

دور المبادرات النسائية في دعم أنشطة ومشاريع المرأة والتسويق الإلكتروني لها كمورد بشري منتج وليس مستهلك. "دراسة حالة مبادرة لأننى أهتم"

د. عالية على إدريس محمود

أستاذ مساعد رئيس قسم الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة الزرقاء - الأردن

د. أسمنى فرحان الشراب العبادي

قسم التاريخ - الجامعة الاردنية

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور المبادرات النسائية في دعم أنشطة ومشاريع المرأة والتسويق الإلكتروني لها ، حيث تكمن أهمية الدراسة في التعريف بمفهوم التسويق الوردى للمرأة وكيفية الإستفادة منه في ترويج منتجات المرأة نفسها وليس على اعتبارها كائنا مستهلكا فقط.

ولمعالجة إشكالية البحث تم تصفح المواقع الإلكترونية للمبادرات النسائية للتعرف على أهدافها وأسلوب إدراتها ومدى استفادتها من شبكات التواصل الإجتماعى وربطه بموضوع التسويق الوردى الذى يعتبر المرأة كائن مستهلك توجه لها العديد من المنتجات مع تغافل دورها الإنتاجي، كذلك تم الإطلاع على العديد من الدراسات التى



تناولت أهمية المبادرات النسائية في تشجيع المرأة على الدخول في سوق العمل حتى لو كان ذلك عن طريق مشاريع صغيرة تدار من المنزل ، بالإضافة إلى الإطلاع على مفهوم التسويق الوردى من خلال بعض الأدبيات والمواقع الإلكترونية التي تستهدف النساء في الترويج لمنتجاتها . وبعد الإطلاع المكثف وجدت الباحثان بأن موقع مبادرة لأننى أهتم جدير بالدراسة حيث أن هذا الموقع أول تنظيم غير ربحى خاص بالنساء وأعمالهن في الأردن ، حيث يتيح الموقع للمشاركات واجهة سهلة للإستخدام التفاعلى عبر الإنترنت ، ويُمكن عضواته من إنشاء الصفحة الخاصة بهن، وتصفح الصفحات الخاصة بالأعضاء والشخصيات النسائية المُهمّة ونشر إبداعاتهن، ويتيح التعامل والتواصل مع نساء ذى ثقافة، وخبرة، ومعرفة عن طريق النقر على زاوية" الوجوه المعروفة" ، وكما ويُمكن مشاركة السيرة الذاتية لأكثر من مليون مشتركة بما فى ذلك طرح مواضيع للنقاش، وبناء العلاقات وسهولة التواصل، ومشاركة الإهتمامات، والإعلان عن النشاطات المتوفرة.

وقد حصل موقع لأننى أهتم على العلامة التجارية والوعى النسائى المطلوب كما يتوقع له الإهتمام من شريحة واسعة من النساء، فالهدف الرئيسى من إنشاء هذا الموقع هو خلق مُنظمة رقمية موحّدة للنساء وتزويدهن وأعمالهن بالدعم فى جميع الموضوعات التى يهتمن بها حقاً.

الكلمات المفتاحية : المبادرات النسائية ، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعى ، التسويق الوردى ، مبادرة لأننى أهتم .



Abstact :

This study aims to highlight the role of women's initiatives in supporting the activities and projects of women and their electronic marketing. The importance of this study is to introduce the concept of women's marketing and how to promote women's products themselves and not only as consumers. In order to address the problem of research, the websites of women's initiatives were explored to identify their objectives, management style and the extent of their benefit from the social networks and linking them to the subject of pink marketing, which is a woman consumer oriented to many products while ignoring their productive role. To encourage women to enter the labor market, even through small-scale home-based projects, as well as access to the concept of pink marketing through some of the literature and websites aimed at women in the story for their products.

After the intensive study, the researchers found that the site of the initiative because I care worthy of study as this site is the first non-profit organization for women and their work in Jordan, where the site provides participants with an easy interface for interactive use over the Internet, and enables members to create their own page and browse the pages of members and personalities And enables them to engage and communicate with women with culture, experience and knowledge by clicking on the "familiar faces" corner. The autobiography can also be shared by more than a million participants, including topics for discussion, relationship building and ease of use. Continued, and participation Interests, advertising activities available.

I have a website because I am interested in the brand and the women's awareness that is required and what is expected of a wide range of women. The main goal of this site is to create a unified digital organization for women and provide them with support on all subjects they really care about.

Keywords: women's initiatives, social networking marketing, pink marketing, an initiative because I care.

