مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

# المرأة وواقع التجارة الإلكترونية فرص وتحديات

أ.م.د عبير نجم عبدالله الخالدي
أمين مجلس كلية التربية بنات / جامعة بغداد
abeer.n@wsc.uobaghdad.edu.iq

## الملخص

هدفت الدراسة الحالية الى
١- التعرف على ماهية الصعوبات والتحديات الاجتماعية والمهنية والاسرية التي تواجهها المرأة العراقية.
٢- أهم الأسباب التي تدفع المرأة وتحفزها للعمل في مجال التجارة الإلكترونية.
٣- ابرز الحلول والمعالجات لتفعيل دور المرأة في مجال السوق الالكتروني.
تحدد البحث الحالي بالمرأة العراقية والتجارة الالكترونية للعام الدراسي ٢٠٢٥م -٢٠٢٦ م.
توصلت الباحثة الى العديد من التوصيات المهمة لعل ابرزها
١. توفير الدعم الكافي للنساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية من قبل وزارات ومؤسسات الدولة ذات العلاقة عن طريق توفير منصات رقمية مجانية لذوات الدخل المحدود والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٢. توفير الكوادر المختصة من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عن طريق الاساتذة من ذوي الاختصاص لتهيئة الطالبات للعمل في القطاع الخاص واشراكهن في الندوات والدورات المختصة في مجال التجارة الالكترونية والتهيئة للعمل في هذا المجال.
٣. التعاون وعقد الاتفاقيات واليات التعاون مع الجامعات العالمية و منظمة العمل الدولية لفتح افاق برامج تدريبية لتطوير مهارات المرأة وتمكينها من دخول سوق العمل.
٤. القضاء على كافة اشكال العنف والتحرش.
٥. الوعي الاجتماعي حول ثقافة المساواة في سوق العمل الرقمي.
٦. التأكيد على أهمية مشاركة المرأة في التنمية الاقتصادية.
الكلمات المفتاحية: (تمكين، المرأة، التجارة الالكترونية).

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

# Women and the Reality of E-commerce: Opportunities and Challenges

**Assistant Professor Dr. Abeer Najm Abdullah Al-Khalidi**

**Secretary of the Council of the College of Education for Women / University of Baghdad**

**abeer.n@wsc.uobaghdad.edu.iq**

## Abstract

This study aimed to:

1. Identify the social, professional, and familial difficulties and challenges faced by Iraqi women.
2. Identify the most important reasons that motivate and drive women to work in the field of e-commerce.
3. Identify the most prominent solutions and approaches to activating the role of women in the electronic market.

The current research focused on Iraqi women and e-commerce for the academic year 2025-2026.

The researcher reached several important recommendations, the most prominent of which is:

1. Providing adequate support to women working in the field of e-commerce by relevant government ministries and institutions through the provision of free digital platforms for low-income women and small and medium-sized enterprises.

2. The Ministry of Higher Education and Scientific Research will provide qualified personnel, including professors specializing in e-commerce, to prepare female students for work in the private sector and involve them in seminars and specialized courses in e-commerce to facilitate their entry into this field.

3. Cooperation and the establishment of agreements and mechanisms for collaboration with international universities and the International Labour Organization will open up training programs to develop women's skills and empower them to enter the labor market.

4. Eliminating all forms of violence and harassment.

5. Raising social awareness about the culture of equality in the digital labor market.

6. Emphasizing the importance of women's participation in economic development.

Keywords: (Empowerment, Women, E-commerce).

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

## المقدمة

تعد التجارة الإلكترونية ركيزة مهمة لتمكين المرأة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والنفسية بيد انها توفر القدرة الكامنة للجمع بين الحياة الاسرية والمهنة، وتكسر الحواجز التقليدية المعروفة، وتتيح لها الفرص للعمل الحر ولتنمية المهارات الجديدة عبر أسواق العالمية، مما يعزز الاستقلال المالي ويساهم في تحقيق الأهداف الخاصة بالتنمية المستدامة وسد الفجوات بين الجنسين في سوق العمل، لاسيما في المنطقة العربية وبشكل خاص في العراق.

وفي عصر التكنلوجيا الرقمية ، برزت هذا النوع من التجارة كأداة قوية لإعادة تشكيل الوضع الاقتصادي العالمي، وأصبحت للمرأة الدور المحوري فيها، لاسيما في ظل التحديات الراهنة التي تواجهها في سوق العمل. إنها تفتح آفاقً الواسعة للمرأة العربية للتحرر من القيود المكانية والزمانية، وتتيح لها بناء مشاريعها الخاصة انطلاقًا من المنزل، مما يعزز التمكين الاقتصادي ويفتح لها أبوابًا نحو الاستقلالية والابتكار.

## مشكلة البحث واهميته والحاجه اليه

تعد التجارة الإلكترونية فرصة هامة لتمكين المرأة اقتصاديًا واجتماعيًا، حيث توفر لها فرصًا جديدة للعمل والابتكار. تمكن المرأة من العمل في مجال التجارة الإلكترونية للتخطي معوقات العمل التقليدي، والتوسيع من نطاق العمل ، وتحقيق الموازنة بين العمل والحياة الأسرية.

تواجه المرأة العراقية العديد من التحديات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والنفسية في مجال عملها.

