



ملفات
مدى

مشاركة النساء في سوق العمل

ريادة الأعمال النسائية العربية

ملف رقم 10، 2018

عرين شحبري

حيفا

أيار 2018

برنامج دراسات إسرائيل - ملفات مدى
مشاركة النساء في سوق العمل - ملف رقم (10)

ريادة الأعمال النسائية العربية

إعداد عرين شحبري، مؤسسة ومديرة كاتنوس لريادة الأعمال.

أيار 2018

هيئة التحرير: إيناس خطيب
إمطانس شحادة

مدقق لغوي: حنا الحاج
تصميم: جوزيف نويصري

مدى الكرمل
المركز العربي للدراسات الاجتماعية التطبيقية



هاتف: +972-4-8552035
<http://mada-research.org>
mada@mada-research.org

شارع النبي 51، ص. ب. 9132
حيفا 3109101

ريادة الأعمال النسائية العربية

عرين شحبري

سوق العمل وريادة الأعمال النسائية في العالم العربي

تعاني منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من أدنى نسبة لمشاركة القوى العاملة النسائية في سوق العمل في العالم. فقط 24% من النساء في المنطقة يشاركن في سوق العمل، بينما تبلغ نسبة اشتراك النساء في سوق العمل في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) 60%. بالإضافة إلى ذلك، تعاني المنطقة من أدنى نسبة من الشركات المملوكة لنساء في العالم، ومن أكبر فجوة بين الجنسين في ريادة الأعمال في العالم. 12% فقط، من النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، يملكن شركات خاصة بهن، بينما تصل نسبة الرجال الذين يملكون شركات في المنطقة إلى 31%¹. وفقاً لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، فإن ريادة الأعمال والمبادرات النسائية تلعب دوراً رئيسياً في تنمية وتطوير الاقتصاد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.²

اشتراك النساء الفلسطينيات داخل أراضي الثمانية والأربعين في سوق العمل

نسبة اشتراك النساء الفلسطينيات داخل أراضي الثمانية والأربعين في سوق العمل، في العام 2015، هي 27.6%³، وهي نسبة لا تختلف كثيراً عن نسبة اشتراك النساء العربيات في سوق العمل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (24%).⁴ وترجع الأسباب الرئيسية لعدم اشتراك أكثر من 70% من النساء الفلسطينيات في سوق العمل إلى: عدم وجود عدد كافٍ من حاضنات الأطفال، وعدم توفر وسائل نقل كافية لأماكن العمل، والتمييز العنصري، وعدم توفر المعلومات الكافية حول الفرص المهنية المتاحة، وعدم وجود توجيه مهني، والتمييز الجندري، ونقص في المؤهلات التعليمية والمهنية، إذ أن معظم النساء الفلسطينيات يتوجهن لتعلم مواضيع التربية والتعليم، و60% من النساء الفلسطينيات الأكاديميات يعملن في مجال التربية والتعليم.⁵

ريادة الأعمال النسائية الفلسطينية داخل أراضي الثمانية والأربعين

¹ OECD. (2014). **Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region.** [OECD Publishing.](#)

² Ibid

³ الكنيست. (2015). تشغيل النساء العربيات: معطيات ومعيقات وتوصيات. [الكنيست: مركز البحث والمعلومات.](#)

⁴ OECD, (2014), Ibid

⁵ الكنيست. (2015). مصدر سابق.

يبلغ عدد الفلسطينيين الذين يعيشون داخل أراضي الثمانية والأربعين 1.7 مليون نسمة، يشكلون 20% من مجمل عدد السكان،⁶ ويملكون 10% من مجمل الشركات في الدولة.⁷ فقط 2% من النساء الفلسطينيات، في جيل العمل داخل أراضي الثمانية والأربعين، يملكن شركات خاصة بهن،⁸ بينما تصل نسبة الرجال الفلسطينيين داخل أراضي الثمانية والأربعين، الذين يملكون شركات خاصة بهم، إلى 8%. هذه النسب منخفضة جدًا مقارنة مع المعطيات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إذ أن 12% من النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يملكن شركات خاصة بهن، بينما نسبة الرجال الذين يملكون شركات خاصة بهم في المنطقة هي 31%.⁹

