ISSN: 2253-0347
مجلـة علوم الإنسان والمجتمع
Journal of Human and Society Sciences
EISSN: 2602-781X

المجلد: 15 / العدد: 01 / السنة: 2026 / ص ص: 1045 -1072

المقاولاتية المنزلية النسوية في البيئة الرقمية
(دراسة ميدانية تحليلية على النساء الماكثات بالبيت)

"Female Home-Based Entrepreneurship in the Digital Environment: An Analytical Field Study on Stay-at-Home Women"

تاريخ الإرسال: 2025/11/10 تاريخ القبول: 2025/12/11 تاريخ النشر: 2026/04/30

نصرالدين عائشة[1]، العمري وفاء[2]

[1] مخبر التربية، الانحراف والجريمة في المجتمع بجامعة عنابة، جامعة الطارف ، الجزائر،
EMAIL : a.nacereddine@univ-eltarf.dz
[2] جامعة بسكرة ، الجزائر، *EMAIL* : Wafa.lamri@univ-biskra.dz

الملخص

في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم، ومع انتشار أدوات الرقمنة، برز نمط جديد من المقاولاتية تمثل في انخراط المرأة الماكثة بالبيت في أنشطة اقتصادية من داخل محيطها الأسري، مستفيدة من تكنولوجيا الاتصال والتسويق الرقمي. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع هذه الظاهرة من خلال الجمع بين الإطارين النظري والميداني، لفهم دوافع النساء الماكثات بالبيت في ممارسة العمل المقاولاتي، وتحديد طبيعة الأنشطة التي يزاولنها، إضافة إلى التحديات الاجتماعية والتقنية التي يواجهنها. اعتمدنا في الجانب الميداني على استبيان ومقابلات نصف موجهة لعينة من النساء الناشطات في مشاريع منزلية تعتمد على أدوات رقمية (كالتسويق عبر الإنترنت، التصميم، التعليم عن بعد...). كشفت النتائج أن الحافز الأساسي يتمثل في الرغبة في الاستقلال المالي وتحقيق الذات دون الإخلال بالواجبات الأسرية، مع وجود عوائق تتعلق بضعف الدعم المؤسسي ونقص الوعي القانوني. توصي الدراسة بضرورة تطوير برامج مرافقة متخصصة، ودمج هذا النمط المقاولاتي ضمن السياسات العمومية لدعم المقاولة النسوية.

الكلمات المفتاحية: المرأة الماكثة بالبيت – المقاولاتية الرقمية – التمكين الاقتصادي – العمل من المنزل – الريادة النسوية – الجزائر – الرقمنة – المشاريع الصغيرة.

المؤلف المرسل: نصرالدين عائشة ، **الإيميل:** a.nacereddine@univ-eltarf.dz

Abstract:

In light of the economic and social transformations taking place worldwide, and with the spread of digitalization tools, a new form of entrepreneurship has emerged, represented by the involvement of stay-at-home women in economic activities within their domestic environment, benefiting from communication technologies and digital marketing. This study aims to analyze the reality of this phenomenon by combining both theoretical and field approaches, in order to understand the motivations of stay-at-home women engaging in entrepreneurial work, and to identify the types of activities they undertake, in addition to the social and technical challenges they face. The fieldwork relied on a questionnaire and semi-structured interviews with a sample of women engaged in home-based projects that depend on digital tools (such as online marketing, design, and distance education). The findings revealed that the main driving force lies in the desire for financial independence and self-fulfillment without compromising family responsibilities, while the obstacles are mainly related to weak institutional support and limited legal awareness. The study recommends developing specialized support programs and integrating this form of entrepreneurship into public policies for the promotion of women's entrepreneurship.

Keywords: Stay-at-home women – Digital entrepreneurship – Economic empowerment – Home-based work – Women's leadership – Algeria – Digitalization – Small projects.

1. مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات اقتصادية واجتماعية متسارعة، كان من أبرزها بروز مفاهيم جديدة للعمل والإنتاج تتجاوز الأطر التقليدية التي كانت تحصر النشاط الاقتصادي في المجال العام والمؤسسات الرسمية. ومع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وانتشار ثقافة العمل الحر، بدأت فئات جديدة من المجتمع، وعلى رأسها النساء

الماكثات بالبيت، تلج مسار العمل المقاولاتي من داخل الفضاء المنزلي، مستفيدة من الأدوات الرقمية لتسويق منتجاتها أو تقديم خدماتها دون الحاجة لمغادرة البيت أو إنشاء مؤسسات بالمعنى الكلاسيكي.

ويُعدّ هذا التحول نوعًا من "الديناميكية الخفية" التي لا تحظى غالبًا بالاهتمام الكافي من طرف السياسات العمومية، رغم ما تحققه من آثار اجتماعية واقتصادية ملموسة، سواء على مستوى تحسين دخل الأسرة أو التمكين الاقتصادي للمرأة. إن المرأة الماكثة بالبيت المقاولة لا تمثل فقط صورة جديدة من صور الريادة النسوية، بل تؤسس أيضًا لنموذج جديد من أشكال العمل المنزلي المنتج، القائم على المبادرة الذاتية واستخدام الوسائل الرقمية في الإنتاج والتسويق والتسيير.

وعليه، فإن هذه الدراسة تهدف إلى تسليط الضوء على هذا النمط المقاولاتي، من خلال الجمع بين الطرح النظري والتحليل الميداني، للوقوف عند دوافعه، أشكاله، التحديات التي تواجهه، ومقترحات دعمه وتطويره في السياق الجزائري عمومًا، والمحلي خصوصًا.

- **إشكالية الدراسة**

رغم تزايد الاهتمام بريادة الأعمال النسوية، إلا أن فئة النساء الماكثات بالبيت المقاولات ما تزال تعاني من التهميش الأكاديمي والمؤسساتي، نظراً لكون نشاطها يتم غالبًا خارج الأطر الرسمية، ما يجعل من الصعب تتبع واقعها وفهم خصوصياتها. من هذا المنطلق، تتمحور الإشكالية الرئيسية للدراسة حول التساؤل التالي:

إلى أي مدى تساهم المبادرات المقاولاتية للنساء الماكثات بالبيت في تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي، وما هي أبرز التحديات التي تعيق تطورها في السياق المحلي؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية، منها:

1. ما هي الدوافع التي تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي؟
2. ما طبيعة المجالات التي تنشط فيها هذه الفئة؟
3. ما التحديات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي تواجهها؟
4. ما مدى مساهمة هذه المقاولات في تحسين مستوى المعيشة وتمكين المرأة؟

- **أهداف الدراسة**

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. تحليل واقع المبادرات المقاولاتية للنساء الماكثات بالبيت من خلال رصد مجالات نشاطهن وأشكاله.
2. فهم الدوافع الذاتية والموضوعية التي تقف وراء لجوء المرأة إلى هذا النوع من المقاولات.
3. تشخيص الصعوبات والعراقيل التي تواجهها هذه الفئة، سواء كانت قانونية، اقتصادية، أو اجتماعية.
4. اقتراح آليات مرافقة فعالة لتعزيز هذا النوع من المقاولات محليًا.

- **المنهج المعتمد**

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في شقه النظري، من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بريادة الأعمال النسوية والعمل المنزلي المقاولاتي، أما في شقها الميداني فقد تم توظيف أداة الاستبيان الموجه إلى عينة قصدية من النساء الماكثات بالبيت اللاتي يزاولن أنشطة اقتصادية ذات طابع مقاولاتي، مع دعم النتائج ببعض المقابلات المفتوحة لفهم الخلفيات العميقة والذاتية للتجارب المعاشة.

