

الدور المجتمعي لسيدات الأعمال فى مصر *

هند فؤاد **

أولاً: إشكالية الدراسة

تهتم الدراسة بالدور المجتمعي لنخبة سيدات الأعمال فى مصر، وتلقى الدراسة الضوء على فئة من فئات المرأة التى لم يلتفت إلى دراستها الكثير من الدراسات البحثية والأكاديمية، فى محاولة لإضافة علمية متواضعة للتراث المعنى بقضايا المرأة والنخب، تزودنا بمعلومات جديدة عن تلك الفئة، وتبهر الطريق للباحثين لدراسة تلك القضايا.

فسيدات الأعمال جزء مهم من نسيج المجتمع المصرى، تشكلت من مستويات اجتماعية واقتصادية متباينة، ونمت فى ظل سيطرة القطاع الخاص على النظام الاقتصادى فى مصر، وشاركت المرأة الرجل كصاحبة أعمال؛ حيث ظهر عدد من السيدات فى مصر يمتلكن ويدرن مشروعات اقتصادية ومالية سواء بمساعدة ذويهن من الرجال أو لتكملة مسيرة العائلة فى قيادة تلك الشركات.

بلغ عدد الإناث من أصحاب الأعمال (٤٢١٧) مقارنة بـ (٦٧٧٩٤٥) من الذكور عام ٢٠٠٨ وعلى الرغم من قلة أعدادهن بالمجتمع مقارنة بالذكور فقد استطعن أن يخترقن عالم الأعمال بقوة وجدارة وإثبات كفاءتهن وتميزهن فى هذا العالم. كما استطعن التغلب على العديد من تحديات التمييز ضدهن فى المجالات النوعية والاجتماعية والثقافية التى واجهتهن فى بداية تأسيس مشروعاتهن، وحققن نجاحات فى ريادتهن لتلك المشروعات.

* رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه من كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، جامعة عين شمس، ٢٠١٥.

** مدرس علم الاجتماع، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثانى والخمسون، العدد الثانى، مايو ٢٠١٥

إن ممارسة سيدات الأعمال للدور المجتمعي في مصر لم ينبع من فراغ؛ بل نبع من خلفية تاريخية طويلة تميزت بها المرأة المصرية بالعديد من الإسهامات الفردية المشرفة التي تمثلت في مبادرات مثل مبادرة "هدى شعراوي" لدعم وتأسيس بنك مصر، ومبادرة "الملكة فاطمة إسماعيل" للتبرع لبناء جامعة فؤاد الأول "جامعة القاهرة حالياً"، وغيرها من المبادرات الفردية التي عبرت بها المرأة المصرية عن حبها للمجتمع وانشغالها بتقدمه ورفقيه. وسارت نخبة سيدات الأعمال على درب أجدادهن في الاهتمام بالدور المجتمعي والشأن العام، فمنهن من قدمت تدريباً مستمراً للعمال لخلق فرص عمل لهم، ومنهن من صممت برامج لتدريب شباب الفلاحين على طرق الزراعة الحديثة، ومنهن من قدمت خدمات صحية وعلاجية وتوعوية لأفراد المجتمع، ومنهن من اهتمت بتدريب وتشغيل صغار الفتيات على المشغولات التراثية في الملابس والمصوغات، ومنهن من قدمت مشروعات عمل لمساعدة الفقراء ... إلخ. وهذا الدور المجتمعي الذي تمارسه نخبة سيدات الأعمال نبع من التزامهن بمسئوليتهم الاجتماعية تجاه المجتمع وانشغالهن بالشأن العام، ولم ينبع من تحقيق مصالح سياسية أو مكاسب اقتصادية.

ثانياً: أهداف الدراسة

تمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد الدور المجتمعي لسيدات الأعمال في مصر، وذلك من خلال عدة أهداف فرعية:

- ١ - إلقاء الضوء على ظروف تشكّل نخبة سيدات الأعمال في مصر، والأصول الطبقيّة والاجتماعية لهن. وذلك في ضوء السياق البنائي التاريخي للمجتمع المصري وعلاقته بالمجتمعات الأخرى.
- ٢ - رصد لأهم التأثيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية على عملهن، وذلك في ضوء الظروف المجتمعية والفترات التاريخية المختلفة التي عاصرها المجتمع المصري وأهم مقترحاتهن لمواجهة تلك الآثار.