الفصل الأول

أولاً: مبررات اختيار الموضوع:

- لكون الموضوع جديد وواسع، وفتح المجال أمام الباحثين للتعلمق فى الموضوع.
- الإهتمام المتزايد بموضوع التسويق الإلكتروني وعدم وضوح مفهومه جيداً وطرق الإستفادة منه.
- أهمية تسليط الضوء على المرأة كمورد بشرى منتج وليس ككائن إستهلاكي.
- أهمية معرفة المرأة بالإستراتيجيات التى تبنى لتسويق المنتجات لها عبر توضيح مفهوم التسويق الوردى.
- أهمية المبادرات النسائية فى النهوض بالمرأة ومشاركتها الفاعلة فى المجتمع .

أهداف الدراسة :

- ضمن هذا الموضوع الجديد نسعى إلى ما يلى :
- التعريف بموضوع التسويق الإلكتروني وكيفية الإستفادة منه.
- التعريف بمفهوم التسويق الوردى .
- تعريف تمكين المرأة ودورها التنموى والإنتاجي .
- التعريف بالدور الذى تقوم به المبادرات النسائية فى النهوض بالمرأة ، وخصوصاً مبادرة لأننى أهم وذلك لإتاحة الفرصة لأكبر عدد ممكن من السيدات للإستفادة من هذه المبادرة وغيرها .



ثانياً : أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة من خلال الموضوع الذى تم اختياره فى كون المرأة والتي هى نصف المجتمع ، يلقى على كاهلها الكثير من الأعباء المنزلية إذا كانت ربة بيت ، وإذا كانت عاملة فالعبي مضاعف مما يضطر الكثير من النساء لترك سوق العمل والإنشغال بأعباء المنزل وتربية الأبناء ، لكن الوضع الإقتصادي الصعب الذى تمر فيه معظم البلاد تحت وطئة جائحة الكورونا وما تلاها من تبعات إقتصادية يفرض على المرأة بأن تجمع بين الدورين ، ولصعوبة العمل خارج المنزل اتجهت العديد من النساء لإيجاد مورد إقتصادي من خلال عملها داخل المنزل ، وتكمن المشكلة لدى العديد من السيدات المنتجات فى تسويق منتجاتهن فى ظل عدم معرفتهن بأصول التسويق وكيفية الإستفادة من التسويق الإلكتروني ، لذلك قامت مجموعات من النساء الرائدات فى العمل الإجتماعى والتطوعى بإنشاء مبادرات تساعد النساء فى القيام بدورهن المجتمعى وتسويق منتجاتهن وأفكارهن واهتماماتهن لإفادة المجتمع من هذه الأفكار والمنتجات والانتقال إلى العمل الإنتاجى بدلا من الدور الإستهلاكى .

لذلك جاءت هذه الدراسة لتعريف النساء بأدوارهن الإنتاجية والمبادرات التى تساعدهن على اتخاذ أماكنهن الصحيحة والإستفادة من طاقتهن وتعريفهن بكيفية الإستفادة من التسويق الإلكتروني وتجنب الدور الإستهلاكى ، ومن هذه المبادرات الرائدة لأننى أهتم.

ثالثاً : أسئلة الدراسة:

من خلال ماسبق نلخص الدراسة بالتساؤل الرئيسى التالى :

ما دور المبادرات النسائية فى دعم أنشطة و مشاريع المرأة والتسويق الإلكتروني لها كمورد بشرى منتج وليس مستهلك . ؟

ومن أجل الإجابة على هذا التساؤل لابد لنا من الإجابة على الأسئلة التالية :



- ما التسويق الإلكتروني وكيفية الإستفادة منه ؟
- ما التسويق الوردى ؟
- ما المقصود بتمكين المرأة ودورها التتموى والإنتاجى ؟
- ما دور المبادرات النسائية فى دعم أنشطة و مشاربع المرأة كمورد بشرى منتج وليس مستهلك .

رابعا : منهجية الدراسة :

تم اتباع منهج دراسة الحالة لمبادرة لأننى أهتم للتعريف بالمبادرة وأهدافها وإنجازاتها والدور الذى تضطلع به لخدمة قضايا المرأة . عن طريق عمل مقابلة خاصة مع رئيسة المبادرة وبعض العضوات وأيضا عن طريق الإطلاع على الموقع ومعرفة أوجه النشاطات التى تقدم للمرأة من خلاله ، كذلك عن طريق المشاركة ببعض الأنشطة الخاصة بالمبادرة .

عمل مسح عبر شبكة الإنترنت للتعرف على المبادرات النسائية المشابهة والخدمات التى تقدمها للمرأة .

