



التجارة الالكترونية والتمكين الاقتصادي للمرأة من منظور نسوي

إعداد

د نهى محمد احمد السيد

مدرس علم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة الفيوم

الإستشهاد المرجعي:

نهى محمد أحمد السيد (٢٠٢١). التجارة الالكترونية والتمكين الاقتصادي للمرأة من منظور نسوي. حولية كلية الآداب. جامعة بني سويف. - مج ١٠ : ج ١. - ص ص ١٧٩-٢٣٢

المستخلص:

هدفت الدراسة الي الكشف عن كيفية التمكين الاقتصادي للمرأة من خلال التجارة الالكترونية في ضوء النظرية النسوية ، ذلك من خلال اجراء دراسة ميدانية علي عينة من النساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية بمدينة الفيوم ، ولقد اعتمدت الدراسة علي منهج دراسة الحالة ، ولذا استخدم الباحث "دليل المقابلة" كاداة لجمع البيانات ، وذلك من خلال تطبيقها علي عينة قوامها ١٥ مفردة، تم اختيارهم من خلال طريقة "كرة الثلج"، ولقد اسفرت الدراسة عن عدة نتائج من اهمها :ان عمل المرأة بمجال التجارة الالكترونية يرجع الي اسباب اجتماعية واقتصادية وثقافية ، كما ان العائد لعمل المرأة في مجال

التجارة الالكترونية يتمثل في تمكينها من تحقيق اهداف بعيدة المنال قبل انخراطها في مجال التجارة الالكترونية.

الكلمات الدالة: التمكين الاقتصادي، المنظور النسوي، التجارة الالكتروني.

مقدمة:

ان قضية النهوض بالمرأة وتمكينها تعد أحد الأولويات على جدول اعمال دول العالم في بداية القرن الحادي والعشرين.^١ فعلي مدي عقود-ومنذ السبعينات علي وجه الخصوص منذ ان عقد (مؤتمر المكسيك) تطورت الادبيات التنموية في تعاملها مع وضع المرأة.^٢ ولقد عقدت العديد من المؤتمرات والمنتديات العالمية التي تتمحور حول المرأة ، فهناك المؤتمر العالمي في بكين ١٩٩٥ . أذ عالج أوضاع المرأة في العالم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية ، والتميز النوعي.^٣ ولقد ظهر مصطلح التمكين في تسعينيات القرن العشرين من خلال الوثائق الدولية الخاصة بالمرأة و الصادرة عن هيئة الامم المتحدة.^٤ وفي عام ٢٠١٣ عملت منظمه الـ (United Nation Industrial Development Organization) على وضع سياسيات تفعل من تحقيق المساواة بين النوع الاجتماعي

١ رياض بن جليلي ، تمكين المرأة : المؤشرات والأبعاد التنموية ، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية ، ع ٢ ، ابريل ، ٢٠٠٨ ، ص ٢ .

٢ المجلة العربية للمنظمات الأهلية ، المنظمات الأهلية العربية وتمكين المرأة . توجه استراتيجي توجه للاحتياجات الضرورية، تحرير امانى قنديل ، الشبكة العربية للمنظمات الاهلية، مصر، ٢٠٠٤، ص ١٠ .

٣ تمام جميل عمر ، فاعلية التدريب المقدم في المؤسسات السنوية في تمكين المرأة الفلسطينية ، رساله ماجستير منشوره، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الدراسات العليا ، الجزائر ، ٢٠١٤ ، ص ٩ .

٤ ايمان عكور ، التمكين الاقتصادي للمرأة الواقع و الافاق. وزارة العمل الاردنية نموذجا، منظمة العمل العربية ووزارة العمل الاردنية، ٢٠١٥، ص ٤

وتمكين المرأة^١. وعلي مستوي المجتمعات العربية ، فلقد ظهرت اوضاع المرأة في تلك المجتمعات ، ولقد بدا ذلك مترجما فيما أصدرته تجمع الباحثات البنانيات في الكتاب التاسع من سلسلة كتبة الدورية التي دأب علي إصدارها منذ عام ١٩٩٤ تحت عنوان (النساء في الخطاب العربي المعاصر)^٢. وفي مصر اطلق المجلس القومي للمرأة استراتيجية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠، و تقوم هذه الاستراتيجية علي اربع ركائز التمكين السياسي، والتمكين الاقتصادي ، والتمكين الاجتماعي، والحماية من اشكال العنف^٣. وفي مضمار هذا الاهتمام ظهرت النظرية النسوية، والتي كانت بمثابة دعوي لتحرير المرأة وإنصافها مما لحق بها من ظلم وحرمان وأهانة مع الحفاظ علي التمييز بين خصائص الأنوثة والذكورة^٤. ومن زاوية اخري نجد ان ظروف العمل تغيرت بفعل العولمة وثورة التكنولوجيا المعلومات ولا سيما الثورة الرقمية. فالعولمة أثرت على أنماط التجارة والاستثمار والنمو واستحداث فرص العمل وفي الأعوام العشرة الأخيرة تضاعف حجم التجارة بالسلع والخدمات ليصل إلى تريليون دولار تقريبا عام ٢٠١٤ كان ١٣ تريليون عام ٢٠٠٥^٥. ولقد مكن الأقتصاد الرقمي العديد من النساء من الحصول على عمل يتيح لهن استثمار طاقتها في الأبداع والأبتكار من عام ٢٠١٣ بلغ عدد النساء اللواتي يستخدمن

1 UNDP , GENDER: EMPOWERING WOMEN; EMPOWERING HUMANITY, UNITED NATION, NEW YORK,2014.P.11.

٢ خديجة العريزي ، الأسر الفلسفية للفكر النسوي الغربي ، بيان للتوزيع ،بيروت ط ١ ، ٢٠٠٥ ، ص ٦٥٥ .

٣ المرجع السابق ، ص ٣٦ .

٤ أنور قاسم الخضري ، الحركة السنوية في اليمن ، تاريخها ودافعها ، البيان ، سلسلة الحركة السنوية في العالم العربية (٣) ، الرياض، ٢٠٠٧، ص ص ١٦ - ١٧ .

٥ تقرير التنمية البشرية ، التنمية عمل ، البرنامج الانمائي للامم المتحدة ، نيويورك، ٢٠١٥، ص ٧.

الأنترنت ١.٣ مليار امرأة وقد دخلت بعضهن في التجارة الإلكترونية^١ ومن ثم تلعب التكنولوجيا دورا حاسما في توفير فرص العمل للمرأة مثل نشاط بيع المنتجات عبر مواقع التواصل الإجتماعى فلا شك أن الأنترنت يقدم فرصا واسعة لتسويق منتجات المرأة.^٢

مشكلة الدراسة:

تواجه المرأة المصرية يوماً بعد يوم العديد من التحديات الاجتماعية والاقتصادية التي تجعل من تحقيق التمكين **Empowerment** أمراً لا مفر منه، إذ تعاني المرأة المصرية من مشكلات عدة كالبطالة ، وقلة الدخل ، وبعض الموروثات الثقافية التي تفرض عليها هيمنة ذكوريه مستمرة ، فضلا عن بعض قوانين الاحوال الشخصية التي تحول دون حصولها علي حقوقها في مجالات معينة ، كما قد تعاني في بعض المناطق الريفية من تهميش لدورها السياسي ألخ ، لذا فلقد أولي المنظور النسوي عناية خاص لمدخل التمكين الذي يمثل الألية التي قد تحصل بها المرأة علي حقوقها المتاحة من قبل الاخر. وعلي الرغم في ان هناك أصواتا تتادي بأن المرأة المصرية قد أخترقت مجالات عدة سياسية واقتصادية واجتماعية الا أنه من الاهمية بمكان ان نوضح ، أنه علي الرغم في اقتحام المرأة للمجال الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الا أنه ينقصها التمكين في كل هذه المجالات ، فأصبحت تبحث عن كيفية تحقيق تمكين اقتصادي واجتماعي وسياسي . ويعتبر العمل هو الالية التي نستطيع من خلالها تمكين المرأة، خاصة وانه مع سيادة نظام العولمة اقتحمت التكنولوجيا مجال العمل ، وظهر هناك الاقتصاد الرقمي الذي اتاح للمرأة

١ المرجع السابق ، ص ١٠..

٢ منظمة المرأة العربية وآخرون ، المرأة وتحقيق أهداف القيمة المستدامة المنهجية العربية دراسة استرشادية ، منظمة المرأة العربية واخرن، مصر، ٢٠١٦، ص ١٢.

فرص عمل عديدة لائقة، ولتحقيق هذا التمكين توجهت المرأة إلي مجالات جديدة - فعلي سبيل المثال لا الحصر في المجال الاقتصادي ، اقتحمت المرأة مجال التسويق الالكتروني، فلقد وجد اقبالاً كبيراً من جانب المرأة المصرية علي ممارسة هذا النوع من النشاط الاقتصادي مدفوعة في ذلك بالعديد من العوامل الاجتماعية والاقتصادية رغبة منها في تحقيق التمكين الاقتصادي الذي ترنو إليه منذ عهود سابقة ، كي تثبت للأخر أنه يمكنها الاعتماد علي ذاتها دون الحاجة إليه . ومن ثم فان **مشكلة الدراسة** تتحدد في الكشف عن اثر التجارة الالكترونية في تمكين المرأة في ضوء تحليلات النظرية النسوية ، علي أن تتقصي الباحثة العلاقة بين الخصائص الديموجرافية وعلاقتها بعمل المرأة في التجارة الالكترونية، وتحديد الاسباب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تقف وراء عمل المرأة في هذا المجال، والكشف عن طبيعة عمل المرأة خلال التجارة الالكترونية ، والمعوقات التي قد تقف حجر عثرة في طريقها أثناء عملها في التجارة الالكترونية وكيفية التغلب عليها، ثم ايضاح العائد من التجارة الالكترونية علي تمكين المرأة اقتصاديا في ضوء مقولات النظرية النسوية، ذلك من خلال اجراء دراسة ميدانية علي عينة من النساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية بمدينة الفيوم.

أهمية الدراسة :

تتحدد أهمية الدراسة الآتية في جانبين هما:

أ- **أهمية نظرية:** ترتكز الأهمية النظرية للدراسة الحالية في اختبار مدي قابلية المشروع النسوي لتفسير قضية التمكين الاقتصادي، فضلا عن الخروج باستخلاصات نظرية حول القضية ذاتها مرتبطة في ذلك بالتجارة الالكترونية مما يثري التراث السوسيولوجي المتعلق بقضايا المرأة من جانب والتسويق من جانب آخر.

ب-أهمية تطبيقية : تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكانية الوقوف علي الآليات التي تتخذها المرأة المصرية من أجل تحقيق تمكيننا اقتصاديا تثبت به قدرتها علي مواجهة التحديات الاجتماعية والاقتصادية . كذلك الوقوف علي المجالات الجديدة في العمل التي تقتحمها المرأة من اجل اثبات ذاتها، خاصة مع تزايد انتشار التكنولوجيا التي اصبحت مصدرا اساسيا لكثير من الانشطة التجارية التي تؤدي من خلالها.

أهداف الدراسة:

ترتكز الدراسة علي هدف رئيسي وهو الكشف عن أسهام التجارة الالكترونية في تمكين المرأة في ضوء المنظور النسوي ، ويندرج من هذا الهدف عدة اهداف رئيسية ، وهي كالتالي:

- (١) التعرف علي العلاقة بين العوامل الديموجرافية وممارسة المرأة للتجارة الالكترونية.
- (٢) الكشف عن أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في عمل المرأة في مجال التجارة الكترونية.
- (٣) التعرف علي طبيعة العمل الالكتروني التي تقوم به المرأة.
- (٤) الكشف عن معوقات العمل في مجال التجارة الالكترونية ، وكيفية التغلب عليها.

اظهار عائد التمكين الاقتصادي الناجم عن عملها في التجارة الالكترونية بالنسبة للمرأة .