- ٣- التعرفُ على أهم التحديات التي واجهت عملهن في البداية، سواء من حيث حجم رأس المال، نوع وطبيعة المشروع، الإجراءات الحكومية، بيئة العمل، التمويل والتسويق، وغيرها من المعوقات، وتجاربهن الخاصة في تذليلها.
- ٤- التعرف على أبعاد الدور المجتمعي الذي قد تمارسه سيدات الأعمال، وطبيعة هذا الدور "اقتصادي- استثماري- تنموي"، ومبرراتهن للقيام به، ومدى فاعلية هذا الدور.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

سعتُ الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما عوامل تشكل نخبة سيدات الأعمال في مصر ؟
- ٢- ما دوافع الدخول إلى مجتمع الأعمال؟
- ٣- ما التأثيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية السائدة في المجتمع على عمل سيدات الأعمال في مصر؟
- ٤- ما أهم التحديات التي لا تزال تواجه عملهن بصفة عامة في المجتمع؟
- ٥- ما أبعاد الدور المجتمعي وحدوده في حالة وجوده ؟
- ٦- ما دوافع ومبررات هذا الدور، ومدى فاعليته وأهم الفئات المستفيدة منه ؟

رابعاً: منهجية الدراسة

تقع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي استعانت بالمنهج الكيفي لتلاؤمه مع تلك الأهداف، واعتمدتُ الدراسة على أداة واحدة رئيسة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة، وهي "دليلُ المقابلة المتعمقة الذي طبق على عدد (٢١ حالة) من سيدات الأعمال، تم اختيارهن بطريقة العينة العمدية وطريقة كرة الثلج في نطاق محافظة القاهرة.

ولقد واجهتُ الباحثة عند تطبيق دليل المقابلة عدد من الصعوبات الميدانية التي ترجع إلى: المناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد عقب ثورتى ٢٥ يناير ٢٠١١، و ٣٠ يونيو ٢٠١٣، والمظاهرات والاعتصامات التي أعاققت الفرص والسبل للوصول إلى حالات الدراسة، ومن ثم مقابلتهم. وصعوبة الحصول على

سيدات الأعمال نظرًا لطبيعة تلك النخبة وانشغالها بمشروعاتها وسفرها الدائم خارج البلاد، وصعوبة مقابلتهن أكثر من مرة لاستيفاء بيانات الدليل.

خامساً: نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها:

- ١ - يُعدُّ التعليم بمثابة البوتقة التي تنصهر فيها جميع الخبرات والقيم والسلوكيات لتكون نواةً سليمةً لنخبة سيدات الأعمال. وأن العصر الحديث الذي بدأ مع انتشار التعليم الرسمي للبنات - منذ فترة ولاية محمد علي باشا عام ١٨٠٥ - هو بداية لتأريخ وتشكل النخبة النسوية ومن ثم نخبة سيدات الأعمال في مصر.
- ٢ - برزت العديد من العوامل التي أسهمت في تشكل نخبة سيدات الأعمال في مصر، من أهمها "التعليم الأجنبي المتميز والتفوق فيه، وأسرة النشأة التي تمثل المُلهم الرئيس لتميز وعبقرية النساء، وخبرات العمل السابق، والدوافع الشخصية والذاتية، والتخصص الدراسي، واستثمار مواهبهن وهوايتهن، وأخيرًا تكلمة لمسيرة العائلة".
- ٣ - معظم حالات الدراسة تنتمي إلى الشرائح المختلفة للطبقة الوسطى، وإن كانت النسبة الغالبة تنتمي إلى الشريحة العليا من تلك الطبقة. وشكل المجال العام بيئةً مناسبةً ومهيئةً لمشاركة النساء، فثمة علاقةً وطيدةً بين المجال العام والنخبة النسوية، إذ ساعد المجال العام النساء على الحراك الاجتماعي لأعلى، كما فتح أمامهن الباب للمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهياً المناخ الذي ساعدهن على اكتشاف أنفسهن وقدراتهن والمشاركة في المجتمع، مما مهد وساعد على ولادة نخبة نسوية منها "نخبة سيدات الأعمال".
- ٤ - انقسمت دوافع انخراط نخبة سيدات الأعمال في العمل الحر إلى عدة دوافع: "الدوافع الذاتية والشخصية: التي تتمثل في "كاريزما القيادة، الجرأة، الطموح، الثقة بالذات، الاستقلالية، الذكاء الاجتماعي... إلخ" هذا بخلاف استثمار مواهبهن الشخصية في القيام بمشروعات استثمارية، تليها الدوافع الاجتماعية

التعليمية التي ترجع لتخصصاتهن الدراسية وخبراتهم من العمل السابق، تليها الدوافع العائلية التي تكمل مسيرة الوالد أو الزوج في نفس المشروعات مع تطويرها". هذا بخلاف دوافعهن للتوجه نحو عالم الأعمال والتي جاءت لتحقيق الذات والنجاح في أى مجال والتميز والتفوق الذى اعتاد عليه معظمهن، بجانب استثمار طاقاتهم المبدعة ومواهبهن الخلاقة فى مشروعات تفيد المجتمع، بجانب حبهن للعمل وطموحهن فيه وحبهن لتحقيق الفائدة لمجتمعهن.

