الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion

جامعة البويرة

قسم علوم التسيير

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية

دراسة عينة من المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من 2010-2022

من إعداد الطالبة:

-أمينة أبو الرب

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

-عبد القادر شلالي

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. كرمية توفيق	أستاذ محاضر أ	رئيساً	جامعة البويرة
أ.د. شلالي عبد القادر	أستاذ	مشرفاً ومقرراً	جامعة البويرة
د. جلال أمحمد	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	جامعة البويرة
د. وهابي كلثوم	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	جامعة البويرة
أ.د. رياض عبد القادر	أستاذ	ممتحناً	جامعة الجزائر 3
د. عاشوري ابراهيم	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	المركز الجامعي ميلة
أ.د. وعيل ميلود	أستاذ	مشرفاً مساعداً	جامعة البويرة

السنة الجامعية: 2023/2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion

جامعة البويرة

قسم علوم التسيير

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية

دراسة عينة من المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من 2010-2022

من إعداد الطالبة:

-أمينة أبو الرب

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

-عبد القادر شلالي

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. كرمية توفيق	أستاذ محاضر أ	رئيساً	جامعة البويرة
أ.د. شلالي عبد القادر	أستاذ	مشرفاً ومقرراً	جامعة البويرة
د. جلال أمحمد	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	جامعة البويرة
د. وهابي كلثوم	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	جامعة البويرة
أ.د. رياض عبد القادر	أستاذ	ممتحناً	جامعة الجزائر 3
د. عاشوري ابراهيم	أستاذ محاضر أ	ممتحناً	المركز الجامعي ميلة
أ.د. وعيل ميلود	أستاذ	مشرفاً مساعداً	جامعة البويرة

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير

الحمد لله والشكر له كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، عدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته على أن منَّ علي بإنجاز هذه الدراسة، والصلاة والسلام على أفضل الخلق نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً.

أتوجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير لجامعة أكلي محند أولحاج / البويرة ممثلة بمديرها الأستاذ الدكتور حياهم عمار، وكلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير ممثلة بعميد الكلية الأستاذ الدكتور حبيش علي، والأستاذ الدكتور حيدوشي عاشور نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية، وأستاذي الدكتور عبد القادر شلالي الذي تكرم بقبول الإشراف على هذه الأطروحة والدكتور أوعيل ميلود نائباً للمشرف على أطروحتي، فأسأل الله العلي القدير أن يجزيهما عنا خير الجزاء وأن يمن عليهما بمزيد من الصحة والعافية والتقدم في مسيرتهما العلمية.

كما أتقدم بالشكر والامتنان للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الموقرة، الذين تكرموا وتشرفت بقبولهم مناقشة وإثراء هذه الأطروحة بتوجيهاتهم ونصحهم ولهم مني جزيل الشكر والثناء.

كما يطيب لي أن أشكر وزارة التعليم العالي في بلدي الحبيبة فلسطين التي منحتني هذه الفرصة العظيمة لإتمام شهادة الدكتوراه في بلدي الثاني الجزائر الحبيبة والشقيقة، وأشكر أيضاً كل طاقم سفارة فلسطين في الجزائر فرداً فرداً الذين لم يدخروا جهداً لمساعدتي للوصول إلى هذا البلد، وتحقيق حلم والدي رحمه الله في أن أتم دراستي العليا والحصول على شهادة الدكتوراه.

وختاماً أتقدم بالشكر الجزيل لعائلتي التي كانت ولا زالت عوناً لي في كل خطوة أخطوها في حياتي، وخصوصاً والدتي الحبيبة أطال الله في عمرها، وأشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

الباحثة

إهداء

إلى من تاقت روحي لرؤياه، وكافح حياة كاملة لكي أصل إلى حلم عانقه عمراً طويلاً ولم تمهله الحياة كي يراه، إلى روح والدي الحبيب

إلى من بها أسمو للعلا وعليها أرتكز، التي سهرت من أجلي الليالي لكي أنام قريرة العين، إلى رمز الحب والعطاء والحنان ... إلى أمي الغالية

إلى من كانوا خير سند لي (أخوتي وأخواتي الأحباء)، وكل أفراد عائلتي كبيراً وصغيراً وكل من آمن بي وبحلمي

إلى أساتذتي الكرام والسادة المشرفين وأعضاء الهيئة التدريسية الذين لم يبخلوا يوماً في إعطاء معلومة وأي فكرة قيمة

إلى بلدي الحبيبة فلسطين وبلدي الثاني الحبيبة الجزائر

إلى أصدقائي وزملائي

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل

أمينة أبو الرب

مستخلص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الوضع الحالي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الضفة الغربية في فلسطين، ومدى معرفة المرأة الفلسطينية المقاولة بهذه الأدوات في تنمية عملها المقاولاتي، والأثر الناتج عن استخدامها في تطوير أنشطتها المقاولاتية. تم تبني المنهج الوصفي كمنهج رئيس، بالإضافة إلى المنهج التحليلي، و"دراسة الحالة"، وتم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية في الجانب التطبيقي، حيث تم تصميم استبانة منظمة وزعت على 72 امرأة مقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين، وتم تنظيم بعض المقابلات الشخصية مع مجموعة من المقاولات الفلسطينيات. من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الضفة الغربية في فلسطين قطاع ناشئ ويحتاج لبذل المزيد من الاستثمار فيه ليكون داعماً بشكل فعال لتنمية المقاولاتية النسوية. والمرأة المقاولة في الضفة الغربية تستخدم الإنترنت عموماً والتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص كأبرز أشكال استخدام التكنولوجيا في تنمية العمل المقاولاتي، وهي بحاجة إلى مزيد من التوعية والتدريب بأهمية هذا القطاع، وبمجالاته الواسعة الأخرى التي يمكن استغلالها للنهوض بواقع العمل المقاولاتي، ومساهمته الفعالة في دفع عجلة الاقتصاد في بلد يعاني من عدم استقرار سياسي ومعيشي واقتصادي.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، المقاولاتية، المقاولاتية النسوية

Abstract:

This study aims to assess the status of information and communication technology in the West Bank of Palestine, as well as the Palestinian women entrepreneurs' knowledge of these tools in the development of their entrepreneurial work and the resulting impact on their entrepreneurial activities. The descriptive approach was adopted as the primary method, along with analytical method and case studies. A set of statistical tools was used in the practical aspect, including the design of a questionnaire distributed to 72 female entrepreneurs in the West Bank of Palestine, as well as conducting personal interviews with a group of Palestinian female entrepreneurs. Among the key findings of this study is that the information and communication technology sector in the West Bank of Palestine is an emerging sector that requires further investment to effectively support female entrepreneurship development. Palestinian women entrepreneurs in the West Bank generally use the internet, particularly social media marketing, as the primary forms of technology utilization for their entrepreneurial work. However, they need more awareness and training on the importance of this sector and its wide-ranging opportunities that can contribute to advancing entrepreneurial activities and effectively driving the economy in a country facing political, social, and economic instability.

Keywords: Information and Communication Technology, Entrepreneurship, Female Entrepreneurship.

الفهرس العام

فهرس المحتويات

شكر وتقدير I
إهداء II
مستخلص الدراسة: III
الفهرس العام V
الفصل الأول: 1
الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال 1
مقدمة الفصل: 2
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المعلومات 3
المطلب الأول: المفهوم والنشأة للمعلومات 3
المطلب الثاني: الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة 4
المطلب الثالث: أنواع المعلومات 6
المطلب الرابع: خصائص المعلومات 9
المطلب الخامس: أهمية المعلومات ومصادرها 12
المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصال 15
المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات 15
المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات 17
المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات 18
المطلب الرابع: وظائف نظم المعلومات ومعيقاتها 20
المطلب الخامس: مفاهيم عامة حول الاتصال 21
المبحث الثالث: أهمية وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال 23
المطلب الأول: أهمية ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال 23
المطلب الثاني: الآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات 25
المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحديات استخدامها 27
المبحث الرابع: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين 28
المطلب الأول: إحصائيات وأرقام حول واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال 28
المطلب الثاني: توفر الحكومة الإلكترونية 37

خلاصة الفصل 45
الفصل الثاني 45
الإطار النظري للمقاولاتية والمقاولاتية النسوية 45
مقدمة الفصل 60
المبحث الأول: مفهوم المقاولاتية والمقاولاتية النسوية 60
المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية 61
المطلب الثاني: مفهوم المقاولاتية النسوية وأنواعها 62
المطلب الثالث: خصائص المقاولاتية النسوية 64
المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية النسوية 67
المطلب الخامس: العوامل المؤثرة على المرأة المقاولة 71
المطلب السادس: النظريات المفسرة للاقتصاد غير الرسمي والمقاولاتية النسوية 73
المبحث الثاني: المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين 79
المطلب الأول: المرأة في المجتمع الفلسطيني 79
المطلب الثاني: المقاولاتية والمقاولاتية النسوية في فلسطين 82
المطلب الثالث: مجالات المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية في فلسطين، وبعض قصص النجاح 84
المطلب الرابع: تنمية المرأة وعلاقتها بالمقاولاتية النسوية 89
المبحث الثالث: المعيقات التي تواجهها المرأة الفلسطينية المقاولة 92
المطلب الأول: المعيقات المتعلقة بالاحتلال 93
المطلب الثاني: المعيقات الاجتماعية 95
المطلب الثالث: المعيقات الثقافية 96
المطلب الرابع: المعيقات الاقتصادية 97
المطلب الخامس: المعيقات التشريعية والقانونية 99
المطلب السادس: المعيقات المعرفية والتكنولوجية 100
خلاصة الفصل 102
الفصل الثالث 103
المحفزات والمعيقات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي والسياسات الداعمة 103
مقدمة الفصل 104
المبحث الأول: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساعدة في تنمية المقاولاتية النسوية 105

المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المادية 105
المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية 110
المطلب الثالث: المقاولاتية الرقمية 117
المطلب الرابع: مساهمة تطبيقات التواصل الاجتماعي في تنمية المقاولاتية النسوية 119
المبحث الثاني: العوامل التحفيزية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية المقاولاتية النسوية 122
المطلب الأول: الأسباب التي تدفع المرأة لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العمل المقاولاتي 122
المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي للمرأة 124
المطلب الثالث: معيقات استخدام المرأة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال 126
المطلب الرابع: تحقيق التنافسية للمقاولاتية النسوية 127
المبحث الثالث: السياسات والبرامج الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين 130
المطلب الأول: التشريعات والقوانين والسياسات الحكومية 130
المطلب الثاني: المنظمات غير الحكومية الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين 132
المطلب الثالث: مؤسسات الإقراض الصغير الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين 136
المطلب الرابع: حاضنات الأعمال الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين 139
خلاصة الفصل 140
الفصل الرابع 142
دراسة ميدانية لدور تكنولوجيا المعلومات في دعم عمل المرأة المقاولاتي 142
مقدمة الفصل 143
المبحث الأول: منهجية وإجراءات الدراسة 144
المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة 144
المطلب الثاني: أداة جمع البيانات ومتغيرات الدراسة 145
المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة 146
المبحث الثاني: تحليل البيانات 147
المطلب الأول: تحليل المعلومات الأساسية في الاستبانة 147
المطلب الثاني: تحليل النتائج المتعلقة بمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال 152
المطلب الثالث: تحليل النتائج المتعلقة بمتغير المقاولاتية النسوية 155
المطلب الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المقاولاتية النسوية 159
المبحث الثالث: اختبار وتحليل فرضيات الدراسة 160

المطلب الأول: اختبار الفرضية الأولى..... 161

المطلب الثاني: اختبار الفرضية الثانية..... 163

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الثالثة..... 164

المطلب الرابع: دراسة أثر بعض المتغيرات الشخصية على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال166

المبحث الرابع: المقابلات الشخصية..... 177

المطلب الأول: المقابلة الأولى/ السيدة امتياز المغربي: 178

المطلب الثاني: المقابلة الثانية –السيدة أمل المصري ضراغمة..... 180

المطلب الثالث: المقابلة الثالثة –السيدة دينا المصري صاحبة مشروع خضرا 181

المطلب الرابع: المقابلة الرابعة –السيدة عبير نافذ الهمص 184

خلاصة الفصل..... 187

خاتمة..... 188

قائمة المراجع 188

قائمة الملاحق 188

فهرس الجداول

عنوان الجدول	رقم الصفحة
الجدول رقم (01): أمثلة توضح معنى البيانات المبنية على قاعدة السجل أو الوثيقة	9
الجدول رقم (02): المزايا الاستراتيجية المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات	24
الجدول رقم (03): المؤشرات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب سنوات مختارة من عام 2004 إلى 2017	30
الجدول رقم (04): ثبات أداة الدراسة كرنباخ ألفا والصدق الذاتي	146
الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب المحافظة	148
الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	146
الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	149
الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب العمر	149
الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل المقاولاتي للمرأة	150
الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنتج المباع	150
الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي	151
الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأفراد في النشاط المقاولاتي	151
الجدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات العمل في النشاط المقاولاتي	152
الجدول رقم (14): ترميز الإجابات على تدريج ليكرت	152
الجدول رقم (15): النتيجة حسب قيمة المتوسط الحسابي	153
الجدول رقم (16): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال	153
الجدول رقم (17): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بأبعاد المقاولاتية النسوية	155
الجدول رقم (18): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بالمعيقات والتحديات للمرأة الفلسطينية المقاولة	156
الجدول رقم (19): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بالمحفزات للمرأة الفلسطينية المقاولة	158

الجدول رقم (20): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية	159
الجدول رقم (21): نتائج اختبار "ت" للفرضية الأولى	161
الجدول رقم (22): نتائج اختبار "ت" للفرضية الثانية	163
الجدول رقم (23): نتائج اختبار "ت" للفرضية الثالثة	165
الجدول رقم (24): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لأثر المستوى التعليمي للمرأة المقاولة على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	167
الجدول رقم (25): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لدور الحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة في التغلب على المعيقات أو زيادة المعيقات عليها	169
الجدول رقم (26): نتائج اختبار "تحليل التباين الاحادي" لدور عمر المرأة الفلسطينية المقاولة في تحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي	170
الجدول رقم (27): نتائج الاختبار البعدي "بنفوروني Bonferroni" فيما يتعلق بفرضية "أثر عمر المرأة على العمل المقاولاتي"	171
الجدول رقم (28): نتائج اختبار "ت" لعينتين مستقلتين لطبيعة العمل المقاولاتي (فردي أو شركة مسجلة) ودوره في التحفيز على الاستمرار بالعمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية	172
الجدول رقم (29): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لعلاقة القطاع الذي تنشط فيه المرأة الفلسطينية المقاولة مع المعيقات (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، المعرفية، والمعيقات التشريعية والقانونية)	173
الجدول رقم (30): نتائج الاختبار البعدي "بنفوروني Bonferroni" فيما يتعلق بالفرضية المتعلقة بعلاقة القطاع بالمعيقات	175
الجدول رقم (31): نتائج اختبار "ت" لعينتين مستقلتين لعلاقة طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة) باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	176

فهرس الأشكال

عنوان الشكل	رقم الصفحة
الشكل رقم (01): أنموذج الدراسة	م
الشكل رقم (02): الفرق بين البيانات والمعلومات	5
الشكل رقم (03): عملية تراكم المعرفة ودورها في اتخاذ القرارات والأفعال	6
الشكل رقم (04): تصنيف المعلومات حسب مصدرها والمستوى الإداري	7
الشكل رقم (05): تصنيف المعلومات حسب طبيعتها والمستوى الإداري	8
الشكل رقم (06): البنية الأساسية والنفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب السنة	31
الشكل رقم (07): نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب (مكتبي أو محمول) أو لوحي مثل التابلت في فلسطين حسب المنطقة ونوع التجمع، 2019	32
الشكل رقم (08): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون الحاسوب حسب الفئات العمرية في فلسطين، 2019	33
الشكل رقم (09): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يمتلكون أو يستخدمون الهاتف الخلوي النقال حسب الجنس، 2019	34
الشكل رقم (10): نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت حسب الفئات العمرية في فلسطين، 2019	35
الشكل رقم (11): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين لديهم مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الذين استخدموا الحاسوب في فلسطين، 2019	36
الشكل رقم (12): ملخص لأهم مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في قطاع الأعمال حسب السنة.	37
الشكل رقم (13): صفات المقاول/المقاولة	67
الشكل رقم (14): التجزئة حسب الجنس في الاقتصاد غير المنظم	75
الشكل رقم (15): مصنع صبا للصابون	88
الشكل رقم (16): مستويات دورة التمكين	92
الشكل رقم (17): الإطار النظري للمقاولاتية الرقمية الناجحة	119
الشكل رقم (18): علاقة العمل المقاولاتي بتكنولوجيا المعلومات والاتصال	126

الشكل رقم (19): موقع خضرا الإلكتروني	184
الشكل رقم (20): مشروع الكتب التفاعلية للأطفال (1)	186
الشكل رقم (21): مشروع الكتب التفاعلية للأطفال (2)	187

فهرس الملاحق

عنوان الملحق	رقم الصفحة
الملحق رقم (01): الاستبانة	209
الملحق رقم (02): قائمة المحكمين للاستبانة	218

مقدمة

مـقــدمـة

في ظل ما يحدث في عصرنا من تطورات وتغيرات، يصبح تحقيق النجاح أمراً بالغ الصعوبة ما لم تتوفر له مقومات النجاح، وهنا تبرز المقاولاتية النسوية كواحدة من هذه المقومات. فالدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية تنمية المقاولاتية النسوية من خلال إعطاء المرأة حرية أكبر لتوسيع أعمالها وتحقيق الميزة التنافسية، خاصة وقد أصبحت هذه الأخيرة، عاملاً حيوياً في إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية متكاملة، للعديد من دول العالم إذا ما تم استخدامها في عالم الأعمال لأهداف تنموية كالرفع من مردودية المؤسسة، وزيادة الإنتاجية في العمل، وتقليص تكلفة المعاملات، وزيادة فرص الوصول إلى الأسواق العالمية.

وتتوسع وتنتشر المقاولاتية النسوية باعتمادها على وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الحديثة بصورة مستمرة ونشطة، من أجل تحقيق النجاح والمحافظة عليه، الذي يجعلها تتماشى باستمرار لتعديل وتطوير وتحسين سلوكها من خلال إيجاد وسائل اتصال متجددة (كخدمات الجيلين الرابع والخامس للاتصالات). وتعمل المقاولاتية النسوية في العالم على لعب دور بارز ومهم في الحياة الاقتصادية بحيث يظهر أداؤها في تطوير الكثير من المنظمات والمؤسسات الحديثة، وتتبنى استراتيجيات لتحقيق تميز وخدمات أفضل.

كما نجد أن المرأة المقاولة في الشرق الأوسط عامة وفلسطين خاصة، هي التي تقوم بتحديد أهدافها وقيمها ومعاييرها، لتنظيم نشاطها المقاولاتي. تعمل المرأة المقاولة باستمرار على تحسين الأداء من خلال التطور التكنولوجي الملموس، من خلال الاستغلال الأمثل لأدوات التكنولوجيا والاتصال المتاحة. لذلك تحتاج المرأة المقاولة على الرغم من اختلاف طبيعة نشاطها إلى سمات قيادية وريادية في تحقيق أهدافها وإنجاز أعمالها للوصول إلى التميز، باستغلال الفرص المتاحة، وهذا يجعلها ملمة بالتخطيط الاستراتيجي الفعال والالتزام برؤية واضحة للوصول إلى إنجاح النشاط المقاولاتي.

بناءً على ما تقدم تبرز الحاجة إلى البحث في العلاقة التي تربط بين المرأة المقاولة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتأثيرها على المقاولاتية النسوية، باعتبار أن كلاً منهما يؤثر في الآخر.

طرح إشكالية البحث

تعد المقاولاتية محركاً أساسياً لتغيير ثقافة المجتمعات، كما تعتبر إحدى المداخل الرئيسية للتطور الاقتصادي في معظم الدول ومن هنا شغلت المقاولاتية اهتمام هذه الدول كونها ظاهرة تثير الجدل لتعدد

التخصصات والحقول المعرفية التي تناولت تفسيراً لها، ولما لها من أثر واضح على الحياة الاقتصادية للأفراد والمجتمعات. ومن جانب آخر برزت أهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهمية الاستثمار فيه، لمواكبة التطورات الحديثة والمتسارعة، وأن هذا القطاع أثر ويؤثر في كافة مناحي

الحياة، وبالأخص قطاع المقاولاتية، مما يهدف إلى تحسين الأداء وتحقيق النمو من خلال تحسين قدرة المشاريع على الابتكار والرفع من كفاءة استراتيجيات العمل المقاولاتي تحقيقاً للتنمية الاقتصادية.

وعلى ضوء ما تقدم يمكن طرح التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في تنمية المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من عام 2010 إلى عام 2022؟

ومن هذا التساؤل يمكن طرح عدة أسئلة فرعية كما يلي:

1. ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية) في تنمية المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين؟
2. هل يوجد عوامل التحفيزية توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة الفلسطينية في تنمية العمل المقاولاتي؟
3. هل يوجد عوائق تحول دون استخدام المرأة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية نشاطاتها المقاولاتية في الضفة الغربية لدولة فلسطين؟

الفرضيات

تصاغ فرضيات الدراسة على وفق أنموذج الدراسة وأهداف الدراسة وأسئلتها، وبما يتفق مع المراجع النظرية للمعرفة الإلكترونية والمقاولاتية والتي تخضع للاختبار والتحليل والمعالجة الإحصائية، وعندها ستثبت صحتها من عدمها، وتقسم الفرضيات إلى الآتي:

الفرضية الرئيسية:

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث بأبعادها المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية في تنمية المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين.

ولتدعيم هذه الفرضية سنقوم بصياغة الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الأولى:

تعتمد المرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين على عدة أبعاد من تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في عملها المقاولاتي، ومنها: المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية.

الفرضية الثانية:

يوجد عوامل تحفيزية للمرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين، عند استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث تتيح لها آفاقاً جديدة لنشاطها المقاولاتي.

الفرضية الثالثة:

يوجد عوائق تحول دون استخدام المرأة في الضفة الغربية لدولة فلسطين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي، منها: اجتماعية، اقتصادية، المستوى التعليمي، السياسات الاقتصادية المتبعة.

أهمية الدراسة

سنتطرق في هذه الفقرة إلى نوعين من الجدوى:

1-الأهمية النظرية: ستكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية المتغيرات التي ستتناولها، والمتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمقاولاتية النسوية، لكونها عناصر مهمة في تحقيق التنمية كأنشطة المرأة المقاولة، وتحقيق التمكين الاقتصادي والاجتماعي لها، وسيكون هذا البحث استكمالاً لجهود من سبقني من الدارسين والباحثين، لقلة الدراسات التي تناولت الربط بين هذين المتغيرين. ومن جانب آخر، سأقوم بدراسة واقع الاقتصاد الفلسطيني الناشئ في ظل متغيرات كثيرة يشهدها، من أهمها تأثير الاحتلال القائم حتى يومنا هذا، وانعكاساته على المرأة الفلسطينية، التي تحاول خلق واقع أفضل لها ولأسرتها.

2- الأهمية التطبيقية: تهتم هذه الدراسة بالدور الذي يؤديه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في الوصول إلى تمكين المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين، وذلك من خلال دراسة واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الضفة الغربية، وواقع المرأة المقاولة وما تحتاجه من أدوات لإثبات وجودها في المجتمع الفلسطيني، ومكانها الفعلي في الاقتصاد الفلسطيني، ومحاولة إسقاط الأثر الإيجابي الذي تتركه التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تمكين المرأة المقاولة، وانعكاس ذلك على حياتها الأسرية والمجتمعية، والنهوض بالاقتصاد الفلسطيني الذي يعاني من مشاكل عديدة.

أهداف الدراسة

ستهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الوضع الحالي الموجود في الضفة الغربية لدولة فلسطين، فيما يخص أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكذلك مدى معرفة المرأة المقاولة باستخدام هذه الأدوات في تنمية العمل المقاولاتي والأثر الناتج عن استخدامها في تطوير أنشطتها المقاولاتية.

كما سنتطرق في هذه الدراسة إلى قياس قدرة المرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين على استخدام الأدوات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتسييرها باتجاه تحقيق التمكين الاقتصادي والاجتماعي، ودور التدريب الفعال في تحقيق ذلك.

كما سنبحث لمعرفة مدى الدور الذي تؤديه الحكومة في دولة فلسطين من إصدار وتطبيق قوانين وتشريعات تؤمن الحماية والدعم للمرأة المقاولة في مجال تمكينها الاقتصادي والاجتماعي، وإيصالها إلى القدرة على تسيير أعمالها المقاولاتية باستخدام البرمجيات الملائمة لذلك كالبرامج الخاصة بالأنظمة المالية والمحاسبية.

أسباب اختيار الموضوع

يمكن تقسيم الأسباب التي دفعتني لاختيار الموضوع "مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في تنمية المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين"، إلى أسباب موضوعية، وأخرى ذاتية وهي:

1- **الموضوعية:** جاءت الفكرة من وراء اختيار هذا الموضوع، من خلال البحث في واقع المرأة الفلسطينية، وبالأخص النساء صاحبات المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تندرج تحت غطاء المقاولاتية، في محاولة لفهم ذلك الواقع والسعي لتحسينه من خلال استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي سنحاول من خلال هذه الدراسة تبيان أثرها من الناحية الاقتصادية والمعيشية، في ظل احتلال عمل على تشريد آلاف العائلات الفلسطينية بسبب الإعتقال لرب الأسرة واستشهاده أحيانا أخرى، فتبقى المرأة هي المعيل الوحيد لأسرتها. وكذلك لمعرفة الفوائد والآثار المترتبة على استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأنشطة الاقتصادية للمقاولاتية النسوية في فلسطين، ومعرفة السمات المشتركة والعوائق لاستخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لفتح المجال أمام إمكانات النساء في المقاولاتية والوصول إلى نجاح أعمالهن، وللإلمام بما يمكن عمله لتسريع تعلم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المقاولات الفلسطينيات اللواتي لم يتعرفن على الاتجاهات الجديدة في هذا المجال.

2- **الذاتية:** تتمثل في ميولي الشخصية لدراسة هذا النوع من المواضيع في علوم التسيير عامة، وإدارة الأعمال خاصة، وسعياً مني لدعم الجهود المتواصلة للنهوض بالمرأة الفلسطينية المناضلة. كما أنني بدأت بالاهتمام شخصياً بدراسة مواضيع تخص المرأة في رسالة الماجستير، حيث تركزت سابقاً على وجود المرأة في المواقع الإدارية العليا في المؤسسات، والبحث في العوائق التي تواجهها النساء للوصول إليها، وفي هذه الدراسة سأتطرق إلى شريحة جديدة من النساء في المجتمع الفلسطيني، خاصة في الضفة الغربية، وهو قطاع النساء المقاولات صاحبات الأعمال.

المنهج المتبع وأدوات الدراسة

للإجابة عن التساؤلات المطروحة، سيتم تبني "المنهج الوصفي" كمنهج رئيس، بالإضافة إلى مناهج مساعدة كالمنهج التحليلي، ودراسة الحالة، كما سيتم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية

بالنسبة للدراسة التطبيقية، حيث سيتم القيام بدراسة ميدانية وتوزيع الاستبانة، والقيام بمقابلات شخصية مع الأطراف ذات العلاقة التي عملت على إنشاء مشاريع ريادية خاصة من المقاولات الفلسطينيات، اللواتي اعتمدن على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أعمالهن، ولو بجزئيات بسيطة، مستعرضين بذلك أهم الأدوات المتاحة، والمحفزات لاستخدامها، والعوائق التي واجهتهن في ذلك، وبيان الأثر على تحقيق التنمية للمرأة المقاولة في الاقتصاد الفلسطيني.

حيث سنسعى إلى إعداد استبانة مكونة من جزأين:

الجزء الأول: يحتوي على مجموعة من الاستفسارات عن الخصائص الديموغرافية لأفراد مجتمع الدراسة المجيبين عن أسئلة الاستبانة، والتي تتضمن (العمر، المهنة إن وجدت، المؤهل العلمي والتخصص إن وجد، عدد الدورات التدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال).

الجزء الثاني: يحتوي على عدد من الاستفسارات بهدف قياس محاور الاستبانة التي تدور حول فرضيات الدراسة موزعة كالآتي:

القسم الأول: الأبعاد الفنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واستخدام المرأة المقاولة لها

سيتم التعرف في هذا القسم على أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كالمستلزمات المادية والبرمجية والبشرية والفنية والتنظيمية، التي تستخدمها المرأة المقاولة في نشاطها المقاولاتي. ومدى معرفة النساء محل الدراسة بأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتوفرة في الضفة الغربية لدولة فلسطين، من خلال طرح مجموعة من الأسئلة التي تقيم المهارات الأساسية التي تمكن المرأة من استخدام التكنولوجيا الحديثة في دعم نشاطها المقاولاتي

القسم الثاني: أبعاد المقاولاتية النسوية، محفزات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي النسوي، ومعيقات ذلك

سيتم التعرف هنا على عديد الفوائد المتوقعة من تعلم النساء المقاولات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أعمالهن المقاولاتية، والتي ستقدم دعماً خاصاً على مستوى التعلم والتدريب، مرونة عملية التعلم باختيار الأوقات المتاحة والمريحة لهن، بغض النظر عن العمر والمجتمع والحالة الاقتصادية والاجتماعية. من ناحية أخرى، تحقيق توازن بين حياة المرأة العملية وحياتها الخاصة، وباستخدام التكنولوجيا تتاح للمرأة الفرصة لتخفيض التكلفة، خاصة بالنسبة لبيع المنتجات أو الخدمات في أكثر الأسواق ربحية، واتخاذ القرار بشأن التوقيت الأمثل. وأيضا بناء شعور بالثقة بالنفس لدى المرأة وذلك بالحصول على التدريب ذي الصلة، والاتصال بشريحة واسعة من المجتمع من نساء أخريات، مؤسسات، تجار، وبالتالي تحقيق الهدف المهني.

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تفتح آفاقاً واسعة للمرأة للتعليم وقنوات الاتصال وتبادل المعلومات، وبالتالي تحصل المرأة على فرص أكبر في عالم الأعمال، ولم تعد المرأة مقيدة بالظروف المحلية المحيطة بها بل على العكس أصبح لديها خيارات أكثر شمولاً متوفرة في جميع أنحاء العالم.

كما يتناول هذا القسم المعيقات التي تتشارك بها المقاولات في هذا المجال، والتي تتلخص في التحديات المتعلقة بالعمل المقاولاتي، كمحدودية القدرة في الحصول على القروض أو المعيقات في الحصول عليها وصعوبة ضمان التمويل الثابت. من جهة أخرى تواجه المرأة العوائق الثقافية– الاجتماعية كالصورة النمطية الشائعة في الفروقات بين الرجل والمرأة، ونقص الدعم الأسري.

علماً بأن المرأة تؤدي ثلاثة أدوار في المجتمع مما يحملها مسؤولية أكبر من الرجل: الأسرة والمجتمع والعمل. بعض المناطق توفر مراكز للمعلومات، أو مقاهي الإنترنت، ولكن تكمن الصعوبة في عدم تمكن المرأة من الوصول إلى تلك الأماكن أو عدم الراحة في زيارتها لأسباب ثقافية واجتماعية. ففي جميع أنحاء العالم، تميز التوجهات الثقافية التقليدية ضد حصول المرأة على التعليم في التكنولوجيا، على افتراض أن الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، واستخدامها ليس للنساء وإنما حكراً على الرجال. والجانب الثالث للمعيقات يتمثل في التحديات على مستوى البنية التحتية، من ارتفاع للتكاليف، ومحدودية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتغطية، والإطار القانوني لأمن وحماية المعلومات.

القسم الثالث: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة

سيتم التعرف هنا على الأهداف التي ستصل إليها المرأة بعد الاطلاع وإتقان استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تتمحور حول التعليم، والاقتصاد، والبيئة جنباً إلى جنب مع الإطار القانوني والبنية التحتية. لذلك، تتمثل اهتمامات المرأة في تهيئة بيئة من التعاون والمشاركة، تفضي إلى خلق الاستخدام الأمثل لأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتشجيع تطوير محتوى تعليمي محلي، وتمكين المرأة من المشاركة في أنشطة الأعمال، والاستخدام العملي للموارد الرقمية المشتركة.

حدود الدراسة

أولاً: الحدود المكانية

ستتمثل حدود الدراسة المكانية في عينة من النساء المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين.

ثانياً: الحدود الزمانية

ستتناول هذه الدراسة واقع المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من عام 2010 إلى عام 2022.

ثالثاً: الحدود البشرية

النساء المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين.

رابعاً: الحدود الموضوعية

سوف تتناول هذه الدراسة واقع استخدام المقاولات الفلسطينيات لتنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي والدور الذي تؤديه التكنولوجيا في دعم العمل المقاولاتي، حيث تم استخدام المنهج الوصفي كمنهج رئيس ومناهج أخرى مساعدة كالمنهج التحليلي ودراسة الحالة، وتم استخدام مصادر أكاديمية موثوقة للحصول على المعلومات. كما تم استخدام أساليب إحصائية موضوعية ومعترف بها لتحليل البيانات والوصول إلى استنتاجات موثوقة، والحفاظ على سرية المعلومات الشخصية للمشاركين في الدراسة واحترام خصوصيتهم. تم توثيق جميع المصادر المستخدمة وتقديمها بشكل دقيق وشفاف.

الدراسات السابقة

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات والأبحاث في الكتب والمجلات والدوريات ذات العلاقة بموضوع الدراسة والتي تناولت المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والمتغير التابع (المقاولاتية النسوية)، سنقوم بعرض بعض أهم تلك الدراسات والتعرف على أهم النتائج والتوصيات التي قدمتها، مع توضيح أوجه الشبه والاختلاف بينها وبين هذه الدراسة.

1- دراسة د. عدنان قباجة، **الحصول على التمويل للمشروعات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للنساء في فلسطين**، مجلة أبحاث المالية والمحاسبة، المجلد 10(8)، 2019، ص.120-128.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن آثار متطلبات الضمانات، وخدمات دعم الأعمال التجارية، والفائدة المرتفعة على القروض، ونقص المعلومات التي تساعد النساء الفلسطينيات في الوصول إلى تمويل مشاريعهن الصغيرة والمتوسطة. وضحت مشكلة الدراسة أهمية موضوع التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة وخصوصاً تلك التي تملكها النساء، إذ تعاني حوالي 70% من تلك المشاريع في الدول النامية من انعدام أو نقص التمويل من قبل مؤسسات الإقراض، وفقا لدراسة مؤسسة التمويل الدولية IFC في عام 2014. تم توزيع استبانة منظمة على عينة عشوائية تتكون من 60 امرأة فلسطينية من صاحبات الأعمال الصغيرة والمتوسطة، بهدف الوصول إلى التحديات التي تواجهها تلك النساء في الحصول على التمويل المناسب من مؤسسات الإقراض الصغير في فلسطين. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين متطلبات الضمانات، الفائدة المرتفعة على القروض، ونقص خدمات المعلومات وحصول النساء على التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، بينما كان هناك علاقة ايجابية بين المتغير

المستقل خدمات دعم الأعمال التجارية، والمتغير التابع الحصول على التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، فكان من توصيات هذه الدراسة دعوة مؤسسات الإقراض إلى تبسيط المعايير التي تعتمدها في تقديم القروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، والاهتمام بتقديم الدعم لهذا القطاع، ودعوة الحكومة أيضاً للاهتمام بهذا القطاع بإطلاق برامج داعمة لتمكين المشاريع الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى التمويل المناسب من البنوك ومؤسسات الإقراض بأسعار فائدة منخفضة.

ومن خلال اطلاعنا على هذه الدراسة نجدها تتشابه من حيث المعقيات التي تواجه النساء المقاولات والمتمثلة في الحصول على التمويل المناسب لتلك المشاريع، وخدمات الحصول على المعلومات كالولوج إلى التكنولوجيا، وتوفر خدمات الإنترنت، والهواتف الذكية الحديثة اللازمة والضرورية لتسهيل عمل المرأة المقاولة.

2- دراسة رابح مرار، إسلام عبد الجواد، سامر جبر، عدنان كيسا، مصطفى يونس، **The Role of Information and Communications Technology (ICT) in Enhancing Service Sector Productivity in Palestine: An International Perspective**، Journal of Global Information Management، Volume 27, Issue 1, January-March 2019، IGI Global

تناولت هذه الدراسة تأثير نمو قطاع نمو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على إنتاجية قطاع الخدمات في فلسطين باستخدام مجموعة من المؤشرات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما في ذلك استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية والشبكات والمواقع الإلكترونية واستخدام الهواتف "الذكية". البيانات المستخدمة عبارة عن بيانات مقطعية ل 793 شركة خدمات في فلسطين. أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبشكل أساسي الإنترنت هو أحد أهم عوامل إنتاجية العمل بين شركات الخدمات. واستخدام الهواتف المحمولة يحسن الإنتاجية بشكل كبير. ومن هنا تظهر أوجه التشابه مع موضوع هذه الدراسة من حيث أن استخدام الانترنت في فلسطين هو الأقوى لدعم الأعمال المقاولاتية.

3- دراسة سلوى البرغوثي، ندين خليلي، نيللي قصاص، **النساء الرياديات في فلسطين، الدوافع، التحديات والمعيقات**، مجلة ResearchGate الإلكترونية، تموز 2018، متوفرة على الإنترنت https://www.researchgate.net/publication/326460766

وصفت العديد من الدراسات السابقة الأعمال التي مصدرها المنزل بأنها نقطة بداية لأصحاب المشاريع، خاصة بالنسبة للنساء المقاولات. بحيث كانت روح المبادرة لدى النساء أكثر حدة في البلدان النامية، لحلها لمشكلة البطالة، إذ يتم دفع النساء بالضرورة والحاجة لتحسين أوضاعهن الاقتصادية. إن مستوى التفاؤل والثقة بالنفس لدى المرأة في بدء الأعمال التجارية

الريادية يتأثر إلى حد كبير بالثقافة، والمعايير الاجتماعية الخاصة بالنساء في بلدانهن الأصلية، يتناول هذا البحث سبب كون النساء الرياديات العاملات من المنزل ظاهرة اقتصادية اجتماعية تتزايد في فلسطين كدولة نامية. الريادية أصبحت أكثر أهمية لجميع الناس وكلا الجنسين في الوقت الحاضر، وتزيد من تمكين النساء بسرعة كبيرة في جميع أنحاء العالم، وبدأت النساء في إنشاء الأعمال التجارية الخاصة بهن، للحصول على مزيد من السيطرة على حياتهن الشخصية والمهنية، وذلك يعود إلى عدة أسباب ومنها، ريادية المرأة تعتبر عاملاً مهماً للنمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل لأنفسهن والآخرين، إنتاج سلع وخدمات جديدة، وزيادة الاستثمار. كما يناقش هذا البحث مختلف المواضيع التي تخص النساء المقاولات كالحواجز والمعيقات والتحديات التي تواجهها النساء عند تأسيس أعمالهن الخاصة؛ خصائص النساء الرياديات صاحبات المشاريع ومقارنة ريادية الأعمال بالمشاريع الصغيرة.

4- دراسة أنطون سابيلا، وجدان فراج، ميساء بربار، **Entrepreneurship and Economic Growth in West Bank, Palestine**، Journal of Developmental Entrepreneurship، Vol. 19, No. 1 ، 2014، World Scientific Publishing Company، DOI: 10.1142/S1084946714500034

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح طبيعة العلاقة بين المقاولاتية والنمو الاقتصادي في الضفة الغربية من الأراضي الفلسطينية في الفترة ما بعد اتفاقية أوسلو. وتسليط الضوء على أثر متغيرين رئيسيين خاصين بالحالة الفلسطينية وهما نقاط التفتيش التي فرضتها سلطات الاحتلال والمساعدات الدولية. استخدمت الدراسة بيانات تمتد على مدى ستة عشر عامًا، تم تطبيق طرق إحصائية مختلفة لشرح تأثير المستويات المتغيرة لنشاط المقاولاتية على الناتج المحلي الإجمالي والبطالة. أظهرت نتائج الدراسة أن المقاولاتية ليس لها تأثير كبير على النمو الاقتصادي، ومن المتوقع أن ينخفض نشاط المقاولاتية نتيجة للنمو في الاقتصاد مع خلق وظائف جديدة

5- دراسة خالد ربايعة، **التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: دراسة حالة لفلسطين**، مجلة مجتمع المعلوماتية، المجلد 5(3-4)، 2009

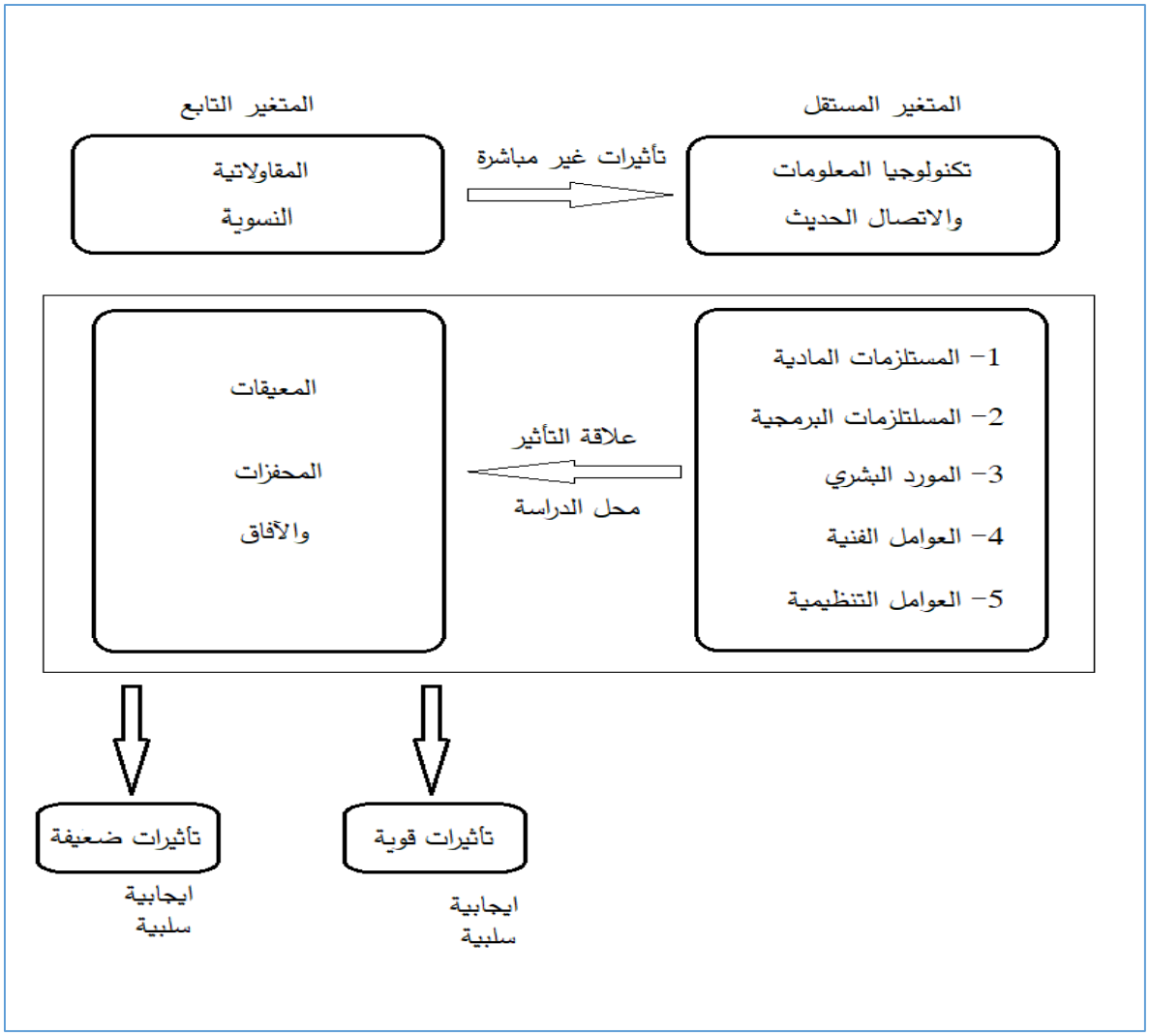
قدمت هذه الدراسة مبادرة تهدف إلى تمكين المرأة من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من خلال مشروع مشترك بين المنظمات غير الحكومية NGO's والمنظمات النسائية المحلية. وتناولت الآثار المباشرة وغير المباشرة للمبادرة التي استهدفت مئات النساء في الريف الفلسطيني. قام فريق البحث بتتبع استجابات المتدربين وتطوير قدراتهم من خلال الوسائل الكمية والنوعية مثل مناقشات مجموعات التركيز، والمقابلات مع أصحاب المصلحة، والاستبيانات، والاستطلاعات، وملاحظات الأنشطة المستمرة. ومن أهم النتائج التي توصلت

إليها الدراسة تعزيز القدرات الفنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمرأة، وتنمية قدراتها في مجال المقاولاتية، لتعزيز التمكين الاجتماعي والاقتصادي. تعزيز ثقة النساء التي شملتهن الدراسة بأنفسهن وأنهن وصلن إلى مستوى عال من التمكين في إتقان المهارات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومدى الفائدة لتلك المهارات في تحسين مستوى سبل عيشهن. وبالرغم من ذلك، أشارت الدراسة إلى وجود قضايا حيوية تتطلب المزيد من الاهتمام، والتي من أهمها تحسين قدرة المرأة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل فعال، من أجل اكتساب وخلق المعرفة، في التنمية الشخصية والمجتمعية، وكقناة للتنشئة الاجتماعية

أنموذج الدراسة:

لنتمكن من الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة والأسئلة الفرعية المنبثقة عنه، تم إعداد نموذج الدراسة بحيث أن المتغير المستقل هو تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها: المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية، والمتغير التابع هو المقاولاتية النسوية، من خلال التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأبعاد المتغير المستقل على أبعاد المتغير التابع: المحفزات والآفاق، المعقيات للمقاولاتية النسوية في الضفة الغربية.

الشكل رقم (01): أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

خطة الدراسة:

وللإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية واختبار فرضياتها، وبعد الرجوع إلى الأدبيات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، سيتم اعتماد الخطة المقترحة التالية:

تكونت الأطروحة من أربعة فصول، منها ثلاثة نظرية والفصل الأخير تطبيقي، وكل فصل من هذه الفصول احتوى على مجموعة من المباحث والمطالب على النحو التالي: جاء الفصل الأول بعنوان

الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتضمن أربعة مباحث حول الموضوع، المبحث الأول بعنوان مفاهيم أساسية حول المعلومات، وناقش تعريفها ونشأتها والفرق بين المعلومات والبيانات والمعرفة، وأنواعها وخصائصها ومصادرها، وأهميتها. المبحث الثاني بعنوان مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتناول مفهوم التكنولوجيا بشل عام، وماهية تكنولوجيا

المعلومات، ومراحلها ومكوناتها، ومعيقاتها وتحدياتها ووظائفها، وأيضاً تحدث عن مفهوم الاتصال. المبحث الثالث من الفصل الأول جاء بعنوان أهمية وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتناول أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومزايا استخدامها وخصائصها، والآثار المترتبة على استخدامها، والتحديات التي تواجه إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال. أما المبحث الرابع والأخير جاء بعنوان واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين، وتناول إحصائيات وأرقام حول واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وموضوع الحكومة الإلكترونية.

الفصل الثاني من الأطروحة جاء بعنوان الإطار النظري للمقاولاتية والمقاولاتية النسوية، وتضمن ثلاثة مباحث، الأول بعنوان مفهوم المقاولاتية والمقاولاتية النسوية، وتناول المفهوم العام للمقاولاتية، ومن ثم خصص المقاولاتية النسوية وهي أساس هذه الدراسة، وأنواعها وخصائصها وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية، والعوامل الدينية والبيئية والأسرية التي تؤثر على المرأة المقاولة، والنظريات المفسرة للاقتصاد غير الرسمي. المبحث الثاني بعنوان واقع المقاولاتية النسوية في دولة فلسطين، وتناول خمسة مطالب، تحدثت عن المرأة في المجتمع الفلسطيني، واقع المقاولاتية النسوية في فلسطين، أنشطتها ومجالاتها، مع إبراز بعض قصص النجاح، ومن ثم تم التطرق إلى مفهوم تنمية المرأة وعلاقته بالمقاولاتية النسوية، والنظريات المفسرة للمقاولاتية النسوية. أما المبحث الثالث فجاء بعنوان المعيقات والتحديات التي تواجه المرأة الفلسطينية المقاولة، الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية والقانونية.

الفصل الثالث من الأطروحة بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية وجاء في ثلاثة مباحث: الأول بعنوان أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساعدة في تنمية المقاولاتية النسوية، وتضمن توضيح مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتنمية المقاولاتية النسوية، والخدمات الإلكترونية والمقاولاتية الرقمية وتطبيقات التواصل الاجتماعي. جاء المبحث الثاني بعنوان العوامل التحفيزية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية المقاولاتية النسوية، فقد تناول الأسباب التي تدفع المرأة لتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي، وأهمية ذلك في تنمية العمل المقاولاتي، والمعيقات التي تواجه المرأة في توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي، ودورها الأساسي في تحقيق التنافسية للعمل المقاولاتي النسوي. والمبحث الثالث جاء بعنوان السياسات والبرامج الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين، من حيث التشريعات والقوانين، المنظمات غير الحكومية، مؤسسات الإقراض الصغير وحاضنات الأعمال.

الفصل الرابع والأخير وهو الفصل التطبيقي لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية في فلسطين، وقد تم تقسيمه إلى أربعة مباحث، جاء المبحث الأول بعنوان منهجية وإجراءات الدراسة واشتمل على أربعة مطالب وهي: مجتمع وعينة الدراسة ومبررات اختيار العينة،

حدود الدراسة، أداة جمع البيانات ومتغيرات الدراسة، وصدق وثبات أداة الدراسة. وجاء المبحث الثاني بعنوان تحليل البيانات، واشتمل على أربعة مطالب وهي: تحليل المعلومات الأساسية في الاستبانة، تحليل النتائج المتعلقة بمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تحليل النتائج المتعلقة بمتغير المقاولاتية النسوية، وآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المقاولاتية النسوية. والمبحث الثالث جاء بعنوان اختبار وتحليل فرضيات الدراسة، واشتمل على أربعة مطالب وهي: اختبار الفرضية الأولى، اختبار الفرضية الثانية، اختبار الفرضية الثالثة، ودراسة أثر بعض المتغيرات الشخصية على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. أما المبحث الرابع فقد خصص للمقابلات الشخصية، واشتمل على أربعة مطالب وهي: المقابلة الأولى مع السيدة امتياز المغربي، المقابلة الثانية مع السيدة أمل المصري ضراغمة، المقابلة الثالثة مع السيدة دينا المصري صاحبة مشروع خضرا، والمقابلة الرابعة مع السيدة عبير نافذ الهمص.

الفصل الأول:

الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

مقدمة الفصل:

تكنولوجيا المعلومات ينبوع لا ينضب، تتزايد ولا تتناقص، ترتبط بالمكان والزمان وتتفاعل مع أي تطور مهما كان شكله. إن الفيض في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي يواجه الأمم والشعوب أصبح النبض والعصب لجهود التنمية والتحديث، حيث يغطي كل مجالات الحياة المعاصرة من عملية واقتصادية واجتماعية وتعليمية وثقافية، وأضحى للمعلومة دوراً هاماً وحيوياً في نتاج البشر وتدبير الأمور، وأصبح يقاس بمدى التقدم لأي مهمة أو دولة أو منظمة أو فرد، مما يتوفر لدى كل منهم من مستودع لا يتناقص من معلومات تشكل ذاكرة حية للمعارف والخبرات، وتسهم في التنمية وتنعكس على الإنتاجية، وتشكل السلوك القويم مما ينعكس على التقدم الإيجابي للفرد والجماعة والدولة.

وبذلك أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الركائز الأساسية للتنمية بكافة أشكالها، التي تعتمد على تزايد المدخل الآلي في الأداء، والكل يشهد اليوم التقدم التكنولوجي المتصل بالإعلام والمعلومات وتكنولوجياتها المتنوعة، وما يتفرع من الحاسبات الآلية من أجهزة تخزين المعلومات وترتيبها، وسهولة الوصول إليها في دقائق معدودة، إلى نتائج تستهلك في الظروف العادية جهد مئات البشر في أيام أو شهور عديدة. أي أن القضية التي تواجهنا هي ضرورة التجاوب مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحويلها إلى عناصر تفيد في التنمية والتقدم.

وهذا المصطلح بما يحويه من معانٍ هو ما سنناقشه في هذا الفصل من خلال تصور عام عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المعلومات

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثالث: أهمية وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الرابع: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المعلومات

نشأت المجتمعات البشرية منذ الأزل، وعمل الإنسان على البحث عن أي وسيلة تساعده على البقاء، فكان دائم السعي للحصول على المعلومات التي تضيف إلى مخزونه الفكري، حيث تمكن وبكل الوسائل وعبر كل العصور من الحصول على المعلومات عبر وسائل مختلفة، فكان للتجربة والمحاولة والسماع والكتب والبرهان العلمي وصولاً إلى العصر الحالي الذي انتشرت فيه الوسائل الحديثة والمعاصرة كالتكنولوجيا. ولا يكاد إنسان مهما كان موقعه أو مستواه أن يستغني عن حصوله على القدر الذي يحتاجه من المعلومات.

المطلب الأول: المفهوم والنشأة للمعلومات

المعلومة هي المكون الحيوي المميز لمكونات الحياة الإنسانية التي تتغلغل في كافة شؤون الحياة، وتفرض نفسها بقوة في أرجائها وأدق تفاصيلها، وتتفاعل معها دون انقطاع، ولا يمكن بأي حال فصل المعرفة عن الحياة الإنسانية أو الاستغناء عنها، فقد أصبح هذا المصطلح وشاع وتلقته العقول والأقلام شأنه شأن الكثير من المصطلحات الجديدة، فتطور بسرعة حتى أصبح علماً يدرس في الجامعات، ويأخذ مكانه في المكتبات وإدارة المنظمات.

تشكل المعلومات حالة ذهنية، وبدونها لا يمكن للإنسان استثمار أي مورد آخر، بدءاً بالجانب اللغوي لكلمة "معلومات"، نجد أنها مشتقة من الفعل "علم" ومن المفردات التي تتصل بالعلم والمعرفة والتعليم والتعلم والإحاطة والإدراك واليقين، وكل هذه الوظائف تتصل بالعقل ووظائفه[1]. وهي كلمة تكاد تفقد دلالاتها إن لم يسبقها مضاف او تُتبَع بصفة.

المعلومات هي مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص وتركيبة متجانسة من الأفكار. وكلمة معلومة مشتقة من كلمة يعلم (Inform) وأما كلمة معلومات مشتقة من الكلمة اللاتينية/الفرنسية [2](Information).

يقول الدكتور حشمت قاسم[3] في كتابه "مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات" أن كلمة معلومات لها أكثر من أربعمئة تعريف أسهم بها متخصصون ينتمون إلى مجالات مختلفة وثقافات وبيئات متباينة. ومن هذه التعريفات ما يشير إلى أنها شكل من أشكال الطاقة وشكل من أشكال الخواص والسلع فهي مورد لاتخاذ القرارات، والمعلومات هي المعرفة وهي الحقائق وهي الاتصال والمعنى والمضمون والإدراك والوعي والانطباع العقلي.

---

[1] حشمت قاسم، **مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات**، مكتبة غريب، مصر، 2007.

[2] منعم زمزير، محمد الفيومي، **إدارة انظمة تكنولوجيا المعلومات**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2013، ص 9

[3] حشمت قاسم، مرجع سابق

ويقدم المنجد التعريف الآتي للمعلومات: "كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث". أما المعجم العربي الحديث فيقدم التعريف الآتي: "الأخبار والتحقيقات أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق وإيضاح الأمور".

تعد المعلومات منتجاً ملازماً لحياة الإنسانية منذ وجودها، كل عمل بشري هو منتج ومستهلك للمعلومات، والمعلومات تعد من الموارد الأساسية في العصر الحديث، وهي عنصر قائم بذاته ويمكن فصلها عن أساليب العمل. من أين تنشأ المعلومات؟ الإجابة عن هذا السؤال تقول بأنها فكر إنساني يستند على أربعة عناصر، هي: الموجودات والأحداث والعلاقات والمفاهيم، وجميعها ذات صلة وثيقة بالمعلومات. فالموجودات تحتاج إلى معلومات لتصنيفها، الأحداث يصاحبها فيض من المعلومات يشير إلى أزمتها، إمكاناتها، شواهدها، فعالياتها ومن شارك فيها وتأثر بها. أما العلاقات فتحتاج إلى المعلومات لتحديد طبيعة العلاقة، والأطراف المتفاعلة معها، ونطاق تداخلها وشروط وجودها من عدمه. وأما المفاهيم فالمعلومات هي مادتها الخام التي تستخلص منها بنى هذه المفاهيم[1].

تزداد القدرة على توليد المعلومات كلما زادت عقد المجتمع، وتنوعت أنشطته، وتسارع إيقاع أحداثه، وزاد معدل استهلاكه إياها. حيث نتج عن هذه الظاهرة استحداث الكثير من المرادفات حول المجتمع الذي نعيشه وهو ما يسمى اليوم بمجتمع المعلومات. قام بعض الفلاسفة بإضافة مرادفات أخرى لمجتمع المعلومات كمجتمع ما بعد الصناعة، ومجتمع ثورة المعلومات، ومجتمع الموجة الثالثة.

وقد تكلم المفكر ألفين توفلر عن حركة الارتقاء الحضاري مبشراً بقدوم الموجة الثالثة بعد موجتي الزراعة والصناعة، والتي تحمل في طياتها أنماطاً جديدة للحياة، من أبرز ملامحها استخدام مصادر طاقة متنوعة، وطرق إنتاج جديدة، أساس قيامها هو ثورة المعلومات.

كما أصبحت بعض الاصطلاحات التي رافقت نشأة المعلومات وثورتها جزءاً من مسيرتها ضمن ثقافة المجتمع العامة، وعلى سبيل المثال لا الحصر: عصر الكمبيوتر، ثورة الإلكترونيات، انفجار المعلومات، ثورة المعلومات، ثورة العلم والتكنولوجيا، ثورة الاتصالات، عصر اقتصاد المعرفة[2].

المطلب الثاني: الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة

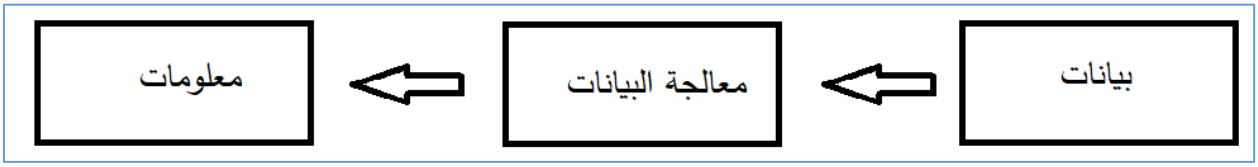
تختلف المعلومة عن البيانات والمعرفة، فالبيانات هي الوقائع الثابتة في مجال ما والتي يتم تسجيلها عن طريق الملاحظة، وتمثل أساس التحليل والدراسة للباحث وبالتالي يخرج الباحث نتيجة لذلك بمعلومة تبلور الحقائق التي نتجت عن دراسته للبيانات. البيانات هي الخلية التي تتكاثر منها

[1] نبيل علي، **سلسلة عالم المعرفة –العرب وعصر المعلومات**، سلسلة كتب ثقافية، الكويت، 1994. ص 51.
[2] زيد منير سلمان، **الاتجاهات الحديثة في إدارة المعرفة والمعلومات الالكترونية**، دار الشروق، القاهرة، 2016.

المعلومات وهي في ذات الوقت مصدر وجودها[1]. المعرفة تتميز عن المعلومة، ذلك أن المعلومة تمثل مجموعة الحقائق التي أمكن استخلاصها من البيانات، بينما المعرفة تتمثل في مجموعة المفاهيم النابعة من الحقائق التي تعبر عنها المعلومة، لكي توصلنا إلى إخبار عن تصور جديد، أو زيادة في تأكيد خبر سابق لم يصل إلى مرحلة التأكيد بعد. وبالتالي فإن المعلومة تمثل استنتاجاً مستخلصاً من واقع، بينما المعرفة هي مفهوم نابع عن حقيقة ميدانية تبرز إلى حيز الوجود بسبب تحليل المعلومة ذاتها، ومن ثم فإن المعرفة تتميز عن المعلومة والمعلومة هي مصدر المعرفة.

والبيانات هي مجموعة من الحقائق الأولية (الخام) (Raw Facts)، تصف الواقع أو الأحداث، (مثلاً قراءات درجة الحرارة حقيقة). وهي غالباً ليست مفيدة وليست ذات قيمة بشكلها الأولي، أي غير ذات معنى. لذلك يجب تحويلها ومعالجتها إلى صيغة مفيدة ووضعها في سياق محدد ليصبح لها معنى وقيمة، مثال على ذلك: أسماء وأرقام الهاتف للمشتركين تمثل حقائق واقعية لا معنى لها ولكن عند ترتيبها وفهرستها أبجدياً حسب الاسم كما هو الحال في دليل الهاتف، والبحث عن رقم هاتف شخص محدد، فإن رقم الهاتف الذي نبحث عنه أصبح معلومة مفيدة تم الحصول عليها نتيجة لمعالجة البيانات الأولية في الدليل حسب الاسم أو المهنة. فيتوجب على منظمات الأعمال تحويل البيانات إلى معلومات لإيجاد قيمة لها والاستفادة منها في مجالات مختلفة وخاصة عند اتخاذ القرارات التي تعد العمود الفقري في الأعمال الإدارية. والبيانات تصبح معلومات عندما تتم معالجتها وتحويلها لتعبر عن معنى أو معرفة أو فكرة معينة ذات فائدة لشخص أو مستخدم أو متلقٍ لها.

الشكل رقم (02): الفرق بين البيانات والمعلومات



المصدر: (زمزير والفيومي، 2013)[2].

أما المعرفة فيمكن النظر إليها على أنها المحصول الصافي والنبيل الناتج عن الاستخدام والتوظيف البارع للبيانات والمعلومات على أساس من الخبرات والمهارات العالية للأشخاص التي اكتسبوها من خلال مجال عملهم، بالإضافة إلى ما تعلموه عبر المراحل التعليمية وما اكتسبوه من حولهم. فالتحليل لهذا التعريف نجد أن المعرفة هي معلومات تمت معالجتها على أساس المهارات

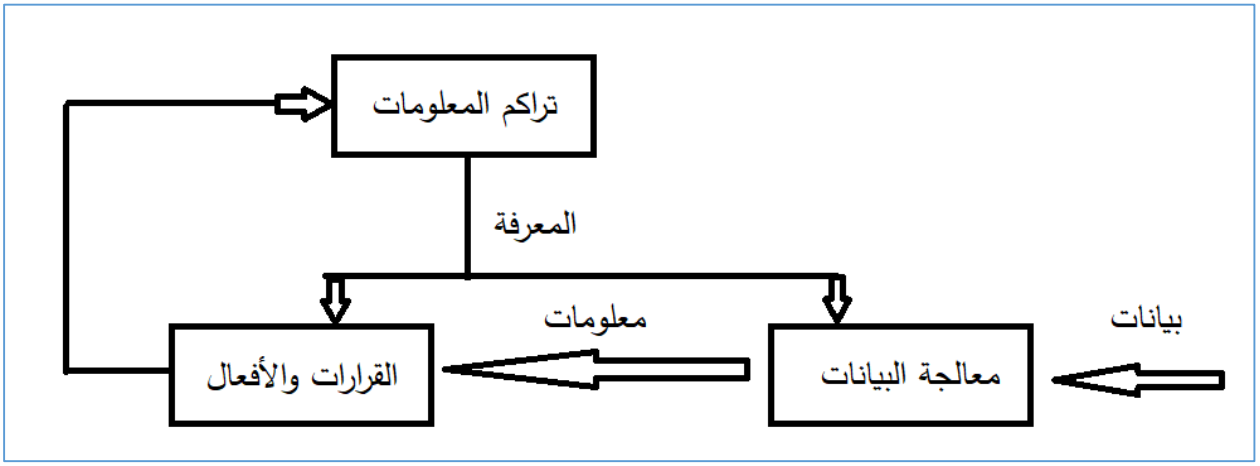
[1] محمد فاروق عبد الحميد كامل، **المعلومة الأمنية**، الطبعة الأولى، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999.

[2] منعم زمزير، محمد الفيومي، **مرجع سابق**، ص 7

والخبرات والقدرات الشخصية لتصبح معرفة قابلة للتطبيق. وقد تكون المعرفة جديدة مبتكرة أو تضيف شيئاً جديداً يوسع من معارفنا السابقة أو تعدل فيها أو عليها.

يوضح الشكل رقم (03) أدناه كل ما سبق من شرح حول الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة

الشكل رقم (03): عملية تراكم المعرفة ودورها في اتخاذ القرارات والأفعال



المصدر: (زمزير والفيومي، 2013)[1].

المطلب الثالث: أنواع المعلومات

تصنف المعلومات وفقاً لمعايير مختلفة منها:

- حسب المستوى الإداري في المنظمة: يمكن تصنيف المعلومات حسب المستويات الإدارية في المنظمة التي يمكن أن تستفيد منها إلى:

1. المعلومات الاستراتيجية: وهي المعلومات المتعلقة بفترة زمنية مستقبلية طويلة نسبياً، وتصف هذه المعلومات أهدافاً وغايات واستراتيجيات المنظمة، والموارد اللازمة لتحقيق هذه الاهداف. وتتميز هذه المعلومات بكونها تأتي من مصادر خارجية تتعلق بالمنافسين والزبائن والموردين والبيانات السكانية والاقتصادية والتشريعات الحكومية. كما تتضمن التنبؤات والتوقعات حول الاتجاهات المستقبلية للمتغيرات الاقتصادية المختلفة.
2. المعلومات التكتيكية أو الوظيفية: تغطي هذه المعلومات فترة زمنية تصل إلى السنة، وتتعلق غالباً بتنفيذ الأنشطة الوظيفية المختلفة في المنظمة (إنتاج مبيعات وغيرها)

[1] منعم زمزير، محمد الفيومي، **مرجع سبق ذكره**، ص 19

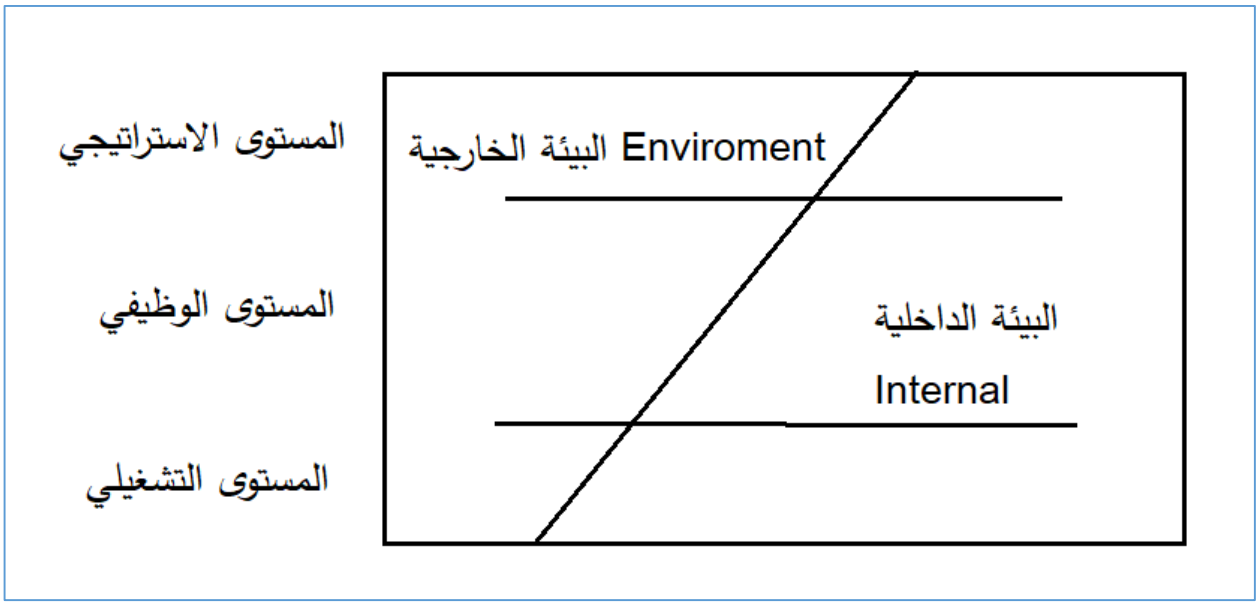
وفقاً للاستراتيجيات الموضوعة من قبل الإدارة العليا، وتتصف هذه المعلومات بكونها ذات طبيعة وصفية وتاريخية تتعلق بالأداء الحالي في المنظمة، وتغطي فترة مستقبلية قصيرة (غالباً سنة).

3. المعلومات التشغيلية: وهي المعلومات التفصيلية المتعلقة بالأحداث والعمليات اليومية المختلفة التي تجري داخل المنظمة. وهي ضرورية لأداء العمليات والمهام الوظيفية المختلفة. وتكون غالباً قصيرة الأمد من بضع ثوان إلى أيام وأسابيع مستقاة من مصادر داخلية، وقد تحتاج إلى مصادر خارجية في بعض الأحيان.

- حسب المصدر: يمكننا تصنيف المعلومات حسب المصدر إلى:

1. معلومات داخلية تعكس الحقائق المتصلة بأحداث، والوقائع المتعلقة بسير العمل في مختلف الوحدات التنظيمية للمنظمة.
2. معلومات خارجية تعكس الحقائق عن الأحداث والوقائع الجارية خارج المنظمة والمتعلقة بمجال الاهتمام.

الشكل رقم (04): تصنيف المعلومات حسب مصدرها والمستوى الإداري



المصدر: (زمزير والفيومي، 2013)[1]

- حسب شكلها أو طبيعتها:

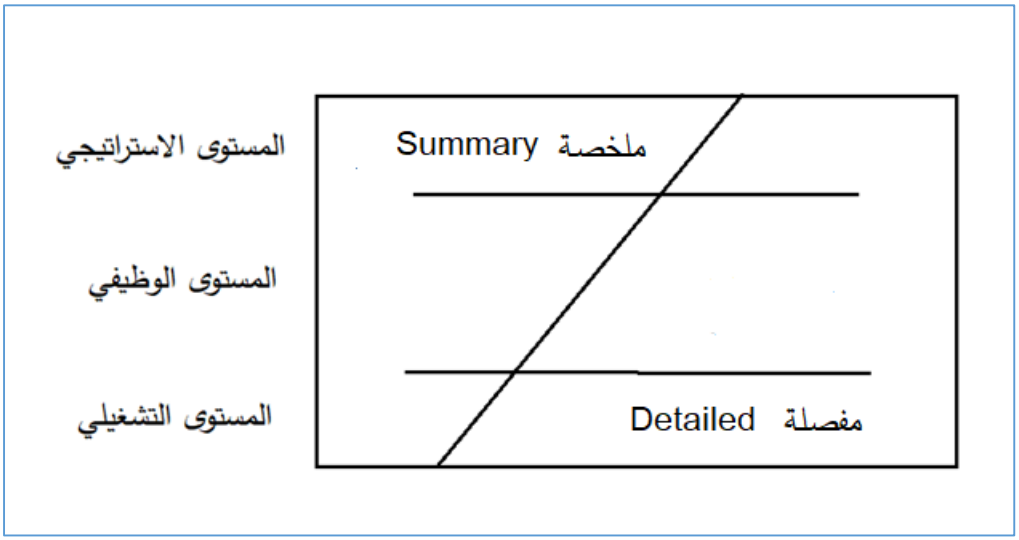
1. معلومات كمية Quantitative
2. معلومات نوعية Qualitative
3. معلومات رقمية Numerical

[1] منعم زمزير، محمد الفيومي، **مرجع سبق ذكره**، ص 7

4. معلومات بشكل رسوم ومخططات بيانية Graphic
5. معلومات ملخصة Summaries
6. معلومات تفصيلية Detailed

وفي كل حالة يجب اختيار الشكل الأنسب لتقديم المعلومات لصانع القرار بحيث يضمن سرعة فهمها من قبل الأفراد الموجهة إليهم.