تساؤلات الدراسة:

يتحدد التساؤل الرئيسي للدراسة في هل يمكن للمرأة تحقيق تمكين اقتصاديا من خلال ممارستها للتجارة الالكترونية من خلال المنظور النسوي ، ويتفرع هذا التساؤل الي عدة تساؤلات فرعية تشمل ما يلي :-

١- هل تؤثر العوامل الديموجرافية (السن ، الحالة الاجتماعية ، الحالة التعليمية، محل الإقامة، حالة العمل الاساسي ، ونوعه وسنوات العمل ، معدل الدخل) دورا في ممارسة المرأة للتجارة الالكترونية ؟

٢- هل تلعب العوامل الاجتماعية دورا فعالا في عمل المرأة في التجارة الالكترونية ؟

٣- هل تلعب العوامل الاقتصادية دورا فعالا في عمل المرأة في التجارة الالكترونية ؟

٤- هل تلعب العوامل الثقافية دورا فعالا في عمل المرأة في التجارة الالكترونية؟

٥- ما طبيعة العمل الالكتروني التي تقوم به المرأة؟

٦- ما هي معوقات العمل في مجال التجارة الالكترونية ، وكيفية التغلب عليها؟

٧- ما عائد التمكين الاقتصادي للمرأة الناجم من عملها في التجارة الالكترونية؟

مفاهيم الدراسة:

التمكين الاقتصادي لغويا:

يشير التعريف اللغوي للتمكين في قاموس المعجم الوسيط الي ان التمكين من مادة "مكن" فلان عند الناس - مكانة أعظم عندهم فهو مكين وجمعها مكناء ، وفي التنزيل العزيز (قال أنك اليوم لدينا مكين أمين ، وامكنة عن الشيء : اي جعل عليه سلطانا وقدره . واستمكن من الشيء اي تمكن. ^١ أما كلمة اقتصادي " في اللغة العربية هي من اقتصد " اقتصد في امرة : توسط فلم يفوط ولم يفرط ، ويقال اقتصد في النفقة : لم يسرف ولم يقتر ^٢ والاقتصاد هو علم يبحث في الظواهر الخاصة بالانتاج والتوزيع. ^٣

اصطلاحيا:

التمكين الاقتصادي للمرأة فيقصد به تفعيل وصول المرأة للمصادر الاقتصادية والفرص المختلفة والتي تشمل الوظائف ، الخدمات المصرفية ، الملكية ، الاصول الانتاجية ، تنمية المهارات ومعلومات السوق. ^٤ ويعرفه Safiya K .Danjuma &

انخبة من الاساتذة، المعجم الوسيط، المجمع العربي، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ص ٨٨٢:٨٨١.

٢ المرجع السابق ، ص ٧٣٧

٣ المرجع السابق ، ص ٧٣٨

4DAC NETWORK ON GENDER EQUALITY (GENDER NET) , WOMEN ECONOMIC EMPOWERMENT, ISSUES PAPER PREPARED BY DAC , UNIVERSITY OF SUSSEX , APRIL , 2011, p.1.

Etal علي أنه موقف يظهر القدرة علي الامتلاك والتحكم في الموارد الموجودة ويشمل الاستعداد والانخراط في الأنشطة المولدة للدخل بما يضمن الوصول دخل مستقل^١ وتعرفة "منظمة الزراعة والاعذية بالامم المتحدة **FAO**" (بأنه توسيع قدرات وممتلكات المرأة من أجل تفعيل مشاركتها وقدرتها علي التفاوض والتأثير والتحكم والانضمام إلي المؤسسات الاقتصادية التي تحدث أثراً ملموساً في حياتها)^٢ . وتعرفة منظمة (**Gender net**) بأنه - اي التمكين الاقتصادي - بصفه عامة يعني قدره كلاً من الرجل والمرأة للمشاركة والاستفادة من مدخلات عمليات النمو بالطريقة التي تقدر قيمة مساهمتهم وتحتج كرامتهم بما يعمل بتحقيق عدالة في توزيع مخرجات النمو الاقتصادي بين افراد المجتمع^٣ .

ومن ثم **فالتعريف الاجرائي** للتمكين الاقتصادي للمراه يعني (توافر مجال واسع من الخيارات وفرص العمل والموارد الاقتصادية التي تدر دخلاً يكفي احتياجتها دون اللجوء للآخر) .

1 SFIYA R.DANJUMA. & ETAL , FACTORS MILITATING AGAINST WOMEN ECONOMIC EMPOWERMENT AND POVERTY REEDUCATION IN AFRICAN COUNTRY, ISOR JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT , VOL 13, ISSUE . 3 , SEP – OCT., 2013, P.88.

2 SARA PAVANELLO & ETAL , QUALITATIVE RESEARCH ON WOMAN'S ECONOMIC EMPOWERMENT AND SOCIAL PROTECTION; A RESEARCH GUIDE, FAO, ROME, 2016, P.1

3DAC NETWORK ON GENDER EQUALITY (GENDER NET) , WOMEN ECONOMIC EMPOWERMENT, OP.CIT, P.1.

التجارة الالكترونية: لغويا:

تجارة من (تجر) تجر تجرا ، وتجارة اي مارس البيع والشراء، ويقال تجر في كذا.^١
اما الكتروني اسم مفرد والجمع الكترونيات ، وهو منسوب الي الكترون ، و هو جزء من
الذرة ذو شحنة كهربية سالبة .^٢

اصطلاحيا:

تعرفها منظمة التجارة العالمية (WOT- world trade organization) هي
انتاج وتسويق وبيع السلع والخدمات عبر الرسائل الالكترونية ، وقد قسمتها الى ثلاثة
مراحل كالتالي : مرحلة الدعاية والبحث ، مرحلة الطلب والسداد ، مرحلة التسليم . مشيرة
الى انه من الممكن ان تتم جميع هذه المراحل بالشكل الالكتروني او يتم بعضها فقط وباقي
المراحل تتم بالشكل التقليدي^(٣) وقد تعرف على انها (مزيج من التكنولوجيا والخدمات
للاسرع باداء التبادل التجاري وايجاد الية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة
والشركات الاخرى ، الشركة والعملاء - بيع وشراء)^(٤) وتعرفها الامم المتحدة (تتمثل
التجارة الالكترونية في بيع او شراء بضائع او خدمات سواء كانت بين الشركات التجارية
والمنازل والافراد والحكومات ومنظمات عادة او خاصة اخرى عن طريق الشبكات المرتبطة

١ نخبة من الاساتذة، المعجم الوسيط، مرجع سبق ذكره، ص ٧٢.

٢ احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، مج ١، ط ١، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١١١

٣ احمد عبد الخالق ، التجارة الالكترونية. دراسة مطبقة على المكتبات ، جامعة الملك معهد الوطنية ،
الرياض ٢٠١٠ ، ص ١٩ .

٤ يوسف سنباط، التجارة الالكترونية .دوافع وتحديات، مجلة الامن والقانون، اكااديمية شرطية دبي ،
الامارات، ٢٠١٠ ، ص ١٢ .

بالحواسيب ، اذ يتم طلب هذه البضائع والخدمات عن طريق هذه الشبكات ، اما الدفع والتسليم النهائي للسلعة او الخدمة فقد يتم بواسطة الانترنت او بغيرها (١)

ومن ثم فان التعريف الاجرائي للتجارة الالكترونية يتحدد في (عمليات يتم بمقتضاها تبادل للسلع او الخدمات من خلال الانترنت، وهناك مستويات للتجارة الالكترونية: فقد تكون بين افراد وبعضهم البعض، او بين الشركات ، او بين الافراد و الشركات ، وذلك من خلال استخدام الكتالوج الالكتروني)

الدراسات السابقة:

عادة ما تصنف الدراسات إلي دراسات عربية وأجنبية ، وهو ما سوف نتبعة هنا علي أن نعرضها من الأقدم للأحدث.

الدراسات العربية

دراسة أنور قاسم الخضري (الحركة النسوية في اليمن . تاريخها وواقعها ٢٠٠٧) :هدفت الدراسة إلي تتبع الحركة النسوية في اليمن، ومدى تلاقحها مع إبعادها الغربية ،ولقد اعتمدت الدراسة منهجيا علي المنهج التاريخي والتحليلي وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها: أن الحركة النسوية تسعى إلي تغيير الواقع في المجتمع اليمني ، ولكن

١ باسمه علي ، التجارة الالكترونية ، مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، ع٣٢ ، جامعة بغداد ، ٢٠١٢ ، ص ٢١٥

٢ أنور قاسم الخضري ، الحركة النسوية في اليمن . تاريخها وواقعها ، مرجع سبق ذكره، ص ص ١٢٦ - ١٥٨.

هذا التغيير ادي إلي مزيد من التغيير القيمي . فمثلاً زيادة الانحلال ، والعري ، والتفسخ والتفكك الأسري الذي يعاني منه المجتمع اليمني.

دراسة مازن صلاح (المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية ، المؤشرات والمحددات ٢٠١٢^١): تمثل الهدف الاساسي للدراسة في تحليل وضع المرأة في سوق العمل الفلسطيني، ولقد اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي و التحليلي في توصيف الظواهر الاقتصادية ، بالاضافة الي اجراء التحليل المقارن الزمني والمكاني للقطاعات الفلسطينية، ولقد خلصت الدراسة الي عدة نتائج منها :أن هناك تقدم ملحوظ في أوضاع النساء في سوق العمل ولكنه محدود ، كما إن هناك عوامل مؤثرة علي مشاركة البناء في سوق العمل مثل المؤهل الدراسي والسن ... الخ .

دراسة أحمد عبدالحميد وفتحية محمد (دور منظمات المجتمع المدني في تمكين المرأة اليمنية ٢٠١٤^٢): يركز الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف علي اسهام مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق تمكين المرأة اليمنية في مدينة "المكلا" ، ولقد اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الاجتماعي المدني في مدينة المكلا باليمن ،واشارت نتائج الدراسة الي ان مؤسسات المجتمع المدني تسهم في تمكين المرأة اليمنية سواء في المجال الصحي او التعليمي او السياسي اوالاقتصادي او الاجتماعي.

١ مازن صلاح ،المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية ، المؤشرات والمحددات ، مجلة جامعة الازهر، غزة ، سلسلة العلوم الانسانية ، مج ١٤ ، ١٤ ، ٢٠١٢ ، ص ص ١٢٩-١٦٢ .

٢ احمد عبدالحميد وفتحية محمد، دور منظمات المجتمع المدني في تمكين المرأة اليمنية . دراسة مطبقة علي العاملين بالجمعيات الاهلية (النسوية) بمحافظة حضرموت ، مجلة الاندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية ، ع ١٤ ، مج ٦، جامعة الاندلس، اليمن ، ٢٠١٤ ، ص ص ٤٠٦ - ٤٩٧ .

دراسة عبدالحليم بوشلوش (واقع التجارة الالكترونية في المؤسسة الجزائرية: ٢٠١٤)
(: تمثل الهدف الرئيسي للدراسة التعرف علي دور التكنولوجيا في زيادة المبيعات .
واعتمدت الدراسة علي استخدام استبيان وزع علي عينه من المستهلكين لمنتجات المؤسسة
، وتوصلت الدراسة إلي أن استخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة في التجارة الالكترونية
يزيد من معدل فرص البيع.

الدراسات الاجنبية

دراسة Geum – Joo Bee (انعكاس المؤتمر العالمي للأمم المتحدة علي
تمكين المرأة الكورية) ٢٠٠٤^٢: تهدف الدراسة الي رصد حدود التلقي للمؤتمرات العالمية
المعينة بالمرأة من جانب الأمم المتحدة علي المجتمع الكوري . وذلك في الفترة من ١٩٧٥
- وهو أول مؤتمر عقد في جانب الأمم المتحدة بشأن المرأة - حتي عام ٢٠٠٠ . ولقد
اعتمدت الدراسة علي أسلوب تحليل المضمون لمواثيق مؤتمرات الأمم المتحدة ومقارنتها
بما وصلت إليه جهود السياسات الكورية في تنفيذ أجندة تلك المؤتمرات . وخلصت الدراسة
إلي عدة نتائج منها:- أن الحركة النسوية الكورية قد استجابت الي حد ما إلي ما تشير إليه
مؤتمرات الأمم المتحدة المتعلقة بالنساء ، إذ عملت كوريا علي دمج النوع الاجتماعي في
خططها السياسية والاقتصادية .

