



ازدهارُ البلدان كرامةُ الإنسان



الأمم المتحدة

الاسكوا
ESCWA

رؤيتنا

طاقاتٌ وابتكار، ومنطقتنا استقرارٌ وعدلٌ وازدهار

رسالتنا

بشَقفٍ وعِزمٍ وعَمَلٍ: نبتكر، ننتج المعرفة، نقدّم المشورة،
نبني التوافق، نواكب المنطقة العربية على مسار خطة عام 2030.
يداً بيد، نبني غداً مشرقاً لكلّ إنسان.



المرأة إلى ريادة الأعمال في المنطقة العربية

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات



الأمم المتحدة
بيروت

تقتضي إعادة طبع أو تصوير مقتطفات من هذه المطبوعة الإشارة الكاملة إلى المصدر.
توجه جميع الطلبات المتعلقة بالحقوق والأذون إلى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)،
البريد الإلكتروني: publications-escwa@un.org.

النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة في هذه المطبوعة هي للمؤلفين، ولا تمثل بالضرورة الأمم المتحدة أو موظفيها أو الدول الأعضاء فيها، ولا ترتب أي مسؤولية عليها.

ليس في التسميات المستخدمة في هذه المطبوعة، ولا في طريقة عرض مادتها، ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان من جانب الأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

الهدف من الروابط الإلكترونية الواردة في هذه المطبوعة تسهيل وصول القارئ إلى المعلومات وهي صحيحة في وقت استخدامها. ولا تتحمل الأمم المتحدة أي مسؤولية عن دقة هذه المعلومات مع مرور الوقت أو عن مضمون أي من المواقع الإلكترونية الخارجية المشار إليها.

جرى تدقيق المراجع حيثما أمكن.

لا يعني ذكر أسماء شركات أو منتجات تجارية أن الأمم المتحدة تدعمها.

المقصود بالدولار دولار الولايات المتحدة الأمريكية ما لم يُذكر غير ذلك.

تتألف رموز ووثائق الأمم المتحدة من حروف وأرقام باللغة الإنكليزية، والمقصود بذكر أي من هذه الرموز الإشارة إلى وثيقة من وثائق الأمم المتحدة.

مطبوعات للأمم المتحدة تصدر عن الإسكوا، بيت الأمم المتحدة، ساحة رياض الصلح،
صندوق بريد: 11-8575، بيروت، لبنان.

الموقع الإلكتروني: www.unescwa.org.

شكر وتقدير

بالسكان والعدالة بين الجنسين والتنمية الشاملة تحت الإشراف العام للسيدة مهربناز العوضي، مديرة مجموعة السكان والعدالة بين الجنسين والتنمية الشاملة. وتستند الدراسة إلى مسوّدّة أولية أعدتها السيدة جينيفر أولمستد، أستاذة جامعية في علم الاقتصاد ومديرة الفصل الدراسي لريادة الأعمال الاجتماعية، في جامعة درو. واستفادت الدراسة من مدخلات كبيرة قدّمتها كل من السيدة ربي عرجا والسيدة سارة كوبلاند، موظفة معاونة للشؤون الاجتماعية في مجموعة السكان والعدالة بين الجنسين والتنمية الشاملة

وتتقدّم المؤلفات بالشكر للسيدة ندى دروزة، رئيسة قسم العدالة بين الجنسين على مراجعتها البتاءة للمسوّدّة.

أعدت لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) هذه الدراسة في إطار جهودها الرامية إلى تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة في المنطقة العربية، ورفع مستوى الوعي في البلدان العربية حول أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق خطة التنمية المستدامة لعام 2030، ولا سيما الهدف 5 منها الذي يتصل بالمساواة بين الجنسين.

وتستند إلى دراسة نشرت في عام 2019 بعنوان أفاق تعزيز المساواة بين الجنسين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية.

ونسقت هذه الدراسة السيدة ربي عرجا، المسؤولة عن الشؤون الاجتماعية، مجموعة الإسكوا المتخصصة

الصفحة

iii	شكر وتقدير
1	مقدمة
7	1. الإطار التمهيدي للدراسة: دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية
8	ألف. وضع إطار لمفهوم دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية
14	باء. ريادة الأعمال في المنطقة العربية: مستويات عالية من الطابع غير النظامي
16	جيم. البيئة الريادية في المنطقة العربية: تحديات متعددة
25	دال. التوصيات
27	2. التحديات التي تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية
29	ألف. الاستعداد التعليمي والرقمي
36	باء. المشاركة في القوى العاملة
39	جيم. الوصول إلى التمويل
42	دال. القيود الزمنية المرتبطة بأعباء العمل غير مدفوع الأجر
43	هاء. الحواجز/القيود القانونية على التنقل
47	واو. التوصيات
49	3. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال
51	ألف. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استعداد المرأة للانخراط في ريادة الأعمال
62	باء. التغلب على القيود المرتبطة بالتنقل والوقت
63	جيم. الوصول إلى المعلومات وبناء الشبكات
65	دال. الاتصالات والتسويق
69	4. الخلاصات والتوصيات
69	ألف. الخلاصات
71	باء. التوصيات
75	المراجع

قائمة الجداول

13	الجدول 1. الشركات المملوكة من النساء، كنسبة مئوية من جميع الشركات، في الدول العربية
15	الجدول 2. العمالة الذاتية كنسبة مئوية من إجمالي العمالة في المنطقة العربية
18	الجدول 3. حساب الإيداع في المنطقة العربية
19	الجدول 4. حسابات الإيداع في الدول العربية
24	الجدول 5. استخدام الإنترنت لتسديد الفواتير في الدول العربية
30	الجدول 6. معدل الإلمام بالقراءة والكتابة في الدول العربية
34	الجدول 7. الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت في الدول العربية
37	الجدول 8. المشاركة في القوى العاملة في عام 2018 في الدول العربية
38	الجدول 9. البطالة في عام 2018 في الدول العربية
44	الجدول 10. مؤشر المرأة والأعمال والقانون: ريادة الأعمال

قائمة الأطر

9	الإطار 1. ريادة الأعمال كمحفز للتنمية المستدامة
51	الإطار 2. الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
54	الإطار 3. استخدام الهواتف النقالة لتعزيز الإلمام بالقراءة والكتابة بين النساء
58	الإطار 4. زيادة إمكانية الوصول إلى الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال في الأردن
61	الإطار 5. حقوق الملكية الفكرية ودور المرأة في ريادة الأعمال
64	الإطار 6. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة فرص الوصول إلى المعلومات

خلفية

من دخلها على تغذية أطفالها ورعايتهم الصحية وتعليمهم¹. وتعدّ ريادة المرأة للأعمال استراتيجية مهمة لتمكين الاقتصادي للمرأة، مع الحدّ من عدم المساواة بين الجنسين. اكتسب تعزيز ريادة المرأة للأعمال، في المنطقة العربية، أهمية كبيرة خلال العقد الماضي، وغالباً ما يُنظر إليه على أنه نهج قيّم لتوفير فرص العمل وسط بيئة يشوبها التمييز. وفي المنطقة العربية، أُسست المرأة أو ترأست واحدة من كلّ ثلاث شركات ناشئة عبر الإنترنت². وعلى الرغم من هذه التطوّرات، وجد المرصد العالمي لريادة الأعمال أنه، وفي 10 اقتصادات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، من بين 10 رجال منخرطين في نشاط ريادي في مرحله الأولى، يمتلك أو يدير 7 منهم شركة قائمة؛ بينما من بين 10 نساء منخرطات في نشاط ريادي في مرحله الأولى، هناك ما يزيد قليلاً عن أربع نساء يشاركن في شركة قائمة³. وتشير هذه الفجوة الواسعة بين النساء والرجال بين النشاط الريادي في مرحله الأولى والنشاط الريادي القائم، إلى أنّ الشركات التي تؤسسها النساء لا تستمرّ بالمعدل نفسه للشركات التي يؤسسها الرجال.

وبهدف دعم المرأة في المنطقة العربية لتحقيق كامل إمكاناتها الاقتصادية، من الضروري فهم المشهد الأوسع لريادة الأعمال الذي يغلب عليه الطابع غير النظامي. ومن المهم فهم التحديات التي تواجه رائدات الأعمال المحتملات والحاليات في

نشهد اليوم المزيد من الوعي بضرورة التمكين الاقتصادي للمرأة وسدّ الفجوة بين الجنسين في عالم العمل لتحقيق المساواة. وتحول هذا الوعي أهدافاً ومقاصد في خطة التنمية المستدامة لعام 2030، التي تسعى إلى "تحقيق العمالة الكاملة والمنتجة وتوفير العمل اللائق لجميع النساء والرجال، بمن فيهم الشباب والأشخاص ذوو الإعاقة، وتكافؤ الأجر لقاء العمل المتكافئ القيمة" (الهدف 8 من أهداف التنمية المستدامة، المقصد 5.8) و"تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات" (الهدف 5 من أهداف التنمية المستدامة).

عندما تُمنح المرأة كفالة المشاركة على قدم المساواة مع الرجل في الحياة الاقتصادية، فستتمكن من التحكم بحياتها الخاصة، ووقتها وجسدها، كما ستتمكن من رفع صوتها وتعزيز تمثيلها وستتمتع بالقدرة على المشاركة بفعالية في صنع القرار في الحياة الاقتصادية على جميع المستويات، من الأسرة إلى المؤسسات الدولية. ويؤدي النقص في فرص العمل المتاحة للنساء إلى تكاليف اقتصادية كبيرة ليس عليهن فحسب، بل أيضاً على الأسر، والمجتمعات والبلدان. وتوضح الأدلة العالمية أنّ النهوض بالأحوال الاقتصادية للمرأة، يؤدي إلى زيادة الاستثمارات في الأطفال ويحدّ من الفقر الأسري، وذلك لأنّ المرأة غالباً ما تنفق الحصة الكبرى

3 <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264213944-6-en.pdf?expires=1566292280&id=id&accname=ocid195767&checksum=D7BAFD83125.FFA8ABEF413C1A8E318FD>

1 <http://documents1.worldbank.org/curated/pt/758041468340239015/pdf/wps4349.pdf>

2 <https://news.itu.int/female-entrepreneurs-arab-world/>

الرقمية أساسية لإعداد نماذج لتسيير الأعمال، ووضع خطط عمل، ورفع رأس المال المالي، والتفاعل مع أصحاب المصلحة والعلاء وبناء علاقات وشبكات مهنية اجتماعية. وتعتمد ترجمة المشاركة الرقمية إلى نجاح الأعمال، على الاستخدام الملموس للفرد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمهارات والحوافز الرقمية، التي ترتبط بدورها بالعوامل السياقية، مثل الوضع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي⁶. ومع ذلك، أدت الاختلافات في الموارد والقدرة على الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها بفعالية في البلدان والمناطق والقطاعات والمجموعات الاقتصادية والاجتماعية وفيما بينها، إلى حدوث فجوة رقمية بين الجنسين. وشددت جائحة كوفيد-19 وما أعقبها من عمليات الإغلاق الشامل، على أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأدوات لدعم المنعة والقدرة التنافسية للمشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم، وأضعفت العديد من المشاريع الصغيرة التي تفتقر إلى الاستعداد الرقمي⁷.

الفرض من الدراسة وهيكلتها

تهدف هذه الدراسة إلى التدقيق بالدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم رائدات الأعمال العربيات والمحليات. وتتناول الدراسة ما يلي: (أ) المشهد الأوسع لريادة الأعمال ومستوى مشاركة المرأة في ريادة الأعمال في

المنطقة العربية، ومعالجتها. وتؤثر جائحة كوفيد-19 تأثيراً كبيراً على بيئة ريادة الأعمال لما تسببه من تفاقم للتحديات القائمة و/أو لما تولده من تحديات جديدة. ومع ذلك، تنشأ فرضٌ للشركات الجديدة ونهجٌ جديدة لإدارة الأعمال⁴.

واليوم، تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات⁵، لا سيما الهواتف النقالة، والإنترنت وأجهزة الكمبيوتر، دوراً هاماً في تسريع نمو الأعمال. وتعدّ الفوائد المحتملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واسعة النطاق، وتشمل تحسين الوصول إلى المعلومات باللغة الأهمية في مجالات معينة، مثل تلك المتعلقة بالأسواق والتسعين؛ وزيادة استخدام الوسائل والفرص لتعزيز الشركات؛ وتحسين الإدارة؛ وبناء شبكات مع العلاء، وشركاء الأعمال وأصحاب المصلحة الآخرين؛ والحصول على أدوات مالية جديدة؛ وتحسين التواصل على طول سلسلة القيمة.

ولا يوضح التحليل الذي أجراه الاتحاد الدولي للاتصالات (2018، ص. 24-25) أنّ الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها يدعم أنشطة ريادة الأعمال فحسب، بل يبيّن أيضاً أنّ ميل الفرد إلى المشاركة في نشاط ريادة الأعمال يرتبط بمستوى مهاراته الرقمية.

ونظراً لتزايد إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ممارسات تسيير الأعمال، أصبحت المهارات

working hierarchy. International Journal of Managing Information Technology, vol. 4, No. 3)

6 file:///C:/Users/921407/OneDrive/per cent20-per cent20Unitedper cent20Nations/Entrepreneurship per cent20&per cent20ICT/Readingper cent20forper cent20Litper cent20Review/Spotlight-15-A-Brave-New-World-Technology-and-Education.pdf

7 ITC (2020). SME Competitiveness outlook https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITCSMECO2020.pdf

4 https://www.weforum.org/agenda/2020/07/how-businesses-can-turn-covid-19-uncertainty-to-their-advantage/

5 تشمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بتعريفها الواسع، على مختلف المنتجات والأدوات التي تستخدم لتخزين المعلومات الإلكترونية بشكل رقمي، أو استرجاعها، أو التحكم بها، أو نقلها، أو استقبالها، بما فيها الحواسيب الشخصية، والتلفزيون الرقمي، والهواتف النقالة، والبريد الإلكتروني، والإذاعة، وغيرها. (Zuppo, Colrain M., 2012, Defining ICT in a boundary-less world: the development of a

المنطقة العربية؛ (ب) التحديات التي يواجهها أصحاب الأعمال في المنطقة العربية على صعيد البنية التحتية؛ (ج) التحديات التي تواجه المرأة خصوصاً في إنشاء مشاريع والحفاظ عليها؛ و(د) كيف تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التغلب على هذه التحديات.

المنهجية

من الصعب رسم صورة واضحة لنشاط المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية، نظراً لعدم إمكانية الاعتماد على مجموعة بيانات شاملة واحدة لتحديد الأنماط القائمة. واستندت هذه الدراسة إلى نهجٍ مختلط الأساليب يتألف من استعراض المؤلفات ذات صلة، وبعض من تحاليل البيانات. ويرسم استعراض شامل للدراسات الكمية والنوعية من المنطقة وجميع أنحاء العالم حول المساواة بين الجنسين، وريادة الأعمال وتكييف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، صورة للتحديات الكلية والفردية التي تواجه رائدات الأعمال الحاليات والمحتملات، والسبب المحتمل التي يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تعمل من خلالها بفعالية أكبر على دعم سيدات الأعمال.

وقد قامت الدراسة بتحليل البيانات من مصادر عدة، بما في ذلك، مسح البنك الدولي على مستوى الشركات، منظمة العمل الدولية، قاعدة بيانات الشمول المالي في العالم، الاتحاد الدولي للاتصالات والمرصد العالمي لريادة الأعمال. ويُعرّف مسح البنك الدولي على أنه مسح على مستوى الشركات لعينة تمثيلية من القطاع الخاص في اقتصادٍ ما. وتغطي المسوح مجموعة واسعة من المواضيع ذات الصلة ببيئة الأعمال، بما في ذلك فرص الحصول على التمويل، والبنية التحتية، وقياس الأداء والمنافسة. وحُلّت البيانات في إطار هذه الدراسة، لاكتشاف الدور القيادي التي تؤديه المرأة في شركات القطاع النظامي في المنطقة العربية، بما في ذلك نسب الشركات التي

تمتلكها أو تقودها نساء، وذلك بهدف تطوير لمحة عامة عن مشاركة المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة. وحُلّت البيانات المتعلقة بالعوائق التي تواجه أصحاب المشاريع، بما في ذلك مدى تأثر الشركات بانقطاع التيار الكهربائي، والبنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية، والتمويل ودرجة تدريب القوى العاملة كفاية، وذلك بهدف فهم كيفية اختلاف العوائق حسب جنس المالكين. واستُكمل ذلك بإجراء تحليل للبيانات ذات الصلة باستخدام التكنولوجيا، لا سيما إن كانت الشركة تملك موقعاً إلكترونيًا وتستخدم بريدًا إلكترونيًا مع العملاء و/أو الموردين.

ويشكل عدم توافر البيانات لكل بلدٍ في المنطقة العربية في المسوح على مستوى الشركات من أهم العوائق التي واجهت إعداد هذه الدراسة. فالبيانات متاحة عن جيبوتي، مصر، العراق، الأردن، لبنان، موريتانيا، المغرب، دولة فلسطين، السودان، تونس، واليمن، وفي بعض الحالات لسنوات عدة. ومع ذلك، لم يتم إجراء أي مسوح على مستوى الشركات في البحرين أو الكويت أو ليبيا أو عُمان أو قطر أو المملكة العربية السعودية أو الجمهورية العربية السورية أو الإمارات العربية المتحدة. وتعدّ أحجام العينات من بعض البلدان صغيرة للغاية، فترصد البيانات شركات القطاع النظامي فقط (والتي تضمّ خمسة موظفين أو أكثر) في قطاع الصناعة التحويلية وبعض فئات قطاع الخدمات. ومن المحتمل أن يستبعد ذلك مجموعة كبيرة من رائدات الأعمال اللواتي يعملن في قطاعات أخرى و/أو اللواتي يعملن لحسابهنّ الخاص في القطاع غير النظامي.

ونظراً لهذه المحدودية، تحلّل الدراسة أيضاً البيانات المستمدة من قاعدة بيانات الشمول المالي في العالم والمرصد العالمي لريادة الأعمال ومؤشر التنافسية العالمية للمواهب ومنظمة العمل الدولية والاتحاد الدولي للاتصالات ومنظمة الأمم المتحدة للتربية

وتستخدم الدراسة نهجاً لتمكين المرأة، موجّهاً نحو ضمان حقوق المرأة والفتيات وتحقيق المساواة بين الرجل والمرأة.

وحّد المنشور الذي أعدّه Datta and Gailey (2012, p. 581)، ثلاثة أنواع من التمكين قد تكون ناتجة عن نشاط ريادة الأعمال: "الأمن الاقتصادي، وتطوير سلوكيات ريادة الأعمال، وزيادة المساهمات في دخل الأسرة". بمعنى آخر، تعمل ريادة الأعمال على تمكين المرأة لأنها توفر لها الدخل (الأمن الاقتصادي)، لكن أيضاً لأنها تساعد على بناء ثقتها بنفسها وتعزيز مجموعات مختلفة من المهارات من خلال تحسين المعرفة بالأسواق والتسعير ومهارات التفاوض، والقدرة على تقييم المخاطر، وما إلى ذلك (تطوير سلوكيات ريادة الأعمال)، وكذلك لأنه غالباً ما تزداد مكانة المرأة في عائلتها (زيادة المساهمات في الأسرة) عن طريق ريادة الأعمال. وحتى لو لم يكن الدخل الناتج عن ريادة الأعمال كبيراً، فقد تكون المهارات القيادية المكتسبة ذات قيمة كبيرة داخل الأسرة وخارجها.

وفي ضوء تعريف Datta and Gailey، يمكن للفرد أن يفكر بدوره بطرق محددة لإدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمل النساء، والتي لا تؤكّد فقط على الفوائد الاقتصادية المباشرة التي قد تحسّن الإيرادات/الأرباح، لكن أيضاً على الحلول التي تدعم النساء بشكل غير مباشر، على سبيل المثال في تحسين صورتهنّ الذاتية وثقتهنّ بأنفسهنّ، وتطوير استراتيجيات لتحسين وضعهنّ في السوق، وما إلى ذلك، والتي تدعم دورها 'تطوير سلوكيات الأعمال' وتشكل كيفية نظرة أسرهنّ إليهنّ.

ويسلّط تعريف آخر في Shingla and Singh (2017, p. 27) الضوء على كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال. ويركّز هذا المرجع على "مستوى التنقل"،

والعلم والثقافة (اليونسكو) والبنك الدولي. وأخيراً، اعتمدت الدراسة على عدد من التحليلات السابقة، أبرزها دراسة أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية في عام 2017، أجري خلالها مسح ضمّ حوالي 1200 رائدة أعمال في القطاعين النظامي وغير النظامي في مصر والأردن ولبنان والمغرب ودولة فلسطين وتونس، ما وفّر تحليلاً غنياً للعوائق التي تواجه رائدات الأعمال في تلك البلدان الستة. ومع ذلك، نظراً لعدم جمع عينة البيانات عشوائياً ولأنّ السكان الذين اختير المستجيبين من بينهم يختلفون وفقاً للسياق القطري، يجب إجراء المقارنات بين البلدان بحذرٍ شديد.

تقدّم كل من البيانات المستمدة من المرصد العالمي لريادة الأعمال ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية فكرةً حول رائدات الأعمال العربيات في القطاع غير النظامي والتحديات التي يواجهنها، وهو أمر بالغ الأهمية نظراً للنسبة المرتفعة من أصحاب المشاريع المنخرطين في القطاع غير النظامي في المنطقة (والتي قدّرت بـ 90.8 في المائة كما أفادت تقارير منظمة العمل الدولية). وفي الوقت نفسه، لا توفر تلك الدراسات صورة كاملة عن رائدات الأعمال في الاقتصاد غير النظامي، نظراً لعدم توافر البيانات الشاملة عبر البلدان والسنوات. وبالتالي، يشكل ذلك محدودية لهذه الدراسة، بحيث استمّدت البيانات حول القطاع النظامي من مصادر مختلفة، استندت إلى أعداد صغيرة نسبياً من رائدات الأعمال وجمعت في سنوات مختلفة.

الإطار المفاهيمي

تسعى هذه الدراسة إلى تحديد كل من العوائق الهيكلية والفردية التي تمنع المرأة في المنطقة العربية من الانخراط في نشاط ريادة الأعمال، عن طريق تحليل البيانات واستعراض المنشورات القائمة، بهدف إعلام صانعي القرارات وتحديد الفرص الضائعة.

الأعمال وتلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث تشكل محور هذه الدراسة.

ويتناول الفصل الثاني استعداد رائدات الأعمال المحتملات للانخراط في أنشطة ريادة الأعمال ويدقق في الحواجز التي قد يواجهنها بمجرد أن يطلقن أعمالهنّ ويبدأن بإدارتها. ويشكل مفهوم استعداد المرأة للبدء بعمل جديد أمراً أساسياً لمعالجة الفجوة بين الجنسين في ريادة الأعمال. وبالتالي، يبحث هذا الفصل في العوامل التي تحدّ من قدرة المرأة على إطلاق أعمالها، فضلاً عن العوامل التي تعيق قدرتها على الاستمرار في عملها وتوسيعه، مع التركيز خصوصاً على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأدوات تدعم المرأة في ريادة الأعمال.

ويتناول الفصل الثالث، من خلال تسليط الضوء على المبادرات التي تقام في المنطقة، كيفية تعزيز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدور المرأة في ريادة الأعمال. كما يفسّر هذا الفصل الأدوار المتعددة التي تؤديها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المساعدة على التغلّب على التحديات واسعة النطاق التي يواجهها جميع رواد الأعمال، بمن فيهم النساء، والتحديات الخاصة بالمرأة. كما يتناول الفصل الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من حيث دعم المرأة لإنشاء عملها والحفاظ على استمراريته وتوسيعه.

وتختتم الدراسة بمجموعة توصيات خاصة بالسياسات للنهوض بريادة المرأة للأعمال وتعزيزها كقناة تدعم تمكين المرأة والتنمية الاقتصادية.

"وسلطة صنع القرار" و"بناء القدرات والتوعية" كجوانب مهمة للتمكين في ريادة الأعمال. وستستخدم الدراسة الحالية هذه الجوانب لتحديد مختلف الطرق التي يمكن أن تعزّز من خلالها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خبرات المرأة في مجال ريادة الأعمال وأن تمكّنها عموماً.

وعند التفكير في أكثر الطرق فعالية لدعم رائدات الأعمال، نذكر مفهوماً نظرياً مفيداً آخر وصفته منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (2018c, p. 37) بـ "فرص تحقيق قفزات نوعية" – والذي يشمل "تجاوز التكنولوجيات التقليدية واعتماد البدائل الرقمية". ونظراً لأنّ المرأة عالمياً وفي المنطقة متأخرة من حيث مشاركتها في نشاط ريادة الأعمال، فيجب أن يكون التفكير في سبل توفير كلّ من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التقليدية والحديثة للمرأة، في طليعة أولويات السياسات، ولأنّ ذلك يمنح المرأة ميزة في مجال الأعمال ويسدّ الفجوة الرقمية. ويتمثل مفهوماً نظرياً أخيراً يعمل على وضع إطارٍ لهذا التحليل، في التمييز بين ريادة الأعمال لكسب الرزق وريادة الأعمال للتحوّل الابتكاري، في ضوء التحديات التي غالباً ما تكون مختلفة والتي تواجه هاتين المجموعتين.

الإطار العام للدراسة

تتألف الدراسة من ثلاثة فصول. يمهد الفصل الأول الطريق من خلال وصف حالة ريادة الأعمال في المنطقة العربية وعرض الفرص التي تتيحها ريادة الأعمال لتعزيز التنمية الاقتصادية. ويبحث أيضاً في التحديات المتعددة الأوسع نطاقاً التي يواجهها جميع رواد الأعمال، بما في ذلك التحديات المتعلقة بريادة

1. الإطار التمهيدي للدراسة: دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية

النقاط الرئيسية

- تدرك البلدان في المنطقة أهمية دعم رواد الأعمال ورعايتهم، أي من اختار ريادة الأعمال بهدف كسب الرزق أو الابتكار، وذلك لتحقيق المزيد من التنمية الاقتصادية. وتوضح البحوث أنه في حال شاركت المرأة والرجل على قدم المساواة في ريادة الأعمال، فيزيد الناتج المحلي الإجمالي العالمي بنسبة تقارب 2 في المائة، أي 1.5 تريليون دولار أمريكي.
- تشهد المنطقة العربية معدلات منخفضة لريادة الأعمال مقارنةً بسائر بلدان العالم وتؤدي قطاعات غير نظامية كبيرة. ويبقى حضور المرأة في ريادة الأعمال محدوداً نسبياً. فالمرأة تملك 24.8 في المائة من الشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مقابل 35.9 في المائة على المستوى العالمي، و52.7 في المائة في شرق آسيا والمحيط الهادئ.
- أعاق رواد الأعمال من الرجال والنساء في العديد من البلدان حالات عجز مستمرة في البنية التحتية (بما في ذلك الكهرباء والاتصالات)، ومشاكل في النظام المالي وفي إمكانية الحصول على الخدمات المالية، وتنظيم القوى العاملة كفاية، على أنها تحديات خطيرة أمام ريادة الأعمال.
- تفيد الشركات في العديد من البلدان العربية أن البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية تشكل عقبة أمام أعمال مؤسساتها: 53 في المائة من الشركات في موريتانيا، 27 في المائة في المغرب، 28 في المائة في دولة فلسطين، 23 في المائة في اليمن و13 في المائة في لبنان.
- تساهم مكونات أوسع نطاقاً من المشهد الرقمي، مثل انتشار المعاملات عبر الإنترنت وكمية المحتوى المتاح باللغة العربية، في الحد من إمكانات رواد الأعمال الحاليين والناشئين. وتضم المنطقة عدداً مرتفعاً نسبياً من المواقع الإلكترونية باللغة الإنكليزية، إذ أن 70 في المائة من المحتوى على الإنترنت متاح باللغة الإنكليزية مقابل 55 في المائة على المستوى العالمي.

1. الإطار التمهيدي للدراسة: دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية

ينشئون أعمالهم الخاصة بهدف استغلال أحدث التطورات العلمية.

والعلاقة بين ريادة الأعمال والتنمية الاقتصادية هي علاقة قوية. وخلص تقرير⁸ صدر سابقاً عن المرصد العالمي لريادة الأعمال إلى ارتباط المستوى الوطني لنشاط ريادة الأعمال ارتباطاً وثيقاً إحصائياً بمستويات النمو الاقتصادي اللاحقة. وتوضح البيانات أيضاً عدم وجود بلدان ذات مستويات مرتفعة في ريادة الأعمال ومنخفضة في النمو. ووفقاً لتقرير مجلس منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في عام 2012، تعتبر جميع البلدان أن تعزيز ريادة الأعمال سياسة حاسمة لتوفير فرص عمل مستدامة، وللابتكار في المنتجات، وعمليات الإنتاج والهياكل التنظيمية. وأثبتت دراسات مختلفة أن رواد الأعمال يساهمون في التنمية الاقتصادية، وإيجاد فرص العمل والحد من الفقر، لا سيما في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية⁹. فرواد الأعمال يستحدثون أعمالاً جديدة، والشركات الجديدة تولد فرص العمل، وتضمن التنوع في السوق، وتزيد المنافسة وتؤدي دوراً في زيادة الإنتاجية من خلال التغيير التكنولوجي¹⁰.

وينتج نشاط ريادة الأعمال إلى تعزيز الأمن الاقتصادي، وتطوير سلوكيات ريادة الأعمال وزيادة المساهمات في الأسرة¹¹.

لا يمكن فصل حضور المرأة في ريادة الأعمال عن المشهد الأوسع لريادة الأعمال، بما في ذلك توافر البنية التحتية، والبيئة التنظيمية والمالية الداعمة في الدول. يضع هذا الفصل الأول إطاراً لمفهوم ريادة الأعمال ويعرض الفرص التي تتيحها لتعزيز التنمية الاقتصادية والارتقاء بدور المرأة في المنطقة العربية. ويتناول حالة ريادة الأعمال في المنطقة ويحدد التحديات الإقليمية الأوسع نطاقاً التي قد يواجهها جميع رواد الأعمال. ونظراً لتركيز الدراسة على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز دور المرأة في ريادة الأعمال، يسلط هذا الفصل الضوء على تحديات محددة مرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ووضع الحصول على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها، لا سيما بين النساء.

ألف. وضع إطار لمفهوم دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية

تعرّف ريادة الأعمال عموماً بأنها أنشطة عالية المخاطر ينشئها فرد أو مجموعة أفراد على أمل توليد الدخل. ويمتدّ هذا التعريف العام إلى نطاق واسع ويشمل المنخرطين في كل من ريادة الأعمال النظامية وغير النظامية، من المزارعين في زراعة الكفاف والباعة المتجولين إلى الأفراد ذوي الشهادات العليا الذين

10 GEM, 2019.
11 Datta and Gailey, 2012, p. 581.

8 Global Entrepreneurship Monitor (GEM). 2002
7 executive report, p. 7
9 World Bank, 2008b

الإطار 1. ريادة الأعمال كمحفّز للتنمية المستدامة

يمكن لريادة الأعمال أن تؤدي دوراً حيوياً في التمكين الاقتصادي للمرأة، وتحقيق المساواة بين الجنسين والنهوض بتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وترد ريادة الأعمال صراحةً في هدفين من أهداف التنمية المستدامة، هما:

- (أ) الهدف 4، المقصد 4.4: الزيادة بنسبة كبيرة في عدد الشباب والكبار الذين تتوافر لديهم المهارات المناسبة، بما في ذلك المهارات التقنية والمهنية، للعمل وشغل وظائف لائقة وللمباشرة الأعمال الحرة بحلول عام 2030؛
- (ب) الهدف 8: المقصد 3.8: تعزيز السياسات الموجهة نحو التنمية والتي تدعم الأنشطة الإنتاجية، وفرص العمل اللائق، ومباشرة الأعمال الحرة، والقدرة على الإبداع والابتكار، وتشجيع على إضفاء الطابع النظامي على المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم، ونموها، بما في ذلك من خلال الحصول على الخدمات المالية.
- إلا أن تأثير ريادة الأعمال يتجاوز الهدفين المذكورين، حسبما أوضح تقرير الأمين العام للأمم المتحدة حول مباشرة الأعمال الحرة من أجل التنمية (2016، A/71/210)، إذ ترتبط أيضاً بالأهداف التالية:

- (أ) الهدف 1 حول القضاء على الفقر؛
- (ب) الهدف 2 حول القضاء على الجوع، والمقصد الرئيسي 3.2 حول مضاعفة الإنتاجية الزراعية؛
- (ج) الهدف 5 حول تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات؛
- (د) الهدف 7 حول الطاقة، لا سيما المقاصد المرتبطة بتطوير الطاقة المتجددة؛
- (هـ) الهدف 9 حول إقامة بني تحتية قادرة على الصمود، لا سيما المقاصد المرتبطة بتعزيز دور المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم (المقصد 3.9) وتشجيع الابتكار وتعزيز الإنتاجية (المقصد 5.9)؛
- (و) الهدف 10 حول الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها؛
- (ز) الهدف 12 حول ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة، حيث يمكن لرواد الأعمال إدخال تكنولوجيات جديدة للحد من التغيير المناخي؛
- (ح) الهدف 17 حول تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة، حيث يعد أن دور القطاع الخاص – الذي تؤدي فيه ريادة الأعمال دوراً محورياً في إضفاء الطابع النظامي عليه وتنميته – أساسياً لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

لا يمكن فصل الهدف 5 من أهداف التنمية المستدامة، الذي يُعنى بتمكين المرأة والمساواة بين الجنسين، عن غيره من الأهداف المذكورة أعلاه، ودعم المرأة وتشجيعها على المشاركة ليس فقط في نشاط ريادة الأعمال، بل أيضاً القيام بذلك عند تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو بمثابة فرصة لمعالجة الهدف 5 إلى جانب عدد من أهداف التنمية المستدامة الأخرى المذكورة أعلاه. على سبيل المثال، يمكن أن تحسّن ريادة الأعمال من الأمن الاقتصادي للمرأة، ما يساهم بدوره في إحراز التقدّم نحو تحقيق الهدف 1 (الحدّ من الفقر) وربما الهدف 2 إن كانت رائدة الأعمال تعاني من انعدام الأمن الغذائي. ونظراً لأنّ اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يشمل أيضاً اكتساب مهارات جديدة، فيعالج الهدف 4 (Datta and Gailey, 2012). كما سناقش في الأقسام اللاحقة، ضمان وجود البنية التحتية اللازمة (الهدفان 7 و 9) هو أمر أساسي لدعم رائدات الأعمال عند تكييفهنّ مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ومن المهم اعتبار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمصدر للابتكار (الأهداف 2، 9 و 12).