٥ - واجهت معظم حالات الدراسة العديد من الصعوبات والتحديات عند دخولهن مجال الأعمال، فلم تكن بيئة الأعمال مهيئة لجذبهن؛ بل كانت ضمن عوامل طردهن، ولكن تلك الأجواء ساعدتهن على التحدى والإصرار على اقتحام مجال الأعمال والدفاع عن قدراتهن وكفاءتهن فى هذا المجال، فكانت تلك البيئة بمثابة سلاح ذى حدين بالنسبة لحالات الدراسة، إذ خلقت لديهن طاقة إيجابية للتحدى والإصرار على ريادة الأعمال، وتنوعت تلك التحديات فيما بين التجارب المختلفة، وجاء على رأسها وأهمها: "تحديات تمييزية ونوعية، وتحديات مؤسسية، وتحديات اقتصادية، وتحديات مجتمعية، وتحديات ثقافية، هذا بجانب التحديات الثورية المرتبطة بمناخ الثورة وحالة عدم الاستقرار السياسى والاقتصادى المصاحب لها".

٦ - تغلبت معظم حالات الدراسة على تلك التحديات من خلال "حبهن للعمل وطموحهن للإنجاز فيه وتوسيعه، وقدراتهن فى القيادة، وسماتهن وقيمهن الشخصية وعزيمتهن على النجاح وتحدى الصعاب والاعتماد على الذات، وتحديد الأهداف ورسم الخطط لها، والحفاظ على العلاقات القوية، والثقة المتبادلة والسمعة الطيبة لتعاملاتهن، والدعم الأسرى لهن، وكذلك من خلال استخدام سياسيات تكيفية مرنة تتيح لهن الاستمرار فى العمل والنجاح غير السريع، وتباينت تلك السياسات البديلة وفقا لكل حالة ووفقا لطبيعة النشاط الذى تمارسه".

٧ - البعض من سيدات الأعمال يدركن ويعرفن جيداً مفهوم المسؤولية الاجتماعية والدور المجتمعي، ولكنهن أجمعن على عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية وانتشارها سواء بين نخبة رجال/سيدات الأعمال أو في المجتمع. فالمفهوم الصحيح للمسؤولية الاجتماعية غير ممارس على أرض الواقع في مصر، ويستخدمه البعض من رجال الأعمال لتحقيق المصالح الشخصية أو الفوز بمناصب سياسية. كما أن هناك خلطاً بين مفهوم الدور المجتمعي والأعمال الخيرية والتبرعات والأعمال التطوعية والخدمية عند ممارسة بعضهن لهذا الدور. وعن المجالات التي تفضل حالات الدراسة ممارسة الدور المجتمعي بها، نجد أن كلها مجالات اقتصادية ذات أبعاد تنموية تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة، وهو الهدف الذي حرصت عليه معظم نساء الأعمال أسوة بالقول "لا تعطني السمكة بل علمني طريقة الصيد".

٨ - أشارت معظم حالات الدراسة إلى ضرورة توحيد كل الجهود وإرساء قيم التعاون والعمل الجمعي عند ممارسة المشروعات ذات الأبعاد المجتمعية لتعود بالنفع على عدد كبير من الأفراد وتظهر آثارها، بدلاً من الجزر المنعزلة، فلا بد من إرساء ثقافة المسؤولية المجتمعية من خلال الاعتماد على التعاون بين ثلاثة أطراف "الحكومة، رجال/سيدات الأعمال، ووسائل الإعلام". فتلك الأطراف الثلاثة يجب عليها التعاون والتشابك لإرساء ثقافة الدور المجتمعي الحقيقية في المجتمع، وبالتالي القدرة على تحقيق تنمية مجتمعية فعالة ومستدامة.