الشكل رقم (05): تصنيف المعلومات حسب طبيعتها والمستوى الإداري



المصدر: (زمزير والفيومي، 2013)[1]

- تصنف المعلومات حسب حالتها إلى:

1. المعلومات النشطة: هي المعلومات التي تتكرر الحاجة اليها، ويتكرر استخدامها، ويجب الاهتمام بها وتحديثها باستمرار.
2. المعلومات الراكدة: هي المعلومات قليلة الاستخدام، وبالتالي يمكن حفظها في وسائل تخزين رخيصة ويمكن العودة اليها عند الحاجة.

- تصنف المعلومات حسب مصدرها وتنظيمها إلى:

1. المعلومات المبنية على قاعدة السجل (Record based) يمكننا تصنيفها إلى:
   - المعلومات الداخلية: ذات النمط التقليدي لتنظيم البيانات مثل نظام معالجة الحركات (TPS: transaction processing system).
   - المعلومات الخارجية: ذات النمط الحديث لتنظيم البينات مثل قواعد البينات العمومية (public databases).

[1] منعم زمزير، محمد الفيومي، **مرجع سبق ذكره**، ص 7

2. المعلومات المبنية على قاعدة الوثيقة (Document based): يمكن تصنيفها إلى:
   - المعلومات الداخلية: المبنية باستخدام معالج الكلمات.
   - المعلومات الخارجية: المبنية باستخدام المكتبات المسموح إليها من خلال المواقع الإلكترونية.

الجدول رقم (01): جدول (1) أمثلة توضح معنى البيانات المبنية على قاعدة السجل أو الوثيقة

	التصنيف	
	بيانات سجلية	بيانات وثائقية
العنصر الرئيسي	كينونة Entity	فكرة Idea/Concept
خصائص العنصر	حقل Field	مجموعة من الرموز
جميع خصائص العنصر	سجل Record	فقرة منطقية
مجموعة الملفات المترابطة	قاعدة بيانات Database	ملف خزائن
تجمع لقواعد البيانات	نظام تطبيقي	مكتبة
نماذج البيانات	هرمي، شبكي، علائقي	مفاتيح

المصدر: (زمزير والفيومي، 2013)[1]

يوضح الجدول رقم (01) أعلاه، بعض الأمثلة على البيانات المبنية على قاعدة السجل أو الوثيقة من حيث: العنصر الرئيسي، خصائص العنصر، مجموعة الملفات المرتبطة، تجمع قواعد البيانات ونماذج البيانات.

المطلب الرابع: خصائص المعلومات

لقد حدد بعض الباحثين ومنهم Mc Garry في عقد الثمانينات من القرن الماضي بعض الخصائص للمعلومات ومنها: أنها أقرب للترادف مع الحقائق، ولها تأثير تحويلي أو تدعيمي على ما

[1] منعم زمزير، محمد الفيومي، **مرجع سابق**، ص 7

يعرفه الإنسان، وتستخدم كعامل مساعد في اتخاذ القرارات، والمعلومات هي حرية الاختيار للإنسان كما أنها المادة الخام التي نستخلص منها المعرفة[1].

ومن الخصائص الجديدة للمعلومات، خاصية التميع والسيولة، بمعنى أن المعلومات لها قدرة هائلة على إعادة التشكيل والصياغة، فيمكن تمثيلها في قوائم أو أشكال بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة. وخاصية أخرى للمعلومات قابليتها للمشاركة بين أي عدد من الأشخاص أو المناطق أو المؤسسات. ومن خصائص المعلومات أيضاً قابلية نقلها عبر مسارات محددة (الانتقال الموجه) أو بثها على المشاع لمن يرغب في استقبالها. قابلية الاندماج العالية للعناصر المعلوماتية، فيمكن بسهولة تامة ضم عدة قوائم في قائمة أو تكوين نص جديد من فقرات يتم استخلاصها من نصوص سابقة.

تتميز المعلومات بالوفرة، لذا يسعى منتجوها إلى وضع القيود على انسيابها لخلق نوع من (الندرة المصطنعة)، حتى تصبح المعلومة سلعة تخضع لقوانين العرض والطلب، وهكذا ظهر للمعلومات أغنيائها وفقرائها وأباطرتها وخدامها وسماسرتها ولصوصها. كما أن المعلومات لا تتأثر مواردها بالاستهلاك خلافاً للموارد المادية التي تنفد مع الاستهلاك، بل على العكس فهي تنمو مع زيادة استهلاكها، لهذا السبب فهناك ارتباط وثيق بين معدل استهلاك المجتمعات للمعلومات وقدرتها على توليد المعارف الجديدة.

والمعلومات تتسم بسهولة النسخ، حيث يستطيع مستقبل المعلومة نسخ ما يتلقاه من معلومات بوسائل يسيرة للغاية، ويشكل ذلك عقبة كبيرة أمام تشريعات الملكية الخاصة للمعلومات. كما يمكن استنتاج معلومات صحيحة من معلومات غير صحيحة أو مشوشة، وذلك من خلال تتبع مسارات عدم الاتساق والتعويض عن نقص المعلومات غير المكتملة وتخليصها من الضوضاء. ويشوب معظم المعلومات درجة من عدم اليقين، إذ لا يمكن الحكم إلا على قدر ضئيل منها بأنه قاطع بصفة نهائية. وتتغير المعلومات بمرور الزمن وفقاً لأهميتها.

نظراً لتوفر المعلومات بكميات كبيرة، هل نحتاج إلى هذا الكم الهائل من المعلومات؟ الإجابة على هذا السؤال تكمن في أن المعلومات لها خصائص معينة، والتي نحتاجها لا بد لها من مواصفات معينة لتصنف على أنها معلومات جيدة، ومنها:

1. الدقة: أي هل المعلومات صحيحة؟ هل يمكننا الاعتماد عليها؟ ولكي نستطيع أخذها والاعتماد عليها، يجب أن تكون صحيحة وخالية من الأخطاء، ومن أمثلة ذلك

[1] وسيم أبو عريش، **الاتجاهات الحديثة في ادارة الأعمال**، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2017

المعلومات التي تحتوي على أرقام كالأسواق المالية بأنواعها فلا يمكن أن يشوبها خطأ. دقة المعلومات تشير إلى أن تكون المفردات صحيحة، وتعبر عما يجب أن تعبر عنه، وأن تكون دقيقة بمعنى أن تعبر مفرداتها عن درجة نقاوة أو صفاء التفاصيل عند التعبير عن الشيء. ونشير هنا إلى أن تحقيق مستويات أعلى من الدقة يؤدي إلى زيادة التكاليف في تحديد مستوى الدقة في ضوء تحليل التكلفة والعائد.

2. نوعية المعلومات: يقصد بنوع المعلومات ضرورة أن تكون مفردات المعلومات ملائمة لاحتياجات المستفيد منها، وبما أن الحاجة تتحدد في ضوء نوع المفردات التي يصنعها المستفيد، يؤكد بيتر دركر أن مفردات البيانات تكون معلومات إذا كانت ملائمة لموضوع القرار ومهمة لصانع القرار أو المنظمة.
3. التوقيت والعمر الزمني: التوقيت هو مصطلح يشير إلى حداثة المعلومات، لأن توفير المعلومات يجب أن يكون في الوقت المناسب، وبالمقابل تفقد المعلومات قيمتها ولا يكون لها قيمة كما كانت من قبل، لذلك فمن الضروري عدم التأخير في توفير وتقديم المعلومات، بعض القرارات تتخذ على أساس توفر المعلومات في الوقت المطلوب، فهي مهمة جداً بوقتها، أما إذا مضى عليها وقت فلن يكون لها أهمية وقيمة على الإطلاق. التوقيت للمعلومة هو الوقت الذي تكون فيه المعلومة ملائمة لموضوع القرار ولأهميته، وينظر إلى المعلومات من دلالة الأفق الزمني الذي تغطيه المعلومة –أي مقدار الزمن الذي مضى على إنتاجها – فهي قد تغطي الماضي أو الحاضر أو المستقبل.
4. اكتمالية المعلومات: الاكتمال أو الشمولية مصطلحات تشير إلى كمال المعلومات أي توفير كل المعلومات التي يحتاجها المستفيد، والإحاطة بجميع جوانب الموضوع دون نقصان، ونعني بشمولية المعلومات تلك التي لها علاقة بالقرار أو الموضوع بشكل عام.
5. سهولة الوصول: تعني هل نستطيع الوصول إلى المعلومات عند الحاجة إليها؟ والمقصود بذلك دون سهولة الوصول إلى المعلومة، والحصول عليها دون جهد يبذل أو عراقيل تحول دون الوصول إليها، فالجهد والعراقيل تتسبب في التأخر في الحصول على المعلومات، وفقدان قيمتها لاستخدامها على نحو فاعل وبالشكل الذي يجعلها مفيدة.
6. وثيقة الصلة: يجب أن تكون المعلومات ذات صلة بالحالة التي تجري معالجتها، بمعنى أن ترتبط بالقرار المراد اتخاذه، فهي المدخل الهام لاتخاذ القرار فكلما توفرت

المعلومات ذات العلاقة بالقرار كانت فرصة اتخاذه أعلى والقرار سيكون أفضل، وعلى النقيض من ذلك سيكون القرار هزيلاً لأنه لم يتخذ في حالة التأكد وسينعكس سلباً على أداء المنظمة.

7. التطبيق: هل المعلومات ملائمة ضمن السياق أو الإطار الحالي، ونعني بذلك المعلومات التي نمتلكها مناسبة وملائمة لاحتياجات المستفيد على الوجه الصحيح، ويجب توفير المعلومات المناسبة للشخص المناسب وفي الوقت المناسب، وفي حالة خروج المعلومات عن السياق الذي جمعت لأجله فلا حاجة لها.
8. الندرة: أي هل المعلومات السابقة معروفة أم سرية؟ فبعض المعلومات تكون في غاية السرية أو غير معروفة لظروف معينة، فالمعلومات لا تكون دائماً متوفرة وتكون في غاية الأهمية.
9. الموضوعية وعدم التحيز: أي الابتعاد عن التحيز ولا تكون متأثرة بأفكار أو اتجاهات أو مشاعر أو عواطف إنسانية يمكن أن تؤثر على موضوعية المعلومات، مما يؤثر على سلامة القرار.
10. الوضوح: تشير إلى المعلومات التي يجب أن تكون واضحة في سياقها، وغير غامضة بعيداً عن المعلومات الثانوية التي يمكن أن تؤثر على وضوح المعلومات المطلوبة كالخلط بين المفاهيم.
11. قابلة للقياس: بمعنى أن طبيعة المعلومات المتوفرة يمكن قياسها، أي تحويلها إلى شكل كمي يمكن الاستفادة منها وحتى يسهل علينا العمليات الحسابية.

المطلب الخامس: أهمية المعلومات ومصادرها

أشار الكثير من الكتاب والباحثين مثل (كرماللي، 2005)[1] و (ياسين، 2007)[2] إلى أهمية المعلومات في أنها تشكل مورداً استراتيجياً مهماً تعتمد عليه المنظمات في مواجهة الظروف الطارئة وغير المستقرة، وهذا ما يلزم هذه المؤسسات على ضرورة حوسبة المعلومات الإدارية لديها من خلال إنشاء أقسام نظم المعلومات. والمعلومات تساعد على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، وتعزز الإبداع لدى موظفيها، كما أنها وسيلة أساسية لتحقيق الضبط والانتظام والدقة العقلانية في إنجاز الوظائف الإدارية المختلفة، وتوفير شروط التطبيق الدقيق لها. تؤدي المعلومات إلى التخلص من حالة عدم التأكد التي تتمثل في الحد من البدائل المتاحة لمتخذ القرار، وذلك بسبب زيادة المعرفة لديه. وللمعلومات تأثير في نوعية القرارات الإدارية، فتأتي صحة القرارات من مدى توفر المعلومات، لأن

[1] سلطان كرماللي، **إدارة المعرفة: مدخل تطبيقي**، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2005
[2] سعد ياسين، **إدارة المعرفة (المفاهيم والنظم والتقنيات)**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007

استخدامها بفعالية يؤدي إلى اتخاذ قرارات ذات أثر إيجابي، مما يساعد في إنجاح المؤسسة وتحقيق أهدافها[1].

إن المؤسسات اليوم تعيش في بيئة متسارعة ومتغيرة بشكل مستمر، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات مما يبرز الحاجة الأساسية للمعلومات وذلك لعدة أسباب منها: زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات، محدودية الموارد والإمكانات المتوافرة لديها، التحولات الاستراتيجية في توجهات المؤسسات الحكومية نحو الاهتمام بجوانب التكنولوجيا المختلفة والمعلوماتية، التحولات المؤسسية الحكومية نحو أتمتة أعمالها والتوجه نحو الاستراتيجيات الإلكترونية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات، التحول من المؤسسة التقليدية إلى ذات التعلم المستمر المبنية على أساس المعرفة والمعلومات بالإضافة إلى ضرورة تطوير طرق وأساليب أداء العمل، وتشكل المعلومات القاعدة الأساسية لاتخاذ القرارات مما يشير إلى أن السرعة في الحصول عليها سيساهم في تحقيق الكفاءة في الاستخدام والفعالية في الأداء.

تعرف مصادر المعلومات بأوعية المعرفة أو المعلومات وكذلك المواد الثقافية، وهي جميع الطرق والوسائل التي يتم من خلالها بث المعلومات بكافة أنواعها من المرسل إلى المستقبل، كما أنّ مصادر المعلومات مما يقدم للباحثين في مراكز التعلّم والمكتبات، من معلومات جمعت ودرست بشكل دقيق، ومصادر المعلومات يوجد لها العديد من الأشكال والأنواع. ويعرف مصدر المعلومات بأنه المكان أو الجهة التي يحصل منها الفرد على معلومات تحقق احتياجاته وتثري اهتماماته.

مصادر المعلومات ثلاثة:

- المصدر الوثائقي: تشمل البيانات المنشورة وغير المنشورة التي تجمع من قبل أجهزة الدولة والهيئات العلمية، مثل الإحصاءات والمنشورات العلمية الخاصة بمنظمات الدولة، والكتب والمطبوعات المتوفرة في المكتبات الرسمية والعامة، ويقسم المصدر الوثائقي إلى قسمين:

1. المصدر الأولي: يشمل جميع البيانات التي تقوم بجمعها ونشرها الجهات ذات العلاقة كالإحصائيات التي تنشرها وزارة معينة في الدولة.
2. المصدر الثانوي: تشمل جميع البيانات التي تقوم بنشرها الجهات الأخرى غير الجهات ذات العلاقة كالإحصائيات التي ينشرها جهاز الإحصاء المركزي بدلاً من الوزارة.

[1] جمانة زياد الزعبي، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة التنظيمية. دراسة تطبيقية**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه، 2015، ص 31

- المصدر الميداني: الحصول على البيانات من مصدرها الأصلي عن طريق: المقابلة الشخصية، أو التجربة والتسجيل أو المشاهدة الحية أو استخدام وسائل الاتصال كالهاتف أو البريد[1].
- شبكات المعلومات وبنوك قواعد البيانات: الحصول على البيانات والمعلومات من عدد من البنوك العالمية أو الإقليمية أو الخاصة أو المحمية عن طريق شبكات المعلومات المتوافرة حالياً مثل الإنترنت، والبريد الإلكتروني.

[1] حمد لله مبارك، **تكنولوجيا المعلومات وآثارها على الاستراتيجية والهيكل التنظيمي والأداء**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2004

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد تطرقنا في المبحث السابق إلى مفاهيم تتعلق بالمعلومات التي لها دور مميز في الحياة المعاصرة، سواءً للأفراد أم الجماعات، أم المنظمات والدول. فهي المحرك الرئيس لتطوير وفاعلية أي مؤسسة أو منظمة خاصة كانت أم عامة، بما توفره من مقدرة على مساعدة إدارات هذه المؤسسات في صناعة واتخاذ القرارات. وفي هذا المبحث سنتحدث عن التكنولوجيا عامة وتكنولوجيا المعلومات خاصة، ومكوناتها وأجهزتها وعناصرها وأهميتها في رفع وإنجاح وظائف الإدارة. والآثار التنظيمية والاقتصادية والاجتماعية المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات، والتحديات التي تواجه إدارة المعلومات بشكل عام. كما سنتطرق إلى دور تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات الإدارية، وأهميتها وتصنيفاتها وتطبيقاتها في القطاع الحكومي.

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات

تم تعريف التكنولوجيا Technology على أنها كلمة مكونة من جزأين الأول Techno والذي يعني التطبيق أو الأسلوب العملي، والثاني Logy والتي تعني العلم[1]. وبدمج الشقين معاً نحصل على علم التكنولوجيا وهو العلم التطبيقي أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي. كما عرفت التكنولوجيا بأنها تشير إلى إمكانية التطبيق العملي للوسائل العلمية المتطورة والحديثة على اعتبار أن هذه الوسائل العملية غالباً ما تتعلق بالتطورات الجديدة في العمليات أو الانتاج بالإضافة إلى التقدم العلمي المؤثر في مختلف الأنشطة التي يمكن استخدامها فيها[2].

وتعرف التكنولوجيا بأنها مختلف الوسائل التي تستخدم لإنتاج المستلزمات الضرورية لراحة الإنسان واستمرارية وجوده. وهي الطرائق الفنية المستحدثة لإنجاز الأعمال والأغراض العلمية، وكذلك هي التطبيق المنظم للمعرفة العلمية ومستجداتها من الاكتشافات في تطبيقات وأغراض عملية. وقد ارتبط مفهوم التكنولوجيا بالصناعات أولاً، وخاصة خلال عقود العصر الصناعي، ثم تحول إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات في النصف الثاني من القرن العشرين، وارتبط مفهوم التكنولوجيا بثلاثة اتجاهات هي[3]:

- المعرفة العلمية: تسخير معرفة الإنسان العلمية المنظمة وإمكاناته العقلية والإبداعية، من أجل تحقيق أغراض وتطبيقات عملية مطلوبة، مثل تخزين ومعالجة أكبر قدر ممكن من المعلومات واسترجاعها بأسرع وأفضل الطرق المناسبة.

[1] خلود عاصم، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013

[2] نادية عبد الجبار محمد الشريدة، **متطلبات تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات ودورها في تعزيز نظامي المعلومات المحاسبي والرقابة الداخلية**، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2010. ص 13

[3] عامر قنديلي، وآخرون، **تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، مؤسسة الرواق، عمان، 2002

- الاكتشافات والاختراعات: الأجهزة والأدوات والاكتشافات الناتجة عن التطبيق العلمي للمعرفة العلمية، مثل اختراع الحاسوب وتطوير أجياله المختلفة، بإضافة الاختراعات والاكتشافات الجديدة.
- التطبيقات العملية: النتائج التي يحصل عليها الإنسان من خلال التطبيقات العملية للمكتشفات والأجهزة، لغرض تطوير الإنسان وتحسين أدائه في مختلف أنواع تطبيقات الحاسوب.

تعريف تكنولوجيا المعلومات

لم تحظَ تكنولوجيا المعلومات كغيرها من المصطلحات الجديدة بتعريف واحد، خاصة مع ظهور الاقتصاد الرقمي بل تعددت التعاريف وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها، وسندرج عدة تعاريف تبرز أوجه الاختلاف والاتفاق بينها، وفي النهاية نعرض تعريفنا لها كخلاصة مما تم عرضه من الأدبيات السابقة.

في العام 1995 عرفت تكنولوجيا المعلومات على أنها برامج حاسوبية وحلول من خلال الأجهزة التي توفر الدعم للإدارات والعمليات والاستراتيجيات في المؤسسات[1]. كما عرفها[2] (Senn, 2000) بأنها تلك التكنولوجيا التي تمثل نطاقاً واسعاً من القدرات والمكونات للعناصر المتنوعة المستخدمة في خزن المعلومات فضلاً عن دورها في توليد المعرفة. واستناداً إلى هذا الاستعراض والتواؤم مع الآراء المذكورة أعلاه، فإن عبارة تكنولوجيا المعلومات تغطي مساحة واسعة من تطبيقات معالجة البيانات، وتطبيقات الحاسوب في المؤسسات. ويشمل نظم المعلومات والإنترنت والتكنولوجيات المتصلة بالمعلومات والاتصالات وبنيتها الأساسية، بما في ذلك برامج الحاسوب والشبكات والأجهزة التي تقوم بمعالجة أو نقل المعلومات لتعزيز فعالية الأفراد والمؤسسات. إن مصطلح تكنولوجيا المعلومات يشمل أيضاً أي تطبيق حاسوبي والأجهزة اللازمة أو التصنيع بمساعدة الحاسوب أو التصميم بمساعدة الحاسوب أو التبادل الإلكتروني للبيانات، وتخطيط موارد المؤسسات مما يؤثر تأثيراً ايجابياً على الإنتاجية[3].

ويعرفها البنك الدولي بأنها "مجموعة من الأنشطة تسهل بالوسائل الإلكترونية تجهيز المعلومات وإرسالها وعرضها".

[1] Thong, J. Y. L. and C. S. Yap, **CEO characteristics, organizational characteristics and information technology adoption in small businesses**, Omega 23(4), 1995, p.429-442.

[2] Senn, James A, **Information Technology in Business Principles, Practices and Opportunities**, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, 2000, Pp 43-56

[3] Choo Wiu Onm, Shahryar Sorooshian, **Mini Literature Analysis on Information Technology Definition**, Information and Knowledge Management, ISSN 2224-5758 (Paper) ISSN 2224-896X (Online) Vol. 3 No. 3 , 2013

كما ورد تعريف تكنولوجيا المعلومات في مسح إحصائي أجراه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ضمن مسح تحت عنوان –دراسة حول مؤشرات الإبداع في فلسطين 2016–بأنه: " وصف أدوات وطرق النفاذ لوسائل تكنولوجيا المعلومات، والقيام بعمليات استرجاع البيانات، وتخزينها، وتنظيمها، وأساليب معالجتها، وإنتاجها. كذلك وصف وسائل عرض المعلومات وتبادلها من خلال الطرق الإلكترونية واليدوية. ومن بعض أدوات تكنولوجيا المعلومات الحواسيب، والماسحات الضوئية، والكاميرات الرقمية، والهواتف، والفاكسات، والأقراص المضغوطة، والبرامج مثل نظام قواعد البيانات والتطبيقات متعددة الوسائط."[1].

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات

لقد مرت تكنولوجيا المعلومات بمراحل تاريخية عدة تمثلت في:

أ- مرحلة ثورة المعلومات أو الاتصالات الأولى: وتتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الإنسان لها وأنهت بذلك عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الإنسان أو ضعف قدراته الذهنية.

ب- مرحلة ثورة المعلومات أو الاتصالات الثانية: وتشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة انتشارها.

ت- مرحلة ثورة المعلومات أو الاتصالات الثالثة: تتمثل بظهور أنواع وأشكال مصادر المعلومات كالمسموعة والمرئية كالهاتف والراديو والتلفاز والأقراص واللاسلكي.

ث- مرحلة ثورة المعلومات أو الاتصالات الرابعة: تتمثل باختراع الحاسوب وتطوره ومراحل أجياله المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده وآثاره الإيجابية على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل اتصال ارتبطت بالحواسيب.

ج- مرحلة ثورة المعلومات أو الاتصالات الخامسة: تتمثل في التزاوج والترابط الهائل ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تناقل كمية هائلة بسرعة فائقة، بغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمتها شبكة الإنترنت.

مرت تكنولوجيا المعلومات بثلاثة مراحل أساسية، حيث اهتمت في بداياتها بمعالجة البيانات، ثم انتقلت في المرحلة الثانية إلى معالجة المعلومات، وأصبحت ترتكز مؤخراً على معالجة المعرفة[2].

---

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **دراسة حول مؤشرات الإبداع في فلسطين**، رام الله، فلسطين،2016، https://www.pcbs.gov.ps/PCBS_2012/Publications_AR.aspx?CatId=21&scatId=287

[2] خالد مصطفى بركات، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسي للهيئات العامة العاملة في مجال المواصلات والنقل البر: دراسة تطبيقية على الهيئة القومية لسكك حديد مصر**، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2005

المرحلة الأولى: وهي ما أطلق عليها مرحلة معالجة البيانات، وبدأت مع منتصف الخمسينات من القرن العشرين، واتسمت بمحدودية الإمكانيات والتطبيقات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات. اقتصرت هذه المرحلة على المعالجة الآلية للبيانات، بهدف الحصول على المعلومات التي تلبي احتياجات المستفيدين في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة. ومن أمثلة التطبيقات التي وفرتها هذه المرحلة: برامج حسابات العملاء، برامج مراقبة المخزون، برامج الرواتب، نظم إدارة قواعد البيانات ونظم معالجة الكلمات والنشر المكتبي.

المرحلة الثانية: وسميت بمرحلة معالجة المعلومات، وبدأت خلال عقد الستينات من القرن العشرين، وشهدت تطوراً ملحوظاً في أجهزة الحاسوب، بهدف تحقيق الترابط والتكامل بين المجالات الوظيفية المختلفة داخل المؤسسة، مما أدى إلى ظهور عدد من نظم المعلومات الوظيفية، مثل نظم معلومات التسويق ونظم معلومات الموارد البشرية.

المرحلة الثالثة: وهي ما سمي بمرحلة معالجة المعرفة، وبدأت خلال عقد الثمانينات من القرن العشرين، وشهدت تطوراً ملحوظاً في البرمجيات، وظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي والنظم الخبيرة، مما ساهم في تحسين القدرات والإمكانات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات، وزيادة قدرتها على محاكاة السلوك البشري[1].

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات من مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق الهدف المنشود، والذي يتمثل في إيجاد مجموعة من أنظمة المعلومات والتي تساعد المستويات الإدارية المختلفة على إنجاز أعمالها ومنها: الحاسوب ومكوناته (Computer and Components) والبرمجيات (Programming) والأفراد (People) والإجراءات (Procedures) وقواعد البيانات (Databases)[2].

أولاً: الأجهزة

هي الأدوات التي تحفظ وتخزن وتعالج الأساس الأول (البيانات)، والتي هي مجموعة من الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها وسرعتها وإمكانية استيعابها من البيانات. والحاسوب هو جهاز إلكتروني يأخذ البيانات كمدخلات حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الأوامر الصادرة، لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كمخرجات، والحاسوب يتقبل البيانات والمعلومات بكل أشكالها سواء كانت رموز

[1] زينب محمد الفقيه، **أهمية تكنولوجيا المعلومات في دعم التطوير التنظيمي**، مجلة أبجدية، المجلد 2، العدد 1، جمعة الزاوية ليبيا، 2017. ص 38

[2] عدنان عواد الشوابكة، **دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 2011. ص 169

أم كلمات ويمثلها على شكل صفر أو واحد أي ما يطلق عليها (Bit) ثم تحول إلى سلاسل ثنائية تسمى (Bytes)[1].

ثانياً: البرمجيات

هي البنى التحتية التي بواسطتها يمكن السيطرة على الأساس الأول، إضافة إلى التحكم وتطبيق العمليات الحسابية والمنطقية والحصول على نتائج، وحل المشكلات حسب الحاجة والطلب. وهناك نوعان منها: برامج النظام وبرامج التطبيقات ويؤدي كل منها وظيفة مختلفة عن الآخر.

ثالثاً: شبكات الاتصال

هي عبارة عن ربط بين الحواسيب مع أدوات وبرامج مخصصة للعمل الشبكي، وذلك لإتاحة التشارك فيما بينها، وتتدفق المعلومات عبر الشبكة على شكل إشارات كهربائية، ويتم نقلها كحزم صغيرة من المعلومات بسرعات كبيرة جداً، ويجب أن تسافر هذه الحزم بدرجة عالية من الدقة حتى تصل خالية من الأخطاء إلى الهدف المطلوب. يوجد نوعين من الشبكات: الأول المزود والزبون (Client/Server) المزود أو الخادم (Server) هو الذي يزود الشبكة بجميع المصادر كالبرامج والملفات والتطبيقات ويكون ذو قدرة كبيرة جداً ومواصفات خاصة، لأن جميع الأشياء في الشبكة تخزن عليه. أما الزبون (Client) فهو الذي يطلب الخدمة من المزود أو الخادم أو الأجهزة المتصلة بالمزود. أما النوع الثاني فهو ما يسمى بنظير لنظير (Peer to Peer) وهنا نجد أن جميع الأجهزة مثل بعضها ولا يحتاج أن يكون هناك خادم أو مزود خاص تناط به مهام مركزية، ويتم تبادل المعلومات والبيانات والبرامج وغير ذلك بشكل مباشر.

رابعاً: قواعد البيانات

تعرف قواعد البيانات بأنها مجموعة من البيانات المرتبطة وذات الصلة بطريقة معينة، بحيث يمكن البحث فيها وتحديثها بسهولة، ويتم فيها تحاشي تكرار البيانات. وتتميز قواعد البيانات باستقلال نسبي عن البرامج المسؤولة عن المعالجة الخاصة بهذه البيانات[2]. وتعرف قواعد البيانات الرقمية على الشبكة بأنها: "مجموعة من البيانات المرتبطة والمنظمة في الصورة الإلكترونية التي يمكن الدخول إليها ومعالجتها بواسطة برمجيات كمبيوتر متخصصة".

[1] طالبي رياض، **تكنولوجيا المعلومات والأداء**، دراسة ميدانية بمتوسطة معنصر ميلاد عين كرشة أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2018، ص23

[2] محمد محمود زين الدين، **قواعد البيانات الرقمية وأهميتها في بناء محركات البحث**، مجلة المعلوماتية، العدد 29 لسنة 1431هجرية، ص 53

المطلب الرابع: وظائف نظم المعلومات ومعيقاتها

من الوظائف الأساسية لنظم المعلومات: إدخال البيانات (Input Data)، إذ لا بد من الحصول على البيانات الخاصة بالمنظمة وإعدادها من خلال معالجتها وتسجيلها وتحريرها، فتسجل بإدخالها مباشرة على الحاسوب. خزن البيانات ومعالجتها (Data Stores & Processing)، الخزن هو وحدة رئيسية من وحدات نظم المعلومات وهي الوظيفة التي يتم بها حفظ البيانات بصورة منظمة للاستخدام المستقبلي، وهذا يساعد في استخدامها أو استرجاعها كمخرجات عند الحاجة إليها. إخراج المعلومات بعد معالجتها (Output Information after Processing)، إن هدف نظم المعلومات هو إنتاج معلومات ملائمة للمستخدم على شكل نماذج، أو رسومات إحصائية، أو أشكال بيانية، حيث تنقل هذه المعلومات بمختلف أشكالها من خلال وحدة الإخراج. السيطرة على أداء النظم (Performance Systems Controls)، يتوجب على نظام المعلومات إنتاج تغذية عكسية حول وحدات الإدخال والإخراج والسيطرة عليها من خلال مراجعة التغذية العكسية (Feed Back) وتقويمها (Evaluation) لتحديد فيما إذا كان النظام قادراً على تحقيق الإنجاز بحسب المعايير الموضوعة أم لا[1].

يحتاج مدير تكنولوجيا المعلومات أن يمتلك الكثير من المهارات التي تمكنه من أداء مهامه على أكمل وجه، والتي منها: الإدارة التنظيمية، مهارة تحليل المشكلات والوصول بها إلى الحلول، مع فهم جيد للمعلومات والمتطلبات المعقدة، والقدرة على ترتيب الأولويات ومرونة كافية للتكيف مع الخطط، والمتغيرات ومواجهة الأزمات، والأهم القدرة على العمل وفقاً لجدول زمني محكم وبشروط معينة، والثقة بالنفس والقدرة على اتخاذ القرارات. وعليه الإلمام بالحلول المتاحة لحماية موارد البيانات والتي تعد رأس المال الفكري والمعرفي، وكيفية إعداد خطط لاستعادة البيانات في حالات الكوارث، وأن يكون لديه معرفة جيدة بأمن المعلومات، خاصة أن الجيل الجديد من خدمات الحكومة الإلكترونية يعتمد على الهواتف المحمولة، ويجب عليه أيضاً معرفة السياسات المتبعة والتقنيات الحديثة لتأمين تلك الخدمات.

تواجه تكنولوجيا المعلومات والاتصال العديد من التحديات والمعيقات التي يجب على المؤسسة التغلب عليها لتحقيق أقصى استفادة من فوائدها. ومن تلك المعيقات التي تواجه تطبيقها: نقص التمويل، فقد يكون تطوير وتنفيذ البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مكلفًا جدًا ومن الصعب الحصول على تمويل كافٍ لتطبيق التكنولوجيا بشكل كامل وفعال. البنية التحتية الضعيفة، في بعض المناطق، قد يكون هناك نقص في البنية التحتية اللازمة لدعم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كقلة توافر الإنترنت عالي السرعة والشبكات اللاسلكية، وهذا يعيق استخدام الأجهزة

[1] عدنان عواد الشوابكة، **مرجع سبق ذكره**، ص 107

والتطبيقات التكنولوجية. ومن المعيقات أيضاً، قلة المهارات التقنية إذ يواجه العديد من الأفراد صعوبة في استخدام وفهم التكنولوجيا بسبب قلة المهارات التقنية، ويحتاجون التدريب والتثقيف المستمر لتعزيز قدراتهم في استخدام التكنولوجيا بفعالية. قضايا الأمن والخصوصية تعتبر من أهم المعيقات التي قد تواجه المؤسسات تحديات كبيرة في حماية البيانات الحساسة ومكافحة الاختراقات والاحتيال الإلكتروني. وهناك جانب ثقافي اجتماعي قد يشكل معيقاً لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال مثل الصعوبة في قبول واعتماد التكنولوجيا الجديدة بسبب التفاوت في التوجهات والقيم الثقافية. وأخيراً، المعيقات القانونية والتنظيمية، حيث يجب الامتثال للقوانين والتشريعات المحلية والدولية المتعلقة بالاستخدام والتطبيقات التكنولوجية.

المطلب الخامس: مفاهيم عامة حول الاتصال

كان الاتصال وما زال عنصراً هاماً في الحياة، برزت أهميته وفاعليته مع زيادة التقدم التكنولوجي. فلقد هيأت عمليات التحضر والتصنيع والتحديث بالإضافة إلى الحرب العالمية الأولى والظروف المحلية والدولية الملائمة نحو الاتصالات بين المجتمعات، الأمر الذي جعل من العالم أشبه بقرية صغيرة.

أولاً: مفهوم الاتصال

كلمة اتصال يقابلها باللغة الإنجليزية كلمة COMMUNICATION والتي يعود أصلها في اللغات الأوروبية إلى الكلمة اللاتينية COMMUNIS والتي تعني الشيء المشترك. من التعريفات البسيطة لعملية الاتصال: أنه عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد، أو واقع معين[1].

الاتصال هو العملية التي يتم بها نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى شخص آخر أو آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة في المنشأة أو في أي جماعة من الناس ذات نشاط اجتماعي. أي هي بمثابة خطوط تربط أوصال البناء أو الهيكل التنظيمي لأي منشأة ربطاً ديناميكياً[2].

[1] محمد جاسم الموسوي، **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري**، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال

[2] داليا عبد الجليل صقر، **الاتصال الإداري في البيئة الرقمية**، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 13

ثانياً: عناصر عملية الاتصال

تتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية وهي: المصدر والرسالة والوسيلة والمتلقي (المستقبل) ورجع الصدى أو رد الفعل والتأثير. عملية الاتصال في أبسط صورها هي نقل فكرة أو معلومات ومعانٍ (رسالة) من شخص (مرسل) إلى شخص (مستقبل) عن طريق معين (قناة اتصال) تختلف باختلاف المواقف. وتنتقل الرسالة عبر قناة الاتصال على شكل رموز مفهومة ومتفق عليها بين المرسل والمستقبل أو رموز شائعة في المجتمع أو الحضارة التي تتضمنها.

ثالثاً: تكنولوجيا الاتصال

أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين او استقبال أو عرض البيانات واسترجاعها. ومن وسائله الهاتف والآلة الكاتبة والحاسب الإلكتروني. وتكنولوجيا الاتصال تزيد من طاقة الإنسان وقدراته المختلفة، فتكنولوجيا الاتصال هي مجموع التقنيات أو الأدوات أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو التنظيمي أو الجمعي، والذي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب وأخيراً نشر هذه المواد الاتصالية ونقلها من مكان لآخر وتبادلها[1].

رابعاً: وظائف تكنولوجيا الاتصال

1. التحول من الصوتي إلى الرقمي: أصبحت الشبكات تصمم لنقل البيانات رقمياً مما حسن مستوى الخدمات فيما يتعلق بتقليص حجم المعدات والتخفيف من وزنها.
2. التحول نحو الرخيص المتاح دوماً: اي تصغير المعدات ووفرتها وبالتالي رخصها.
3. التحول من الإلكترون إلى الفوتون: باختراع الألياف الضوئية استبدل الإلكترون المعرض للتشويش بتيار الفوتون النقي.
4. التحول من العام إلى الخاص ومن المتنوع إلى المتكامل: النظام المتكامل لا يفرق بين التي ينقلها، سواء كانت مكالمات هاتفية أو رسائل أو بيانات كمبيوتر، فكلها عبارة عن سلسلة من البيانات الرقمية يتم توجيهها عبر مسارات الشبكة إلى أن تصل إلى غايتها.

[1] حديد يوسف وأ. براهمة نصرة، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ،17 ديسمبر 2014، ص 261

5. التحول من الثابت إلى النقال: حيث أتيح للإنسان أن يحمل معه بيانات ومعلومات كثيرة وبرامج وملفات أينما ذهب من خلال تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل الهاتف النقال والكمبيوتر المحمول.

المبحث الثالث: أهمية وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات في العصر الحالي محركاً رئيسياً لتطور العلوم، وشريان الحياة المعاصرة، وتدفع عجلة التعليم والاقتصاد والمعرفة في كافة العلوم والمعارف، وتفتح آفاقاً جديدة وطرقاً حديثة في اكتساب المعرفة والاستفادة منها. ولا يستطيع الإنسان الاستغناء عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأصبحت واقعاً ملموساً في كافة مناحي الحياة، لما توفره من راحة وسهولة ووقت وجهد. سيتم الحديث في هذا المبحث عن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومزاياها، والآثار المترتبة على استخدامها، وخصائصها وتحديات استخدامها.

المطلب الأول: أهمية ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات من كونها تساعد المنظمات في الحصول على المعلومات المطلوبة لأداء أعمالها بشكل مميز، المنظمة الناجحة تلك التي تستطيع الموازنة ما بين كثرة المعلومات وندرتها، فتكنولوجيا المعلومات تساعد في إيجاد فرص جديدة للعمل[1].

وتزداد أهمية تكنولوجيا المعلومات من خلال توفيرها معلومات واسعة ودقيقة للمدراء، مما يساعدهم في السيطرة على تنفيذ قراراتهم من مرؤوسيهم، من خلال الرقابة التي توفرها لهم أدوات تكنولوجيا المعلومات.

إن أهمية تكنولوجيا المعلومات تبرز من خلال ما تمنحه من فرص سوقية جديدة، لأنها تجعل المنظمات تخرج عن النظام التقليدي في ممارسة أعمالها في موقع واحد، وهي بذلك توفر فرصاً لإقامة شبكات أعمال بين أطراف متفرقة في شتى أنحاء العالم. إذ أن المنظمات التي تكون في مجال المنافسة العالمية لا بد لها من أن تمتلك عناصر ومقومات الميزة التنافسية المستقبلية والتي تعد تكنولوجيا المعلومات جزءاً هاماً فيها.

[1] Turban, E., E. Miclean, and we Therbey J. **Information Technology for Management, Making Connections for Strategic Advantage**, John Wiley & sons. Inc., New York, 1999

كما تساعد تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء الإدارات الحكومية، واستخدام التخطيط الاستراتيجي وتحليل إدارة المخاطر في مجال تكنولوجيا المعلومات، وكيفية تطبيق إدارة الإبداع والمعرفة في النظم الادارية، وتكنولوجيات ذكاء الأعمال، كما تساعد في مساعدة المؤسسات في تحديد وتطوير الفرص الجديدة، والاستفادة من هذه الفرص في تنفيذ استراتيجية فعالة لتوفير ميزة تنافسية للمؤسسة على المدى الطويل.

الجدول رقم (02): المزايا الاستراتيجية المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات (IT)

الرقم	الاستراتيجية	مجالاتها
1	التكلفة المخفضة	– استخدام تكنولوجيا المعلومات لتخفيض تكلفة العمليات بشكل جوهري – استخدام تكنولوجيا المعلومات لتخفيض الأسعار من المورد لغاية المستهلك
2	التميز	– تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التميز للسلع والخدمات – تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتخفيض فرص التميز للمنافسين – تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتركيز السلع والخدمات في البيئة التي تم اختيارها
3	التحسين المستمر	– إيجاد سلع وخدمات جديدة تحتوي على مكونات تكنولوجيا المعلومات – إيجاد أسواق أو أجزاء من السوق فريدة بمساعدة تكنولوجيا المعلومات – إحداث تغييرات جذرية في العمليات من شأنها تخفيض التكلفة وتحسين الجودة وتعزيز الفاعلية ورضا الزبون
4	النمو	– استخدام تكنولوجيا المعلومات لإدارة التوسع الإقليمي والعالمي – استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التنوع والتكامل فيما بين السلع والخدمات

5	تطوير اتحادات	– استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد منظمات حيوية من شركاء الصناعة – تطوير شبكات اتصال لدعم العلاقات الاستراتيجية مع الزبائن، الموردين وغيرهم

المصدر: (الزعبي، 2015)[1]

يلخص الجدول رقم (02) أعلاه المزايا الاستراتيجية المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، على مستوى التكلفة والتميز والتحسين والنمو وتطوير الاتحادات.

المطلب الثاني: الآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات

أولاً: الآثار التنظيمية

تبرز الآثار التنظيمية من خلال المرتكزات التالية في تحديد العلاقة بين الإدارة وتكنولوجيا المعلومات:

- الهيكل التنظيمي: الإدارة الناجحة والقوية هي التي تدل فن قيادة العاملين لتحقيق الأهداف المرجوة من المؤسسة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة، وبالطرق والأساليب العلمية والتقنية المتطورة التي تعكسها الهياكل التنظيمية، ولتحقيق كل ذلك يجب مشاركة العاملين في الإدارة وأيضاً تنظيم عملية المعلومات والقرارات.
- التنظيم العلمي للعمل: يعتمد على الاستفادة من المنجزات العملية، واستخدامها المنتظم في العمل بالشكل الذي يتيح الترابط بين العاملين، بهدف استغلال الموارد المتاحة في تحقيق الزيادة في الإنتاجية مما يتطلب: هيكلة العمل وتوصيف وتصنيف الوظائف، ضمان تدفق المعلومات بين المستويات الإدارية المختلفة، تنظيم إجراءات العمل وتبسيطها، الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للعمل.

وتسهم تكنولوجيا المعلومات من الناحية التنظيمية في: إزالة الحدود بين الوحدات التنظيمية، مما يساعد في تطوير الهياكل التنظيمية، التركيز على الفرق المدارة ذاتياً كأساس لتصميم العمل في المؤسسة، تناسب نطاق الإشراف للمدراء مع حاجة العمل، ميكنة العملية الإنتاجية وتقليص الأعمال الورقية وإحلال النماذج الإلكترونية مكانها، إحداث تحولات جذرية في عمليات المؤسسة من حيث سرعة ودقة التنفيذ وإعادة توزيع الأعمال مكانياً وتنظيمياً.

ثانياً: الآثار الاقتصادية

[1] جمانة زياد الزعبي، **مرجع سبق ذكره**، ص 31

تعمل تكنولوجيا المعلومات على تحسين الوضع الاقتصادي من خلال إيجاد خدمات ومنتجات جديدة، وتطبيقات متنوعة مما يساعد على تزايد العمالة. إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قادرة على تقليص الفجوة بين المرأة والرجل في تأمين فرص أكبر من الوظائف للمرأة، لتحسين ظروف معيشتها، ذلك أن المرأة عادة ما تعمل في مجالات تتطلب مهارات أقل، وتتقاضى أجوراً أقل من الرجل. باستخدام الإنترنت أتيح المجال للمرأة لأن تعمل في مجالات جديدة كصناعة البرامج المعلوماتية.

تسهم تكنولوجيا المعلومات في نمو الاقتصاد من خلال تطوير التعليم، التعليم الإلكتروني والرقمي، إن الاستثمار في التعليم يؤدي إلى النمو الاقتصادي في السوق العالمي التجاري، فاليد العاملة الماهرة المتعلمة تؤمن وتضمن موقعاً أفضل وتحقق أجراً أعلى. عملت تكنولوجيا المعلومات على تطوير مفهوم التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني باعتماد أساليب التجارة الإلكترونية، مثل ربط الشركاء التجاريين والتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، أي تحقيق انسياب البيانات والمعلومات التجارية دون تدخل بشري بأقل تكلفة وأعلى كفاءة. من أمثلة ذلك: الإعلانات التجارية والخدمية والوظيفية، عقد الصفقات، سداد الالتزامات المالية ومتابعة إجراءات توزيع وتسليم البضائع، المعاملات المالية والمصرفية وغيرها.

كما عملت تكنولوجيا المعلومات على إحداث وظائف جديدة في مجال تقنية تطوير وتوزيع البرمجيات، ومن أشكال الآثار الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات أيضاً، صناعة القرارات الإدارية، فالمعلومات مورد هام يجب استغلاله في عملية إدارة المؤسسات، خاصة أن تكلفة دراسة القرار أقل بكثير من الخسارة التي تحصل نتيجة القرارات غير المدعومة بمعلومات، بينما القرارات الناجحة تكون دائما نتيجة دراسات مستفيضة ترتكز على معلومات دقيقة. كما أنّ استغلال الموارد الطبيعية والبشرية والمادية في عملية الاستثمار لم يعد كافياً، ويجب استغلال المعلومات للوصول إلى القرار السليم في إدارة المال والموارد وما يلزم ذلك من خطط استراتيجية تعتمد على معلومات رقمية وإحصائية من جميع القطاعات وليس من قطاع واحد فقط.

ثالثاً: الآثار الاجتماعية

تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال أسالیباً مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، وتقدم ايضاً خيارات أخلاقية وتحولات ثقافية مختلفة تساعد في توجيه السلوك والتصرفات، وتنعكس آثارها على البنيان المجتمعي والبناء القيمي. هذه الآثار المترتبة على استخدام التكنولوجيا منها السلبي ومنها الإيجابي على العملية التربوية والتعليمية وتطوير البحث العلمي والتقني، من خلال طرح فلسفة جديدة من الانفتاح والتعاون الدولي في مجال المعلومات. وتتمثل الآثار الاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في طرح عدة تساؤلات منها: كيفية تسخير التكنولوجيا في حل المشكلات، وتخفيف المعاناة التي يتعرض لها الأفراد؟ مدى تشجيع السلوكيات الجديدة في المطالبة بالمساواة والعدالة

الاجتماعية وحرية التعبير وبناء العلاقات الشخصية وحماية حقوق الملكية الفكرية؟ كيف تعمل تكنولوجيا المعلومات على الحد من مكافحة الجريمة؟

وهناك جانب مظلم لتكنولوجيا المعلومات من حيث تأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع، كالآثار الصحية ومنها مخاطر الشاشات الحديثة للهواتف الذكية على العيون، الإصابة بالتعب المتكرر، مخاطر الإشعاع، المجالات الكهرومغناطيسية، إدمان الإنترنت والهاتف المحمول. وهناك جملة من المخاطر البيئية كاستهلاك الطاقة وآثارها السلبية على البيئة، مشكلات وحدات التصنيع والمواد الضارة بالبيئة. ويوجد استغلال للتكنولوجيا الحديثة ساعد على انتشار الجريمة في المجتمع، وساعد على ازدياد حالات الانتحار وتهديد الأمن العام والتطرف الديني والعقائدي، والدعوة للتعصب والعنصرة والترويج لسرقة المعلومات وانتحال الشخصيات.

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحديات استخدامها

انتشار الوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحالي عمل على تسهيل وصول المعلومات أياً كانت أو أي خبر من مختلف أنحاء العالم. وبذلك توفر هذه الوسائل توفير المعلومات اللازمة في كافة المجالات لطالبيها، فتسهل التعرّف على كل ما هو جديد في وقت قياسي، إذ يُمكن التعرّف على مختلف الثقافات من خلال استخدام الحاسوب والإنترنت فقط. من جانب آخر وخاصة بعد التقدم الهائل الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت تكلفتها منخفضة وبإمكان الكثير من الناس اقتناءها، وخير دليل على ذلك انتشار الهواتف المحمولة الذكية في أيدي معظم الناس لا فرق بين غني وفقير.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال سريعة وذات فعاليّة، حيث يُمكن استخدامها في صنع القرارات الهامّة بخدمة المجتمع، كما تعمل على تسهيل البحث والحصول على الوظائف من خلال تقديم الطلبات عبر الإنترنت بدلاً من التوجه بشكل شخصي للمؤسسات. تعتبر الوسائل الحديثة للتكنولوجيا أدوات تنظيم لعمل المؤسسات داخل الدولة أو مع مؤسسات أخرى خارج الدولة بشكل سريع وآمن، وفي الجانب الاقتصادي تعمل على تقديم المعلومات اللازمة عن منتج معيّن، إذ يعد هذا جانباً هاماً للشركات حديثة المنشأ والتي ترغب بالترويج لمنتجاتها. وأخيراً، للتكنولوجيا دور هام في تطوير العلوم والأبحاث والدراسات في شتى ميادين المعرفة من خلال جمع المعلومات عن آخر الدراسات التي تتم في مناطق مختلفة من العالم.

ورد في العديد من المقالات العلمية والتي من أهمها (McGuiten, 2005)[1] و (مبارك، 2004)[1] التحديات التي تتعرض لها إدارة تكنولوجيا المعلومات والتي ذكر منها:

[1] Glenn S McGuigan, **Information Technology and Electronic Government Benefits and Challenges to public administration,** Johan Wiley and Sons Inc., Jones Garth, R. organizational theory: text and cases. 2nd ed. Fall 2005.

1. الثقافة التنظيمية: من حيث اختلاف قيم واتجاهات الأفراد في دعم المشاركة في المعرفة، وبالتالي فإنه لا بد من تبني ثقافة تنظيمية تعاونية تشجع تبادل المعرفة والمعلومات بين الأفراد.
2. الأساليب التكنولوجية: إدارة المعرفة والمعلومات تتطلب تبني الأساليب والبرامج التكنولوجية الحديثة، التي عادة ما تكون مكلفة جداً، وتتطلب توفير الموارد البشرية القادرة على التعامل مع هذه الأساليب.
3. التغيير والتحديث: المعلومات تتغير وتتجدد، وبالتالي فإنها تحتاج إلى تحديث وتطوير لتتناسب مع التغيرات والظروف البيئية، بالإضافة إلى اختلاف طبيعة المعلومات من حيث كونها (كمية أو نوعية)، مما يتطلب ضرورة تبني الأساليب المناسبة للتعامل معها.
4. التمييز بين أنواع المعلومات: يمثل هذا تحدياً من منطلق أن هناك الكثير من أنواع المعلومات التي لا تعتبر ذات جدوى وفائدة أو أهمية، وبالتالي لا بد أن تساوي كمية المعلومات المتوفرة جودتها.

الاستراتيجيات التنظيمية والفلسفة الإدارية: والتي تدعم انسياب وتدفق المعلومات ونشر المعرفة داخل التنظيم، كما هو الحال في بعض المنظمات التي تتم فيها عملية اتخاذ القرارات بصورة مشتركة بين مختلف المستويات الإدارية

المبحث الرابع: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين

يعول في فلسطين على ترويج تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة ونشرها بهدف استحداث الفرص الاقتصادية، مثل الشبكات والإنترنت وأجهزة الحاسوب والهواتف الذكية والمحمولة والأجهزة اللوحية والتقنيات السلكية واللاسلكية الأخرى. وفي ظل استمرار الاحتلال لفلسطين وضعف الاقتصاد الفلسطيني، يعتقد الفلسطينيون بأن النمو الكبير لهذا القطاع هو وسيلةٌ ممكنة لتحقيق الازدهار الاقتصادي، وبالتالي تحقيق تقرير المصير الوطني. سنتناول في هذا المبحث واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين بالأرقام، وسنتحدث عن الحكومة الإلكترونية من عدة جوانب.

المطلب الأول: إحصائيات وأرقام حول واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يظهر الجدول رقم (03) المؤشرات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين في سنوات مختارة من عام 2004 إلى عام 2017، وذلك بناءً على بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تناول المسح المؤشرات التالية:

[1] د. حمدلله مبارك، مرجع سبق ذكره، 2004

1. نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب: حيث تبين أن النسبة تتزايد مع تقدم السنوات لتصل في عام 2014 إلى 63.1%، بينما في عام 2017 انخفضت لتصل إلى 43.1%.
2. نسبة الأسر التي لديها خدمة إنترنت: تزايدت هذه النسبة عبر السنوات لتصل في عام 2017 إلى 51.7%، أي أن أكثر من نصف الأسر الفلسطينية لديها اتصال مع شبكة الانترنت.
3. نسبة الأسر التي لديها جهاز تلفزيون: يبين المسح أن النسبة كانت عالية منذ سنة 2004 حيث بلغت 93.4، وازدادت قليلاً عبر السنوات التي تلت ذلك لتعود إلى 93.3 في عام 2017.
4. نسبة الأسر التي لديها أجهزة DVD: في السنوات التي توافرت فيها معلومات عن هذا المؤشر، لم تزد النسبة عن 20.7%.
5. نسبة الأسر التي لديها لاقط فضائي (ستالايت) من إجمالي الأسر التي لديها جهاز تلفزيون: بالنسبة لهذا المؤشر تم سؤال الأسر التي لديها تلفزيون فكانت نسبة امتلاك ستالايت عالية تصل إلى 99.8% في عام 2014.
6. نسبة الأسر التي لديها خط هاتف ثابت: كانت النسبة تتزايد عبر السنوات تتراوح بين 40% و47%.
7. نسبة الأسر التي لديها خط هاتف نقال (محمول): فكانت عالية جدا وتتزايد عبر السنوات من 72% إلى 96.6% في عام 2017.
8. نسبة الأسر التي يمتلك أحد افرادها موقع على الشبكة: تتراوح النسب بين 5% و9%.
9. نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون جهاز الحاسوب: تتراوح بين 35% عام 2004 وترتفع خلال السنوات لتصل إلى 60% عام 2017.
10. عدد أجهزة الحاسوب لكل 100 من السكان: في عام 2004 بلغت 5 وارتفعت خلال السنوات لتصل 13 جهاز حاسوب لكل 100 من السكان.
11. نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون الإنترنت: في عام 2014 بلغت 53%.
12. الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين لديهم بريد الكتروني: بلغت النسبة عام 2004 5% وازدادت لتصل في 2014 39%.

الجدول رقم (03): المؤشرات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب سنوات مختارة من 2004 إلى 2017

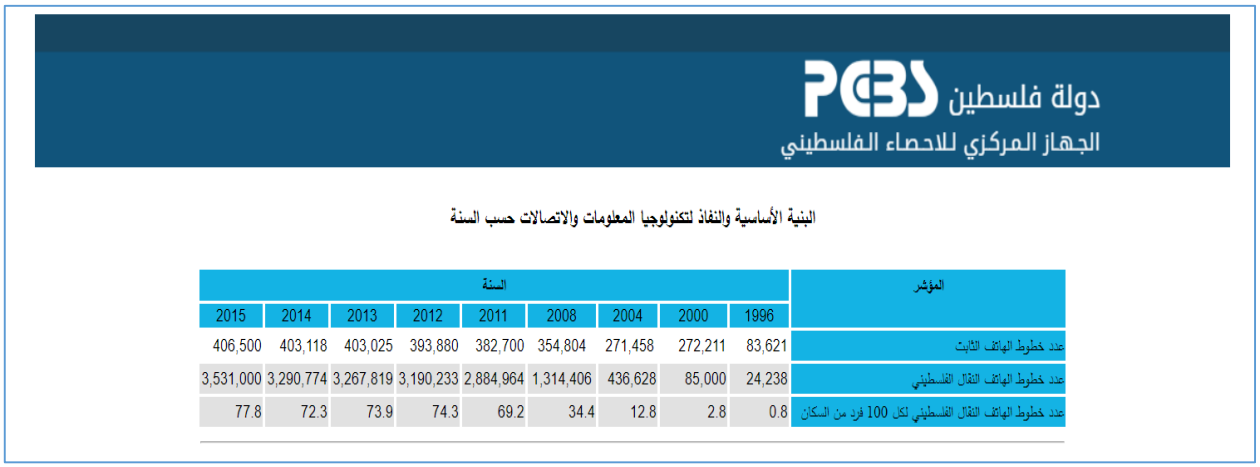
المؤشر	2004	2006	2009	2011	2014	2017*
نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب	26.4	32.8	49.2	50.9	63.1	**43.1
نسبة الأسر التي لديها خدمة إنترنت	9.2	15.9	28.5	30.4	48.3	51.7
نسبة الأسر التي لديها جهاز تلفزيون	93.4	95.3	95.7	96.7	97.1	***93.3
نسبة الأسر التي لديها DVD	..	10.4	21	20.4	20.7	..
نسبة الأسر التي لديها لاقط فضائي (ستالايت) من إجمالي الأسر التي لديها جهاز تلفزيون	74.4	80.4	92	93.9	99.8	96.8
نسبة الأسر التي لديها خط هاتف ثابت	40.8	50.8	47.5	44.0	39.8	33.7
نسبة الأسر التي لديها خط هاتف نقال (محمول)	72.8	81	92.4	95	97.8	96.6
نسبة الأسر التي يمتلك أحد افرادها موقع على الشبكة	5.1	5.3	9.1	4.2	..	..
نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون جهاز الحاسوب	35.7	50.9	57.1	53.7	60.2	..
عدد أجهزة الحاسوب لكل 100 من السكان	..	5.7	9.3	10.4	18.4	13.2
نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون الإنترنت	11.9	18.4	32.3	39.4	53.7	..
الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين لديهم بريد الكتروني	5.1	10	21.3	27.5	39	..
*: –البيانات لا تشمل ذلك الجزء من محافظة القدس والذي ضمه الاحتلال الإسرائيلي إليه عنوة بعيد احتلاله للضفة الغربية عام 1967						
– البيانات لا تشمل غير المبين						

**: الحاسوب يشمل حاسوب مكتبي أو لابتوب أو تابلت وآيباد						
***: جهاز التلفزيون يشمل التلفزيون العادي وتلفزيون LED أو LCD						

المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020)[1]

ويوضح الشكل رقم (06) البنية الأساسية والنفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب السنة:

الشكل رقم (06): البنية الأساسية والنفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب السنة



دولة فلسطين
الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني

البنية الأساسية والنفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات حسب السنة

المؤشر	السنة								
	1996	2000	2004	2008	2011	2012	2013	2014	2015
عدد خطوط الهاتف الثابت	83,621	272,211	271,458	354,804	382,700	393,880	403,025	403,118	406,500
عدد خطوط الهاتف النقال الفلسطيني	24,238	85,000	436,628	1,314,406	2,884,964	3,190,233	3,267,819	3,290,774	3,531,000
عدد خطوط الهاتف النقال الفلسطيني لكل 100 فرد من السكان	0.8	2.8	12.8	34.4	69.2	74.3	73.9	72.3	77.8

المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2020) [2]

وفيما يلي نستعرض نتائج المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتقرير النتائج الرئيسية لعام 2019:[3]

أولاً: توفر الحاسوب واستخدامه

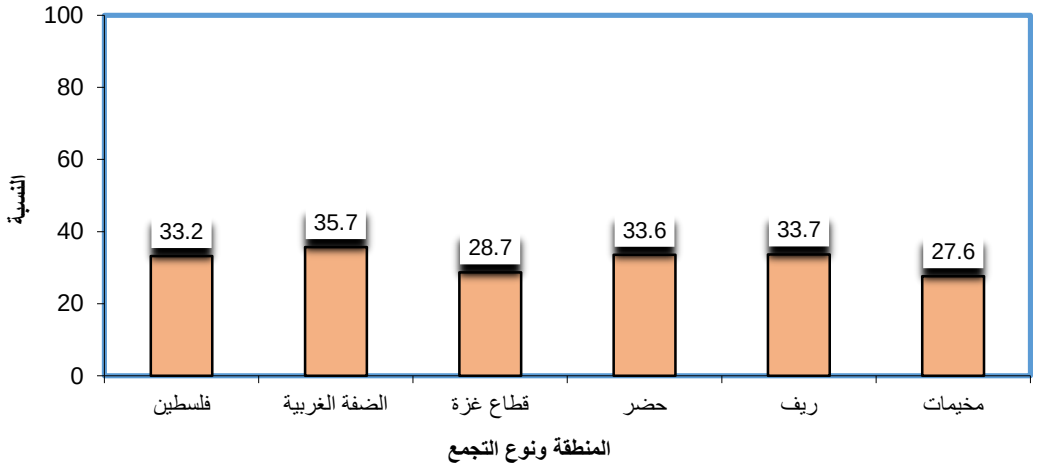
أظهرت نتائج المسح الذي أجراه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (الشكل رقم (07)) بأن نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب (حاسوب مكتبي أو محمول أو لوحي مثل التابلت) قد بلغت 33.2% في فلسطين، 35.7% في الضفة الغربية و28.7% في قطاع غزة. كما أظهرت النتائج أن نسبة الأسر التي تمتلك حاسوب متقاربة بشكل كبير في كل من الحضر والريف حيث بلغت النسبة 33.6% و33.7% على التوالي، وبلغت 27.6% في المخيمات.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني**، 2020 تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ICT_Main_indic_a2017.html?date=30-5-2019

[2] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني**، 2020 تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ICT4_ANEW.htm

[3] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات**، تقرير النتائج الرئيسية، 2019

الشكل رقم (07): نسبة الأسر التي لديها جهاز حاسوب (حاسوب مكتبي أو حاسوب محمول أو لوحي مثل التابلت) في فلسطين حسب المنطقة ونوع التجمع، 2019



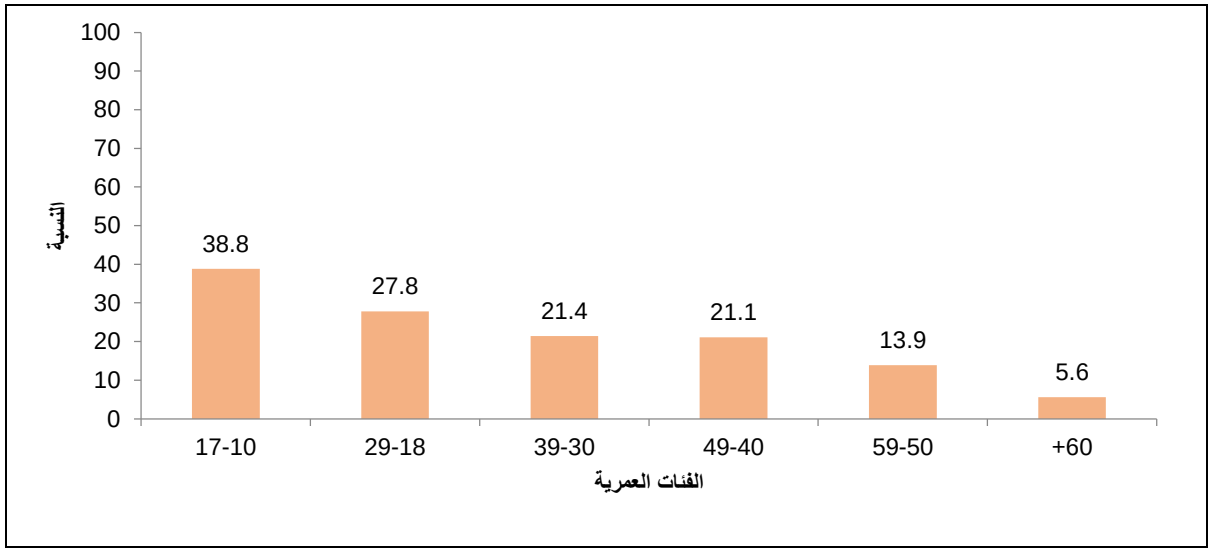
المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني) [1]

وبين المسح أن نسب استخدام الحاسوب بين الأفراد الذين يستخدمون الحاسوب قد بلغت 26.0% في فلسطين عموماً، و24.8% في الضفة الغربية مقارنة مع 27.8% في قطاع غزة. وبالمقارنة بين الذكور والإناث في استخدام الحاسوب، فجاءت النتائج متقاربة، وبلغت 26.8% من الذكور، و25.0% من الإناث.

يوضح الشكل رقم (08)، وفيما يتعلق باستخدام الحاسوب حسب الفئات العمرية، أن 38.8% من الأفراد في الفئة العمرية (10–17 سنة) يستخدمون الحاسوب، يليها الأفراد في الفئة العمرية (18–29 سنة) بنسبة 27.8%، وقد بلغت النسبة الأقل في استخدام الحاسوب بين الأفراد في الفئة العمرية (60 سنه فأكثر) حيث بلغت 5.6%.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **نفس المرجع**، ص 21

الشكل رقم (08): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يستخدمون الحاسوب حسب الفئات العمرية في فلسطين، 2019



المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)[1]

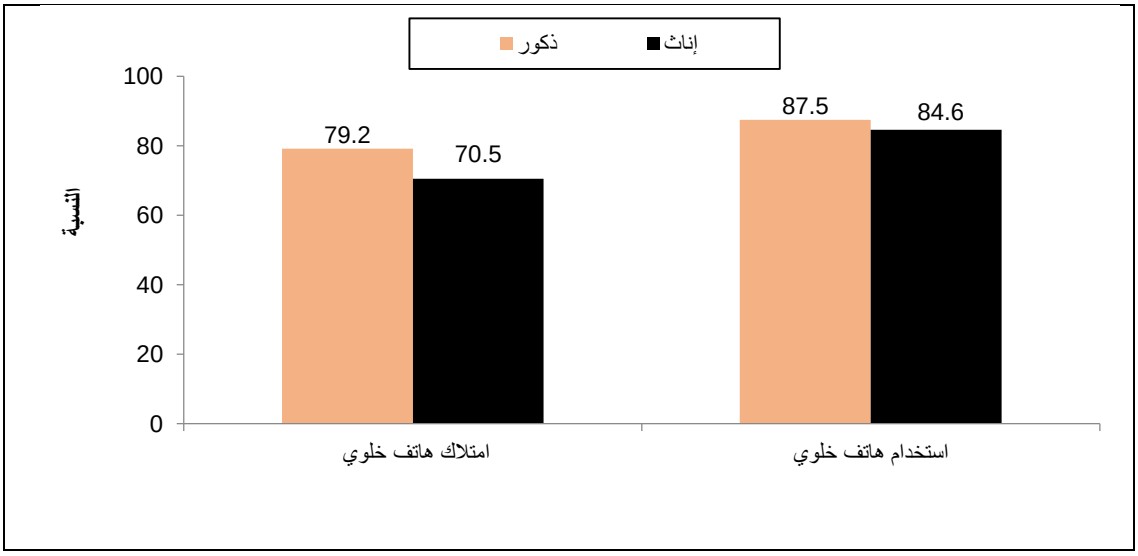
كما أظهرت نتائج المسح أن 45.3% من الأفراد، وحاصلين على مؤهل علمي بكالوريوس فأعلى يستخدمون الحاسوب، بينما بلغت النسبة 29.9% بين الأفراد من حملة المؤهل العلمي ثانوي، ويلاحظ أن النسبة الأقل كانت بين الذين لا يحملون مؤهلات علمية حيث بلغت 18.5%.

ثانياً: توفر الهاتف الخلوي النقال واستخدامه

يوضح الشكل (09) وحسب نتائج المسح الذي أجراه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أن 97.3% من الأسر في فلسطين لديها خط هاتف خلوي نقال واحد على الأقل بنسبة 97.2% في الضفة الغربية و97.3% في قطاع غزة، ونسبة الأسر التي تمتلك هاتفاً ذكياً واحداً على الأقل بلغت 86.2%، بواقع 90.8% في الضفة الغربية و78.2% في قطاع غزة. كما أظهرت نتائج المسح إلى وجود فجوة بين الجنسين في امتلاك واستخدام الهاتف الخلوي النقال، حيث اتسعت الفجوة بين نسبة الذكور والإناث الذين يمتلكون هاتف خلوي نقال.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **نفس المرجع**، ص 22

الشكل رقم (09): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين يمتلكون أو يستخدمون الهاتف الخلوي النقال حسب الجنس، 2019



المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)[1]

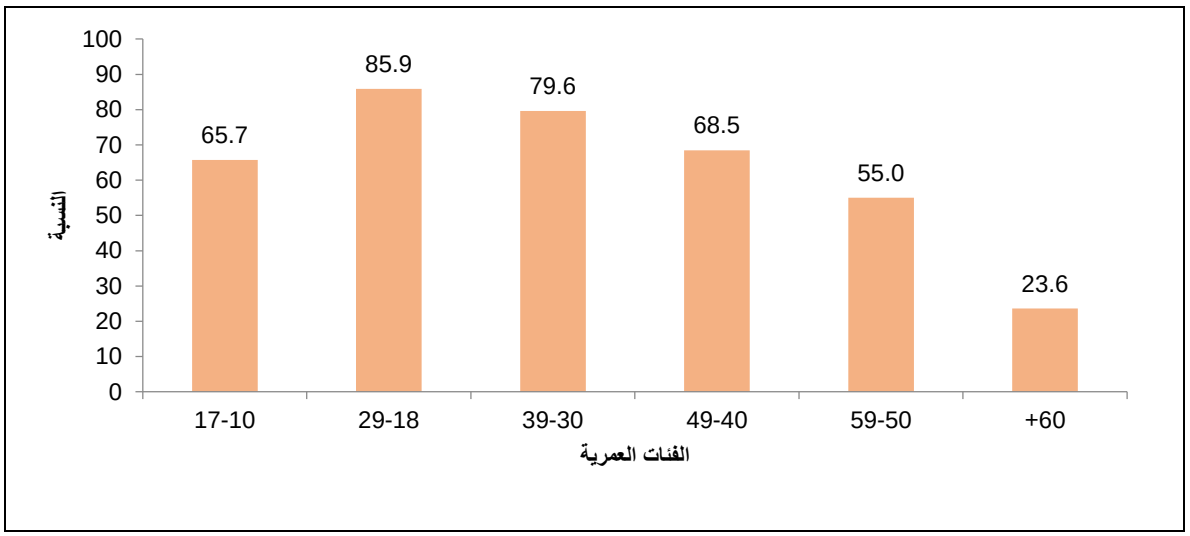
ثالثاً: توفر الإنترنت واستخدامه

يوضح الشكل (10)، وحسب نتائج المسح الذي أجراه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أن 79.6% من الأسر في فلسطين لديها نفاذ للإنترنت، بواقع 83.5% في الضفة الغربية و72.7% في قطاع غزة. كما أظهرت النتائج عدم وجود فجوة كبيرة حول توفر خط الإنترنت لدى الأسر الفلسطينية بين الحضر والريف، حيث بلغت النسبة 79.8% في الحضر و80.9% في الريف، بينما بلغت 74.5% في المخيمات.

