

توجهات المرأة نحو اختيار الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة

م.م. رسل سلام حسين
كلية التميز، جامعة بغداد، العراق.

rusal.sallam1210a@coeduw.uobaghdad.edu.iq

الخلاصة:

تتناول هذه الدراسة سؤالاً واضحاً. لماذا تُقبل المرأة البغدادية على الأقمشة المستدامة، ولماذا تُحجم؟ الخلفية معروفة. فالموضة المستدامة ردّ عالمي على ما خلفته صناعة الأزياء من أعباء بيئية واجتماعية. وللدراسة هدفان. الأول قياس مدى إلمام المرأة بمفهوم هذه الأقمشة. والثاني كشف ما يحرك قرار الشراء. ومن ذلك الوعي البيئي والمستوى الاقتصادي وجودة التصميم. تُضاف إليها المؤثرات التسويقية والإعلامية. وقد اعتمد المنهج الوصفي التحليلي. جُمعت البيانات بالاستبانة والمقابلة. ثم عولجت إحصائياً. أما الفرضيات فتراهن على صلة بين الوعي البيئي والميل إلى هذه الملابس. ويعضدها أثر العوامل الاقتصادية والجمالية والإعلامية. وتتبع أهمية العمل من ميدانه. فهو سوق عراقي ما زال يتلمس طريقه. تحاصره قلة الوعي وعوائق اقتصادية وثقافية. والخلاصة بسيطة. التنقيف البيئي، حين يقترن بتسويق محكم، يوسع الإقبال على الأقمشة المستدامة. ويسند الاستدامة في أزياء بغداد، استخدم في البحث المنهج الوصفي التحليلي. جُمعت بياناته بالاستبانة والمقابلة. ثم خضعت للتحليل الإحصائي. ويفترض أن صلة ذات دلالة إحصائية تجمع وعي المرأة البيئي بميلها إلى الملابس المستدامة. تدعمها عوامل اقتصادية وجمالية وإعلامية. وللعمل قيمته. فهو يلتفت إلى سوق فتّي في العراق. سوق ما زال يصارع ضعف الوعي وتحديات اقتصادية وثقافية. وينتهي إلى خلاصة واضحة. تعزيز التنقيف البيئي وصياغة تسويق فاعل يرفعان الإقبال على هذه الأقمشة. ويدعمان الاستدامة في أزياء بغداد.

الكلمات المفتاحية: الأقمشة المستدامة، الموضة المستدامة، سلوك المستهلك، المرأة، الوعي البيئي، الملابس الصديقة للبيئة.

Women's Attitudes Towards Choosing Clothes Made from Sustainable Fabrics

Assistant Teacher Rusul Salam Hussein
College of Excellence, University of Baghdad, Iraq

Abstract:

This study addresses a clear question: Why do women in Baghdad embrace sustainable fabrics, and why do they shy away from them? The background is well-known. Sustainable fashion is a global response to the environmental and social burdens left by the fashion industry. The study has two objectives: first, to measure women's understanding of these fabrics; and second, to uncover the factors driving their purchasing decisions. These factors include environmental awareness, economic status, and design quality, in addition to marketing and media influences. The descriptive-analytical method was adopted. Data was collected through questionnaires and interviews, and then statistically analyzed. The hypotheses posit a link between environmental awareness and the inclination towards these garments, supported by the influence of economic, aesthetic, and media factors. The study's significance stems from its focus on the Iraqi market, which is still finding its way, beset by a lack of awareness and economic and cultural obstacles. The conclusion is simple: environmental education, when combined with effective marketing, expands the demand for sustainable fabrics

and strengthens sustainability in Baghdad's fashion. The research employed a descriptive-analytical methodology. The data was collected through questionnaires and interviews, then subjected to statistical analysis. It is assumed that a statistically significant correlation exists between women's environmental awareness and their preference for sustainable clothing. This correlation is supported by economic, aesthetic, and media factors. The work is valuable because it addresses a nascent market in Iraq, a market still grappling with limited awareness and economic and cultural challenges. It concludes with a clear finding: promoting environmental education and developing effective marketing strategies will increase demand for these fabrics and support sustainability in Baghdad's fashion scene.

Keywords: Sustainable fabrics, sustainable fashion, consumer behavior, women, environmental, eco-friendly clothing.

١. المقدمة

صناعة الملابس من أشد القطاعات استنزافاً للموارد. وهي من أكثرها تلويثاً للبيئة عالمياً. تلتهم حصة ضخمة من المياه والطاقة. وتطلق كمّاً وافراً من انبعاثات الغازات الدفيئة (Niinimäki, K., & Hassi, L. 2011). وفي السنوات الأخيرة تبدّل المشهد. ارتفع الوعي بالاستدامة في قطاعات شتى. وبزغت الموضة المستدامة حلاً يخفّف ما تخلفه صناعة الأزياء من أضرار بيئية واجتماعية (Fletcher, 2013).

أما العراق، وبغداد تحديداً، فحكايته مختلفة. رغم الضغوط الاقتصادية والاجتماعية، أخذ الاهتمام بالموضة المستدامة يشقّ طريقه. وأوضح ما يكون لدى الشباب والنساء. وهم القاعدة العريضة لمستهلكي سوق الملابس (Niinimäki, K., & Hassi, L. 2011).

من هنا تأتي قيمة الدراسة. فهي تتعقّب ما يقف خلف اختيار المرأة للأقمشة المستدامة. وتككّ العوامل التي توجّه قرارها الشرائي. وغايتها خدمة التنمية المستدامة في قطاع النسيج العراقي.

الأقمشة المستدامة ليست مفهوماً قائماً بذاته. هي فرع من شجرة أكبر اسمها الموضة المستدامة. وتسعى إلى تخفيف الأثر البيئي والاجتماعي لصناعة الملابس على امتداد دورة حياة المنتج (Perry & Jones, 2017). وكلما اشتدّت المخاوف من التلوث ونضوب الموارد وظروف العمالة الجائرة، مالت الأسواق العالمية إلى معايير أكثر استدامة (Shen, 2014).

تقول الأدبيات إن النساء أسبق من الرجال إلى تبني المنتجات المستدامة. فهنّ أكثر وعياً واستعداداً للشراء. وتتقدّم لديهنّ العوامل النفسية والاجتماعية لتوجّه السلوك الشرائي (Solomon, 2017). في بغداد، يشكل هذا الوعي نقطة تحول مهمة لقطاع الأزياء، لكن هناك تحديات اقتصادية وثقافية تحول دون انتشار واسع للملابس المستدامة (اليرموك، 2023).

سؤال البحث: الأبحاث العالمية في الموضة المستدامة كثيرة. لكن الفجوة تبقى بيّنة حين يتعلّق الأمر بالسوق العراقي. وعلى الأخصّ سلوك المرأة في بغداد تجاه الأقمشة المستدامة. وهنا لبّ المشكلة. فوعي النساء بهذه الأقمشة غير واضح. والعوامل التي تحرّك توجهاتهنّ غامضة، اقتصادية كانت أم اجتماعية أم بيئية أم جمالية. وهذا الغموض يعرقل قيام سوق مستدام يلبي تطّاعات المستهلكين.

أهداف البحث:

١. التعرف على مفهوم الأقمشة المستدامة وأنواعها.
٢. قياس مستوى وعي المرأة في بغداد بأهمية الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة.

٣. تحليل توجهات المرأة نحو شراء الملابس المستدامة.
 ٤. تحديد العوامل المؤثرة في اختيار الملابس المستدامة.
 ٥. تقديم توصيات عملية لتعزيز الإقبال عليها ودعم التنمية المستدامة.
- فرضيات البحث**
- يرتبط وعي المرأة البيئي ارتباطاً ذا دلالة إحصائية بميلها إلى اقتناء الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة.
 - يؤثر المستوى الاقتصادي للمرأة في قرار اختيار الملابس المستدامة.
 - تؤثر جودة التصميم والعوامل الجمالية في قبول المرأة للملابس المستدامة.
 - تؤثر المعلومات التسويقية والإعلامية في تعزيز توجه المرأة نحو شراء الملابس المستدامة.
- حدود البحث**
- **الحدود الموضوعية:** تناول توجهات المرأة نحو اختيار الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة.
 - **الحدود البشرية:** عينة من النساء المستهلكات في بغداد.
 - **الحدود المكانية:** مدينة بغداد.
 - **الحدود الزمنية:** عام 2026.
- منهج البحث وأدواته:** يعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته طبيعة الدراسة، حيث سيتم جمع البيانات باستخدام استبانة وتصميم مقابلات نوعية، وتحليل النتائج إحصائياً باستخدام برنامج SPSS، مع الاستعانة بالمصادر العلمية والمراجع الأكاديمية ذات الصلة بالاستدامة وسلوك المستهلك.
- تعريف المصطلحات**
- **التوجهات:** المواقف والميول النفسية التي تؤثر في قرارات الشراء (Schiffman & Kanuk, 2010).
 - **الأقمشة المستدامة:** الأقمشة التي تُنتج بطرق تقلل الضرر البيئي مثل القطن العضوي، الكتان، والأقمشة المعاد تدويرها (Fletcher, 2013).
 - **الملابس المستدامة:** الملابس المصنوعة من مواد صديقة للبيئة وفق معايير الاستدامة (Perry & Jones, 2017).
- منهجية البحث**
- يقوم هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي. فهو يتيح وصف توجهات المرأة في بغداد نحو الأقمشة المستدامة وتحليلها. مع ما يحيط بها من عوامل. وهو منهج يلائم طبيعة الظواهر الاجتماعية والسلوكية، لما يوفّره من جمع منظم للبيانات وتحليل يقوم على أسس علمية (Creswell, 2014). تستقي الدراسة بياناتها الكمية من استبانة. وُجّهت إلى عينة من المستهلكات في بغداد. وتُسند لها مقابلات نوعية مع نساء ومختصين في الموضة المستدامة والتسويق. ويُتوخى من هذا التصميم المختلط أن يجمع بين ما يقدّمه الكم والنوع من معطيات، بما يرفع من دقة النتائج وموثوقيتها (Johnson & Onwuegbuzie, 2004).
- مجتمع وعينة البحث**
- **مجتمع البحث:** يتكون من جميع النساء المستهلكات في مدينة بغداد، اللواتي يشتريّن الملابس بشكل دوري.
 - **حجم العينة:** تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 800 امرأة من مختلف المناطق العمرية والاجتماعية والاقتصادية في بغداد.
 - **الاعتبارات:** تم اختيار العينة لتشمل تنوعاً في مستويات الدخل والتعليم والاهتمامات البيئية، لضمان تمثيل شامل (Sekaran & Bougie, 2016).
- أدوات جمع البيانات**
- (a) الاستبانة:** تم تطوير استبانة مكونة من 30 بنداً موزعة على المحاور التالية:
- الوعي بالملابس المستدامة والأقمشة الصديقة للبيئة.

- العوامل الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة في القرار الشرائي.
- التقييم الجمالي وجودة التصميم.
- تأثير الإعلام والتسويق.
- وُظف مقياس ليكرت ذو الدرجات الخمس (من 1 = أرفض بشدة إلى 5 = أوافق بشدة) لقياس اتجاهات المشاركين (Likert, 1932).
- (b) المقابلات النوعية: أجريت مقابلات شبه منظمة مع 15 امرأة من النساء المستهلكات، و5 خبراء في التسويق والبيئة وصناعة الملابس في بغداد، لاستكشاف وجهات نظر معمقة حول الموضوع.
- إجراءات جمع البيانات**
- تم توزيع الاستبانات في مراكز التسوق، الجامعات، والأحياء السكنية ذات التنوع الاجتماعي في بغداد خلال النصف الأول من عام 2026، على 100 عينة من النساء، مع توفير شرح مبسط للغرض من البحث وضمان سرية المعلومات. تمت إجراء المقابلات وجهًا لوجه أو عبر الاتصال المرئي.
- طرق تحليل البيانات**
- التحليل الإحصائي: استخدم برنامج SPSS لتحليل البيانات الكمية، مع تطبيق إحصاءات وصفية (المتوسطات، النسب المئوية) واختبارات ارتباط (Pearson) وانحدار متعدد لاختبار فرضيات البحث.
- التحليل النوعي: تم تحليل نصوص المقابلات باستخدام التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) لاستخلاص الأنماط الرئيسية (Braun & Clarke, 2006).
- معايير الصدق والثبات**
- تم مراجعة الاستبانة من قبل خبراء في مجال الموضة المستدامة والتسويق لضمان صدق المحتوى.
- أجريت تجربة أولية (Pilot Study) على 100 مستجيبة، وتم حساب معامل الثبات (Cronbach's Alpha) والذي بلغ 0.87، مما يدل على موثوقية عالية للأداة.
- الدراسات السابقة:**
- تتناول دراسة Niinimäki & Hassi (2011): موضوع الملابس الاستدامة واثرها في إنتاج واستهلاك الملابس والمنسوجات، مع الكشف على أهمية التصميم في حدود ما يتماشى مع طراز الملابس المستدامة. تتمحور الدراسة حول ان صناعة الملابس المستدامة تُعد من أكثر الصناعات التي أصبحت راجحة بفضل اثرها في الحالة النفسية للمستهلكين فضلاً عن أهمية توليدها لنفايات اقل، مما يتطلب تسليط الضوء عليها و المساهمة في تفضيلها على الانماط التقليدية للقماش الصناعي و الممزوج بمواد صناعية بنسب مختلفة.
- دراسة Shen (2014) أشار إلى أهمية تحسين ظروف العمالة ضمن سلاسل التوريد المستدامة كجزء من توجهات المستهلكين.
- بحث Paul (2019)، يتمحور هدف هذه الدراسة حول تعريف العوامل الرئيسية التي يمكن أن تكون ذات تأثير قوي على سلوك النساء اللواتي هن بالغات عندما يتعلق الأمر بشراء الملابس العصرية. وقد استهدفت هذه الدراسة التأثير الذي يمكن أن يحدثه العوامل مثل جودة المنتجات، والتكلفة، والمظهر والتصميم، والعوامل المرتبطة بالعلامة التجارية، وغيرها من العوامل التي ترتبط بمجموعة الأزياء التي تكون شائعة ومسيطر على هذا الوقت. وقد أظهرت النتائج بأن الجودة والمظهر يظلان الأكثر تأثيراً في عملية الشراء، وكذلك الكلفة والإمكانات المرتبطة بالعلامة التجارية.
- ٢. الإطار النظري:**
- مفهوم الأقمشة المستدامة وأنواعها**
- الأقمشة المستدامة أقمشة يقلّ أثرها البيئي والاجتماعي عبر دورة حياتها كاملة. تبدأ القصة من زراعة المادة الخام. وتمتدّ إلى التصنيع، ثم إلى لحظة التخلص من المنتج (Fletcher, 2013). ويشمل ذلك استخدام مواد طبيعية متجددة أو معاد تدويرها مع تقليل استهلاك المياه والطاقة، والحد من استخدام المواد الكيميائية الضارة.
- أنواع الأقمشة المستدامة:**

