

# لماذا لا تُقدم النساء على اغتنام فرص التمويل؟

النساء يخترن الابتعاد عن سوق الائتمان الإفريقية.

حنان مرسي

وما سبب اتساع هذه الفجوة الآن مقارنة بما كانت عليه منذ عشر سنوات رغم كل الجهود المبذولة؟

إن الرؤية السائدة بين الاقتصاديين هي أن القيود على جانب العرض، مثل أسعار الفائدة المرتفعة وشروط الضمان، لها دور كبير في إقصاء النساء من سوق الائتمان الرسمية. فتقييد الائتمان من خلال أسعار الفائدة المرتفعة يثني رائدات الأعمال عن طلب القروض مقارنة بالرجال، بينما يمكن أن يؤدي افتقارهن للضمانات إلى تقليل فرصهن في الحصول على القروض مقارنة بأقرانهن من الذكور (دراسة Morsy and Youssef 2017). وحتى عندما تتاح للنساء فرصة الحصول على الائتمان، عادة ما يواجهن ترتيبات إقراض أكثر تشددا مقارنة بالرجال.

ولكن فرط تركيز الأكاديميين وصناع السياسات والمختصين على جانب العرض في سوق الائتمان يعني أن عوامل الطلب وأثارها على فجوة الحصول على التمويل بين الجنسين تم إغفالها إلى حد كبير، لا سيما في إفريقيا. لكن سلوك النساء في اتخاذ القرار له دور كبير أيضا في هذه الفجوة بين الجنسين.

ففي سوق الائتمان، تفشل رائدات الأعمال حتى في تقديم طلبات الحصول على الائتمان بسبب عوامل مثل ضعف الإلمام بالأمور المالية، والعزوف عن المخاطر، والخوف من الفشل. ومن البديهي أن نتوقع للنساء اللاتي يخترن مسار ريادة الأعمال أن يكن على الأقل في نفس مستوى رواد الأعمال من حيث القدرة التنافسية. لماذا إذن تبتعد النساء بإرادتهن عن سوق الائتمان؟

## تصورات مشوهة

تشير أدلة جديدة مستمدة من أسواق الائتمان في ٤٧ بلدا إفريقيا إلى أن رائدات الأعمال في إفريقيا عموما وفي شمال إفريقيا خصوصا من المرجح أن يقصين أنفسهن عن سوق الائتمان بسبب انخفاض جدارتهن الائتمانية حسب تصورهن. فهؤلاء النساء لم يتقدمن بطلبات للحصول على قروض أو خطوط ائتمان بناء على تصورهن الشخصي بأن طلباتهن ستقابل بالرفض. وتخلص دراستنا إلى أنه من الأرجح حدوث الإقصاء الذاتي عن سوق الائتمان بين مديرات الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر مقارنة بأقرانهن من الرجال.

وعلاوة على هذه النتيجة المهمة، لاحظنا ثلاث ظواهر مذهلة تعزز فرضيتنا عن تأثير «جانب الطلب». أولا، وجدنا



الصورة: مهادة من بنك التنمية الإفريقي

## حين كنت فتاة صغيرة، تعلمت أن الإرادة الشخصية

تتفوق على أي تحيزات اجتماعية. وقيل لي إن إيماني بنفسني سيجعلني قادرة على تحقيق أي هدف أطمح إليه، وإن التمييز بين الجنسين ليس عائقا يستحيل تجاوزه. واكتشفت فيما بعد حين أصبحت امرأة راشدة أن نصيحة والدتي كانت عين الحكمة. ففي إفريقيا، هناك فجوة بين الجنسين في الحصول على الخدمات المالية تنبع من نظرة رائدات الأعمال لأنفسهن. وتضع هذه النظرة الذاتية العديد من النساء على هامش القطاع المالي في إفريقيا — غير قادرات على الادخار أو الاقتراض أو بناء رأس المال.