كما يزيد التأثير الاقتصادي الأوسع نطاقاً لمشاركة المرأة في ريادة الأعمال، بحيث توضح البحوث التي أجرتها مجموعة بوسطن الاستشارية

يرتفع مستوى تنقل المرأة نتيجةً لانخراطها في ريادة الأعمال، حيث تزداد سلطة صنع القرار، ومهارات التوعية وبناء القدرات¹².

الرزق إلى "أولئك الذين يعملون لحسابهم الخاص بدافع الحاجة وغالباً ما يفتقرون إلى المهارات والسمات الريادية"¹⁷.

ويعمل معظم رواد الأعمال لكسب الرزق في القطاع غير النظامي، مع عدم اعتبار جميع رواد الأعمال في القطاع غير النظامي كرواد أعمال لكسب الرزق. وفي عام 1993، قامت منظمة العمل الدولية بتحديد القطاع غير النظامي (بدون تاريخ) على أنه "مجموعة من وحدات الإنتاج تتألف من مؤسسات غير مدمجة تملكها الأسر، بما في ذلك المؤسسات الخاصة غير النظامية". وينقسم القطاع غير النظامي بين "العاملين لحسابهم الخاص" (مثل رواد الأعمال) والعمال ذوي الأجور وتشرح منظمة العمل الدولية (2017, p. 14) مفضلاً عن "العاملين لحسابهم الخاص" بأنهم "من المرجح أن يتقاضوا أجراً زهيداً بموجب عقود ضعيفة أو من دون عقود، وأن يتمتعوا بحماية عمالة أو دعم عمالي ضئيل أو معدوم، وأن يعملوا في القطاع غير النظامي، وأن يتمتعوا بإمكانية محدودة للوصول إلى أنظمة الحماية الاجتماعية وأن يعيشوا في الفقر". بمعنى آخر، يميل رواد الأعمال بهدف كسب الرزق، والذين يعملون عموماً في القطاع غير النظامي، إلى أن يكونوا هشيين للغاية.

وتساهم العوامل الاجتماعية والاقتصادية المختلفة، مثل الاستقلالية والأمن الاقتصادي وحتى ساعات العمل المرنة، في تحفيز النساء في جميع أنحاء العالم ليصبحن رائدات أعمال¹⁸. وغالباً ما تُستخدم استراتيجيات الدفع والجذب لفهم أنجذاب المرأة لريادة الأعمال¹⁹

أنه في حال شاركت المرأة والرجل على قدم المساواة في ريادة الأعمال، فقد يزيد الناتج المحلي الإجمالي العالمي بنسبة تصل إلى 2 في المائة، أو 1.5 تريليون دولار أمريكي¹³. لا يتطلب تحقيق هذه المكاسب دعم المرأة لدخول عالم ريادة الأعمال فحسب، بل أيضاً معالجة معدل نجاح الشركات التي تملكها نساء، إذ من المحتمل أن تنمو الشركات الأكثر نضجاً وأن توظف المزيد من الأشخاص¹⁴. ويؤدي النقص في فرص العمل للنساء إلى تكاليف اقتصادية كبيرة للاقتصادات وإلى فرص ضائعة لتمكين أنفسهن والمساهمة في أسرهن، ومجتمعاتهن وبلدانهن.

1. العوامل التي تحفز المشاركة في ريادة الأعمال

عند التوسع أكثر في مفهوم ريادة الأعمال، نجد عوامل مختلفة تدفع الأفراد للانخراط في نشاط تجاري. بالنسبة للبعض، تشمل ريادة الأعمال مفهوم شومبيتر الذي يقضي "باغتنام الفرصة لإطلاق منتجات أو خدمات جديدة"¹⁵. وغالباً ما يصنّف رواد الأعمال هؤلاء على أنهم تحوليين، نظراً لقدرتهم على الابتكار والمساهمة في النمو الاقتصادي وبالتالي، على توفير فرص عمل. ومن المهم أن يتم تحديد رواد الأعمال التحويليين بسبب تأثيرهم الأساسي على الاقتصاد الكلي (من حيث توفير فرص العمل والابتكار).

أما بالنسبة للبعض الآخر، فالعمل الحر هو نتيجة الظروف، بحيث تكون ريادة الأعمال شكلاً من أشكال كسب الرزق¹⁶. ويشير رواد الأعمال بهدف كسب

16 Schoar, 2010
17 Cho and others, 2016
18 Bouguerra, 2016
19 Uhlaner and Thurik, 2007

13 Boston Consulting Group (BCG) (2014), Bridging the Entrepreneurship Gender Gap: The Power of The Boston Consulting Group Networks

14 المرجع نفسه.

15 Nieva, 2015

ويسمح مستوى المرونة الذي يترافق مع بعض أشكال
ريادة الأعمال، للمرأة، الموازنة بين واجبات العمل
ومسؤوليات الرعاية²⁴. ولطالما تجاهل سوق العمل،
سواء في القطاع الخاص أو العام، مسؤوليات الرعاية
غير المدفوعة الأجر للمرأة. وبالتالي، غالباً ما تُستخدم
ريادة الأعمال في المنطقة كآلية تأقلم للتغلب على
التحديات التي تواجه المرأة في سوق العمل والمتعلقة
بعدم مرونة أرباب العمل. وتقوم ريادة الأعمال بمنح
المرأة حرية تحديد أولويات مسؤولياتها، وتنظيم وقتها
وواجباتها واختيار الأنشطة التي تناسب أفضليتها
الشخصية. وأخيراً، يقول (Bouguerra 2016) إن
حصول المرأة على دعمٍ من عائلتها في المنطقة
العربية، وعلى التعليم وإمكانية الوصول إلى رأس
المال، يزيد احتمال إنشاء عملها الخاص.

وتستلزم الدوافع المتباينة لريادة الأعمال التي تمتلكها
مختلف فئات رواد الأعمال، بما في ذلك ريادة الأعمال
لكسب الرزق وريادة الأعمال بهدف التحول الابتكاري،
تدابير سياسية مختلفة بهدف تمكّنهم من تحسين
وضعهم الاقتصادي، وعلى نطاقٍ أوسع، وتحقيق
التنمية وتوليد العمالة. وهذا التمييز مهمٌ بحيث يساعد
على فهم أفضل لكيفية تعزيز تكنولوجيا المعلومات
والاتصالات لجهود مختلف رواد الأعمال. وتزايد
أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالنسبة
لجميع رواد الأعمال، سواء رواد الأعمال لكسب الرزق
أو بهدف التحول الابتكاري، بغض النظر عن دوافعهم
للانخراط في ريادة الأعمال. ومن المهم جداً تحديد
الاستراتيجيات للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات
والاتصالات للحدّ من ضعف رواد الأعمال الذين
يهدفون إلى كسب الرزق وتعزيز قدرات رواد الأعمال

ذكر (Itani and others 2011) أنه في حين يشكل
التكرار الوظيفي، والسقف الزجاجي، والركود
الاقتصادي، والأسباب المالية، وعدم الرضا الوظيفي،
عوامل دفع، بدورها، تشكل الحاجة إلى الإنجاز
والاستقلالية، وتحقيق الذات، والوضع الاجتماعي،
عوامل جذب²⁰. وبالتالي، تكون عوامل الدفع نتاج
عدم رضا المرأة عن وضعها الاجتماعي والاقتصادي
الحالي، بينما تتجاوز عوامل الجذب الفوائد المادية²¹.

2. فهم ريادة الأعمال كفرصة للمرأة في المنطقة العربية

تعدّ دراسة الأسباب الكامنة وراء اختيار المرأة لريادة
الأعمال في المنطقة العربية أمراً أساسياً بهدف الفهم
الكامل لوضع المرأة الاجتماعي والاقتصادي في
المنطقة. يقول (Itani and others 2011) مثلاً أن
المرأة في الإمارات العربية المتحدة تجذب كثيراً
لريادة الأعمال عن طريق عوامل الدفع بسبب رغبتها
في الاستقلالية ورفع مكانتها الاجتماعية. وفي بعض
الحالات، تتشابه عوامل الدفع والجذب، كما هو حال
رائدة الأعمال اللبنانية التي تواجه صعوبات في
الوصول إلى سوق العمل تفاقمت بسبب التمييز بين
الجنسين²². يساهم التمييز بين الجنسين الذي تختبره
المرأة في جميع أنحاء المنطقة في سوق العمل، سواء
من خلال سياسات الشركة أو في عملية التوظيف، في
دفع المرأة لإطلاق عملها الخاص. تشكل العوامل المالية
حافزاً للمرأة بهدف توليد دخلٍ مزدوج لدعم زوجها
وعائلتها. كما تعمل الرغبة في الاستقلالية والرضا عن
النفس بتحفيز المرأة في المنطقة العربية لإطلاق
مشاريع أعمال جديدة²³.

23 Bouguerra, 2016

24 Daniel, 2004; DeMartino and Barbato, 2003

20 Sarri and Trihopoulou, 2005

21 Bastian and others, 2019

22 Jamali, 2009

المائة. ولمجرد أن تقتصر الفئة على غالبية الشركات المملوكة من النساء، تنخفض النسبة كثيراً. وعلى الصعيد العالمي، توضح التقديرات أن حوالي 14.3 في المائة من الشركات هي شركات تملك النساء فيها الأغلبية، لكن المعدل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وفقاً للبنك الدولي، هو أقل بكثير بنسبة 3.5 في المائة. وتشبه هذه الأرقام تلك التي استمدت (الجدول 1) باستخدام أحدث بيانات المؤسسة، والتي توضح أن غالبية الشركات المملوكة من النساء تشكل 4.7 في المائة من كافة الشركات على المستوى الإقليمي، في حين تُقدّر الشركات التي تمتلكها امرأة واحدة على الأقل بحوالي 21 في المائة²⁶.

وثمة تباين كبير من حيث معدل ملكية الأعمال من قبل نساء عبر المنطقة كما هو مبين في الجدول 1. ويساهم أخذ الشركات التي تمتلكها بعض النساء، والشركات التي تمتلك فيها النساء الأغلبية في عين الاعتبار في تغيير الترتيب. وعند التمغن في الشركات التي تمتلك النساء فيها الأغلبية، تشكل جيبوتي المعدل الأعلى (10 في المائة)، يليها لبنان وتونس (7 في المائة). وفي الطرف الآخر، هناك البلدان التي تشهد صراعات. عندما يتسع نطاق التعريف ليشمل الشركات المملوكة من النساء، تحتل تونس ولبنان المرتبتين الأولى والثانية، حيث أفادت 52 في المائة و37 في المائة من الشركات على التوالي بأن بعضها مملوك من النساء. أما الترتيب الأعلى التالي، فهو المغرب (27 في المائة). ولا يزال السودان واليمن في المرتبة الأخيرة مع أرقام مؤلفة من رقم واحد²⁷.

27 نظراً لأن عدد رائدات الأعمال التي تشملها بعض من هذه المسوح صغير جداً، ولأن شركات القطاع غير المنظم لا تشملها المسوح المتعلقة بالشركات، يجب توخي الحذر من حيث التوصل إلى أي استنتاجات بشأن مدى أهمية الاختلافات على المستوى القطري.

التحويلين. وبالتالي، يرسي توضيح الإمكانيات التي تطرحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم عمل رواد الأعمال، الأساس للدعوة إلى وضع استراتيجيات لزيادة إمكانية الوصول إليها واستخدامها.

3. نطاق دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة العربية

تنبثق الأدلة المقارنة حول معدلات ريادة الأعمال في المنطقة العربية، عن مصدرين إحصائيين دوليين رئيسيين هما: المرصد العالمي لريادة الأعمال الذي يركز على أنشطة ريادة الأعمال الفردية والتطلعات والمواقف؛ ومسح البنك الدولي على مستوى الشركات، الذي يركز بدوره على الأداء الاقتصادي والقيود التي تحول دون تحقيق النمو والربحية للمؤسسات المسجلة التي يعمل فيها خمسة موظفين أو أكثر. وتصنف التحليلات التي تستخدم مجموعة البيانات المتوفرة "انخراط" المرأة في ريادة الأعمال ضمن فئتين: (أ) الشركات المملوكة من النساء؛ و(ب) الشركات التي تملك النساء فيها الأغلبية (50 في المائة أو أكثر من مالكيها هن نساء).

وتوضح البيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على مستوى الشركات، أنه عندما تكون 35.9 في المائة من الشركات عالمياً تملك النساء فيها الأغلبية، تبلغ النسبة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 24.8 في المائة، مقارنةً بشرق آسيا والمحيط الهادئ حيث تبلغ النسبة 52.7 في المائة²⁵. وتمتّع بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بمعدل مماثل لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بنسبة 24 في

<https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploretopics/gender> 25

26 النسب المئوية المبلغ عنها غير مرجحة. وكما ذكر البنك الدولي (2008c)، "يجب بالتالي توخي الحذر عند استخلاص الاستنتاجات العامة بشأن المجموعة الكاملة من الشركات في المنطقة".

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو إلى مكون يتطلب قاعدة علمية.

وشكلت أعمال النساء في المتوسط أقل وقتاً من الرجال؛ ومع ذلك، كان انتشار الشركات ذات القدرة المحتملة العالية²⁸ مماثلاً بين رواد الأعمال من الذكور والإناث²⁹.

ويلاحظ وجود فوارق في أنواع المشاريع التي تنشأ وتدار من قبل رواد الأعمال من النساء والرجال في المنطقة. فتركز أعمال النساء أكثر على الأنشطة الشخصية والموجهة نحو المستهلك، مثل الصحة والجمال (بدلاً من الخدمات المتعلقة بالأعمال، مثل المحاسبة)، وعلى الأنشطة الإنتاجية التي تستخدم تكنولوجيا أقل تطوراً، من دون الحاجة مثلاً إلى

الجدول 1. الشركات المملوكة من النساء، كنسبة مئوية من جميع الشركات، في الدول العربية.

البلد	السنة	50 في المائة أو أكثر من الشركات المملوكة من النساء	بعض الشركات المملوكة من النساء (على الأقل واحدة)
جيبوتي	2013	9.97	21.08
مصر	2013	5.32	18.3
مصر	2016	4.44	23.92
الأردن	2013	3.17	14.18
لبنان	2013	6.89	36.96
موريتانيا	2014	3.4	14.96
المغرب	2013	5.05	27.12
السودان	2014	2.9	8.24
تونس	2013	6.76	51.99
دولة فلسطين	2013	3.31	11.09
دولة فلسطين	2019	2.24	9.76
اليمن	2013	1.19	7.7
المجموع		4.73	21.12

المصدر: قاعدة البيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على مستوى الشركات.

North Africa Region. Available at <http://dx.doi.org/10.1787/9789264213944-en> (accessed on 2 November 2020).

28 High potential is measured by the entrepreneur's expectations of future employment generation and other variables.

29 OECD. (2014). Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and

باء. زيادة الأعمال في المنطقة العربية: مستويات عالية من الطابع غير النظامي

تتسم زيادة الأعمال في المنطقة العربية بمستويات مرتفعة من الطابع غير النظامي، ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتحديات التي يواجهها رواد الأعمال عند إنشاء شركاتهم وتطويرها. وفي السنوات الأخيرة، ازداد اعتراف البلدان في المنطقة العربية بأهمية إنشاء بيئة ريادية، حيث تعمل العديد من المدن بنشاط لتصبح مراكز إقليمية لريادة الأعمال، بما في ذلك أبو ظبي، الدوحة، دبي، جدة، المنامة، مسقط، عَمَّان، بيروت، القاهرة، الدار البيضاء وتونس. وأنشأت معظم بلدان مجلس التعاون الخليجي صناديق وطنية لدعم الابتكار وريادة الأعمال. وأدركت العديد من الحكومات العربية، بما في ذلك البحرين والمملكة العربية السعودية وقطر والإمارات العربية المتحدة، أهمية التواصل مع بيئة الأعمال العالمية، وأطلقت مبادرات لربط الشركات الناشئة المحلية بهذه البيئة³¹. وبدأت بعض هذه الجهود تؤتي ثمارها. وجد التقرير العالمي للمرصد العالمي لريادة الأعمال 2018/2017 مثلاً أنّ المملكة العربية السعودية احتلت المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر الروح الريادية، بينما احتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى عالمياً في رفعة مستوى رواد الأعمال. كما احتل لبنان المرتبة الرابعة عالمياً في مجموع النشاط الريادي في المرحلة المبكرة³².

وفي حين تعدّ المعدّلات العامة لمشاركة المرأة في زيادة الأعمال منخفضة، لا سيما مقارنةً بالمتوسط العالمي، يبدو أنّ ثمة مستوى مرتفع من الاختلافات بين نوايا زيادة الأعمال والمشاريع الناشئة الفعلية، ما يعني وجود مجموعة من رائدات الأعمال اللواتي لا يملكن المهارات أو الموارد أو الفرص اللازمة لتحقيق نواياهنّ. ووفقاً لتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال 2019/2018 حول دور المرأة في زيادة الأعمال، بلغ المتوسط العالمي للنساء اللواتي لديهنّ نوايا في إطلاق مشروع في غضون ثلاث سنوات 17.6 في المائة، أي أقلّ بحوالي أربع نقاط من المتوسط للرجال (21.7 في المائة). تركّزت النسب الأعلى من لديهنّ نوايا في دور المرأة في زيادة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشكل واعد، وتبلغ 36.6 في المائة، وهي واحدة من أصغر الفجوات الإقليمية بين الجنسين في نوايا البدء بمشروع (39.2 في المائة للرجال). ومع ذلك، أظهرت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أكبر فجوة من حيث نسبة النساء اللواتي يُعربن عن نوايا في زيادة الأعمال مقارنةً بالنساء المنخرطات في زيادة أعمال ناشئة (والتي تُعرف بأنها لم تدفع بعد أكثر من ثلاثة أشهر من المرتبات) بنسبة 4.1 في المائة فقط (وبنسبة 6.6 في المائة للرجال)، وأكبر فجوة بين الجنسين، بنسبة 38 في المائة³⁰. وتدعم هذه البيانات الفرضية التي تقضي بأنّ المرأة في المنطقة متحمّسة لدخول مجال الأعمال، غير أنّها تواجه عقبات كبيرة.

31 ESCWA. 2019b, p. 20-21

32 <https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/publications/files/impact-fourth-industrial-revolution-development-arab-region-english.pdf>, pp. 20-21

30 تشمل تقارير المرصد العالمي لريادة الأعمال سبعة فقط من البلدان العربية – هي مصر ولبنان والمغرب وقطر والإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية والسودان، لذلك يجب توخي الحذر من حيث تعميم هذه النتائج على المنطقة بأكملها.

أَنَّ الشركات في القطاع النظامي هي أكثر إنتاجية من القطاع غير النظامي، حيث أَنَّ متوسط الشركات في القطاع غير النظامي في الأسواق الناشئة والاقتصادات النامية هي أقل إنتاجية بأربع مرات من متوسط إنتاجية الشركات في القطاع النظامي³³. ويُعزى السبب إلى ميل القطاع غير النظامي إلى توظيف عمال أقل مهارة، ومحدودية الوصول إلى التمويل والخدمات والأسواق، والافتقار إلى وفورات الإنتاج الكبيرة³⁴. وإمكانية الشركات في القطاع غير النظامي للحصول على الائتمان من القطاع المصرفي وأسواق رؤوس الأموال محدودة، واعتُبر ذلك سبباً رئيسياً لبقاء الشركات في القطاع غير النظامي صغيرة وغير منتجة. على سبيل المثال، يساهم انخفاض إمكانية الوصول إلى التمويل في الحد من قدرتها على الاستثمار في التكنولوجيات التي تحسّن الإنتاجية. ومن الضروري الانتقال من الاقتصاد غير النظامي إلى الاقتصاد النظامي لتحقيق التنمية الشاملة وتوفير العمل اللائق للجميع، كما هو موضح في الهدف 8 من أهداف التنمية المستدامة حول النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام.

ومع ذلك، تصل معدلات العمالة الذاتية بين الرجال والنساء في المنطقة العربية إلى أدنى مستوياتها عالمياً. وانخفضت معدلات العمالة الذاتية بين عامي 1999 و2019 (الجدول 2). ولوحظ الانخفاض في المنطقة بين عامي 1999 و2019 أكبر منه على المستوى العالمي. ومع ذلك، بينما تقل معدلات العمالة الذاتية بين الرجال والنساء العربيات مقارنةً بالأرقام العالمية، كنسبة مئوية من إجمالي العمالة، فمن المرجح أن تعمل النساء في مجال العمل الحرّ أكثر من الرجال.

ويزعم (Gatti and others (2013 p. 47) أنّ "رواد الأعمال ذوو الإنتاجية العالية قليلون" في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وبدلاً من ذلك، يميل الأفراد "نحو الانخراط في العمالة الذاتية لكسب الرزق، إذ تميل إنتاجية شركاتهم إلى أن تكون منخفضة، وما زالت العمالة الذاتية لكسب الرزق مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالفقر". وأوضحت تقديرات منظمة العمل الدولية تركز غالبية العمالة (68.6 في المائة) ورواد الأعمال (90.8 في المائة) في المنطقة العربية، في القطاع غير النظامي. كما توضح الأدلة

الجدول 2. العمالة الذاتية كنسبة مئوية من إجمالي العمالة في المنطقة العربية

السنة	على المستوى العالمي (ذكور)	على المستوى العالمي (إناث)	في المنطقة العربية (ذكور)	في المنطقة العربية (إناث)
1999	53.8	56.9	38.9	46.0
2009	51.2	52.2	33.7	42.8
2019	47.5	46.8	29.7	34.3

المصدر: www.ilo.org/ilostat/.

جيم. البيئة الريادية في المنطقة العربية: تحديات متعددة

لتعزيز ريادة الأعمال، تحتاج البلدان إلى تطوير بيئة مؤاتية ترعى رواد الأعمال. ومن العوامل الرئيسية التي تؤدي إلى هكذا بيئة نذكر ثقافة ملائمة، وبنية تحتية مناسبة وبيئة تنظيمية متناسبة وفعالة وشفافة ومتسقة ويمكن التنبؤ بها. سيتناول هذا القسم أولاً بعض المجالات العامة المتعلقة بالبيئة الريادية من حيث التنظيم والبنية التحتية والتكامل المالي والمهارات. وترتبط العديد من المؤشرات في مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال، والتي تتعلق بالمسائل التنظيمية والبنية التحتية على حد سواء، مباشرةً بقدرة الشركات على دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أعمالها – أي المؤشرات المتصلة بالكهرباء والوصول إلى الائتمان. ويمكن استخدام البيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على مستوى الشركات، وقاعدة بيانات الشمول المالي في العالم وغيرها من المصادر، لتقييم بيئة الأعمال ومدى دعم البيئة التنظيمية لرواد الأعمال.

1. الإطار التنظيمي

يمكن أن تؤثر البيئة التنظيمية على مجموعة واسعة من النتائج الاقتصادية مثل الإنتاجية والنمو والعمالة والإطار غير النظامي. ويجب أن تضع ضمانات محددة لحماية العمال والاستثمارات والملكية الفكرية (على سبيل المثال لا الحصر)، مع التخلص من التعقيدات الروتينية غير الضرورية. وحيث تكون العمليات أكثر تعقيداً أو غير واضحة، يزيد احتمال

في حين يسعى عدد قليل من رواد الأعمال إلى البقاء في القطاع غير النظامي، بهدف تجنّب الضرائب ومختلف أشكال التنظيم، يغلب على الاقتصادات في القطاع غير النظامي عادةً ارتفاع نسبة الفقر وضعف الأداء. ويؤثر القطاع غير النظامي على نمو شركات مستدامة (لا سيما لانخفاض الإنتاجية وعدم إمكانية الوصول إلى التمويل)، وعلى شروط المنافسة العادلة في الأسواق المحلية والدولية³⁵.

ورغم انتشار الطابع غير النظامي في المنطقة العربية، تركّز معظم الدراسات المتعلقة بالمناخ الاستثماري على الشركات في القطاع النظامي، ويُعرف القليل نسبياً عن القيود التي يواجهها رواد الأعمال لكسب الرزق في المنطقة³⁶. ويرجع ذلك، إلى حدّ كبير، إلى توفر بيانات أفضل تركّز على القطاع المنظم.

وترتبط المعدلات المنخفضة لريادة الأعمال على المستوى الإقليمي نسبياً، والمعدلات المرتفعة للانخراط في القطاع غير النظامي، بالتحديات الإقليمية التي تؤثر على جميع رواد الأعمال المحتملين والحاليين – من الرجال والنساء على حدّ سواء. وقبل تناول التحديات المحددة التي تواجه رائدات الأعمال، تجدر دراسة تحديات أوسع نطاقاً بما في ذلك تلك المتعلقة بريادة الأعمال، لا سيما العجز في البنية التحتية، والبيئة التنظيمية، والافتقار إلى المهارات وعدم إمكانية الوصول إلى التمويل؛ وبالنظر إلى محور الدراسة، ارتباط تلك التحديات بالحصول على شبكة الإنترنت وبالمشهد الرقمي.

السعودية)، من بين أكثر 10 اقتصادات تحسناً في ممارسة أنشطة الأعمال⁴².

ومع ذلك، تلقت العديد من البلدان العربية تصنيفات منخفضة بما في ذلك الجمهورية العربية السورية (المرتبة 176)، وليبيا (المرتبة 186)، واليمن (المرتبة 187)، والعراق (المرتبة 172)، والسودان (المرتبة 171)، والجزائر (المرتبة 157)، وموريتانيا (المرتبة 152)، ولبنان (المرتبة 143)، ودولة فلسطين (المرتبة 117) ومصر (المرتبة 114)⁴³.

2. البنية التحتية المالية

تشير المستويات المنخفضة للإدماج في النظم المصرفية النظامية إلى حواجز تواجه رواد الأعمال عموماً، والنساء خصوصاً، مع ما يترتب على ذلك من تأثيرات على الوصول إلى القروض والمنتجات المالية الأخرى وتسديد المدفوعات وتلقيها مقابل المنتجات والخدمات. وترتبط هذه الحواجز بالأنظمة المالية و/أو ضعف البنية التحتية.

وفي إطار مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال ضمن مجموعة المؤشرات التي تركز على "الوصول على الائتمان"، ترتبط كل من الضمانات التي تحد من نطاق الأصول المنقولة التي تستخدمها الشركات كضمانات،

الفساد³⁷. وبالتالي، تعد الأطر التنظيمية مهمة لتوفير بيئات أعمال مؤاتية، ويجب ألا تشمل الأطر التنظيمية أي تمييز أو حواجز ضد المرأة، بل ينبغي بدلاً من ذلك أن تعزز المبادرات النسائية في مجال الأعمال.

تشهد المنطقة العربية اختلافات كبيرة في البيئة التنظيمية وبيئة الأعمال. ففي تصنيف سهولة ممارسة أنشطة الأعمال لعام 2020³⁸ مثلاً، احتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة 16 من أصل 190 بلداً، تتبعها البحرين والمغرب على التوالي بالمرتبتين 43 و53. وفي حين تعد البيئة الريادية في الإمارات العربية المتحدة شابة نسبياً، أدخلت الحكومة في السنوات القليلة الماضية عدداً من التغييرات التنظيمية لتسهيل ممارسة أنشطة الأعمال، مثل تخفيض الرسوم المرتبطة بإنشاء مشروع تجاري، وتبسيط إجراءات الحصول على تراخيص البناء وتسهيل التجارة عبر الحدود³⁹. كما أدخلت المغرب عدداً من التغييرات التنظيمية لتسهيل ممارسة أنشطة الأعمال، بما في ذلك خفض رسوم التسجيل للشركات الجديدة، وتحسين عملية الحصول على تراخيص البناء وتعزيز موقع الأقلية من المستثمرين، من بين إصلاحات أخرى⁴⁰. وكنتيجة مباشرة لتحسين الأنظمة، يبقى عدد تسجيلات الشركات الجديدة في المغرب الأعلى في المنطقة العربية⁴¹. وتشكل أربعة بلدان عربية (البحرين والأردن والكويت والمملكة العربية

39 World Bank, 2020a, p. 125

40 World Bank, 2020a, p. 111

41 ITU, 2019, p. 14. Available at https://www.itu.int/en/ITU-D/RegionalPresence/ArabStates/Documents/events/2019/Reports19/Entrepreneurshippercent20andpercent20Innovationpercent20inpercent20Arabpercent20Region_Finalpercent20report.pdf

42 World Bank, 2020a, p. 8

43 World Bank, 2020b

37 World Bank, 2019a, p. 2. Available at https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf

38 يشمل مؤشر "ممارسة الأعمال" التابع للبنك الدولي 11 مجموعة من المؤشرات التي تقيس جوانب تنظيم الأعمال، بما في ذلك البدء بمشروع، وتوظيف العمال، والتعامل مع تراخيص البناء، والحصول على الكهرباء، وتسجيل الملكية، والحصول على الائتمان، وحماية الأقلية من المستثمرين، ودفع الضرائب، والتجارة عبر الحدود، وتعزيز العقود وتسوية حالات الإعسار (البنك الدولي، 2020a، ص. 3).

تأسيس المشروع منخفضة، ترتفع نسبة الشركات باللغة الصغر المملوكة من النساء⁴⁴. واستناداً إلى النقاش التفصيلي في الفصل الثاني، تتفاقم التحديات التي تواجه المرأة من أجل الحصول على الائتمان، وذلك بسبب الافتقار إلى الخدمات المالية التي تراعي معايير المساواة بين الجنسين. وما زال الوصول إلى الخدمات المصرفية عموماً منخفضاً جداً في المنطقة العربية، إذ أنه عامل إضافي في بيئة ريادة الأعمال. وتدلّ البيانات المستمدة من قاعدة بيانات الشمول المالي في العالم على أنه، ومع ارتفاع نسبة الأفراد الذين يملكون حساباً مصرفياً في السنوات الأخيرة – وبلغت 37 في المائة في عام 2017 – ما زالت هذه النسبة أقلّ بكثير من المتوسط العالمي الذي يبلغ 69 في المائة (الجدول 3).

و تُنظّم معلومات الائتمان الضعيفة، بالشركات التي تواجه صعوبات في الحصول على الائتمان. أما الأردن، فهو البلد الأفضل أداءً في المنطقة في إطار هذا المؤشر، حيث يحتلّ المرتبة الرابعة، تليه الإمارات العربية المتحدة (المرتبة 48)، ومصر (المرتبة 67) والمملكة العربية السعودية (المرتبة 80). ومع ذلك، يبدو أداء البلدان في المنطقة ضعيفاً عموماً، حيث يحتلّ أدنى مستويات التصنيف العالمي، مع احتلال المراتب 119 (الكويت، وقطر والمغرب) إلى 186 (العراق، وليبيا واليمن) من أصل 190. وتؤثر هذه المسائل على المساواة بين الجنسين. من المرجح مثلاً أن تتغير المتطلبات الدنيا من حيث رأس المال اهتمام رائدات الأعمال: في المناطق حيث تكون تكاليف

الجدول 3. حساب الإيداع في المنطقة العربية

السنة	المنطقة	الحساب (النسبة المئوية) لعمر (+15)	الحساب المئويّة للذكور (النسبة) لعمر (+15)	الحساب، للإناث (النسبة المئوية) لعمر (+15)	نسبة الإناث إلى الذكور	المنطقة	الحساب (النسبة المئوية) لعمر (+15)	الحساب المئويّة للذكور (النسبة) لعمر (+15)	الحساب، للإناث (النسبة المئوية) لعمر (+15)	نسبة الإناث إلى الذكور
2011	المنطقة العربية	22	30	14	0.5	العالم	51	55	47	0.9
2014	المنطقة العربية	30	38	22	0.6	العالم	62	66	58	0.9
2017	المنطقة العربية	37	48	26	0.5	العالم	69	72	65	0.9

المصدر: بيانات الشمول المالي، 2017.