وادت التغيرات السريعة في مجال التقدم التقني وبالأخص في مجال الاقتصاد والتجارة احداث تغيرات جذرية في سوق العمل، حيث اكتضت المنصات الالكترونية بالمنتجات العديدة، واشتدت الحدة في المنافسة بجميع المجالات وبالتالي ظهرت التجارة الالكترونية كإحدى وسائل التجارة الحديثة التي ساهمت وبشكل كبير في تغيير مستقبل التجارة وساهمت من خلال تسهيل عمليات البيع والشراء إلكترونيا في زيادة كفاءة المنافسة في سوق العمل وتسهيل الحصول على المنتجات والخدمات في وقت قياسي وبالسرعة المناسبة وتخفيض تكاليف تسويق المنتجات إلى أقصى

حد ممكن .ويعد الاهتمام بدور المرأة الحرفية اسهم بشكل كبير في التنمية المجتمعية والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بمدى تطور المرأة وبناء قدراتها في المساهمة بعملية التنمية المستدامة والتي لها أبعاد تسهكم في بناء البلد وتطويره.

والتي تعزز مقولة المرأة نصف المجتمع فذلك يسهم في رفع مستوى وعيها الاجتماعي المتمثل على المستوى الشخصي والاجتماعي والاقتصادي والاسري لتكتسب الأهمية الكبرى النهوض بواقعها وواقع الاسرة والمجتمع حيث تأخذ موقعها في العمل والابداع وأن تصبح العنصر الفاعل والمؤثر في المهن الحرفية والانتاجية والاستهلاكية وعلى كافة المستويات الاجتماعية والعلمية والمهنية واصبحت تواكب عصر السرعة والتقنية ابتداءً من التنوع في الانشطة الحرفية واليدوية الى تبوء المرأة العراقية ريادة الاعمال وأهميتها واليوم تعد من الاولويات المهمة والفاعلة اثبتت فاعليتها في الاقتصاد العراقي، لاسيما في وسائل التواصل التقني الحديثة التي تأخذ بنظر الاعتبار سيطرة للوسائل الرقمية على الحياة الاجتماعية وما تمخض عنها من قنوات التواصل الاجتماعي وبيجات ومواقع الكترونية ...الخ

ومن هذا المنطلق أتضح استخدام المواقع الالكترونية الحديثة من الضرورة الملحة والتي تشكل مطلبا أساسيا نظرا إلى فاعليتها وأهميتها الكبيرة في ترقية وتفعيل النشاط التجاري لاسيما الانشطة الحرفية النسوية وكافة المجالات المهنية، والذي بموجبه سهل طريق العمل المهني لدى المرأة كاسرا قيود كانت تسهم بشكل فاعل بعدم تمكينها الاقتصادي والاجتماعي والاسري لتشكل ركيزة مهمة في اقتصاد البلد وتنميته.

تتحدد مشكلة البحث الحالي بدور المرأة حيث واجهت المرأة تحديات ومعوقات عديدة وتحديدًا المرأة العراقية العديد من التحديات في العمل، التي تعوق تقدمها وأدائها والظهور بالشكل اللائق في عملها، وهو ما يؤثر بالسلب على تحقيق أحلامها وطموحاتها وصقل حياتها الوظيفية بالشكل المرغوب.

والنظرة إلى المرأة بشكل عام حول العالم على اعتبارها نواة الأسرة، يفرض عليها مزيد من الوقت والجهد المبذول من أجل رعاية الأسرة وأفرادها بالشكل المطلوب، وهو بدوره ما يعوق كثيرًا من عمل المرأة ويحرمها من هذا الدور المجتمعي الهام.

إلى جانب كثير من المشاكل التي تقف في طريق المرأة وقدرتها على أن يكون لها حياة وظيفية مُلهمة مثل الرجال، على رأسها نظرة المجتمع العربي السلبية إلى المرأة العاملة على منصات التواصل الاجتماعي، وما قد تتعرض له كذلك من مضايقات ومعاكسات أثناء العمل

كل هذه أسباب صعبت من عمل المرأة وتفعيل دورها الوظيفي في المجتمع خاصة في المجتمعات العربية، فكان لابد للمرأة من البحث عن تحقيق ذاتها وإثبات قدراتها التي لاتقل عن الرجل من خلال البحث عن عمل يناسب ظروفها لتواجه هذه الصعوبات وتعمل على تذليلها.

في ضوء ما تقدم فقد ارتأت الباحثة صياغة المشكلة في السؤال التالي

هل توجد تستطيع المرأة في مواجهة صراع الادوار بين الجنسين وممارسة مهنة التجارة الالكترونية .

**أهمية البحث والحاجة اليه**

هنالك العديد من المعوقات التي تحد من واقع تمكين المرأة في مجال التجارة الالكترونية وتجعل فرص التجارة في هذا المجال صعبة وتتطلب ان تواجه المرأة العديد من الصعاب على الرغم من امكانية استثمار الفرص بشكل سريع ونافع تبرز اهمية البحث الحالي الوطني تطوير الأعمال المهنية المناطة بالمرأة وتجعلها قادرة على دخول سوق العمل الالكتروني بمهن مختلفة البسيطة منها والمتطورة فالبعض من النساء قادرة أن تكون رائدة أعمال معروفة ليس على الصعيد المحلي وانما امتدت التجارة عبر التقنيات الالكترونية لتشمل الدول النامية والمتطورة وان تكون ناجحة في هذا المجال.