وعلى صعيد استخدام الإنترنت من أي موقع فقد أظهرت نتائج المسح أن نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت ممن أعمارهم (10 سنوات فأكثر) بلغت 70.6% في فلسطين، بواقع 74.1% في الضفة الغربية و65.2% في قطاع غزة. كما يوفر تحليل استخدام الإنترنت في فلسطين حسب الفئات العمرية صورة حية عن استخدام الإنترنت في فلسطين، فقد أظهرت النتائج أن النسبة الأعلى للذين يستخدمون الإنترنت هي من الشباب في الفئة العمرية 18–29 سنة، حيث أن 85.9% يستخدمون الإنترنت.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **نفس المرجع**، ص 23

الشكل رقم (10): نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت حسب الفئات العمرية في فلسطين، 2019



المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)[1]

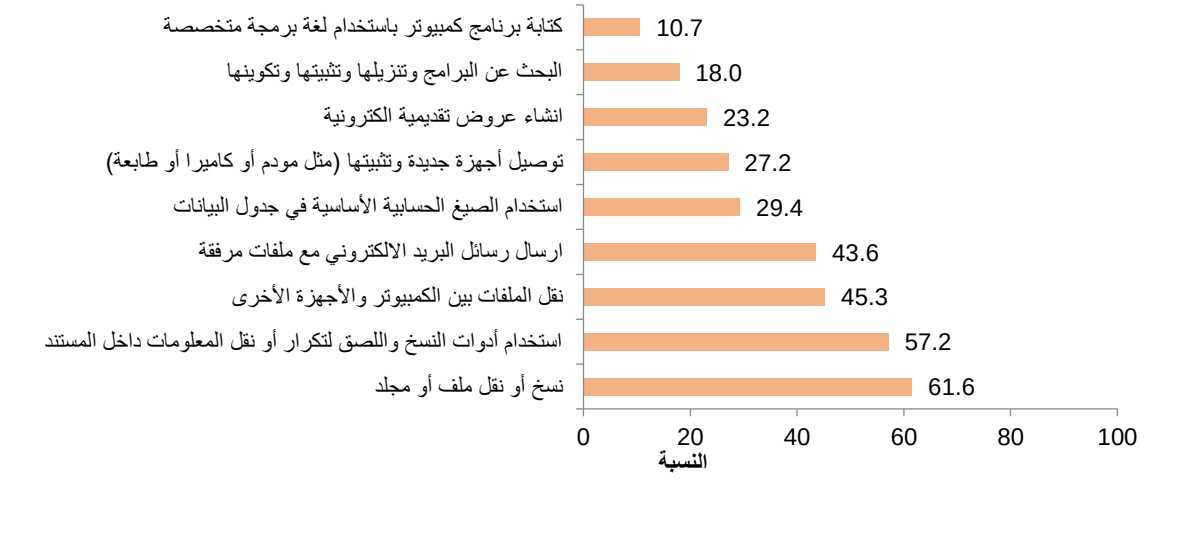
كما بينت النتائج أن 92.6% من الأفراد الحاصلين على مؤهل علمي بكالوريوس فأعلى هم مستخدمون للإنترنت، بينما بلغت النسبة حوالي 84.2% للأفراد ممن يحملون المؤهل العلمي الثانوي، ويلاحظ أن النسبة الأقل كانت بين الذين ليس لديهم مؤهلات علمية حيث بلغت النسبة حوالي 35.3%. واحتل استخدام الإنترنت من البيت المرتبة الأولى من بين الأماكن التي يستخدم فيها الفرد الإنترنت بنسبة بلغت 97.1%، تلاها استخدام الإنترنت من منازل الأصدقاء والأقارب بنسبة بلغت 40.1%، و21.2% يستخدمون الإنترنت أثناء التنقل، و20.2% في مكان العمل، وكانت النسبة الأقل بين الأفراد الذين يستخدمون المرافق التجارية للنفاذ إلى خدمة الإنترنت (برسوم مدفوعة) بنسبة 8.6%.

رابعاً: مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الشكل رقم (11) يظهر توزيع مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين الأفراد الذين استخدموا الحاسوب في فلسطين، فقد أظهرت النتائج وجود انحدار من المهارات الأساسية إلى القياسية إلى المتقدمة. حيث المهارات الأساسية تتضمن (نسخ أو نقل ملف أو مجلد، استخدام أدوات النسخ واللصق، نقل الملفات بين الكمبيوتر والأجهزة الأخرى، إرسال بريد إلكتروني مع ملفات مرفقة)، بينما المهارات القياسية تتضمن (استخدام الصيغ الحسابية في جدول البيانات، توصيل أجهزة جديدة وتثبيتها، إنشاء عروض تقديمية إلكترونية، والبحث عن البرامج وتنزيلها)، بينما المهارات المتقدمة تتمثل في كتابة برنامج كمبيوتر باستخدام لغة برمجة متخصصة.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **نفس المرجع**، ص 24

الشكل رقم (11): نسبة الأفراد (10 سنوات فأكثر) الذين لديهم مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الذين استخدموا الحاسوب في فلسطين، 2019



المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)[1]

ويوضح الشكل رقم (12) ملخصاً لأهم مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في قطاع الأعمال حسب السنة، كنسبة المؤسسات التي تستخدم الحاسوب، ونسبة المؤسسات التي تستخدم الإنترنت، ونسبة المؤسسات التي قامت بمعاملات تجارية إلكترونيا.

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **نفس المرجع**، ص 25

الشكل رقم (12): ملخص لأهم مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في قطاع الأعمال حسب السنة

دولة فلسطين
الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني

ملخص لأهم مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع الأعمال حسب السنة

المؤشر	السنة		
	2007	2009	2012
نسبة المؤسسات التي تستخدم الحاسوب	21.3	29.6	47.0
نسبة المؤسسات التي تستخدم الإنترنت	12.7	20.4	39.2
نسبة المؤسسات التي قامت بمعاملات تجارية إلكترونيا	2.3	4.2	11.2
نسبة المؤسسات التي لديها موقع إلكتروني	2.6	4.0	4.8
عدد العاملين الذين يستخدمون الإنترنت لكل 100 عامل	15.0	23.0	42.9
عدد العاملين المختصين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكل 100 عامل	3.5	7.0	5.2
عدد العاملين الذكور المختصين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكل 100 عامل	3.7	..	..
عدد العاملين الإناث المختصين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكل 100 عامل	2.1	..	..

..: تعني لا يتوفر بيانات.

المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني،2020) [1]

المطلب الثاني: توفر الحكومة الإلكترونية

إن العالم بأسره قد دخل مرحلة متطورة ضمن آفاق عصر المعلومات بهدف الاستفادة من التقنيات المتاحة في مجال نظم وتقنية المعلومات والاتصال، الذي أصبح المعيار الأساسي الذي تقاس به درجة تقدم الأمم في القرن الحادي والعشرين.

إن هذا التطور السريع الذي يشهده عالمنا اليوم قد أحدث انقلاباً في المفاهيم والأساليب، وحتى غيرها في أسس التعامل لى مستوى الدول والمنظمات والأفراد، وجعل العالم قرية صغيرة مترابطة، وسمح بتجاوز البعد الزماني والمكاني، مما جعل هذا التغير السريع والواضح هو الجزء الحيوي المؤثر في تنفيذ المعاملات. ومن هنا تعمل الحكومات على تغيير سياساتها بما يتوافق ومتطلبات العصر الجديد، وتعمل على تطوير الآليات والوسائل التقنية المستخدمة لمتابعة تنفيذ تلك السياسات، وللإشراف على سير العمل في الإدارات الحكومية بما يكفل القيام بمسؤولياتها وتحقيق أعلى كفاءة ممكنة لأداء العمل الحكومي لديها.

ترجع أهمية تطبيق الوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الحكومات الإلكترونية، إلى ما يتبع ذلك من تطوير في كافة النشاطات والإجراءات والمعاملات الحكومية الحالية، وتبسيطها ونقلها نوعياً من الأساليب اليدوية أو التقنيات البسيطة النمطية الحالية إلى الأطر التقنية الإلكترونية المتقدمة، بالاستخدام الأمثل والاستغلال الجيد لأحدث عناصر التكنولوجيا الحديثة، ونظم

[1] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني**، 2020
http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ict5.htm

شبكات الاتصال والربط الإلكتروني الرقمي وصولاً إلى تطبيق تقنيات الإنترنت والإنترانت، لتحقيق التميز والارتقاء بكفاءة العمل الإداري وارتفاع مستوى جودة الأداء الحكومي بإنجاز المعاملات إلكترونياً وتوفير الوقت والجهد والمال على المستوى الوطني.

أولا: ماهية الحكومة الإلكترونية

الحكومة الإلكترونية هي تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تقديم الخدمات العامة من خلال وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت، بهدف إيصال الخدمات للمواطن أو العميل، وزيادة التأثير الايجابي على مجتمع الأعمال وجعل الحكومة تعمل بكفاءة وفاعلية عاليين.

كما أنها تعرف بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات، خاصة تطبيقات الإنترنت المبنية على شبكة المواقع الإلكترونية، لدعم وتعزيز حصول المواطنين على الخدمات التي تقدمها الحكومة المحلية، إضافة إلى تقديم الخدمة لقطاع الأعمال والدوائر الحكومية المختلفة بشفافية وكفاءة عالية وبما يحقق العدالة والمساواة. وتعرف بأنها مرادف لعمليات تبسيط الإجراءات الحكومية، وتيسير النظام البيروقراطي أمام المواطنين من خلال إيصال الخدمات لهم بشكل سريع وعادل في إطار من النزاهة والشفافية والمساءلة الحكومية.

تعرف أيضاً بأنها قدرة القطاع الحكومي على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين المواطنين وبين قطاعات الأعمال، بسرعة ودقة عالية وبأقل تكلفة عبر شبكة الإنترنت، مع ضمان سرية وأمن المعلومات المتناقلة (في أي وقت وأي مكان) معتمدة على مبدأين هما: الأول تقني، ويتمثل في إعداد المعلومات إلكترونياً وتناقلها عبر شبكة الإنترنت وضمان دقتها وسريتها. والثاني إجرائي، ويتمثل في تنفيذ المعاملات والخدمات عن بعد مع ضمان صحتها ومصداقيتها.

يقول الدكتور ممدوح ابراهيم في كتابه الإدارة الإلكترونية: "بدخول ثورة المعلومات والاتصالات إلى أسلوب عمل الحكومة، فإن مفهوم الحكومة الإلكترونية يهدف إلى توفير الخدمات عن طريق أساليب جديدة، تقوم على مبدأ استخدام تكنولوجيا المعلومات وبطريقة الخدمة الذاتية، مما يمنح فرص متكافئة للجميع للاستفادة من المعلومات وإجراء المعاملات الحكومية، كما أنه يسمح بفتح مجالات واسعة لتوفير الخدمات بطرق سهلة جداً، مما يوفر الجهد والمال ويحقق ثقة المستخدم بفاعلية هذا التوجه".

يتضح لنا من التعريفات السابقة أنها تدور كلها حول التحول من النظام التقليدي للإدارات الحكومية إلى النظام الحديث القائم على تكنولوجيا المعلومات، من أجل تيسير أداء الإدارات الحكومية لخدماتها العامة وإنجازها في أسرع وقت وأعلى جودة للخدمة، بالإضافة إلى إنجاز المعاملات الإدارية

والتواصل مع المواطنين في إطار من الديمقراطية، بواسطة استثمار التطورات العلمية المذهلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال[1].

ثانياً: تصنيفات الحكومة الإلكترونية

1- حكومة إلى مواطنين (G2C Government –to–Citizen): وتشمل كل التعاملات بين الحكومة ومواطنيها والتي يمكن أن تحدث إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت أو الشبكات اللاسلكية، حيث تمكن المواطنين من التفاعل مع الخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة من بيوتهم ومن كل مكان عبر شبكة الإنترنت، حيث تمكنهم من طرح الأسئلة عن المؤسسات الحكومية والقوانين المتعلقة بالتراخيص والضرائب وغيرها والحصول على الإجابات بشكل فوري، كما يعتبر الإنترنت وسيلة فعالة لإجراء الاقتراع والتصويت للانتخابات إلكترونياً، حيث توفر الوقت والجهد والورق وغيرها من المشاكل المتعلقة بالانتخابات. ومن أمثلة ذلك أنها تعتبر وسيلة لتعقب مشاكل المواطنين واحتياجاتهم والنظر إلى المشكلات التي يواجهونها بشكل أكثر فعالية.

2- حكومة – مؤسسات (G2B Government–to–Business): تقوم المؤسسات الحكومية جاهدة بالعمل على أتمتة المعاملات والتداخلات مع الشركات التجارية حيث تسمى هذه الفئة حكومة إلى مؤسسات تجارية، حيث تبنى العلاقة بين الطرفين من الجهتين فهي تتضمن كل التداخلات والمعاملات التي تتم بين المؤسسات الحكومية والمؤسسات التجارية، حيث تقوم المؤسسات الحكومية ببيع المنتجات والخدمات إلى المؤسسات التجارية، وتقوم المؤسسات التجارية بدورها ببيع المنتجات والخدمات إلى المؤسسات الحكومية. من أمثلة ذلك المزادات العلنية الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت.

3- حكومة – حكومة (G2G Government–to–Government): تتكون هذه الفئة من كل النشاطات الإلكترونية التجارية، والتي تتم بين كافة المؤسسات الحكومية والتي تتضمن التعاملات داخل كل أقسام المؤسسات الحكومية، وبين المؤسسات الحكومية كافة، ومن الأمثلة عليها: عملية مشاركة المعلومات والوصول إليها من كل المؤسسات الحكومية عبر الإنترنت، إجراء عملية بيع بمناقصات إلكترونية لبيع أجهزة ومعدات من قطاعات حكومية إلى أخرى.

4- حكومة – موظفين (G2E Government–to–Employees): إن المؤسسات الحكومية تضم أعداداً كبيرة من الموظفين والذين يعملون بمواقع جغرافية متنوعة وبعيدة

[1] ايمان صالح عبد الفتاح، **التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الرقمية**، كوم للنشر والتوزيع، القاهرة، إيبيس، 2007، ص 34-35

عن بعضها البعض، لذا فإن من مصلحة المؤسسات الحكومية المختلفة زيادة الفعالية بتقديم مختلف الخدمات والمعلومات بطريقة إلكترونية، حيث يتم استخدام تطبيقات خاصة من أجل إجراء العديد من الاتصالات الفعالة مع الموظفين[1].

ثالثاً: أهداف الحكومة الإلكترونية

إن الهدف الرئيسي من تطبيق استخدام التكنولوجيا الحديثة فى الحكومة الإلكترونية هو إجراء تطوير فى كافة الأنشطة والإجراءات والمعاملات الحكومية، وتبسيطها ونقلها نوعياً من الأطر اليدوية إلى أطر التقنية الإلكترونية المتقدمة، بالاستخدام الأمثل والاستغلال الجيد لعناصر التكنولوجيا ونظم شبكات الاتصال والربط الإلكتروني من خلال الإنترنت، للارتقاء بكفاءة العمل الإداري وارتفاع مستوى جودة الأداء عن طريق إنجاز المعاملات إلكترونيا وتوفير الوقت والجهد والمال على المستوى القومي.

وتحدد أهداف الحكومة الإلكترونية في التالي:

1- تقليل تكلفة الإجراءات الحكومية وما يتعلق بها من عمليات إدارية.
2- زيادة كفاءة عمل الحكومة خلال تعاملها مع المواطنين وقطاع الأعمال.
3- إنشاء قنوات اتصال ما بين المواطنين وقطاع الأعمال من جهة والحكومة من جهة أخرى.
4- تأكيد وإظهار الشفافية فى عمل الحكومة.
5- العمل على توفير المعلومات الحديثة للمواطنين.
6- اجتذاب الاستثمارات.
7- تقليل تكاليف الأعمال التجارية عن طريق جعل تعاملها مع الحكومة أكثر سهولة وبساطة.
8- زيادة نشر أجهزة الكمبيوتر وزيادة وعي المواطنين بخدمات الإنترنت.
9- زيادة مستوى التدريب للعاملين بقطاع الأعمال والقطاع الخاص.

رابعاً: أهمية تطبيق الحكومة الإلكترونية

تنبع أهمية الحكومة الإلكترونية في عالمنا اليوم من إدراك أهمية تحقيق ركائزها الأساسية وهي: المساءلة والشفافية والحكم الصالح، وأن الحكومة الإلكترونية جاءت بعد ظهور صور الفساد

[1] خضر مصباح الطيطي. **التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري**، الطبعة الثانية، دار الحامد، عمان، 2017، ص 150-151

الإداري والمالي في المجتمع ومؤسساته، وعند البحث عن آليات للإصلاح والمعالجة، كانت الحكومة الإلكترونية إحدى العلاجات الواقية من انتشار الفساد من جانب، والعمل على منعه من جانب آخر[1].

ومن الأمور الهامة لقيام الحكومة الإلكترونية، اعتبارها عاملاً أساسياً للتخفيف من العلاقات المشبوهة وغير الشرعية المحتملة عند المسؤولين والعاملين على حد سواء، لأن الحكومة الإلكترونية تعمل على تدفق المعلومات وانتشارها وعلانية تداولها عبر مختلف الوسائل، وتوفر تواصل المواطنين بصانعي القرار، مما يساعد على محاصرة الفساد، فالحكومة الإلكترونية تعني الانفتاح على الجمهور فيما يتعلق بهيكل وظائف الجهاز الحكومي والسياسات المالية للقطاع العام الذي من شأنه تعزيز المساءلة وتعزيز المصداقية وحشد وتأييد السياسات الاقتصادية السليمة[2].

خامساً: خدمات الحكومة الإلكترونية

تعتبر الحكومة الإلكترونية وسيلة لبناء اقتصاد قوي وتساهم في حل مشكلات اقتصادية، كما أنها وسيلة خدمة اجتماعية تساهم في بناء مجتمع قوي، ووسيلة تفاعل بأداء أعلى وتكلفة أقل، وهي أيضاً وسيلة أداء باجتياز كل مظاهر التأخير والبطء والترهل في الجهاز الحكومي. وهي وسيلة للرقابة لما تتمتع به من النظم التقنية من إمكانيات التحليل والمراجعة آلياً، وبشكل مؤتمن للأنشطة التي على الموقع.

من أبرز الخدمات التي توفرها الحكومة الإلكترونية لمواطنيها تقديم المعاملات إلكترونياً عن طريق الإنترنت، وتوفير أمرين في غاية الأهمية للمواطن وهما الوقت والمال، مثلاً ربما تحتاج معاملة إلى ثلاثة أيام من التنقل بين الدوائر الحكومية إضافة إلى أجور المواصلات وتعطل المواطن عن عمله خلال هذه المدة، تعمل خدمات الحكومة الإلكترونية على توفير هذه المعاملة إلكترونياً بأقل من خمسة عشر دقيقة من العمل على الإنترنت لإنهاء معاملته. يبرز دور الحكومة الإلكترونية في تنمية المجتمع، تأمين الخدمات بأسهل السبل يجعل تركيز المواطن على عمله أكثر، ويخلص الموظف الحكومي من الروتين القاتل خصوصاً من له اتصال مع الجمهور، وتحد عمليات الرشوة. والتحول لحكومة إلكترونية يتطلب مبالغ كبيرة، من بناء بنوك للمعلومات إلى بنية تحتية مطورة للشبكات، بالإضافة لإعادة تأهيل العاملين، وقبل ذلك كله يجب تحويل المجتمع إلى مجتمع معلوماتي.

تتكامل الخدمات في الحكومة الإلكترونية من لحظة تقديم الخدمة إلى وسائل الدفع التفاعلية، كما تتوفر القدرة على تحميل أي نموذج ورقي حكومي بصورة رقمية وتعبئته وإعادة إرساله إلكترونياً،

[1] مريم خالص حسين، **الحكومة الإلكترونية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013. ص 6

[2] سحر قدوري الرفاعي، **بحث عن الحكومة الإلكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي**، مجلة اقتصاديات افريقيا، الجامعة المستنصرية، بغداد، العدد السابع، 2009. ص 309

وكل ذلك متوفر للجهات الحكومية والخاصة، للمقيم داخل البلد أو خارجه مثل استخراج رخص القيادة وتجديدها، استخراج الجوازات وتجديدها، والسجلات التجارية وغيرها الكثير.

سادساً: مميزات الحكومة الإلكترونية

إن ما يتبادر إلى الأذهان بالدرجة الأولى عند الحديث عن مميزات تطبيق الحكومة الإلكترونية، زيادة سرعة التعاملات وتقليص النفقات، باستخدام الإنترنت يتقلص عدد الموظفين وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع درجة رضا المواطنين في التعامل مع المواقع الحكومية الإلكترونية. كما يعمل تطبيق الحكومة الإلكترونية على مواكبة العالم في استخدام التكنولوجيا، والتكامل مع القطاع الخاص، وتخفيف الأعباء الإدارية على الأجهزة الحكومية من الأعمال الروتينية، وتخفيف المتطلبات المادية للإدارات الحكومية، وتقليل تكاليف الأرشفة الورقية، وتقليل تكاليف الخدمات، وتفريغ موظفي الحكومة لأعمال أكثر إنتاجية، وسهولة القياس ومراقبة الأداء الحكومي. بالنسبة للقطاع الخاص، هناك جملة من الميزات التي تتحقق بتطبيق الحكومة الإلكترونية، ومنها: استكمال حلقة التعامل الإلكتروني مع العالم الخارجي، والاستفادة من المعلومات الحكومية المنشورة للدراسات، وتقليل العناء على المواطنين، وسرعة الحصول على الخدمة، وتوفير الخدمة في جميع الأوقات.

سابعاً: معيقات تطبيق الحكومة الإلكترونية

نظراً لكبر حجم مشروع الحكومة الإلكترونية، تكون معيقات تطبيقه أكبر. من جملة المعيقات البطء في وضع التشريعات القانونية اللازمة للمعاملات الإلكترونية، وضعف البنية التحتية للاتصالات والمعلومات، وعدم مواكبة التشريعات والنظم الإدارية للمستجدات، وضعف الوعي العام بأهمية ومزايا تطبيقات الحكومة الإلكترونية. ومن أبرز المعيقات أيضاً إلى جانب غياب القوانين والتشريعات، هناك العديد من رجال القانون والقضاء الذين ينقصهم الدراية الكافية باستخدام الكمبيوتر والإنترنت.

- معيقات إدارية: بغياب المفهوم وغموضه، فهناك العديد من الإداريين يجهلون مفهوم الحكومة الإلكترونية.
- مقاومة التغيير: تطبيق الحكومة الإلكترونية يحمل كثيراً من التغييرات على صعيد المنظمات والأقسام والشعب، وإعادة توزيع المهام والصلاحيات مما يستلزم تغييراً في القيادات الإدارية والمراكز الوظيفية والتخصصات الجديدة التي يحتاجونها، لهذا سيكون هناك مقاومة شديدة للتغيير.
- معيقات مادية: الحاجة الكبيرة إلى الإمكانيات المادية لتوفير تقنية المعلومات اللازمة، وهي تقنيات متشابكة ومتكاملة فلا يجوز التدرج في توفيرها بل يجب أن تتوفر في وقت واحد.

- معيقات أمنية: يعد الأمن المعلوماتي من أهم المعيقات التي تواجه تطبيق الحكومة الإلكترونية، إذ أن هناك مجموعة من الأساليب لاختراق المنظومة المعلوماتية، وما يترتب عليه من فقدان خصوصية المستفيدين وسريتهم، حيث من مظاهر الأمن المعلوماتي سرية المعلومات وسلامتها وضمان بقاءها وعدم حذفها أو تدميرها[1].

ثامناً: مراحل الحكومة الإلكترونية

إن مراحل بناء الحكومة الإلكترونية تتطور باستمرار وتقسم إلى: الفهرسة والتعامل والتكامل العمودي والتكامل الأفقي[2]. (الوادي و الوادي، 2011)

المرحلة الأولى: التواجد والتفاعل (الفهرسة)

تتركز الجهود في هذه المرحلة على التمكن من الحضور المباشر للحكومة، حيث يتم بناء صفحات إلكترونية ونماذج مباشرة، تكون المعلومات محدودة وتعبر عن فهارس بها وثائق إلكترونية مرتبة، تمكن المواطن من البحث فيها وإيجاد المعلومات الحكومية ذات الاهتمام بالنسبة له. سميت هذه المرحلة بالفهرسة لأن العمل فيها عبارة عن فهرسة للمعلومات الحكومية وعرضها على شبكة الإنترنت، ولأن الحكومة في هذه المرحلة لا تملك الخبرة الكافية فتلجأ إلى تقليل نسبة المخاطرة بإنجاز مشروع صغير. وبالوصول إلى هذه المرحلة من الحكومة الإلكترونية، وتواجد الحكومة على شبكة الإنترنت يعمل على زيادة راحة المواطنين في الحصول على إجابات لاستفساراتهم بطريقة سهلة، وبتقليل الجهد المبذول من الموظفين المسؤولين عن استقبال الجمهور، وبالتالي يصل المواطن إلى معرفة السياسات والإجراءات، ويتمكن من معرفة الجهة المختصة التي يحتاجها لإنجاز معاملاته، ويقل استخدام الخدمات القائمة مثل الهاتف أو الحضور الشخصي لمكاتب الخدمات الحكومية. تتمثل تحديات هذه المرحلة بعملية الإدارة والتنظيم لتلك المواقع، الحاجة لمراقبة وصيانة المعلومات كلما تغيرت الإجراءات والسياسات الخاصة بالدوائر الحكومية، وأخيراً سرية المعلومات وخصوصيتها عند الإعداد للموقع.

المرحلة الثانية: التعامل

مع تطور المواقع الإلكترونية للحكومة، تزداد رغبة المواطنين باستغلالها أكثر، والحصول على ما يحتاجونه من خلال تلك المواقع بدلاً من الذهاب إلى أماكن تواجد الدوائر الحكومية لإنجاز معاملاتهم. تعتبر مرحلة التعامل بداية للحكومة الإلكترونية كثورة لتغيير طريقة تعامل الجمهور مع

[1] ممدوح ابراهيم، **الإدارة الإلكترونية**، الطبعة الاولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص 155-156

[2] محمود حسين الوادي وبلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتهما المعاصرة**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011. ص 317-321

الحكومة، وتعزز فكرة تعامل المواطن مع الحكومة مباشرة على الخط (ما يطلق عليه Online)، مما يوفر ساعات طويلة من العمل الورقي، ومتاعب السفر إلى مكاتب الحكومة ووقت الانتظار في طوابير مملة. من الأمثلة على العمليات في هذه المرحلة تسجيل المركبات ودفع الضرائب مباشرة أونلاين، ويكون الاتصال في هذه المرحلة في كلا الاتجاهين، يقوم المواطن بتعبئة النماذج الخاصة بالمعاملة التي يريد إنجازها على الإنترنت، وتستجيب الحكومة بمنح الموافقة والإيصالات.

إن المواطن في مرحلة التعامل يقوم بدور فعال وإيجابي ليس فقط من خلال إنجاز معاملته، وإنما أيضاً يسمح له بالاتصال المباشر بموظفي الحكومة من خلال المنتديات، وهذا يختلف عن مرحلة الفهرسة التي تتيح له فقط البحث عن المعلومة، هنا يستفاد من اتصال المواطنين وآرائهم في تحسين جودة النظام المباشر وتقديم الأفضل لهم.

المرحلة الثالثة: التكامل العمودي

في هذه المرحلة يتجه نمو الحكومة الإلكترونية نحو التحول في الخدمات الحكومية، فيجب إحداث تحولات وتغييرات دائمة في نسق الإجراءات الحكومية ذاتها وربما في مفهوم الحكومة نفسه. مع انتشار الخدمات وبلوغها درجة التكامل، تزداد طموحات ورغبات المواطنين، لذلك فإن النمو الطبيعي للحكومة الإلكترونية هو توحيد الأنظمة المجزأة على مستويات مختلفة (عمودياً) ووظائف متنوعة (أفقياً) من الخدمات الحكومية، فعادة ما تحتفظ الهيئات الحكومية بقواعد بيانات مستقلة ليست مرتبطة بالهيئات الحكومية الأخرى في نفس المستوى أو وحدات إدارية مناظرة في مستوى أدنى أو أعلى.

يقوم الاندماج العمودي بين المستويات المختلفة في الدوائر والهيئات الحكومية على توفير قاعدة بيانات مركزية أو من خلال شبكة من قواعد البيانات تتصل مع بعضها البعض لتبادل نتائج المعاملات من نظام مع نظام آخر. والهدف من التكامل العمودي هو دمج الأنظمة المحلية مع النظام العام للدولة، بغرض تسهيل عملية التأكد من معلومات معينة، أو البحث عن معرفة ما ويكون لها تأثير واضح في ربط الأنظمة المختلفة ببعضها البعض. ونظراً لأن المرحلة الثالثة تستهدف الدوائر الحكومية المتناظرة فإن عدداً من القضايا الهامة يبرز تحديات تقنية مثل التخويل الإلكتروني (electronic authentication)، وتطابق صيغ البيانات في حالة التبادل الإلكتروني للبيانات، وكذلك سرية وأمن المعلومات الخاصة بالمواطن.

المرحلة الرابعة: التكامل الأفقي

التكامل الأفقي للخدمات الإلكترونية الموزعة في حاويات وظيفية مختلفة يبين للمواطن قدرة تقنية المعلومات، ويصبح القصور في الطبيعة الوظائفية لكل من القطاع الخاص والعام أوضح مع ازدياد عدد المسؤولين الذين تتكشف لهم الإمكانات المفتوحة للشبكة المعلوماتية. يعمل التكامل الأفقي في هذه المرحلة على ربط قواعد بيانات مختلفة في مجالات وظيفية متنوعة، ويسمح ذلك بالمشاركة في المعلومات وبالتالي فإن المعلومات المخزنة لدى هيئة ما سيتم بثها لكافة الدوائر الحكومية. ومن الناحية الفنية فإن دمج قواعد بيانات متغايرة الخواص، وحل مسألة المتطلبات المتضادة للنظم عبر الهيئات هي حجر عثرة لأي حكومة في هذه المرحلة، فالبيانات والمتطلبات الإجرائية في قطاع الصحة مثلاً قد لا تتقارب مع المتطلبات في أنظمة قطاع آخر.

خلاصة الفصل

لا يختلف الوضع في دولة فلسطين وخاصة في الضفة الغربية – حالة الدراسة – عن الوضع في بقية الدول النامية فيما يتعلق باستعدادها للدخول إلى عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فعلى مدى العقود الثلاث الأخيرة من القرن الماضي، لم تكن المعلوماتية مؤهلة لتنتشر في دولة فلسطين – الضفة الغربية، وذلك لأسباب سياسية واقتصادية واجتماعية وتكنولوجية، إذ كانت الحاسبات كبيرة الحجم وعالية التكلفة، وكان عددها قليلاً جداً، ومع اجتياح ثورة جديدة في مجال المعلوماتية في دول العالم بشكل عام، والدول العربية بشكل خاص، أدى اندماج تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات إلى ظهور شبكات المعلومات، ومن أهمها شبكة الإنترنت، وقد انتشر استخدام الانترنت بشكل ملموس.

وتعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الضفة الغربية في دولة فلسطين، أدوات لإطلاق الإمكانيات الإبداعية والمعرفية المتجسدة في الأفراد، إذ أن أهمية التكامل بين المعلومات والاتصال تأتي من خلال الاستفادة من نظم المعلومات بشكل أفضل، عندما يتم دعمها بوسائل متطورة تتمثل بوسائل نقل سريعة أو معالجة سريعة. إلا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فلسطين تمثل حالة خاصة، من حيث المعيقات السياسية التي تعمل على تأخير تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمتمثلة في عقبة الاحتلال، والتي بدورها تعمل على حجب العديد من الخدمات الإلكترونية بحيث لا تتناسب مع حجم المتطلبات التكنولوجية الأساسية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للمقاولاتية والمقاولاتية النسوية

مقدمة الفصل

تعد المقاولاتية واحدة من أهم القوى في الاقتصاد العالمي وبرزت في دراسات الأعمال والإدارة في العقود الأخيرة، ويرى الباحثون أن النجاح في بيئة الأعمال شديدة التنافس وكثيرة الاضطراب يعتمد على الابتكار والمرونة والإبداع وهي بالأساس مقومات المقاولاتية. هذا الاهتمام المتزايد يؤكد ضرورة إنشاء المؤسسات والمشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تشكل روح المقاولاتية والمبادرات الفردية وتنميها، لما تؤديه من دور كبير في اقتصاداتنا ومجتمعاتنا.

يتناول هذا الفصل من الدراسة ثلاثة مباحث:

1. المبحث الأول: مفهوم المقاولاتية والمقاولاتية النسوية، ويتحدث عن الإطار النظري للمقاولاتية بشكل عام، والمقاولاتية النسوية بشكل خاص، من حيث المفهوم، والخصائص والأنواع، والأهمية الاقتصادية والاجتماعية والعوامل المؤثرة على المرأة المقاولة والنظريات المفسرة للاقتصاد غير الرسمي.
2. المبحث الثاني: واقع المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين، ويتحدث عن واقع المقاولاتية النسوية في فلسطين، وأنشطتها ومجالاتها، وتنميتها في الضفة الغربية، والنظريات المفسرة لها.
3. المبحث الثالث: المعيقات والتحديات التي تواجهها المرأة الفلسطينية المقاولة، ويتناول المعيقات والتحديات التي تواجه المقاولاتية النسوية: الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتشريعية والمعرفية والتكنولوجية.

المبحث الأول: مفهوم المقاولاتية والمقاولاتية النسوية

تعد المقاولاتية في وقتنا الحاضر عنصراً مهماً في العديد من المجالات، مما يجعلها محط اهتمام الحكومات التي تسعى جاهدة لجعلها إحدى روافد التنمية الاقتصادية. ولأن المرأة عنصراً مهماً وأساسياً في التنمية الاقتصادية، أصبح التركيز عليها من الموضوعات التي لا يمكن تجاهلها لارتباطها الوثيق بالنمو الاقتصادي. وفي هذا الفصل سنقوم بالتعرف على المقاولاتية والمقاولاتية النسوية من خلال إدراج ثلاثة مباحث. المبحث الأول يتضمن مفهوم المقاولاتية، ومفهوم المقاولاتية النسوية، خصائص المقاولاتية النسوية، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية النسوية، العوامل

المؤثرة على المرأة المقاولة: دينية وبيئية وأسرية وثقافية والنظريات المفسرة للاقتصاد غير الرسمي. أما المبحث الثاني فيتضمن واقع المرأة في المجتمع الفلسطيني وواقع المقاولاتية النسوية في فلسطين من منظور اقتصادي اجتماعي وثقافي، ومن ثم نستعرض أنشطة ومجالات المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية في دولة فلسطين ممثلة ببعض قصص النجاح المحلية، ومن ثم ننتقل للحديث عن مفهوم تنمية المرأة وعلاقته بالمقاولاتية النسوية، وأخيرا نستعرض بعض النظريات المفسرة للمقاولاتية النسوية، وفي الجزء الأخير نتطرق إلى دور الدولة والحكومة والأطراف الخارجية في دعم المرأة الفلسطينية المقاولة كالمؤسسات الداعمة، وحاضنات الأعمال. وفي المبحث الثالث نتناول بالتفصيل المعيقات والتحديات التي تواجهها المقاولاتية النسوية في فلسطين: الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتشريعية والقانونية والمعرفية والتكنولوجية.

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية

بدأ تناول موضوع المقاولاتية عالمياً منذ بدايات القرن العشرين، عرف جوزيف شومبتر المقاولاتية على أنها "تحمل المخاطر والمسؤولية في تصميم وتنفيذ خطة عمل أو مشروع تجاري أو بداية عمل أو مشروع تجاري"[1]. وكما يتضح من تعريف شومبتر للمقاولاتية بأن الفكرة تتجه نحو إصلاح أو إحداث ثورة في نمط الإنتاج من خلال استغلال اختراع أو إمكانية تكنولوجية غير مجربة لإنتاج سلعة جديدة أو إنتاج سلعة قديمة بطريقة جديدة، عن طريق فتح مصدر جديد لتوريد المواد أو منفذ جديد للمنتجات. فالمقاولاتية تتكون بشكل أساسي من القيام بأشياء لا يتم إجراؤها بشكل عام في المسار الاعتيادي لروتين الأعمال. وعرفت المقاولاتية في الأدبيات السابقة على أنها "العامل المحفز في المجتمع الذي يبدأ بتشغيل مشاريع جديدة، وتوليفات جديدة من الإنتاج والتبادل"[2].

وفي سياق الحديث عن المقاولاتية، اعتبر قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة جزءاً من الأعمال المقاولاتية، والتي تم تعريفها بأنها منظمة أعمال صغيرة أو متوسطة يقيمها أفراد لممارسة نشاط اقتصادي بهدف الربح[3]، ولها خصائص تميزها عن الأعمال المتوسطة وكبيرة الحجم. واهتم علماء الإدارة بهذا القطاع وخاصة الأعمال القانونية المرخصة من الدولة. وعادة ما يهتم بهذا القطاع أطراف عدة منها: الحكومة، المستثمرون، علماء الاقتصاد وعلماء الإدارة. ولما كان الجزء غير المنظم من قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة يعتبر أيضا عملاً مقاولاتياً، ولكن بدون صفة رسمية، فهو لا

[1] Schumpeter, J. **The Theory of economic development. An inquiry into profits, capital, credit, interest and business cycle**. Cambridge: Harvard Universty Press, 1949

[2] Collins, O., & Moore, D. G. **The organization makers**, Englewood Cliffs: Appleton-Century-Crofts, 1970

[3] سعاد نائف برنوطي، **إدارة الأعمال الصغيرة (أبعاد الريادة)**، المجلد الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن، 2010، ص 17

يخضع لقوانين العمل أو الشركات، ولا تتوفر للدولة معلومات عنه، ولا تستطيع إخراج احصائيات عنها، وفي الدول النامية تزداد نسبة هذه الأعمال غير المنظمة ومن يعملون فيها.

من الناحية المفاهيمية، يمكن التفكير في المقاولاتية على أنها عملية تنطوي على ثلاث مراحل وثلاث نقاط انتقالية، وكلها تتأثر باستمرار بالعوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فإن المرحلة الأولى تشمل جميع الأفراد، الذين قد يقرر بعضهم البدء في عمل تجاري. يأتي هؤلاء الأفراد من مصدرين محتملين: جميع المشاركين في القوى العاملة وأولئك الذين هم موظفون في أعمال قائمة. إذا كان المقصود من الشركة الجديدة أن تكون شركة ناشئة مستقلة، يُشار إلى المشاركين فيها على أنهم رواد أعمال ناشئون. وإذا تمت رعاية جهود البدء من قبل شركة قائمة، فإن المشاركين يعتبرون من رواد الأعمال الداخليين الناشئين. إن برنامج تنمية الأعمال التجارية يوفر تركيزاً مفصلاً على المرحلة الثانية في عملية تكوين الأعمال: وهي عملية البدء. وتنطوي هذه المرحلة على عوامل تؤثر على جهود أصحاب المشاريع الناشئين من أجل إيجاد أعمالهم التجارية، فضلاً عن طول الفترة الزمنية التي تنطوي عليها جهودهم في بدء أعمالهم. يمكن أن تأخذ أنشطة بدء نشاط الأعمال المقاولاتية أربعة أشكال: إنشاء شركة جديدة أو وليدة، أو محالة إنشاءها، أو تعليق الجهود لإنشائها، مع توقع الاستمرار في متابعة عملية البدء في وقت لاحق، أو للمقاول أن "يستسلم" ويتخلى عن جهود البدء. أما نقطة الانتقال الثالثة فتتضمن "النتائج" أو الأنشطة اللاحقة للشركة الجديدة؛ أي بمجرد ظهور شركة جديدة، قد تنمو الشركة أو تستمر أو تتوقف[1].

رأى الاقتصاديون الكلاسيكيون الإنجليز أن المقاولاتية هي مورد لرأس المال، ويبدو أن آدم سميث قد حدد المقاول على أنه رجل حكيم "مقتصد، يراكم رأس المال، وهو عامل تقدم بطيء ولكنه ثابت". من ناحية أخرى، رأى جيريمي بينثام أن المقاول هو عامل للتقدم الاقتصادي. يتبين لنا مما سبق أن الفكر الإنجليزي الكلاسيكي حافظ على مفهوم عقيم نوعًا ما عن المقاولاتية[2].

المطلب الثاني: مفهوم المقاولاتية النسوية وأنواعها

إن للمرأة دور مهم وفعال قد تم الاعتراف به في مجال تنظيم المشاريع في عملية التنمية الاقتصادية منذ التسعينات إلى يومنا هذا في مختلف أنحاء العالم. وتساهم المرأة كمقاولة مساهمة كبيرة في تطوير الاقتصاد العالمي لا سيما في الدول منخفضة ومتوسطة الدخل، وفي الدول ذات الدخل المرتفع تتمتع المرأة المقاولة بمستوى تعليمي أفضل منه حالاً في الدول ذات الدخل المنخفض أو

[1] William B. Gartner ،Kelly G. Shaver ،Nancy M. Karter و ، Paul D, Reynolds, **Handbook of entrepreneurial dynamics: the process of business creation**, SAGE Publications , London, 2004
[2] Robert F. Hebert, Albert N. Link, **A History of Entrepreneurship**, Routledge studies in the history of economics, London, 2009

المتوسط. فأكثر من 50% منهن حاصلات على الشهادة الثانوية وأكثر من 25% حاصلات على مؤهلات عليا[1]. واليوم، في عالم الأعمال التجارية، أصبحت روح المبادرة والمقاولاتية حركة أساسية في كثير من البلدان، ومقبولة في جميع مجالات العمل. إن المقاولاتية تشكل ضرورة أساسية بالنسبة لاستمرار دينامية اقتصاد السوق الحديث، وزيادة معدل دخول جديد للأعمال التجارية التي يمكنها تعزيز المنافسة والنمو الاقتصادي، ودخول المرأة مجال المقاولاتية في الشرق الأوسط والمنطقة العربية أصبح أمراً هاماً ويحظى باهتمام متزايد. وتقوم النساء بإنشاء وتشغيل المشروعات في مختلف القطاعات مثلهن مثل الرجال، فكلاً منهما لديه الرغبة في بدء أعماله الخاصة والاستفادة من فكرة العمل في بناء الثروة، والحصول على التمويل اللازم. ولا توجد أي فروق بين الرجال والنساء من حيث القدرة على الابتكار وتحقيق النجاح في العمل المقاولاتي.

اكتسبت المقاولاتية النسوية اهتماماً متزايداً خلال السنوات الأخيرة من حيث النظرية والممارسة والسياسة، مع مساهمة المرأة في عملية النمو في أي بلد على نطاق واسع. وتعتبر ظاهرة حديثة نسبياً في المجال البحثي، وتتداخل فيها عدة عوامل مثل العرق والثقافة والطبقة والتعليم، تؤثر هذه العوامل وتتقاطع مع تجربة المرأة في ملكية الأعمال التجارية. وبتناول المقاولاتية النسوية، من المهم جداً تمييز المرأة عن الرجل، وأن يتم الاعتراف بالأعمال التي تنشؤها وتديرها النساء.

ركزت معظم الدراسات على الخصائص الشخصية لصاحبات الأعمال، بدلاً من الملامح الاقتصادية لنشاطاتهن، وقد تناولت بعض تلك الدراسات أسئلة مشابهة لتلك التي أثيرت حول الرجال من المقاولين، لا سيما المحددات الاجتماعية والنفسية للمقاولاتية بما في ذلك الدافع والخصائص الشخصية –كاتجاه الشخص نحو المخاطرة والإنجاز–والعائلة والخلفية التعليمية.

يرجع المفكر شومبتر العنصر الأساسي في تعريف المقاولاتية إلى الابتكار، أي إنشاء أعمال تجارية جديدة ومنتجات جديدة وتقنيات إنتاج جديدة، كما تميزها المخاطرة، وبحسب هذا التعريف، تعتبر المرأة القادرة على تقييم المخاطر، والتي على استعداد لاتخاذ القرارات في مواجهة قدر كبير من عدم اليقين، والتي تأخذ بزمام المبادرة، وتحدد احتياجات السوق، وتجمع وتنظم الموارد لتلبية تلك الاحتياجات، تعتبر امرأة مقاولة[2].

[1] هالة محمد لبيب عنبة، **المشروعات الصغيرة للشباب ما بعد عصر ريادة الأعمال**، مؤسسة الأمير محمد بن فهد للتنمية الإنسانية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2017، ص 283

[2] Baldrige, M. **Women and Business Ownership - An Annotated Bibliography**, US department of Commerce, Washington, 1986, p.9

وقد عرفت جمعية النساء العاملات لحسابهن الخاص (SEWA) التي تأسست سنة 1972 في الهند النساء المقاولات بأنهن النساء اللواتي يكسبن رزقهن من خلال امتلاكهن لأعمال صغيرة، ولا يعملن بدخل ثابت كموظفي القطاع الرسمي أو العام[1].

وعلى الرغم من تعدد التعريفات لظاهرة المقاولاتية النسوية، لا بد الإشارة إلى النواحي التي قد يشملها تعريف، أو نواحٍ أخرى قد يركز عليها تعريف آخر: من الناحية الاقتصادية، من الناحية الاجتماعية، من حيث التغيير التقني، أو من حيث ملف تعريف نفسي معين. حيث يميز بعض الخبراء في مجال الدراسات حول المقاولاتية بين المقاولة بحد ذاتها، وصاحبة الأعمال الصغيرة. بينما تشمل بعض التعريفات جميع صاحبات الأعمال المستقلات؛ وتعريفات أخرى تشمل مديرات لبعض الشركات الكبيرة. وتعتبر المقاولة بحسب هذه التعريفات امرأة مستقلة وناجحة وتخاطر بأصولها من أجل المشاركة في أي مكاسب نقدية مستقبلية مرتبطة بمشروع. وبالنظر إلى الواقع الاجتماعي للمرأة، شجعت القوالب النمطية لدور المرأة الاجتماعي على حصره في كونها ربة منزل وأم، مما يقيد حريتها في أن تكون مقاولة وصاحبة أعمال، ويعزو هذا الفكر الدور الاقتصادي للرجل في المقاولاتية. ويرى هؤلاء المفكرون أن التنشئة الاجتماعية السائدة للمرأة، والسمات الشخصية الناجمة عن عملية التنشئة الاجتماعية هذه تشكل حواجز رئيسية أمام نجاح تنظيم المشاريع بين النساء.

المطلب الثالث: خصائص المقاولاتية النسوية

لا يمكن تصنيف المقاولون والمقاولات ووضعهم في قالب واحد، ولا يمكن لمجموعة واحدة من الخصائص أن تتنبأ بمن سيصبح مقاولاً، وما إذا كانوا سينجحون أم لا. في الواقع، يبدو أن التنوع سمة مركزية للمقاولاتية، ومع ذلك، حتى مع وجود مجموعة متنوعة من التعريفات المختلفة للمقاولاتية، يمكننا اكتشاف بعض الموضوعات والخصائص المشتركة. على الرغم من أن النظرية في المقاولاتية غير متطورة، إلا أن الأدبيات تكشف عن انشغال واهتمام بنجاح أو فشل المقاولاتية والشركات الفردية. ومن الأفضل اتخاذ نظرة شمولية للمقاولاتية الناجحة، والتي تستند إلى الأدبيات الكلاسيكية والمؤلفات الحديثة في هذا المجال. ومن هنا ينتج عن هذا رؤية للمقاولاتية تعكس عناصر الابتكار والتغيير الاجتماعي والاقتصادي والمخاطرة والمكافأة، وهذه العوامل المكونة للمقاولاتية الناجحة يتم التعرف عليها في الأدبيات الحديثة التي تدعو إلى التركيز على سلوك إنشاء مشاريع جديدة.

[1] Datta, R, **From development to empowerment: The self-employed women's association in India**, International Journal of Politics, Culture and Society, *16*(3), 2003, p. 351–368. doi:https://doi.org/10.1023/A:1022352227601

ومن خلال الجمع بين وجهات النظر المتنوعة، يبدو أن المقاول/المقاولة يظهر الخصائص التالية[1] (Zhao, 2006)

1. الرؤية: يُعتبر المقاولون والمقاولات ناجحين، ولو جزئياً، إذا تصوروا مستقبلًا لا يراه الآخرون أو يفكرون فيه ممكنًا في مجالهم. أيضاً، من مفاتيح نجاح المقاولاتية قدرتهم على تفعيل هذه الرؤية، أو خلق المستقبل الذي تصوروه، لأنه وببساطة سيبقى مجرد حلم إذا بقي بدون عمل.
2. الابتكار: نظرًا لأن المقاولون/المقاولات هم الأشخاص الذين ينشؤون أسواقًا جديدة، و/أو منتجات جديدة، و/أو خدمات جديدة، فإن ذلك يتضمن التغيير، وإحداث ثورة، والتحول، وإدخال مناهج أو أنظمة جديدة. لذلك، يمنح المبتكرون الموارد بقدرة جديدة على تكوين الثروة. والأهم من ذلك، أن الابتكار يسمح لأصحاب المشاريع بالبقاء في الصدارة سواء كان ذلك من خلال تطور العمليات أو ثورة الأفكار.
3. الشغف للعمل: ينبع الشغف لدى المقاول/ة من إيمانه بأن الأعمال المقاولاتية ستؤثر بشكل إيجابي على حياة الناس، مما يفسر سبب ترك بعض الناس للوظائف الآمنة لبدء شركات خاصة بهم، والسبب الذي يجعل أصحاب الثروات الهائلة مثل بيل غيتس صاحب شركة مايكروسوفت مواصلة العمل حتى بعد تحقيق الأمن المالي. يجب على المقاول أن يبقى متحمسا لفكرته المقاولاتية، فعلى الرغم من المكاسب التي يمكن تحقيقها، من المهم جداً فهم العيوب المحتملة والمخاطر، وعليه أن يظل مرناً بما فيه الكفاية لتعديل الفكرة عندما يكون من الضروري القيام بذلك.
4. القدرة على الإقناع: الإقناع صفة مهمة جداً يجب أن تتوفر لدى المقاول/المقاولة، وتتصل بشكل مباشر بالعلاقة مع الآخرين. وحتى ينجح المقاول/المقاولة في عمله، عليه أن يكون قادراً على إقناع من حوله وزبائنه أو على الأقل إقناعهم بأفكاره، وتمكنه من قيادة الآخرين وإلهامهم. المقاول/المقاولة هو شخص قادر على التواصل مع الآخرين، ولديه المهارات الكافية لإقناعهم بأفكاره، ويستخدم الحجج المنطقية والثبات على آرائه في ذلك.
5. تحديد الفرصة: بغض النظر عن خلق أو تحديد الفرص، يعمل المقاول/المقاولة على التعرف على تلك الفرض واستغلالها بالاعتماد على مواهبهم في ذلك. ويرى باحثون أن المقاول/المقاولة الناجح يسعى للحصول على الفرصة بينما يسعى الآخرون إلى الاعتماد على المخاطرة. وهكذا فإن مفهوم تحديد الفرص يمتد إلى عناصر الرؤية والابتكار.

[1] Zhao, F. **Entrepreneurship and Innovation in E-business, An Integrative perspective**, Idea Group Publishing, USA, 2006, p. 182-184

6. خلق القيمة: وهذا ينطوي على القدرة على صياغة فكرة تجارية صلبة في الأعمال التجارية قابلة للحياة. وهذا يعني تطوير نموذج الأعمال، وتشكيل فريق مشروع جديد، وجمع الأموال، وإقامة الشراكات، وإدارة التمويل، وقيادة وتحفيز الموظفين. كما يتطلب القدرة على ترجمة الفكر والإبداع والخيال إلى أفعال ونتائج قابلة للقياس.
7. النمو: شملت التعريفات التقليدية لنجاح المقاولين/المقاولات في مشاريعهم مؤشرات نمو ملموسة مثل نمو الإيرادات، وزيادة حصة السوق، وأرباح النمو. ولكن الأمر يتعلق أحياناً بإهمال النظر في النتائج غير الملموسة في تنمية الأعمال التجارية والسعي وراء الفرص عند ظهورها.
8. التغيير الاجتماعي والاقتصادي: إن إحدى النتائج الرئيسية لنشاط المقاولاتية مكافأة لأصحاب المشاريع الفردية، حيث يمكن أن يؤدي نشاطهم إلى إحداث تغيير اقتصادي واجتماعي إيجابي وسلبي على حد سواء. وقد تشمل الفوائد الإيجابية التقدم في التكنولوجيا، وزيادة مستويات العمالة والإنتاجية، وتحسين نوعية الحياة، فضلاً عن تحسين الكفاءة. وفي المقابل، قد تحدث نتائج سلبية مثل الضرر البيئي، والاضطرابات الاجتماعية، وانتهاك حقوق الأفراد. وفي حين أن هناك تفسيراً بأن نشاط المقاولاتية سينهض بالاقتصاد والمجتمع، يمكن القول بأن بعض الابتكارات تحقق عكس ذلك تماماً.
9. المخاطر المالية: يتعرض المقاول/المقاولة لمخاطر مالية، على حد سواء، أفراداً كانوا أو مستثمرين خارجيين. وغالباً ما يكون العائد على الأموال المستثمرة في الأعمال التجارية غير مؤكد –ولكن عدم اليقين هو الذي يوفر، في المقام الأول، فرصة الربح. ويرتبط نجاحهم ارتباطاً وثيقاً بالطريقة التي يرون بها المخاطر ويديرونها.
10. المثابرة رغم الفشل: لأن المقاول/المقاولة عادة ما يحاول شيئاً جديداً، فإن معدل الفشل المرتبط بجهودهم مرتفع بطبيعة الحال. وقد يتطلب تطوير فكرة تجارية جديدة درجة معينة من التجريب قبل تحقيق النجاح، حيث تحدث انتكاسات وإخفاقات خلال هذه العملية. وهذا بحد ذاته يعد اختباراً لقدرتهم على المثابرة من خلال النكسات والفشل. وفي الواقع، هناك قدر معين من الخوف يعتبر صحياً عند السعي وراء أفكار جديدة. ومن هنا نرى أن المقاول/المقاولة شخص متفائل بطبعه يبدأ بنفسه ويبادر بالأفعال، وقادر على التعامل مع الأمور الغامضة واتخاذ القرار حتى لو لم تتوفر له المعلومات الكافية[1].

[1] Elmuti, D., Khoury, G., & Abdul-Rahim, B. (2011). Entrepreneur's personality, education and ventrue effectiveness: Perceptions of Pelestinian entrepreneurs. *Journal of Development Entrepreneurship, 16*(2), 4. doi:10.1142/S1084946711001823

ومن السمات الشخصية التي يفضل أن يتمتع بها المقاول/ المقاولة حتى يستطيع أن يحقق أهدافه، الثقة بالنفس، المثابرة والتصميم، الطاقة والاجتهاد، الحيلة والذكاء، القدرة على تحمل المخاطر المحسوبة والمتوقعة، الحاجة للإنجاز، الإبداع، روح المبادرة، المرونة، الاستجابة الإيجابية للتحديات، الاستقلالية، بعد النظر، الديناميكية، القيادة، البراعة، معرفة المنتج والسوق والآلات والتكنولوجيا، القدرة على التوافق مع الناس، الاستجابة للاقتراحات والنقد، فكر الاتجاه نحو الربح، الإدراك والتفاؤل[1].

الشكل رقم (13): صفات المقاول/المقاولة

المصدر: (دهرار، 2021)[2]

المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية النسوية

بالنظر إلى بعض الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة واليابان، وتجاربها الرائدة في مجال الأعمال المقاولاتية، نرى بوضوح اعتراف تلك الدول بأن روح المقاولاتية تكمن في شعوبها، والشعوب هي من حولت صناعاتها الصغيرة القائمة على الزراعة إلى صناعات

[1] Baldrige, M. **Op. Cit.,** p.9

[2] هشام دهرار، **رائد الأعمال وحل المشاكل: كيفية العثور على الحلول الريادية**، 7 مارس، 2021، تم الاسترداد من أكاديمية حسوب: https://bit.ly/42vsQvh

كبيرة. وقد حددت هذه البلدان كذلك الحاجة إلى تعزيز روح المبادرة بين الناس لتحقيق مستويات أعلى من النمو الاقتصادي. وبالتالي فإن المقاول/المقاولة يعتبر مكوناً رئيسياً بين عوامل الإنتاج، ولديه إمكانات هائلة لتحفيز المكونات الأخرى مثل الأرض، والعمالة، ورأس المال نحو توليد الإنتاج، والدخل، والتوظيف.

وبالحديث عن هذه الدول المتقدمة، فإن من بين ما يميزها وجود اقتصاداً مخططاً مركزياً، وتحولت إلى اقتصادات متحررة بشكل متزايد. إن التحرر الاقتصادي يعني النقل التدريجي للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، إلى أيدي القطاع الخاص. فالخصخصة تعني في الواقع توجه الاقتصاد، أكثر فأكثر نحو قوى السوق المحلية والإقليمية والوطنية والدولية. وفي هذا السياق تؤدي الحكومة دوراً في التمكين وتيسر توفير مرافق البنية التحتية المناسبة للإنتاج. وأولئك الذين لديهم إمكانات المقاولاتية والميل إلى تحقيق إنجازات سيستفيدون من هذه المرافق.[1]

لقد عززت الثورة الصناعية مفهوم المقاولاتية في الاقتصادات المتقدمة، بينما لم يكن الحال نفسه في البلدان غير المتطورة، ومن أسباب ذلك كون تلك البلدان عانت وبعضها لا زال يعاني من الاستعمار. قامت بعض تلك البلدان بعد التحرر من الاستعمار مباشرة، بالاهتمام في تطوير الصناعات الصغيرة الناشئة لتحقيق التنمية الاقتصادية، بالرغم من وجود بعض العوامل المثبطة للتعجيل بعملية التصنيع، والتي كان من أهمها: غياب المناخ الصناعي والتنظيمي الملائم، وعدم وجود قاعدة صناعية مقرونة بنقص الوصول إلى التكنولوجيا ذات الصلة. وأدى عدم توافر الموهبة في مجال المقاولاتية إلى التأثير سلباً على تنمية المشاريع الحديثة الصغيرة والشركات الصناعية التي تحتاج إلى قاعدة محلية لتنظيمها. وبالرغم من كل تلك المثبطات، استفاد الكثير من الدول النامية من تجارب الدول المتقدمة في الدور الفعال للمقاولاتية في تحقيق التميز الصناعي، واتخذت من ذلك عاملاً مشجعاً على التخلص من مشاكلها وتشجيع المقاولاتية لتعزيز الإنتاج الوطني، وتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة، وتوفير فرص عمل أفضل في القطاع الخاص.

تعمل المشاريع المقاولاتية سواءً للنساء أو الرجال على توفير الكثير من الحلول الاقتصادية خاصة في البلدان النامية، والتي تشهد أزمات اقتصادية ومجتمعية بسبب ازدياد نسب البطالة، وتنعكس هذه الأزمات انعكاساً سلبياً على أمن واستقرار المجتمع. إن من أهم العوائد الإيجابية للمشاريع المقاولاتية على الاقتصاد: دعم التنمية الاقتصادية عن طريق خلق فرص عمل جديدة، ولقطاعات مهمشة في المجتمعات التي تعاني من أزمات اقتصادية وارتفاع في نسب البطالة، خاصة

[1] Rani, D. L. **Women Entrepreneur**, A.P.H Publishing Corporation, New Delhi, 1996, p.4

بين النساء. القدرة على استيعاب الأيدي العاملة وتعد بيئة مناسبة لاستثمار الطاقات البشرية. تعمل هذه المشاريع على إيجاد صناعات جديدة ترفد السوق المحلي، وتخفف من الاستيراد وتنعش الاقتصاد المحلي، وبالتالي تنعكس على الفرد الذي يستطيع الحصول على نفس السلع بأسعار مناسبة. كما تعمل المشاريع المقاولاتية على تقليل نسبة الفقر في المجتمع من خلال فرص العمل التي توفرها، وزيادة معدل الدخل لكل من الفرد والأسرة، مما يعزز عجلة الاقتصاد. وتعزز المقاولاتية الإبداع والابتكار مما يسهم في دعم التنمية الاقتصادية.

الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية:

تبرز أهمية المقاولاتية في جانبين مهمين: الاجتماعي والاقتصادي، فلها أهمية بالغة تظهر من خلال الدور الذي تقوم به في الحد من مشكلة البطالة، جراء توفيرها لفرص العمل في مجالات واسعة، ولقطاعات مثل توفير فرص العمل للمجرمين المسرحين بإعادة إدماجهم في المجتمع، ومن ثم فإنها تستفيد من كفاءات وخبرات وتجارب هؤلاء، وعليه فإن الدور الذي تقوم به يؤثر في الجانب الاقتصادي والاجتماعي على حد سواء.

تساهم المقاولاتية في التنمية الاقتصادية وتساعد على تجنب الآفات الاجتماعية، حيث تعاني القوى العاملة في معظم البلاد النامية التي تتصف بالنمو السريع، من مشكلة البطالة بنوعيها السافرة والمقنعة وقلة توفر فرص العمل، فإن مساهمتها في امتصاص تلك البطالة يقضي على وقت الفراغ الذي يمارس فيه أفراد المجتمع سلوكيات غير سوية، تؤدي إلى الانحراف والفساد الاجتماعي، وعليه يتم استغلال طاقات هؤلاء لإفادة المجتمع لا الضرر به.

كما تعتبر مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي، والذي يظهر في دمج الفئة النسوية في مختلف الأنشطة التي تميل إليها الإناث كالخياطة، التطريز، صناعة الحلويات، مختلف المشغولات الأخرى، تؤدي إلى الرفع من مستوى المعيشة لدى هذه الفئة، ومن ثم الرفع من مستوى مساهمتهن في النشاط الاقتصادي.

كما يعمل اكتساب القيم الاجتماعية التي يتوارثها الأجيال من مهارات حرفية تمارس ضمن الأسرة الواحدة، على تكوين فئة عمالية منتجة تعمل في نسق قيمي واحد متكامل في أداء الأعمال. وتعتمد الصناعات الكبيرة على تلك الصغيرة والمتوسطة، من خلال قيامها بدور الوسيط في بعض الأحيان بين المؤسسة الكبيرة والمستهلك، ومن خلال تزويد المؤسسات الكبيرة بكافة الأجزاء والمستلزمات التي تنتجها، وبالتالي تحصل عليها بتكلفة منخفضة وبدقة أكبر. كما تقوم المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة بالاقتراض من المؤسسات المالية من أجل إنشائها فتعمل على تنشيط مؤسسات الإقراض.

وتوفر هذه المؤسسات فضاءات واسعة لتفجير الطاقات، وكل من له قدرات وإمكانيات ومهارات ليطبق أفكاره ويقيدها بإبداعه، وبالتالي يكتسب من جانبه الاحترام والتقدير من المجتمع ومن ذاته زيادة على رفع مكانته من خلال الرفع من مستوى معيشته.

كما تعمل المقاولاتية على التوزيع المتوازن للسكان، لأنها تمنعهم من التدفق إلى المدن سعياً وراء فرص العمل، ونظراً لمحدودية نشاطها وصغر حجمها فإنها تعطي فرصة للمستخدمين فيها للقيام بعدة مهام وأعمال في فترة زمنية صغيرة، ما يجعلهم يتحصلون على معارف جديدة وكثيرة، فتزداد خبرتهم بسرعة قياسية، وبامتلاكهم لهذه الكفاءة يستطيعون اتخاذ القرارات الهامة في أعمالهم. إضافة إلى أن هناك أهمية تكتسبها هذه المؤسسات من أبرز خصائصها ن وهي المعرفة التفصيلية للعملاء والعلاقات القوية بالمجتمعات المحلية التي تحيط بها.

وقد لخصت دراسة (سايحي، هاني، و جنيدي، 2021)[1] أن الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة تبرز من خلال:

- إيجاد فرص عمل جديدة وامتصاص للبطالة.
- نواة للمشروعات الكبيرة ودعمها من خلال إنتاج ما تحتاجه من مواد ومستلزمات.
- تقليل حجم المغامرة والتجاوب السريع للمتغيرات.
- إعادة استثمار مخلفات المشروعات الكبيرة.
- زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هياكل الأعمال والمجتمع.
- الحد من الهجرة من الريف إلى المدن وتحقيق العدالة الاجتماعية وتوزيع الثروة.
- التجديد والابتكار والقدرة على ردم الهوة بين المعرفة وحاجات السوق.
- تنمية الصادرات والمحافظة على استمرارية المنافسة.
- العمل على التطور والاقتصاد وتعظيم العائد الاقتصادي.

[1] الخامسة سايحي، نوال هاني، و مراد جنيدي، **واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر – المشاريع الصغيرة والمتوسطة نموذجاً**، مجلة المؤسسة، المجلد 10، العدد 01، 2021، ص 175-188

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة على المرأة المقاولة

فرضت التحولات الاقتصادية المتسارعة والمتتالية التي يشهدها العالم اليوم في إطار نظام اقتصادي عالمي جديد، سياسات اقتصادية حول تحرير التجارة الخارجية وتشجيع القطاع الخاص، وتوجيه اليد العاملة التي تتلاءم مع حاجيات سوق العمل، ومن جهة أخرى عملت هذه التحولات على تقليص الدور الحكومي وتشجيع اللامركزية وتعزيز دور المجتمع المدني وإرساء دعائم مجتمع المعرفة[1].

يتأثر عمل المرأة المقاولة بعدة عوامل، منها الدينية والبيئية والأسرية والثقافية، وتنوعت أعمالها المقاولاتية، وتطورت من بعض الأعمال اليدوية التي كانت تنشأ من المنزل، أو مشاركة زوجها العمل في الحقول الزراعية، ومع التطورات الاجتماعية والاقتصادية وزيادة أعباء الحياة ورغبتها في تحقيق ذاتها، بدأت بالخروج إلى سوق العمل، وتنوعت الوظائف التي تشغلها، وأصبحت عنصراً أساسياً في المشاريع المقاولاتية.

أولاً: العوامل الدينية

جاء في جميع الأديان السماوية ما يحفظ للمرأة حقوقها وكرامتها، فهي تعتبر الأم والأخت والزوجة والابنة. وكان من أولى مسؤولياتها رعاية أسرتها وتربية أبناءها، ولكن هذا لم يمنع حقها في العمل، مع ألا يتعارض مع واجبها الأساسي في الأسرة. فجاء الدين الإسلامي محافظاً لها على هذه المكانة من الكرامة، وحامياً لكافة حقوقها، ولم يشكل معيقاً لها في خدمة أسرتها، ومساهمتها في خدمة المجتمع وتنميته اجتماعياً واقتصادياً. لكن الفهم الخاطئ لدى البعض حول خروج المرأة للعمل وعلاقة الدين به، وأنها بذلك تختلط بالرجال بسبب متطلبات العمل، أدى ذلك إلى انتشار فكرة التحرر ومخالفة المرأة لتعاليم الشريعة الإسلامية، وتلك الفئة لا زالت تعتقد بتبعية المرأة للرجل في كل الأمور، وبالتالي فهي غير قادرة على تحمل مسؤوليات العمل، ولا تمتلك القدرات اللازمة لمواجهة العالم الخارجي من قوة وإرادة وشخصية قوية. ويسعى هؤلاء لفرض سيطرة الرجل على المرأة لحجبها عن المشاركة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، متذرعين بأن الخروج للعمل يتعبها جسدياً، مما يؤثر سلباً على تأدية دورها كاملاً في بيتها وبالتالي يتأثر استقرار الأسرة والمجتمع عموماً.

ثانياً: العوامل الأسرية والبيئية

[1] عائشة بلعربي، **أي دور لصاحبات الأعمال العربيات في التنمية الاقتصادية؟** لمنتدى العربي حول الدور الجديد للقطاع الخاص فى التنمية والتشغيل، الرباط ، 2008

عند تناول أثر العوامل الأسرية على عمل المرأة المقاولة، لا بد من الإشارة هنا إلى أهمية الأسرة ودورها الرئيس في تنمية الشخصية للإنسان عموماً، فهي تمثل مكان الراحة والأمان والحب، وفي المجتمع الفلسطيني نجد الأسرة تتمتع بالاستقرار، وتمتاز بأنها أسرة نووية وليست ممتدة، إعالتها تقع على مسؤولية الزوج وتشارك المرأة في الإعالة خصوصاً في السنوات الأخيرة. وتهتم الأسرة الفلسطينية بتعليم أبنائها وإرسالهم إلى الجامعات، ويشارك الأبناء الكبار في رعاية إخوتهم الأصغر سناً. والأسرة الفلسطينية تتمتع بالخصوبة العالية بمعدل 7 أفراد، ونسبة تعليم الأبناء من أعلى النسب في العالم[1]. وبمقارنة وضع الأسرة في الوقت الحاضر عما كانت عليه في السابق، نجد أنها قديماً كانت تحت قبضة الرجل وخوفه على مكانته، فعندما تحقق المرأة استقلالها اقتصادياً وتثبت وجودها الاجتماعي، تهدد بذلك من سلطة الرجل، فيحرص على منع المرأة من العمل والمشاركة الفاعلة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. أما في وقتنا الحالي، أصبحت المرأة تركز اهتمامها على مسارها المهني، وطموحاتها الشخصية، وأهدافها الذاتية. كما أن فكر الرجل بدأ يتغير وأصبح يساعد المرأة في المهمات الزوجية والبيتية، على الرغم من ذلك، تبقى المرأة صاحبة النصيب الأكبر من المسؤوليات وتتحمل العبء الأعلى للمهمات داخل المنزل ورعاية الزوج والأبناء. ونجد المرأة الفلسطينية ذات مكانة كبيرة في المجتمع وتشغل مناصب عالية في المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أيضاً. كما أن هناك عائلات فسحت المجال المقاولاتي أمام النساء ليكن سيدات أعمال مقاولات.

ثالثاً: العوامل الثقافية

بالرغم من التطور الذي شهده المجتمع الفلسطيني في السنوات الأخيرة، وبالرغم من سطوة الاحتلال وما يمارسه بحق جميع الفئات من رجال ونساء وأطفال، فقد نتج تحسن واضح في المستوى الثقافي والفكري للمرأة، ولكن لا يمكننا التغاضي عن بعض العادات والتقاليد البالية التي ليس لها ارتباط بالدين ولا بالثقافة، إلا أنها ذات قوة لا تقل أهمية عن القوانين التشريعية، وتلعب دوراً مهماً في تحديد حياة الأفراد داخل المجتمع الفلسطيني. ونتاجاً لتلك العادات والتقاليد نجد للرجل سلطة لها تأثير على القرارات المهنية للنساء، ويتجه بعض الآباء للتدخل في المسارات التعليمية لبناتهم على أساس بعض القيم والعادات والوسط الاجتماعي والثقافي.

تميل الكثير من النساء عموماً وحتى في مجتمعنا الفلسطيني إلى مراعاة البيت والأسرة عند اتخاذ قرار التوجه للعمل، سواء كان هذا العمل وظيفة في مؤسسة عامة أو خاصة أو حتى عملاً

[1] هبة خالد سليم، **محاضرات النجاح**، 2019، تم الاسترداد من الأسرة الفلسطينية: bit.ly/42uISFR

مقاولاتياً، بحيث تراعي عدم التعارض مع دورها في البيت، فقد تتجه نحو التعليم والتمريض وما شابه من أعمال، لأن الثقافة السائدة عملت على تأخير الانفتاح النسائي في مواجهة الخطر وتحمل نتائجه، ومما لا شك فيه أن معتقدات الوالدين والأهل والمجتمع تؤدي أدواراً محددة في تعيين أخلاق وسلوك واهتمام كلاً من الذكر والأنثى.