- الأقمشة العضوية: كالقطن العضوي الذي تخلو زراعته من المبيدات والأسمدة الكيميائية، فيصون خصوبة التربة ونقاء الماء ويحدّ من التلوث (Smith & Thomas, 2018).
- الأقمشة المعاد تدويرها: مثل البوليستر المعاد تدويره من نفايات البلاستيك، والذي يخفف من التراكمات البلاستيكية في البيئة (Jones et al., 2020).
- الألياف الطبيعية المتجددة: كالكتان والصوف والحريير التي تنتج بطرق تحافظ على الموارد الطبيعية (الغامدي، 2019).
- الأقمشة النباتية: مثل ألياف الخيزران والقنب والأناناس، التي تتميز بسرعة النمو وقابلية التحلل البيولوجي (Lee, 2017).
- الأقمشة المعالجة بيئياً: التي تُصنع بطرق تقلل من استخدام المواد الكيميائية والطاقة (Fletcher, 2013).
- الخصائص البيئية للأقمشة المستدامة**
ولهذه الأقمشة خصائص عدة. فهي قابلة للتحلل الطبيعي. وتستهلك ماءً وطاقةً أقل. ومتانتها تطيل عمرها. وهي فوق ذلك تتحاز إلى معايير عمل عادلة (Smith & Thomas, 2018).
- مفهوم الموضة المستدامة وأهميتها**
الموضة المستدامة مفهوم جامع. يطال تصميم الملابس وإنتاجها واستهلاكها معاً. عيّن على حماية البيئة والعدالة الاجتماعية. ويضع تقليل النفايات وحسن استثمار الموارد في الصدارة (Fletcher, 2013).
- أهمية الموضة المستدامة في السياق العالمي والمحلي:**
• أثر بيئي عالمي: تمثل صناعة الأزياء حوالي 10% من الانبعاثات الكربونية عالمياً، فضلاً عن نهمها الشديد للماء؛ فكل كيلوغرام من القطن التقليدي يستلزم زهاء 20000 لتر ماء (Niinimäki et al., 2020).
- أثر محلي في بغداد والعراق: تشير تقارير وزارة البيئة العراقية إلى أن مصانع الغزل والنسيج في بغداد تساهم بشكل كبير في تلوث المياه والهواء، ما يؤثر على صحة السكان والبيئة (وزارة البيئة العراقية، 2021).
- الأثر الاجتماعي: يواجه العمال في هذه الصناعة غالباً ظروف عمل غير آمنة وأجور منخفضة، ما يبرز دور الموضة المستدامة في تحسين هذه الظروف (Shen, 2014).
- يعد سلوك المستهلك أو سلسلة العمليات التي يخوضها الفرد ليختار المنتج ويستعمله ويقيّمه. لكن من المهم جداً أن نبين تأثير العوامل التي تتجاذبه ومنها عوامل نفسية واجتماعية وثقافية واقتصادية (Schiffman & Kanuk, 2010). وتعد النظريات السلوكية مثل نظرية السلوك المخطط (Ajzen, 1991) ونظرية القيم (Schwartz, 1992) من أهم الأطر التي تشرح كيف تؤثر القيم والمواقف على نية وسلوك الشراء.
- العوامل المؤثرة في سلوك المرأة الشرائي:**
(a) **العوامل النفسية:** تشمل الدوافع، الإدراك، الوعي الذاتي، حيث تلعب الحاجة إلى التعبير عن الهوية الشخصية والاجتماعية دوراً هاماً (Solomon, 2017). في بغداد، أظهرت دراسات أن النساء يربطن بين اختيار الملابس والتعبير عن انتمائهن الثقافي والبيئي (اليرموك، 2023).
- (b) **العوامل الاجتماعية:** وللمحيط أثره. فالعائلة والأصدقاء والمجتمع حاضرون جميعاً. والقيم والتقاليد تُملّي كثيراً من اختيارات الملابس. خصوصاً ما اتّصل باللباس التقليدي والاحتشام (Blackwell et al., 2006).
- (c) **العوامل الاقتصادية:** القدرة الشرائية تحدد مدى إمكانية المستهلكة شراء الملابس المستدامة التي غالباً ما تكون أعلى تكلفة (Schiffman & Kanuk, 2010). في بغداد، تؤثر الأوضاع الاقتصادية على هذا السلوك بشكل ملحوظ (وزارة التخطيط العراقية، 2022).

(d) العوامل الثقافية والإعلامية: تلعب وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي دورًا متزايدًا في تشكيل اتجاهات الموضة وزيادة الوعي بالموضة المستدامة، حيث يتابع أكثر من 80% من النساء في بغداد المحتوى المتعلق بالموضة عبر هذه الوسائل (اليرموك، 2023).

مفهوم الأقمشة المستدامة وأنواعها وخصائصها:
تتزايد التحديات البيئية على صناعة النسيج، عالمياً ومحلياً. وهنا تبرز الأقمشة المستدامة حلاً لا ترفاً. فهي تكبح الأثر البيئي الضار. وتدفع نحو استخدام أكثر مسؤولية للموارد. تتجه صناعة الأزياء اليوم نحو تبني ممارسات مستدامة تشمل استخدام مواد صديقة للبيئة وتقنيات إنتاج تقلل من الانبعاثات والمخلفات (Paul, 2019).

مفهوم الأقمشة المستدامة
تُصنع الأقمشة المستدامة من مواد طبيعية أو معاد تدويرها. وتُنتج بطرق تصون البيئة وصحة الإنسان. ولا تغفل عن رفاه العاملين في الصناعة. الهدف الأساسي هو تقليل التأثير البيئي عبر دورة حياة المنتج، من الزراعة أو التصنيع وحتى التخلص النهائي (Fletcher, 2014).

أنواع الأقمشة المستدامة
١. **الألياف الطبيعية العضوية:** تشمل القطن العضوي، الذي يزرع بدون كيماويات ضارة، مما يقلل من تلوث المياه والتربة. وفقاً لتقرير (Textile Exchange 2021)، يستخدم القطن العضوي 91% ماء أقل مقارنة بالقطن التقليدي، ويقلل من التلوث الكيميائي.

٢. **الألياف المعاد تدويرها:** مثل البوليستر المعاد تدويره المصنوع من نفايات بلاستيكية، الذي يساهم في تقليل النفايات البلاستيكية ويخفض انبعاثات الكربون بنسبة تصل إلى 75% مقارنة بالبوليستر العادي (WRAP, 2017).

٣. **الألياف النباتية المستدامة:** مثل الكتان، الجوت، والقنب، التي تحتاج لمياه ومواد كيميائية أقل في الزراعة، وتتميز بالتحلل الحيوي السريع (Kozłowski et al., 2012).

٤. **الألياف الحيوانية المستدامة:** مثل الصوف العضوي والكشمير المستدام، يتم إنتاجها مع ضمان معاملة الحيوانات بشكل إنساني وتقليل التأثير البيئي (McNeill & Moore, 2015).

خصائص الأقمشة المستدامة

• **الاستدامة البيئية:** تقليل استهلاك الموارد الطبيعية وتقليل التلوث.

• **التحلل الحيوي:** معظم الأقمشة الطبيعية العضوية تتحلل بمرور الوقت، مما يقلل من تراكم النفايات الصناعية.

• **المتانة والدوام:** تصميمها بحيث تدوم لفترات أطول لتقليل الحاجة إلى استبدال الملابس بشكل متكرر.

• **السلامة الصحية:** خلوها من المواد الكيميائية الضارة يجعلها مناسبة لجميع أنواع البشرة.

التوجه نحو الأقمشة المستدامة في بغداد، العراق

في العراق، وبخاصة في العاصمة بغداد، بدأ الوعي البيئي بالتصاعد تدريجياً بين شرائح المجتمع المختلفة، بما في ذلك المستهلكين في قطاع الملابس. وفقاً لدراسات محلية واستطلاعات للرأي، هناك اهتمام متزايد بالأقمشة المستدامة، خصوصاً بين فئة الشباب والنساء المثقفات بيئياً (Al-Jaberi, 2022). يرجع هذا التوجه إلى عدة عوامل منها:

• **ازدياد الوعي البيئي:** مع تزايد المشكلات البيئية مثل التلوث وعدم استدامة الموارد، بدأ المستهلكون في بغداد يبحثون عن بدائل صديقة للبيئة.

• **التأثر بالتوجهات العالمية:** انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتدفق المعلومات العالمية أثر بشكل كبير على وعي المستهلكين العراقيين.

• **المبادرات المحلية:** بعض المنظمات غير الحكومية والمبادرات البيئية بدأت تروج لاستخدام المواد المستدامة وتشجع على دعم المنتجات المحلية الصديقة للبيئة.

• **الاهتمام بالصحة:** رغبة المستهلكين في تجنب المواد الكيميائية الضارة التي قد تؤثر على صحتهم، خاصة مع تزايد مشاكل الحساسية الجلدية. غير أن الطريق ليس مُعَبِّدًا. فسوق بغداد يصطدم بقلّة الملابس المستدّامة المعقولة الثمن. ويصطدم كذلك بشخّ المعلومات التي تعين المستهلك على التمييز بين المستدام والتقليدي (Al-Mansour, 2023).

الأثر البيئي للأقمشة التقليدية مقابل الأقمشة المستدّامة

تستهلك صناعة النسيج التقليدية كميات هائلة من المياه والطاقة، وتنتج انبعاثات كبيرة من غازات الدفيئة. على سبيل المثال، تستهلك هذه الصناعة حوالي 79 مليار متر مكعب من المياه سنويًا، وتنتج 1.2 مليار طن من ثاني أكسيد الكربون (كوانتيس، 2018). في المقابل، الأقمشة المستدّامة تقلل من هذه الأضرار بشكل ملحوظ، مما يجعلها خيارًا أفضل بيئيًا. ويبقى التحوّل إلى الأقمشة المستدّامة خطوة جوهريّة. خطوة نحو أزياء مسؤولة بيئيًا واجتماعيًا. ولا سيّما في بيئة كـبـغداد يتصاعد فيها الوعي البيئي. من الضروري دعم هذا التوجه من خلال زيادة التوعية، تحسين توافر المنتجات المستدّامة، وتقديمها بأسعار تناسب المستهلك المحلي.

٣. المناقشات:

مفهوم الموضة المستدّامة وأهميتها

تُعد صناعة الموضة من أكبر الصناعات العالمية تأثيرًا بيئيًا واجتماعيًا، حيث تستهلك موارد طبيعية هائلة وتنتج كميات كبيرة من النفايات والتلوث. في مواجهة هذه التحديات، ظهرت "الموضة المستدّامة" كمنهج شامل يهدف إلى إعادة تشكيل صناعة الموضة لتكون أقل ضررًا وأكثر عدالة (جان وسالم، 2022). هذا البحث يستعرض مفهوم الموضة المستدّامة من جوانب بيئية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، مع تسليط الضوء على واقعها في بغداد، العراق.

أولاً: تعريف الموضة المستدّامة: الموضة المستدّامة تعني تصميم وإنتاج واستهلاك الملابس بطرق تقلل من الأثر البيئي والاجتماعي السلبي، مع دعم الاقتصاد الدائري وتقليل النفايات. وهذا يشمل استخدام مواد قابلة للتحلل أو معاد تدويرها، ممارسات تصنيع نظيفة، وضمان حقوق العمال (Fletcher, 2014). الموضة المستدّامة ليست فقط خيارًا بيئيًا، بل توجه شامل يشمل المسؤولية الاجتماعية والاقتصادية (فائزة عبد الله سعد ثابت، & اميمة احمد عبد اللطيف سليمان، 2023).

- الجوانب البيئية للموضة المستدّامة

- **تقليل استهلاك الموارد:** صناعة النسيج تستهلك كميات هائلة من المياه والطاقة. فمثلاً، لا يكاد الكيلوغرام الواحد من القطن التقليدي يُنتج إلا بقراءة 20,000 لتر ماء (Textile Exchange, 2021). الموضة المستدّامة تعزز استخدام القطن العضوي أو المواد المعاد تدويرها التي تستهلك موارد أقل.
- **خفض الانبعاثات الكربونية:** صناعة الموضة مسؤولة عن حوالي 10% من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون عالميًا (كوانتيس، 2018). اعتماد المواد والتقنيات الصديقة للبيئة يسهم في تقليل هذه النسبة.
- **التقليل من النفايات:** اتجاهات الموضة السريعة تؤدي إلى كميات كبيرة من الملابس المهملة. الموضة المستدّامة تشجع على إنتاج ملابس متينة وقابلة للإصلاح وإعادة التدوير.

- الجوانب الاجتماعية والاقتصادية

- **حقوق العمال:** كثير من مصانع الملابس التقليدية تستغل العمالة، خاصة في الدول النامية، بأجور منخفضة وظروف عمل سيئة (McNeill & Moore, 2015). الموضة المستدّامة تدعو إلى تقنيات إنتاج تراعي حقوق العمال وتوفر بيئة عمل آمنة.
- **دعم المجتمعات المحلية:** التوجه للموضة المستدّامة يشجع على دعم الصناعات المحلية والحرف اليدوية، مما يعزز الاقتصاد المحلي ويقلل من الاعتماد على الاستيراد.
- **الوعي الاستهلاكي:** المستهلكون اليوم أكثر وعيًا بتأثير اختياراتهم، مما يدفعهم للبحث عن أزياء مستدّامة، مما يخلق سوقًا جديدة وفرصًا اقتصادية.