لعبت المرأة دورًا حيويًا في التجارة الإلكترونية، حيث تساهم في نمو الاقتصاد عبر التجارة الإلكترونية للوصول إلى أسواق الجديدة، ويعد توفير فرص العمل وتعزيز التمكين

الاقتصادي للمرأة محورا مهما في تعزيز التنمية المستدامة ٢٠٣٠، تبرز اهمية البحث الحالي من خلال

**التمكين الاقتصادي**

تسهم التجارة الإلكترونية في زيادة دخل المرأة، وتحسين الوضع المالي، ووتعزيز استقلالها الاقتصادي.

**نطاق عمل واسع وفق فضاء رقمي متاح**

تسمح التجارة الإلكترونية بالعمل من أي مكان وفي أي وقت، مما يتيح للمرأة التوفيق بين المسؤولية الاسرية وممارسة العمل المهني.

**العمل قابل للتطوير والنمو**

يمكن للمرأة الوصول إلى أسواق جديدة وجمهور أوسع من خلال التجارة الإلكترونية، مما يزيد من فرص نمو أعمالها.

**قابل لفتح آفاق عمل غير تقليدية**

تسهم التجارة الإلكترونية في كسر الحواجز الاجتماعية والاقتصادية التي تواجهها المرأة، وتمكينها من تحقيق طموحاتها.

**الابتكار والإبداع**

التجارة الإلكترونية قادرة على توفير البيئة الخصبة للإبداع والابتكار، يعد تمكين المرأة فرص عمل جديدة غير نمطية قابلة للنمو والابداع والابتكار.

**حدود البحث**

يتحدد البحث الحالي بالتجارة الالكترونية والمرأة العراقية للعام الدراسي ٢٠٢٥م .

**هدف البحث**

يهدف البحث الحالي الى

١- ماهية الصعوبات والتحديات الاجتماعية والمهنية والاسرية التي تواجهها.

٢- أهم الأسباب التي تدفع المرأة وتحفزها للعمل في مجال التجارة الإلكترونية.

٣- ابرز الحلول والمعالجات لتفعيل دور المرأة في مجال السوق الالكتروني

**اهم المفاهيم والمصطلحات الاجتماعية**

**١ - التجارة الالكترونية**

لغويا تجارة (تجرا) وتجارة اي ممارسة البيع والشراء ويقال تجر في كذا .اما الكتروني اسم مفرد والجمع الكترونيات وهو منسوب الى الكترون وهو جزء من الذرة ذو شحنة كهربائية سالبة.

اصطلاحا :تعرفها منظمة التجارة العالمية ( WOT-organization trade world) الانتاج والتسويق والبيع الخاص بالسلع والخدمات عبر الوسائط الالكترونية، وتم تقسيمها الى ثلاثة مراحل (ANDREW,2022.p.10 )

اولاً: المرحلة الخاصة بالدعاية والبحث.

ثانياً: المرحلة الخاصة بالطلب والسداد.

ثالثاً: المرحلة الخاصة بالتسليم، مع المراعاة الى انه بالإمكان ان تتم جميع هذه المراحل بالشكل الرقمي او يتم اغلبها والباقي تنجز بالطرق التقليدية.

ووفقاً لتعريف منظمة الامم المتحدة (التجارة الالكترونية في البيع او الشراء البضائع او الخدمات سواء كانت بين الشركات التجارية والمنازل والافراد والحكومات والمنظمات العامة او الخاصة او الاخرى عن طريق الشبكات بالحواسيب، اذ يلزم ذلك في الطلب هذه البضائع والخدمات وعن طريقها، اما الدفع والتسليم السلعة او الخدمة فتتم عن طريق الوسائل الرقمية او الالكترونية المتاحة. (عبد الخالق :٢٠٠٨ ،ص٣٢)

وعرفت التجارة الإلكترونية هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت. تشمل هذه العملية جميع الأنشطة المتعلقة بالبيع والشراء، مثل عرض منتجات، وتسويق، وإتمام العمليات الخاصة بالدفع، وبالتسليم، والخدمة الخاصة بالعملاء. وهي الأسلوب التجاري الذي يعتمد على التكنلوجيا الرقمية لتسهيل العمليات التجارية.

والتجارة الإلكترونية، أو E-commerce، هي المصطلح الذي يشير إلى أي نشاط تجاري يتم من خلال الإنترنت. ويمكن أن يشمل ذلك بيع المنتجات المادية، أو توفير الخدمات الرقمية،

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

أو حتى الترويج للمنتجات وجمع العملات الرقمية. او النشاط ذو الطابع الاقتصادي موفر الخدمة والمستهلك – بصورة كلية أو جزئية– بوسيلة إلكترونية، من أجل بيع المنتجات أو تقديم الخدمات او الترويج عنها أو تبادل المعلومات الخاصة بها

ويشمل مفهوم التجارة الإلكترونية (e–commerce) عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات التي تقوم بها الشركات التجارية أو الأفراد عبر الإنترنت، ولابد من القول التجارة الإلكترونية يمكن أن تتم من خلال أجهزة الحاسوب وكذلك الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وباقي الأجهزة الذكية المعروفة والمستخدمة. (سنباط : ٢٠١٠ ،ص ٣٣)

اما التعريف الاجرائي لهذا المفهوم وهي التجارة التي تتم عبر التقنيات الالكترونية الحديثة عابرة القارات تمتاز بسهولة النشر والترويج والبيع.