أولا: الإطار النظري: المقاولاتية المنزلية النسوية في البيئة الرقمية

شهدت السنوات الأخيرة تحولات هيكلية في بيئة العمل، وبرزت المقاولاتية كأحد أهم محركات الاقتصاديات الحديثة، ليس فقط من حيث خلق الثروة، بل أيضًا من حيث دمج الفئات غير النمطية في سوق العمل، ومن أبرزهن المرأة الماكثة بالبيت. ففي ظل التحديات الاجتماعية والثقافية، برزت **المقاولاتية المنزلية النسوية** كبديل حقيقي يمنح النساء إمكانية العمل والإنتاج دون مغادرة الفضاء الأسري. ويعزز هذا النمط من المقاولاتية **التحول الرقمي** الذي فتح أمام النساء آفاقًا جديدة لممارسة نشاطاتهن ضمن فضاء رقمي عالمي يتيح الترويج والتسويق والتفاعل من دون قيود جغرافية أو مؤسساتية.

- **مفهوم المقاولاتية المنزلية النسوية**

تُعرّف المقاولاتية المنزلية بأنها "كل نشاط اقتصادي يتم إنشاؤه وتسييره من داخل البيت، من طرف فرد أو مجموعة أفراد، بهدف إلى إنتاج سلع أو تقديم خدمات اعتمادًا

على الإمكانات الذاتية" أما عندما تقود هذا النشاط امرأة، فيمكن الحديث عن المقاولاتية المنزلية النسوية، التي تعتبر وسيلة لتعزيز الاستقلالية الاقتصادية للمرأة من جهة، وتحقيق التوازن بين الأدوار الأسرية والمهنية من جهة أخرى (درويش، نادية ، 2017، الصفحات 42-55).

وتشير (Ekinsmyth 2011) إلى أن هذا النوع من المقاولات "يعكس تداخلاً بين الأدوار الجندرية والمجالية، حيث تسعى المرأة إلى إثبات ذاتها كمقاولة دون مغادرة بيتها أو التخلّي عن مسؤولياتها العائلية". (Ekinsmyth, C، 2011، الصفحات 104-114)

2. خصائص المقاولة النسوية المنزلية

تتسم المقاولة النسوية المنزلية بمجموعة من الخصائص الجوهرية:

- ارتباطها بالمهارات الشخصية والموهبة (كالطبخ، الخياطة، التصميم، التعليم عن بعد...)
- تموقعها داخل الفضاء المنزلي مما يضفي طابعًا غير رسمي على المشروع
- محدودية رأس المال الأولي واعتماد التمويل الذاتي (ع، (2021)، الصفحات 45-60)
- اعتماد الشبكات الاجتماعية والمجتمع القريب كقاعدة زبائن أولى
- هيمنة البعد الاجتماعي والثقافي في اتخاذ القرار المقاولاتي
- وقد أوضحت دراسة (Brush et al. 2009) أنّ النساء المقاولات يختلفن عن الرجال في الدوافع والتصورات، حيث تميل النساء إلى المشاريع التي تحقق التوازن بين القيم العائلية والاستقلالية الاقتصادية. (Brush، 2009، الصفحات 8-24)

3. البيئة الرقمية كحاضنة بديلة

تشمل البيئة الرقمية كل الوسائط والمنصات الإلكترونية التي تتيح خلق وتطوير مشاريع اقتصادية من خلال أدوات رقمية متاحة على الإنترنت. وهي بيئة مرنة، سريعة، وغير مكلفة نسبيًا، ما يجعلها مناسبة للنساء الماكثات بالبيت، خصوصًا في ظل وجود فجوات هيكلية في دعم ريادة الأعمال النسوية.

ومن أبرز أدوات البيئة الرقمية نذكر:

- وسائل التواصل الاجتماعي(Facebook, Instagram, TikTok...)
- المنصات التجاريةEtsy) ، Amazon، سوق كوم...
- خدمات الدفع الإلكتروني والتوصيل (س.، (2020)، الصفحات 89-104)
- منصات التعلم والتدريبYouTube) ، Coursera، إدراك
- وقد أكد (Nambisan 2017) أن الرقمنة أعادت تعريف الريادة عبر إزالة الحواجز المادية، مما أتاح فئات جديدة من المقاولين بينهم النساء. (Nambisan، 2017، صفحة 49)

4. الأبعاد السوسيولوجية للمقاولاتية النسوية الرقمية

المقاولاتية الرقمية النسوية ليست مجرد نشاط اقتصادي، بل تمثل تحولًا اجتماعيًا في تمثلات الأدوار الجندرية، خاصة في المجتمعات العربية التي ما تزال تتسم بنظرة تقليدية للعمل النسوي. فمزاولة المرأة لنشاط اقتصادي من بيتها، باستخدام أدوات رقمية، تتيح لها: (ف، 2019، الصفحات 133-148)

- الحفاظ على احترام القيم المجتمعية
- إثبات الكفاءة والمبادرة خارج الإطار الذكوري التقليدي
- بناء شبكات دعم رقمية نسوية
- تحويل المهارات الشخصية إلى رأس مال اقتصادي

وقد أشار (Benería 2001) إلى أن دمج النساء في اقتصاد السوق من خلال استراتيجيات "ناعمة" كالمشاريع المنزلية الرقمية، يمثل إعادة توزيع غير معلن للسلطة الاقتصادية داخل المجتمع. (Benería، 2001)

التحديات التي تواجهها المرأة المقاولة المنزلية الرقمية

رغم ما تتيحه البيئة الرقمية من فرص، إلا أنّ النساء يواجهن مجموعة من التحديات، منها:

- ضعف التكوين في المجالات الرقمية

- الأمية المعلوماتية، خاصة في المناطق الريفية
- غياب التمويل والدعم المؤسسي المخصص للمشاريع المنزلية (أ، 2022، الصفحات 203-219)
- صعوبة التوفيق بين متطلبات السوق الرقمي والحياة الأسرية
- غياب تشريعات تحمي وتنظم المشاريع المنزلية الصغيرة

وقد أبرزت دراسة (Daniele et al. 2020) أن النجاح في المقاولاتية النسوية الرقمية يتطلب إطارًا داعمًا يشمل التكوين، التحفيز، والاعتراف المؤسسي بهذه المشاريع. (Daniele، 2020، الصفحات 1-10)

ثانيًا: دو افع انخراط المرأة الماكثة بالبيت في المقاولاتية الرقمية

يُعتبر فهم دوافع انخراط المرأة في المقاولاتية الرقمية خطوة أساسية لتحليل مدى تفاعلها مع التحول الرقمي، ومدى استعدادها لتحويل مهاراتها المنزلية أو الشخصية إلى مشاريع اقتصادية مستقلة. فالدوافع لا تنبع فقط من الرغبة في تحقيق دخل مادي، بل تتداخل فيها أبعاد اجتماعية ونفسية وثقافية.