ثانيا: التحديات التي تواجه الموضة المستدامة

- **التكلفة العالية:** غالبًا ما تكون الملابس المستدامة أغلى بسبب تكاليف المواد والتصنيع النظيف، وهو ما قد يشكل عائقًا أمام الكثيرين.
- **نقص الوعي:** رغم تزايد الاهتمام، إلا أن الكثير من المستهلكين لا يمتلكون المعلومات الكافية لتمييز المنتجات المستدامة.
- **غياب التشريعات:** قلة وجود سياسات وتشريعات تدعم وتلزم الشركات بالاستدامة في بعض الدول.

١. واقع الموضة المستدامة في بغداد، العراق

في بغداد، تواجه الموضة المستدامة ظروفًا خاصة تعكس واقع البيئة الاقتصادية والاجتماعية:

- **زيادة وعي المستهلك:** هناك نمو ملحوظ في وعي المستهلكين بأهمية الاستدامة وطلبهم على المنتجات الصديقة للبيئة، خاصة بين الشباب والطبقة المتوسطة (Al-Jaberi, 2023).
- **نقص المنتجات المستدامة:** توفر الملابس المستدامة محدود بسبب غياب السوق المتخصص وقلة استيراد هذه المنتجات بأسعار معقولة (Al-Mansour, 2023).
- **الظروف الاقتصادية:** التضخم والبطالة يؤثران على القدرة الشرائية، مما يحد من انتشار الموضة المستدامة.
- **المبادرات المحلية:** بدأت بعض المنظمات والورش في بغداد تشجع على استخدام الأقمشة المستدامة وتنقيف الجمهور حول فوائدها، في محاولة لجعل هذا النمط من الموضة جزءًا من الثقافة المحلية (UNDP Iraq, 2021).

ثالثا: مستقبل الموضة المستدامة في بغداد والعراق

مع استمرار التحديات البيئية والاجتماعية، تتجه بغداد نحو تعزيز الاستدامة في قطاع الموضة عبر:

- **زيادة التوعية والتعليم:** حملات توعوية وبرامج تعليمية لتعريف المستهلكين والمصممين بأهمية الموضة المستدامة.
- **دعم السياسات الحكومية:** تشجيع وضع تشريعات تدعم الإنتاج المستدام وتوفير حوافز للشركات.
- **تشجيع الاقتصاد الدائري:** دعم مشاريع إعادة التدوير وإعادة الاستخدام في صناعة الملابس.
- **تعزيز التعاون الدولي:** الشراكات مع منظمات دولية لدعم المبادرات البيئية والاجتماعية في قطاع الموضة.

مما تقدم يمكن القول ان الموضة المستدامة تمثل ضرورة ملحة لمواجهة التحديات البيئية والاجتماعية التي تواجه صناعة الملابس. في بغداد، رغم التحديات الاقتصادية والاجتماعية، هناك بوادر إيجابية تدل على نمو الوعي والاهتمام بهذا المجال. دعم هذا التوجه يتطلب جهودًا مشتركة من المستهلكين، المنتجين، والحكومة لتحقيق صناعة موضة أكثر استدامة وعدالة. الموضة المستدامة ليست مجرد توجه نظري، بل هي حركة عملية تؤثر على كيفية تصميم وإنتاج واستهلاك الملابس. سنقف في هذا البحث على أمثلة واقعية ودراسات حالة. من داخل العراق وخارجه. نتبين منها كيف تُترجم مبادئ الموضة المستدامة على الأرض. مع تركيز على المشهد البغدادي.

- أمثلة عالمية للموضة المستدامة:

أ. شركة باتاجونيا (Patagonia): تعد باتاجونيا واحدة من أبرز الشركات التي تبنت مفهوم الموضة المستدامة بشكل كامل. تستخدم الشركة أقمشة معاد تدويرها بنسبة تصل إلى 87% في مجموعتها، وتتبنى

برامج لإصلاح الملابس المستعملة، مما يقلل من النفايات (Patagonia, 2022). كما تشجع العملاء على إعادة الملابس القديمة بدلاً من التخلص منها.

ب. مبادرة **"Fashion Revolution"**: هذه المبادرة العالمية تعمل على زيادة شفافية صناعة الموضة وتشجيع المستهلكين على اختيار منتجات مستدامة. في كل عام، تحتفل بـ,,أسبوع الثورة في الموضة" الذي يسلط الضوء على حقوق العمال وأثر الصناعة البيئي (Fashion Revolution, 2023).

ج. علامة **"Stella McCartney"**: تستخدم هذه العلامة أقمشة نباتية بيولوجية مثل القطن العضوي، وتقنيات تصنيع تقلل من الانبعاثات، وترفض استخدام الفراء والجلود الحيوانية، مما يدعم الموضة الأخلاقية (Stella McCartney, 2022).

- دراسات حالة من العراق وبغداد

في بغداد، بدأت بعض المصانع وورش العمل الصغيرة في تبني استخدام الأقمشة الطبيعية مثل الكتان والصوف، والاعتماد على الصباغة الطبيعية (اليرموك، 2023). كما أطلقت مبادرات شبابية حملات للتوعية بأهمية الموضة المستدامة ودعم المصممين المحليين الذين يستخدمون مواد صديقة للبيئة (العبيدي، 2022). مثالاً:

ورشة **"خيوط المستقبل" في بغداد**: هي مبادرة محلية بدأت في دعم استخدام الأقمشة الطبيعية والمعاد تدويرها لصناعة الملابس التقليدية بلمسة عصرية. تهدف الورشة إلى دمج الحرف اليدوية المحلية مع مفاهيم الاستدامة، من خلال تدريب النساء على تقنيات التصنيع الصديقة للبيئة، مما يخلق فرص عمل مستدامة (UNDP Iraq, 2021)..

مبادرة **إعادة التدوير في جامعة بغداد**: أطلقت الجامعة مشروعاً طلابياً يهدف إلى جمع الملابس القديمة وتحويلها إلى منتجات جديدة مثل الحقائب والملابس المعدلة، بهدف نشر ثقافة إعادة التدوير وتقليل النفايات في المجتمع الجامعي (Al-Jaberi, 2023).

تأثير الموضة المستدامة على الاقتصاد:

الموضة المستدامة من أبرز اتجاهات اللحظة. غايتها تقليص الأثر البيئي والاجتماعي لصناعة الملابس. وذلك عبر مواد صديقة للبيئة، وإعادة تدوير، وممارسات إنتاج مسؤولة. تؤثر هذه الموضة بشكل إيجابي على الاقتصاد والمجتمع، لكنها تواجه تحديات عدة يجب التعامل معها لتحقيق الفائدة الكاملة.

تعزيز الاقتصاد المحلي: اعتماد المواد المستدامة والمنتجات المحلية يدعم الصناعات الصغيرة والحرفية، مما يخلق فرص عمل جديدة ويساهم في تنمية الاقتصاد الوطني. تعزز الموضة المستدامة الاقتصاد المحلي عبر دعم الصناعات الصغيرة والحرفية، مما يخلق فرص عمل وينمي الاقتصاد الوطني (Niinimäki et al., 2020).

• **تحفيز الابتكار**: تشجع الموضة المستدامة على تطوير تقنيات جديدة صديقة للبيئة، مما يعزز القدرة التنافسية للشركات ويحفز الصناعات على الابتكار. أي أن تحفز الابتكار بتطوير تقنيات صديقة للبيئة تعزز تنافسية الشركات (Fletcher & Tham, 2019).

• **تخفيض التكاليف على المدى الطويل**: صحيح أن كلفة المواد المستدامة مرتفعة في البداية. لكن تبني الإنتاج المستدام يقلص الهدر والتلوث. وينعكس ذلك إيجاباً على الاقتصاد ككل. (McKinsey & Company, 2020)

تأثير الموضة المستدامة على المجتمع وحماية البيئة:

• **تقليل استخدام المواد الكيميائية الضارة والاهتمام بإعادة التدوير** يحسن جودة الهواء والمياه، مما يساهم في صحة المجتمع وسلامته. (Shen et al., 2020)

• تعزيز الوعي المجتمعي: تروج الموضة المستدامة لقيم جديدة مثل المسؤولية الاجتماعية والبيئية، مما يدفع المجتمع نحو استهلاك أكثر وعياً وحفاظاً على الموارد (Joy et al., 2012).

• تحسين ظروف العمل: تشجع الممارسات المستدامة على توفير بيئة عمل آمنة وعادلة للعاملين في صناعة الملابس، مما يعزز العدالة الاجتماعية. (Bhaduri & Ha-Brookshire, 2011)

التحديات التي تواجه الموضة المستدامة

• ارتفاع تكلفة المواد المستدامة: كلفة المواد والعمليات الصديقة للبيئة أعلى في الغالب. ونتيجة ذلك تضعف قدرة المنتجات على المنافسة. خاصة في بلدان محدودة القدرة الشرائية.

• ضعف البنية التحتية لإعادة التدوير: نقص المنشآت المتخصصة في فرز وإعادة تدوير النفايات النسيجية يحد من قدرة الشركات على تطبيق ممارسات مستدامة بشكل فعال.

• نقص الدعم الحكومي والتشريعات: غياب التشريعات والسياسات الداعمة للموضة المستدامة يعيق تطوير القطاع ويجعل الالتزام بالممارسات البيئية والاجتماعية أقل أولوية لدى الشركات.

حلول مقترحة

• تشجيع الاستثمار في تطوير مواد ومنتجات مستدامة ذات تكلفة معقولة من خلال الدعم المالي والتقني.

• تحسين البنية التحتية لإعادة التدوير عبر إنشاء مراكز متخصصة وتوعية المجتمع بأهمية فرز النفايات.

• وضع سياسات وتشريعات حكومية تحفز على تبني ممارسات الموضة المستدامة، مثل الحوافز الضريبية للشركات الملتزمة والمعايير البيئية.

وعلى هذا، تنطوي الموضة المستدامة على فرص كبيرة. فرص للاقتصاد والمجتمع معاً. لكن قطفها مرهون بتجاوز عقبات اقتصادية وتقنية وتنظيمية. ولا سبيل إلى ذلك إلا بتعاون يجمع القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني.

وقد طُلّت مؤخراً متاجر صغيرة متخصصة. تبيع الملابس المصنوعة من أقمشة عضوية ومعاد تدويرها. وتُطلع زبائنهم بوضوح على فوائد هذه المنتجات وأثرها البيئي (Al-Mansour, 2023).

التحديات والحلول المقترحة

التحديات: يمكن تلخيصها: ارتفاع تكلفة المواد المستدامة، ضعف البنية التحتية لإعادة التدوير ونقص الدعم الحكومي والتشريعات اما الحلول:

- دعم حكومي مباشر لتوفير حوافز مالية للمصانع والمبادرات المستدامة.
- تطوير مراكز لإعادة تدوير الملابس وتنظيم حملات لجمع الملابس القديمة.
- تعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص ومنظمات المجتمع المدني.

تؤكد الأمثلة والدراسات العملية أن الموضة المستدامة ليست رفاهية، بل ضرورة بيئية واجتماعية واقتصادية. في بغداد، يمكن تعزيز هذا المجال من خلال دعم المبادرات المحلية، توفير التعليم والوعي، وتحفيز السياسات الحكومية الداعمة.

سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة في القرار الشرائي للمرأة

المحور الأول: سلوك المرأة في الشراء

خلف كل قرار شراء تتقف المرأة مزيجاً من عوامل نفسية واجتماعية وثقافية تطبع اختياراتها. وموقعها في سوق الاستهلاك محوري، ويظهر هذا جلياً في الملابس ومستحضرات التجميل والمستلزمات المنزلية. العامل النفسي أولاً: رغبات شخصية ومواقف مسبقة من المنتجات والعلامات. ثم العامل الاجتماعي، فأراء الأهل والأصدقاء والإعلام تتسلل إلى ما تختاره. وتبقى القيم والعادات الثقافية حاكمة، ترسم ما تُقبل عليه وما تتصرف عنه.

وللمال كلمته كذلك. فالدخل والقدرة الشرائية يحدّدان مباشرة نوع المشتريات وحجمها. ثم جاءت التجارة الإلكترونية ومنصّات التواصل فقلّبت العادات. اتّسعت الخيارات، وفاضت المعلومات، فصار قرار المرأة أكثر وعياً مما كان. وهي في المحصلة تزوج بين العاطفة والعقل، وتُعنى عناية خاصة بالجودة وبتفاصيل السلعة.

المحور الثاني: سلوك المرأة العراقية في الشراء

تكشف استمارات وُزّعت على نساء عراقيات سماتٍ تميّز سلوكهنّ لحظة الشراء. فالاهتمام بالمنتجات الصديقة للبيئة في تصاعد، وإن ظلّ توفّرها في الأسواق المحلية شحيحاً. والسعر في الصدارة. تُثقل الأوضاع الاقتصادية كاهل المرأة، وتحدّد من قدرتها على شراء ما تريد.

والأثر الاجتماعي بيّن. تعوّل النساء على توصيات الأهل والأصدقاء، وعلى منصّات التواصل التي غدت نافذتهنّ إلى كل جديد. كما يملن إلى المنتج المحلي عالي الجودة، في انحيازٍ صريح للاقتصاد الوطني. ويبقى نقص المعلومات عائقاً. فقلّة ما يُعرف عن المنتجات المستدامة يضيق هامش القرار الواعي.

سلوك المرأة الشرائي إذن شبكة متداخلة من عوامل نفسية واجتماعية وثقافية واقتصادية، تتبدّل بتبدّل بيئتها. والمرأة العراقية تحديداً تزداد وعياً بقيمة الاستدامة والجودة، لكن ظروفها الاقتصادية والاجتماعية تظلّ قيداً على خياراتها. ولهذا، أي خطة تسويقية تتجاهل هذه العوامل لن تكتب لها فرصة حقيقية في النجاح.