الجدول 4. حسابات الإيداع في الدول العربية

النسبة: الإناث/الجميع	الحساب (إناث) النسبة المئوية	الحساب (ذكور) النسبة المئوية	إجمالي الحساب (النسبة المئوية)	البلد
0.68	29	56	43	الجزائر
0.91	75	86	83	البحرين
0.82	27	39	33	مصر
0.86	20	26	23	العراق
0.63	27	56	42	الأردن
0.92	73	83	80	الكويت
0.74	33	57	45	لبنان
0.91	60	71	66	ليبيا
0.74	15	26	21	موريتانيا
0.59	17	41	29	المغرب
0.64	16	34	25	دولة فلسطين
0.81	58	81	72	المملكة العربية السعودية
0.77	28	46	37	تونس
0.87	76	93	88	الإمارات العربية المتحدة

المصدر: بيانات الشمول المالي 2017. تعريف: نسبة المستجيبين الذين أبلغوا عن امتلاكهم لحساب (بأنفسهم أو مع شخص آخر) في مصرف أو نوع آخر من المؤسسات المالية (راجع تعريف حساب مؤسسة مالية) أو أبلغوا شخصياً باستخدام الخدمات النقدية المتنقلة خلال الاثني عشر شهراً الأخيرة (راجع تعريف حساب الأموال المتنقلة).

0.3). وفي بقية المنطقة، تتراوح النسب بين 0.6 و0.9 (الجدول 4).

وتوضح بيانات الشمول المالي في العالم⁴⁵ أن السبب الأكثر شيوعاً لعدم امتلاك حساب مصرفي هو "عدم كفاية الأموال"، حيث ذكر هذا السبب أكثر من ثلاثة أرباع المستجيبين في مصر، وتونس، والأردن والعراق. ويوضح ذلك أن العامل الأهم الذي يساهم في انخفاض معدلات حسابات الإيداع، هو الفقر، لكن هذه النتيجة، لا تفسر بالضرورة الفوارق بين الجنسين (لم تفصل الإجابات على السؤال حسب الجنس). في تونس والعراق، عزا 54 في المائة و26 في المائة من المستجيبين، على التوالي، سبب ذلك إلى أن أقرب

يخفي المتوسط الإقليمي أيضاً أن بعض البلدان لديها معدلات أقل بكثير. كما هو مبين في الجدول 4، ترتفع نسبة استخدام حساب مصرفي إقليمياً لكل من الجنسين، ومع ذلك، تستمر الفجوة بين الرجال والنساء ولا تزال أكبر من الفجوة بين الجنسين على المستوى العالمي. وفي حين تبلغ النسبة بين معدلات الإناث إلى الذكور لحسابات الإيداع 0.9 عالمياً، تبلغ في المنطقة العربية 0.5 فقط. وحتى في البلدان المرتفعة الدخل في المنطقة، الفجوة أكبر مما هي عليه عالمياً، وفي البلدان المنخفضة الدخل، مثل اليمن، لا يقتصر الأمر فقط على انخفاض كبير في نسب حسابات الإيداع (6 في المائة)، بل ثمة فجوة بين النساء والرجال مرتفعة جداً (بمعدل

أسباب ذلك، ويمكن للمستجيبين أن يجيبوا بـ "نعم" على أكبر عدد من المسائل التي يجدونها ذات صلة.

45 قام مسح الشمول المالي في العالم بطرح ثمانية أسئلة على الأفراد الذين أفادوا بعدم امتلاكهم حساباً مصرفياً، بشأن

(2020) 132 بلداً⁴⁷ بناءً على قدرتها على تنمية المواهب وجذبها وتمكينها والاحتفاظ بها.

وفي المنطقة العربية، كانت الإمارات العربية المتحدة الأفضل أداءً بين البلدان، حيث احتلت المرتبة 22. وتلتها قطر (المرتبة 29)، والمملكة العربية السعودية (المرتبة 40)، والبحرين (المرتبة 41) وعمان (المرتبة 43). أما أقل البلدان أداءً في المنطقة فهي مصر (المرتبة 97) والمغرب (المرتبة 100) والجزائر (المرتبة 105) واليمن (المرتبة 132). وتشكل القدرة على تنمية المواهب أحد المجالات التي تؤثر سلباً على تصنيفات البلدان العربية. وتشمل المؤشرات الواردة ضمن إطار "النمو" ما يلي: التعليم النظامي، والتعلم مدى الحياة والوصول إلى فرص النمو. وأدرجت البلدان في المنطقة العربية التجمع الإقليمي "شمال أفريقيا وغرب آسيا" في المؤشر. واحتل هذا التجمع الإقليمي المرتبة الرابعة (من أصل 7 مناطق) في جميع الركائز، باستثناء "النمو"، حيث احتل المرتبة الخامسة. وفي حين يشمل التجمع الإقليمي بلداناً غير عربية متعددة، فالتصنيفات الفردية للبلدان العربية أقل فيما يتعلق "بالنمو" مقارنةً بالترتيب العام. ورغم أن الترتيب العام هو 61، إلا أن الأردن يحتل المرتبة 86 في قدرته على تنمية المواهب.

عند الغوص في المزيد من التفاصيل، توضح البحوث⁴⁸ التي استعانت ببيانات مستمدة من لبنان، اتساع فجوة المهارات بين المديرين، حيث حُدثت ثلاثة مجالات باعتبارها مشكلة: "المهارات المكتبية التي لا تتطلب استخدام الحاسوب، والمهارات الحاسوبية والقدرة على العمل باستقلالية". ويشير

مصرف بعيد جداً، ما يشير إلى أن الافتقار إلى البنية التحتية مشكلة أيضاً، كما يشكل مثلاً حيث يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تؤدي دوراً هاماً في زيادة إمكانية الوصول إلى الخدمات، نظراً لأن خيارات التمويل الافتراضية يمكن أن تصل إلى أولئك الذين لا يستطيعون الوصول إلى فرع مصرفي فعلي. ويتمثل سبب مهم آخر، في أن الخدمات المالية باهظة الثمن. وينطبق هذا الأمر بشكل خاص على تونس والعراق والأردن وليبيا. وأخيراً، أفاد البعض بأن سبب عدم امتلاكهم حساباً مصرفياً هو أن فرداً آخر من عائلتهم يمتلك واحداً، ولم يجدوا ضرورة لامتلاك حساب آخر. ولسوء الحظ، لم تفضّل البيانات ذات الصلة حسب الجنس، لكن من المرجح أن تكون النساء ضمن هذه الفئة.

3. المهارات

تشير البيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على مستوى الشركات⁴⁶ إلى أن إحدى المشاكل الرئيسية التي حددتها الشركات في المنطقة تتمثل في "القوى العاملة التي لم تحظ بتعليم مناسب". وبينما اعتبرت 4 في المائة من الشركات أن هذا السبب هو العقبة الأسوأ، وصف بين ربع وثلث المستجيبين في جيبوتي وموريتانيا والمغرب والسودان هذه المشكلة بالبرى أو الخطيرة. ففي جيبوتي وموريتانيا، الشركات ذات النسبة الأكبر المملوكة من النساء مرجحة أكثر للإبلاغ عن هذه المسألة، مع ضرورة توخي الحذر عند التفسير نظراً إلى صغر حجم العينات.

وبالنظر معقفاً إلى مسألة توفر قوى عاملة مؤهلة على نحو كافٍ، يصنّف مؤشر تنافسية المواهب العالمية

46 مسح على مستوى الشركات.

47 بلدان المنطقة العربية المدرجة في المؤشر هي: الإمارات العربية المتحدة وقطر والمملكة العربية السعودية والبحرين

وعمان والأردن والكويت وتونس ومصر والمغرب والجزائر واليمن.

48 World Bank (191), Pierre and Robalino

البلدان الأسوأ ترتيباً في العالم، لبنان (المرتبة 127)،
والعراق (المرتبة 131)، وليبيا (المرتبة 142)،
والجمهورية العربية السورية (المرتبة 160)، واليمن
(المرتبة 187)، هي جميعها بلداناً عانت من الحروب
وحالات عدم الاستقرار في السنوات الأخيرة، ما أدى
بلاشك إلى تدني ترتيباتها.

وتشير البيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على
مستوى الشركات (والتي لا تشمل البيانات المتعلقة
بدول الخليج) إلى أنّ الشركات في العديد من بلدان
المنطقة حدّدت الكهرباء، لا سيما موثوقية توريد
الكهرباء والوقت المستغرق لتوصيل الطاقة
الكهربائية⁵⁰، على أنها عقبة خطيرة ما زالت مستمرة.
وفي جيبوتي ولبنان وموريتانيا ودولة فلسطين
واليمن، حدّدت من 45 إلى 70 في المائة من جميع
الشركات الكهرباء على أنها عقبة "رئيسية" أو "شديدة
الخطورة". أما في مصر والمغرب، فأفاد عدد قليل من
الشركات أنّ الكهرباء تشكل عقبة، بينما أقلية كبيرة من
الشركات (من 25 إلى 30 في المائة) ما زالت تشير
إلى الكهرباء باعتبارها مشكلة. لم تُشير معظم الشركات
في الأردن وتونس فقط إلى الكهرباء كعقبة رئيسية.
ولا يؤدي عدم الاتساق في الوصول إلى الطاقة
الكهربائية إلى إعاقة المعاملات اليومية للشركات
فحسب، بل يجعل أيضاً دمج الابتكارات المرتبطة
بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عملية صعبة.

(ب) الاتصالات السلكية واللاسلكية والانتفاع بالنطاق العريض

تؤثر البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية
أيضاً تأثيراً مباشراً على قدرة رواد الأعمال على دمج

ذلك إلى النقص في مهارات تكنولوجيا المعلومات
والاتصالات حتى بين المديرين في لبنان، وهو بلدٌ
يتمتع بمستوى عالٍ من التعليم في المنطقة. كما وجد
مسح متعلق برواد الأعمال في تونس أنه بينما أدى
تدريب ريادة الأعمال دوراً أساسياً في نجاح جميع
الشركات وتطويرها، تلقى 45.7 في المائة فقط من
رواد الأعمال و28.6 في المائة من رائدات الأعمال
ضمن العينة تدريباً متعلقاً بأعمالهم، في حين أفادت
77 في المائة من النساء و23 في المائة من الرجال
حاجتهم إلى التدريب⁴⁹. ومن هذا المنطلق، تتمثل
إحدى الطرق لدعم رواد الأعمال في توفير تدريب
أفضل متعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
للعامل عموماً، وللمديرين خصوصاً، مع زيادة إمكانية
الوصول إلى التدريب الريادي لرواد الأعمال الناشئين.

4. التحديات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

(أ) البنية التحتية

عند النظر في مدى قدرة الشركات على إدماج
تكنولوجيا المعلومات في أعمالها، تعدّ الكهرباء
والاتصالات السلكية واللاسلكية والانتفاع بالنطاق
العريض، أموراً رئيسية. وفيما يتعلق بموضوع
الكهرباء، يشمل مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال
مؤشراً يركّز على إتاحة الطاقة الكهربائية. وفي إطار
هذا المؤشر، تدرج بلدان الخليج إلى حدّ كبير ضمن
البلدان الـ 50 الأفضل أداءً (من أصل 190)، حيث
احتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى،
والمملكة العربية السعودية المرتبة، 18 و عُمان المرتبة
35، وقطر المرتبة 49. ومن ناحية أخرى، شملت

49 Drine and Grach, 2010, p. 10

50 وفيما يتعلق بموضوع "الكهرباء"، يركّز مسح البنك الدولي
على مستوى الشركات، على ما إذا تأثرت الشركات بانقطاع
التيار الكهربائي، وعلى تكرار حدوث الانقطاعات، ومدة معظم

حالات الانقطاع، وما إذا كانت الشركة تملك مولداً، ومدة
استخدام هذا المولد، وعدد الأيام التي يستغرقها للحصول
على تيار كهربائي، وتقدير الخسائر بسبب الانقطاعات
الكهربائية كنسبة مئوية من المبيعات السنوية.

(ج) العالم الرقمي الأوسع نطاقاً: أنماط الاستخدام وجودة المحتوى الإلكتروني

وإلى جانب الفجوات المتعلقة بجودة الاتصالات السلكية واللاسلكية والحزمة العريضة الثابتة وبإمكانية الوصول إليها، ثمة عامل آخر متعلق باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أو بعدم استخدامها)، لا سيما شبكة الإنترنت، يتمثل في جودة المحتوى الإلكتروني والاتجاهات الاجتماعية في كيفية استخدام الإنترنت. وتحدّ هذه العوامل من الإلمام بالإنترنت كعامل تمكين ومحرك للأعمال بين رواد الأعمال المحتملين، أو تساهم في عدم تحديد رواد الأعمال الحاليين لفوائد الإنترنت الهائلة.

ومن المهم النظر في كل من كيفية استخدام الإنترنت من قبل المستهلكين المحتملين في المنطقة العربية، وكذلك رواد الأعمال العرب كمزودي خدمات الإنترنت. وفي حال أراد رواد الأعمال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل الترويج لمنتجاتهم وبيعها، فلا بدّ من وجود قاعدة عملاء ترغب بالمشاركة. في عام 2017، وجد مسحٌ يبحث في اتجاهات الاستخدام الإلكتروني في المنطقة العربية أجرته كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية (MBSRG) في المنطقة العربية⁵³، أنّ الأسباب الأكثر شيوعاً الكامنة وراء استخدام المستجيبين للإنترنت تتمثل في التواصل الاجتماعي (92 في المائة)، والوصول إلى الأنباء (79 في المائة)، والبحث عن فرص عمل (77 في المائة)، وللترفيه (72 في المائة). ومن ناحية أخرى، أشارت نسبة 40 في المائة فقط من المستجيبين إلى أنهم يستخدمون الإنترنت بانتظام بهدف التسوّق

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها بنجاح في أعمالهم. ويوضح تحليل للبيانات المستمدة من مسح البنك الدولي على مستوى الشركات، أنه في حين أبلغ عدد قليل من الشركات عن الاتصالات السلكية واللاسلكية على أنها "عقبة" أمام العمليات الحالية لهذه المؤسسة" مقارنةً بالكهرباء، حيث ما زال عدد كبير من الشركات تعتبرها مشكلة، ويشير ذلك مرة أخرى إلى أنّ الاستفادة من مكاسب الإنتاجية المحتملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تخلو من التحديات في البلدان ذات البنية التحتية الضعيفة.

وتعدّ الشركات في موريتانيا (53 في المائة)، والمغرب (27 في المائة) ودولة فلسطين (28 في المائة) الأكثر احتمالاً للإبلاغ عن الاتصالات السلكية واللاسلكية كعقبة، غير أنّ أقلية كبيرة من الشركات في لبنان (13 في المائة) واليمن (23 في المائة) ذكرت أنها مشكلة. ومرةً أخرى، ظهرت الأردن وتونس على أنهما يتمتعان ببنية تحتية أساسية أفضل من بقية البلدان التي شملها المسح.

كما تتمتع المنطقة العربية بأدنى معدلات الوصول إلى الحزمة العريضة الثابتة⁵¹. وهو مؤشر آخر على ضعف البنية التحتية، لكن قد يعكس أيضاً التكلفة المرتفعة نسبياً لخدمات مماثلة، حيث توضح البحوث أنّ تكلفة الحزمة العريضة بالنسبة إلى دخل المستخدم أعلى بكثير في المنطقة العربية منها في أي مكان آخر في العالم، باستثناء أفريقيا⁵². ولا تزال نسبة ملكية الحاسوب على مستوى الأسر المعيشية تقدر بـ 50 في المائة في المنطقة، غير أنها ارتفعت بسرعة في السنوات الأخيرة.

وموريتانيا والمغرب وعمان ودولة فلسطين وقطر والمملكة العربية السعودية والصومال والجمهورية العربية السورية وتونس والإمارات العربية المتحدة واليمن).

51 ITU, 2018.

52 Intel/Dalberg, 2012, p. 60.

53 أجري المسح في 22 بلداً عربياً (الجزائر والبحرين وجزر القمر وجيبوتي ومصر والعراق والأردن والكويت ولبنان وليبيا

الإلكترونية باللغة الإنكليزية: "70 في المائة من محتوى الويب في المنطقة موجود باللغة الإنكليزية (مقارنةً بنسبة 55 في المائة عالمياً)". وتشكل المواقع الإلكترونية باللغة الإنكليزية المواقع الأكثر شيوعاً في المنطقة، ويستخدم العديد من المواقع الإلكترونية الموجودة بالفعل في المنطقة، اللغة الإنكليزية من أجل إجراء معاملة أو الوصول إلى محتوى الفيديو عبر الإنترنت. ويجعل النقص في المحتوى باللغة العربية والمحلية من الصعب على من يتمتع بمهارات لغة إنكليزية محدودة ومن حظي بتعليم أقل، أن يستفيد من الإنترنت. ووجد التقرير أن المحتوى وإمكانية الاتصال الإلكتروني يدفعان كل منهما الآخر في حلقة إيجابية: فكلما كان المحتوى أفضل، زاد الطلب على الاتصال بالإنترنت، والعكس صحيح.

من منظور المستهلك، خلصت البحوث حول حوافز الناس في مصر لزيارة مواقع إلكترونية تجارية، إلى أن الحافز الترفيهي كان قوياً بين المستجيبين، تليه دوافع التفاعل الاجتماعي، ودوافع الملاءمة ودوافع الحصول على المعلومات (Mahmoud and others, 2010). وتشكل مجموعة من المشاكل المتعلقة بالتسوق إلكترونياً في مصر، إلى جانب انخفاض ثقة المستهلك بالتسوق عبر الإنترنت، أسباباً حاسمة لاستخدام المستجيبين للمواقع التجارية الإلكترونية بهدف الترفيه بدلاً من اعتبارها مصدر معلومات للتسوق أو للراحة. وبالتالي، تشير إلى أن استخدام المواقع الإلكترونية التجارية قد يتأثر إلى حد كبير بالعوامل الثقافية. وحدد Kamel and Hussein (2002) كل من الحاجز الاجتماعي والحواجز المرتبطة بالبنية التحتية، عندما يتعلق الأمر بالانتقال إلى العمليات الإلكترونية في مصر. وبعد مرور حوالي 20 عاماً على الدراسة، ما زالت تعكس تقرير G4S 2018 (31/30) الذي حدّد المنطقة

الإلكتروني وأنشطة التجزئة، وما لا يزيد عن 24 في المائة يقومون بانتظام بإجراء معاملات مالية شخصية عبر الإنترنت، مع نسبة مماثلة للمعاملات المرتبطة بالأعمال بما في ذلك التجارة، والبيع والشراء. ولسوء الحظ، لم تكن البيانات المصنفة حسب نوع الجنس والمرتبطة باتجاهات الاستخدام متاحة.

وأظهر المسح أنه في حين ارتفع الإنفاق عبر الإنترنت في المنطقة، إلا أن التجارة الإلكترونية ما زالت في بداياتها في المنطقة العربية. وبلغ إجمالي الإنفاق الشهري عبر الإنترنت في عام 2017 حوالي 7.3 مليار دولار أمريكي (بعد أن بلغ 2.7 مليار دولار أمريكي في عام 2015)، ما يعادل متوسط إنفاق المستخدم لـ 74 دولار أمريكي في الشهر. ولم ينفق حوالي نصف المستجيبين أي مال عبر الإنترنت في عامي 2015-2017، في حين أن معظم معاملات التجارة الإلكترونية أجريت عن طريق منصات من خارج المنطقة⁵⁴. وفقاً للأونكتاد (2019، ص. 120)، وهو تقرير عالمي يوفر بيانات حول "نسبة الشركات الصغيرة والكبيرة التي تتلقى طلبات عبر الإنترنت"، تعدّ مصر البلد الأخير في الترتيب، حيث تضم أصغر نسبة من الشركات (لا سيما الشركات الصغرى التي توظف بين 10 و49 فرداً) التي تباع منتجاتها عبر الإنترنت. وشكّلت الإمارات العربية المتحدة وقطر البلدين الوحيدين المشمولين في البحث، ويشكل تصنيفهما في المنتصف إلى جانب عدد من البلدان الآسيوية والأوروبية.

يتمثل أحد أسباب انخفاض المبيعات عبر الإنترنت في الافتقار إلى صفحات الويب باللغة العربية. وخلص بحث أجرته جمعية الإنترنت، ESCWA and Wamda (2017, p. 25)، إلى وجود عدد كبير جداً من المواقع

(الإمارات العربية المتحدة) (الجدول 5) والجدير بالذكر أنّ التقديرات المتعلقة بمعدل الفاتورة التي تُسدّد للبلدان النامية ككلّ (عند 16 في المائة)، تدل على انخفاض معدل استخدام الإنترنت في البلدان العربية منخفضة الدخل مقارنةً بالنظر إلى البلدان النامية الأخرى في العالم. وتبرز الجزائر والأردن حيث أنّ كليهما بلدان متوسطا الدخل، ومع ذلك يتمتّعان بمعدلات تقترب من الصفر.

العربية على أنها ما زالت تقاوم للابتعاد عن المعاملات النقدية، مع "70 في المائة من السكان الذين يتسوّقون إلكترونياً" يفضّلون "النقد عند التسليم".

وعند النظر في استخدام الإنترنت من أجل تسديد الفواتير، تظهر البيانات⁵⁵ معدلات إجمالية منخفضة لاستخدام الإنترنت من أجل تسديد الفواتير، تتراوح بين واحد في المائة (المغرب) و45 في المائة

الجدول 5. استخدام الإنترنت لتسديد الفواتير في الدول العربية

البلد	استخدام الإنترنت لتسديد الفواتير في السنة الماضية (النسبة المئوية لعمر +15)	استخدام الإنترنت لتسديد الفواتير في السنة الماضية، للذكور (النسبة المئوية لعمر +15)	استخدام الإنترنت لتسديد الفواتير في السنة الماضية (النسبة المئوية لعمر +15)	نسبة الإناث إلى الجميع
الجزائر	1	3	2	0.6
البحرين	33	39	37	0.9
مصر	2	2	2	0.8
العراق	5	11	8	0.7
الأردن	1	3	2	0.3
الكويت	33	33	33	1.0
لبنان	4	9	6	0.6
ليبيا	9	11	10	0.9
موريتانيا	1	4	3	0.4
المغرب	0	2	1	0.2
دولة فلسطين	3	5	4	0.7
المملكة العربية السعودية	17	39	31	0.6
تونس	3	4	3	0.8
الإمارات العربية المتحدة	39	47	45	0.9
البلدان النامية	14	17	16	0.9

المصدر: قاعدة بيانات الشمول المالي في العالم.

دال. التوصيات

1. تعزيز البنية التحتية الأساسية للكهرباء والاتصالات السلكية واللاسلكية في كل من البلدان ذات الدخل المنخفض والمتوسط في المنطقة، بهدف تسهيل الإدماج الأفضل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتلبية احتياجات جميع رواد الأعمال من الرجال والنساء.
2. تعزيز البنية التحتية المالية التي تشكل، إلى جانب الفقر، حاجزاً أمام التكامل المالي في المنطقة، بهدف زيادة المستوى المنخفض للإدماج في الخدمات المصرفية النظامية وبالتالي تحسين الوصول إلى الخدمات اللازمة لدعم الأنشطة الريادية.
3. تحسين البنى التعليمية الأساسية والمناهج مع التركيز على إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبناء مهارات رقمية.
4. إجراء الإصلاحات القانونية، مع التركيز على ضمان إدراج شروط عدم التمييز والأحكام المرتبطة بدور المرأة في ريادة الأعمال، في القوانين السارية، مع مواصلة العمل في الوقت نفسه على إلغاء الأحكام التمييزية.

باختصار، يشير واقعان متناقضان إلى تحديات متنوعة لكن أيضاً إلى فرص كبيرة فيما يتعلق بإدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأعمال في المنطقة. من ناحية، الاتجاهات المتنوعة للبيانات التي تمّت مناقشتها، هي مؤشر على الأفضلية الجارية في المنطقة عموماً للمعاملات الشخصية/النقدية، وتعكس حقيقة أنّ اقتصاد المنطقة العربية ما زال إلى حدّ كبير قائماً على الطوب والملاط⁵⁶، ما قد يحدّ من ربحية تطوير أعمال قائمة على الإنترنت. ومن ناحية أخرى، تدل أيضاً على وجود إمكانيات كبيرة أمام رواد الأعمال لإيجاد سُبلٍ من أجل زيادة هذه المعدلات. وتوضح البيانات المستمّدة من دول الخليج معدلات أعلى لاستخدام الإنترنت لإجراء المعاملات المالية، ما يشير إلى إمكانية ظهور اتجاهات مماثلة في السنوات المقبلة في أي مكان آخر من المنطقة العربية. ومع أنّ استخدام العمليات الإلكترونية ما زال في بداياته في المنطقة، إلا أنّ رائدات الأعمال يستفدن من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تسهّل هذه العمليات، لا سيما في السياقات التي تحدّ من التنقل، وذلك بسبب المبادئ و/أو الأعباء الثقيلة للعمل غير مدفوع الأجر.

2. التحديات التي تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية

النقاط الرئيسية

- أبدى 68 في المائة من المستجيبات، في إطار مسح أجري عن النساء في المنطقة العربية اللواتي حصلن على تدريب في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي شمل مستجيبات من 16 بلداً عربياً، اهتمامهن بإنشاء شركتهن الخاصة، حيث أشار عدد منهن أيضاً إلى أنهن يقمن بإدارة أعمالهن الخاصة بالفعل.
- تعتبر المرأة في المنطقة العربية عن معدلات مرتفعة من النوايا الريادية، لكنها تواجه مجموعة من التحديات المرتبطة بإنشاء نشاط ريادي والحفاظ على استمراريته وتوسيعه. ومع أن بعض هذه الحواجز تؤثر على رواد الأعمال من الذكور والإناث على حد سواء، فالنساء يشعرن بحدتها أكثر.
- لعدد النساء اللواتي يكتسبن الخبرة التي تساعدن على إطلاق الأنشطة الريادية محدود، بسبب انخفاض معدلات المشاركة في القوى العاملة والانخراط في عدد صغير من القطاعات، لا سيما القطاع العام.
- تشكل المستويات المنخفضة للإدماج في النظم المصرفية النظامية حاجزاً أيضاً أمام المرأة خصوصاً، ورواد الأعمال عموماً، حيث يشكل الفقر أحد العوامل المهمة لذلك.
- تنتظر رائدات الأعمال مجموعة جديدة من التحديات بعد أن يتغلبن على العديد من العقبات التي تواجه جميع رواد الأعمال. وهي مجموعة من القيود المتعلقة بالوقت والمرتبطة بأعباء العمل غير مدفوع الأجر، وقيود مرتبطة بالتنقل وعدم توفر خدمات لدعم الأعمال التجارية، بما في ذلك تلك التي تسهل وصول المرأة إلى الأسواق والتكنولوجيا.
- تفاقم جائحة كوفيد-19 وما يترتب عليها من تداعيات اجتماعية واقتصادية أوجه عدم المساواة والتحديات القائمة، غير أنها توفر فرصاً جديدة لدور المرأة في ريادة الأعمال.

2. التحديات التي تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية

بالسلوك والثقافة. ومع أنّ بعض هذه الحواجز تؤثر على رواد الأعمال الذكور والإناث على حدّ سواء، إلا أن النساء يشعرن بحدتها أكثر من الرجال.

ووفقاً للتقرير العالمي لرصد التعليم 2019/2018⁵⁷، تكمن معظم أطر عمل البيئة الريادية في افتراضية أنّ جميع رواد الأعمال يتمتعون بإمكانية الوصول إلى الموارد والمشاركة والدعم على قدم المساواة، ويتمتعون بفرصة متساوية لتحقيق نتيجة ناجحة في إطار البيئة الريادية. ومع ذلك، يناقش التقرير نفسه حقيقة اختلاف تأثير العوامل البيئية، مثل السياقات الإقليمية، الثقافية و/أو الاقتصادية، على تصورات المرأة ونواياها ودوافعها واختيارها للقطاع وتطلعاتها للنمو. وبمجرد أن تتخذ المرأة خطوة الدخول في ريادة الأعمال، غالباً ما تواجه سلسلة من الحواجز الثقافية والهيكلية التي تعرقل قدرتها على إنشاء شركة وضمن نجاحها واستمراريتها. وتتمتع البلدان التي توفر المزيد من الحوافز ونظم الدعم المصممة خصيصاً لرائدات الأعمال، بمعدلات أعلى من لمشاركة المرأة في ريادة الأعمال⁵⁸.

وبالنظر إلى الفجوة الكبيرة بين النوايا الريادية والنشاط الريادي للنساء في المنطقة العربية، كما هو موضح في الفصل الأول، لا بد من دراسة استعداد رائدات الأعمال المحتملات، والحواجز التي تعوق طريقهنّ بمجرد انطلاقهنّ في الأنشطة الريادية.

رائدات الأعمال العربيات هي مجموعة واعدة ينبغي دعمها لأنّ القيام بذلك مفيد لنمو الاقتصاد الكلي وللمحد من الفقر وتعزيز المساواة بين الجنسين على حدّ سواء. وقد يشهد رواد أعمال الكفاف على سبيل المثال زيادة في توليد الدخل، فيصبحون أقل عرضة للفقر بعد اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وبالرغم من هذه الفوائد، تواجه رائدات الأعمال المحتملات والحاليات في المنطقة العربية تحديات عديدة في إنشاء أنشطة الأعمال التجارية الخاصة بهنّ وتوسيع مشاركتهنّ في الأنشطة القائمة. وإلى جانب القيود المرتبطة بالبيئة الريادية الأوسع نطاقاً التي تمّت مناقشتها في الفصل الأول وتشكل تحديات لكل من الرجال والنساء، يجدر التركيز أيضاً على العديد من القيود القائمة على نوع الجنس. وبعض العوامل التي تحدّ من استعداد المرأة للمشاركة في الأنشطة الريادية هي المستويات المنخفضة للمشاركة في القوى العاملة، والفجوات في التعليم والضعف في الشبكات المهنية. بمعنى آخر، المرأة ليست في موضع جيد في المسارات المؤدية إلى عالم ريادة الأعمال. وبمجرد دخول المرأة في ريادة الأعمال، تواجه قضايا جديدة مثل محدودية الوصول إلى التدريب لتطوير المهارات؛ محدودية الوقت؛ والقيود المرتبطة بالتنقل؛ ومحدودية الوصول إلى المعلومات والأسواق والتمويل؛ والعقبات القانونية؛ والحواجز المرتبطة

دراسة عن المرأة في سلطنة عُمان إلى مساهمة مستويات التعليم المنخفضة في عدم القدرة على تنفيذ خطط الأعمال⁵⁹. كما يرتبط الإلمام بالقراءة والكتابة بالقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويرتبط هذان العنصران ارتباطاً وثيقاً بإمكانية الوصول إلى التكنولوجيا والإنترنت.

1. الإلمام بالقراءة والكتابة

حتى مع وجود فجوات كبيرة بين الجنسين في العديد من البلدان العربية تاريخياً في إجمالي الإحصاءات عن الإلمام بالقراءة والكتابة، تقلصت هذه الفجوات كثيراً في السنوات الأخيرة. ويمكن ملاحظة ذلك عن طريق مقارنة الفجوات بين الشباب وجميع السكان البالغين (الجدول 6). وقامت جميع البلدان العربية تقريباً بسدّ الفجوة بين الجنسين من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة بين الشباب، كما يبيّنه مؤشر التكافؤ بين الجنسين، والذي يُعرّف على أنه "نسبة الإناث إلى الذكور في الفئة العمرية 15-24 عاماً، والقادرون على القراءة والكتابة وفهم جملة قصيرة بسيطة عن حياتهم اليومية"⁶⁰. ومع ذلك، ما زالت الفجوات بين الجنسين قائمة في بعض البلدان في المنطقة، مثل العراق، وموريتانيا واليمن. وفي حين كادت أن تسدّ الفجوة بين الجنسين من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة بين الشباب، تبقى معدلات معرفة القراءة والكتابة منخفضة جداً لدى الإناث البالغات في العديد من البلدان (جزر القمر، والعراق، والمغرب، والسودان واليمن)، ما يحول دون تمتع المرأة بحالة عالية من الوظيفية من حيث استخدام التكنولوجيا. وتدلّ مستويات التعليم

ويكتسي مسار رواد الأعمال المؤدي إلى الاقتصاد أهمية رئيسية عند التفكير في كل من النشاط الريادي الحالي والمستقبلي.

يتناول هذا الفصل العوامل التي تؤثر على استعداد المرأة لدخول ريادة الأعمال، بما في ذلك القدرات والخبرات اللازمة للانخراط في نشاط ريادي، وإدارة الشركات وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ والموارد اللازمة لإطلاق مثل هذا النشاط واستدامته. ويركّز على التعليم والصعوبات التي تعترض الوصول إلى الخدمات وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الملائمة، وانخفاض معدلات المشاركة في القوى العاملة، وضعف إمكانية الوصول إلى التمويل؛ والحوافز التي تواجه رائدات الأعمال الناشئات والحاليات من حيث عدم المساواة بين الجنسين، والقيود على الوقت بسبب أعمال الرعاية غير المدفوعة الأجر والحوافز القانونية وتلك المرتبطة بالتنقل. وتشكل جميع هذه العوامل عقبات أساسية تقيد قدرة المرأة على المبادرة بمشروع خاص والحفاظ على استمراريته وتوسيعه.

