

بيان صحفي

24 يوليو 2017

التاريخ

رشا عدي، بي دبليو سي الشرق الأوسط
0550 682 56 971+
rasha.adi@pwc.com

جهة الاتصال

متابعة/إعادة تغريد:

[@PwC_Middle_East](#)

لمزيد من التفاصيل، يُرجى زيارة موقع <http://www.pwc.com/womenunbound>

بي دبليو سي ومركز التمويل الجماعي: المرأة تتفوق على الرجل في التمويل الجماعي الأولي

- يوضح تقرير جديد أن الرجل أكثر استخداماً للتمويل الجماعي الأولي من المرأة، غير أن المرأة أكثر نجاحاً في الوصول إلى أهدافها المالية من الرجل في كافة القطاعات والمناطق الجغرافية حول العالم
- يُظهر هذا التحليل الذي تناول ما يزيد عن 450 ألف حملة لجمع التمويل الجماعي الأولي على تسعه من أكبر منصات التمويل الجماعي العالمية أن الحملات التي تقودها سيدات كانت أكثر نجاحاً بنسبة 32% في الوصول إلى أهدافها التمويلية من تلك التي يقودها رجال
 - يسعى الرجال عادة لتحقيق أهداف تمويلية أعلى، غير أن المشاريع التي تقودها المرأة تحقق متوسط مساهمة أعلى من المشاريع التي يقودها الرجل؛ إذ يساهم كل داعم في المتوسط بمبلغ 87 دولار للمرأة و83 دولار للرجل (فرق 5% تقريباً)
 - حتى في القطاعات التي يهيمن عليها الرجال، مثل قطاع التكنولوجيا والذي نجد فيه أن نسبة الحملات التي يقودها الرجال إلى تلك التي تقودها السيدات هي 9 إلى 1، تكون الحملات التي تقودها السيدات أكثر نجاحاً، بنسبة 13% إلى 10% على التوالي
 - ينطبق هذا الأمر أيضاً على منطقة الشرق الأوسط:
 - أظهر التحليل أن المرأة أكثر نجاحاً من الرجل في تحقيق الأهداف التمويلية (10% مقابل 6%)
 - 83% من الذين يسعون للحصول على التمويل الجماعي هم من الذكور و17% من إناث مقابل 72% من الذكور و28% من الإناث على الصعيد العالمي
 - متوسط قيمة المساهمات في الحملات التي تقودها سيدات أعلى بنسبة 29% من متوسط المساهمات في الحملات التي يقودها رجال (يبلغ الفارق على الصعيد العالمي 5%)

أصدرت اليوم بي دبليو سي ومركز التمويل الجماعي تقريراً مشتركاً تحت عنوان "المرأة بلا قيود: إطلاق العنان لقدرات ريادة الأعمال لدى النساء". ويتناول هذا التقرير تجارب السيدات في جمع التمويل بنجاح من خلال حملات التمويل الجماعي الأولي مقارنة بالأساليب التقليدية لجمع التمويل.

وتنسند استنتاجات التقرير إلى بيانات عامين كاملين من بيانات التمويل الجماعي الأولي (2015 – 2016) التي قام برصدها مركز التمويل الجماعي، وتغطي هذه الاستنتاجات نتائج أكثر من 465 ألف حملة لتمويل الجماعي الأولي على تسعه من أكبر منصات التمويل الجماعي على مستوى العالم.

ويخلص التقرير إلى أنه من الواضح أن الرجال أكثر استخداماً للتمويل الجماعي الأولي من السيدات، غير أن السيدات أكثر نجاحاً في الحصول على التمويل الجماعي من الرجال. فعلى الصعيد العالمي، تحقق سبعة عشر في المائة من الحملات التي يقودها رجال أهدافها التمويلية، مقارنة بنسبة 22% للحملات التي تقودها سيدات. وبوجه عام، كانت الحملات التي تقودها سيدات أكثر نجاحاً بنسبة 32% في الوصول إلى أهدافها التمويلية من الحملات التي يقودها رجال عبر مجموعة كبيرة من القطاعات والمناطق الجغرافية والثقافات.