العوامل المؤثرة في القرار الشرائي للمرأة: عندما تتخذ المرأة قرار الشراء، تتأثر هذه العملية بعدة عوامل متشابكة تؤثر على اختياراتها وتفضيلاتها. هذه العوامل يمكن تصنيفها إلى مجموعات رئيسية تشمل العوامل النفسية، الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية. فيما يلي توضيح لكل منها:

١. العوامل النفسية:

○ **الدوافع:** الحاجة أو الرغبة التي تدفع المرأة للبحث عن منتج معين، مثل الرغبة في تحسين المظهر أو الشعور بالراحة.

○ **الإدراك:** كيفية فهم المرأة للمنتج بناءً على المعلومات المتاحة لها، مثل جودة المنتج أو مظهره.

○ **التعلم:** الخبرات السابقة التي تؤثر على قرار الشراء، مثل تجربة سابقة إيجابية مع علامة تجارية معينة.

○ **المواقف:** المشاعر والاتجاهات التي تحملها المرأة تجاه منتج أو علامة تجارية، والتي تؤثر على قرارها.

٢. العوامل الاجتماعية:

○ **العائلة:** تأثير أفراد الأسرة في تشجيع أو تثبيط شراء منتجات معينة.

○ الأصدقاء والمعارف: النصائح والتوصيات التي تؤثر على تفضيلات المرأة.

○ المجموعات الاجتماعية: الانتماء إلى جماعات أو مجموعات معينة قد يحدد نوع المنتجات التي تفضلها المرأة.

○ وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي: تأثير الحملات الإعلانية والمراجعات والتجارب المنشورة على الإنترنت.

٣. العوامل الثقافية:

○ القيم والمعتقدات: التي تحدد ما هو مقبول أو مرفوض في المجتمع، مثل قيم المحافظة أو الانفتاح.

○ العادات والتقاليد: التي تؤثر على نوعية المنتجات التي تشتريها المرأة أو طريقة استخدامها.

○ الدين: الذي قد يحدد بعض القيود أو التوجيهات في اختيار المنتجات.

٤. العوامل الاقتصادية:

○ الدخل والقدرة الشرائية: مستوى دخل المرأة يحدد قدرتها على شراء المنتجات باهظة الثمن أو التوجه نحو المنتجات الاقتصادية.

○ الأسعار والعروض: الخصومات والتخفيضات تلعب دورًا كبيرًا في تحفيز قرار الشراء.

○ استقرار الوضع الاقتصادي: يؤثر في مدى استعداد المرأة للشراء أو الادخار.

٥. عوامل أخرى حديثة:

○ التكنولوجيا: سهولة الوصول إلى المنتجات عبر الإنترنت والتعرف على آراء المستهلكين الآخرين.

○ الاستدامة: اهتمام متزايد بالمنتجات الصديقة للبيئة والصحية، مما يؤثر على اختيار المرأة للمنتجات التي تراعي هذه الجوانب.

تتضافر هذه العوامل في النهاية لتصوغ قرار المرأة. فالقرار لا يقوم على عامل واحد. بل على خليط منها. يتبدل بتبدل الظروف الشخصي، والاجتماعي، والثقافي، والاقتصادي.

العوامل المؤثرة في القرار الشرائي للمرأة العراقية:

القرار الشرائي للمرأة العراقية يتأثر بمجموعة من العوامل التي تعكس خصوصيات البيئة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في العراق. فيما يلي شرح لهذه العوامل مع دعمها بمراجع متنوعة:

١. العوامل الاقتصادية: تواجه المرأة العراقية ضغوطاً اقتصادية كبيرة بسبب الظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشها العراق، مثل التضخم والبطالة وارتفاع الأسعار. ولذلك يتصدّر السعر والقدرة الشرائية محدّدات القرار. فتميل المرأة إلى المعقول الثمن، وإلى ما يدعم المنتج المحلي (Al-Jaberi, 2021).

٢. العوامل الاجتماعية: العائلة تلعب دورًا مركزيًا في توجيه سلوك المرأة الشرائي، حيث تعتمد النساء بشكل كبير على توصيات أفراد الأسرة والأصدقاء في اختيار المنتجات (UNDP Iraq, 2020). كذلك، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مساحة فعالة للتأثير على قرارات الشراء، خاصة لدى الفئات الشابة (Al-Mansour, 2022).

٣. **العوامل الثقافية والدينية:** والقيم العراقية وتقاليدها تشد المرأة نحو ما يوافق هويتها الثقافية والدينية. كالملابس المحتشمة وما يحمل بصمة التراث المحلي. هذا يؤثر على نوعية وجودة المنتجات المرغوبة (Hameed & Al-Ansari, 2019).

٤. **العوامل النفسية:** تميل المرأة العراقية إلى اتخاذ قرارات شرائية مبنية على تجارب سابقة مع المنتجات، إضافة إلى الرغبة في الشعور بالراحة والجمال. كما أن جودة المنتج والموثوقية تلعب دوراً في بناء ثقتها (Al-Saadi, 2021).

٥. **العوامل البينية والتكنولوجية:** بالرغم من ارتفاع الوعي بأهمية المنتجات المستدامة، فإن قلة توفر هذه المنتجات في الأسواق العراقية يحد من انتشارها. كما أن استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية في العراق في تطور مستمر، لكنه لا يزال محدوداً بسبب البنية التحتية (World Bank, 2022).

٤. **الجانب العملي (الدراسة الميدانية)** **تصميم الاستبانة ووصف العينة:**

إجمالاً، يكشف التحليل توجّهاً إيجابياً ووعياً متنامياً لدى المرأة نحو الأقمشة المستدامة. وتبقى عقبتان. محدودية التوفر، ونقص المعلومات. وكلتاهما تنتظر معالجة تُرسّخ هذا الاتجاه مستقبلاً.

تحليل تفصيلي لتوجهات المرأة نحو اختيار الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة بناءً على عينة استبيانات:

تكشف نتائج العينة عن وعي واهتمام لافتين لدى المشاركات بالأقمشة المستدامة. فقد عبرت نسبة 66.7% من المشاركات عن رضاهن عند شراء ملابس مصنوعة من هذه الأقمشة، حيث أبدى 4 منهن موافقة شديدة و6 أخريات موافقة، بينما أبدى 3 مشاركات موقفاً محايداً مقابل رفض جزئي من اثنتين.

فيما يتعلق بمعرفة الأقمشة المستدامة، أظهرت النتائج أن 60% من النساء يملكن معرفة كافية، مع 4 مشاركات أبدين موافقة شديدة، مقابل 3 محايدات و3 غير موافقات، مما يدل على وجود قاعدة معرفية جيدة لكنها بحاجة إلى تعزيز. الاهتمام بشراء الملابس الصديقة للبيئة كان ملحوظاً أيضاً، حيث أبدى 66.7% من النساء موافقتهم، منهم 4 بشدة، ما يعكس اهتماماً بيئياً واضحاً في قرارات الشراء. أكثر من 85% من المشاركات يعتقدن أن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة، مع تأكيد 5 منهن موافقة شديدة، وهذا يعكس وعياً بيئياً عميقاً.

سعر الملابس المستدامة أثر في قرار الشراء لدى 60% من النساء، منهم 3 بشدة، مع وجود 3 محايدات، و3 غير موافقات، مما يشير إلى أن السعر يشكل عاملاً مؤثراً لكن ليس الحاسم. الجودة العالية كانت مفضلة لدى 73.3% من المشاركات، و5 منهن أبدين موافقة شديدة، ما يدل على أن الجودة قد تتجاوز السعر في بعض الأحيان.

تصميم وأناقة الملابس المستدامة أثرت في اختيار 60% من النساء، مع موافقة شديدة من 5 مشاركات، ويبدو أن الجانب الجمالي مهم بجانب الاستدامة. متابعة الإعلانات المتعلقة بالموضة المستدامة ووسائل التواصل الاجتماعي زادت من وعي حوالي 66.7% و73.3% من المشاركات على التوالي، مما يبرز دور الإعلام في تعزيز الاتجاه نحو الاستدامة.

الاعتقاد بصحة وأمان الملابس المستدامة للبشرة كان واضحاً بنسبة 73.3%، مما يشكل دافعاً إضافياً لاختيار هذه الملابس.

الرغبة في زيادة انتشار الملابس المستدامة في الأسواق المحلية كانت موجودة لدى 60%، مع وجود تحديات تتعلق بتوفر هذه الملابس في السوق أشار إليها 60% من النساء.

تلتين المشاركات تقريباً قالوا إن معلوماتهم عن الأقمشة المستدامة قليلة بالسوق، وهذا يعني فيه فرصة كبيرة نوعي الناس ونثقهم أكثر. معظم المشاركات، 80% منهم، يعتقدون أن دعم المنتجات المستدامة سيساعد نحمي البيئة لقدام، وهذا يدل إن نظرتهم إيجابية تجاه الاستدامة. تلتين النساء تقريباً مستعدين يجربوا أنواع جديدة من الملابس المستدامة، و73.3% منهم مهتمين يقرأوا مكونات القماش قبل ما يشتروا، وهذا يبين إنهم يهتموا بالتفاصيل والجودة. تأثير رأي الأهل والأصدقاء كان متوسطاً، حوالي 53.3% قالوا إنه يؤثر عليهم، وهذا يبين إن الجانب الاجتماعي يلعب دور في قرار الشراء. الخلاصة واضحة. الناس يميلون بشكل إيجابي للملابس المستدامة. وهذا الشيء مدعوم بوعيهم بالبيئة والصحة. بس لسه فيه عقبات زي السعر ومدى توفرها وقلة المعلومات، وهذي أشياء نقدر نشغل عليها. هذا كله يبين إن سوق النساء نشيط وقاعد يتجه للاستدامة. وهذا يفتح الباب لمبادرات توعية وإعلانات تزيد من قبول هالنوع من الملابس وتخليها تنتشر أكثر.

جدول رقم 1: استمارة استبيان لتوجهات ورغبات عينة من النساء يبلغ عددهم 100

الفقرة	أوافق بشدة	النسبة %	أوافق	النسبة %	محايد	النسبة %	لا أوافق	النسبة %	لا أوافق بشدة	النسبة %
1 أشعر بالرضا عند شراء ملابس من أقمشة مستدامة	4	26.7 %	6	40%	3	20%	2	13.3 %	0	0%
2 أمتلك معرفة كافية بالأقمشة المستدامة	4	26.7 %	5	33.3 %	3	20%	3	20%	0	0%
3 أهتم بشراء الملابس الصديقة للبيئة	4	26.7 %	6	40%	2	13.3 %	3	20%	0	0%
4 أعتقد أن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة	5	33.3 %	8	53.3 %	2	13.3 %	0	0%	0	0%
5 يؤثر سعر الملابس المستدامة في قرار الشرائي	3	20%	6	40%	3	20%	3	20%	0	0%
6 أفضل الملابس ذات الجودة العالية، حتى لو كان سعرها مرتفعاً	5	33.3 %	6	40%	2	13.3 %	2	13.3 %	0	0%
7 يؤثر تصميم الملابس وأناقته في اختياري للملابس	5	33.3 %	4	26.7 %	4	26.7 %	2	13.3 %	0	0%



										المستدامة	
0%	0	13.3 %	2	20%	3	46.7 %	7	20%	3	أتابع الإعلانات المتعلقة بالموضة المستدامة	8
6.7 %	1	6.7 %	1	13.3 %	2	46.7 %	7	26.7 %	4	وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من وعيي بالملابس المستدامة	9
0%	0	13.3 %	2	13.3 %	2	46.7 %	7	26.7 %	4	أعتقد أن الملابس المستدامة أكثر صحة وأماناً على البشرة	10
0%	0	26.7 %	4	13.3 %	2	33.3 %	5	26.7 %	4	أرغب في زيادة انتشار الملابس المستدامة في الأسواق المحلية	11
0%	0	26.7 %	4	20%	3	33.3 %	5	20%	3	أفضل شراء الملابس المصنوعة من خامات طبيعية أو قابلة لإعادة التدوير	12
0%	0	20%	3	20%	3	33.3 %	5	26.7 %	4	أعتقد أن الملابس المستدامة تتمتع بعمر استخدام أطول	13
0%	0	20%	3	26.7 %	4	26.7 %	4	26.7 %	4	تؤثر آراء الأصدقاء أو العائلة في اختياري للملابس المستدامة	14
0%	0	13.3 %	2	20%	3	40%	6	26.7 %	4	أفضل شراء الملابس من علامات تجارية تهتم بالاستدامة البيئية	15
0%	0	20%	3	20%	3	33.3 %	5	26.7 %	4	قلة توفر	1

6	الملابس المستدامة في الأسواق تحد من شرائي لها	5	33.3 %	5	33.3 %	2	13.3 %	3	20%	0	0%
1 7	أرى أن المعلومات المتعلقة بالأقمشة المستدامة غير كافية في الأسواق	5	33.3 %	5	33.3 %	2	13.3 %	3	20%	0	0%
1 8	أعتقد أن دعم المنتجات المستدامة يعزز حماية البيئة مستقبلاً	6	40%	6	40%	2	13.3 %	1	6.7 %	0	0%
1 9	لدي استعداد لتجربة أنواع جديدة من الملابس المستدامة	4	26.7 %	6	40%	3	20%	2	13.3 %	0	0%
2 0	أحرص على قراءة مكونات القماش قبل شراء الملابس	5	33.3 %	6	40%	2	13.3 %	2	13.3 %	0	0%

تكشف نتائج الدراسة عن اتجاه إيجابي واضح لدى النساء نحو اختيار الملابس المصنوعة من الأقمشة المستدامة. ففي المتوسط، نجد أن حوالي ثلثي المشاركات (66.3%) أبدین موافقتهن، سواء بشكل قوي أو معتدل، مقارنة بـ 17% فقط منهن عبرن عن موقف سلبي، فيما كانت نسبة المحايدین 16.7%. هذا يعكس قبولاً جيداً نسبياً للفكرة ورغبة واضحة في تبني الملابس المستدامة.

من بين جميع الأسئلة، برزت فقرة «أعتقد أن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة» كالأكثر تأييداً، حيث وافق عليها 86.6% من المشاركات (33.3% أوافق بشدة و53.3% أوافق)، ما يظهر مدى وعيهن البيئي واحترامهن للدور الإيجابي لهذه الملابس في الحفاظ على البيئة. كما حظيت الفقرة المتعلقة بدعم المنتجات المستدامة كوسيلة لتعزيز حماية البيئة في المستقبل بنسبة تأييد مرتفعة بلغت 80%، ما يعكس شعورهن بالمسؤولية تجاه البيئة.