١ عبد الحليم بوشلوش ، واقع التجارة الالكترونية في المؤسسة الجزائرية:مؤسسة كوندور للمنتجات
الالكترونية و الكهرومنزلية بولاية بوعريج نموذجا، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية ، ع٢ ، سبتمبر
٢٠١٤، ص ص ٣٠٥ - ٣٠٢١ .

2 GEUM-JOO BEE , REVIEWING UNITED NATIONS WORLD CONFERENCE ON
WOMAN FOR KOREAN WOMEN'S EMPOWERMENT , MASTER THESIS , UNIVERSITY
OF MARLAND , 2004.

دراسة Brooke Shannan (هل العمل يُمكن المرأة؟ تحليل العمالة وتمكين المرأة في الهند ٢٠٠٤) ^١: هدفت الدراسة للكشف عن العلاقة بين التحاق المرأة بسوق العمل وتمكينها ، و اعتمدت الدراسة علي بيانات المسح الصحي الديمرجرافي الذي اجري علي ٢٦ مقاطعة في الهند ، واختبرت عينة في النساء في المرحلة العمرية من ١٥-٤٩ سنة واعتمدت الدراسة علي استبيان موجه الي العينة السابقة الذكر وبلغت نحو ٥٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: هناك ٣٥ % في العينة يعملن في مجال الزراعة ، ونحو ٢٠ % في مجال الصناعة و٣% في الأعمال المنزلية و ٦ % في مجال البيع والخدمات ، كما اظهرت الدراسة الدور الفعال لعمل المرأة في تمكينها.

دراسة Amy Alexander (تمكين المرأة ؛ دور التنمية الاقتصادية والسياسية والثقافية والتصميم المؤسسي في مجتمعات العالم ٢٠٠٧) ^٢: ارتكزت الدراسة علي هدف رئيسي تمثل في التعرف علي دور العوامل الثقافية في تمكين المرأة ، واعتمدت الدراسة علي المنهج المقارن بين ١٢٠ دولة ، وخلصت الدراسة الي أن العوامل الثقافية تلعب دورا حاسما في تمكين المرأة، اذ ان المجتمعات التي تسودها القيم التحررية ودعم المرأة من جانب المؤسسات الثقافية والسياسية والاجتماعية من شأنها ان تساعد في تمكين المرأة.

1BROOKE SHANNAN , DOES EMPLOYMENT EMPOWER WOMAN? AN ANALYSIS OF EMPLOYMENT AND WOMAN'S EMPOWERMENT IN INDIA, THESIS PRESENTED TO THE FACILITY OF THE GRADUATES SCHOOL OF CORNELL UNIVERSITY, 2006.

2AMY ALEXANDER, EMPOWERING WOMEN ; THE ROLE OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT, POLITICAL, CULTURE AND INSTITUTIONAL DESIGN IN THE WORLD'S SOCIETIES , WORKING PAPER , CENTER OF DEMOCRACY (CSD) , UNIVERSITY OF CALIFORNIA, 2007.

دراسة Abigail Bentil & etal (القروض الصغيرة - الحل الصائب لتمكين المرأة ٢٠١٤)^١: انطلقت الدراسة من هدف رئيسي وهو التعرف علي مدي أسهام التمويل الأصغر في تمكين المرأة ، واعتمدت الدراسة منهجيا علي أسلوبين لجمع البيانات ، وهي إجراء مقابلات مع الممثلين لهيئة care الألمانية ، ومنظمة wawcas الدولية ، اما البيانات الثانوية فلقد تم الحصول عليها من خلال الانترنت ، واعتمدت الدراسة علي منهج تحليل المضمون للوثائق وتوصلت الدراسة ألي عدة نتائج منها: تسهم الهيئات الدولية السالفة الذكر في تمكين الناس من خلال تقديم دعم مادي لهن متمثلا في التمويل الاصغر لمشروعات تدر دخلاً مستدام لهن.

رؤية نقدية للدراسات السابقة:

١. تناولت دراسة، انور قاسم مردود الحركة النسوية علي الفكر النسوي باليمن ، ووضحت الاثار السلبية لهذا المردود علي المجتمع اليمني ، ولكنها لم تذكر الجوانب الايجابية لهذا المردود ، كذلك دراسة Geum – Joo Bee التي تناولت مردود المؤتمرات العالمية علي الفكر النسوي في كوريا، والسياسات العامة للدولة، واغفلت هذة الدراسة تقديم نماذج فكرية نسوية في المجتمع الكوري.
٢. رغم تناول دراسة كلا من مازن صلاح ، و Brooke Shannan كيفية تمكين المرأة من خلال العمل ، ولكنها لم تذكر المعوقات التي تحول دون تمكينها ، وهو ما تتناوله الدراسة الحالية.

1ABIGAIL BENTIL & ETAL, MICRO CREDIT – THE MAGIC BULLET FOR WOMEN'S EMPOWERMENT, DEPARTMENT OF SOCIETY AND GLOBALIZATION, UNIVERSITY OF ROSKILDE, 2014.

٣. تناولت دراسة احمد عبد الحميد و فتحية محمد، دور منظمات المجتمع المدني في تمكين المرأة ، ولم تتناول التحديات التي تواجه هذه المنظمات في تمكين المرأة.
٤. دراسة عبد الحليم بشلوش تناولت موضوع التجارة الالكترونية ، ولكنها لم ترصد دورها في تمكين المرأة ، وهو ما تتناوله الدراسة الحالية.
٥. دراسة Amy Alexander تناولت اثر العوامل الثقافية في تمكين المرأة ، واغفلت كيفية تمكين المرأة علي المستوي الاقتصادي، وهو ما تتناوله الدراسة الحالية.
٦. اشارت دراسة Abigail Bentil & etal الي دور التمويل الاصغر في تمكين النساء من خلال المؤسسات الدولية، واعتمدت علي تحليل المضمون وجمع بيانات من الانترنت ، دون اجراء مقابلات مع نساء مستفيدات من هذه المؤسسات .
٧. منهجيا:تنوعت الدراسات السابقة في المناهج المستخدمة للدراسة ما بين منهج تحليل المضمون . ومنهج المسح الاجتماعي، والوصفي التحليلي،و المنهج التاريخي المقارن، ومنهج دراسة الحالة ، ومن ثم اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاخذ بمنهج دراسة الحالة.
- النظرية النسوية ومدخل التمكين : تحوي النظرية النسوية العديد من الموجات والاتجاهات الفكرية ، إذ مرت النسوية بثلاث موجات، هي الموجة النسوية الأولى وكانت في نهاية القرن الـ ١٩ ، وكانت قاصرة علي الطبقة الوسطي البيضاء والتي طالبت بحقوقها في التصويت . ومع الحرب العالمية الثانية (CWII) أنزوت الحركة النسوية لتعاود الظهور في اواخر الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين ، وتزامنت هذه الموجة - الموجة الثانية للنسوية - مع ظهور مؤلف سيمون دي بوفوار ١٩٥٧ وهو الجنس الثاني " Second Sex، وخلال هذه المرحلة لاتزال المرأة مهمشه ، إلي أن جاءت الموجة الثالثة

والتي أكدت علي سيادة مفهوم النوع الاجتماعي Gender وضرورة تحرر اي فرد امرأة كان أو رجل من الاستبعاد والتمييز^١ . وخلال الثلاث موجات للنسوية ظهرت هناك تنويعات فكرة للنظرية النسوية تمثلت في النسوية الراديكالية ، والنسوية الليبرالية ، والنسوية الاشتراكية وتلك الماركسية، وهي كالتالي : النسوية الراديكالية : تنظر النسوية الراديكالية إلي كلا من الرجل والمرأة علي أنهما مختلفين ذلك أن قوة المرأة ، وثقافتها، ومتعتها منتقصة من جانب الرجل فهو مسيطر عليها دائما ، والتي تبدو في ارض الواقع مؤسسات ذات طابع أبوي كالجيش والطب والتي يكتسب من خلالها الرجال مهارات منفردة عن النساء.^٢ ولا ترجع النسوية الراديكالية وضع الأنثى في المجتمع إلي اي متغيرات معينة كاستبعاد الإقطاع ، او الملكية ، أو الاستغلال بل أرجعته فقط وأساسا الي انوثه المرأة.^٣ وتؤمن النسوية الراديكالية بأن السلطة الذكورية هي أصل البناء الاجتماعي بفكره النوع (كون الإنسان رجلا او امراه) ، وتري أن النظام لا يمكن إصلاحه ،ولذلك يجب القضاء عليه.^٤ اما النسوية الليبرالية^٥ : فهي تقوم علي الفرضية البسيطة ، وهي أن جميع الناس قد خلقوا متساويين ولا ينبغي حرمانهم من المساواة بسبب نوع الجنس.^٥ والنسوية

1 SANDRA G. TURNER& TINA M.MASHIG, FEMINIST AND EMPOWERMENT THEORY AND SOCIAL WORK PRACTICE, JOURNAL OF SOCIAL WORK PRACTICE ROUTLEDGE , LONDON , 2014 , P.P.2-3 .

2JUDY WAJCMAN, FEMINIST THEORY OF TECHNOLOGY, CAMBRIDGE JOURNAL OF ECONOMIC ADVANCE ACCESS, OXFORD UNIVERSITY PRESS ,UK, 2009 P.4.

٣مديحة أحمد عبادة ، قضايا المرأة العربية بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، دارالفجر، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ٤٤ .

٤سارة جامبل ، النسوية وما بعد التسوية ، مرجع سابق ، ص ٤٥

٥السيد حنفي معوض ، في علم الاجتماع النسوي ، الحركات الراديكالية النسائية .تحديات سوق العمل ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، ٢٠١٤ ، ص ١٠٩ .

الاشتراكية: يعتبر "شارك فوربيه" الاشتراكي الفرنسي الرائد الذي نادي بتطبيق الاشتراكية ، وأول من قدم وضع المرأة كشرط أساسي لتقدم المجتمع.^١ اما النسوية الماركسية: يذهب هذا الاتجاه إلي أن قمع المرأة له جذور ضارية في النظام الطبقي وأن المساواة الحقيقية لا يمكن تحقيقها في ظل النظام الرأسمالي وهو الرأي الذي تلخصه "مشيل باربت" في كتابها "قمع المرأة اليوم"^٢ ، ورغم اختلاف موجات وتنوعات النسوية الا ان هناك عدة قضايا تدور في فلكها النظرية النسوية ، وهي كالتالي:

(١) تهتم النظرية النسوية في ضوء ارتباطها بمفهوم الجندر بكيفية ادماج المرأة في اخذ القرار.³

(٢) تفترض النظرية النسوية ان عملية الانجاب ، وما يترتب عليها من علاقات تعد العامل الرئيسي في القهر الجنسي للمرأة.

(٣) المجتمع الذكوري هو مقولة محورية في النظرية النسوية ، فالرجال من وجهة نظر النسويين يمارسون قوة ما علي النساء من خلال السلطة الابوية ويبدو ذلك في الحياة الجنسية والاقتصادية للمرأة .

١مديحة أحمد عبادة ، قضايا المرأة العربية بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل ، مرجع سابق ، ص ٤٤ .

٢السيد حنفي معوض ، في علم الاجتماعي النسوي ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٨٩ .

3 SFIYA R.DANJUMA. & ETAL , FACTORS MILITATING AGAINST WOMEN ECONOMIC EMPOWERMENT AND POVERTY REEDUCATION IN AFRICAN COUNTRY, OP.CIT, P48..

٤) أن هناك خبرات متباينة بين الرجل والمرأة ، ومن ثم يجب تحويل المجتمع بحيث لا يصبح هناك قسمان عالم الذكور وعالم الإناث .