ألف. الاستعداد التعليمي والرقمي

التعليم هو أحد العناصر الأساسية للاستعداد للانخراط في ريادة الأعمال. ويمكن أن تؤثر مستويات التعليم مباشرة على المهارات الريادية والقدرة على اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفعالية. على سبيل المثال، خلّصت

بنظرائهم من الذكور وهو المؤشر الأفضل على معايير المساواة بين الجنسين القائمة المرتبطة بالمواقف المتعلقة بتعليم الإناث. وتشمل معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة لدى البالغين عدداً كبيراً من النساء اللواتي أكملن تعليمهنّ منذ عقدين أو ثلاثة وبالتالي، هنّ أقل صلة من حيث الممارسات القائمة.

59 Belwal and others, 2014

60 البنك الدولي، بدون تاريخ. يوفر مؤشر التكافؤ بين الجنسين لمحة سريعة عن درجة تمتع الفئة العمرية الحالية للشابات بإمكانية الوصول إلى التعليم على قدم المساواة مقارنة

المتزايدة للشابات على احتمالية تمتعهن بأساس أقوى يمكن أن يزدن من خلاله استعدادهن للانخراط في ريادة الأعمال، مقارنةً بالنساء الأكبر سناً، واللواتي لم يحظين بالفرص نفسها.

الجدول 6. معدل الإلمام بالقراءة والكتابة في الدول العربية

البلد	السنة	معدل معرفة القراءة والكتابة لفئة الشباب (بين 15 و24 سنة). مؤشر التكافؤ بين الجنسين (GPI)	معدل معرفة القراءة والكتابة للذكور البالغين (النسبة المئوية لعمر 15 سنة وما فوق)	معدل معرفة القراءة والكتابة للإناث البالغات (النسبة المئوية لعمر 15 سنة وما فوق)
الجزائر	2018	1.00	87.42	75.35
البحرين	2018	0.99	98.76	94.95
جزر القمر	2018	1.00	64.64	52.96
مصر	2017	0.97	75.50	65.51
العراق	2018	0.88	56.24	44.01
الأردن	2018	1.00	98.61	97.83
الكويت	2018	1.01	96.67	94.91
لبنان	2018	1.00	96.85	93.31
موريتانيا	2017	0.80	63.75	43.35
المغرب	2018	0.99	83.30	64.59
عمان	2018	1.01	96.99	92.69
دولة فلسطين	2018	1.00	98.66	95.74
قطر	2017	1.02	93.14	94.71
المملكة العربية السعودية	2017	1.00	97.10	92.71
السودان	2018	1.01	65.44	56.06
تونس	2014	0.99	86.06	72.22
اليمن	2004	0.65	73.16	35.00
المنطقة العربية	2018	0.95	81.35	67.23

المصدر: <https://data.worldbank.org/indicator/SE.ADT.1524.LT.FM.ZS>

2. مهارات الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية

يتمثل أحد الاتجاهات الواعدة المستقاة من إحصاءات اليونسكو والبنك الدولي في أنّ البلدان العربية من بين الرواد العالميين من حيث نسبة الخريجات في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات.

واستخدمت دراسة (Odeh and Olmsted 2018) البيانات المستمدة من اليونسكو لتوضيح فكرة أنّ النساء يشكلن على الأقل 40 في المائة من جميع طلاب العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات في الجزائر والبحرين والأردن ولبنان وعمان وتونس والمملكة العربية السعودية. كما خلّصت الدراسة إلى أنّ النساء غالباً ما يشكلن 50 في المائة (أو أكثر) من طلاب علم الحاسوب في مصر والأردن ودولة فلسطين وقطر والإمارات العربية المتحدة. وعلى سبيل المقارنة، شكلت نسبة التحاق النساء بعلم الحاسوب، في المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، 16 في المائة و14 في المائة على التوالي. وتوضح البيانات المستمدة من (Islam 2017) أنّ الأرقام المستقاة من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية تشمل الطلاب الدوليين، ومن بينهم طلاب من المنطقة العربية. وفي إطار مسح للنساء العربيات الحاصلات على تدريب في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي شمل مستجيبات من ستة عشر بلداً عربياً، أعرب 68 في المائة من المستجيبات عن اهتمامهنّ بإنشاء شركتهنّ الخاصة، كما أشار عدد منهنّ إلى أنّهنّ يدرن بالفعل أعمالهنّ الخاصة⁶¹. والجدير بالذكر أنّ العديد من هؤلاء النساء صرّحن بأنّ الدافع لذلك ليس فقط الدخل، بل أيضاً العطاء للمجتمع. ويبرهن ذلك وجود فئة من النساء العربيات اللواتي لم يخضن تدريباً على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فحسب، بل يعربن أيضاً عن اهتمامهنّ بالمساهمة في مجتمعاتهنّ كرائدات

أعمال اجتماعية. وتُنظر كثيرات إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنّها فرصة لزيادة تواصلهنّ مع المجتمعات، افتراضياً ووجهاً لوجه.

ومع أنّ مجموعة صغيرة من النساء العربيات يتفوّقن في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أنّ الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية عموماً غير متساوٍ في المنطقة ولا تزال الفجوة الرقمية بين الجنسين قائمة في الكثير من البلدان في المنطقة. وسلّطت جائحة كوفيد-19 الضوء على أهمية الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية، حيث أدت حالات الإغلاق العالمي إلى اتجاه الناس نحو الإنترنت من أجل الحصول على معلومات حول الصحة وغيرها من المعلومات المهمة، والوصول إلى الخدمات الأساسية، ومتابعة تعليمهم وإدارة عملهم. وفي عصرٍ ازدادت فيه أهمية الاتصالات والمهارات الرقمية، تتعرّض النساء والفتيات للمزيد من التهميش إن لم يكن لديهنّ إلماماً بالتكنولوجيا الرقمية ذات الصلة وإمكانية الوصول إليها.

والأهم من ذلك أنّ مستويات التعليم، لا سيما الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية، لا تؤثر على مشاركة المرأة في أسواق العمل فحسب، بل أيضاً على قدرتها على الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها والتكيف معها. وكما أوضح Al-Izki and Weir (2014, p. 16) ظهور الفجوة الرقمية الثانية... يفصل أولئك الذين يتمتعون بالمهارات والقدرات اللازمة للاستفادة من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومَن لا يملكونها. ولهذا تأثير مباشر على ريادة الأعمال، حيث وجد أيضاً تحليل للاتحاد الدولي للاتصالات⁶² أنّ ميل الفرد للمشاركة في نشاط رياضي، مرتبط بمستوى المهارات الرقمية التي يتمتع بها، ما يعني أنّ النساء غير القادرات على الوصول بانتظام

و10 في المائة شعرن بأن أفراد أسرهن لن يسمحوا بذلك. لكن تتمثل الحواجز الأبرز في عدم الارتياح لاستخدام الإنترنت (14 في المائة)، والأهم من ذلك، عدم وجود أي أحد يشرح لهن كيفية القيام بذلك (20 في المائة)⁶⁵. كما حدّدت مشكلتيّ التكلفة والافتقار إلى الوصول السهل⁶⁶.

وتفيد التقارير أنّ المنطقة العربية متأخرة في اكتساب مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا سيما من حيث المهارات الأساسية والقياسية⁶⁷. ويتمثل أحد العوامل الرئيسية لضمان اكتساب مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم. وفيما يتعلّق بالتعليم الابتدائي والثانوي، ما من بيانات مجمعة إقليمياً موثوقة حول إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لكن حسبما أوضح تقرير مشترك لمجتمع الإنترنت والإسكوا وومضة Internet Society/UNESCWA/Wamda (2017)، تتماشى البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المدارس كثيراً مع مستويات التنمية، حيث تحتلّ دول الخليج مثل البحرين والكويت وعمان وقطر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة مراتب عالية، كما أحرزت تقدماً نحو انتشار عالمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المدارس الابتدائية والثانوية. وتليها الدول من الطبقة الوسطى، الأردن ولبنان، ثمّ مصر والمغرب والجزائر وتونس. أمّا البلدان من الطبقة الدنيا، والتي تشمل ليبيا والعراق ودولة فلسطين والجمهورية العربية السورية واليمن، فتواجه صعوبة كبيرة في الوصول إلى البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات⁶⁸.

إلى التكنولوجيا واستخدامها هنّ أقلّ احتمالاً أن يشاركن في نشاط رياضيّ.

وتشمل العوامل المساهمة في كلّ من الاستخدام المنخفض للإنترنت والاستخدام المنخفض للهاتف النقال بين النساء، الافتقار إلى المهارات أو المعرفة ذات الصلة، والتي تتجلى في الخوف من التكنولوجيا⁶³. ولقياس السهولة التي يمكن أن يتكيف الأفراد من خلالها مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من المهم النظر في التدريب المحدّد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وغالباً ما يشكل "رهاب التكنولوجيا" (Technophobia) نتيجة عوامل متزامنة بما في ذلك التعليم والوضع الوظيفي ومستوى الدخل. وخُصّ مسح شمل 2,200 امرأة في البلدان النامية إلى تصريح أكثر من نصف النساء اللواتي شملهن المسح واللواتي لم يتلقين تعليماً رسمياً، بأنهن لسن على دراية بالتكنولوجيا أو لم يرتحن لها. ومع ذلك، انخفضت النسبة إلى 15 في المائة في حالة النساء اللواتي تلقين على الأقلّ شكلاً واحداً من أشكال التعليم الثانوي⁶⁴. وفي هذا الصدد، من المرجح أن يكون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات محدوداً، من دون التعليم.

وشمل المسح المذكور أعلاه بلداً عربياً فقط – هو مصر – لكن يمكن اكتساب عدد من الرؤى المتعمّقة من النتائج. وتوضح البيانات أنّه، من بين النساء اللواتي لا يستخدمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، 12 في المائة من النساء في مصر اعتبرن أنّ الإنترنت "ليس مناسباً لهنّ"

67 .ITU, 2018, p. 15

68 <https://www.internet-society.org/wp-content/uploads/2017/10/ISOC-Enabling-Digital-Opportunities-english-1.pdf>

63 Intel/Dalberg, 2012, p. 13

64 Intel/Dalberg, 2012

65 Intel/Dalberg, 2012, p. 57

66 شُح للمستجيبين المشمولين في المسح أن ينتقوا أكثر من خيار واحد، لذلك يمكن أن يبلغ المستجيبون أنفسهم عن عقبات متعددة.

3. الفجوة الرقمية بين الجنسين

والتي تعاني من النزاعات، إلى الانخفاض لأقل من الثلث. ووفقاً لأحدث البيانات (الجدول 7)، يستخدم 100 في المائة من الكويتيين شبكة الإنترنت، بينما يستخدم الإنترنت 14.1 في المائة فقط من السودانيين، ما يشير إلى مدى الاختلافات الشديدة في الوصول إلى الإنترنت في جميع أنحاء المنطقة.

تشهد العراق إلى حد بعيد أكبر فجوة بين الجنسين، تليها السودان، وكلاهما يعانيان من النزاعات، لكن تشهد الجزائر ومصر أيضاً فجوات أساسية من حيث استخدام المرأة للإنترنت. كما توضح بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات استمرار وجود الفجوات في جميع البلدان في المنطقة باستثناء دول الخليج الصغيرة. وكانت الصلة بين متوسط الدخل الفردي ونسبة الذكور إلى الإناث في استخدام الإنترنت، سلبية (وفقاً لحسابات المؤلف)، ما يشير إلى تقلص الفجوة مع تحقيق التنمية. في السودان، وعلى الرغم من اتساع الفجوة بين الجنسين، تجدر الإشارة إلى أن أقلية من الذكور يمكنهم كذلك الوصول إلى استخدام الإنترنت. وفي حين أن نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت في كل من مصر والجزائر أعلى بكثير مما هي عليه في حالة السودان، إلا أن نقص الوصول إلى الإنترنت عموماً، والفجوة بين الذكور والإناث، من الأمور الملحوظة في هذين البلدين. أما الفجوات في جيبوتي ودولة فلسطين والمغرب، فهي أصغر لكنها لا تزال تشكل مصدر قلق.

وتشمل بعض الأسباب المحددة للفجوة الرقمية بين الجنسين، توافر الإنترنت بتكلفة ميسورة والافتقار إلى المعرفة والمهارات ذات الصلة⁷⁰.

تنجلى الفجوة الرقمية بين الجنسين في مجال زيادة الأعمال وتحذ من قدرة رائدات الأعمال على الحفاظ

يواجه العديد من رواد الأعمال في المنطقة العربية مشاكل عند الغوص في المشهد الرقمي الذي قد لا يكون مناسباً لأنشطة ريادة الأعمال. وفي حين يؤثر نقص المحتوى باللغة العربية على شبكة الإنترنت، وتفضيل استخدام الإنترنت للترفيه بدلاً من استخدامه لأغراض تجارية، على جميع رواد الأعمال، تتضاعف التحديات بالنسبة للنساء اللواتي يعانين من صعوبة أكبر في الاتصال بالإنترنت في المقام الأول، وذلك بسبب أوجه القصور في الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية (التي تمت مناقشته أعلاه)، وقضايا الوصول المرتبطة بالتكلفة الميسورة ومعايير المساواة بين الجنسين التي تفضل وصول الذكور.

وتوضح البيانات الحديثة أنه في جميع أنحاء العالم، يقل عدد النساء المتصلات بالإنترنت عن عدد الرجال بنحو 250 مليوناً، وتزيد الفجوة بين الجنسين من حيث النفاذ المتزايد إلى الإنترنت منذ عام 2013⁶⁹. وبالنظر إلى المنطقة العربية خصوصاً، تظهر وقائع وأرقام الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) أنه بين عامي 2013 و2019، ازدادت الفجوة الرقمية بين الجنسين من 19.2 في المائة في عام 2013 إلى 24.4 في المائة في عام 2019، وهي أعلى من المتوسط العالمي للفجوة الرقمية بين الجنسين والذي يبلغ 17 في المائة. ومع ذلك، تعدّ الإحصاءات الخاصة بالمنطقة كاملةً مضللة، نظراً لشدة اختلاف مستويات التنمية الاقتصادية وسلامة البنية التحتية في جميع أنحاء المنطقة. وفي حين ارتفعت معدلات استخدام الإنترنت في جميع البلدان، ثمة فجوة كبيرة بين البلدان مرتفعة الدخل والبلدان منخفضة الدخل. على سبيل المثال، يكاد استخدام الإنترنت في دول الخليج الصغيرة أن يكون شاملاً، بينما تميل المعدلات في البلدان الفقيرة

الجنسين (بما في ذلك التركيز على الوصول إلى الخدمات العامة، والاستجابة لاحتياجات النساء ووجود خدمات أعمال تركز على المرأة)، حصلت مصر على درجة 3 من 5، وكل من المغرب وتونس على درجة 2.7، وحلت الجزائر مرة جديدة في المرتبة الأخيرة، بدرجة 1.3.

وبالمثل، ركّز سؤال طرح كجزء من دراسة منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO 2017, p. 34, table 28) على ما إذا يحتاج المستجيبون إلى "الدعم لكنهم غير قادرين على إيجاد الخدمات المناسبة". وبرزت المعلومات المتعلقة بالتكنولوجيات بوصفها أحد المجالات التي تشعر فيها المرأة بأنّ الدعم لم يكن كافياً. وكان الحال كذلك خصوصاً في مصر ودولة فلسطين وتونس.

على أعمالهنّ وتوسيع نطاقها أكثر. يعمل إطار عمل تنمية قدرات المرأة على مباشرة الأعمال الحرة، على تقييم ستة شروط رئيسية وشروط فرعية ذات صلة أساسية لتعزيز ريادة المرأة. وتُمنح درجة (من 1-5) للبلد، عن كلّ شرط فرعيّ. ويشمل تقييم تنمية دور المرأة في ريادة الأعمال مفهوم "دعم تطوير الأعمال" وتركيزاً على وصول المرأة إلى التكنولوجيا والأسواق. وأشارت بيانات تنمية دور المرأة في ريادة الأعمال والواردة في ESCWA (2019c, p. 28) إلى أنّ الجزائر بلد تواجه فيه المرأة مشاكل من حيث الوصول إلى الأسواق والتكنولوجيا، وحصلت على درجة واحد من خمسة على هذه الفئة، في حين حصلت مصر على أعلى درجة وبلغت اثنين من خمسة. وضمن فئة الوصول إلى دعم تطوير الأعمال التي تراعي الفوارق بين

الجدول 7. الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت في الدول العربية

اسم الاقتصاد	أحدث عام تتوفر عنه بيانات	جميع الأفراد	الذكور	الإناث
الجزائر	2018	59.6	68.1	50.3
البحرين	2018	98.6	98.7	98.5
جيبوتي	2017	55.7	59.9	51.6
مصر	2018	46.9	52.4	41.3
العراق	2018	75.0	98.3	51.2
الكويت	2018	99.6	99.5	99.8
المغرب	2018	64.8	68.5	61.1
عمان	2016	76.8	79.4	74.0
دولة فلسطين	2018	64.4	68.5	60.2
قطر	2018	99.7	99.5	99.8
المملكة العربية السعودية	2018	93.3	94.6	91.4
السودان	2016	14.1	16.9	11.0
تونس	2018	64.2
الإمارات العربية المتحدة	2018	98.5	97.1	98.8

المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات.

ملاحظة: أ. قاعدة بيانات مؤشرات الاجتماع العالمي للاتحاد الدولي للاتصالات المعني بمؤشرات الاتصالات/تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. تختلف الفئة العمرية للسكان عبر البلدان. (1) إنّ مستخدمي الإنترنت أشخاص يبلغون 15 سنة أو أكثر من العمر والذين يستخدمون الإنترنت لأغراض شخصية في أسبوع عادي.

انخفاض اشتراكات الهواتف النقالة في مصر في السنوات الأخيرة⁷³.

فالنساء "أقل احتمالاً لامتلاك هاتف نقال من الرجال" بنسبة 24 في المائة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا⁷⁴. وفي هذه الأيام، لا تسهل الهواتف النقالة الاتصالات الهاتفية فحسب، بل يمكنها أيضاً أن تفتح عالماً من المعلومات والفرص. وتم الكشف عن الآثار المترتبة على الفجوة بين الجنسين في ما يتعلق بامتلاك واستخدام الهاتف النقال خلال جائحة كوفيد-19، حيث أشارت الجمعية الدولية لشبكات الهاتف النقال إلى أنه خلال جائحة كوفيد-19، كانت الهواتف النقالة حاسمة في (من بين أمور أخرى) السماح للمرأة بأن تبقى على اتصال مع الأصدقاء والأقرباء، وباستخدام الخدمات النقدية بالهاتف النقال لتسديد الفواتير والخدمات الأساسية، وبتلقي مدفوعات الرعاية الرقمية من الحكومة والوصول إلى الأسواق الافتراضية من أجل الحفاظ على المشروعات بالغة الصغر والعثور على المنتجات الأساسية⁷⁵. أما أولئك الذين لا يمتلكون هواتف نقالة، فوجدوا أنفسهم أكثر عزلة اجتماعياً واقتصادياً.

وتتعدّد الحواجز أمام امتلاك الهواتف النقالة بين النساء في البلدان منخفضة ومتوسطة الدخل. ويتمثل السبب الرئيسي المبلغ عنه في التكلفة (تكلفة الهواتف النقالة والتكاليف الجارية على حدّ سواء) (50 في المائة)، يليها نقص ملحوظ في الحاجة (30 في المائة)⁷⁶. وثمة سببان آخران يشعلان الخوف من

ومن المحتمل أن يؤدي التحوّل إلى التعليم عبر الإنترنت خلال جائحة كوفيد-19 إلى تفاقم أوجه عدم المساواة في التعليم، فيتأخّر جميع الذين لا يمكنهم الحصول على حواسيب شخصية، وهواتف ذكية، والوصول إلى الإنترنت عالي السرعة. وبشكل عام، من المحتمل أن تحدّ الأعمال غير مدفوعة الأجر التي تقوم بها المرأة من إمكانية وصولها إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل الأسر المعيشية، ما يساهم في انخفاض مستويات المعرفة والمهارات الخاصة بها في هذه المجالات. ومن المرجح أن تكون جائحة كوفيد-19 قد أدت إلى تفاقم هذه المشكلة، حيث تضطلع النساء بالمزيد من العمل غير مدفوع الأجر من أجل رعاية الأقرباء المرضى والأطفال خارج المدرسة.

4. الوصول إلى الهواتف النقالة

على الصعيد العالمي، إنّ عدد النساء اللواتي يمتلكن هاتفاً نقالاً أقلّ بـ 200 مليون من عدد الرجال، ومن يمتلكن هاتفاً يملن إلى استخدامه في مهام أقلّ تعقيداً من الرجال. وترتفع نسبة امتلاك الهواتف النقالة في المنطقة لتبلغ حوالي 80 في المائة⁷¹، ومع ذلك ثمة فروقات حسب الجنس، وكذلك على المستوى القطري. على سبيل المثال، في عام 2012، بلغ معدل انتشار الهاتف النقال بين النساء في مصر 47 في المائة، حيث انخفض احتمال امتلاك المرأة للهاتف النقال عن الرجال بنسبة 26 في المائة⁷². وما يثير القلق التقارير الحديثة التي تدلّ على

74 .GSMA, 2012, p. 16

71 .ITU, 2018, p. 13

75

<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/blog/why-covid-19-has-increased-the-urgency-to-reach-women-with-mobile-technology/>

72 الجمعية الدولية لشبكات الهاتف النقال، 2012. تضمنت الدراسة التي أجرتها الجمعية الدولية لشبكات الهاتف المحمول بيانات من أربعة بلدان – بوليفيا ومصر والهند وكينيا.

76 .GSMA, 2012

73 .G4S, 2018, pp. 38-39

كبير عبر البلدان (الجدول 8) وبين الفئات الاجتماعية والاقتصادية داخل البلدان. وطرحنا العوامل الثقافية والهيكلية، مثل الداء الهولندي⁷⁷ على أنها نظريات تبين سبب هذه الحالة⁷⁸.

وتتمثل إحدى النتائج ذات الصلة خصوصاً لهذه الدراسة في حقيقة أنّ معدلات المشاركة في القوى العاملة ترتفع كثيراً بين النساء اللواتي حظين بالتعليم ما بعد المرحلة الثانوية. وكما هو موضح في الجدول 8، تتجاوز معدلات المشاركة في القوى العاملة الآن نسبة 50 في المائة في العديد من دول الخليج، حيث ارتفعت أيضاً مستويات التعليم كثيراً. كما توضح البيانات وجود تقدّم كبير في الجزائر ومصر والجمهورية العربية السورية من حيث معدلات المشاركة (أكثر من 50 في المائة) بين النساء اللواتي حظين بالتعليم ما بعد المرحلة الثانوية. أما في تونس والمغرب، فيظهر هذا التقدّم عند مقارنة أولئك اللواتي أكملن تعليمهنّ الابتدائي مع من أكملن تعليمهنّ الثانوي. وفي الأردن، مع أنّ أعلى معدّل للمشاركة في القوى العاملة ما زال يقلّ عن 50 في المائة، إلا أنّ النساء اللواتي حظين بالتعليم ما بعد الثانوي أمامهنّ احتمال أكبر للعمل أيضاً. وتساهم مشاركة النساء في القوى العاملة في استعدادهنّ لريادة الأعمال، لكن كما يتبين هنا، من دون التعليم، تتعرقل هذه الخطوة الأولى نحو القوى العاملة.

التكنولوجيا (3 في المائة) وعدم موافقة الأسرة/الزوج (3 في المائة). ونذكر من النتائج المثيرة للقلق إبلاغ ربع النساء اللواتي شملهنّ المسح في مصر عن اعتراض فرد من العائلة على امتلاكهنّ هاتفاً نقالاً، على عكس المسح الشامل. وتوضح هذه النتائج الحاجة إلى تحديد خيارات أقلّ تكلفة تتعلق بالهواتف النقالة للنساء بهدف تسهيل وصولهنّ إلى مثل هذه التكنولوجيات، ومعالجة الحواجز الثقافية في البلدان التي ما زالت فيها نسبة استخدام الهاتف النقال منخفضة. ومع أنّ البيانات المصنفة حسب نوع الجنس في البلدان العربية الأخرى غير متوفرة، توضح دراسة الاتحاد الدولي للاتصالات أنّ نسبة استخدام الهاتف النقال في معظم البلدان المتوسطة والمرتفعة الدخل، مرتفعة للغاية، ومن المحتمل أنّ النساء لا يعانين من عدم الوصول إلى هذه التكنولوجيا. ومع ذلك، ما زال يشكل هذا الأمر مشكلة في البلدان منخفضة الدخل، وقد يواجه رواد أعمال الكفاف، والذين يمكنهم الاستفادة أكثر من هذا الأمر، مشاكل في امتلاك هواتف نقالة لأسباب اقتصادية، لكن قد يكون أيضاً لأسباب ثقافية.

باء. المشاركة في القوى العاملة

تشهد المنطقة العربية معدلات منخفضة خصوصاً للقوى العاملة النسائية ككل، ومع ذلك، ثمة اختلاف

يشكل أحد العوامل الهيكلية الكلية الذي يفسر سبب انخفاض معدلات مشاركة المرأة في المنطقة لعربية في القوى العاملة.

77 الداء الهولندي هو الفكرة التي تقضي بأنّ سعر الصرف في العديد من البلدان العربية يضرّ بأسواق التصدير بسبب التدفقات الوافدة لإيرادات الموارد الطبيعية أو المساعدات الخارجية. ونظراً لأنّه غالباً ما يرتبط توظيف المرأة بالصناعات التصديرية (مثل الملابس)، فزعم عدد من الطلاب أنّ ذلك

الجدول 8. المشاركة في القوى العاملة في عام 2018 في الدول العربية

البلد	النساء (بالنسبة المئوية)	الرجال (بالنسبة المئوية)
الجزائر	14.9	67.4
البحرين	44.5	87.3
جزر القمر	37.4	50.7
جيبوتي	54.8	71.1
مصر	29.6	73.2
العراق	12.4	72.6
الأردن	14.1	64.0
الكويت	57.5	85.3
لبنان	23.5	70.9
ليبيا	25.7	79.0
موريتانيا	29.2	63.2
المغرب	21.4	70.4
عمان	31.0	88.7
دولة فلسطين	19.3	71.1
قطر	57.8	94.7
المملكة العربية السعودية	23.4	79.2
الصومال	19.1	74.3
السودان	24.5	70.3
الجمهورية العربية السورية	12.0	70.3
تونس	24.1	69.9
الإمارات العربية المتحدة	51.2	93.4
اليمن	6.0	70.8

المصدر: "معدل المشاركة في القوى العاملة حسب نوع الجنس والعمر - التقديرات النموذجية لمنظمة العمل الدولية"، تموز/يوليو 2018. متوفر على الرابط www.ilo.org/ilostat/.

(الجدول 9). ويلاحظ ارتفاع في معدلات البطالة بين مجموعة من البلدان المنخفضة والمتوسطة والمرتفعة الدخل، بما في ذلك الجزائر ومصر والأردن وليبيا والمملكة العربية السعودية والسودان

وإلى جانب انخفاض معدلات المشاركة في القوى العاملة، ترتفع معدلات البطالة بين النساء في المنطقة، حيث تبحث 20 إلى 25 في المائة من جميع النساء المنخرطات في سوق العمل عن وظيفة

الفيروس، إلى تفاقم هذه الأرقام. وتقدر الإسكوا وشركاؤها⁸⁰ أن ما لا يقل عن 1.7 مليون وظيفة فُقدت في المنطقة العربية في عام 2020 وأن حوالي 700,000 منها ستفقدتها النساء. ونظراً لانخفاض معدل مشاركة النساء في القوى العاملة بالفعل، تقدر نسبة خسائرهن للوظائف بضعف نسبة خسائر الرجال، ما يشير إلى التعرض غير المتكافئ للمخاطر.

والجمهورية العربية السورية وتونس واليمن. وفي دولة فلسطين، الوضع أسوأ، حيث يتخطى معدل البطالة 50 في المائة. وتعاني المرأة في المنطقة العربية من معدلات مرتفعة من البطالة على الصعيد العالمي، وهي أعلى بكثير من المتوسط العالمي الذي يبلغ 5.4 في المائة⁷⁹. ومن المحتمل أن يؤدي ظهور جائحة كوفيد-19 وحالات الإغلاق اللاحقة التي فرضتها الحكومات في محاولة منها لاحتواء

الجدول 9. البطالة في عام 2018 في الدول العربية

البلد	النساء (بالنسبة المئوية)	الرجال (بالنسبة المئوية)	معدل البطالة الإجمالي (بالنسبة المئوية)
الجزائر	21.3	10.1	12.2
البحرين	3.5	0.3	1.0
جزر القمر	4.1	3.5	3.7
جيبوتي	12.0	10.4	11.1
مصر	23.1	7.8	23.1
العراق	12.3	7.2	7.9
الأردن	23.0	13.3	15.0
الكويت	4.6	0.9	2.1
لبنان	9.9	5.0	6.2
ليبيا	24.6	14.9	17.3
موريتانيا	12.9	9.1	10.3
المغرب	10.4	8.6	9.0
عمان	12.9	1.7	3.1
دولة فلسطين	50.8	24.7	30.2
قطر	0.6	0.1	0.1
المملكة العربية السعودية	20.3	3.0	5.9
الصومال	15.4	13.6	14.0
السودان	23.2	9.2	12.9
الجمهورية العربية السورية	20.6	6.0	8.1
تونس	22.6	12.9	15.5
الإمارات العربية المتحدة	7.5	1.7	2.6
اليمن	23.5	12.1	12.9

المصدر: معدل البطالة - التقديرات النموذجية لمنظمة العمل الدولية، تشرين الثاني/نوفمبر 2018. متوفر على الرابط: www.ilo.org/ilostat/

للانتقال إلى ريادة الأعمال. من ناحية أخرى، وبالنظر إلى ارتفاع معدلات بطالة النساء، قد نشهد اهتماماً لدى مجموعة فرعية من هؤلاء النساء باستكشاف الأنشطة الريادية. وبالنظر إلى التمثيل المفرط للنساء عبر التاريخ في قطاعات التعليم والصحة والعمل الاجتماعي والقطاع العام عموماً، ينبغي تحديد الفرص الريادية التي تعزز معرفتهن الحالية في هذه المجالات على أنها أولوية رئيسية. كما من الضروري إيجاد سُبلٍ لدعم النساء اللواتي أصبحن محبطات وتركن سوق العمل للعودة، واستكمال المشاريع الريادية الواعدة، ويفضّل أن يكون ذلك في المجالات الجديدة والمبتكرة.

جيم. الوصول إلى التمويل

يشير انخفاض معدل التكامل المالي داخل المنطقة العربية (ونوقشت المسألة في الفصل الأول)، إلى أن القيود المالية التي تواجه رواد الأعمال من النساء والرجال على حدٍ سواء تشكل في جزء منها انعكاساً للتحديات القائمة المرتبطة بالبنية التحتية. ومع ذلك، تؤثر التحيزات القائمة على نوع الجنس في القطاع المالي سلبياً على المرأة خصوصاً. وفيما يتعلق بالاستثمار، كما أشارت دراسة (Kowitt, 2018)، "تتلقى المرأة عالمياً جزءاً ضئيلاً من إجمالي تمويل رأس المال الاستثماري" - أي 2.2 في المائة فقط في عام 2017⁸⁵. وفي حين يُعزى ذلك جزئياً إلى أن النساء يشكلن نسبة قليلة من إجمالي رواد الأعمال، تظهر البيانات أن المشاريع الناشئة التي تؤسسها أو تشارك في تأسيسها نساء، تتلقى استثماراً أقل من المشاريع التي ينشئها الرجال: 935,000 دولار

كما تميل النساء في القوى العاملة إلى أن تجتمع في عدد قليل من القطاعات مثل الصحة والتعليم والقطاع العام، ولهذا الأمر أهمية عند النظر في مسار رائدات الأعمال المحتملات، كون النساء ذوات الخبرة يملن إلى تحقيق نجاح أكبر عند انخراطهن في العمل الحر. وفي عام 2017، بلغت نسبة النساء الفلسطينيات العاملات في التعليم 38.5 في المائة، ونسبة اللواتي يعملن في قطاع الصحة 8.4⁸¹ في المائة. ووجد مسح عن اللاجئين السوريين في الأردن أن 23 في المائة من النساء اللواتي أبلغن عن عملهن، يعملن في قطاع التعليم⁸². وأفاد تقرير لمنظمة العمل الدولية (ILO, 2017, p. 11) أن "منطقة الدول العربية تتمتع بأكبر فصل بين القطاعات" وأن ذلك ينتج عن التمثيل المفرط في التعليم والصحة والعمل الاجتماعي، والزراعة بدرجة أقل. وتشير بيانات المستوى المهني إلى أن النساء في البلدان الأقل دخلاً يعملن أولاً في الزراعة، بينما غالباً ما تتركز النساء في السياقات الأكثر تطوراً، في قطاع الخدمات.