وعلى مستوى العالم، يتسم حصول النساء على التمويل بالانخفاض على نحو غير متناسب. فبالرغم من التقدم الكبير الذي تحقق بوجه عام — إذ زاد عدد مالكي الحسابات المصرفية بحوالي ١,٢ مليار شخص في عام ٢٠١٧ مقارنة بعام ٢٠١١، وفقا للبنك الدولي — لا تزال هناك فجوة قدرها ٩٪ بين النساء والرجال في الحصول على الخدمات المالية. وفي إفريقيا جنوب الصحراء، تمتلك ٣٧٪ من النساء فقط حسابات مصرفية، مقابل ٤٨٪ من الرجال، وهي فجوة لم تتسع إلا في السنوات القليلة الماضية. بل إن الأرقام أسوأ من ذلك في شمال إفريقيا، حيث لا يزال ثلثا السكان البالغين تقريبا لا يمتلكون حسابات مصرفية، وتبلغ فجوة الحصول على التمويل بين الجنسين ١٨٪، وهي الأكبر على الإطلاق في العالم.

وتثير هذه الأرقام اللافتة للنظر تساؤلات ملحّة بالنسبة لصناع القرار في إفريقيا. فما الذي يدفع استمرار الفروق بين الجنسين في الحصول على التمويل عبر بلدان القارة؟

بلا ضمان أو بضمان الذهب. وتقترن هذه القروض ببرامج توعية مالية، ومجموعة من الأدوات لدعم النشاط عبر الإنترنت، وخدمات استشارية لمساعدة المشروعات الأصغر حجماً ورائدات الأعمال في إدارة مشروعاتهم التجارية وتنميتها.

وتشير أبحاثنا إلى أن عوامل الطلب هي السبب الأساسي الذي يعوق حصول رائدات الأعمال الإفريقيات على التمويل، لا سيما في شمال إفريقيا. فقد استبعدنا تأثير الاختلافات بين رواد ورائدات الأعمال من حيث المهارات وخصائص الشركات، كما استبعدنا المعاملة التمييزية في عرض الائتمان أو الحواجز المؤسسية كدافع لسلوك الإقصاء الذاتي الملاحظ. والخلاصة التي توصلنا إليها هي أن هناك اختلافات في السلوك بين الرجال والنساء، وهي نابعة من اختلاف التفضيلات المتعلقة بالمخاطر والأوضاع الاجتماعية والقدرة التنافسية.

إن فجوة الحصول على التمويل بين الجنسين في إفريقيا يمكن أن يكون لها تأثير بالغ على التقدم الاجتماعي والاقتصادي. فالنساء اليوم يمثلن النسبة الأكبر من العاملين في قطاع الزراعة في إفريقيا، وهو أهم قطاع في القارة. وعندما لا تتوافر للمزارعات فرصة الحصول على الخدمات المالية، تصبح قدرتهن محدودة على الاستثمار في التكنولوجيات الحديثة لزيادة إنتاجيتهن، كما أنهن لا يستطعن تنويع محاصيلهن الزراعية، أو زراعة محاصيل عالية القيمة والاستثمار في أصول مثل الثروة الحيوانية. ولا يستطعن أيضاً الاستثمار في تحسين تغذية أبنائهن. وتمثل النساء أيضاً النسبة الأكبر من العاملين في صناعة الأزياء في إفريقيا جنوب الصحراء، وتمثل شركاتهن الصغيرة حلقة وصل بين صناعات القطن والنسيج والملابس النشطة التي تحقق إنتاجاً سنوياً ضخماً بقيمة ٣١ مليار دولار أمريكي. ودون الحصول على التمويل، ستواجه المشروعات المملوكة للنساء ورائدات الأعمال صعوبة في دخول مجالات أعلى قيمة في صناعة الملابس. ومع إتاحة مزيد من الفرص لتمويل رأس المال العامل، ستزدهر شركات الكثير من رائدات الأعمال الإفريقيات، مما يمهد السبيل نحو مستقبل أفضل للجميع. <sup>FD</sup>

**حنان مرسي** مدير قطاع الأبحاث والسياسات الاقتصادية في مجموعة بنك التنمية الإفريقي.

يستند هذا المقال إلى ورقة عمل صادرة عن بنك التنمية الإفريقي بعنوان «Working Paper 317, "Women Self-Selection out of the Credit Market in Africa," by Hanan Morsy, Amira El-Shal, and Andinet Woldemichael.»