٥) كلما استطاعت المرأة أن تحظي بقدر من مصادر القوة والاستقلال الاقتصادي ، والتعلم ، والقدرة علي اتخاذ القرارات الخاصة كلما أدى ذلك إلي تمكينها، وهو الهدف الذي تسعى إليه النساء في مختلف المدارس النسوية.^١ ومن ثم فإن لب الحركة النسوية هو الاعتقاد بأن النساء يعشن في مرتبة ادني من الرجال في الثقافة العربية ، لذلك تسعى الحركة النسوية الي تحرير النساء من هذا الخضوع والي إعادة بناء المجتمع علي نحو يتم بمقتضاه إزالة نظام سلطة الأب.^٢

و لقد ظهر مدخل تمكين المرأة ضمن حزمة من المداخل التي تعني بالمرأة وشملت عدة مداخل وهي ما يلي :- مدخل المرأة في التنمية Women In Development (WID) ، مدخل المرأة والتنمية (WAD) Women and Development ، ومدخل النوع الاجتماعي والتنمية (GAD) Gender And Development ، و مدخل التمكين Empowerment³. المدخل الأول (WID) يري ان عمل المرأة ضرورة قصوه لانجاز مهام التنمية ، ومن الأهمية بمكان أن نشير إلي ان التيار النسوي الليبرالي يرجع إليه

١ أماني زاهر ، تانيث الفقر ، مصر العربية للنشر و التوزيع، مصر، ٢٠١٥ ، ص ص ٢٧-٢٨.

٢ اندرو اوجار وبيتر سد جويك ، موسوعة النظرية الثقافية، المفاهيم والمصطلحات الأساسية ، ترجمة هناء الجوهري ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٧٦.

3 الشبكة العربية للمنظمات الاهلية، تمكين المرأة ، مرجع سبق ذكره ص ص ١١-١٢

الفضل في ظهور هذا المدخل. ^١ اما مدخل النوع الاجتماعي والتنمية (GAD) فلقد ظهر بنهاية السبعينات. خرج من رحم النقد المواجهة لمدخل المرأة في التنمية الذي جاء ليؤكد علي تحقيق المساواة علي أساس النوع الاجتماعي أكثر من الاهتمام بالمرأة. ^٢ ولقد جاء هذا المدخل من اجل وضع منظومة القيم ، وقوانين ، ومعاملات ، وتحدد أدوار لا تعرف التمييز والتفرقة والسلطة الأبوية ، ومن هنا بزغ مدخل هو مدخل آخر ، وهو مدخل التمكين أو ما يطلق عليه البعض المساواة والتمكين. ^٣ وأصبح هذا المدخل - مدخل التمكين في هذا العقد - المدخل الأساسي الذي تنادي به العديد من الحركات النسوية والمنظمات الدولية. ^٤

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة (وصفية): هذه الدراسة وصفية نظراً لقيام الباحثة بوصف وتحليل النظرية النسوية وخاصة فيما يتعلق بمدخل التمكين فضلا عن فحص العوامل لمختلفة المؤثرة في التمكين الاقتصادي للمرأة ووصف كيفية تأثير التجارة الالكترونية في تمكينها اقتصاديا.

1 CATRINA KINVALL, EMPOWERMENT OF WOMEN, POST-COLONIAL FEMINIST CHALLENGING MAINSTREAM FEMINIST PERSPECTIVES, LUND UNIVERSITY ,SWEDEN,2014, P.P. 7-8

OP.CIT.,P.9 - ٢

٣ - أميمية ابوب بكر وشيرين فكري ، المرأة والجنس: الغاء التمييز الثقافي و الاجتماعي بين الجنسين، دار الفكر المعاصر، سوريا، ٢٠٠٢، ص ١٠٦.

٤ - المرجع السابق ، ص ١٠٧.

منهج الدراسة (دراسة الحالة) :

تعتمد الدراسة على منهج دراسة الحالة الذي يعتمد على الدقة والعمق في معرفة خصائص ظاهرة معينة من خلال جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها . ولقد اعتمدت الباحثة علي منهج دراسة الحالة في دراستها ذلك من اجل تحليل وسبر اغوار ظاهرة التجارة الالكترونية بعمق ودورها في تحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة ، وتحليل الاسباب التي تدفع المرأة للعمل في هذا المجال، والتعرف علي طبيعة عمل المرأة في مجال التجارة الالكترونية، وكذلك معرفة المعوقات التي تواجهها المرأة في هذا المجال ، وكيفية تغلبها عليها، والوصول الي العائد علي المرأة من التمكين الاقتصادي.

العينة (كرة الثلج) :

اعتمدت الباحثة على أخذ العينة بطريقة كرة الثلج Snowball sampling ولقد تم اختيار مجموعة من الأفراد المقربين للباحة والذين يعملون في مجال التجارة الالكترونية ، ولقد اعتمدت الباحثة على أسلوب المعاينة تلك نظرا لعدم جود إحصائيات متوفرة عن العاملات في مجال التجارة الالكترونية . ولقد تم اختيار نحو ١٥ عضوه من عضوات التجارة الالكترونية وتم اختيارهم من خلال عينة كرة الثلج.

أداة جمع البيانات (دليل مقابلة):

قامت الباحثة باعداد استمارة استبيان تحوي عدة محاور تشمل ما يلي
:المحور الاول: خصائص العينة، وتشمل (النوع - السن - الحالة الاجتماعية - الحالة التعليمية - محل الإقامة - حالة العمل الاساسي - نوع العمل الاساسي - سنوات العمل بالعمل الاساسي - معدل الدخل الشهري)، المحور الثاني (أسباب عمل المرأة في مجال التجارة الالكترونية)، المحور الثالث (طبيعة عمل المرأة في التجارة الالكترونية)، المحور

الرابع(المعوقات التي تواجهها المرأة في مجال التجارة الالكترونية وكيفية التغلب عليها)،
المحور الخامس (العائد علي المرأة من التمكين الاقتصادي).

مجالات الدراسة : تتحدد مجالات الدراسة في ثلاث مجالات المجال المكاني
والزمني والبشري يتحدد المجال المكاني في محافظة الفيوم وهي المحافظة التي تقطن فيها
الباحثة ، أما المجال البشري فيتحدد في عينة في سيدات محافظة الفيوم واللائي يعملن في
مجال التجارة الالكترونية قوامها ١٥ سيدة وتم أخذها عن طريق عينة الثلج Snow
sampling أما المجال الزمني للدراسة يتحدد في الفترة ما بين ٥ مايو الى
٢٣ سبتمبر ٢٠١٧.

الدراسة الميدانية :

مجتمع الدراسة:محافظة الفيوم.

اسباب اختيار مجتمع الدراسة:

تم اختيار محافظة الفيوم من أجل إجراء الدراسة الآنية ، وذلك لعدة اعتبارات ،
وهي كالتالي :

- ١- ملاحظة الباحثة لازدياد ظاهرة التجارة اللاكترونية بين الاناث عبر مواقع
التواصل الاجتماعي في مدينة الفيوم.
- ٢- نظرا لاقامة الباحثة في مدينة الفيوم_ محل الدراسة_ ، مما يسهل عليا
تحقيق اهداف دراستها.
- ٣- معرفة الباحثة بالعديد من السيدات اللائي يعملن في مجال التجارة
الالكترونية في مدينة الفيوم الامر الذي يسهل علي الباحثة اجراء الدراسة الميدانية.

وصف مجتمع الدراسة:

محافظة الفيوم واحة طبيعية خضراء تقع في الصحراء الغربية في الجنوب الغربي من محافظة القاهرة وعلى مسافة ٩٠ كم منها وهي إحدى محافظات شمال الصعيد وهي محاطة بالصحراء من كل جانب فيما عدا الجنوب الشرقي حيث يتصل بمحافظة بني سويف. وقد حباها الله بجمال الطبيعية والمناخ المعتدل طوال العام فهي وادي ودلتا كبيرة وتبلغ المساحة الكلية للمحافظة (٦٠٦٩) كم^٢. ولقد احتلت الأراضي الزراعية النسبة الغالبة منها حيث قدرت بحوالي ١٦٠٩.٣٤ كم^٢ بنسبة ٨٧٪ من إجمالي المساحة المأهولة و ٢٦.٥ % من إجمالي مساحة المحافظة بينما قدرت مساحة الأراضي المخصصة للسكان بحوالي ٧٦.٥ كم بنسبة ٤.١٤٪ من إجمالي المساحة المأهولة و ١.٣ % من إجمالي مساحة المحافظة وشغلت المنافع والجبانات والبرك والأراضي البور حوالي ١٨ كم^٢ ، ٧٦.٦ كم^٢ على الترتيب بنسبة ٩٧٪، ٤.١٤٪ من إجمالي مساحة المأهولة و ٠.٣٪ ، ١.٣٪ من إجمالي المحافظة على الترتيب وأخيراً قدرت مساحة الأراضي القابلة للزراعة بحوالي ٦٩.٣ كم^٢ تقريباً بنسبة ٣.٧٥ % من إجمالي المساحة المأهولة ، ١.١٪ من إجمالي مساحة المحافظة^(١) . تنقسم محافظة الفيوم إدارياً إلى ٦ مراكز هي الفيوم ، سنورس، ابشواي، اطسا، طامية، يوسف الصديق الذي أسس حديثاً بموجب قرار رئيس الوزراء رقم ١٨٥ في يناير ٢٠٠٢، وتضم المحافظة ٩١ وحدة محلية وعدد القرى الرئيسية

١ محمد فايز فرحات، محافظة الفيوم، سلسلة المحافظات المصرية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، الأهرام، القاهرة، ١٩٩٧ ص ص ٢٠ - ٢١.

١٦٣ قرية وعدد التوابع والنجوع ١٨٧٩ تابع (١).

نتائج الدراسة:

أولا خصائص العينة:

١- النوع:

أشارت الدراسة فيما يتعلق بالنوع أن العينة كلها أناث وذلك لأن العينة "كرة الثلج" تناولت المرأة بالأساس لذا فجاءت نسبة الأناث ١٠٠٪ نظراً لأن الهدف الأساسي للدراسة هو الكشف عن أثر التجارة الإلكترونية في تمكين النساء.

٢- السن:

فيما يتعلق بمتغير السن تبين أن أعلى نسبة وهي ٤٦.٦٪ جاءت بالنسبة للفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٤٠ عاماً ، ثم تليها الفئة العمرية من ٤٠ إلى أقل من ٦٠ عاماً بنسبة ٣٣.٣٪ ثم الفئة العمرية (أعلى من ٦٠ عاماً) بنسبة ١٣.٣٪ ثم فئة (أقل من ٢٠ عاماً) بنسبة ٦.٦٪ ويعنى ذلك أن نشاط التجارة الإلكترونية ترتبط بمرحلة الشباب أكثر من مرحلة المراهقة والشيوخ نظراً لارتباط هذه المرحلة بتموجات اقتصادية واجتماعية فضلا عن الدراية والمعرفة بالتعامل مع الانترنت. ومن ثم تتفق الدراسة الحالية مع دراسة مازن صلاح (المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية، المؤشرات

١مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ،محافظة الفيوم. الدليل الإحصائي . إدارة الاحصاء ، ٢٠٠٧ ، ص ص ١-٢ .

والمحددات ٢٠١٢) ، بان المتغيرات الديموجرافية (كالسن، والنوع ، المؤهل الدراسي.....الخ) تؤثر علي مساهمة المرأة بمجال العمل.

٣- الحالة الإجتماعية:

يتعلق بالحالة الاجتماعية تبين أن أعلى نسبة ، وهي ٦٠٪ من العينة تمثلت في فئة "المتزوج" تلتها فئة "الأعزب" بنسبة ٢٠٪ ثم فئة الأرملة بنسبة ١٣.٣٪ ثم المطلق بنسبة ٦.٦٪ ويفسر ذلك أن فئة المتزوج هي الأعلى نتيجة لارتباط الفرد المتزوج بمسئوليات منزل وقد يكون لها أبناء ويكون لديها رغبة في المساعدة في تحسين الدخل وشراء المستلزمات الخاصة بها. وجاءت الفئات الأخرى أقل حيث أن جاء الأعزب بنسبة ٢٠٪ وهي أقل بكثير من فئة المتزوج نظرا لعدم ارتباط المرأة العزباء بمسئوليات أخرى غير مستلزماتها الشخصية ، أما بالنسبة للأرمل جاءت أعلى من المطلق لأن الأرمل ليس لديها دخل آخر غير دخلها الخاص بمعاش الزوج أو الأب وفي حين أن المطلقة قد يكون هناك زوج ينفق على أبنائها أو أن لها نفقة لفترة معينة ، لذا فهناك من هم أكثر احتياجا للعمل في أى مجال تحاول من خلاله سداد احتياجاتها هي وأبنائها وربما تجد في مجال التجارة الإلكترونية عملا مناسباً لها.