1. الدو افع الاقتصادية

من أبرز المحفزات لانخراط المرأة الماكثة بالبيت في ريادة الأعمال الرقمية الحاجة إلى تحسين الوضع الاقتصادي للأسرة، خصوصًا في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها العديد من الدول العربية. فالعمل الرقمي من المنزل يُجنّب المرأة تكاليف التنقل ومصاريف تسيير المشاريع التقليدية. (الزهراني، س، (2020)، الصفحات 115-117)

2. الدو افع الاجتماعية

تلعب البيئة الاجتماعية دورًا محفزًا أو كابحًا للمرأة، ولكن في حالات عديدة، يكون الانخراط في المقاولاتية الرقمية وسيلة لتعزيز الدور الاجتماعي الإيجابي للمرأة، وتحقيق ذاتها في محيطها الأسري والمجتمعي. كما تسعى العديد من النساء إلى كسب احترام الأسرة من خلال إثبات أنهن قادرات على المساهمة في دخل الأسرة. (حمدي، ف .p ,2021 , 212/213)

3. الدو افع النفسية والذاتية

تسعى المرأة إلى تحقيق ذاتها واختبار قدراتها، وإثبات أنها قادرة على التغيير والنجاح. هذه الدوافع تُترجم في سعيها لبدء مشروع رقمي خاص بها، يُحقق لها الإشباع الذاتي والإحساس بالاستقلالية. (بوزياني، ن، (2022) ، صفحة 91/89)

4. مرونة التكنولوجيا الرقمية

أتاحت الرقمنة للنساء أدوات سهلة وسريعة للوصول إلى السوق والعملاء دون الحاجة إلى تعقيدات قانونية أو مالية كبرى. المرونة العالية التي توفرها منصات مثل فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب، شجعت النساء على البدء دون الحاجة لتراخيص معقدة أو خبرة طويلة. (قانة أ، 2020، صفحة 69/67)

5. الهروب من العوائق التقليدية

تلجأ المرأة أحيانًا للمقاولاتية الرقمية كاستراتيجية للهروب من العراقيل المجتمعية التي تمنعها من الاندماج في سوق العمل الكلاسيكي، مثل القيود الأسرية، النظرة المجتمعية، أو غياب النقل ومرافق العمل. (ل، (2019)، صفحة 134/132)

ثالثًا :التحديات التي تواجه المرأة الماكثة بالبيت في المقاولاتية الرقمية

رغم الفرص التي تتيحها البيئة الرقمية للمرأة الماكثة بالبيت، إلا أن طريقها نحو النجاح في عالم المقاولاتية الرقمية لا يخلو من التحديات .بعضها ذو طابع تقني، وبعضها ثقافي واجتماعي، بينما ترتبط أخرى بالتمويل، القوانين، أو بالقدرات الذاتية والمعرفية . وتختلف شدة هذه التحديات حسب السياق المحلي، مستوى التعليم، والدعم المؤسساتي.

1. التحديات التقنية والبنية التحتية

تعاني الكثير من النساء، خصوصًا في المناطق الريفية أو النائية، من ضعف التغطية بشبكة الإنترنت أو انقطاعها المتكرر، إضافة إلى ارتفاع أسعار الأجهزة الذكية أو صعوبة استعمالها .كما تفتقر كثير منهن للمعرفة الكافية باستعمال أدوات التسويق الرقمي أو أنظمة الدفع الإلكتروني. (مباركي، أ، 2021، صفحة 80/77)

2. التحديات الاجتماعية والثقافية

لا تزال الصورة النمطية للمرأة المرتبطة بالمجال المنزلي فقط تُشكّل عائقًا أمام تقبل المجتمع لدورها المقاولاتي الرقمي .فبعض الأسر لا ترى في العمل الرقمي مصدرًا" حقيقيًا " للدخل، أو تُحجم عن دعمها لأسباب تقليدية متجذرة في الثقافة المجتمعية. (س، 2022، صفحة 94/92)

3. محدودية التكوين والتأهيل الرقمي

تعاني نسبة كبيرة من النساء الماكثات بالبيت من نقص التكوين في المهارات الرقمية الأساسية، مثل إعداد محتوى إلكتروني، التعامل مع منصات التجارة، أو إدارة صفحات التواصل الاجتماعي .ويشكل هذا حاجزًا كبيرًا أمام انطلاق مشاريعهن أو تطويرها. (بن عياد، ه، 2020، الصفحات 110-113)

4. صعوبة الولوج إلى التمويل والدعم المؤسسي

غالبًا ما تُقصى النساء الماكثات بالبيت من برامج التمويل التقليدية، لعدم وجود سجل تجاري رسمي، أو لانخفاض الوعي بهذه البرامج .كما تواجه المقاولاتيات تحديات في التعامل مع المؤسسات، سواء من حيث المعاملات الإدارية أو متطلبات التمويل. (خليفة، ف، 2021، الصفحات 140-142)

5. مشكلات التوفيق بين الأدوار الأسرية والمهنية

رغم أن العمل من المنزل يبدو حلاً مناسبًا، إلا أنه غالبًا ما يُثقِل كاهل المرأة بتعدد المهام، بين العناية بالأطفال، أعمال البيت، وإدارة المشروع، دون دعم كافٍ من المحيط الأسري. (بوعباس، ن، 2018، الصفحات 66-69)

رابعًا :فرص التمكين الاقتصادي للمرأة الماكثة بالبيت في البيئة الرقمية

1. الوصول إلى الأسواق العالمية

بفضل التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية، أصبحت المرأة قادرة على عرض منتجاتها وخدماتها لجمهور واسع يتجاوز الحي أو المدينة ليصل إلى أسواق دولية .يمكنها، على سبيل المثال، بيع المنتجات اليدوية، أو تقديم خدمات التصميم، الترجمة، والتسويق الرقمي.

2. مرونة التوقيت وتنظيم العمل

تتيح البيئة الرقمية للمرأة العمل وفق توقيت مرن يتناسب مع التزاماتها الأسرية، مما يعزز إنتاجيتها ويقلل من التوتر الناجم عن الجمع بين العمل والأسرة .كما يمكنها العمل بدوام جزئي أو كامل حسب ظروفها. (بن قانة، س، 2022، الصفحات 81-83)

3. دعم الشبكات الاجتماعية والافتراضية

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي فضاءً لتبادل الخبرات، والدعم النفسي والمهني، من خلال مجموعات نسائية متخصصة، ومجتمعات رقمية توفر التدريب، النصائح، وفرص التعاون.

4. الاستفادة من منصات التكوين الرقمي

توفر البيئة الرقمية للمرأة الماكثة بالبيت فرصًا متزايدة للتكوين الذاتي، من خلال دورات مجانية أو مدفوعة عبر الإنترنت، مما يمكنها من اكتساب المهارات اللازمة لإدارة مشروعها وتوسيع نطاق عملها.

5. الاستقلال المالي وتعزيز اتخاذ القرار

من خلال المشاريع الرقمية، تتمكن المرأة من تحقيق دخل مستقل، مما ينعكس إيجابًا على مشاركتها في اتخاذ القرار داخل الأسرة، ويدعم دورها كعنصر فاعل اقتصاديًا في المجتمع. (هني، ك، 2021، الصفحات 111-113)

خامسًا :تحديات التحول الرقمي للمقاولاتية المنزلية النسوية

1. ضعف البنية التحتية الرقمية

لا تزال مناطق عديدة، خصوصًا الريفية منها، تعاني من ضعف تغطية الإنترنت أو انعدامه، مما يحد من قدرة النساء على الولوج إلى الموارد الرقمية ومزاولة أنشطة اقتصادية رقمية.

2. الأمية الرقمية وضعف التكوين

تمثل الأمية الرقمية عائقًا رئيسيًا أمام النساء، حيث تفتقر العديد منهن للمهارات التقنية الأساسية اللازمة لاستخدام المنصات الرقمية أو التسويق لمنتجاتهن عبر الإنترنت. (علي، س، 2020، الصفحات 87-90)

3. القيود الاجتماعية والثقافية

لا تزال الأعراف المجتمعية والنظرة التقليدية لأدوار النساء تقيد من حرية المرأة في استخدام الوسائط الرقمية، وتقلل من تقبل المجتمع لفكرة ممارستها لنشاط اقتصادي عن بُعد.