٢– **المرأة:** المرأة هي أنثى الإنسان البالغة، وتُستخدم عادة للإشارة إلى الأنثى بالغة سن الرشد من البشر، بينما يُستخدم مصطلح "الفتاة" أو "البنت" للإشارة إلى الإناث الغير البالغات. كما يمكن أن يكون مصطلح المرأة إلى هوية الأنثى بغض النظر عن سنها.

وبمعنى اخر، يمكن تعريف المرأة بأنها أحد شطري الكائن البشري، حيث يمثل الذكر والأنثى تعتبر اساس وجود البشرية وفي القرآن الكريم، يشار إلى المرأة على أنها "إنسان.

في المعاجم العربية، تُعرّف المرأة بأنها "الأنثى وتطلق على الأنثى البالغة من النسوة، وقد تأتي بمعنى الزوجة أو البنت أو الأم.

**الْمَرْأَةُ**.جمع: نِساءٌ، نِسْوَةٌ، نِسْوانٌ مِنْ غَيْرِ لَفْظِها .**اِمْرَأَةٌ** عِنْدَ التَّنْكيرِ **والْمَرْأَةُ** عِنْدَ التَّعْريفِ.

**الْمَرْأَةُ** :أُنْثَى الرَّجُلِ.

**اِمْرَأَةٌ** .جمع: نِساءٌ، نِسْوَةٌ، نِسْوانٌ مِنْ غَيْرِ لَفْظِها .**اِمْرَأَةٌ** عِنْدَ التَّنْكيرِ **والْمَرْأَةُ** عِنْدَ التَّعْريفِ.

**اِمْرَأَةٌ** :أُنْثَى الرَّجُلِ( المعجم الوسيط : بدون سنة طبع ، ص ٤٣٢١)

والتعريف الاجرائي المرأة هي الانثى البالغة التي تبني الحياة الاجتماعية والاقتصادية للأسرة والمجتمع وهي الشطر الثاني من البنية الانسانية والمسؤولة عن كيان الاسرة وبنيانها وديمومتها.

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

## الفصل الثاني / المرأة وميدان العمل في التجارة الالكترونية

يعد الفضاء الرقمي ثورة في عصر التكنلوجيا وفضاء واسع لتمكين المرأة من ممارسة عملها وبشكل سلسل وباقل التكاليف من خلال الشبكة العنكبوتية يمكن عقد الكثير من عقود البيع والترويج و الاستثمار وقد يتم إبرام العقود بوقت قياسي وهذا يعتمد على طريقة في عرض السلع والبضائع لأجل بيعها ، وكما يلجأ الزبون إلى عملية الشراء ما يرغب من السلعٍ والبضائعٍ عبر الأنترنت وذلك لسرعة التعاقد الإلكتروني وارسال المبلغ عبر البطاقة الالكترونية، أو لأن المشتري يبحث عن السلع معينة وفق شروط محددة يرغب بها ليحصل عليها بسعرٍ منخفضٍ نسبيًا ، أو لأجل حصوله على السلع النادرة من السوق الإلكترونية بسهولةٍ أكثر، في حال إذا ما قام بالبحث عنها في السوق التقليدية، وكثيرٌ من الأسباب الأخرى التي تدفع أيٌ منهما إلى إبرام العقد الإلكتروني.

ولعل من أهم الأسباب التي تدفع المرأة وتحفزها للعمل في مجال التجارة الإلكترونية ما يأتي

١- توفر العمل على مدار الساعة.

٢- السهولة في عرض السلع والبضائع.

٣- سهولة الوصول الترويج، والوصول إلى الأسواق العالمية.

٤- سهولة التعاقد عن بعد مع الزبائن.

٥- الربح السريع.

٦- عدم وجود الوسطاء في العمل والتعرض الى الضغوط والاحتكار.

وقد أشارت الأمم المتحدة إلى سبعة عشر هدفًا بالغ الاهمية تسعى جميع الدول لتحقيقها بحلول عام ٢٠٣٠ وهي

١- القضاء على الفقر

٢-لقضاء التام على الجوع

٣- الصحة الجيدة والرفاه

٤-التعليم الجيد

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

٥- المساواة بين الجنسين

٦- الماء النظيف والنظافة الصحية

٧-الطاقة النظيفة وبأسعارٍ معقولةٍ

٨- العمل اللائق ونمو الاقتصاد

٩- الصناعة والابتكار والبنية التحتية

١٠-الحد من أوجه عدم المساواة

١١- مدن ومجتمعات مستدامة

١٢- الاستهلاك والإنتاج المسؤولان

١٣- العمل المناخي

١٤-الحياة تحت الماء

١٥-الحياة في البر

١٦-السلام والعدل

١٧-عقد وتنشيط الشراكة لتحقيق الأهداف

مما تم ذكره أعلاه يشير إلى إن عمل المرأة في التجارة الإلكترونية يحقق ثمانية من أهداف التنمية المستدامة، وفي الوقت الذي تسعى جميع الدول لتحقيق هدف أو هدفين من هذه الأهداف ، فإن المرأة بمجرد العمل في التجارة الالكترونية وعن بعد ستمكنها من تحقيق النصف من أهداف التنمية المستدامة نسبيا.

