مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال
ISSN : 2602-6570
المجلد 04 العدد 02 - ديسمبر2021

المقاولاتية النسوية من منظور رأس المال الاجتماعي –حالة ولاية البويرة–

Female entrepreneurship from the perspective of social capital –The case of the wilaya of Bouira-

ط.د زعادي صليحة[1]* ، مخبر السياسات التنموية والدراسات الاستشرافية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير.

د. منصر إلياس[2]، مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي حالة ولاية البويرة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير.

[1]جامعة العقيد أكلي محند أولحاج البويرة، s.zaadi@univ-bouira.dz

[2]جامعة العقيد أكلي محند أولحاج البويرة، i.mancer@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2021/09/05 تاريخ القبول: 2021/11/23

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى التعرف على خصائص شبكة العلاقات الاجتماعية للمرأة المقاولة الجزائرية وتحديد أوجه مساهمة رأس مالها الاجتماعي في تذليل الصعوبات التي تواجهها المرأة الراغبة في إنشاء مؤسستها الخاصة. تكونت عينة الدراسة من 29 امرأة مقاولة في قطاعات مختلفة على مستوى ولاية البويرة. أظهرت نتائج الاستبيان محدودية حجم شبكة العلاقات الاجتماعية للمرأة التي تتكون أساسا من الروابط العائلية. تحتاج المرأة بشدة لرأسمالها الاجتماعي باعتباره السبيل الذي يسهل عليها تجاوز العراقيل البيروقراطية والثقافية التي تمنعها من الحصول على الموارد المالية والمعلوماتية اللازمة لإنشاء وإدارة مؤسستها الخاصة.

كلمات مفتاحية: المرأة المقاولة، رأس المال الاجتماعي، شبكة العلاقات الاجتماعية، الموارد.

تصنيف JEL: L26, M13

Abstract :

This paper aims to define the characteristics of Algerian women entrepreneurs' social network and to highlight the contribution of their social capital in overcoming the traditional obstacles that women deals with. The results of the questionnaire provided to a sample of 29 women entrepreneurs in the wilaya of Bouira have shown that Algerian woman relies heavily on strong ties which make her social network very limited. Women use their social capital to transcend bureaucratic and cultural constraints that prevent them to gain access to the financial and informational resources that are crucial for the business development.

Keywords : Female entrepreneurship, entrepreneurial social capital, social networks, resources.

Jel Classification Codes : L26, M13

* المؤلف المراسل.

1. مقدمة

بدأ الاهتمام الأكاديمي بموضوع المقاولاتية النسوية مع سنوات الـ1980، فهو بذلك يعتبر حديثا نسبيا مقارنة مع الدراسات التي تناولت المقاولاتية بشكل عام. يعكس هذا الاهتمام الدور الفعال الذي تلعبه المرأة في تطور المقاولاتية ويندرج في إطار السياسة العالمية للتمكين الاقتصادي للمرأة. فحسب تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال(GEM) لسنة 2018، تمثل المقاولاتية النسوية 10.2% من إجمالي النشاط المقاولاتي أي ما يقارب ثلاثة أرباع النسبة المسجلة من طرف الرجال المقاولين عبر العالم. في إطار نفس السنة، تم تسجيل أعلى معدل للنشاط المقاولاتي النسوي في دول إفريقيا الجنوبية بنسبة 21.8% وأدنى مستوى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بنسبة 9%.

بالنسبة للجزائر، أدت ندرة الأبحاث المهتمة بالمقاولاتية النسوية وتضارب الإحصائيات حول حجم النشاط الحقيقي، إلى سوء فهم وضعف الإحاطة بهذه الظاهرة المعقدة. هذا ما يثبت أن الإقرار بوجود شخصية المرأة المقاولة في الجزائر بشكل رسمي لا يزال حديثا. تزامن اقتحام المرأة الجزائرية لعالم إنشاء المؤسسة مع التغيرات الاقتصادية والثقافية والسياسية التي عرفتها الجزائر والتي غيرت من نظرة المرأة للعمل، حيث أصبحت هذه الأخيرة تبحث عن إثبات نفسها وتحقيق استقلاليتها المادية والتخلص من القيود الثقافية التي لطالما اعتبرت أن دور المرأة يقتصر على الاعتناء ببيتها أو القيام ببعض الأعمال الحرفية والفلاحية.

رغم التسهيلات والقوانين التي وضعتها الدولة الجزائرية لتسهيل عملية إنشاء المؤسسة إلا أنها بقيت مهمة معقدة بصفة عامة وأكثر تعقيدا بالنسبة للمرأة بصفة خاصة. فالمرأة المقاولة في الجزائر تواجه عدة عراقيل تنبع من ثقافة التمييز بين المرأة والرجل خلال التعاملات المهنية والتشكيك في قدراتها وكفاءاتها.

من هنا يتضح الدور الذي يلعبه رأس المال الاجتماعي للمرأة خلال عملية إنشاء مؤسستها الخاصة. يعبر رأس المال الاجتماعي المقاولاتي عن الموارد التي يمكن للمقاول الحصول عليها عن طريق علاقاتها الاجتماعية. لنجاح مشروعها، تحتاج المرأة المقاولة إلى الحصول على التمويل الكافي والانخراط إلى شبكات علاقات مهنية تسمح لها بالاحتكاك مع نظرائها والاستفادة من تجاربهم ونصائحهم. لكن الشيء الملاحظ بالنسبة للمرأة المقاولة الجزائرية هو اعتمادها الشبه حصري على

الدعم والموارد المحتمل توفرها عبر الروابط التي تجمعها مع محيطها العائلي والمقرب. وعليه، تهدف هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على السؤال المحوري التالي:

ما هي خصائص رأس المال الاجتماعي للمرأة المقاولة وكيف تستفيد هذه الأخيرة من شبكة علاقاتها الاجتماعية لإنجاح عملية إنشاء مؤسستها الخاصة؟

كإجابات مبدئية على الإشكالية المطروحة في هذا العمل، تم وضع الفرضيتين التالية:

- الفرضية الأولى: يسهل رأس المال الاجتماعي عن طريق الروابط القوية حصول المرأة المقاولة على الموارد المختلفة.
- الفرضية الثانية: يكون النشاط العلائقي للمرأة المقاولة أكثر كثافة مقارنة مع الرجل المقاول.