وتعتمد المرأة في المنطقة العربية أيضاً على العمل في القطاع العام حيث يبلغ المعدل الإجمالي 30 في المائة وفقاً لتقرير حديث للبنك الدولي⁸³. وعلى سبيل المقارنة، تبلغ نسبة العمالة في القطاع العام في بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية 18 في المائة⁸⁴.

فماذا تخبرنا الاتجاهات في مشاركة المرأة في القوى العاملة عن المسار الريادي المحتمل؟ من ناحية، يدل انخفاض معدلات مشاركة المرأة في القوى العاملة، إلى جانب الاعتماد الكبير على القطاع العام، على مجموعة محدودة من النساء اللواتي اكتسبن ما يكفي من الفهم والخبرة في القطاع الخاص

84 OECD, 2017.

85 <https://fortune.com/2018/06/07/female-founded-startups-revenue-funding/>

81 Olmsted, 2019.

82 Lockhart and others, 2018.

83 Gatti, 2013.

المنطقة العربية للتدريب والبحوث IFC/CAWTAR لسيدات أعمال في خمسة بلدان عربية أنه في حين سعت بين 51 في المائة (لبنان) و76 في المائة (تونس) منهن إلى الحصول على تمويل خارجي لشركاتها في الأشهر الـ 12 الأخيرة، معظمهن لم يحصل على أي تمويل من مؤسسة مالية نظامية. وتشمل العوامل التي تمنع مالكات الشركات من الحصول على التمويل، ارتفاع معدلات الفائدة، وعدم وجود ضمانات، وتعقيد الإجراءات، والافتقار إلى سجل أداء في الشركات.

وثمة اختلافات كبيرة من حيث أنواع تمويل المشاريع الناشئة التي تستخدمها مالكات الشركات الحاليات في المنطقة. ففي المغرب مثلاً، استخدم تقريباً نصف رائدات الأعمال اللواتي شاركن في مسح منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (2017) الائتمان المصرفي لتمويل شركاتهن، تليهن التونسيات اللواتي استخدم ثلثهن الائتمان المصرفي.

وفي المقابل، تحتل مصر المرتبة الأخيرة بمعدل 11.6 في المائة فقط. ومن المثير للاهتمام أن تقريباً ربع النساء في الأردن استخدمن رعاة أعمال، لكن كان ذلك نادراً في بلدان أخرى. وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن عدداً من النساء في الأردن وتونس استطعن الاستفادة من مصادر رأس مال أجنبية⁹¹. كما توضح بعض التحليلات أن مدى إدراك رائدات الأعمال للحوافز التي تواجههن والمتعلقة بالتمويل يتفاوت في جميع أنحاء المناطق. فكانت المرأة في لبنان الأكثر احتمالاً للشعور بحرمان النساء من حيث

أمريكي لرائدات الأعمال و2.12 مليون دولار أمريكي لرواد الأعمال، في المتوسط⁸⁶، وهو مؤشر على أن المعايير المرتبطة بنوع الجنس المترسخة تحد من إمكانية وصول المرأة إلى التمويل. وتوضح الملخصات القطرية التي أجرتها مؤسسة التمويل الدولية (IFC) في المنطقة أن العديد من المصارف في المنطقة عموماً لا تخدم الاحتياجات المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وقد يتفاقم الوضع بالنسبة للشركات المملوكة من النساء بسبب قلة توافر الأصول التي يتعين تقديمها كضمانات، والتحيز القائم على نوع الجنس لدى مؤسسات الإقراض، وانخفاض مستوى التعليم في مجال الإدارة المالية بين رائدات الأعمال⁸⁷. ووجد مسح أجرته منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية شمل 19 مصرفاً تعمل في أربعة اقتصادات⁸⁸ من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، أن المصارف قد تكون على الأرجح محفزة على الاستثمار في الشركات التي تقودها النساء وتعتبر هذه المشاريع مهمة لتطوير ريادة الأعمال وتوفير فرص عمل. ومع ذلك، كان لثلاثة منها فقط أهداف سنوية لزيادة التمويل لرائدات الأعمال، ولم تبلغ أي منها عن تقديم برامج مخصصة أو خدمات حسب الطلب أو منتجات مفضلة على قياس الشركة تستهدف الشركات التي تقودها النساء⁸⁹.

ومن الحواجز الرئيسية الإضافية التي تحد من إمكانية وصول رائدات الأعمال في المنطقة العربية إلى التمويل، نقص الضمانات اللازمة، تليها إجراءات معقدة لتقديم طلب التمويل⁹⁰. وجد مسح أجراه كل من مؤسسة التمويل الدولية ومركز المرأة في

North Africa Region. Available at <http://dx.doi.org/10.1787/9789264213944-en> (accessed on 2 November 2020).

90 UNIDO, 2017.

91 هذه النتائج مفيدة، لكن من الضروري التنبه عند تفسيرها، نظراً لعدم تطابق أساليب أخذ العينات المستخدمة في المسح.

86 Abouzahr وآخرون، 2018. متوفر على <https://www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx>

87 IFC and CAWTAR, 2007, p. 19

88 البحرين والأردن والمغرب وتونس.

89 OECD (2014). Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and

أخرى للحصول على التمويل، بدلاً من الحصول على الدعم المالي من المصارف وغيرها من المؤسسات⁹². على سبيل المثال، وجد البحث حول رائدات الأعمال في عُمان أنّ معظم النساء يستخدمن أموالهن الخاصة أو أموال أسرهن لإنشاء مشروع ما⁹³، بينما في لبنان، تستخدم النساء بشكل عام مدخراتهن الخاصة، والقروض من العائلة والأصدقاء بهدف إنشاء مؤسسة، وأرباجهن المحتجزة لتطوير المشروع⁹⁴.

وتشمل أسباب عدم إمكانية الوصول إلى التمويل، عدم القدرة على الحصول على قروض من المصارف بسبب تعقيد المعاملات الورقية وغياب برامج القروض التي تستهدف النساء.

وعند التفكير في سُبل تحسين دعم رائدات الأعمال، ينبغي التركيز على تحديد ودعم رائدات الأعمال المحتملات اللواتي لا يستطعن الحصول على رأس المال اللازم لإطلاق مشروعهنّ، ما يشكل حاجزاً رئيسياً، وكذلك على تحديد رائدات الأعمال الناجحات اللواتي يرغبن في توسيع مشاريعهنّ. ومن المهم أيضاً التمييز بين رواد أعمال الكفاف ورواد الأعمال التحويلية. وتشير الأدلة القائمة إلى أنّ رائدات أعمال الكفاف من المحتمل أن يكنّ عرضة لممارسات الإقراض المجحفة، وينبغي أن تعطى الأولوية لتحسين الوصول الميسور التكلفة إلى الائتمان. وبشكل عام، ثمة حاجة إلى مبالغ أكبر بكثير لرائدات الأعمال التحويلية، ومن الضروري التأكد من أنّ أصحاب رأس المال الاستثماري على علم برائدات الأعمال العربيات. أما النبا السار، فهو أنّ بعض النساء العربيات، لا سيما في الأردن، استفدن بالفعل من المستثمرين الخيّرين، لكن بالنسبة إلى رائدات الأعمال التحويلية على وجه الخصوص، فثمة حاجة إلى المزيد من هذا النوع من التمويل، ويمكن أن

الوصول إلى التمويل، والمرأة في المغرب الأكثر احتمالاً للموافقة على أنّ الإجراءات المصرفية معقدة وأنّ المرأة لا تؤخذ على محمل الجدّ بقدر الرجل، أما في الأردن وتونس، فتشعر قلة من النساء بهذه المشكلة.

وكما ناقشنا سابقاً، قدّمت الإسكوا تقريراً ESCWA (2019c, p. 26) حول إطار عمل تنمية دور المرأة في زيادة الأعمال التابع لمنظمة العمل الدولية، من حيث صلتها بأربعة بلدان عربية (الجزائر ومصر والمغرب وتونس). وينظر الشرط الثالث في إطار العمل إلى الوصول إلى الخدمات المالية التي تراعي الفوارق بين الجنسين. وتشير نتائج هذا الشرط إلى نقص الخدمات المالية التي تراعي الفوارق بين الجنسين في كل من البلدان الأربعة، لا سيما الجزائر وتونس اللتين أحرزتا درجة من أصل خمسة على هذا المقياس،

ما يعني عدم وجود خدمات مالية محددة مستهدفة لرائدات الأعمال. وحصلت مصر وحدها على درجة "ثلاثة"، ما يعني "وجود برامج ائتمان تستهدف المشروعات المملوكة من النساء (WOEs) بكافة أحجامها وفي مراحل مختلفة من التنمية (من الإنشاء حتى التوسيع)، لكن يمكن الوصول إلى هذه البرامج أساساً في المراكز الحضرية؛ وما من أدلة على الإنصاف الذي يركّز على النساء (برامج رأس المال الأولي وبرامج رأس المال الاستثماري)". وحصلت المغرب على درجة "اثنان"، حيث "ثمة دليل على وجود القليل من برامج القروض التي تركّز على المرأة لا سيما على المرأة التي تملك شركات بالغة الصغر".

وبرهنت دراسات أخرى أنّ العديد من النساء في المنطقة يعتمدن على العائلة وشبكات غير نظامية

الأعمال اللواتي شملهن المسح في المنطقة العربية أن تحقيق التوازن بين العمل والحياة يمثل تحدياً⁹⁶. وفي هذا الإطار، أفادت غالبية رائدات الأعمال أنهن يعملن 30 إلى 50 ساعة أسبوعياً، وذكرت نسبة كبيرة منهن أنهن يعملن أكثر من 50 ساعة، لا سيما في لبنان وتونس. وفي دراسة أجريت على عاملات التطريز الفلسطينيات اللواتي يعملن من المنزل في الأردن، أشارت النساء إلى أن عائلتهن تتوقع منهن أن يعطين الأولوية لمسؤولياتهن العائلية على حساب أنشطتهن الريادية⁹⁷.

من المحتمل أن تختلف التحديات المرتبطة بتحقيق التوازن بين العمل والحياة باختلاف الفئات. فقد تواجه رائدات أعمال الكفاف المزيد من الضغوط بسبب مسؤولياتهن المنزلية، وقد يفتقرن إلى المال للاستفادة من الحلول القائمة في السوق. ويؤدي هذا الأمر بدوره إلى الحد من عدد النساء ذوات الدخل المنخفض اللواتي يسعين إلى الحصول على فرص لإدارة أعمالهن من المنزل، الأمر الذي يمكن أن يساهم بدوره في فائض (تزدحم النساء في مجموعة صغيرة من الصناعات) ويؤدي بدوره إلى زيادة المنافسة بين النساء ذوات الدخل المنخفض.

ويمكن للنساء ذوات دخل الأسر المرتفع شراء بسهولة أكبر بدائل للقيام بعملهن. ووجدت دراسة نوعية بحثت في الدوافع والإحباطات التي تشعر بها رائدات الأعمال ذوات الدخل الأعلى نسبياً في الإمارات العربية المتحدة، أن نساؤها لا يواجهن على ما يبدو تضارباً بين أنشطتهن الريادية وحياتهن الشخصية⁹⁸. ومن ناحية أخرى، وجدت دراسة عن دور المرأة في ريادة الأعمال في البحرين وسلطنة عُمان⁹⁹ أن التوازن بين العمل والحياة يشكل تحدياً كبيراً يواجهه المرأة. وذكرت رائدات الأعمال من دول

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسهيل التواصل بين المستثمرين الخبيرين ورائدات الأعمال المحتملات.

يمكن الاستخلاص مما سبق أن رائدات الأعمال اللواتي يطمحن إلى الانخراط في ريادة الأعمال في المنطقة العربية يواجهن العديد من التحديات، بما في ذلك الافتقار إلى الخبرة بسبب انخفاض معدلات المشاركة في القوى العاملة وارتفاع معدلات البطالة، واستمرار الفجوات من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة في بعض البلدان، وعدم إمكانية الوصول إلى الإنترنت، وفي بعض الحالات الخوف من التكنولوجيا. في العديد من البلدان، عدم إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية التي تراعي الفوارق بين الجنسين ورأس المال الأولي هي مشكلة تحد من قدرة المرأة على تحقيق نواياها الريادية. وفي حال تمكنت المرأة من التغلب على هذه الحواجز، فإنها تواجه تحديات إضافية متعلقة بالمساواة بين الجنسين بمجرد الانخراط في ريادة الأعمال. وسيتطرق الفصل التالي إلى هذه التحديات.

دال. القيود الزمنية المرتبطة بأعباء العمل غير مدفوع الأجر

تتحمل النساء في المنطقة العربية – كما هو الحال في جميع أنحاء العالم – مسؤولية معظم أعمال الرعاية غير مدفوعة الأجر مثل رعاية الأطفال، وغالباً ما يتوقع من رائدات الأعمال الاستمرار في تحقيق التوازن بين مسؤولياتهن الأسرية وأعمالهن. وتعتبر التحديات من حيث تحقيق التوازن بين العمل/الحياة⁹⁵ العائق الأكثر ذكراً أمام مشاركة المرأة في المنطقة العربية في القوى العاملة. أفاد ما بين 23 في المائة (المغرب) و46 في المائة (لبنان) من رائدات

.Itani and others, 2011, p. 6 98

.Dechant and Lamky, 2005 99

.ILO, 2017, p. 22 95

.UNIDO, 2017 96

.Al-Dajani and Marlow, 2010 97

ارتفعت النتيجة التي سجلتها المملكة العربية السعودية إلى حد كبير من 25.63 إلى 70.6، فانتقلت من أدنى مستوى إلى ثاني أعلى مستوى في المنطقة، ما يدل على مدى سرعة إحراز التقدم متى توفرت الإرادة لتغيير البيئة القانونية لصالح المرأة.

وسجل المغرب العربي نتيجة أعلى بكثير من غيره، في حين أن منطقة الخليج (باستثناء القفزة المفاجئة في المملكة العربية السعودية) والبلدان التي تعاني من النزاعات كانت من بين البلدان التي سجلت أدنى نتيجة. والخبر السار هو أنه بين عامي 2019 و2020، أفاد البنك الدولي أنه بالإضافة إلى التغيير المفاجئ في نتيجة المملكة العربية السعودية، تحسنت النتيجة الإجمالية¹⁰¹ لعدد من الاقتصادات العربية الأخرى. وتشمل هذه البلدان الإمارات العربية المتحدة والبحرين والأردن وتونس.

ومن المثير للاهتمام، أنه خلافاً للنتائج الإجمالية المنخفضة للغاية في المنطقة، فالمؤشرات المتعلقة بدعم أصحاب الأعمال من النساء مرتفعة بشكل ملحوظ كما هو موضح في الجدول 10. وي طرح القسم الذي يركز على المرأة في مجال الأعمال أربعة أسئلة:

- (أ) هل يمكن للمرأة أن توقع عقداً قانونياً مثل الرجل؟
 (ب) هل يمكن للمرأة أن تسجل شركة كما يفعل الرجل؟
 (ج) هل يمكن للمرأة وفقاً للقانون أن تفتح حساباً مصرفياً كما يفعل الرجل؟
 (د) هل يحظر القانون التمييز من قبل الدائنين (هكذا وردت) على أساس الجنس أو النوع الاجتماعي؟

الخليج أنهم يستعين بخدمات العاملات المنزليات بدوام كامل، ما يسهل عليهن التركيز على حياتهن المهنية¹⁰⁰، إلا أن النساء ما زلن يعتبرن أن تحقيق التوازن بين العمل والحياة يطرح مشكلة. لذلك، ومع أنّ تحقيق التوازن بين العمل والأسرة يشكّل على الأرجح عقبة أكبر في المجتمعات و/أو البلدان ذات الدخل المنخفض، إلا أن هذه المشكلة ما زالت قائمة في السياقات التي تتمتع بمستويات دخل عالية وببنية تحتية أفضل.

هاء. الحواجز/القيود القانونية على التنقل

منذ عام 2009، وثّق البنك الدولي الحواجز القانونية التي تواجه المرأة، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالتوظيف ونشاط ريادة الأعمال، من خلال مؤشر المرأة والأعمال والقانون. تحصل البلدان على درجة معينة، حيث تكون النتيجة 100 هي الأعلى، بناءً على ما إذا كان الرجال والنساء يتمتعون بحقوق متساوية في المجالات التي تم قياسها. ويوضح المؤشر إلى أن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سجلت، في المعدل، بعض من أدنى الدرجات في ما يتعلق بالبيئات القانونية المرتبطة بالمساواة بين الجنسين.

وفي المنطقة العربية تباين كبير (الجدول 10: العمود 1) من حيث النتيجة الإجمالية، حيث سجل المغرب أعلى درجة وهي 75.6 من أصل 100 في عام 2020، في حين سجل اليمن أدنى درجة وهي 26.9 فقط. ومن المثير للاهتمام أنه بين عامي 2019 و2020،

الجدول 10. مؤشر المرأة والأعمال والقانون: ريادة الأعمال

الاقتصاد	النتيجة الإجمالية لمؤشر المرأة والأعمال والقانون	نتيجة مؤشر ريادة الأعمال	هل يمكن للمرأة أن توقع عقداً مثل الرجل؟	هل يمكن للمرأة أن تسجل شركة كما يفعل الرجل؟	هل يمكن للمرأة أن تفتح حساباً مصرفياً كما يفعل الرجل؟	هل يحظر القانون التمييز بين الجنسين من حيث الحصول على الائتمان؟
الجزائر	57.5	75	نعم	نعم	نعم	كلا
البحرين	46.3	75	نعم	نعم	نعم	كلا
جيبوتي	68.1	100	نعم	نعم	نعم	نعم
مصر	45.0	75	نعم	نعم	نعم	كلا
المراق	45.0	75	نعم	نعم	نعم	كلا
الأردن	40.6	75	نعم	نعم	نعم	كلا
الكويت	32.5	75	نعم	نعم	نعم	كلا
لبنان	52.5	75	نعم	نعم	نعم	كلا
ليبيا	50.0	75	نعم	نعم	نعم	كلا
المغرب	75.6	100	نعم	نعم	نعم	نعم
عمان	38.8	75	نعم	نعم	نعم	كلا
قطر	32.5	75	نعم	نعم	نعم	كلا
المملكة العربية السعودية	70.6	100	نعم	نعم	نعم	نعم
الجمهورية العربية السورية	36.9	75	نعم	نعم	نعم	كلا
تونس	70.0	75	نعم	نعم	نعم	كلا
الإمارات العربية المتحدة	56.3	75	نعم	نعم	نعم	كلا
الضفة الغربية وقطاع غزة	26.3	75	نعم	نعم	نعم	كلا
اليمن	26.9	75	نعم	نعم	نعم	كلا

المصدر: مؤشر المرأة والأعمال والقانون. البنك الدولي (2020) متوفر على <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32639>.

لمؤشر الحقوق القانونية وسهولة ممارسة أنشطة الأعمال التابع للبنك الدولي، لا تتمتع الفتيات بحقوق متساوية مع الأبناء في الحصول على الميراث في أي من الدول العربية. وعلاوة على ذلك، من المحتمل أن تشكل الممارسات الثقافية ضغوطاً على المرأة لنقل ميراثها إلى أفراد أسرتها من الذكور.

وخلص التحليل الشامل للبيئة القانونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الذي أجراه البنك الدولي (World Bank (2008c, p. 21 إلى أن "معظم قوانين الأعمال محايدة على صعيد قضايا الجنسين"، لكنه أكد أيضاً على "أن الأعراف والتقاليد الاجتماعية، وجوانب بيئة الأعمال، والقوانين والأنظمة التمييزية خارج قانون الأعمال تحد من نمو دور المرأة في ريادة الأعمال، ونجاح رائدات الأعمال". وبمعنى آخر، لا تكفي القوانين، حتى عندما تدعم رائدات الأعمال، لإزالة جميع الحواجز، ليس فقط بسبب احتمال عدم إنفاذها، بل لأن عوامل أخرى مثل الثقافة والتقاليد تؤدي دوراً أيضاً.

وعلى الرغم من ارتفاع معدلات النوايا الريادية لدى النساء في المنطقة العربية، إلا أنهن يواجهن مجموعة من التحديات المتعلقة ببدء نشاط ريادة الأعمال واستدامته. وفي حين أن الفجوات من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة تقلص في المنطقة بشكل عام، تظل المعدلات بين الإناث في العديد من البلدان العربية منخفضة للغاية، الأمر الذي يحد من استعداد المرأة لاغتنام فرص ريادة الأعمال. وبالإضافة إلى ذلك، ونظراً لانخفاض معدلات المشاركة في القوى العاملة، إلى جانب ارتفاع معدل الاعتماد على عدد صغير من القطاعات، لا سيما القطاع العام، فإن مجموعة النساء اللواتي يكتسبن أنواع الخبرة المؤاتية لبدء الأعمال محدودة. ومع ذلك، تشكل معدلات البطالة المرتفعة حواجز للمرأة للانخراط في أنشطة ريادة الأعمال. وأخيراً، تُعتبر أيضاً المستويات المنخفضة من الإدماج في الأنظمة المصرفية النظامية مؤشراً على وجود

حصلت معظم البلدان على 75 نقطة (3 من أصل 4 أسئلة كانت إيجابية)، بينما سجلت جيبوتي والمغرب والمملكة العربية السعودية 100 نقطة. وبالنسبة لجميع البلدان التي سجلت نتيجة أقل من 100، شكل السؤال الرابع المشكلة. وبمعنى آخر، لم تصدر معظم الدول العربية قانوناً يحمي المرأة من التعرض للتمييز من قبل الدائنين. وتدل هذه النتيجة، إلى جانب المناقشة السابقة حول القضايا المتعلقة بالتمويل، على ضرورة اعتماد نهج ذي شقين لمواجهة التحديات المالية – التركيز على القضايا المرتبطة بالوصول إلى الخدمات القانونية وغيرها من التحديات المتعلقة بإمكانية الوصول.

وفي حين سجلت المنطقة أداء جيداً في ما يتعلق بالأسئلة المباشرة المرتبطة بدعم النساء في مجال الأعمال (باستثناء أسئلة حول التمييز الائتماني)، يمكن للعديد من القيود القانونية الأخرى المفروضة على المرأة أن تحد بشكل غير مباشر من حريتها في بدء الأعمال وإدارتها. فعلى سبيل المثال، من المحتمل أن تؤثر القيود المفروضة على المرأة في السفر على قدرتها على بدء الأعمال وإدارتها. وتجدر الإشارة إلى أن البلدان العربية التي تفرض العدد الأكبر من القيود على تنقل المرأة – من حيث الحصول على جواز السفر، والسفر، واختيار محل السكن – هي الأردن وعمان، اللتان حصلت كلتاهما على درجة صفر في هذا القسم المؤلف من أربعة أسئلة. وسجلت العراق، وقطر، والجمهورية العربية السورية، والإمارات العربية المتحدة، أداءً أفضل بقليل، إذ بلغت نتائجها مستوى 25 (على سبيل المثال، كانت 3 من المؤشرات الأربعة سلبية).

وقد تؤثر أيضاً القوانين المتعلقة بإدارة الأصول والميراث على قدرة المرأة على امتلاك وإدارة الأعمال. وفي حين أن المرأة تتمتع عموماً بالحق في امتلاك الأصول، يمكن لقوانين الميراث غير المتكافئة أن تعزز التحديات المتعلقة بنوع الجنس. ووفقاً

الإدارة. وعموماً، ارتأت نسبة تتراوح بين 20 في المائة (مصر) و40 في المائة (لبنان) من رائدات الأعمال في العينة أن البيئة يشوبها تمييز ضد المرأة. ولا توضح هذه النتائج ما إذا كانت المعدلات المنخفضة في مصر – وكذلك في الأردن والمغرب – تشير إلى أن هذا الأمر لا يسبب مشكلة بالنسبة للنساء في هذه البلدان، أو ما إذا كانت هذه الاختلافات تتعلق بالتصورات، إذ إن المرأة لا تدرك مستوى التحيز في مجال قضايا الجنسين الذي تواجهه كرائدة أعمال. ويُحتمل أن تكون هذه التصورات المتحيزة مرتبطة بانخفاض توقعات المرأة، أو افتقارها إلى قدوة يحتذى بها. وبينما يؤدي التمييز دوراً في الحد من وصول المرأة إلى الأسواق، توضح الدراسات العالمية أن رائدات الأعمال غالباً ما لا يدركن أن هذا الحاجز يؤثر على أعمالهن حتى مع توفر دليل على التمييز في البلاد¹⁰⁴.

ويمكن للدراسات الصغيرة حول استخدام الكمبيوتر أن تلقي الضوء أكثر على كيفية تأثير نوع الجنس على الوصول إلى أجهزة الكمبيوتر والتكنولوجيا عموماً. فوجدت مثلاً دراسة نظرت في إمكانية حصول طلاب الجامعات السودانية على أجهزة الكمبيوتر واستخدامها، أن فرص وصول الطالبات إلى تلك الأجهزة أقل من الذكور، ويُعزى ذلك جزئياً إلى أن مسؤوليات العمل غير مدفوع الأجر تخفض من إجمالي الوقت المتوفر لديهن للتعرف على التكنولوجيا مقارنة بالرجال، ولأن المعايير الثقافية تؤدي إلى إعطاء الأولوية لاحتياجات أفراد الأسرة من الذكور في السياقات التي يتشارك فيها العديد من أفراد الأسرة جهاز كمبيوتر واحد¹⁰⁵.

ويُعتبر وجود أنظمة دعم مناسبة لتوفير المعلومات المطلوبة، والمساعدة الفنية،

حاجز أمام المرأة خصوصاً، ورواد الأعمال عموماً، حيث أن الفقر هو أحد العوامل المهمة التي تؤدي إلى تلك النتيجة.

وما إن تتغلب رائدات الأعمال على مختلف العقبات التي تحول دون إنشاء الأعمال، حتى تقف مجموعة جديدة من التحديات في وجههن. وتشمل القيود الزمنية المتعلقة بأعباء العمل غير مدفوع الأجر، والبيئة القانونية، والقيود المفروضة على التنقل وعدم توفر خدمات دعم الأعمال، بما في ذلك تلك التي تسهل وصول المرأة إلى الأسواق والتكنولوجيا.

وتساهم كل من العوامل الهيكلية والمعايير المرتبطة بنوع الجنس في التحديات التي تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية. وتفتقر المرأة في العديد من السياقات إلى الثقة، ونماذج يحتذى بها وفرص التواصل، الأمر الذي يحد من قدرتها على السعي وراء فرص العمل¹⁰². ويُحتمل أن تواجه المرأة تحديات من حيث الوصول إلى الخدمات والمعلومات المتعلقة بالأعمال، بسبب التمييز و/أو التوقعات المرتبطة بقضايا الجنسين. وانطلاقاً من ذلك، يجب أن تكون السياسات مصممة خصيصاً لتتلاءم مع احتياجات رائدات الأعمال، بدلاً من افتراض أن السياسات الحالية كافية للتصدي للتحديات التي تواجه المرأة¹⁰³.

وفي دراسة أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) (2017, p. 34, table 28)، بالإضافة إلى القضايا المتعلقة بالبيئة التنظيمية، والقوانين، والنظام العام، والحصول على التمويل، التي تم الإشارة إليها على أنها تحديات، لاحظت المرأة أيضاً أنه من الصعب أن تؤخذ على محمل الجد في مجال الأعمال، وأنه من الصعب إدارة الموظفين الذكور، وتحقيق التوازن بين العمل والحياة، والتعامل مع

104 Dechant and Lamky, 2005.

105 Dechant and Lamky, 2005.

102 Bastian and others, 2018, p. 18

103 Drine and Grach, 2010, p. 12

واو. التوصيات

يكتسي توفير الدعم الكافي لرائدات الأعمال الحاليات للحفاظ على أعمالهن وتوسيعها، أهمية كبيرة لتعزيز دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة. ومن المهم جداً تعزيز وجود المرأة في مسارات ريادة الأعمال في المنطقة من خلال اكتساب الخبرة والمهارات اللازمة.

1. دعم الإدماج الاقتصادي للمرأة في القوى العاملة وزيادة مشاركتها في أسواق العمل مدفوعة الأجر عن طريق وضع أطر عمل سياساتية وقانونية مناسبة وذات صلة.
2. دعم رائدات الأعمال لتحديد المهارات التي يمتلكنها بالفعل وتلك التي يحتجن إلى اكتسابها.
3. تصميم وتنفيذ برامج بناء القدرات لدعم بناء الثقة؛ وتحسين المهارات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ وبناء مهارات مالية وإدارية لتعزيز استعداد رائدات الأعمال الناشئات ودعم رائدات الأعمال الحاليات.
4. دعم رائدات الأعمال لإنشاء الشبكات والحفاظ عليها والوصول إلى التمويل لتسهيل مشاركتهن في الأنشطة الريادية.
5. تعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص لوضع برامج بناء القدرات وتعزيز الشبكات وبرامج إرشادية لتوفير فرص أساسية تدفع المرأة نحو الانخراط في ريادة الأعمال.
6. دعم إنشاء آليات لتحديد رواد الأعمال المحتملين وتزويدهم بالدعم المطلوب.

والمشورة، والتوجيه، وسيلة مهمة للشركات المملوكة من النساء لمواجهة هذه التحديات وتعزيز نمو أعمالها وتطويرها. ووجد مسح أجري بالتعاون بين مؤسسة التمويل الدولية ومركز المرأة العربية للتدريب والبحث (IFC/CAWTAR survey (2007, p. 25) لصاحبات الأعمال التجارية، أنه في حين اعتمدت أكثر من 75 في المائة من سيدات الأعمال (وسجلت تونس أعلى نسبة) على نصيحة أفراد العائلة عند اتخاذ قرارات حاسمة، لم يطوّر العديد من المستجيبات أي شبكات خارجية واسعة من الاستشاريين لأعمالهن. وقد يشير ذلك إلى أنّ جمعيات وشبكات سيدات الأعمال لم تتطوّر بما فيه الكفاية لتوفير هذه الأنواع من الإحالات إلى أعضائها، وأنّ المرأة لم تكتسب الثقة الكافية للبحث عنها بنشاط، أو أنّ هذه المجموعات من المستشارين، كفريق، لا تعتبر بعد سيدات الأعمال سوقاً تستحقّ الخدمة. ومع ذلك، ثبت أنّ الإرشاد من قبل رواد أعمال آخرين، هو مؤشر مهم لنجاح الأعمال.

ومن المرجح أن يختلف تأثير هذه التحديات على رواد أعمال الكفاف ورواد الأعمال التحويليين، وبالتالي، ما من حلّ واحد يناسب الجميع فيما يتعلق بمعالجة هذه التحديات. وتتفاوت الحلول المناسبة أيضاً وفقاً لسياق البلد. ومع ذلك، يتجلى أحد المجالات التي تستحقّ الدراسة، في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال، وهو محور الفصل التالي.

3. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال

النقاط الرئيسية

- يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساعد على التغلب على بعض التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال، بما في ذلك تعزيز الإلمام بالقراءة والكتابة، وتسهيل الوصول إلى المعلومات والموارد المالية والشبكات. وبالتالي، يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تعزز استعداد المرأة للانخراط في ريادة الأعمال.
- يؤدي الإدماج المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاعي الصحة والتعليم إلى تزويد رائدات الأعمال المحتملات في هذه القطاعات بفرص لاستخدام خبراتهن الحالية لاستغلال الفرص الجديدة.
- يشير التحول الرقمي المتزايد في قطاعي التعليم والصحة، لا سيما في إطار جائحة كوفيد-19، إلى ازدياد الفرص أمام النساء للاستفادة من خبراتهن واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ليصبحن رائدات أعمال.
- يشكل ارتفاع نسبة تمثيل المرأة في تعليم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات فرصة ممتازة لدعم النساء اللواتي يطمحن إلى الانخراط في ريادة الأعمال لدخول مجال إنتاج وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالنسبة للعديد من رائدات الأعمال وسيلة لتعزيز وصولهن إلى المعلومات والموارد المالية، في حين تتيح لأخريات إمكانية تطوير أعمال تجارية فعلية عبر شبكة الإنترنت.

3. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال

مثل تحسين الإيرادات/الأرباح من خلال تحسين وضع المرأة في السوق ولكن أيضاً لتوفير الحلول التي تدعم النساء بشكل غير مباشر في تطوير سلوكيات ريادة الأعمال، بما في ذلك بناء ثقتهن بأنفسهن ومهاراتهن من خلال تحسين المعرفة بالأسواق والتسويق والتفاوض وتقييم المخاطر وبناء الشبكات.

وكما ورد أعلاه، يبحث هذا الفصل في كيفية تعزيز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدور المرأة في ريادة الأعمال، من خلال مراجعة المبادرات التي تدعم المرأة في المنطقة. يبحث أولاً في الأدوار المتعددة التي تؤديها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المساعدة على التغلب على التحديات واسعة النطاق التي يواجهها جميع رواد الأعمال، بمن فيهم النساء. ثم يركز على إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم رائدات الأعمال، بما في ذلك البحث في كيفية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مواجهة التحديات المتعلقة بدور المرأة في ريادة الأعمال والفوائد المحتملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز دور المرأة في ريادة الأعمال.