كذلك اعتمدت الباحثتان على الدراسات والأدبيات السابقة لإثراء الجانب النظرى للموضوع.

الفصل الثاني

الإطار النظرى :

ويجيب عن أسئلة الدراسة :

- ما التسويق الإلكتروني وكيفية الإستفادة منه ؟
- ما التسويق الوردى ؟
- ما المقصود بتمكين المرأة ودورها التتموى والإنتاجى ؟
- ما دور المبادرات النسائية فى دعم أنشطة و مشاربع المرأة كمورد بشرى منتج وليس مستهلك ؟



أولا : التسويق الإلكتروني:

التسويق الإلكتروني هو : عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت .

(عبد الغنى : و أبو اليمين : 2005 : 3)

ويمسمى أيضا التسويق الرقمي : وهو مجموعة الأنشطة التسويقية التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية وشبكات الحاسب والإنترنت.

(طه : طارق : 2006 : 31)

ويشمل التسويق الإلكتروني الخدمات التي تتم عبر البريد الإلكتروني والوسائط اللاسلكية، واستخدام مجموعة من التقنيات للمساعدة في ربط الأعمال التجارية بعملائها.

<https://www.mbaskool.com>

ويتم من خلال التسويق الإلكتروني إبلاغ العملاء بمنافع المنتج للمساعدة في عملية إتخاذ قرار الشراء . (العلاق 2002 : 113)

مزايا ومساوئ التسويق الإلكتروني :

للتسويق الإلكتروني العديد من المزايا التي تميزه عن التسويق المباشر مثل :

- الوصول الى أكبر عدد ممكن من المستهلكين.
- تكرار وصول الرسالة أكثر من مرة للمستهلكين دون فرض تكاليف إضافية لكل مرة .
- ارتفاع العائد الربحي عن طريق خفض تكلفة حملة التسويق عبر الإنترنت.
- نتيجة سريعة للحملة.

<https://www.mbaskool.com>

- إقامة علاقة مباشرة بين المنتج والمستهلك دون الحاجة إلى الوسطاء .

(معراوى : ٢٠٢٠ : ١٦)

- أثبت نجاحه وتفردته خلال جائحة الكورونا والعزل المنزلى .



وهناك العديد من المساوئ للتسويق الإلكتروني نذكر منها :

- ارتفاع تكلفة إنشاء موقع إلكتروني.
 - الإ اعتماد على التكنولوجيا وارتفاع تكاليف الصيانة بسبب البيئة المتطورة باستمرار.
 - شفافية أعلى في الأسعار وزيادة المنافسة السعرية .
- <https://www.wewanttraffic.com>
- ضرورة توافر الخبرة والدراية المسبقة والمهارة في استخدام الإنترنت لتدخل في هذا المجال.

(الصيرفي : 2008 : 49 - 50)

- التحدي الخاص بالحصول على معلومات أكثر عن المستهلك الفعلي والمحمّل ، يمكن ان يشعر المستهلك بعدم الأمان .
- (الصحن : 2004 : 434)

ثانيا : التسويق الوردى Pink Marketing or Marketing for Women"

هو استراتيجية تسويقية تقوم على استهداف المرأة بمنتجات الشركة ، باستخدام تقنيات أكثر تأثيرا على المرأة من الرجل لاختلاف الطبيعة السيكولوجية للمرأة فيما يتعلق بدوافع الشراء.

(غريب : 2015)

<https://academy.hsoub.com>

ويستهدف التسويق الوردى تناول دور المرأة في خدمة مجالات التسويق بصورة عامة سواء التي تخدم العملاء من بنات جنسها أو التي تخدم الخطط والقضايا التسويقية للسوق ككل . ومن هنا كانت المسوقة أيضا تستهدف بعملها التسويقي الواسع كلاً من الرجال والنساء .

(المؤسسة العامة للتدريب الفني والمهني : 2013 : 30-03)

<http://altadreeb.net/articleDetails.php?id=899>

يقول خبير التسويق توم بيترز، عليك أن تفهم ما الذى يجعل المرأة تقبل على شراء المنتجات وما يجعلها تبتعد وذلك عن طريق فهم الخصائص البيولوجية والنفسية والثقافية للمرأة لكى تكون ذات صلة بنشاطك التجارى . وأنت أيضا يجب أن تفهم ما هى استراتيجيات التسويق التى ستعمل على جذبها .

<http://www.hansonexperience.com>

ثالثا : تمكين المرأة ودورها التئموى والإنتاجى :

تم تعريف التمكين بأنه الإجراءات والسياسيات العامة التى تركز على دعم مشاركة النساء فى مجالات الحياة كافة مثل السياسىة و الإقتصاد وغير ذلك .