## المبحث الثاني / الاطار النظري للدراسة

١- **النظرية الدور**: يشير هذا المفهوم الى مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك المتوقع في القيام به من طرف شخص بناءً على مكوناته وسماته الشخصية والمميزات الفردية وكما يوضح من الجهة الاخرى الى الاسلوب او الوسائل المميزة التي يؤدي بها الشخص النشاط المطلوب منه في الموقع المعين وتعد هذه النظرية من النظريات المهمة والمستخدمة بحقل العلوم الاجتماعية وبصفة عامة وخدمة الفرد بشكل خاص لسبب مهم وهو ان خدمة الفرد تهتم

بهذه النظرية بشكل المهم والفاعل ،لأنها تسلط الضوء على التفاعل الخاص بالفرد مع البيئة المحيطة به والعلاقة المتبادلة بينهما حيث ان الكثير من المعوقات سببها عدم القدرة على الاداء بالأدوار الاجتماعية بنجاح، فان طبيعة الحياة المعقدة ولتعدد الاحتياجات الخاصة بالفرد تجعله قادراً على إداء ادواراً عديدة في المجتمع.

وهنالك تعريف اخر للنظرية يرى انها مجموعة من المعايير والتوقعات الثقافية والاجتماعية والمؤسسية التي تتعلق بموقف معين ونظرية الدور تنصب على نقاط المهمة والفاعلة ولاسيما الادوار والمكانة الاجتماعية ومميزاتها وتنظيمها وكذلك التوافق الاجتماعي وعملياتها والمشاكل والادوار الاجتماعية والاعتماد المتبادل بين الانساق وتقسيم العمل ،وهنالك تعريف آخر الدور الاجتماعي هو السلوك المتوقع من الفرد الذي يشغل موقعا معينا، ويلعب الافراد في كافة المجتمعات عددا من الادوار الاجتماعية المختلفة طبقا للسياقات العديدة للأنشطة التي يمارسونها، وهو النمط من السلوك الذي يتوقعه الاخرون من شخص يحتل مركزا اجتماعيا معينا خلال تفاعله مع الاشخاص هم يشغلون اوضاعا اجتماعية أخرى.

(w ww.boukultra.com)

**أهمية هذه النظرية في فهم السلوكيات الفردية**

تقدم نظرية الدور الاجتماعي لها رؤيا قيمة لمعرفة لماذا يتصرف الأفراد بالطرق التي يتصرفون بها

**أولا- توجيه السلوك وتوفير إطار للتفاعل.**

تشكيل الهوية الذاتية: تساهم الأدوار التي نؤديها في تشكيل مفهومنا عن أنفسنا وهويتنا. "أنا طالب" أو "أنا أم" هي ليست مجرد مكانات، بل جزء من تعريفنا لذواتنا.

**تفسير الاتساق في السلوك:** تساعد النظرية في تفسير لماذا يميل الأفراد إلى التصرف بشكل متسق نسبيًا عبر مواقف مختلفة طالما أنهم يشغلون نفس المكانة ويؤدون نفس الدور.

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

**فهم الضغوط والتوقعات:** تسلط الضوء على ضغوط التي قد يشعر بها الأفراد لتلبية توقعات الأدوار المرتبطة بمكاناتهم، حتى لو كانت هذه التوقعات تتعارض مع ميولهم الشخصية.

يمكن فهم السلوكيات الخاصة بالأفراد في السياقات المركبة، مثل التطبيق الخاص بنظرية الفعل الاجتماعي لماكس فيبر، بشكل كبير عند الأخذ في نظر الاعتبار الأدوار الاجتماعية التي يشغلونها وكيف يكون هذا التأثير على هذه الأدوار في الدافع والاتجاه.

**الفصل الثاني / التجارة وتجربة السوق الالكتروني**

وفقا لمتطلبات العميل المتغيرة في الحصول على المزيد من خيارات تسهيل الوصول والسرعة في تسليم البضاعة، تعمل الشركات على دمج العروض في المتجر وعروض التجارة الإلكترونية لإنشاء تجارب فاعلة في التسوق وهي سلسة متعددة القنوات يمكن العملاء خلالها تتجسد بعدة نقاط

أولا- البحث عن المنتجات والخدمات عبر الإنترنت واستكشافها قبل إجراء عملية شراء سواء عبر قنوات الاتصال الالكتروني.

ثانيا :تجربة ترويج البضاعة من خلال المواقع الالكترونية والوسطاء والعروض الأخرى قبل إجراء العملية الشرائية.

ثالثا- استخدم أي جهاز الموبايل او الحاسبة، وساعة ذكية، ومساعد رقمي، وغير ذلك - للتسوق متى وفي اي وقت يشاء.

- تلقي توصيات وعروض أخرى عبر الإنترنت مصممة خصيصًا بناءً على المعلومات التي تم جمعها عبر الإنترنت أو في المتجر.

- شحن العناصر أينما يريدون (إلى منازلهم أو إلى متجرهم المحلي)، غالبًا في غضون يوم أو يومين فقط.