يفترض هذا الفصل أنه قد تمت معالجة المشاكل المرتبطة بالبنية التحتية وإمكانية الوصول إليها. وفي حين لم يتحقق هذا بعد، تسعى المنطقة إلى تنفيذ مبادرات لتحسين الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما هو موضح في الفصول السابقة، تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية، على غرار النساء في أنحاء أخرى من العالم، العديد من التحديات التي يجب التغلب عليها لدخول عالم ريادة الأعمال والنجاح. فتعزيز وصول المرأة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها، شرط أساسي لدعم رائدات الأعمال العربيات. وباتت تكتسي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اليوم أهمية كبرى بالنسبة لجميع أنواع الأعمال ورجال الأعمال. وتوضح البحوث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤدي دوراً رئيسياً في تسهيل قدرة المرأة على الانخراط في العمل الحر¹⁰⁶. وندرس في هذا القسم كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تؤدي دوراً في دعم جميع أنواع رواد الأعمال، وفائدة استخدام فئات مثل ريادة أعمال الكفاف وريادة الأعمال التحويلية لفهم تعدد حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معالجة التحديات التي تواجه رائدات الأعمال. ويجب مراعاة الدوافع وراء انخراط المرأة بالأعمال الحرة لتحديد أفضل السبل لدعمها. فبالنسبة لرواد أعمال الكفاف، يلزم اتخاذ خطوات أساسية يمكن أن تساعد في تحسين الإنتاجية، وأما بالنسبة لرواد الأعمال الأكثر مخاطرة، فقد تكون البرامج الأخرى أنسب لهم.

ولا بد من التفكير في كيفية إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأعمال التي تزاولها النساء وذلك ليس لتوفير فوائد اقتصادية مباشرة فحسب،

الإطار 2. الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

لا يمكن الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية دون الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المقام الأول. في هذا الإطار، تم إطلاق مبادرة في الأردن في عام 2001 لإنشاء مراكز تكنولوجيا المعلومات وخدمة المجتمع (التي سميت فيما بعد محطات المعرفة). وتهدف المبادرة إلى ضمان وصول كل أردني إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ولا سيما الفئات السكانية المستهدفة التي لا يمكنها الوصول بسهولة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك النساء. توفر محطات المعرفة إمكانية الوصول إلى خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتدريب على الإلمام بالمعارف المعلوماتية الأساسية ودورات متقدمة أخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأعمال. وتقوم وزارة الاقتصاد الرقمي وريادة الأعمال الآن بتحويل 80 محطة معرفة إلى حاضنات، للسماح لجميع رواد الأعمال في جميع أنحاء البلاد بمباشرة أعمالهم الخاصة، إذ إنها توفر مساحة عمل ومكاناً لتقديم الدعم المطلوب³.

وفي السودان، أنشئ 172 مركزاً مماثلاً في المناطق الريفية لثماني ولايات. وتجهزت المراكز بأجهزة الكمبيوتر ومصادر الكهرباء وأصبحت متوفرة للمستخدمين من الجنسين، علماً بأن البعض منها يستهدف الشباب والنساء على وجه التحديد وتساعد مثل هذه المبادرات الحكومية في التغلب على الفجوة الرقمية بين الجنسين، من حيث الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية والوصول إليها، ويُحتمل أن تسهل مسارات الأعمال المحتملات.

المصادر:

أ. USAID, 2008, p. 3.

ب. ESCWA, 2020c, p. 64.

ج. ESCWA, 2020c, p. 79.

ألف. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز استعداد المرأة للانخراط في ريادة الأعمال

في القوى العاملة، ومستويات عالية من البطالة، وفجوات مستمرة من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة، بما في ذلك الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية. كما تتركز القوى العاملة من النساء في عدد صغير من القطاعات، بما في ذلك الخدمة العامة والصحة والتعليم، والتي لا تسمح أي منها عادةً باكتساب الخبرة المطلوبة لإطلاق الأعمال.

ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن توفر فوائد لرائدات الأعمال في ضوء تاريخهن التعليمي والتوظيفي والتحديات التي يواجهنها. فقام الإنترنت بتغيير قواعد العمل، حيث أن "مجال الإنترنت ليس مرتبطاً بالطرق التقليدية للعمل وهياكل السلطة

يكتسب التعليم واكتساب الخبرة قبل الشروع في الأعمال الخاصة أهمية كبرى خصوصاً لأن ريادة الأعمال الناجحة تتضمن تحديد احتياجات السوق، وفهم أساسي للتحديات التي قد تطرأ في إطار مزاولة الأعمال. وتوضح الأبحاث الحالية أن رواد الأعمال الناجحين يكتسبون عموماً خبرة خاصة بالصناعة قبل الشروع في أعمالهم الخاصة¹⁰⁷. إلا أنه، وعلى النحو المبين أعلاه، تواجه النساء في المنطقة العربية تحديات متعلقة بانخفاض معدلات المشاركة

وبالتالي تنطوي مشاريع على مخاطر أكبر. ومن المهم مراعاة المنافسة المحتملة التي يمكن أن تبرز بين رائدات الأعمال اللواتي يقمن بإدارة أعمال "الطوب والملاط" واللواتي يعملن على إنشاء شركات عبر الإنترنت. ولكن بالنسبة لمجموعة فرعية من النساء اللواتي يتمتعن بإمكانية الوصول إلى التكنولوجيا بالفعل، فالشركات عبر الإنترنت واعدة إلى حد كبير.

ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساهم في التغلب على بعض التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال، بما في ذلك تعزيز الإلمام بالقراءة والكتابة، في حين أن زيادة إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاعي الصحة والتعليم يوفر لرائدات الأعمال المحتملات في هذه القطاعات فرصاً لاستخدام خبرتهن الحالية لاستغلال الفرص الجديدة. وأخيراً، يشكل تمثيل المرأة المتزايد في تعليم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات فرصة رئيسية لدعم النساء، اللواتي يطمحن إلى الانخراط في قيادة الأعمال، لدخول مجال إنتاج وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

1. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين التعليم والخبرة

في ما يتعلق باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نطاق أوسع في التعليم، استخدمت أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المختلفة في المنطقة العربية لتعزيز مهارات القراءة والكتابة الأساسية التي تتمتع بها المرأة من خلال الهواتف النقالة (الإطار 3)، وعبر المنصات الرقمية لتقديم دورات أكثر تعمقاً وشمولية. ويُعد التعليم

القائمة¹⁰⁸. ويمكن لاستخدام المنصات الرقمية أن يسهل وصول النساء إلى الأسواق والمعرفة وترتيبات العمل المرنة¹⁰⁹. ويمكن أن تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً، سواء كان التركيز على رواد أعمال الكفاف الذين يعتمدون على الزراعة، للحصول على معلومات أفضل عن الطقس والتسعين، أو على قادة الشركات الذين يقودون المنصات الرقمية.

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالنسبة للعديد من رائدات الأعمال وسيلة لتعزيز وصولهن إلى المعلومات والموارد المالية، في حين تتيح لأخريات إمكانية تطوير أعمال تجارية فعلية عبر شبكة الإنترنت. وكما ورد في (OECD (2018b)، انجذبت رائدات الأعمال على مستوى العالم إلى هذه الفرص، التي غالباً ما توفر قدرة أكبر على الجمع بين العمل المدفوع الأجر وواجبات العمل غير مدفوعة الأجر، والتي لا تزال تقع على عاتق النساء في المقام الأول. وقد تضطلع الشركات عبر الإنترنت بمبيعات التجزئة التقليدية للملابس أو المجوهرات، وتقديم أنواع أخرى من الخدمات الافتراضية بما في ذلك الخدمات المالية والقانونية، وخدمات التسويق بما في ذلك تصميم المواقع الإلكترونية والمنتجات الأخرى المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفي حالة مبيعات التجزئة، يمكن أن تُجمع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع الأعمال التقليدية التي تُجرى من "الطوب والملاط"، أو أن تحل محلها. قد تنخفض احتياجات رأس المال للمبيعات عبر الإنترنت، مع أن التسويق يمثل تحدياً أكبر، لأن تعزيز المكانة عبر الإنترنت يتطلب جهداً كبيراً. ولا بد من التنبيه في ما يتعلق بالمنطقة العربية إلى أن الشركات القائمة على الإنترنت لم تنطلق بزخم بالكامل حتى الآن،

التي توفرها منصات الاستعانة بموارد خارجية عبر الإنترنت¹¹³.

في لبنان، يوفّر مشروع Girls for IT أي "الفتيات لاختيار تكنولوجيا المعلومات" فرصاً للفتيات اللواتي تتراوح أعمارهن بين 13 و17 عاماً للتعلم مباشرة من الشركات الناشئة الناجحة ورواد الأعمال. وتشمل المواضيع، من بين أمور أخرى، الطباعة ثلاثية الأبعاد، وتطوير الأجهزة النقلة، وتطوير شبكة الإنترنت، وتطبيقات البرامج، والروبوتات، والتصميم الجرافيكي، والوسائط الاجتماعية، وتطوير تطبيقات الأجهزة النقلة. وتهدف المبادرة إلى تغيير المفاهيم النمطية الثقافية المرتبطة بالمرأة في مواضيع العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، من خلال تعريض الشابات للمهارات التكنولوجية الأساسية وتقديم نماذج يحتذى بها لدعم النظام البيئي لشركات التكنولوجيا الناشئة في لبنان¹¹⁴. وبالمثل، في دولة فلسطين، يعتبر Gaza Sky Geeks مركزاً للتعليم التكنولوجي في غزة يسدي النصح والمشورة للشركات الناشئة ويركز بوجه خاص على النساء¹¹⁵. وفي تونس، أدت الشراكة بين القطاعين العام والخاص من وزارة المرأة ومؤسسة أورانج والإدارة العامة لأورانج، إلى إنشاء "برنامج المنازل الرقمية" لتمكين المرأة من خلال تنفيذ برنامج تدريب لرائدات الأعمال على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات¹¹⁶.

الرقمي أحد أسرع القطاعات نمواً في المنطقة¹¹⁰. وأطلقت سياسات تركز على التكنولوجيا والتعليم في العديد من البلدان العربية، بما في ذلك مثلاً إصلاح التعليم من أجل اقتصاد المعرفة في الأردن¹¹¹. وفي المملكة العربية السعودية، تقدم المنصة التعليمية عبر الإنترنت "رواق" دورات تدريبية مفتوحة عبر الإنترنت باللغة العربية بالكامل، تشمل مواد متنوعة تتراوح من وسائل التواصل الاجتماعي إلى الطب والهندسة والدين. وابتداءً من عام 2017، تسجّل أكثر من 1.9 مليون شخصاً مع مشاركة ملحوظة للمرأة¹¹².

وإلى جانب استخدام المنصات الرقمية لتوفير التعليم والتدريب العام، هناك العديد من المبادرات في المنطقة لتعزيز المهارات الرقمية للمرأة، بهدف دعم دور المرأة في ريادة الأعمال مباشرة. ففي مصر مثلاً، تعاونت جامعة النيل الوطنية مع مجلس التدريب الصناعي في القاهرة لتدريب 500 من جيل الشباب (70 في المائة منهم نساء) على المهارات الرقمية ومهارات العمل. ويهدف المشروع إلى توفير الظروف المثلى لتمكين الشباب المصريين، لا سيما النساء، من استغلال فرص ريادة الأعمال وفرص العمل التي يقدمها الاقتصاد الرقمي. ويسلط الضوء على فرص واعدة للشباب المصريين المهمشين – بناء شركات ناشئة تستفيد من المنتجات الرقمية (يشار إليها أحياناً باسم "اقتصاد التطبيقات")، واغتنام فرص العمل

114 <https://www.girlsgotit.org/about.php>

115 <https://gazaskygeeks.com/about-us/>

116 ESCWA, 2020b, p. 79

110 Cointreau, 2014

111 World Bank, 2003

112 McKinsey, 2020

113 <https://www.idrc.ca/en/project/improving-prospects-digittally-enabled-livelihoods-among-marginalized-communities-egypt>

الإطار 3. استخدام الهواتف النقالة لتعزيز الإلمام بالقراءة والكتابة بين النساء

وَقَر انتشار الهواتف النقالة فرصاً جديدة للتعليم والتعلم، بما في ذلك في المجتمعات التي تفتقر إلى الخدمات التعليمية التقليدية. وفي عام 2008، أطلق سوقتل (SoukTel) ومركز تطوير التعليم، بفضل التمويل الذي قدمته الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، برنامج Dab iyo Dahab للإلمام بالأمور المالية عبر الهاتف النقال في الصومال. وفي ذلك الوقت، كان معدل إكمال التعليم الثانوي بين النساء دون سن 25 عاماً 5.1 في المائة (مقابل 11.61 في المائة للذكور). ومع ذلك، ووفقاً لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، كانت النساء في العديد من الأسر هي المعيل الأساسي، من خلال انخراطها في المشاريع الصغيرة. وبين عامي 2002 و2007 كان معدل انتشار الهواتف النقالة قد ازداد بنسبة 1,600 في المائة، وكانت تكلفة الخدمات تهبط بسرعة. ونظراً لانخفاض معدلات التعليم بين النساء، وارتفاع معدلات انتشار الهاتف النقال، سعت مبادرة Dab iyo Dahab إلى توفير التعليمات الصوتية الأساسية عبر الهاتف النقال للتواصل مع الشباب غير المتحقيين بالمدرسة، لا سيما الشابات الصوماليات، لتزويدهم بالمهارات الأساسية والمعرفة التي من شأنها أن تساعد على النجاح في مكان العمل.

استهدف البرنامج، الذي استمر من العام 2008 لغاية العام 2011، 8,000 شاباً وشابة في جميع المناطق الصومالية الثلاث. وقدم هذا البرنامج التدريب على المهارات الشخصية، والتوظيف عبر الهاتف النقال، وتعليمات بشأن الإلمام بالأمور المالية عبر الهاتف النقال. وتألف البرنامج من 40 درساً مسجلاً صوتياً، يليها اختبارات باستخدام الشاشة واللمس. وقام المدربون بتسهيل فرق الاستماع والمكالمات الهاتفية في الخط الساخن للخدمة. وأجريت الاختبارات السابقة واللاحقة للبرنامج لتقييم التعلم والتغييرات في السلوك بعد انتهاء البرنامج، فتبين أن هناك تغييراً إيجابياً مهماً من الناحية الإحصائية في النتائج، حيث تمكن معظم الشباب من فهم المصطلحات المالية المهمة وتحديد الأهداف المالية طويلة الأجل. وتبين أن التعلم عبر الهاتف النقال له فوائد خاصة للمتعلقات. فعلى سبيل المثال، ساهم البرنامج في تسهيل تعلم النساء في "الأماكن الآمنة"، واستخدم المنهج الدراسي أمثلة على الشخصيات النسائية وسيناريوهات من الحياة الواقعية التي تعكس التجارب الفعلية التي اختبرتها المتعلقات لتعزيز المشاركة وتحقيق فوائد طويلة الأجل عن طريق المواد.

هذه البرامج، التي تزيد من انكشاف وفعالية البرامج التعليمية وتشجع في الوقت نفسه على الاستخدام المنتظم لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، قابلة للتطبيق في بعض البلدان العربية حيث لا تزال معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة بين النساء أدنى منها بين الرجال. وكما يتضح من المثال الصومالي، يمكن استخدام التعلم عبر الهاتف النقال على وجه التحديد لتعزيز المهارات ذات الصلة برائدات الأعمال، مثل الإلمام بالأمور المالية.

المصدر: GSMA, 2014, p. 19.

المصادر الموجودة على الإنترنت. وفي هذا السياق، تُطرح تساؤلات عدة حول إمكانية تسبب هذا التحول في تفاقم أوجه عدم المساواة القائمة. فأثناء تفشي الجائحة، تصبح قدرة وصول النساء إلى المعلومات وقدرتهن على البحث عن الخدمات محدودة جداً، لا سيما وأن الاتصالات تجري إلى حد كبير من خلال المنصات عبر الإنترنت والبراسل النصي عبر الهاتف النقال. فالتحديات التي تواجهها النساء والفتيات في الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تمنعهن من الحصول على المعلومات الصحية التي يحتجن

مع ظهور جائحة كوفيد-19، سلط الضوء على الدور الأساسي الذي يؤديه قطاعي الصحة والتعليم في زيادة الرفاه. وأصبح من الواضح الآن أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكنها وبنبغي عليها أن تؤدي دوراً أساسياً في تقديم الخدمات في إطار التباعد الاجتماعي القسري. وفي إطار كوفيد-19 على وجه الخصوص، يزيد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير التعليم، في حين أن الناس في جميع أنحاء العالم يعتمدون الآن بشكل أكبر على الحصول على المعلومات والمشورة حول الصحة عبر

ونظراً للتركيز التاريخي للمرأة على التعليم، من المهم تحديد الفرص المتاحة للمرأة للاستفادة من تدريبها وزيادة اهتمامها بمتابعة العمل الحر.

وكما نوقش سابقاً، يفتقر الإنترنت إلى محتوى باللغة العربية، وينطبق ذلك على المحتوى التعليمي ومجالات أخرى. بالتالي، يتمثل أحد المجالات الواعدة خصوصاً في تطوير المواد والمنصات التعليمية عبر الإنترنت باللغة العربية، نظراً لاحتمال زيادة الطلب وحقيقة أنه من المستبعد أن ينشط رواد الأعمال من خارج المنطقة في هذه المجالات. وسيدعم هذا الأمر بدوره الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية بين النساء في المنطقة عموماً، ويزود رواد الأعمال المحتملين بمزيد من السبل للوصول إلى التدريب لدعم طموحاتهم في مجال ريادة الأعمال.

وثمة نسبة كبيرة من النساء العاملات في قطاع الصحة، وهو قطاع يستخدم أكثر فأكثر تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وأصبحت السجلات عبر الإنترنت لتسهيل تقديم الرعاية الصحية المتكاملة على سبيل المثال سائدة في العديد من البلدان، بما في ذلك المنطقة العربية، وقد يوفر ذلك فرصاً لرائدات الأعمال المحتملات. ويتمثل أحد الأمثلة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لنشر المعلومات عن الصحة العامة، في دراسة (Hibatulla Ali and others 2014, p. 21) التي تتناول اتصالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أمل "استخدامها لنشر معلومات قيّمة عن الصحة للمرأة اليمينية وتحسين سلوكها في السعي إلى الحصول على الخدمات الصحية".

وفي الكويت، يستند Project Techno Care إلى شركة HealthTech الناشئة التي أطلقتها امرأتان.

إليها، وتعيق أيضاً قدرتهن على الحفاظ على وضعهن التعليمي أو المهني خلال فترة الحجر. ولذلك فإن الجائحة لم تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في توفير الصحة والتعليم فحسب، بل بيّنت أيضاً أهمية جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في متناول السكان الذين يصعب الوصول إليهم، بما في ذلك النساء والفتيات.

2. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للانخراط في ريادة الأعمال في قطاعي التعليم والصحة

كما ناقش الفصل الثاني، ثمة نسبة كبيرة من النساء العربيات في قطاعي التعليم والصحة، وتوصل العديد من رواد الأعمال بالفعل إلى طريقة لتحويل هذه المعرفة إلى نشاط ريادي. وبدعم إضافي، من المحتمل أن يستخدم عدد أكبر من النساء مهارتهن في هذه القطاعات ليصبحن رائدات أعمال في مجالي التعلم الرقمي والخدمات الصحية عبر الإنترنت المتناميين. ولا يمكن فقط لقطاعي التعليم الرقمي ومنصات التدريب المتناميين تزويد المرأة بالمهارات والتعليم اللازمين لريادة الأعمال، بل من الممكن أن يساعدوا أيضاً رائدات الأعمال المحتملات ذوات الخبرة في قطاع التعليم على الاستفادة من خبرتهن الحالية للانخراط في ريادة الأعمال.

وفي حين أن القطاع العام يوفر قدراً كبيراً من التعليم، هناك مناقشات متزايدة حول الشراكات الناشئة بين القطاعين العام والخاص في المنطقة¹¹⁷. ووجد رواد الأعمال المبتكرون بالفعل طرقاً للاستفادة من جوانب التعليم التي تمت خصصتها، مثل مبادرة التعليم الأردنية، وهي شراكة بين القطاعين العام والخاص¹¹⁸.

3. تسهيل الحصول على التمويل

كما رأينا سابقاً، يشكل الوصول إلى الحسابات المصرفية والمنتجات المالية التي تراعي الفوارق بين الجنسين تحدياً لرائدات الأعمال في المنطقة العربية. ويساهم الوصول إلى الأنظمة المالية الإلكترونية في تسهيل تلقي الإيرادات وتسديد المدفوعات للموردين وغيرها من المعاملات اليومية، ويمكنه في الوقت نفسه أن يساهم في توفير الوقت وزيادة استخدام المدخرات النظامية وتخفيض تكاليف الأعمال. ويتبين أن المعاملات المالية عبر الهاتف النقال – وهي طريقة لإجراء المعاملات المالية من بطاقة SIM إلى بطاقة SIM من دون الحاجة إلى حساب مصرفي نظامي – هي مصدر فعال لإشراك مليارتي شخص في جميع أنحاء العالم بدون حساب مالي نظامي¹²¹.

وتُظهر البيانات الصادرة عن قاعدة بيانات الشمول المالي في العالم (Global Findex) لعام 2017 فرصة لتوفير الخدمات المالية الرقمية للأشخاص الذين لا يملكون حساباً¹²².

يشير تقرير (McKinsey 2020) إلى العديد من المبادرات التي اتخذت في مصر لتوفير إمكانية أكبر للمرأة للوصول إلى المعاملات المالية عبر الهاتف النقال، وبالتالي تحسين شمولها المالي. ووقع بنك الإسكندرية مذكرة تفاهم استراتيجية مع المجلس القومي للمرأة، بدعم من البنك المركزي المصري، لضمان وصول المرأة إلى الخدمات المالية وغير المالية في كل محافظة وقرية في مصر. وتهدف المبادرة إلى تنفيذ خطوات

ويهدف هذا المشروع إلى زيادة جودة الحياة للمرضى ذوي الإعاقة ومقدمي الرعاية لهم من خلال تطوير تطبيقات للأجهزة القابلة للارتداء والهواتف النقالة¹¹⁹. ومن الأمثلة الأخرى التي أبرزها تقرير Intel/Dalberg (2012, p. 83) report رائداً أعمال مصرياً "وجداً فرصة لتقديم محتوى مصمم محلياً ومستنداً إلى معلومات قدمها الأطباء وخبراء تربية الأطفال" إلى الأمهات والأمهات المستقبليات. وأدى ذلك إلى إنشاء شركة تدعى SuperMama. وفي الصد نفسه، يتم رقمنة سجلات الولادة والوفيات في أماكن مثل المغرب، وقد اغتنمت سيدة أعمال واحدة على الأقل هذه الفرصة لتأسيس شركة متخصصة تركز على تقديم مثل هذه الخدمات (Olmsted and Odeh, 2018).

كما وفّرت جائحة كوفيد-19 فرصاً للتطورات التكنولوجية الجديدة في قطاع الصحة، لا سيما لتوفير خدمات الرعاية الصحية دون تعريض مقدمي الخدمات للخطر. ويوفر تطبيق الذكاء الاصطناعي نبته هيلث (الإمارات العربية المتحدة) مساعدة افتراضية تدعى Aya، وهي تساعد المرأة على تقييم الأعراض والمخاطر، لا سيما بين النساء ذوات الظروف الصحية الكامنة. وتقدم الخدمة أيضاً عن طريق الرسائل القصيرة إلى النساء اللواتي لا تتوفر لديهن إمكانية الوصول إلى الهواتف الذكية أو الأجهزة الأخرى لاستخدام التطبيق. فتشرح لهن المساعدة المخاطر التي قد يواجهنها مع تفشي جائحة كوفيد-19 بسبب ظروفهن الصحية الكامنة، كما يمكنها توجيه المستخدمين إلى مواد قراءة إضافية¹²⁰.

OECD, 2018b 121

Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar and Jake Hess. 2018. The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fin-tech Revolution. Washington, D.C.: World Bank 122

ESCWA, 2020b, p. 152 119

Tynes, N. (2020). Arab healthcare innovation responds to pandemic. *Nature Middle East*, 12 June. Available at <https://www.natureasia.com/en/nmiddleeast/article/10.1038/nmiddleeast.2020.62> 120

ولا يجب أن تراعي الاستراتيجيات التي تركز على الإثبات نوع الخدمات المقدمة فحسب، بل أيضاً كيفية تقديم هذه الخدمات. في المنطقة العربية، يتولى وكلاء من الذكور إدارة معظم أنظمة الدفع الإلكتروني. وتبين أن المرأة قد تشعر بعدم الارتياح في التعامل معهم بسبب الأعراف السائدة. في الأردن ومصر، عمل صندوق مشاريع المرأة العربية مع كبار مزودي خدمات الدفع الإلكتروني لإنشاء شبكات دفع إلكترونية نسائية. وساعد أيضاً هذا التركيز على ضرورة شعور المرأة بالارتياح حيال استخدام الخدمات في بناء الثقة في الخدمات الرقمية، وفي توسيع نطاق استخدامها والوصول إليها¹²⁵.

كان التمويل الجماعي محط الاهتمام في الآونة الأخيرة باعتباره ابتكاراً تحويلياً يوفر للأفراد والشركات الناشئة والشركات القائمة سبلاً لتعبئة الموارد المالية. ومع ذلك، تُعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساسية لتحقيق الفوائد المنشودة للتمويل الجماعي بشكل كامل. ووفقاً لدراسة أجرتها شركة PricewaterhouseCoopers، تنجح المرأة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشكل أكبر، على غرار المرأة في جميع البلدان الأخرى حول العالم، في زيادة التمويل الجماعي المبدئي وتحقيق أهدافها المالية، للحصول على الأموال اللازمة لإطلاق شركتها الخاصة وتحقيق إمكاناتها في مجال ريادة الأعمال¹²⁶.

ملموسة لتحسين الشمول المالي للمرأة التي تعيش في المناطق الريفية وفي الوقت نفسه تحسين المستوى العام للإلمام بالأمور المالية من خلال تطبيق الهاتف النقال. ويساعد صندوق مشاريع المرأة العربية، الموجود أيضاً في مصر، النساء الفقيرات على تحسين شمولهن المالي من خلال زيادة وعيهم وفهمهم وثقتهم في الخدمات المالية الرقمية. ويدعم أيضاً تطوير استراتيجيات تركز على المرأة ونماذج مبتكرة لسد الفجوات الرقمية والمالية بين الجنسين.

ويعتبر إدراج الخدمات غير المالية من العناصر المهمة التي يجب مراعاتها عند تقديم الخدمات المالية الرقمية. وفي الكثير من الحالات، تواجه المرأة صعوبات في استخدام الخدمات الرقمية بسبب محدودية الفهم والمعرفة بشأن الاستخدام والفوائد، وكذلك عدم الثقة في البيئة الرقمية. في لبنان مثلاً أطلق مصرف BLC بالتعاون مع برنامج الخدمات المصرفية للمرأة التابع لمنظمة التمويل الدولي مبادرة¹²³ "We Initiative"، وهي منصة رقمية مخصصة للمرأة. وتضطلع بدور منتمدي يمكن للنساء من خلاله التواصل وتبادل الأفكار وإجراء مناقشات حول مختلف القضايا. كما توفر إمكانية الوصول إلى المقالات المتعلقة بالتمويل والمال، وأدوات العمل، وإمكانية التشاور مع الخبراء حول مجموعة متنوعة من القضايا المتعلقة بالأعمال التجارية المتنامية¹²⁴.

Marketlinks (2020). Making Digital Finance Work for Women in the MENA Region: 8 Lessons from the Field. 27 April. Available at <https://www.marketlinks.org/resources/making-digital-finance-work-women-mena-region-8-lessons-field>.
125
<https://www.pwc.com/gx/en/diversity-inclusion/assets/women-unbound.pdf> 126

123 للمزيد من المعلومات، يرجى الرجوع إلى <https://www.we-initiative.com/>

BLC Bank, 2020. Training: business tools. Available at <https://www.bclcbank.com/content/expand/learning.aspx?modid=1&type=2> 124

الإطار 4. زيادة إمكانية الوصول إلى الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال في الأردن

في الأردن، لا تحصل المرأة بشكل كاف على الخدمات المالية عموماً، والخدمات المالية الرقمية خصوصاً، كما أن الفجوة بين الجنسين في الشمول المالي هي من بين الأعلى في العالم. هناك تناقض بين تزايد إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا من جهة – إذ أن العديد من النساء الأردنيات يملكن هاتفاً نقالاً – وانخفاض الإقبال على الخدمات المالية الرقمية من جهة أخرى. في هذا الإطار، دخلت الشركة الأردنية لأنظمة الدفع والتقاص (JoPACC)، التي أسسها البنك المركزي الأردني، في شراكة مع صندوق مشاريع المرأة العربية (AWEF) لإجراء تجربتين رقميتين في 2020/2019 للتوصل إلى فهم أفضل لأسباب انخفاض إقبال المرأة على الخدمات المالية الرقمية، وتحليل السلوك المالي للمرأة والنظر في التدخلات التي يمكن أن تحفز حصول المرأة على الخدمات المالية الرقمية واستخدامها.

وسلّطت التجربتان الضوء على محافظ الهاتف النقال، وهي حسابات مالية افتراضية نصل إليها من خلال تطبيقات الهاتف النقال حيث يكون رقم الهاتف النقال هو رقم الحساب. ويمكن استخدامها في مجموعة من المعاملات المالية، بدءاً من تحويل الأموال ودفع الفواتير وصولاً إلى التسوق عبر الإنترنت والادخار. ونظرت التجربتان في تأثير إدارة برنامج ولاء للمرأة وتأثير رقمنة المدفوعات وصداد القروض الصغيرة على النشاط المالي للمرأة.

في حين تتوافق الآراء على أن الإقبال على محافظ الهاتف النقال سيكون سريعاً نظراً لفوائدها العديدة، يتمثل العائق الرئيسي للإقبال في نقص المعرفة والثقة في الخدمة عند التعامل مع السكان غير المودعين. وبالتالي، تبين أن تحفيز فتح محافظ الهاتف النقال لم يكن فعالاً إلا عندما يكون مصحوباً بجلسات توعية مالية متعمقة و/أو عند التعامل مع وكلاء فتح حساب من الإناث. وفي حين أن برامج الولاء التي تستهدف العملاء الإناث لم تكن كافية بحد ذاتها لتحفيز فتح المحفظة، إلا أنها أدت إلى زيادة في الاستخدام الفاعل لمحفظة الهاتف النقال بمجرد فتحها.

تُظهر التجارب التي أجرتها JoPACC و AWEF عدم كفاية افتراض القطاع المصرفي أن فوائد الخدمات الرقمية الجديدة غنية عن البيان، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالسكان غير المودعين، المتمثلين في النساء. وعضواً عن ذلك، يجب تنفيذ التدخلات المراعية للفوارق بين الجنسين، مثل جلسات التوعية المالية، والاتصال بالوكلاء من الإناث، والبرامج التي تستهدف العملاء من الإناث على وجه التحديد، للوصول إلى الفئات السكانية التي كانت تفتقر إلى الخدمات سابقاً.

المصدر: JoPACC, AWEF and UKAID, 2020.

4. المرأة منتجة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تحظى المرأة في المنطقة العربية بتمثيل جيد في تعليم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، ما يوفر فرصة للنساء اللواتي يطمحن للانخراط في قيادة الأعمال ليصبحن منتجات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وهذا الأمر مهم خصوصاً في ضوء الحجج القائلة بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساسية لتحقيق قفزات نوعية كما أفاد Steinmueller (2001). فعلى سبيل المثال، قد تكون رائدات الأعمال مؤهلات بشكل خاص لتحديد الطرق

التي يمكن من خلالها حشد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمواجهة التحديات المتعلقة بالمساواة بين الجنسين، ولكن أيضاً وبشكل أعم للمساهمة في الابتكارات التي تعمل على زيادة رفاه المستهلك، وتوسيع نطاق الخيارات الصديقة للبيئة، إلخ.

ومن الجدير بالذكر أن البيانات المستمدة من المسوح المتعلقة بالشركات (للمنطقة العربية ككل) توّضح أنه من بين مزودي خدمات تكنولوجيا المعلومات، 22 في المائة لديهم على الأقل شركة واحدة تملكها امرأة، مقابل 13 في المائة للعينة ككل. ولسوء الحظ، تسجل المنطقة العربية مستويات دون نظرائها من

وفي لبنان، يتوفر لدى Berytech¹³⁰ برنامج حاضنات أعمال يمكن لأي شخص يطمح إلى الانخراط في قيادة الأعمال التقدم بطلب للانتساب إليه وهو يوفر العديد من فرص التمويل، ودعم الأعمال، والتوجيه، والتواصل، وحتى المساحات المكتبية القابلة للتأجير للشركات الناشئة. وتدير المنظمة مجموعة متنوعة من البرامج التي تركز على مجالات محددة مثل الطاقة النظيفة، والصحة، والزراعة، وتجري منافسات للابتكارات الجديدة مع التركيز على قيادة الأعمال الاجتماعية. إحدى هذه المنافسات منافسة "المرأة الفرنكوفونية في قيادة الأعمال" التي تنظم بالتعاون مع الوكالة الجامعية للفرنكوفونية في الشرق الأوسط، وجريدة "لوريون لوجور"، ومجلة "le Commerce du Levant". وتدعو هذه المنافسة السنوية رائدات الأعمال إلى تقديم مشروع، بناءً على الفئات ذات الأولوية لهذا العام¹³¹.