وبالرغم من كل ما سبق، لم تستسلم المرأة لحكم التقاليد والتقاليد المقيدة لطاقاتها وطموحاتها، لأن بعضها تطمس شخصية المرأة، ولا تعطي لها الفرصة ليكون لها تأثيراً واضحاً في شؤون المجتمع والحياة، ولا تسمح لها بالتعليم والمساهمة في خدمة المجتمع. إن مساهمة المرأة في عملية التنمية ضرورية جداً، فهي نصف المجتمع وتكمل المجتمع بتعاونها مع الرجل، فالتقاليد الصالحة تحافظ على كيان المجتمع أما التقاليد الخاطئة فأساسها التحيز، لهذا فهي معوقة لتنمية وتطور وتقدم المجتمعات لأنها تقف في وجه التغيير والتجديد[1].

وأخيراً، إن تثقيف المرأة وتعليمها ومشاركتها في المجالات المختلفة التي تتناسب وطبيعتها كامرأة، لا يمكن إلا أن يحقق لها مكانةً وشأناً يرفع ذاتها ويثبت للمجتمع أنها كانت ولا زالت شريكة للرجل في معظم مجالات الحياة، وعنصراً داعماً وفاعلاً لتحقيق الرقي المنشود.

المطلب السادس: النظريات المفسرة للاقتصاد غير الرسمي والمقاولاتية النسوية

أطلقت العديد من المسميات على هذه الظاهرة، كالاقتصاد الخفي، والاقتصاد الأسود، والاقتصاد غير المنظم، واقتصاد الظل، وكلها مصطلحات تدور حول معنى واحد وهو الاقتصاد الذي لا يحسب ضمن الناتج الكلي أو الإجمالي للدولة، ويشمل ذلك كل نشاط لا يدخل ضمن احصائيات الدولة. وتشترك معظم دول العالم في هذه الظاهرة، وقد يكون أي شخص قد شارك فيها بشكل أو بآخر بعلم منه أو من غير علم، على سبيل المثال، أن يتلقى شخص مالاً مقابل درساً خصوصياً أو شراء سلعة من بائع متجول، وغيرها الكثير من الأمثلة[2].

قدم مؤتمر العمل الدولي لعام 2002 تعريفاً للقطاع غير المنظم في العمل، واستعاض بمصطلح "الاقتصاد غير المنظم" بدلاً من المصطلح السابق، وشمل هذا التعريف جميع الأنشطة التي لا تشملها الترتيبات النظامية أو لا تتطرق إليها بما فيه الكفاية في القانون أو في الممارسة. وبحسب

[1] خليل أحمد خليل، **المرأة العربية وقضايا التغيير**. دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1985

[2] بوجورفة بناصر، **علاقة السببية بين الفقر والاقتصاد غير الرسمي دراسة حالة الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، تلمسان، الجزائر، 2014، ص. 119-120

منظمة العمل الدولية يفتقر الاقتصاد غير الرسمي إلى الحماية الاجتماعية ولا يوجد مكان للحقوق في العمل، وغالباً ما تكون أماكن العمل غير آمنة وغير صحية مصحوبة بأخطار قد تتهدد الحياة، وبالرغم من ساعات العمل الطويلة، تكون الإنتاجية منخفضة والعائد المادي قليل، والوصول إلى الموارد كالتمويل والتكنولوجيا والأسواق محدوداً إلى حد ما، وبالتالي يعاني هذا القطاع من نقص في التمثيل والحقوق ويكون خارج نطاق تشريعات العمل وتدابير الحماية في موقع العمل[1].

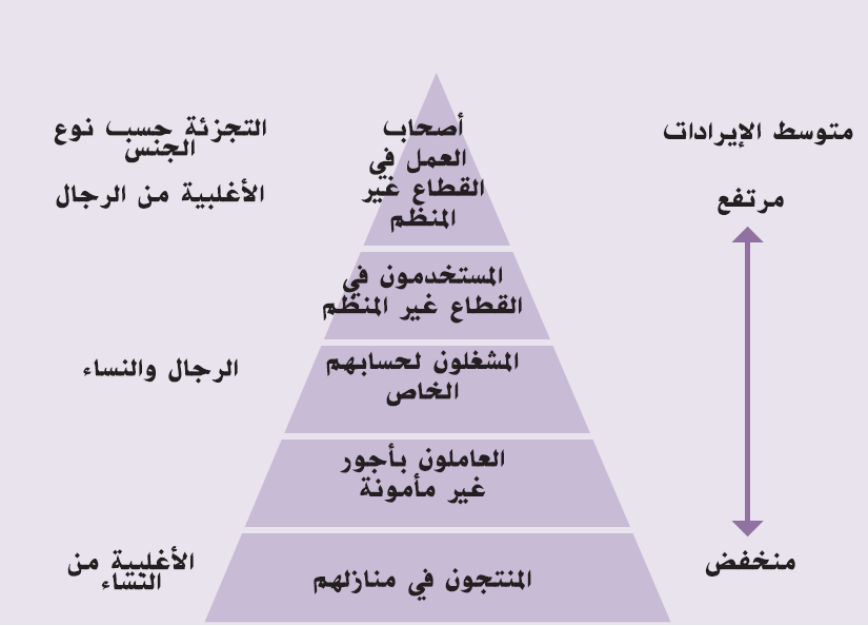
خضع مفهوم الاقتصاد غير الرسمي للعديد من الأبحاث والنقاشات التي أضفت عليه أبعاداً جديدة لم تدرك سابقاً، وجعلت منه مفهوماً ضيقاً حين كان يطلق عليه "الاقتصاد غير المنظم". جعلت منه النظريات الجديدة المفسرة له، ظاهرة مؤقتة من شأنها أن تتبدد مع التنمية الاقتصادية، وسلطت عليه الضوء في ظل نموه وانتشاره في البلدان النامية وحتى في بعض البلدان المتقدمة. وبتناول القرارات الصادرة عن مؤتمر العمل الدولي لعام 2002، بشأن الاقتصاد غير المنظم، تنوعت الأنشطة فيه وتباينت، كما أصبحت تشمل العمل العارض والهش داخل الاقتصاد غير المنظم.

ووفقاً للمؤتمر الدولي الخامس عشر لخبراء إحصاءات العمل الذي عقد في عام 1993، تم تصنيف الفئات المختلفة التي تندرج تحت الاقتصاد غير الرسمي، إذ كان يضم أنشطة اقتصادية صغيرة الحجم ينتمي إليها عدة اشخاص يعملون لحسابهم الخاص، ويشغلون عدداً قليلاً من العمال، ثم تطور المفهوم واتسع مجاله ليشمل جميع الوظائف في منشآت الأعمال الفردية الخاصة غير المسجلة وصغيرة الحجم، التي تعمل على إنتاج سلع وخدمات موجهة للبيع أو المقايضة[2]. ومع ذلك، لا يمكن اعتبار كل من ينتمي لفئة الاقتصاد غير المنظم تحت مظلة الفقر، بمعنى أن هناك فئة منهم بدأوا أعمالهم وطوروا منشآتهم، وتجاوزوا حد الفقر. وقد توجد شركات منظمة ولكن تختار البقاء على هيئة الصفة غير المنظمة، من حيث عدم إبلاغ عن الدخل للسلطات الضريبية، أو عدم تسجيل أسماء الملاك والعمال لدى وزارة العمل، أو نظام الضمان الاجتماعي.

[1] منظمة العمل الدولية، **قياس الاقتصاد غير المنظم: معالجة التحديات الإحصائية**، التقرير السادس، جنيف، 1993

[2] منظمة العمل الدولية، **العمل اللائق والاقتصاد غير المنظم**، 2022، جنيف. تم الاسترداد من http://www.ilo.org/emppolicy/areas/informal-economy/lang-en/index.htm

الشكل رقم (14): التجزئة حسب الجنس في الاقتصاد غير المنظم



المصدر: (UNIFEM, 2005)[1]

هناك ثلاث نظريات أو وجهات نظر حول دور الاقتصاد غير المنظم في التنمية الاقتصادية، الرومنسية والطفيلية ونظرية الاقتصاد المزدوج[2].

هناك عدة نظريات تفسر هذه الظاهرة، قدم لها مؤتمر العمل الدولي لعام 2002 عدة تفسيرات والتي منها[3]:

- الفقر: يعتبر الفقر وقلة فرص الحصول على سبل الرزق من العوامل الكامنة وراء السمة غير المنظمة للعمل ومن أهمها على الإطلاق، على الرغم من عدم اعتبار من يندرجون تحت الاقتصاد غير المنظم فقراء. ويحول تدني المداخيل ومحدودية فرص الوصول إلى المؤسسات العامة دون استثمار الفقراء في تطوير المهارات، التي يمكن أن تحفز قابلية الاستخدام والإنتاجية لديهم، وتكفل حمايتهم من الصدمات والمخاطر التي تتهدد الدخل. وتشكل صعوبة الوصول إلى التعليم والمعرفة بالمهارات المكتسبة في الاقتصاد غير المنظم عائقاً أمام دخولهم إلى الاقتصاد المنظم، وأيضاً قلة فرص الحصول على عمل في المناطق الريفية

[1] UNIFEM, **Progress of the world's women 2005, Overview - Women. Work and Poverty**. UNIFEM, New York, 2005, p.54

[2] Porta, R. L., & Shleifer, A. THE UNOFFICIAL ECONOMY AND ECONOMIC DEVELOPMENT. Cambridge: NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH. Retrieved from http://www.nber.org/papers/w14520 , 2008, p.1

[3] منظمة العمل الدولية، **مرجع سبق ذكره**

يدفع بعض الناس للمناطق الحضرية، وعملهم بالقطاع غير المنظم. علاوة على ذلك، تتعرض بعض الفئات المهمشة مثل النساء الفقيرات والمعاقين وبعض المجموعات العرقية إلى وقوع أسرهم في براثن الفقر، ويضطرون إلى العمل في الأنشطة غير المنظمة لتأمين بقائهم على قيد الحياة.

- ضعف قدرات القطاع الصناعي على الاستيعاب: ضعف قدرة القطاع الصناعي على توفير الكم الكافي من فرص العمل للأيدي العاملة، يعمل بشكل آخر على زيادة انتشار السمة غير المنظمة، مما يزيد من عدد العاملين ذوي القدرات المتدنية من حيث الجودة. وبالمقابل يتم التركيز على القطاع الخدماتي بشكل أوسع، ولكن استحداث فرص عمل في هذا القطاع لا يضمن الوظائف الجيدة، بل قد يساهم أكثر في زيادة الفرص رديئة النوعية ومتدنية الإنتاجية المرتبطة بالاقتصاد غير المنظم.
- السعي الى تحقيق المرونة: المتطلبات التي تفرضها ضغوطات العولمة على الاقتصاد المنظم تؤدي إلى اتجاه الأيدي العاملة نحو الاقتصاد غير المنظم. ومن الضغوطات التي يعاني منها أصحاب العمل، توفير فرص عمل دائمة لصالح العمال، فضلاً عن إتاحة قدر من استقرار الدخل والضمان الاجتماعي لديهم، وصاحب العمل هو من يتكفل بالمخاطر المرتبطة بالاستثمار في الادوات والمواد والمباني، ولهذا السبب تلجأ الشركات وأرباب العمل إلى التوجه نحو ترتيبات عمل مرنة مثل التعاقد من الباطن أو العمل المؤقت أو العمل العارض، لمواكبة الأسواق الأكثر تنافسية.
- هياكل الإنتاج المتغيرة: ساعدت الإجراءات التخفيفية على العمليات التجارية والمالية، وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات، قطاع الأعمال على تفكيك عمليات الإنتاج، وإتمام جانب من التعاقدات عليها من الباطن في بعض البلدان التي لا ترتفع فيها تكاليف اليد العاملة. وهذا الوضع ساعد على نمو الاقتصاد غير المنظم بشكل واضح خاصة في البلدان النامية.
- إعادة الهيكلة الاقتصادية: من الأمثلة على ممارسات إعادة الهيكلة الاقتصادية، عمليات الخصخصة للمنشآت والخدمات العامة التابعة للدولة، وبذلك ساهمت هذه الإجراءات في نمو الاقتصاد غير المنظم.
- نقاش تنظيم العمل: تعزو بعض وجهات النظر حول نشوء القطاع غير المنظم في العمل إلى البيئة التنظيمية. ويجادل أنصار إلغاء الضوابط بأن ارتفاع تكلفة الانتساب إلى البيئة المنظمة والتي تراعي القوانين والضوابط التي تفرضها الحكومات، يؤدي إلى جمود سوق العمل، والاختيار الطوعي للسمة غير المنظمة. ويرى أصحاب هذا الرأي أن التنظيم يؤثر

سلبا في استحداث العمالة المنظمة ويدفع بها إلى الخفاء. ويشكل ارتفاع تكاليف المعاملات والعمليات المعقدة لتسجيل المنشآت في القطاع المنظم، معيقات مهمة تحول دون الدخول في التيار الرئيسي للاقتصاد وتشجع زيادة وتوسيع الاقتصاد غير المنظم.

- الأزمات الاقتصادية: تؤدي الأزمات الاقتصادية إلى ضغوط إضافية على قطاع العمل المنظم، مما يشجع توسيع نطاق الاقتصاد غير المنظم. يرى البعض في الاقتصاد غير المنظم أداة طبيعية ومرنة لتوفير فرص غير محدودة من الأعمال، وسبل كسب العيش للأشخاص الذين يفقدون وظائفهم المنظمة. ومع ذلك، تؤثر الأزمات الاقتصادية بشكل عام على كلا القطاعين المنظم وغير المنظم، مما تزيد من تدهور فرص الربح ومستويات الدخل.

إن للنساء حاجات عملية وحاجات استراتيجية، العملية منها تتعلق بالحياة اليومية للنساء وهي قصيرة المدى وتختلف من امرأة إلى أخرى، ومن مجتمع إلى آخر وتتأثر بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، وتؤدي إلى مكاسب ضئيلة. بينما الحاجات الاستراتيجية تتعلق بمكانة المرأة في المجتمع، طويلة المدى على عكس الحاجات العملية، تؤدي إلى تغيير طبيعة العلاقات وبالتالي ترفع من مكانة المرأة على مختلف الأصعدة وهي شاملة لجميع النساء[1] (سعادة، 2012). إن ما تقدمه المؤسسات الداعمة للمرأة المقاولة من خدمات كالتمويل والإقراض على اختلاف أشكالها تعتبر من التوجهات الداعمة لتمكين المرأة إذا خاطبت حاجاتها الاستراتيجية.

وطرحت دراسة[2] (سعادة، 2012) عدداً من الأطر التحليلية المساعدة على تفسير المقاولاتية النسوية، ومنها إطار هارفرد التحليلي الذي يهدف إلى تصميم مشاريع أكثر فعالية وإثبات أن أسباباً اقتصادية جوهرية تؤكد على أهمية الاستثمار في النساء والرجال، وتشجيعهم على العمل المقاولاتي وإبراز الاختلافات بينهم. يمتاز هذا الإطار بتجميع المعلومات وتنظيمها حول تقسيم العمل حسب النوع الاجتماعي، وبالتالي يجعل من عمل المرأة مرئياً، وهو مفيد على المستوى المصغر للمشاريع أي المستوى المقاولاتي والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

الإطار الثاني الذي تناولته الدراسة هو إطار تخطيط النوع الاجتماعي، والذي يهدف إلى التركيز على احتياجات النوع الاجتماعي الاستراتيجية، وعدم المساواة بينهم وكيفية معالجتها. يركز هذا الإطار على الأدوار الثلاثية للنساء (الإنتاج والإنجاب والمجتمع) وتقييم الاحتياجات العملية والاستراتيجية، أي بمعنى آخر يدعم تمكين المرأة المقاولة تحديداً.

[1] لونا الياس سعادة، **احتياجات النساء وتوجهاتهن في المجتمع الفسطيني – دراسة استكشافية**، مركز المرأة للارشاد القانوني والاجتماعي، رام الله، 2012

[2] لونا الياس سعادة، **نفس المرجع**

الإطار الثالث الذي تناولته دراسة[1] (سعادة، 2012) هو إطار تمكين النساء، والذي يهدف إلى تحقيق تمكين المرأة بإتاحة الفرصة لها للتحكم في عناصر الإنتاج، والمشاركة في عملية التنمية بالتساوي مع دور الرجال. يعتبر هذا الإطار الأكثر دعماً للمرأة واهتماماتها ويقدم خمسة مستويات لتمكينها وهي: التحكم والمشاركة والوعي وسهولة الوصول والرفاهية.

وبالنظر إلى أدوار الرجال والنساء داخل الأسرة، نجد أن الثقافة الأبوية هي السائدة والمسيطرة، وأدت إلى إعطاء كل من الرجل والمرأة نمطاً معيناً يناسب دوره، فالرجل اكتسب خصائص عقلانية وموضوعية وتنافسية، أما المرأة فدورها وجداني يتعلق ببنية البيئة اللازمة للعائلة، لكن مساهمة النساء في صنع القرار تعتبر من المؤشرات المهمة على مدى حصول النساء على حقوقهن الكاملة. وهذا التحليل مهم جداً في توضيح هوية المرأة الفلسطينية.

[1] لونا الياس سعادة، **نفس المرجع**

المبحث الثاني: المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين

يعتبر الاهتمام بمشاركة المرأة في القوى العاملة من أهم الأهداف التي يعنى بها أصحاب القرار حول العالم. ومن هذا المنطلق يعمل هؤلاء القادة على تشجيع المقاولاتية النسوية، التي تسهم في الاقتصاد من خلال خلق فرص العمل وزيادة الدخل. وعلى الرغم من التحديات التي تواجهها المقاولاتية بشكل عام، إلا أن انخراط المرأة في هذا المجال يفرض عليها تحديات أكثر، نظراً لطبيعتها الأنثوية، فتشمل هذه التحديات مرحلة إنشاء نشاطها المقاولاتي، بل وتستمر معها في المراحل المتقدمة من استمرارية النشاط. إن هذا الواقع الذي تم الحديث عنه يعبر عن الدول المستقرة سياسياً، وعند الحديث عن الحالة الفلسطينية، والتي تعاني من عدم استقرار سياسي، تزداد التحديات التي تواجهها المقاولات الفلسطينيات في إنشاء العمل المقاولاتي أو استمراريته، وتزيد من الضغوط والقيود التي تتعرض لها المرأة الفلسطينية[1].

المطلب الأول: المرأة في المجتمع الفلسطيني

تميزت المرأة الفلسطينية بمساندتها للرجل والوقوف إلى جانبه في كل أشكال النضال والمقاومة، في كل ما مر به الشعب الفلسطيني من استعمار واحتلال وتهويد على أرض فلسطين التاريخية، فكانت من أوائل من شارك بالمظاهرات ضد الاستعمار والعمل الفدائي، كما شاركت في تشكيل المؤسسات والجمعيات التي تؤسس لبناء المجتمع الديمقراطي والمدني.

وفي جهوده لتكريم المرأة الفلسطينية، قرر مجلس الوزراء الفلسطيني الصادر عن الحكومة الثامنة عشر، باعتبار السادس والعشرين من أكتوبر من كل عام يوماً للمرأة الفلسطينية ليعبر عن مشاركتها في النضال والبناء والتحدي، واختير هذا التاريخ تحديداً تخليداً لذكرى سبع نساء فلسطينيات استشهدن في 26 أكتوبر عام 1929، خرجن في مظاهرة خلال ثورة البراق، وأسماؤهن موثقة لدى وزارة شؤون المرأة[2].

إن المرأة الفلسطينية لها خصوصية تميزها عن غيرها من النساء، فهي تعيش في البلد الوحيد الذي لا زال يعاني من ويلات الاحتلال، فهذه المرأة الصابرة المجاهدة تشاطر الرجل الواجب الوطني والعائلي على حد سواء، وتشاركه آلامه وآماله، فهي مثال للتحدي والصمود، وهي التي قدمت كل ما لديها وأغلى ما تملك – روحها وأبناءها وزوجها – في سبيل قضية بلدها العادلة، وشاركت الرجل في فلسطين الأسر والتعذيب والقهر من أجل تحقيق حلم الاستقلال. ومن هذا المنطلق تشكل المرأة

[1] Sadeq, T., Hamed, M., & Glover, S. **Policies to Promote Female Entrepreneurship In the Palestinian Territory**, Palestine Economic Policy Research Institute, 2011, p.1.

[2] الجهاز المركزي للاحصاء، وزارة شؤون المرأة، **المرأة في صنع القرار**، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، رام الله، 2020

الفلسطينية شريحة أساسية وفاعلة في المجتمع الفلسطيني، وحاضرة بشكل دائم في العمل السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي، وساهمت إلى حد كبير بكافة المجالات تربية وجهاداً ومقاومة وصبراً وعملاً وأداءً مما يجعلها رقماً صعباً في المعادلة الفلسطينية العامة لا يمكن تجاوزه[1].

تكشف الإحصاءات عن حالة من عدم التوازن والمساواة بين الجنسين في واقع الحياة العامة وصنع القرار، وتعبر حالة عدم التوازن هذه عن فجوة تقيس مدى بعد أو قرب واقع المرأة عن واقع الرجل، فكلما زادت الفجوة كلما زادت صعوبة الوصول إلى المساواة، وبانخفاضها دليل جسر لتلك الفجوة، الأمر الذي يوجب على المشرع العمل على رفع نسبة مشاركة المرأة بما لا يقل عن 30% في كافة ميادين الحياة العامة، وذلك استناداً لقرار المجلس المركزي لمنظمة التحرير الفلسطينية.

تبعاً لبيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني التي أجريت في منتصف العام 2020، بلغ عدد السكان في المجتمع الفلسطيني (الضفة الغربية وقطاع غزة) حوالي 5.10 مليون فرداً، منهم 2.59 مليون ذكر و2.51 مليون أنثى، أي أن النساء شكلت ما نسبته 49% من تعداد السكان[2].

وبالنسبة لمشاركة المرأة في سوق العمل، أظهرت البيانات أن نسبة مشاركتها في عام 2019 بلغت 12.1% من مجمل النساء، وأن 11% من الأسر الفلسطينية تعيلها النساء، بينما نجد أن مشاركة الرجل في سوق العمل تبلغ 69.6% من مجمل الرجال. وتشير البيانات أيضاً إلى وجود فجوة واضحة في نسبة المشاركة في القوى العاملة، والأهم من ذلك الفجوة بين النساء والرجال في المجتمع الفلسطيني في الأجر اليومي، حيث بلغ معدل الأجر اليومي للعاملين الذكور في فلسطين 30.2 في عام 2019، أما الإناث فبلغ معدل أجرهن اليومي 27. بالنسبة للتعليم، أشارت المسوحات إلى تفوق الإناث على الذكور بنسب الالتحاق في التعليم الثانوي، حيث بلغ معدل التحاق الإناث 91% في مقابل 71% للذكور. أما بالنسبة للتعليم العالي فتبلغ نسبة الإناث الملتحقات بالجامعات حوالي 60% من مجموع الطلبة المسجلين.

تعاني المرأة المقاولة من عدة عقبات في فلسطين، كالتدريب المهني والتسويقي والوصول إلى رأس المال، في ضوء الجهود التي تقدمها الجهات الحكومية أو الخاصة. إلا أن أهم عائق يسيطر عليها هو قلة الثقة بالنفس لدى المرأة، والموروث الثقافي المتأصل في المجتمع، والتحديات الاقتصادية

[1] نزار نبيل ابو منشار، **منظمات المرأة في فلسطين الخطورة ومنهجية المواجهة**، تم الاسترداد من https://www.alukah.net/library/0/71990/

[2] الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، **مستويات المعيشة**، 2021، تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/site/lang__ar/881/default.aspx#PopulationA

والمشورة التقنية في بعض الأحيان والتدريب والتوجيه. ومن أجل أن تؤدي النساء دوراً مهماً في الاقتصاد الفلسطيني وتقديم العون المادي لأسرهن والاستثمار الناجح في مجتمعاتهن التي تعاني أساساً من عدم استقرار سياسي واقتصادي، فهن بحاجة إلى الدعم، وتعزيز الثقة بالنفس لديهن، وخلق صورة إيجابية للحياة لديهن، وأن لا شيء يعيق طريق النجاح أمامهن.

على الرغم من الأوضاع السياسية الصعبة في فلسطين، والتي من أهمها إعاقة الحركة والتنقل بين المدن والقرى الفلسطينية بسبب انتشار حواجز الاحتلال، إلى جانب التحديات الأخرى، يوجد عدد من المؤسسات الداعمة للمرأة الفلسطينية وخصوصاً المقاولات اللاتي لديهن مؤسسات تندرج تحت مسمى "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" والتي تشكل التجسيد الحقيقي للمقاولاتية في فلسطين، ومن هذه المؤسسات "منتدى سيدات الأعمال" الذي تأسس عام 2006، بهدف تعزيز المقاولات الفلسطينيات ليصبحن أكثر فاعلية ونشاطاً في الاقتصاد الفلسطيني. وركز المنتدى على تقديم الفرص للتواصل وتبادل الأفكار، وخدمات تطوير الأعمال الشاملة للأعضاء المنتسبات، ومشاركة المعلومات التجارية، لتمكين هؤلاء النساء وتطوير أعمالهن المقاولاتية[1].

نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة: حسب بيان الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في 7 آذار 2021، بلغ عدد السكان المقدر في منتصف عام 2021 في فلسطين، حوالي 5.23 مليون فرد؛ منهم 2.66 مليون ذكر بنسبة 51% و2.57 مليون أنثى بنسبة 49%. وتشير البيانات إلى انخفاض نسبة المشاركة في القوى العاملة لكل من النساء والرجال عام 2020 نتيجة جائحة كورونا مقارنة مع الأعوام السابقة، فقد بلغت نسبة مشاركة النساء في القوى العاملة 16% من مجمل النساء في سن العمل في العام 2020 بعد أن كانت النسبة 18% في العام 2019، مع العلم أن نسبة مشاركة الرجال في القوى العاملة بلغت 65% للعام 2020 مقارنة مع 70% للعام 2019.

المرأة في سوق العمل الفلسطيني

أشارت بيانات مسح القوى العاملة لعام 2020 أن مشاركة النساء ذوات الإعاقة في القوى العاملة في فلسطين بلغت 2% فقط من إجمالي النساء ذوات الإعاقة، مقابل 23% للرجال من إجمالي الرجال ذوي الإعاقة. وبلغ معدل البطالة بين النساء المشاركات في القوى العاملة 40% مقابل 23% بين الرجال للعام 2020، في حين كان هذا المعدل 54% بين الشباب من حملة شهادة الدبلوم المتوسط فأعلى، بواقع 69% للإناث مقابل 39% للذكور.

[1] Barghouthi, S. A., Khalili, N., & Qassas, N. W**OMEN ENTREPRENEURS IN PALESTINE: MOTIVATIONS, CHALLENGES AND BARRIERS**, ResearchGate, 2018, Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326460766

بلغت نسبة المستخدمات بأجر في القطاع الخاص 23% يعملن دون عقد عمل، و62% يحصلن على مساهمة في تمويل التقاعد أو مكافأة نهاية الخدمة، بالمقابل أكثر من نصف المستخدمات بأجر في القطاع الخاص (60%) يحصلن على إجازة أمومة مدفوعة الأجر وذلك للعام 2020. ووفقاً لبيانات العام 2020؛ فلا تزال مشاركة النساء في مواقع صنع القرار محدودة مقارنة مع الرجال، حيث أظهرت البيانات أن 5% من أعضاء المجلس المركزي، و11% من أعضاء المجلس الوطني، و13% من أعضاء مجلس الوزراء هن نساء، و11% نسبة السفيرات في السلك الدبلوماسي، كما أن هناك إمراة واحدة تشغل منصب محافظ من أصل 16 محافظ، أما على مستوى البلديات حيث لا يوجد أي امرأة رئيسة بلدية في البلديات المصنفة (A+B)، اما بالنسبة للبلديات المصنفة C، يوجد فقط ثلاث رئيسات بلدية مقابل 97 للرجال. وحوالي 91% من رؤساء المنظمات النقابية المسجلة في وزارة العمل الفلسطينية هم رجال، مقابل 9% من النساء، أما عن أعضاء الغرف التجارية والصناعية والزراعية فقد بلغت النسبة 96% من الرجال، مقابل 4% فقط من النساء في فلسطين للعام 2019، وحوالي 8% فقط نسبة القاضيات الشرعيات في الضفة الغربية مقابل 92% للرجال، ويشكل وجود النساء ولو بنسبة قليلة مؤشراً على إمكانية زيادة النساء في هذا القطاع، وترتفع النسبة للنساء كعضوات في النيابة الشرعية لتبلغ 71% مقابل 29% للرجال للعام 2019.

وحسب بيانات ديوان الموظفين العام حتى شهر شباط ،2021 فقد بلغت مساهمة النساء في القطاع المدني 45% من مجموع الموظفين، وتتجسد الفجوة عند الحديث عن الحاصلين على درجة مدير عام فأعلى حيث بلغت 14% للنساء مقابل 86% للرجال[1].

المطلب الثاني: المقاولاتية والمقاولاتية النسوية في فلسطين

بالرغم من إتاحة التعليم على مستوى عالٍ للمرأة الفلسطينية، ومشاركتها الفاعلة في العديد من القطاعات كتوليها بعضاً من المناصب الوزارية، وعضوية المجلس التشريعي، والوظائف الإدارية العليا والقضاء، إلا أن مساهمتها في القوى العاملة ما زالت محدودة؛ نتيجةً لتدني الخبرة العملية لديها، وبعض أشكال التمييز بحقها في الحصول على فرص العمل، عند المقارنة مع الفرص العديدة المتاحة للرجل؛ وترجع أسباب أخرى لهذا الواقع للمرأة الفلسطينية نتيجة للموروث الاجتماعي داخل المجتمع الفلسطيني حيث لا تسمح بعض الأسر الفلسطينية لبناتهن ونسائهن الخروج للعمل، ذلك لاعتقادهم أن مهمة المرأة في الحياة الزواج، والحمل، والولادة والعناية بالأطفال والأسرة.

[1] وكالة وفا، **عمالة المرأة في فلسطين**، 2021، تم الاسترداد من وفا – وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية: https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3407

ومنذ قيام السلطة الفلسطينية عام 1993، تم الاهتمام بالمرأة بشكل ملموس، وأصبح تمكينها وتحسين مركزها أمرًا أساسيًا بخطىً أفضل نحو التقدم في التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية اللازمة.

تسعى المرأة الفلسطينية لإثبات وجودها من خلال مشاركتها في سوق العمل الذي تعد نسبة مشاركتها فيه من النسب الأدنى في العالم. تعزو الدكتورة سامية البطمة[1] هذا الواقع إلى وجود الاحتلال، ولأن مشاركة المرأة في القوى العاملة تُعدُّ مؤشرًا تنموياً، تعمل جميع الدول على اختلاف مستوياتها لوضع استراتيجيات من أجل تعزيزه باعتباره من القوى المحرِّكة للنمو الاقتصادي. فضلاً على أن مشاركة المرأة في القوى العاملة في الكثير من البلدان النامية تشير إلى قدرة المجتمع على تحمل الصدمات الاقتصادية مع إبقاء التفكك الاجتماعي في حدوده الدنيا. وكلما ارتفعت نسبة مشاركة المرأة وتشغيلها في ظروف "عملٍ لائقة"، سادت العدالة بين الجنسين داخل ذلك المجتمع. يتركز عمل المرأة في المجتمع الفلسطيني في قطاعي الزراعة والخدمات، ولا تكاد تكون موجودة في قطاعي الإنشاءات والنقل، فالمرأة الفلسطينية لا تملك فرصةً متساويةً في ولوج القطاعات كافة كما الرجل. إن حصة المرأة من فرص العمل في القطاعات الإنتاجية كالزراعة والصناعة، تنخفض باستمرار، في حين ترتفع حصتها من فرص العمل في قطاعي الخدمات والتجارة.

وهناك عدة جوانب توضح واقع المقاولاتية في فلسطين، وعند التطرق إلى المقاولاتية النسوية تصبح الأمور أكثر دقة وتعقيداً. على الرغم من محاولة الحكومة سن مجموعة من القوانين التي تشجع على النمو الاقتصادي في المناطق الفلسطينية والتي عانت ولا زالت تعاني من الاحتلال القائم على الأرض، والتي منها قانون العمل الفلسطيني وقانون تشجيع الاستثمار وقانون الشركات وقانون البنوك وغيرها، إلا أن قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة لا زال يعاني من ارتفاع أسعار تسجيل الشركات في وزارة الاقتصاد بدلاً من تسجيلها مجاناً لتشجيع أصحابها على العمل المقاولاتي وتطوير المشاريع الناشئة، ومن الصعوبات التي تواجهها الشركات الناشئة مساواتها مع الشركات الكبيرة في الضرائب المفروضة. أما بالنسبة للتدريب والدعم للمقاولين والمقاولات في فلسطين، فنجد أن الجهات الداعمة غالباً ما تكون من مؤسسات دولية خارجية تعتمد على استراتيجيات دعم غير ممنهج، تهدف هذه البرامج إلى ترويج سمعة الممولين من خلال التمويلات التي يقدمونها، والتي تكون بعيدة عن الواقع ولا تستند على دراسة السوق واحتياجاته، ولا تنظر إلى المقاولين والمقاولات كشركاء وإنما كفئران تجارب[2].

[1] سامية البطمة، **فتح سوق العمل للمرأة الفلسطينية**، (22 يوليو، 2015)، تم الاسترداد من الشبكة: bit.ly/43N2N3S

[2] محمد زيد الكيلاني، **الحقيقة المرة: فقاعة ريادة الأعمال في فلسطين**، (13 03، 2015)، تم الاسترداد من وكالة معا الاخبارية: https://www.maannews.net/articles/766257.html

المقاولاتية في فلسطين تحت الاحتلال

يشكل الاحتلال واقعاً مفروضاً على الشعب الفلسطيني منذ أكثر من سبعين عاماً، إلا أننا نحن كشعب فلسطيني لن نجعله الشماعة التي نعلق عليها أي فشل أو تراجع أو عجز، ولكن الاحتلال يعمل جاهداً على كسر إرادة الشعب الفلسطيني في كل نواحي الحياة، وعمل على إعاقة العديد من المشاريع والعديد من المقاولين والمقاولات الفلسطينيين بعزلهم عن العالم الخارجي، ومنع المستثمرين الأجانب في غالب الأحيان من الدخول إلى الأراضي الفلسطينية ومشاركتهم للمقاولين والمقاولات الفلسطينيين، كما يفرض الاحتلال شروطاً تكاد تكون مستحيلة على استيراد المواد من الخارج عبر المعابر التي يسيطر عليها، ويضع عليها مبالغ جمركية هائلة لا يستطيع أن يتحملها المقاول الفلسطيني، إضافة إلى المحددات المفروضة على التحويلات البنكية والتحويلات الإلكترونية الخارجية التي هي قلب معظم المشاريع التكنولوجية التي تعتمد على الأسواق الإلكترونية، ومؤخراً سمح بإدخال خدمات الجيل الثالث (G3) على الهواتف المحمولة في حين أن العالم أصبح يستخدم خدمات الجيل الخامس في بعض الدول، إن التطور الحاصل في خدمات الهواتف المحمولة، وتوفر الإنترنت عليها بكل مكان أصبح نقطة تحول في مجال المشاريع المقاولاتية حول العالم، فتطبيقات الهواتف المحمولة احتلت مراكز متقدمة من حيث النجاح والإيرادات في السنوات الاخيرة، وأخيراً، يجب ان لا نقلل من أهمية العامل النفسي الذي يعيشه المقاول والمقاولة الفلسطينيين المشتتين ما بين عدم الاستقرار والخوف من المجهول في دولة تعيش تحت الاحتلال.

ومن واقع الثقافة السائدة في المجتمع الفلسطيني، نجد أن المقاولاتية تصب في مصلحة الفرد أولاً، والمجتمع والاقتصاد بشكل عام. ولكن الطابع العام للمجتمع الفلسطيني يتميز بسرعة الحكم على المقاول والمقاولة من حيث اعتبارهم أن الوظيفة سواء كانت في القطاع الحكومي أو الخاص، تعبر عن النجاح في حياة الفرد وهي الاستقرار الحقيقي والمبتغى الذي يسعى الجميع لتحقيقه، دون النظر إلى ما يملكه قطاع المقاولاتية من إسهام في حل مشكلة البطالة، ورفع المستوى المعيشي للمقاول/المقاولة والناتج القومي، فهذه الفئة في المجتمع بحاجة الى الدعم والتشجيع من أبناء المجتمع والدولة والمؤسسات.

المطلب الثالث: مجالات المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية في فلسطين، وبعض قصص النجاح

عند تناول ظاهرة المقاولاتية النسوية في الأراضي الفلسطينية والاطلاع على الطرق التي تحسن من وضع المرأة الفلسطينية في مجتمعها، ليس من السهل تحقيق ذلك. تتواجد المقاولات

الفلسطينيات في قطاعات اقتصادية مختلفة، ومناطق جغرافية متعددة، وتختلف خصائصهن الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية. كما أن المرأة الفلسطينية المقاولة تتركز في القطاع غير الرسمي، مما يجعل من الصعب تحديد أعدادهن، أو حتى الوصول إليهن. وبالإضافة إلى ذلك، فإن مصطلح المقاولاتية يغطي مجموعة واسعة وكبيرة من الأنشطة. وتعدد مجالات ونشاطات المقاولاتية النسوية في فلسطين، يجعل من المرأة البسيطة التي تقرر المساهمة في زيادة دخل أسرتها امرأة مقاولة، من خلال أعمال بيتية صغيرة كصنع الجبن أو المخللات وبيعها في السوق المحلية. وفي المقابل، يمكن أن تكون المقاولة امرأة خبيرة متخصصة في التخطيط الاستراتيجي قررت إطلاق أعمالها الخاصة لتقديم المشورة الفنية للمؤسسات الخاصة والعامة. ومع كل تلك الفروقات الفردية، هناك عدة قضايا أساسية توحد النساء المقاولات في فلسطين، ولا تستفيد المرأة عموماً على قدم المساواة من اقتصاد السوق ومن نتائج الخصخصة. كما تعاني المقاولات من ندرة الشبكات التي تدعمهن في الأنشطة الاقتصادية، ومن الموقف التقليدي إزاء دور المرأة[1].

وفي فلسطين، كانت النساء الأكثر اهتماماً بالمشاريع التي تشكل امتداداً لدورهن التقليدي كمقدمات للرعاية، ومن بين هذه المشاريع الخياطة والتطريز والتجميل. وهذا لا يعني حرص بعض النساء على تجربة مشاريع مقاولاتية غير تقليدية، ترجع عليهن بالفائدة وتحقق لهن دخلاً اقتصادياً جيداً[2].

ومن هنا يحتل قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة في معظم بلدان العالم وفلسطين بشكل خاص، الجانب الأكبر الممثل للمقاولاتية النسوية، وتدخل هذه المشاريع معظم قطاعات النشاط الاقتصادي، وتشمل مشاريع صناعية وزراعية وخدماتية وصحية وتجارية[3]. وفي فلسطين، يوجد العديد من المنصات والمؤسسات التي تدعم المرأة المقاولة في تمويل مثل هذه المشاريع، والتي من بينها مؤسسة أصالة ومؤسسة فاتن ومنتدى سيدات الأعمال وغيرها.

ومن أبرز المقاولات الفلسطينيات صاحبات قصص نجاح أثرن في محيطهن وبمن حولهن، وألهمن الكثير من النساء الأخريات، عرين ريناوي الصحفية والمصورة الفلسطينية التي بدأت التصوير

[1] Qazzaz, H. R., Mrar, S., & Adwan, Y. **Female Entrepreneurs in the West Bank and Gaza Strip: Current Situation and Future Prospects**, Palestine Economic Policy Research Institute (MAS), 2005, p.2

[2] طارق صادق، **سياسات لتحفيز ريادة النساؤ الفلسطينيات في الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم**، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، القدس ورام الله، 2010، ص. 2

[3] أبو بكر بوسالم، فتيحة عبد اللاوي، و أسامة نبيل بسعيد، **الأهمية (الاقتصادية والاجتماعية) للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية المقاولاتية في الجزائر**. أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد (01)، 2018، ص 65.

بشغف وحب، حتى أنهت دراستها الأكاديمية للصحافة والإعلام بالكلية العصرية في مدينة رام الله، وعرضت أول مجموعة صور لها في الشارع في مدينة رام الله. فكانت تلك هي البداية للفت الأنظار إلى إبداعها، وجعلت عرين لكل صورة حكاية من وجع الشارع الفلسطيني وقضاياه المعقدة. ثم انتقلت إلى فكرة مبدعة أخرى وهي أن تكون صاحبة أول وكالة تصوير متنقلة داخل سيارة مميزة من حيث الشكل والمضمون وأطلقت عليها اسم (شفيق على الطريق) والذي بدأ عمله بزفة من أصدقائها، وأنه سيكون خير معين لها على مشكلة المكتب والجهوزية الكاملة للبدء بأعمالها بجدية. ثم ازداد طموح الشابة الفلسطينية لتكون صاحبة أكاديمية صغيرة للتصوير، تعلم فيها فنون التصوير المتميز، وتملأ جدرانها بلقطات أخذتها وطلابها في وقت ما. وجعلت عرين من الأكاديمية بيتاً للتصوير بعدد من الاستديو هات الداخلية والخارجية، وأماكن لتعليم التصوير النظري والعملي، ووفرت لطلابها كافة أنواع الكاميرات والمعدات وأجهزة الكمبيوتر، كما ساعدت على احتواء العديد من المصورين في أي وقت، لإنجاز أعمالهم، وتقدم الأكاديمية دورات في التصوير للكبار والصغار.

وكانت عرين من أبرز المقاولات الفلسطينيات اللواتي سخرن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنجاح أعمالهن المقاولاتية، بالإضافة إلى وجود منصاتها المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهورها ومتابعيها الذين زاد عددهم عن مئتي ألف متابع على منصة فيسبوك، أطلقت المصورة الفلسطينية تطبيق "عرين ريناوي –Arine rinawi" عبر متاجر الهواتف الذكية، للتعرف عليها وعلى طريقة عملها، وتسهيل الحصول على مواعيد مناسبة لجلسات التصوير وترتيب الحجوزات، والتواصل معها على شبكات التواصل الاجتماعي[1].

الفلسطينية إخلاص صوالحة، تعد مثالاً وقصة نجاح في فلسطين للمرأة المقاولة التي نجحت في تأسيس عمل مقاولاتي ناجح وفي نفس الوقت منافس، جاءت الفكرة الإبداعية التي كانت أساس إنشاء مشروعها من فائض زيت الزيتون الفلسطيني الذي يصعب تسويقه للمواطنين. إخلاص صوالحة هي امرأة فلسطينية من قرية عصيرة شمال مدينة نابلس، عملت على تدشين مصنع مختص بصناعة الصابون الفلسطيني في مدينة أريحا في الضفة الغربية. بدأت في عام 2002 بصناعة الصابون من زيت الزيتون والمواد الطبيعية المتوفرة في فلسطين. أمضت سنوات طوال من البحث العلمي والتجربة والإنتاج والتسويق المحلي، خلال فترة ما يقارب من 15 عاماً تمكنت من امتلاك مصنع أطلقت عليه اسم "صبا" للصابون الفلسطيني. كرست إخلاص عملها على أن يكون مستوحى من الطبيعة، ومزجت الأصالة بالإبداع باستخدام طرق علمية مدروسة لإنتاج أجود أنواع الصابون من زيت الزيتون. من

[1] رشا فرحات، **عرين ريناوي.. "من صورة بسيارة إلى صورة بعمارة"**. 13 اكتوبر، 2019، تم الاسترداد من: bit.ly/3Nnj8Hj

المواد التي تم استخدامها في إنتاج 11 نوعاً مختلفاً من الصابون: زيت الزيتون، والزعتر، والخزامى، والليمون، والعسل، وحليب النوق، والتمر، والفحم المستخرج من خشب الزيتون، وطينة البحر الميت، واللوز، والورد. وحرصت على البعد في إنتاجها عن الأصباغ الملونة، بحيث تأخذ كل قطعة صابون لون المادة الطبيعية المكونة لها[1].

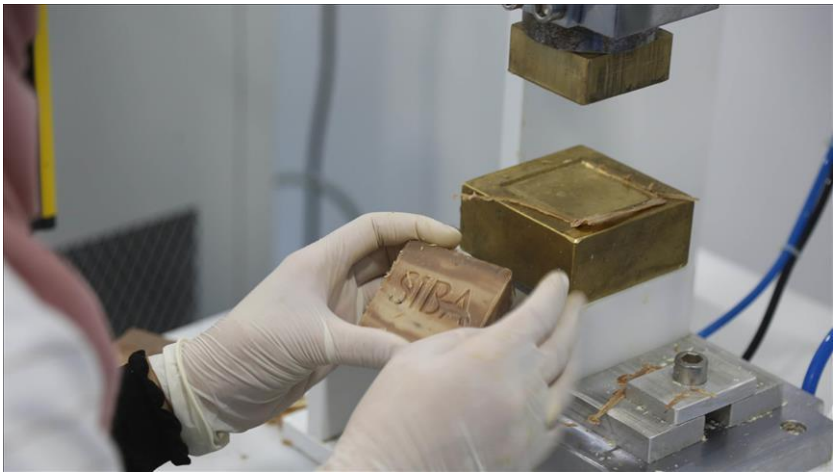
وتطمح إخلاص لأن يصل منتجها إلى الأسواق العالمية، حيث بدأت بشق طريقها نحو الأسواق الخارجية بدعوة وجهت لها من معرض أقيم في طوكيو عام 2013، وحصلت على منحة من الحكومة اليابانية لتوسيع المعمل ونقله إلى المنطقة الصناعية في أريحا. وذكرت أن منتجاتها تم تسويقها في عدد من دول العالم ولكن بكميات قليلة، والطموح المستقبلي لها ولعائلتها بأن تصبح "صبا" ماركة عالمية مسجلة.

وكأي امرأة فلسطينية واجهت إخلاص العديد من التحديات للوصول إلى ما وصلت إليه اليوم، من تعسف الاحتلال القائم على الأرض خاصة وأنها بدأت مشروعها في العام 2002 في بدايات انتفاضة الأقصى، وواجهت أيضاً صعوبة الحصول على التمويل اللازم لقيام المشروع، ولكن وجدت الدعم الكافي من كافة أفراد عائلتها وخاصة زوجها، الذي كرس خبرته العملية في إدارة المشروع والتسويق، والحصول على قروض بنكية. ونظراً لإنتاجها الصابون من مواد عضوية وطبيعية، كان سعر المنتج في السوق الفلسطيني يعتبر مرتفعاً بمقارنته بالمنافسين وبالسلع المستوردة، مما جعل إخلاص تبذل جهوداً كبيرة في إقناع التجار بالمنتج المحلي الصنع[2].

[1] قيس أبو سمرة، **فلسطينية تؤسس مصنعا للصابون انطلاقا من مطبخها، الفلسطينية إخلاص صوالحة**، 23 11، 2017، تم الاسترداد من وكالة الاناضول : https://bit.ly/42CbIUF

[2] فادي أبو سعدى، **صِبا.. بيت الصابون الفلسطيني الذي ينافس عالميا من منزل صغير في عصيرة لمصنع كبير في أريحا**، 9/4، 2017، تم الاسترداد من القدس العربي: https://bit.ly/45R7wmV

الشكل رقم (15): مصنع صبا للصابون



المصدر: (سمرة، 2017)[1]

الفلسطينية سمر قواسمي، صاحبة مشروع "جنتي" الذي بدأ عام 2018 مطبخ منزلها في مدينة رام الله في الضفة الغربية، بدأت القصة حين حاولت السيدة سمر البحث عن نكهة خاصة تضيفها إلى طبق باستا منزلي، ولكنها لم تجدها في السوق المحلي، وهي نكهة الريحان، فقررت البدء بصناعة معجونة في المنزل، لتكون قادرة على إعداده كلما احتاجته، ثم بدأته كمشروع خاص بإنتاج معاجين الأعشاب بعد أزمة مالية ألمت بعائلتها لتساعد زوجها في تخطي الأزمة. ثم انتقل الإنتاج بعدها إلى مصنعها الذي أنشأته وزوجَها في منتصف عام 2019، وأصبحت منتجاته اليوم تتوزع في 75 نقطة بيع في مختلف مدن الضفة الغربية. يتكون المصنع من تسعة خطوط إنتاج، تعمل فيه عشرة شابات من مختلف المدن الفلسطينية، يشرفن على عملية الإنتاج كاملة، وتم توظيف فقط البنات للمساهمة في مساعدة النساء على العمل وبناء أنفسهن وتمكينهن.

ينتج مشروع "جنتي" أحد عشر منتجاً، تعتمد على المواد الطبيعية الخالية من الكيماويات، والتي يمكن توفيرها على مدار العام، والتي منها: زيت الزيتون وملح البحر الميت والمُحليات الطبيعية، الأعشاب كالزنجبيل والريحان والزعتر الفارسي والبلدي والكزبرة والثوم، حيث يتم الحصول على هذه المواد من المزارعين الفلسطينيين لدعمهم في ظل المعاناة الشديدة بسبب الاحتلال المسيطر على الأرض ومصادر المياه والمسبب لإعاقة الحركة والتنقل بين المدن والقرى. العقبة الثانية تمثلت في قلة

[1] قيس أبو سمرة، **نفس المرجع**

الموارد المالية، وتقلص الأراضي التي يتاح للفلسطينيين الزراعة فيها بسبب سيطرة الاحتلال عليها، وبالتالي عدم القدرة على توفير الكميات المناسبة من المواد الخام لتصنيع المنتجات[1].

المطلب الرابع: تنمية المرأة وعلاقتها بالمقاولاتية النسوية

إن ارتباط مفهوم التنمية بشكل عام بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية يعتبر أمراً أساسياً ومحوراً ارتكازياً لكل تنمية شاملة ومستدامة، ومن هنا تشكل مساهمة المرأة وشراكتها الكاملة في التنمية أداة أساسية لتطوير المجتمع والرقي به.

إن مفهوم التنمية له معانٍ مختلفة في سياقات مختلفة. وقد يكون من الأسباب التي تدفع إلى ذلك أنه ينطوي على أشياء مادية وغير مادية، مثل تحقيق الذات، وبناء القدرات، والاندماج الاجتماعي، تتغير تبعاً للسياق الاجتماعي الثقافي والسياسي. ومن أجل استكشاف هذا المفهوم من الضروري فهم أساسياته ومجالاته وأبعاده. لقد ظهرت فكرة تنمية المرأة في السبعينات من القرن العشرين، والتي قدمتها الناشطات النسويات في العالم الثالث والمنظمات النسوية، لتصوير عملية تحقيق المساواة للمرأة من خلال تحويل الهياكل الاجتماعية والسياسية على المستويين الوطني والدولي[2]. إن تنمية المرأة إضافة جديدة في مجال الأدبيات في دراسات المرأة، يشير بوجه عام إلى تمكين المرأة من الاعتماد على نفسها من خلال حصولها على جميع الحريات والفرص، التي حرمت منها في الماضي فقط لكونها امرأة. ويدخل في إطار هذا المفهوم تعزيز وإثراء وتأكيد مكانة المرأة في هيكل السلطة، وحرية اتخاذ القرار في مختلف القضايا الاجتماعية، وكذلك في القضايا المتعلقة بالأسرة. هناك طرق مختلفة في عالم اليوم الذي يتميز بالتنافس الشديد، تمكن المرأة من تحقيق ذاتها وتنميتها عن طريق تنظيمها للمشاريع التي تعتبر أداة فعالة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لها وتمكينها.

إن تحقيق التنمية في المجتمع يتطلب جهوداً كبيرة وتغييراً شاملاً، ليتمكن كل فرد من الحصول على فرص متساوية وتوزيع عادل للموارد، فهي تقوم على عدد من المفاهيم كالإنتاجية والعدالة والاستدامة والتمكين. تعتبر عملية تمكين المرأة جزءاً أساسياً من عملية التنمية، ومدى استعداد المرأة لتقبل التغيير والمساعدة في نشره وانعكاسه على المجتمع. تعرف تنمية المرأة بأنها دعم المرأة للتأثير على

[1] الاتحاد الأوروبي، **سمر القواسمي وطبق المعكرونة الذي ابتدأت منه قصة نجاح عنوانها الإصرار**، 2021/6/1، تم الاسترداد من برنامج التعاون عبر الحدود bit.ly/3oOzvDk

[2] Hossain, T, **Empowering Women through E-Business: A Study on Women Entrepreneurs in Dhaka City**, Asian Business Review, 8(3), 2018, p.154.

المجتمع، ومساعدتها في ايجاد الخبرات والإمكانات المادية والفنية التي لا تحصل عليها المرأة خلال تنشئتها، وتقوية الثقة بالنفس لديها والقدرة على اتخاذ القرار والرأي الصائب[1].

وفي تعريف آخر لتنمية المرأة، يعتبر التمكين في أبسط أشكاله إظهار إعادة توزيع السلطة التي تتحدى الإيديولوجية الأبوية وهيمنة الذكور. فالتحولات التي تظهر في المؤسسات تعزز وتديم التمييز بين الجنسين. إنها عملية تمكّن النساء من الوصول إلى الموارد المادية والمعلومات والتحكم فيها، مما عمل على انتشار هذا المصطلح منذ منتصف الثمانينات، في مجال التنمية خاصة فيما يتعلق بالمرأة[2].

كما عرفت الناشطة النسوية سريلاتا باتليوالا بأنها العملية التي تكتسب بها المرأة قدراً أكبر من السيطرة على الموارد المادية والفكرية، وعلى التمييز القائم على أساس نوع الجنس ضد المرأة في جميع مؤسسات وهياكل المجتمع. تمكين المرأة هو العملية التي تتفاوض المرأة من خلالها على توزيع أكثر إنصافاً للسلطة، ومساحة أكبر في عملية اتخاذ القرار الأولية: في المنزل، وفي المجتمع، وفي الحياة الاقتصادية والسياسية.[3]

وتم تعريف تمكين المرأة المقاولة بأنه عملية مستمرة، تستلزم قدرات معززة، للتحكم في الخيارات والقرارات والإجراءات المتعلقة بالمرأة المقاولة، ويقوم هذا النهج بإعادة تأكيد دور الفرد في المساهمة في التغيير الإيجابي والتقدم داخل مجتمعها[4]. التمكين هو عملية تعزيز القدرات والإمكانات البشرية التي توسع الخيارات والفرص التي تقود إلى حياة قوامها الاحترام والقيمة. ويرتبط مفهوم التمكين في التحليلات السوسيولوجية الحديثة بمفهومين آخرين؛ تحقيق الذات أو حضور الذات، وهو المفهوم الذي يشير إلى الوعي والمعرفة والخبرة أو القابلية لامتلاك تلك العناصر الضرورية للمشاركة ومقاومة الضغوط الاجتماعية، إن المشاركة بهذا المعنى تشير إلى مدى القدرة على الفعل وصنع الظروف ومقاومة الضغوط وصولاً إلى تحقيق الذات وتحقيق القوة أو التمكن. إن مفهوم التمكين يشير إلى كل ما من شأنه أن يطور مشاركة المرأة، وينمي من قدرتها ووعيها ومعرفتها، ومن ثم تحقيق ذاتها على مختلف الأصعدة، المادية والسيكولوجية والاجتماعية والسياسية ويتيح لديها كافة القدرات والإمكانات التي تجعلها قادرة على السيطرة

[1] ليلى زرقان، **تمكين المرأة في ظل التنمية المستدامة (الواقع والتحديات)**، مجلة مجتمع تربية عمل، المجلد 02، 2016، ص 102.

[2] Sahay, S. **Women and empowerment, approaches and strategies,** New Delhi, India, 1998

[3] Panigrahy, R. L., & Bhuyan, D. **Women Empowerment.** Discovery publishing house, New Delhi, 2006, p.25

[4] Brush, C. G., Bruin, A. D., Gatewood, E. J., & Henry, C. **Women Entrepreneurs and the global environment for growth: A research perspective**, Edward Elgar publishing, UK, 2010, p. 119-121

على ظروفها ووضعها، ومن ثم الإسهام الحر والواعي في بناء المجتمع المدني الفلسطيني وعلى كافة أصعدته[1].

وشملت المواضيع الواردة في جميع التعاريف المذكورة أعلاه زيادة فرص الحصول على الموارد والفرص الناجمة عن تعزيز المهارات والقدرات لتيسير سلطة اتخاذ القرار والاختيارات، فردياً وجماعياً. وقد تم تفسير التمكين بأنه تعزيز للقدرة على اتخاذ إجراءات فردية أو جماعية لمعالجة أوجه عدم المساواة وعلاقات القوة غير المتكافئة. وقد تمكنت المرأة التي تم تمكينها، سواءً من خلال الجهود الفردية أو الجماعية بدعم خارجي، من التغلب على أوجه القصور التي حدّت من قدراتها وتطوير مهاراتها، والانخراط في الأعمال التجارية، ورعاية أسرتها، واتخاذ قرارات وخيارات مستقلة، واكتساب الوعي بحقوقها[2].

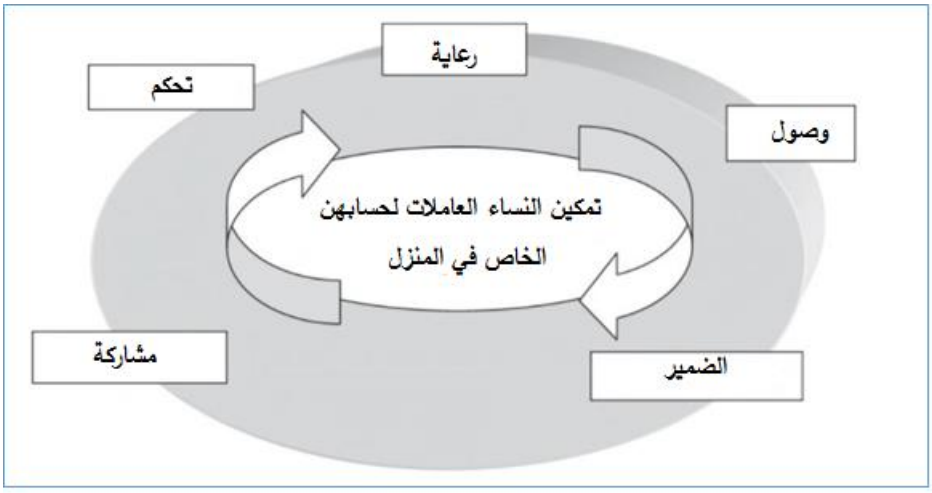
تتضمن دورة التمكين خمسة مستويات تقدمية موضحة في الشكل رقم (15): الرفاهية، والوصول، والوعي، والمشاركة، والسيطرة[3]. يقوم هذا النهج الدوري بتقديم تفسير لكل مرحلة من مراحله الخمسة، فعلى مستوى الرفاهية، لا يتم الاعتراف بموارد النساء والرجال على قدم المساواة ولا يتم تلبيتها. على مستوى الوصول، تحتاج النساء إلى إدراك عدم المساواة هذا، ومواجهته من خلال اتخاذ إجراءات للوصول إلى تلك الموارد. أما على مستوى الوعي، تدرك النساء أن عدم مساواتهن في الوصول إلى الموارد، ووضعهن العام في التبعية هي معتقدات وظواهر متبناة اجتماعياً. لذلك، على مستوى المشاركة، تتخذ النساء الإجراءات، ويشاركن في عمليات صنع القرار داخل أسرهن، ومجتمعاتهن ككل. وأخيرًا، على مستوى السيطرة، تُستخدم زيادة مشاركة المرأة، لتحقيق سيطرة متزايدة على الوصول إلى الموارد وتوزيع المنافع. وتزيد هذه السيطرة من قوة النساء واحترامهن داخل الأسرة والمجتمع بشكل عام. تعمل التنمية والتمكين للنساء المقاولات على زيادة ثقتهن بأنفسهن، وتحقيق الذات، والدافعية والطموح لضمان الاعتراف باحتياجاتهن الاجتماعية، والوصول إلى الموارد وتلبية احتياجاتهن.

[1] غازي الصوراني، **المرأة الفلسطينية ودورها في التاريخ الحديث والمعاصر**، الحوار المتمدن، (مارس، 2004)، تم الاسترداد من http://www.rezgar.com

[2] Mohammed, R. **Progress on the Economic Empowerment of Female Entrepreneurs in Kenya's 30% Preferential Public Procurement Policy**. Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Public Policy and Administration, Walden University, US, 2019, p. 37-38.

[3] Brush, C. G., Bruin, A. D., Gatewood, E. J., & Henry, C, **Op. Cit,** p. 119-120

الشكل رقم (16): مستويات دورة التمكين



المصدر:(Al-Dajani & Marlow, 2013)[1].

مسألة التمكين تحتاج إلى معالجة في السياق الأوسع للتنمية التي نحتاج إلى طرحها، لماذا التمكين؟ وفي حين أن التمكين ليس مرادفاً للتنمية، فإن عملية التمكين تنطوي على تغيير أوسع ومنهجي في الطريقة التي يتم بها هيكلة المجتمع. وبهذا المعنى، فإن التمكين هو جزء لا يتجزأ من أي جهد إنمائي حقيقي يسعى إلى تمكين الفئات المهمشة التي لا تستطيع تمكين نفسها.

- تعزيز إحساس المرأة بذاتها وقيمتها
- حق المرأة في الوصول للموارد والخدمات كالتعليم والعلاج والعمل
- دعم قدرة المرأة لتكون عنصراً مؤثراً في توجيه التغيير الاجتماعي والاقتصادي والثقافي

وأدى تمكين المرأة إلى خمسة عناصر هي: إحساس المرأة بقيمتها الذاتية؛ والمرأة في مجال التساوي في الإمكانيات؛ وحقها في أن يكون لها الحرية في تحديد الخيارات؛ وحقها في الحصول على الفرص والموارد؛ وحقها في امتلاك السلطة للسيطرة على حياتها داخل وخارج المنزل، وقدرتها على التأثير في اتجاه التغيير الاجتماعي لخلق نظام اجتماعي واقتصادي أكثر عدلاً، على الصعيدين الوطني والدولي[2].

المبحث الثالث: المعيقات التي تواجهها المرأة الفلسطينية المقاولة

في هذا المبحث من الدراسة نتناول بشكل مفصل كافة أنواع المعيقات التي تواجه المقاولاتية النسوية، من معيقات اجتماعية واقتصادية وثقافية وتشريعية وقانونية ومعرفية وتكنولوجية. بداية نلقي الضوء على الواقع الفلسطيني وما يصاحبه من ظروف خاصة تميزه عن باقي بقاع الأرض. ثم ننتقل إلى تفصيل باقي أنواع المعيقات الأخرى التي تشمل خبرات النساء المقاولات في إدارة أعمالهن من

[1] Al-Dajani, H., & Marlow, S. **Empowerment and entrepreneurship: A theoretical framework**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 19(5), 2013, p. 503
[2] Hossain, T, **Op. Cit**, P.153

مشاكل مثل نقص رأس المال، وصعوبات النقل والتسويق، وقابلية تلف بعض السلع وتنافس الطلب المتعلق بالأعمال المنزلية، والصعوبات في إجراءات الترخيص، وإيجاد الموظفين ذوي المهارات المناسبة، وضمان حصولهن على الوقت لتطوير مهاراتهن ومواكبة التطورات في هذا المجال.

المطلب الأول: المعيقات المتعلقة بالاحتلال

لاحقاً لاستعراض المقاولاتية النسوية في الأراضي الفلسطينية في هذا المبحث والمباحث السابقة، نستطيع القول إن المنشآت الصغيرة والمتوسطة في فلسطين سواءً كانت صناعية أو اقتصادية، فإنها تمثل مشاريع مقاولاتية إذا ما توفر لها المناخ الملائم لنموها وتطورها، إلا أن هذه المنشآت لا زالت تواجه العديد من التحديات. يشكل الاحتلال أهم التحديات التي تواجه المقاولاتية في فلسطين بشكل عام، والمقاولاتية النسوية بشكل خاص. حيث يعمل الاحتلال على تدمير وإغلاق العديد من المشاريع الصغيرة والمتوسطة طيلة سنوات الصراع، وخاصة بعد عام 2000 أي بعد انتفاضة الأقصى وحتى يومنا هذا. وهذا الوضع السياسي غير المستقر يعمل على عزوف الكثير من المستثمرين عن تقديم الدعم أو الانخراط في أعمال مقاولاتية في فلسطين، خوفاً من الاستيلاء عليها، أو تدميرها أو هدمها دون أي سبب يذكر. كما عمل الاحتلال منذ عام 1967 على تقطيع أوصال الوطن، وفرض الحواجز بين المدن والقرى الفلسطينية على المواطنين الفلسطينيين وعلى البضائع على حد سواء. فعلي سبيل المثال، يتضرر أصحاب المشاريع الزراعية بسبب قصر دورة حياة المنتجات من بعض المنتجات الزراعية، حيث يتسبب الاحتلال في إعاقة تنقلهم وتلف منتوجاتهم عند الانتظار لساعات طويلة على الحواجز العسكرية مما يجعل الخسائر لا تحتمل بالنسبة لهؤلاء المزارعين[1].

ومن التحديات الهامة التي تواجه المقاولاتية في فلسطين، صعوبة الحصول على المواد الخام، وخصوصاً القطاعات الصناعية الصغيرة التي تعتمد في عملها على المواد الخام، والتي عادة لا تتوفر في فلسطين، ويضطر أصحابها لاستيرادها من خارج فلسطين، وما يترتب على ذلك من ارتفاع في تكلفة جلب المواد الخام، مما يعكس ارتفاعاً في أسعارها، وإضعاف القدرة التنافسية لها. من جانب آخر، عند الحصول على المواد الخام من خارج فلسطين، تعاني المقاولات الفلسطينيات من سيطرة الاحتلال على المعابر والحدود، الذي يفرض عليهن إجراءات استبدادية وتعجيزية لتخليص المواد التي يتم استيرادها[2].

[1] BCCI , B. **Palestinian women in Business**. Bethlehem, Working paper, 2014

[2] د. نصر عبد الكريم، محمد عابد، و عبير أبو زيتون. **الدور الاقتصادي لمؤسسات الإقراض المتخصصة وأثرها على الاستقرار المالي في فلسطين**، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، المجلد 23، العدد 02، سلطة النقد الفلسطينية، رام الله، 2013، ص 68

ومن التحديات أيضاً صعوبة الحصول على التكنولوجيا والتي هي أساس هذه الدراسة، إذ لا زالت المشاريع الصناعية تستخدم أجهزة قديمة ولا يرغب أصحابها بتجديدها، لصعوبة إدخال آلات حديثة تعمل على تسريع الإنتاج، وهذا الأمر يضعف الفرص المقاولاتية في فلسطين، وعند الحديث عن التكنولوجيا لا بد من الإشارة إلى أن خدمات الإنترنت عبر الشبكات الخلوية دخلت الأراضي الفلسطينية في بداية العام 2018 وهي خدمات الجيل الثالث، في حين أن اليوم يستعد العالم للانطلاق لاستخدام خدمات الجيل الخامس التي تعزز من سرعة انتشار العمل المقاولاتي، وإيصال المنتج إلى الأسواق العالمية عبر الأسواق الإلكترونية.

ومن العقبات الرئيسية الأخرى التي تواجه النساء صاحبات المشاريع، القيود الثقافية والبيئة المحافظة التي لا تزال تدفع النساء إلى التخلي عن الفكرة أو عن مشاريعهن القائمة، بحجة أنه ينبغي على النساء بشكل أساسي تربية الأطفال والقيام بالأعمال المنزلية. وهذه العقلية متأصلة في القرى والمناطق الريفية في معظم الأحيان. وفي دراسة أجراها معهد بحوث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، ترى حوالي 67% من المشاركات اللواتي شملتهن الدراسة بأن السبب الرئيسي لانخفاض معدلات تنظيم المشاريع بين النساء هو القيود الثقافية. وقد كان من المستحيل تقريباً بالنسبة لسيدة أن يكون لها مهنة ناجحة ومستدامة وممتعة دون دعم الزوج والأسرة والأقارب. ولسنوات طويلة ابتعدت مئات النساء عن أحلامهن واضطررن للاستقالة من حياتهن المهنية من أجل البقاء في المنزل وتربية الأطفال. وشعرت تلك الفئة من النساء بالضغط والتوتر والإحباط بسبب ذلك كله، والخوف من أن يصبح حلم النجاح مستحيلاً[1].

وبالمعرفة والدراية وتبني التكنولوجيا الحديثة التي يمكن تحقيقها، تواصل المرأة الفلسطينية البحث عن أنماط وطرق جديدة لزيادة إنتاجيتها، والسعي إلى إيجاد فرص جديدة في تنمية نشاطها المقاولاتي، بغية تحسين فرصها الاقتصادية. ومع ذلك، ومع وجود السياسات الاقتصادية، والاعتماد على المعونة، وعدم وجود اقتصاد يعتمد على الذات في فلسطين، تجد المقاولات الفلسطينيات صعوبات أكبر في تمويل مشاريعهن، ولا سيما في مرحلة البدء. وعلى الرغم من نمو الخدمات المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السنوات الأخيرة، والفوائد الكبيرة في تمويل المشاريع وخاصة الموجهة نحو نوع الجنس، تواجه الغالبية العظمى من المشاريع المقاولاتية التي تملكها نساء، شروطاً أصعب في الاقتراض من المصارف بسبب المتطلبات المعقدة لمؤسسات الضمانات أو التمويل البالغ الصغر، بسبب المتطلبات غير المستوفاة أو الموارد غير المتاحة التي تطلبها مؤسسات التمويل. وثمة تحد آخر يتصل بذلك يتمثل أحيانا في الزوج وغيره من الذكور من أفراد الأسرة الذين يتقدمون بطلبات للحصول على قروض

[1] BCCI , B, **Op. Cit.**

صغيرة مخصصة للنساء تحت أسماء زوجاتهم، وبالتالي فإن النساء لا ينتفعن مباشرة في بعض الأحيان. وقد يكون نقص التعليم والتدريب المطلوبين، فضلاً عن المعرفة ذات الصلة بالأعمال التجارية، سبباً آخر في انخفاض معدلات مشاركة المرأة في تنظيم المشاريع مقارنة بالرجال في فلسطين.

المطلب الثاني: المعيقات الاجتماعية

هناك علاقة ارتباط وثيقة بين المقاولاتية والبيئة المحيطة، وخاصة أن المرأة لها دور أساسي في تعزيز البيئة الاجتماعية لخلق مجتمع متقدم ومتعلم. كما أن للمرأة بعض الأدوار المتعلقة بتطوير قدرات الناس في تحسين نوعية التعليم والقطاع الاقتصادي، فتتيح المقاولاتية للمرأة فرصة لتطور مهاراتها لخلق مجتمع أكثر تعليماً خاصة في القطاعات الاقتصادية[1]. وعلى الرغم من ذلك، تواجه المرأة العربية بشكل عام عدة مشاكل تعيق دورها في التنمية، يمكن تفسير هذا الواقع بشكل أساسي من خلال العوامل الاجتماعية والثقافية. فيقتصر دور المرأة تبعاً للموروث الثقافي والاجتماعي على وحدة الأسرة التي غالبًا ما ترتبط مع التكاثر. تستند هذه الفكرة إلى عملية التنشئة الاجتماعية وعدم المساواة القائمة على النوع الاجتماعي التي يتم التغاضي عنها.