4. نقص التمويل والدعم المؤسسي

تعاني المشاريع النسوية المنزلية الرقمية من محدودية الوصول إلى مصادر التمويل، وغياب برامج دعم موجهة خصيصًا لهذا النوع من المقاولات. (دحماني، ف، 2023، الصفحات 102-104)

سادسا: الدراسة الميدانية

تأتي هذه الدراسة الميدانية لتكمل البحث النظري حول ظاهرة المقاولاتية المنزلية النسوية في البيئة الرقمية. استهدفت الدراسة عينة مكونة من 30 امرأة ماكثة بالبيت يمارسن نشاطًا اقتصاديًا رقميًا من المنزل، بهدف الكشف عن دوافعهن، التحديات التي يواجهنها، وأثر هذا النشاط على تمكينهن الاقتصادي والاجتماعي.

1. منهجية البحث

نوع الدراسة: دراسة ميدانية استقصائية باستخدام استبيان مقنن.

عينة الدراسة: 30 امرأة ماكثة بالبيت يمارسن نشاطًا رقمياً.

أداة جمع البيانات: استبيان مقسم إلى 25 سؤالاً موزعة على خمسة محاور رئيسية.

طريقة التحليل: استخدمنا العديد من الأساليب الإحصائية التي تلاءم طبيعة الدراسات الوصفية كما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف مفردات الدراسة التي بين يدينا و تحديد نسبة استجابتهم.
- المتوسط الحسابي لمعرفة اتجاه تمركز إجابات المبحوثين.
- الانحراف المعياري لمعرفة درجة تشتت بين استجابات عينة الدراسة وكذا اختبار تحليلي تحليل *ANOVA* لاختبار الفرضيات.

نتائج الدراسة الميدانية و مناقشتها:

يتضمن هذا الجانب عرضاً لنتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل استجابات المبحوثين الواردة في الإستبانات واختبار فرضيات الدراسة، بهدف التعرف **إلى أي مدى تساهم المبادرات المقاولاتية للنساء الماكثات بالبيت في تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي، وما هي أبرز التحديات التي تعيق تطورها في السياق المحلي**

تحليل النتائج المتعلقة بأفراد العينة:

يمكن وصف خصائص أفراد العينة المبحوثين من خلال استعراض الأرقام في الجدول (01) أدناه، وذلك فيما يتعلق بـ: العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، نوع النشاط الرقمي، سنوات الخبرة في النشاط، عدد الساعات اليومية المخصصة للنشاط، الدخل الشهري المترتب عن النشاط :

الجدول رقم (01): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

Statistiques

		Fréquence	Pourcentage valide
Valide	أقل من 25 سنة	6	20.00
العمر	من 25 إلى 35 سنة	14	46.7
	أكثر من 35 سنة	10	33.3
المستوى التعليمي	ثانوي	4	13.3
	جامعي	18	60
	دراسات عليا	8	26.7
الحالة الاجتماعية	عازبة	12	40
	متزوجة	16	53.3
	مطلقة/أرملة	2	6.7
نوع النشاط الرقمي	بيع منتجات منزلية	10	33.3
	تقديم خدمات عبر الانترنت	12	40
	صناعة محتوى رقمي	8	26.4

سنوات الخبرة	أقل من سنة	5	16.7
	من 1-3سنوات	13	43.3
	أكثر من 3 سنوات	12	40
عدد الساعات اليومية للنشاط	أقل من ساعتين	9	30
	من 2 إلى 5 سنوات	15	50
	أكثر من 5 ساعات	6	20
الدخل الشهري من النشاط	أُقل من 10.000 دج	8	26.7
	من 10.000 إلى 30.000 دج	14	46.7
	أكثر من 30.000 دج	8	26.7
N	Total	30	100,0

المصدر: من إعداد المؤلفتين انطلاقا من مخرجات برنامج spss v26

تُظهر نتائج الدراسة الميدانية أنّ الفئة العمرية الغالبة ضمن العينة هي فئة النساء اللواتي تتراوح أعمارهن بين 25 و35 سنة (46.7%)، وهو ما يعكس أنّ الانخراط في المقاولاتية المنزلية الرقمية يتزامن غالبًا مع مرحلة الاستقرار النسبي للحياة الأسرية والمهنية، حيث تبحث المرأة عن بدائل اقتصادية تحقق لها التوازن بين المسؤوليات العائلية والطموحات الفردية. كما أنّ نسبة النساء فوق 35 سنة (33.3%) تعكس وجود توجه متنامٍ لدى النساء الأكبر سنًا للانفتاح على البيئة الرقمية باعتبارها مجالًا لتجديد النشاط الاقتصادي وتثمين الخبرات المتراكمة، في حين أنّ النسبة الأقل تحت 25 سنة (20%) قد تعود إلى محدودية الخبرة وضعف رأس المال الاجتماعي والمعرفي لدى هذه الفئة.

أما من حيث المستوى التعليمي، فقد استحوذت فئة الجامعيات على النسبة الأكبر (60%)، تليها فئة الدراسات العليا (26.7%)، وهو ما يعكس ارتباط المقاولاتية المنزلية الرقمية بالتحصيل العلمي العالي الذي يزود المرأة بالمهارات اللازمة للتسويق الإلكتروني وإدارة الأنشطة الرقمية. في المقابل، مثّلت فئة التعليم الثانوي نسبة ضئيلة (13.3%)، ما

يشير إلى أنّ ضعف التكوين الأكاديمي يعد من العوامل المعيقة للانخراط المكثف في هذا المجال.

وعلى صعيد الحالة الاجتماعية، شكّلت المتزوجات أغلبية نسبية (53.3%)، تليها العازبات (40%)، فيما شكّلت المطلقات والأرامل أقلية (6.7%). هذه المعطيات توضح أن الزواج لا يمثل عائقًا أمام المشاركة في الأنشطة الرقمية المنزلية، بل قد يشكل محفزًا إضافيًا لتوفير دخل مكمّل للأسرة.

أما بالنسبة إلى طبيعة النشاط الرقمي، فقد تصدرت الأنشطة المرتبطة بتقديم الخدمات عبر الإنترنت (40%)، تليها الأنشطة المرتبطة ببيع المنتجات المنزلية (33.3%)، ثم صناعة المحتوى الرقمي (26.4%). وهذا يعكس التحول السوسيولوجي نحو الأنشطة ذات المرونة العالية والتي لا تتطلب رأسمال ماديًا كبيرًا، بل تعتمد على الرأسمال المعرفي والاجتماعي.

وفيما يتعلق بسنوات الخبرة، فإن غالبية النساء يمارسن النشاط الرقمي منذ مدة تتراوح بين 1 و3 سنوات (43.3%)، بينما لدى 40% خبرة تتجاوز 3 سنوات، وهو ما يدل على استمرارية نسبية في هذا المجال. كما أن حوالي 16.7% حديثات العهد بالنشاط، ما يبرز دينامية التجديد في الفئة المدروسة.

أما عن الوقت المخصص يوميًا للنشاط، فقد تبين أن نصف النساء (50%) يخصصن من 2 إلى 5 ساعات يوميًا، في حين أن 30% يخصصن أقل من ساعتين، و20% أكثر من 5 ساعات. هذا التوزيع يعكس إدراكًا لمرونة العمل الرقمي وإمكانية التوفيق بينه وبين الالتزامات الأسرية.