تطور التمويل الجماعي الأولي

التمويل الجماعي هو ابتكار مجدد وفر مسارات تمويل جديدة للأفراد والشركات الناشئة والمؤسسات النامية حيث يتيح لهم فرصة العمل والتفاعل بشكل مباشر مع السوق ومع آلاف الداعمين والمناصرين والعملاء والشركاء المحتملين على نحو لم يسبق له مثيل. والتمويل الجماعي الأولي هو استخدام منصات التمويل الجماعي "القائمة على المكافآت" ل توفير التمويل اللازم لإنشاء أو إطلاق أو تطوير الشركات والمنتجات والخدمات الجديدة حيث يقوم الداعمون بالدفع مقدماً للحصول على منتج أو خدمة أو مشروع. وقد استمر نطاق التمويل الجماعي الأولي في التوسيع والانتشار منذ ظهوره، كما ارتفعت مستويات التمويل على المنصات التسعة التي تناولها هذا التقرير إذ قفزت من 10 ملايين دولار في عام 2009 إلى أكثر من 767 مليون دولار في عام 2016، مع وجود داعمين من أكثر من 200 دولة.

وكان أداء الحملات التي تقودها سيدات أفضل من حيث تحقيق أهداف التمويل من الحملات التي يقودها رجال عندما قمنا بفصل البيانات لكل قطاع وكل بلد. ففي الدولتين ذاتي التمويل الجماعي الأولي الأكبر حجماً، المملكة المتحدة والولايات المتحدة، حققت 20% من الحملات التي يقودها رجال أهدافها. غير أن الحملات التي تقودها سيدات كانت أفضل أداء، إذ نجحت 24% من السيدات في الولايات المتحدة و26% من السيدات في المملكة المتحدة في الوصول للهدف التمويلي لحملاتهن.

واستمر هذا الاتجاه في الدول التي لم يبلغ فيها التمويل الجماعي الأولي هذا الحجم أو هذا المستوى من النجاح. فعلى سبيل المثال، بلغت نسبة الحملات الناجحة التي تقودها سيدات في منطقة الشرق الأوسط 10% مقارنة بـ4% للذكور. وتعكس تلك الأرقام الاتجاهات في الدول السبع الناشئة (الصين والهند والبرازيل والمكسيك وروسيا وإندونيسيا وتركيا) حيث حققت 10% من الحملات التي تقودها سيدات أهدافها مقارنة بـ4% من الحملات التي يقودها رجال.

وحتى في القطاعات التي في نظر البعض يغلب عليها الذكور، كقطاع التكنولوجيا على سبيل المثال الذي تبلغ فيه نسبة الرجال الراغبين في الحصول على التمويل مقارنة مع السيدات الراغبات في الحصول على التمويل 9 إلى 1، نجحت 13% من السيدات في تحقيق أهدافهن التمويلية مقارنة بنسبة 10% فقط من الرجال. وتكرر هذا النمط في قطاع التقنية الرقمية الذي توجد فيه ثلاثة حملات بقيادة رجال مقابل كل حملة واحدة تقودها سيدة حيث حققت السيدات معدل نجاح بلغ 16% مقارنة بنحو 9% فقط للرجال.

التمويل الجماعي الأولي في الشرق الأوسط

يوضح هذا التحليل نجاح 97 حملة في الحصول على التمويل في منطقة الشرق الأوسط في عامي 2015 و2016، منها 24 حملة كانت بقيادة سيدات و73 بقيادة رجال. وفيما لا يزال عدد الحملات المملوكة في المنطقة صغيراً نسبياً مقارنة بالمناطق الأخرى التي اعتادت على هذا النوع من التمويل، فتجدر الإشارة إلى أن التمويل الجماعي الأولي لا يزال أمراً جديداً نسبياً في المنطقة. ، إذ أن متوسط المساهمات في منطقة الشرق الأوسط للحملات التي تقودها سيدات يزيد بنسبة 29% عنه بالنسبة للحملات التي يقودها رجال، في حين أن الفارق على المستوى العالمي يبلغ 5%.