تشير اللامساواة بين الجنسين إلى الاختلافات بين الرجل والمرأة، اجتماعياً وثقافياُ. وبحسب علماء الاجتماع، يتم تحديد أوجه عدم المساواة بين الجنسين هيكلياً، وليست نتائج طبيعية[2]، وهذا يعني أن جوهر النهج الاجتماعي تجاه الجندر هو الاقتناع بأن الرجال والنساء لا يواجهون الاختلاف بينهم فحسب، بل تظهر هذه الاختلافات عدم التوازن في القوة بينهم. وهذا يعني أن الممارسات التمييزية تجاه المرأة تشكل عائقًا بارزاً أمام المقاولاتية النسوية[3].

تؤثر الهياكل الاجتماعية، بما في ذلك الأسرة والعمل وتنظيم الحياة الاجتماعية، على كيفية وصول المرأة إلى فرص المقاولاتية، وتؤثر على أدائها العام وعلى تنمية رأس المال البشري والاجتماعي. ويعتبر نقص الموارد الحيوية كالموارد البشرية والاجتماعية اللازمة للمقاولاتية النسوية، عائقاً مهماً أمام نجاح العمل، حيث يتمثل رأس المال الاجتماعي في شكل شبكات، وتشير دراسة[4]

[1] Hapsari, N. R., & Soeditianingrum, N. **Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review,** E3S Web of Conferences 73. 2018, doi:https://doi.org/10.1051/e3sconf/201873

[2] Strangleman, T., & Tracey, W. **Work and Society: Sociological**, Routledge, New York, 2008

[3] Belhorma, S., & Aourarh, H. **Challenges and Barriers to Women's Entrepreneurship Experience from Morocco**. International journal of Buisness & economic strategy (IJBES), 7, 2018, p. 6-14. doi:2356-5608

[4] Welter, F. **The environment for female entrepreneurship in Germany**, Journal of Small Business and Enterprise Development, 11(2), 2004, p. 212 – 221.

(Welter, 2004) إلى وجود عجز سببه الجنس في نوعية الاتصالات الخاصة بالمقاولاتية النسوية بسبب محدودية التواصل، وبالتالي، هناك عدد قليل جدًا من الشبكات التي يمكن أن تعزز تفاعل النساء فيما بينها. إن بعض المجتمعات كما في أمريكا اللاتينية تظهر النساء فيها ارتباطاً وثيقاً برعاية الأطفال وهذا يؤثر بشكل كبير على قدرتهن على إنشاء مشاريع تجارية مقاولاتية. وهناك مجتمعات أخرى تعتبر قيام المرأة بأدوار فاعلة في المقاولاتية بمثابة إظهار لعدم احترام الزوج[1]. فيُنظر إلى النساء على أنهن مواطنات من الدرجة الثانية، غايتهن رعاية شؤون المنزل، ونتيجة لذلك، غالبًا ما يتم إحباط جهودهن لاختراق عالم الأعمال بالطريقة التي يراها المجتمع.

المطلب الثالث: المعيقات الثقافية

إن للثقافة دور واضح ومهم في تشكيل توجهات المقاولاتية، وإن معرفة كيفية تفعيل هذا الدور في تشكيل تلك التوجهات يؤدي إلى فهم الفجوة الحاصلة بين الجنسين في المقاولاتية، وبالتالي فهم أهمية ودور الثقافة قد يعمل على تحديد استراتيجيات لتقليص تلك الفجوة.

ومن الضروري جداً تحديد ما يشكل مفهوم الثقافة، حيث ينص إعلان لليونسكو (2001:4)[2] (UNESCO, 2002) على أن "الثقافة تعبر عن مجموعة السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية المميزة للمجتمع أو مجموعة اجتماعية، وأنها تشمل بالإضافة إلى الفن والأدب، أساليب الحياة، وأساليب العيش المشترك، وأنظمة القيم والتقاليد والمعتقدات".

الثقافة هي مزيج من الممارسات الاجتماعية والتقاليد والمعتقدات التي تؤثر على عقلية الأفراد والجماعات[3]. وهي البرمجة الجماعية للعقل التي تميز أفراد مجتمع معين عن أفراد مجتمع آخر، أي أنها تحفز الأفراد على التصرف بطرق معينة، والتي من أمثلتها عند البدء بمشروع مقاولاتي. وفيما يتعلق بالعلاقات بين الجنسين، تساعد التقاليد الثقافية والاجتماعية على التأثير على من يصبح مقاول أو مقاولة. على سبيل المثال، تمنع الظروف الاجتماعية في بعض البلدان النساء من بدء مشاريعهن المقاولاتية، وصياغة الأدوار والقوالب النمطية الاجتماعية للجنسين من حيث المهن التي تعتبر مناسبة

[1] Brindley, C. **Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk**, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11(2), 2005, p. 144 – 161.

[2] UNESCO, **Records of the General Conference.** paper presented at the 31st Session of the UNESCO General Conference, 15th October–3rd November, Paris, 2001. Retrieved from http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/12716

[3] Baah, R., Aminu, D., & Abass, M. **Cultural theory elaborations without predictive utility**. African Journal of Political Science and International Relations, *9*(2), 2015, p. 42– 48. Retrieved from http://dx.doi.org/10.5897/AJPSIR2012.0007

للمرأة، مثل الخدمات الشخصية كصالونات التجميل ورعاية الأطفال، وتصميم صفحات الويب، والتعليم، والبيع بالتجزئة[1].

ومن هنا نستطيع أن نميز بشكل واضح مدى تأثير الثقافة على المقاولاتية وخاصة النسوية، إذ تعتبر الإناث في العديد من البلدان وخاصة النامية منها، أقلية ويطلب منهن الخضوع التام للرجل، والطاعة دون الاعتراف بدورهن في التنمية الشاملة. وتتعارض الصفات الأنثوية التقليدية في هذه البلدان تعارضاً مباشراً مع المؤشرات الثقافية الأكثر ذكورية المطلوبة لإنشاء مشروع مقاولاتي ناجح.

وفي دراسة[2] (Brindley, 2005)، تم تحديد ثلاثة عوائق رئيسية أمام المقاولاتية النسائية، كان من أهمها الوضع الاجتماعي الثقافي للمرأة الذي يحدد مسؤوليتها الأساسية على أنها راعية لأسرتها. وهذا الوضع يضعف إلى حد كبير من قدرتها على إنشاء مشاريع تجارية مقاولاتية ناجحة. العائق الآخر، افتقار معظم النساء إلى الوصول إلى الشبكات الاجتماعية المهمة والدعم اللازم لهن للتقدم في بيئات الأعمال التنافسية.

إن من أكبر العوائق الثقافية أمام المقاولات في البلدان النامية هو التغلب على مقاومة الأسرة والظروف الثقافية السائدة، إذ تراهن النساء عادةً على دعم الأسرة للحصول على الوقت الكافي لأعمالهن المقاولاتية، لكن احتياجات الأسرة الممتدة والتقاليد القوية للتعاون والمعاملة بالمثل تضع عبئاً كبيراً على النساء لمساعدة الأقارب. مازوندي وكارميشيل (Mazonde & Carmichael, 2016)[3] وجدوا أن الشركات المملوكة للنساء كانت في وضع غير مجدٍ تجارياً بسبب الضغوط التي تتعرض لها تلك النساء لإعطاء الأولوية للمسؤوليات الأسرية على مسيرتها المهنية. ونتيجة لذلك، غالبًا ما يتعرضن للتمييز عند التقدم للحصول على التمويل أو البحث عن الموارد أو الحصول على أذونات. وأظهرت هذه الدراسة أن الأعمال التجارية المقاولاتية للنساء في زمبابوي، كانت أصغر حجماً ونمت بشكل أبطأ بكثير من نظرائهن من الرجال، وربما يُعزى ذلك إلى الحواجز الثقافية.

المطلب الرابع: المعيقات الاقتصادية

على الرغم من أن العمل المقاولاتي يساهم بشكل كبير في تحقيق النهضة العلمية والتطور الاقتصادي في المجتمعات الدولية والعربية، إلا أن العمل المقاولاتي في فلسطين ما زال يعاني الكثير من المشاكل أهمها عدم استكمال القوانين الاقتصادية التي تتيح للقطاع الخاص فرصة الشراكة في إدارة الشأن

[1] Mazonde, N. B., & Carmichael, T. **The influence of culture on female entrepreneurs in Zimbabwe**. The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, *8*(1), 2016, p. 3-4. Retrieved from http://dx.doi.org/10.4102/sajesbm.v8i1.101

[2] Brindley, C, **Op. Cit.** p. 144 – 161

[3] Mazonde, N. B., & Carmichael, T. **Op. Cit**, p.3-4

العام الاقتصادي، أضف إلى ذلك أن نظام التعليم الفلسطيني هو نظام تقليدي لا زال غير قادراً على استيعاب مفاهيم الأعمال المقاولاتية في شكلها التطبيقي[1].

وفي فلسطين نجد معظم النساء المنخرطات في مشاريع مقاولاتية اتجهن للعمل بسبب الضرورة الاقتصادية، ونسبتهن بدافع الحاجة إلى تأمين مصدر رزق لأسرهن إلى نسبة المقاولات بدافع الفرصة هي الأعلى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا[2].

ويعتبر نقص التمويل أحد أهم المعيقات الاقتصادية التي تواجه المقاولاتية النسوية، والتي من الممكن تكبح طموح المرأة الفلسطينية وتجعلها تفكر مراراً وتكراراً قبل البدء بمشروعها، وقد تحد مشكلة التمويل من إنشاء المشروع بحد ذاته وتجعل المرأة تتراجع عنه كلياً. تواجه النساء تحديات كبيرة من البنوك ومؤسسات الإقراض في الحصول على القروض اللازمة لبدء المشاريع المقاولاتية، ويعود السبب في تردد البنوك بمنح القروض للنساء إلى عدم ثقتهم بقدرتهن على السداد[3]. والضمانات التي تطلبها مؤسسات الإقراض للحصول على التمويل اللازم كبيرة، بحيث لا تتوفر عند شريحة كبيرة من النساء الفلسطينيات، كضمانات الأراضي أو العقارات أو الكفالات بنكية، وقد تحتاج المرأة في كثير من الأحيان إلى كفالة الزوج أو أحد أفراد الأسرة. وفي دراسة (عبد الله و حتاوي، 2014)[4] وجد أنه من أهم المعيقات لدى النساء في مجال التمويل هو عدم وجود أفراد من العائلة قادرين على تقديم الضمانات أو الكفالات للقروض بنسبة 85% من النساء مقابل 77% من الرجال، والسبب في ذلك أن نسبة الأراضي المسجلة ملكيتها في فلسطين المحتلة لا تزيد عن ربع المساحة الكلية للأراضي، مما يحد من الضمانات المتاحة. وعلى الرغم من وجود عدد من المؤسسات في فلسطين التي تعنى بمنح القروض الصغيرة للنساء والفئات المهمشة والشباب والتي تعتبر داعمة للنساء في مجال إنشاء المشاريع المقاولاتية، إلا أنها ترفع سعر الفائدة مقارنة مع البنوك التجارية مما يجعل الحصول على قرض منها عائقاً آخر أمام النساء ويرفع من تكلفة المشاريع المقاولاتية.

وفي دراسة أجريت في باكستان، لتحديد المعيقات التي تواجه النساء الباكستانيات اللواتي يدرن مشاريع مقاولاتية، كشفت الدراسة أن العامل المالي كان أحد أبرز المعيقات للمرأة المقاولة كالحصول على

[1] [1] د. نصر عبد الكريم، محمد عابد، و عبير أبو زيتون. **مرجع سبق ذكره**، ص 68

[2] طارق صادق، **مرجع سبق ذكره**، ص. 2

[3] Joseph, M. M. **Addressing the challenges faced by women entrepreneurs: The role of micro enterprise consultants in Kerala**. Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Public Policy, National law school of India University, Bengaluru, India, 2016, p.42

[4] سمير عبد الله، و محمد حتاوي. **سياسات تطوير مشاركة المرأة في ريادة الأعمال في دولة فلسطين**، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، القدس ورام الله، 2016، تم الاسترداد من www.mas.ps

الموارد، والاستخدام الأمثل للأموال. وقد تم تلخيص أوضاعهن المالية لاستكمال العمل المقاولاتي إلى: مجموعة من النساء اعتمدن على المدخرات الشخصية، والقسم الآخر استند إلى دعم العائلة المالي كالأب والزوج في الحصول على التمويل اللازم، وقسم تمثل لديه المعيق الاقتصادي في صعوبة الحصول على الدعم المالي اللازم لإنشاء المشروع واعتبرنه معيق رئيس للمرأة الباكستانية، والقسم الأخير وجد صعوبة في الوصول إلى التمويل، حيث أن المرأة لديها حظاً أقل بكثير من الرجل في هذا الجانب[1].

المطلب الخامس: المعيقات التشريعية والقانونية

تواجه المقاولاتية النسوية معيقات قانونية وتشريعية، تشكل هذه المعيقات صعوبات للرجال والنساء على السواء، فمن الممكن أن تثنيهم هذه العمليات والأعمال المعقدة عن إنشاء مشاريع تجارية ومقاولاتية. لكن النساء خاصة يواجهن قيوداً إضافية في هيئة تقاليد تمييزية بين الجنسين، وقيم اجتماعية ثقافية راسخة في البيئة القانونية، والسياسات، وآليات الدعم المؤسسي[2]. على سبيل المثال، تعجز المرأة عن الاستفادة من الخدمات الموسعة، ويجب عليها أن تبذل جهوداً مضاعفة من أجل القضاء على التمييز في الدوائر الحكومية للحصول على نفس الخدمات التي قد يحصل عليها الرجل بجهد أقل. ومن الأمثلة أيضاً على الصعوبات القانونية والتشريعية التي تواجهها النساء المقاولات، كانت المرأة في المملكة العربية السعودية تاريخياً تمثَل من خلال الرجل وولايته عليها في تنفيذ بعض العقود المهنية، مثل إقامة المشاريع وتوقيع عقود العمل[3].

تؤثر القيود القانونية المفروضة على المرأة تأثيراً شديداً على قدرتها على تحقيق التنمية الذاتية المستمرة، ويتفاقم هذا التحدي من خلال اشتراط التنافس في بيئة تجارية عالية الضغط، وتخضع للابتكار التكنولوجي السريع وعمليات العولمة الجارية التي تؤثر في التجارة والتدفقات المالية والإنتاج[4]. وتشير بعض التقارير الصادرة عن البنك الدولي أن قوانين الأعمال قد تبدو محايدة بين الجنسين، ولكن بصرف النظر عن هذه القوانين توجد خارج نطاق مجتمع الأعمال التي تضر بالمرأة بأساليب خفية. ومن العقبات القانونية التي تواجهها بعض النساء في بعض البلدان الناجمة عن العقائد الدينية والثقافية، هي أن المرأة تحتاج إلى موافقة ولي الأمر على العمل أو السفر. وهذا يؤثر بشكل كبير على

[1] Nasir, M., & Iqbal, R. **Factors affecting growth of Women entrepreneurship in Pakistan**. Pakistan Administrative Review, 3(1), 2019, p. 342-363

[2] Kazemi, F. **Gender, Islam, and Politics**. Social Research, *67*(2), 2002, p. 453-474.

[3] Taqi, N. **THE CHALLENGES FACING WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY ON GULF COOPERATION COUNCIL (GCC) COUNTRIES Evidence from Kingdom of Bahrain, United Arab Emirates and Saudi Arabia**, A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, London, 2016

[4] Groot, T. U. **Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries.** UNIDO - United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2001, p.5-7, Retrieved from https://www.unido.org/sites/default/files/2006-10/psd_twp7_0.pdf

فرصهن في إنشاء أعمال تجارية أو مقاولاتية، أو حتى تحسين وظائفهن خارج المنزل[1]. وقد تحتاج المرأة التي تدير شركة متوسطة الحجم إلى السفر لتوقيع عقود مع زبون أو مورد محتمل، ولكنها لا تستطيع ركوب طائرة دون إذن من زوجها. وتثبط هذه القواعد المرأة وتخنق طموحاتها في السعي إلى الحصول على الوظائف وملكية الأعمال.

وباختصار، يمكن القول إن القيود القانونية والتشريعية تفرض على المرأة، وتؤثر تأثيراً كبيراً على تحسين قدراتها الاقتصادية. ولكي يتسنى للمرأة أن تساهم اقتصادياً بالكامل بما في ذلك كمقاولة، فإنها سوف تحتاج إلى التأكيد على أفضل الممارسات وتقاسمها في جوانب معينة، بما في ذلك الوصول إلى الأسواق، على الصعيدين العالمي والإقليمي، والوصول إلى رأس المال، والبيئة الإدارية والقانونية الحديثة.

وتتلخص المعيقات التشريعية والقانونية للنساء صاحبات المشاريع في الحصول على التراخيص وتسجيل الأعمال التجارية بأسمائهن وتقديم طلبات للحصول على القروض.

المطلب السادس: المعيقات المعرفية والتكنولوجية

من أبرز المعيقات المعرفية التي تواجه النساء في قطاع المقاولاتية، والتي تشكل حاجزاً أمام تقدمهن في تلك المشاريع والنشاطات هو نقص الخبرة. وعلى الرغم من وجود احتلال ظالم على الأرض الفلسطينية يمنع ويقيد حرية التنقل والعمل، إلا أن المرأة الفلسطينية لا زالت تكافح في شتى الميادين لإثبات هويتها، وقدرتها على الوقوف والصمود، وتحاول جاهدة لتكون صاحبة مشروع مقاولاتي ناجح. لكن المرأة الفلسطينية اليوم بحاجة ماسة إلى تدريب ومعرفة فنية لتسيير عملها، وبحاجة إلى تعلم مهارات التخطيط والتنظيم والتحليل والاتصال والأداء وتقويمه، وقدرات العمل في تعاون وتجاوب مع المتغيرات والثقة بالنفس من أجل المجازفة، لأن الاستثمار ليس رأس مال فحسب، وإنما هو فكرة ومخاطرة.

تعزو بعض الدراسات فشل بعض النساء في التفوق في المقاولاتية إلى الافتقار إلى الخبرة المناسبة التي تتماشى بشكل جيد مع الأعمال المقاولاتية المختارة. وعلى نفس القدر من الأهمية، يجب على تلك النساء بناء مهاراتهن التجارية والسعي إلى تحقيق النجاح في مشاريعهن المقاولاتية. علاوة

[1] Alhabidi, M. **SAUDI WOMEN ENTREPRENEURS OVERCOMING BARRIERS IN ALKHOBER. ARIZONA STATE UNIVERSITY**, A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Science and Technology, 2013, p.16. Retrieved from https://repository.asu.edu/items/18689

على ذلك، فإن الالتزام بشبكة موثوقة حيث يمكن للمرأة أن تتلقى الدعم والمشورة ضروري أيضًا إذا كان على النساء تعزيز فرصهن في النجاح كمقاولات[1].

وتواجه النساء بعض العوائق التكنولوجية والمعرفية، وهي من أكثر العوائق انتشارًا أمام المقاولات. ومن المرجح أن تستخدم النساء الهواتف المحمولة لإرسال البريد الإلكتروني أكثر من الرجال، ولكن احتمال استخدام النساء لأدوات التواصل الاجتماعي مثل Twitter أو LinkedIn أقل من نظرائهن من الرجال. ومع ذلك، فقد وجدت شركات مثل Mollie وTinyBop نجاحاً في هذا السوق المليء بالتحديات، بينما تعثرت شركات أخرى بسبب نقص رأس المال أو منصات التكنولوجيا المناسبة.

تعتبر النساء وشريحة كبار السن والعاطلين عن العمل من الشرائح التي تفتقر إلى المهارات الرقمية، فالافتقار إلى المهارات الرقمية الأساسية يعوق إلى حد كبير قدرة الفرد على النجاح في إنشاء الأعمال المقاولاتية التي تعتمد بشكل أساسي على الرقمنة، أو اعتماد التكنولوجيات الرقمية إذا كانت تعمل لحسابها الخاص. ويشمل هذا القدرة على تحديد الفرص التجارية القائمة على التكنولوجيا واستغلالها[2].

وتواجه بعض النساء الفلسطينيات معيقات تتمثل في الحصول على التكنولوجيا اللازمة لدعم وتطوير مشاريعهن المقاولاتية، من أجهزة كالحواسيب والهواتف النقالة والأجهزة اللوحية وخدمات كتوفر الإنترنت الفعالة والسريعة في كل مكان تتواجد فيه المرأة المقاولة، كخدمات الجيل الرابع للإنترنت غير المتوفرة في فلسطين عموماً لأسباب سياسية ترجع لمنع الاحتلال دخول هذه التكنولوجيا إلى فلسطين.

وعلى الرغم من الدور المميز الذي أدته التكنولوجيا في تسهيل الاتصال بمنصات جديدة للاتصالات الداخلية والخارجية للأعمال المقاولاتية، إلا أنها أتاحت المجال لاستخدام الاتصالات الصوتية والمرئية لأي شخص ليؤدي عمله من مكان واحد وأن يكون متاحاً في جميع الأوقات. وهناك تقنيات جديدة مثل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي تعطي نتائج دقيقة للعديد من المهام المتكررة والمرهقة.

لكن لا تزال بعض المؤسسات تواجه بعض المشاكل مع التكنولوجيا، والتغلب عليها أصبح أمراً لا بد منه، والخطوة الأولى لحل المشكلة هي الاعتراف بوجود مشكلة. وتتمثل هذه المشاكل بصعوبة التعامل مع التكنولوجيا الجديدة خاصة لمن كان معتاداً على القيام بالأشياء على منصات سابقة

[1] Brindley, C, **Op. Cit.** p. 144 – 161

[2] OECD. **What potential does digital entrepreneurship have for being inclusive?** 2019, Retrieved from OECD Library: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/28e047ba-en/index.html?itemId=/content/component/28e047ba-en

لسنوات، ولجعلهم يتكيفون ويفهمون التكنولوجيا الجديدة يتطلب ذلك تدريبهم على الأنظمة الجديدة، حيث يستغرق التدريب الكثير من الوقت والجهد.

لا أحد يستجيب للتغيير بفرح، كما هو الحال مع موظفي ومديري المؤسسة الذين يتعين عليهم التكيف مع التقنيات الجديدة. يمكن أن تؤثر مقاومة معينة في البداية على اتصالات العمل. فالتقدم التكنولوجي يعتبر سريعاً للغاية في الوقت الحاضر، لدرجة أنه قد يكون من الصعب حقاً على المنظمات مواكبة ذلك.

خلاصة الفصل

أثبتت المرأة الفلسطينية على مر السنين بأنها تتمتع بقدرات ومهارات قيادية، في كل الأماكن التي تتواجد بها، من منظمات مجتمعية أو مؤسسات غير رسمية أو حتى في الوظائف العامة. لكن الثقافة السائدة القائمة على بعض التقاليد والعادات السلبية تجاه المرأة، تعمل على تهميشها، وتسليط الضوء يشكل مباشر على الرجل، وجعل عملية اتخاذ القرارات حكراً عليه، تؤكد دائماً على الاستمرار في هذه الصورة النمطية وعكسها على تدني مشاركة المرأة في نواحي الحياة المختلفة سياسية واقتصادية واجتماعية، وتؤثر أيضاً على الصورة التنموية للمرأة في المجتمع الفلسطيني. ومن هنا حاولنا في هذا الفصل إلقاء الضوء بشكل فعال على المرأة عموماً والفلسطينية خاصةً، بحيث نجدها فاعلة ومعطاءة في حقل صعب يتطلب منها جهداً ووقتاً وتفكيراً وإبداعاً لتثبت عكس ما تقدم، وتبرهن على أنها كانت ولا زالت جديرة لتكون جزءاً لا يتجزأ من نسيج مجتمعها، ولبنة قوية في بنائه ودعم اقتصاده عبر مشاركتها الفعالة في المقاولاتية بكافة أشكالها ونشاطاتها.

الفصل الثالث

المحفزات والمعيقات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي والسياسات الداعمة

مقدمة الفصل

تتساوى النساء مع الرجال في عالمنا اليوم، سواءً كان ذلك في المدارس أو في التعليم المهني أو في الكليات والجامعات، أو في الوصول إلى رأس المال، أو ما إذا كانت القدرة على الانتقال إلى مدن صديقة للشركات الناشئة، والاعتقاد الشائع بأن التكنولوجيا ساعدت النساء على الوصول إلى ذلك. من الواضح أن تأثير التكنولوجيا على حياتنا اليومية قد نما بشكل كبير خلال العقد الماضي، سواءً كانت أجهزة كمبيوتر أو أجهزة لوحية أو هواتف محمولة، فإن التكنولوجيا تساعدنا على التواصل مع العالم من حولنا وتعمل كبوابة لكميات هائلة من المعرفة التي يمكن الوصول إليها بسهولة. ومع ذلك، فإن العديد من أصحاب المشاريع والمقاولين الجدد لا يستخدمون التكنولوجيا إلى أقصى حد لدفع أنفسهم إلى آفاق جديدة. ومن خلال مساعدة التكنولوجيا، يمكن للمقاولات النساء أيضاً تعلم مجموعة مهارات معينة وتطبيق هذه التقنية على أعمالهن المقاولاتية.

بدون التقدم التكنولوجي، لن تكون هناك تنمية اقتصادية. إن من الحقائق المعروفة أن التقدم البشري لا يمكن أن يحدث بدون الابتكار التكنولوجي والانتشار، ومن غير المرجح أن تؤثر التكنولوجيا على جميع المجموعات والأفراد على حد سواء. تم الاعتراف بالقرن الحادي والعشرين على أنه قرن المرأة، حيث بدأت النساء الآن في شغل مناصب رئيسية في الأعمال التجارية. وفقًا للأمين العام السابق للأمم المتحدة، كوفي عنان (ورد في المركز الدولي للبحوث المتعلقة بالمرأة (ICRW)، 2012: 25)، "لا توجد أداة للتنمية أكثر فعالية من تمكين المرأة والمساعي التي تساعد في خلق تصورات ذكية قائمة على النوع الاجتماعي حول المعلومات والاتصالات، والتكنولوجيا تلعب أدوارًا مهمة لتسريع الأهداف التنموية". يساهم الاتصال بالإنترنت والهواتف المحمولة أيضًا في المقاولاتية النسائية. ففي أي عمل تجاري، يتمثل مفتاح النجاح في الحصول على عملاء متكررين، وكلما زاد عدد العملاء المتكررين، والأفضل هو الاحتمال المستقبلي للعمل، كما هو متعارف عليه، فإن المطلب الرئيسي للحصول على عملاء متكررين هو الاتصال قوي بالعملاء. سواء كان ذلك يقدم خدمات ما بعد البيع، سواء كان ذلك من خلال تلقي ملاحظات متسقة من العملاء حول جودة السلعة والخدمة المقدمة أو إخبار العملاء الحاليين بالعروض الجديدة، ويمكن أن تساعد التكنولوجيا سيدات الأعمال على البقاء على اتصال مع عملائهن على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع. يضمن هذا أيضًا زيادة ثابتة في قيمة استدعاء العلامة التجارية، وهو أمر ضروري لجميع الأعمال التجارية اليوم. ويضم هذا الفصل ثلاثة مباحث، وهي:

1. أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساعدة في تنمية المقاولاتية النسوية
2. العوامل التحفيزية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية المقاولاتية النسوية
3. السياسات والبرامج الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين

المبحث الأول: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المساعدة في تنمية المقاولاتية النسوية

عمل التقدم التكنولوجي والثورة الهائلة في عالم الاتصالات على إعادة تشكيل تاريخ الإنسانية، وحوَل العالم إلى قرية صغيرة، بحيث كان في الماضي نقل معلومة أو خبر من مكان إلى آخر يستغرق شهوراً، وبفضل التقدم الهائل في مجال الاتصالات أصبح نقلها يتم في نفس اللحظة. وكان هذا التطور من نتاج الإنسان وغير في حياته في شتى المجالات، ففي الطب مثلاً، أصبح بمقدور الأطباء في دولة ما الإشراف على إجراء عمليات جراحية دقيقة في بلدان أخرى، وفي مجال النشاطات العسكرية، أصبح من السهل التحكم والاتصال بين الوحدات العسكرية في مناطق متباعدة عن طريق الأقمار الصناعية. كما أحدثت الإنترنت نقلة نوعية في كل المجالات، وأصبح من السهل تقديم خدمات سريعة للأشخاص دون الحاجة إلى الانتظار وإضاعة الوقت، والبنوك أيضاً تقدم حلولاً مصرفية متكاملة عبر خدماتها الإلكترونية، هذا كله يضاف إلى انتشار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وهي عبارة عن أجهزة صغيرة تحمل باليد، ومرتبطة بشبكة الإنترنت مباشرة، التي من خلالها يمكن إنجاز كافة الأعمال والحصول على كافة الخدمات التي يحتاجها الإنسان. كما يمكن تزويد هذه الأجهزة بخدمة تحديد المواقع GPS، التي تساعد في الوصول إلى العناوين بدقة شديدة.

وقد شمل مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال جانب الاتصالات التي تشكل جزءاً مهماً في حلقات التعامل مع تكنولوجيا المعلومات؛ بحيث أصبح هذا المفهوم يغطي بنود خدمة الإنترنت ومعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والخدمات المتعلقة بها، ووسائل الاتصال، ومزودي المعلومات التجارية، وخدمات المعلومات التي تستخدم شبكات الاتصال وكل النشاطات المرتبطة بهم.

المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المادية

نتناول في هذه المطلب المكونات المادية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تشمل الاتصالات السلكية، واللاسلكية والهاتف والمحمول والإنترنت. تعرف الاتصالات الإلكترونية على أنها عملية معالجة، وإرسال، واستقبال للمعلومات بين محطتين أو أكثر باستخدام الدوائر الإلكترونية، حيث يمكن لإشارة المعلومات أن تأخذ إحدى صيغتين: إما أن تكون إشارة تماثلية متصلة أو إشارة رقمية متقطعة.

أولاً: توفر الإنترنت

تعتبر الإنترنت تكنولوجيا العصر وفريدة عن كل ما سبقها من ابتكارات في الماضي، بحيث اكتسبت سمة تجارية عالمية، وتضيف للشركات الكبيرة أو الصغيرة على حد سواء قيمة عالية جداً.

بالإضافة إلى تقليل تكلفة المعاملات التجارية بشكل ملحوظ، فهي تعطي الفرصة للأفراد والشركات من استخدام الأسواق المالية الرقمية التي تتميز عن الأسواق المالية التقليدية من حيث القيمة والفعالية، وتمكن الشركات من التواصل مع عملائها مباشرة وتلبي طلباتهم بشكل آلي وسريع، وتساعدهم على تلبية احتياجاتهم من المنتجات التي يرغبونها حسب طلبهم، وكل ذلك في أي وقت يشاؤه الزبون وغير مرتبط بساعات الدوام الرسمية، حيث تتوفر الخدمات على مدار الساعة. كما تعطي الإنترنت فرصة للشركات للحصول على المعلومات القيمة من العملاء، وتحليلها للوصول إلى زيادة عمليات البيع وزيادة الدخل والأرباح، والوصول إلى الأسواق العالمية التي كان من المستحيل الوصول إليها بالطرق التقليدية القديمة. وأصبحت الإنترنت نواة للبنية التحتية للتجارة الإلكترونية والشركات الرقمية التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر في كل التعاملات الإدارية والتجارية.

الإنترنت كلمة انجليزية مكونة من كلمتين (Inter) و(Net)، وتعني الكلمة الأولى البينية أو الاتصال، وتعني الكلمة الثانية الشبكة، وعند جمعهما معاً يصبح المعنى الكامل الشبكة المتصلة أو البينية، ويراها البعض على أنها مجرة مؤلفة من ملايين الكمبيوترات المنتشرة في كل أنحاء العالم، وتتألف من آلاف الشبكات المترابطة (Interconnected Networks).[1] بدأت فكرة الإنترنت عام 1969 عندما قامت وزارة الدفاع الأمريكية بسلسلة من التجارب لربط الحواسيب الرئيسية التابعة لها ببعضها البعض، لخدمة عمليات التأهب السريع للقوات المسلحة الأمريكية خوفاً من الهجوم النووي المباغت إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي. وفي عام 1985 قامت مؤسسة العلوم الوطنية بربط ستة من الحواسيب العملاقة بنظام اتصال فائق السرعة يسمح للعلماء بتحريك بيانات رقمية عبر الشبكة باستخدام نظام البريد الإلكتروني. وفي العام 1989 تم اختراع شبكة الويب العالمية المعروفة ب www، عندما اخترع عالم الكمبيوتر البريطاني تيم بيرنرز لي شبكة الويب والتقنيات اللازمة للوصول إلى صفحاتها ومشاركتها، إذ قام بنشر أول صفحة ويب في عام 1991. وشبكة الويب هي عبارة عن شبكة ضخمة من الوثائق الموصولة بعضها ببعض تربط حواسيب مراكز الأبحاث والمعلومات والبيانات في كافة أنحاء العالم. وفي الفترة الممتدة من منتصف التسعينات إلى عام 2000، ظهر التراسل الفوري، وتطور البريد الإلكتروني، والمكالمات عبر تقنية VoIP أي الاتصال عبر شبكة الإنترنت، وظهرت المنتديات والمدونات مما أثر ذلك على الثقافة والتجارة والتكنولوجيا.

[1] محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتها المعاصرة**، الإصدار الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 167

مكنت الإنترنت الإنسان من إجراء العديد من التطبيقات المختلفة مثل التجارة الإلكترونية، والثقافية كالتعليم الإلكتروني، والبحث عن المعلومات ونقلها، والاتصالات بين الأفراد والمؤسسات، وقدمت خدمات البريد الإلكتروني، والدردشة بالصوت والصورة والفيديو، ومؤتمرات الفيديو، والتطبيقات العلمية، والترفيهية كالألعاب عبر الإنترنت، ويسرت لأصحاب الأعمال التواصل مع العملاء والموردين بسهولة ومكنتهم من عقد الاجتماعات افتراضياً بالصوت والصورة على الرغم من التباعد الجغرافي وكأنهم في مكان واحد[1].

يعتبر تبني الإنترنت في التاريخ الحديث ميداناً يشمل نطاقاً واسعاً، تطور في وقت قياسي على شكل قفزات وارتدادات. حيث سهلت تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمليات التصميم والابتكار، والتخزين، والتبادل، والتعامل بالمعلومات الرقمية الإلكترونية لأغراض مختلفة بالاعتماد على الاستخدامات المختلفة. وتعتبر عملية تلقي البيانات من خلال الإنترنت غاية في السرعة، فيمكن الحصول عليها خلال ثوان أو أقل من مختلف أنحاء العالم، حيث توجد الخوادم في الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة، اليابان، البلاد العربية، تحت المحيطات وفي كل مكان على كوكب الأرض.

الإنترنت هي أحد المكونات الأكثر تكاملاً في صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال. تم تكييف الإنترنت، ولا سيما الاتجاهات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بشكل تدريجي من قبل اقتصادات العالم، مما أدى إلى نظام اقتصادي متصل عالمياً. إن انفتاح العالم على تكنولوجيا المعلومات والانتشار الواسع للإنترنت أدى إلى تبنيها من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء العالم بشكل متزايد، كحلول وطريق لتطوير الأعمال التجارية نتيجة للفوائد الواضحة والمميزة لهذا المجال.[2] من ناحية أخرى، يتيح اعتماد الإنترنت فرصاً جديدة لأصحاب المشاريع التجارية والمقاولاتية فيما يتعلق بالتجارة الدولية. ومع التقدم السريع في المجال، والانخفاض المستمر في حواجز التجارة الدولية، يتقارب العالم في اقتصاد واحد معولم. وهذا يفتح فرصاً جديدة ونابضة بالحياة للشركات الصغيرة والمتوسطة مدعومة بقدرتها على الانضمام إلى اتفاقيات التجارة الإقليمية والدولية.

ومن السمات الأكثر جاذبية التي تغذي استخدام الإنترنت هي مجموعة الفوائد الهائلة التي تقدمها لكل جانب من جوانب الاقتصاد. ومنها أن الشركات الصغيرة والمتوسطة يمكن لها أن تستفيد بشكل كبير من خلال تبني منصات التجارة الإلكترونية القائمة على الإنترنت للحصول على مزايا

[1] خضر مصباح الطيطي، **مرجع سبق ذكره**، ص22

[2] Suriyapperuma, H. P., Yajid, M. S., Khatibi, A., & Premarathne, D. S. **The Impact of Internet Adoption on SME performance in Sri Lanka: Development of a Conceptual Framework**. International Journal of Arts and Commerce, 2015, 4(1)

استراتيجية. وهناك علاقة واضحة بين استخدام الإنترنت لمواصلة الأنشطة الاقتصادية في دولة ما، وترتيب الناتج المحلي الإجمالي العالمي لها. كما أن وجود قطاع إنتاج في دولة ما قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال أمر حتمي شريطة أن يكون القطاع مقيدًا بنمو تكنولوجي متسرع وطلب قوي. والاستثمار في التكنولوجيا يعزز إنتاجية العمالة، ويقلل من التكاليف بهامش كبير يمكن الشركات الصغيرة والمتوسطة للاستفادة الكبيرة منه. فالمعلومات هي أحد الأصول المهمة التي تمنح الشركات الصغيرة والمتوسطة ميزة تنافسية في الاقتصاد الجديد. حيث تساعد الإنترنت تلك الشركات على اكتشاف طرق تمكنها من المنافسة وجذب أعمالها والاحتفاظ بها، من خلال توفيرها منتجات وخدمات وفقاً لاحتياجاتها، وإعادة هيكلة استراتيجيات أعمالها لتقديم المنتجات والخدمات بشكل أكثر فعالية وكفاءة[1].

إن اعتماد ممارسات وحلول تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستندة إلى الإنترنت يمكّن الشركات من توسيع فرص عرض المنتجات في الأسواق، وتخصيص عروض الخدمات، والاستحواذ على حصة السوق على حساب الشركات الأقل كفاءة، للاستجابة بشكل أفضل للطلب والابتكار. ويعزز الشراء عبر الإنترنت، أي الشراء عبر شبكات التجارة الإلكترونية من إنتاجية الشركات بشكل كبير. ويخلق ميزة تنافسية ويعمل على إظهارها في سوق الإنترنت بمساعدة الابتكار والتغيير التكنولوجي. ومن الجدير بالذكر أن الشركات تتجه أكثر نحو الانفتاح على الاستثمارات المتعلقة بالإنترنت كوسيلة لتحسين الأداء العام في بيئة تنافسية على عكس البيئة المغلقة.

ثانياً: الهاتف الخلوي والأجهزة المحمولة واللوحية

يعتبر الهاتف المحمول من أبرز أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومستودعاً للمعلومات الرقمية سواء عبر الاتصال بالإنترنت أو دون اتصال، والتصوير الرقمي والفيديو، حيث أن الهاتف المحمول يعيد تشكيل حياة مستخدميه بغض النظر عن الاختلافات الاجتماعية والاقتصادية والجنس، باعتباره أحد الأدوات الأكثر استخداماً لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتم الاعتراف به في جميع أنحاء العالم كأداة فعالة تستخدم لأغراض متعددة، وأداة تكنولوجية لها تأثير إيجابي على حياة مستخدميها. حيث مكنت الأشكال الحديثة من خدمات الهاتف المحمول البشرية من الاستمتاع بمجموعة متنوعة من الخدمات مثل الرسائل النصية ورسائل الوسائط المتعددة والدفع عبر الإنترنت

[1] Zafar, F., Ishaque, R., & Javaid, M. **USE OF ICT AND E-COMMERCE TOWARDS ACHIEVING COMPETITIVE ADVANTAGES**, European Journal of Research and Reflection in Management Sciences, 2014, 2(1), p.4

والخدمات المصرفية والتسوق عبر الإنترنت وتصفح الويب والمعاملات المالية وأنواع متنوعة من الارتباطات الاجتماعية[1].

أدت الزيادة في امتلاك إلى الهواتف المحمولة، وإدخال الهواتف الذكية إلى زيادة الوصول إلى شبكة الإنترنت أثناء التنقل. حيث حلت الهواتف المحمولة محل الهواتف القديمة الثابتة، مما تسبب في اضطراب في قطاع الاتصالات الحديث. كما أدى وجود الهواتف المحمولة والإنترنت إلى إنشاء قطاعات جديدة تمامًا، مما أدى إلى ظهور شركات جديدة، وتوفير فرص عمل للكثيرين مع التأثير أيضاً على نماذج المقاولاتية.

أًصبحت الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية في الآونة الأخيرة مفيدة جداً للمقاولين والمقاولات وأصحاب الأعمال التجارية عموماً، تساعدهم في العثور على معلومات السوق من خلال تطبيقات كثيرة تعمل على جمع البيانات المختلفة من مصادر مختلفة لأسعار المنتجات، وتقوم بمقارنة الأسعار بين عدة مزودين، وتحديد العملاء المحتملين وتحديد أفضل قنوات توزيع للمنتجات المختلفة[2]. ويمثل هذا ميزة مهمة، خاصة للنساء المقاولات عندما يتعلق الأمر بالقرارات المرتبطة بمنتجاتهن وخدماتهن. إن قبول تطبيقات الهاتف المحمول يمكن أن يساعد تلك النساء على زيادة إيراداتهن، وزيادة ولاء المستهلك، وزيادة شبكات الأعمال، وتحسين الدعاية، وتسويق منتجاتهن لجمهور أوسع. حيث أجريت عدة دراسات في دول مختلفة مثل كينيا، تنزانيا، بنغلادش، فيجي، باكستان، وأوغندا، لدراسة أثر اعتماد المرأة المقاولة على الهواتف المحمولة والذكية في تطوير عملها المقاولاتي، إذ توصلت تلك الدراسات إلى أن التكنولوجيا الخاصة بالهواتف المحمولة وتطوير تطبيقات خاصة بها غير مكلف مادياً للمرأة المقاولة، ويتطلب تقنيات منخفضة نسبياً وفي متناول الجميع، وسهلة الاستخدام، وتوفر للمرأة المقاولة القدرة على البحث والتسويق وتطوير العلامة التجارية الخاصة بها، والوصول إلى مجالات السوق المختلفة[3].

تعد تطبيقات الهاتف المحمول حلاً سهلاً وفعالاً من حيث التكلفة للنساء المقاولات، عندما يتعلق الأمر بإنشاء شبكات أعمال واسعة، والوصول إلى العملاء المحتملين، والاستماع إليهم، هذا بالإضافة إلى إدارة سمعتها وجمع البيانات التسويقية وثقة العملاء. وتعتقد الكثير من المقاولات أنه

[1] Rahim, S., Qutoshi, S. B., Abida, S., Muhammad, F., & Hussain, I. (n.d.). **Access and Use of Mobile Phone in Daily Life Activities by Rural Women of Gilgit-Baltistan**, Mobile Information Systems, Pakistan, 2020, p.2. Retrieved from https://doi.org/10.1155/2020/8835877

[2] Abed, S. S. **Women Entrepreneurs' Adoption of Mobile Applications for Business Sustainability**, Sustainability, 13(21), 2021, p.11627. Retrieved from https://doi.org/10.3390/su132111627

[3] Sathye, M., Prasad, B., Sharma, D., Sharma, P., & Sathye, S. **Mobile Value Added Services for Inclusive growth: A Study of women micro-Entrepreneurs in Fiji**. In Proceedings of the PACIS 2014 Proceedings, 2014, p.149–162

يجب عليهن استخدام تطبيقات الهاتف المحمول لكي تكون أعمالهن مستدامة، لذلك فإن اعتماد تطبيقات الهاتف المحمول في نماذج الأعمال التجارية المبتدئة هو عامل رئيسي في استدامة وأداء الشركات الصغيرة[1].

يواجه الناس في البلدان النامية العديد من التحديات التنموية بسبب الحواجز الاقتصادية والثقافية والفجوات الريفية والحضرية. وبالمثل، فإن ضعف البنية التحتية، وقلة مرافق الرعاية الصحية، وانخفاض دخل الفرد، وانتشار الفقر، هي أمور شائعة في معظم البلدان النامية. وفي ظل هذه الأوضاع ظهر الهاتف المحمول كأداة إنمائية مهمة في تلك المناطق. باستخدام الهاتف المحمول استطاع الناس وبتكلفة معقولة نسبياً الوصول إلى المرافق الصحية والتنمية الاقتصادية بالإعلان عن منتجاتهم، وتحويل المبالغ المالية باستخدام الخدمات المصرفية المتوفرة عبر الهواتف المحمولة. فأصبح يُنظر لهذه الأجهزة على أنها لديها القدرة على كسر الفجوة الرقمية بين الريف والحضر، والفجوة التنموية من خلال تقديم المعلومات حول مجموعة متنوعة من القضايا الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية

أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي

ظهر مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية، بعد التطور الهائل الذي شهده العالم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والانتشار الواسع لشبكة الإنترنت التي تكاد تكون دخلت كل بيت، وأصبحت متوفرة على أجهزة الهاتف المحمول والأجهزة اللوحية بعد الثورة الرقمية الأخيرة. تتعدد تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي وقد عرفتها[2] (عنبة، المشروعات الصغيرة للشباب ما بعد عصر ريادة الأعمال، 2017) على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني افتراضي مع أعضاء آخرين قد يكونوا معارفه أو أصدقاءه أو ممن لديهم نفس الاهتمامات والهوايات الخاصة به أو العاملين فيها، وذلك بكافة أشكال التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات بينهم". وقد حدد علماء آخرون وسائل التواصل الاجتماعي من وجهات نظر مختلفة، فبعضهم حددها على أنها المحتوى الذي ينشئه المستخدم وليس كل التطبيقات الأخرى للإنترنت. وبالتالي، تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى «مجموعة من التطبيقات المستندة إلى

[1] Meng, L., Qamruzzaman, M., & Adow, A. H. **Technological Adaption and Open Innovation in SMEs: An Strategic Assessment for Women-Owned SMEs Sustainability in Bangladesh**. Sustainability, 13(5), 2021, p.2942. Retrieved from https://www.mdpi.com/2071-1050/13/5/2942

[2] هالة محمد لبيب عنبة، **مرجع سبق ذكره**، ص 255

الإنترنت التي تعتمد على الأيديولوجية والأسس التكنولوجية للويب 2.0، التي تسمح لإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون[1]» ولقد أكد المؤلفان (Safko & Brake, 2009) على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها ثلاثة قواعد: وسائل التواصل الاجتماعي هي كل ما يلزم لتفعيل المحادثات، لا يمكنك التحكم في المحادثات ولكن يمكن التأثير عليها، وأخيراً التأثير هو الأساس الذي تقوم عليه جميع العلاقات المجدية اقتصادياً.

كما يشير مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي إلى منصات الويب التفاعلية التي تمكن المستخدمين من مشاركة وإنشاء وتبادل المعلومات والمعرفة في شكل نصوص وفيديو وصوت وصور[2].

هناك أربعة عناصر لوسائل التواصل الاجتماعي، وهي المحتوى والسياق والاتصال والتواصل. المحتوى أو المعلومات هو أساس وسائل التواصل الاجتماعي، ومبدأه الأساسي تبادل المعلومات، حيث يسعى المستخدمون للوصول إلى أنواع معينة من المعلومات، مثل الصور ومقاطع الفيديو والمدونات وغيرها. السياق يشير إلى خصائص كل منصة تواصل اجتماعي، حيث لكل منصة لغتها الخاصة ومحتواها الذي قد لا يتناسب مع محتوى منصة أخرى. الاتصال ويشير إلى الخاصية الاجتماعية من وسائل التواصل الاجتماعي التي تمكن عدداً كبيراً من الأشخاص من التواصل مع بعضهم البعض أو يمكنهم بناء مجتمع من خلال تلك المنصات. وأخيراً، التواصل وهو الهدف الحقيقي لوسائل التواصل الاجتماعي، أي تواصل الناس مع بعضهم. وبتجميع هذه المكونات الأربعة نصل إلى تعريف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها المعلومات الموجودة في سياق معين والتي يجب إيصالها إلى مجموعة من الناس بشكل فعال وسريع[3].

ثانياً: التجارة الإلكترونية

يعد اعتماد التجارة الإلكترونية في الشركات الصغيرة والمتوسطة موضوعاً تم بحثه كثيرًا في الدول المتقدمة والنامية. لقد أحدثت تطبيقات الأجهزة المحمولة وشبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وغيره ثورة في عملية اعتماد التجارة الإلكترونية في الشركات الصغيرة والمتوسطة. ومع ذلك، لا يزال البحث في هذا المجال قيد التطوير وهناك ندرة في المعرفة حول كيفية قيام الشركات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية بسن هذه الظاهرة وتطبيقها.

[1] Safko, L., & Brake, D. K**. The social media bible: Tactics**, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, 2009, p.5

[2] Dewi, A. S**. Investigating the Impact of Instagram on Women Entrepreneurs' Empowerment**, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 2020, volume 452, p.59

[3] Sayal, D. **Digipedia: the basic guide to digital marketing and transformation.** Notion Press, India, 2019

يعرف (الطيطي، 2017)[1] في كتابه التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري بأنها "عملية البيع والشراء للمنتجات والخدمات وتبادل المعلومات والأموال عبر الشبكات مثل شبكة الإنترنت أو شبكات الاتصالات اللاسلكية مثل الهاتف النقال (الخلوي) وما يصاحبها من حركات مثل عملية الطلب والاتصال وعملية الدفع والتسليم".

توصف التجارة الإلكترونية بأنها العملية الإلكترونية التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات لإجراء معاملة معينة، مثل بيع وشراء السلع والمنتجات والخدمات والعمل بالأموال عبر شبكات الكمبيوتر، وخاصة الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، يشمل تعريف التجارة الإلكترونية شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل الإنترنت اللاسلكي. ويُنظر إليها على أنها حافز وابتكار يمكن أن يعزز خصائص تنظيم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في البلدان المتقدمة والنامية[2]. باختصار، تعمل التجارة الإلكترونية بشكل فعال على محو الحاجة إلى الاستثمارات الضخمة أو النفقات على البنية التحتية المادية لتطوير واقع ملموس، مما أدى إلى ثورة في طريقة إدارة الأعمال في جميع أنحاء العالم.

كما يشير مصطلح التجارة الإلكترونية بحسب تعريف هيئة تنمية الاتصالات والمعلومات السنغافورية (IDA) (OECD, Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-based Economy, 2001)[3] إلى الأعمال التجارية التي تتم إلكترونياً. بحيث يشمل المصطلح عادةً بيع البضائع عبر الإنترنت وتوفير الخدمات عبر الإنترنت، ولكن لا يشمل تحويل الأموال الإلكتروني، أو عمليات الشراء التي تتم عبر الشبكات الخاصة ذات القيمة المضافة باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات. ويمكن أن تحدث التجارة الإلكترونية بين شركة ومستهلك، أو بين شركة وموردیها وشركائها، أو حتى بين المستهلكين الأفراد.

وتقوم بعض النساء بتوفير بوابات إلكترونية تقدم معلومات تجارية جادة، وتعتبر هذه البوابات أدوات تواصل مهمة على شبكة الويب. تقوم النساء من خلال الانضمام إلى هذه البوابات بالعمل على اتصال مباشر بشبكة مباشرة من المقاولات في جميع أنحاء العالم، ويمكنهن الاستفادة من العديد من الخدمات المقدمة على هذه البوابات مثل: تقديم فرص للتوظيف، مطابقة الأعمال، خطط التوجيه، قصص نجاح نساء أخريات، الحصول على الجديد من معلومات المنتج والسوق وتحديث أخبار الصناعة.

[1] خضر مصباح الطيطي، **مرجع سبق ذكره**، ص 31

[2] Alyoubi, A. A. **E-commerce in Developing Countries and How to Develop Them During the Introduction of Modern Systems**. Procedia Computer Science, 2015, 65, p. 479 – 483

[3] OECD, **Women Entrepreneurs in SMEs: Realizing the Benefits of Globalization and the Knowledge-based Economy**, OECD Publishing, Paris, 2001, p.208 https://doi.org/10.1787/9789264193239-en

وتماشياً مع التقدم التكنولوجي والبرمجيات، ستكون البوابات الإلكترونية المستخدمة لتواصل النساء قادرة على توفير مجموعة متنوعة من الأدوات لتقديم المعلومات، والمساعدة في عمليات الأعمال مثل: تقديم مؤتمرات افتراضية للاتصالات الأولية بين شركاء الأعمال المحتملين، مع تجنب الحاجة إلى السفر المكلف، توفير قاعات عرض افتراضية للعرض الأولي للمنتجات وتقديم دورات للتعليم والتدريب عن بعد لتمكين المرأة من اكتساب مهارات جديدة أينما كانت.

من الأمثلة على هذه البوابات الإلكترونية لتواصل النساء WomenAsia.com و FemmE-net.com و Newwomen.net. من خلال الاتصال بهذه البوابات، تصبح النساء على الفور أعضاء في شبكة افتراضية عالمية موسعة حيث يمكنهن الوصول إلى أسواق جديدة وعملاء جدد بنقرة واحدة على الماوس.

لطالما كان لدى النساء القدرة على بناء العلاقات من خلال التواصل. حيث يعتبر الإنترنت عامل تمكين يدفع النساء إلى شبكة عالمية افتراضية يمكنهم من إقامة روابط جديدة مع شركاء الأعمال والعملاء والموردين. ويجب على النساء استخدام هذه الأداة القوية لإنشاء "مساحات سوقية" مفيدة لأنفسهن. ولكن، تحتاج النساء إلى تعلم مهارات جديدة يمكن أن تساعدهن في تحقيق أقصى استفادة من عضويتهن في مثل هذه الشبكات، مثل نشر معلومات عن أنفسهن على هذه البوابات، والبحث عن الأنواع الصحيحة من المعلومات وإيجادها لأعمالهن المقاولاتية، والعمل بشكل مريح مع الآخرين خارج البيئة التقليدية وجهاً لوجه[1].

تهدف التجارة الإلكترونية إلى تقليل التكلفة وسرعة البحث عن المنتجات أو الخدمات وسهولة عملية الإدارة وخطوات البيع والشراء، إذ يمكن للأفراد شراء مختلف المنتجات والخدمات وهم جالسون في بيوتهم دون أن يتكبدوا عناء البحث في الأسواق أو مفاضلة الأسعار مع البائعين. تزيد الإنترنت فرص الشركات من الوصول إلى أسواق ضخمة تتعدى حدود الدولة الواحدة، وتمكنهم من الوصول إلى زبائن لم يكن بالإمكان الوصول إليهم بطريقة التجارة التقليدية. تستخدم التجارة الإلكترونية يومياً وفي كل نواحي الحياة وتمكن الأفراد من تحويل النقود وإجراء الحجوزات في الفنادق والحصول على التعليم الجامعي إلى أعلى الدرجات العلمية، وإجراء العمليات البنكية من تحويل أموال أو استفسار عن رصيد، وكما يستطيع الأفراد الحصول على الاستشارات الطبية، والاشتراك في المزادات العلنية وغيرها الكثير.

ثالثاً: التسويق الإلكتروني

[1] OECD, **Idem.,** p.208

يعتبر التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت من ضرورات نجاح المقاولاتية النسوية، حيث أنه يعطي الفرصة لاستهداف المشترين والمسوقين بصورة فردية وشخصية أكثر. في الوقت الحالي ومع التغيرات السريعة التي تطرأ على نمط الحياة المعاصرة، والتغير المستمر في أنماط المعيشة الذي تسببت به التغيرات الاجتماعية على مستوى العالم أجمع، ظهرت الحاجة إلى تقليل الوقت المستغرق في عمليات التسوق والحاجة إلى الابتعاد عن الزحام والتقليل من التلوث البيئي، وساعد على ذلك التطورات التكنولوجية التي تمثلت في الانتشار السريع لوسائل الاتصال الإلكترونية التي ساعدت على ظهور التسوق الإلكتروني. وتركز استراتيجيات التسويق الإلكتروني على كيفية تسخير التكنولوجيا لجعل التسوق أكثر فاعلية، لجذب انتباه الأفراد وتقديم الأفكار الجيدة لإدارة الحملات التجارية، وتقديم المنتج الأفضل للمستهلك.

عملت الإنترنت على توسيع الرقعة الجغرافية أمام الشركات التجارية لتقديم منتجاتها وخدماتها بالإعلان عنها بواسطة الإنترنت، كما أنهم لاحظوا أن هذه الطريقة الجديدة أعطتهم الفرصة لتلقي التغذية الراجعة من زوار ومتصفحي الإنترنت، وأعطت المتلقي الفرصة لطرح الأسئلة والاستفسارات من أماكن تواجدهم دون تكبد عناء التنقل والوصول إلى مقرات تلك الشركات ومعارضها. كما وفرت الطرق الجديدة للتسويق الإلكتروني وسائل متطورة لاستهداف قطاعات معينة من الزبائن، مثلا تسوق المعدات الطبية على المواقع التي تخص الأطباء والصيادلة والمهتمين بهذا المجال. ويعطي التسويق الإلكتروني أقل تكلفة للمعلنين من استخدام الوسائل المرئية والسمعية عبر قنوات الراديو والتلفاز أو حتى الإعلانات التقليدية[1].

أثر هذا التطور السريع في تحول الاقتصاد إلى اقتصاد رقمي، والعصر الحالي أصبح عصر اقتصاد الإنترنت، الذي حقق إنجازات كبيرة كلما تقدمت التكنولوجيا وكلما زاد عدد مستخدمي شبكة الإنترنت. ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها بشكل كبير جداً، أصبح التسويق الإلكتروني عبر هذه الوسائل من أساسيات التسويق لأي شركة أو منشأة أو مقاولة نسوية كانت أم لا.

هناك عدة تعريفات للتسويق الإلكتروني والتي منها "عملية استخدام شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث مع ما يترتب على ذلك من ميزات وإمكانيات". وهو آلية لنقل المعرفة حول منتج ما إلى الزبائن عبر وسيط إلكتروني كالإنترنت. وهو نظام متطور يمكّن من تشغيل وتفعيل جميع أنواع العروض الترويجية الإلكترونية من

[1] خالد ممدوح إبراهيم، **الإدارة الإلكترونية** الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص167

خلال التقنيات الموجهة عبر الإنترنت. ويتسع المصطلح ليشمل التسويق التفاعلي، وتسويق قواعد البيانات، وتسويق المعاملات، والتسويق الشبكي، والتسويق عبر الهاتف المحمول[1].

التسويق الإلكتروني هو جوهر الأعمال التجارية الإلكترونية، والاقتراب من العملاء وفهمهم على نحو أفضل، وإضافة قيمة إلى المنتجات، وتوسيع قنوات التوزيع، وتعزيز المبيعات من خلال تنظيم حملات التسويق الإلكتروني باستخدام قنوات وسائط الإعلام الرقمية، مثل التسويق عن طريق استخدام محركات البحث، والإعلان على الإنترنت، والتسويق بالتبعية وهو مصطلح شاع وانتشر في السنوات الأخيرة. ويتسع التسويق الإلكتروني ليشمل استخدام المواقع الإلكترونية لتقديم خدمات أوسع للزبائن كتقديم معلومات أكثر وبيعهم، وإدارة خدمة ما بعد البيع. التسويق الإلكتروني هو طريقة للتفكير، طريقة لوضع الزبون في قلب جميع الأنشطة على الإنترنت، وإعطاء رأي الزبون أهمية لدى أصحاب الشركات والاستماع الجيد لآرائهم وتغذيتهم الراجعة.

يتخذ التسويق الإلكتروني أشكالاً عدة، كالتسويق عبر الإنترنت سواء من خلال المواقع الإلكترونية أو الإعلانات على الإنترنت أو الإعلانات بواسطة البريد الإلكتروني، أو الأكشاك التفاعلية، أو التلفزيون التفاعلي، أو التسويق عبر الهاتف المحمول. بحيث يضمن الاقتراب من العملاء، وفهمهم بشكل أفضل، والحفاظ على الحوار معهم. وهي أوسع نطاقا من التجارة الإلكترونية لأنها لا تقتصر على المعاملات بين المنظمة وأصحاب المصلحة فيها، بل تشمل جميع العمليات المتصلة بالتسويق. ويستند التسويق الإلكتروني إلى قاعدة بيانات العملاء والتوقعات، ويخلق تدفقاً ثابتاً للاتصالات بين العملاء والموردين وبين العملاء أنفسهم[2]. إن الديناميكية في التسويق الإلكتروني لا تعني صفحات الويب الثابتة، بل تعني التدفق ثنائي الاتجاه للاتصالات، أي نقاش مستمر بين العميل والمورد. ويشمل هذا المصطلح أيضاً استخدام الاتصالات الإلكترونية لإدارة عملية التسويق الداخلي وفهم العملاء بشكل أفضل، بما في ذلك البحوث والتحليلات التسويقية.

رابعاً: الخدمات المالية الإلكترونية والدفع الإلكتروني

تتنوع عمليات الدفع في العالم الحقيقي ما بين الدفع نقداً واستخدام الشيكات والبطاقات البنكية التي تتخذ أشكالاً مختلفة كبطاقات التسليف أو الاعتماد (Credit or Debit Card) وبطاقات الصراف الآلي والبطاقات الذكية، كلها تهدف إلى تمكين المستهلك من دفع ثمن المنتجات أو

[1] Gao, P., Meng, F., Mata, M. N., Martins, J. M., Iqbal, S., Correia, A. B., Farrukh, M. **Trends and Future Research in Electronic Marketing: A Bibliometric Analysis of Twenty Years**, Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 15(5), 2021, p. 1667-1679. doi:https://doi.org/10.3390/jtaer16050094

[2] Murdoch, R, **Introduction to e-marketing**, third edition, In D. Chaffey, & P. Smith, eMarketing eXcellence Planning and optimizing your digital marketing, Butterworth-Heinemann, 2008, p. 508

الخدمات. تتطلب التجارة الإلكترونية نظام دفع إلكتروني بتصميم فعال ومعقد وآمن وخال من الاحتيال أو السرقات، ويجب أن يحفظ للعملاء خصوصيتهم. عملت وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة المتوفرة عبر الإنترنت وعبر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تخفيض تكلفة المعاملات التجارية، وسهلت على المستهلك عمليات التسديد ولا تحتاج إلى جهد كبير وتوفر الوقت بشكل مثالي. إن من أشكال عمليات الدفع الإلكتروني المتوفرة إما من خلال البنوك أو من خلال شركات خاصة بالدفع الإلكتروني: بطاقات الاعتماد والبطاقات الذكية وتحويل الأموال إلكترونياً والمحافظ الإلكترونية التي ظهرت في فلسطين مؤخراً خاصة بعد جائحة كورونا، والتي أتاحت للمرأة الفلسطينية المقاولة فرصة لبيع منتجاتها وتسديد المبالغ المالية من زبائنها إلكترونياً دون الحاجة لوجود حساب بنكي لأي من الطرفين.

تعرف الخدمات المالية الرقمية (Digital Financial Services) على أنها منتجات وخدمات مالية يتم الوصول إليها من خلال الوسائل الرقمية والإلكترونية، بما في ذلك المدفوعات والتحويلات والائتمان والودائع، وخدمات الادخار والتأمين الأخرى[1]. وهي سلسلة من الابتكارات التي تجعل من الممكن تقديم خدمات مالية منخفضة التكلفة، وقابلة للتطوير بسهولة، ومناسبة لمن هم في أمس الحاجة إليها كالنساء، ويشمل مستخدمو الخدمات المالية الرقمية الفئات المهمشة، والفئات السكانية غير المخدومة التي كانت محرومة من الخدمات المصرفية في السابق، وكذلك النساء وصاحبات المشاريع الصغيرة، فهي تعطي فرصة لفئات المجتمع غير المنصفة الفرصة والحق في استعمالها والاستفادة منها. أما بالنسبة لمقدمي هذه الخدمات، فهم مجموعة متنوعة من المؤسسات المالية التقليدية (البنوك ومؤسسات التمويل الصغير) بالإضافة إلى مشغلي شبكات الهاتف المحمول، وشركات التكنولوجيا المالية وشركات التجارة الإلكترونية.

تعمل الخدمات المالية الرقمية على تغيير الطريقة التي يتعامل بها الأشخاص مع الخدمات المصرفية والدفع مقابل الأشياء، بالاستفادة من البنية التحتية لشبكات الاتصالات وقنوات التوزيع الحالية مثل الهواتف المحمولة ومتاجر البيع بالتجزئة، ومكاتب البريد وشركات التمويل الصغير والبنوك. وهذا يدعم المرأة ويجعها تتمتع بالقدرة الاقتصادية والنجاح، بما لديها من المهارات والموارد التي تحتاجها، وبالتالي تساعدها الخدمات المالية الرقمية على اتخاذ وتنفيذ القرارات الاقتصادية. وبانتشار وسائل التواصل الاجتماعي والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية، ظهرت نماذج جديدة اندمج فيها مشاركة المحتوى مع التفاعلات عليه بالمدفوعات الإلكترونية. فقدمت التجارة الإلكترونية مزايا

[1] Gueguen, C., Gharbiyeh, R., Hakspiel, J., & Majali, S, **Making Digital Finance Work for Women in the MENA Region**, Arab Women's Enterprise Fund, 2020, p. 8

كبيرة لشمل النساء المقاولات وعملائهن في الاقتصاد الرسمي. كما تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص العوائق التي تمنع دخول النساء المقاولات في عالم الأعمال، فأتاحت لهن البدء بمشاريعهن المقاولاتية الصغيرة من المنزل، وعدم الحاجة لوجود رأس مال كبر للاستثمار. وعملت على توسيع نطاق المبيعات عبر الإنترنت وخارج حدود مجتمعاتهن، والوصول إلى الزبائن والموردين الجدد في أي مكان في العالم. ومن هذا المنطلق، يعمل ربط التجارة الإلكترونية بالخدمات المالية الرقمية على تقديم فرص جديدة لتعزيز وصول النساء المقاولات إلى الخدمات المالية الرسمية، وتسهيل فتح حسابات مصرفية لهن، وتقديم الخدمات الائتمانية لهن بشكل سهل وسريع.

المطلب الثالث: المقاولاتية الرقمية

أصبحت تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام الجديدة في الاقتصاد الرقمي عبارة عن مصادر للتنافس والابتكار في العمليات والنماذج التجارية، ويتم فيها معالجة أجزاء من المعلومات بدلاً من معالجة للسلع المادية، مما يسرّع عملية التحول إلكترونياً، بعيداً عن إنتاج السلع المادية، ونحو اقتصاد قائم على إنتاج وتداول المعلومات والخدمات القائمة على المعرفة[1]. في هذه البيئة الجديدة، يمكن بناء الميزة التنافسية على القدرة على الوصول إلى المعرفة وخلقها ومعالجتها ونشرها بشكل استراتيجي. في الوقت نفسه، في مجتمعات المعلومات والمعرفة، التي تتميز بتدفق المعلومات بحرية ودون عوائق، يمكن أن يصبح نشر المعلومات بلا تكلفة تقريباً ويصعب حمايته، مما يجعل من الصعب إنشاء نماذج أعمال مستدامة وميزة تنافسية.

في هذا السياق من التغيرات الكبيرة وغير المؤكدة في الظروف التنافسية، تزدهر العديد من المشاريع، وتعمل التقنيات والتكنولوجيا الحديثة القائمة على المعلومات على توليد فرص لأصحاب المشاريع والمقاولين لإنشاء أعمال مقاولاتية ذات تقنية عالية. وعلى الرغم من ذلك، تبهرنا المشاريع الجديدة بعددها الكبير وتنوعها في الاقتصاد الرقمي اليوم[2].

يشمل مصطلح المقاولاتية الرقمية مجموعة الفرص المتنوعة التي تولدها الإنترنت وشبكة الويب العالمية وتقنيات الهاتف المحمول والوسائط الجديدة، مثل الشركات المزودة لخدمات الإنترنت التجارية ISP's، ورواد الأعمال الذين استغلوا موقع eBay لبيع سلع بتكلفة قليلة باستخدام البنية التحتية الرقمية لشركة المزادات الإلكترونية، وموجة مبادرات "الويب 2.0" حيث تقوم الشركات أو

[1] Gujrati, D. R., & Uygun, H. **Digital Entreprenuship in Emerging Trend**. Tradepreneur Global Academic Platform , Southampton, UK, 2020, p. 8

[2] Davidson, E., & Vaast, E**. Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment**, Paper presented at 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), 2010, p.1-10

الأفراد بتطوير نماذج أعمال جديدة تعتمد على نمو الشبكات الاجتماعية وتقنيات الهاتف المحمول، وتطوير مدونات الويب التي بدأت بمصداقية في منافسة شركات الإعلام التقليدية.

ومن هنا ظهر مصطلح جديد في المقاولاتية بعد الثورة الرقمية التي شهدها العالم حديثاً، وهو المقاولاتية الرقمية Digital Entrepreneurship، والتي تعني البحث والسعي للحصول على الفرص القائمة على استخدام الوسائط الرقمية، وتقنيات المعلومات والاتصالات الأخرى.

وقد عرّف ديفيدسون وفاست (Davidson & Vaast, 2010)[1] المقاولاتية الرقمية على أنها ممارسة لمتابعة فرص المشاريع الجديدة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الإنترنت ويتم فيها رقمنة بعض أو كل ما يمكن أن يكون ماديًا في مؤسسة تقليدية.

يعتمد المقاولون الرقميون على خصائص الوسائط الرقمية وتكنولوجيا المعلومات لمتابعة تلك الفرص، واغتنامها بشكل تنافسي لتعزيز الواقع الإبداعي للاقتصاد الرقمي. المقاولاتية الرقمية تعني تحويل الأعمال والمشاريع الموجودة في الواقع إلى تقنية جديدة وإنشاء مشروع جديد باستخدام تكنولوجيا المعلومات الجديدة والحديثة، وتوفير فرص العمل الجديدة الداعمة للنمو الاقتصادي. تتميز الأعمال والمقاولات والشركات المندرجة تحت المقاولاتية الرقمية بكثافة عالية في استخدام التقنيات الرقمية الجديدة، كالحوسبة السحابية وتقنيات الهاتف المحمول والبيانات الضخمة وغيرها، لتحسين العمليات التجارية وابتكار نماذج أعمال جديدة وصقل ذكاء الأعمال والتفاعل مع العملاء واصحاب المصالح المشتركة من زبائن وموردين، لتحقيق أهدافها من خلق للوظائف وتوسيع فرص النمو في المستقبل[2].

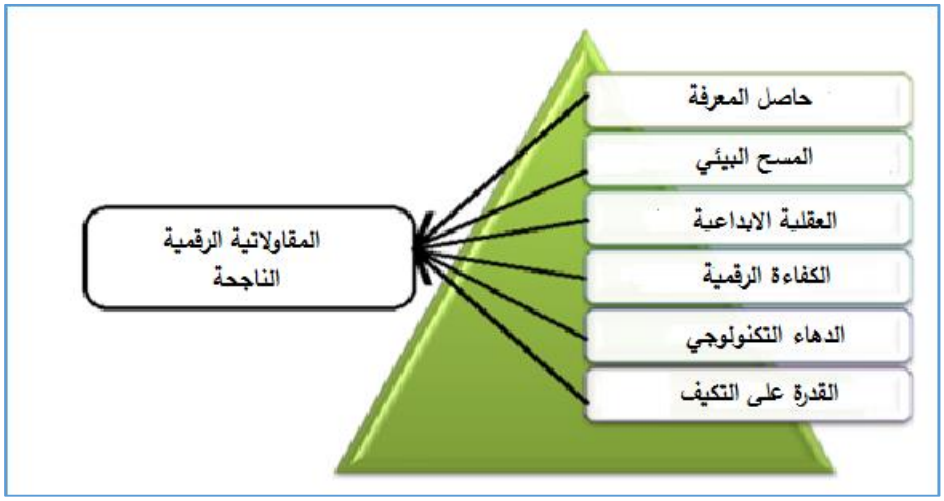
ويوضح الشكل رقم (17) أدناه الإطار النظري للمقاولاتية الرقمية، والتي تطبق خمسة معايير لتكون ناجحة وهي: القدرة على تحصيل المعرفة بتحديد القدرة على الوصول إلى القيمة الخفية للمعلومات، المسح البيئي وهو جمع المعلومات من البيئات الداخلية والخارجية المحيطة، والمراقبة الدقيقة لهذه البيئات لتحديد التهديدات والفرص المستقبلية، لتزويد المقاول/المقاولة بخريطة طريق للتغييرات المحتمل حدوثها في المستقبل. وبهذه الطريقة يمكنهم تكييف العمل للتغلب على التهديدات والاستفادة من الفرص القادمة في طريقهم. المعيار الثالث لنجاح المقاولاتية الرقمية هو تمتع المقاول/المقاولة بعقلية خلاقة أي وجود عقلية تسمح للمقاول/المقاولة التفكير والشعور والتعبير عن نفسه بشكل إبداعي ومتسق. المعيار الرابع وهو أن يكون المقاول/المقاولة على اطلاع كبير ومتعمق

[1] Davidson, E., & Vaast, E**. Idem.** P.1-10

[2] Sahut, J.-M., Iandoli, L., & Teulon, F. **The age of digital entrepreneurship** Small Bus Econ, 56, 1159–1169, 2021, p.1162. Retrieved from https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8

بالتكنولوجيا الحديثة ويعرف كل ما هو جديد فيها. وأخيراً، يجب عليه أن يكون قادراً على التكيف مع كل الظروف للوصول إلى مقاولاتية رقمية ناجحة.