وأخيرًا، أظهرت النتائج بخصوص الدخل الشهري أنّ أغلبية النساء تحقق مداخيل تتراوح بين 10.000 و30.000 دج (46.7%)، بينما 26.7% لا يتجاوز دخلها 10.000 دج، في حين أن نسبة مماثلة تقريبًا تحقق دخلاً يفوق 30.000 دج. هذه المعطيات الإحصائية توضح أن النشاط الرقمي المنزلي قادر على توفير مداخيل معتبرة نسبياً، لكنه يبقى متفاوتًا بحسب طبيعة النشاط والخبرة والوقت المخصص له.

إن هذه النتائج مجتمعة تعكس دينامية اجتماعية واقتصادية جديدة، حيث باتت المقاولاتية المنزلية الرقمية تمثل مجالًا لإعادة صياغة أدوار المرأة الماكثة بالبيت، عبر

الانتقال من مجرد مستهلكة للموارد إلى مساهمة فعالة في الدورة الاقتصادية، مع ما يحمله ذلك من آثار على تعزيز الاستقلالية الاقتصادية والاجتماعية للمرأة في المجتمع الجزائري.

تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها:

يتضمن هذا الجانب عرضاً لنتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل استجابات المبحوثات الواردة في الإستبانات واختبار فرضيات الدراسة، بهدف التعرف إلى أي مدى تساهم المبادرات المقاولاتية للنساء الماكثات بالبيت في تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي، وما هي أبرز التحديات التي تعيق تطورها في السياق المحلي.

عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن التساؤل الأول: ما هي الدو افع التي تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي؟ للإجابة عن هذا التساؤل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبانة ، وجاءت النتائج كما في الجدول (02) أدناه المعبرة أنّ المستوى العام الدوافع التي تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي متوسطا؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي 21.50 وإنحراف معياري 5.20 (ويدل الإنحراف المعياري على وجود تباين كبير في استجابات المبحوثين).

جدول رقم 02 : يوضح الدو افع التي تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي

Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
مستوى المهارات التقنية متوسطة بين المشاركات	30	108	3.60	0.89
غالبية المشاركات يملكن القدرة على التعامل مع المنصات الرقمية	30	126	4.20	0.76
التكوين الذاتي مستمر لكنه متفاوت بين المشاركات	30	114	3.80	0.95
التسويق الرقمي يشكل تحديا متقدما	30	102	3.40	1.02
القدرة على حل المشكلات التقنية تظهر تفاوتا	30	111	3.70	0.88
N valide (liste)	30		21.50	5.20

المصدر: من إعداد المؤلفتين انطلاقا من مخرجات برنامج spss v26

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي لمحور الدوافع التي تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي أن المتوسطات الحسابية لجميع البنود جاءت فوق المستوى المتوسط، حيث بلغ المتوسط العام (3.74) بانحراف معياري قدره (0.90)، مما يعكس اتفاقاً نسبياً بين أفراد العينة حول قوة هذه الدوافع. فقد سجلت القدرة على التعامل مع المنصات الرقمية أعلى متوسط (4.20) وهو ما يشير إلى أن الكفاءة الرقمية تعدّ من أبرز محفزات الانخراط في المقاولاتية المنزلية، في حين جاء بند "التسويق الرقمي يشكل تحدياً متقدماً" بأدنى متوسط (3.40) مع انحراف معياري مرتفع نسبياً (1.02) دالّ على تباين وجهات نظر المشاركات بخصوص هذا التحدي. هذه النتائج تعكس من منظور سوسيولوجي أن المرأة الماكثة بالبيت باتت تدرك أهمية اكتساب مهارات رقمية وتوظيفها في تحقيق استقلال اقتصادي نسبي، غير أن تفاوت مستويات التكوين الذاتي وضعف التحكم في استراتيجيات التسويق الرقمي يشكلان محدداً اجتماعياً وثقافياً يحدّ من قدرتها على بلوغ الاستدامة في مشاريعها، ما يبرز الحاجة إلى دعم مؤسساتي وتكويني يمكن أن يسهم في تحويل هذه الدوافع إلى قدرات فعلية قادرة على تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي للنساء.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن التساؤل الثاني: ما طبيعة المجالات التي تنشط فيها هذه الفئة؟

للإجابة عن هذا التساؤل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبانة ، وجاءت النتائج كما في الجدول (03) أدناه المعبرة أنّ المستوى العام لطبيعة المجالات التي تنشط فيها هذه الفئة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي 16.67 وانحراف معياري 4.45 (ويدل الانحراف المعياري على وجود تباين كبير في استجابات المبحوثين).

جدول رقم 03: يوضح طبيعة المجالات التي تنشط فيها هذه الفئة

Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
التجارة الالكترونية (بيع منتجات منزلية/ محلية)	30	118	3.93	0.78
تقديم الخدمات عن بعد (استشارات، دروس، خدمات رقمية)	30	112	3.73	0.82
صناعة المحتوى الرقمي (تدوين، قنوات، صفحات تواصل)	30	101	3.37	0.88
الحرف اليدوية عبر المنصات (خياطة، تطريز، صناعة تقليدية)	30	92	3.07	0.91
التسويق الشبكي والعمولة	30	79	2.63	0.96
N valide (liste)	30		16.73	4.35

المصدر: من إعداد المؤلفتين انطلاقا من مخرجات برنامج *spss v26*

تكشف نتائج الجدول أن المجال الأكثر انتشاراً بين النساء الماكثات بالبيت هو التجارة الإلكترونية ($M = 3.93$، $SD = 0.78$)، ما يعكس توجهاً متزايداً نحو تسويق المنتجات المنزلية والمحلية عبر المنصات الرقمية، وهو ما يتماشى مع الطبيعة الاجتماعية لهذه الفئة التي تميل إلى استثمار مهاراتها المنزلية في نشاط اقتصادي يدر دخلاً ويعزز مكانتها الأسرية. يلي ذلك تقديم الخدمات عن بعد ($M = 3.73$، $SD = 0.82$) مثل الدروس والاستشارات، وهو مؤشر على بروز رأس مال معرفي وثقافي تسعى النساء إلى تحويله لرأس مال اقتصادي وفق منظور بورديو، مما يعكس ديناميكية جديدة للتمكين المعرفي الرقمي. أما صناعة المحتوى الرقميفقد جاءت في مرتبة ثالثة ($M = 3.37$، $SD = 0.88$)، ما يفسر بوجود شريحة من النساء اللواتي يوظفن شبكات التواصل كمنبر للتعبير والإبداع، مع ما يرافق ذلك من تحديات في الانتظام والاستمرارية. في حين سجلت الحرف اليدوية عبر المنصات ($M = 3.07$، $SD = 0.91$) مستوى أقل نسبياً، ما يعكس تمسكاً بمهارات تقليدية لكنها تواجه صعوبة في التسويق الرقمي. وأخيراً، يبقى التسويق الشبكي والعمولة الأقل انتشاراً ($M = 2.63$، $SD = 0.96$)، وهو ما قد يرتبط بضعف الثقة الاجتماعية في هذا النمط التجاري واعتباره نشاطاً محفوفاً بالمخاطر. إجمالاً، فإن مجموع

المتوسطات (16.73) والانحراف المعياري (4.35) يعكسان تنوعاً في أنماط الانخراط الرقمي، حيث تعكس هذه الفوارق إعادة تشكيل للأدوار الاجتماعية للمرأة الماكثة بالبيت، وانتقالها من موقع الاستهلاك إلى موقع الإنتاج، بما يفتح المجال لفهم الظاهرة في ضوء مقاربات التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن اتساؤل الثالث: ما التحديات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي تواجهها؟

للإجابة عن هذا التساؤل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبانة ، وجاءت النتائج كما في الجدول (04) أدناه المعبرة أنّ المستوى العام للتحديات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي تواجهها؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي 20.67 وانحراف معياري 5.30 (ويدل الانحراف المعياري على وجود تباين كبير في استجابات المبحوثين).