في ظلّ هذه المعطيات، والنسبة الضئيلة لامتلاك النساء العربيات للشركات، وغياب سياسات وبرامج حكومية داعمة تحاول أن تتعامل مع المعوقات الخاصة بالاقتصاد العربي المحلي والنساء العربيات، كان لا بد أن ينتج الاقتصاد العربي المحلي والمؤسسات العربية من القطاع الخاص أو المؤسسات غير الربحية، أدوات خاصة لتطوير المبادرات النسوية، وترجمة طموح تحسين الأوضاع الاقتصادية بالقوى الذاتية وتحدي المعوقات، عن طريق أدوات لا تعتمد على الدعم المالي الحكومي، الذي يكون عادة ضئيلاً ومشروطاً، بل وفقاً لأصول الاستثمار الاقتصادي والمبادرات الاقتصادية. لكي نتابع تجارب نساء عربيات في هذا الجانب، اخترنا مراجعة تجربة نساء عربيات مبادرات شاركن في برنامج كاكوتس، كون هذه المجموعة اعتمدت على قواعد السوق والاستثمار في مصالح اقتصادية اختارتها النساء لأنها أقرب إليهن، ولأنهن درسن الجدى والنجاح الاقتصادية للمشروع، وبحثن عن أدوات وسبل غير مرتبطة بالدعم الحكومي لتنفيذ مشاريعهن. كذلك، فإن غالبية النساء المشاركات يتميزن بتحصيل علمي عالٍ، ومن طبقات اقتصادية متوسطة، وما فوق. يعتبر برنامج-مشروع كاكوتس من المشاريع الوحيدة التي تهتم بتغيير ثقافة الاستثمار وريادة الأعمال لدى النساء العربيات، بالإضافة إلى كونه مشروعاً ربحياً بحد ذاته. بكلمات أخرى، ترمي هذه الورقة إلى مراجعة نوع خاص من إمكانيات المبادرة لدى النساء العربيات، وهي المبادرات الخاصة التي لا تستند إلى رأس مال أو دعم من مؤسسات حكومية، مبادرة خاصة ورأس مال خاص من قبل نساء متعلّقات، مع تجارب وخبرة عملية. هذه المبادرات أو التجربة نرصدها من خلال النساء المبادرات اللواتي شاركن في دورات كاكوتس لريادة الأعمال. توضّح هذه المراجعة أنه بإمكان النساء العربيات، ورغم القيود والصعوبات القائمة، أن يبادرن بمشاريع اقتصادية، وأن ينجحن في ذلك، وأن يوفرن أماكن عمل ثلاثمهن، دون الاستناد، أو الحاجة إلى مؤسسات حكومية، ودون تدخل من الدولة. قد يكون هذا نوع من أنواع المناهضة أو الممانعة لهيمنة الاقتصاد الإسرائيلي وعقلية التبعية لمصادر رأس المال الإسرائيلية، أو احتياجات السوق الإسرائيلي، وإنتاج بدائل اقتصادية ناجحة من داخل الاقتصاد العربي.

⁶ دائرة الإحصاء المركزية الإسرائيلية. (2015). كتاب الإحصاء السنوي 2014: جدول (2.19).

⁷ بيرمان، بني. (2011). مصالح ملكية عربية ويهودية، فجوات في المبنى وماذا يمكن أن نتعلم منها؟ وزارة الصناعة والتجارة الإسرائيلية.

⁸ شتراوس، عوفرا. (22 تشرين الثاني، 2009). يتحكم بالاستهلاك ولكن لا يتحكم بالاقتصاد. كالكليست.

⁹ OECD, (2014), Ibid

دوافع إنشاء شركة كاكوتس لريادة وإدارة الأعمال النسائية

أنشئت شركة كاكوتس لريادة وإدارة الأعمال في العام 2013. كان الدافع الرئيس من وراء إنشاء الشركة هو تمكين نساء العالم العربي اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، من خلال تعليم النساء العربيات روح المبادرة، وكيفية إنشاء مشاريع تجارية ناجحة قابلة للاستمرار والتوسع. تستهدف شركة كاكوتس العمل مع النساء الأكاديميات، أو النساء اللواتي لديهن خبرة سابقة في العمل، لترافقهن في بناء مشروع اقتصادي وتنفيذه. تقدم الشركة للنساء المشاركات دورات، ومحاضرات، وورشات شخصية مباشرة، وعبر الانترنت في مجال ريادة وإدارة الأعمال، بالإضافة إلى خدمات استشارة وتدريب مهني شخصي باللغة العربية. أي إن كاكوتس تقدم خدمات شاملة ومتنوعة، تأخذ بعين الاعتبار التحديات المهنية والشخصية والاجتماعية التي تواجهها النساء العربيات الرائدات. تنطلق الشركة من إمام عميق بواقع النساء العربيات، وتعمل على تزويد النساء العربيات بأدوات تلائم واقعهن، ولا تحاول فرض أساليب وأدوات قد تكون ناجحة في اقتصاد غربي متطور، بغية تحفيز النساء العربيات على التفكير في إنشاء مشاريع تجارية.