- طلب العناصر عبر الإنترنت من داخل متجر تقليدي، عندما يفتقر هذا المتجر الفعلي إلى المخزون المفضل (النمط والحجم واللون وما إلى ذلك) (السيد : ٢٠٢١ ، ص٣٤)

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

**اهم الاسباب التي تدفع المرأة في العمل بالتجارة الالكترونية**

أهم الأسباب التي تدفع النساء وتحفزها للعمل في مجال التجارة الإلكترونية ما يأتي:

١. توفر العمل بشكل مستمر، إلى جانب المرونة في ساعات العمل
٢. سهولة العرض الخاص بالسلع .
٣. سهولة الوصول لقاعدة واسعة من الزبائن ، والوصول إلى الأسواق العالمية
٤. سهولة عقد الصفقات مع الزبون
٥. سهولة تحقق الربح.
٦. البيع المباشر وعدم احتكار السلعة واشادت أمنظمة الأمم المتحدة إلى سبعة عشر هدف تسعى من خلاله جميع البلدان لتفعيلها بحلول عام ٢٠٣٠ وهي:
١. محاربة الفقر والقضاء عليه
٢. العمل على توفير الغذاء
٣. الاهتمام بالصحة
٤. الاهتمام بالتعليم الجيد
٥. المساواة بين الذكور والاناث
٦. توفير المياه
٧. توفير الكهرباء
٨. تنمية الاقتصاد
٩. تنمية الصناعة
١٠. القضاء على عدم المساواة وتثبيت العدل
١١. تنمية مستدامة والحفاظ على البيئة
١٢. تنظيم الاستهلاك
١٣. ديمومة الحياة في البحار والمحيطات
١٤. ديمومة الحياة البرية

١٥. تحقيق السلم والعدل

١٦. عقد وتفعيل التعاون لتحقيق الأهداف (السعيدي :٢٠٢٥ ،ص١٢)

مما ذكرناه يؤكد ان عمل المرأة في التجارة الإلكترونية تحقق ثمانية من الأهداف في التنمية المستدامة، في الوقت الذي تسعى حثيثًا جميع دول العالم لتنفيذ هدف من الاهداف أو الهدفين من هذه الأهداف، فإن المرأة بمجرد ممارستها للعمل عن بعد في التجارة الإلكترونية ستتمكن من تحقيق اكثر من نصف أهداف التنمية المستدامة تقريبًا.

**المرأة العراقية والتجارة الالكترونية**

تعد التجارة الإلكترونية فرصة كبيرة للمرأة العراقية لزيادة دخلها وتحسين وضعها الاقتصادي .يمكن للمرأة العراقية الاستفادة من التجارة الإلكترونية لإنشاء مشاريعها الخاصة، سواء كانت منتجات يدوية أو خدمات، وتسعى الى تسويقها عبر الإنترنت للوصول إلى جميع بلدان العالم .

إيجابيات التجارة الإلكترونية للمرأة العراقية: هنالك العديد من الايجابيات تسعى المرأة لتحقيقها

**المرونة**

يمكن للمرأة العمل من المنزل أو في أي مكان آخر يناسبها، مما يوفر لها المرونة في الإدارة وتوظيف الوقت بين عملها ومسؤولياتها المتعددة.

**الانفتاح نحو الأسواق الجديدة**

تتيح هذه التجارة للمرأة العراقية الوصول إلى عملاء محتملين في جميع أنحاء العراق وحتى في الخارج، مما يزيد من فرص الترويج وبيع السلع.

**التكاليف القليلة**

عند المقارنة مع التجارة التقليدية، تتطلب التجارة الإلكترونية تكاليف قليلة للمباشرة بالعمل ، بدل استئجار محل أو الدفع الخاص بالفواتير كهرباء ،ماء، مما يجعلها يشجع المرأة على ممارستها وبشكل خاص للمبتدئات.

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

**التمكين والاستقلالية الاقتصادية**

تمكن التجارة الإلكترونية النساء من تعزيز الاستقلال المالي والاعتماد على نفسها في تلبية الاحتياجات الخاصة بها واحتياجات الخاصة بأسرتها.(السعيدي : ٢٠٢٥ ،ص٤٥)

تحديات التجارة الإلكترونية للمرأة العراقية:

**الصعوبات الخاصة بتوفير شبكات الاتصال (الانترنت)**

تواجه المرأة في المناطق الحدودية والنائية صعوبة في الوصول إلى شبكة النت ذو فاعلية جيدة ، مما يعرقل مشاركة المرأة في هذا النوع من التجارة.

**ضعف الوعي**

قد تحتاج المرأة العراقية إلى المزيد من الوعي حول الكيفية الخاصة باستخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي للعمل وفق الشبكة العنكبوتية.

**المنافسة**

تواجه المرأة العراقية تنافس حاد من التجار عبر الإنترنت، مما يتطلب منها العروض المميزة وتقديم المنتجات أو الخدمات ذات الجودة العالية.

**التحديات الخاصة بالأمن السيبراني**

تتعلق هذه التحديات حول الأمن السيبراني، مثل حماية المعلومات الخاصة بكلا الطرفين الزبون والتاجر فضلا عن البيانات الخاصة بالدفع، مما يستلزم اتخاذ التدابير الأمنية الصارمة. وفق سياق قانوني فاعل (مصطفى، واخرون :٢٠٢٣ ،ص٢١)

**الجهات الساندة لعمل المرأة في التجارة الالكترونية**

**١-الحكومة**

تقديم الدعم اللوجستي لتمكين المرأة في العمل في مجال التجارة الالكترونية وبشكل خاص الحماية القانونية والتشريعية والعمل على توفير البنية التحتية القوية في مجال العمل في بيئة رقمية آمنه، وتسهيل الإجراءات التي لها علاقة بالتجارة الإلكترونية.