(صالح : 2002 : 468)

والتمكين من أكثر المفاهيم التى تعترف بالمرأة كشريك فاعل فى التئمية، ومعتمد على نفسه. خليل النعيمات تمكين المرأة.

http://maktabatmepi.org/system/site_documents/documents/000/000/375/original/Anera6-123-127.pdf

برز مصطلح تمكين المرأة بعد تزايد الإهتمام العالمى بقضية المرأة وضرورة مشاركتها وإماجها فى عمليات التئمية حيث عقدت العديد من المؤتمرات العالمية لمناقشة أوضاع المرأة وطرق تمكينها وبدأ ذلك واضحا فى نتائج المؤتمر الدولى الرابع للمرأة فى بكين 1995 .

(موسى : 2002 : 20)

يعنى تمكين المرأة تقديم المساعدة لها على التطور وتخلصها من معوقات الإنجاز وزرع ثققتها بنفسها ومشاركتها فى المسئوليات.

(أحمد : 2012 : ١١١)



ويشير إلى التحكم فى آليات الإنتاج التى تمكن المرأة إقتصاديا واجتماعيا مما يؤدي إلى رفاهية الأسرة وتقدم المجتمع.

(اسماعيل : 2006 : 161)

ومن جانب آخر يؤكد على ضرورة توفير الخبرات للمرأة عن طريق تدريبها فنيا ومهنيا لإيجاد فرص عمل لها تسهم فى عمليات التنمية .

(المشهدانى : 2012 : 275)

والتمكن بمفهومه الشامل:

يمثل قدرة المرأة على المشاركة على قدم المساواة فى الأسواق القائمة ؛ ووصولها إلى الموارد الإنتاجية والتحكم فيها ، والحصول على العمل اللائق ، والسيطرة على وقتها ، وحياتها وجسدها وصوتها والوكالة والمشاركة الفعالة فى صنع القرار الاقتصادى على جميع المستويات من الأسرة المعيشية إلى المؤسسات الدولية ، إن تمكين المرأة فى الاقتصاد وإغلاق الفجوات بين الجنسين فى عالم العمل هما مفتاح تحقيق خطة التنمية المستدامة لعام 2030 .

UN Secretary <https://www.empowerwomen.org/-/media/files/un%20women/>

لماذا التمكين؟

ومشاركة المرأة فى سوق العمل يعنى إدماجها فى النشاط الإقتصادى الذى يؤدي إلى تطور المكاسب الإقتصادية عن طرق الإستغلال الأمثل للموارد البشرية فى الدولة لتحقيق معدلات نمو إقتصادى يحقق تنمية مستدامة على المستوى القومى .

(مسعد : 2010 : ٣٢)

يؤدي عدم تمكين المرأة في المجتمعات النامية وأحيانا المتقدمة، إلى الكثير من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية .

(Mather: 2004: p.110)

هناك اعتقاد شعبي في الأردن مفاده أن النساء اللواتي يدخلن سوق العمل يعملن ذلك للمساهمة في دخل الأسرة ومساعدة الزوج بدلا من الإستقلال الإقتصادي أو دعم العائلة بشكل منفرد.

(فريدم هاوس : 2005 : 115)

مستويات تمكين المرأة :

وهناك ثلاثة مستويات لتمكين المرأة:

-المستوى الفردي :ويبدأ من المرأة نفسها بتحديد أهدافها واعداد قدراتها .

-المستوى الجماعي : وهو مشاركة المرأة بأهدافها وتطلعاتها مع مجموعة من النساء يمتلكن نفس الرؤية والاهداف والرغبة فى التطور .
-المستوى العام الإجتماعى والقانوني :وهو تأمين القواعد الإجتماعية والبيئة الحاضنة السياسية والإجتماعية والقانونية التى تحمى المرأة.

[/https://arabvoice.com/78418](https://arabvoice.com/78418)

وباجتماع المستويات الثلاث تستطيع المرأة إطلاق المبادرات التى من شأنها الإرتقاء بها كعنصر فاعل ومنتج فى المجتمع وهنا لا بد من دراسة الدور الذى تقوم به المبادرات النسائية فى تمكين المرأة والنهوض بها :

رابعا : المبادرات النسائية

الدور الذى تقوم به المبادرات النسائية فى النهوض بالمرأة ، وخصوصا مبادرة لأننى
أهتم :



تشير المبادرة إلى مجموعة من النساء اللواتي اجتمعن على فكرة معينة تربطهن خبرات مشتركة أدت إلى تضامنهن لنقل هذه الخبرات لمجموعة أخرى من العضوات بحس تضامني من أجل قضايا تجمعهن مثل المشاركة السياسية أو العمل السياسي، وأحتى العمل المجتمعي ، ضمن إطار البيئة المحلية ، ومن خلال عدد من التجارب المشتركة التي تؤدي إلى اكتشافهن بأن كثيرا من المشاكل التي يتعرضن لها أثناء مشاركتهن في المجال العام تتبع من كونهن نساء .وبناء على هذا الإكتشاف فإنهن تجتمعن بغرض المساندة والدعم والتفكير في مواجهة ما يتعرضن له من إضطهاد بطرق أكثر فاعلية .