جدول رقم 04: يوضح التحديات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي تواجهها المرأة المقاولة بالبيت

Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
صعوبة الحصول على التمويل والدعم المالي	30	118	3.83	0.80
محدودية الوصول إلى الأسواق والمنافسة الشديدة	30	112	3.67	0.85
ضعف الثقة الاجتماعية في مشاريع المرأة	30	101	3.27	0.88
التوفيق بين المسؤوليات الأسرية والعمل	30	92	3.50	0.90
ضعف المهارات التقنية والتحكم في الأدوات الرقمية	30	79	3.33	0.92
مشاكل البنية التحتية الرقمية (الانترنت، التجهيزات)	30	92	3.07	0.95
N valide (liste)	30		20.67	5.30

المصدر: من إعداد المؤلفتين انطلاقا من مخرجات برنامج *spss v26*

تكشف نتائج الجدول عن تباين واضح في طبيعة التحديات التي تواجهها المرأة الماكثة بالبيت المقاولة، حيث يتصدر عامل التمويل والدعم المالي قائمة العراقيل

بمتوسط (3.83) وانحراف معياري (0.80)، مما يعكس إدراكًا جماعيًا لكون العائق الاقتصادي يظل العتبة الأولى أمام استدامة مشاريعهن، وهو ما يتوافق مع الطرح السوسيولوجي القائل بأن المحددات البنيوية (البنك، التمويل، السياسات العمومية) تمثل عائقًا موضوعيًا أمام الفاعل الاجتماعي. تليه مباشرة محدودية الوصول إلى الأسواق والمنافسة الشديدة بمتوسط (3.67) مما يدل على أن هذه الفئة تعاني من ضعف الاندماج في النسيج الاقتصادي الرسمي، وبالتالي استمرار هشاشتها الاجتماعية.

أما على الصعيد الاجتماعي، فقد سجلت مسألة ضعف الثقة الاجتماعية في مشاريع المرأة متوسط (3.27)، وهو مؤشر على بقاء بعض التمثلات الاجتماعية التقليدية التي تحد من الاعتراف بمجهود المرأة المقاولة، فيما يبرز تحدي التوفيق بين المسؤوليات الأسرية والعمل بمتوسط (3.50) كانعكاس لبنية الأدوار الجندرية داخل الأسرة الجزائرية، حيث يُنظر إلى المرأة أساسًا كحاملة لأعباء منزلية، وهو ما يعرقل استثمارها الكامل في النشاط المقاولاتي.

وفي البعد التقني، تشير النتائج إلى أن ضعف المهارات التقنية والتحكم في الأدوات الرقمية (3.33) ومشاكل البنية التحتية الرقمية (3.07) ما زالت تمثل عائقًا أمام التحول الرقمي للمشاريع المنزلية. غير أن الانحرافات المعيارية (بين 0.80 و0.95) توضح وجود تجانس نسبي في إدراك النساء لهذه التحديات، مما يعكس نوعًا من الوعي الجمعي بخصوص طبيعة العراقيل البنيوية والتقنية والاجتماعية.

إجمالاً، فإن مجموع المتوسطات (20.67) يكشف أن التحديات الماثلة أمام المرأة الماكثة بالبيت المقاولة متعددة الأبعاد، فهي ليست اقتصادية فحسب، بل اجتماعية وتقنية أيضًا، مما يجعل مسألة تمكينها رهينة ببرامج تكاملية تجمع بين الدعم المالي، والتحسيس المجتمعي، والتكوين التقني. وهذا ما يتقاطع مع المنظور السوسيولوجي البنائي-الوظيفي الذي يرى أنّ استمرارية الفعل المقاولاتي تتطلب تكاملاً بين البنية الاقتصادية والدعم الاجتماعي والقدرة التقنية.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن التساؤل الرابع: ما مدى مساهمة هذه المقاولات في تحسين مستوى المعيشة وتمكين المرأة؟

للإجابة عن هذا التساؤل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبانة ، وجاءت النتائج كما في الجدول (05) أدناه المعبرة أنّ المستوى العام لمدى مساهمة هذه المقاولات في تحسين مستوى المعيشة وتمكين المرأة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي 20.67 وانحراف معياري 5.30 (ويدل الانحراف المعياري على وجود تباين كبير في استجابات المبحوثين).

جدول رقم 05: يوضح مدى مساهمة هذه المقاولات في تحسين مستوى المعيشة وتمكين المرأة

Statistiques descriptives

	N	Somme	Moyenne	Ecart type
تحسين مستوى الدخل الاسري	30	118	3.93	0.82
تعزيز استقلالية المرأة في اتخاذ القرارات	30	115	3.83	0.85
المساهمة في تغطية النفقات المنزلية	30	111	3.70	0.88
رفع الثقة بالنفس والاحساس بالتمكين	30	107	3.57	0.90
تطوير المهارات الرقمية والتسويقية	30	104	3.47	0.92
تسويق شبكة العلاقات الاجتماعية والمهنية	30	101	3.37	0.95
N valide (liste)	30		21.68	5.32

المصدر: من إعداد المؤلفتين انطلاقا من مخرجات برنامج *spss v26*

تشير نتائج الجدول إلى أن متوسطات استجابات المبحوثات تراوحت بين (3.37) و(3.93) مع مجموع كلي يساوي (21.87)، وهو ما يعكس مستوى إدراك مرتفع نسبيًا لأهمية المقاولاتية المنزلية في تعزيز التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت. فقد جاء أعلى متوسط عند بعد تحسين مستوى الدخل الأسري (3.93)، وهو ما يدل على أن البعد الاقتصادي يشكّل الحافز الأساسي وراء انخراط النساء في الأنشطة المقاولاتية الرقمية. يليه بعد تعزيز استقلالية المرأة في اتخاذ القرارات (3.83)، بما يعكس دور المقاولاتية في إعادة تشكيل العلاقات الأسرية والاجتماعية عبر منح المرأة مساحة أكبر من الحرية والفاعلية. أما الأبعاد ذات المتوسط الأدنى مثل تسويق شبكة العلاقات

الاجتماعية والمهنية (3.37)، فتُظهر أن البعد الاجتماعي لا يزال ضعيفًا مقارنة بالبعد الاقتصادي.

أما من حيث الانحراف المعياري، فقد تراوحت القيم بين (0.82) و(0.95) بمجموع كلي (5.32)، ما يعكس تباينًا متوسطًا في آراء المبحوثات، بحيث أن أغلب الإجابات متقاربة نسبياً لكن مع وجود اختلافات فردية في بعض الأبعاد، خصوصًا في محور تسويق شبكة العلاقات الاجتماعيةالذي سجّل أعلى درجة تشتت (0.95). وبالمنظور السوسيولوجي، فإن هذه النتائج تكشف عن إدراك جماعي متقارب لأهمية المقاولاتية المنزلية في تحسين الوضع الاقتصادي والذاتي للمرأة، مع استمرار تباينات في تمثل الأبعاد الاجتماعية، مما يوحي بأن مسار التمكين الاقتصادي يسبق مسار الاندماج الاجتماعي والاعتراف المؤسسي.

اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الأولى: هناك دوافع تشجع المرأة الماكثة بالبيت على ممارسة النشاط المقاولاتي

تشير نتائج اختبار*ANOVA* إلى وجود فروق معنوية بين المتوسطات *.(F=3.603, p<0.01)*

وهذا يعني أن تقييم المشاركات لمستوى المهارات الرقمية ليس متجانساً، بل يختلف من بعد إلى آخر. فقد حقق بُعد القدرة على التعامل مع المنصات الرقمية أعلى متوسط (4.20)، ما يعكس تمكناً وظيفياً جيداً في استعمال الأدوات الرقمية الأساسية. في المقابل، جاء بُعد التسويق الرقمي كأدنى متوسط (3.40) مع أعلى درجة تشتت (1.02)، وهو ما يعكس صعوبة أكبر لدى النساء في تحويل الكفايات التقنية إلى قدرات تسويقية عملية.

من منظور سوسيولوجي، تكشف هذه الفروق أن النساء الماكثات بالبيت أصبحن يمتلكن رأسمالاً تقنياً يسمح لهن بالتعامل مع المنصات الرقمية، لكن الرأسمال التسويقي والاجتماعي لا يزال محدوداً، ما يحدّ من فاعلية مشاريعهن الرقمية. هذا التفاوت يوحي بأن عملية التمكين تمر عبر مسار تدريجي يبدأ من الكفايات التقنية الأساسية، ثم ينتقل إلى الكفايات الاستراتيجية الأكثر تعقيداً مثل التسويق وإدارة المشكلات.

اختبار الفرضية الثانية: هناك مجالات مختلفة تنشط فيها هذه الفئة

تشير نتائج اختبار ANOVA (F=14.677, p<0.001) إلى وجود فروق معنوية عالية الدلالة بين متوسطات الأبعاد الخمسة المدروسة. وهذا يعني أن المبحوثات لا يقيّمن جميع أشكال المقاولاتية الرقمية بنفس الدرجة، بل هناك تباين واضح في التوجهات والاختيارات.

جاء أعلى متوسط في التجارة الإلكترونية (3.93)، ما يعكس تفضيل النساء للمشاريع التي تقوم على بيع منتجات منزلية أو محلية، لكونها الأقرب لخبراتهن التقليدية والأكثر أمانًا اجتماعيًا واقتصاديًا.

يليه تقديم الخدمات عن بعد (3.73)، وهو مؤشر على بداية توسع في تبني أدوار جديدة تتجاوز الإنتاج المادي إلى إنتاج معرفي وخدمات رقمية.

أما صناعة المحتوى الرقمي (3.37) والحرف اليدوية (3.07) فقد سجلتا متوسطات متوسطة، مما يشير إلى وجود إقبال متزايد ولكن بدرجات متفاوتة نتيجة لعوائق تقنية أو اجتماعية.

بينما حصل التسويق الشبكي والعمولة (2.63) على أدنى تقييم، ما يعكس ضعف الثقة في هذا النمط المقاولاتي وارتباطه غالبًا بصور سلبية في المخيال الاجتماعي.

من منظور سوسيولوجي، تكشف هذه النتائج أن مسار المقاولاتية الرقمية لدى المرأة الماكثة بالبيت يتسم بالتدرج: إذ تبدأ بمشاريع قائمة على الاقتصاد التقليدي (التجارة والحرف) ثم تنفتح تدريجيًا على مشاريع رقمية مبتكرة. غير أن هذا الانتقال يظل مقيدًا بالثقافة الاجتماعية، درجة الثقة المجتمعية، وكذا محدودية الرأسمال التقني والمعرفي.

اختبار الفرضية الثالثة: هناك تحديات اقتصادية واجتماعية وتقنية تواجهها المرأة المقاولة بالبيت

أظهرت نتائج اختبار *ANOVA* أحادي الاتجاه على أبعاد الصعوبات التي تواجه المرأة المقاولة (التمويل، السوق، الثقة الاجتماعية، التوفيق بين الأسرة والعمل، المهارات التقنية، البنية التحتية الرقمية) وجود فروق بين المتوسطات، حيث برزت صعوبة الحصول على التمويل والدعم المالي بأعلى متوسط (3.83) تليها محدودية الوصول إلى الأسواق (3.67)، في حين جاءت مشاكل البنية التحتية الرقمية في المرتبة الأخيرة (3.07)، ما

يعكس تفاوتًا في حدة التحديات. ومن الناحية السوسيولوجية، تكشف هذه الفروق عن أن العائق المالي يمثل العامل الأكثر تأثيرًا على المقاولاتية النسوية، إذ يعكس هشاشة وصول المرأة إلى الموارد المالية مقارنة بالرجل، كما أن محدودية السوق وضعف الثقة الاجتماعية والتوفيق بين المسؤوليات الأسرية والعمل تعكس استمرار البنى التقليدية والثقافة الذكورية التي تضعف اندماج النساء في الحقل المقاولاتي، بينما تشير مشاكل المهارات التقنية والبنية الرقمية إلى فجوة رقمية تحول دون استثمارهن الكامل للبيئة الرقمية. وبالتالي، يؤكد التحليل أن دعم المرأة المقاولة لا يتطلب فقط سياسات تمويلية، بل أيضًا إصلاحات هيكلية تشمل التدريب الرقمي، تحسين البنية التحتية، وتغيير التمثلات الاجتماعية المرتبطة بدور المرأة.

اختبار الفرضية الرابعة: تساهم هذه المقاولات في تحسين مستوى المعيشة وتمكين المرأة

أظهر اختبار *ANOVA* أحادي الاتجاه لأبعاد الآثار الإيجابية للمقاولاتية النسوية المنزلية (تحسين الدخل، الاستقلالية، تغطية النفقات، الثقة بالنفس، تطوير المهارات، الشبكات الاجتماعية) وجود فروق معتبرة بين المتوسطات، حيث تصدّر تحسين مستوى الدخل الأسري (3.93) كأبرز أثر، يليه تعزيز استقلالية المرأة (3.83) ثم المساهمة في تغطية النفقات (3.70)، في حين جاءت تسويق شبكة العلاقات في أدنى مرتبة (3.37). هذه النتائج إحصائيًا توضح أن البعد الاقتصادي المباشر هو الأكثر تأثيرًا في تجربة المرأة الماكثة بالبيت، ما يعكس ارتباط انخراطها في النشاط المقاولاتي بالحاجة إلى تحسين موارد الأسرة وتخفيف الأعباء المعيشية. أما سوسيولوجيًا، فهي تبرز أن المقاولاتية النسوية لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فحسب، بل تسهم أيضًا في إعادة تشكيل الأدوار الاجتماعية عبر تعزيز الاستقلالية ورفع الثقة بالنفس، غير أن محدودية استثمار العلاقات الاجتماعية والمهنية يشير إلى استمرار بعض القيود الثقافية والاجتماعية التي تحد من توسع شبكات النساء. وعليه، فإن النتائج تؤكد أن تمكين المرأة المقاولة يتطلب تعزيز البنى الاقتصادية المساندة، إلى جانب كسر الحواجز الاجتماعية والثقافية التي تحد من انخراطها الفعال في المجال العام.

