في العام المقبل فيما تعتقد 41 في المئة أنهن سيتوسعن في الأسواق الدولية.

التفاؤل والنمو والأسواق الجديدة (% من الإجابات)



وتبدو عوامل التفاؤل والتوقعات لنمو الأعمال التجارية إلى جانب التوسع في أسواق جديدة متعلقة بالأداء في السنوات الأخيرة: ففي الواقع، وعلى مدى العامين الماضيين، توسعت حوالي 37 في المئة من المشاركات في أسواق جديدة، ونجحت نسبة 29 في المئة في زيادة العائدات/التوظيف؛ قامت 17 في المئة بتنمية أعمالهن من مجرد مشروع لجزء من الوقت والتحول إلى العمل بدوام كامل، فيما حافظت 29 في المئة على نظام الأعمال بدوام كامل بنفس حجم أعمالهن الحالي ومستوى نشاطهن.

6. المعايير الجماعية لا تزال تعيق تنمية ريادة المرأة للأعمال

عندما طُلب من العينة التي شملها المسح ترتيب خمسة حواجز تحول دون تقدم المرأة في ريادة الأعمال، فقد صنفت 26 في المئة من رائدات الأعمال اللاتي شملهن الاستطلاع في المرتبة الأولى "التصورات المسبقة والصور النمطية" كأبرز هذه العوامل، في حين صنفت 23.6 في المئة "الالتزام المسؤوليات الشخصية أو العائلية" على رأس تلك العوامل، ويدل ذلك على أن ما يقرب من نصف المشاركات يواجهن الأفكار المسبقة والأعراف الجماعية التي تتوقع من النساء "تحمل العبء الأكبر" من مسؤوليات الأسرة باعتبارها لا تزال تعرقل ريادة المرأة للأعمال. وهناك أسباب أخرى تحتل مرتبة عالية ومن بينها "فشل القيادة العليا في تحمل المسؤولية من أجل النهوض بالمرأة" و "نقص المهارات الهامة للإدارة العامة". عند النظر في متوسط الدرجات، تظهر العوائق الرئيسية الخمسة بالترتيب الموضح في الرسم البياني أدناه:



C. النتائج المستخلصة من المراجعة المكتبية

اليوم، تمتلك المرأة وتدير 31 إلى 38 في المئة من جميع الشركات في جميع المناطق باستثناء دول المنطقة، حيث يشكلن حوالي 13 (وفقاً لمنظمة العمل الدولية عام 2015) إلى 15 في المئة (وفقاً للبنك الدولي 2013⁴) من أولئك الذين يعملون لحسابهم الخاص. وتسجل المنطقة أكبر فجوة بين الجنسين في ريادة الأعمال في العالم (وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي 2014).

هناك قيود مؤسسية وإجرائية مماثلة يواجهها رواد الأعمال من الذكور والإناث في بيئة الأعمال التجارية مثل: الفساد، والنقل والمواصلات، والتراخيص، والتصاريف. وتؤثر المعوقات الأخرى على النساء أكثر من الرجال. في مصر على سبيل المثال، تميل الشركات المملوكة للنساء لاعتبار مشكلات الحصول على الأراضي والكهرباء كقيود معوقة. وتبلغ هذه الشركات عن متوسط سنوي يبلغ 40 في المئة لحالات انقطاع التيار الكهربائي وخسائر المبيعات الناجمة عن انقطاع التيار الكهربائي أو انقطاع الخدمة من الشبكة العامة للكهرباء. كما تبلغ تلك الشركات عن قيود قانونية أكبر بالمقارنة مع الشركات المملوكة للرجال، في تواجه في المتوسط فترة تأخير أكبر بمقدار ثمانية أشهر لتسوية الخلافات بشأن المدفوعات المتأخرة. وتورد الشركات المملوكة للنساء خسائر أكبر نتيجة لهذه المشاكل (7 في المئة من إجمالي المبيعات مقارنة مع 5 في المئة للشركات المملوكة للرجال)، (البنك الدولي 2007).

تواجه النساء صاحبات الأنشطة التجارية أيضاً القيود الاجتماعية ذات الصلة بالمسؤوليات الأسرية. فكما هو الحال في معظم البلدان، تكون النساء هن مقدمات الرعاية الرئيسية في جميع الدول الست، وينفق المزيد من الوقت على الأنشطة المنزلية، مما يحد من عدد الساعات التي يمكن أن يخصصنها للأنشطة الإنتاجية والمدرة للدخل. ويكون هذا الوضع واضحاً خصوصاً في المجتمعات التي يوجد فيها نقص في الخدمات الاجتماعية ذات النوعية الجيدة، مثل مراكز رعاية الأطفال.

كما تواجه سيدات الأعمال في العديد من البلدان قيوداً إضافية بفعل مشكلات التنقل، فنتيجة العادات والتقاليد الثقافية، تُمنع بعض النساء من التنقل بمفردهن، الأمر الذي يحد من فعاليتهم كرائدات أعمال.

1. التحديات الرئيسية التي تواجه سيدات الأعمال لبدء وإدارة وتطوير النشاط التجاري في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

تواجه رائدات الأعمال مشكلات عامة في جمع رؤوس الأموال لبدء المشروعات من خلال البنوك التقليدية بسبب سياسات الإقراض المحافظة، ووجود درجة من عدم الإلمام أو عدم الثقة التامة بين المصرفيين ورائدات الأعمال. فعلى سبيل المثال، قد لا يكون مسؤولي منح القروض على علم بأنواع الأعمال التجارية التي قد ترغب المرأة في إنشائها. ويتفاقم هذا الوضع بفعل الأوضاع التي تفرض على النساء المتحملات

⁴ أجرى البنك الدولي مسحاً على 5887 شركة في 10 بلدان بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بين عامي 2003 و2010. وخلصت النتائج إلى أن 15٪ فقط من الشركات كانت تملكها النساء.

للمسؤوليات المنزلية قضاء وقت أقل عادةً للانخراط في مجال الخدمات المصرفية وغيرها من المعاملات التجارية ذات الصلة (GSDRC 2013).

استطلاع شمل خمسة بلدان في المنطقة (البحرين، والأردن، ولبنان وتونس، والإمارات العربية المتحدة) أجرته مؤسسة التمويل الدولية، وهو يوضح الآثار الناجمة عن تقييد سبيل الوصول إلى التمويل ومردود ذلك على ريادة الأعمال النسائية في المنطقة (مؤسسة التمويل الدولية 2007). وقد وجدت هذه الدراسة التي شملت بلداناً متعددة أن ما بين نصف وثلاثة أرباع النساء اللاتي طلبن التمويل الخارجي لأعمالهن لم يتلقين أي تمويل من مؤسسة مالية رسمية. ويُعزى ذلك إلى مجموعة من الصعوبات، بما في ذلك ارتفاع أسعار الفائدة، وانعدام الضمانات، والافتقار إلى سجل سابق للأعمال، والتعقيد الذي يشوب عمليات تقديم الطلبات. على سبيل المثال، في لبنان، تم منح التمويل إلى 17 في المئة فقط من النساء صاحبات الأنشطة التجارية التي شملتها الدراسة المالية من بين 51 في المئة ممن تقدمن بطلبات للتمويل. في تونس، أوردت النساء ارتفاع أسعار الفائدة كعائق كبير أمام النساء الباحثات عن التمويل. ووجدت الدراسة أنه في حالة عدم وجود تمويل رسمي، فإن معظم سيدات الأعمال كن يعتمدن على مصادر خاصة (من المدخرات والأهل والصدقات) كحل بديل لتمويل أعمالهن. وتم ترجيح اعتبار هذا العامل كعائق يعرق إمكانات النمو على المدى الطويل بالنسبة لهذه الشركات (GSDRC 2013).

تكون النساء أقل احتمالاً للتعرف على رائدة الأعمال أو اتباع قدوة يحتذى بها في شبكتهن الاجتماعية. ويسري ذلك على رائدات الأعمال في مختلف مراحل التنمية بدءاً من اكتشاف الفكرة، وبدء التشغيل، وحتى مرحلة المؤسسة الشابة. ويعني ذلك أن تعامل النساء مع المزيد من رواد الأعمال يمكن أن يلعب دوراً هاماً في تشجيع المزيد من النساء على ريادة الأعمال⁵.

وقد وُضعت العديد من المبادرات الهامة لمساعدة النساء في بدء أعمالهن، ومن بينها مبادرة بتمويل من مؤسسة MEPI (مبادرة الشراكة الشرق أوسطية)، بالشراكة مع منتدى سيدات الأعمال (BWF).

ولكي تكون بيئة الأعمال مؤاتية لتطوير ريادة الأعمال النسائية، ينبغي إدراج ما يلي⁶:

- آليات الدعم: (الموجهون / المستشارون، الخدمات المهنية، حاضنات/مجلات الأعمال التجارية، وشبكات التواصل)
- التمويل والمالية: (الصدقات والعائلة، والممتلكات الخاصة، ورأس المال المخاطر، والمستثمرون الممولون)
- توافر رأس المال/القوى العاملة: (المواهب الفنية والإدارية؛ الخبرة في ريادة الأعمال، وتوفير الاستعانة بمصادر خارجية)
- الإطار التنظيمي والبنية التحتية: (الحوافز الضريبية، سهولة تأسيس الأعمال وتسجيلها؛ السياسات المحفزة على النشاط التجاري؛ والاستفادة من البنية التحتية الأساسية)
- الثقافة: (تقبل المخاطر والفشل؛ تفضيل العمل لحساب الذات)
- قصص النجاح؛ (الاحتراف بالابتكار)
- السوق: (المحلية والدولية)
- التعليم والتدريب: (التعليم الجامعي والتدريب التنفيذي).

فيما يتعلق بالتواصل مع موظفي البنوك على وجه الخصوص، فقد كشف مسح استقصائي أجرته شراكة "الأصوات الحيوية" ورابطة منظمات سيدات الأعمال في منطقة البحر الأبيض المتوسط⁷ في ثماني دول من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (وهي الجزائر، والبحرين، ومصر، والأردن، ولبنان، والمغرب، وفلسطين وتونس) كشف عن أن 64 في المئة من النساء يفضلن بنكاً يرتبط بعلاقة مع العمليات بدلاً من مجرد التركيز على المعاملات المصرفية في نهج أعماله. كما قالت أغلبية واضحة آخر من المشاركات - بواقع 67 في المئة تقريباً - أنهن يتيمن أن يتصل بهن المصرف بمعدل أكبر للاستفسار عن أعمالهن وتطويع خدماته بحيث تخدم مطالبهن.

وقد اتفقت غالبية من صاحبات الأعمال - بواقع 68 في المئة - على أن موظفي البنك كانوا يفتقرون إلى الخبرة والمعرفة الكافية للتعامل الفعال مع العملاء مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة. بالإضافة إلى ذلك، فقد وافقت ما يصل إلى 70 في المئة من أفراد العينة بدرجات متفاوتة على أن شروط البنك للإقراض كانت باهظة بالنسبة لهن⁸.

وتشير نفس الدراسة إلى أن معظم البنوك في البلدان المستهدفة (وهي الجزائر، والبحرين، ومصر، والأردن، ولبنان، والمغرب، وفلسطين، وتونس) لم ترَ في الأنشطة التجارية التي تقودها نساء سقواً له احتياجات خاصة، على الرغم من أن إعراب بعض النساء عن نيتهن لتطوير الخدمات والمنتجات التي تستهدف النساء صاحبات الأنشطة التجارية في المستقبل القريب. لذلك، فإن عددًا قليلاً جدًا من البنوك لديها أهداف سنوية لزيادة التمويل لصاحبات المشاريع. وتمثل الشركات التي تقودها النساء أقل من 10 في المئة من محافظ القروض لدى البنوك، وعندما تُقدم البنوك على اتخاذ قرارات التمويل، فإنها تنتظر بعين الاعتبار إلى التاريخ الائتماني، والضمانات، والخبرة في الأعمال التجارية باعتبارها أهم العوامل. ولهذا السبب فعادة ما تستتني البنوك جميع المشاريع التي تبدأها أو تقودها رائدات الأعمال، نظرًا لاستخدامها المحدود للحسابات المصرفية الرسمية، وتراجع فرص حصولها على الضمانات، وانخفاض رصيدها من الخبرة الرسمية في مجال العمل.

لا يبدو أن حصة المرأة من القروض المصرفية أقل من حصة الرجال، لأن الغالبية العظمى من القروض المصرفية التي شملها المسح تأتي من البنوك الخاصة التي تدير برامج تستهدف تمويل المشاريع الجديدة والمشروعات متناهية الصغر والصغيرة. وعادةً ما تقدم هذه البنوك الائتمان من دون طلب ضمانات، وهو ما قد يكون أعظم نفعاً للمرأة بالمقارنة بالرجل الذي عادةً ما تتوفر له سبل أفضل للحصول على الأصول. وقد ثبت ذلك أن السيدات أقل قدرة على امتلاك الأصول التي يمكن استخدامها للتمويل الذاتي أعمالهن من الرجال.

⁵ <http://www.dailynewsegypt.com/2013/11/25/will-women-rise-up-as-egypts-entrepreneurs>

⁶ المنتدى الاقتصادي العالمي 2012

⁷ تمويل النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، الشراكة العالمية للأصوات الحيوية ورابطة منظمات سيدات الأعمال في منطقة البحر الأبيض المتوسط

⁸ تتبنى المصارف منظوراً مختلفاً حول الصعوبات، وتبرر ارتفاع سعر الفائدة لديها بالاستناد إلى حقائق مختلفة:

ومن بينها أن الشركات الصغيرة والمتوسطة - أو بالأحرى غالبيةها - لا تقدم خططاً متسقة وجيدة التنظيم لأنشطتها التجارية على مدار أفق يمتد على مدار 3 أو 6 أو 10 أعوام، كما تفتقر بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى نظام لتتبع الدفاتر المالية مثل الميزانيات أو عمليات المراجعة.