(دليل المبادرات النسوية : ٢٠١٦ : ٤٣)

والمبادرة في مفهومها الإجتماعي غالباً ما تتكون على شكل فكرة بسيطة، ثم ما تلبث أن تنتمي عبر ظروف المعالجة الإنسانية مجتمعياً ، تمنحه البيئة المجتمعية التي تتسلح بالمعرفة الإيجابية، وتحرص على تفعيل دور العلاقات الإجتماعية في مفهوم ثقافة سلوكية باقية ومنتامية، وليس في صورة تشكيلات إرتجالية تنتجها الحاجة أو يتطلبها الطارئ الراهن.

إن المبادرة هي فعل سلوكي نتيجة خيار الوعي المرتكز على القيم أكثر من كونه مرتكزاً على المشاعر .

ولا بد لكل مبادرة إجتماعية من خطاب متوازن، وقادر على صناعة فعل اجتماعي يضع في اهتمامه إحداث تغيير أو معالجة قضية، أو التأسيس لمنفعة مجتمعية دون الحرص على إبراز الذات على حساب المجموع.

(صحيفة الشرق 2014)

يشير التضامن النسوي : إلى الدعم والقوة الناتج عن تشابك و حشد النساء حول قضايا مشتركة. بأشكال متعددة كتقديم المشورة النفسية والدعم المعنوي لعضوات أخريات من مجتمعات مختلفة طبقيا وعرقيا ودينيا .

(دليل المبادرات النسوية : 2016 : 25)

يحتاج المجتمع لمبادرات متخصصة فالتخصصية في المبادرات تعمل على:

أولا : البناء وزيادة الخبرات .

ثانيا: التدريب والتأهيل المستمر لأعضاء الفريق والمنتسبين له .

ثالثا : خلق هوية متكاملة للفريق .

رابعا : البحث عن آليات تسويق متميزة لبرامجهم وانشطتهم.

خامسا: واستخدام تقنيات الإعلان المؤثر والإعلام واسع النطاق كمواقع التواصل الاجتماعي .

سادساً : البحث عن آليات الديمومة .

<http://mukallastar.com/news/2013/101>.

وهناك العديد من المشاريع الرائدة في الوطن العربي والتي تعنى بشؤون المرأة اخترنا من بينها التي تركز على تسويق منتجات المرأة وزيادة مهارتها في استخدام التكنولوجيا لاستخدامها في التسويق الإلكتروني .ومنها :

مشاريع رائدة :

1- مشروع تنمية قدرات المرأة العربية في قطاع تكنولوجيايات الإتصال والمعلومات :

وجاء باقتراح من المنظمة العربية لتكنولوجيايات الإتصال والمعلومات كمشروع لتنمية قدرات المرأة العربية في قطاع تكنولوجيايات الإتصال والمعلومات .



الهدف الرئيسي للمشروع:

- رفع كفاءة المرأة العربية عبر تكنولوجيات الإتصال والمعلومات .

الأهداف الفرعية:

- الاستفادة من الفرص التي تقدمها التكنولوجيا فى تقليص الفجوة الرقمية بين الجنسين خاصة النماذج الجديدة مثل العمل عن بعد فى المنطقة العربية .
 - الاهتمام بتنمية المرأة الريفية عبر رفع نسب استعمالها لتكنولوجيات الإتصال والمعلومات للحد من عدم تكافؤ الفرص فى المجالات الأخرى،
 - تأمين دورات تدريبية حسب الاحتياجات والاختصاص : التجارة الالكترونية، التسويق الإلكتروني لصاحبات المشاريع الصغرى، وعمل حلقات الحوار على شبكة الإنترنت....
 - العمل على تعميم التجربة فى كل بلدان المنطقة العربية ، مع إعطاء الأولوية للبلدان الأقل تطوراً فى المجال وللمناطق الريفية.
- الأطراف المتدخلة:

- قطاعات تكنولوجيات الإتصال والمعلومات الرسمية فى الدول العربية .
- وزارات شؤون المرأة .
- المنظمات والجمعيات النسائية فى المنطقة العربية .
- المنظمة العربية لتكنولوجيات الإتصال والمعلومات .
- القطاعات الخاصة فى مجال التكنولوجيا .
- قطاعات البنوك والمصارف فى المنطقة العربية .