٤- الحالة التعليمية:

فيما يتعلق بالحالة التعليمية ضمت فئات العينة أربع فئات (المؤهل المتوسط - فوق المتوسط - جامعي - فوق جامعي) ، ولم تظهر العينة فيما يتعلق بالحالة التعليمية فئة "الأمي" أو "يقرأ ويكتب" ، ويرجع ذلك إلى أن حال العمل في التجارة الإلكترونية

امازن صلاح, المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية , المؤشرات والمحددات ، مجلة جامعة الأزهر، غزة ، سلسلة العلوم الانسانية ، مج ١٤ ، ١٤ ، ٢٠١٢ ، ص ص ١٢٩-١٦٢ .

يحتاج على مستوى معرفي مرتفع وخلفية جيدة عن التعامل مع أجهزة الحاسوب وهذه الخلفية لا يمكن تكوينها في الأغلب الأ من خلال مستوى تعليمي ملائم قد يبدأ من "المؤهل المتوسط وينتهي إلى المؤهل فوق الجامعي" ولقد جاءت أعلى نسبة وهي ٣٣.٣٣٪ بالنسبة لفئة الجامعي ثم تلتها فئة فوق الجامعي بنسبة ٢٦.٦٪ ثم تساوت كلا من فئة المتوسط وفوق المتوسط بنسبة ٢٠٪ ولعل ارتفاع نسبة فئة الجامعي وفوق الجامعي ترجع إلى أن كلا الفئتين يحصل على جانب كبير من المعرفة بالانترنت والبرامج الإلكترونية من خلال التعليم فكلما زاد مستوى التعليم كلما زاد معرفة الافراد لمجالات التكنولوجيا والانترنت.

٥- محل الإقامة:

أشار متغير محل الإقامة إلى أن أعلى نسبة ٨٠٪ جاءت متعلقة بالإقامة في الحضر ، في حين فئة الريف مثلت بنسبة ٢٠٪ ،وهو ما يعنى ارتفاع عدد العاملات في مجال التجارة الإلكترونية في الحضر عن الريف ، وربما يرجع ذلك إلى عوامل ثقافية واجتماعية مثل انفتاح المجتمع الحضري وسهولة تكوين العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت فضلا عن ارتفاع نسبة التعليم في الحضر قد يكون سببا وراء ارتفاع نسبة العاملات في التجارة الإلكترونية في الحضر عن الريف وقد يعتبر البعض في الريف أن العمل في مجال التجارة الإلكترونية يدخل ضمننا "ثقافة العيب" بالريف لأن هذا المجال يفتح الباب للتعامل مع عزباء لا تفرقهم الا من خلال الوسيلة الإلكترونية الانترنت وهو ما يشكل حاجزا أمام المرأة في الريف للعمل بمجال التجارة الإلكترونية وذلك عكس ما هو عليه الوضع في الحضر إذا تقل حدة ثقافة العيب به إلى حد ما عن الريف.

٦- حالة العمل الأساسي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن النساء العاملات في مجال التجارة الإلكترونية منهم نحو ٥٣.٣٣٪ لديها عمل أساسي غير التجارة الإلكترونية في حين أن نسبة ٦٦.٦٦٪ ليس لديها عمل أساسي بجانب العمل في التجارة الإلكترونية بما ترجع زيادة نسبة النساء الذين لديهم عمل أساسي بجانب التجارة الإلكترونية إلى عدم كفاية الدخل في العمل الأساسي لاحتياجاتها واحتياجات اسرتها أو رغبة منها في تحسين الدخل ومستوى المعيشة الخاص بالأسرة.

٧- نوع العمل الأساسي:

اتضح من خلال متغير "نوع العمل الاساسي" أن هناك من النساء العاملات في مجال التجارة الإلكترونية لهم عمل آخر أساسي وإن هناك نسبة ٢٠٪ منهم يعملون في مجال الوظائف الإدارية كالمسكترارية في حين أن هناك نحو ١٣.٣٪ في أعمال خدمية وتساوت مع أعمال التدريس أيضا بنسبة ٦.٦٪. ومن ثم فإن أعلى نسبة نجدها في القائمين بعمل إداري كالمسكترارية يلتمون إلى مجال التجارة الإلكترونية في حين أن أقل نسبة جاءت في تصنيف العاملين في أعمال فنية كالأطباء والمهندسين والصيدلانية وربما يرجع ذلك إلى عدة أسباب منها أن الدخل الذي تحصل عليه المرأة في مجال الأعمال الإدارية أقل من الدخل الذي تحصل عليه المرأة في مجال الأعمال الفنية (كالمهندسين والاطباء والصيدلانية) ، فضلا عن أن مجال العمل الأول فإن هناك متسع من الوقت يتيح للمرأة العمل بمجال أما في كالتجارة الإلكترونية وذلك عكس العاملات في مجال الهندسة والطب والصيدلة فقد لا يكون لديهم متسع من الوقت لممارسة عمل آخر غير تلك الاعمال التي

يقومون بها كعمل أساسي فكلما ارتقت المرأة في شغلها لوظيفة مرموقة كلما قل احتياجتها لمجال إضافي للعمل.

٨- معدل الدخل الشهري: .

يشير متغير معدل الدخل الشهري للنساء العاملات في مجال التجارة الإلكترونية إلى أن أعلى نسبة ٤٦.٦٦% لفئة الدخل (ما بين ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ جنيها شهريا) ثم الفئة (الأقل من ١٠٠٠ جنيها شهريا) بنسبة ٣٣.٣%، ثم الفئة (٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ جنيها شهريا) بنسبة ٦.٦% ، ومن ثم فإنة تتركز عينة الدراسة حول فئة دخل (أقل من ١٠٠٠ جنيها شهريا ، وفئة (من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ جنيها شهريا) مما يعنى احتياج النساء التي يمثلن تلك الفئتين لمصدر دخل إضافي كي تستطيع أن تكفي احتياجاتها الشخصية والأسرية ولعل ذلك عن العوامل الاقتصادية التي تؤدي المرأة إلى مجال التسويق الإلكتروني.

ثانيا: أسباب عمل المرأة

١. الأسباب الإجتماعية:

ترجع الأسباب الإجتماعية إلى عمل المرأة إلى عدة عوامل: تتمثل في القدرة على قيام بهذا العمل من المنزل دون ابتعاد عن منزلها فتذكر الاخبارية "١" " أقدر ان اسوق المنتج بتاعى من المنزل لا ابعد عن أولادى ولا جوزى يقولى أنتي اتاخرت فى الشغل" ، وذكر البعض الآخر أن السبب فى ذلك عمل المرأة فى مجال التسويق الإلكتروني بميزه العلاقات الإجتماعية من الأقارب والمعارف وزملاء العمل الأساسى لذا فهى ترغب فى استغلال هذه العلاقات فى التسويق السلع الخاصة بها لأن هناك أفراد فى المجتمع الواقعى يعرفونها بالفعل لذا فإن هناك عامل نفسه يدعم فرص التسويق للمنتج الخاصة بها الأمر

الذى يمكنها من تحقيق أهدافها من وراء هذا النشاط. وفى ذلك تدلي الإخبارية "٩" (أنا بعرف ناس كتير من خلال شغلى كمدرسة وكمان بقدر أسوق المنتجات الخاصة بي لزملائى أو قرايبهم) وذكرت الإخبارية "١٢" (أن أهم الأسباب الاجتماعية اللى خلتى اشتغل فى المجال ده انه مالهوش أعباء كتير تشغلنى عن مصالح بيتى وكمان أحقق ذاتى واستقل عن أراء زوجى فى كل حاجة لأنه هو اللى بيدفع فى النهاية) ومن ثم تؤكد هذه الإخبارية على أن الأسباب الاجتماعية التى دفعتها للعمل بمجال التسويق الإلكتروني هو عدم وجود أعباء كثيرة قد تعوقها عن أداء مسؤولياتها المنزلية وفى نفس الوقت الرغبة فى تحقيق الذات الذى يعتبر بداية للتمكين الاقتصادى للمرأة حيث تتحقق لها الإستقلالية فى أخذ القرارات الخاصة بأسرتها أو بها شخصيا.

ب_الاسباب الاقتصادية:

تمثلت الاسباب الاقتصادية وراء عمل المرأة فى مجال التجارة الإلكترونية إنما يرجع إلى عدة أسباب تذكر الاخبارية (٥) "الأسباب الاقتصادية اللى خلتى اشتغل فى المجال ده هو الرغبة فى تحسين دخل الأسرة خاصة أنا ما بشتغلش فضلت أن الشغلانة دى ممكن توفر فلوس تساعد فى المعيشة" ، ومن ثم يتبين أن الاخبارية (٥) ليس لها عملا اساسيا مستقره فيه وتحصل منه على دخل ثابت لذا فهى تلجأ إلى مجال قد يضمن لها دخلا تمكنها من تحسين مستوى المعيشة للأسرة.

وتذكر الاخبارية (١٠) (أن الأسباب الاقتصادية وراء العمل بهذا المجال هو عدم وجود ضرائب على مجال التسويق الإلكتروني بالإضافة إلى أنه ما بيعتجش رأس مال كبير يعنى أنا بدأت بألفين جنية يعنى مكسبها مدارى و رأس المال صغير ولا يحتاج إنى أفتح محل وأدفع إيجار واجيب عمال كده أنا استفاد والزبون يستفاد) ، ويلاحظ أن

الإخبارية (١٠) تذكر مزايا التسويق الإلكتروني وهو عدم وجود ضرائب تحصل على هذا النشاط فضلا عن انخفاض رأس المال اللازمة لبدء العمل بهذا المجال حيث يتم التسويق من المنزل دون الحاجة لمتجر خاص بالبيع مما يقلل من التكلفة ويقوم على القدرة على التسويق الإلكتروني.

وتشير الإخبارية (٧) "أن الأسباب الاقتصادية التي دفعتني للعمل في التسويق الإلكتروني هو قلة دخلي من عملي الأساسي سكرتيرة لأنه أقل من ١٠٠٠ جنيها في الشهر لأنني بشتغل في سنتر تعليمي فعشان كدة بدأت في مجال التسويق الإلكتروني بعدما استلفت مبلغ من اختي ٥٠٠٠ جنيها عشان اشترى شويه بضاعة من الاكسسورات وبدأت أسوقها وسددت الدين اللي عليا لأختي وأنا بكمل دلوقتي الشغلانة دي" وعلى الرغم من أن هذه الإخبارية لديها عمل أساسي ولكن الدخل الذي تحصل عليه منه هو أقل من ١٠٠٠ جنيها شهريا وهو لا يكفي احتياجات منزلها وأولادها لذلك اتجهت الي العمل في مجال التجارة الالكترونية من اجل تحسين الدخل ومستوي المعيشة . وهذا ما يؤكد عليه مدخل التمكين من أنه كلما كان بإمكان المرأة الحصول علي دخل خاص بها كلما منحها ذلك مزيداً من الثقة بالنفس ، كما أن التمكين الاقتصادي للمرأة يزيد من قدرة المرأة علي إعطاء رأي خاص بها في قرارات الأسرة . كوضع آليات لتحسين مستوى المعيشة الأسرية والقرارات الاقتصادية كالبيع والشراء ، كذلك ما يتعلق بقرارات الإنجاب والوقت المناسب للإنجاب الخ.