استناداً إلى استعراض الأبحاث القائمة، فمن الممكن القول بأن الحصول على التمويل يمثل العقبة الرئيسية التي تواجه المرأة عند بدء نشاط تجاري، ولا يزال الكثير من النساء ينظرون إلى المصرفيين على أنهم أقل احتمالاً لإبداء التعاون معهم عند معالجة طلب المرأة للحصول على قرض، سواءً لبدء نشاط تجاري جديد أو لتوسيع نشاط قائم. تحسين مهارات المرأة على "الاستعداد للتعامل مع "البنوك"، وتلبية توقعات البنوك بشكل أفضل، والقدرة على تقديم مشاريعهم بطريقة مقنعة من شأنها تعزيز جانب الطلب على الائتمان المصرفي.

2. الاستفادة من الخدمات التجارية والأسواق والمعلومات

تبقى الأطر والأدوات اللازمة لدعم إنشاء الأعمال التجارية غير كافية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشكل عام، إلا أن ذلك الأمر يزيد في حالة المرأة. تواجه سيدات الأعمال عقبات ومعوقات محددة تتبع من جانب الطلب – أي الاستفادة من التمويل وخدمات تطوير الأعمال⁹ (BDS) – وكذلك من جانب العرض، أي ممارسات الإقراض المصرفي ومجموعة خدمات تطوير الأعمال وحاضنات الأنشطة التجارية المتوفرة. تظل الخدمات محدودة للغاية، ليس فقط بسبب الضعف العام الذي يشوب البنية التحتية لدعم الأعمال التجارية، وإنما أيضاً لأن الخدمات المتوفرة غالباً ما لا تكون مصممة لرائدات الأعمال، ولأن النساء لا يكن على علم بتوافر مثل هذه الخدمات وأهميتها. وعلاوة على ذلك، يقتصر تعامل رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على المناطق التي تسودها "الإناث بشكل تقليدي" حيث تكون الحواجز القائمة أمام دخول السوق منخفضة، إلى جانب محدودية الفرص المتاحة للحوص على ميزة تنافسية، فضلاً عن قلة الخبرة السابقة في بدء وإدارة الأعمال التجارية. وبالإضافة إلى ذلك، فقد يكون هناك انخفاض في مستوى التعليم، وخاصة في المناطق الريفية. في كثير من الأحيان، تحتاج النساء إلى المرونة في الجداول الزمنية للتدريب من أجل تنفيذ الواجبات الأسرية لهن، والتي لا يتم توفيرها دائماً من قبل خدمات تطوير الأعمال القائمة. وأكدت عدد من منظمات خدمات تطوير الأعمال على نقص التمويل باعتباره مشكلة تمنعها من تطوير برامج تركز على المرأة (البنك الدولي، 2014).

من الملحوظ أن تقديم خدمات تطوير الأعمال كان الأكثر تطوراً في تونس حيث توجد شبكات عامة مكثفة من مراكز تنمية ريادة الأعمال ومكاتب دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ومراكز تطوير التكنولوجيا، ومكاتب العمل المكلفة بتقديم الاستشارات والنصح والمعلومات لأصحاب المشاريع الجديدة والشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة. وفي البلدان الأخرى، حيث تتلقى آليات الدعم قدرًا أقل من الاستثمارات من القطاع العام، فغالباً ما يتم تقديم هذه الخدمات الداعمة للأعمال من قبل الجمعيات النسائية.

ومن الممكن توسيع نطاق الخدمات المقدمة إلى رائدات الأعمال من خلال جهات تقديم الخدمات من القطاعين العام أو الخاص، وينبغي تهيئتها بحيث تتكيف مع النوع والحجم وسرعة النمو وقطاع العمل والموقع (سواءً كان ريفياً أو حضرياً) الخاص بالشركة. كما يجب ربط خدمات تطوير الأعمال بالخدمات المعنية بتطوير السوق وخدمات الدعم المالي. لا شك أن تحسين جمع البيانات والتنسيق بين الحكومة والشركات، باستخدام التكنولوجيا الجديدة، يمكنه أن يزيد من ضمان تطويع الخدمات بشكل أفضل لتناسب أنواعاً مختلفة من الأعمال التجارية¹⁰.

تكون حاضنات الأعمال (Business Incubators) عبارة عن شكل من أشكال خدمات تطوير الأعمال والتي انتشرت بشدة على مدى العقد الماضي، استناداً إلى قدرتها المثبتة على تحقيق تأثير إيجابي على نجاح المشاريع الرائدة. تعتبر الشركات المتمتعة برعاية حاضنات الأعمال بمعدلات أعلى للاستمرار من نسبة المتوسط المسجلة على مستوى البلاد، وقد تنمو بشكل أسرع من الشركات التي لم تتمتع بالرعاية بسبب الدعم الذي تتلقاه، والتكتلات، وفرص التواصل المقدمة من مستشاريها. وبالتالي، فإن تطوير حاضنات الأعمال قد يكون وسيلة ملائمة لتحسين دعم المشاريع للشركات التي تقودها النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا¹¹.

3. الوصول إلى الشبكات

تفتقر النساء من صاحبات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إلى التنوع الضروري في شبكات التواصل، والذي يعد أمراً بالغ الأهمية لنجاح مبادرات تنظيم المشاريع. وتفتقر النساء إلى الصلات الكافية التي تتيح لهن التعرف بشكل مقبول على اتصالات الصناعة وغرف التجارة وغيرها من شبكات الأعمال التجارية الرئيسية. ونتيجة لذلك، فغالباً ما تعاني رائدات الأعمال عند محاولة الحصول على الموارد والمعلومات والمشورة اللازمة لتحقيق النجاح، ولا يكفي المال وحده لحل هذه المسألة (مؤسسة التمويل الدولية، 2012؛ منظمة التعاون والتنمية، 2012).

ويمكن لهذه الشبكات أن تساعد النساء في الدخول في المعاملات القانونية، أو تنظيم سلاسل التوريد، أو التسويق الفعال لأعمالهن (المرجع نفسه). كما أن عدم الحصول على المعلومات عن طريق شبكة الإنترنت يمثل بدوره عائقاً أمام قيام النساء بتأسيس أو تنمية أعمالهن الخاصة. وتبين البحوث أن النساء في العالم العربي يستخدمن وسائل الإعلام الاجتماعية بشكل أقل من الرجال (كلية دبي للإدارة الحكومية، 2011). ويُعزى ذلك جزئياً إلى عوامل بيئية، بما في ذلك الحواجز الاجتماعية والثقافية للنساء اللاتي يستخدمن الإنترنت، ولكنها تعود أيضاً إلى العوامل الشخصية، بما في ذلك محور الأمية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، والثقة في خصوصية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وكانت رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يعملن إلى حد كبير في قطاعات التجزئة والخدمات والتعليم، إلا أنهن يحتجن إلى توسيع آفاقهن للمساهمة في المجتمع ككل. ولا شك أن الوصول إلى شبكات الأعمال التجارية والاتصالات يمثل مصدراً كبيراً للدعم في هذا المجال. فوجود مجموعة للتواصل بين النساء مثل التفكير هو مفيد لعدة أسباب، منها الإلهام، والدافع، والتعلم من خبرات بعضها البعض،

⁹ تبين الأدلة المجمع من مناطق أخرى أن خدمات تطوير الأعمال التي تستهدف النساء قد أثبتت فعاليتها في زيادة إمكانية الحصول على الدعم اللازم لبدء أنشطتهن التجارية وتطويرها. وتلعب خدمات تطوير الأعمال دوراً حاسماً في تأسيس الشركات وتطويرها، فهي توفر المساعدة لرائدات الأعمال وأصحاب الأعمال التجارية القائمة للحصول على المعلومات الاقتصادية والتنظيمية والسوق الرئيسية لاتخاذ قرارات مستنيرة عند تأسيس نشأة تجاري أو تسير أعماله.

¹⁰ الملخص الرئاسي الصادر عن شراكة دوفو ومجموعة الثماني مع البلدان العربية حول الاجتماع الذي دار حول "دعم الاقتصاديات المفتوحة والنمو الشامل – دور المرأة في البلدان العربية"
¹¹ توصية صادرة عن الاجتماع الذي دار في شهر مارس/آذار 2012 ما بين منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومنتدى الأعمال التجارية للنساء بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

واستعادته لدعم بعضها البعض. وقد اتخذت عدة بلدان خطوة في هذا الاتجاه.

وكانت أندية الأعمال المحلية أيضاً ذات فائدة كبيرة للتواصل، وخاصة في المناطق التي تتواجد الفئات الضعيفة من النساء. ومن بين ما تشتمل عليه مسؤوليات الأندية التجارية فهناك توفير مكان وبيئة مناسبة للنساء للالتقاء وتبادل الخبرات ومناقشة الأعمال التجارية، وشراء السلع بأسعار الجملة، والحصول على الدعم من النساء المؤهلات اللاتي يمكنهن تدريب صاحبات المشاريع في أماكن إقامتهن. كما يمكن لنوادي الأعمال أن تتولى تجميع النساء في المجتمعات المحلية للتلاقي والمشاركة في الدورات التدريبية، وإجراء حملات المطالبة بالحقوق، وأنشطة التواصل، وأنشطة التوعية.

4. الوصول إلى الأسواق

لقد أظهرت الحكومات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا جهوداً المبذولة لزيادة وصول المرأة إلى الأسواق والتعرف على المعلومات بشأن الفرص المتاحة في السوق. ويشمل ذلك المشاركة في أسواق ريادة الأعمال المبنية على النوع لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ((GEM PEP-MENA)، والمساعدة التقنية الإقليمية، وبرنامج استشاري للنساء صاحبات المشاريع أطلقته شراكة المشروعات الخاصة بمؤسسة التمويل الدولية.

ويمثل الوصول إلى الأسواق عقبة كبيرة للشركات المملوكة للنساء في شمال أفريقيا، وخاصةً لمن لديهن إمكانات نمو كبيرة ويهدفن إلى الاستفادة من الفرص المتاحة على الإنترنت. لم يتم النظر إلى الحاجة لوضع المنتجات في الأسواق المحلية أو الوصول إلى الأسواق البعيدة في العديد من المناطق – كما هو الحال في شمال أفريقيا – كمشكلة تحتاج المرأة فيها إلى دعم واسع النطاق. ففي تونس، على سبيل المثال، تحاول رائدات الأعمال التغلب على التحديات القائمة في بيع المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت.

وتشتمل العديد من المبادرات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تنظيم برامج شاملة للتصدير (على سبيل المثال المشاركة التونسية في برنامج التسهيلات لصاحبات الأنشطة التجارية في أفريقيا أو نادي سيدات الأعمال القادرات على التصدير الذي تديره مؤسسة جمعية النساء رئيسيات المقاولات بالمغرب (AFEM)).

لذلك، فبالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بخصائص السوق والفرص المتاحة فيه، ينبغي مساعدة النساء للتعرف بشكل أفضل على السوق، وبرامج الاستعداد للتصدير، وبرامج التراخيص والامتياز، وتطوير مجتمعات الأعمال، والحصول على فرص الشراء. وفي نهاية المطاف، فعندما يتم تنفيذ هذه البرامج، فإنها تؤدي جميعاً إلى نمو الأنشطة التجارية الحالية للمرأة، كما تؤدي أيضاً إلى تحقيق المزيد من الاندماج في الأسواق الإقليمية والعالمية¹². ويزيد التوجه نحو التسويق عبر الإنترنت كخيار للعديد من رائدات الأعمال.

5. الحواجز الثقافية والاجتماعية

على الرغم من أن مشاركة المرأة في ريادة الأعمال لا تزال محدودة، ورغم مواجهة القيود الاجتماعية والقانونية والمالية، فقد خُصّ بحث استقصائي سابق أجراه مركز كوثر ومؤسسة التمويل الدولية في عام 2007 إلى أن التصور الذاتي لدى سيدات الأعمال كان إيجابياً. كانت النساء يكتسبن درجة أكبر من الاستقلالية والاعتماد على الذات، وأعرين عن تفاؤلهن بشأن تنمية أعمالهن، والقدرة على الانفتاح على المشاريع الجديدة، والأسواق والقطاعات على الرغم من التحديات المذكورة أعلاه.

وكان ينظر للمرأة على أنها متحمسة جداً لأعمالها، وهو ما يمثل عاملاً رئيسياً للنجاح، وتزايد القدرة على الدخول إلى مجتمع خاضع لهيمنة الذكور. في ذلك الوقت، كان ذلك يعتبر إنجازاً كبيراً، وإن كان بطيئاً من حيث التمكين الاجتماعي الذي ترافق مع التمكين الاقتصادي للمرأة.

6. اللوائح والقوانين

هناك العديد من القيود القانونية والتنظيمية وغيرها التي تواجه المرأة في بيئة الأعمال كرائدات للأعمال. ومن بين المعوقات الأولى كانت مرحلة بدء النشاط التجاري،

فالرجال أكثر قابلية من النساء للمشاركة في المرحلة المبكرة لبدء النشاط التجاري. ويرجع ذلك إلى حقيقة أنه في مرحلة البدء، تميل الشركات التابعة للمرأة إلى المعاناة من ضعف رأس المال مقارنةً مع الشركات النظيرة التابعة للرجال؛ فهي أقل رغبة في الحصول على التمويل الخارجي بشكل عام وتمويل الاستثمار على وجه الخصوص؛ كما أنها قد تواجه عقبات محددة بين الجنسين بما يخلق الانطباع بأن الحصول على التمويل يشكل عائقاً. وتوجد اختلافات أيضاً في التصورات والمواقف بين الرجال والنساء، فعلى الرغم من أن الرجال والنساء يصادفون نفس القدر من الفرص الجيدة لبدء نشاط تجاري، فعلاً ما تواجه النساء تصورات حولهن تدفع بعدم حصولهن على المعرفة والمهارات والخبرات المطلوبة، كما أنهن يواجهن احتمالاً أكبر للإقرار بأن الخوف من الفشل قد يمنعهن من بدء نشاط تجاري، ويشير ذلك إلى مستوى أقل بكثير من الثقة بين النساء. كما أن المرأة أقل احتمالاً لمعرفة أشخاص آخرين بدأوا نشاطاً تجارياً على مدار العامين الماضيين ضمن شبكاتهن الاجتماعية، مما يضع النساء جميعاً في وضع غير مواتٍ لريادة الأعمال.