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

**٢-القطاع الخاص**

يمكن للشركات والمؤسسات الخاصة توفير المنصات حول التجارة الإلكترونية سهلة الاستخدام، وتقديم الخدمات الخاصة بالدعم الفني واللوجستي للنساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية

**٣-المجتمع المدني**

يمكن للمنظمات غير الحكومية تنظيم الورش العمل والدورات التدريبية لزيادة الوعي الخاص النساء العاملات في هذا المضمار، وتقديم الدعم النفسي والاجتماعي لهن.

وبذلك ترى الباحثة وجهة نظر مهمة وهي تمثل التجارة الإلكترونية فرصة واعدة للمرأة العراقية لتعزيز دورها الاقتصادي والاجتماعي. ومع تضافر الجهود الحكومية والقطاع الخاص والمجتمع المدني، يمكن للمرأة العراقية الاستفادة من هذه الفرصة وتحقيق النجاح في عالم التجارة الإلكترونية.

تواجه المرأة العراقية في مجال التجارة الإلكترونية تحديات عدة، أبرزها الأمية الرقمية، وعدم توفر أنظمة دفع إلكتروني آمنة وموثوقة، والافتقار إلى خدمات لوجستية متطورة، بالإضافة إلى تحديات تتعلق بالثقة والمصداقية في المتاجر الإلكترونية.

**أهم المعوقات التي تواجه المرأة العراقية في مجال التجارة الإلكترونية**

**الأمية الرقمية**

يعاني الكثير من النساء في العراق من نقص في الخبرات الخاصة بالمهارات الرقمية اللازمة للتسوق عبر الإنترنت، مما يحد من امكانيتهن في الاستفادة من التجارة الإلكترونية.

**الافتقار الى أنظمة الدفع إلكتروني آمن**

يمثل عدم توفر أنظمة دفع إلكتروني آمنة وموثوقة عائقًا كبيرًا أمام النساء اللواتي يفضلن الدفع عبر الإنترنت، حيث يشعرن بعدم الأمان في إدخال بياناتهن المالية عبر الإنترنت.

**صعوبة بناء الثقة والمصداقية**

قد يجدن الصعوبة في البناء الثقة والمصداقية حول العمل الخاص بالمتاجر الإلكترونية، لاسيما مع توفر العديد من المتاجر غير الموثوقة.

**الخدمات اللوجستية غير المتطورة**

يعاني قطاع الخدمات اللوجستية في العراق من ضعف البنية التحتية وعدم الكفاية الخاصة بالخدمات، مما قد يزيد من التكاليف الخاصة بالتوصيل ويؤثر بشكل مباشر على التجربة الخاصة بالتسوق عبر الإنترنت.

**التحديات التي تواجه المرأة العراقية في سوق العمل**

تعد مشاركة المرأة العراقية في سوق العمل تعاني من الانخفاض النسبي حيث يحتل العراق مراتب متأخرة عالميًا في هذا المجال. وتشير التقارير إلى أن نسبة المشاركة في القوى العاملة لا تتجاوز ١٠.٧%. تواجه المرأة العراقية العديد من التحديات التي تعيق وصولها إلى سوق العمل، بما في ذلك العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

ويمكن تلخيص التحديات المؤدية الى انخفاض المشاركة بسوق العمل:

**العوامل الاجتماعية والثقافية**

تعد الأعراف والتقاليد الاجتماعية من الاسباب المباشرة في الحد من فرص عمل المرأة، حيث يُنظر في بعض الأحيان إلى عمل المرأة على أنه غير مقبول اجتماعيًا، لاسيما في المناطق الريفية والقبلية النائية. لعب الموروث الثقافي دورا خطيرا في تبرير الكثير من معوقات العمل في مجال التجارة الالكترونية قد عززت بشكل وباخر بنظام السلطة الذكورية واسهمت تلك الحالة في تقوية اتجاهات الاسرة نحو عزلها عن الحياة العامة وحرمانها من حقوقها في العمل والتعليم.

(مصطفى :٢٠٢٥ ، ص ٣٧)

**العوامل الاقتصادية**

قد تعاني المرأة من الصعوبات الوصول إلى الموارد المالية اللازمة لبدء أو التوسيع بمشاريعها الخاصة، كما قد تواجه العديد من الصعوبات في الحصول على التدريب والتأهيل اللازمين للخوض في العمل المهني الخاص بالتجارة الالكترونية.

مجلة الدراسات المستدامة
P-ISSN(Print) : 2663-2284
E-ISSN(online): 2663-7413
السنة (٨) المجلد (٨) العدد (٣) تموز. لسنة ٢٠٢٦م - ١٤٤٨ هـ

**التعرض الى اشكال عديدة من العنف**

تتعرض بعض النساء للعنف والتحرش في مكان العمل منها الابتزاز والسرقة الالكترونية تحت طائلة التهديد والعنف اللفظي وغيرها، مما يدفعهن إلى ترك العمل أو تجنب الخوض في هذا المجال خشية التشهير مما يدفعها ذلك الى ترك العمل، حيث اشارت وزارة التخطيط العراقية ومن خلال المسح الذي اجرته عام ٢٠٢١ ان نسبة النساء المعنفات بلغت (٢٩.٥ %) بينما بلغت نسبة المعنفات بالعنف الاقتصادي ٢٢ %).