وفي الوقت ذاته، نجد أن 72% من الراغبين في التمويل الجماعي في العالم هم من الرجال مقابل 628% من السيدات، غير أن هذه النسبة في منطقة الشرق الأوسط تبلغ 83% للرجال مقابل 17% للسيدات. وكشفت الدراسة أيضاً أن السيدات في منطقة الشرق الأوسط أفضل أداءً من نظرائهم الرجال في تحقيق أهدافهن التمويلية من خلال التمويل الجماعي الأولي (10% مقابل 6% على الترتيب). وتشير النتائج إلى أن إجمالي مبالغ التمويل المحققة من خلال التمويل الجماعي الأولي بلغ 3251112 دولار (بما في ذلك 527300 دولار

للحملات التي قادتها سيدات) في منطقة الشرق الأوسط خلال عامي 2015 و2016، وأن الحملات التي قادتها سيدات في الشرق الأوسط استقطبت 5320 داعم مقارنة بنحو 4240 داعم للحملات التي قادها الرجال.

وفي هذا الصدد، صرّح باري إي جيمس، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لمركز التمويل الجماعي: "من كان يتوقع أنه عند إقصاء الوسطاء من المعادلة وحصول السيدات والرجال على فرص متكافئة في الوصول المباشر إلى السوق، سوف تتفوق السيدات بشكل مباشر وحاسّم على الرجال في جميع القطاعات؟" ويسلط هذا الضوء من جديد على الخلل المتواطن والأسباب التي لطالما عرقلت وصول رائدات الأعمال إلى التمويل عبر وسائل التمويل التقليدية. ولا شك أن عدد السيدات اللواتي يطلقن حالياً حملات لتمويل الجماعي، والذي يقل عن النصف، هو انعكاس لانخفاض التوقعات النابع من الجذور نفسها. وفي ضوء ذلك، فقد حان الوقت لإعادة ضبط ليس فقط توقعاتنا وتصوراتنا ولكن أيضاً مواقفنا ومؤسساتنا وسلوكياتنا – وطريقة اتخاذنا للقرارات".

إن نجاح المرأة في الحصول على التمويل من خلال آلية التمويل الجماعي يتراصض تناقضًا تاماً مع آليات التمويل القديمة لتمويل الشركات الناشئة وتطوير الأعمال التي لا تزال تواجه الشركات التي تقدّمها السيدات فيها عقبات في الحصول على التمويل.

ومن جانبه، علق ستيفورات سكولار، شريك الخدمات المالية في بي ديليو سي الشرق الأوسط: "تمثل النتائج التي خلص إليها تقريرنا "المرأة بلا قيود" تحدياً قوياً أمام معايير رياادة الأعمال ومتزاولة الأعمال التجارية الحالية، إذ تطرح تساؤلات جدية عما إذا كانت هناك تحيزات عميقة تحول دون حصول رائدات الأعمال على التمويل. وهذا أمر مثير للقلق.

غير أنه من الإيجابي للغاية رؤية النمو والانتشار العالمي الذي حققه التمويل الجماعي الأولى بما في ذلك إدراك وتقبل أن هذا التمويل قد بات الآن بيئة راسخة تستطيع المرأة من خلالها النجاح في تمويل الأنشطة التجارية الجديدة المقترحة.

كما أن حقيقة انبطاق الاتجاه الذي وضحته تلك الأرقام على منطقة الشرق الأوسط يُعد دليلاً على ضرورة متابعة بيئة ومنظومة تأسيس الأعمال في المنطقة عن كثب. ورغم أن مفاهيم التمويل الجماعي وإقراض النظّراء لا تزال جديدة نسبياً في المنطقة، تتوقع أن تشهد زيادة في اتباع هاتين الآليتين كمصادر بديلة للتمويل مع نضوج وتطور بيئة رياادة الأعمال في المنطقة بفضل ذلك النمو الذي تقدّمها المرأة".

ومع ذلك لا يزال هناك مجال لتحقيق المزيد من التقدّم. فمن الملاحظ أن أعداد الرجال التي تستفيد من التمويل الجماعي الأولى تزيد كثيراً عن السيدات. ونتيجة لذلك، يجمع الرجال أموالاً أكثر بكثير عبر هذه القناة. كما إن الرجال أكثر طموحاً في وضع أهداف تمويل أعلى من السيدات ونراهم يهتمون على الحملات الأولى تمويلاً حسب القطاعات. ويشير التقرير إلى نجاح 63 حملة في جمع مبالغ تزيد عن 1 مليون دولار، ولكن سبعة فقط من هذه الحملات (بواقع 11%) كانت بقيادة سيدات ، في حين جاءت أكثر الحملات النسائية نجاحاً في جمع التمويل في المرتبة الثامنة عشر على القائمة.