وبالإضافة إلى صعوبة الإجراءات بشكل عام فيما يتعلق ببدء وتصفية الأعمال التجارية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا¹³، فإنه يمكن للقوانين المستندة إلى النوع خارج قطاع الأعمال وغيرها من عناصر الإطار القانوني أن يؤدي إلى تطبيق القوانين بشكل انحيازي بين الجنسين، بما يمكن أن يضر برائدات الأعمال والشركات المملوكة للنساء. وتجعل هذه العقبات من بدء الأنشطة التجارية الرسمية أكثر صعوبة

¹² دجيندو، داجانا (2015)، ريادة المرأة للأعمال في شمال أفريقيا: دراسة تجريبية بلدان غرب البلقان، نموذج أولي جديد: وجهات نظر تتناول التغيرات التي تطرأ على منطقة البحر المتوسط

¹³ تكون الإجراءات المطلوبة لبدء نشاط تجاري أكثر أهمية في منطقة الشرق الأوسط عما سواها من المناطق الأخرى، حتى لو كان الوقت المطلوب أقل أهمية، كما أن تصفية نشاط تجاري صعب نسبياً في الشرق الأوسط. يستغرق الأمر ثلاث سنوات في المتوسط لتصفية نشاط تجاري، كما نسبة استرداد رأس المال المبدئي تكون 30 في المائة.

بالنسبة للنساء، حيث يتمثل أثرها المباشر في خلق حواجز إضافية، كما تؤثر بشكل غير مباشر في زيادة التكاليف وعدم اليقين المتعلق بحل النزاعات وإنفاذ العقود. ويمكن لهذه التكاليف والإحساس بعدم اليقين أن تؤثر على القرار الأولي للسعي نحو ريادة الأعمال في القطاع الرسمي.

وقد اتخذت العديد من الحكومات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الإجراءات اللازمة لتهيئة بيئة تنظيمية أفضل، وتسهيل عملية بدء النشاط التجاري على مراحل، وغالبًا ما تكون جزءًا من برنامج أوسع نطاقًا للإصلاح التنظيمي (مزاولة النشاط التجاري في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، 2010). وقد ركز الإصلاحيون على تيسير إجراءات تأسيس الشركات، وتخفيف الأعباء الضريبية، وتبسيط لوائح الاستيراد والتصدير، وتحسين أنظمة المعلومات الائتمانية. كما واصلت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا اتجاهها التصاعدي بإدخال 27 إصلاحًا في ثلثي اقتصادات المنطقة، لتنتقل من المنطقة الثالثة ذات أسرع إصلاحات في عام 2008 إلى المنطقة ذات ثاني أسرع إصلاحات في عام 2009. وقد جرت معظم الإصلاحات في المجالات التالية: بدء الأنشطة التجارية، وتسجيل الملكية، والتعامل مع التراخيص، والحصول على المعلومات الائتمانية، والتجارة عبر الحدود، ودفع الضرائب، وحماية المستثمرين (تقرير ممارسة أنشطة الأعمال في العالم العربي، 2009).

على الرغم من أن القيود لا تزال قائمة في منطقة الشرق الأوسط، ورغم أن معظم البلدان لديها تمييز قانوني واحد على الأقل في كل من الجانب المتعلق بالوصول إلى المؤسسات واستخدام الممتلكات¹⁴، فقد تمت إزالة بعض القيود على المساواة في معظم القوانين.

D. أبرز الملامح والتوصيات

بناءً على عمليات جمع البيانات من المصدر الأول والثاني، فقد تم تحديد خمسة محاور أساسية للمرأة على تنظيم المشاريع والتنمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا:

- 1) لا تزال التصورات المسبقة والصور النمطية تصبغ معالم دور الصورة وهويتها في مجتمعات الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.
- 2) تحتاج رائدات الأعمال إلى تيسير سبل الوصول بشكل أفضل إلى شبكات العلاقات، والمعلومات والتكنولوجيا، وتبادل الخبرات والمهارات الإضافية.
- 3) ويظل حصول النساء على التمويل تحديًا كبيرًا يعرقل ليس فقط إنشاء الأعمال التجارية وإنما أيضا توسعها.
- 4) لا تزال منظومة الدعم لرائدات الأعمال تقتصر في معظمها على الأهل والصدقات: ويلزم أن يكون التنظيم القانوني والدعم المؤسسي أكثر حساسية للجنسين وأن يعمم جهوده لتصل إلى النساء.
- 5) وعادةً ما تكون شركات النساء صغيرة ومتمركزة في القطاعات الحرفية والخدمات.

1. لا تزال التصورات المسبقة والصور النمطية تصبغ معالم دور الصورة وهويتها في مجتمعات الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ومن الضروري تغيير نظرة المجتمع تجاه النساء، وبخاصة النساء من صاحبات المشاريع، وذلك لتعزيز ريادة المرأة للأعمال والأنشطة التجارية للمرأة. ورغم الحاجة إلى وضع أهداف والتزامات طويلة الأجل، فمن المهم التأكيد على حقيقة أن أدوار الجنسين والتحيز بين الجنسين لا يزال يلعب دورًا في تشكيل هوية المرأة، والثقة بالنفس، والقيادة وغيرها من الجوانب التي تحدد صورة (ونجاح) رائدة الأعمال.

وهناك أدلة على أن المعتقدات الثقافية بشأن النوع وريادة الأعمال تملئ عواقب بالنسبة للمرأة. وقد تضرر الصور النمطية بين الجنسين رائدات الأعمال إلى حد أن المعتقدات الثقافية حول أدوار الجنسين قد تؤثر على الرجال والنساء في العملية المبدئية لاتخاذ قرار بشأن بدء نشاط تجاري في المقام الأول.

وعلى الرغم من أن هذه الأسباب تبدو أقل "ظهورًا" من غيرها، فإنها تمثل مشكلات ملموسة تواجه النساء، فالمعتقدات الثقافية المشتركة والسائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حول أدوار الجنسين – والتي تفرض توقعات مختلفة من الكفاءة للنساء والرجال في مجال ريادة الأعمال – قد حققت آثارًا كبيرة على خيارات المرأة المهنية والحياتية.

تؤدي هذه الملاحظات إلى بعض الأسئلة النظرية: هل تؤثر الصور النمطية بين الجنسين على ريادة المرأة للأعمال بشكل سلبي؟ هل تعود قلة عدد النساء في مجال الأنشطة التجارية إلى مستوى تعليمهن أو عدد أطفالهن، أم تعود إلى الاقتصاد أو الطابع الوطني؟ أم كلاهما؟ إذا كان التأثير السلبي يتعلق بالصور النمطية بين الجنسين، فما هي الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتغيير صورة المرأة؟ ما الذي ينبغي القيام به لتوعية المجتمع وتغيير العقلية الاجتماعية بحيث يتم النظر إلى النساء كعناصر فاعلة رئيسية في قطاع الأعمال؟ ما ينبغي القيام به لتغيير صورة قطاع الأعمال مجال يهيمن عليه الذكور بشكل تقليدي وجعله أكثر توازنًا وشمولًا بين الجنسين؟

من أجل تحسين صورة رائدات الأعمال في المجتمع وتغيير العقلية تجاه قطاع الأعمال لتكون أكثر شمولًا، فهناك حاجة إلى اتخاذ إجراءات تشمل جميع مستويات المجتمع. ينبغي أن تشمل التدخلات الأفراد والجماعات والأسرة، فضلاً عن المؤسسات.

- فأولاً، لا بد أن يتم كسر الصور النمطية وخلق الوعي على مستوى اجتماعي، وإشراك كل من الرجال والنساء في عملية غرس الوعي، وذلك مع استمرار التركيز القوي على توعية من الرجال، من جهة، إلى جانب التدريب والتوجيه لتعزيز الدور القيادي للمرأة، من جهة أخرى. الاستثمار في ريادة النساء (لكل من الشباب والنساء) هو أساس تحسين قدراتهن ومستوى ثقتهن وهو ما يؤدي بالتالي إلى أداء دور نشط والمشاركة في قطاع يُنظر إليها تقليدياً على أنه لا يخضع للنساء.
- وعلاوة على ذلك، فمن أجل تهيئة بيئة أكثر تمكيبًا لريادة المرأة للأعمال، فينبغي ألا يتم النظر إلى قطاع الأعمال باعتباره نشاطًا خاضعًا لهيمنة الرجال، وإنما باعتباره فرصة لكليهما. وقد يتطلب ذلك دعمًا من وسائل الإعلام واستراتيجية تواصل قوية للمساعدة في صياغة معالم قطاع الأعمال بحيث يُنظر إليه كمكان يراعي بشكل أكثر الاختلافات بين الجنسين، ويخلق مساحةً تستوعب

14 النساء والنشاط التجاري والقانون 2014: إزالة العوائق التي تحول دون تعزيز المساواة بين الجنسين – البنك الدولي – مؤسسة التمويل الدولية

النساء". وكما أوضح العديد من المتحدثين خلال المؤتمر الذي عُقد في ميلانو، فمن الضروري تقديم نماذج للقدوة في هذا الصدد، وذلك لتسليط المزيد من الضوء على رائدات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وزيادة الوعي بريادة الأعمال كمسار وظيفي للمرأة.

- ولكي يتم دعم تمكين المرأة – وخاصةً الفتيات الصغيرات – وتشجيعهن على الاستثمار في أنشطة ريادة الأعمال، فأمام جهود التعليم دور حاسم يلعبه، فمن الضروري تعزيز التعليم الموجه بشأن النشاط التجاري للنساء منذ سن مبكرة، وذلك من خلال تعزيز المهارات، كما يجب إشراك المؤسسات من مراحل مبكرة. وبدءًا من المدارس إلى الجامعات ومراكز التدريب، فإنه يمكن لهذه المؤسسات أن تلعب دورًا وثيق الصلة في مجال تطوير مهارات الفتيات، وبناء القدرات، والفرص المتاحة للتطوير الوظيفي.

2. تحتاج رائدات الأعمال إلى الوصول للشبكات والمعلومات، والتكنولوجيا، وتبادل الخبرات، والمهارات الإضافية

- وقد تم تسليط الضوء على أهمية شبكات السيدات كوسيلة للتعلم من الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، كما أنها وسيلة لتوسيع نطاق الفرص والوصول إلى أسواق جديدة، وذلك من جانب رائدات الأعمال خلال المؤتمر الذي عُقد في ميلانو.
- وعلى مدى السنوات الماضية، كانت هناك العديد من المبادرات والجهود التي أُستثمرت في تطوير الشبكات النسائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ولسوء الحظ، فلم تكن معظم هذه المبادرات مستدامة نظرًا لضيق الوقت وغياب المهارات المطلوبة لإدارتها. وما بين موازنة الوقت الذي تخصصه رائدات الأعمال للأسرة والأعمال التجارية، فإنه يلزم أيضًا تخصيص بعض الوقت للتواصل ومشاركة الخبرات. وهناك بالتالي حاجة إلى إيجاد حلول عملية وفعالة للنساء لتخصيص الوقت اللازم لهذه الأنشطة.
- التدريب لبناء المهارات الإدارية والتدريب للنساء. تمثل حاضنات الأعمال وسائل هامة لتقديم الخدمات لدعم الأعمال التجارية، والتوجيه والتدريب الخاص بالأنشطة التجارية، مما يعني أنها وسائل ضرورية لدعم إنشاء وتنمية الشركات المملوكة للنساء. ومن هنا يبرز دور الجمعيات النسائية في هذا الصدد كدور رئيسي ينبغي تطويره للوصول إلى النساء في المناطق الريفية. وعلاوةً على ذلك، فهناك حاجة إلى التركيز ليس فقط على الأفراد، وإنما أيضًا على النساء كمجموعات، وتثقيفهن بشأن العمل الجماعي. ويسري ذلك بشكل خاص على الأسواق التي تسودها الناحية التنافسية،
- حيث تفقر النساء من صاحبات الأعمال إلى المساواة في الحصول على التدريب، كما يفقرن إلى سبل الحصول على التكنولوجيا والاستفادة منها، وهو ما يؤدي إلى خلق حواجز تقوم على النوع في نمو الأعمال التجارية، وكذلك فيما يتعلق بالحاجة إلى الاستفادة من التكنولوجيا بشكل فعال من أجل تسهيل نمو الشركات المملوكة للنساء. وترى المشاركات في الاستطلاع أن التدريب والمساعدة التقنية للأفراد هما التوصيات الأكثر شيوعًا والأقوى من حيث التأثير المباشر لتلبية هذه الحاجة.

3. ويظل حصول النساء على التمويل تحديًا كبيرًا يعرقل ليس فقط إنشاء الأعمال التجارية وإنما أيضًا توسعها.

وأكد المشاركون في المؤتمر الذي عُقد في ميلانو أن نتائج الدراسة والأبحاث الحالية حول هذا الموضوع، وهو أن الحصول على التمويل أمر بالغ الأهمية بالنسبة للمرأة لتنظيم المشاريع الإنمائية. من أجل تسهيل جمع الأموال من قبل رائدات الأعمال، وبناءً على نتائج الدراستين اللتين تمت مناقشتهما في هذا الصدد، يمكن اقتراح ما يلي:

- تعزيز محور الأهمية المالية لرائدات الأعمال (صياغة خطة عمل) ورفع مستوى الوعي حول التمويل المختلفة. تم تسليط الضوء في هذا الصدد خلال فعاليات المؤتمر بميلانو أن البنوك ليست الخيار الوحيد لرائدات الأعمال لجمع الأموال. فهناك فرص أخرى تتمثل في التمويل الجماعي ((Crowdfunding)، والمستثمرين الممولين ((Business Angels)، وصناديق التمويل الأولية (Seed funds) للنساء صاحبات المشاريع. كما أنه يتم النظر إلى خيارات مثل التمويل الجماعي كخيار أقل تأثيرًا بالفوارق بين الجنسين بحكم اعتماده على الإنترنت.
- زيادة التنسيق والحوار بين المؤسسات المالية، والجمعيات النسائية وغيرها من جهات تقديم خدمات تنمية الأعمال التجارية.
- إنشاء آليات للتمويل المستهدف/برامج للضمان المالي للنساء وتنفيذ برنامج محددة ومعدلة لتناسب مع احتياجات رائدات الأعمال، وخاصةً في المناطق الريفية (مع مراعاة الأنشطة الموسمية واقتراح إعادة التمويل المرن).
- تدريب الموظفين والموارد البشرية المتعاملة مع النساء من صاحبات الأعمال لتكون أقل حساسية بين الجنسين.
- تيسير الانتقال من نظام التمويل المصغر إلى المعاملات المصرفية التقليدية من خلال تقديم خدمات موجهة لتنمية الأعمال التجارية تستهدف النساء الراغبات في تنمية أعمالهن وإدراج التمويل المصغر في التاريخ الائتماني.