إنّ WOMENA¹³² شركة إعلامية تركز على تعزيز دور المرأة في قيادة الأعمال في جميع أنحاء المنطقة العربية. وبالتعاون مع برنامج "المرأة والتكنولوجيا" الذي أطلقه بنك ستاندرد تشارترد، تنظم WOMENA برنامج التسريع Womentum، وهو برنامج مختلط يمتد على 3 أشهر ويضم مكونات في الموقع (الإمارات العربية المتحدة) ومكونات عن بُعد (منزلية) تركز على الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا بقيادة النساء.

يتداخل أيضاً جزء كبير من إنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع مجالات الاتصال

حيث مخرجات الابتكار والاستخدام الفعال للتقنيات في أنظمة إنتاجها، ويوضح مؤشر الابتكار العالمي (GII) تدهور الوضع في الدول العربية في السنوات الأخيرة¹²⁷. وفي الوقت نفسه، يعمل عدد من الدول العربية على تعزيز مكانتها لتكون ريادية في مجالات التكنولوجيا المختلفة. وتبدي الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية خصوصاً اهتماماً بالتقدم في مجالات الروبوتات والذكاء الاصطناعي¹²⁸. ونظراً للمشاركة الفاعلة للمرأة العربية في مجالات عدة مثل علوم الكمبيوتر والهندسة¹²⁹، يشكل هذا المجال أحد المجالات التي يجب أن تحظى فيه رائدات الأعمال المحتملات بالدعم.

وفي المنطقة العديد من المبادرات الجارية على شكل برامج الحاضنات والمسرعات. وتدعم معظم هذه البرامج تطوير رواد الأعمال من الرجال والنساء بينما يستهدف البعض الآخر النساء تحديداً. وغالباً ما يكون تركيز هذه البرامج عاماً جداً، ويمكن أن يشمل أي شركة ناشئة تُستخدم فيها التكنولوجيا، والشركات الناشئة حيث تكون التكنولوجيا هي المنتج على وجه التحديد. مثلاً، تبذل الحاضنة الفلسطينية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات جهوداً خاصة لدعم وتحفيز رائدات الأعمال ليتقدمن بطلب لبرنامج الحاضنة الخاص بها، وفي عام 2012 أطلقت برنامج احتضان أعمال خاص للنساء. كما أنشأت حاضنة بادر لتقنية المعلومات والاتصالات في الرياض، المملكة العربية السعودية، حاضنة ملحقة لرائدات الأعمال (OECD, 2014, p. 92).

131 للمزيد من المعلومات، يرجى الرجوع إلى <https://competitions.berytch.org/ffe/>

132 See <https://womens.com/>

127. ESCWA, 2019c

128. Kaul, 2018

129. Olmsted and Odeh, 2018

130 <https://berytch.org/>

ويشكل دعم الابتكارات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي توفر فائدة اجتماعية على نطاق أوسع، أحد المجالات التي تعزز دور المرأة كرائدة أعمال وتعالج الجوانب الأخرى لعدم المساواة بين الجنسين. ويمكن لصانعي السياسات مثلاً دعم المبتكرين، الذين يركزون على أجهزة توفير الجهد التي تخفف من عبء العمل غير المدفوع الأجر على المرأة (مثل الغسيل والطهي وجمع المياه والأخشاب). ومن المرجح أن يعود هذا التقدم بالفائدة على رواد أعمال الكفاف الحاليين والمحتملين في الحالات التي تمنعهم أعباء العمل غير مدفوع الأجر من إنشاء شركة أو توسيع الأعمال، ولكن يمكنه أيضاً أن يوفر فرصاً للنساء المبدعات لتطوير منتجات جديدة.

يمكن استخدام العديد من المبادرات للمساعدة على توفير فوائد اجتماعية للنساء، وضمان تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلبي احتياجاتهن. والهاكاثون هو من ضمن هذه المبادرات التي تجمع بين المتخصصين في الترميز والتصميم والتطوير، وتمنحهم وقتاً قصيراً للعمل في فرق للتوصل إلى حل لمشكلة معينة أو ابتكار فكرة. وفي عام 2020، نظمت دولة الإمارات العربية المتحدة "هاكاثون يلا فينتك 2020"، وطلبت من المشاركين في مجال تقديم الخدمات المالية الرقمية تطوير أدوات أو تطبيقات تركز على الفئات المستبعدة، بما في ذلك النساء¹³⁵. وفي عام 2015، أجرى لبنان أول هاكاثون للنساء فقط تحت عنوان "She Develops" في الجامعة الأميركية في بيروت. وتنافست

والتسويق، لا سيما عندما يتعلق الأمر بتصميم وصيانة المواقع الإلكترونية. ويشكل هذا المجال أحد المجالات الواعدة الأخرى التي يمكن لرائدات الأعمال الانخراط فيه.

التكنولوجيا المالية واعدة للنساء، واستفاد البعض منها بالفعل، حيث أدرجت 4 نساء في قائمة عام 2018 لأفضل 50 شخصية بارزة في مجال التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط¹³³. ولا تُعتبر التكنولوجيا المالية مجالاً جديداً بالكامل، لكن ساهم تقدم التقنيات الرقمية في تغيير المجال تماماً، فتحول التركيز من النهاية الخلفية للأنظمة المالية التقليدية إلى توفير المزيد من الخدمات والأدوات الموجهة نحو المستهلك، ما يشير إلى توفر فرص جديدة. وفي البحرين، اجتمعت مجموعة من النساء، اللواتي التقين في فعاليات مختلفة في مجال التكنولوجيا المالية، ليشكلن في عام 2018 مبادرة البحرين للمرأة في التكنولوجيا المالية لضمان مراعاة المرأة في النظام البيئي المتطور وللمساعدة في تنمية هذا القطاع¹³⁴.

وفي مجالي التكنولوجيا والابتكار، هناك عدد قليل من المجالات التي لا تقدم فرصاً لدور المرأة في ريادة الأعمال. وتفتقر المنطقة إلى مجالي البحث والتطوير، لا سيما في العلوم والتكنولوجيا والابتكار، وستوفر أمام رائدات الأعمال فرصاً كبيرة في تطبيق التكنولوجيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي وسلسلة الكتل، وإنترنت الأشياء، لتعزيز التنمية الاجتماعية والاقتصادية الشاملة.

<https://www.sme10x.com/industry/bahraini-women-launch-women-in-fintech-initiative>

GIZ (2020). Yalla Fintech 2020 – Arab Hackathon for Financial Inclusion. Available at <https://www.fintech-galaxy.com/hackathon/hackathondetail?hid=110>

Lattice80 (2018). Top 50 Fintech Influencers in Middle East. 29 March. Available at <https://www.lattice80.com/top-50-fintech-influencers-middle-east/>

Wadhwa, P. (2019). Bahraini women launch Women in FinTech initiative. SME10x, 11 July. Available at

لا سيما في سياق جائحة كوفيد-19، إلى توفر فرصة كبيرة للمرأة للاستفادة من خبرتها واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتصبح رائدة أعمال. وأخيراً، بينما تحظى المرأة بتمثيل فعال في مجالات تعليم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، فقد واجهت صعوبات للانتقال من مرحلة التعليم إلى العمل. وعندما تحظى بالدعم المناسب، تمثل المرأة في هذه المجالات مجموعة محتملة من رواد الأعمال في مجال إنتاج وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. سيبحث القسم التالي في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم الدعم لرائدات الأعمال للتغلب على التحديات المرتبطة بنوع الجنس التي يواجهونها بمجرد أن يصبحن رائدات أعمال.

المجموعات لإنشاء تطبيق Android أساسي يهدف إلى حل مشكلة تجارية أو اجتماعية معينة¹³⁶. يمكن أن تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدواراً عدّة في تعزيز مسار رائدات الأعمال في المنطقة العربية. ويمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساساً لتوفير التعليم اللازم للنساء لكي يصبحن رائدات أعمال – بدءاً من مهارات القراءة والكتابة الأساسية وصولاً إلى دورات أكثر تعمقاً في مجال اهتمامهن. وبهذه الطريقة، يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوصول إلى النساء اللواتي لم تتوفر لديهن إمكانية الوصول إلى هذه الفرص التعليمية في السابق. وتشير الرقمنة التي تزداد انتشاراً في قطاعي التعليم والصحة،

الإطار 5. حقوق الملكية الفكرية ودور المرأة في ريادة الأعمال

تؤدي حقوق الملكية الفكرية دوراً رئيسياً في البحث والتطوير، وتعزيز الابتكار، وريادة الأعمال، وحماية رأس المال البشري. ومع ذلك، لا يوجد سوى عدد قليل من البلدان العربية التي تبنت استراتيجية وطنية بشأن الملكية الفكرية التي تشجع وتسهل إدارة حقوق الملكية الفكرية وحمايتها. كما أن هناك فجوة كبيرة بين الجنسين لا تزال قائمة في حقوق الملكية الفكرية. فعقد النساء اللواتي تقدمن بطلبات للحصول على براءات الاختراع عبر معاهدة التعاون بشأن البراءات، كان أكبر في المغرب والإمارات العربية المتحدة منه في البلدان العشرين التي قدمت طلبات، ومع ذلك، ما زال عدد النساء اللواتي يتقدمن بطلبات للحصول على براءات الاختراع ويحصلن عليها قليلاً مقارنة بالرجال.

وتترك الفجوة في حقوق الملكية الفكرية أثراً على التمكين الاقتصادي للمرأة، ونجاح الشركات وتوافر التمويل لها. وفي حين يزداد عدد النساء في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات (المرتبطة عادةً ببراءات الاختراع)، لكن لم يرتفع عدد الطلبات التي تقدمت بها النساء في هذه المجالات للحصول على براءات الاختراع. وخلصت الدراسات إلى أن المرأة تواجه حواجز اجتماعية معينة، ومن المستبعد أن تسعى إلى إضفاء الطابع التجاري وتسويق أعمالها لشركاء للحصول على براءات اختراع. ومع ذلك، لا تزال البيانات ضئيلة جداً لتشرح بالكامل العقبات والقيود التي تمنع المرأة من المشاركة في نظام البراءات.

وتعمل المنظمة العالمية للملكية الفكرية على تحسين مشاركة المرأة في أنظمة براءات الاختراع من خلال تنظيم ورش العمل، والاجتماعات مع رواد الأعمال، والمبدعين، والعلماء، وكذلك المسؤولين الحكوميين. وتشكل الملكية الفكرية جزءاً من البيئة الريادية لأنها من المحتمل أن تكون محركاً للابتكار والإبداع. لذلك، من الضروري أن تكون حقوق الملكية الفكرية عنصراً وأن تؤخذ بعين الاعتبار عند بناء قدرات رائدات الأعمال في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات أو عند تزويدها بالآليات التي تساعد على التفوق في مجال التكنولوجيا.

المصدر: الإسكوا (2019d) الملكية الفكرية لتشجيع الابتكار في المنطقة العربية. بيروت. متوفر على <https://www.unescwa.org/publications/intellectures-property-innovation-arab-region>

باء. التغلب على القيود المرتبطة بالتنقل والوقت

كما ناقشنا سابقاً، تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية، كما هو الحال في أنحاء أخرى من العالم، حواجز التنقل، الناجمة عن القيود القانونية و/أو المعايير الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى قيود زمنية كبيرة بسبب التزامات الرعاية غير مدفوعة الأجر، وتؤثر جميع هذه العوامل على قدرتهن على إنشاء شركة وإدارتها. وفي حين لا تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حلاً طويل الأجل أو شاملاً لحواجز التنقل، فهي تسمح للمرأة بالانخراط في ريادة الأعمال في وجه القيود المفروضة على تحركاتها. وتفاقت قيود التنقل بسبب تدابير الإغلاق الشامل التي نفذت في إطار جائحة كوفيد-19، ما لم يؤثر على رائدات الأعمال فحسب، بل أيضاً على قاعدة العملاء والموردين المحتملين.

تشكل التجارة التي تجري بواسطة الهواتف النقالة أو الأجهزة اللوحية، والتي أصبحت تُعرف باسم التجارة الإلكترونية، وسيلة فعالة للتغلب على التحديات الرئيسية التي تواجه بعض رائدات الأعمال في المنطقة العربية، لا سيما من حيث حواجز التنقل والقيود الزمنية. وبواسطة التجارة الإلكترونية، يمكن تنفيذ معظم عملية سلسلة التوريد لشركة ما عبر الإنترنت، إن لم يكن كامل العملية، من التعامل مع الموردين والعملاء إلى تنفيذ أنشطة التسويق عبر الهاتف النقال وتقديم المنتجات وتوزيعها. وإذا استخدمت بنجاح، يمكن للتجارة الإلكترونية تمكين رائدات الأعمال من إطلاق وتشغيل شركة عالمية، بدلاً من مجرد التركيز على جذب عملاء في منطقة جغرافية واحدة¹³⁷.

وتشمل التحديات أمام التنفيذ الناجح للتجارة الإلكترونية في المنطقة أمن المعاملات عبر الهاتف النقال، وانعدام الثقة في التجارة عبر الهاتف النقال في المنطقة، وعدم توفر نظام رمز بريدي دقيق في بعض البلدان. يرى (Ameen 2016) أنه لاستخدام التجارة الإلكترونية بنجاح لدعم رائدات الأعمال، ينبغي على المبادرات الحكومية وصانعي السياسات تعزيز وتنظيم استخدامها.

وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة فعالة تسمح للمرأة بإطلاق مشاريع أعمال وإدارتها من المنزل. في السودان، تساهم الأعراف الدينية والثقافية كثيراً في النقاش حول ما إذا كان ينبغي للمرأة أن تعمل خارج المنزل أم لا، وبأي شروط. وبحث (Steel 2017) في كيفية تيسير ممارسات الهاتف النقال في السودان لأشكال جديدة من دور المرأة في ريادة الأعمال من المنزل، مع التركيز على المرأة السودانية في الخرطوم والمعروفة باسم تاجرة الفيسبوك – أو تاجرة الفيس (تجار الفيسبوك) باختصار. هؤلاء النساء هن في الغالب من السودانيات المتعلقات، والكثير منهن كن يشغلن وظائف، ولكن اضطررن إلى توقيفها عندما تزوجن أو حملن. وكانت نظرة معظم النساء إلى التحول من امرأة عاملة إلى ربة منزل سلبية، وكن يتطلعن إلى المشاركة في الأنشطة الاقتصادية وتوسيع أوساطهن المهنية والاجتماعية، بينما يتجاوزن قيود التنقل المفروضة عليهن بسبب معايير المساواة بين الجنسين التقليدية. تستخدم النساء الهواتف الذكية بهدف تجارة السلع عبر الإنترنت، مثل مستحضرات التجميل، والملابس، والتوب (اللباس السوداني التقليدي للمرأة) وأكسسوارات الموضة، والعمود. ويرى Steel أن الهاتف النقال والهاتف الذكي أفسحا المجال أمام المرأة للحصول على مجموعة من الفرص، لزيادة الفرصة

غير مؤاتية ضمن سلسلة التوريد، لأنها تفتقر إلى معلومات حول الأسعار، وبالتالي لا تستطيع المساومة بفعالية. لذلك، يشكل الوصول إلى الإنترنت، والمهارات اللازمة لاستخراج المعلومات ذات الصلة، أداة قيمة لزيادة قدرة المرأة على الحصول على المعلومات ذات الصلة، والتي يمكن أن تساعد على التفاوض مع الجهات الفاعلة الأخرى داخل سلسلة التوريد، لإدراج الدخل وخفض تكاليفها.

وتستخدم العديد من برامج دعم تطوير الأعمال لرائدات الأعمال في المنطقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمساعدة رائدات الأعمال في الحصول على المعلومات وبناء الشبكات. "جمعية النساء المقاولات" هي جمعية رائدة لرائدات الأعمال في المغرب تضطلع بدور مركز عمليات موحد شامل لأعضائها، حيث تقدم التوجيه، والتدريب، والتطوير المهني، والوصول عبر الإنترنت إلى المعلومات المتعلقة بالتمويل ودورات التعلم الإلكتروني حول مجموعة من المواضيع¹³⁸.

يهدف منتدى سيدات الأعمال – مركز تطوير الأعمال للمرأة في فلسطين إلى تمكين سيدات الأعمال ورائدات الأعمال من تطوير ميزاتهن التنافسية. وتتمثل إحدى الطرق التي استخدموها لتشجيع رائدات الأعمال الفلسطينيات وبناء معارفهن ومهاراتهن وثقتهن، في تنظيم منافسة بشأن خطة الأعمال عبر الإنترنت للمرأة الفلسطينية في المنطقة الجنوبية من الضفة الغربية (بدعم من مبادرة الشراكة الشرق أوسطية). وتشجع المنافسة رائدات الأعمال على بدء وتطوير أعمالهن الخاصة من خلال التدريب والتوجيه والوصول إلى الشبكات. وتتلقي المرأة، التي تقدم عرض عمل تجاري، تدريباً وتوجيهاً عبر الإنترنت

للمناورات الاجتماعية والاقتصادية، والتفاوض على السلطة داخل وخارج المنزل.

تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بهدف تمكين المرأة من العمل من المنزل، على زيادة ربحية المرأة، وتعزز المعايير التقليدية وتحد من تنقل المرأة بشكل أكبر، وفق ما صرّحت (Anderson 2020) في النقاش حول تكييف المرأة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مشاريع الأعمال من المنزل في الأردن. أبلغت المرأة عموماً عن وجود تحديات عند الجمع بين ريادة الأعمال عبر الإنترنت ومسؤولياتها العائلية في المنزل، حيث يُتوقع من المرأة من ناحية إعطاء الأولوية للواجبات الأسرية، بينما يتوقع العملاء من ناحية أخرى التواصل الفوري. وبهذه الطريقة، فإن زيادة قدرة المرأة على الانخراط في ريادة الأعمال عبر الإنترنت من منزلها دون التطرق في الوقت نفسه إلى مسؤوليات العمل غير مدفوعة الأجر، يمكن أن تؤثر سلباً وتؤدي إلى زيادة عبء العمل على المرأة. لذلك، يجب توخي الحذر عند الاستنتاج بأن دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأعمال المنزلية يمكن أن يسهل هدف تمكين رائدات الأعمال.

جيم. الوصول إلى المعلومات وبناء الشبكات

لوصول إلى المعلومات المتعلقة بفرص التسويق، والأسعار، والموردين، والتدريب، والمنتجات المالية، وفرص التواصل، أهمية كبيرة لنجاح الأعمال. يؤكد Carr, Chen and Tate (2000) أن المرأة التي تعمل لحسابها الخاص غالباً ما تجد نفسها في ظروف

ومجتمع الأعمال والمنظمات النسائية، لاستخدام التجارة الدولية بهدف ربط المرأة وتمكينها اقتصادياً. وتتيح للشركات المملوكة من النساء الفرصة للتواصل مع شركات أخرى، وعرض المنتجات وشراؤها على المنصة عبر الإنترنت، وتعلم المهارات من خلال مساحة افتراضية للتعلم، وحضور ورش العمل والمعارض التجارية وغيرها من الأحداث التجارية. وتلاحظ منصة She Trades أنه وسط تفشي جائحة كوفيد-19، تزيد من تواجدها عبر الإنترنت من خلال الندوات عبر الإنترنت، والمنشورات، ومقاطع الفيديو، والتعلم الافتراضي لمواصلة دعم الأعضاء.

حول كيفية تطوير خطة عملها، وتتلقى صاحبة العرض الفائز (الفائزة في المنافسة) المزيد من الاستشارات المهنية والتوجيه ورأس مال أولي¹³⁹.

تسلط جائحة كوفيد-19 الضوء على أهمية كل من منصات بناء الشبكات والتواجد عبر الإنترنت عموماً. وكمثال على مبادرة خاصة ببناء الشبكات التي تزيد من انتشارها عبر الإنترنت بسبب الجائحة نذكر من She Trades MENA¹⁴⁰، وهي جزء من مبادرة She Trades العالمية¹⁴¹ التي تهدف إلى ربط ثلاثة ملايين امرأة بالسوق بحلول عام 2021. وتوفر المنصة الدعم الدولي من صانعي السياسات

الإطار 6. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة فرص الوصول إلى المعلومات

أظهرت العديد من الدراسات أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تكون وسيلة بسيطة لتوفير إمكانية وصول رائدات الأعمال إلى المعلومات الضرورية. وجدت مثلاً دراسة شملت 22 رائدة أعمال مصرية في القطاع الزراعي أن المرأة تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بطرق عديدة لزيادة إنتاجية أراضيها، وزيادة الوصول إلى الأسواق، والحصول على معلومات حول الأسعار. وتتمثل إحدى الطرق البسيطة التي يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساعد المزارعين فيها، على تحسين وصولهم إلى المعلومات حول الطقس - وتمكنت المرأة من خلال التحقق من الأحوال الجوية عبر الإنترنت من التصدي بشكل فعال لأكبر التحديات المتعلقة بالطقس، وتحسين حماية محاصيلها. وأشارت الدراسة إلى زيادة إدرار الإيرادات وسط زيادة الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالتالي الحصول على أشكال مختلفة من المعلومات عبر الإنترنت. فبمجرد أن اكتسبت المرأة المزيد من المعرفة وأثبتت لعائلتها أنها قادرة ليس فقط على إدارة الأرض بل أيضاً على زيادة إنتاجيتها وربحيتها، حتى أصبح بإمكانها أيضاً ممارسة حقها في إدارة الأرض من خلال المعرفة التي اكتسبتها.

وفي الهند، تهدف رابطة النساء اللواتي يعملن لحسابهن الخاص إلى توفير "الأمن المعيشي" لأعضائها. وترسل الرابطة كل يوم رسائل SMS للعمال الزراعيين لإبلاغهم عن أسعار السلع الفورية والمستقبلية المحدثة لكل سوق، حتى يتمكنوا من تحديد الزمان والمكان اللذين يحصلون فيهما على أفضل سعر لمنتجاتهم. ويعزز ذلك قدرة المرأة على التخطيط بشكل أفضل لزراعتها واتخاذ قرارات منطقية بشأن الحصاد. ولم تتمكن المرأة من زيادة دخلها فحسب، بل استطاعت أيضاً توفير الوقت والمال من خلال عدم اضطرارها إلى السفر للحصول على أحدث أسعار السوق^٣.

المصادر:

أ. El-Neshawy, 2014.

ب. GSMA, 2012, p. 39.

لا تتواصل وجهاً لوجه مع قاعدة عملائها، أو تواجه حواجز تنقل أخرى. وهناك العديد من الطرق التي يمكن للشركات من خلالها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل التواصل – وتشمل استخدام الهاتف النقال، والتواصل عبر البريد الإلكتروني، وتطوير المواقع الإلكترونية، والمشاركة في أشكال مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي. في الجمهورية العربية السورية مثلاً أدت بوابة شبكة المعرفة الريفية، التي تهدف إلى الربط بين القرى الريفية، وتزويدها بموارد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، دوراً مهماً في تسويق المنتجات الريفية، بما في ذلك الجرف اليدوية التي تصنعها المرأة¹⁴³.

وبالنظر إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل التواصل المباشر مع العملاء والمستهلكين، يسأل مسح الشركات عما إذا كانت الشركات تستخدم "البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء/الموردين"، ويشكل ذلك دليلاً على الدور الأساسي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ما يتعلق بالاتصالات الخارجية. في جميع أنحاء المنطقة، من المرجح أن تستخدم الشركات المملوكة جزئياً من النساء البريد الإلكتروني أكثر من الشركات غير المملوكة من النساء. وفي حين أن 76 في المائة من الشركات المملوكة جزئياً من النساء أجابت بنعم على السؤال، فإن 55 في المائة فقط من الشركات المملوكة فقط من الرجال أجابت بنعم. وتوضح البيانات أيضاً أن استخدام البريد الإلكتروني يختلف اختلافاً كبيراً عبر المنطقة، وأن البلدان ذات البنية التحتية السيئة يقل استخدامها للبريد الإلكتروني. في السودان مثلاً، أبلغت حوالي 66 في المائة من الشركات عن استخدام البريد الإلكتروني، مع عدم وجود فارق بين الشركات المملوكة أو غير المملوكة من النساء، ولكن في عدد من البلدان الأخرى (مثل المغرب وتونس)، تستخدم غالبية

وإلى جانب دعم تطوير الأعمال، تبين أن الإرشاد هو أداة فعالة لمساعدة رائدات الأعمال على تحديد الشبكات والمعلومات والفرص ذات الصلة والوصول إليها، غير أن رائدات الأعمال لا يتمتعن دائماً بالقدرة أو الوسائل اللازمة للعثور على المرشدين واكتسابهم. ويجمع البرنامج الذي أطلقته مؤسسة Cherie Blair لإرشاد المرأة في مجال الأعمال بين رائدات الأعمال من البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل وبين النساء والرجال المرشدين في أماكن أخرى من العالم. وتعمل رائدات الأعمال على انفراد مع مرشد أعمال متخصص لمدة عام، ويجتمعن عبر الإنترنت لمدة ساعتين في الشهر. وبالإضافة إلى البرنامج النظامي عبر الإنترنت، توفر المؤسسة منتدى عبر الإنترنت للأعضاء والخريجين، حيث يقوم الأعضاء من خلاله ببناء العلاقات وتبادل الأفكار والتعاون. تسمح هذه الحلول عبر الإنترنت لرائدات الأعمال بالحصول على المشورة عند الطلب، وتطوير مجتمعات عبر الإنترنت من الزملاء المحترفين، بمجرد التواصل عبر الإنترنت¹⁴². ومن المحتمل أن تفيد هذه البرامج خصوصاً النساء اللواتي يعانين من القيود المرتبطة بالوقت أو التنقل، أو يصعب عليهن مقابلة الزملاء من الذكور بسبب الأعراف الاجتماعية.

دال. الاتصالات والتسويق

وإلى جانب بناء شبكات مع المرشدين والمتخصصين في الصناعة، يؤدي التواصل مع العملاء، بما في ذلك التواصل المباشر وتسويق المنتجات/الخدمات على حد سواء، دوراً أساسياً في نجاح الأعمال. وينظر إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كألية مهمة للتواصل، وهي تكتسي أهمية خاصة للمرأة التي تعمل على شبكة الإنترنت أو تدير أعمالاً من المنزل، والتي

الإنترنت أكثر اندماجاً في ممارسات الشركات. ويوضح التحليل¹⁴⁵ الذي أجره الأردن لرائدات الأعمال التي تدير أعمالاً من المنزل أنه في حين يكفل التسويق عبر الإنترنت الأشكال التقليدية للوصول إلى العملاء (مثل انتقال الخبر بالكلام من شخص إلى آخر)، إلا أنه أكثر فعالية في الحفاظ على العملاء منه في تحديد موقعهم في المقام الأول.

وبالعودة إلى تحليل بيانات مسح البنك الدولي على مستوى الشركات، فإن إحدى النتائج المثيرة للاهتمام التي توصل إليها هي أن معدلات استخدام المواقع على شبكة الإنترنت من قبل الشركات المملوكة جزئياً من النساء تبقى أعلى باستمرار في جميع سياقات البلاد. في الوقت نفسه، يبدو أن الشركات المؤلفة بالكامل من النساء أقل استخداماً للمواقع على شبكة الإنترنت مقارنة بأنواع الشركات الأخرى. وبمعنى آخر، تسجل الشركات المؤلفة بالكامل إما من الرجال أو من النساء معدلات أدنى من تلك المؤلفة من الرجال والنساء على حد سواء، علماً أن الشركات المؤلفة بالكامل من النساء تسجل أدنى المعدلات، مع ضرورة توخي الحذر تجاه تفسير هذه النتيجة، نظراً إلى أن عدد تلك الشركات المشمول في العينة كان ضئيلاً. وتعتبر هذه النتائج مهمة لثلاثة أسباب: أولاً، هناك مجال واسع للنمو في المنطقة العربية في ما يتعلق باستخدام مواقع شبكة الإنترنت وغيرها من استراتيجيات التسويق والتواصل القائمة على شبكة الإنترنت للوصول إلى العملاء؛ هناك تباين كبير داخل المنطقة، ما يشير إلى ضرورة التعاون بين بلدان الجنوب كاستراتيجية لتعزيز هذه النتيجة؛ وأخيراً، تجدر الإشارة إلى أن الشركات المملوكة جزئياً من النساء رائدة من حيث اعتماد هذه الأنواع من التكنولوجيا، ولكن الشركات المملوكة بنسبة 100 في المائة من النساء لا تستطيع على الأرجح مجاراتها. ويجب إجراء المزيد من التحليلات لفهم سبب هذه

الشركات البريد الإلكتروني، وإما لا فوارق إحصائية حسب نوع الجنس لأصحاب الشركات، أو من الأرجح أن الشركات المملوكة من النساء تستخدم البريد الإلكتروني أكثر. كما توضح البيانات حدوث تغييرات كبيرة في السنوات الأخيرة، حتى في البلدان ذات البنية التحتية السيئة، مثل موريتانيا. وذكرت بيانات موريتانيا لعام 2006 أن 39 في المائة فقط من الشركات تستخدم البريد الإلكتروني، ولكن بحلول عام 2014، زاد هذا العدد إلى 83 في المائة، مع الإشارة إلى أن الشركات المملوكة جزئياً من النساء سجلت معدلات أعلى من المتوسط المسجل في البلاد.

أدى التقدم في تكنولوجيا الاتصالات إلى تغيير استراتيجيات التسويق التقليدية لتتلاءم مع المستهلك الجديد. ووجدت دراسة عن الاستراتيجيات الترويجية التي يفضلها طلاب الجامعات في الأردن ولبنان ودبي أن هؤلاء العملاء اختاروا شبكة الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات عند اتخاذ قرارات بشأن المنتجات الغربية الصنع، مثل الإلكترونيات، والملابس والسلع الفاخرة¹⁴⁴. وعلى الصعيد العالمي، استخدمت الصفحات على شبكة الإنترنت كاستراتيجية عمل لمدة أربعين عاماً على الأقل (Cockburn and Wilson, 1996). غير أن استخدام الصفحات على شبكة الإنترنت شهد تباطؤاً في المنطقة العربية، حيث أظهرت مسوح الشركات الأخيرة أن أقل من نصف المستجيبين بمجملهم (46 في المائة) يشيرون إلى أنهم يملكون موقعاً على شبكة الإنترنت. وفي موريتانيا، ارتفع المعدل من 10 إلى 39 في المائة بين عامي 2006 و2014، بينما شهدت اليمن تباطؤاً، حيث ارتفع المعدل من 28 إلى 38 في المائة بين عامي 2010 و2013، وكذلك الأمر في فلسطين، حيث ارتفع المعدل ببطء من 38 إلى 45 في المائة بين عامي 2013 و2019. أما لبنان والمغرب وتونس فهي من البلدان التي تكون فيها المواقع على شبكة

المستجيبين رأوا أن الملفات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي – لا سيما على فيسبوك ولينكد – ساعدت في تحسين أعمالهم، وأن متوسط المستجيبين حقق إيرادات سنوية بقيمة 9109 دولارات أمريكية من فيسبوك. لكن هذه الدراسة قديمة نوعاً ما. فقد اتسع نطاق استخدام منصات التواصل الاجتماعي والوصول إليها منذ ذلك الوقت اتساعاً هائلاً، ما يشير إلى أن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية تسويق وتواصل ستزيد. ويشرّ ازدياد شعبية منصات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بآفاق واعدة، ليس فقط من حيث استخدام النساء لهذه الأدوات، بل أيضاً من حيث اعتبار رائدات الأعمال كمزودات لهذه الخدمات.

فلا ينبغي تقديم الدعم لرائدات الأعمال العربيات لمساعدتهن على تطوير استراتيجيات تواصل أفضل عبر وسائل التواصل الاجتماعي فحسب، بل يمكن أيضاً تشجيعهن على تزويد هذه الخدمات. ويشير مثلاً تقرير GSMA report (2012) إلى أن المرأة أصبحت بالفعل مزودة للهواتف النقال في العديد من البلدان المنخفضة الدخل. ويعرّف التقرير من جهة منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على أنها "منطقة تتسع فيها الفجوة بين الجنسين"¹⁴⁷، ولكنه يسلط الضوء أيضاً على رائدة أعمال في المملكة العربية السعودية التي تعمل في صناعة الهواتف النقال¹⁴⁸. وشاركت المرأة أيضاً في تطوير مجموعة من التطبيقات، ولم تُستثنى المنطقة العربية في هذا الصدد كما يتضح من سلسلة من الهاكاثونات التي استضافتها مؤسسة "النساء العربيات في مجال الحوسبة (WIC)"¹⁴⁹. كما قامت شركات الهواتف النقال مثل "زين" بدعم رائدات الأعمال في المنطقة¹⁵⁰.

الحالة وتحديد إمكانية الاستفادة من ذلك لتعزيز دور المرأة في ريادة الأعمال.