تأسست كاكوتس كشركة ربحية، وليس كجمعية على غرار غالبية المؤسسات التي تعمل في حقل تمكين النساء العربيات؛ وذلك نتيجة لعدة أسباب، أهمها: (1) القناعة بأن مصداقية تعليم النساء ومساعدتهن، ومرافقتهن في تأسيس مشاريع اقتصادية من قبل شركة خاصة تعمل من أجل الربح الاقتصادي أعلى من عمل مؤسسات غير ربحية. الرسالة بتدويت الإيمان بالذات والقدرات الشخصية تلعب دوراً هاماً؛ (2) السرعة والليونة في اتخاذ القرارات؛ (3) عدم الاعتماد على تمويل خارجي، إذ إن الاعتماد على تمويل خارجي يمكن أن يؤدي إلى بناء مشاريع تتلاءم مع أهداف الممول/ة، ولا توفر، بالضرورة، أفضل قيمة لجمهور النساء. بالإضافة إلى ذلك، فإنه من الممكن أن يؤدي الاعتماد على تمويل خارجي إلى عرقلة استمرارية المشاريع في حال توقف التمويل؛ (4) التركيز على شريحة الهدف المركزية من النساء، ودراسة احتياجاتها، وتوفير أفضل الخدمات لها.

المرحلة الأولى من المشروع

خلال السنتين الأوليين، استهدفت شركة كاكوتس النساء الفلسطينيات داخل أراضي الثمانية والأربعين، ووفرت الشركة خدمات الاستشارة الشخصية المهنية وعشرات الدورات، والورشات، والمحاضرات المختلفة لأكثر من 1200 امرأة عربية. شارك في دورات كاكوتس لريادة الأعمال ما يقارب السبعون امرأة. 53% من النساء اللواتي اشتركن في دورات كاكوتس لريادة الأعمال قمن بإنشاء و/أو تنمية مشاريعهن التجارية، و17% منهن تعملن حالياً على إنشاء مشروع تجاري. بالإضافة إلى ذلك، استضافت الشركة، في لقاءات الدورات المختلفة، أكثر من خمسة عشر محاضرة ومحاضرة ورواد أعمال فلسطينيين رجالاً ونساء.

بالرغم من أن دورات كاكوتس شددت على أهمية إنشاء مشاريع تجارية تستخدم التكنولوجيا، وتستهدف أسواق العالم العربي والأسواق العالمية، كون السوق المحلي سوقاً صغيراً وفقيراً، حيث إن 50% من العائلات الفلسطينية داخل أراضي الثمانية

والأربعين تعيش تحت خط الفقر،¹⁰ إلا أنّ معظم رائدات كاكوتوس أنشأن مشاريع تقليديّة تستهدف السّوق المحليّ. قد تكون أسباب ذلك كالتالي: (1) عدم وجود نماذج كافية لنساء فلسطينيّات نجحن في اختراق أسواق العالم العربيّ، أو العالم بشكل عام؛ (2) عدم وجود علاقات مع دول العالم العربيّ أو العالم بشكل عام؛ (3) الخوف من دخول أسواق كبيرة؛ (4) عدم توفر المعلومات الكافية لكيفيّة البيع لهذه الأسواق؛ (5) صعوبة التّنقل؛ (6) انعدام إمكانيّة الدّخول إلى بعض الدّول العربيّة؛ (7) تحدّيات مادّيّة، والتي من الممكن أن تؤثر على قدرة التّسويق في هذه الأسواق؛ (8) تحدّيات في استخدام اللّغة الإنجليزيّة أو لغات أخرى، في حال كانت الأسواق العالميّة هي الأسواق المستهدفة. أو باختصار، قد يكون هذا ناتجًا عن دوافع محافظة في إدارة المخاطر، والرغبة بالعمل في البيئة القريبة والمعروفة للنساء العربيّات، ناهيك عن جانب المنافسة العالميّة.