4. لا يزال نظام الدعم لرائدات الأعمال يقتصر في الأغلب على الأهل والصدقات

يلزم تطوير البيئة العامة بحيث تكون داعمة خارج دائرة الأهل والصدقات. وفي هذا الصدد، يمكن تعديل القوانين واللوائح والدعم المؤسسي ليكون أكثر مراعاة للفوارق بين الجنسين عن طريق:

- دعم الحكومات في امتثالها للاتفاقيات والمواثيق والقوانين الدولية التي تدعو لمزيد من المساواة بين الجنسين، وضمان إدراج هذه المبادئ أيضًا في القوانين واللوائح الوطنية الخاصة وانعكاسها في الإجراءات المحددة التي يمكن أن تجعل السياسات والإجراءات أكثر حساسية للفوارق بين الجنسين على المستوى الوطني.
- ضمان توفير الموارد الكافية للسياسات الجديدة والحالية، مع التنسيق بشكل أفضل بين سياسات ريادة الأعمال النسائية بين الوزارات، وإعطاء الجمعيات النسائية صوتًا أقوى في الحوار بين القطاعين العام والخاص.

- وقد عُقدت مناقشة واسعة النطاق بين خيار "العمل الإيجابي" (التمييز الإيجابي) والخدمات المصممة خصيصاً لرائدات الأعمال خلال المؤتمر بميلانو، مما يقود إلى استنتاج مفاده أنه على الرغم من أن هذا الخيار يمكنه أن يعزز قدرة المرأة على تنظيم المشاريع على المدى القصير، فلا بد من إشراك الرجال والمجتمع ككل في العملية لجعل ذلك التغيير مستداماً على المدى الطويل.
- إتاحة سبل الوصول بشكل أفضل إلى خدمات رعاية الأطفال وغيرها من التسهيلات في السياسات الوطنية في منطقة الشرق الأوسط للمساعدة في تخفيف عبء العمل والحياة الواقع على كاهل رائدات الأعمال، وخاصةً من يعجزن عن الاعتماد على نظام دعم أسرهن.

5. عادةً ما تكون شركات النساء صغيرة ومتمركزة في القطاعات الحرفية والخدمات

ووفقاً لما أكدته البحث الاستقصائي، فإن أغلب الشركات التي تقودها النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا توظف أقل من عشرة موظفين وتتركز في القطاعات الحرفية والخدمات. وعلى الرغم من أنه يمكن لقطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة أن يكون فعالاً، فغالباً ما يعيبه اتباع إجراءات وتقنيات قديمة وغير فعالة. ونتيجة لذلك، تميل المؤسسات الصغيرة إلى العمل بقدرات أقل كثيراً من قدرتها الإنتاجية. كما أن تحسين كفاءة تلك المؤسسات وإدخال تقنيات جديدة عليها قد يؤدي إلى تحقيق عوائد كبيرة للنساء والاقتصاد بشكل عام من حيث الدخل وخلق فرص العمل.

ولكي يتم دعم تأسيس المرأة للشركات والنمو في قطاع الصناعات التحويلية، فعلى المؤسسات وصناع السياسات أن يأخذوا في الاعتبار الأهداف التالية:

- تيسير سبل وصول النساء إلى المعرفة المتخصصة (Know-how) والتقنيات ومعايير الجودة، وذلك من خلال برامج التدريب والجولات التعريفية. غالباً ما تستخدم الشركات الصغيرة والمتوسطة تقنيات غير فعالة ومنخفضة التكلفة تقود إلى الخروج بمنتجات ذات نوعية رديئة، وتشكل خطراً على الصحة والبيئة، وتعيق القدرة التنافسية والوصول إلى الأسواق.
- تسهيل إقامة شراكات تجارية على المستوى الوطني والإقليمي والدولي.
- تشجيع إنشاء المشاريع التي تقودها النساء، وتحقيق النمو في قطاع الصناعات التحويلية من خلال تسهيل الحصول على التمويل والاستثمار في التكنولوجيات الجديدة من خلال طرح والحوافز حدود ائتمانية مخصصة لهذه القطاعات.
- تعزيز مهاراتهم الريادية والتجارية، ولا سيما في مجالات التسويق، والمفاوضات التجارية، والاستراتيجية، وإدارة الموارد البشرية، الخ.

II. تحليل قياسي لأفضل الإجراءات المتبعة لدعم النساء من ريادة الأعمال

A. الأسلوب المنهجي

لتحديد البلدان التي سيتم إجراء القياس عليها، فقد تم اختيار مجموعة من المرشحين المرتقبين باتباع أسلوب منهجي يتألف من مرحلتين ويستهدف ما يلي:

- قياس الوضع الحالي للبلدان المختارة في المنطقة ضد مجموعة من المؤشرات ذات الصلة.
- وتحديد الفئات الحرجة لتحسين السياسات لتعزيز دور المرأة على تنظيم المشاريع في دول المنطقة.

المؤشرات المستخدمة كدليل لترتيب البلدان هي المؤشر العالمي لريادة الأعمال ((GEI)، ومؤشر ريادة السيدات للأعمال ((FEI)، والفجوة العالمية بين الجنسين ((GGG)، والتصنيف الخاص بمدى سهولة مباشرة أنشطة الأعمال التجارية. يقيس مؤشر GEI "جودة بيئة ريادة الأعمال، والنظام الإيكولوجي لريادة الأعمال، وتطلعات المرأة لريادة الأعمال" من خلال مجموعة من المتغيرات الفردية والمؤسسية. أما FEI فيمثل مقياساً للوضع الحالي في البلاد، مع الإشارة إلى مجموعة من البلدان الأخرى، بشأن الأوضاع القائمة والتي تشجع تنمية ريادة الأعمال من جانب النساء ذوات الإمكانات العالية. ويأتي الدليل العالمي للفوارق بين الجنسين ((GGG) – الذي طرحه المنتدى الاقتصادي العالمي عام 2006 – ليكون إطاراً يجسد حجم التفاوت القائم على الجنس، كما يتتبع حجم التقدم المحرز لتجاوزها. يقيس المؤشر الثغرات الوطنية بين الجنسين من حيث (أ) المشاركة الاقتصادية والفرص، (ب) التمكين السياسي، (ج) والتحصيل العلمي، و (د) الصحة والبقاء على قيد الحياة، كما يوفر تصنيفات للبلاد تسمح بإجراء المقارنات الفعالة في مختلف المناطق ومجموعات الدخل. يمثل مؤشر سهولة مزاوله الأعمال الترتيب أحد المؤشرات الجماعية لدى البنك الدولي والذي يقارن 189 دولة مع الإشارة إلى 10 موضوعات، يتألف كل منها من عدة مؤشرات، وهي: بدء النشاط التجاري. استخراج تراخيص البناء. الحصول على الكهرباء. تسجيل الملكية. الحصول على الائتمان؛ حماية المستثمرين الاقليات؛ دفع الضرائب. التجارة عبر الحدود. تنفيذ العقود. تسوية حالات الإعسار. يتم تحديد الترتيب لكل موضوع من خلال فرز المسافة الإجمالية على حسب النتائج الرئيسية.

وفور إنشاء قائمة مختصرة بالدول المرتقبة، فقد تم الانتهاء من اختبار البلدان النموذجية بمراعاة الدول التي تبنت إجراءات وتدابير سياسية، ولديها القدرة على التعامل مع بعض المعوقات المحددة للمشاريع النسائية التي تم تحديدها من خلال الأبحاث التقييمية، والتي قدمت أكبر طيف من المعرفة المتاحة للتعلم منها، سواء على المدى القصير أو الطويل. وبشكل عام، فإن القيود التي يواجهها رواد الأعمال من الرجال والنساء عند بدء أعمالهم تكون متشابهة، فبالنسبة لجميع رواد الأعمال تتمثل المشاكل الرئيسية في الحصول على الائتمان، والحصول على معلومات السوق، وتكاليف التسجيل، والتراخيص والتصاريح، وتسوية المنازعات. ومع ذلك، ولا سيما في البلدان الستة الشرق الأوسط، فهناك العوائق التي تؤثر على النساء بشكل أكثر من الرجال، ومعظمها بسبب القواعد الاجتماعية والتنظيمية. فوفقاً لتقرير التقييم الصادر بشأن وضعية النساء من رائدات الأعمال والدول الست، والتحليل المكتبي التكميلي، فقد تمثلت المجالات التسعة لإدخال التحسينات – والتي تمثل الهدف من التحليل القياسي – فيما يلي:

1. الإطار التنظيمي والمؤسسي والقانوني
2. السياسات العامة بين الجنسين
3. التعليم والتدريب على ريادة الأعمال
4. الحصول على السجل التجاري / إنشاء المشاريع
5. الوصول إلى خدمات تنمية الأعمال التجارية، والتكنولوجيا، والشبكات، والتمثيل
6. الحصول على الائتمان والخدمات المالية
7. الوصول إلى الأسواق والحصول على المعلومات
8. تعزيز القيادة
9. القوالب النمطية بين الجنسين والقيود الاجتماعية

ونتيجة للمنهجية المعتمدة، فقد تم اختيار ثلاث دول قياسية: أستراليا (قمة المدى)، وإيطاليا (منتصف النطاق) ومع بعض تدابير السياسة المثيرة للاهتمام التي تستهدف رائدات المشاريع، وتركيا (منتصف النطاق) ومع الأمثلة المثيرة للاهتمام على تدابير السياسة العامة التي تهدف إلى تضيق الفجوة بين الجنسين في مجال المشاركة الاقتصادية).

جدول 1: البلدان النموذجية الثلاثة (3) بلمحة سريعة وإمكانية التعلم منها

Countries	GEI 2015 (GEDI) Ranking / Score	FEI 2015 (GEDI) Ranking / Score	GGG 2015 Ranking / Score	Doing bus. (WBG) Ranking on 189	Learning potential
Australia	3 rd 78.0	2 nd 74.8	36 th 0.733	13 th	Top of the range → gives an idea of the widest gap and can provide MENA public and private sector with a comprehensive picture of the areas on which efforts can be directed to create a more nurturing environment for women entrepreneurs
Italy	48 th 41.1	30 th 51.4	41 st 0.726	45 th	Middle in the range, better performing in supporting women entrepreneurship than on creating an adequate business environment → can show some interesting policy measures targeting female entrepreneurs, reflecting the political will to use female self-employment as a lever to increase the female employment rate
Turkey	28 th 52.7	45 th 39.3	130 th 0.624	55 th	Middle in the range, better performing in creating an ecosystem than in favouring healthy women entrepreneurship → can show some initial policy measures aimed at reducing the economic participation gender gap

B. نتائج التحليل القياسي في لمحة سريعة

يلخص الجدول أدناه نتيجة وترتيب الدول القياسية الثلاثة بالمقارنة مع دول المنطقة الست في ضوء المؤشرات المختلفة المحددة.

جدول 2: مؤشرات المقارنة في بلدان النموذج القياسي ودول المنطقة الستة:

Index	Australia	Italy	Turkey	Egypt	Jordan	Lebanon	Morocco	State Palestine	Tunisia
GEI 2016 Ranking / Score	3 rd 78.0	48 th 41.1	28 th 52.7	89 th 27.3	64 th 33.5	50 th 39.9	78 th 29.5	--	62 nd 34.4
FEI 2015 Ranking / Score	2 nd 74.8	30 th 51.4	45 th 39.3	66 th 27.7	--	--	--	--	61 st 30.7
GGG 2015 Ranking / Score	36 th 0.733	41 st 0.726	130 th 0.624	136 th 0.599	140 th 0.593	138 th 0.598	139 th 0.593	--	127 th 0.634
Doing Business 2015	13 th	45 th	55 th	131 th	113 th	123 rd	75 th	129 th	74 th
GNI / capita PPP int \$ 2014	42,760	34,700	18,980	10,260	11,910	17,590	7,290	5,000	11,020

تقيّم الجداول أدناه الوضع في البلدان القياسية الثلاثة وبلدان المنطقة الستة وفقاً لكل جانب من جوانب التطوير باستخدام نظام الترميز اللوني التالي.

ضعيف	معقول - مع بعض المشاكل	جيد	ممتاز

وبالنسبة للدول القياسية الثلاثة، يمكننا أن نرى أن أستراليا متوافقة في جميع جوانب التطوير التي تم الوقوف عليها. كما يمكن إيجاد بعض جوانب التميز أو الأداء الجيد في كل من إيطاليا وتركيا، جنباً إلى جنب مع بعض جوانب الأداء المعقول والضعيف بشكل مستمر.

جدول 3: الدول النموذجية الثلاثة بلمحة سريعة

	Legal and Regulatory	Gender policies	Entrepr Educ. Training	Enterprise creation	BDS, tech, networks	Access to credit	Access to Market & Info	Leadership promotion	Gender stereotyp. social constraints
Australia									
Italy									
Turkey									

بالنسبة لدول الشرق الأوسط الست، يبين الجدول أدناه وضعها لكل جانب من جوانب التطوير المحددة.

جدول 4: دول المنطقة الستة بلمحة سريعة

	Legal and Regulatory	Gender policies	Entrepr Educ. Training	Enterprise creation	BDS, tech, networks	Access to credit	Access to Market & Info	Leadership promotion	Gender stereotyp. social constraints
Egypt									
Jordan									
Lebanon									
Morocco									
Palestine									
Tunisia									

وفقاً للتحليل القياسي، فإن الفجوة الرئيسية بين دول المنطقة الست والدول النموذجية الثلاثة ثلاث تتعلق بالجوانب المتعلقة بالحصول على الائتمان، والوصول إلى الأسواق والمعلومات، والصور النمطية بين الجنسين والقيود الاجتماعية.