<http://www.aicto.org/ict-empowerment>



2 - مشروع التمكين الاقتصادي للمرأة الفلسطينية :

يعمل على تحسين ظروف العمل المناسبة للمرأة مما يؤدي إلى الانتعاش الإقتصادي في مخيمات اللاجئين في لبنان ، ودعم الجهود الجارية لزيادة الدخل وتحسين ظروف العمل اللائق لرائدات الأعمال في المخيمات.

ويقسم الى ثلاث مراحل أساسية على مدار سنتين تتمثل المرحلة الأولى بتحديد خط أساس أولي؛ وتعمل المرحلة الثانية على إجراء التدريب على إعداد المشروعات وتشكيل مجموعات الأعمال؛ وتنتهي بالمرحلة الثالثة بدعم إنشاء مجموعات الأعمال وتعزيزها من أجل التعاون وجمع الموارد.

أهداف المشروع

يتمثل الهدف التنموي لهذا المشروع بتعزيز التمكين الإقتصادي والتعاون بين رائدات الأعمال في إدارة اقتصاد مخيمي نهر البارد وعين الحلوة .

نتائج المشروع

- المعالجة الجماعية لنواقص العمل المشترك وتحسين القدرات المختلفة لرائدات الأعمال.
- زيادة القدرات المؤسسية لمقدمي الخدمات المحليين على تقديم خدمات تطوير الأعمال إلى المجتمع

. https://www.ilo.org/beirut/projects/WCMS_213871/lang--ar/index.htm

الوكالة السويسرية للتنمية والتعاون

3- اتفاقية للتسويق الإلكتروني لمنتجات المرأة :

يقوم مركز تنمية مهارات المرأة في مجال المشروعات الصغيرة بالمجلس القومي المصري للمرأة بتنفيذ المشروع بهدف مساعدة نساء الأعمال على عرض منتجاتهن على الانترنت مما يزيد فرص مبيعاتهن على المستوى المحلي والعالمي.



بدعم من الشركة الأمريكية ومركز تنمية مهارات المرأة في مجال المشروعات الصغيرة بالمجلس، وهو الذي يدعم أيضا المشروع من خلال مقره الذي يقع بمقر المجلس القومي للمرأة للاستفادة من مركز التوثيق والمعلومات بالمجلس من خلال الأجهزة الالكترونية والدراسات.

لمد نساء الأعمال بالمهارات اللازمة والإرشادات، من أجل عمل كتالوجات ومواقع الكترونية وعرض منتجاتهن على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى التدريب على الأمور الفنية المتعلقة بالتسويق الالكتروني بحيث يمكن شراء هذه المنتجات عبر الكروت الائتمانية أو بالدفع عند توصيل الطلبات.

"<http://www.lahaonline.com/articles/view/2966>.

4-الصندوق الأردني الهاشمي:

يسعى الصندوق الهاشمي لتنفيذ مبادرات تنموية تهدف الى تمكين النساء وتعزيز التنمية المستدامة في المناطق النائية والريفية في المملكة.

وكانت السفارة الكندية في عمان قد قامت بتمويل 9 مشاريع تنموية تسهم بشكل فاعل في تمكين المرأة الاردنية ، بحسب مسؤولة برنامج دعم مبادرات تكافؤ الفرص هلا غوشة ، بكلفة تبلغ قيمتها الاجمالية 283 ألف دينار، وبإشراف من برنامج دعم مبادرات تكافؤ الفرص " التابع للوكالة الكندية للتنمية الدولية ، حيث تم اختيار مبادرات مختلفة تخص المرأة في مختلف انحاء ومواقع المملكة.

<https://www.addustour.com/articles>

العصبة الرقمية النسائية : في باكستان وهي شركة خدمات تملكها نساء وتعمل على تمكين المرأة اقتصادياً من المنازل حتى في المناطق النائية.



نساء في تكنولوجيا المعلومات تعمل كمنصة لتمكين النساء العاملات من خلال تشجيعهن على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز تبادل المعلومات والأفكار في بيروت.

مصر الفنية ، تقدم تدريباً حرفياً للأشخاص ذوي الدخل المحدود .وهي تدرّب الشابات على حياكة السجاد يدوياً وأقمشة ذات جودة عالية وصدقية للبيئة. و بلغت المرحلة ما قبل النهائية من مسابقة خطة الأعمال العربية في العام الماضي.