2. رأس المال الاجتماعي والمقاولاتية: ما هي العلاقة؟

1.2 رأس المال الاجتماعي، شبكات العلاقات وعملية إنشاء المؤسسة:

اتخذت النظريات المفسرة للسلوك المقاولاتي حسب Aldrich & Zimmer(1986) اتجاهين. يتمثل الأول في النظريات "التحت–اجتماعية" المتمثلة أساسا في مقاربة السمات التي تفترض وجود عدد من الخصائص الشخصية الاستثنائية (تحكم داخلي عالي، رغبة في المخاطرة، رغبة في الإنجاز..الخ) تحدد توجه الفرد نحو المقاولاتية و نجاحه فيها من عدمه، والنظرية الاقتصادية النيوكلاسيكية التي تتصور المقاول كعون رشيد و كمتخذ قرار منعزل عن محيطه يدفعه حافز تحقيق الربح بالدرجة الأولى (Aldrich & Zimmer, 1986, pp. 3,6).ينظر للمقاول ضمن هذه النظريات نظرة بطولية، فهو فرد مستقل، يتمتع بسمات نادرة ومميزة ولا يمتلك علاقات اجتماعية، الأمر الذي يجعله المسؤول الوحيد عن عملية إنشاء مؤسسته(Aydi, 2010, p. 29) . يتشكل الاتجاه الثاني من النماذج الحتمية للسلوك المقاولاتي والنظريات "الفوق–اجتماعية" أو الاجتماعية بإفراط والتي تربط النزعة المقاولاتية للفرد بأصوله وثقافته أو ديانته، وتفترض أن مجموعة القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع الذي نشأ فيه هي المسؤولة على تهيئته للنجاح في مشروعه بغض النظر عن المكان الذي يوجد فيه (Aldrich & Zimmer, 1986, pp. 7–8). بشكل عام، تنظر هذا النظريات للمقاول على أنه ثمرة السياق الثقافي الخارجي (Chaband & Condor, 13–16 juin 2006), p. 3). انتقادا لهذين النظريتين، اقترح Aldrich & Zimmer(1986) نظرة مختلفة للمقاولاتية: "كبديل للنماذج التحت اجتماعية والأخرى الفوق اجتماعية للمقاولاتية، نقترح نظرية

تتعامل مع المقاولاتية بأنها عملية مندمجة في شبكات علاقات اجتماعية مستمرة" (Aldrich & Zimmer, 1986, p. 8). ساهمت هذه النظرية في تقديم مفهوم "التضمين" أو "Embeedeness" الذي يميز السلوك المقاولاتي، فالمقاول حسب هذه النظرية هو فرد منتمي إلى شبكة علاقات اجتماعية بهدف الحصول على الموارد والتعرف على فرص الأعمال. يمثل تحليل Aldrich & Zimmer(1986) نقطة انطلاق لتيار من الأبحاث المدافعة عن فكرة أن كل نشاط يقوم به المقاول وكل قرار يتخذه يعتمد كليا أو جزئيا على خصائص شبكات العلاقات التي تربطه مع محيطه.يمكن أن يكون لهذه الشبكات تأثير سلبي أو إيجابي على اختيارات هذا الأخير وأفعاله (Johannison,1986 ; Johannisson & Monsted,1997 ; O'Donnel &al, 2001 ; Hoang & Antoncic, 2003). من هنا أصبح دور رأس المال الاجتماعي في عملية إنشاء المؤسسة محل نقاش بين الباحثين وتشكل افتراض مفاده أن للعلاقات الاجتماعية دور مهم في إنشاء المؤسسة وأن المقاول يستعمل رأس ماله الاجتماعي للحصول على الموارد التي يحتاجها خلال كل مرحلة من مراحل عملية إنشاء مؤسسته وتطويرها.

بالنسبة لـ Mueller(2006) يمثل رأس المال الاجتماعي "محفزا مهما للمقاول الناشئ" وأنه "أكثر أهمية حتى من رأس المال النقدي"(Mueller, 2006, pp. 55–56) . يؤكد Johanisson(1986) هذه الفكرة ويعتبر أن "أهم مورد يمتلكه المقاول هو شبكة علاقاته الشخصية (Johannisson, 1986, p. 20). من جهتهما، يرى Davidsson &Honig(2003) أن "رأس المال الاجتماعي يعزز تقدم العملية المقاولاتية"(Davidsson & Honig, 2003, p. 320) .

بينما يعتبر Burt(1995) رأس المال الاجتماعي كـ"قيمة مضافة يتحصل عليها الفرد من علاقاته مع الفاعلين الآخرين" (Burt, 1995, p. 600) . يحدد نفس الباحث، أنه لا يمكن اعتبار علاقات وروابط الفرد كرأس مال، إلا إذا ساعدته في بلوغ أهدافه المقاولاتية، ويؤكد أن المزايا التي يمكن للمقاول التحصل عليها من رأس ماله الاجتماعي تعتمد على موقعه في التنظيم الاجتماعي. بصفة عامة، يمكن تعريف رأس المال الاجتماعي المقاولاتي بأنه مجموع العلاقات والروابط الاجتماعية التي تساعد المقاول على التقدم في مساره المقاولاتي.

2.2. خصائص الشبكة الاجتماعية وتأثيرها على عملية إنشاء المؤسسة:

تمثل "شبكة العلاقات الاجتماعية" أو "Social Network" بالانجليزية، مجموع العلاقات الاجتماعية ذات الطبيعة الخاصة (شراكة، صداقة، دعم، نصيحة، تبادل معلومات..الخ) القائمة بين مجموعة من الأفراد، المجموعات أو المنظمات. تتشكل هذه العلاقات بصفة تلقائية وتكون حينها غير رسمية وتسمح للأفراد من الوصول إلى الموارد اللازمة للنشاط الفردي أوالجماعي. حسب Mercklé (2004) فإن رأس المال الاجتماعي هو "ناتج حجم شبكة العلاقات الاجتماعية، كثافة الموارد التي تحتويها هذه الشبكات وفرص الوصول إلى هذه الموارد" (Saleilles, 2007, p. 49). يشير هذا إلى وجود عدد من المتغيرات المتعلقة بهيكلة الشبكة الاجتماعية تؤثر على كمية وجودة الموارد التي يمكن للمقاول الحصول عليها وعلى فرص هذا الأخير في الحصول عليها. تتمثل هذه المتغيرات في:

- **تأثير حجم الشبكة:** يعكس حجم أو مدى اتساع الشبكة، عدد الروابط المباشرة التي يقيمها الفرد مع الأفراد الآخرين المنتمين لشبكته الاجتماعية (Omrane, 2015, p. 11). في هذا السياق، يشدد Baron & Tang (2009) على أهمية امتداد واتساع الشبكة الاجتماعية للمقاول لما لها من آثار على توفير المعلومات المتعلقة بالتعرف على الفرص التجارية واستكشاف أفكار وخبرات الآخرين ويعتبران أن كل رابط يقيمه المقاول هو قناة لنقل المعلومة(Baron & Tang, 2009, p. 288) .
- **تأثير كثافة الشبكة:** تمثل الكثافة نسبة الروابط الثنائية بين أعضاء الشبكة. يؤكد (Reagans & McEvily 2003 ; Uzzi,1997 ; Ahuja ,2000) أن شدة الكثافة تسهل نقل المعلومات والمعارف الضمنية بين أفراد الشبكة وتنمي مناخا ملائما للعمل الجماعي والتكافل بين الأفراد(Bekkadour & Bouanini, 2016, p. 38) . بالمقابل، يعارض Burt (2000) فكرة التأثير الايجابي للكثافة، لأنها حسب رأيه ترفع من احتمال انغلاق الشبكة وتداول أعضائها لنفس المعلومات المكررة (Omrane, 2015, p. 11).
- **تأثير الثقوب الهيكلية:** يشير الثقب الهيكلي إلى غياب الرابط بين عضوين من الشبكة بحيث لا يكون لديهما نفس دائرة المعارف. هذه الثقوب أو الفراغات الهيكلية تعتبر إستراتيجية كلما زادت كثافتها وستسمح للمقاول بالاستفادة من ثلاث امتيازات: سهولة

وسرعة الحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار، امتياز الاقتراح من طرف الآخرين وامتياز التحكم النابع من عدم ارتباط الأفراد ببعضهم البعض بشكل مباشر وارتباطهم عن طريق المقاول، هذا الأخير يصبح في هذه الحالة المتحكم الرئيسي في طريقة نشر المعلومات ومسارها(Geraudel, 2008, p. 58) .

في إطار هذه الفكرة، يتحدث Granovetter (1973) عن تأثير طبيعة الروابط التي تتبلور في الروابط القوية (العلاقات المتميزة بتكرار اللقاء والعاطفة غالبا ما تكون مع العائلة والأقارب) والروابط الضعيفة (التي تمثل المعارف الموسمية التي يكون فيها تكرار اللقاءات منخفض). يوضح هذا الباحث أن الروابط الضعيفة تنشر معلومات أكثر تميزا وحداثة وأقل تكرارا من تلك التي تنقلها الروابط القوية، في حين أن هذه الأخيرة التي تتسم بالثقة والمشاركة، من شأنها ضمان تبادل أحسن للمعارف الضمنية كما أنها تمثل مصدرا للتمويل وللمعلومات الموثوقة والنصائح والخبرات. في إطار هذه الدراسة، سيتم الاهتمام فقط بقوة الروابط وحجم شبكة العلاقات.

3.المقاولاتية النسوية في الجزائر: بين الواقع والأرقام

1.3المقاولاتية النسوية والمرأة المقاولة

يعود انتشار الأدبيات المعاصرة المتعلقة بالمقاولاتية بشكل عام مع ثلاثينات القرن العشرين مع أعمال كل من Schumpeter(1934) وDrucker(1921) وتزايدت وتيرة المنشورات العلمية بعدها بالتوازي مع التحولات والأزمات الاقتصادية العالمية التي أبرزت أهمية المقاولاتية على الصعيد الجزئي والكلي. لم يكن الأمر مماثلا بالنسبة للمقاولاية النسوية، فلم يبدي الباحثون اهتمامهم بمشاكل المقاولاتية النسوية إلا مع نهاية سنوات 1970 كميدان فرعي للمقاولاتية (Jennings, 2010, p. 81). منذ ذلك الحين، تضاعف الإنتاج العلمي حول هذا الموضوع خاصة في الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا مما يعكس الدور المهم الذي تلعبه النساء المقاولات في خلق الثروة، التنويع الاقتصادي، الابتكار والرفاهية الاجتماعية. حسب De Bruin & al. (2007) يمكن تحديد ثلاث محاور تدور حولها الأبحاث في المقاولاتية النسوية: مصادر تمويل المشاريع المؤسسة من طرف نساء، إدارة الشبكات ورأس المال الاجتماعي للمرأة المقاولة وقياس الأداء (De Bruin, Brush, & Welter, 2007, p. 325). يشير نفس الباحثون، إلى أنه ورغم تزايد الأبحاث المتناولة لموضوع المقاولة النسوية إلا أن العدد لا يزال ضعيفا نسبيا، وهذا يرجع حسب تحليلاتهم إلى "نظرة المجتمع لمكانة المرأة التي تراها بأنها غير مؤهلة لأن تكون مقاولة بسبب

مسؤولياتها العائلية، بالإضافة إلى ضعف تمثيلها في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى قلة الدراسات الأكاديمية المهتمة بها " (De Bruin, Brush, & Welter, 2007, pp. 586,587). من جانبه، يعتبر Gartner(2001) أن سبب ندرة الدراسات حول المقاولاتية يرجع إلى "اعتقاد البعض بعدم وجود أي اختلاف بين الرجل المقاول والمرأة المقاولة"(Gartner, 2001, p. 39) بالمقابل، يعرض Hughes&al(2012) نظرة تفاؤلية اتجاه مستقبل هذه الأبحاث التي ستقدم إحاطة ثرية وقوية لظاهرة المقاولاتية النسوية، وهو ما يعكس نضج المجال وتطوره في الفترات القادمة (Hughes, 2012, p. 431). على غرار مفهومي المقاول والمقاولاتية، لا يزال تعريف المرأة المقاولة والمقاولاتية النسوية محل جدل بين المختصين. يصف Belcourt(1991) المرأة المقاولة بأنها "تلك المرأة الباحثة عن الراحة الشخصية، الاستقلالية المالية عن طريق إنشاء مؤسستها الخاصة"(Gousaid & Qanqom, 2–4 mars 2020, p. 569) . من جهته، يرى Adrien &al(1999) المرأة المقاولة بأنها"شخص يتخذ مخاطرة مالية بهدف إنشاء مؤسسة أو إقامة مشروع، ويقوم بإدارتها بأسلوب ابتكاري وإبداعي من خلال تطوير منتجات جديدة وغزو أسواق جديدة" (Metaiche & Bendiabellah, 2016, p. 223). من خلال هذين التعريفين يتضح أن مفهوم المرأة المقاولة مرتبط باستعدادها لتحمل المخاطرة ومواجهة الانعكاسات المالية والاجتماعية الناتجة عن إنشائها لمؤسستها الخاصة.