IRAE LESSER BLUMBERG, WOMAN'S ECONOMIC EMPOWERMENT 'AS THE MAGIC POTION" OF DEVELOPMENT , WORKING PAPER AT THE ANNUAL MEETING OF THE AMERICAN SOCIOLOGICAL ASSOCIATION, PHILADELPHIA, 2005, P.3

وتشير الإخبارية (٥) (أن الأسباب الإقتصادية وراء العمل بهذا المجال هو أنى نفسى أشتري عربية صغيرة ليا واقدر اعتمد عليها فى مشاويرى وبدأت أدخر شوية فلوس على جنب كده لحد ما أحوش واشتري عربية خاصة بيه وأروح بيها الشغل) ويلاحظ أن الإخبارية (٥) تريد تحقيق تمكين اقتصادى يتمثل من خلال شرائها مقتنيات خاصة بها لذا فلقد توجهت إلى العمل فى مجال التسويق الإلكتروني رغم أن لها عمل مستقل وهو العمل كمدرسة ابتدائى. ويؤكد اهمية العوامل الاقتصادية كدافع للعمل بالنسبة للمرأة ما تؤكد الامم المتحدة من ان التمكين الاقتصادي من شأنه ان يحسن من نوعية الحياة quality of life لكلاً من الرجل والمرأة علي حد سواء من اجل تحقيق العدالة الاجتماعية والأهداف الإنمائية للألفية. ^١ وبناء علي ما سبق فان التمكين الاقتصادي للمرأة في شأنه أن يحقق استفادة عظمي للمجتمعات والأمم كافة. ^٢ كما ان تمكين المرأة لا يحقق عائد فقط للمرأة كفرد في المجتمع، إنما يتيح للمجتمع ككل تحقيق تنمية اقتصادية متوازنة بعيداً عن التحيز للرجل. ^٣. وتسهم التجارة الالكترونية في انخفاض تكاليف التشغيل ، اذ ان اهم ما يميز انشطة التجارة الالكترونية هو انخفاض التكلفة مقارنة بانشطة التجارة التقليدية الى حد كبير

1BROKE SHANNAN, DOES EMPLOYMENT EMPOWER WOMEN .OP,CIT, P.1.

2 UNITED NATIONS FOUNDATION, MEASURING WOMEN'S ECONOMIC EMPOWERMENT; COMPANION TO A ROAD MAP FOR PROMOTING WOMEN'S ECONOMIC EMPOWERMENT , WRITTEN BY MAYRA BUVINIC & REBBELLA FURST , UNF & EXONMOBIL , 2013 P.1

3GEETA SHROFF , TOWARD A DESIGN MODEL FOR WOMEN'S EMPOWERMENT IN THE DEVELOPING WORLD, MASTER THESIS , CARNEGIE MELLON UNIVERSITY , PITTSBURGH , 2010. P.90

، اذ انها لا تحتاج الى متاجر او مصارف او مخازن او مجتمعات تسويق^(١) وايضا تسهم التجارة الالكترونية في زيادة الارباح وتسويق اكثر في وقت اقل. كما ان المنتج يتمكن من خلال التجارة الالكترونية ان يتصل بالمستهلك مباشرة دون وسيط^(٢)

ج _ الاسباب الثقافية:

من خلال حالات الدراسة لعينة النساء في مجال التجارة الإلكترونية فلقد تبين أن الأسباب الثقافية وراء عملهن في هذا المجال يرجع إلى عدة عوامل الرغبة في استغلال ما لديهم من معرفة وخبرة بالتعامل مع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، وعدم تعرض المرأة لمضايقات من أفراد المجتمع أثناء عملها بالتجارة الإلكترونية لأنهن لا يذهبن خارج المنزل لأداء هذا العمل ومن ثم فهن يتجنبن ما قد تعانيه المرأة في مجالات العمل الأخرى التي تحتاج لخروجها من المنزل.

وتذكر الاخبارية (٦) (من الأسباب الثقافية للعمل في التجارة الإلكترونية إنى مبحش أخرج من البيت وتعرض لمضايقات في المواصلات والتاريخ أو العمل) ، وهناك عامل آخر يتمثل في عدم التقيد بوقت معين للعمل في التجارة الإلكترونية ، فالنساء عبر التجارة الالكترونية متصلين دائما عبر الهاتف online ويمكنها الرد بتوفر السلعة في أى وقت من اليوم وهذا عكس التعاملات في موقع خارج المنزل فهناك مواعيد للحضور

١ سمر بنت محمد عمر السقاف، التجارة الالكترونية وفرص عمل الخريجات في المملكة، سلسلة اصدارات مجتمع المعرفة، الاصدار ٢٥ ، مركز الدراسات الاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز ،السعودية، ٢٠١٠ ، ص ٢٩ .

٢ممدوح الزيادات ، التجارة الالكترونية ، دراسة تحليلية وصفه لواقع استخداماتها في الشركات الاردنية ، مجلة دار المنظومة ، ٣١٤ ، جامعة صنعاء ، اليمن ، ٢٠٠٨ ، ص ٣٦٩

والإنصراف وهو ما يعنى أن العمل بالتجارة الإلكترونية هو أكثر مرونة فى مواعيد العمل الملائمة لها وتذكر الاخبارية (١١) (أنا مش برتبط بمجال معين فى الشغلانة دى يعنى ارد على الزبائن فى اى وقت بحيث إنى مخسرهمش وليس هناك فى انصراف ولا حضور يعنى الوقت الملائم بشتغل وارد على الزبائن).

وتشير الاخبارية (٨) وهى صيدلانية تقوم بعمل التسويق الإلكتروني فى مجال الملابس والمصنوعات الجلدية (أنا عندى خبرة بالانترنت ومواقع التواصل الإجتماعى كمان ليا خبرة بأماكن المنتجات اللى بشتريها وأسوقها علشان كده قلت أنى استغل الخبرات دى فى حاجة تدر ليا دخل أكثر) ، وما تذهب الية الاخبارية (٨) تؤكد عليه النظرية النسوية ان الوصول الي الموارد المعلومات ، والتعليم ، وبناء الوعي من فوائد واهداف تمكين المرأة اقتصاديا . و اجتماعيا و سياسيا ¹ . ، ومن ثم فإن من أهم الأسباب الثقافية التى تقف وراء عمل المرأة بالتجارة الإلكترونية هو استغلال الخبرات العلمية والحياتية من عمل يدر عليها دخلا اضافيا يمكنها من تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.ومن ثم تتوافق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة Amy Alexander، ذلك في القول بدور العوامل الثقافية في تمكين المرأة. ^٢

1 SFIYA R.DANJUMA. & ETAL , FACTORS MILITATING AGAINST WOMEN ECONOMIC EMPOWERMENT AND POVERTY REEDUCATION IN AFRICAN COUNTRY, OP.CIT, P48..

2 AMY ALEXANDER, EMPOWERING WOMEN ; THE ROLE OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT, POLITICAL, CULTURE AND INSTITUTIONAL DESIGN IN THE WORLD'S SOCIETIES , WORKING PAPER , CENTER OF DEMOCRACY (CSD) , UNIVERSITY OF CALIFORNIA, 2007.

ثالثا: طبيعة العمل الالكتروني الذي تقوم به المرأة:

فيما يتعلق بطبيعة عمل المرأة في مجال التجارة الالكترونية والتي نقصد بها طبيعة السلع التي تقوم المرأة بتسويقها الكترونيا، نجد الاخبارية "٥" تشير (انا بتاجر في الادوات المنزلية الخفيفة يعني زي اطعم الحلل الجرانيت ، والبورسلين والالمنيوم، اطعم الكوابيات، الكاسات، الصني، الاركوبال.....الخ) ، في حين اشارت الاخبارية "٧" (أنا بشتغل في الاكسسوارات الهانميد ،أحيانا بعمل اكسسوارات بنفسي ، و أحيانا أخذ من واحدة وبعديأديها نسبة واعرضها عندي علي صفحتي علي الفيسبوك) ، وتشير الاخبارية "٨" (انا بشتغل في كذا حاجة، الشنط ، و الشوزات (الاحذية) ، الهدوم البرندات(الماركات المعروفة) ، وادوات التجميل و البرفانات)، في حين نجد الاخبارية "١٢" (انا بعمل وجبات اكل وابعيها ، وكمان بوضب خضار وابعيها من خلال صفحتي ع الفيس) ، ويلاحظ من خلال حديث الاخباريات أن هناك تنوع في مجالات التجارة الالكترونية ، مابين ادوات منزلية، وأكسسوارات (الاعقاد و الاقراط ، والدلايات النسائية) والتي قد تصنع يدويا من خلال الاخبارية ذاتها، او من خلال أخريات تتعاقد معهن ، والملابس باختلاف انواعها، فضلا عن أعداد الوجبات الغذائية واعداد الطعام، و من جانب آخر يلاحظ أن تلك السلع التي تعتمد عليها المرأة في التسويق الالكتروني تتميز بانخفاض راس المال ، وصغر السلع فليست هناك سلع كبيرة كالسلع المعمرة مثلا(أجهزة التلفاز، او المبردات، او الافران الكهربائية....الخ)، وهو ما يعني صغر راس المال التي تعتمد عليه المرأة في مجال التسويق الالكتروني.

رابعاً: المعوقات التي تواجه المرأة في مجال التجارة الالكترونية،

وكيفية التغلب عليها:

أذا ما اشرنا المعوقات التي تواجه المرأة في مجال التجارة الالكترونية تشير الاخبارية "١" (تكلفة النت اللي يعتمد عليه في التسويق ، وكم ان احيانا النت بيبقي ضعيف ، فامقدرش اعرض شغلي علي طول ، بس بتغلب علي المشاكل دي من خلال أن اللي بييجي من شغلي بخصص جزء منة لشحن باقة النت، ولما بيبقي النت ضعيف ، ومقدرش افتح الفيس بحاول اعلن من خلال صفحة حد في مكان يكون فيه النت كويس ، بس ده مش بيبقي ع طول علشان محدش يفكر أن دي صفحتي الاساسية) ، وتذكر الاخبارية "٢" (انا اكثر مشكلة كانت بتقابلني في بداية شغلي علي النت هي السيولة عشان اشتري البضاعة، وكنت في الاول بستلف من ماما ، واخواتي، ومع الوقت بدأت من شغلي اوفر جزء زي راس مال علي جنب كدة اشتري بة البضاعة اللي ببيعها) ، أما الاخبارية "٤" تذكر (اهم المعوقات اللي قابلتني في بداية شغلي في البيع علي النت ، هو عدم ثقة الزبون في السلع اللي بابيعها وعشان كدة كنت بطلب من الزباين اللي يشتروا من الريفيوها (أراء المستهلك في البضاعة علي صفحة المعن كي يراها الاخرون فتزداد ثقتهم في البضاعة) ، ومع الوقت بدأت اكون عدد من الزباين الكثير اللي بداوا يوثقوا في البضاعة و السعر اللي بعرضه) أما الاخبارية "٦" تشير الي أن (المعوقات اللي بتقابلني ، ان انا ممكن احجز لحد بضاعة وبعدين ما يستلمهاش ، ودي بتخليني أخسر ، بس بحل المشكلة دي من خلال عرضها للبيع فوري بس بنزل في تمنها شوية) . وما تشير اليه الاخبارية "٦" ، تؤكد عليه الاخبارية "١١" بقولها (بيحصل معايا كثير مواقف بتضايق ، يعني واحدة تحجز بضاعة هدم وبتكون بالمقاس ، وبعدين ماتستلمهاش ، بتطري اني انزلها

فوري بدون حجز عشان احل المشكلة دي) ، أما الاخبارية "١٢" (انا دايمًا بقابل مشكلة أن الزيون يتاخر في استلام الاوردر (البضاعة المحددة من قبل المستهلك) ، ودا طبعا ماينفعش مع اوردرات الاكل لانة ببيوظ او انة بيبرد ، ودا طبعا بعرضة فورا علي صفحتي وانزل في سعة عشان ما يركنش عندي)، ويتضح من خلال ما ذكر من خلال الأخباريات أن المعوقات التي تقف حجر عثرة في طريقهن أثناء ممارستهن للتجارة الالكترونية تتحدد في عدة نقاط، وهي: عدم توفر بنية تحتية من وسائل الاتصال (الانترنت: الشبكة العنكبوتية)، التي تعتمد عليها كآلية للتجارة الالكترونية ، كذلك عدم وفرة راس المال ، خاصة في بداية عملهن في هذا المجال، فضلا عن عامل الثقة المفقود بين البائع والمستهلك خلال التجارة الالكترونية، والتي ربما يتغلب عليها البعض بمرور الوقت ، ومعرفة الاخرون للمرأة المسوقة من خلال التجارة الالكترونية، واعتمادا علي اراء الاخريات اللاتي قمن بالشراء من قبل، وعلي الرغم من تعدد المعوقات التي تواجهها النساء خلال عملها في مجال التجارة الالكترونية ، الا أنها استطاعت أن تتغلب علي هذه المعوقات بأساليب مختلفة، كما ذكرت الاخباريات ، والتي يدل علي رغبتها في تحقيق النجاح في هذا المجال ، والتي يمكنها من التمتع بالعائد من كما سنتناولة في المحور التالي.