منظمة "رواد" أسستها مجموعة من رواد الأعمال من أجل مساعدة الشرائح الأقل حظوة على تجاوز التهميش .وهي منظمة لتمكين المجتمع وبرنامج تمكين النساء ا ينشط في الأردن ولبنان ومصر وفلسطين، وهو مخصص للنساء ويقدم لهنّ التعليم والتدريب على تحقيق العائدات ويعرّفهن على العدالة الاجتماعية.

بوابة "سات بيوت" ناشطة على الإنترنت تقدم للنساء الأقل حظا في الأردن. التدريب على البيع والتسويق على الإنترنت وتقدم لهن الحوافز. لإيجاد فرصة بيع أغراض مصنوعة يدوياً تتراوح بين العباءات المطرزة بخيوط ذهبية إلى السلال المجدولة.

- ليلى العليمي

<https://www.wamda.com>

واقترحت منظمة الفاو مجموعة من المقترحات لنجاح تمكين المرأة الريفية في مجال التكنولوجيا :

- تكييف المحتوى بحيث يكون مفيداً لهن.
- خلق بيئة آمنة لهن للتبادل والتعلم.
- توفير الوصول وأدوات التبادل لهن.
- بناء الشراكات.



كثيرا ما يكون لدى الشركات الصغيرة المحلية الخاصة ومنظمات المنتجين المحليين والمنظمات غير الحكومية المجتمعية رأس المال الاجتماعي لتوفير معلومات موثوقة وخدمات ذات نوعية جيدة. ومن المرجح أن تلبى مختلف الخدمات الاستشارية والإرشادية التي يقدمها مختلف أنواع مقدمى الخدمات الاحتياجات المختلفة للمزارعين، حيث لا يوجد نوع واحد من الخدمات التي يمكن أن تناسب جميع الظروف.

<http://www.fao.org/fao-stories/article/ar/c/1105849>

المبادرات الافتراضية لماذا الواقع الافتراضي؟

ابتكرت الحركات النسوية- الحديثة- أشكالا جديدة من التنظيم الافتراضي لإزالة عوائق الزمان والمكان والعديد من القيود الأخرى. وشكلت موجة جديدة من التنظيم النسوي لإتاحة الفرصة أمام النساء المعزولات عن طريق شبكات التواصل الإجتماعية، خاصة في فترات الحجر المنزلي أن يجتمعن معاً وبينين قوتهن الجمعية بطرق كانت مستحيلة حتى في العقد الماضي. وذلك بالوصول إلى هؤلاء النساء وخلق مساحات افتراضية جديدة للتجمع وتوفير المعلومات والدعم .

(دليل المبادرات النسوية :2016: 60)

* وفي ظل جائحة الكورونا أصبح الواقع الافتراضي هو الطريقة الأسلم والأناجح فى كافة التعاملات .

وفى العديد من البلدان تبنت النساء التكنولوجيا التي يمكن أن تساعدن فيها أنماط حياتهن المضغوطة بالوقت. وأثبتت الدراسات حقيقة أنه وبمجرد أن تصبح التكنولوجيا فى أيدي النساء فمن المرجح أن تتفوق على الرجال فى استخدام الميزات التي توفر الوقت أو المال .

(Jack Morton Worldwide 2012: p10)

<https://mba.americaeconomia.com/>



وتقول إحدى الإحصائيات إن الأمهات يقضين الكثير من الوقت مع التكنولوجيا حيث أن الأمهات أكثر عرضة بنسبة 45% لاستخدامهن الإجتماعى وسائل الإعلام بانتظام مقارنة مع عموم السكان. وهناك أكثر من 3.9 مليون من الأمهات الأمريكيات يعرّفن أنفسهن بالمدونات عندما يتعلق الأمر باللاتينيات، اللواتى يتواصلن عبر المدونات التى شكلت لمواجهة التدهور الديموغرافى بين صفوف النساء من الأصل اللاتينى. ومابين عامى 2009-2010 انتشر "بلوغ الأم" لتييح للنساء اللاتينيات توثيق وجودهن والأهم من ذلك، خلق شعور من communit الرقمية .

<https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/jack-morton-wp-beyondpink.pdf>

وفى أواخر القرن العشرين كان للاستخدام المتنامى للشبكة العنكبوتية دوراً فى السماح للنساء بتمكين أنفسهن من خلال استخدامهن للإنترنت بطرق مختلفة، وفى القرن الواحد والعشرين ومع ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية بدأت النساء باستخدام مواقع التواصل الاجتماعى .