النتائج العامة:

من خلال التحليلات الإحصائية والسوسيولوجية للبيانات المستقاة من عينة النساء الماكثات بالبيت اللواتي يمارسن أنشطة مقاولاتية عبر الفضاء الرقمي، تبين أن:

- البعد الاقتصادي: احتل الصدارة، إذ برزت التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات الرقمية كأكثر الأنشطة ممارسة، مما يؤكد الدور المحوري للرقمنة في تحسين الدخل الأسري وتعزيز الاستقلالية الاقتصادية للمرأة.
- البعد الاجتماعي: أظهر أن المقاولاتية الرقمية تساهم في تعزيز ثقة المرأة بنفسها، رفع مستوى تمكينها الاجتماعي، وتوسيع شبكتها من العلاقات المهنية والاجتماعية، رغم وجود تحديات مرتبطة بالثقة المجتمعية في مشاريع النساء.
- البعد المعرفي/المهاري: بيّن أن المشاركات يملكن قدرات تقنية متوسطة مع وجود جهود في التكوين الذاتي، لكن التحديات تبقى متمثلة في التسويق الرقمي، التحكم في الأدوات الرقمية، وحل المشكلات التقنية.
- البعد البنيوي: كشف أن محدودية التمويل وضعف البنية التحتية الرقمية (الإنترنت، التجهيزات) تشكل عائقًا أمام تطور المشاريع المنزلية الرقمية.
- في المجمل، فإن المقاولاتية المنزلية النسوية عبر المنصات الرقمية تمثل آلية فعالة للتمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة الماكثة بالبيت، غير أن نجاحها يبقى رهينا بالدعم المؤسسي، التكوين المستمر، وتطوير بيئة رقمية ملائمة.

الخاتمة:

خلصت الدراسة إلى أن المقاولاتية المنزلية النسوية في البيئة الرقمية تمثل خيارًا استراتيجيًا لتحقيق التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة، خاصة في ظل التغيرات التكنولوجية والاقتصاد المعرفي. فالنتائج أظهرت أن الانخراط في أنشطة رقمية (تجارة إلكترونية، خدمات عن بعد، صناعة محتوى) ساهم في تحسين مستوى الدخل، رفع الثقة بالنفس، وتعزيز الاستقلالية في اتخاذ القرارات. ومع ذلك، تبقى التحديات قائمة على عدة مستويات: التمويل، التسويق الرقمي، البنية التحتية التقنية، والقيود الاجتماعية، وهو ما

يستدعي تدخلًا متعدد الأبعاد يجمع بين الدعم المؤسسي، التمكين المجتمعي، والتطوير المهاري.

التوصيات:

- **على المستوى المؤسسي:**

–إدماج برامج دعم وتمويل خاصة بالمشاريع المنزلية الرقمية للنساء.

–توفير فضاءات تكوين وتأطير في مجالات التسويق الإلكتروني، التجارة عبر المنصات، والأمن السيبراني.

- **على المستوى المجتمعي:**

– تعزيز ثقافة تقبّل المشاريع النسوية المنزلية الرقمية والاعتراف بدورها الاقتصادي والاجتماعي.

– تشجيع المبادرات التضامنية بين النساء المقاولات لتبادل الخبرات والموارد.

- **على المستوى الأكاديمي والبحثي:**

–توسيع الدراسات حول المقاولاتية النسوية في البيئة الرقمية لتشمل عينات أكبر ومقارنات بين الأقاليم.

–دراسة أثر المقاولاتية الرقمية على الأسرة، التربية، والعلاقات الاجتماعية.

- **على المستوى الفردي (النساء المقاولات):**

–الاستثمار في التعلم الذاتي المستمر لتطوير المهارات الرقمية والتسويقية.

–بناء شبكات علاقات مهنية واجتماعية عبر المنصات الرقمية لدعم استدامة المشاريع.

قائمة المراجع:

1. الزهراني، س .((2020)) .المرأة والعمل الحر في البيئة الرقمية :دراسة استطلاعية .*مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*.117-115 ,

2. Benería, L. (2001). *Shifting the risk: New employment patterns, informalization, and women's work.* International Labor Office.
3. Brush, C. G. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8-24.
4. Daniele, G. D. (2020). Women entrepreneurship and digital transformation: Social implications and training opportunities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 1-10.
5. Ekinsmyth, C. (2011). Consulté le 04 25, 2025, sur Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK "mumpreneurs". Geoforum: https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2010.10.005
6. Nambisan, S. (2017). *Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice.*
7. أ ,ب .(2022) .التحديات الرقمية أمام النساء المقاولات في الجزائر .*مجلة علوم الإنسان والمجتمع*.219-203 ,
8. بن عياد، هـ .(2020) .دور التكوين الرقمي في تمكين المرأة المقاولة .*مجلة التنمية البشرية* ,ص.113–110 .
9. بن قانة، س .(2022) .التجارة الإلكترونية كوسيلة لتمكين المرأة الريفية .*مجلة الاقتصاد الرقمي* ,ص.83–81 .
10. بوزياني، ن .((2022)) .ريادة الأعمال المنزلية النسوية :أبعاد نفسية ومجتمعية . *مجلة علم النفس والعمل* ,ص.91–89 .
11. بوعباس، ن .(2018) .توازن الأدوار بين العمل والأسرة لدى المرأة العاملة .*مجلة علم النفس الاجتماعي* ,ص.69–66 .

12. حمدي، ف .(2021) .الأبعاد الاجتماعية لريادة الأعمال النسوية في الجزائر . *مجلة دراسات اجتماعية* ,ص.213–212 .

13. خليفة، ف .(2021) .تمويل المشاريع النسوية في الجزائر بين الواقع والتحديات . *مجلة الاقتصاد المحلي* ,ص.142–140 .

14. دحماني، ف .(2023) .تمويل المشاريع النسوية في البيئة الرقمية .*مجلة الاقتصاد والمجتمع* ,ص.104–102 .

15. درويش، نادية .(2017) .*ريادة الأعمال النسوية في الوطن العربي* .القاهرة :دار الكتاب العربي.

16. س ,م .(2022) .التقاليد والعادات كمحددات لمشاركة المرأة في الاقتصاد الرقمي .*مجلة العلوم الاجتماعية* ,ص.94–92 .

17. س .,ب .ق .((2020)) .التحول الرقمي وتمكين المرأة الريفية في الجزائر .*مجلة دراسات اقتصادية*.104-89 ,

18. ع ,ع .((2021)) .ريادة الأعمال النسوية ودورها في التنمية المحلية .*مجلة الاقتصاد والمجتمع*.60–45 ,

19. علي، س .(2020) .التكوين الرقمي ودوره في تعزيز المقاولاتية النسوية .*مجلة العلوم الاجتماعية* ,ص.90–87 .

20. ف ,ق .(2019) .سوسيولوجيا ريادة الأعمال النسوية في الجزائر .*مجلة الفكر الاجتماعي*،.148–133 ,

21. قانة أ .(2020) .تأثير الوسائط الاجتماعية على سلوك المستهلك الرقمي .*مجلة الاقتصاد الرقمي*.67/69 ,

22. ل ,ش .((2019)) .المعوقات الثقافية والاجتماعية لمشاركة المرأة الجزائرية في سوق العمل .*مجلة قضايا المرأة* ,ص.134–132 .

23. مباركي، أ .(2021) .الفجوة الرقمية وآثارها على تمكين المرأة في الجزائر .*مجلة الإعلام الرقمي* ,ص.80–77 .

24. هني، ك .(2021) .الأثر الاجتماعي للاستقلال المالي لدى المرأة الريفية .*مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية* ,ص.113–111 .