الشكل رقم (17): الإطار النظري للمقاولاتية الرقمية الناجحة



المصدر: (Sharma & Yadav, 2020)[1]

المطلب الرابع: مساهمة تطبيقات التواصل الاجتماعي في تنمية المقاولاتية النسوية

لقد تغير عالم المقاولاتية بشكل كبير منذ أن غيرت الرقمنة عالم الأعمال بأكمله بدءًا من أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. وقد تناولت الأبحاث العلمية آثار الرقمنة على المقاولاتية، مشيرة إلى أن منطق المنافسة والفرص والعمليات والنتائج الخاصة بالمغامرة التجارية الجديدة كانت مختلفة تمامًا عن السنوات السابقة[2]. بسبب هذه التغييرات، بدأ بناء الأفكار التجارية على المنصات الرقمية في الظهور كنموذج أعمال جديد في العصر الرقمي. ومن ثم تم إجراء العديد من الأبحاث حول النماذج الجديدة، وتطوير المنصات والاستراتيجيات التي يمكن أن تستخدمها الشركات الناشئة في المنصة لدفع نموها.

يعتبر فيسبوك من أوائل المنصات التي استخدمت بشكل مباشر لتدعيم العمل المقاولاتي، وقد تم إطلاقه في شهر شباط من عام 2004، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية عالمية ومفتوحة تسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات تعريف شخصية، والاتصال ومشاركة المعلومات والتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض. حتى اليوم، يتصدر موقع فيسبوك أكبر منصات التواصل الاجتماعي والأكثر

[1] Sharma, D. A., & Yadav, D. R. **Emerging Dimensions In Digital Entrepreneurship: Challenges And Opportunities**. Tradepreneur Global Academic Platform, Southampton, UK, Turkey, 2020, p. 151

[2] Autio, E. **Strategic Entrepreneurial Internationalization: A Normative Framework**, Strategic Entrepreneurship Journal, 11(3), 2017, p. 211-227. doi:10.1002/sej.1261

استخداماً عالمياً مع أكثر من مليار و740 مليون زائر في شهر كانون ثان لعام 2021[1]. ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. وتسمح الشبكات الاجتماعية الافتراضية مثل فيسبوك، وتقنيات الاتصال الجديدة الأخرى للمستخدمين بشكل أساسي بالتغلب على قيود المسافة والبعد الجغرافي، وقيود الوقت، لأغراض المعلومات والتفاعل. إن تقدم وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك يعتبر ميزة إضافية للمقاولين والمقاولات، وتمثل قيمة مضافة كبيرة تشكل رأس المال الاجتماعي[2].

تستخدم النساء بشكل متزايد أدوات الاتصال عبر الإنترنت للحفاظ على الاتصالات الشخصية والمهنية، وبالأخص يزداد استخدامهن لشبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالرجال. تكون النساء أكثر نشاطًا اجتماعيًا على فيسبوك، ولديهن تنوع أكبر في موارد الشبكة المتاحة لهن من الرجال. وتشكل تقنيات الاتصال الجديدة فرصة للمرأة لتحقيق التوازن والتغلب على الصعوبات والحواجز التي قد تواجهها في الحياة الواقعية.

كما يساعد تطبيق فيسبوك النساء صاحبات الأعمال على خلق فرص جديدة لهن، ويشجع على إنشاء أعمال جديدة تديرها سيدات، بسبب مرونته وسماته المختلفة، وسهولة استخدامه، ويمكن أن يدعم النساء في الأعمال التجارية للتعبير عن قدراتهن في عمل شبكات كبيرة من خلال بناء مجتمعات افتراضية. كما يمكن أن يكون أيضاً وسيلة للاهتمام بالعلاقات الشخصية التي تساعد على توسيع نطاق العمل المقاولاتي للمرأة، وتحاول المرأة أن توازن بالتالي بين مسؤوليات الحياة الخاصة لها والتزامات العمل[3].

كما استخدمت النساء عموماً والفلسطينيات خاصة منصة انستغرام في تطوير عملهن المقاولاتي، باستخدام الإعلان عبر انستغرام، وهو أحد الأنماط التي يستخدمها المعلنون للترويج لمنتجاتهم في جميع أنحاء العالم، مما يساعد في توسيع نطاق الاعتراف بالعلامة التجارية والصفقات، لجذب جمهور عريض بدون تكلفة عملياً. وتعمل هذه المنصة على تمتع المؤسسات في جميع أنحاء العالم بفرصة للتواصل والتعاون مع العملاء، وفهم احتياجاتهم، وجمع بيانات العملاء المهمة[4].

[1] أحمد عوض، **ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا حول العالم خلال يناير 2021 (جراف)**، 2021، تم الاسترداد من المال مصرية اقتصادية يومية: bit.ly/3J3D2Ey

[2] Constantinidis, C. **How do women entrepreneurs use the virtual network Facebook? The impact of gender**. ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION, 12(4), 257–269, 2011, p.527

[3] Nworgu, Q. C. **A Critical Overview of the Impact of Social Media on Online Small Businesses Owned and Run by Women Entrepreneurs: A Case Study of London-based Female Eentrepreneurs**, Educational Reforms Worldwide, 18, 2020, P.192

[4] Green , K. M., & Dilman , R. K. **Instagram Marketing An Exploratory Study on The Customer of Using Instagram to Purchase**. Revue de l'innovation et marketing, 8(1), 171-190, 2020, p.172

إن ما يميز منصة انستغرام النصوص والصور، وهي السمات الرئيسية في التطبيق، والتي تميزه عن منصات التواصل الاجتماعي الأخرى وذلك في بداية تطويره. ثم قامت الشركة المنتجة له بإضافة الفيديو في منصتها عام 2013، والتي أصبحت مشهورة منذ ذلك الحين[1]. ومن أهم الميزات التي أضيفت للمنصة إطلاق خدمة IGTV ليكون تطبيق مشاهدة فيديوهات مدمج في تطبيق انستغرام في عام 2018، كما أضافت انستغرام ميزة المراسلة والقدرة على تضمين صور أو مقاطع فيديو متعددة في نفس المنشور. ومن ميزات التطبيق الأكثر شيوعًا "قصص انستغرام" التي تمكن للمستخدمين نشر الصور ومقاطع الفيديو في موجز منفصل للمحتوى داخل التطبيق. حيث أن كل هذه الميزات في انستغرام تساعد المرأة المقاولة في إنجاح عملها بيسر وسهولة وبأقل التكاليف.

هناك العديد من النساء في فلسطين ممن بدأن العمل على منصة انستغرام لبيع منتجات فريدة من نوعها مثل الحرف اليدوية، والطعام، والملابس، ولكنهن يواجهن تحديات مختلفة، منها محاولة الموازنة بين المبيعات على انستغرام ووظائفهن اليومية. إذ توصي الدراسات بأن الصور الفوتوغرافية والتسجيلات تساعد في تحقيق أهداف العملاء للشراء، ويستثمر الناس طاقة في انستغرام أكثر من المواقع المقارنة الأخرى، مما أتاح للنساء نشر علاماتهن التجارية، واستغلال هذه الوسيلة المرئية الاستثنائية في تطوير العمل المقاولاتي.

ومن المنصات التي انتشرت في الآونة الأخيرة، تيك توك وهو عبارة عن منصة متعددة الجوانب لمشاركة الفيديوهات، تمكن مستخدميها من التفاعل مع هذه الفيديوهات، من خلال إنتاج محتويات فيديو قصيرة حول مواضيع مختلفة مثل الكوميديا ومزامنة الشفاه وغيرها، وتطبق أساليب مختلفة لزيادة عدد المستخدمين وزيادة قيمة الأعمال التجارية التي تستخدمها للترويج لها. تأسست شركة تيك توك في سبتمبر 2017، وتعمل اليوم في أكثر من 150 سوقاً عالمية، وتشهد زيادة سريعة في أعداد المستخدمين، لذلك من خلال النظر في عملية تطوير الشركة، من المتوقع أن يتم تعلم معرفة جديدة حول كيفية إدارة أعمال النظام الأساسي للنمو في الواقع[2]. وبسبب الانتشار الضخم لاستخدام هذه المنصة، كانت من أهم الوسائل الإلكترونية التي تساعد في تنمية العمل المقاولاتي للمرأة.

[1] Dewi, A. S**. Op. Cit.** p. 58-61

[2] Wang, R. **Managing Platform Business Growth: A Case Study of TikTok**, A thesis paper for a Master 's degree in Social Sciences, in the program of Organisational Innovation and Entrepreneurship, at Copenhagen Business School, Copenhagen Business School, 2020, p.76

المبحث الثاني: العوامل التحفيزية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية المقاولاتية النسوية

شهدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقود الماضية تطوراً سريعاً للغاية، وتم إدخالها في جميع نواحي حياة الناس. وقد أتاح هذا بالتالي فرصاً جديدة للشركات والأفراد (مثل الشبكات الاجتماعية، والبحث عن المعلومات ومشاركتها)، وتحسين نوعية الحياة. يمكن لأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة أن تقلل التكاليف بالإضافة إلى زيادة الإنتاجية والفعالية على مستوى الأفراد والمنظمات[1]. كما أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغييرات عميقة في مجال الاتصال وإمكانية الوصول إلى المعلومات وتوافرها.

نظراً لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يمكن أداء العديد من الأشياء بكفاءة وبنجاح أكبر، مثلاً، تتيح تكنولوجيا المعلومات إمكانية اختبار سيناريوهات مختلفة لصنع القرار. ومن هذا المنطلق، يعزو الكثير من الناس أن السبب في تطور وخلق مهارات المقاولاتية يعود إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال. إلى جانب ذلك، قد توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال فرصاً تعليمية وحلول تخطيط الأعمال، وأدوات قواعد البيانات بالإضافة إلى فرص التدريب على الأعمال التجارية بمساعدة محاكيات خطط الأعمال. كما يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساعد في تطوير وتعزيز الاتصال والشبكات الاجتماعية أيضًا.

المطلب الأول: الأسباب التي تدفع المرأة لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العمل المقاولاتي

إن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال حقيقة معروفة، ومع إدراك المزيد والمزيد من الشركات التجارية لأهميتها لسوق العمل، يستحوذ هذا القطاع التكنولوجي على صناعات ضخمة، ويعمل على خلق المزيد من الفرص، خاصة للشباب وللنساء في مجال المقاولاتية. ويعد استخدام المشاريع الصغيرة والمتوسطة والتي هي جزء لا يتجزأ من المقاولاتية لأحدث التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتمثلة في تطبيقات الحاسب الآلي والإنترنت والمحمول، نقطة تحول وتطور جوهرية في شكلها وطبيعتها والفرص المتاحة أمامها. كما تعمل التكنولوجيا على خلق الفرص للمشاريع المقاولاتية التي تعمل أيضاً على الحد من التهديدات والقيود التي تواجهها (عنبة، المشروعات الصغيرة للشباب ما بعد عصر ريادة الأعمال، 2017). [2]

[1] Hengst, M., & Henk , S. G. **The Impact of Information and Communication Technology on Interorganizational Coordination: Guidelines from Theory**, Special Series on Information Exchange in Electronic Markets, 4(3), 2001, p.130-135

[2] هالة محمد لبيب عنبة، **مرجع سبق ذكره**، ص 255

هناك عدة جوانب تفسر اتجاه المقاولين عامة والمقاولات النساء خاصة نحو تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأعمال المقاولاتية، ومنها:

- الاتصال: يوفر الاتصال الجيد تدفقاً فعالاً للمعلومات في الأعمال التجارية، وهو أمر ضروري لذلك، كما تعمل التكنولوجيا على توفير قنوات متعددة للشركات للتواصل داخلياً وخارجياً، سواءً كان الأمر يتعلق بإعداد مساحات عمل افتراضية حيث يمكن للموظفين التفاعل وتطوير الأفكار، أو الاتصال بالشركات الدولية من خلال استخدام تقنيات مثل مؤتمرات باستخدام الفيديو (video conferencing). كما يمكن استخدام التكنولوجيا كمنفذ يتيح للشركات جمع البيانات من خلال التغذية الراجعة من عملائها، والتي يمكن استخدامها لتحسين أو تغيير منتج ليناسب احتياجات العملاء بشكل أفضل.
- البحث والتطوير: من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يمكن للشركات البحث في السوق باستخدام البيانات الثانوية. ويعتبر هذا الأسلوب مفيد للغاية لأنه يوفر للشركات معرفة متعمقة حول الأسواق قبل اختراقها. إلى جانب البحث بتجميع البيانات الثانوية، يمكن للشركات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لإجراء بحوث أولية للبيانات بالإضافة إلى استخدام الاستطلاعات عبر الإنترنت التغذية الراجعة من العملاء.
- الإعلانات من خلال الإنترنت: من أهم الأسباب التي تدفع إلى تفعيل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والأكثر فائدة هو الإعلانات الموجهة إلى ملايين الأشخاص حول العالم، بمجرد الضغط على زر واحد. حيث تتكون هذه الإعلانات عبر الإنترنت من مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي. وفي عالمنا اليوم أصبح من السهل إنشاء مواقع الإنترنت باستخدام أدوات بسيطة مثل ووردبرس WordPress، أو تطوير مواقع إلكترونية متخصصة عن طريق الاستعانة بمطوري الويب المحترفين لإنشائها. وعلى عكس مواقع الإنترنت، نجد من السهل جداً إنشاء حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المفيدة جدا لترويج العمل المقاولاتي، والتي توفر مجموعة متنوعة من المنصات مثل فيسبوك وتويتر وانستغرام ويوتيوب وتيك توك وغيرها، فكل شيء أصبح رقمياً في الوقت الحاضر لأن الجميع متصل بالإنترنت دائماً. يتواصل المسوقون الآن مع المزيد من الأشخاص، ويمكنهم إرسال رسائلهم بشكل أسرع وأسهل، ونتيجة لذلك، تزيد عائداتهم مع توفير الوقت عليهم، ومن جهة أخرى لم يعد المقاولون والمقاولات بحاجة إلى متجر فعلي أو حتى مكتب لتزويد الناس بالمنتجات أو الخدمات، إذ يمكن عمل كل شيء عبر الإنترنت[1].

[1] Institute of Entrepreneurship Development, **ICT and Entrepreneurship**. Retrieved from Institute of Entrepreneurship Development: https://ied.eu/blog/ict-and-entrepreneurship/2020

- أصبحت التكنولوجيا وبوجود الإنترنت وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المختلفة جزءاً لا يتجزأ من بيئة الأعمال وحياتنا بشكل تدريجي، وقد شهدنا فيما بعد تدفقاً من الفوائد التجارية الناشئة عن ذلك. كما أدت الزيادة في الوصول إلى الهواتف المحمولة وإدخال الهواتف الذكية إلى زيادة الوصول إلى الإنترنت أثناء التنقل، مما أدى إلى إنشاء قطاعات جديدة تماماً، وظهور شركات جديدة وتوفير فرص عمل للكثيرين مع التأثير أيضاً على نماذج العمل المقاولاتي.

المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي للمرأة

أصبح من الممكن للنساء المقاولات أن يستفدن استفادة كبيرة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة أو منصة داعمة لمشاريعهن التجارية، ولا سيما في المجالات المتعلقة بالاتصالات وتنمية الأعمال التجارية والحصول على التمويل والصحة والتعليم. وعلاوة على ذلك، يمكن للمرأة أن توسع نطاق أعمالها التجارية على الصعيد العالمي من خلال المنصات الإلكترونية.

حظيت المقاولاتية النسوية في الدول العربية في الآونة الأخيرة باهتمام شديد، ومن أجل تطويرها لتعزيز النمو الاقتصادي، وجب اتباع خطوات قوية وجدية من قبل جميع الشركاء كصناع القرار، والمجتمع، والمؤسسات المالية، والأسواق والإعلام[1]. إذ تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيدات الأعمال من توسيع المشاركة المتساوية لهن مقارنة بالذكور في نمو وتطور أعمالهن المقاولاتية والتي تساعد في نمو الاقتصاد الوطني. إن التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنه أن يساعد النساء صاحبات المشاريع المقاولاتية في خلق المزايا، والبحث والمشاركة في الأعمال عالمياً، لنقل التكنولوجيا والتدريب والتعاون ومبادرات التنمية على المستوى العالمي. فنجد في معظم الاقتصادات المتقدمة والنامية في آسيا والغرب على حد سواء مجموعة واسعة من أدوات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة من قبل المقاولين والمقاولات لتطوير المنتجات والتسويق والتخطيط والأغراض الاستراتيجية الأخرى.

اتجهت العديد من الدول إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الأعمال المقاولاتية والتجارية ورفع الميزة التنافسية لها، وقد أثبتت التكنولوجيا الحديثة قوتها كأداة للتطوير والنمو. وقد تم إدخال أنظمة تكنولوجيا المعلومات لتبادل المعرفة ونقلها، والاستفادة من القدرات حتى مع الخبرات الموجودة في مواقع مختلفة، والتوسع في الاقتصاد، وعملت وسائل الاتصال الحديثة على

[1] Mathew, V. **Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development**. International entrepreneurship management journal, volume 6, 2010, p. 163–181. doi:10.1007/s11365-010-0144-1

بناء جسور بين الدول وساعدت الشركات في خلق فرص جديدة للربط بين الناس من خلال قنوات اتصال إلكترونية تعمل على تطوير ونمو عمل الشركات والأفراد[1].

يعتبر الابتكار أحد أهم سمات المقاولاتية، ويرتبط الابتكار ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الآونة الأخيرة. ونتيجة لذلك، تم إنشاء العديد من الشركات الحديثة أو الجديدة على أساس قوي من أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفر للعمل المقاولاتي أنظمة اتصالات جديدة، تطورات برمجية مختلفة، وإضافات جديدة للتقنيات التي تجعل الأشياء تعمل بشكل أسرع وأفضل.

وعلى مستوى المرأة المقاولة، وفرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها أداة فعالة من أجل تطوير وإيجاد الفرص، على الرغم من العوامل المختلفة التي تؤثر سلباً في بعض أنحاء العالم، ومكنتها من توسيع المشاركة المتساوية مقارنة بالذكور في نمو وتطور الاقتصاد الوطني، ووفرت لهن وسيلة للتعبير عن تنمية شخصياتهن وقدراتهن. كما عملت كوسيلة على مساعدتهن في تطوير الأعمال التجارية وتوسيع النمو إلى مناطق بعيدة خارج الحدود الجغرافية المتعارف عليها، والتي كانت تبدو مستحيلة في العقود القليلة الماضية أي ما قبل الانتشار الواسع لأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

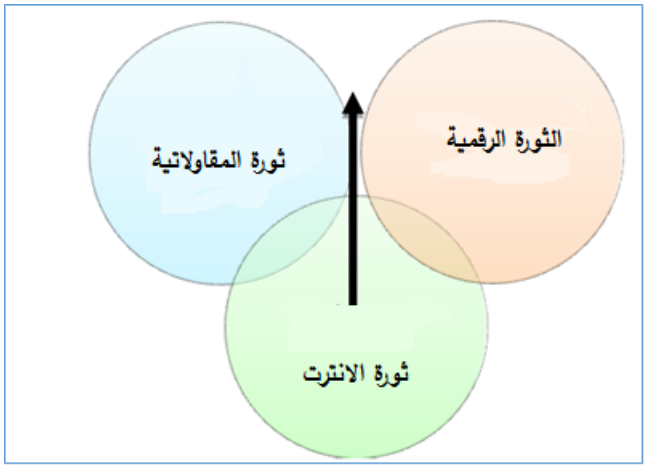
أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال جزءاً لا يتجزأ من عالم الأعمال في جميع أنحاء العالم. وبدخول تقنيات الجيل الرابع على الهواتف المحمولة عالمياً، والجيل الخامس بات قريباً جداً في الدول المتقدمة، وتوفر خدمات الجيل الثالث في الأراضي الفلسطينية منذ العام 2018 بعد أن كانت ممنوعة لسنوات طوال، أتاحت هذه الأدوات والتقنيات واستخدامها آفاقاً جديدة، وفتحت لهن أبواباً واسعة في عالم تطوير الأعمال المقاولاتية. إذ يمكن لثورة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تخرج المرأة المقاولة من غلافها الاجتماعي للتعبير عن البراعة وازدهار النمو الاقتصادي، ويزيد استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من قدرتها على المشاركة والوصول إلى المعلومات والمعرفة، مما يساعد ويدعم تطوير نشاطها التجارية المقاولاتي، ويؤدي إلى تعزيز فهمها في نطاق أوسع. ويساعدها على خلق المزايا والبحث والمشاركة في عالم الأعمال العالمي لنقل التكنولوجيا والتدريب والتعاون ومبادرات التنمية على المستوى العالمي.

يوجد العديد من السمات الفعالة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المقاولاتية، والتي أظهرت مرونة ملحوظة في هذا المجال، وهذه السمات تزيد من كفاءة هذه التكنولوجيا في المقاولاتية وإيجاد

[1] Mathew, V. **Idem.** P. 163-181

فرص العمل، والتي منها[1]. زيادة سرعة حساب ومعالجة البيانات ونقلها وبالتالي تقليل وقت العمل وزيادة الإنتاجية، زيادة الدقة في العمل، وبوجود تكنولوجيا المعلومات والاتصال لم يعد من الضروري حجز أماكن خاصة للاحتفاظ بالمجلدات والكتب، فأصبح يمكن تخزين البيانات والمعلومات بسهولة كبيرة من خلال أجهزة الحاسوب ووسائل التخزين الحديثة والتكنولوجيا الأحدث بالاحتفاظ بالبيانات على مساحات تخزينية هائلة تستأجر بأسعار جيدة وليست مرتفعة، توفرها الشركات العملاقة مثل جوجل ومايكروسوفت. وتساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القضاء على الفساد الإداري، وزيادة الشفافية والقضاء على الوسطاء. وتعمل تقنيات الاتصال الحديث على السماح بالتعاون عن بعد مثل عقد المؤتمرات عن بعد، وتنظيم المؤتمرات عبر الفيديو وما إلى ذلك وكل هذه التطبيقات هي أمثلة لأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المقاولاتية.

الشكل رقم (18): علاقة العمل المقاولاتي بتكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: (Tavakoli, 2013)[2]

يوضح الشكل رقم (18) علاقة العمل المقاولاتي بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أن ثورة الإنترنت والتحولات الرقمية الهائلة تعمل على زيادة الثورة الرقمية في عالم الاعمال والمقاولاتية.

المطلب الثالث: معيقات استخدام المرأة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تناولت العديد من الدراسات معيقات اتجاه المرأة نحو العمل المقاولاتي، وتعددت التفسيرات انطلاقاً من مسؤوليتها في رعاية الأسرة والأطفال والكفاح من أجل تحقيق التوازن بين العمل والمسؤولية المنزلية. فكان من وجهة نظر بعض الباحثين أن العديد من النساء يواجهن صعوبات في القيام

[1] Tavakoli, A. **Impact of Information Technology On the Entrepreneurship Development**. Advances in Environmental Biology, 7(8), 2013, p.1423
[2] Tavakoli, A.**Idem**. p.1423

بأنشطة تجارية خارج منازلهن بسبب المسؤولية الأسرية، وقد يؤثر هذا على الأداء المقاولاتي. وبالتالي فإن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال يلعب دوراً مهماً في مساعدة النساء المقاولات في الحد من تلك القيود[1]، وله علاقة إيجابية بأداء الأعمال بحيث تسمح التكنولوجيا الحديثة للنساء بإدارة مشاريعهن المقاولاتية باستخدام الإنترنت، وهذا يمكن أن يساعد المرأة على تحقيق التوازن بين العمل والمسؤولية الاجتماعية والمساهمة في الأعمال التجارية والمقاولاتية.

ومن جهة أخرى، تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توفير الوقت على المرأة المقاولة، والتغلب على مشكلة تباعد المسافات، وتمكنهن من الوصول إلى المعلومات والأسواق الجديدة، والاتصال بالأشخاص عن بعد، وخفض تكاليف المعاملات[2]. ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساعد صاحبات المشاريع على التغلب على بعض التحديات، بما في ذلك ضيق الوقت، والتحديات الثقافية والاجتماعية، وانخفاض الحراك البدني، ومحدودية فرص الحصول على التمويل، والتعليم والتدريب على المهارات والمعلومات، والأسواق القائمة والمحتملة.

ومن أجل الاستفادة من تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقديم خدمات أفضل، واستكشاف فرص عمل جديدة، يرى الباحثون وجوب استيفاء ثلاثة شروط على الأقل وهي: توفر بنية تحتية ملائمة، وأشخاص مؤهلون ولديهم الخبرة الكافية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتوفر ميزانية جيدة للاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال[3]. ومن هنا يتبين لنا أحد أهم المعيقات التي تواجه المقاولاتية النسوية في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأعمال المقاولاتية، فالنساء عموماً ينشئن أعمالاً ومشاريع تصنف من فئة الأعمال الصغيرة والمتوسطة والتي تحتاج إلى الدعم المالي لقيام المشروع أولاً، ومن ثم الاستثمار في التكنولوجيا. ومن جهة أخرى تحتاج النساء إلى التدريب الكافي واكتساب الخبرة في التعامل مع التقنيات الحديثة.

المطلب الرابع: تحقيق التنافسية للمقاولاتية النسوية

تبعاً لدراسة أجراها (Alam & Noor, 2009)[4] فإن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعتبر وسيلة لتمكين الشركات من المنافسة على نطاق عالمي، مع تحسين الكفاءة، وتوثيق علاقات

[1] Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. **Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh)**. Tazkia Islamic Finance and Business Review, 9(1),2015, p.88

[2] Hussain, F. **Enabling Role of ICT for Women Entrepreneurs. Republic of Korea**: (UN-APCICT/ESCAP), United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development, 2016, P.29

[3] Tarutė, A., & Gatautis, R. **ICT impact on SMEs performance**, Procedia - Social and Behavioral Sciences, volume 110, 2013, p. 1220

[4] Alam, S. S., & Noor, M. K. **ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia**, International Journal of Business and Management, 4(2), 2009, p.112

العملاء والموردين. واعتبر الباحث أن اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعتبر شرطاً حاسماً يمكّن الشركات الصغيرة والمتوسطة والتي تمثل جزءاً كبيراً من الأعمال المقاولاتية، من اعتبار تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمثابة تطبيق مهم في أعمالها للاستفادة من ميزة تنافسية في الأسواق العالمية.

وفي سبيل تحقيق التنافسية للأعمال المقاولاتية، كان هناك دور بارز لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في ذلك، فقد ساعدت في الوصول إلى الأسواق المحلية والعالمية من خلال التجارة الإلكترونية التي قللت إلى حد كبير من الحاجة إلى البنية التحتية المادية للتجارة. حيث يتوفر العديد من المنصات مثل جوميا وعلي اكسبرس وعلي بابا التي وفرت للمقاولين والمقاولات الوصول إلى الأسواق في جميع الأنحاء محلياً وعالمياً. وأحدثت التكنولوجيا ثورة كاملة في الطريقة التي تعمل بها الشركات، خاصة تلك التي تخصصت في أسواق معينة. تستخدم هذه الشركات التطبيقات الإلكترونية والتي غالباً لا تتطلب التواجد الفعلي لمالك العمل، ويمكن في كثير من الأحيان تشغيلها بكفاءة مثل شركة أوبر العالمية.

ومع ظهور الوسائل الجديدة للإعلانات التسويقية عبر قنوات إلكترونية يمكن الوصول إليها عبر تغريدة على تويتر أو منشور على فيسبوك أو مقاطع فيديو على يوتيوب، وما إلى ذلك بأسعار أرخص بكثير من الإعلانات بالطرق التقليدية، أصبحت التكنولوجيا الحديثة تضيف ميزات تنافسية أخرى للأعمال المقاولاتية. وزادت أيضاً تدفقات الإيرادات، وعملت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على توفير الوقت والمال، بمنح فرصاً جديدة ومثيرة لزيادة الإيرادات. وتشمل هذه الفرص توفير الأفلام والألعاب للاسترخاء مقابل رسوم. ومن أمثلة ذلك الشبكة التلفزيونية العالمية المتوفرة فقط عن طريق الإنترنت نيت فليكس. كما عملت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تسهيل عقد المؤتمرات عن بعد، عبر أنظمة تكنولوجيا مؤتمرات الفيديو التي تسمح لموقعين أو أكثر بالتواصل عبر عمليات إرسال صوت وفيديو متزامنة ثنائية الاتجاه، مما يلغي لوجستيات السفر ويوفر الوقت والمال. ووفرت أيضاُ هذه التكنولوجيا للمقاولين والمقاولات فرصاً للوصول إلى زبائنهم من خلال البث المباشر المتاح عبر كل وسائل التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب وانستغرام وفيسبوك، حيث يمكنهم التواصل المباشر مع الزبون أو التاجر أو الأسواق محلياً ودولياً.

ومن جانب آخر، تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق فرص جديدة في المقاولاتية، حيث أن توفر التكنولوجيا قد يلغي ببطء الحاجة إلى وظائف معينة، وفي الوقت نفسه، يخلق الحاجة للآخرين. وبارتباط تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمقاولاتية ظهرت التجارة الإلكترونية التي ربطت الشركات من جميع أنحاء العالم بالمستهلكين وتقديم المنتجات والخدمات من خلال الإنترنت، وأتاحت الفرصة لأي شخص من أي مكان أن يكون له متجره الخاص دون الحاجة إلى لوجستيات العمل

التقليدي، من توفر المكان والسلع وتكاليف الإيجار وتوصيل الماء والكهرباء والهاتف. وظهرت عدة مصطلحات جديدة في عالم التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني مثل "Drop Shipping" و"Affiliate Marketing" وغيرها التي جعلت من السهل لأي شخص أن يعمل ويكسب رزقه من بيته، إذ ناسبت هذه الفرص النساء أكثر من الرجال.

المبحث الثالث: السياسات والبرامج الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين

يهدف هذا الفصل إلى التعريف بدور الدولة في دعم المقاولاتية، والدور الذي تقدمه المؤسسات الداعمة لتمكين المقاولاتية النسوية في فلسطين والبرامج والمبادرات التي تشجع وتقدم المساعدة والدعم للنساء اللاتي يرغبن بالبدء بإنشاء أعمال خاصة في فلسطين. يتضمن ذلك السياسات والتشريعات التي تقدمها الحكومة على شكل قوانين وسياسات وبرامج، ومن جهة أخرى البرامج والمشاريع التي تقدمها مؤسسات المجتمع المدني الداعمة للمقاولاتية النسوية والمنتشرة في الأراضي الفلسطينية، والتي تشمل المؤسسات غير الحكومية ومؤسسات الإقراض الصغير التي تقدم التمويل الميسر للمقاولاتية النسوية.

المطلب الأول: التشريعات والقوانين والسياسات الحكومية

لا يوجد اهتمام من قبل المشرعين بالمقاولاتية عموماً في فلسطين، وما يتضمنه القانون الفلسطيني غير كافٍ لما تحتاجه المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تمثل المقاولاتية، من عناية ورعاية وتشجيع. مثلاً، قانون الاستثمار الفلسطيني لا يحتوي على أية نصوص ذات علاقة بالمقاولاتية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، ولا يوجد فيه مشاريع لقوانين خاصة بالمقاولين والمقاولات وعلاقاتهم بسوق العمل أو دورهم في دفع عجلة الاقتصاد الوطني.[1]

إن شمول الإطار القانوني والتشريعي للمقاولاتية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة يعد عاملاً مهماً في تطويرها والحفاظ عليها، وحماية المقاولين والمقاولات والحفاظ على حقوقهم، وفقدان هذا الجانب من القانون الفلسطيني يؤثر سلباً على التنمية والاقتصاد عموماً، ولا يشجع على جذب الاستثمارات في الوطن.

تعد الجهات الحكومية هي الجهات الرئيسية في المجال الاقتصادي والاستثماري والمراقب القانوني. لذلك وجب التدقيق في قانون تشجيع الاستثمار الفلسطيني الذي يخلو تماماً من أي نصوص تتعلق بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة. في المادة 23 من هذا القانون، التي تنص على: " تمنح المشاريع التي تقرها الهيئة والحاصلة على التراخيص اللازمة وفقاً للقانون الحوافز الواردة في هذا القانون وفقاً للتالي: أ –أي استثمار قيمته من مائة ألف إلى أقل من مليون دولار يمنح إعفاء من ضريبة الدخل لدى استحقاقها لمدة خمس سنوات تبدأ من تاريخ بداية الإنتاج أو مزاولة النشاط، ويخضع لضريبة دخل على الربح الصافي بمعدل اسمي قدره 10% لمدة ثماني سنوات إضافية. ب – أي استثمار قيمته من مليون إلى خمسة ملايين دولاراً يمنح إعفاء من ضريبة الدخل لدى استحقاقها لمدة خمس سنوات تبدأ من تاريخ بداية الإنتاج أو مزاولة النشاط، ويخضع لضريبة دخل على الربح

[1] محمود الفطافطة، **الريادة في فلسطين قضايا وتجارب**. تجمع باحثون بلا حدود، رام الله، 2020، ص214

الصافي بمعدل اسمي قدره 10% لمدة اثنتي عشرة سنة إضافية. ج –أي استثمار قيمته خمسة ملايين دولاراً فما فوق يمنح إعفاءً من ضريبة الدخل لدى استحقاقها لمدة خمس سنوات تبدأ من تاريخ بداية الإنتاج أو مزاولة النشاط، ويخضع لضريبة دخل على الربح الصافي بمعدل اسمي قدره 10% لمدة ستة عشرة سنة إضافية. د –المشاريع الخاصة نوعياً ورأسمالياً والتي يصدر بتحديدها قراراً من مجلس الوزراء بناء على اقتراح الهيئة تمنح إعفاء من ضريبة الدخل لدى استحقاقها لمدة خمس سنوات تبدأ من تاريخ بداية الإنتاج أو مزاولة النشاط وتخضع لضريبة دخل على الربح الصافي بمعدل اسمي قدره 10% لمدة عشرين سنة إضافية."[1] حسب بند الإعفاءات الواردة في هذه المادة نجد المشاريع الحاصلة على التراخيص اللازمة والتي تستحق الإعفاء من ضريبة الدخل، هي المشاريع الواردة في الفقرة (أ) من المادة (23) والتي يتراوح رأسمالها من مئة ألف دولار إلى مليون دولار أمريكي، لدى استحقاقها لمدة 5 سنوات، شريطة ألا يقل عمر المشروع عن خمس سنوات، وهذا يعني أن المشروعات المقاولاتية الصغيرة والمتوسطة لا يشملها قانون تشجيع الاستثمار الفلسطيني في المادة المخصصة للإعفاءات الضريبية.

لم يولِ المشرعون الفلسطينيون اهتماماً كبيراً للمشاريع المقاولاتية الصغيرة والمتوسطة، وأسقطوا أي استثمارات متواضعة من حساباتهم، متجاهلين جزءاً كبيراً من الاستثمارات القائمة التي أثرت على عملية الإنتاج بأكملها وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من الاقتصاد الفلسطيني، وبخاصة أن الوضع السياسي الفلسطيني لا يشجع رجال الأعمال على تقديم التزامات كبيرة وطويلة الأجل[2]. لذلك، هناك حاجة لمراجعة هذه التشريعات لجعلها أكثر انسجاما مع الواقع الفلسطيني، وتشجيع الشباب والنساء على بناء مشاريع رأسمالية محدودة، باعتبارهم محوراً مهماً للاقتصاد الفلسطيني.

كما تواجه المشاريع المقاولاتية في فلسطين الطبيعة البدائية لإجراءات تأسيس المشروع، وتعقيدات التعامل مع الجهات الرسمية، والتي تشكل رادعاً لأصحاب هذه المشاريع، شباباً كانوا أم نساءً أو غيرهم، عن إطلاق مشاريعهم في التسجيل والترخيص. إن تسجيل المشاريع المقاولاتية لدى الجهات الحكومية الرسمية هو الطريقة الوحيدة لنقل هذه المشاريع من القطاع غير الرسمي واقتصاد الظل إلى القطاع الرسمي، ويساعد على إحصاء هذه المشاريع وتتبعها من خلال الإحصاءات والسجلات الرسمية. ومن الجدير بالذكر، أهمية الاطلاع على تجارب دول أخرى في المجال نفسه،

[1] الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار، **قاعدة التشريعات الاقتصادية والتجارية**، 1998، تم الاسترداد من هيئة تشجيع الاستثمار والمدن الصناعية: http://www.pipa.ps/files/file/investment-law.pdf

[2] مهند حامد، **نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة**، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، القدس ورام الله، 2007، ص59

للنظر إلى الفروقات بين ما هو موجود في فلسطين والدول الأخرى ومحاولة تحسين القوانين الفلسطينية لمساعدة قطاع المقاولاتية في الأراضي الفلسطينية.

ويجدر بالجهات الرسمية مراجعة هذه القوانين التي تخص المقاولاتية، وبخاصة قانون تشجيع الاستثمار، وتحديداً بند الإعفاءات، وضرورة الاستعانة بتجارب الدول الأخرى في مجال سَن القوانين لتشجيع الاستثمارات الصغيرة، والتركيز في الإعفاءات على فئة النساء المقاولات، وذلك من أجل منحهن فرصة أكبر للبدء بمشروعاتهن الخاصة دون أي معوقات.

المطلب الثاني: المنظمات غير الحكومية الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين

تشكل المنشآت الصغيرة والمتناهية الصغر حوالي 99% من إجمالي المنشآت العاملة تبعاً لإحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، وهي في فلسطين تمثل الشريحة العظمى للمشاريع المقاولاتية، ويعد وجود هذه المنشآت المصدر الأساسي لدفع عجلة النمو إلى الأمام، لما تقدمه من مساهمة في خلق عدد كبير من فرص العمل، وتوليد الدخل للكثير من الأسر والأفراد الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة. إن من الضروري استمرار هذه المنشآت في عملها، وتعزيز قدرتها على الصمود والتطور، لتعزيز الاقتصاد الفلسطيني في ظل ما يعانيه من صعوبات وتحديات كثيرة.

ومن عمق الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر في دعم وصمود الاقتصاد الفلسطيني، تتنوع في فلسطين المؤسسات التي تعنى بالمقاولاتية عموماً وتهتم لشؤون النساء خاصة، ومنها ما هو حكومي ومنها ما هو عبارة عن مؤسسات مجتمع مدني ومنها ما هو منظمات غير حكومية (NGO's) وحاضنات للأعمال.

المنظمات غير الحكومية

تشكل المنظمات غير الحكومية الفلسطينية جزءًا حيويًا من مجتمع الأعمال الفلسطيني من حيث دورها في تقديم الخدمات، وعملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية. وهي تمثل ركيزة أساسية للمجتمع المدني الفلسطيني، ومسؤولة عن حماية مصالح المواطنين، وتزويدهم بمنصات للتعبير عن أنفسهم، والوصول بخدماتها إلى الفقراء والمهمشين. تنتشر هذه المنظمات في كل من الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشرقية.

يشمل مصطلح المنظمات غير الحكومية الجمعيات الخيرية، والمنظمات غير الحكومية الموجهة نحو التنمية، ومنظمات المجتمع المدني، وغيرها من المجموعات غير الربحية المنظمة لخدمة المصلحة العامة. لقد أوجدت هذه المنظمات غير الحكومية مساحة لأنفسها بين المجتمع والحكومة

والجهات المانحة والجماعات المدنية والمنظمات الفلسطينية التقليدية والمجتمع الدولي. وتستمر المنظمات غير الحكومية في لعب دور مهم في الحفاظ على التماسك الاجتماعي، وضمان حصول الفقراء على احتياجاتهم الأساسية، وتعزيز الصمود بين السكان، والتعبير المستمر عن التطلعات الاجتماعية في البحث عن دولة فلسطينية حيوية.

منتدى شارك الشبابي

منتدى شارك الشبابي هو مبادرة فلسطينية مستقلة وغير حزبية تعالج قضايا التنمية من منظور فريد. يعمل شارك على تطوير وتمكين الشباب كمشاركين نشطين في المجتمع المدني، ويشجع الشباب على المشاركة في الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية الفلسطينية. كمنصة معترف بها وطنياً ودولياً، يوفر شارك مساحة للشباب الفلسطيني للالتقاء، وتطوير أفكارهم، وتنفيذ المشاريع التي تهدف إلى تنمية المجتمع وتغيير السياسات[1].

هناك عدة مجالات رئيسية تعمل من خلالها مؤسسة شارك وهي القطاعات المدنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع الفلسطيني. وتركز على تمكين الشباب اقتصادياً، ومنحهم المهارات المهنية والشخصية التي يحتاجون إليها للوصول إلى سوق العمل والنجاح فيه. وتشجع أيضاً على المواطنة الفعالة، ومنح الشباب الأدوات التي يحتاجونها للمطالبة بتمثيل أكبر وتوفير الخدمات من صانعي القرار، وتمكينهم من تولي أدوار قيادية بأنفسهم، داخل مجتمعاتهم.

مؤسسة قيادات

تنفذ مؤسسة قيادات عدداً من البرامج أبرزها برنامج حاضنة لمشاريع مبتدئة، وخدمات تدريب وبناء قدرات لشركات ناشئة ومسرع للأعمال المبتدئة في رام الله والقدس. تركز المؤسسة على مشاريع التكنولوجيا الرقمية. وتقدم خدمات أخرى للمشاريع الناشئة في مجالات أخرى[2].

تعمل مؤسسة قيادات على تسخير كل مورد وكل فرصة لخلق المزيد من الموارد والمزيد من الفرص، ومن مسؤولياتها تجهيز وتحديد وقيادة الشباب والنساء لدعمهم لتحقيق رؤيتهم في الحياة.

ليدرز انترناشونال، يقع مقرها الرئيسي في بروكسل، وهي شبكة دولية من المنظمات المحلية المتخصصة في تخطيط وإدارة ومراقبة الابتكار، وتدخلات التنمية الاقتصادية في الاقتصادات النامية

[1] Sharek youth forum, **About Us**, 2016, Retrieved from Sharek youth forum: http://sharek.ps/en/1/1/197

[2] Leaders International, **Who we are**, 2021, Retrieved from Leaders International: https://leadersinternational.org/about/who-we-are/

والدول الهشة والبلدان الخارجة من الصراع. تأسست عام 2004 مع رؤية لتحقيق الازدهار والنمو الاقتصادي للناس في جميع أنحاء الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

من خلال شبكتها العالمية من الشركاء، تقدم ليدرز إنترناشونال خدمات احترافية لإدارة المشاريع، مع التركيز بشكل خاص على تنمية القطاع الخاص، وخلق فرص العمل والابتكار، والمقاولاتية، والوصول إلى الأسواق. وتدير محفظة نشطة تقدر بعدة ملايين من منح التنمية وعقود الخدمة؛ تهدف إلى النهوض بالاقتصادات النامية وتحويلها مع احترام القيم البيئية والأخلاقية والاجتماعية لمن تخدمهم.

ليدرز إنترناشونال مع فريقها في بروكسل وعمان ورام الله، لديها هدف أساسي واحد؛ وهو ضمان وصول المستفيدين إلى الوسائل والموارد اللازمة للتنمية والازدهار الاقتصادي.

مؤسسة التعاون

منذ عام 2009، تنفذ مؤسسة التعاون العديد من مشاريع الدعم للنشاط المقاولاتي في فلسطين، وتعمل على تحفيزه ونشره وتدعو للاستثمار به. ومن أهم أهداف مؤسسة التعاون السعي نحو تحقيق التمكين الاقتصادي للشباب وللنساء، وتعزيز النمو الاقتصادي للقطاع الخاص من خلال تعزيز الإنتاجية والتنافسية. وتقدم مؤسسة التعاون حزمة كاملة ومتكاملة من مهارات الإشراف والمتابعة للمشاريع المقاولاتية. وتدعم المقاولين والمقاولات بتوفير خدمات الاحتضان من خلال حاضنات الأعمال، التي تدار من قبل مؤسسات متخصصة في مدن الضفة الغربية. وتقدم مؤسسة التعاون أيضاً برامج تمويلية على شكل قروض صغيرة أو تمويل استثماري. وتعقد أيضاً ورشات وحلقات نقاش لتعزيز ثقافة المقاولاتية والنشاط المقاولاتي[1].

مؤسسة النيزك

هي مؤسسة علمية فلسطينية ومقدسية الأصل، وتعتبر من المؤسسات غير الربحية المختصة في التعليم والإرشاد والبحث في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة وغيرها، ولقطاعات مختلفة من المجتمع. تقدم برامج علمية متواصلة، تستهدف الموهوبين والمبدعين من كافة المراح العمرية، وتعمل على احتضانهم ضمن مسار تعليمي ينتهي بهم ليصبحوا مقاولين ومقاولات ناجحين. تعتمد النيزك

[1] محمود الفطافطة، **مرجع سبق ذكره**، ص220.

وسائل فريدة ومبتكرة، تحفز المتعلم على الخوض في المعرفة بطريقة شيقة يكون فيها المتعلم شريكاً وليس متلقياً ويكتشف بنفسه من خلال التفاعل العملي أدق التفاصيل[1].

تعتمد مؤسسة النيزك على عدد من الأدوات وطريقة منهجية في التفكير العلمي لتوجيه الأفراد، اعتقاداً منها أن اكتساب مهارات التفكير وربطها بالمعرفة العلمية والتقنية الحقيقية هي الطريقة الصحيحة لمواجهة التحديات في المسيرة نحو الامتياز، وخلق جيل قادر على بناء المجتمع الحديث. ومن البرامج التي تعتمدها المؤسسة، برنامج حاضنات الطلبة الموهوبين والموهوبات، برنامج الباحث الصغير، المخيمات الصيفية العلمية، برامج الريادة العلمية والتكنولوجية الشابة لطلبة المدارس، برنامج صنع في فلسطين، وبرنامج بادر وبرنامج STEM GIRLS، وبرنامج قادة العالم الافتراضي وغيرها. وتغطي برامج ومشاريع النيزك جميع المناطق من خلال مكاتبها في القدس ورام الله وغزة ونابلس، ومن خلال شبكة المنسقين المنتشرين في جميع محافظات الوطن.

منتدى سيدات الأعمال

منتدى سيدات الأعمال (BWF: Business Women Forum) هو عبارة جمعية وطنية غير ربحية تأسست في عام 2006، للمساعدة في تعزيز دور سيدات الأعمال كقائدات في الاقتصاد الفلسطيني من خلال الدعوة والتواصل وتوفير خدمات الأعمال". تنتسب له عضوات ومستفيدات من جميع مدن الضفة الغربية وغزة. منذ إنشائه، زادت أهميته كصوت للنساء الفلسطينيات وصاحبات الأعمال والمقاولات، في مجتمع الأعمال الفلسطيني بشكل كبير من خلال تصميم وتنفيذ سلسلة من التدخلات المستهدفة، بما في ذلك: عمل المنتدى على مساعدة السيدات الفلسطينيات صاحبات المشاريع المقاولاتية على بناء قدراتهن من خلال مركز خدمات تطوير الأعمال، الذراع الفني للمنتدى، وتقديم الدورات التدريبية وورش العمل المخصصة. وشجع على المقاولاتية النسوية من خلال استهداف السيدات للانضمام إلى مسابقة خطة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للنساء، وبرنامج التدريب الداخلي لتأهيلهن لسوق العمل، وبرنامج نموذج القدوة الذي تم تنظيمه بالتعاون مع المدارس والجامعات. عمل المنتدى على المناصرة والترويج لقضايا المرأة في قطاع الأعمال من خلال الدعوة وصياغة الأوراق المفاهيمية، ومذكرات السياسات المتعلقة بالمقاولات، من خلال وحدة المناصرة فيه

[1] مؤسسة النيزك، **النيزك السماء هي الحدود**، 2022 تم الاسترداد من مؤسسة النيزك:
https://www.alnayzak.org/ar_page.php?id=b25y2853Yb25

وتنظيم المئات من ورش العمل والندوات ومناقشات المائدة المستديرة من أجل مساعدتهن على الوصول إلى صنع القرار. وللمنتدى مشاركة فعالة في الفرق الوطنية لصياغة السياسات ذات الصلة بما في ذلك: الفريق الوطني لتوظيف المرأة، والفريق الوطني لاستراتيجية التصدير الوطنية، والمجلس الاستشاري لسياسات التعليم الفني. ودخل المنتدى في العديد من المنتديات الوطنية والإقليمية كعضو ممثل للسيدات الفلسطينيات، مثل: الجمعية العامة لصندوق الاستثمار الفلسطيني (PIF)، وشبكة سيدات الأعمال في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (BWN)[1].

يحكم المنتدى مجلس إدارة يضم تسع سيدات أعمال فلسطينيات معروفات. ويدير الفريق التنفيذي المؤهل برئاسة المدير التنفيذي البرامج والعمليات اليومية، لضمان أعلى معايير الشفافية والمساءلة، ويقدم مدقق حسابات خارجي ومستشار قانوني تقارير إلى مجلس الإدارة. بالإضافة إلى موظفين محترفين يقومون ببناء قدراتهم لتحقيق جميع أهداف المنتدى المرجوة.

المطلب الثالث: مؤسسات الإقراض الصغير الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين

تشير الدراسات في الأراضي الفلسطينية إلى أن غالبية المنشآت الصغيرة والمتوسطة تعتمد على المدخرات الشخصية لتغطية تكاليفها، ولا توفر البنوك التمويل اللازم لها، وإن توفر يكون قصير أو متوسط الأجل، لأن البنوك تتطلب ضمانات لا تستطيع هذه المنشآت توفيرها لارتباطها بدرجة عالية من المخاطر، بالإضافة إلى ضعف الدعم الحكومي وانخفاض نسبة الأفراد المستخدمين للخدمات المصرفية، كل هذه العوامل عملت على إضعاف قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر الممثلة للمقاولاتية في فلسطين على الوصول إلى مصادر التمويل الرسمية. وللمساعدة في حل مشكلة التمويل لقطاع المقاولاتية في فلسطين للذكور والإناث على حد سواء، ظهرت مؤسسات الإقراض الصغير، والتي تزيد على عشرين مؤسسة في الأراضي الفلسطينية، والتي منها الربحية وغير الربحية، بهدف تلبية احتياجاتهم المالية[2].

ريادة للإقراض

[1] Business Women Forum, **WHO ARE WE?** 2022, Retrieved from Business Women Forum - Palestine: https://www.bwf.ps/index.php/en/about-us/who-are-we.html

[2] د. نصر عبد الكريم، محمد عابد، و عبير أبو زيتون. **مرجع سبق ذكره**، ص 61.

يعتبر تمويل المشاريع المقاولاتية من الأمور الضرورية للبدء في تنفيذ المشروع، وتحويل الفكرة إلى مشروع حقيقي قائم بذاته، خاصةً عندما يتعذر على صاحب أو صاحبة المشروع توفير المال اللازم لإقامته. ومن هنا دعت الحاجة لوجود مؤسسات الإقراض الصغير والمتوسط لتقدم الدعم المالي وإمكانية التمويل بشروط ميسرة ومنها ريادة للإقراض.

تأسست ريادة للإقراض والخدمات المالية في عام 1995، كأحد أهم البرامج المتخصصة لمؤسسة CHF International، في مجال تقديم القروض السكنية، وقروض تطوير المشاريع الصغيرة والمشاريع المقاولاتية في الأراضي الفلسطينية، افتتح المقر الرئيسي لها في قطاع غزة كبداية، وبهدف توسيع نشاطها وتطوير خدماتها، افتتحت ريادة في العام 2001 ثلاثة فروع في الضفة الغربية، في كل من رام الله، نابلس والخليل، وتابعت سياسة التوسع الجغرافي والانتشار في محافظات الوطن، ففي عام 2005 افتتحت فرعين آخرين في طولكرم وجنين.

وتعمل ريادة للإقراض على دعم الفئات المختلفة من خلق فرص عمل، وتحسين السكن، وتحسين مستوى الدخل، وتوفير القروض لدعم المشاريع والعلاج والتعليم، وتمكين المرأة في المشاريع الصغيرة والمشاريع المنزلية. حيث عملت على صرف أكثر من (26,100) قرض بقيمة 110.4 مليون دولار، وتحسين سكن ما يقارب 17,000 أسرة، وتطوير ما يقارب 7,500 مشروع من خلال صرف مبلغ يصل الى أكثر من 21.6 مليون دولار.

وتسعى ريادة للإقراض إلى الحفاظ على مكانتها للبقاء في مقدمة مؤسسات الاقراض الصغير، ابتداء من فلسطين ومنها الى العالم، لأهمية الدور المهم الذي يمثله قطاع الإقراض الصغير في خدمة ودعم الاقتصاد الفلسطيني، واستمراره بتقديم المنتجات والقروض المميزة لأفراد الشعب الفلسطيني حتى في ظل الازمات التي يعانيها. وتعمل ريادة على تقديم أفضل الخدمات من خلال التسريع في إجراءات العمل، وأتمتة الجزء الأكبر منها، مما يضمن تحقيق كفاءة وفعالية في تقديم أفضل الخدمات لمقترضيها بما يلبي احتياجاتهم بالشكل الأمثل في السوق الفلسطيني[1].

المؤسسة الفلسطينية للإقراض –فاتن

تأسست المؤسسة الفلسطينية للإقراض والتنمية "فاتن" في عام 1999، كشركة مساهمة خاصة غير ربحية مسجلة في وزارة الاقتصاد الفلسطينية، وأولى مؤسسات الإقراض التي حصلت على

[1] ريادة للإقراض،. **ريادة للاقراض والخدمات المالية تحتل المركز الأول في جودة المحفظة**، 2020/8/13، تم الاسترداد من ريادة للإقراض: https://ryada.org/media-center/306.html

ترخيص من سلطة النقد الفلسطينية في شهر أيار من العام 2014[1]. ركزت فاتن في بداياتها على المرأة من خلال برنامج قروض المجموعات، ومن ثم عملت على تحسين خدمات التمويل في فلسطين بتمويل المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، إلى أن توسعت خدماتها لتلبي جميع الاحتياجات المالية لمختلف الشرائح والقطاعات الاقتصادية، لتصبح بذلك قائدة قطاع التمويل الصغير في فلسطين. ساعدت فاتن الفئات المهمشة في المجتمع الفلسطيني، بتوجهها لتمويل المشاريع الإنتاجية المختلفة، مما ساعد على خلق فرص عمل جديدة للعائلات الفلسطينية الأكثر فقراً، والمساهمة بتخفيض نسب البطالة.

توسعت المؤسسة الفلسطينية للإقراض (فاتن) ليصبح لديها حوالي 37 فرعاً في مختلف محافظات الوطن، تغطي أكثر من 500 موقع في المخيمات والأرياف والمناطق المهمشة، وبكادر يصل الى 310 موظف وموظفة، يعملون على خدمة ما يقارب 30 ألف مستفيد ومستفيدة. وتحرص المؤسسة على تقديم أفضل الخدمات لمستفيديها وذلك برقمنة كافة خدماتها، وتساهم في عملية البناء والتنمية وفقاً لأفضل السياسات والممارسات العالمية، بما يلبي متطلبات الحوكمة الرشيدة والدقة والشفافية.

أصالة – الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال

الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال" أصالة" هي مؤسسة أهلية فلسطينية بدأت عملها عام 1997 باسم مركز المشاريع النسوية ثم سجلت باسمها الحالي في عام 2001. تهدف أصالة إلى تعزيز مهارات المرأة الفلسطينية الضرورية وتعزيز فرص مساهمتها الناجحة في المجتمع وتطوره، ومن أجل المساواة في الحقوق وفرص الوصول إلى الموارد وإلى المؤسسات[2].

كانت البداية بتقديم القروض للمشاريع الصغيرة دعماً للمقاولات الفلسطينيات وخاصة المهمشات. وبعد ذلك، قدمت أصالة ما يزيد عن 30000 قرض بقيمة أكثر من 35 مليون دولار أمريكي للمقاولات الفلسطينيات، وكان لها 9 مكاتب ميدانية في جميع أنحاء الضفة وقطاع غزة. تم تأسيس شركة أصالة للتنمية والإقراض وتسجيلها رسمياً في تشرين الثاني 2014، لتكون الذراع التمويلي المسؤول عن استمرار تقديم الدعم المالي للمستفيدات. وحافظت الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال – أصالة على وجودها كمؤسسة أهلية تنموية غير حكومية تساهم في تمكين المرأة

[1] فاتن، **عن فاتن**، 2017، تم الاسترداد من فاتن الفلسطينية للإقراض والتنمية: https://www.faten.org/about_faten

[2] أصالة الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال، **الرؤية والرسالة والقيم**، 2022، تم الاسترداد من أصالة الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال: https://asala-pal.org/ar/mission-vision-values

الفلسطينية اقتصادياً واجتماعياً من خلال برامج رفع القدرات والتدريب والتشبيك والتسويق والوصول الى الأسواق، وتطوير الأسواق والمنتجات، بالإضافة إلى الدعم والمناصرة لحقوق المرأة وزيادة مشاركتها اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.

المطلب الرابع: حاضنات الأعمال الداعمة للمقاولاتية النسوية في فلسطين

مركز نجاد زعني للتميز في تكنولوجيا المعلومات – جامعة بيرزيت

تم إنشاء هذا المركز من قبل جامعة بيرزيت في عام 2008 على حرم الجامعة، انطلاقاً من إيمان جامعة بيرزيت بأهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الاقتصاد الوطني والنهوض به، وكان بتبرع كريم من المهندس الفلسطيني نجاد زعني من مدينة يافا. يعمل المركز منذ إنشائه على الاستفادة من الفرص التي توفرها تكنولوجيا المعلومات للمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والمجتمعية المستدامة.

يعمل المركز على قيادة النمو والتطور التكنولوجي في فلسطين من خلال خلق بيئة ريادية في

الجامعات والمجتمع المحيط، وذلك بهدف تسهيل وتسريع وتطوير المنتجات والخدمات المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات، والمساعدة على تسويقها محلياً وعالمياً، كما ويعمل المركز على تأهيل كفاءات وطنية قادرة على تلبية احتياجات السوق الفلسطيني في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

يقوم المركز بتوفير الخدمات الضرورية لاحتضان ودعم وتطوير الأفكار التكنولوجية والابتكارات التقنية الجديدة والشركات الناشئة العاملة في قطاع تقنية المعلومات –ويستفيد من هذه الخدمات طلبة الجامعات والخريجين والعاملين في القطاع الخاص أو الأهلي الراغبين في تأسيس مشاريع وشركات جديدة. ويقوم المركز بتحفيز واحتضان الأفكار والمشاريع الريادية المرتبطة بتقنية المعلومات ومساعدة أصحابها في تحويلها الى Campus Entreprises ومن ثم إلى شركات ربحية قادرة على الاستمرار والمنافسة والنمو[1].

الحاضنة الفلسطينية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات – "بيكتي" PICTI

تمّ إنشاء الحاضنة الفلسطينية لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها حاضنة للتكنولوجيا، ثم تحوّلت مؤخراً نحو تسريع الشركات الصغيرة والمشاريع التكنولوجية، من خلال إنشاء "مركز الابتكار الجديد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأعمال"، بهدف تطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمتناهية

[1] جامعة بيرزيت، **مركز نجاد زعني للتميز في تكنولوجيا المعلومات**، 2022، تم الاسترداد من جامعة بيرزيت: http://old.birzeit.edu/ar/institutes/nzitce

الصغر الفلسطينية (MSME)، بالإضافة إلى معالجة قطاعات نموذج النمو من أجل خلق وظائف جديدة، وجذب الاستثمار الأجنبي وتحسين الوضع الاقتصادي في فلسطين، تسعى بيكتي دائماً إلى البحث بمنطق التفكير خارج الصندوق لمواجهة التحديات الفريدة المصاحبة للتطور والتقدم والتوسع في التنمية الاقتصادية في فلسطين.

تقبل "بيكتي" الطلبات المقدمة من جميع أنحاء فلسطين سواء من الضفة الغربية أو قطاع غزة. ويمرّ المتقدمون لبرنامج الاحتضان بدورات متعددة من التدريب والتقييم، إلى حين اختيار عدد من المجموعات للاحتضان. وتتلقى هذه المجموعات الدعم المالي والقانوني، بالإضافة إلى تدريب متقدّم من خلال شبكة "بيكتي" من الموجهين. وتساعد بيكتي البعض من الشركات التي تنخرط في برنامج التسريع "مبادرة الابتكار" سعياً للوصول إلى مستثمرين[1].

يهدف مركز الأعمال والابتكار الذي يضم (بيكتي) إلى مساعدة المقاولين والمقاولات في مجال التكنولوجيا على تسويق أفكارهم من خلال تصميم تلك المبادرات وتطويرها وتنفيذها والترويج لها. ويتم دعم تطوير المشاريع التجارية المقاولاتية من خلال تزويد الشركات الناشئة بحزمة متكاملة من خدمات تطوير الأعمال، ذات المستوى العالمي والتي من شأنها رعاية وتشجيع عملية التسويق، وتعزيز تطوير ونمو المؤسسات الديناميكية بما في ذلك النمو الصغير والمتوسط والعالي لنماذج النمو.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل الجانب النظري للدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية، وانطلاقاً من قضية المرأة التي باتت تشغل فكر الدارسين والباحثين، أصبحت هذه القضية محط أنظار المجتمعات الإنسانية، وشهدت المتقدمة منها والنامية على حد سواء تطورات ملحوظة، وتعمل بشتى طاقاتها للوقوف عند أهم المعيقات التي تقف في وجه تمكين المرأة وتعزيز دورها في مجتمعها. المرأة قادرة على مشاركة الرجل في عملية التنمية، ومساندته في تحقيق التكامل والتعايش في شتى المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية.

وقد وضحنا في هذا الفصل كافة الجوانب التي تعمل فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مساعدة النساء للوصول إلى التمكين الاقتصادي والاجتماعي وحتى السياسي في مجتمعاتهن. يحقق التمكين للمرأة الوعي الكافي والإدراك والمعرفة اللازمة والتطوير من قدراتها في شتى الجوانب، لتكون قادرة على مواجهة التحديات والسيطرة على ظروفها، وتعزز مكانتها داخل أسرتها وفي المجتمع عموماً، وتمشي قدماً نحو التنمية والقضاء على كل مظاهر التمييز على اعتبار أنها إحدى القوى

[1] رأفت أبو شعبان، **فلسطين: 8 حاضنات تنشط لدعم ريادة الأعمال**، 2015/9/7، تم الاسترداد من ومضة: https://bit.ly/42x6klX

العاملة المكونة للشعب الفلسطيني، وكان لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الأثر الواضح في تحقيق ذلك، والعمل على خلق فرص عمل لها وسلك طرق جديدة وغير تقليدية، ووفق ما يلائمها دون مغادرة المنزل ودون الحاجة لضياع الوقت، وبفضل التكنولوجيا الحديثة والإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي استطاعت المرأة الفلسطينية شق طريقها، ونجحت وأثبتت قدرتها وكفاءتها في مجالات متنوعة كان من الصعب الوصول لها في ظل الظروف التقليدية.

إن كل ما تم التطرق إليه في هذا الفصل من فضل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير القوي على تنمية المقاولاتية النسوية، أيد ودعم قوة الدور الذي تؤديه في تغيير معالم حياتنا اليومية، وغير من حياة المرأة في المجتمع الفلسطيني، فهو كرس دور المرأة الأساسي في العناية بالأسرة، ومنحها الحرية التامة لإنجاز عملها المقاولاتي بكل مرونة وسهولة، فعملها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث، أمن لها الفرصة لتعمل دون الحاجة إلى وجود رأس مال كبير أو استثمارات ضخمة. إن المرأة لديها قدرات خارقة في خلق بيئة تكنولوجية، ولديها القدرة على التواصل، ولديها الرغبة بالاكتشاف والتجربة، وساعدتها التكنولوجيا على خلق مجتمعات افتراضية نسائية في جميع أنحاء العالم، واستطاعت الاطلاع على تجارب الغير بأسهل وأسرع الطرق والاستفادة من تجارب الآخرين.

الفصل الرابع

دراسة ميدانية لدور تكنولوجيا المعلومات في دعم عمل المرأة المقاولاتي

مقدمة الفصل

تم التطرق في الفصول الثلاثة الأولى من الدراسة إلى الجوانب النظرية لمتغيرات الدراسة، والتي شملت كلاً من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمقاولاتية النسوية وأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية العمل المقاولاتي النسوي في فلسطين، يأتي هذا الفصل لإسقاط ما تم دراسته نظرياً على عينة من النساء الفلسطينيات المقاولات من كافة محافظات الضفة الغربية لدولة فلسطين.

ونستعرض في هذا الفصل توضيح الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية، من خلال وصف أفراد مجتمع الدراسة وعينتها، والأدوات الإحصائية المستخدمة، بالإضافة إلى أداة الدراسة وطرق إعدادها وصدقها ومدى ثباتها، وكذلك الأدوات الإحصائية التي اعتمد عليها في تحليل نتائج الدراسة، وأخيراً اختبار الفرضيات الرئيسية، ومن ثم استخلاص النتائج وتحليلها.

وقد تم معالجة كل النقاط السابقة في أربعة مباحث وكل مبحث يتكون من عدة مطالب، كالتالي:

المبحث الأول: منهجية وإجراءات الدراسة واشتمل على أربعة مطالب وهي: مجتمع وعينة الدراسة ومبررات اختيار العينة، حدود الدراسة، أداة جمع البيانات ومتغيرات الدراسة، وصدق وثبات أداة الدراسة.

المبحث الثاني: تحليل البيانات واشتمل على أربعة مطالب وهي: تحليل المعلومات الأساسية في الاستبانة، تحليل النتائج المتعلقة بمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تحليل النتائج المتعلقة بمتغير المقاولاتية النسوية، وآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المقاولاتية النسوية.

المبحث الثالث: اختبار وتحليل فرضيات الدراسة واشتمل على أربعة مطالب وهي: اختبار الفرضية الأولى، اختبار الفرضية الثانية، اختبار الفرضية الثالثة، ودراسة أثر بعض المتغيرات الشخصية على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الرابع: المقابلات الشخصية واشتمل على أربعة مطالب وهي: المقابلة الأولى مع السيدة امتياز المغربي، المقابلة الثانية مع السيدة أمل المصري ضراغمة، المقابلة الثالثة مع السيدة دينا المصري صاحبة مشروع خضرا، والمقابلة الرابعة مع السيدة عبير نافذ الهمص.

المبحث الأول: منهجية وإجراءات الدراسة

يتناول هذا المبحث مجتمع وعينة الدراسة، ومبررات اختيار العينة، وحدود الدراسة، والأداة المستخدمة في جمع البيانات، ومن ثم توضيح متغيرات الدراسة الرئيسة والتابعة، وأخيراً شرح صدق وثبات أداة الدراسة.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

المجتمع يشير إلى مجموعة الأفراد الذين يعيشون ويتفاعلون مع بعضهم البعض في نطاق محدد من المكان والزمان. يتشارك أعضاء المجتمع نفس القيم والعادات والتوجهات الثقافية، ويشكلون نظامًا اجتماعيًا مترابطًا يتأثر فيه الفرد ويؤثر عليه. ويعرف مجتمع الدراسة بأنه كافة العناصر أو الأفراد الذين ينصَبُ عليهم الاهتمام في الدراسة، وفي دراستنا هذه يكون مجتمع الدراسة عبارة عن كافة النساء المقاولات في الضفة الغربية في دولة فلسطين، واللواتي يمتلكن مشروعاً مقاولاتياً، ويقدمن منتجاً (سلعة أو خدمة) ضمن مختلف القطاعات الاقتصادية من خلال شركة مسجلة أو عمل فردي

عينة الدراسة هي جزء من المجتمع الأكبر التي يتم اختيارها للمشاركة في دراسة بحثية محددة. تهدف العينة إلى تمثيل وتعكس التنوع والتوزيع العام للمجتمع بشكل معقول. عادة ما تكون العينة أصغر بكثير من العدد الكلي لأعضاء المجتمع، وهذا يسمح للباحثين بتحليل ودراسة البيانات بشكل أكثر فعالية. عينة الدراسة تختار بناءً على أساليب الاختيار العشوائي أو الاختيار النموذجي أو الاختيار المناسب لطبيعة الدراسة المحددة. تكون هذه العينة ذات أهمية كبيرة في البحث العلمي، حيث يتم تطبيق الاستنتاجات والنتائج المستخلصة من العينة على المجتمع الأكبر.

يجب أن تكون عينة الدراسة ممثلة بشكل جيد ومتمثلة للمجتمع الذي ترمز إليه، وذلك للتأكد من أن النتائج والاستنتاجات التي تم الوصول إليها قابلة للتعميم والتطبيق على المجتمع بشكل عام. من خلال دراسة عينة محددة، يمكن للباحثين الحصول على رؤى وفهم عميق للسلوك والميول والعوامل الأخرى المتصلة بمجموعة معينة من الأفراد في المجتمع. وفي هذه الدراسة تم استخدام عينة غير عشوائية (عينة مقصودة)، حيث استخدمت المعاينة الوصولية وتم الوصول الى اثنتان وسبعون

امرأة مقاولة من كافة مدن الضفة الغربية في فلسطين، وتم جمع كافة الاستبانات منهن ولم تستبعد أي منها، وبذلك يكون الحجم النهائي لعينة الدراسة هو اثنتان وسبعون امرأة مقاولة.

هناك عدة مبررات لاختيار العينة في الدراسة، ومن تلك المبررات الشائعة:

1. التوفير في التكاليف والوقت: باختيار عينة صغيرة وممثلة، يمكن تحقيق توفير في التكاليف والوقت المستهلكين في عملية البحث.
2. التمثيلية: يهدف اختيار العينة إلى تمثيل المجتمع الأكبر بشكل مناسب، من خلال اتباع أساليب الاختيار المناسبة.
3. القابلية للتطبيق: تتيح العينات للباحثين إمكانية إجراء التجارب والاختبارات على مجموعة صغيرة من الأفراد في المجتمع بدلاً من الجميع. هذا يجعلها أكثر قابلية للتحكم ويمكن تكرارها في دراسات أخرى للتحقق من النتائج.
4. الاختصاص والتركيز: قد يتطلب بعض البحوث التركيز على فئة محددة من الأفراد في المجتمع، مثل فئة مرضى معينة أو فئة اجتماعية معينة.