ويمثل الحصول على الائتمان مشكلة مشتركة لجميع الشركات الصغيرة والمتوسطة، ويرتبط بإحجام البنوك عن التعامل مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة فضلاً عن عدم كفاية قدرات رواد الأعمال لإعداد خطة عمل قابلة للتمويل والدفاع عنها. إذا كان صاحب المشروع امرأة، فقد يعزف البنك بدرجة أكبر وقد تكون طلبات الضمانات والوثائق الرسمية والسجل الائتماني عسيرة. تتعامل إيطاليا وتركيا مع هذه المشكلة عن طريق توفير خدمات الائتمان المخصصة للنساء مثل تخصيص مسؤولية للتعامل، ووضع خطط للضمانات والتدريب والتوجيه.

وهناك عائق رئيسي آخر يواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة، وخاصةً عند دخول أسواق التصدير، والوصول إلى الأسواق والمعلومات. وتشعر النساء بهذا العائق على أشد ما يكون بسبب نقص المعرفة بالعوامل المحددة والتقنيات وعدم وجود شبكات الأعمال التجارية غير الرسمية، مثل نوادي الرجال، كما توجد قيود محددة للتنقل للقطاعات تواجهها بعض النساء. لا يبدو أن إيطاليا وتركيا تتعاملان مع هذا القيد من خلال مبادرات محددة ومصممة خصيصاً للنساء، في حين تدعم أستراليا تحديداً وصول المرأة إلى الأسواق من خلال هيئة "Austrade" (لجنة التجارة الأسترالية) وبرنامج WIGB (المرأة في مجال الأعمال التجارية العالمية). ويعمل برنامج WIGB على وجه التحديد على مساعدة رائدات الأعمال على تصدير منتجاتهن وخدماتهن من خلال العمل كمصدر مركزي للمعلومات والموارد والدعم والاتصالات. وتشمل

أنشطة WIGB على ما يلي: برامج التوجيه، وورش عمل لاكتساب المهارات وبناء القدرات؛ وسلسلة من المتحدثين السنويين؛ والتواجد النشط على وسائل الإعلام الاجتماعية.

وأخيراً، فإن دور القيود الاجتماعية والقوالب النمطية بين الجنسين لا يزال قويا جدا في بلدان المنطقة. فإذا كانت الفجوة مع أستراليا واسعة جدا، فإنها تكون أصغر مع إيطاليا وتركيا وتختلف حسب المناطق الجغرافية، ولكن مع وجود العديد من أوجه الشبه. ويبدو أن العمل من خلال التعليم في مرحلة الطفولة المبكرة هو الطريق الرئيسي لمعالجة الصور النمطية بين الجنسين على أساس مستدام.

C. أفضل الممارسات المحددة في أستراليا وإيطاليا وتركيا

استناداً إلى التحليل القياسي (Benchmark Analysis) ونقاط القوة في الجوانب التسعة لتطوير السياسات مع الفجوة القائمة بين دول المنطقة والدول القياسية في كل جانب من جوانب التطوير، فقد تم اختيار أفضل الممارسات التالية.

جدول 5: مجالات التطوير المطابقة للإجراءات المستحسنة

Ref	Gender Policy Area	Specific Benchmark	Good practices
1	Regulatory and legal framework	Australia, Italy and Turkey	Laws protect individuals from gender-based discrimination
2	General gender policies	Australia	Gender budgeting
3	Education and training on entrepreneurship	Australia Italy	Early entrepreneurship education CIF trainings for women entrepreneurs
4	Access to business registration/ enterprise creation	Italy	CIF help desk for women entrepreneurs
5	Access to BDS, technology, networks, representation	Australia, Turkey, Italy	WIGB; B-Fit Sports Centre; CIF
6	Access to credit and financial services	Turkey, Italy	Garanti Bank; 215/92, Guarantee Fund
7	Access to markets and to information	Australia	WIGB
8	Leadership promotion	Turkey, Italy	Kadiger, Giro d'Italia
9	Gender stereotyping and social constraints	Australia, Italy, Turkey	Early programs to contrast stereotypes; CIF mentoring; B-fit Sports

القوانين التي تحمي الأفراد من التمييز القائم على نوع الجنس - جميع البلدان القياسية

مطلوب الاعتماد على مؤسسات حكومية ذات موارد جيدة وقدرات موسعة لتنسيق المبادرات والسياسات وخلق بيئة مواتية للإدماج الجنساني (Gender Inclusion) مثل وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين. فعلى على سبيل المثال، صدقت أستراليا على اتفاقية اللجنة المعنية بالقضاء على التمييز ضد المرأة (سيداو) في عام 1983، ولديها تقليد طويل من المساواة بين الجنسين، وقدمت للمرأة حق التصويت لأول مرة في عام 1901. كما صدقت إيطاليا على اتفاقية اللجنة المعنية بالقضاء على التمييز ضد المرأة (سيداو) في عام 1985، ويحتفي دستوراً بمبدأ المساواة بين الجنسين في المادة 3، ومبدأ الأجر المتساوي في المادة 37، والشروط المتساوية لأهلية شغل المناصب العامة والمراكز الانتخابية في المادة 51. وصدقت تركيا على اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (سيداو) في عام 1985، وتتضمن المادة 10 من دستورها شرط عدم التمييز، مؤكداً من بين أمور أخرى على أن النساء والرجال حقوقاً متساوية.

وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين (GRB) - أستراليا

تمثل اتفاقية وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين (GRB) جوانب التخطيط الحكومي وتخطيط البرامج ووضع الميزانيات التي تساهم في النهوض بالمساواة بين الجنسين وتحقيق حقوق المرأة. ويستلزم GRB تحديد التدخلات اللازمة لمعالجة الفجوات بين الجنسين في قطاعات العمل والسياسات الحكومية المحلية والخطط والميزانيات، في حين تسعى أيضاً إلى إيجاد أطر سياسية مواتية، وبناء القدرات، وتعزيز آليات المراقبة لدعم المساواة للنساء. وقد أثرت مبادرات GRB في قطاعات متعددة، كما عززت التطوير في جوانب كثيرة من حياة المرأة، بما في ذلك الصحة والأمن (التحرر من العنف)، والأمن الاقتصادي، والحماية الاجتماعية. تبنت أستراليا دور الريادة في العمل على وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين في أستراليا عام 1984، عندما بدأت الحكومات الاتحادية وحكومات الولايات تنفيذ برامج "القوائم المالية لميزانيات المرأة" (WBS) كأداة لإدماج الجنسين في السياسات الاقتصادية والاجتماعية، وزاد انتشار هذه البرامج من عام 1995. ومنذ عام 2001، دعم صندوق الأمم المتحدة الإنمائي¹⁵ مبادرات GRB في أكثر من 40 بلداً بسبب قدرته على النهوض بالمساواة بين الجنسين من خلال تبني أطر أكثر إنصافاً للميزانية وتكرارها في جميع أنحاء العالم. وثبتت إمكانية تكرار جهود وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين وتطويرها من خلال تزايد عدد البلدان التي تطرح برامج وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين، كما هو الحال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (وتحديداً في المغرب ومصر ولبنان).

لجان العمل الحر للمرأة (CIF) - إيطاليا

تم تشكيل لجان لريادة المرأة للأعمال (CIFS) من خلال المؤسسات الوطنية لغرف التجارة بالاتفاق مع وزارة الأنشطة الإنتاجية في عام 1999. وهناك لجنة CIF واحدة في كل غرفة محلية واحدة (بواقع غرفة واحدة في كل محافظة إيطالية)، ويعمل بها 1000 خبير تم توظيفهم من قبل جمعيات الأعمال المحلية والنقابات العمالية لتوفير برامج مصممة خصيصاً للنساء. وقامت لجان CIF بتفعيل أدوات إعلامية لرواد

الأعمال الجدد، والتي تفتح أبوابها أمام النساء والشباب. تقدم هذه الخدمات التقييم الذاتي لموقف الأفراد تجاه العمل الحر ودرجة المخاطر في النشاط التجاري الجديد، والمعلومات المتعلقة بإيجابيات وسلبيات الأشكال المختلفة للوضع القانوني للشركة الجديدة، والمعلومات المتعلقة بتمويل الفرص، والمؤشرات الخاصة بالخدمات المتاحة لبدء نشاط تجاري جديد. ويرتبط نجاح هذه الآلية بمدى توسع نطاقها، فغرف التجارة تكون متجذرة ومعروفة في جيّدًا في مناطق عملها، ويكون المواطنون معادين على الانتفاع بخدماتها.

برنامج النساء في الأعمال التجارية العالمية (WIGB) - أستراليا

يمثل WIGB برنامجًا أطلقته الحكومة لدعم رائدات الأعمال من خلال توفير المعلومات والدعم والاتصالات من أجل مساعدتهن على التصدير والاستثمار. ويتم تمويل WIGB من جانب لجنة التجارة الأسترالية (Austrade) ويتم تنفيذه في إطار من الشراكة مع حكومات الولايات والأقاليم الأسترالية. ويمثل الغرض من هذا البرنامج في زيادة مشاركة المرأة في التجارة والاستثمار الدوليين، ومساعدة النساء على تطوير الأعمال التجارية المستدامة، وتشجيع ودعم وتحسين مشاركة المرأة في نجاح الأعمال التجارية الدولية؛ وتسهيل الضوء على سيدات الأعمال الأسترالية المشاركات في التجارة الدولية ضمن مجتمع الأعمال المحلي والدولي. لا شك أن التدويل يمثل خطوة يصعب اتخاذها ويهدف هذا البرنامج إلى دعم الأنشطة التجارية التي تقودها النساء لدخول أسواق جديدة. وبشكل عام، يواجه جميع رواد الأعمال صعوبات في دخول أسواق أجنبية جديدة للأسباب التالية: عدم وجود المعرفة المحلية اللازمة، من حيث الثقافة الخاصة بريادة الأعمال والبيئة الاقتصادية والرهبات والحاجات والقوانين المحلية، وتكاليف الأراضي ورأس المال، والمنافسة المحلية؛ والحواجز اللغوية، وعدم وجود أي علامات تجارية غير معروفة في الأسواق. ومع ذلك، فقد تم تصميم هذا البرنامج خصيصًا للنساء، نظرًا لأنه وفقًا للبيانات الصادرة عن هيئة التجارة الأسترالية، لم تكن الشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة للنساء في أستراليا تحقق كامل إمكاناتها التصديرية قياسًا على إجمالي الحجم العامل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويعتمد نجاح هذا البرنامج على جودة البنية التحتية التجارية التي تسود في أستراليا. وتشارك Austrade مشاركة عميقة في المساهمة في الازدهار الاقتصادي بأستراليا عن طريق مساعدة الشركات الأسترالية والمؤسسات التعليمية، وشركات السياحة، والحكومات، والمواطنين نحو التدويل. وتحقق Austrade هذا الهدف عن طريق تقديم معلومات وتحليلات للسوق، وتعزيز قدرات استراليا، وتطوير السياسات، وإجراء الاتصالات عبر شبكة عالمية واسعة من جهات الاتصال، وتعزيز اسم الحكومة خارج البلاد، وتقديم استشارات وخدمات عالية الجودة. في هذه الخلفية الملانة، يوجد برنامج محدد ومصمم للنساء مجهز بالبنية التحتية اللازمة لتحقيق النجاح.

المركز الرياضي B-Fit - تركيا

مراكز B-Fit الرياضية هي عبارة عن سلسلة من الصالات الرياضية التي يتم افتتاحها وإدارتها من قبل النساء، بالإضافة إلى الدورات الرياضية، ويعمل المركز على تنظيم دورات من المناقشات والتواصل بين رائدات الأعمال. ويمثل الغرض من هذه المنظمة في تقديم الرياضية وتهيئة بيئة اجتماعية للنساء وتشجيعهن على اكتساب الاستقلالية، وتعزيز دور المرأة في مجال ريادة الأعمال، وخلق فرص العمل مع تلبية احتياجاتهن الرياضية. تختلف مراكز B-Fit عن الصالات الرياضية أخرى في هذا المعنى، بعد أن تطورت مراكز B-Fit بشكل رافع من مجرد فكرة صغيرة، فقد أصبحت السلسلة تصل إلى 180،000 امرأة في 48 مدينة ويصل عدد مراكزها إلى 220، كما توفر جميع أنواع الدعم الضرورية لحياة صحية. ويرتبط عامل النجاح لهذه المبادرة ارتباطًا مباشرًا بالفصل الصارم بين الجنسين في المجتمعات الإسلامية، نظرًا لأن المرأة وحدها يمكنها تقديم خدمات معينة للنساء الأخريات في هذه المراكز الرياضية المخصصة للنساء، والتي تتعامل فيها النساء فقط مع غيرهن من النساء، دون التقييد بالزي الإسلامي.

القانون 92/215 - إيطاليا

على مدى سنوات عديدة، كان القانون 92/215 يمثل التشريع الأساسي لتعزيز روح المبادرة لدى النساء في إيطاليا وأظهر التزام الحكومة في هذا المجال للسياسات. ويتمثل أساس نجاحه في حقيقة أن العديد من الحكومات استمرت في تمويله ودعمه. وكان الهدف الرئيسي من القانون يتمثل في تعزيز التدابير الموجهة للنساء رائدات الأعمال من حيث التدريب والحصول على التمويل والتشجيع على إنشاء المؤسسات المملوكة للنساء في القطاعات الصناعية المبتكرة. وتم تقديم المساعدة المالية للشركات المملوكة للنساء وخدمات الدعم من خلال ست دعوات مختلفة لتقديم العروض التجارية، سواء على المستوى الوطني والإقليمي. وقد توقف هذا الإجراء في عام 2006 (أي بعد 14 عامًا)، إلا أن بعض المناطق لا تزال تصدر دعواتها السنوية للمناقشات في إطار القانون، وتتلقي تمويلها من خلال الاتحاد الأوروبي. وقد تم مؤخرًا إجراء تقييم من جانب بنك إيطاليا عن أثر القانون والذي كشف عن أن الشركات المملوكة للنساء التي تلقت الدعم قد أظهرت ارتفاعًا في معدلات الاستمرار في نشاطها التجاري بالمقارنة مع مجموعة القياس (Control Group) وذلك خلال فترة أولية مدتها خمس سنوات من إنشائها (جيناري ولوتي، 2013). في عام 2014، كشف دراسة أجرتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي حول المشكلات والسياسات الرئيسية عن ضرورة تجديد التركيز من جانب المؤسسات على ريادة الأعمال لدى النساء. ومن الممكن إعادة صياغة القانون 92/215، مع التركيز بشكل أكبر على التدريب والتوجيه على الأعمال التجارية بالإضافة إلى الدعم المالي.