اهتمام النساء بالجودة والحرص على مكونات القماش ظهر جلياً في نسب تأييد 73.3% لكل من الفقرتين «أفضل الملابس ذات الجودة العالية، حتى لو كان سعرها مرتفعاً» و«أحرص على قراءة مكونات القماش قبل الشراء». وأسهمت منصّات التواصل بدورها في رفع منسوب الوعي، فقد وافقت 73.4% من المستجيبات أن التواصل عبر هذه الوسائل يساعدن على فهم الملابس المستدامة بشكل أفضل، وفهم فوائدها الصحية التي عبر عنها نفس النسبة تقريباً.

على الجانب الآخر، أظهرت الدراسة بعض نقاط التردد والشك، حيث سجلت فقرتا «أفضل شراء الملابس المصنوعة من خامات طبيعية أو قابلة لإعادة التدوير» و«تؤثر آراء الأصدقاء أو العائلة في اختياري

للملابس المستدامة» أدنى نسب التأييد، إذ لم تتجاوز 53.3% و 53.4% على التوالي، مع تسجيل نسب رفض مرتفعة نسبياً تصل إلى 26.7% و 20%. وهذا يعكس وجود بعض التردد أو التأثير المحدود بالعوامل الاجتماعية والخامات الطبيعية لدى جزء من العينة.

أما بالنسبة للعوائق التي تواجه انتشار الملابس المستدامة، فقد أجمعت نسبة 66.6% من النساء على أن المعلومات المتوفرة حول الأقمشة المستدامة غير كافية، بينما أشار 60% منهن إلى أن قلة توفر هذه الملابس في الأسواق تشكل عائقاً، وهو نفس النسبة التي أكدت أن السعر يلعب دوراً مؤثراً في قرارات الشراء. هذه النتائج توضح أن هناك تحديات واضحة في المعرفة، التوافر، والتكلفة، يجب معالجتها لتحفيز المزيد من النساء على تبني الملابس المستدامة.

إجمالاً، تعكس الدراسة وعياً متزايداً ورغبة صادقة في تبني الملابس المستدامة. وتبقى الحاجة ملحة. حاجة إلى تثقيف أوسع، وإلى توفير هذه الملابس بأسعار مناسبة. توسيعاً لقاعدة المستهلكات، ودعمًا للاستدامة البيئية.

توجهات المرأة نحو اختيار الملابس المستدامة

- 60% من المشاركات أبدین استعداداً لشراء الملابس المصنوعة من أقمشة مستدامة إذا كان السعر مناسباً.
- 45% فقط قاموا بشراء هذه الملابس في السابق.
- 70% أكدوا أن جودة التصميم والجمالية تؤثر بشكل كبير في قرار الشراء.
- 65% تشير إلى أهمية تأثير العائلة والأصدقاء على توجهات الشراء.

4.4 العوامل المؤثرة في القرار الشرائي

العلاقة بين الوعي والاختيار: اختبار الارتباط بين الوعي البيئي وتفضيل الملابس المستدامة أظهر معامل ارتباط إيجابي قوي ($r = 0.68, p < 0.01$)، مما يؤكد فرضية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية.

تأثير الدخل: التحليل أظهر أن النساء ذوات الدخل المرتفع أكثر ميلاً لشراء الملابس المستدامة، بينما يشكل السعر عائقاً رئيسياً في الفئة ذات الدخل المنخفض ($ANOVA, F=4.25, p=0.015$).

تأثير الإعلام والتسويق: أفاد 80% من النساء بأن منصات التواصل تشكل نافذتهن الأبرز على الموضة المستدامة، وبخاصة عبر حسابات إنستغرام وفيسبوك.

نتائج المقابلات النوعية

أوضحت معظم المستهلكات أن الرغبة في الحفاظ على البيئة وصحة الأسرة هي أهم الدوافع، بجانب الرغبة في المساهمة في دعم الصناعة المحلية.

التحديات التي تواجه المستهلكة

- غلاء أسعار الملابس المستدامة مقارنة بالتقليدية.
- ندرة المتاجر التي توفر هذه الملابس في بغداد.
- ضعف التوعية المجتمعية الكافية حول هذا النوع من الملابس. أجمع الخبراء على أن التوعية الإعلامية والتسويق الأخلاقي هما المفتاحان الرئيسيان لتغيير المواقف وزيادة الطلب على الملابس المستدامة.

كان أثر السعر في قرار الشراء ظاهراً. فأكثر من نصف المشاركات أقررن بتأثرهنّ به. لكن الجودة بقيت الكلمة الفصل. أثرن الملابس العالية الجودة ولو ارتفع ثمنها. ولم يغلب أثر التصميم والأناقة. عززته متابعة إعلانات الموضة المستدامة ومنصّات التواصل. وهي التي رفعت وعيهنّ بالموضوع. من ناحية أخرى، اعتقدت نسبة كبيرة من النساء أن الملابس المستدامة أكثر صحة وأماناً على البشرة، مما قد يشكل دافعاً إضافياً للشراء. ومع ذلك، نهت بعض المشاركات إلى شحّ الملابس المستدامة في الأسواق المحلية. وإلى نقص المعلومات حولها. وهو ما يقف حائلاً دون انتشارها.

وعلى الصعيد الاجتماعي، تركت آراء الأصدقاء والعائلة بصمتها في الاختيار. كما أبدت النساء انفتاحاً على تجربة أقمشة جديدة. طبيعية أو قابلة لإعادة التدوير.

وأخيراً، لوحظ حرص النساء على قراءة مكونات القماش قبل الشراء، مما يعكس وعياً متزايداً بأهمية اختيار الملابس المستدامة.

٥. النتائج:

فيما يخصّ الوعي البيئي وأثره في الاختيار، كشفت الدراسة عن علاقة إيجابية متينة. علاقة بين مستوى وعي المرأة البيئي وميلها إلى الأقمشة المستدامة ($r = 0.68, p < 0.01$). وهذه النتيجة تقول شيئاً عن سلوك المستهلك. فكلما اتسع وعي المرأة، رجع ميلها إلى ما يلتزم بمعايير الاستدامة.

تتوافق هذه النتائج مع دراسة (Niinimäki et al. 2020)، التي أكدت أن الوعي البيئي يعد من أهم المحفزات لشراء الملابس المستدامة على المستوى العالمي. كما تدعم الدراسات في بغداد التي أشارت إلى تزايد ملحوظ في وعي النساء بأهمية الحد من التلوث ودعم المنتجات الصديقة للبيئة، رغم وجود تحديات في التطبيق العملي بسبب الظروف الاقتصادية. 5.2 وعن الأثر الاقتصادي في القرار، بيّنت الدراسة أن المستوى الاقتصادي عامل حاسم. فالنساء الأوفر دخلاً أكثر إقبالاً على الملابس المستدامة. أكثر من ذوات الدخل المحدود.

يرجع هذا إلى ارتفاع أسعار الملابس المستدامة مقارنة بالملابس التقليدية، وهو ما أشار إليه 40% من المشاركات كعائق رئيسي. تتفق هذه النتيجة مع تقرير وزارة التخطيط العراقية (2022) الذي بين أن محدودية الدخل تؤثر على الخيارات الشرائية، خاصة للسلع ذات التكلفة الأعلى.

كما يتفق ذلك مع نتائج (Shen 2014) التي أبرزت أن التحدي الأكبر في تبني الموضة المستدامة هو القدرة على توفير منتجات بأسعار تنافسية تلأم مختلف الشرائح الاقتصادية. 5.3 وعن العوامل الاجتماعية والثقافية، أظهرت الدراسة أمراً واضحاً. أثر الأسرة والأصدقاء بارز في تشكيل توجهات الشراء. وقد أشار 65% من النساء إلى أهمية هذه العوامل. وفي السياق المحلي، تتمسك كثيرات بالقيم والتقاليد. قيم تصوغ اختياراتهنّ، خاصة في اللباس التقليدي والاحتشام. وهو ما يتسق مع نتائج Blackwell et al. (2006) التي أكدت أن الثقافة تلعب دوراً رئيسياً في سلوك المستهلك.

كما أن ارتباط النساء بالهوية الثقافية والبيئية يعزز من اتجاهاتهن نحو الملابس المستدامة، وهو ما وجدته دراسات محلية مثل اليرموك (2023) التي بينت أن النساء في بغداد يعطين أهمية كبيرة لتعزيز الحفاظ على التراث مع تبني الاستدامة. 5.4 دور الإعلام والتسويق توصلت الدراسة إلى أن 80% من النساء يتأثرن بوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في توجهاتهن الشرائية، مما يبرز أهمية الإعلام في نشر ثقافة الموضة المستدامة. يدعم هذا الطرح (Perry & Jones 2017) الذين أكدوا على الدور المحوري للتسويق الأخلاقي والإعلام في تعزيز الوعي وتغيير سلوك المستهلك.

في بغداد، باتت وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام منصات رئيسية لنشر المعلومات حول الموضة المستدامة، وفقاً لليرموك (2023)، حيث تستخدم هذه المنصات من قبل المصممين

المحليين للترويج للمنتجات المستدامة وزيادة الوعي. 5.5. التحديات التي تواجه المرأة في تبني الملابس المستدامة رغم الاتجاهات الإيجابية، تواجه النساء في بغداد تحديات عدة أبرزها:

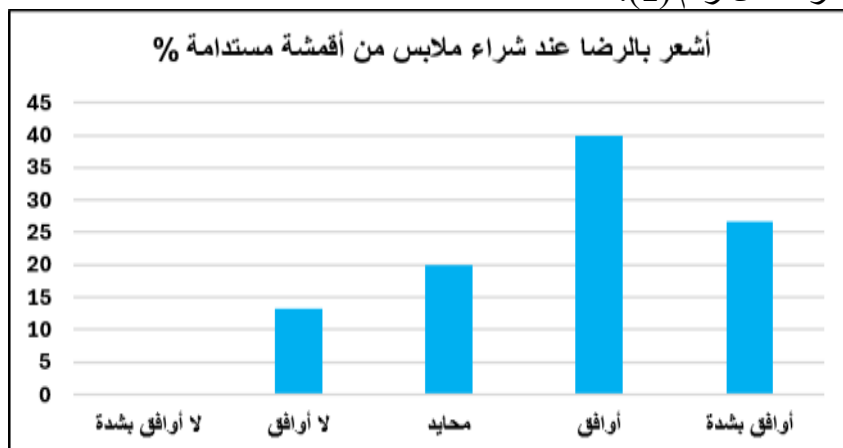
ارتفاع التكلفة مقارنة بالملابس التقليدية، مما يحد من القدرة على الشراء المستدام. قلة توافر الملابس المستدامة في السوق المحلي، حيث لا توجد متاجر متخصصة واسعة الانتشار. نقص التوعية الشاملة، رغم وجود حملات إعلامية، إلا أن الوصول إلى شرائح أوسع لا يزال محدودًا (وزارة البيئة العراقية، 2021).

جدول رقم 2: التحليل النسبي لرغبات وتوجهات نساء عينة الدراسة.

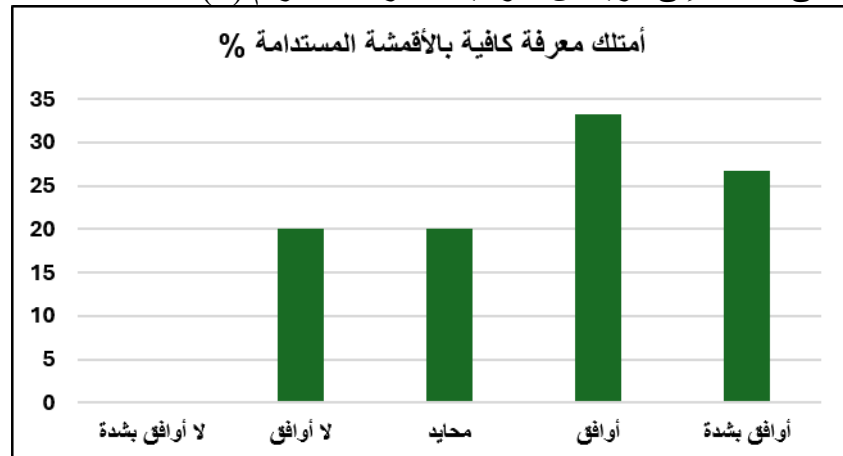
تفضيلات العينة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أشعر بالرضا عند شراء ملابس من أقمشة مستدامة	26.7	40	20	13.3	0
أمتلك معرفة كافية بالأقمشة المستدامة	26.7	33.3	20	20	0
أهتم بشراء الملابس الصديقة للبيئة	26.7	40	13.3	20	0
أعتقد أن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة	33.3	53.3	13.3	0	0
يؤثر سعر الملابس المستدامة في قراري الشرائي	2	40	20	20	0
أفضل الملابس ذات الجودة العالية، حتى لو كان سعرها مرتفعاً	33.3	40	13.3	13.3	0
يؤثر تصميم الملابس وأناقتها في اختياري للملابس المستدامة	33.3	26.7	26.7	13.3	0
أتابع الإعلانات المتعلقة بالموضة المستدامة	20	46.7	20	13.3	0
وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من وعيي بالملابس المستدامة	26.7	46.7	13.3	6.7	6.7
أعتقد أن الملابس المستدامة أكثر صحة وأماناً على البشرة	26.7	46.7	13.3	13.3	0
أرغب في زيادة انتشار الملابس المستدامة في الأسواق المحلية	26.7	33.3	13.3	26.7	0
أفضل شراء الملابس المصنوعة من خامات طبيعية قابلة لإعادة التدوير	20	33.3	20	26.7	0
أعتقد أن الملابس المستدامة تتمتع بعمر استخدام أطول	26.7	33.3	20	20	0
تؤثر آراء الأصدقاء أو العائلة في اختياري للملابس المستدامة	26.70	26.7	26.7	20	0
أفضل شراء الملابس من علامات تجارية تهتم بالاستدامة البيئية	26.7	40	20	13.3	0
قلة توفر الملابس المستدامة في الأسواق تحد من شرائي لها	26.7	33.3	20	20	0
أرى أن المعلومات المتعلقة بالأقمشة المستدامة غير كافية في الأسواق	33.3	33.3	13.3	20	0
أعتقد أن دعم المنتجات المستدامة يعزز حماية البيئة مستقبلاً	40	40	13.3	6.7	0
لدي استعداد لتجربة أنواع جديدة من الملابس المستدامة	26.7	40	20	13.3	0
أحرص على قراءة مكونات القماش قبل شراء الملابس	33.3	40	13.3	13.3	0