خامسا: العائد على المرأة من التمكين الاقتصادي:

أ_ هل ساهم عملك في تحقيق أهدافك؟:

فيما يتعلق بمدى مساهمة العمل في مجال التجارة الإلكترونية في تحقيق أهداف المرأة بنسبة ٦٦.٦٦٪ من العينة إلى دور التجارة الإلكترونية في تحقيق أهداف المرأة العاملة بهذا المجال في حين أن هناك نحو ٢٠٪ بالإجابة بـ (إلى حد ما) في حين أجاب ١٣.٤٤% بـ "لا" ، ومن ثم فإنه يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية قد مكنت النساء

العاملات في هذا المجال من تحقيق أهدافهن المرجوة بنحو ٨٦.٦٦٪ من العينة وهو كما يؤكد مدى أهمية العمل في هذا المجال بالنسبة للمرأة.

ب_ كيفية مساهمة عمل المرأة في مجال التجارة الإلكترونية في

تحقيق التمكين الاقتصادي:

أشارت عينة الدراسة إلى أساليب مختلفة تشير إلى مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تحقيق التمكين الاقتصادي. فلقد أشارت الإخبارية (٣) إلى (أنا أساساً بشتغل في حضانة مشرفة ومرتبى مكنش بيكفى الحاجات اللي عايزاها أنا وأولادى ورغم أن جوزى موظف بس الدخل برضه مش بيكفى عشان كده اشتغلت في المجال ده وزاد دخلى شوية أو بمعنى آخر اتسد اللي كان ناقص)

وتشير الإخبارية (٦) (أنا مش متجوزة وماعنديش أولاد بس أنا قدرت من العمل في التسويق الإلكتروني من الادخار بجزء من الربح في البريد)

أما الإخبارية (١٣) فتشير (أنا أساساً بشتغل في مكتب محامى وكان المرتب اللي باخده في الشهر قليل يعنى يادوب يكفى ولما اشتغلت في الملابس اللي ببيعها عن طريق النت قدرت إنى أحوش فلوس أجيب حته خاتم ذهب أو حلق)

وتشير الإخبارية (٤) (قدرت من خلال الشغل ده إنى أوفر مبلغ من المال لدروس أولادى) ومن ثم نجد أن استجابات الحالات في العينة تراوحت ما بين آليات مختلفة تشير إلى مدى مساهمة العمل في التجارة الإلكترونية من تمكين امرأة اقتصادياً ويتحدد ذلك في القدرة على الادخار - القدرة على شراء ممتلكات خاصة كالذهب والقدرة على توفير نفقات للأبناء. وتتفق نتيجة الدراسة الحالية تلك مع نتائج دراسة Brooke Shannan (هل

العمل يُمكن المرأة؟ تحليل العمالة وتمكين المرأة في الهند (٢٠٠٤) ^١، في دور العمل في تمكين المرأة اقتصاديا ، كما اتفقت نتيجة الدراسة الحالية تلك مع نتائج دراسة Abigail Bentil & etal (القروض الصغيرة - الحل الصائب لتمكين المرأة) (٢٠١٤) ^٢، في القول بدور التمويل الاصغر في تمكين النساء اقتصاديا، وان كانت الألية مختلفة ، ففي الدراسة الحالية التجارة الالكترونية هي التي تسهم في تحقيق التمكين النساء اقتصاديا ، في حين ان دراسة Abigail Bentil & etal تتحدد الالية في التمويل الاصغر، وان كانت النتيجة واحدة وهي تحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة . وفي هذا السياق تشير " نائلة كبير" N.Kabeer "إلي أن التمكين الاقتصادي للمرأة يقضي علي فاقة الفقر في المجتمع. ذلك من خلال إيجاد المساواه بين النوع الاجتماعي في الوصول إلي المصادر الاقتصادية التي تتيح لها دخلا ثابتاً، خاصة وأن المرأة هي المسئولة الأولى عن الرعاية المنزلية غير مدفوعة الأجر ، وهو ما يهدر مريداً في حقوقها الاقتصادية ويكرس تتبعتها للرجل في المجتمع الذي تحيا فيه." ^٣

1BROOKE SHANNAN , DOES EMPLOYMENT EMPOWER WOMAN? AN ANALYSIS OF EMPLOYMENT AND WOMAN'S EMPOWERMENT IN INDIA, THESIS PRESENTED TO THE FACILITY OF THE GRADUATES SCHOOL OF CORNELL UNIVERSITY, 2006 .

2ABIGAIL BENTIL & ETAL, MICRO CREDIT – THE MAGIC BULLET FOR WOMEN'S EMPOWERMENT, DEPARTMENT OF SOCIETY AND GLOBALIZATION, UNIVERSITY OF ROSKILDE, 2014.

3NAILA KABEER , WOMEN'S ECONOMIC EMPOWERMENT ; KEY ISSUES AND POLICY OPTION, , SIDA (SWEDEN INTERNATIONAL DEVELOPMENT CO-OPERATION AGENCY), 2004, P.7

استخلاصات نظرية:

بعد الانتهاء من الدراسة الحالية يمكن رصد مجموعة من الاستخلاصات النظرية التي تشير اليها الدراسة كما يلي:

(١) (المؤشرات الديموجرافية والتمكين الاقتصادي للمرأة)

تشير الدراسة الي ان هناك مؤشرات ديموجرافية تعتبر عامل هام في تحقيق التمكين ، علي سبيل المثال لا الحصر ، المؤهل الدراسي و السن: اذ انة ملما توافر للمرأة قدر اكبر من التعليم والوصول الي موارد التدريب والتاهيل كلما ادي الي تحسين فرصها في التمكين الاقتصادي، كما انة كلما كانت المرأة في مرحلة عمرية اصغر كلما اصبح من اليسير احداث تمكين اقتصادي لهل ، فهناك مجالات عمل تكون اكثر جذبا للنساء في مرحلة عمرية صغيرة او متوسطة كما اشارت الدراسة الحالية، اذ ان مجال التجارة الالكترونية تميز بعمالة النساء في مرحلة الشباب علي الاغلب.

(٢) (العوامل الاجتماعية والتمكين الاقتصادي للمرأة)

تلعب العوامل الاجتماعية دورا حاسما في تمكين المرأة ، اذ ان شبكة العلاقات الاجتماعية مع الاخرين في المجتمع ، وكذلك ارتباطها بمسئوليات تجاة اسرتها يعد من الدوافع الاجتماعية التي قد توجه المرأة نحو مجال عمل بذاته اكثر من مجالات اخري، و هذا ما اوضحتة الدراسة الحالية، فكلما اتسعت شبكة العلاقات الاجتماعية للمرأة كلما كان ذلك محفز سريع نحو اداماجها في مجال عمل تستغل فيه هذه العلاقات مثل التجارة الالكترونية، كما ان ارتباط المرأة بظروف اجتماعية _ كوجود زوج او اطفال _ يجعلها

تبحث عن مجال عمل يحفظ لها التوازن بين العمل و الاسرة وتمثل ذلك في التجارة الالكترونية.

(٣) (العوامل الاقتصادية والتمكين الاقتصادي للمرأة)

تشير الدراسة الحالية الي ان هناك مجموعة من العوامل الاقتصادية تمثل حجر الزاوية للمرأة ، اذ توجهها الي مجال العمل، فقد يكون للمرأة عمل اساسي ، ولكن الدخل المترتب عليها غير كافي لاحتياجاتها، لذا فهي تبحث عن عمل اخر يكمل لها ما تعانية من نقص ، اذ كلما انعدم او قل الدخل الكافي للمرأة كلما كانت اكثر بحثا عن فرص اقتصادية تحسن من دخلها و تحسن مستواها المعيشي لها ولاسرتها.

(٤) (السياق الثقافي والتمكين الاقتصادي للمرأة)

ان السياق الثقافي المحيط بالمرأة قد يمثل عائقا او محفزا نحو العمل في مجال بذاته، فتشير الدراسة الحالية الي ان الاعتبارات الثقافية كانت نصب اعين النساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية، فعلي سبيل المثال ان رغبة المرأة في الابتعاد عن التواجد في اماكن لا تحتك فيها مع الاخرين سواء في العمل او الطرقات او وسائل المواصلات _ وترجع ذلك الي السياق الثقافي الشرقي الذي ينص علي ثقافة "العيب" والتي تسود في المنطقة العربية ومنها مصر _ كان من اهم الاسباب الثقافية وراء عمل المرأة في مجال التجارة الالكترونية، حيث ان العمل في هذا المجال يتم من خلال المنزل دونما الحاجة الي الخروج من المنزل كما في مجالات العمل الاخرى، من زاوية اخري ان توافر الموارد المعرفية و التكنولوجيا لدي المرأة يمثل دافعا اساسيا لمجالات العمل التي يستلزم اتقانها هذه الموارد مثل التجارة الالكترونية.

(٥) طبيعة العمل الالكتروني الاكثر ملائمة للمرأة)

في ضوء ما أشارت اليه الدراسة تبين تنوع السلع التي تقوم المرأة بتسويقها خلال عملها في التجارة الالكترونية ، ما بين الملابس، وادوات التجميل ، والعمود ، والأدوات المنزلية، وأعداد وتجهيز الوجبات ، وجميعها من السلع المناسبة لطبيعة المرأة في مجتمعنا المصري بوجه عام ومجتمع الدراسة بوجه خاص.

(٦) معوقات متنوعة وأساليب أكثر تنوعا لمجابهتها)

في ضوء ما ذهبت اليه الاخباريات ، تبين أن هناك العديد من المعوقات التي تقف حجر عثرة في طريق عملهن في التجارة الالكترونية ، التي تتراوح ما بين عدم توافر شبكة اتصال فعالة بصفة مستمرة، وعدم توافر راس المال اللازم للتسويق، وعدم ثقة المستهلك في السلع المباعة عبر الانترنت، الا أنهم استطعن التغلب علي كافة هذه المشكلات من خلال البحث عن طرق أكثر تكيفا مع طبيعة هذه المعوقات، ولقد تحددت هذه الطرق في الاتي : العمل علي تقوية شبكة الاتصال عبر الانترنت بتخصيص باقة مخصصة لغرض التسويق الالكتروني، واخرى تغلبوا علي نقص راس المال بالقتراض من الغير ثم بالادخار من خلال عملهن.....الخ.

(٧) النسوية وعائد التمكين الاقتصادي للمرأة)

في ضوء ما اشارت اليه النسوية من أن التمكين الاقتصادي للمرأة يحسن من مستواها المعيشي لها ولاسرتها ، كما انه يحسن من المستوي الاجتماعي و المعيشي للمجتمع بأسرة ، انت هذه الدراسة لتؤكد ما اشارت اليه النسوية، فلقد اوضحت الدراسة ان عمل المرأة في التجارة الالكترونية اتي بمثابة علي التمكين الاقتصادي للمرأة ذلك من خلال

زيادة الدخل الخاص به ، ورفع مستواها المعيشي ، فضلا عن استقلالها الاقتصادي فيما يتعلق بالادخار او شراء ممتلكات خاصة بها.

توصيات الدراسة:

خرجت الباحثة بمجموعة من التوصيات المستقبلية فيما يتعلق بموضوع الدراسة

كالتالي:

- (١) يجب العمل علي انشاء مراكز تدريب للنساء علي تقنيات التكنولوجيا الجديدة التي تزيد من انخراطها في سوق العمل الذي يواكب التغيرات العالمية المصاحبة للعولمة.
- (٢) لابد من سن قوانين وتدابير احترازية تعمل علي حماية المرأة في مجال التجارة الالكترونية.
- (٣) يجب ان يكون لمؤسسات المجتمع المدني دورا فعالا في تحقيق التمكين الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي و الثقافي للمرأة.
- (٤) لابد من سن قوانين عمل تضمن الاقتداء بما اوصت به المؤتمرات و المنتديات العالمية فيما يتعلق بادماج النوع الاجتماعي في خلق فرص العمل الجديدة بالمجتمع المصري ، حتي يتسني للمرأة المشاركة علي قدم المساواة مع الرجل في مجال العمل .
- (٥) يجب ان تضع السياسات العامة في اعتبارها ما يتصف به المجتمع المصري من خصوصية ثقافية قد تمثل عائقا امام المرأة للاندماج في مجالات عمل بذاتها،

ومن ثم سن القوانين التي تضمن له المشاركة الاقتصادية في مجالات العمل المختلفة دون المساس بحقها في العمل عل اعتبار ان ذلك يمثل احد حقوقها الانسانية.