صندوق الضمان - إيطاليا

يمثل صندوق الضمان (Guarantee Fund) صندوقًا دورًا خاصًا بضمان من الدولة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة إقامة تحت إشراف وزارة التنمية الاقتصادية الإيطالية لتقديم شروط إقراض أكثر ملاءمة لرائدات الأعمال. ويوفر الصندوق ضمانات للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعجز عن تقديم ما يكفي من الضمانات للحصول على قرض تجاري عادي. وتقوم مشكلة الضمانات التي تطلبها البنوك لتقديم القروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى تحقيق تأثير سلبي بشكل خاص على رائدات الأعمال لأنهن غالبًا ما يفتقرن إلى الأرض أو الأصول غير المنقولة. ويصل الحد الأقصى للنساء للحصول على الضمان إلى 80% من التمويل المطلوب، بما يصل إلى مبلغ 2.5 مليون يورو. وبالمقارنة، يحصل رواد الأعمال على ضمان يصل إلى 60% فقط. ويمثل هذا التدخل من الحكومة لتسهيل الحصول على الائتمان آلية لتسوية الأوضاع فيما يتعلق بتوفير ظروف غير متكافئة لبدء المشروعات، وقد يكون له تأثير كبير على النساء، اللاتي تتوفر لهن سبل أقل للحصول على التمويل الخارجي ورأس المال لتطوير أعمالهن. وعلاوة على ذلك، تمثل هذه الآلية وسيلة للتمييز الإيجابي لصالح المرأة (والتي يمكنها أن تستفيد من ضمانة أكبر). ويكمن نجاح الصندوق في تحقيق وضع مريح للجانبين، حيث يؤدي الضمان إلى تحقيق تعديل كبير في

العلاقات بين المقرض والمقترض، حيث يكون للمقرض اهتمام أصيل بمنح القرض لرائد أعمال فعال يعتمد على ضمانتها له الدولة، في حين أن المقرض يستفيد من ضمان ما كان ليحصل عليه بشروط ميسرة¹⁶.

بنك غارانتى - تركيا

كان بنك غارانتى (Garanti Bank) أول بنك تركي يسعى إلى البدء في تقديم الائتمان (الدعم المالي) والخدمات (التدريب والاستشارات) المصممة خصيصاً للنساء. وكانت الأدلة المأخوذة من البحوث الداخلية التي أجراها بنك غارانتى تدعم الفكرة القائلة بأن النساء يمثلن عمليات مربحة من خلال الشركات الصغيرة والمتوسطة. ويرتبط الفارق في مستوى الربحية ارتباطاً قوياً وإيجابياً بحجم الشركة، ولذلك فعندما تقوم رائدة الأعمال بتطوير نشاطها التجاري، فإن قيمتها كعميلة تتزايد بشكل ملحوظ بالنسبة للبنك أيضاً. يقدم بنك غارانتى الخدمات المالية المخصصة للنساء، أهمها:

- قروض الدعم لرائدات الأعمال: قروض بشروط سداد تصل إلى 60 شهراً بأسعار خاصة تقدم خصيصاً لرائدات الأعمال.
- قروض تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة: وهي نوع من القروض تم وضعه بالمشاركة ما بين بنك غارانتى وصندوق ضمان الائتمان (CGF)، ويُقدم على أساس عائد الاستثمار وفترات توليد التدفق النقدي. يتميز القرض بفترة سماح تصل إلى 6 أشهر ويمكن أخذه بشروط سداد تصل إلى 7 سنوات اعتماداً على العائد وفترات التدفق النقدي للاستثمار. ويبلغ الحد الأقصى للقروض 30,000 دولار. ويتم تقديم القرض بسعر عمولة سنوية خاصة تُقدم حصرياً لرائدات الأعمال.

كما يقدم بنك غارانتى بعض البرامج التدريبية التي تهدف إلى (أ) توفير المعلومات عن الموضوعات الأساسية اللازمة لتشغيل الأعمال التجارية؛ (ب) تشجيع رائدات الأعمال على استكشاف وتحديد فرص تجارية جديدة من خلال الربط الشبكي؛ (ج) دعم تطوير المهارات الإدارية الشخصية والتجارية اللازمة لتشغيل الأنشطة التجارية بنجاح. ومنذ عام 2007، نظم بنك غارانتى، بالتزامن مع KAGIDER، (تجمعات رائدات الأعمال)، طريقة مستدامة لتقديم التثقيف اللازم لرائدات الأعمال في جميع أنحاء تركيا. وعادةً ما يتم عقد التجمعات في خمس مدن في كل عام، حيث تساعد فروع بنك غارانتى المحلية في تنظيم الفعاليات والترويج لها. وبشكل عام، تستضيف هذه الأحداث في المتوسط ما بين 150-200 مشاركاً، من بينهم حوالي 30 في المئة من غير العملاء. وتقوم الصحافة المحلية وشبكة KAGIDER الخاصة بتعزيز جهودها على واسع للإعلان عن الفعالية وترويجها في المجتمع.

KAGİDER - تركيا

تأسست KAGİDER (جمعية رائدات الأعمال التركيات) في اسطنبول في سبتمبر/أيلول 2002 على أيدي 38 من رائدات الأعمال الناجحات. وتمثل KAGİDER مؤسسة غير ربحية تباشر أعمالها في جميع أنحاء البلاد على مستوى المجتمع المدني. واليوم، وصل حجم العضوية في KAGİDER إلى 200 عضو، من النشاط في مختلف القطاعات مثل المنسوجات والاتصالات والعلاقات العامة والسياحة والتعدين والكيمياء والصحة. ويوفر KAGİDER خدمات مختلفة مصممة خصيصاً لأعضائها، أهمها:

- ريادة الأعمال وأنشطة القيادة
- Biz. (أي "نحن" باللغة التركية)، وهو مركز لتنمية المرأة
- أنشطة الدعوة لتمكين المرأة
- الأنشطة ذات الصلة بالاتحاد الأوروبي، KAGİDER مكتب بروكسل
- التعاون مع المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية
- التعاون مع المنظمات غير الحكومية الوطنية
- العلاقات الأعضاء
- مجال الاتصالات

تحرص على KAGİDER الربط بين النساء التركيات من رائدات الأعمال وأن يكن جزءاً من الاتجاهات العالمية لريادة الأعمال. والواقع أن مهمة الجمعية تقوم على تطوير ودعم ريادة الأعمال بين النساء لتعزيز وضعهن اقتصادياً واجتماعياً وتهيئة عالم يتيح للمرأة الإنتاج وتأسيس وضعها بحرية ولعب دور فعال في عمليات صنع القرار. أنشئت KAGİDER مكتباً في الاتحاد الأوروبي ببروكسل في شهر مارس/آذار 2008 بالتعاون مع مؤسسة "توسيد" (رجال الصناعة التركية وجمعية رجال الأعمال) لدعم عملية انضمام تركيا إلى الاتحاد الأوروبي وخصوصاً لزيادة دور المرأة في هذه العملية. ويتمثل الهدف الأساسي من هذا المكتب في تيسير سبيل الوصول إلى KAGİDER وشريك في تقديم الحلول إلى جانب البرلمان الأوروبي، والمفوضية الأوروبية، وجماعة الضغط النسائية الأوروبية (EWL) وغيرها من المنظمات الأوروبية غير الحكومية الأخرى لحساب الحركة النسائية في تركيا، كما تعمل إلى جانب أنقرة لتصبح منفذاً للاتحاد الأوروبي حول المشكلات المتعلقة بالمرأة. وتمثل KAGİDER أول منظمة نسائية غير حكومية في تركيا فتحت مكتباً تمثلياً لها في بروكسل.

جيرو دي إيطاليا - إيطاليا

جيرو دي إيطاليا (Giro d'Italia) هو اسم سباق الدراجات الإيطالي الشهير الذي يقام لاخترق الضاحية كل عام عبر البلاد بأكملها. وكما هول الحال مع سباق الدراجات، تمس هذه المبادرة المدن الرئيسية في البلاد، ويتم تنظيمها من قبل غرف التجارة ولجنة المشاريع النسائية (CIF)، وينصب تركيزها على نشر المعلومات حول "كيفية القيام بأنشطة تجارية" ونشر الوعي حول ريادة الأعمال بين النساء وأصحاب المشاريع المرتقبين من الشباب. ويتم تزويد المشاركين بالتدريب الأساسي حول كيفية بدء الأنشطة التجارية وتقديم المعلومات بشأن خدمات تطوير الأعمال المتوفرة في الأقاليم المختلفة لتقديم المساعدة والدعم لهم في القيام بأعمالهم.

16 سيرينا رومانو، تحليل السياسات العامة من أجل تمكين المرأة في البلدان الأورو-متوسطة، وتأثيرها على خلق فرص العمل ودراسة إمكانية تطبيقها في بلدان أخرى، في الحكومة المجتمعية والإدارة العامة المتكبرة: التحديات التي تواجه منطقة اليورو الشرق الأوسط، الحوار الأورو متوسطي حول الإدارة العامة، MED7، روما، 2014

أطلقت الحكومة الاستراتيجية لدعم راندات الأعمال من خلال توفير المعلومات والدعم والاتصالات من أجل مساعدتهن على التصدير والاستثمار. ويسعى البرنامج إلى زيادة مشاركة المرأة في التجارة والاستثمار الدوليين، ومساعدتها على تطوير أعمال مستدامة (مستمرة)، وتشجيع ودعم وتحسين مشاركة المرأة في إنجاح الأعمال التجارية الدولية. في الواقع، تم وضع برنامج WIGB لمعالجة العوائق التي كانت تقف في طريق الأنشطة التجارية التي تقودها النساء من أن تصبح رائدة في السوق العالمية. ويمكن تعديل هذه الآلية لتناسب مع السياق المصري من خلال توفير الدعم الحكومي عن طريق إشراك الشركاء الدوليين.

2. الأردن

يبين الجدول أدناه أن الأهداف والإجراءات الرامية إلى تحقيق دور أقوى للمرأة في الحياة الثقافية والاقتصادية والاجتماعية تمثل جزءاً من نسيج الاستراتيجية الحالية للأردن، كما هو موضح بلون التمييز البرتقالي المتعلق بالسياسات بين الجنسين وتعزيز القيادة. ويبين الجدول أيضاً أن تثقيف ريادة الأعمال (EPE) يلقي الرعاية اللازمة كجزء من نظام التعليم الأردني وقد بلغ حدًا من التطور، ابتداءً من التعليم الأساسي والمستمر في برامج التعليم الثانوي (المميز باللون الأخضر)، لكن، وكما يتبين من الحالات المميزة باللون الأحمر في الجدول، تواجه المرأة صعوبات محددة تعيق تطوير ريادة الأعمال في الأردن. ونختص منها بالذكر صعوبة الحصول على رأس المال اللازم لتأسيس النشاط التجاري بسبب عدم وجود ضمانات وأصول. وعلاوة على ذلك، لا يزال الحصول على التمويل تحديًا حتى بالنسبة للنساء العاملات بالفعل في مجال الأنشطة التجارية، وبالتالي، فإن التمويل الذاتي يظل محل تفضيل من جانب راندات الأعمال الأردنيات. ثم، وذلك بسبب الأعراف الاجتماعية والثقافية المحافظة فيما يتعلق بأدوار الجنسين في الأسرة والمجتمع، فإن النساء يفتقرن إلى الاتصالات الكافية؛ حيث لا يمكنهن أن يتعرفن على اتحادات الصناعة وغرف التجارة وغيرها من شبكات الأعمال التجارية الرئيسية؛ كما أنهن أقل احتمالاً للتعرف على رائدة أعمال أو الاقتداء بنموذج يحتذى به في شبكتهن الاجتماعية. ونتيجة لذلك، فغالبًا ما تعاني راندات الأعمال عند محاولة الحصول على الموارد والمعلومات والمشورة اللازمة لتحقيق النجاح.

الصور النمطية بين الجنسين، والقيود الاجتماعية	تعزيز القيادة	الوصول إلى السوق والمعلومات	الحصول على الائتمان	إتشاء المؤسسات / وخدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والشبكات	التثقيف والتدريب على ريادة الأعمال	التعامل مع الجنسين	السياسات القانونية والتنظيمية	الأردن

وبالنظر إلى الوضع الموضح أعلاه، يمكن للإجراءات التالية أن تكون مصدرًا للإلهام بالنسبة للأردن فيما يتعلق بمعالجة بعض المعوقات التي تم تسليط الضوء عليها على المدى القصير:

- سلسلة توكيلات مركز B-fit للرياضة (من تركيا) لتعزيز فرص التواصل.
- صندوق الضمان (من إيطاليا) لمواجهة الصعوبات المرتبطة بعدم وجود ضمانات للحصول على الائتمان.
- غارانتى بنك (تركيا) لزيادة القدرة المالية للشركات التي تقودها النساء.