(مجموعة من الخبراء :٢٠٢١، ص ٣٣)

**عدم المساواة في الأجور والفرص**

قد تواجه المرأة تمييزًا في الأجور والترقيات، مما يقلل من جاذبية العمل بالنسبة لها.

**التحديات الأسرية**

قد تواجه المرأة صعوبة في التوفيق بين مسؤولياتها الأسرية ومتطلبات العمل، لاسيما في ظل الغياب الخاص بالدعم الكافي من الأسرة والمجتمع.

**اهم التوصيات**

١- توفير الدعم الكافي للنساء العاملات في مجال التجارة الالكترونية من قبل وزارات ومؤسسات الدولة ذات العلاقة عن طريق توفير منصات رقمية مجانية لذوات الدخل المحدود والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

٢- توفير الكوادر المختصة من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عن طريق الاساتذة من ذوي الاختصاص لتهيئة الطالبات للعمل في القطاع الخاص واشراكهن في الندوات والدورات المختصة في مجال التجارة الالكترونية والتهيئة للعمل في هذا المجال.

٣- التعاون وعقد الاتفاقيات واليات التعاون مع الجامعات العالمية و منظمة العمل الدولية لفتح افاق برامج تدريبية لتطوير مهارات المرأة وتمكينها من دخول سوق العمل.

٤- القضاء على كافة اشكال العنف والتحرش عن طريق بذل جهود لزيادة الوعي الاجتماعي حول حقوق المرأة في العمل، ومكافحة العنف والتحرش. وتفعيل التشريعات والقوانين التي تحفظ حقوق المرأة وتصونها من كافة اشكال العنف والتحرش.

٥- الوعي الاجتماعي حول ثقافة المساواة في سوق العمل الرقمي والعمل على سياسة ثقافة الابداع والتميز وتشجيع المبادرات إلى تغيير المفاهيم الاجتماعية والثقافية السلبية تجاه عمل المرأة، وتشجيع المجتمع على دعم مشاركتها في سوق العمل.

٦- التأكيد على أهمية مشاركة المرأة في التنمية الاقتصادية لاسيما في مجال التجارة الالكترونية من خلال مشاركة المرأة في القوى العاملة في زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي وفق سياقات التجارة الرقمية والاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في هذا المضمار.

**المقترحات**

١- الدعوة الى تبني جهات رصينة للأعمال الريادية لسيدات العراق للمشاريع القابلة للتنفيذ من البنوك الاهلية في القطاع الخاص

٢-اطلاق المسابقات والمهرجانات التي تدعم العمل في مجال التجارة الالكترونية من قبل مؤسسات الدولة لاسيما في المرحلة الحالية التي تدعم القطاع الخاص والعمل به.

٣-ربط التجارة الالكترونية في العراق بمنصات دولية عالمية التي تسهم بشكل اساسي وفاعل في تطوير التجارة الالكترونية ولاسيما العمل للعنصر النسوي.

**المصادر العربية**

١. السعيدي، ثامر عبد الجبار(٢٠٢٥)،عمل المرأة في التجارة الالكترونية ودوره في تحقيق اهداف التنمية المستدامة، ط١، بغداد، العراق.

٢. السيد، نهى محمد احمد (٢٠٢١) التجارة الإلكترونية والتمكين الاقتصادية للمرأة من منظور نسوي، كلية الآداب، جامعة الفيوم، ط١،جمهورية مصر العربية.

٣. نخبة من اساتذة ،المعجم الوسيط، ،بلا طبعة ، بلا سنة

٤. عبد الخالق ،احمد، (٢٠٠٨) معجم اللغة العربية ا لمعاصر، مج ١، ط١ مطبعة عالم الكتب، القاهرة.

٥. احمد عبد الخالق (٢٠١٠) التجارة الالكترونية. دراسة مطبقة على المكتبات، ط٢ ، المملكة العربية السعودية.

٦. سنباط، يوسف (٢٠١٠) التجارة الالكترونية، دوافع وتحديات، مجلة الامن والقانون ،اكاديمية شرطة دبي مجلد ٢، الامارات.

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

٨. مصطفى، عدنان ياسين (٢٠٢٥) العنف ضد النساء والفتيات في ظروف الصراع –حالة العراق، ط١، بغداد، العراق.

٩. نظرية الدور في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية مقدمة وتطبيقات

١٠.مجموعة من الخبراء (٢٠٢١)، العنف ضد المرأة في المجتمع العراقي: دراسة قانونية ، قضائية ، احصائية ، هيئة الامم المتحدة للمرأة ، ط١، العراق

١١.مصطفى، عدنان ياسين، د.وفاء جعفر المهداوي(٢٠٢٣)، التغيرات المناخية والامن الانساني للمرأة العراقية: خيارات التدخل لأمن مستدام دراسة ميدانية صندوق الامم المتحدة للسكان ط١ ، العراق

١٢.نخبة من الخبراء، (٢٠٢١) نظرية الدور الاجتماعي، فهم السلوك الفردي والجماعي سوسيولوجيًا.w ww.boukultra.com

**المصادر الاجنبية**

1-ANDREW BLOOMENTHAL (2022), "Electronic Commerce (Ecommerce)", Investopedia, R. U.S.A.ٍWesley Chai, "DEFINITION e-commerce t (2022). Edited. 2- Jenn Vanda Zande, "What is e-commerce? Definition, benefits, examples", the-future-of-commerce, Retrieved Edited.