وفي هذا الشأن، تقول إيماء كامبل، شريك الموارد البشرية والتتنوع والشمولية في بي ديليو سي الشرق الأوسط: "ترسم الأرقام الخاصة بمنطقة الشرق الأوسط صورة مبشرة بالفعل: فعلى الرغم من أن التمويل الجماعي الأولى لا يزال في بداياته، فإنه يثبت أنه سيكون أداة فعالة لحصول رائدات الأعمال الناشئات على التمويل، فمتوسط المساهمات في الحملات التي تقدّمها السيدات يزيد بنسبة 29% عن الحملات التي يقودها الرجال؛ وعلى الصعيد العالمي، يبلغ هذا الفارق 5%؛ وبعكس هذا التباين الصارخ واقع القيادة الناجحة للسيدات في المنطقة".

ولا تزال هناك فرصة كبيرة للسيدات ليكن أكثر إيجابية وتمثيلاً في قطاع التمويل الجماعي ولتحلّين بال المزيد من الطموح عند وضع أهدافهن لجمع التمويل. ونأمل أن يؤدي نجاح رائدات التمويل الجماعي المشار إليهن في هذا التقرير إلى إلهام المزيد من

رائدات الأعمال الناشئات والخبريات وتشجيعهن على اكتشاف أسلوب التمويل الجماعي وبث الثقة والإيمان في قدراتهن والفرص المتاحة لهن في مجال ريادة الأعمال".

يهدف هذا التقرير إلى لفت الانتباه إلى العقبات المحتملة التي يbedo أنها تواجه رائدات الأعمال والشركات التي تقودها السيدات منذ أمد بعيد خلال سعيهن للحصول على التمويل؛ كما يسلط التقرير الضوء على الفرص غير المتكافئة المتاحة لرائدات الأعمال. ولكن بفضل التمويل الجماعي، تستطيع رائدات الأعمال الآن الوصول إلى الأسواق بشكل مباشر – وهذا يصنع فارقاً كبيراً.

والأهم من ذلك أن هذه البيانات الخاصة بالتمويل الجماعي تلقت انتباها إلى التحديات والفرص التي يتوجب علينا التعامل معها. وتحظى أية عوائق محتملة يbedo أنها أكثر شيوعاً في مسارات التمويل التقليدية أن يوفر فرصاً تعود بالنفع على السيدات والرجال وقطاع الأعمال والمجتمع ككل.

ويعرض التقرير الإجراءات التي يمكن للحكومات والممولين والمستشارين التجاريين والمعلمين ورواد الأعمال والنساء والرجال اتخاذها لاغتنام هذه الفرص وإنها هذه العقبات.

انتهى

نبذة عن بي دبليو سي

هدفنا في بي دبليو سي هو بناء الثقة في المجتمع وحل المشكلات المهمة. بي دبليو سي هي شبكة شركات متواجدة في 157 بلداً ويعمل لديها أكثر من 223,000 موظف ملتزمين بتوفير أعلى معايير الجودة في خدمات التأمين والإستشارات والضرائب. ولمزيد من المعلومات ومعرفة ما يهمك، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني: www.pwc.com

تأسست بي دبليو سي في الشرق الأوسط منذ 40 عاماً ولديها شركات في البحرين ومصر والعراق والأردن والكويت ولبنان وليبيا وعمان والأراضي الفلسطينية وقطر وال السعودية والإمارات، حيث يعمل بها حوالي (4,000) موظف. (www.pwc.com/me).

بي دبليو سي تشير إلى شبكة بي دبليو سي و/ أو واحدة أو أكثر من الشركات الأعضاء فيها على أن كل واحدة منها هي كيان قانوني مستقل. للمزيد من المعلومات يرجى زيارة موقعنا: www.pwc.com/structure

© 2017 بي دبليو سي. جميع الحقوق محفوظة