لزيادة نطاق شبكة التواصل الاجتماعي والمهني المطلوبة لتطوير الأعمال التجارية، تمثل مراكز B-fit الرياضية الترقية آلية لافقة للنظر وتستنقح الدراسة. تم إنشاء B-Fit في عام 2006 بهدف تشجيع النساء - في كل الفئات العمرية ومستويات الدخل - على التعود على ممارسة الرياضة وتحسين القوة البدنية والعقلية؛ لزيادة قوتهم في الحياة الاقتصادية من خلال تشجيع ريادة الأعمال وخلق فرص العمل للنساء، وذلك لمساعدتهن في إنشاء الأنشطة والمشاريع الاجتماعية، وزيادة وعيهم فيما يتعلق بحياتهن والبيئة. تُدار هذه المراكز من قبل النساء بحيث يمثلن أيضًا فرصة للعمل الحر، وخلق فرص عمل جديدة للنساء الأخريات (تشير البيانات إلى أن النساء يميلن إلى تعيين النساء الأخريات) وتمكين النساء بأنفسهن. في تركيا، تطورت مراكز B-fit الرياضية بشكل رائع من مجرد فكرة صغيرة حتى باتت الآن تخدم 180،000 امرأة في 48 مدن من خلال مراكزها البالغ عددها 220.

للتغلب على المشاكل المتعلقة بالحصول على الائتمان (وخاصةً عدم وجود ضمانات)، فهناك آلية جيدة يمكن تنفيذها في الأردن وهي الخاصة بصندوق الضمان الإيطالي. وقد تمت دراسة هذه الآلية في الأساس لخدمة الشركات الصغيرة والمتوسطة التابعة للرجال والنساء على حد سواء، وقد طرحت نظامًا للتمييز الإيجابي لصالح المرأة، واتجهت في النهاية إلى تقديم تسهيلات لرائدات الأعمال. تحصل المرأة على تغطية للقروض تصل إلى 80% (في حين لا تتعدى التغطية نسبة 60% للرجال)، بحد أقصى 2.5 مليون يورو. منذ عام 2014، بات من الممكن إصدار تصريح مسبق للمرأة من جانب إدارة الصندوق، وأصبحت في وضع أفضل للتفاوض على القرض مع البنك الذي تتعامل معه. يتم توفير صندوق الضمان من جانب الحكومة الإيطالية، وهذا ما يسهل الوصول إلى نظام الائتمان. وتكمن إحدى النجاحات التي حققها الصندوق في وإدارة القطاعين العام والخاص به. ويتألف الصندوق من ممثلين عن الوزارات والبنوك وجمعيات القطاع، والذين يجتمعون مرة واحدة في الأسبوع، ويصرون بالطلبات التي يقدمها البنك والجهات المستفيدة منها. مثل هذه الشراكة بين القطاعين العام والخاص - إذا ما تم استقدامها في الأردن - يمكن أن تؤدي إلى تهيئة وضع مريح للجانبيين بالنسبة للبنوك والنساء، حيث ستعذل إلى حد بعيد طبيعة العلاقة بين المقرض والمقترض، طالما كان للمقرض اهتمام كبير بمنح قرض لرائدة أعمال فعالة تعتمد على ضمانات وضعتها الدولة، أما المقترضة فتستفيد من قرض ما كانت لتحصل عليه بهذه الشروط الميسرة.

ويقدم بنك غارانتى التركي قروضاً محددة ودعماً مالياً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تقودها النساء. كان بنك غارانتى (Garanti Bank) أول بنك تركي يسعى إلى البدء في تقديم الائتمان (الدعم المالي) والخدمات (التدريب والاستشارات) المصممة خصيصاً للنساء. وكانت الأدلة المأخوذة من البحوث الداخلية التي أجراها بنك غارانتى تدعم الفكرة القائلة بأن النساء يمثلن عمليات مربحة من خلال الشركات الصغيرة والمتوسطة. وعلاوة على ذلك، وإلى جانب الدعم المالي، فإن بنك غارانتى يقدم أيضاً التدريب وتقديم المشورة لعملائه. ويعني ذلك أن المرأة، تحصل أولاً على الائتمان، ثم يتم تدريبها أيضاً على كيفية إدارته. ويمكن للتدريب أن يساعد رائدات الأعمال على الاستفادة من المعرفة اللازمة لإدارة هذه الأموال فضلاً عن رأس المال الخاص بهن على النحو الأمثل.

وتأتي مبادرة التسميات التي أطلقها البنك الأردني الأهلي – والتي تدعم ريادة الأعمال النسائية في الأردن من خلال توفير الخدمات الاستشارية المالية المخصصة للنساء – لتسير على هذا المسار نفسه، إلا أن الأسلوب المنهجي لبنك غارانتى التركي يتعدى هذه المرحلة، من خلال توفير قروض محددة وخدمات غير مالية لرائدات الأعمال. وقد تكون هذه الخدمات عناصر مكملة لخدمة رائدات الأعمال في الأردن لتسهيل حصولهن على التمويل اللازم لإنشاء أعمالهن أو تطويرها.

3. لبنان

رغم أنه في عام 2015، منح المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI) تصنيفاً للبنان وضعها في المكانة الخمسين (50) عشر من بين 132 بلداً تقريباً لما لديها من ظروف مواتية لتنمية ريادة الأعمال ذات الإمكانيات العالية، إلا أن رائدات الأعمال لا يزالن يواجهن عدداً من المعوقات في تطوير أعمالهن. فبشكل عام، لا يتم تضمين ريادة الأعمال في المناهج المدرسية، وهناك نقص في التدريب الخاص للنساء من رائدات الأعمال. تحدث الفروق بين الذكور والإناث رجال الأعمال في لبنان عند إنشاء مؤسسة (تواجه النساء خطراً أعلى من التعرض للفساد)، وذلك من حيث الحصول على التمويل – والذي يتم قياسه من جانب حجم الطلب على التمويل ونوعية الآليات المالية المستخدمة (وهو ما يتمثل في الأساس في عدم وجود ضمانات) – فضلاً عن الوصول إلى الأسواق والمطاعم والأماكن الاجتماعية بنفس المعدل). كما أن الأعراف الاجتماعية تمثل مصدر قلق كبير بالنسبة للمرأة التي ترغب في تأسيس نشاط تجاري، وخاصة بالنسبة للنساء اللاتي يصبحن أمهات، مما يؤدي بهن إلى الانسحاب من النشاط التجاري لأسباب عائلية. لكن، وكما يتضح من الحالات الموضحة باللون البرتقالي في الجدول، فإن لبنان تعمل تدريجياً على تنفيذ سياسات للتغلب على الفجوات بين الجنسين، وذلك من خلال الشروع في برامج وضع الميزانيات التي تراعي منظور الجنسين واستحداث قوانين المساواة في الموارث.

السياسات القانونية والتنظيمية	التعامل مع الجنسين	التثقيف والتدريب على ريادة الأعمال	إشياء / المؤسسات وخدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والشبكات	الحصول على الائتمان	الوصول إلى السوق والمعلومات	تعزيز القيادة	القيود الاجتماعية الناتجة عن الصور النمطية بين الجنسين
لبنان							

على هذه الخلفية، يمكن للبنان أن يستلهم بعض الآليات اللافتة للنظر والتي تم وضعها خصيصاً لتعزيز ريادة النساء للأعمال في إيطاليا وتركيا والتي يمكن أن يكون لها تأثير على المدى القصير. وتتمثل هذه المبادرات فيما يلي:

- صندوق الضمان (من إيطاليا) لمواجهة الصعوبات المرتبطة بعدم وجود ضمانات للحصول على الائتمان.
- غارانتى بنك (تركيا) لزيادة القدرة المالية للشركات التي تقودها النساء.
- KAGİDER (تركيا) لتعزيز عنصر القيادة لدى النساء.
- سلسلة توكيلات مركز B-fit للرياضة (من تركيا) لتعزيز فرص التواصل.

للتغلب على المشاكل المتعلقة بالحصول على الائتمان (وخاصةً عدم وجود ضمانات)، فهناك آلية جيدة يمكن تنفيذها في لبنان وهي الخاصة بصندوق الضمان الإيطالي. ويكون صندوق الضمان عبارة عن صندوق دوار خاص لتقديم الضمانات وتملكه الدولة لخدمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي يتم تأسيسها تحت إشراف وزارة التنمية الاقتصادية الإيطالية لتقديم شروط إقراض أكثر يسراً لرائدات الأعمال. ويوفر الصندوق ضمانات للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعجز عن تقديم ما يكفي من الضمانات للحصول على قرض تجاري عادي. ويصل الحد الأقصى للنساء للحصول على الضمان إلى 80% من التمويل المطلوب، بما يصل إلى مبلغ 2.5 مليون يورو. وبالمقارنة، يحصل رواد الأعمال على ضمان يصل إلى 60% فقط. ويمثل هذا التدخل من الحكومة لتسهيل الحصول على الائتمان آلية لتسوية الأوضاع فيما يتعلق بتوفير ظروف غير متكافئة لبدء المشروعات، وقد يكون له تأثير كبير على النساء، اللاتي تتوفر لهن سبل أقل للحصول على التمويل الخارجي ورأس المال لتطوير أعمالهن. مثل هذه الشراكة بين القطاعين العام والخاص – إذا ما تم استقدامها في لبنان – يمكن أن تؤدي إلى تهيئة وضع مريح للجانبين بالنسبة للبنوك والنساء، حيث ستعدّل إلى حد بعيد طبيعة العلاقة بين المقرض والمقرض، طالما كان للمقرض اهتمام كبير بمنح قرض لرائدة أعمال فعالة تعتمد على ضمانات وضعتها الدولة، أما المقرضة فتستفيد من قرض ما كانت لتحصل عليه بهذه الشروط الميسرة.

لتعزيز القدرة المالية للشركات التي تقودها النساء في لبنان، فمن المحبذ دراسة بنك غارانتى في تركيا. يقدم هذا البنك عروضاً مخصصة للخدمات المالية للنساء، ويُقدم القروض مع عمولة سنوية خاصة، وهي خدمة تُقدم حصرياً لرائدات الأعمال. وبصرف النظر عن الدعم المالي، يقدم بنك غارانتى التثقيف للعمليات (على التدريب والاستشارات)، وتشجيع رائدات الأعمال (مسابقة رائدات الأعمال في تركيا). ويعود نجاح بنك غارانتى مع النساء إلى قوته التي اكتسبها في مجال الخدمات المصرفية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإلى الجهد المبذول لتوفير خدمات تتعدى مجرد الحصول على التمويل، وذلك بالإضافة إلى إمكانية التطوير والتدريب لاكتساب مهارات غير المالية. ويمكن لزيادة عدد هذه الخدمات المخصصة للنساء من رائدات الأعمال من خلال البنوك أن تشجع عدداً أكبر من رائدات الأعمال التونسيات على بدء وتشغيل أنشطة

التجارية المستدامة، وتشجيع ودعم وتحسين مشاركة المرأة في نجاح الأعمال التجارية الدولية. ويمكن تكرار تنفيذ هذه الآلية في المغرب بدعم من الحكومة و/أو بمشاركة الشركاء الدوليين.

ومن المستحسن أيضًا تنمية وابتكار النشاط التجاري، مع التمتع بإمكانية الحصول على الأرصدة الائتمانية، كما هو الحال في القانون الإيطالي 92/215. ويتمثل الهدف الرئيسي من القانون في تشجيع التدابير المحددة للتدريب والحصول على التمويل لرائدات المشاريع بغرض تعزيز إنشاء مؤسسات مملوكة للنساء في القطاعات الصناعية المبتكرة. وتم تقديم المساعدة المالية للشركات المملوكة للنساء وخدمات الدعم من خلال ست دعوات مختلفة لتقديم العروض التجارية، سواء على المستوى الوطني والإقليمي. ويمكن تكرار تنفيذ هذه الآلية - كما كان الحال مع برنامج WIGB سالف الذكر - بدعم من الحكومة المغربية و/أو بمشاركة الشركاء الدوليين.

وأخيرًا، فإذا ما أردنا الجمع ما بين الحصول على الائتمان مع الخدمات المعدلة خصيصًا لتطوير الأعمال التجارية فإن ذلك يقودنا إلى بنك غارانتى التركي كآلية متقنة يمكن الاستعانة بها. لا تقتصر خدمات بنك غارانتى على تيسير الحصول على الائتمان لكنه يتبع نهجًا يقوم على ثلاث ركائز: الدعم المالي، وتثقيف العميل (من خلال التدريب والاستشارات)، وتشجيع روح ريادة الأعمال (مثل مسابقة رائدات الأعمال في تركيا). يتبع الدعم المالي المقدم خطين للميزانية: القروض الداعمة لرائدات الأعمال (WE)، والقروض تمويل مشروعات الشركات الصغيرة والمتوسطة (المزيد من التفاصيل في القسم 3). كما يهدف التدريب المقدم من غارانتى إلى (أ) توفير المعلومات عن الموضوعات الأساسية اللازمة لتشغيل الأعمال التجارية؛ (ب) تشجيع رائدات الأعمال على استكشاف وتحديد فرص تجارية جديدة من خلال شبكات التواصل؛ (ج) دعم تطوير المهارات الإدارية الشخصية والتجارية اللازمة لتشغيل الأنشطة التجارية بنجاح. ويمكن للزيادة في حجم التسهيلات المشابهة والمكرسة لرائدات الأعمال في المغرب أن تعرقل نمو الشركات التي تقودها النساء في البلاد.

5. فلسطين

بشكل عام، وكما يتضح من الرمز اللوني البرتقالي في الجدول أدناه، فإن فلسطين تنفذ سياسات لتعزيز مكانة المرأة. ويتمثل هدف وزارة شؤون المرأة في دمج النوع الجنساني والديمقراطية وحقوق الإنسان في سياسات وبرامج الوزارات المختلفة، وتعزيز إصلاح القوانين التمييزية. وهناك أيضًا عنصر لتمثيل النسبي في آليات الانتخابات، وضمان تقديم 20% من النساء بين المرشحين. بشكل عام، فيما يتعلق بريادة الأعمال، تحتل فلسطين المرتبة 129 (من أصل 189) في مؤشر ممارسة أنشطة الأعمال. ويعني ذلك أن عدد ن اللوائح والإطار الزمني للحصول على التصاريح والتراخيص لا يشجع رواد الأعمال على بدء نشاط تجاري. ويزيد السيناريو سوءًا بالنسبة لسيدات الأعمال، كما هو مبين أيضًا من خلال الرموز الحمراء في الجدول أدناه. أولاً وقيل كل شيء، يؤثر التمييز والثقافة العوامل القانونية والتنظيمية الجارية تأثيرًا سلبيًا على نصيب المرأة من الميراث، وقدرتها على الحركة، مما يعيقها عن مغادرة المدن أو المنازل لأغراض العمل. ولذلك، تواجه النساء فرصًا محدودة للغاية لتأسيس شبكات تواصل، والدخول إلى السوق، والحصول على جميع المعلومات اللازمة لتطوير عمل بشكل صحيح. وحتى لو كان هناك معدل عالٍ جدًا للإلمام بالقراءة والكتابة في البلاد، وخاصة بين النساء، فليس هناك تدريب لتشجيع الإبداع وقدرات المرأة ودفعها نحو ريادة الأعمال. وأخيرًا، كما هو الحال في بلدان المنطقة الأخرى، تواجه النساء صعوبات في الحصول على الائتمان وهو ما يعود في الأساس إلى بسبب عدم وجود ضمانات منظمة، كما أن النظرة إلى رائدات الأعمال تشير إلى أنهن يمثل خطرًا أكبر من الرجال.