والسبب الرابع والأخير كان هو السبب المباشر والرئيس لاختيار عينة هذه الدراسة، لأنها تركز على النساء تحديداً واللاتي يمتلكن عملاً مقاولاتياً بشكل متخصص. وبالاستناد إلى هذا التركيز، يمكن للعينة أن توفر تفاصيل وتحليل أعمق للتأثيرات والظواهر ذات الصلة بالفئة المحددة.

المطلب الثاني: أداة جمع البيانات ومتغيرات الدراسة

تم استخدام الاستبانة والمقابلات الشخصية كأدوات جمع للبيانات نظراً للمنهج الوصفي المسحي، وملائمة الاستبانة لأغراض هذه الدراسة، فقد تكونت الاستبانة بشكلها النهائي من أربعة أقسام بعد المقدمة التي توضح عنوان الدراسة والغرض والأهمية منها، وهي كما يلي:

القسم الأول: المعلومات الأساسية

احتوت على ثمانية متغيرات تهتم بالمحافظة، والمستوى التعليمي والعمر، والحالة الاجتماعية، وطبيعة العمل المقاولاتي، وطبيعة المنتج المباع، والقطاع الاقتصادي، وعدد العاملات في النشاط المقاولاتي.

القسم الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

حيث أنه في هذا القسم والأقسام التي تلت، يجيب المبحوث عنه من خلال تدريج ليكرت الخماسي باختيار الأنسب من الإجابات (موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة). تكون

هذا القسم من أربعة عشر متغيراً وعبارة، اهتمت بأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال: المستلزمات المادية، البرمجية، البشرية، الفنية والتنظيمية.

القسم الثالث: أبعاد المقاولاتية النسوية

وقد تفرع هذا القسم إلى ثلاثة محاور؛ تكون الأول من إحدى عشرة عبارة متعلقة بأبعاد المقاولاتية النسوية، المحور الثاني تكون من اثنتي عشرة عبارة تهتم بالمعيقات والتحديات التي تواجه المرأة الفلسطينية المقاولة، والمحور الثالث عبارة عن تسعة متغيرات لقياس محفزات المرأة الفلسطينية المقاولة.

القسم الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة

حيث يقاس في هذا القسم أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة من خلال أربعة عشر سؤالاً وعبارة.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

وللتأكد من قدرة أداة الدراسة فيما لو طبقت أكثر من مرة بعد مدة زمنية ستعطي نتائج متشابهة، تم إجراء قياس الثبات بطريقة كرنباخ ألفا(α)؛ وتقوم هذه الطريقة على حساب معامل الثبات، عن طريق معرفة متوسط معاملات الارتباطات الداخلية بين عبارات الأداة، وعدد تلك العبارات المكونة لها، لعبارات المقياس التدريجي (ليكرت)، لذلك فهذه الطريقة تعتبر من الطرق المحددة لقياس الاتساق الداخلي (عبارات) للأداة.

أما الصدق فيقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، لذلك تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين والمختصين، وبناءً على آرائهم قمنا ببعض التعديلات على بعض العبارات في أداة الدراسة، فقد تم اعتماد رأي المختصين وإجماعهم كمؤشر على صدق الاستبانة (صدق المحكمين).

والجدول التالي يبين قيمة الثبات والصدق الذاتي (المستخرج من معامل الثبات):

الجدول رقم (04): ثبات أداة الدراسة كرنباخ ألفا والصدق الذاتي

أداة الدراسة	عدد العبارات	قيمة الثبات كرنباخ ألفا	قيمة الصدق الذاتي [1]
أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المستلزمات	14	0.83	0.91

المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية)			
أبعاد المقاولاتية النسوية	11	0.77	0.88
المعيقات والتحديات للمرأة الفلسطينية المقاولة	12	0.81	0.90
المحفزات للمرأة الفلسطينية المقاولة	9	0.75	0.87
آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية	14	0.89	0.94
المجموع	**60**	**0.88**	**0.94**

(1) يحسب الصدق الذاتي باحتساب الجذر التربيعي لقيمة الثبات

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (04) أن قيمة كلاً من الصدق والثبات لكافة مجالات الاستبانة كانت أعلى من 0.7، حيث تتراوح قيمة معامل الثبات بين الصفر (انعدام الثبات) وقيمة الواحد الصحيح (ثبات مطلق)، فكانت نتائج معامل كرنباخ ألفا ما بين 0.75 إلى 0.89، لكافة محاور الاستبانة، وبلغ معامل الثبات لمجموع عبارات الاستبانة لكافة المحاور 0.88، وهي قيم عالية تؤكد تمتع الاستبانة بثبات عالٍ، ويعول عليه بإعطاء نتائج موثوقة.

المبحث الثاني: تحليل البيانات

من أجل استخلاص النتائج من إجابات المبحوثين، تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v.20، حيث احتسب من خلاله التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار "ت".

المطلب الأول: تحليل المعلومات الأساسية في الاستبانة

توزعت عينة الدراسة حسب المعلومات الأساسية والديموغرافية التي وردت بالاستبانة كما يلي:

1- توزيع عينة الدراسة حسب المحافظة التي تنتمي إليها المقاولة:

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب المحافظة

المحافظة	النسبة %	التكرار
القدس	13.9	10

رام الله والبيرة	50.0	36
الخليل	15.3	11
نابلس	4.2	3
سلفيت	1.4	1
طولكرم	6.9	5
جنين	5.6	4
أريحا	2.8	2
المجموع	**100.0**	**72**

المصدر: من إعداد الباحثة

يلاحظ من الجدول رقم (05) أن غالبية النساء المقاولات اللاتي ظهرن في العينة، كُنَّ من محافظة رام الله والبيرة، بنسبة 50% من حجم العينة، تلتها محافظة الخليل بنسبة 15.3%، ثم محافظة القدس بنسبة تقارب 14%، وتوزعت بقية النسب الأخرى بين بقية المحافظات بنسب تراوحت بين 1.4% إلى 7%.

2- توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي للمرأة المقاولة:

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
توجيهي فأقل	7	9.7
بكالوريوس	43	59.7
دراسات عليا	22	30.6
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (06) أن غالبية النساء المقاولات اللاتي ظهرن في عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس، فشكلن ما يقارب 60% من عينة الدراسة، والحاصلات على دراسات عليا بلغت

نسبتهن 30.6%، بينما اللواتي حملن درجة علمية توجيهي فأقل (الثانوية العامة) كانت نسبتهن من العينة ما يقارب 10%.

3- توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة:

الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية %
عزباء	19	26.4
متزوجة	48	66.7
أرملة	2	2.8
مطلقة	3	4.2
المجموع	**72**	**100.0**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (07) أن المتزوجات شكلن ما يقارب 67% من النساء المقاولات في عينة الدراسة، ويلي ذلك العزباوات بنسبة تقارب 26%، ثم المطلقات والأرامل بنسبة 4.2% و2.8% على الترتيب.

4- توزيع عينة الدراسة حسب عمر المرأة المقاولة:

الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
من 20 الى 30 سنة	24	33.3
من 31 الى 40 سنة	31	43.1
أكثر من 40 سنة	17	23.6
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

يبين لنا الجدول رقم (08) أن النساء اللاتي أعمارهن ما بين العشرين والثلاثين، كانت ما يقارب 33%، بينما اللاتي أعمارهن تزيد عن ثلاثين عاماً وتقل عن أربعين عاماً، بلغت نسبتهن 43%، ومن تجاوزت أعمارهن سن الأربعين شكلن ما يقارب 23.6% من عينة الدراسة.

5- توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل المقاولاتي للمرأة:

الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل المقاولاتي للمرأة

طبيعة العمل المقاولاتي للمرأة	التكرار	النسبة المئوية %
عمل فردي	50	**69.4**
شركة مسجلة	22	**30.6**
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

بينت عينة الدراسة أن غالبية النساء المقاولات اللاتي شملتهن العينة، يعملن بشكل فردي، بنسبة 69% تقريباً، بينما بلغت نسبة من يعملن ضمن شركة مسجلة حوالي 31%.

6- توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنتج المباع:

الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة المنتج المباع

طبيعة المنتج المباع	التكرار	النسبة المئوية %
خدمة	42	58.3
سلعة	30	41.7
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (10) أن غالبية النساء المقاولات في عينة الدراسة يقدمن أعمالهن على شكل خدمات بنسبة تقارب 58%، بينما من يقدمن منتجاتهن عل شكل سلع بلغت نسبتهن ما يقارب 42%.

7- توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي للعمل المقاولاتي:

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي

القطاع الذي تنشط فيه المقاولة	التكرار	النسبة المئوية %
صناعي	2	2.8
تجاري	14	19.4
زراعي	2	2.8
حرفي	17	23.6
تعليمي	8	11.1
خدماتي	26	36.1
طبي	3	4.2
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

يبين لنا الجدول (11) أن القطاع الخدماتي هو المسيطر على كافة الأنشطة للمرأة الفلسطينية المقاولة، حيث بلغت نسبته ما يقارب 36%، وهو ما يعزز أن غالبية النشاطات الاقتصادية كانت عبارة عن خدمات، يلي ذلك القطاع الحرفي بنسبة تقارب 24%، من ثم القطاع التجاري 19%، وتوزعت بقية النسب على بقية القطاعات الأخرى بين التعليمي بنسبة 11% إلى الأقل وهو القطاع الصناعي والزراعي بنسب قاربت 3%.

8- توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأفراد في النشاط المقاولاتي:

الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأفراد في النشاط المقاولاتي

عدد الأفراد في النشاط	التكرار	النسبة المئوية %
فرد واحد/ مقاولة فردية	33	45.8
مشتركة/ أكثر من فرد	39	54.2
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

كما يظهر من الجدول رقم (12)، فإن عدد المقولات اللاتي يعملن بمفردهن (فرد واحد) شكلت ما نسبته 46% تقريباً من عينة الدراسة، بينما شكلت الأعمال المشتركة (أكثر من فرد) ما نسبته 54%.

9- عدد سنوات العمل في النشاط المقاولاتي:

الجدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات العمل في النشاط المقاولاتي

عدد سنوات العمل في النشاط المقاولاتي	التكرار	النسبة المئوية %
سنة او أقل	10	13.9
من 2 الى 5 سنوات	34	47.2
أكثر من 5 سنوات	28	38.9
المجموع	**72**	**100**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول

رقم (13) أن غالبية النساء المقاولات في عينة الدراسة أمضين في العمل المقاولاتي أكثر من سنتين وأقل من خمس سنوات، حيث بلغت نسبتهن ما يقارب 47% من عينة الدراسة، يلي ذلك من أمضين أكثر من خمس سنوات بنسبة قاربت 39%، أما من أمضين في العمل المقاولاتي سنة أو أقل فبلغت نسبتهن 14% تقريباً.

المطلب الثاني: تحليل النتائج المتعلقة بمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال

فيما يتعلق بنتائج القسم الثاني وما يليه من الاستبانة، والذي تقاس الإجابة عليه على تدريج ليكرت الخماسي، فيقوم المبحوث باختيار مدى توافقه مع العبارة المدرجة، بالإشارة إلى ذلك حسب تدريج خماسي ما بين الموافق بشدة والمعارض بشدة، حيث أخذت كل إجابة ترميزاً موضحاً في الجدول التالي:

الجدول رقم (14): ترميز الإجابات على تدريج ليكرت

الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
ترميز الاجابة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثة

وبالاعتماد على متوسطات إجابات أفراد العينة الخاضعين للاختبار، كلما اقترب المتوسط من الرقم واحد، دل ذلك على تمركز الإجابات حول الموافق بشدة، وكذلك الأمر كلما اقترب من الرقم 5 على التدريج دل ذلك على توجه أفراد العينة إلى عدم الموافقة بشدة على العبارة، وقد اعتمد التصنيف التالي كمرجعية لتحديد توجه أفراد العينة الخاضعة للاختبار:

الجدول رقم (15): النتيجة حسب قيمة المتوسط الحسابي

المقياس	الوزن	المتوسط الحسابي	النتيجة
أوافق بشدة	1	من 1 الى 1.79	أوافق بشدة
أوافق	2	من 1.80 الى 2.59	أوافق
محايد	3	من 2.60 الى 3.39	محايد
لا أوافق	4	من 3.40 الى 4.19	لا أوافق
لا أوافق بشدة	5	من 4.20 الى 5.00	لا أوافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة

يقاس طول الفترة (الفئة) في المتوسط الحسابي حسب المعادلة (عدد إجابات المقياس – 1/عدد إجابات المقياس)

أبعاد متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

الجدول رقم (16): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
تعتمد المرأة المقاولة على إنجاز عملها باستخدام أجهزة الحاسوب بشكل أساسي.	1.94	0.87	أوافق
تستخدم المرأة المقاولة الهواتف الذكية و/أو الأجهزة اللوحية في إنجاز	1.50	0.53	أوافق بشدة

عملها المقاولاتي.			
تستخدم المرأة المقاولة شبكة الإنترنت في إنجاز أعمالها بشكل رئيسي.	1.46	0.58	أوافق بشدة
توفر وسائل تكنولوجية حديثة للمرأة المقاولة يساعد على فتح مجالات أكبر لزيادة خبرتها وأداءها.	1.43	0.55	أوافق بشدة
معرفة المرأة المقاولة بوسائل التكنولوجيا والاتصال الحديثة تساعدها في رفع العائد المادي لها من العمل المقاولاتي.	1.39	0.59	أوافق بشدة
تساهم الدورات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير العمل المقاولاتي للمرأة.	1.74	0.75	أوافق بشدة
إلمام المرأة المقاولة بالبرامج الإدارية والمالية المحوسبة يسهم في زيادة فاعلية عملها المقاولاتي.	1.65	0.61	أوافق بشدة
إلمام المرأة المقاولة بوسائل الاتصال الحديثة يساهم في وصولها إلى أسواق جديدة (من خلال شبكات التواصل الاجتماعي).	1.36	0.48	أوافق بشدة
تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديد نوعية النشاط المقاولاتي للمرأة.	2.01	0.80	أوافق بشدة
استخدام التكنولوجيا الحديثة يقلل عدد العاملين مما يخفض التكاليف التشغيلية للعمل المقاولاتي للمرأة.	2.31	0.93	أوافق
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي للمرأة يسهم بالتنسيق بين أقسام العمل وفروعه في المناطق المختلفة.	1.72	0.61	أوافق بشدة
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في وصول المرأة المقاولة إلى تعلم مواضيع جديدة تساعد في تطوير عملها.	1.46	0.58	أوافق بشدة
توفر (خدمات G3) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير في متابعة نشاطها المقاولاتي.	1.61	0.64	أوافق بشدة
توفر (خدمات G3) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير على وجود اتصال مباشر مع الزبائن والتجار والمحيط.	1.51	0.60	أوافق بشدة

المجموع	**1.65**	**0.37**	**أوافق بشدة**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (16) أن أفراد عينة الاختبار أجابوا ب (أوافق بشدة) على غالبية عبارات المقياس، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمجموع عبارات المقياس الخاص بتكنولوجيا المعلومات والاتصال 1.65، وكانت العبارتين "تعتمد المرأة المقاولة على إنجاز عملها باستخدام أجهزة الحاسوب بشكل أساسي"، و"استخدام التكنولوجيا الحديثة يقلل عدد العاملين مما يخفض التكاليف التشغيلية للعمل المقاولاتي للمرأة" حصلتا على نتيجة أوافق فقط.

المطلب الثالث: تحليل النتائج المتعلقة بمتغير المقاولاتية النسوية

الجدول رقم (17): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بأبعاد المقاولاتية النسوية

الأسئلة المتعلقة بأبعاد المقاولاتية النسوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
اطلاع المرأة المقاولة على تجارب سابقة في النشاط المقاولاتي عمل على تحفيزها.	1.65	0.63	أوافق بشدة
الإبداع عنصر أساسي في عمل المرأة المقاولة لتطوير عملها المقاولاتي.	1.49	0.63	أوافق بشدة
إلمام المرأة المقاولة بالقوانين السارية في البلد ساهم في زيادة وعيها في نشاطها المقاولاتي.	1.92	0.76	أوافق
مكان إقامة المرأة المقاولة عمل على تحديد نوعية النشاط المقاولاتي الخاص بها.	2.29	0.93	أوافق
توفر روح المخاطرة لدى المرأة المقاولة أعطاها دفعة قوية للتطور السريع والفعال في نشاطها المقاولاتي.	1.74	0.65	أوافق بشدة
التزام المرأة المقاولة بضوابط العمل الإداري أسهم في رفع مردود النشاط المقاولاتي لها.	1.93	0.79	أوافق

التأقلم مع البيئة المحيطة ساعد المرأة المقاولة على اتخاذ القرار.	1.88	0.67	أوافق
التكيف مع ظروف السوق ساعد المرأة المقاولة على اتخاذ القرار.	1.83	0.69	أوافق
تمتع التعامل في النشاط المقاولاتي للمرأة بالمرونة أسهم في انتشار نشاطها المقاولاتي.	1.83	0.75	أوافق
سرعة البديهة لدى المرأة المقاولة أسهم في اتخاذها القرار المناسب في الوقت المناسب.	1.78	0.61	أوافق بشدة
استخدام اسلوب التشاور مع البيئة المحيطة بالعمل المقاولاتي للمرأة أسهم في تحسينه ورفع أدائه.	1.88	0.73	أوافق
المجموع	**1.84**	**0.40**	**أوافق**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (17) أن الإجابات توزعت بين أوافق بشدة وأوافق، وعلى مجمل المحور كانت النتيجة حسب قيمة المتوسط الحسابي 1.84 أي أوافق.

الجدول رقم (18): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بالمعيقات والتحديات للمرأة الفلسطينية المقاولة

المعيقات والتحديات للمرأة الفلسطينية المقاولة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
الحصول على تمويل للنشاط المقاولاتي كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	1.64	0.86	أوافق بشدة
صعوبة ضمان التمويل الثابت كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	1.88	0.96	اوافق
عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة	1.60	0.85	أوافق بشدة

المقاولة.			
النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية أعاقت النشاط المقاولاتي للمرأة.	2.25	0.98	أوافق
وجود المنظمات الأهلية في فلسطين ساعد في الحصول على التمويل المطلوب للنشاط المقاولاتي للمرأة.	2.79	1.06	محايد
المسؤولية الاجتماعية للمرأة المقاولة عامل معيق لتقدم المرأة المقاولة في عملها.	2.49	1.14	أوافق
المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي.	2.69	1.22	محايد
الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة حال دون تقدم النشاط المقاولاتي لها.	2.71	1.19	محايد
نقص الخبرة لدى المرأة أعاق تقدمها في النشاط المقاولاتي.	2.54	1.14	أوافق
التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقا في تقدم نشاطها المقاولاتي.	2.47	1.14	أوافق
الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت عائقا أمام تقدم المرأة المقاولة.	2.00	1.02	أوافق
التحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين كانت من المعيقات للعمل المقاولاتي للمرأة.	2.22	0.83	أوافق
المجموع	**2.27**	**0.59**	**أوافق**

المصدر: من إعداد الباحثة

من الجدول رقم (18) نلاحظ أنه على مجمل هذا القسم الخاص بالمعيقات والتحديات للمرأة الفلسطينية المقاولة، كانت النتيجة أوافق، وبالتفصيلات تنوعت الإجابات بين محايد وأوافق وأوافق

بشدة، حيث نلاحظ أن العبارات التالية: "وجود المنظمات الأهلية يساعد في الحصول على تمويل"، "المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي"، و"الحالة الاجتماعية يحول دون تقدم النشاط المقاولاتي"، كانت الأقل من حيث اعتبارها من المعيقات والتحديات، وكانت نتيجة الإجابات من عينة الدراسة حول هذه العبارات بالمحايدة، أما بقية المعيقات والتحديات كانت بين أوافق وأوافق بشدة.

الجدول رقم (19): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بالمحفزات للمرأة الفلسطينية المقاولة

المحفزات للمرأة الفلسطينية المقاولة	المتوسط	الانحراف	النتيجة
اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلاً لإعالة أسرتها.	2.10	0.38	أوافق
ساعد اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني.	2.14	0.48	أوافق
عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع.	2.04	0.39	أوافق
عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.	2.00	0.24	أوافق
عمل المرأة المقاولاتي أعطاها خيارات أكثر شمولاً تتلاءم والظروف المحلية المحيطة.	2.13	0.41	أوافق
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة للتعليم والتدريب.	2.10	0.38	أوافق
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة لتبادل الخبرات وفتح لها قنوات الاتصال المختلفة.	2.10	0.38	أوافق
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة شهرة منتجاتها في الأسواق.	1.99	0.27	أوافق
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملها المقاولاتي زاد من فرصة تقديم خدمات/سلع جديدة أو خدمات/سلع أفضل في الأسواق.	2.00	0.29	أوافق
المجموع	**2.06**	**0.21**	**أوافق**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (19) أن النساء المقاولات في عينة الدراسة أجبن بالموافقة على كافة عبارات الاستبانة المتعلقة بالمحفزات للمرأة المقاولة.

المطلب الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المقاولاتية النسوية

الجدول رقم (20): إجابات أفراد العينة الخاضعة للاختبار للقسم الخاص بآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية

آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال زاد من الفرص المتاحة لعمل المرأة المقاولاتي من حيث المجالات المتنوعة لطبيعة تلك النشاطات.	1.63	0.66	أوافق بشدة
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عزز من استقلالية عمل المرأة المقاولاتي.	1.78	0.65	أوافق بشدة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولاتية عمل على تقليص الجهد المبذول من قبلها.	2.19	1.00	أوافق
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولة عمل على توفير الوقت على المرأة.	1.92	0.73	أوافق
استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى لسهولة وصول المرأة للزبائن وتقديم خدمات أفضل عن طريق توفر المعلومات بشكل آني وحفظها وعدم ضياعها	1.60	0.69	أوافق بشدة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على خفض تكاليف النشاط المقاولاتي للمرأة عن طريق اتخاذ القرار بشأن التوقيت الأمثل لبيع المنتجات/الخدمات في أكثر الأسواق ربحية.	2.00	0.80	أوافق
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على سهولة وصول النشاط المقاولاتي للمرأة لأسواق (إلكترونية) جديدة محلية ودولية.	1.74	0.69	أوافق بشدة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على تعزيز قدرة النشاط المقاولاتي للمرأة بتعلم مواضيع جديدة ساعدت بتطوير عملها من خلال شبكة الإنترنت.	1.54	0.63	أوافق بشدة

قدمت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرونة عالية في عملية التعلم مما حقق من عملية التوازن بين حياة المرأة العملية وحياتها الخاصة.	1.79	0.75	أوافق بشدة
أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالحفاظ على علاقة مستقرة مع باقي منافسي النشاط المقاولاتي للمرأة.	2.07	0.84	أوافق
أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إعطاء المرأة المقاولة مرونة في تقبل التغيير.	1.96	0.78	أوافق
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنشاط المقاولاتي للمرأة اعتبر عاملاً مهماً في إدارة العمل المقاولاتي.	1.72	0.65	أوافق بشدة
تكنولوجيا المعلومات والاتصال عملت على بناء شعور الثقة بالنفس لدى المرأة بنشاطها المقاولاتي وتحقيق هدفها المهني.	1.75	0.75	أوافق بشدة
أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة المقاولة استمرارية العمل دون النظر إلى ساعات الدوام الرسمي	1.64	0.84	أوافق بشدة
المجموع	**1.81**	**0.49**	**أوافق**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (20) أن المرأة المقاولة ترى الأثر الإيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي، حيث تنوعت الإجابات بين أوافق بشدة وأوافق على كافة عبارات المقياس، وبالمجمل كانت النتيجة النهائية لعبارات المقياس الخاص بآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العمل المقاولاتي للمرأة المقاولة بالموافقة على هذا الأثر.

المبحث الثالث: اختبار وتحليل فرضيات الدراسة

نتحدث في هذا المبحث من الفصل التطبيقي للدراسة عن اختبار فرضيات الدراسة الأساسية وتحليلها، حيث اشتملت على ثلاث فرضيات. جاء المطلب الأول لاختبار وتحليل الفرضية الأولى، والمطلب الثاني لاختبار وتحليل الفرضية الثانية والمطلب الثالث لاختبار وتحليل الفرضية الثالثة.

المطلب الأول: اختبار الفرضية الأولى

تعتمد المرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين على عدة أبعاد من تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية عملها المقاولاتي، ومنها: المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية.

من أجل فحص هذه الفرضية، سيتم استخدام اختبار "ت" لعينة ومعيار، حيث سيكون المعيار هو القيمة 2.6، وهي الحد الأدنى للفترة التي يقع المتوسط الحسابي لنتيجة محايد ضمنها، بذلك إذا قلت قيمة المتوسط عنها يكون لدينا دلالة لتوجه إجابات العينة نحو الموافقة أو الموافقة بشدة، أما إذا تجاوز المتوسط تلك القيمة، دل ذلك على عدم تأثير ذلك المجال أو المحور من وجهة نظر النساء المقاولات ضمن عينة الدراسة، وبذلك يمكن صياغة الفرضية الأولى كما يلي:

الفرض الصفري: المتوسط الحسابي لاعتماد المرأة المقاولة في الضفة الغربية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة (المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية، والفنية، والتنظيمية) يساوي 2.6، وذلك عند مستوى دلالة ألفا تساوي 0.05

الفرض البديل: المتوسط الحسابي لاعتماد المرأة المقاولة في الضفة الغربية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة (المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية، والفنية، والتنظيمية) أقل من 2.6، وذلك عند مستوى دلالة ألفا تساوي 0.05

الجدول رقم (21): نتائج اختبار "ت" للفرضية الأولى

واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال	قيمة "ت"	درجات الحرية	فرق المتوسط عن المعيار	الدلالة	النتيجة
تعتمد المرأة المقاولة في إنجاز عملها باستخدام على أجهزة الحاسوب بشكل أساسي.	-6.4	71	-0.66	0.00	رفض الفرض الصفري
تستخدم المرأة المقاولة الهواتف الذكية و/أو الأجهزة اللوحية في إنجاز عملها المقاولاتي.	-17.6	71	-1.10	0.00	رفض الفرض الصفري
تستخدم المرأة المقاولة شبكة الإنترنت في إنجاز أعمالها بشكل رئيسي.	-16.7	71	-1.14	0.00	رفض الفرض الصفري
توفر وسائل تكنولوجية حديثة للمرأة المقاولة يساعد على فتح مجالات أكبر لزيادة خبرتها وأدائها.	-18.0	71	-1.17	0.00	رفض الفرض الصفري

معرفة المرأة المقاولة بوسائل التكنولوجيا والاتصال الحديثة تساعدها في رفع العائد المادي لها من العمل المقاولاتي.	-17.3	71	-1.21	0.00	رفض الفرض الصفري
تساهم الدورات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير العمل المقاولاتي للمرأة.	-9.8	71	-0.86	0.00	رفض الفرض الصفري
إلمام المرأة المقاولة بالبرامج الإدارية والمالية المحوسبة يسهم في زيادة فاعلية عملها المقاولاتي.	-13.2	71	-0.95	0.00	رفض الفرض الصفري
إلمام المرأة المقاولة بوسائل الاتصال الحديثة يساهم في وصولها إلى أسواق جديدة (من خلال شبكات التواصل الاجتماعي).	-21.7	71	-1.24	0.00	رفض الفرض الصفري
تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديد نوعية النشاط المقاولاتي للمرأة.	-6.2	71	-0.59	0.00	رفض الفرض الصفري
استخدام التكنولوجيا الحديثة يقلل عدد العاملين مما يخفض التكاليف التشغيلية للعمل المقاولاتي للمرأة.	-2.7	71	-0.29	0.01	رفض الفرض الصفري
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي للمرأة يسهم بالتنسيق بين أقسام العمل وفروعه في المناطق المختلفة.	-12.2	71	-0.88	0.00	رفض الفرض الصفري
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في وصول المرأة المقاولة لتعلم مواضيع جديدة تساعد في تطوير عملها.	-16.7	71	-1.14	0.00	رفض الفرض الصفري
توفر (خدمات G3) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير في متابعة نشاطها المقاولاتي.	-13.1	71	-0.99	0.00	رفض الفرض الصفري
توفر (خدمات G3) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير على وجود اتصال مباشر مع الزبائن والتجار والمحيط.	-15.2	71	-1.09	0.00	رفض الفرض الصفري
المجموع	**-21.8**	**71**	**-0.95**	**0.00**	**رفض الفرض الصفري**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (21)، أن قيمة الدلالة أقل من 0.05 لكافة عبارات المحور المتعلق بأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال لدى المرأة المقاولة، وبذلك نرفض الفرض الصفري (العدم) ونقبل الفرض البديل بأن هناك أثراً إيجابيا لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنمية العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية وذلك عند مستوى ثقة 95%.

المطلب الثاني: اختبار الفرضية الثانية

يوجد عوامل تحفيزية للمرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين، عند استخدامها تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث مما يتيح لها آفاقاً جديدة لنشاطها المقاولاتي.

ويمكن إعادة صياغة الفرضية الثانية على النحو التالي:

الفرض الصفري: متوسط إجابات المرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين على الأسئلة المتعلقة بالعوامل التحفيزية للمرأة عند استخدامها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الذي يتيح لها آفاقاً جديدة يساوي 2.6، وذلك عند مستوى دلالة يساوي 0.05

الفرض البديل: متوسط إجابات المرأة المقاولة في الضفة الغربية لدولة فلسطين على الأسئلة المتعلقة بالعوامل التحفيزية للمرأة عند استخدامها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الذي يتيح لها آفاقاً جديدة أقل من 2.6، وذلك عند مستوى دلالة يساوي 0.05.

الجدول رقم (22): نتائج اختبار "ت" للفرضية الثانية

المحفزات للمرأة المقاولة	قيمة "ت"	درجات الحرية	فرق المتوسط عن	الدلالة	النتيجة
اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلاً لإعالة أسرتها.	-11.2	71	-0.50	0.00	رفض الفرض الصفري
ساعد اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني.	-8.1	71	-0.46	0.00	رفض الفرض الصفري
عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع.	-12.1	71	-0.56	0.00	رفض الفرض الصفري
عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.	-21.4	71	-0.60	0.00	رفض الفرض الصفري
عمل المرأة المقاولاتي أعطاها خيارات أكثر شمولاً تتلاءم والظروف المحلية المحيطة.	-9.9	71	-0.48	0.00	رفض الفرض الصفري

عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة للتعليم والتدريب.	-11.2	71	-0.50	0.00	رفض الفرض الصفري
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة لتبادل الخبرات وفتح لها قنوات الاتصال المختلفة.	-11.2	71	-0.50	0.00	رفض الفرض الصفري
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملها المقاولاتي زاد من فرصة شهرة منتجاتها في الأسواق.	-19.7	71	-0.61	0.00	رفض الفرض الصفري
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملها المقاولاتي زاد من فرصة تقديم خدمات/سلع جديدة أو خدمات/سلع أفضل في الأسواق.	-17.5	71	-0.60	0.00	رفض الفرض الصفري
المجموع	**-21.5**	**71**	**-0.54**	**0.00**	**رفض الفرض الصفري**

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (22)، أن قيمة الدلالة أقل من 0.05 لكافة عبارات المحور المتعلق بالعوامل التحفيزية للمرأة المقاولاتية عند استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبذلك نرفض الفرض الصفري (العدم) ونقبل الفرض البديل، بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنه أن يشكل حافزاً إيجابياً لدى المرأة الفلسطينية المقاولة، وذلك عند مستوى ثقة 95%.

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الثالثة

يوجد عوائق تحول دون استخدام المرأة في الضفة الغربية في دولة فلسطين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي، من هذه العوائق: اجتماعية، اقتصادية، المستوى التعليمي، السياسات الاقتصادية المتبعة.

ويمكن إعادة صياغة الفرضية الثالثة على النحو التالي:

الفرض الصفري: متوسط إجابات المرأة المقاولة في الضفة الغربية حول العوائق التي تحول دون استخدامهن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يساوي 2.6، وذلك عند مستوى دلالة ألفا تساوي 0.05

الفرض البديل: متوسط إجابات المرأة المقاولة في الضفة الغربية حول العوائق التي تحول دون استخدامهن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أقل من 2.6، وذلك عند مستوى دلالة ألفا تساوي 0.05

الجدول رقم (23): نتائج اختبار "ت" للفرضية الثالثة

المعيقات والتحديات للمرأة المقاولة	قيمة "ت"	درجات الحرية	فرق المتوسط عن المعيار	الدلالة	النتيجة
الحصول على تمويل للنشاط المقاولاتي كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	-9.5	71	-0.96	0.00	رفض الفرض الصفري
صعوبة ضمان التمويل الثابت كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	-6.4	71	-0.73	0.00	رفض الفرض الصفري
عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	-10.0	71	-1.00	0.00	رفض الفرض الصفري
النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية أعاقت النشاط المقاولاتي للمرأة.	-3.0	71	-0.35	0.00	رفض الفرض الصفري
وجود المنظمات الأهلية في فلسطين ساعد في الحصول على التمويل المطلوب للنشاط المقاولاتي للمرأة.	1.5	71	0.19	0.13	قبول الفرض الصفري
المسؤولية الاجتماعية للمرأة المقاولة عامل معيق لتقدم المرأة المقاولة في عملها.	-0.8	71	-0.11	0.40	قبول الفرض الصفري
المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي.	0.7	71	0.09	0.51	قبول الفرض الصفري
الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة حال دون تقدم النشاط المقاولاتي لها.	0.8	71	0.11	0.44	قبول الفرض الصفري
نقص الخبرة لدى المرأة أعاق تقدمها في النشاط المقاولاتي.	-0.4	71	-0.06	0.66	قبول الفرض الصفري

التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقاً في تقدم نشاطها المقاولاتي.	−1.0	71	−0.13	0.34	قبول الفرض الصفري
الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت عائقاً أمام تقدم المرأة المقاولة.	−5.0	71	−0.60	0.00	رفض الفرض الصفري
التحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين كانت من المعيقات للعمل المقاولاتي للمرأة.	−3.9	71	−0.38	0.00	رفض الفرض الصفري
المجموع	−4.7	71	−0.33	0.00	رفض الفرض الصفري

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (23) تبايناً حول عبارات محور المعيقات التي تحول دون استخدام المرأة المقاولة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملها المقاولاتي، ومنها المعيقات الاجتماعية، والاقتصادية، والتعليمية، حيث لم يكن هناك أثراً معنوياً، ولم يتم الموافقة عليها بأنها تشكل عائقاً، وهي وجود المنظمات الأهلية لم يساعد بالحصول على تمويل، والمسؤولية الاجتماعية للمرأة، والمسؤوليات الأسرية، والحالة الاجتماعية، ونقص الخبرة، والتوجهات الثقافية السائدة في المجتمع، هذه كلها عوامل لم يكن لها الأثر المعنوي على أنها عوامل تشكل عائقاً يحول بين المرأة المقاولة واستخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية عملها المقاولاتي. بينا كان لبقية العوامل أثراً معنوياً بتشكيلها عائقاً يحول دون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعمل المقاولاتي، وذلك عند مستوى ثقة 0.95.

المطلب الرابع: دراسة أثر بعض المتغيرات الشخصية على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1- دراسة أثر المستوى التعليمي للمرأة الفلسطينية المقاولة على تنمية عملها المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفرض الصفري: لا يوجد أثر للمستوى التعليمي للمرأة الفلسطينية المقاولة على استخدام تكنولوجيا المعلومات ودورها في تنمية العمل المقاولاتي عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الفرض البديل: يوجد أثر للمستوى التعليمي للمرأة الفلسطينية المقاولة على استخدام تكنولوجيا المعلومات ودورها في تنمية العمل المقاولاتي عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

لاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) والنتائج يعرضها الجدول التالي:

الجدول رقم (24): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لأثر المستوى التعليمي للمرأة المقاولة على تنمية العمل المقاولاتي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال زاد من الفرص المتاحة لعمل المرأة المقاولاتي من حيث المجالات المتنوعة لطبيعة تلك النشاطات.	بين المجموعات	1.04	2	0.52	1.198	0.308	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	29.84	69	0.43			
	المجموع	30.88	71	-			
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عزز من استقلالية عمل المرأة المقاولاتي.	بين المجموعات	1.66	2	0.83	1.990	0.144	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	28.78	69	0.42			
	المجموع	30.44	71	-			
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولة عمل على تقليص الجهد المبذول في عملها.	بين المجموعات	4.18	2	2.09	2.147	0.125	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	67.10	69	0.97			
	المجموع	71.28	71	-			
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولة عمل على توفير الوقت على المرأة.	بين المجموعات	2.25	2	1.13	2.206	0.118	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	35.25	69	0.51			
	المجموع	37.50	71	-			
استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى لسهولة وصول المرأة للزبائن وتقديم خدمات أفضل ...	بين المجموعات	0.99	2	0.50	1.061	0.352	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	32.32	69	0.47			
	المجموع	33.32	71	-			
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على خفض تكاليف النشاط المقاولاتي للمرأة عن طريق اتخاذ القرار بشأن التوقيت الأمثل	بين المجموعات	2.66	2	1.33	2.116	0.128	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	43.34	69	0.63			
	المجموع	46.00	71	-			
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على سهولة وصول النشاط المقاولاتي للمرأة لأسواق (إلكترونية) جديدة محلية ودولية.	بين المجموعات	0.17	2	0.09	0.174	0.841	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	33.82	69	0.49			
	المجموع	33.99	71	-			
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على تعزيز قدرة النشاط المقاولاتي للمرأة بتعلم ...	بين المجموعات	0.53	2	0.26	0.665	0.518	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	27.35	69	0.40			
	المجموع	27.88	71	-			
قدمت وسائل تكنولوجيا المعلومات	بين المجموعات	0.44	2	0.22	0.382	0.684	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	39.44	69	0.57			

والاتصال مرونة عالية في عملية التعلم مما حقق من عملية التوازن بين حياة المرأة العملية وحياتها	المجموع	39.88	71				
أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالحفاظ على علاقة مستقرة مع باقي منافسي النشاط المقاولاتي للمرأة.	بين المجموعات	1.01	2	0.50	0.699	0.501	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	49.65	69	0.72			
	المجموع	50.65	71	-			
أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اعطاء المرأة المقاولة مرونة في تقبل التغيير.	بين المجموعات	0.64	2	0.32	0.527	0.593	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	42.23	69	0.61			
	المجموع	42.88	71	-			
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنشاط المقاولاتي للمرأة اعتبر عاملاً مهماً في ادارة العمل المقاولاتي.	بين المجموعات	0.00	2	0.00	0.001	0.999	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	30.44	69	0.44			
	المجموع	30.44	71				
تكنولوجيا المعلومات والاتصال عملت على بناء شعور الثقة بالنفس لدى المرأة بنشاطها المقاولاتي وتحقيق هدفها المهني.	بين المجموعات	0.31	2	0.15	0.269	0.765	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	39.19	69	0.57			
	المجموع	39.50	71	-			
أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة المقاولة استمرارية العمل دون النظر لساعات الدوام الرسمي.	بين المجموعات	1.34	2	0.67	0.941	0.395	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	49.27	69	0.71			
	المجموع	50.61	71	-			
المجموع	بين المجموعات	0.13	2	0.06	0.263	0.770	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	16.63	69	0.24			
	المجموع	16.75	71	-			

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من النتائج السابقة في الجدول رقم (24) أنه لا يوجد أثر للمستوى التعليمي للمرأة الفلسطينية المقاولة على استخدام تكنولوجيا المعلومات ودورها في تنمية العمل المقاولاتي، وذلك عند مستوى ثقة 0.95

2- دور الحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة في التغلب على المعيقات أو زيادة المعيقات عليها.

الفرض الصفري: لا يوجد أثر للحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة على المعيقات التي تواجهها في العمل المقاولاتي عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الفرض البديل: يوجد أثر للحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة على المعيقات التي تواجهها في العمل المقاولاتي عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الجدول رقم (25): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لدور الحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة في التغلب على المعيقات أو زيادة المعيقات عليها

المعيقات الاقتصادية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
الحصول على تمويل النشاط المقاولاتي كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة	بين المجموعات	1.70	3	0.57	0.758	0.521	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	50.91	68	0.75			
	المجموع	52.61	71	-			
صعوبة ضمان التمويل الثابت كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	بين المجموعات	4.04	3	1.35	1.479	0.228	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	61.84	68	0.91			
	المجموع	65.88	71	-			
عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة	بين المجموعات	1.68	3	0.56	0.768	0.516	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	49.64	68	0.73			
	المجموع	51.32	71	-			
النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية أعاقت النشاط	بين المجموعات	3.08	3	1.03	1.085	0.361	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	64.42	68	0.95			
	المجموع	67.50	71	-			
وجود المنظمات الأهلية في فلسطين ساعد في الحصول على التمويل المطلوب للنشاط المقاولاتي للمرأة.	بين المجموعات	3.11	3	1.04	0.917	0.437	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	76.77	68	1.13			
	المجموع	79.88	71	-			
المعيقات الاجتماعية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
المسؤولية الاجتماعية للمرأة المقاولة عامل معيق لتقدم المرأة المقاولة في عملها.	بين المجموعات	2.82	3	0.94	0.718	0.545	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	89.16	68	1.31			
	المجموع	91.99	71	-			
المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي.	بين المجموعات	0.53	3	0.18	0.114	0.952	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	104.75	68	1.54			
	المجموع	105.28	71	-			
الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة حال دون تقدم النشاط المقاولاتي لها.	بين المجموعات	2.77	3	0.92	0.641	0.591	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	98.10	68	1.44			
	المجموع	100.88	71	-			

المعيقات المعرفية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
نقص الخبرة لدى المرأة أعاق تقدمها في النشاط المقاولاتي.	بين المجموعات	1.97	3	0.66	0.498	0.685	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	89.90	68	1.32			
	المجموع	91.88	71	-			
المعيقات الثقافية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقا في تقدم	بين المجموعات	3.93	3	1.31	1.011	0.393	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	88.02	68	1.29			
	المجموع	91.94	71	-			
المعيقات التشريعية والقانونية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
الظروف السياسية المحيطة	بين المجموعات	3.20	3	1.07	1.023	0.388	قبول الفرض
	داخل المجموعات	70.80	68	1.04			

بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت	المجموع	74.00	71	-			الصفري
التحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين كانت من المعيقات للعمل المقاولاتي	بين المجموعات	1.40	3	0.47	0.673	0.572	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	47.05	68	0.69			
	المجموع	48.44	71	-			
مجموع المعيقات		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
مجموع المعيقات	بين المجموعات	0.73	3	0.24	0.682	0.566	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	24.11	68	0.35			
	المجموع	24.84	71	-			

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (25) أن قيمة مستوى الدلالة لكافة عبارات محور المعيقات كانت أكبر من 0.05، وبذلك نستدل أن الحالة الاجتماعية للمرأة الفلسطينية المقاولة لا تؤثر على مواجهتها لتلك المعيقات، وذلك عند مستوى ثقة 0.95

3- دور عمر المرأة الفلسطينية المقاولة في تحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي

الفرض الصفري: لا يؤثر عمر المرأة الفلسطينية المقاولة في تحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي، عند مستوى دلالة الفا = 0.05

الفرض البديل: يؤثر عمر المرأة الفلسطينية المقاولة في تحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي، عند مستوى دلالة الفا = 0.05

الجدول رقم (26): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لدور عمر المرأة الفلسطينية المقاولة في تحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي

		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلا لإعالة أسرتها.	بين المجموعات	0.256	2	0.13	0.878	0.420	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	10.063	69	0.15			
	المجموع	10.319	71	-			
ساعد اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني.	بين المجموعات	0.029	2	0.01	0.061	0.941	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	16.582	69	0.24			
	المجموع	16.611	71	-			
عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع.	بين المجموعات	1.273	2	0.64	4.575	0.014	رفض الفرض الصفري
	داخل المجموعات	9.602	69	0.14			
	المجموع	10.875	71	-			
عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.	بين المجموعات	0.364	2	0.18	3.457	0.037	رفض الفرض الصفري
	داخل المجموعات	3.636	69	0.05			
	المجموع	4.000	71	-			
عمل المرأة المقاولاتي أعطاها خيارات أكثر شمولاً تتلاءم والظروف المحلية المحيطة.	بين المجموعات	0.070	2	0.03	0.204	0.816	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	11.805	69	0.17			
	المجموع	11.875	71	-			

عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة للتعليم والتدريب.	بين المجموعات	0.431	2	0.22	1.505	0.229	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	9.888	69	0.14			
	المجموع	10.319	71	-			
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة لتبادل وفتح لها قنوات الاتصال المختلفة.	بين المجموعات	0.256	2	0.13	0.878	0.420	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	10.063	69	0.15			
	المجموع	10.319	71	-			
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة شهرة منتجاتها في الأسواق.	بين المجموعات	0.174	2	0.09	1.247	0.294	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	4.812	69	0.07			
	المجموع	4.986	71	-			
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة تقديم خدمات/سلع جديدة أو خدمات/سلع أفضل في الأسواق.	بين المجموعات	0.364	2	0.18	2.230	0.115	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	5.636	69	0.08			
	المجموع	6.000	71	-			
المجموع	بين المجموعات	0.249	2	0.12	2.958	0.059	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	2.905	69	0.04			
	المجموع	3.154	71	-			

المصدر: من إعداد الباحثة

نستدل من الجدول رقم (26) بعدم معنوية الفروق بين الفئات العمرية المختلفة للمرأة المقاولة وتحفيزها على الاستمرار بالعمل المقاولاتي، لمعظم عبارات محور المحفزات المتعلقة بالمرأة المقاولة، باستثناء العبارتين: "عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع"، و"عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل"، كان لهاتين العبارتين فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة للمرأة المقاولة حيث كانت قيم مستوى الدلالة أصغر من ألفا 0.05، وأكبر لبقية العبارات، ولمعرفة كيفية توجهات النساء المقاولاتية حسب فئاتهن العمرية المختلفة حول هاتين العبارتين تم فحص اختبار "بنفوروني Bonferroni" كما يبينه الجدول التالي:

الجدول (27) نتائج الاختبار البعدي "بنفوروني Bonferroni" فيما يتعلق بفرضية "أثر عمر المرأة على العمل المقاولاتي"

المتغير التابع	العمر "أ"	العمر "ب"	فرق المتوسطات حسب العمر	مستوى الدلالة
عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع.	من 20 إلى 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة	0.180	0.241
		أكثر من 40 سنة	-0.152	0.609
	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	-0.180	0.241
		أكثر من 40 سنة	-0.332	0.013
	أكثر من 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	0.152	0.609
		من 31 إلى 40 سنة	0.332	0.013
عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.	من 20 إلى 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة	0.065	0.915
		أكثر من 40 سنة	-0.118	0.331
	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	-0.065	0.915
		أكثر من 40 سنة	-0.182	0.032
	أكثر من 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	0.118	0.331
		من 31 إلى 40 سنة	0.182	0.032

المصدر: من إعداد الباحثة

نستدل من الجدول رقم (27) أن المرأة الفلسطينية المقاولة في الفئة العمرية من عمر 31 الى 40 سنة أكثر ميلاً للاعتقاد بأن عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع، وأن عملها كرس لديها قيم وثقافة العمل من المرأة المقاولة في الفئة العمرية التي تتجاوز 40 سنة، وذلك عند مستوى ثقة 0.95

4- طبيعة العمل المقاولاتي (فردي أو شركة مسجلة) ودوره في التحفيز على الاستمرار بالعمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية

الفرض الصفري: لا تؤثر طبيعة العمل في تحفيز المرأة الفلسطينية المقاولة على الاستمرار بالعمل المقاولاتي، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الفرض البديل: تؤثر طبيعة العمل في تحفيز المرأة الفلسطينية المقاولة على الاستمرار بالعمل المقاولاتي، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الجدول رقم (28): نتائج اختبار "ت" لعينتين مستقلتين لطبيعة العمل المقاولاتي (فردي أو شركة مسجلة) ودوره في التحفيز على الاستمرار بالعمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية

		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة	النتيجة
اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلاً لإعالة أسرتها.	عمل فردي	2.04	0.35	-1.958	70	0.010	رفض الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.23	0.43				
ساعد اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني.	عمل فردي	2.18	0.52	1.089	70	0.037	رفض الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.05	0.38				
عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع.	عمل فردي	2.00	0.35	-1.370	70	0.025	رفض الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.14	0.47				
عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.	عمل فردي	1.98	0.14	-1.079	70	0.016	رفض الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.05	0.38				
عمل المرأة المقاولاتي أعطاها خيارات أكثر شمولاً تتلاءم والظروف المحلية المحيطة.	عمل فردي	2.12	0.44	-0.155	70	0.852	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.14	0.35				
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة للتعليم والتدريب.	عمل فردي	2.06	0.37	-1.254	70	0.078	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.18	0.39				
عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة لتبادل الخبرات وفتح لها قنوات الاتصال المختلفة.	عمل فردي	2.10	0.42	0.093	70	0.510	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.09	0.29				
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة شهرة منتجاتها في الأسواق.	عمل فردي	1.96	0.28	-1.266	70	0.645	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.05	0.21				
اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة تقديم خدمات/سلع جديدة أو خدمات/سلع أفضل في الأسواق.	عمل فردي	1.96	0.28	-1.787	70	0.441	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.09	0.29				

المجموع	عمل فردي	2.04	0.21	-1.241	70	0.219	قبول الفرض الصفري
	شركة مسجلة	2.11	0.21				

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (28) أن هنالك فروقا معنوية لبعض العبارات المتعلقة بالمحفزات للمرأة الفلسطينية المقاولة حسب طبيعة العمل، وهي: "اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلاً لإعالة أسرتها"، كان للعمل الفردي فيها اكثر تحفيزاً منه للشركات المسجلة، وعلى العكس كان للشركات المسجلة محفزاً أكبر بمساعدة اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني، أما عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر في المجتمع كانت النساء في العمل الفردي لهن رؤية تحفيزية أعلى، كذلك بخصوص عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل، أما بقية العبارات لم يكن هنالك فروقاً معنوية بين العمل الفردي والشركات المسجلة للمرأة المقاولة، وذلك عند مستوى ثقة 0.95

1- علاقة القطاع الذي تنشط فيه المرأة الفلسطينية المقاولة مع المعيقات (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، المعرفية، والمعيقات التشريعية والقانونية)

الفرض الصفري: لا يؤثر طبيعة القطاع الذي تنشط فيه المرأة الفلسطينية المقاولة وتغلبها على المعيقات التي تواجهها بالعمل، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الفرض البديل: يؤثر طبيعة القطاع الذي تنشط فيه المرأة الفلسطينية المقاولة وتغلبها على المعيقات التي تواجهها بالعمل، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الجدول رقم (29): نتائج اختبار "تحليل التباين الأحادي" لعلاقة القطاع الذي تنشط فيه المرأة الفلسطينية المقاولة مع المعيقات (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، المعرفية، والمعيقات التشريعية والقانونية)

المعيقات الاقتصادية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
الحصول على تمويل النشاط المقاولاتي كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	بين المجموعات	1.60	6	0.266	0.339	0.914	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	51.01	65	0.785			
	المجموع	52.61	71	-			
صعوبة ضمان التمويل الثابت كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.	بين المجموعات	3.73	6	0.622	0.651	0.689	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	62.14	65	0.956			
	المجموع	65.88	71	-			
عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة	بين المجموعات	2.65	6	0.442	0.590	0.737	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	48.67	65	0.749			
	المجموع	51.32	71	-			

النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية أعاقت النشاط	بين المجموعات	3.16	6	0.527	0.532	0.782	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	64.34	65	0.990			
	المجموع	67.50	71	–			
وجود المنظمات الأهلية في فلسطين ساعد في الحصول على التمويل المطلوب للنشاط المقاولاتي للمرأة.	بين المجموعات	12.59	6	2.098	2.027	0.075	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	67.29	65	1.035			
	المجموع	79.88	71	–			
المعيقات الاجتماعية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
المسؤولية الاجتماعية للمرأة المقاولة عامل معيق لتقدم المرأة المقاولة في عملها.	بين المجموعات	13.92	6	2.320	1.932	0.089	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	78.06	65	1.201			
	المجموع	91.99	71	–			
المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي.	بين المجموعات	9.90	6	1.649	1.124	0.358	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	95.38	65	1.467			
	المجموع	105.28	71	–			
الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة حال دون تقدم النشاط المقاولاتي لها.	بين المجموعات	15.25	6	2.542	1.930	0.089	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	85.62	65	1.317			
	المجموع	100.88	71	–			

المعيقات المعرفية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
نقص الخبرة لدى المرأة أعاق تقدمها في النشاط المقاولاتي.	بين المجموعات	10.03	6	1.671	1.327	0.258	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	81.85	65	1.259			
	المجموع	91.88	71	–			
المعيقات الثقافية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقا في تقدم نشاطها المقاولاتي.	بين المجموعات	17.93	6	2.988	2.624	0.024	رفض الفرض الصفري
	داخل المجموعات	74.02	65	1.139			
	المجموع	91.94	71	–			
المعيقات التشريعية والقانونية		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت عائقا أمام تقدم المرأة المقاولة.	بين المجموعات	13.44	6	2.240	2.404	0.037	رفض الفرض الصفري
	داخل المجموعات	60.56	65	0.932			
	المجموع	74.00	71	–			
التحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين كانت من المعيقات للعمل المقاولاتي للمرأة.	بين المجموعات	6.08	6	1.013	1.554	0.175	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	42.37	65	0.652			
	المجموع	48.44	71	–			
مجموع المعيقات		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة	النتيجة
مجموع المعيقات	بين المجموعات	2.92	6	0.487	1.445	0.211	قبول الفرض الصفري
	داخل المجموعات	21.91	65	0.337			
	المجموع	24.84	71	–			

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (29) أن للمعيقات الثقافية والتي تتمثل بالتوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة، والمعيقات التشريعية والقانونية المتمثلة بالظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار، كان للفروق في توجهات النساء المقاولات حسب القطاع الذي تنشط فيه دلالة معنوية، أما بقية المعيقات لم يكن للقطاع الذي تنشط فيه المرأة المقاولة علاقة مع المعيقات التي تواجهها، وتشكل عائقاً أمام تقدم المرأة المقاولة، وذلك عند مستوى ثقة 0.95، ولمعرفة كيفية الاختلاف بين قطاعات العمل وبين المعيقات ذات الدلالة المعنوية في الفروق تم استخدام اختبار "بنفوروني Bonferroni" وحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (30) نتائج الاختبار البعدي "بنفوروني Bonferroni" فيما يتعلق بالفرضية المتعلقة بعلاقة القطاع بالمعيقات

			فرق المتوسط (تجاري – بقية القطاعات)	مستوى الدلالة
التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقا في تقدم نشاطها المقاولاتي.	تجاري	صناعي	1.786	0.638
		زراعي	0.286	1.000
		حرفي	0.697	1.000
		تعليمي	0.911	1.000
		خدماتي	1.286*	0.012
		طبي	0.619	1.000
الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت عائقا امام تقدم المرأة المقاولة.	تجاري	صناعي	1.357	1.000
		زراعي	0.857	1.000
		حرفي	0.975	0.142
		تعليمي	1.232	0.113
		خدماتي	1.049*	0.035
		طبي	1.190	1.000

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (30) أن النساء المقاولات في القطاع الخدماتي يواجهن المعيقات المتعلقة بالتوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة، ومعيقات الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار، أكثر من النساء المقاولات في القطاع التجاري، ولم يكن لبقية القطاعات التي تنشط فيها النساء المقاولات فروقاً معنوية باختلاف باقي القطاعات، وذلك عند مستوى ثقة 0.95

5- علاقة طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة) باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، هل إذا كان مثلاً خدمات مع وجود وسائل التواصل الاجتماعي وسهولة التسويق الإلكتروني يعمل على إنجاح العمل وتحفيزه؟

الفرض الصفري: لا تؤثر طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة) على أثر تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الفرض البديل: تؤثر طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة) على أثر تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة، عند مستوى الدلالة ألفا = 0.05

الجدول رقم (31): نتائج اختبار "ت" لعينتين مستقلتين لعلاقة طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة) باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

آثار تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة	طبيعة المنتج الذي تبيعه	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة	النتيجة
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال زاد من الفرص المتاحة لعمل المرأة المقاولاتي من حيث المجالات المتنوعة لطبيعة تلك النشاطات.	خدمة	1.69	0.68	0.997	70	0.322	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.53	0.63				
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عزز من استقلالية عمل المرأة المقاولاتي.	خدمة	1.88	0.74	1.599	70	0.114	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.63	0.49				
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولاتية عمل على تقليص الجهد المبذول على المرأة.	خدمة	2.36	1.12	1.650	70	0.103	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.97	0.76				
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولة عمل على توفير الوقت على المرأة.	خدمة	2.05	0.79	1.839	70	0.070	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.73	0.58				
استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى لسهولة وصول المرأة للزبائن وتقديم خدمات أفضل	خدمة	1.57	0.67	-0.376	70	0.708	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.63	0.72				
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على خفض تكاليف النشاط المقاولاتي للمرأة عن طريق اتخاذ القرار بشأن التوقيت الأمثل لبيع...	خدمة	1.86	0.61	-1.810	70	0.075	قبول الفرض الصفري
	سلعة	2.20	1.00				
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على سهولة وصول النشاط المقاولاتي للمرأة لأسواق (إلكترونية) جديدة محلية ودولية.	خدمة	1.64	0.62	-1.361	70	0.178	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.87	0.78				
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على تعزيز قدرة النشاط المقاولاتي للمرأة بتعلم ...	خدمة	1.52	0.67	-0.284	70	0.777	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.57	0.57				
قدمت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرونة عالية في عملية التعلم مما حقق من عملية التوازن بين حياة المرأة العملية وحياتها الخاصة.	خدمة	1.83	0.76	0.555	70	0.580	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.73	0.74				

أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالحفاظ على علاقة مستقرة مع باقي منافسي النشاط المقاولاتي للمرأة.	خدمة	2.05	0.85	-0.258	70	0.797	قبول الفرض الصفري
	سلعة	2.10	0.84				
أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اعطاء المرأة المقاولة مرونة في تقبل التغيير.	خدمة	1.93	0.75	-0.382	70	0.703	قبول الفرض الصفري
	سلعة	2.00	0.83				
اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنشاط المقاولاتي للمرأة اعتبر عاملاً مهماً في ادارة العمل المقاولاتي.	خدمة	1.74	0.70	0.242	70	0.810	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.70	0.60				
تكنولوجيا المعلومات والاتصال عملت على بناء شعور الثقة بالنفس لدى المرأة بنشاطها المقاولاتي وتحقيق هدفها المهني.	خدمة	1.74	0.70	-0.159	70	0.874	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.77	0.82				
أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة المقاولة استمرارية العمل دون النظر لساعات الدوام الرسمي.	خدمة	1.60	0.86	-0.516	70	0.607	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.70	0.84				
المجموع	خدمة	1.82	0.51	0.195	70	0.846	قبول الفرض الصفري
	سلعة	1.80	0.46				

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من الجدول رقم (31)، أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 لكافة عبارات المحور المتعلق بآثار تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة حسب طبيعة المنتج (خدمة أو سلعة)، لذلك لا يوجد علاقة بين طبيعة المنتج الآثار الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات وذلك عند مستوى الثقة 0.95

المبحث الرابع: المقابلات الشخصية

في هذا المبحث، تم عقد مقابلات شخصية مع بعض النساء المقاولات في مناطق مختلفة من الضفة الغربية، حيث كانت المقابلات منظمة، وأسئلتها موحدة، وتم طرحها على سيدات فلسطينيات لهن نشاطات مقاولاتية مختلفة، طرحت عليهن أسئلة المقابلة على شكل حوار، وكانت السيدات من عدة مدن بالضفة الغربية.

أسئلة المقابلات الشخصية:

1. عرفي بنفسك، من هي المقاولة (مجال عملك/ سنوات الخبرة)
2. ما هي الأسباب التي دفعتك للعمل المقاولاتي؟
3. كيف تعملين في وسط يعتبر نوعاً ما يسيطر عليه الرجال؟
4. كيف توفقين بين حياتك الأسرية ومسؤولياتك كمقاولة؟
5. هل قمت بدراسة جدوى لمشروعك؟ العرض والطلب للمنتج أو الخدمة التي تعرضيها؟

6. هل تعرضت للمضايقة أو للتمييز ضدك في مجال عملك الريادي؟
7. كيف حصلت على ما يكفي من المال لإنشاء عملك الريادي؟ (التمويل وصعوبته)
8. هل تلقيت مساعدات مالية/ نفسية/ معنوية من أسرتك (الأب/ الزوج/ الأخ الخ)؟
9. كيف ستتصرفين بخصوص إدارة العمل ومتابعته بوجود المسؤوليات العائلية؟
10. هل لديك شركاء في العمل؟
11. ما هي أسرار نجاح المرأة من وجهة نظرك؟ وبناء على تجربتك؟
12. كيف ثابرت في الأوقات الصعبة؟
13. ما هي خططك المستقبلية؟
14. ما هي التحديات التي تواجهها المقاولة بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص؟
15. ما هي نصائحك للنساء الأخريات للإقدام على إنشاء شركة أو عمل ريادي؟
16. برأيك ما هي الخصائص التي يجب أن تتوفر في المرأة المقاولة؟
17. ماهي اقتراحاتك لرفع مستوى مشاركة المرأة الفلسطينية في المجال الريادي؟
18. كيف توظفين التكنولوجيا الحديثة في عملك الريادي؟ هل شعرت بسرعة إنجاز العمل ووصوله إلى شريحة أكبر بوجود التكنولوجيا؟
19. هل واجهت معيقات معينة تمنعك من استخدام التكنولوجيا في إنجاز عملك؟
20. هل ترين التكنولوجيا الحديثة تساعد فعلياً في تطوير عمل المرأة الريادي؟

المطلب الأول: المقابلة الأولى/ السيدة امتياز المغربي:

هي مخرجة أفلام وكاتبة سيناريو فلسطينية، حاصلة على بكالوريوس إدارة واقتصاد، عملت في الصحافة والإعلام، فكان لها مشاركة في برنامج أحمر بالخط بالعريض مع الإعلامي اللبناني مالك مكتبي، وعملت أيضاً في مجلة لها ودار الحياة اللندنية، وكتبت عدة مقالات في الحقائق اللندنية، والعديد من الدول العربية والأجنبية، وحاصلة على سبع جوائز دولية في مجالها.

عملت امتياز على إنشاء مشروعها الخاص في مجال قل فيه عدد النساء، وخصوصاً في فلسطين، وهو مجال إنتاج الأفلام والإخراج. فكان من أسباب اتجاهها نحو هذا المجال هو قلة عدد النساء الفلسطينيات، وحاجة القضية الفلسطينية لإعلاء الصوت الفلسطيني من خلال إنتاج وإخراج الأفلام، حيث أن السيدة امتياز تعود في أصولها إلى مدينة يافا التي احتلت عام 1948، ولجأت أسرتها إلى مخيم بلاطة قرب مدينة نابلس في الضفة الغربية حيث وولدت فيها، ولها حكاية مع قطاع غزة، فهي امتياز من كل مكان وهي بنت فلسطين. والمجال الذي نشطت فيه يسيطر عليه الرجال، يحتاج إلى التنقل من مكان إلى آخر بحثاً عن القضية أو الموضوع الذي يتناوله الفيلم الذي تعمل على إنتاجه، تهتم امتياز بالقضايا الفلسطينية الشخصية، وتعمل على أنسنة القضية كقضية هموم

الأسر والأطفال في مناطق الأغوار الفلسطينية، ومعاناتهم في ظل الاحتلال، مذبحة عائلة الدوابشة في قرية دوما، البوابات الإلكترونية في باحات المسجد الأقصى المبارك، ومن هنا أبرزت أهم الصعوبات والتحديات التي تواجهها في عملها المقاولاتي، خطورة الأماكن التي تذهب إليها لتوثيقها، وعدم وجود أشخاص يساعدونها في التنقل وحمل الأجهزة المرافقة لها في العمل مثل الكاميرات والمعدات الأخرى. ومن الصعوبات التي تواجهها في مجالها أيضاً نقص الخبرة في مجال إنتاج وإخراج الأفلام الوثائقية، وهي إمرأة في مجتمع ذكوري، وعدم توفر الدعم المادي من قبل الأسرة والمجتمع على حد سواء. واجهت امتياز كل التحديات وعملت بجد لتوفير الخبرة الكافية لها في مجال التصوير الاحترافي والوقوف خلف الكاميرا، وتعلمت المونتاج بجهود شخصية بحتة، فقد لجأت إلى منصة يوتيوب، وتعلمت مونتاج الأفلام على بعض البرامج مثل أدوبي بريمير، ومن هنا يظهر أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي الذي تمارسه السيدة امتياز. كما تحدثت عن الجوانب الإيجابية لمنصات التواصل الاجتماعي، والتي يمكن للشخص توجيهها حسب الحاجة الموجودة لديه، وأكدت على ضرورة استخدام جميع المنصات الإلكترونية لإيصال الصوت والصورة التي تعمل على إنتاجها من خلال أفلامها إلى كافة أنحاء العالم. وقامت باستخدام الوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لإضافة خاصية الترجمة لأفلامها إلى عدة لغات أجنبية لتوسيع الشريحة التي تصلها، ومن خصوصية القضية العادلة للشعب الفلسطيني ساعدت امتياز في إكساب قضيتنا دعماً دولياً إضافياً. كما ساعدت الإنترنت على مشاركتها في العديد من المهرجانات، وعرض أفلامها وهي متواجدة في بيتها، عبر استخدام تقنيات حديثة مثل منصة زووم وتقنيات VIDEO CONFERENCING، وعملت أيضاً على تسويق أفلامها على معظم منصات التواصل الاجتماعي، فلديها اليوم آلاف المتابعين على تيك توك، فيسبوك وانستغرام ولينكدإن، ومن أهم الميزات التي قدمتها لها منصات التواصل الاجتماعي، ساعدتها على نشر العديد من الأفلام الممنوعة من العرض غالباً لأسباب سياسية.

أكدت السيدة امتياز على ضرورة التعلم في جميع مراحل الحياة، فلا يكتفي الإنسان بالشهادة الجامعية التي يحصل عليها، على الرغم من امتلاكها لكل المهارات من كتابة السيناريو والتصوير والمونتاج والإخراج، فلا زالت تبحث عن أي مصدر لإكسابها خبرات ومهارات جديدة، حتى استطاعت إيصال أعمالها إلى العديد من دول العالم مثل مصر والجزائر والدنمارك ودبي وبنغلادش. ولا توفر جهداً لإكساب خبراتها ومعلوماتها لمن يبحث عنها، فهي تعمل على إعطاء دورات تدريبية وورشات عمل.

وفي النهاية، أكدت على أن المرأة يجب ألا تستسلم لكلمة لا، وهي من أهم الأمور التي تشجع المرأة على المضي قدماً، وتحقق النجاح في عملها المقاولاتي، وحتى لو كانت وحيدة بلا أي دعم مادي أو معنوي، فهي تستطيع أن تنجح.

المطلب الثاني: المقابلة الثانية –السيدة أمل المصري ضراغمة

هي سيدة أعمال فلسطينية، المؤسسة ونائبة رئيس مجلس الإدارة والمديرة العامة لمجموعة أوغاريت، رئيسة تحرير مجلة الشرق الأوسط للأعمال ورئيستها التنفيذية. حاصلة على شهادة الدكتوراه الفخرية من جامعة GODSU بالولايات المتحدة الأمريكية. تم منحها وسام جوقة الشرف للاستحقاق برتبة فارس من الحكومة الفرنسية عام 2017. حصلت على جائزة أفضل ريادية وسيدة أعمال في الشرق الأوسط وشمال افريقيا في مسابقة "جائزة سيدات الأعمال للشرق الأوسط وشمال افريقيا" عام 2014. تصدرت قائمة عشرة نساء قياديات رياديات الصادرة عن المجلس الدولي للمؤسسات الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية. تشغل العديد من المناصب في منظمات الأعمال المحلية التي تعمل من أجل النهوض بالمرأة في فلسطين والوطن العربي، ومن بينها رئيس المجلس الاقتصادي المحلي لبلديتي رام الله والبيرة، وعضوية مجلس إدارة "جمعية المرأة العاملة الفلسطينية للتنمية" وشبكة سيدات أعمال الشرق الأوسط وشمال افريقيا – مينا، والمنتدى العربي الدولي للمرأة في لندن، والغرفة التجارية الفلسطينية الأمريكية، والاتحاد الفلسطيني للصناعات الورقية، وغرفة تجارة وصناعة محافظة رام الله والبيرة، وجمعية إنعاش الأسرة وغيرها الكثير. وتقوم د. أمل بتنظيم ورئاسة الأحداث والفعاليات الاقتصادية التي تتناول مختلف القضايا الاقتصادية مثل البطالة. وانتخبت من بين "أكثر عشرة نساء عربيات تأثيراً في مجال العلاقات العامة في العالم العربي" و"المرأة العربية النموذج".

تزوجت د. أمل من السيد خالد المصري، شريكها في الأعمال، ولديها منه ابنتين وولد، وتلقت تعليمها في فرنسا، وهي موجهة ومعلمة لكثير من الرياديين والرياديات الشباب.

كلمات ملهمة من د. أمل:

- من الطرق التي ستتيح لك تحقيق النجاح في مثل هذه البيئة غير العادية، في دولة محتلة مثل فلسطين، هي أن تبقى متيقظًا للاحتمالات والإمكانات التي قد تظهر في أي وقت، وتكون على استعداد للعمل عليها.
- حدد هدفاً لنفسك يمكن تحقيقه؛ هدفًا يناسبك وليس مجرد صورة رأيتها في وسائل الإعلام تصف كيف ينبغي أن يكون مظهر المرأة أو كيف ينبغي لها أن تتصرف أو أن تكون.

- صدق ما تريد أن تكون عليه، إذا كنت ترغب في الطيران، فعليك أن تصدق أن لديك أجنحة، ومن خلال الاهتمام الإيجابي والتركيز بصورة حازمة على نفسك والآخرين، سترى أنك ستنجح وستطير وستتمكن من الوصول إلى أي مكان ترغب فيه.
- أعرف دائما أن سر الأخذ هو العطاء.