واقترحت الدراسة سياسة اجتماعية لدعم الدور المجتمعي لسيدات الأعمال في مصر، تهدف إلى توفير السبل والآليات التي يمكن أن تساعد في دعم الدور المجتمعي الذي تقوم به سيدات الأعمال في المجتمع المصري. وترتكز هذه السياسة على التفاعل والتشبيك بين عدة مداخل، مع تحقيق التوازن في التعامل مع كل مدخل، والتوازي في تطبيق تلك المداخل، بحيث يتم تطبيق تلك المداخل معاً وفي آن واحد بقدر الإمكان، وتلك المداخل كالاتي:

أولاً: المدخل الاقتصادي: الذى يقوم على دعم السياق الاقتصادى الذى يشجع سيدات الأعمال من خلال العمل على دعم المؤسسات والجهات الحكومية المختصة بمشروعات المستثمرين من الإناث، مع الاهتمام بإرساء مفاهيم العمل الحر ودعمها، بجانب التركيز على دعم تلك المشروعات خاصة خلال السنوات الأولى من بدايات المشروع لما يواجهه من عثرات مالية ومشكلات بالتسويق. والعمل على تبسيط الإجراءات الإدارية للحصول على ترخيص التأسيس، والتسجيل الضريبي والتعاملات مع الهيئات والوزارات الحكومية المعنية، هذا بجانب التعامل المتكافئ والثقة فى المشروعات التى تقودها النساء من قبل المؤسسات المالية وخاصة البنكية.

ثانياً: المدخل النظمى المؤسسى: الذى يعمل على تهيئة بيئة الأعمال لتكون داعمة لمشروعات سيدات الأعمال، وذلك من خلال العمل على وضع أسس وقواعد منظمة لبيئة الأعمال تعتمد على كل من:

- **إطار قانونى** موحد ثابت ينظم بيئة العمل للجميع. ويلزم رجال وسيدات الأعمال بمسئوليتهم ودورهم الاجتماعى تجاه المجتمع المحيط بهم.

- **إطار رقابى محاسبى** من قبل الجهات المعنية بالدولة تمكنها من الرقابة ومنع الفساد، وفرض الغرامات الفورية لمن يخالفها.

ويأتى بالتوازي مع المدخل السابق، كل من المدخل المجتمعى والمدخل الثقافى اللذين يشكلان قيم وثقافة المجتمع، إذ يجب العمل فيهما بالتوازي مع المداخل السابقة، لتهيئة السياق الثقافى والمجتمعى الداعم والمحفز لتلك المشروعات.

ثالثاً: المدخل المجتمعى: يعمل على تهيئة السياق المجتمعى لقبول ودعم مشروعات سيدات الأعمال، وذلك من خلال عدة روافد:

الرافد الأول يتمثل فى مؤسسات التنشئة الاجتماعية التى تقوم بتنشئة أفراد المجتمع على قيم المساواة بين الذكور والإناث، والتعامل معهما دون تمييز، **والرافد الثانى** يتمثل فى المؤسسات التعليمية المختلفة وخاصة ما قبل الجامعية، التى يوكل إليها مهام التربية قبل التعليم بالتعاون مع مؤسسة الأسرة، **والرافد الثالث** يتمثل فى المؤسسات الدينية المختلفة التى يُعهد إليها إرساء تعاليم الأديان السماوية الصحيحة التى تنظر للمرأة والرجل نظرة متساوية، وأنهما مخلوقان لكل منهما حقوق وعليهما

واجبات لا تفرقة بينهما سوى بالعمل. وذلك من خلال مواكبة الخطاب الدينى لمتغيرات المجتمع الراهنة، وإرساء قيم التسامح والمساواة فى كل المعاملات بين الرجل والمرأة، وعدم طغيان طرف على آخر. **والرافد الرابع** يتمثل فى المؤسسات الإعلامية المختلفة المسموعة والمرئية والمقروءة التى يعهد إليها مسئولية التوعية بالمفاهيم الصحيحة لكل أفراد المجتمع، وإرساء قيم المساواة والتعاون بين عناصر هذا المجتمع دون تمييز أو تحيز من طرف ضد الآخر.

رابعاً: المدخل الثقافى: ويعمل على تهيئة السياق الثقافى لتقبل ودعم مشروعات سيدات الأعمال، وذلك من خلال خلق وعى ثقافى بأهمية المشروعات الحرة ودورها فى تقدم ونهضة المجتمع، وإرساء مفاهيم وقيم العمل الحر التى تعتمد على الالتزام الأخلاقى والإدارة الرشيدة، ونشر الوعى الثقافى بتعظيم الريح المجتمعى على الريح الشخصى، مع نشر المفهوم الصحيح لثقافة المسئولية الاجتماعية وأنها حق وواجب وطنى يجب على الجميع الالتزام بممارسته لتحقيق مبادئ المواطنة، ودفع مسيرة تقدم المجتمع.