السياسات القانونية والتنظيمية	التعامل مع الجنسين	التثقيف والتدريب على ريادة الأعمال	إثراء المؤسسات / وخدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والشبكات	الحصول على الائتمان	الوصول إلى السوق والمعلومات	تعزيز القيادة	القيود الاجتماعية الناتجة عن الصور النمطية بين الجنسين
فلسطين							

في هذا السيناريو، تكون الممارسات التالية قابلة لإعادة التطبيق و/أو التكيف مع السياق الفلسطيني لدعم ريادة المرأة للأعمال والاستجابة للاحتياجات المحددة الواردة في الجدول:

- صندوق الضمان (إيطاليا)، للتغلب على عدم وجود ضمانات.
- لجان المشاريع النسائية (CIF) (المأخوذة من إيطاليا)، وذلك لزيادة فرص الحصول على الدعم لإنشاء المشاريع، والوصول إلى خدمات تنمية الأعمال التجارية.
- برنامج WIGB الاستراتيجي لتيسير الوصول إلى السوق والمعلومات.

يمكن لصندوق الضمان الإيطالي أن يكون حلاً مشجعاً على المدى القصير لأن هذا الصندوق عبارة عن آلية يتم تنفيذها لتوفير ضمانات من الدولة للشركات الصغيرة والمتوسطة التي لا يمكن أن تقدم ما يكفي من الضمانات للحصول على قرض تجاري عادي، وأنه في معظم الحالات يتم تشغيل تلك الشركات من قبل النساء. ويتيح هذا الصندوق للنساء الحصول على نسبة قصوى من الضمان تبلغ 80% من التمويل المطلوب، وتصل بحد أقصى إلى مبلغ 2.5 مليون يورو. وبالمقارنة، يحصل رواد الأعمال على ضمان يصل إلى 60% فقط. ويأتي هذا التدخل من جانب الحكومة لتسهيل الحصول على الائتمان في فلسطين ليتمثل إجراءً يهدف إلى التعويض عن الظروف غير المتجانسة لبدء نشاط تجاري، ويمكن أن يكون له تأثير كبير على رائدات الأعمال اللاتي يعانين من قدرة منخفضة على الحصول على التمويل الخارجي، كما يتمكن رأس مال أقل لتنمية أعمالهن.

تم تأسيس لجان تشجيع ريادة المرأة للأعمال (والتي تُعرف اختصارًا باسم CIF) من قبل الرابطة الوطنية لغرف التجارة لتقديم خدمات مخصصة (التدريب، وتقديم المشورة، ودعم الشركات الناشئة، وما إلى ذلك) التي تركز على احتياجات رائدات الأعمال. ويقوم نجاح هذه الآلية على العلاقة الوثيقة بين CIF ورائدات الأعمال، اللاتي يمكن أن يتلقين الخدمات التي صُممت خصيصًا لمشاريعهن التجارية ولنشاطهن التجاري، لأنها تركز على المشاكل المحددة التي تواجهها رائدات الأعمال. ويمكن لهذه الآلية أن تكون مفيدة للغاية في فلسطين في التغلب على القيود المتعلقة بإنشاء المؤسسات وتطويرها لأن هذه الخدمات يمكن أن تقدمه الإرشادات بشأن الخدمات المتاحة لبدء نشاط تجاري جديد، والتقييم الذاتي لموقف الأفراد تجاه العمل الحر ودرجة المخاطر التي تحيط بالنشاط التجاري الجديد، ومعلومات حول إيجابيات وسلبيات الأشكال المختلفة للوضع القانوني للشركة الجديدة، ومعلومات عن فرص التمويل؛ ومعلومات عن القواعد والإجراءات اللازمة لبدء عمل تجاري محدد؛ ومعلومات عن التدريب المحدد والمتوفر، الخ.

ولعل اتباع آليات مشابهة لبرنامج WIGB الأسترالي قد يكون محببًا، سواء لدعم صاحبات المشاريع في الوصول إلى الأسواق والحصول على المزيد من المعلومات، وزيادة الفرص المتاحة في السوق. يمثل WIGB برنامجًا أطلقتته الحكومة لدعم رائدات الأعمال من خلال توفير المعلومات والدعم والاتصالات من أجل مساعدتهن على التصدير والاستثمار. ويتم تنفيذ برنامج WIGB في إطار من الشراكة مع حكومات الولايات والأقاليم الأسترالية لزيادة مشاركة المرأة في التجارة والاستثمار الدوليين، ومساعدة النساء على تطوير الأنشطة التجارية المستدامة، لتشجيع ودعم وتحسين مشاركة المرأة في نجاح الأعمال التجارية الدولية؛ ولتسهيل الضوء على رائدات الأعمال المشاركات في التجارة الدولية ضمن مجتمع الأعمال المحلي والدولي. وتشمل أنشطة WIGB على ما يلي: برامج التوجيه، وورش عمل لاكتساب المهارات وبناء القدرات؛ وسلسلة للمحادثتين السنويين؛ وتواجد نشط على وسائل الإعلام الاجتماعية.

6. تونس

كما ذكر في قسم 3، فقد حصلت تونس عام 2015 على نفس المرتبة تقريبًا وفقًا لمعيار المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI) GEDI GEI ومؤشر ريادة السيدات للأعمال (FEI) (على التوالي 62 و 61). وتكشف المقارنة بين المؤشرين¹⁷ على أن تونس تهيئ بالتدرج الظروف المواتية لريادة الأعمال مع التركيز بشكل خاص على رائدات الأعمال. وبشكل عام، فكما يتضح من خلال الحالات المميزة باللون الأخضر في الجدول أدناه، فقد تم تكريس اهتمام خاص للتثقيف بالمشاريع في مختلف المستويات: من المدارس والجامعات والتدريب غير الرسمي. وهناك أيضًا تدريبي مصمم خصيصًا لرائدات الأعمال وخاصة في المناطق الريفية. على وجه الخصوص، تقوم العديد من المؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية بتطوير برامج لتشجيع روح ريادة الأعمال وتقديم النماذج الممكنة الاقتداء بها، وذلك لإنشاء الشبكات وتقديم خدمات محددة للداعمة للأعمال النسائية، إلا أن هذه الإجراءات تظل غير كافية لتعزيز ريادة المرأة للأعمال (الحالة المميزة باللون البرتقالي). وعلاوة على ذلك، يضمن الدستور تكافؤ الفرص بين المرأة والرجل من حيث الوصول إلى جميع مستويات المسؤولية. ويرتبط الجانبان اللذين تواجه فيهما رائدات الأعمال من النساء تحديات كبيرة (مميزة باللون الأحمر) بإمكانية الوصول إلى الأسواق والحصول على المعلومات والحصول على الائتمان. وكما هو الحال مع البلدان الأخرى في المنطقة، تتعلق هذه المشاكل في الأساس بالقيود الثقافية التي تنطوي على عدم تساوي أفضلية الميراث (وما يرتبط من ذلك من عدم توفر الضمانات)، والتصور بأن المرأة تكون أكثر خطورة عند الاقتراض مقارنة بالرجل، والقيود التي تحيط بتحركاتها تمنعها من الحصول على المعلومات التي غالبًا ما يتم تداولها في كثير من الأحيان من خلال قنوات غير رسمية (لأن المرأة لا تتردد المقاهي والمطاعم والأماكن الاجتماعية بمعدل متكرر).

القيود الاجتماعية الناتجة عن الصور النمطية بين الجنسين	تعزيز القيادة	الوصول إلى السوق والمعلومات	الحصول على الائتمان	إنشاء المؤسسات / وخدمات تطوير الأعمال، والتكنولوجيا، والشبكات	التثقيف والتدريب على ريادة الأعمال	التعامل مع الجنسين	السياسات القانونية والتنظيمية	تونس

على هذه الخلفية، تكون الممارسات التالية مصدرًا للإلهام لتونس في تحسين أوضاع ريادة المرأة للأعمال على المدى القصير:

- صندوق الضمان الإيطالي عندما تكون المشكلة الرئيسية القائمة هي عدم وجود الأصول اللازمة للحصول على التمويل.
- بنك غارانتى التركي و/أو القانون الإيطالي رقم 92/215 عندما تتمثل المشكلة في عدم وجود تمويل لبدء أو توسيع نشاط تجاري.
- برنامج WIGB الأسترالي لتيسير الوصول إلى السوق والمعلومات.

القانون 92/215 هو قانون محدد تم سنه خصيصًا لتعزيز ريادة الأعمال لدى النساء في إيطاليا. وأدى هذا الإطار القانوني إلى تشجيع التدابير المحددة للتدريب والحصول على التمويل لرائدات المشاريع بغرض تعزيز إنشاء المؤسسات المملوكة للنساء في القطاعات الصناعية المبتكرة. يرمي القانون إلى تعزيز المساواة الموضوعية وتكافؤ الفرص بين الرجال والنساء من خلال تيسير سبل الحصول على التمويل للنساء الراغبات في بدء مشاريعهن الخاصة (حيث يتم منح القروض في القطاعات التالية: الصناعة والتجارة والزراعة والخدمات والسياحة).

يمكن لبرنامج WIGB الأسترالي أن يكون وسيلة جيدة لدعم رائدات الأعمال لدخول الأسواق والحصول على مزيد من المعلومات. ويمثل WIGB برنامجًا أطلقتته الحكومة الأسترالية لدعم رائدات الأعمال من خلال توفير المعلومات والدعم والاتصالات من أجل مساعدتهن على

¹⁷ ويعتمد مؤشر FEI و GEI على نفس الإطار ويشتركان في بعض المتغيرات، ومع ذلك، يشمل معيار FEI عدد 23 متغيرًا يرتبط بالعوامل الجنسانية، كما يركز على رائدات الأعمال.

التصدير والاستثمار. ويسعى البرنامج إلى زيادة مشاركة المرأة في التجارة والاستثمار الدوليين، ومساعدتها على تطوير أعمال مستدامة (مستمرة)، وتشجيع ودعم وتحسين مشاركة المرأة في نجاح الأعمال التجارية الدولية. وتشمل أنشطة WIGB على ما يلي: برامج التوجيه، وورش عمل لاكتساب المهارات وبناء القدرات؛ وسلسلة للمتحدثين السنويين؛ وتواجد نشط على وسائل الإعلام الاجتماعية. ويمكن تكرار هذا الأسلوب بسهولة في تونس بدعم من الحكومة و/أو بمشاركة الشركاء الدوليين.

يقدم صندوق الضمان ضمانات حكومية (والتي يتم إعدادها إشراف وزارة التنمية الاقتصادية الإيطالية) للشركات الصغيرة والمتوسطة التي لا يمكنها أن تقدم ما يكفي من المؤهلات للحصول على قرض تجاري عادي. ويتمثل الهدف من هذا الصك في تقديم شروط أكثر تيسيرًا للإقراض لرائدات الأعمال. وبالتالي، فبالنسبة لرائدات الأعمال تبلغ النسبة القصوى للضمان 80٪ من التمويل (في حين يحصل رواد الأعمال من الرجال على ما يصل إلى 60٪ فقط). يكمن نجاح الصندوق في التمييز الإيجابي لصالح المرأة (والتي يمكنها أن تستفيد من ضمانات أكبر)، وإدارة القطاعين العام والخاص به. ويتألف الصندوق من ممثلين عن الوزارات والبنوك وجمعيات القطاع، والذين يجتمعون مرة واحدة في الأسبوع، ويصرحون بالطلبات التي يقدمها البنك والجهات المستفيدة منها. مثل هذه الشراكة بين القطاعين العام والخاص – إذا ما تم استقدامها في تونس – يمكن أن تؤدي إلى تهيئة وضع مريح للجانبين بالنسبة للبنوك والنساء، حيث ستعَدّل إلى حد بعيد طبيعة العلاقة بين المقرض والمقرض، طالما كان للمقرض اهتمام كبير بمنح قرض لرائدة أعمال فعالة تعتمد على ضمانات وضعتها الدولة، أما المقرضة فتستفيد من قرض ما كانت لتحصل عليه بهذه الشروط الميسرة.

يقدم بنك غارانتى التركي عروضًا مخصصة للخدمات المالية للنساء، كما يُقدّم القروض مع عمولة سنوية خاصة، تُقدم حصريًا لرائدات الأعمال. وبصرف النظر عن الدعم المالي، يقدم بنك غارانتى التثقيف للعمليات (على التدريب والاستشارات)، وتشجيع رائدات الأعمال (مسابقة رائدات الأعمال في تركيا). ويعود نجاح بنك غارانتى مع النساء إلى قوته التي اكتسبها في مجال الخدمات المصرفية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإلى الجهد المبذول لتوفير خدمات تتعدى مجرد الحصول على التمويل، وذلك بإضافة إمكانية التطوير والتدريب لاكتساب مهارات غير المالية. ويمكن لزيادة عدد هذه الخدمات المخصصة للنساء من رائدات الأعمال من خلال البنوك أن تشجع عددًا أكبر من رائدات الأعمال التونسية على بدء وتشغيل شركات مجدية وناجحة. كما يمكن أيضًا الاعتماد على هذه التسهيلات لتعزيز النساء من رائدات الأعمال، ولا سيما ذوات المشروعات الخلاقية.