المطلب الثالث: المقابلة الثالثة –السيدة دينا المصري صاحبة مشروع خضرا

هي سيدة فلسطينية مقدسية، درست الصحافة وعلم الاجتماع في جامعة بيرزيت، تخرجت عام 2011 وعملت في مجال الصحافة لمدة سبع سنوات في عدة وكالات محلية وعالمية، وبعد الزواج والإنجاب اضطرت للمكوث في المنزل لمدة سنة ونصف السنة لرعاية ابنها، وصاحبت هذه الفترة من حياتها الإغلاق الشامل بسبب جائحة كورونا، ومن هنا ولدت لديها فكرة العمل المقاولاتي بتقديم خدمة للناس وهم في البيوت نتيجة الإغلاق، فاختارت توصيل منتجات متنوعة منها الخضار والفاكهة (العضوية والخالية من المواد الكيماوية)، وأيضا اختارت منتجات أخرى محلية مصنوعة بأيادي سيدات فلسطينيات وشركات فلسطينية متنوعة إلى المنازل عن طريق بناء موقع إلكتروني، تم العمل عليه بالتعاون مع شركة متخصصة ببناء المواقع الإلكترونية في الكويت، وكانت الفكرة الأساسية للعمل من السيدة دينا وبالتعاون مع شركاء لها، وقد تم تطوير الموقع الإلكتروني لاحقاً إلى موقع جديد أكثر تطوراً، يحتوي تفاصيل أكثر عن فكرة "خضرا"، يعرض المنتجات المتوفرة بطريقة تساعد الزبون للوصول إلى ما يحتاجه بطريقة سهلة جداً. استمر العمل أونلاين بدون أي تواجد على أرض الواقع لمدة سنة كاملة، بسبب كورونا بالدرجة الأولى، والسبب الذي دفعها للانتقال إلى محل على أرض الواقع هو فكرة المشروع نفسه، أي تقديم خضار مزروعة في بيئة عضوية خالية من المواد الكيماوية وتوصيلها طازجة للزبائن، وطلب الزبائن لها أونلاين عن طريق الموقع الإلكتروني، فلا يستطيع الزبون معاينة الطلب بنفسه والتأكد من حالة الخضار بعينه، على الرغم من العناية الفائقة المقدمة بتغليف الطلبيات وترتيبها وإيصالها بأفضل حال لطالبيها، تم الانتقال فعلياً إلى محل في مدينة رام الله مع الاستمرار في العمل أونلاين. تم تقديم العديد من الخدمات للزبائن داخل المحل، ومعاملتهم بطريقة تجعل من هذا المشروع مختلفاً تماماً عن محلات بيع الخضار العادية، فهناك مجال للتذوق قبل الشراء، تقديم شاي أو قهوة لبناء علاقة مميزة مع الزبون، لجعله صاحب مكان وليس زبونا مارقاً، وإعطائهم فرصة ليعيشوا التجربة، وفتح الباب لأسئلتهم عن الخضار ومصدرها ومدى وملاءمتها لرغباتهم.

عند الحديث عن مجال العمل المقاولاتي الذي مارسته السيدة دينا ولا زالت تمارسه، ومدى صعوبته كونها امرأة في مجال يغلب عليه الرجال في فلسطين عموماً، فلن تجد أو نادراً وجود امرأة تبيع الخضار، لكن أوضحت أن والدها كان مزارعاً واكتسبت منه خبرة عملية في المجال، فتربت منذ

صغرها على ذلك، وساعدها والدها كثيراً عند البدء بمشروعها الخاص، وبوجود الإصرار والتحدي لديها ودعم أسرتها لها، عملت على تحقيق الحلم وأصبحت امرأة مقاولة ناجحة، موضحة بأن الأنثى تستطيع تحقيق ما تحلم به وفق قواعد وعادات المجتمع الذي نعيش فيه. وعن تجربة عملها مع الأمومة، كان من الصعب التوفيق بين الحياة الأسرية ومتطلبات البيت والأسرة وبوجود طفل صغير، مع متطلبات العمل الذي يفرض عليها أحياناً التواجد لساعات طويلة خارج البيت، ولكن روح التحدي الذي تحدثت بها جعلت منها قادرة على القيام بكلا الواجبين الأسري والمقاولاتي على أكمل وجه، والداعم الأكبر لها كان زوجها وشريكها في العمل في ذات الوقت، ومن هنا نستطيع القول إن المرأة المقاولة تستطيع تحقيق وإنجاز الكثير إذا احتضنتها أسرة داعمة ومتفهمة ومتعاونة.

لم تقم السيدة بعمل دراسة جدوى لمشروعها على الرغم من ايمانها بأهمية دراسة الجدوى، إلا أن ظروف الإغلاق بسبب جائحة كورونا ساعدتها على افتتاح المشروع بسرعة، أولاً إلكترونياً، فكانت تحضر طلبيات الزبائن بالقدر المطلوب فلا يوجد ضياع وتلف للخضار، ولأنها تحرص على تقديم منتجات فلسطينية مئة بالمئة، عضوية وخالية من المواد الكيماوية، ومن جهة أخرى ساعدها العمل أونلاين على تقليل التكلفة عليها، فكان لتكنولوجيا المعلومات دور في بدء عمل مقاولاتي ناجح بتكاليف قليلة نسبياً مقارنة بفتح محل يحتاج إلى إيجار وفواتير مياه وكهرباء وإنترنت وغيرها.

أما بالنسبة لتمويل مشروعها المقاولاتي، تحدثت السيدة دينا عن التمويل الذاتي من مدخراتها، ودعم أسرتها لها، والتوجه لبعض المؤسسات الداعمة للمشاريع المقاولاتية وخصوصاً النسوية، مثل مؤسسة CARE المعنية بدعم المزارعين المنتجين لمنتجات آمنة، ومن خلال مشروع السيدة دينا يتم تقديم هذه المنتجات للمستهلك، مقابل توفير ثلاجات لحفظ الخضار لصاحبة المشروع.

تعتبر السيدة دينا المصري أن سر نجاح المرأة المقاولة هو الصبر، على الرغم من عدم وجود هذه الصفة فيها من البداية وكانت تريد إنجاز كل شيء بسرعة، إلا أن العمل المقاولاتي علمها الصبر وإعطاء كل شيء حقه، وحتى لو تعثرت في البداية تستطيع أن تكمل مسيرتها وبالإرادة تصل للنجاح.

ومن أبرز الصعوبات التي واجهتها، هو سكنها بمدينة القدس ووجود عملها في مدينة رام الله، حيث أن الاحتلال يفرض على مواطني القدس تفتيش وتدقيق في الدخول والخروج عبر مداخل المدينة، وهذا يزيد من صعوبة الوصول إلى مكان العمل أو البيت، فتضطر هي وزجها للخروج من البيت في ساعات مبكرة جداً والعودة في ساعات متأخرة جداً.

بالنسبة للخطط المستقبلية لهذا المشروع، تطمح السيدة دينا إلى فتح "خضرا" في كل مدينة فلسطينية وتوفير خدمات الموقع الإلكتروني داخل المدينة نفسها، لأسباب تعود إلى خصوصية

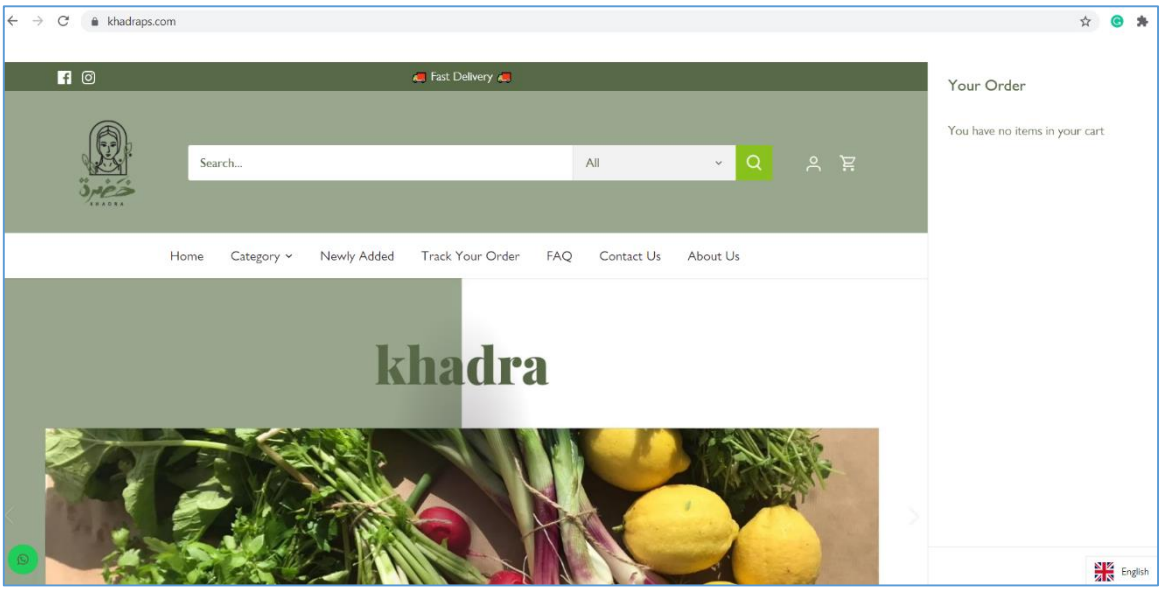
المنتجات التي لا تحتمل النقل بين المدن إلا بسيارات خاصة مجهزة، وبوجود الاحتلال وإغلاق الحواجز يوجد خطر من إتلافها أو إعادتها أو من الممكن التعرض لأخطار قد تمس البشر.

وتنصح السيدة دينا في ضوء تجربتها كل سيدة وكل فتاة فلسطينية ترغب بخوض تجربة العمل المقاولاتي، أن تعمل في مجالها بوظيفة وتكتسب الخبرة، وأن تتعامل مع الناس حتى يتحقق لها النضوج الكافي وتكون جاهزة نفسياً ومادياً لتكون امرأة مقاولة، حيث أن المشروع المقاولاتي سيكلفها مالها الخاص، والوقت وهو أيضاً تكلفة، وبالتالي تكون فرصتها للنجاح أعلى. وترى أن المرأة المقاولة يجب أن تكون دبلوماسية في التعامل، قوية، واثقة من نفسها وأن تحب نفسها وبالتالي تحب عملها، صبورة والايمان بقدراتها، وإذا كانت أم على وجه الخصوص من المستحيل أن تكون ضعيفة وهي التي وهبت الحياة بإرادة الله لروح فتستطيع ان تعمل المستحيل. وترى أن المرأة بحاجة إلى التوسع وكسب الخبرات المختلفة عن طريق حضور دروات وملتقيات ومؤتمرات سواء داخل البلد أو خارجه، وتوفر التكنولوجيا الحديثة للمرأة فرصاً عظيمة في التدريب وهي في مكانها، مثل البرامج التي تبث المؤتمرات عبر الإنترنت مثل zoom وGoogle meets وغيرها. كما أن المرأة المقاولة تستطيع العمل في مجالات أكثر بكثير من المتوفرة في السوق الفلسطينية والتي يغلب عليها الأعمال اليدوية والتطريز والمأكولات التقليدية أو الحديثة، ومن خلال اكتساب المهارات والخبرات تستطيع الدخول إلى مجالات أوسع.

وعن توظيف تكنولوجيا المعلومات وأدواتها في هذا المشروع المقاولاتي، قالت السيدة دينا أن المشروع بدأ إلكترونياً من صفحة على تطبيق فيسبوك إلى موقع إلكتروني خاص كما يظهر في الصورة رقم (18)، ويقدم هذا الموقع للزبون خصائص البحث، ومتابعة ما هو جديد، ويقدم المحتوى باللغتين العربية والإنجليزية إذ أن الكثير من الزبائن من الأجانب المقيمين في فلسطين، وخدمة التواصل مع أصحاب المشروع عبر واتساب، وهناك أيضا خدمة تتبع الطلبية فيستطيع الزبون معرفة تفاصيل الطلبية من وقت إنشائها لحين وصولها إليه. ومستقبلاً سوف تتجه السيدة دينا إلى تطوير تطبيق خاص بالأجهزة المحمولة واللوحية بمواصفات تسهل على الزبون الوصول إلى ما يريد، لأن المستقبل القادم من وجهة نظرها سوف يعتمد كلياً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وستكون هذه الأدوات هي الداعم الأكبر لتنمية المشاريع المقاولاتية وإنجاحها. بالنسبة لطرق الدفع إلكترونيا ترى أنه لا زالت ثقافة المجتمع الفلسطيني غير ناضجة تماماً لاستخدام البطاقات البنكية عبر المواقع الإلكترونية، فيتم الدفع عند الاستلام، ولكن يوجد خيارات أخرى متاحة في فلسطين تتيح للمواطن الدفع إلكترونياً وهي المحافظ الإلكترونية، وهي عبارة عن خدمات دفع وفرتها بعض الشركات الفلسطينية في عام 2020، خصوصاً بعد انتشار فيروس كورونا، تعمل على إنشاء حساب للعميل دون الحاجة لأن يمتلك حساباً بنكياً، ويقوم بشحنه بمبالغ مالية ليست كبيرة نسبياً، ويتم إدخال خدمات معينة على هذه

المحافظ مثل فواتير المياه والكهرباء والإنترنت والهاتف الخلوي والأرضي وخدمات البلديات والجامعات، ومع الوقت يمكن لأصحاب المشاريع المقاولاتية الاشتراك فيها ليستطيع الزبون استخدامها لأغراض الدفع الإلكتروني.

الشكل رقم (19): موقع خضرا الإلكتروني



المصدر: (خضرا، 2022)[1]

ومن أهم الميزات التي قدمتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم وتطوير العمل المقاولاتي هو توفير برامج محوسبة خاصة بمتابعة العمل، من الجوانب المالية والادارية، فعملت السيدة دينا على شراء برنامج محاسبي خاص تدخل فيه أسماء جميع التجار والمزارعين الذين تتعاون معهم، ويمكنها من تقييم عملها يومياً، عدد الزبائن والأرباح والتكاليف. وفي النهاية تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة المقاولة حلولاً سهلة في التسويق والوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الزبائن، وحلولاً لاكتساب المهارات والخبرات عبر الإنترنت وبمجانية تامة، وحلولاً آمنة في المعاملات المالية والمصرفية، وأخيراً تقديم خدمات متميزة للزبائن في وقت قياسي بالمقارنة مع الطرق التقليدية.

المطلب الرابع: المقابلة الرابعة –السيدة عبير نافذ الهمص

هي شابة فلسطينية، درست الهندسة المدنية وعملت فيها عدة أعوام، كما مارست أعمالاً حرة لمدة عشرة أعوام كمنسقة للمشاريع عبر استخدام الإنترنت، لكنها لم تنسَ يوماً هوايتها وحبها لصناعة الأشياء اليدوية منذ صغرها. أحبت الأشغال اليدوية كثيراً، وتعلمت من خلال الإنترنت وتصفح مواقع كثيرة خارج فلسطين تهتم بالفنون المخصصة للأغراض التعليمية، فكانت من أوائل من أدخلوا فن إنتاج

[1] خضرا، **خضرا**، 2022، تم الاسترداد من خضرا: https://khadraps.com/

الكتب التفاعلية المصنوعة من مادة الجوخ، وهي عبارة عن كتب قماشية، فيها صفحات تحتوي رسومات بارزة مصنوعة بأدوات ملمسها يحاكي ملمس الأشكال الموجودة في الطبيعة، ويمكن إعادة لصق وترتيب الأشكال ومكوناتها بسهولة، لتنمية مهارات الصغار وخاصة للأطفال ذوي صعوبات التعلم من الفئة العمرية الأقل من ست سنوات، وبذلك كان لها بصمة في عالم المقاولاتية بعد النجاحات المتوالية لها في هذا المجال.

بدأت فكرة المشروع المقاولاتي الخاص بالسيدة عبير عام 2017، وكانت البداية للمشروع من خلال إنشاء صفحة على موقع فيسبوك لترويج المنتج الفريد الذي تنتجه، ومن ثم قامت بتسجيل مشروعها ضمن حاضنة أعمال لتتلقى الدعم الفني والمادي معاً. كما حرصت على تنمية قدراتها ومهاراتها من خلال متابعة كل ما هو جديد من تدريبات وفرص لتنمية المشاريع الصغيرة سواء على الأرض أو من خلال الإنترنت.

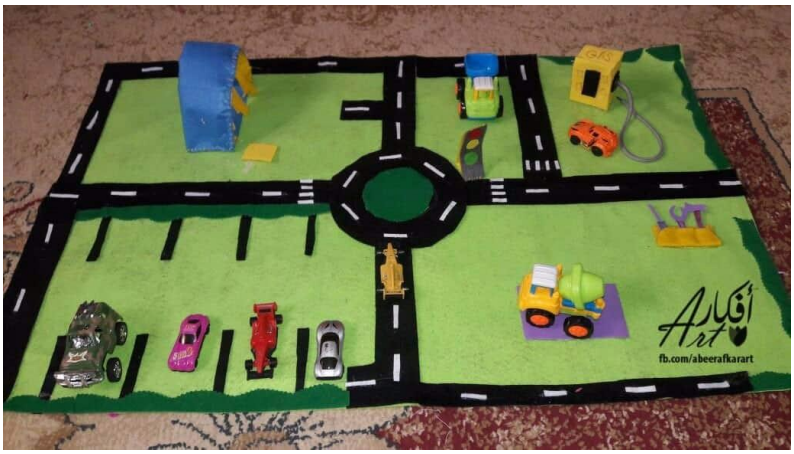
في عام 2021 تم تطوير المشروع من الإنتاج المنزلي للانتقال إلى مركز تدريب خاص، وتقوم بعمل تدريبات لتطوير النساء المقاولات وخاصة في مجال التعليم التفاعلي. أوضحت السيدة عبير أن هذا المجال الذي تعمل به خاص نوعاً ما بالمرأة، لأنه يهتم بالتعليم وخاصة الأطفال تحت سن المدرسة وذوي الاحتياجات الخاصة، مما يجعل النساء تسيطر عليه أكثر من الرجال، ولا يوجد فيه أي نوع من أنواع الهيمنة الذكورية، ومن هنا تؤكد السيدة عبير على فرصة النساء الكبيرة في الحصول على الدعم سواء المادي أو الفني من المؤسسات غير الحكومية ومن الأسرة على حد سواء. وتؤكد على أن العمل المقاولاتي يعطي للمرأة مرونة أكبر في الاستفادة من وقتها، فهي تستطيع أن تنجز الكثير من العمل من المنزل، فتستطيع عمل موازنة بين العمل والمتطلبات الأسرية، وهي تستطيع الحصول على الدعم الكبير من أسرتها وخاصة زوجها في رعاية طفلها في الوقت الذي يتطلب منها التواجد خارج المنزل. إن أكثر ما يميز الكتب التفاعلية، تقول السيدة عبير أنه يلازم الطفل لسنوات، لأنه من الصعب أن يتمزق، بعكس الكتب الورقية، كما أنه آمن تماماً، وينفذ حسب طبيعة الطفل من حيث الأنشطة والحجم والألوان، فيحظى كل طفل بالكتاب الذي يلبي رغباته واهتماماته المختلفة.

وتؤكد السيدة عبير على أن السيدة الفلسطينية تستطيع الحصول على منحة مالية غير مستردة من حاضنات الأعمال، التي توفر للمقاولة أجهزة ومعدات لبدء المشروع، والتوجيه والرقابة أيضاً، فهي استطاعت أن تحصل على منحة من القنصلية الأمريكية وبإشراف جمعية الثقافة، ضمن حاضنة فلسطين للإبداع، بالإضافة إلى وجود مؤسسات الإقراض الصغير.

وفيما يخص الجانب الأهم من هذه الدراسة وهو توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي النسوي، اعتبرت السيدة عبير تكنولوجيا المعلومات عمود ارتكاز لأي مشروع مقاولاتي وبالأخص مشروعها، فلا بد لها من الاعتماد على الإنترنت لإيجاد أفكار جديدة، وهي حالياً تتابع دورة موسعة وشاملة في التسويق الإلكتروني، والتكنولوجيا هي لغة العصر، وساعدتها في التدريب والتصوير وإخراج الصور بجودة عالية والمونتاج الإلكتروني، أما عن وسائل التواصل الاجتماعي فذكرت أهمية موقع فيسبوك في بداية مشروعها، وسهولة التعامل معه لأي شخص وليس من الضروري أن يكون مختصاً في مجال تكنولوجيا المعلومات، كما يقدم وسيلة سهلة وغير مكلفة للإعلانات، وعمل معرض أونلاين إلكتروني خاصة في وقت انتشار فيروس كورونا.

وعند الحديث عن سر نجاح المرأة المقاولة، عبرت عن ذلك بجملتين: "لم يفت الأوان أبدًا واتبع حلمك" وهو شعارها في المركز الذي تديره. وعمر الإنسان ليس عائقاً أمام طموحه، ومع تقدمه في العمر يكتسب خبرات أوسع ويصبح أكثر نضوجاً. وتؤمن بأن لا عائق من الممكن أن يقف أمام أي فتاة، ومن لا تملك وظيفة ما فذلك ليس نهاية العالم، وعلى كل فتاة أن تتبع شغفها وطموحها مهما بلغت من العمر، المهم أن تبقى ممتلئة بالأمل وصولاً لتحقيق طموحاتها. أما عن التحديات التي تواجهها وتواجه المرأة الفلسطينية المقاولة، عبرت السيدة عبير عن الوضع السياسي والاقتصادي الصعب للشعب الفلسطيني، وصعوبة الحصول على المواد الخام التي تستخدمها في عملها، مما يرفع من سعر المنتج الذي تقدمه.

الشكل رقم (20): مشروع الكتب التفاعلية للأطفال



المصدر: (للأنباء، 2019)[1]

[1] وكالة سند للانباء، **بالصور بـ"الجوخ" تصنع "عبير" كتباً تفاعلية**، 5 ديسمبر 2019، تم الاسترداد من وكالة سند للانباء: https://bit.ly/3PbPh5E

الشكل رقم (21): مشروع الكتب التفاعلية للأطفال

المصدر: (للأنباء، 2019)[1]

خلاصة الفصل

تم استكمال ما جاءت به الفصول النظرية الثلاثة السابقة، بدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، والتأكد من صحة الفرضيات الأساسية، حيث تم استخدام أداتين لجمع البيانات، الأولى وهي الاستبانة والتي تم تصميمها بالاطلاع على الأدبيات السابقة حول موضوع الدراسة والإمعان في الواقع العملي لموضوع الدراسة في الضفة الغربية في فلسطين. والثانية القيام بمجموعة من المقابلات الشخصية المنظمة مع نساء فلسطينيات صاحبات أعمال مقاولاتية. وزعت الاستبانة على العينة والتي كانت عينة مقصودة تتكون من مجموعة من النساء الفلسطينيات في الضفة الغربية، وهن صاحبات أعمال مقاولاتية، وعولجت البيانات التي تم جمعها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وتم قياس ثبات وصدق الأداة، حيث أظهرت النتائج تمتع الاستبانة بثبات عالٍ، ويعول عليه بإعطاء نتائج موثوقة. وبناء على ذلك تم الانتقال إلى تحليل المتغيرات واختبار فرضيات الدراسة، حيث بينت نتائج التحليل أن هناك أثراً إيجابياً لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المرأة الفلسطينية المقاولة على تنمية عملها المقاولاتي، كما أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنه أن

[1] وكالة سند للأنباء، **نفس المرجع**

يشكل حافزاً إيجابياً لدى المرأة الفلسطينية المقاولة ويتيح لها آفاقاً جديدة في العمل المقاولاتي، أما بالنسبة للمعيقات التي تواجهها المرأة الفلسطينية عند استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي فقد تباينت الإجابات حول تأثير هذه العوائق على العمل المقاولاتي. وفي الجزء المتعلق بالمقابلات الشخصية مع بعض النساء الفلسطينيات صاحبات الأعمال المقاولاتية، تم التأكيد منهن على أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العمل المقاولاتي للمرأة في فلسطين، تحديداً في فترة انتشار فيروس كورونا وفترة الإغلاق القسري المفروض الذي صاحب تلك الفترة، ولخصوصية الوضع السياسي في فلسطين لكان لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثراً إيجابياً واضحاً ساعد الكثير من المقاولات الفلسطينيات على النجاح والوصول إلى شرائح أوسع من المحيط حولهن، ونجاح الأعمال المقاولاتية في فلسطين.

خاتمة

أولاً: تمهيد

جاءت هذه الدراسة لبحث العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتنمية المقاولاتية النسوية في فلسطين، إذ تم صياغة الإشكالية الرئيسية: ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في تنمية المقاولاتية النسوية في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من عام 2010 إلى عام 2022؟ فالتكنولوجيا أصبحت لغة العصر وغزت كل المجالات في الحياة المعاصرة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، ويعتمد الاقتصاد اعتماداً كلياً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونتيجة لذلك يتزايد الطلب على وسائل التكنولوجيا الحديثة، إن عمل المرأة سواء كان في القطاع الحكومي أو الخاص أو في الجانب المقاولاتي يلعب دوراً بارزاً في نمو الاقتصاد، واعتماد المرأة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على إثبات وجودها بقوة وجدارة، والمرأة في العمل المقاولاتي تحديداً تسعى باستمرار لتطوير وتجديد نشاطها المقاولاتي، وإنتاج منتجات عالية الجودة قادرة على التنافس في السوق المحلي أو الخارجي باعتمادها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، للرفع من أداء هذه المشاريع والتعرف على الفرص في عالم الأعمال، والتعرف على الأسواق المهمة خاصة الإلكترونية منها لتقليل التكلفة والوقت واختصار المسافات.

تجذب مساهمات هذا البحث كلاً من أصحاب الأعمال من رجال أو نساء وصناع السياسات، إذ تزود المقاولين والمقاولات بأسس أوسع لاتخاذ قرارات أفضل خاصة بتوظيف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أعمالهم. وتؤثر جميع أبعاد المقاولاتية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل فردي على محركات الابتكار، وتؤدي تدابيرها في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تنمية المهارات وأنشطة المقاولاتية المختلفة. وبالعمل على تطوير المهارات المقاولاتية بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتغير أو يساعد على إنشاء عمليات ومنتجات وأفكار أكثر فاعلية ويزيد من احتمالية نجاح تلك الأعمال. لذلك، فإن فكرة العمل الناجح كنتيجة للابتكار تنبثق من تنمية مهارات تنظيم المشاريع، حيث يوفر التوجيه والتدريب الناتج عن الأنشطة التجريبية تجربة شخصية لمشاركة البحث عن المواد عبر الإنترنت.

تنتج أنشطة التوجيه والتدريب واحدة من ثلاثة نتائج، إما أن تكون النتائج الفعلية مساوية للتوقعات المحددة مسبقًا؛ أو أن تكون النتائج غير مرغوبة عندما تكون النتائج الفعلية أقل من التوقعات المحددة مسبقًا؛ والاحتمال الثالث أن تكون النتائج مرضية عندما تتجاوز النتائج الفعلية التوقعات المحددة مسبقًا. ومن هنا تتجنب المقاولاتية النسوية دائمًا النتيجة الثانية وتؤكد على التوجيه والتدريب الذي ينتج عنه الرضا والبهجة. ويعد التوجيه والتدريب بُعدًا من أبعاد المقاولاتية في مجال

تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويعمل على تحسين الميزة التنافسية ويساعد على إكساب الخبرة ويشجع على الابتكار.

يجب أن تشجع الحكومة تطوير المقاولاتية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس بسبب محدودية الموارد، ولكن بسبب الموقع الاستراتيجي للمقاولاتية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البناء الاقتصادي، وانعكاس تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الناتج المحلي الإجمالي وإعداد أسس لاستعداد المقاولاتية المرتكزة على التكنولوجيا لبناء اقتصاد المعرفة، باعتبارها القوة الدافعة الاجتماعية والاقتصادية للتنمية من خلال عمليات فعالة من حيث التكلفة مقابل الأساليب التقليدية.

ثانياً: نتائج الدراسة

وبدراسة الجوانب النظرية والتطبيقي وباختبار الفرضيات الرئيسية للدراسة، فإنه يمكننا مناقشة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية:

1. أظهرت الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة مهمة في تنمية العمل المقاولاتي للمرأة الفلسطينية، تحقق لها عدة مزايا كتطوير العمل المقاولاتي نفسه بالإلمام بكل ما هو جديد في مجال العمل، وفتح مجالات أوسع للمرأة لزيادة خبرتها وأدائها، وتقليل الوقت اللازم لإنجاز عملها، ومساعدتها في رفع العائد المادي، زيادة فاعلية العمل المقاولاتي عند المعرفة الكافية بالبرامج الإدارية والمالية التي تنظم العمل، فتح أسواق جديدة، وربط الفروع المختلفة ببعضها، متابعة العمل من أي مكان وفي أي وقت تريده المرأة نتيجة لتوفر خدمة الإنترنت على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والمحمولة.
2. أظهرت الدراسة أن من أهم المحفزات للمرأة الفلسطينية التي تساعدها على اعتماد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتنمية عملها المقاولاتي: خلق فرص عديدة وبتنوع كبير تحقق منه دخلاً يساعدها في إعالة أسرتها، تخفيض نسبة البطالة بين النساء، وتشجيع ثقافة العمل الحر، والتكنولوجيا الحديثة ساعدت المرأة على اختيار العمل الأنسب لها كربة منزل إذ تستطيع العمل من المنزل وفي أي وقت تشاء بما لا يتعارض مع مسؤولياتها تجاه أسرتها، وفتحت لها تكنولوجيا المعلومات والاتصال آفاقاً أوسع للتدريب والتوجيه الذي من الممكن أن تتلقاه في المنزل باستخدام الإنترنت فقط، كما ساعدت الإنترنت بشكل كبير وخاصة بعد جائحة كورونا على تحقيق الترويج الأوسع للمنتجات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والوصول إلى أسواق جديدة سواء كانت محلية أو خارجية، وحققت لها فرصة التعرف على كل ما هو جديد في مجالها والاطلاع على خبرات من دول أخرى.

3. أظهرت الدراسة أنه على الرغم من الفوائد الكثيرة التي حققتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة الفلسطينية، إلا أن النساء الفلسطينيات عانين من مجموعة من المعيقات في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، والتي كان منها: قلة استخدامها، وعدم قدرة بعض النساء على استخدامها لنقض التدريب، الحصول على التمويل المناسب وصعوبة الحصول على الضمانات الكافية في حالة اللجوء إلى البنوك ومؤسسات الإقراض الصغير، عدم وجود سياسات واضحة من الدولة لتمويل المشاريع المقاولاتية للنساء، والظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار والتحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين.

وختاماً، تبقى تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي الدافع الاكبر للمرأة الفلسطينية المقاولة لتتبنى كل ما هو جديد في تنمية العمل المقاولاتي الخاص بها، ولأن فلسطين ما زالت تعاني من براثن الاحتلال الظالم، فإن المرأة الفلسطينية تراهن على كل ما يحقق لها الهوية والوجود على أرضها

ثالثاً: نتائج اختيار الفرضيات

اختبرت هذه الدراسة عدداً من الفرضيات تتعلق بطبيعة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتنمية المقاولاتية النسوية، حيث توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي ساهمت في الإجابة عن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية والتحقق من صحة الفرضيات التي جاءت على النحو التالي:

1. يساهم استخدام المقاولات الفلسطينيات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية أعمالهن المقاولاتية من خلال استخدام أجهزة الحاسوب، الأجهزة اللوحية، الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني وغيرها من التقنيات الحديثة. وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى.
2. العوامل التحفيزية للمرأة الفلسطينية المقاولة في الضفة الغربية تفتح آفاقاً واسعة وجديدة لها في العمل المقاولاتي، وهذا يؤكد صحة الفرضية الثانية، في أن العوامل التحفيزية كتوفر وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال والدعم الأسري والدعم المادي والوصول إلى شريحة أكبر وأوسع لتسويق العمل والمنتجات، والحصول على فرص للتدريب المتخصص والوصول إلى قنوات اتصال وتواصل داخلياً وخارجياً.
3. المعيقات التي تحول دون استخدام المرأة المقاولة في الضفة الغربية في فلسطين منها اجتماعية واقتصادية وتعليمية، ومنها ما يتعلق بالسياسات الاقتصادية في الدولة. لم يكن هناك أثراً معنوياً لبعض هذه المعيقات، ولم تتم الموافقة عليها جميعاً بأنها تشكل عائقاً يحول

بين المرأة المقاولة واستخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية عملها المقاولاتي، وهي: وجود المنظمات الأهلية لم يساعد بالحصول على تمويل، والمسؤولية الاجتماعية للمرأة، والمسؤوليات الأسرية، والحالة الاجتماعية، ونقص الخبرة، والتوجهات الثقافية السائدة في المجتمع. بينما كان لبقية العوامل الأخرى أثراً معنوياً بتشكيلها عائقاً يحول دون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعمل المقاولاتي، ومنها: الحصول على التمويل وضمان التمويل الثابت، عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات، النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية، الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار والتحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين.

رابعاً: مقترحات الدراسة

1. تعزيز دور المرأة في المجتمع ودعم الجهود لإدماجها في مختلف النشاطات الاقتصادية.
2. تعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة المملوكة من النساء، كونها شكل من أشكال المقاولاتية، من أجل استثمار الفرص المحتملة، وتمكينها من الترويج لمنتجاتها والمنافسة في أسواق جديدة.
3. تبني الدولة لسياسات من شأنها توسيع أبعاد التوجه المقاولاتي لتشمل شريحة أوسع من النساء، وتشمل مجالات أكثر من الأنشطة المقاولاتية المتاحة، وتسهل على النساء الانخراط فيها.
4. تطوير مهارات النساء في كافة المجالات التي من شأنها أن تفتح لهن آفاقاً أوسع في المقاولاتية، ومساعدة النساء لتجاوز المعيقات، مثل روح المبادرة والإبداع والقيادية وتحمل المسؤولية وتطوير القدرات التقنية والفنية بما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتشجيعهن على اعتبار العمل المقاولاتي حلاً معيشياً في ظل التطور التكنولوجي.
5. الدعوة إلى التوعية المجتمعية لأهمية المقاولاتية في دعم الاقتصاد الوطني، من خلال الجامعات والمدارس، وضرورة انتهاج استراتيجية فكرية مقاولاتية ونظام تعليمي، لتكوين توجه مقاولاتي يشجع الأفراد ويعزز قيم العمل الحر والاستقلالية والإبداع لديهم.
6. تطوير ثقافة المقاولاتية وتشجيع النساء على تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث بشكل فاعل لتحقيق التميز.
7. وضع القوانين والتشريعات التي من شأنها أن تضبط وتحمي المرأة المقاولة وخاصة في مجال التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ. الكتب

1. ايمان صالح عبد الفتاح. (2007). *التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الرقمية*. القاهرة: إيبيس . كوم للنشر والتوزيع.
2. جمانة زياد الزعبي. (2015). *أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة التنظيمية – دراسة تطبيقية* (الإصدار سلسلة اطروحات الدكتوراه). القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
3. حشمت قاسم. (2007). *مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات*. مصر: مكتبة غريب.
4. خالد ممدوح ابراهيم. (2010). *الإدارة الالكترونية* (الإصدار الطبعة الأولى). الاسكندرية: الدار الجامعية.
5. خضر مصباح الطيطي. (2017). *التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري* (الإصدار الطبعة الثانية). عمان: دار الحامد.
6. خليل أحمد خليل. (1985). *المرأة العربية وقضايا التغيير*. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.
7. داليا عبد الجليل صقر. (2019). *الاتصال الإداري في البيئة الرقمية*. عمان، الاردن: الوراق للنشر والتوزيع.
8. زيد منير سلمان. (2016). *الاتجاهات الحديثة في إدارة المعرفة والمعلومات الالكترونية*. القاهرة: دار الشروق.
9. سعاد نائف برنوطي. (2010). *إدارة الأعمال الصغيرة (أبعاد الريادة)* (المجلد الطبعة الثالثة). عمان، الاردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
10. سعد ياسين. (2007). *إدارة المعرفة (المفاهيم والنظم والتقنيات)*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
11. سلطان كرماللي. (2005). *إدارة المعرفة: مدخل تطبيقي*. عمان : الأهلية للنشر والتوزيع.
12. عامر قنديلي. (2002). *تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها*. عمان: مؤسسة الوراق.
13. عدنان عواد الشوابكة. (2011). *دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية*. عمان، الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
14. لونا الياس سعادة. (2012). احتياجات النساء وتوجهاتهن في المجتمع الفسطيني – دراسة استكشافية. رام الله: مركز المرأة للارشاد القانوني والاجتماعي.

15. محمد جاسم الموسوي. (بلا تاريخ). *نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري*. الدنمارك: الاكاديمية العربية المفتوحة.

16. ممدوح ابراهيم. (2010). *الإدارة الإلكترونية*. الاسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

17. محمود حسين الوادي: بلال محمود الوادي. (2011). *المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتها المعاصرة* (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

18. محمود الفطافطة. (2020). *الريادة في فلسطين قضايا وتجارب*. رام الله: تجمع باحثون بلا حدود.

19. منعم زمزير، و محمد الفيومي. (2013). *ادارة انظمة تكنلوجيا المعلومات*. القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.

20. منظمة العمل الدولية. (1993). *قياس الاقتصاد غير المنظم: معالجة التحديات الإحصائية*. جنيف.

21. مهند حامد. (2007). *نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة*. القدس ورام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس).

22. نزار نبيل ابو منشار. (بلا تاريخ). *منظمات المرأة في فلسطين الخطورة ومنهجية المواجهة*. تم الاسترداد من https://www.alukah.net/library/0/71990/

23. هالة محمد لبيب عنبة. (2017). *المشروعات الصغيرة للشباب ما بعد عصر ريادة الأعمال*. القاهرة: مؤسسة الأمير محمد بن فهد للتنمية الإنسانية: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

24. وسيم أبو الريش. (2017). *الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال* (الإصدار الطبعة الاولى). عمان، الاردن: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.

ب. الأطروحات ورسائل الماجستير

1. بوجورفة بناصر. (2014). علاقة السببية بين الفقر والاقتصاد غير الرسمي دراسة حالة الجزائر. *اطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية – جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان*، 119-120. تلمسان، الجزائر: جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.

2. حمد لله مبارك. (2004). *تكنولوجيا المعلومات وآثارها على الاستراتيجية والهيكل التنظيمي والأداء* (الإصدار رسالة دكتوراه غير منشورة). عمان: جامعة عمان الأهلية

3. خالد مصطفى بركات. (2005). *أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسي للهيئات العامة العاملة في مجال المواصلات والنقل البر: دراسة تطبيقية على الهيئة القومية لسكك حديد مصر*. القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية – جامعة القاهرة.

4. رياض طالبي. (2018). *تكنولوجيا المعلومات والأداء – دراسة ميدانية بمتوسطة معنصر ميلاد عين كرشة أنموذجاً*. أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.

5. نادية عبد الجبار الشريدة. (2010). متطلبات تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات ودورها في تعزيز نظامي المعلومات المحاسبي والرقابة الداخلية. رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد– جامعة بغداد.

ت. المجلات والدوريات

1. أبو بكر بوسالم، فتيحة عبد اللاوي، و أسامة نبيل بسعيد. (2018). الأهمية (الاقتصادية والاجتماعية) للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية المقاولاتية في الجزائر. *أبحاث اقتصادية معاصرة*(01)، 65.

2. الخامسة سايحي، نوال هاني، و مراد جنيدي. (2021). واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر – المشاريع الصغيرة والمتوسطة نموذجاً. *مجلة المؤسسة، 10*(01)، 175-188.

3. خلود عاصم. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جوودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية. *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية*.

4. رسلان محمد، و نصر عبد الكريم. (2011). واقع ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة وسبل تعزيزها في الاقتصاد الفلسطيني. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 23*، 68.

5. زينب محمد الفقيه. (2017). أهمية تكنولوجيا المعلومات في دعم التطوير التنظيمي. *مجلة أبجدية، 2*(1)، صفحة 38.

6. سحر قدوري الرفاعي. (2009). بحث عن الحكومة الإلكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي. *مجلة اقتصاديات افريقيا، العدد السابع*، 309.

7. سمير عبد الله، و محمد حتاوي. (2014). *سياسات تطوير مشاركة المرأة في ريادة الأعمال في دولة فلسطين*. القدس ورام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس). تم الاسترداد من www.mas.ps

8. طارق صادق. (2010). *سياسات لتحفيز ريادة النساؤ الفلسطينيات في الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم*. القدس ورام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس).

9. غازي الصوراني. (مارس، 2004). المرأة الفلسطينية ودورها في التاريخ الحديث والمعاصر. *الحوار المتمدن، 767*، 2. تم الاسترداد من http://www.rezgar.com

10. ليلى زرقان. (2016). تمكين المرأة في ظل التنمية المستدامة (الواقع والتحديات). *مجلة مجتمع تربية عمل، 02*، 102.

11. مريم خالص حسين. (2013). الحكومة الإلكترونية. *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية*، 6.

12. محمد رسلان، و نصر عبد الكريم. (2011). واقع ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة وسبل تعزيزها في الاقتصاد الفلسطيني. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والد ا رسات، 23*(2).

13. محمد فاروق عبد الحميد كامل. (1999). *المعلومة الأمنية*. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

14. محمد محمود زين الدين. (1431هجرية). قواعد البيانات الرقمية وأهميتها في بناء محركات البحث. *مجلة المعلوماتية، 29*، 53.

15. نبيل علي. (1994). *سلسلة عالم المعرفة – العرب وعصر المعلومات* (الإصدار 184). الكويت: سلسلة كتب ثقافية.

16. نصر عبد الكريم، محمد عابد، و عبير أبو زيتون. (شباط، 2013). الدور الاقتصادي لمؤسسات الإقراض المتخصصة وأثرها على الاستقرار المالي في فلسطين. *الدور الاقتصادي لمؤسسات الإقراض المتخصصة وأثرها على الاستقرار المالي في فلسطين*، 61. رام الله: سلطة النقد الفلسطينية.

17. يوسف حديد، و أ. نصرة براهمة. (ديسمبر، 2014). تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية. *مجلة العلوم الإنسانيةوالاجتماعية، 17*، صفحة 261.

ث. الملتقيات

1. عائشة بلعربي. (2008). *أي دور لصاحبات الأعمال العربيات في التنمية الاقتصادية؟* الرباط: المنتدى العربي حول الدور الجديد للقطاع الخاص فى التنمية والتشغيل.

ج. مواقع الإنترنت

1. أحمد عوض. (2021). *ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا حول العالم خلال يناير 2021 (جراف)*. تم الاسترداد من المال مصرية اقتصادية يومية: bit.ly/3J3D2Ey

2. أصالة الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال. (2022). *الرؤية والرسالة والقيم*. تم الاسترداد من أصالة الجمعية الفلسطينية لصاحبات الأعمال: https://asala-pal.org/ar/mission-vision-values

3. الاتحاد الاوروبي. (1 6، 2021). *سمر القواسمي وطبق المعكرونة الذي ابتدأت منه قصة نجاح عنوانها الاصرار*. تم الاسترداد من برنامج التعاون عبر الحدود ENI CBC MED: bit.ly/3oOzvDk

4. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2021). *مستويات المعيشة*. تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/site/lang__ar/881/default.aspx#PopulationA

5. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2016). *دراسة حول مؤشرات الإبداع في فلسطين*. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. تم الاسترداد من https://www.pcbs.gov.ps/PCBS_2012/Publications_AR.aspx?CatId=21&scatId=287

6. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2019). *المسح الأسري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات*. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

7. الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني. (2020). *صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني*. تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ICT_Main_indic_a2017.html?date=30-5-2019

8. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2020). *صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني*. تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ict5.htm

9. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2020). *صفحة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني*. تم الاسترداد من http://www.pcbs.gov.ps/Portals/_Rainbow/Documents/ICT4_ANEW.htm

10. الجهاز المركزي للاحصاء، و وزارة شؤون المرأة . (2020). *المرأة في صنع القرار*. رام الله: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.

11. الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار. (1998). *قاعدة التشريعات الاقتصادية والتجارية*. تم الاسترداد من هيئة تشجيع الاستثمار والمدن الصناعية: http://www.pipa.ps/files/file/investment-law.pdf

12. جامعة بيرزيت. (2022). *مركز نجاد زعني للتميز في تكنولوجيا المعلومات*. تم الاسترداد من جامعة بيرزيت: http://old.birzeit.edu/ar/institutes/nzitce

13. خضرا. (2022). *خضرا*. تم الاسترداد من خضرا: https://khadraps.com/

14. رأفت أبو شعبان. (7 9، 2015). *فلسطين: 8 حاضنات تنشط لدعم ريادة الأعمال*. تم الاسترداد من ومضة: https://bit.ly/42x6klX

15. رشا فرحات. (13 اكتوبر، 2019). *عرين ريناوي.. "من صورة بسيارة إلى صورة بعمارة"*. تم الاسترداد من الرسالة: bit.ly/3Nnj8Hj

16. سامية البطمة. (22 يوليو، 2015). *فتح سوق العمل للمرأة الفلسطينية*. تم الاسترداد من الشبكة: /bit.ly/43N2N3S

17. فاتن. (2017). *عن فاتن*. تم الاسترداد من فاتن الفلسطينية للإقراض والتنمية: https://www.faten.org/about_faten

18. فادي أبو سعدى. (4 9، 2017). *صِبا.. بيت الصابون الفلسطيني الذي ينافس عالميا من منزل صغير في عصيرة لمصنع كبير في أريحا*. تم الاسترداد من القدس العربي: https://bit.ly/45R7wmV

19. قيس أبو سمرة. (23 11، 2017). *فلسطينية تؤسس مصنعا للصابون انطلاقا من مطبخها. الفلسطينية إخلاص صوالحة*. تم الاسترداد من وكالة الاناضول : https://bit.ly/42CbIUF

20. للإقراض ريادة. (13 8، 2020). *ريادة للاقراض والخدمات المالية تحتل المركز الأول في جودة المحفظة*. تم الاسترداد من ريادة للإقراض: https://ryada.org/media-center/306.html

21. محمد زيد الكيلاني. (13 03، 2015). *الحقيقة المرة: فقاعة ريادة الأعمال في فلسطين*. تم الاسترداد من وكالة معا الاخبارية: https://www.maannews.net/articles/766257.html

22. منظمة العمل الدولية. (2002). *العمل اللائق والاقتصاد غير المنظم*. جنيف. تم الاسترداد من http://www.ilo.org/emppolicy/areas/informal-economy/lang-en/index.htm

23. مؤسسة النيزك. (2022). *النيزك السماء هي الحدود*. تم الاسترداد من مؤسسة النيزك: https://www.alnayzak.org/ar_page.php?id=b25y2853Yb25

24. هبة خالد سليم. (2019). *محاضرات النجاح*. تم الاسترداد من الأسرة الفلسطينية: /bit.ly/42uISFR

25. هشام دهرار. (7 مارس، 2021). *رائد الأعمال وحل المشاكل: كيفية العثور على الحلول الريادية*. تم الاسترداد من أكاديمية حسوب: https://bit.ly/42vsQvh

26. وكالة سند للأنباء. (5 ديسمبر، 2019). *بالصور بـ"الجوخ" تصنع "عبير" كتباً تفاعلية*. تم الاسترداد من وكالة سند للانباء: https://bit.ly/3PbPh5E

27. وكالة وفا. (2021). *عمالة المرأة في فلسطين*. تم الاسترداد من وفا – وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية: https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=3407

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

A- Books

1. Baldrige, M. (1986). *Women and Business Ownership - An Annotated Bibliography.* Washington: US department of Commerce.
2. Collins, O., & Moore, D. G. (1970). *The organization makers.* Englewood Cliffs: Appleton-Century-Crofts.
3. Gujrati, D. R., & Uygun, H. (2020). Digital Entreprenuship in Emerging Trend. In D. R. Gujrati, *Digital Entreprenuship* (p. 8). Southampton, UK: Tradepreneur Global Academic Platform.
4. Hebert, R. F., & Link, A. N. (2009). *A History of Entrepreneurship.* London: Routledge studies in the history of economics.
5. McGuiten, G. S. (2005). *Information Technology and Electronic Government Benefits and Challenges to public administration.* New York: Johan Wiley and Sons Inc.
6. Murdoch, R. (2008). Introduction to e-marketing. In D. Chaffey, & P. Smith, *eMarketing eXcellence Planning and optimizing your digital marketing* (third edition ed., p. 508). Butterworth-Heinemann.
7. Panigrahy, R. L., & Bhuyan, D. (2006). *Women Empowerment.* New Delhi: Discovery publishing house.
8. Qazzaz, H. R., Mrar, S., & Adwan, Y. (2005). Female Entrepreneurs in the West Bank and Gaza Strip: Current Situation and Future Prospects. *Palestine Economic Policy Research Institute (MAS)*, 2
9. Rani, D. L. (1996). *Women Entrepreneur.* New Delhi: A.P.H Publishing Corporation.
10. Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: Tactics,.* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
11. Sahay, S. (1998). *Women and empowerment, approaches and strategies.* New Delhi: India.
12. Schumpeter, J. (1949). *The Theory of economic development. An inquiry into profits, capital, credit, interest and business cycle.* Cambridge: Harvard Universty Press.
13. Sharma, D. A., & Yadav, D. R. (2020). Emerging Dimensions In Digital Entrepreneurship: Challenges And Opportunities. In D. R. Gujrati, & H. Uygun, *DIGITAL ENTREPRENUSHIP* (p. 151). Turkey: Tradepreneur Global Academic Platform, Southampton, UK.
14. Strangleman, T., & Tracey, W. (2008). *Work and Society: Sociological.* New York: Routledge.

15. Turban, E. E., & Therbey, w. (1999). *Information Technology for Management, Making Connections for Strategic Advantage.* New York: John Wiley & Sons.

16. Gartner, W. B., Shaver, K. G., Karter, N. M., & Reynolds, P. D. (2004). *Handbook of entrepreneurial dynamics: the process of business creation.* London: SAGE Publications.

17. Zhao, F. (2006). *Entrepreneurship and Innovation in E-business, An Integrative perspective.* USA: Idea Group Publishing.

B- Thesis

1. Alhabidi, M. (2013). SAUDI WOMEN ENTREPRENEURS OVERCOMING BARRIERS IN ALKHOBER. *ARIZONA STATE UNIVERSITY, A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Science and Technology*, 16. Retrieved from https://repository.asu.edu/items/18689

2. Brush, C. G., Bruin, A. D., Gatewood, E. J., & Henry, C. (2010). Women Entrepreneurs and the global environment for growth: A research perspective. *Edward Elgar publishing*, 119-121.

3. Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. *Paper presented at 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS).*

4. Joseph, M. M. (2016). Addressing the challenges faced by women entrepreneurs: The role of micro enterprise consultants in Kerala. *Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Public Policy*, 42. Bengaluru, India: National law school of India University.

5. Mohammed, R. (2019). Progress on the Economic Empowerment of Female Entrepreneurs in Kenya's 30% Preferential Public Procurement Policy. *Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Public Policy and Administration*, 37-38.

6. Nworgu, Q. C. (2020). A Critical Overview of the Impact of Social Media on Online Small Businesses Owned and Run by Women Entrepreneurs: A Case Study of London-based Female Eentrepreneurs. *Educational Reforms Worldwide, 18*, 191-196.

7. Sayal, D. (2019). *Digipedia: the basic guide to digital marketing and transformation.* India: Notion Press.

8. Taqi, N. (2016). *THE CHALLENGES FACING WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY ON GULF COOPERATION COUNCIL (GCC) COUNTRIES Evidence from Kingdom of Bahrain, United Arab Emirates and Saudi Arabia.* London: A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy

9. Wang, R. (2020). Managing Platform Business Growth: A Case Study of TikTok. *A thesis paper for a Master 's degree in Social Sciences, in the*

program of Organisational Innovation and Entrepreneurship, at Copenhagen Business School., 76. Copenhagen Business School.

C- Journals and Periodicals

1. Abed, S. S. (2021). Women Entrepreneurs' Adoption of Mobile Applications for Business Sustainability. *Sustainability, 13*(21), 11627. Retrieved from https://doi.org/10.3390/su132111627
2. Alam, S. S., & Noor, M. K. (2009). ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia. *International Journal of Business and Management, 4*(2), 112-125.
3. Alyoubi, A. A. (2015). E-commerce in Developing Countries and How to Develop Them During the Introduction of Modern Systems. *Procedia Computer Science, 65*, 479 – 483.
4. Autio, E. (2017). Strategic Entrepreneurial Internationalization: A Normative Framework. *Strategic Entrepreneurship Journal, 11*(3), 211-227. doi:10.1002/sej.1261
5. Baah, R., Aminu, D., & Abass, M. (2015). Cultural theory elaborations without predictive utility. *African Journal of Political Science and International Relations, 9*(2), 42–48. Retrieved from http://dx.doi.org/10.5897/AJPSIR2012.0007
6. BCCI , B. (2014). *Palestinian women in Business.* Bethlehem: Working paper.
7. Belhorma, S., & Aourarh, H. (2018). Challenges and Barriers to Women's Entrepreneurship Experience from Morocco. *International journal of Buisness & economic strategy (IJBES), 7*, 6-14. doi:2356-5608
8. Brindley, C. (2005). Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11*(2), 144 – 161.
9. Constantinidis, C. (2011). How do women entrepreneurs use the virtual network Facebook? The impact of gender. *ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION, 12*(4), 257–269. doi:10.5367/ijei.2011.0050
10. Datta, R. (2003). From development to empowerment: The self-employed women's association in India. *International Journal of Politics, Culture and Society, 16*(3), 351–368. doi:https://doi.org/10.1023/A:1022352227601
11. Dewi, A. S. (2020). Investigating the Impact of Instagram on Women Entrepreneurs' Empowerment. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 452*, 58-61.
12. Elmuti, D., Khoury, G., & Abdul-Rahim, B. (2011). Entrepreneur's personality, education and ventrue effectiveness: Perceptions of Pelestinian entrepreneurs. *Journal of Development Entrepreneurship, 16*(2), 4. doi:10.1142/S1084946711001823
13. Gao, P., Meng, F., Mata, M. N., Martins, J. M., Iqbal, S., Correia, A. B., . . . Farrukh, M. (2021). Trends and Future Research in Electronic Marketing: A

Bibliometric Analysis of Twenty Years. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 15*(5), 1667-1679. doi:https://doi.org/10.3390/jtaer16050094

14. Green , K. M., & Dilman , R. K. (2020). Instagram Marketing An Exploratory Study on The Customer of Using Instagram to Purchase. *Revue de l'innovation et marketing, 8*(1), 171-190.
15. Hapsari, N. R., & Soeditianingrum, N. (2018). Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review. *E3S Web of Conferences 73*. doi:https://doi.org/10.1051/e3sconf/201873
16. Hengst, M., & Henk , S. G. (2001). The Impact of Information and Communication Technology on Interorganizational Coordination: Guidelines from Theory. *Special Series on Information Exchange in Electronic Markets, 4*(3), 130-135.
17. Hossain, T. (2018). Empowering Women through E-Business: A Study on Women Entrepreneurs in Dhaka City. *Asian Business Review, 8*(3), 153.
18. Hossain, T. (2018). Empowering Women through E-Business: A Study on Women Entrepreneurs in Dhaka City. *Asian Business Review, 8*(3), 154.
19. Thong, J. Y. (1995). CEO characteristics, organizational characteristics and information technology adoption in small businesses. *Omega, 23*(4), 429-442.
20. Kazemi, F. (2000). Gender, Islam, and Politics. *Social Research, 67*(2), 453-474.
21. Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International entrepreneurship management journal, 6*, 163–181. doi:10.1007/s11365-010-0144-1
22. Mazonde, N. B., & Carmichael, T. (2016). The influence of culture on female entrepreneurs in Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, 8*(1), 3-4. Retrieved from http://dx.doi.org/10.4102/sajesbm.v8i1.101
23. Meng, L., Qamruzzaman, M., & Adow, A. H. (2021). Technological Adaption and Open Innovation in SMEs: An Strategic Assessment for Women-Owned SMEs Sustainability in Bangladesh. *Sustainability, 13*(5), 2942. Retrieved from https://www.mdpi.com/2071-1050/13/5/2942
24. Nasir, M., & Iqbal, R. (2019). Factors affecting growth of Women entrepreneurship in Pakistan. *Pakistan Administrative Review, 3*(1), 342-363.
25. Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. (2015). Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh). *Tazkia Islamic Finance and Business Review, 9*(1).

26. Onm, C. W., & Sorooshian, S. (2013). Mini Literature Analysis on Information Technology Definition. *Information and Knowledge Management, 3*(3). Retrieved from www.iiste.org

27. Rahim, S., Qutoshi, S. B., Abida, S., Muhammad, F., & Hussain, I. (n.d.). Access and Use of Mobile Phone in Daily Life Activities by Rural Women of Gilgit-Baltistan, Pakistan. *Mobile Information Systems, 2020*, 11. Retrieved from https://doi.org/10.1155/2020/8835877

28. Sadeq, T., Hamed, M., & Glover, S. (2011). Policies to Promote Female Entrepreneurship In the Palestinian Territory. *Palestine Economic Policy Research Institute*, 1.

29. Sahut, J.-M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Bus Econ, 56*, 1159–1169. Retrieved from https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8

30. Sathye, M., Prasad, B., Sharma, D., Sharma, P., & Sathye, S. (2014). Mobile Value Added Services for Inclusive growth: A Study of women micro-Entrepreneurs in Fiji. *In Proceedings of the PACIS 2014 Proceedings*, 149–162.

31. Senn, J. (2000). Information Technology in Business Principles, Practices and Opportunities. *Upper Saddle River*, 43-56.

32. Suriyapperuma, H. P., Yajid, M. S., Khatibi, A., & Premarathne, D. S. (2015). The Impact of Internet Adoption on SME performance in Sri Lanka: Development of a Conceptual Framework. *International Journal of Arts and Commerce, 4*(1).

33. Tarutė, A., & Gatautis, R. (2013). ICT impact on SMEs performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 110*(2014), 1218 – 1225.

34. Tavakoli, A. (2013). Impact of Information Technology On the Entrepreneurship Development. *Advances in Environmental Biology, 7*(8), 1423.

35. Welter, F. (2004). The environment for female entrepreneurship in Germany. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 11*(2), 212 – 221.

36. Zafar, F., Ishaque, R., & Javaid, M. (2014). USE OF ICT AND E-COMMERCE TOWARDS ACHIEVING COMPETITIVE ADVANTAGES. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences, 2*(1), 1-10.

D- Web Sites

1. Barghouthi, S. A., Khalili, N., & Qassas, N. (2018). WOMEN ENTREPRENEURS IN PALESTINE: MOTIVATIONS, CHALLENGES AND BARRIERS. *Researchgate*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326460766

2. Development, I. o. (2020, September 21). *ICT and Entrepreneurship*. Retrieved from Institute of Entrepreneurship Development: https://ied.eu/blog/ict-and-entrepreneurship/

3. Forum, B. W. (2022). *WHO ARE WE?* Retrieved from Business Women Forum - Palestine: https://www.bwf.ps/index.php/en/about-us/who-are-we.html

4. Groot, T. U. (2001). *Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries.* Vienna: UNIDO - United Nations Industrial Development Organization. Retrieved from https://www.unido.org/sites/default/files/2006-10/psd_twp7_0.pdf

5. Gueguen, C., Gharbiyeh, R., Hakspiel, J., & Majali, S. (2020). *Making Digital Finance Work for Women in the MENA Region.* Arab Women's Enterprise Fund.

6. Hussain, F. (2016). *Enabling Role of ICT for Women Entrepreneurs.* Republic of Korea: (UN-APCICT/ESCAP), United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development.

7. Leaders, I. (2021). *Who we are*. Retrieved from Leaders International: https://leadersinternational.org/about/who-we-are/

8. OECD. (2001). *Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-based Economy*. Retrieved from OECD Publishing, Paris: https://doi.org/10.1787/9789264193239-en

9. OECD. (2019). *What potential does digital entrepreneurship have for being inclusive?* Retrieved from OECD Library: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/28e047ba-en/index.html?itemId=/content/component/28e047ba-en

10. Porta, R. L., & Shleifer, A. (2008). *THE UNOFFICIAL ECONOMY AND ECONOMIC DEVELOPMENT.* Cambridge: NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH. Retrieved from http://www.nber.org/papers/w14520

11. Sharek, Y. (2016). *About Us*. Retrieved from Sharek youth forum: http://sharek.ps/en/1/1/197

12. UNESCO. (2002). *Records of the General Conference.* Paris: paper presented at the 31st Session of the UNESCO General Conference, 15th October–3rd November, 2001. Retrieved from http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/12716

13. UNIFEM. (2005). *Progress of the world's women 2005, Overview - Women. Work and Poverty.* New York: UNIFEM.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبانة

جامعة آكلي محند أولحاج –البويرة – دولة الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استبيان الأطروحة

" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية:

دراسة عينة من المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من 2010-2022 "

ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه ل.م.د

في إدارة الأعمال

إعداد الطالبة:	إشراف:
أمينة أبو الرب	د. عبد القادر شلالي

السيدات صاحبات الأعمال المقاولاتية المحترمات

السلام عليكم:

تقوم الباحثة بإعداد دراسة استكمالا لمتطلبات نيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال، بعنوان "**دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية/ دراسة عينة من المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة من 2010 إلى 2022**"

يمثل هذا الاستبيان أحد الجوانب الهامة في البحث، ويهدف إلى دراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية المقاولاتية النسوية/دراسة عينة من المقاولات في الضفة الغربية لدولة فلسطين في الفترة ما بين 2010–2022. أرجو التكرم بالإجابة عن الأسئلة المطروحة وتزويد الباحثة بآرائكم القيمة من خلال وضع إشارة (X) على الإجابة التي ترونها ملائمة. كما تأمل الباحثة أن تغني إجاباتكم وترفع من المستوى العلمي لهذا البحث.

كما نحيطكم علما بأن جميع الأسئلة المطروحة ضمن هذا الاستبيان هي لأغراض البحث العلمي فقط، وأن إجاباتكم ستكون محاطة بالسرية الكاملة والعناية العلمية الفائقة.

شكرا لتعاونكم وحسن استجابتكم....

الباحثة

أمينة أبو الرب

القسم الأول: المعلومات الأساسية:

1- المحافظة:

القدس ( ) رام الله والبيرة ( ) الخليل ( ) بيت لحم ( ) نابلس ( )

سلفيت ( ) قلقيلية ( ) طولكرم ( ) جنين ( ) أريحا ( ) طوباس ( )

2- المستوى التعليمي:

توجيهي فأقل ( ) بكالوريوس ( ) دراسات عليا ( )

3- الحالة الاجتماعية:

عزباء ( ) متزوجة ( ) أرملة ( ) مطلقة ( )

4- العمر:

من 20 سنة الى 30 سنة ( ) من 30 سنة الى 40 سنة ( ) أكثر من 40 سنة ( )

5- طبيعة العمل المقاولاتي للمرأة:

عمل فردي ( ) شركة مسجلة ( )

6- طبيعة المنتج الذي تبيعه:

خدمة ( ) سلعة ( )

7- القطاع الذي تنشط فيه:

صناعي ( ) تجاري ( ) زراعي ( ) حرفي ( ) تعليمي ( ) أخرى ( )

اذا كانت الاجابة (أخرى) الرجاء التوضيح ما هو النشاط

_____

8- عدد العاملات:

فرد واحد/ مقاولة فردية ( ) مشتركة/ أكثر من فرد ( )

القسم الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الأسئلة المتعلقة بأبعاد تكنولوجيا المعلومات (المستلزمات المادية، والبرمجية، والبشرية والفنية والتنظيمية)						
الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تعتمد المرأة المقاولة على إنجاز عملها باستخدام أجهزة الحاسوب بشكل أساسي.					
2	تستخدم المرأة المقاولة الهواتف الذكية و/أو الأجهزة اللوحية في إنجاز عملها المقاولاتي.					
3	تستخدم المرأة المقاولة شبكة الإنترنت في إنجاز أعمالها بشكل رئيسي.					
4	توفر وسائل تكنولوجية حديثة للمرأة المقاولة يساعد على فتح مجالات أكبر لزيادة خبرتها وأداءها.					
5	معرفة المرأة المقاولة بوسائل التكنولوجيا والاتصال الحديثة تساعدها في رفع العائد المادي لها من العمل المقاولاتي.					
6	تساهم الدورات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير العمل المقاولاتي للمرأة.					
7	إلمام المرأة المقاولة بالبرامج الإدارية والمالية المحوسبة يسهم في زيادة فاعلية عملها المقاولاتي.					
8	إلمام المرأة المقاولة بوسائل الاتصال الحديثة يساهم في وصولها إلى أسواق جديدة (من خلال شبكات التواصل الاجتماعي).					
9	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديد نوعية النشاط المقاولاتي للمرأة.					

10	استخدام التكنولوجيا الحديثة يقلل عدد العاملين مما يخفض التكاليف التشغيلية للعمل المقاولاتي للمرأة.					
11	اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المقاولاتي للمرأة يسهم بالتنسيق بين أقسام العمل وفروعه في المناطق المختلفة.					
12	اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في وصول المرأة المقاولة الى تعلم مواضيع جديدة تساعد في تطوير عملها.					
13	توفر (خدمات 3G) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير في متابعة نشاطها المقاولاتي.					
14	توفر (خدمات 3G) على أجهزة الهاتف المحمول ساعد المرأة الفلسطينية بشكل كبير على وجود اتصال مباشر مع الزبائن والتجار والمحيط.					

القسم الثالث: أبعاد المقاولاتية النسوية

الأسئلة المتعلقة بأبعاد المقاولاتية النسوية						
الرقم	**العبارات**	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
1	اطلاع المرأة المقاولة على تجارب سابقة في النشاط المقاولاتي عمل على تحفيزها.					
2	الإبداع عنصر أِساسي في عمل المرأة المقاولة لتطوير عملها المقاولاتي.					
3	إلمام المرأة المقاولة بالقوانين السارية في البلد ساهم في زيادة وعيها في نشاطها المقاولاتي.					
4	مكان إقامة المرأة المقاولة عمل على تحديد نوعية النشاط المقاولاتي الخاص بها.					

5	توفر روح المخاطرة لدى المرأة المقاولة أعطاها دفعة قوية للتطور السريع والفعال في نشاطها المقاولاتي.					
6	التزام المرأة المقاولة بضوابط العمل الاداري أسهم في رفع مردود النشاط المقاولاتي لها.					
7	التأقلم مع البيئة المحيطة ساعد المرأة المقاولة على اتخاذ القرار.					
8	التكيف مع ظروف السوق ساعد المرأة المقاولة على اتخاذ القرار.					
9	تمتع التعامل في النشاط المقاولاتي للمرأة بالمرونة أسهم في انتشار نشاطها المقاولاتي.					
10	سرعة البديهة لدى المرأة المقاولة أسهم في اتخاذها القرار المناسب في الوقت المناسب.					
11	استخدام اسلوب التشاور مع البيئة المحيطة بالعمل المقاولاتي للمرأة أسهم في تحسينه ورفع أدائه.					
الأسئلة المتعلقة بالمعيقات والتحديات للمرأة المقاولة						
الرقم	**العبارات**	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
1	الحصول على تمويل النشاط المقاولاتي كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.					
2	صعوبة ضمان التمويل الثابت كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.					
3	عدم تبني الدولة لسياسات مرنة لتمويل مشاريع النساء المقاولات كان من أبرز الصعوبات التي واجهتها المرأة المقاولة.					

4	النظم المصرفية المعتمدة في المؤسسات المصرفية الفلسطينية أعاقت النشاط المقاولاتي للمرأة.					
5	وجود المنظمات الأهلية في فلسطين ساعد في الحصول على التمويل المطلوب للنشاط المقاولاتي للمرأة.					
6	المسؤولية الاجتماعية للمرأة المقاولة عامل معيق لتقدم المرأة المقاولة في عملها.					
7	المسؤوليات الأسرية كانت معيقاً للمرأة في نشاطها المقاولاتي.					
8	الحالة الاجتماعية للمرأة المقاولة حال دون تقدم النشاط المقاولاتي لها.					
9	نقص الخبرة لدى المرأة أعاق تقدمها في النشاط المقاولاتي.					
10	التوجهات الثقافية التقليدية السائدة في المجتمع حول المرأة المقاولة كانت عائقا في تقدم نشاطها المقاولاتي.					
11	الظروف السياسية المحيطة بالشعب الفلسطيني التي لا تشجع على الاستثمار كانت عائقا امام تقدم المرأة المقاولة.					
12	التحديات على مستوى البنية التحتية في فلسطين كانت من المعيقات للعمل المقاولاتي للمرأة.					
الأسئلة المتعلقة بالمحفزات للمرأة المقاولة						
الرقم	**العبارات**	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
1	اتجاه المرأة نحو النشاط المقاولاتي خلق لها فرصاً أكبر للحصول على عمل تحقق منه دخلا لإعالة أسرتها.					
2	ساعد اندماج المرأة في النشاطات المقاولاتية في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الفلسطيني.					
3	عمل المرأة في النشاطات المقاولاتية عمق ثقافة العمل الحر					

	في المجتمع.					
4	عمل المرأة في النشاط المقاولاتي كرس لديها قيم وثقافة العمل.					
5	عمل المرأة المقاولاتي أعطاها خيارات أكثر شمولاً تتلاءم والظروف المحلية المحيطة.					
6	عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة للتعليم والتدريب.					
7	عمل المرأة المقاولاتي فتح لها آفاقاً واسعة لتبادل وفتح لها قنوات الاتصال المختلفة.					
8	اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة شهرة منتجاتها في الأسواق.					
9	اعتماد المرأة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعملها المقاولاتي زاد من فرصة تقديم خدمات/سلع جديدة أو خدمات/سلع أفضل في الأسواق.					

القسم الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة

الأسئلة المتعلقة بآثار تكنولوجيا المعلومات على العمل المقاولاتي للمرأة						
الرقم	**العبارات**	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
1	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال زاد من الفرص المتاحة لعمل المرأة المقاولاتي من حيث المجالات المتنوعة لطبيعة تلك النشاطات.					
2	اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عزز من استقلالية عمل المرأة المقاولاتي.					
3	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة لدى المرأة المقاولاتية عمل على تقليص الجهد المبذول على المرأة.					
4	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناته المختلفة					

	لدى المرأة المقاولة عمل على توفير الوقت على المرأة.					
5	استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى لسهولة وصول المرأة للزبائن وتقديم خدمات أفضل عن طريق توفر المعلومات بشكل آني وحفظها وعدم ضياعها.					
6	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على خفض تكاليف النشاط المقاولاتي للمرأة عن طريق اتخاذ القرار بشأن التوقيت الأمثل لبيع المنتجات/الخدمات في أكثر الأسواق ربحية.					
7	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على سهولة وصول النشاط المقاولاتي للمرأة لأسواق (إلكترونية) جديدة محلية ودولية.					
8	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال عمل على تعزيز قدرة النشاط المقاولاتي للمرأة بتعلم مواضيع جديدة ساعدت بتطوير عماها من خلال شبكة الإنترنت.					
9	قدمت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرونة عالية في عملية التعلم مما حقق من عملية التوازن بين حياة المرأة العملية وحياتها الخاصة.					
10	أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالحفاظ على علاقة مستقرة مع باقي منافسي النشاط المقاولاتي للمرأة.					
11	أسهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اعطاء المرأة المقاولة مرونة في تقبل التغيير.					
12	اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنشاط المقاولاتي للمرأة اعتبر عاملاً مهماً في ادارة العمل المقاولاتي.					
13	تكنولوجيا المعلومات والاتصال عملت على بناء شعور الثقة بالنفس لدى المرأة بنشاطها المقاولاتي وتحقيق هدفها المهني.					
14	أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمرأة المقاولة استمرارية العمل دون النظر لساعات الدوام الرسمي					

الملحق رقم (02): قائمة المحكمين للاستبانة

اسم ولقب المحكم	الجامعة	الدرجة العلمية	البريد الإلكتروني
د. عبد القادر شلالي	جامعة البويرة – الجزائر	رئيس قسم إدارة الاعمال	chellali@ymail.com
د. أوعيل ميلود	جامعة البويرة – الجزائر	استاذ محاضر أ	Ouail.ha@hotmail.com
د. علي غازيباون	جامعة البويرة – الجزائر	استاذ محاضر أ	Alirazi35@yahoo.fr
د. شبلي السويطي	جامعة القدس المفتوحة – فلسطين	محاضر	sswaitti@qou.edu
د. مزنة المارديني	جامعة دمشق –سوريا	المعهد العالي للتنمية الادارية/ قسم الريادة والابداع والاستراتيجيات	Mouzna.mardini@gmail.com
د. نسيمة بغدادي	جامعة محمد بو ضياف –الجزائر	استاذ محاضر أ	baghdadinassima2@gmail.com