### المراجع:

Demirgüç-Kunt, A., L. Klapper, D. Singer, S. Ansar, and J. Hess. 2018. *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. Washington, DC: World Bank.

Morsy, H., and H. Youssef. 2017. "Access to Finance—Mind the Gender Gap." EBRD Working Paper 202, European Bank for Reconstruction and Development, London.

أن إجراءات طلب الائتمان المعقدة والشروط غير المواتية للحصول على القروض والائتمان لم تثن رائدات الأعمال عن طلب الائتمان. وثانياً، لم نجد ارتباطاً بين الإقصاء الذاتي لرائدات الأعمال والجدارة الائتمانية الملاحظة لشركاتهن. وأخيراً، استمر إقصاء النساء لأنفسهن حتى في غياب أي ممارسات تمييزية في عمليات الإقراض، مما يشير إلى أن هذا السلوك ليس مجرد رد فعل للتمييز الذي تمارسه المؤسسات المالية.

وتتيح هذه الشواهد فرصة لسد الفجوة المستمرة بين الجنسين في الحصول على التمويل في إفريقيا، والمفترض وجودها أيضاً في مناطق نامية أخرى. ويجدر بصناع القرار في إفريقيا، وهم يستطيعون، بل يجب عليهم، بذل مزيد من الجهود لمعالجة العوامل المتعلقة بالعرض، بما في ذلك من خلال التوعية المالية للنساء والفتيات. وهذا الأمر لا غنى عنه في ظل الأوضاع المعقدة وسريعة التغير حالياً في سوق الائتمان.

وحتى في بلد مثل كينيا التي تمتلك نظاماً مالياً سليماً ولديها برامج مخصصة للمرأة، لا تزال رائدات الأعمال تواجهن تحديات عديدة على جانب الطلب تحول دون حصولهن على التمويل. ورواد الأعمال ذوو الدراية بالأموال المالية يتخذون قرارات مالية أكثر وعياً وعموماً يُقيّمون جدارتهم الائتمانية بدرجة أكبر من الموضوعية. ومن ثم سيؤدي تسليح رائدات الأعمال بالمعرفة والمهارات المالية الملائمة إلى تعزيز مشاركتهن الفعالة في سوق الائتمان. ومن النماذج الرائدة في هذا الصدد برنامج تمويل رائدات الأعمال في ماليزيا الذي يزود النساء بالمعرفة والمهارات اللازمة لتعزيز قدرتهن التجارية الاستراتيجية في المجالات الوظيفية الأساسية، مثل الإدارة المالية والتسويق والقيادة والتكنولوجيا. وقد ساعد البرنامج في سد فجوة الاقتراض بين الجنسين في ماليزيا.

### سلوكيات مالية متباينة

وبالإضافة إلى المعرفة المالية، تمتد الفروق بين الجنسين لتشمل السلوكيات المالية. فعلى سبيل المثال، نجد أن النساء أكثر ميلاً من الرجال إلى الادخار في القطاع غير الرسمي. لذلك فإن إحدى الوسائل لتشجيع النساء على طلب الخدمات المالية هي توفير منتجات مالية تهدف إلى تلبية احتياجات المقترضين الذين عادة ما يستخدمون نظم التمويل غير الرسمية — كالقروض بضمان أصول منقولة أصغر حجماً والوسائل التقليدية لتخزين الثروة كالماشية والذهب. ويمكن للحكومات المساعدة في استحداث هذه المنتجات الجديدة — من خلال وضع الإطار القانوني والتنظيمي اللازم، على سبيل المثال. ففي الضفة الغربية وغزة، تقدم الآن بعض البنوك المحلية قروضا للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بضمان المنقولات، إلى جانب مجموعة كبيرة من المنتجات المبتكرة للنساء، بما في ذلك القروض