المرحلة الثّانية من المشروع

تعمل كاكوتوس، اليوم، من مدينة بوسطن في الولايات المتحدة، وتقدّم كلّ خدماتها من استشارة شخصيّة، ودورات، وورشات، في الأساس، عبر الانترنت. في الدورة الأولى عبر الانترنت، شاركت نساء فلسطينيّات من داخل أراضي الثّمانيّة والأربعين، ومنطقة الصّفّة الغربيّة. كما تمّت استضافة متحدّثات رائدات أعمال من السّعودية، والمغرب، ولبنان، وفلسطين في لقاءات الدّورة المختلفة. يفتح توفير هذه الدّورات، عبر الانترنت، المجال أمام النّساء من جميع أقطاب العالم العربيّ للمشاركة والتعاون فيما بينهنّ لإنشاء مشاريع مشتركة.

الصّعوبات والتّحدّيات الرئيسيّة التي تواجهها رائدات كاكوتوس

تتمثّل التّحدّيات التي تواجهها النّساء العربيّات الرائدات في داخل أراضي الثّمانيّة والأربعين في:

- أنّ السّوق المحليّ هو سوق صغير وفقير مقارنة مع باقي دول العالم. وكما ذكر سابقًا، فإنّ قرابة 50% من العائلات الفلسطينيّة في الداخل تعيش تحت خط الفقر.¹¹ هذا بالطبع يضعف القوى الشرائيّة، ويؤثر سلبيًا على مدخول المصالح التجاريّة.
- وجود منافسة قويّة في السّوق المحليّ. على سبيل المثال، المبادرة قمر نقولا، صاحبة بوتيك لبيع الحقائب النسائيّة والإكسسوارات والهدايا في إحدى البلدات العربيّة، قالت إنّها واجهت منافسة شديدة من قبل المجمّعات التجاريّة القريبة، ومواقع الإنترنت التجاريّة. وللتغلب على المنافسة، تميّز البوتيك باستيراد بضاعة من باريس وروما، وبخسّن المعاملة والخدمة، وبكمّ المعارف الكبير، وبسهولة الوصول إلى البوتيك. وهذا ما ساعد قمر على الاستمرار في المشروع، وتنميته.

¹⁰ عواودة، وديع. (14 كانون الأول، 2015). نصف الفلسطينيين في إسرائيل فقراء. [الجزيرة](#).

¹¹ المصدر السابق

- صعوبات في التسويق، ناتجة عن ازدياد عدد قنوات التسويق بين القنوات التقليدية، والشبكات الاجتماعية، والمدونات الإلكترونية، والتطبيقات المختلفة، وناتجة، أيضاً، عن عدم توفر ميزانية للتسويق، وعن عدم وجود وعي كافٍ لقيمة خدمات جديدة لم تكن متوقّرة من قبل، أو لم يتعود الزبائن على الدفع مقابلها سابقاً. على سبيل المثال، المبادرة لبني خديجة، صاحبة مركز ريماكس يورلايف، ومدربة في مجال التنمية البشرية، كانت شريحة هدفها الأولى هي النساء العربيات، قالت إنّ موضوع التدريب في مجال التنمية البشرية هو موضوع جديد نسبياً، ويتطلّب مني طاقات مضاعفة لإقناع شريحة الهدف بالدفع مقابل التدريب، إذ إن أغلبهنّ لم يحصلن على تدريب من قبل، ولا يعرفن القيمة الإضافية التي سيحصلن عليها من التدريب. ردود الفعل الممتازة التي حصلت عليها لبنى بعد القيام بدورات التدريب الأولى، ساعدتها في التسويق، وفي بناء اسمها المهنيّ في السوق. التحدّي الآخر في مجال التسويق، والذي واجهته المبادرة نهاي جبران، شريكة في عيادة للتجميل الطبيّ اللا-جراحيّ، هو استمرارية التّواصل مع الزبائن، وتعلّم طرق جديدة في الإقناع والتسويق. تملك الشركات المتوسطة والكبيرة، عادة، أجهزة وطواقم لإدارة علاقات العملاء، وهذا يسهّل استمرارية التّواصل معهم.
- تحديات ماديّة وصعوبة في الحصول على قروض بنكيّة أو استثمار. هذه المشكلة تواجهها معظم النساء المبادرات.
- إيجاد وبناء طاقم عمل مهنيّ يملك مهارات للمحافظة على الميزة التنافسيّة، وإنجاح المشروع. على سبيل المثال، المبادرة ريم خوري نحاس، هي صاحبة مركز English for Fun (استخدام اللغة الإنجليزية للمتعة) لتعليم دورات للغة الإنجليزية بطريقة شيّقة لطلاب المدارس المتفوقين من جيل 5 سنوات وحتى جيل 18 سنة. تقول ريم أنّها تواجه صعوبة في العثور على معلّّات يُجِدن تدريس اللّغة الإنجليزيّة، وفي نفس الوقت لديهن شخصيّة مبدعة وحرّة، ويرغبن في الغناء، والرقص، والتّمثيل، والتي هي عوامل أساسيّة، وجزء من الميزة التنافسيّة التي يملكها المركز.
- صعوبات إداريّة. عندما يتوسّع المشروع، وتوظّف فيه موظّات جديّدات، تضطرّ صاحبة الشركة، بالإضافة إلى متابعة عملها في تقديم الخدمات أو تصنيع المنتج، إلى أن تدير الموظّات والشركة. في كثير من الأحيان، لا تملك المبادرة مؤهلات كافية وخبرة في الإدارة، مما يشكّل عائقاً لنمو المصلحة. بالإضافة إلى أنّ العثور على مديرة بديلة، ذات كفاءات عالية، ليس سهلاً، عدا عن أنّه من الممكن أن يكون مكلفاً جداً، وغير قابل للتّنفيد من ناحية ماديّة.
- صعوبات كبيرة في إدارة الوقت بشكل ناجح. فالموازنة بين الحياة الشخصيّة، والالتزامات العائليّة والمجتمعيّة من جهة، والحياة المهنيّة من جهة أخرى، تتطلّب مهارات عالية من المبادرة في إدارة الوقت، وملاءمته، بشكل ناجح، بين الالتزامات المختلفة.
- صعوبة الوصول إلى أسواق عالميّة.
- عدم الالتزام بالشراء والدفع مقابل المنتج أو الخدمة. بعض المبادرات، خريجات برنامج كاكْتوس، يواجهن التحدّي، بالأخصّ عند محاولة تسويق بيع خدمات مثل دورات، وورشات، أو خدمات استشارة شخصيّة. في