حالياً، يتجاوز التسويق عبر الإنترنت إلى حد كبير المواقع الإلكترونية وحدها، ويشمل أيضاً مجموعة واسعة من منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك إنستغرام وفيسبوك ولينكد إن. وإلى جانب البريد الإلكتروني، أصبحت تطبيقات الرسائل النصية وسيلة تواصل شائعة ومناسبة. ونذكر مثلاً على أحد هذه التطبيقات التي حققت نجاحاً كبيراً في المنطقة تطبيق واتساب. إذ توضح البيانات أن معدل انتشار هذا التطبيق هو 84 في المائة، بمعدلات تتراوح بين 99 في المائة (لبنان) و47 في المائة (دولة فلسطين) (ستاتيسستا، بدون تاريخ). ولسوء الحظ، لا تسأل بيانات مسح الشركات عن تطبيقات الرسائل النصية أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو غيرها من خيارات التواصل والتسويق التي أضافتها الشركات في الآونة الأخيرة. ومع ذلك، وجد المسح الذي أجرته كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية لعام 2017 للاتجاهات الإقليمية عبر شبكة الإنترنت أن 25 في المائة من المستجيبين استخدموا تطبيقات المراسلة الفورية للعمل بوجه خاص، بينما استخدم 8 في المائة تطبيقات المراسلة لكسب الدخل وتحقيق الأرباح¹⁴⁶.

ويفيد (2012) Assaf and others أنه للوصول إلى الأجيال الشابة والأسواق العربية الأكثر تعليماً، يجب إطلاق حملات متطورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقام (2012) Indrupati and Henari بتقييم فعالية شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من قبل رواد الأعمال في الخليج العربي. ووجد المصدر أن أكثر من 87 في المائة من

.GSMA 2012, p. 23 148

.Stephanie d'Arc Taylor, 2015 149

.GSMA, 2012, p. 23 150

.Salem, 2017, p. 23 146

.GSMA, 2012, p. 16 147

4. الخلاصات والتوصيات

ألف. الخلاصات

قانونية واجتماعية وهيكلية شاملة، سعى هذا التقرير إلى النظر في ما إذا كانت ستسمح زيادة إمكانية وصول المرأة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها، بالتغلب على بعض التحديات. وتوفّر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فوائد خاصة لرائدات الأعمال في المنطقة العربية، نظراً إلى خبرتهن في العمل ومستوى تعليمهن. وبالنسبة لبعض النساء، تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التغلب على المعايير المجتمعية والعوامل الهيكلية التي تحد من تنقلهن، وقدرتهن على الوصول إلى الشبكات. ويمكن أن تُستخدَم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل المعاملات المالية (حتى في حال لم يملك شخص ما حساباً مصرفياً)، وتحسين جودة الاتصالات والوصول إليها، والتسويق بتكلفة منخفضة، وتحسين وصول المرأة إلى المعلومات الهامة، ودعم عملية التصنيع.

ويتوقف نجاح المرأة في العمل لحسابها الخاص على كل من العوامل الفردية والمؤسسية وعلى المستوى الكلي. وتشمل العوامل المؤسسية والعوامل على المستوى الكلي السياسات التي تدعم الأعمال، وفي الوقت نفسه تحقق التوازن بين الاحتياجات المجتمعية الأخرى. ومن الواضح أنّ أحد العوامل المؤسسية المهمة التي ينبغي التشديد عليها، هو مدى مساهمة معايير المساواة بين الجنسين الحالية في تهيئة الظروف التي تؤدي إلى إنشاء تحديات إضافية أمام المرأة، سواء على شكل سلوك تمييزي من جانب المصارف، أو عدم قدرة النساء على التواصل بفعالية بسبب المعايير القائمة. لذلك، يجب أن تستهدف التدخلات لدعم رائدات الأعمال، بما في ذلك تلك القائمة على حلول تكنولوجيا المعلومات

يتزايد الاعتراف بزيادة الأعمال كوسيلة هامة لتمكين المرأة اقتصادياً. وعلى الرغم من تزايد اهتمام النساء بزيادة الأعمال في المنطقة العربية، ما زلن لا يستطعن مجاراة الرجال في المنطقة ونظرائهنّ من الإناث في جميع أنحاء العالم من حيث الانخراط في ريادة الأعمال. ويتمثل أحد التحديات الرئيسية في أن مسار دور المرأة في ريادة الأعمال ضعيف للغاية بسبب انخفاض معدلات مشاركة المرأة في القوى العاملة تاريخياً، وارتفاع معدلات بطالتها، وزيادة تركّزها في القطاع العام. وعلى الرغم من التباين الكبير بين البلدان وبحسب مستويات التعليم، تحدّ اتجاهات العمالة من عدد النساء اللواتي يتمتعن بخبرة ضرورية في القطاع الخاص لبدء أعمالهن الخاصة.

وبمجرد اتخاذ قرار الانخراط في عالم الأعمال، تواجه رائدات الأعمال في المنطقة العربية مجموعة جديدة من التحديات، بدءاً من البنية التحتية المحدودة أو السيئة، وصولاً إلى المعايير والتوقعات المرتبطة بقضايا الجنسين التي تشكل عقبات لا يواجهها نظرائهن من الرجال. وتشمل هذه العقبات الحصول على التمويل، والقيود الزمنية المتعلقة بأعباء العمل غير مدفوع الأجر، والحوافز القانونية، وقيود التنقل، والافتقار إلى شبكات ونماذج يحتذى بها، والافتقار إلى دعم تطوير الأعمال الذي يراعي الفوارق بين الجنسين.

وبينما سيتطلب التغلب على الحواجز التي تواجه رائدات الأعمال على المدى الطويل إصلاحات

والاتصالات، الاحتياجات الفردية وكذلك العوامل المؤسسية على نطاق أوسع.

تبرز أهمية ذلك بشكل خاص في إطار جائحة كوفيد-19. فعلى الصعيد العالمي، ازداد الضعف الاقتصادي للمرأة، حتى في ظل عدم استقرار العلاقة التي تربطها بالعمل المدفوع الأجر، والتي أفسدتها الأجور المنخفضة وانعدام الأمن. وأدت جائحة كوفيد-19 ومتطلبات العزلة الاجتماعية التي تليها إلى زيادة أعباء العمل غير مدفوع الأجر على المرأة، الأمر الذي أدى إلى انخفاض قدرتها على البقاء فاعلة كموظفة مدفوعة الأجر. وانطلاقاً من ذلك، تزداد أهمية دعم المبادرات التي تقوم بها النساء في مجال ريادة الأعمال، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تؤدي دوراً رئيسياً في تحقيق هذا الهدف.

لن تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتصحيح جميع العقبات المرتبطة بالفوارق بين الجنسين والتي ينبغي على المرأة التغلب عليها، ويجب اعتماد حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالتوازي مع إصلاحات أكثر شمولاً ودعم رائدات الأعمال. ومع ذلك، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جزءاً لا يتجزأ من الأعمال في جميع أنحاء العالم، لدرجة أنه من الضروري لرائدات الأعمال اعتماد حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمحافظة على قدرتهن التنافسية. لذلك، يشكل دعم استخدام رائدات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هدفاً ذا أهمية كبيرة.

وتوضح البيانات الحالية أن وصول المرأة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها يختلف كثيراً حسب البلد والمنطقة ومستوى الدخل. ولا تزال الفجوات بين الجنسين من حيث استخدام الإنترنت والهاتف النقال قائمة في العديد من المجتمعات، لا سيما في البلدان المنخفضة الدخل.

وفي سياقات عديدة، تحد القيود الشديدة المفروضة على البنية التحتية من قدرة رواد الأعمال على إدماج حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. أما التراجع في توفير الكهرباء وضعف البنية التحتية للاتصالات، فهما أمران بارزان. كما يساهم النظام التعليمي في عدد من البلدان في عدم جهوزية العمال. وتزيد أوجه القصور هذه بدورها من صعوبة إدماج حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وتوضح البيانات الواردة في هذا التقرير أن المنطقة العربية لا تزال متأخرة عن غيرها من الدول، من حيث اكتساب مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا سيما المهارات الأساسية والقياسية. أما الأمر الذي يزيد من تفاقم القضايا المتعلقة بالوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإلمام بالقراءة والكتابة، فهو حقيقة المحتوى المحدود الذي أنتج باللغة العربية لشبكة الإنترنت، ما يعني أنه حتى إذا تمكن الفرد من الوصول إلى شبكة الإنترنت، ستكون استخداماته لها محدودة في حال كان لا يجيد اللغة الإنكليزية. وبالمثل، توضح أنماط البيانات أن الإنترنت لا تزال تُستخدم في المقام الأول للترفيه بدلاً من المعاملات التجارية، ما يخفف من إلمام المرأة بالإنترنت ومن قدرتها المحتملة على الاستفادة منها كأداة لإدراج الدخل. وحددت الشركات عبر الإنترنت في بلدان أخرى على أنها أساسية خصوصاً لنجاح المرأة، نظراً إلى قيود التنقل المحتملة والقيود الزمنية بسبب أعباء العمل غير مدفوع الأجر.

ونظراً إلى أن رواد أعمال الكفاف ورواد الأعمال التحويلية يواجهون تحديات مختلفة، يجب تصميم حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتتلاءم مع احتياجات المجموعتين على حد سواء. وترتبط ريادة أعمال الكفاف ارتباطاً وثيقاً بالفقر، وبالتالي من المرجح أن تنفذ تلك الأنشطة في سياقات تشدد فيها تحديات البنية التحتية. وتتسم الحلول التي تركز على أشكال التكنولوجيا التي يسهل الوصول إليها (مثل

- المعالين)، لتخفيف أعباء الرعاية غير مدفوعة الأجر على المرأة. ويمكن أن تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدواراً مختلفة من حيث تطوير وتسويق هذه الأنواع من الخدمات.
4. تحسين شبكات الأمان، مع التركيز على حماية رواد أعمال الكفاف من تقلبات الدخل لحمايتهم من خطر الخسارة. تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً في مراقبة تقلب الدخل وتسهيل توزيع الاستحقاقات.
5. إجراء إصلاحات قانونية، مع التركيز خاصة على ضمان إدراج بنود عدم التمييز المتعلقة بالوصول إلى الخدمات المالية في القوانين الحالية، مع الاستمرار في العمل على إلغاء بنود الطاعة وإصلاح قوانين الميراث.

2. دعم السياسات لتحسين مسار رائدات الأعمال

1. تسهيل انتقال المرأة من التعليم إلى العمل، مع التركيز على أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمساعدتها في الانتقال.
2. تقديم برامج لدعم بناء الثقة. ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا سيما وسائل التواصل الاجتماعي، أن تؤدي دوراً رئيسياً في بناء الثقة بين رائدات الأعمال المحتملات والحاليات.
3. توفير أساليب أفضل لتحديد رواد الأعمال المحتملين، وتزويدهم بالدعم المالي بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
4. دعم المرأة في تطوير مهارات إدارية أفضل، والاعتراف بالمهارات التي تتمتع بها بالفعل، مع الإشارة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تسهل فرص التدريب وبناء الشبكات.
5. تطوير برامج مشتركة لتعزيز مهارات المرأة في تحليل البيانات، وفي الوقت نفسه لتطوير إمكاناتها في مجال ريادة الأعمال.

الهواتف النقالة) بأهمية خاصة في هذه السياقات. ويمكن للمنطقة أيضاً أن تتخذ المزيد من الإجراءات لدعم رائدات التحويلية، واللواتي من المرجح أن يطورن أعمالاً من شأنها أن توفر العديد من فرص العمل وأن تطوّر مباشرة وإلى حد كبير ابتكارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وبشكل أعم، لا يجب اعتبار المرأة في المنطقة العربية بمثابة مستخدمة فحسب، بل أيضاً منتجة محتملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، نظراً لارتفاع معدلات النساء اللواتي يشاركن في مجالات تعليم العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات. ويكتسي دعم رواد الأعمال التحويلية، لا سيما أولئك الذين يركزون على العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، أهمية أساسية لدعم الابتكار، ونمو الاقتصاد الكلي، وتمكين المرأة.

باء. التوصيات

نظراً للتفاوتات داخل البلدان في المنطقة العربية وفيما بينها، يُنصح باتباع نهج ذي شقين يدعم كلاً من رواد أعمال الكفاف ورواد الأعمال التحويلية، مع الاعتراف بأن الاحتياجات والإمكانات الاقتصادية لهاتين المجموعتين غالباً ما تكون مختلفة جداً.

1. تحسين البنية التحتية

1. تحسين البنية التحتية الأساسية في مجالات الكهرباء والاتصالات في كل من البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل في المنطقة لتسهيل إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل أفضل.
2. تحسين البنية التحتية التعليمية، مع التركيز على بناء المهارات الرقمية.
3. دعم البنية التحتية لتطوير مرافق الرعاية المؤسسية (للأطفال وكبار السن وغيرهم من

3. دعم رواد الأعمال الحاليين باتباع السياسات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

1. النظر في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل وصول رائدات الأعمال إلى التمويل. تعتقد رائدات الأعمال في العديد من البلدان العربية أن نقص رأس المال يشكل عقبة رئيسية أمام النمو، ونظراً إلى إمكانية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمساعدة في إزالة الحواجز التي تحول دون الحصول على التمويل، يجب إعطاء أولوية قصوى لهذا الهدف.

(أ) تعزيز الدعم لرواد أعمال الكفاف لتمكينهم من الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛

(ب) الاعتراف بمحدودية قدرات المؤسسات ذات التمويل البالغ الصغر لإطلاق رواد الأعمال التحويلية، وزيادة إمكانية وصول المرأة إلى أشكال أخرى من التمويل.

2. تحديد طرق لتحسين وصول المرأة إلى المعلومات والأسواق.

(أ) دعم رائدات الأعمال في زيادة انتشارهن على شبكة الإنترنت/وسائل التواصل الاجتماعي؛
(ب) تزويد المرأة بالمهارات اللازمة لتوفير الخدمات في هذا المجال.

3. تحديد طرق لدعم وصول رائدات الأعمال إلى الشبكات الافتراضية وانتشارها على المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، وتسهيل التواصل بالمرشدين المحتملين عبر شبكة الإنترنت.

4. تحديد سبل دعم النساء المبتكرات، اللواتي يركّزن على منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعالج أوجه عدم المساواة بين الجنسين، بما في ذلك:

(أ) ابتكار حلول لقيود العمل غير مدفوع الأجر/الزمن؛

(ب) استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يمكنها سدّ الفجوات من حيث الإلمام بالقراءة والكتابة؛

(ج) إدخال التطبيقات التي تعالج جوانب أخرى من عدم المساواة بين الجنسين، مع التركيز على الدور الذي يمكن أن تؤديه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الحد من العنف القائم على نوع الجنس.

4. توصيات أخرى

1. نقل وتكييف المناهج التي فُعلت في مجالات أخرى لمعالجة عدم المساواة بين الجنسين، مثل تلك المصممة لتحسين وصول المرأة إلى السلطة السياسية، والتي قد تكون مرتبطة أيضاً بمعالجة مشاركة المرأة في ريادة الأعمال. وتشمل هذه المناهج:

(أ) إبراز النماذج النسائية التي يُحتذى بها والموجودة في المنطقة العربية، مثل النساء العربيات اللواتي أصبحن رائدات أعمال ناجحات؛

(ب) إدخال نظام الحصص في ما يتعلق بعضوية مجلس إدارة الشركة.

2. تشجيع التغييرات في معايير المساواة بين الجنسين لزيادة قدرة المرأة على التنقل، وصنع القرار. ويمكن أن تكون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساسية لتعزيز تغيير المعايير.

3. تشجيع التعاون عبر السياقات القطرية، نظراً إلى انتشار جماعة رواد الأعمال العرب على نطاق واسع، والسياقات المؤسسية المختلفة، والاختلاف من حيث انتشار دور المرأة في ريادة الأعمال الملحوظة في المنطقة العربية.

4. تحسين البحث وجمع البيانات المتعلقة بالاتجاهات في مجال دور المرأة في ريادة الأعمال:

المعلومات والاتصالات، وريادة الأعمال. ونظراً إلى ندرة البحوث الحالية، فإن بعض النتائج قائمة على التخمينات. وقد أجري عدد من الدراسات الوصفية حول التقاطع بين المساواة بين الجنسين، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وريادة الأعمال في المنطقة العربية، لكنها تستند إلى عينات صغيرة غير عشوائية، وترتكز خصوصاً في منطقة الخليج. وتجدر الإشارة إلى أن الدراسات النظرية والتجريبية الأوسع نطاقاً غير متوفرة.

(أ) ينبغي تحسين البيانات لتقييم أنماط دور المرأة في ريادة الأعمال في المنطقة. فبوجه خاص، لا تتوفر المعلومات عن شركات القطاع غير النظامي، ورواد أعمال الكفاف؛

(ب) ينبغي تنفيذ المزيد من الأعمال التحليلية المقارنة لتحديد البلدان التي ابتكرت برامج ناجحة لدعم رائدات الأعمال العربيات. وبشكل خاص، ينبغي النظر في حالة البلدان مثل لبنان وتونس والإمارات العربية المتحدة، التي حققت نجاحاً أكبر نسبياً؛

(ج) دعم البحوث التي تنظر في الصلة بين المساواة بين الجنسين، وتكنولوجيا

- Abdo, N. (2012). Promoting Women's Entrepreneurship in Lebanon: Enhancing Empowerment or Vulnerability?. *Al-Raida*, Issue 135-136-137, pp. 39-47.
- Abouzahr, K., Krentz, M., Harthorne, J. and Taplett, F.B. (2018). Why Women-Owned Startups Are a Better Bet. *Boston Consulting Group*. Available at <https://www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet>. Accessed on 2 November 2020.
- Al-Dajani, H. and Marlow, S. (2010). Impact of women's home-based enterprise on family dynamics: evidence from Jordan. *International Small Business Journal*, vol. 28, No. 5, pp. 470-486.
- Al-Izki, F. and Weir, G. (2014). Information Security and Digital Divide in the Arab World. *Proceedings of Cyberforensics*, pp. 15-24.
- Ameen, N.A. and Willis, R. (2016). The use of mobile phones to support women's entrepreneurship in the Arab countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 8, No. 4, pp. 424-445.
- Assaf, R.J., Noormohamed, N.A. and Saouli, M.A. (2012). Using Social Media to Attract College Consumers in the Middle East. *CF*, vol. 10, No. 2, pp. 112-116.
- Bastian, B.L., Sidani, Y.M. and El Amine, Y. (2018). Women Entrepreneurship in the Middle East and North Africa: A review of knowledge areas and research gaps. *Gender in Management: An International Journal*, vol. 33, No. 1, pp. 14-29.
- Belwal, S., Belawal, R. and Al Saidi, F. (2014). Characteristics, Motivations, and Challenges of Women Entrepreneurs in Oman's Al-Dhahira Region. *Journal of Middle East Women's Studies*, vol. 10, No. 2, pp. 135-151.
- Boston Consulting Group (BCG) (2014). Bridging the Entrepreneurship Gender Gap: The Power of Networks. *The Boston Consulting Group*.
- Bouguerra, N. (2015). An Investigation of Women Entrepreneurship: Motives and Barriers to Business Start Up in the Arab World. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, No. 1-2, pp. 86-104.
- Buskens, I. and Webb, A. (2014). *Women and ICT in Africa and the Middle East: Changing Selves, Changing Societies*. Available at <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/53202/IDL-53202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 3 November 2020.
- Caputo, A., Mehtap, S., Pellegrini, M.M. and Al-Refai, R. (2015). Supporting Opportunities for Female Entrepreneurs in Jordan. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*.
- Carlassare (2001), cited in Jome, L. M., Donahue, M.P. and Siegal, L.A. (2006). Working in the Unchartered Technology Frontier: Characteristics of Women Web Entrepreneurs. *Journal of Business and Psychology*, vol. 21, No. 1, pp. 127-147.
- Carr, M., Chen, M.A. and Tate, J. (2000). Globalization and Home-based Workers, Feminist Economics. *Routledge*, vol. 6(3), pp. 123-142.
- Chamlou, N. (2008). The Environment for Women's Entrepreneurship in the Middle East and North Africa. *The International Bank for Reconstruction and Development/World Bank*. Available at <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/6479/448240PUB0Box310only109780821374955.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 2 November 2020.
- Cockburn, C. and Wilson, T.D. (1996). Business use of the world-wide web. *International Journal of Information Management*, vol. 16, No. 2, pp. 83-102.

- Daniel, T.A. (2004). The exodus of women from the corporate workplace to self-owned businesses. *Employment Relations Today*, vol. 30, No. 4, pp. 55-61.
- Datta, P.B. and Gailey, R. (2012). Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 36, No. 3, pp. 569-587.
- Dechant, K. and Lamky, A.A. (2005). Toward an understanding of Arab women entrepreneurs in Bahrain and Oman. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 10, No. 2, pp. 123-140.
- DeMartino, R. and Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as careers motivators. *Journal of Business Venturing*, vol. 18, No. 6, pp. 815-832.
- Demirgüç-Kunt, Asli, and others (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fin-tech Revolution. Washington, DC: World Bank. Available at https://globalfindex.worldbank.org/sites/globalfindex/files/2018-04/2017%20Findex%20full%20report_0.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- Drine, I. and Grach, M. (2010). Supporting Women Entrepreneurs in Tunisia. *UNU-WIDER, World Institute for Development Economics Research*, Working Paper No. 2010/100.
- El-Neshawy, S. (2014). Transforming Relationships and Co-Creating New Realities: Landownership, Gender and ICT in Egypt. In Webb, A. and Buskens, I. *Women and ICT in Africa and the Middle East: Changing Selves, Changing Societies*. Available at <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/53202/IDL-53202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 3 November 2020.
- United Nations, Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA). (2019a). *Arab Digital Development Report 2019: Towards Empowering People and Ensuring Inclusiveness*. Available at <https://www.unescwa.org/ar/file/106194/download?token=A-7EQgCL>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2019b). *Fourth Industrial Revolution: Impact of the Fourth Industrial Revolution on Development in the Arab Region*. Available at <https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/publications/files/impact-fourth-industrial-revolution-development-arab-region-english.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2019c). *Innovation and Entrepreneurship: Opportunities and Challenges for Arab Youth and Women*. Available at <https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/publications/files/innovation-entrepreneurship-opportunities-challenges-arab-youth-women-english.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2019d). *Intellectual Property for Fostering Innovation in the Arab Region*. Available at <https://www.unescwa.org/publications/intellectual-property-innovation-arab-region>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2020). *COVID-19 Economic Cost to the Arab Region*. Available at <https://www.unescwa.org/sites/www.unescwa.org/files/escwa-covid-19-economic-cost-arab-region-en.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2002). *Global Entrepreneurship Monitor Executive Report*. Available at <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2002-global-report>. Accessed on 2 November 2020.
- GEM (2017/2018). *Global Report 2017/18*. Available at <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2018/2019). *Global Report 2018/19*. Available at <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>. Accessed on 2 November 2020.
- GIZ (2016). *Women's Economic Empowerment in the MENA region: Rapid assessment of house-hold level results*. Available at <https://www.enterprise-development.org/wp-content/uploads/giz2016-womens-economic-empowerment-in-the-MENA-region.pdf>. Accessed on 2 November 2020.

- 77
- Global Talent Competitiveness Index (GTCI) (2020). *Global Talent Competitiveness Index 2020: Global Talent in the Age of Artificial Intelligence*. Available at <https://www.insead.edu/sites/default/files/assets/dept/globalindices/docs/GTCI-2020-report.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- Group 4 Securicor (G4S). (2018). *World Cash Report 2018*. Available at <https://cashessentials.org/app/uploads/2018/07/2018-world-cash-report.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- Global System for Mobile Communications (GSMA). (2014). *The mobile economy: Arab states 2014*. Available at http://arabstates.gsmamobileeconomy.com/GSMA_ME_Arab_States_2014.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- GSMA (2020). *Why COVID-19 has increased the urgency to reach women with mobile technology*. Available at <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/blog/why-covid-19-has-increased-the-urgency-to-reach-women-with-mobile-technology/>. Accessed on 2 November 2020.
- Hibatulla, A. Basaleem, HO. Hassan, NA. Mukbi, NAI. and Abdo, AS (2014). Healthy women, healthy society: ICT and the need for women's empowerment in Yemen. In Buskens, B. & Webb, A. *Women and ICT in Africa and the Middle East: Changing Selves, Changing Societies*. Available at <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/53202/IDL-53202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 3 November 2020.
- International Labor Organization (ILO) (2017). *World Employment Social Outlook: Trends 2017*. Available at https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_541211.pdf.
- _____ (2018). *Women and Men in the Informal Economy: A statistical Picture*. Available at https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_626831.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- Indrupati, J. and Henari, T. (2012). Entrepreneurial success, using online social networking: evaluation. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, vol. 5, No. 1, pp. 47-62.
- Intel and Dalberg (2012). *Women and the Web: Bridging the Internet gap and creating new global opportunities in low and middle-income countries*. Available at <https://www.intel.la/content/dam/www/public/us/en/documents/pdf/women-and-the-web.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- International Finance Corporation and Center of Arab Women for Training and Research (IFC and CAWTAR). (2007). *Women Entrepreneurs in the Middle East and North Africa: Characteristics, Contributions and Challenges*. Available at https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/7f0b3535-54ef-4136-9c4c-84ad9b7dc1a9/MENA_Women_Entrepreneurs_Jun07.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-7f0b3535-54ef-4136-9c4c-84ad9b7dc1a9-jkC.U6y. Accessed on 2 November 2020.
- International Telecommunication Union (ITU) (2018), *Measuring the Information Society Report*, vol. 1. Available at <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-1-E.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2019). Entrepreneurship and Innovation Ecosystem in 22 Arab countries: the Status Quo, Impediments and the Ways Forward. Available at https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2019/Reports19/Entrepreneurship%20and%20Innovation%20in%20Arab%20Region_Final%20report.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- Internet Society, ESCWA and Wamda (2017). *Enabling Digital Opportunities in the Middle East*. Available at <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2017/10/ISOC-Enabling-Digital-Opportunities-english-1.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- Islam, S.I. (2017). Arab Women in Science, Technology, Engineering and Mathematics Fields: The Way Forward. *World Journal of Education*, vol. 7, No. 6, pp. 12-20.

- Itani, H. Sidani, Y.M. and Baalbaki, I. (2009). United Arab Emirates Female Entrepreneurs: Motivations and Frustrations. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, vol. 24, No. 5, pp. 346-64.
- _____ (2011). United Arab Emirates Female Entrepreneurs: Motivations and Frustrations. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, vol. 30, No. 5, pp. 409-424.
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries a relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, vol. 24, No. 4, pp. 232-251.
- Jose, S. (2016). Strategic use of digital promotion strategies among female emigrant entrepreneurs in United Arab Emirates. *International Journal of Emerging Markets*, vol. 13, No. 6, pp. 1699-1718.
- Kamel, S. and Hussein, M. (2002). The emergence of e-commerce in a developing nation: Case of Egypt. *Benchmarking: An International Journal*, vol. 9, No. 2, pp. 146-153.
- Koster, S. and Andersson, M. (2018). When is your experience valuable? Occupation-industry transitions and self-employment success. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 28, No. 2, pp. 265-286.
- Kowitz, B. (2018). *Female-Founded Startups Generate More Revenue and Do It With Less Funding*. Available at <https://fortune.com/2018/06/07/female-founded-startups-revenue-funding/>. Accessed on 2 November 2020.
- Lockhart, D. Barker, K. and Alhajahmad, S. (2018). *Syrian Refugee Women and the Workforce in 2017*. West Asia-North Institute.
- Mahmoud, A.B. Klimsa, P. and J. Auter, Philip (2010). Uses and gratifications of commercial websites in Egypt: Towards a new model. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, vol. 3, No. 1 and 2, pp. 99-120.
- McKinsey (2020). *Women at Work: Job opportunities in the Middle East set to double with the Fourth Industrial Revolution*. Available at <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/middle%20east%20and%20africa/women%20at%20work%20in%20the%20middle%20east/women-at-work-in-the-middle-east.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- Messieh, N. (2011). SuperMama: An Egyptian startup benefiting from an international ecosystem. Available at <https://thenextweb.com/me/2011/10/09/supermama-an-egyptian-startup-benefiting-from-an-international-ecosystem/>. Accessed on 3 November 2020.
- Mubarak, A.M. (2014). Computer Proficiency and Women's Empowerment: Gendered Experiences of ICT at the University of Khartoum. In Webb, A. and Buskens, I. *Women and ICT in Africa and the Middle East: Changing Selves, Changing Societies*. Available at <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/53202/IDL-53202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 3 November 2020.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2012), *Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM*, C/MIN (2012)5. Available at <https://www.oecd.org/employment/50423364.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2014). *Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region*. Available at <http://dx.doi.org/10.1787/9789264213944-en>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2017). *Government at a Glance*. Available at <https://www.oecd.org/gov/government-at-a-glance-2017-highlights-en.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2018a). A brave new world: Technology and education. *Trends Shaping Education Spotlights*, No. 15. Available at <https://www.oecd.org/education/ceri/Spotlight-15-A-Brave-New-World-Technology-and-Education.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2018b), Empowering Women in the digital age: Where Do We Stand?. Available at <https://www.oecd.org/social/empowering-women-in-the-digital-age-brochure.pdf>. Accessed on 3 November 2020.
- _____ (2018c), Bridging the Digital Gender Divide: Include, Upskill, Innovate. Available at <https://www.oecd.org/digital/bridging-the-digital-gender-divide.pdf>. Accessed on 3 November 2020.

- Olmsted, J. (2019). *Care Labor, Intergenerational Equity, and (Social) Sustainability*, working paper.
- _____ (2020). Feminist Critique of Neoliberalism in the Mena Region. *Friedrich-Ebert-Stiftung, Political Feminism Feminist Critique of Economic Systems Publications*. Available at <https://www.fes-mena.org/publications/e/feminist-critique-of-neoliberalism-in-the-mena-region/>. Accessed on 3 November 2020.
- Robinson, P.B and Sexton, E.A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of Business Venturing*, vol. 9, No. 2, pp. 141-156.
- Sarri, K. and Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneur's personal characteristics and motivation: A review of the Greek situation. *Women in Management Review*, vol. 20, No. 1, pp. 24-36.
- Spierings, N. Smits, J. and Verloo, M. (2010). Micro- and Macrolevel Determinants of Women's Employment in Six Arab Countries. *Journal of Marriage and Family*, vol. 72, No. 5, pp. 1391-1407.
- Steel, G. (2017). Navigating (im)mobility: female entrepreneurship and social media in Khartoum. Africa: Journal of the International African Institute, vol. 87, No. 2, pp. 233-252.
- Stevenson, L. (2004). Multi-country Perspective on Policy for Women Entrepreneurs: Where does Canada Fit?. Paper presented at the Economic Forum for Women Entrepreneurs: Sustaining the Momentum, 28 October, Ottawa. In Drine, I. and Grach, M. (2010). Supporting Women Entrepreneurs in Tunisia. UNU-WIDER.
- Uhlener, L. and Thurik, A.R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 17, No. 2, pp. 161-185.
- United Nations (2016). *Entrepreneurship for Development: Report of the Secretary-General. A/71/210*. General Assembly 71st Session, July 2016. Available at <http://undocs.org/A/71/210>. Accessed on 2 November 2020.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019). *Digital Economy Report 2019, Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries*. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). (2017). *Promoting Women Empowerment for Inclusive and Sustainable Industrial Development in the Middle East and North Africa region: A study on women entrepreneurship development in Egypt, Jordan, Lebanon, Morocco, Palestine and Tunisia*. Available at https://www.unido.org/sites/default/files/files/2017-11/RAB-140026_EvalReport_WomenEmpowmt.pdf. Accessed on 2 November 2020.
- United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN Women). (2020). *Policy Brief: The impact of COVID-19 on Women*. Available at <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women-en.pdf?la=en&vs=1406>. Accessed on 2 November 2020.
- World Bank (2008a). *Directions in Development Private Sector, Egyptian Women Workers and Entrepreneurs: Maximizing Opportunities in the Economic Sphere*. Available at <http://documents.worldbank.org/curated/en/404701468233093448/pdf/530960PUB0Egyp101Official0Use0Only1.pdf>.
- _____ (2008b). The World Bank Annual Report: Year in Review, Washington, D.C. Available at <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/7524/462560WBAR00EN1ry0Sept020080English.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2008c). The Environment for Women's Entrepreneurship in the Middle East and North Africa. Available at <http://documents1.worldbank.org/curated/en/510301468052733439/pdf/448240PUB0Box310only109780821374955.pdf>. Accessed on 2 November 2020.
- _____ (2019a). *Doing Business 2019: Training for Reform*. Available at https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf. Accessed on 2 November 2020.

_____ (2019b). *Women, Business and the Law*. Available at <http://pubdocs.worldbank.org/en/702301554216687135/WBL-DECADE-OF-REFORM-2019-WEB-04-01.pdf>. Accessed on 2 November 2020.

_____ (2020a). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. Available at <http://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>. Accessed on 2 November 2020.

_____ (2020b). *Ease of Doing Business Rankings*. Available at <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>. Accessed on 2 November 2020.

_____ (2020c). *Women, Business and the Law 2020*. Available at <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32639>. Accessed on 2 November 2020.