من خلال التحليل كمي لكل مؤشر اعتماداً على النسب الواردة في الجدول، مع التركيز على اتجاهات الاستجابة بين الموافقة وعدم الموافقة والحياد:

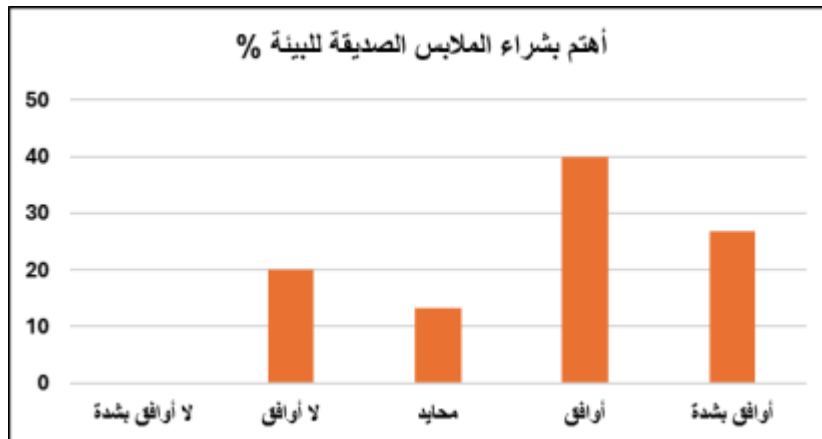
١. أشعر بالرضا عند شراء ملابس من أقمشة مستدامة: بلغت نسبة الموافقة الكلية (أوافق + أوافق بشدة) 66.7%، مقابل 13.3% غير موافقين و20% محايدين. تدلّ هذه النتائج على اتجاه إيجابي واضح. اتجاه نحو الرضا عند شراء الأقمشة المستدامة. بما يعكس قبولاً نفسياً جيداً لهذا النوع من المنتجات. انظر الشكل رقم (1).



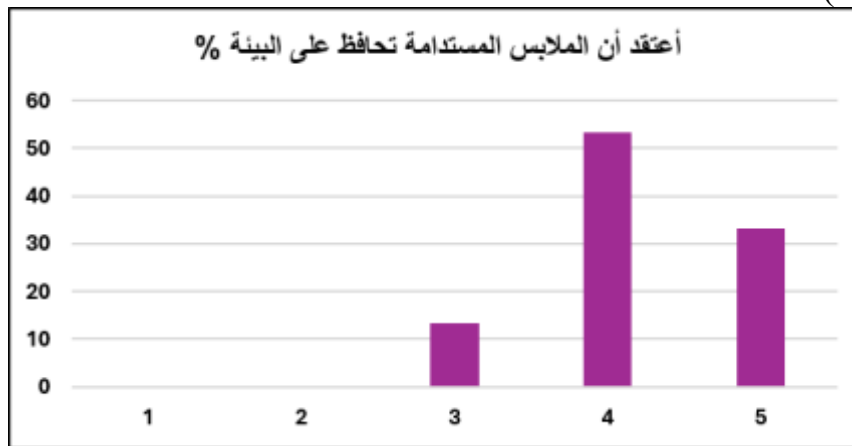
٢. أمتلك معرفة كافية بالأقمشة المستدامة: أظهرت النتائج أن 60% من أفراد العينة يوافقون على امتلاكهم معرفة كافية بالأقمشة المستدامة، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 20%، و20% كانوا محايدين. ويشير ذلك إلى مستوى معرفة مقبول نسبياً، إلا أن وجود 40% بين الحياد وعدم الموافقة يدل على الحاجة إلى مزيد من التوعية. انظر الشكل رقم (2).



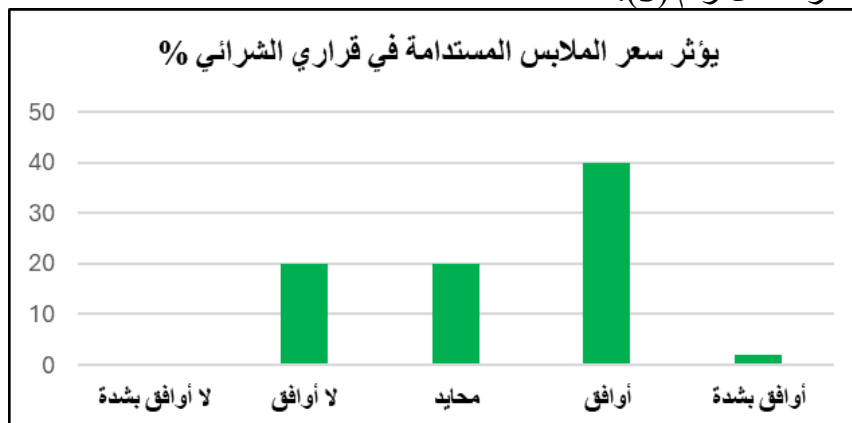
٣. أهتم بشراء الملابس الصديقة للبيئة: بلغت نسبة الموافقة 66.7%، مقابل 20% غير موافقين و13.3% محايدين. وتعكس هذه النتيجة اهتماماً مرتفعاً نسبياً لدى أفراد العينة بالملابس الصديقة للبيئة، مما يشير إلى وجود توجه إيجابي نحو الاستهلاك المستدام. انظر الشكل رقم (3).



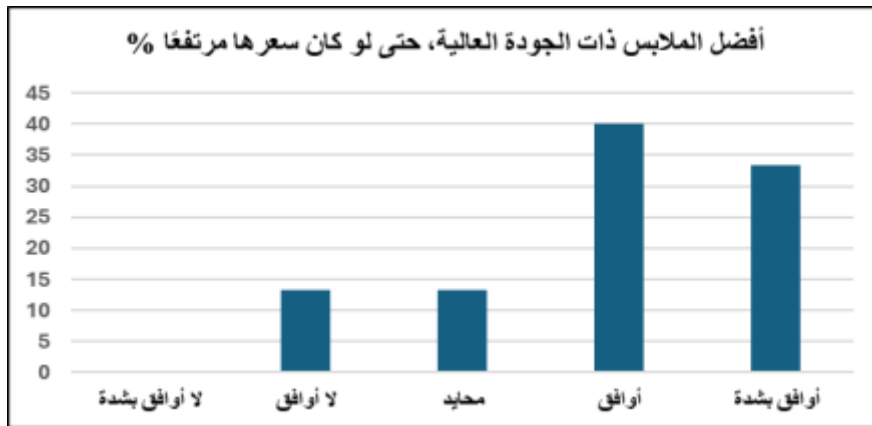
٤. أعتقد أن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة: سجل هذا المؤشر أعلى مستويات التأييد؛ إذ بلغت نسبة الموافقة الكلية 86.6%، بينما بلغت نسبة الحياد 13.3% ولم تسجل أي نسبة لعدم الموافقة. ويعكس ذلك إدراكاً قوياً لدى المبحوثين للدور البيئي الإيجابي للملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (4).



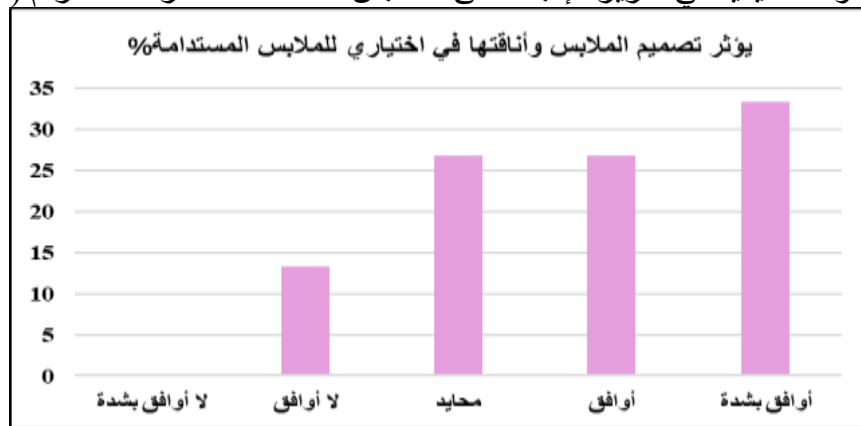
٥. يؤثر سعر الملابس المستدامة في قراري الشرائي: بلغت نسبة الموافقة 42% تقريباً (40% أوافق و2% أوافق بشدة)، مقابل 20% غير موافقين و20% محايدين. وتشير النتائج إلى أن السعر يمثل عاملاً مؤثراً لدى شريحة من المستهلكين، إلا أن تأثيره ليس حاسماً لدى جميع أفراد العينة. انظر الشكل رقم (5).



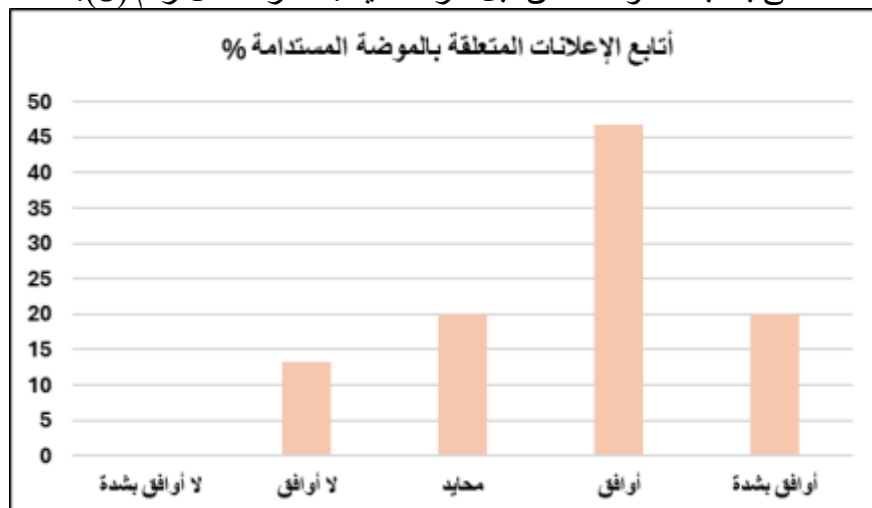
٦. أفضل الملابس ذات الجودة العالية، حتى لو كان سعرها مرتفعاً: بلغت نسبة الموافقة الكلية 73.3%، مقابل 13.3% غير موافقين و13.3% محايدين. وتدل هذه النتيجة على أن الجودة تعد عاملاً أساسياً في قرارات الشراء، وأن المستهلكين مستعدون لدفع أسعار أعلى مقابل جودة أفضل. انظر الشكل رقم (6).



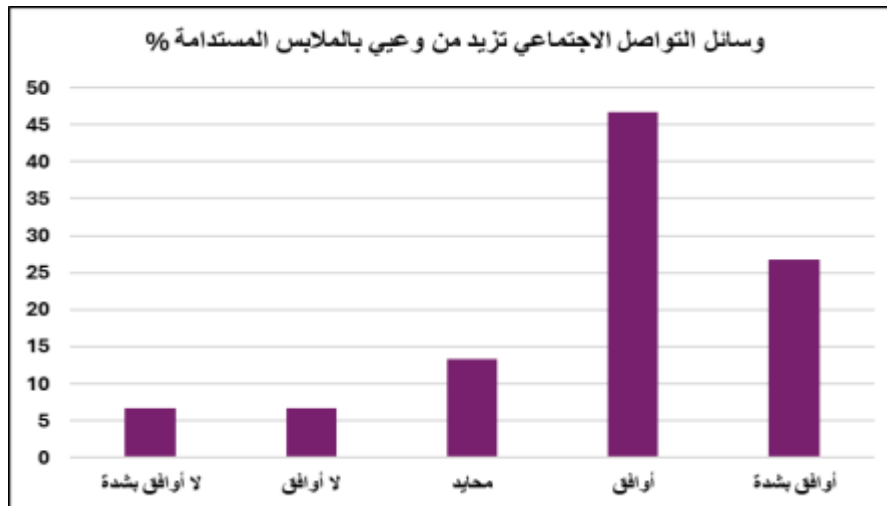
٧. يؤثر تصميم الملابس وأناقعتها في اختياري للملابس المستدامة: بلغت نسبة الموافقة 60%، بينما بلغت نسبة عدم الموافقة 13.3%، و 26.7% محايدين. وتشير النتائج إلى أهمية الجوانب الجمالية والتصميمية في تعزيز الإقبال على الملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (7).



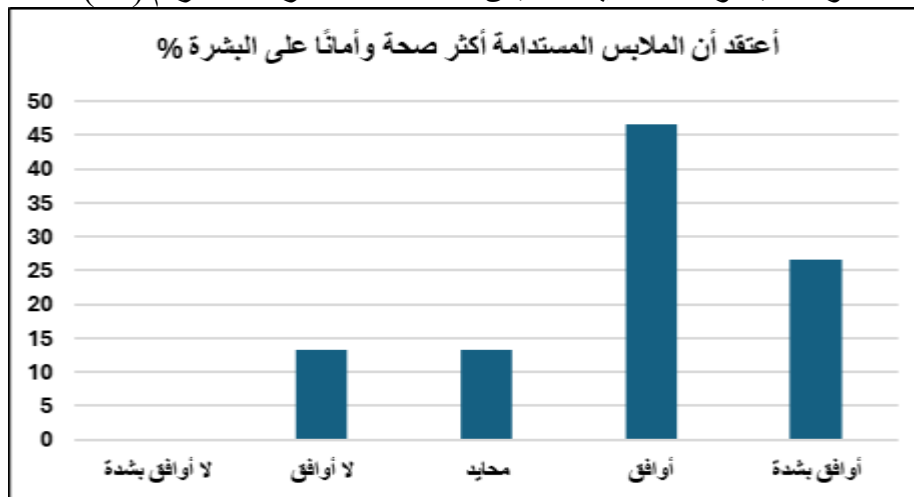
٨. أتابع الإعلانات المتعلقة بالموضة المستدامة: بلغت نسبة الموافقة 46.7%، في حين بلغت نسبة عدم الموافقة 13.3%، و 20% محايدين. وتوضح النتائج أن الإعلانات الخاصة بالموضة المستدامة تحظى بمتابعة متوسطة من قبل أفراد العينة. انظر الشكل رقم (8).