بعض الأحيان، يسجل الزبائن للدورة، أو الورشة، ولكنهم لا يحضرون، رغم التأكيد المكثّر على أهمية الالتزام والحضور. أو يُنسّق موعد للاستشارة، ولا يكون هنالك التزام بالموعد، تليه محاولات متتابعة لتنسيق مجدّد، وقد لا تنجح المستشار في تثبيته.

- صعوبة تحديد الأسعار لسلعة أو خدمات جديدة في السوق العربيّ، والتفاوض على السعر. على سبيل المثال، المبادرة رنين شداقنة، صاحبة شركة سمارت-لايف، تقدّم استشارة، وتدريبيًا فرديًا، وورشات، وتوجيه مجموعات لنهج حياة صحيّ. هذه الخدمات هي خدمات جديدة نسبيًا، وهذا يشكل تحدّيًا من ناحية تحديد السعر، والتفاوض على السعر، لا سيّما مع المؤسسات المستقلّة التي تتوقّع، أحيانًا، أن تحصل على الخدمة دون دفع أيّ مقابل ماليّ. من المهم التوضيح هنا، ومن تجربة المبادرات، خريجات كاكوتوس، أنّ غالبيّة المبادرات يرفضن تقديم الخدمات مجانًا، مهما كانت الضغوطات، لأنّ هذا يضع المرأة مجدّدًا في خانة العاملة دون أجر.

عوامل نجاح خريجات كاكوتوس

تتلخّص أسباب إنشاء المبادرات، خريجات كاكوتوس، لمشاريعهنّ التجاريّة بالإيمان بخاصيّة المشاريع، والفائدة التي تعود بها هذه المشاريع على الزبائن، وصنع تغيير مجتمعيّ، وترك بصمة إيجابيّة، والرغبة في الاستقلال والمبادرة.

مقتطفات من الجمل التي ذكرتها بعض المبادرات، اللواتي شاركن في مشاريع كاكوتوس، في ما يتعلّق بأسباب نجاحهنّ:

- "شخصيّتي وإيماني بالمشروع، وإدارة المشروع بطريقة مهنيّة، والتواصل مع أشخاص وشركات لديها نفس الأهداف المشتركة لإنجاح المشروع". صفة التّرتير، صاحبة شركة وموقع "لك سيدتي" com.luckysaidaty.com، والذي يهدف إلى التّشبيك بين رائدات الأعمال في العالم العربيّ.
- "المشروع لا زال قائمًا بسبب الإصرار الدائم مني لإنجاحه من جهة؛ ومن جهة أخرى، بسبب الدعم المعنويّ والعملّي من بعض الصّدقات، خاصة صديقة تعرّفت عليها من خلال دورة كاكوتوس لريادة الأعمال". ميساء اغبارية، مديرة مركز حواس للتّجميل.