بالنسبة للجزائر، يرى Ghiat(2014) المقاولاتية النسوية من بين المواضيع الأقل دراسة واستكشافا من طرف الجامعيين والباحثين الجزائريين وأن الأبحاث المنشورة لا تتم بالاستناد على بيانات وإحصائيات دقيقة وهو سبب تضارب نتائجها(Ghiat, 2014a, p. 39) . صعبت هذه الوقائع من عملية إيجاد تعريف دقيق للمرأة المقاولة في الجزائر، إلا أنه يمكن تقديم تصور عام حولها بأنها "المرأة التي تعتمد على نفسها لإنشاء مؤسسة خاصة وتكون مسؤولة عن تسييرها بهدف تحقيق أهداف شخصية".

2.3 قراءة لوضعية المرأة المقاولة في الجزائر

في ظل غياب مناخ اقتصادي محفز، أصبح النشاط المقاولاتي مهمة صعبة في الجزائر حتى بالنسبة للرجال. ولكن الأمر أصعب بكثير بالنسبة للمرأة، لأن هذه الأخيرة تواجه تحديات على كل الجبهات: العائلة، المجتمع، العوائق المالية، البيروقراطية وإدارة المؤسسة في ظل محيط تنافسي. حسب Salman & al(2012)، تواجه النساء نفس هذه الحواجز في المجتمعات المغربية الأخرى

التي تشهد "مشاكل مرتبطة بالقيم الثقافية والقواعد الاجتماعية التي لها أهمية (عقليات الأفراد، الحواجز الثقافية..الخ)"(Salman, Al Abboubi, & Henda, 2012, p. 5) . يندرج اهتمام الجزائر بالمقاولاتية النسوية في إطار إستراتيجية دعم الروح المقاولاتية بهدف التنويع الاقتصادي والخروج من التبعية لعوائد قطاع المحروقات. تجسدت هذه الإستراتيجية في شكل حزمة من الإصلاحات التي كان لها أثر ايجابي على المقاولاتية بصفة عامة وعلى المقاولاتية النسوية بصفة خاصة. حسب تقرير المراقب العالمي لريادة الأعمال (GEM) حول الجزائر لسنة 2012 أن متوسط معدل النشاط المقاولاتي في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين 2009 و2012 قدر بـ 14.5% للرجال مقابل 8% للنساء. أما الأرقام المقدمة من طرف المركز الوطني للسجل التجاري لفيفري 2017، فتشير إلى أن نسبة النساء المسجلات كمالكات مؤسسة بلغ 6% من إجمالي أصحاب المشاريع على المستوى الوطني. بينما توضح معطيات الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) أن نسبة المشاريع الممولة من طرفها المملوكة من طرف نساء بلغت 13% على المستوى الوطني مع نهاية سنة 2016. أما الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) فتبين أن النساء هن الفئة الأكثر استفادة من برنامجها بنسبة 62.44% منذ إنشاء الوكالة سنة 2004 إلى غاية2017.

تقدم هذه الأرقام نظرة تفاؤلية المقاولاتية النسوية في الجزائر. يلخص Ghiat(2014) العوامل الخارجية المحفزة على إقبال المرأة الجزائرية على مجال العمل الخاص والمستقل في ثلاث فئات: التحولات السياسية والانفتاح على الديمقراطية و اقتصاد السوق، التحولات الثقافية والتعليمية التي زادت من نسبة المتخرجين الجامعيين من جنس الإناث في كل التخصصات حتى تلك التي كانت حكرا على الرجال وتوجه الاقتصاد الجزائري نحو التنويع الذي غير من نظرة المرأة الجزائرية للعمل المستقل والمبادرة الفردية(Ghiat, 2014b, p. 120) . في دراسة أخرى لنفس الباحث، يحدد Ghiat(2018) الدوافع الذاتية التي ساعدت المرأة الجزائرية على دخول عالم المقاولاتية أبرزها الضرورة الاقتصادية كوسيلة لمحاربة البطالة، الرغبة في تحقيق الانجاز الذاتي، اكتساب اعتراف واحترام المجتمع، الحاجة للاستقلالية والتحرر من قيود المجتمع ومحاربة الهيمنة الذكورية التي تفرضها الثقافة الجزائرية والعربية بشكل عام (Ghiat, 16 et 17 mai 2018, pp. 4–5). رغم وجود الحوافز والأسباب المؤدية إلى تطور المقاولاتية النسوية في الجزائر، إلا أنها بقيت تسجل

معدلات محتشمة بسبب "العقلية" الجزائرية المحافظة والارتباط الدائم للمرأة بمحيطها العائلي (Ghiat,2014,p120). هذا الواقع منع المرأة من الحصول على نفس الفرص التي يلاقيها الرجل. يتضح مما سبق أن المرأة الجزائرية تنظر للمقاولاتية كمجال لإثبات كفاءتها وتميزها وكسبيل لاستغلال إمكانياتها وكذا التعبير عن رفضها للقيود الاجتماعية والثقافية. إلا أنها لا تتمكن من تحقيق أهدافها بمفردها. فبالإضافة إلى كون السيرورة المقاولاتية عملية معقدة وتحتاج العديد من الموارد والمعلومات، تزداد صعوبة بالنسبة للمرأة التي تواجه علاوة على هذه العوائق، مجموعة من الأحكام الثقافية والاجتماعية.

كما تمت الإشارة إليه، يمثل رأس المال الاجتماعي موردا هاما بالنسبة للمقاول، فهو يعمل على تسهيل عملية إنشاء المؤسسة وتذليل العراقيل المحتملة. غير أن خصائص الشبكة الاجتماعية (حجم الشبكة، كثافتها، طبيعة الروابط بين القوية والضعيفة) تتوقف بشكل كبير على جنس المقاول. هذه الخصائص تؤثر على مدى استفادة المرأة من شبكة علاقاتها وتجنيدها لخدمة مشروعها (Jue–Ping, 2014,pp230–232). من أهم هذه الخصائص يمكن ذكر:

- تتميز شبكة العلاقات الاجتماعية للمرأة المقاولة بالمحدودية وقلة التنوع (من حيث جنس المعارف، مكان تواجدهم، عددهم) وهذا راجع لعوائق مثل العائلة والمسؤوليات والقيود الثقافية للمجتمع.
- تركز المرأة على بناء الروابط القوية (وهي علاقات تتميز بدرجة عالية من الثقة، العاطفة والترابط وتقام عادة مع الأشخاص القريبين جدا من المقاول مثل الوالدين والأصدقاء المقربين) ولا تهتم بالروابط الضعيفة السطحية والموسمية وهو سبب أخر لمحدودية علاقاتها.
- يمكن للمرأة تكوين رأس مالها الاجتماعي الخاص من خلال "استعارة" رأس مال الاجتماعي الخاص بالمقربين منها خاصة الرجال منهم مثل الأب والزوج.
- تهتم المرأة بتكوين علاقات مع نساء مقاولات مثلها بهدف تخفيف إحساسها بالوحدة في عالم الأعمال والاستفادة من خبراتهن المهنية وهي طريقة أيضا لتجديد معلوماتها ومعارفها المتعلقة بقطاع عملها.