(٦) يجب توجيه مجالات البحث العلمي و الاكاديمي المهمة بشأن المرأة ، نحو دراسة اوضاع المرأة في مجالات العمل المختلفة خاصة في القطاع الغير رسمي للعمل، والذي قد تعاني فيه المرأة من عدم وجود اليات للحماية الاجتماعية حينما تفقد القدرة علي العمل.

(٧) يجب ان تعمل المؤسسات التمويلية علي تخصيص قروض تتصف بالسهولة و المرونة في السداد حتي تتمكن المرأة من تحقيق طموحاتها في الدخول لسوق العمل الحر ، والذي تعتبر التجارة الالكترونية احد مجالاته.

المراجع العربية

- (١) احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية، جامعة الملك فيصل، الرياض، ٢٠١٠ .
- (٢) احمد عبدالحميد وفتحية محمد، دور منظمات المجتمع المدني في تمكين المرأة اليمنية . دراسة مطبقة علي العاملين بالجمعيات الاهلية (النسوية) بمحافظة حضرموت ، مجلة الاندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية ، ١٤ ، مج٦ ، جامعة الاندلس، اليمن ، ٢٠١٤
- (٣) احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، مج ١ ، ط١ ، عالم الكتب، القاهرة ، ٢٠٠٨.
- (٤) أماني زاهر ، تانيث الفقر ، مصر العربية للنشر و التوزيع، مصر، ٢٠١٥.
- (٥) أممية ابوب بكر وشيرين فكري ، المرأة والجنس: الغاء التمييز الثقافي و الاجتماعي بين الجنسين، دار الفكر المعاصر، سوريا، ٢٠٠٢.
- (٦) السيد حنفي معوض ، في علم الاجتماع النسوي ، الحركات الراديكالية النسائية . تحديات سوق العمل ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، ٢٠١٤.
- (٧) اندرو ادجار وبيتر سد جويك ، موسوعة النظرية الثقافية، المفاهيم والمصطلحات الأساسية ، ترجمة هناء الجوهري ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ٢٠٠٩.
- (٨) أنور قاسم الخضري ، الحركة السنوية في اليمن ، تاريخها ودافعها ، البيان ، سلسلة الحركة السنوية في العالم العربية (٣) ، الرياض، ٢٠٠٧.

- (٩) ايمان عكور ، التمكين الاقتصادي للمرأة الواقع و الافاق. وزارة العمل الاردنية نموذجاً، منظمة العمل العربية ووزارة العمل الاردنية، ٢٠١٥.
- (١٠) باسمه علي ، التجارة الالكترونية ، مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، ع ٣٢ ، جامعة بغداد ، ٢٠١٢.
- (١١) تقرير التنمية البشرية ، التنمية في كل عمل ، البرنامج الانمائي للامم المتحدة ، نيويورك، ٢٠١٥.
- (١٢) تمام جميل عمر ، فاعلية التدريب المقدم في المؤسسات السنوية في تمكين المرأة الفلسطينية ، رساله ماجستير منشوره، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الدراسات العليا ، الجزائر ، ٢٠١٤.
- (١٣) خديجة العزيمي ، الأسر الفلسطينية للفكر السنوي الغوي ، بيان للتوزيع ، بيروت ط ١ ، ٢٠٠٥.
- (١٤) رياض بن جليلي ، تمكين المرأة : المؤشرات والأبعاد التنموية ، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية ، ع ٢ ، ابريل ، ٢٠٠٨.
- (١٥) سارة جامبل ، النسوية وما بعد النسوية ، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ٢٠٠٢
- (١٦) سمر بنت محمد عمر السقاف، التجارة الالكترونية وفرص عمل الخريجات في المملكة، سلسلة اصدارات مجتمع المعرفة، الاصدار ٢٥ ، مركز الدراسات الاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز ،السعودية، ٢٠١٠.

- (١٧) عبد الحليم بشلوش ، واقع التجارة الالكترونية في المؤسسة الجزائرية:مؤسسة كوندور للمنتجات الالكترونية و الكهرومنزلية بولاية بوعريج نموذجاً، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية ، ٢٤ ، سبتمبر ، ٢٠١٤ .
- (١٨) مازن صلاح ،المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية ، المؤشرات والمحددات ، مجلة جامعة الازهر، غزة ، سلسلة العلوم الانسانية ، مج ١٤ ، ع ١٤ ، ٢٠١٢ .
- (١٩) المجلة العربية للمنظمات الأهلية ، المنظمات الأهلية العربية وتمكين المرأة . توجه استراتيجي توجه للاحتياجات الضرورية تحرير امانى قنديل ، الشبكة العربية للمنظمات الالهية،مصر، ٢٠٠٤ .
- (٢٠) محمد فايز فرحات، محافظة الفيوم ،سلسلة المحافظات المصرية،مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية،الأهرام، القاهرة، ١٩٩٧ .
- (٢١) مديحة أحمد عبادة ، قضايا المرأة العربية بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، دارالفجر ، القاهرة ، ٢٠٠١ .
- (٢٢) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ،محافظة الفيوم. الدليل الاحصائي . إدارة الاحصاء ، ٢٠٠٧ .
- (٢٣) ممدوح الزيادات ، التجارة الالكترونية، دراسة تحليلية وصفه لواقع استخداماتها في الشركات الاردنية ، مجلة دار المنظومة ، ع ٣١ ، جامعة صنعاء ، اليمن ، ٢٠٠٨ .
- (٢٤) منظمة المرأة العربية وآخرون ، المرأة وتحقيق أهداف القيمة المستدامة المنهجية العربية دراسة استرشادية ، منظمة المرأة العربية وآخرون،مصر، ٢٠١٦ .
- (٢٥) نخبة من الاساتذة،المعجم الوسيط، المجمع العربي،القاهر، ٢٠٠٤ .



(٢٦) يوسف سنباط، التجارة الالكترونية .دوافع وتحديات، مجلة الامن والقانون ،اكاديمية شرطية دبي ، الامارات، ٢٠١٠ .

English References

- 1) Abigail Bentil & Etal، Micro credit – The magic Bullet For Women's Empowerment، Department Of Society And Globalization، University Of Roskilde، 2014.
- 2) Amy Alexander، empowering women ; the role of the economic development، political، culture and institutional design in the world's societies ، working paper ، Center of Democracy (CSD) ، university of California، 2007.
- 3) Brooke Shannan ، Does employment empower woman? An analysis of employment and woman's empowerment in India، thesis presented to the facility of the graduates school of Cornel university، 2006 .
- 4) Catrina Kinvall، empowerment of women، post-colonial feminist challenging mainstream feminist perspectives، Lund University، Sweden، 2014.
- 5) Dac Network on gender equality (Gender net) ، women economic empowerment، issues paper prepared by DAC ، university of Sussex ، April ، 2011.
- 6) Geeta Shroff ، Toward a design model for women's empowerment in the developing world، Master thesis ، Carnegie Mellon university ، Pittsburgh ، 2010.
- 7) Geum-joo bee ، reviewing united nations world conference on woman for Korean women's empowerment ، Master thesis ، university of Marland ، 2004.

- 8) Judy Wajcman, feminist theories of technology, Cambridge journal of economic advance access, vol.34, Oxford university press, UK, 2010.
- 9) Naila kabeer , women's economic empowerment ; key issues and policy option, , Sida (Sweden International Development co-operation Agency), 2004,
- 10) Rae lesser Blumberg, woman's economic empowerment 'As the magic potion" of development, working paper at the annual meeting of the American sociological association, Philadelphia, 2005.
- 11) Sandra G. Turner& Tina M.Mashig, feminist and Empowerment theory and social work practice, journal of social work practice Routledge, London , 2014.
- 12) Sara Pavanello & Etal , Qualitative research on woman's economic empowerment and social protection; A research guide, FAO, Rome, 2016.
- 13) Sfiya R.DanJuma. & Etal , factors militating against women economic empowerment and poverty reeducation in African country, ISOR journal of business and management , vol 13, issue . 3 , sep – oct, 2013.
- 14) Undp , gender: empowering women; empowering humanity, United Nation, New york,2014.
- 15) United Nations Foundation, measuring women's economic empowerment; companion to a road map for promoting women's economic empowerment, written by Mayra Buvinic & Rebbella Furst , UNF & ExxonMobil , 2013.

أستمارة أستبيان

في موضوع

(التجارة الالكترونية والتمكين الاقتصادي للمرأة من منظور نسوي)

(بيانات هذا الاستبيان لا تستخدم الا لاغراض البحث العلمي)

أولاً : خصائص العينة :

١- الاسم(اختياري):.....

٢- النوع:

أ. ذكر ()

ب. أنثى ()

٣- السن :

أ. أقل من ٢٠ عاماً ()

ب. من ٢٠ ← الى أقل من ٤٠ عاماً ()

ج. من ٤٠ ← الى أقل من ٦٠ عاماً ()

د. ٦٠ عاماً فأكثر ()

٤- الحالة الاجتماعية:

أ. اعزب ()

ب. متزوج ()

ج. ارمل ()

د. مطلق ()

٥- الحالة التعليمية :

- أ. أمي ()
ب. يقرأ أو يكتب ()
ج. مؤهل متوسط ()
د. مؤهل فوق متوسط ()
هـ. مؤهل جامعي ()
و. مؤهل فوق جامعي ()

٦- محل الإقامة :

- أ. ريف ()
ب. حضر ()

٧- حالة العمل الأساسي :

- أ. يعمل ()
ب. لا يعمل ()

في حالة الاجابة ب "١" يسأل السؤال "٦"

٨- نوع العمل :

- أ. أعمال إدارية ()
ب. أعمال خدمية ()
ج. أعمال حرفية ()
د. أعمال (عملية وفنية) (دكتور - مهندس) ()
هـ. العمل بالتدريس ()
و. أخرى تذكر ()

٩- مدة سنوات العمل بالعمل الاساسي :

- أ. ١ - ٥ سنوات ()
- ب. ٦ - ١٠ سنوات ()
- ج. ١١ - ١٥ سنة ()
- ١٠- معدل الدخل الشهري :

- أ. أقل من ١٠٠٠ جنية ()
- ب. ١٠٠٠ أقل من ٢٠٠٠ جنية ()
- ج. ٢٠٠٠ أقل من ٣٠٠٠ جنية ()
- د. ٣٠٠٠ فيما فوق ()

ثانيا : اسباب عمل المرأة بالتجارة الالكترونية :

١. ما هي الاسباب الاجتماعية التي تقف وراء عملك في مجال التجارة

الالكترونية؟

.....

.....

.....

.....

.....

٢- ما هي الاسباب الاقتصادية التي تقف وراء عملك في مجال التجارة

الالكترونية؟

.....

.....

.....



١. هل ساهم عملك في مجال التجارة الالكترونية في تحقيق التمكين

الاقتصادي لك؟

أ. نعم ()

ب. لا () (في حالة الاجابة بنعم يسال المبحوث السؤال

التالي)

٢. كيف ساهم عملك في مجال التجارة الالكترونية في تحقيق التمكين

الاقتصادي لك؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



E.commerce and women economic Empowerment feminist Prospective

Abstract:

The study aimed to uncover how the economic empowerment of women through electronic commerce in the light of feminist theory, by conducting a field study on a sample of women working in the field of electronic commerce in the city of Fayoum, and the study relied on the case study methodology, so the researcher used the "interview guide" As a tool for collecting data, by applying it to a sample of 15 individuals, they were chosen through the "snowball" method, and the study has yielded several results, the most important of which are: The work of women in the field of electronic commerce is due to social, economic and cultural reasons, and the return to work The woman In the field of electronic commerce, it is to enable it to achieve far-reaching goals before engaging in the field of electronic commerce

Descriptors Economic Empowerment, feminism Prospective, Electronic Commerce.