حسب ما أفادت رائدات كاكوتوس من خلال استمارة قمن بتعبئتها، فإنّ أسباب نجاحهنّ تتلخّص بالعوامل التالية: (1) وجود استراتيجية، وخطة عمل، وأهداف واضحة؛ (2) الحاجة الماسّة إلى الخدمة المقدّمة؛ (3) تقديم خدمة متميّزة وبجودة عالية؛ (4) الشخصيّة الرياديّة؛ (5) العزم، والإصرار، والمثابرة؛ (6) إدارة الوقت بشكل ناجح؛ (7) مهارات إقناع الزبائن لاقتناء الخدمة أو المنتج؛ (8) دعم من مبادرات وصديقات؛ (9) الإبداع والتّجديد؛ (10) النّقة بالنفس، والإيمان بالقدرات؛ (11) التّشبيك والعلاقات؛ (12) المهنيّة بالعمل؛ (13) التّعاون مع أشخاص وشركات تجمعهم أهداف مشتركة.

توصيات

موضوع ريادة الأعمال في العالم العربي أخذ بالتطوّر والانتشار. ولكن، حتى الآن، فإنّ معظم رياديّ الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا هم رجال. حتى تستطيع النساء أخذ الدور الرياديّ في تنمية اقتصاد العالم العربيّ، وتحسين الوضع الاقتصاديّ، فإنّ عليهنّ إنشاء، وبناء، وتنمية مشاريع تجاريّة ناجحة، وذات إمكانيّات كبيرة للتّوسع. بالإضافة إلى ذلك، عليهنّ، أيضاً، بناء مشاريع تجاريّة تستهدف الأسواق العربيّة والعالميّة. ولكي يحدث هذا التطوّر الاقتصاديّ والاجتماعيّ، يجب أولاً: زيادة الوعي لأهميّة دور النساء في تحسين الوضع الاقتصاديّ، وأهميّة وجود ريادة أعمال نسائيّة قويّة في المنطقة. ثانياً: يجب تدريب النساء على التّفكير بشكل رياديّ، وتعليمهنّ كيفيّة دراسة السّوق التجاريّ، وكتابة خطط عمل تفحص إمكانيّات نجاح مشاريعهنّ. ثالثاً: يجب دعم النساء معنوياً، وحثّهنّ على التّشبيك واستغلال العلاقات في تطوير مشاريعهنّ التجاريّة بشكل مهنيّ وعمليّ. رابعاً: يجب أن تتوفّر صناديق استثمار، وبنوك تهتمّ بتوفير ما تحتاجه المشاريع التجاريّة النسائيّة من سيولة ماديّة لتنمو وتكبر. خامساً: يجب حتّ النساء على بناء مشاريع تكنولوجيّة. إذ إنّ دول العالم أجمع تتنافس على أن تكون السّبّاقة في المجال التكنولوجيّ.

أن تخلق المرأة أماكن عمل لذاتها ولغيرها من النساء عن طريق مبادرات تجاريّة هو ليس بالأمر البعيد عن التحقيق، وتوجد بوادر تغيير في هذا المضمار في العالم العربيّ. هذه البوادر مشجّعة جدّاً، وعلى الدّول المختلفة، في العالم العربيّ، دعم هذه المبادرات، والعمل بشكل جدّيّ واستراتيجيّ لزيادة المبادرات التجاريّة النسائيّة، وإزالة أيّ عقبات تقف أمام النساء لتحقيق ذلك. أيضاً، على النساء أخذ المسؤوليّة والقرار في أن يكرّن مستقلّات، وغير معتمدات على أماكن عمل لتوفير معيشتهنّ. لدى النساء مهارات وطاقات هائلة تثبت قدراتهنّ على بناء وإدارة مشاريع تجاريّة بنجاحة كبيرة ونجاح؛ لذا، عليهنّ استغلال هذه القدرات، والمهارات، والطاقات في أخذ الدّور الرياديّ والقياديّ الذي سيعود بالفائدة الجمّة على الاقتصاد والمجتمع.