يساعد انتماء المرأة المقاولة إلى شبكة علاقات اجتماعية ومهنية على تعزيز ثقتها بنفسها وتخفيف عزلتها عن عالم الأعمال، كما يوفر لها الدعم المادي والمعنوي الذي تحتاجه أثناء عملية

إنشاء مؤسستها الخاصة. نظريا، يساهم رأس المال الاجتماعي في إنجاح عملية إنشاء المؤسسة بالنسبة للمرأة عن طريق مساعدتها على الحصول على الموارد الضرورية لانطلاق ونمو مشروعها. يرى Tremblay & Carrier(2006) أن تراكم هذه الموارد سيمكن صاحبة المشروع من تحسين منتجاتها وتوسيع نشاطها، كما أن توفرها سيسمح لها استغلال فرص الأعمال المتاحة في الوقت المناسب ومواجهة التهديدات المفاجئة(Tremblay & Carrier, 2006, p. 73) . يمكن تلخيص أهم الموارد التي تحتاجها المرأة المقاولة في النقاط التالية:

- **الموارد المعلوماتية:** عادة ما تكون المعلومة الإستراتيجية نادرة ومكلفة لا سيما بالنسبة للمقاول الناشئ. لذلك تلجأ المرأة المقاولة إلى مصادر شخصية وغير رسمية لتأمين هذه المعلومات. هذه المصادر لا تتميز فقط بكونها سهلة للوصول إليها، بل تعتبر أكثر مصداقية ويمكن مراجعتها بسرعة، كما أنها أقل تكلفة وأرفع جودة وغير متقادمة وحصرية إذا ما قورنت بالمعلومات الصادرة من المصادر الرسمية (Aydi, 2013, pp08-09)
- **الموارد المالية:** لطالما شكل التمويل أحد أهم العوائق التي تواجهها المرأة الراغبة في إنشاء عملها الخاص، حيث أن هذه الأخيرة تواجه عادة رفض البنوك والممولين التعامل معها بحجة انعدام ثقتهم فيها. للحد من هذا المشكل بوسع المرأة أن تلجأ إلى معارفها وعلاقاتها للتعريف بنفسها لدى الآخرين وكسب ثقتهم ومواردهم، فهذه العلاقات يمكن أن تكون مع مسؤولين في مؤسسات بنكية وهو ما يؤثر بصورة ايجابية على سهولة الحصول على القروض وشروطها والوقت اللازم للاستفادة منها. كما يمكنها اللجوء إلى مصادر أخرى مثل العائلة والأصدقاء(Aydi, 2010, pp. 10–11) ..
- **الموارد الاجتماعية:** قد تتجسد الموارد الاجتماعية في الدعم الاجتماعي الذي تتلقاه المرأة من جمعيات المجتمع المدني أو من الزبائن، كما قد تشمل كذلك الخبرة والنصائح التي تستفيد منها المقاولة الجديد من مقاولات أخريات لديهن تجربة سابقة. قد تتمثل هذه الموارد أيضا في سهولة الحصول على التراخيص ومختلف الإجراءات والوثائق التي قد تعيق مسار تطور مؤسستها. يقدم انخراط المرأة المقاولة في شبكة علاقات اجتماعية ومهنية مع مقاولات أخريات فرصة لهن بإنشاء علاقات تعاون بينهن وهو الشيء الذي

يخلق روابط قوية بينهن من شأنها أن تخفف العزلة التي يفرضها عليهن المحيط الاقتصادي والاجتماعي(Jue–ping, 2014, p. 232) .

4. الدراسة الميدانية

بهدف معالجة الإشكالية المطروحة في هذا المقال تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من النساء المقاولات الناشطات على مستوى ولاية البويرة.

1.4 عينة الدراسة

شملت الدراسة عينة متكونة من 29 امرأة مقاوِلة مسجلة في المركز الوطني للسجل التجاري لولاية البويرة. تنشط هذه النساء في قطاعات مختلفة كما أنهن المسؤولات الحقيقيات عن إدارة مشاريعهن.

2.4 منهجية وأسئلة الاستبيان

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف على أوجه مساهمة رأس المال الاجتماعي للمرأة المقاولة في تسهيل عملية إنشاء المؤسسة وتحديد طبيعة الروابط الاجتماعية التي تعتمد عليها للحصول على الموارد الضرورية لإقامة مشروعها. في هذا الإطار، تم اختيار المنهج الكيفي باعتباره متناسبا مع طبيعة الدراسة أين تمت الاستعانة بأداة الاستبيان الذي شمل في مجمله 12 سؤال عدد منها أسئلة مغلقة وأخرى أسئلة مفتوحة. قصد التعمق أكثر في الموضوع والحصول على إجابات أوضح وإثراء التحليل، تم تدعيم الدراسة بـــ 5 مقابلات نصف موجهة، تمت جلها بصفة شخصية وتراوحت مدتها في المتوسط 35دقيقة كما أنها اشتملت على 8 أسئلة كما هو موضح في الملحق رقم 01(أنظر الملحق رقم01). ركزت أسئلة الاستبيان على محورين:

- **المحور الأول متعلق بالخصائص الشخصية والمهنية للعينة:** تضمن هذا المحور في جزء منه 04أسئلة اهتمت بطبيعة النشاط، الفئة العمرية، الوضعية العائلية والمستوى التعليمي. في جزئه الثاني، تضمن هذا المحور سؤالين حول الظروف العامة لعملية إنشاء المؤسسة. بحث السؤال الأول عن دوافع أو محفزات إنشاء المشروع وتم طرحه بالأسلوب التالي "ما هي الأسباب أو الدوافع التي جعلتك تقدمين على إنشاء مشروعك

الخاص؟". بينما ركز السؤال الثاني على تحديد طبيعة الصعوبات التي تواجهها المرأة خلال مسار إنشاء المؤسسة وجاء بالصيغة التالية: " ما هي العراقيل أو المشاكل التي تعرضت إليها خلال مسارك نحو إنشاء؟".