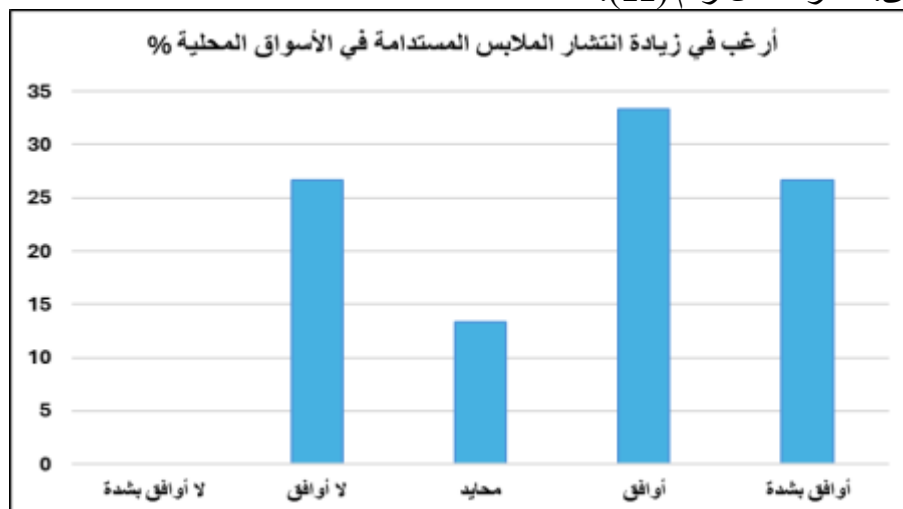
٩. وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من وعيي بالملابس المستدامة: بلغت نسبة الموافقة الكلية 73.4%، مقابل 13.4% غير موافقين و 13.3% محايدين. وتشير هذه النتيجة إلى الدور البارز لوسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة وتعزيز الوعي بالملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (9).



١٠. أعتقد أن الملابس المستدامة أكثر صحة وأماناً على البشرة: أظهرت النتائج أن 73.4% من أفراد العينة يوافقون على هذه العبارة، مقابل 13.3% غير موافقين و13.3% محايدين. ويعكس ذلك اقتناعاً واسعاً بالفوائد الصحية للملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (10).



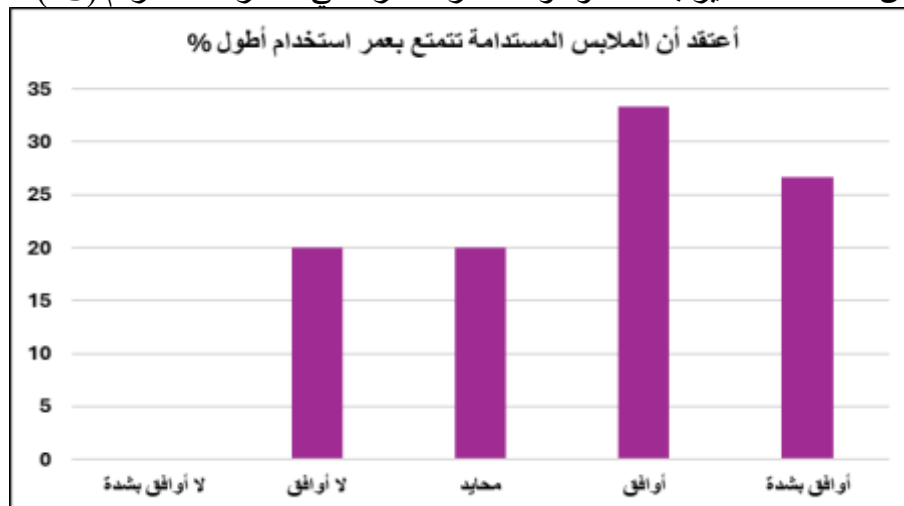
١١. أرغب في زيادة انتشار الملابس المستدامة في الأسواق المحلية: بلغت نسبة الموافقة 59.9%، مقابل 26.7% غير موافقين و13.3% محايدين. وتشير النتائج إلى وجود رغبة لدى أغلبية الباحثين في توسيع انتشار هذه المنتجات، وإن كانت بدرجة أقل مقارنة ببعض المؤشرات الأخرى. انظر الشكل رقم (11).



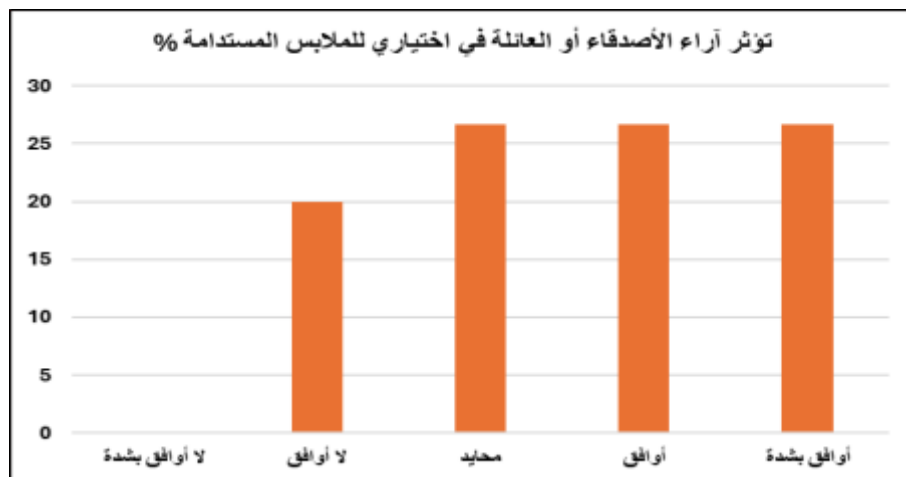
١٢. أفضل شراء الملابس المصنوعة من خامات طبيعية قابلة لإعادة التدوير: بلغت نسبة الموافقة 53.3%، في حين بلغت نسبة عدم الموافقة 26.7%، و20% محايدين. وتنعكس النتائج ميلاً إيجابياً نحو الخامات الطبيعية القابلة لإعادة التدوير، لكنه أقل قوة مقارنة ببعض المؤشرات البيئية الأخرى. انظر الشكل رقم (12).



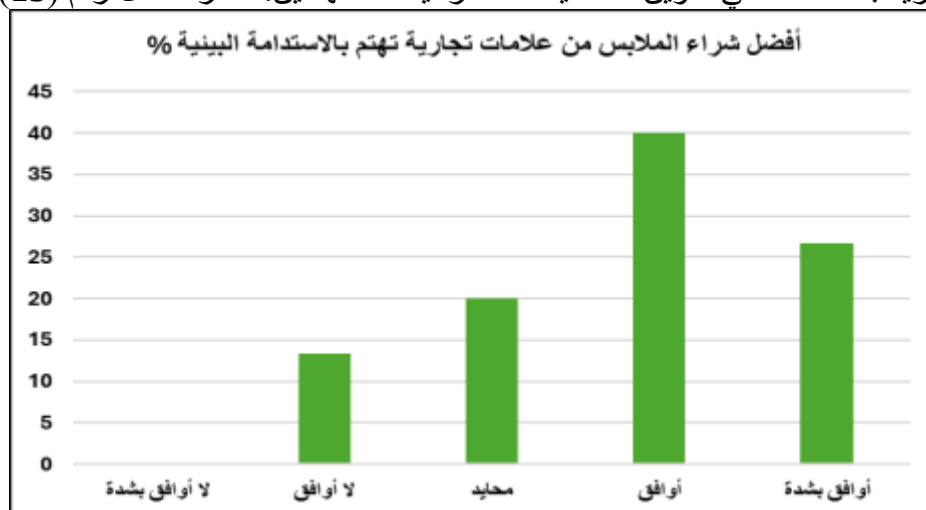
١٣. أعتقد أن الملابس المستدامة تتمتع بعمر استخدام أطول: بلغت نسبة الموافقة 60%، مقابل 20% غير موافقين و20% محايدين. وتشير هذه النتيجة إلى أن غالبية المبحوثين يرون أن الملابس المستدامة تتميز بالمتانة وطول العمر الافتراضي. انظر الشكل رقم (13).



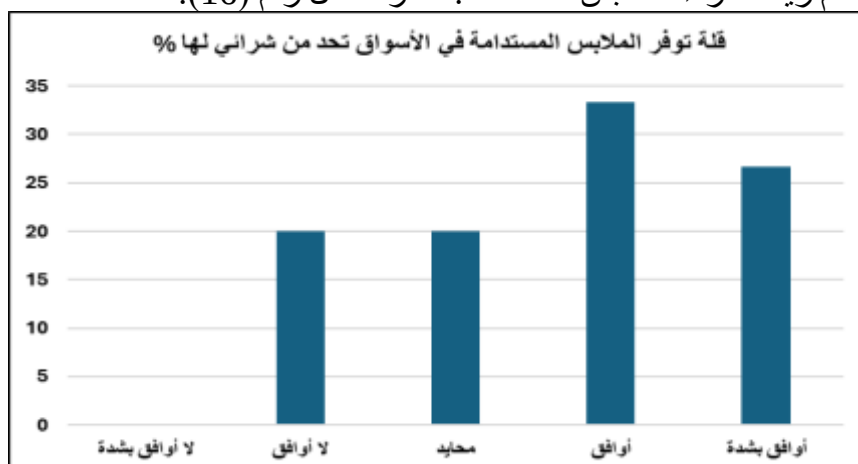
١٤. تؤثر آراء الأصدقاء أو العائلة في اختياري للملابس المستدامة: بلغت نسبة الموافقة 53.4%، مقابل 20% غير موافقين و26.7% محايدين. وتوضح النتائج وجود تأثير اجتماعي متوسط في قرارات شراء الملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (14).



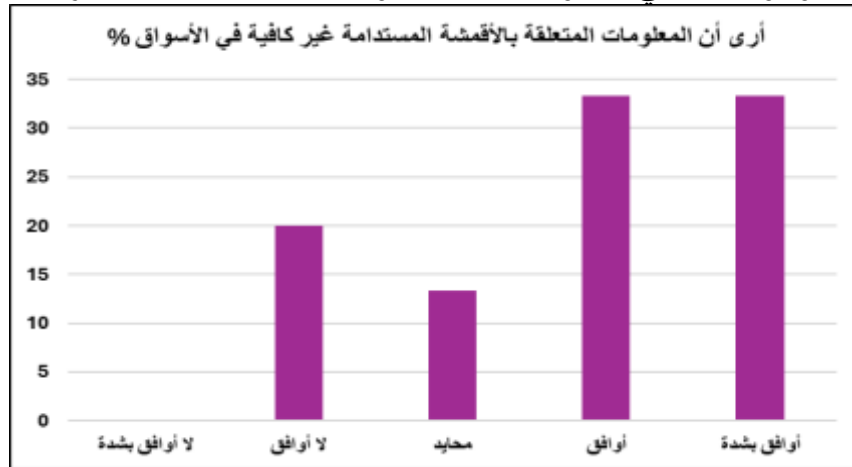
١٥. أفضل شراء الملابس من علامات تجارية تهتم بالاستدامة البيئية: بلغت نسبة الموافقة 66.7%، مقابل 13.3% غير موافقين و20% محايدين. وتدل هذه النتيجة على أهمية التزام العلامات التجارية بالاستدامة في تكوين التفضيلات الشرائية للمستهلكين. انظر الشكل رقم (15).



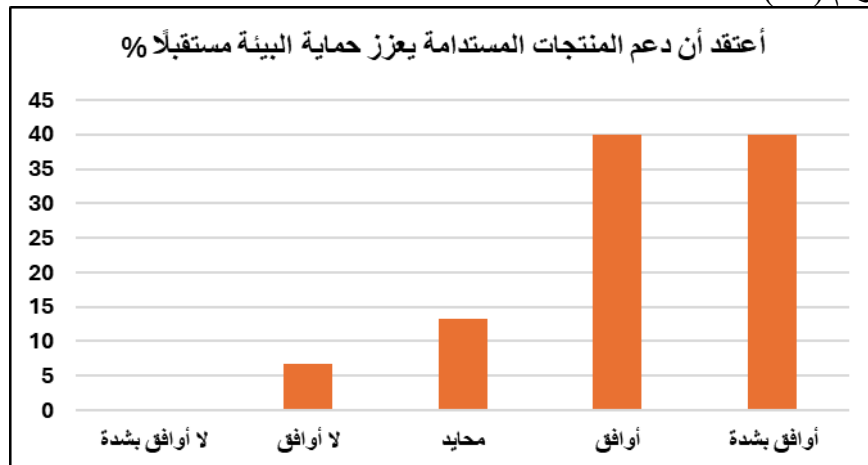
١٦. قلّة توفر الملابس المستدامة في الأسواق تحد من شرائي لها: بلغت نسبة الموافقة 60%، مقابل 20% غير موافقين و20% محايدين. وتشير النتائج إلى أن محدودية التوفر تمثل أحد العوائق المهمة أمام زيادة شراء الملابس المستدامة. انظر الشكل رقم (16).