- **المحور الثاني: المتعلق بخصائص شبكة العلاقات الاجتماعية للمرأة المقاولاتية**

وتضمن 06 أسئلة طرحت بالعبارات التالية:

- من هم الأشخاص الذين تواصلتي معهم قصد بلورة فكرة مشروعك؟ (أذكري خمسة أشخاص على الأقل مع تحديد صلتك بهم)
- من هم الأشخاص الذين ساعدوك في الحصول على التمويل اللازم لإنشاء مشروعك؟ (أذكري خمسة أشخاص على الأقل مع تحديد صلتك بهم)
- من هم الأشخاص الذين ساعدوك على تجاوز الإجراءات الإدارية المتعلقة بإنشاء مؤسستك الخاصة؟ (أذكري خمسة أشخاص على الأقل مع تحديد صلتك بهم)
- هل لديك نشاط جمعوي (جمعيات إنسانية، مهنية..الخ، نوادي..)؟
- هل تحرصين على المشاركة في الفعاليات والتظاهرات والملتقيات التي تقام داخل الولاية أو خارجها والخاصة بقطاع نشاطك؟ إذا كان نعم، ما هو هدفك من حضور مثل هذه التجمعات؟
- هل تعتمدين على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بمنتجاتك/خدماتك ؟

3.4 الخصائص الشخصية والمهنية لعينة الدراسة:

أظهرت نتائج هذا المحور أن أغلب المستجوبات ينشطن في القطاع الحرفي بنسبة 58.62%، بينما تمثلت الفئة العمرية الغالبة بين 33سنة و42سنة بنسبة 55.17%. بالنسبة للوضعية العائلية، فإن ما يعادل نسبة 79.13% نساء العينة متزوجات كما أن 65.51% منهن متخرجات من الجامعة.

بالعودة إلى إجابات السؤال الخاص بأسباب إتخاذ قرار إنشاء مشروع خاص، يتضح أن أهم الدوافع التي قادت نساء العينة نحو عالم العمل المستقل تمثلت في البطالة والسعي لتحقيق الاستقلالية المالية، وذلك حسب ما تؤكده 44.82% من المستجوبات. بالنسبة لـ13.79% منهن، فإن الظروف الاجتماعية الصعبة هي التي دفعتهم نحو عالم المقاولاتية. تصرح زهرة.ب وهي

صاحبة محل لبيع الألبسة: *اضطرت للانطلاق في مشروعي بعد تجربة الطلاق، شرعت في مشروع التجارة الالكترونية سنة 2018 إلى أن تمكنت سنة 2020 من افتتاح محل بمساعدة أفراد عائلتي*". أما 13.79% من المستجوبات، فيصرحن أنهن تحفزن لفكرة إنشاء مؤسساتهن الخاصة بسبب وجود فرص استثمارية ملائمة. تقول ياسمينة.ر: "*صديقتي كانت بحاجة للتمويل لافتتاح مشروع كراء فساتين الأعراس والمناسبات، فرأيت في ذلك فرصة استثمارية مناسبة خاصة و أنني كنت أمتلك مبلغا ماليا مهما ادخرته من وظيفتي السابقة و لم أكن أدري كيفية توظيفه*".

الجدول 1: توزيع المستجوبات حسب دوافع إنشاء المشروع

طبيعة الدافع	عدد المستجوبات	النسبة المئوية %
أسباب اقتصادية(البطالة)	13	44.82
وجود فرص اسثمارية	4	13.79
ظروف اجتماعية	8	27.58
أسباب أخرى	4	13.79
المجموع	29	100

بالاستناد إلى تصريحات وإجابات المستجوبات حول السؤال المتعلق بالمشاكل التي اعترضتهن خلال مسارهن المقاولاتي، يمكن ملاحظة نوعين من العراقيل التي قد تواجه المرأة المقاولة. يتمثل النوع الأول في العراقيل العامة التي قد يتعرض لها حتى الرجل على غرار العراقيل الإدارية، صعوبة الحصول على التمويل والمعلومات وصعوبة الحصول على الزبائن في المراحل الأولى من النشاط. بينما يتمثل النوع الثاني في عراقيل خاصة متعلقة بالمرأة ونظرة المجتمع إليها. تشير الإجابات أن صعوبة التوفيق بين إدارة المشروع وإدارة الواجبات المنزلية يشكل أهم عائق بالنسبة لنساء العينة. فكما تشرح حياة.س، مالكة صيدلية ومسيرة لها: "*صحيح أن زوجي ساعدني بشكل كبير في المراحل الأولى من افتتاح صيدليتي ولكن بعد مزاولتي العمل لاحظت بعض التذمر عليه خاصة في أوقات امتحانات الأطفال أين تشتد المسؤوليات ويصبح من الصعب علي التوفيق بين عملي الذي يأخذ مني معظم وقتي ومسؤولياتي المنزلية وتدريس الأولاد*".

الجدول 2: تكرار الإجابات المتعلقة بالصعوبات المرتبطة بإنشاء وإدارة المشروع

تكرار الإجابات	طبيعة العوائق
17	**صعوبة الحصول على التمويل**
18	**وضعية المرأة في المجتمع**
19	**صعوبة الحصول على المعلومات**
21	**صعوبة التوفيق بين الحياة الخاصة والحياة العملية**
12	**صعوبة تسويق المنتجات والتعريف بها**
8	**ضعف التزام الموردين**
25	**العراقيل الإدارية**
14	**عراقيل أخرى**

5. نتائج الدراسة

تختلف مقاولات ولاية البويرة في العديد من الخصائص الشخصية والمهنية ولكن معظمهن يشتركن في الصعوبات والمشاكل التي واجهتهن أثناء عملية إنشاء المؤسسة. هدفت أسئلة المقابلة والاستبيان في محوره الثاني إلى إظهار أوجه مساهمة رأس المال الاجتماعي المقاولاتي في مساعدة المرأة على تخطي مختلف العراقيل التي قد تواجهها خلال كل مرحلة من مراحل عملية إنشاء المؤسسة وإدارتها. بالإضافة إلى التعرف على خصائص شبكة العلاقات الاجتماعية والمهنية للمرأة من جانبي طبيعة الروابط وحجم الشبكة. يمكن تلخيص نتائج الدراسة في المحاور التالية:

- **خصائص شبكة العلاقات:** بالعودة إلى مفهوم(1973)Granovetter حول قوة الروابط والتي تتميز بمستوى عالي من الثقة والعاطفة، يمكن القول أن المقاولات في ولاية البويرة يعتمدن بشكل أكبر على الروابط القوية. حيث أكدت معظم المستجوبات لجوئهم إلى أفراد من العائلة وأشخاص مقربين للحصول على الدعم لإنشاء المشروع. في هذا الصدد، تضيف نجيمة.ز مالكة عيادة نفسية للأطفال: "*عندما قررت افتتاح عيادتي الخاصة لم أكن أعرف من أين أبدأ، فتخوفت من الخطوة...لجأت إلى أختي الكبرى العاملة في المركز الوطني للسجل التجاري وبحكم عملها زودتني بالمعلومات اللازمة حول الإجراءات الإدارية اللازمة... بعدها واجهت مشكلا في إيجاد*

مكان ملائم لافتتاح العيادة بحكم محدودية الموارد المالية التي كنت أمتلكها آنذاك، فكان الفضل لقريبتي التي دلتني على شقة مناسبة من حيث المكان و سعر الإيجار". تفضل المرأة المقاولة الجزائرية الاستعانة بالأفراد المقربين الذين تتميز علاقتها بهم بمستوى عالي من الألفة والثقة ولا تحبذ المغامرة مع أشخاص غرباء لاعتبارات اجتماعية بالدرجة الأولى كما توضحه العديد من المستجوبات. من جانب آخر، يتضح عبر الإجابات المقدمة أن متوسط عدد الأفراد الذين لجأت إليهم المستجوبات أثناء مرحلة إنشاء المشروع يقارب 3 معارف. يعكس هذا العدد محدودية شبكة علاقات المرأة المقاولة الجزائرية بسبب الاعتبارات الثقافية بالدرجة الأولى.

– **مصدر فكرة المشروع المقاولاتي:** أكدت أغلب المستجوبات على تأثير المحيط العائلي على تكوين فكرة المشروع. فبحكم التقارب والثقة السائدة بين المرأة وعائلتها يحدث تبادل للأفكار وتتبلور فكرة المشروع في ذهن المرأة المقاولة. من جهة أخرى صرحت عدة مستوجبات أن فكرة المشروع تبلورت في فكرها نتيجة تأثرها بعائلتها وبأعمالهم حيث أكدت أحد المستجوبات أنها دخلت في نفس مجال العمل الذي يعمل فيه عمتها وهو الخياطة والتطريز.

– **مصدر رأس المال المستثمر في المشروع:** حسب تجربة فريدة.ب المالكة لورشة صغيرة للخياطة والترقيع: "*لم أكن أمتلك سوى آلة الخياطة الخاصة بي، كنت أعمل و أستقبل الزبونات في بيتي وهو ما تسبب لي في مشاكل مع أهل زوجي..طرحت فكرة استئجار محل على زوجي و وافق وكان هو من زودني برأس المال اللازم للكراء و لتجهيز الورشة وهكذا انطلقت*". تشكل الموارد العائلية للمرأة (خاصة موارد الأب والزوج) أهم مصدر لتمويل مشروعها. فالمرأة تلجأ عادة إلى الروابط القوية (أي إلى العائلة والأقارب) وذلك بحكم التقاليد بالدرجة الأولى والثقة والعاطفة التي تبديها المرأة اتجاه هؤلاء من جهة أخرى. هذا بالإضافة إلى كون هذا النوع من التمويل آمن وفيه نوع من الراحة بالنسبة للمرأة التي لا تحس أنها مقيدة بآجال أو مخاطر مثل ما هو الحال مع القروض البنكية. تعتبر هذه النتيجة تأكيدا للفرضية الأولى.

– **العراقيل الثقافية والبيروقراطية:** تروي ياسمينة.ر مالكة محل لكراء فساتين الأعراس: "*كنت سأتعرض لعملية احتيال أثناء تفاوضي مع مستورد ألبسة..أكاد أجزم أنني لو كنت رجلا لما تعرضت لذلك الموقف.. لذلك قررت أنا وشريكتي أن نستعين بأخي لتنفيذ هذه المهمة وما يشابهها*". في إطار نفس السؤال، تصرح نجيمة.ز *لولا مساعدة أختي وعلاقاتها مع عاملات في إدارات أخرى*

لما تمكنت من تجاوز الإجراءات الإدارية بتلك السرعة". من هنا يظهر دور رأس المال الاجتماعي للمرأة في مساعدتها على تجاوز المشاكل الإدارية.

– **النشاط العلائقي للمرأة المقاولة:** تشير أغلب المستجوبات إلى عدم انتماءهم إلى أي جمعية مهنية أو منتدى خاص بقطاع عملهن داخل الولاية أو خارجها.بالمقابل أعربت بعضهن عن حرصهن الشديد على حضور المعارض والفعاليات خاصة الثقافية منها والمشاركة فيها عبر عرض منتجاتهن، فهي فرصة جيدة للتسويق لأعمالهن واكتساب زبائن جدد ومواكبة مستجدات القطاع. أما الاستراتيجيات التي تتبعها هؤلاء النسوة لتوسيع شبكة معارفهم المهنية، فتوضح أغلبهن اعتمادهن الحصري على مواقع التواصل الاجتماعي لإقامة روابط مع الزبائن في ظل صعوبة القيام بخطوات ميدانية أخرى. تفند هذه الإجابات الفرضية الثانية، فالمساهمة الشخصية للمرأة المقاولة الجزائرية في توسيع وتنويع رأس مالها الاجتماعي محدودة جدا مقارنة بالرجل المقاول.

6. خاتمة

في ظل مناخ أعمال غير ملائم وإدارة بيروقراطية، تصبح استعانة المقاول بعلاقاته الشخصية والعائلية وزملاؤه وحتى أصدقائه للحصول على الموارد المالية والمعلوماتية والمعنوية التي يحتاجها للنجاح في عملية إنشاء مؤسسته الخاصة أمرا منطقيا. يفرض السياق الاجتماعي والثقافي في الجزائر قيودا هامة على المرأة المقاولة وهو ما يبرر اعتمادها على شبكة علاقاتها للحصول على الدعم الكافي لإنشاء مشروعها. تظهر نتائج الدراسة الميدانية التي شملت عينة من صاحبات مشاريع من ولاية البويرة، أن شبكة علاقات المرأة المقاولة الجزائرية محدودة جدا من حيث عدد العلاقات ومقتصرة بشكل عام على الروابط القوية. يعود اعتماد المرأة المقاولة الجزائرية على الموارد التي يمتلكها محيطها العائلي المقرب إلى وجود مستوى ثقة مرتفع في هذه العلاقات وإلى صعوبة توسيع المرأة لشبكة علاقاتها المهنية بفعل التقاليد والعرف السائد الذي يحد من علاقات المرأة خارج الأطر المعروفة.