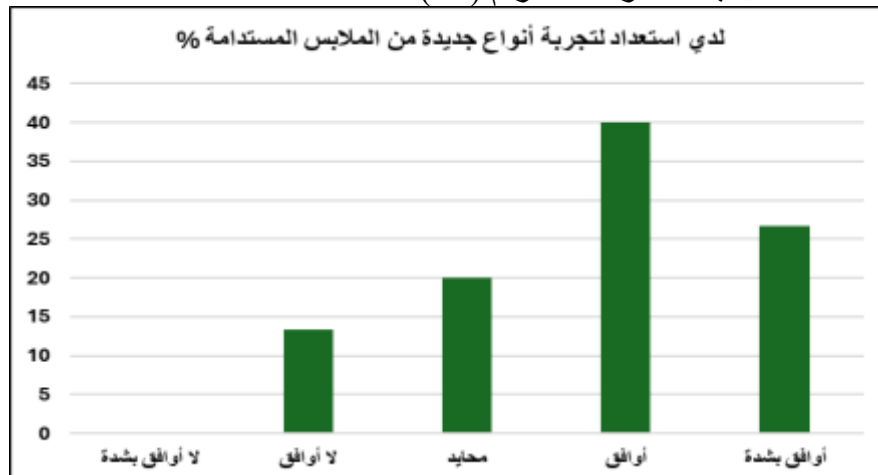
١٧. أرى أن المعلومات المتعلقة بالأقمشة المستدامة غير كافية في الأسواق: بلغت نسبة الموافقة 66.6%، مقابل 20% غير موافقين و13.3% محايدين. وتعكس هذه النتيجة شعورًا لدى غالبية الباحثين بوجود نقص في المعلومات المتاحة حول الأقمشة المستدامة. انظر الشكل رقم (17).



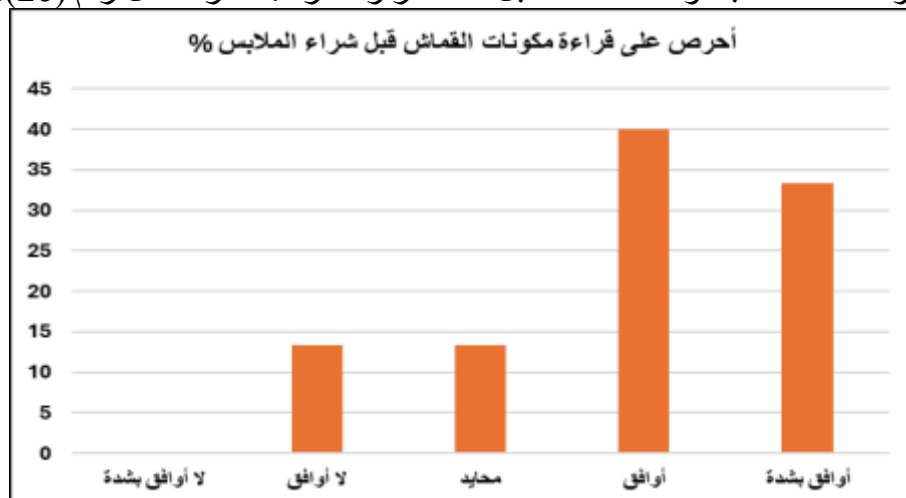
١٨. أعتقد أن دعم المنتجات المستدامة يعزز حماية البيئة مستقبلاً: حقق هذا المؤشر مستوى مرتفعاً جداً من التأييد؛ إذ بلغت نسبة الموافقة الكلية 80%، مقابل 6.7% غير موافقين و13.3% محايدين. وتدل النتائج على وعي قوي بأهمية الاستهلاك المستدام في حماية البيئة مستقبلاً. انظر الشكل رقم (18).



١٩. لدي استعداد لتجربة أنواع جديدة من الملابس المستدامة: بلغت نسبة الموافقة 66.7%، مقابل 13.3% غير موافقين و20% محايدين. وتشير النتائج إلى انفتاح غالبية أفراد العينة على تجربة منتجات مستدامة جديدة. انظر الشكل رقم (19).



٢٠. أحرص على قراءة مكونات القماش قبل شراء الملابس: بلغت نسبة الموافقة الكلية 73.3%، مقابل 13.3% غير موافقين و 13.3% محايدين. وتعكس هذه النتيجة ارتفاع مستوى الاهتمام بالمعلومات المتعلقة بمكونات الأقمشة قبل اتخاذ قرار الشراء. انظر الشكل رقم (20).



تُظهر النتائج اتجاهًا إيجابيًا قويًا نحو الملابس المستدامة؛ حيث سجلت معظم المؤشرات نسب موافقة تجاوزت 60%. وقد تمثلت أقوى الاتجاهات في الاعتقاد بأن الملابس المستدامة تحافظ على البيئة (86.6%)، ودعم المنتجات المستدامة لحماية البيئة مستقبلاً (80%)، وأثر وسائل التواصل الاجتماعي والاهتمام بالجودة وقراءة مكونات القماش (أكثر من 73%). وفي المقابل، طفت تحديات إلى السطح. نقص المعلومات المتاحة عن الأقمشة المستدامة. وقلة توافرها. وأثر السعر في قرار شريحة من المستهلكات. وتؤكد هذه النتائج وجود وعي بيئي مرتفع واستعداد متزايد لدى المستهلكين لتبني أنماط استهلاك أكثر استدامة.

٦. الاستنتاجات والتوصيات:

١. تُظهر هذه الدراسة أمراً واضحاً. إقبال المرأة البغدادية على الأقمشة المستدامة في اتساع مطرد. يحركه وعي بيئي واجتماعي متنامٍ. ومع ذلك، تظلّ تحديات اقتصادية وثقافية تكبح انتشار هذا السلوك.

٢. تؤكد النتائج على أهمية العمل المشترك بين القطاع الصناعي، الحكومي، والمجتمع المدني لتعزيز سوق الموضة المستدامة في العراق.

٣. ويبقى تشجيع الإنتاج المحلي المستدام ركيزة أساسية. وكذلك تفعيل السياسات التحفيزية، وتوسيع برامج التوعية. فهي مجتمعة تصنع تحولاً إيجابياً في سلوك المستهلك. تحولاً يخدم التنمية المستدامة بيئياً واجتماعياً في البلاد.

٤. وتفتح الدراسة الباب أمام أبحاث لاحقة. أبحاث تتعمق في سلوك المستهلك ضمن مجالات أخرى من الاستدامة. وتقيس أثر السياسات الحكومية في ممارسات السوق.

محاكمة فرضيات البحث

فرضية وجود علاقة بين الوعي البيئي وتوجه النساء نحو الملابس المستدامة تأكدت إحصائياً. أثر المستوى الاقتصادي كان واضحاً، حيث يؤثر الدخل على القدرة الشرائية للملابس المستدامة. العوامل الجمالية وجودة التصميم كانت مهمة، حيث أبدت النساء اهتماماً كبيراً بمدى جاذبية الملابس. المعلومات التسويقية والإعلامية أثرت بشكل كبير في رفع الوعي والتوجه نحو الشراء المستدام. وللدراسة أثرها العملي. فهي تقدّم أدلة ميدانية. أدلة تعين على بناء استراتيجيات تسويقية تلائم السوق العراقي. وتوجّه جهود التوعية بما يراعي الخصوصية الثقافية والاقتصادية. فينمو سوق الأزياء المستدامة في بغداد.

التوصيات:

١. واستناداً إلى نتائج الدراسة وتحليلها، تُقدّم التوصيات الآتية. توصيات لدعم توجّه المرأة البغدادية نحو الأقمشة المستدامة. ولتنشيط سوق الموضة المستدامة في العراق: 6.1 توصيات للقطاع الصناعي والتجاري.
 ٢. دعم الإنتاج المحلي المستدام: تشجيع المصانع وورش العمل على اعتماد الأقمشة المستدامة، وتوفير دعم مالي وتقني لتقليل التكلفة وزيادة جودة المنتجات.
 ٣. تطوير خطوط إنتاج بأسعار تنافسية: العمل على تقديم ملابس مستدامة بأسعار تناسب شرائح الدخل المختلفة، خاصة الفئات متوسطة ومنخفضة الدخل.
 ٤. تعزيز الشفافية في سلسلة التوريد: توفير معلومات واضحة للمستهلكين حول مصادر الأقمشة وطرق الإنتاج لضمان الثقة ودعم القرار الشرائي المستدام.
 ٥. وضع سياسات تحفيزية: تقديم إعفاءات ضريبية أو دعم مالي للمصانع التي تعتمد الإنتاج المستدام وممارسات صديقة للبيئة.
 ٦. تعزيز الحملات التوعوية: تنظيم حملات وطنية للتوعية بأهمية الاستدامة في صناعة الملابس، موجهة بشكل خاص للنساء والمستهلكين.
 ٧. تشريع القوانين البيئية: فرض معايير بيئية صارمة على مصانع النسيج لضمان تقليل التلوث وحماية الموارد الطبيعية.
 ٨. التثقيف المستمر: إدراج موضوعات الموضة المستدامة في المناهج التعليمية وورش العمل المجتمعية.
- الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام المنصات الرقمية لنشر رسائل توعوية وأمثلة ناجحة من السوق المحلي. تشجيع المبادرات النسائية: دعم المبادرات النسائية والمصممين الشباب الذين يروجون للملابس المستدامة.

المراجع:

- Al-Jaberi, H. (2021). Economic challenges and consumer behaviour in Iraq. *Iraqi Journal of Social Sciences*, 14(3), 45-60.
- Al-Jaberi, H. (2022). Environmental awareness and sustainable consumption patterns in Baghdad. *Journal of Iraqi Social Studies*. 14(2), 45-63.
- Al-Jaberi, H. (2023). Consumer attitudes towards sustainable fashion in Baghdad. *Iraqi Journal of Environmental and Social Studies*, 15(1), 77-95.
- Al-Mansour, S. (2022). The impact of social media on purchasing decisions among Iraqi youth. *Baghdad Media Review*, 8(2), 102-118.
- Al-Mansour, S. (2023). Challenges of sustainable fashion in Iraq: Market availability and consumer knowledge. *Iraqi Journal of Environmental Studies*, 9(1), 102-118.
- Al-Mansour, S. (2023). Market challenges for sustainable fashion in Iraq: Availability and affordability. *Baghdad Economic Review*, 10(2), 120-135.

- Al-Saadi, F. (2021). Psychological factors affecting consumer trust in Iraqi markets. *Iraqi Psychological Studies*, 12(1), 30-44.
- Bhaduri, G., & Ha-Brookshire, J. (2011). Do transparent business practices pay? Exploration of transparency and consumer purchase intention. *Clothing and Textiles Research Journal*, 29(2), 135-149. <https://doi.org/10.1177/0887302X11409141>
- Fashion Revolution. (2023). *About us*. Retrieved from <https://www.fashionrevolution.org>
- Fletcher, K. (2013). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge.
- Fletcher, K., & Tham, M. (2019). *Earth Logic: Fashion Action Research Plan*. The J.J. Charitable Trust.
- Hameed, R., & Al-Ansari, D. (2019). Cultural influences on consumer behavior in Iraq. *Journal of Middle Eastern Marketing*, 5(1), 23-37.
<https://doi.org/10.21608/ijdar.2022.161379.1005>
- Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*, 16(3), 273-295. <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>
- Kozlowski, A., Searcy, C., & Bardecki, M. (2012). Environmental impacts in the fashion industry: A life cycle and stakeholder framework. *Journal of Corporate Citizenship*, (45), 17-36.
- McKinsey & Company. (2020). *The State of Fashion 2020: Coronavirus Update*. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>
- McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum. *Sustainability*, 7(2), 1544-1568.
- McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: Fashionable consumers and the sustainability challenge. *Sustainability*, 7(2), 1544-1568.
- Niinimäki, K. (2013). Sustainable consumer satisfaction in the fashion context. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 507-514.

- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of Cleaner Production*, 19(16), 1876–1883. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.04.020>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Patagonia. (2022). *Environmental & social responsibility*. Retrieved from <https://www.patagonia.com>
- Perry, P., & Jones, M. (2017). Principles of sustainable fashion. *Journal of Fashion Studies*, 10(2), 45-60.
- Praveen Paul, J. (2019). Buying Behaviour of Adult Women on Key Factors Influencing Their Purchasing of Fashion Clothing. *Asian Journal of Managerial Science*, 8(2), 79–88. <https://doi.org/10.51983/ajms-2019.8.2.1547>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behaviour* (10th ed.). Pearson Education.
- Shen, B. (2014). Sustainable fashion supply chain: Lessons from H&M. *Sustainability*, 6(9), 6236-6249. <https://doi.org/10.3390/su6096236>
- Shen, B., Wang, Y., Lo, C. K. Y., & Shum, M. (2020). The impact of ethical fashion on consumer purchase behavior: An empirical study in China. *Journal of Cleaner Production*, 276, 124154. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124154>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behaviour: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- Stella McCartney. (2022). *Sustainability*. Retrieved from <https://www.stellamccartney.com>
- Textile Exchange. (2021). *Organic Cotton Market Report 2021*. Textile Exchange.
- Textile Exchange. (2021). *Organic Cotton Market Report 2021*. Textile Exchange.
- UNDP Iraq. (2020). Social dynamics and consumer patterns in Iraqi households. United Nations Development Programme Report.
- United Nations Development Programme (UNDP) Iraq. (2021). *Sustainable fashion initiatives in Iraq*. UNDP Iraq Report.

- World Bank. (2022). Iraq's digital economy overview. World Bank Report.
- WRAP. (2017). *The impact of recycled polyester fibres*. Waste & Resources Action Programme.
- جان، منيرة حسين خان حيدر، وسالم، شادية صلاح حسن. (2022). الاستدامة في إنتاج تصميمات الأقمشة المطبوعة رقمياً لبعض الملابس التقليدية بالمملكة العربية السعودية في مصانع الملابس الجاهزة. المجلة الدولية للتصميم والفنون التطبيقية، العدد 3، المجلد 1:
- فائزة عبد الله سعد ثابت، & د. اميمة احمد عبد اللطيف سليمان. (2023). ممارسات الاستدامة البيئية خلال مراحل التجهيز والإنتاج في مصانع الملابس الجاهزة في منطقة مكة المكرمة، (51), *International Journal on Humanities and Social Sciences*, 110-125. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.51.2023.640>
- كوانتيس. (2018). قياس الموضة 2018: دراسة الأثر البيئي لصناعات الملابس والأحذية العالمية: التقرير الكامل والاعتبارات المنهجية. كوانتيس <https://media-pro.refashion.fr/2025/10/measuring-fashion-environmental-impact-of-the-global-apparel-and-footwear-industries-study.pdf>