7. التوصيات

في سبيل التخفيف من القيود التي تمنع المرأة المقاولة من توسيع دائرة معارفها والاستفادة من الموارد الموجودة في المجتمع وتقف بذلك كعائق في وجه تطور ديناميكية المقاولاتية النسوية في الجزائر يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:

- تكوين جمعيات ونوادي للنساء المقاولات وصاحبات المشاريع وتعميمها على المستوى البلديات، الولايات وحتى إنشائها على مستوى الجامعات،

- إنشاء برامج تكوينية دورية لتعليم هؤلاء المقاولات على كيفية الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي لتوسيع شبكة علاقاتهن المهنية،

- تفعيل دور هيئات الدعم في المرافقة الفعلية للمستفيدات من برامجها عبر تقديم التوجيه الفعلي والميداني خاصة خلال السنوات الأولى للنشاط،

- الترويج لعقلية بناء الشبكات والانفتاح عليها باعتبارها إستراتيجية فعالة وركيزة لنجاح العملية المقاولاتية.

8. قائمة المراجع

1- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. California management review, 3-23.

2- MIM, Ministère de l'Industrie et des Mines. Bulletin d'information statistique. Bulletin PME. Bulletin d'information statistique, N°30, 2017.

3- ONS, Office National des Statistiques (2016). Activité, emploi et chômage (Activity, Employment and Unemployment), N°763.

4- Aydi, G. (2010). Réseaux personnels, capital social et création d'entreprise : facteurs de structuration et effet sur la performance. Thèse de doctorat. Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax.

5- Baron, A., & Tang, J. (2009). Entrepreneurs' social skills and new ventures performances: mediating mechanisms and cultural generality. Journal of management publications, 35 (2).

6- Bekkadour, A., & Bouanini, S. (2016). The formation of entrepreneurial social capital : case study of Algerians entrepreneurs' creators of micro enterprises. International Journal of management and business studies, 6.

7- Birley, S. (1991). Entrepreneurial Networks: Their Emergence. International Small Business Journal, 9, 57-74.

9- Burt, R. (1995). Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur : Analyses de réseaux et structures relationnelles. Revue française de sociologie, 36 (4).

10- Butler, J., & Hansen, G. (1991). Network evolution, entrepreneurial success, regional Entrepreneurship and Regional Development. 3, 1-16.

11- Chabaud, D., & Condor, R. ((13-16 juin 2006)). Le rôle des réseaux sociaux dans le processus de création d'entreprise : Faut-il compléter la perspective ? XVèmeConférence Internationale de Management Stratégique. Genève.

12- Gartner, W. (2001). is there an elephant in entrepreneurship? blind assumptions in theory development. Journal of entrepreneurship theory and practice, 25 (4).

13- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. (2012). 2012 Women's Report (annual assessment at national level of entrepreneurial activity in several countries).

14- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. (2018/2019). Women's Entrepreneurship Report. Global Entrepreneurship Research Association.

15- Geraudel, L. (2008). Réseaux personnel du dirigeant de PME et accès aux ressources : Le rôle modérateur de la personnalité. Thèse de doctorat en sciences de gestion . Université de Savoie.

16- Ghiat, B. (16 et 17 mai 2018). Les femmes entrepreneures en Algérie : Contraintes culturelles et désir d'émancipation. 7es Journées Georges DORIOT – Entrepreneuriat et Société –. Montréal.

17- Ghiat, B. (2014). Social change and women entrepreneurship in Algeria. Journal of women entrepreneurship and education, 2 (1).
18- Gousaid, N., Qanqom, A (2-4mars 2020). Les facteurs expliquant la motivation de l'entrepreneuriat chez la femme Marocaine selon le niveau d'études. Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique L'Entrepreneuriat et l'insertion professionnelle des jeunes et des femmes en Afrique Francophone. Université Mohammed V de Rabat. 567-577.
19- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. The American Journal of Sociology, 78 (06), 1360-1380.
20- Hughes, K. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. Entrepreneurship Theory and Practice, 36 (3), 429-438.
21- Jennings, J. (2010). The work – family interface strategies of male and female entrepreneurs: are there any differences? Journal of business venturing, 12 (2).
23- Jue-ping, X. (2014). Social capital and entrepreneurial success in female entrepreneurship. The Thirteenth Wuhan International Conference on E-Business—Knowledge Management and Business Intelligence.
24- Medouni, Y., & Bedrani, S. (2016). état des lieux sur l'entrepreneuriat feminin dans la wilaya de Djelfa. Les cahiers du Cread (115).
25- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the region: breeding ground for nascent entrepreneurs? Small Business Economics, 27 (1), 41-58.
27- Omrane, A. (2015). L'accès aux ressources en création d'entreprise, vers une reconsidération des facteurs sociaux. La revue gestion et organisation, 1(7), 9-22

29- Saleilles, S. (2007). L'entrepreneur néo-rural et son réseau personnel: une étude exploratoire. Thèse de doctorat en Gestion et management . Université Montpellier I.

30- Salman, N., Al Abboubi, M., & Henda, S. (2012). Les femmes chefs d'entreprises au Maroc. 11e CIFEPME, (pp. 24-26). Brest.

32- Tremblay, M., & Carrier, C. (2006). Développement de la recherche sur l'identification collective d'opportunités d'affaires : assises et perspectives. Revue de l'Entrepreneuriat, 5 (2), 69-88.

8. الملاحق

- **الملحق رقم01:**

دليل المقابلة

1- هل بوسعك تقديم فكرة مشروعك؟
2- قبل إنشاء مؤسستك، هل يمكنك تذكر الأشخاص الذين ناقشتي معهم فكرة مشروعك؟
3- هل يمكنك تذكر العراقيل التي واجهتك خلال عملية إنشاء مؤسستك؟
4- حسب تجربتك، هل تعتقدين أن مصدر هذه العراقيل متعلق بكونك امرأة؟
5- من هم الأشخاص أو الجهات الذين ساعدوك على تخطي هذه الصعوبات؟
6- كيف كان شكل المساعدة التي تحصلت عليها من طرف هؤلاء الأشخاص؟ هل يمكنك سرد موقف معين؟
7- ما هي العراقيل التي تمنعك من توسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية والمهنية؟
8- هل تعتمدين على مواقع التواصل الاجتماعي لتكوين علاقات مهنية جديدة؟