(Sutton, J. & Pollock: 2000: p.700)

["https://dx.doi.org/10.1089%2F10949310050191700"](https://dx.doi.org/10.1089%2F10949310050191700)10.1089/1094931005019170

خامسا : الدراسات السابقة :

1- دراسة أبو ملح 2015 بعنوان "إشكالية عمل المرأة الأردنية وأبعاده الإجتماعية من وجهة نظر النساء العاملات فى محافظة جرش "

استخدم الباحث منهج المسح الإجتماعى فى دراسته التى هدفت التعرف الى اشكالية عمل المرأة الأردنية وأبعاده الاجتماعيه من وجهة نظر النساء العاملات فى محافظة جرش فى ضوء بعض المتغيرات . وكانت العينة ممثلة للنساء العاملات فى محافظة جرش والتى شكلت مجتمع الدراسة، لمعرفة البيانات المتعلقة باتجاهاتهن نحو عمل المرأة .



تكونت عينة الدراسة من (٨٦) امرأة عاملة في محافظة جرش موزعات مناصفة بين القطاعين الحكومي والخاص، وقد تم اختيارهن بالطريقة العشوائية القصدية لتحقيق الهدف من الدراسة. اختيرت من مجتمع الدراسة التي مثلت كافة النساء العاملات في محافظة جرش في القطاعين الحكومي والخاص والمسجلات في ديوان الخدمة المدنية ومديرية عمل جرش والبالغ عددهن (3740) امرأة عاملة لغاية تموز 2015 .

انتهت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على اشكالية عمل المرأة وأبعاده الاجتماعية تبعاً لمتغيرات العمر، مكان الإقامة، الحالة الزوجية، جهة العمل ونوع العمل، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي .

2- دراسة عمران 2018 بعنوان " واقع المسؤولية الاجتماعية للمراكز الاجتماعية في تنمية المرأة السعودية "

تمثل هدف الدراسة في تحديد واقع المسؤولية الاجتماعية، للمراكز الاجتماعية في تنمية المرأة السعودية من خلال رصد أبرز البرامج الاجتماعية، والصحية، والدينية، والتعليمية، والترفيهية، والتدريب المهني . والتي يقدمها مركز الروضة لتنمية المرأة والمعوقات التي تواجه المرأة في الحصول على خدمات المركز، لتقديم رؤية مستقبلية لوضع المرأة، وأهمية مشاركتها في التنمية . واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة الإستبيان للمرأة المستفيدة بواقع 76 مفردة ، بالإضافة إلى استخدام دليل مقابلة مع المسؤولين عن الخدمات، مركز الروضة بمدينة الدمام بواقع 17 مفردة . وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها : إقامة مركز الروضة الاجتماعي الكثير من الأنشطة والبرامج الدينية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتدريب المهني، بالإضافة إلى دورات التنمية البشرية . وتوصلت إلى الكثير من المعوقات، التي تحد وتقلل من أداء وفاعلية المركز، منها عدم تناسب أوقات البرامج والأنشطة، وعدم وجود وسائل إعلامية تحفز الافراد على الاشتراك بالأنشطة . ولقد أوصت الدراسة



بضرورة وجود رؤية مستقبلية لتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمراكز الاجتماعية
في تنمية المرأة السعودية .

3- دراسة أحمد وآخرون 2010 بعنوان " بعض الآثار الاجتماعية لمشروع الأسر المنتجة بريف محافظة أسبوط "

هدف هذا البحث التعرف إلى بعض الآثار الاجتماعية لمشروع الأسر المنتجة على بعض
الجوانب مثل المشاركة ، اتخاذ القرار ، التعليم والتعلم ، عمل مشروع ، التفاعل
الإجتماعي . وتم اختيار أربعة قرى من مراكز مختلفة لمحافظة أسبوط على أساس وجود
مشروع الأسر المنتجة في هذه القرى. وأجريت الدراسة الشاملة لمشروع مشغل الفتيات
بعد د ١٠٤ مبحوثة وجمعت البيانات عن طريق إستمارة الإستبيان .وكانت أهم النتائج
التي توصلت إليها الدراسة أن لمشروع الأسر المنتجة العديد من الآثار الاجتماعية على
المبحوثات من أبرزها :

١- إتقان المبحوثات للأنشطة المتعلقة بمشروع الأسر المنتجة مثل القص والتفصيل ،
التريكو ، الكروشيه ، عمل إكسسوارات ، التطريز والخص

٢- قيام المبحوثات بتعليم الأنشطة السابقة لغيرهن من الأقارب والجيران.

٣- تكوين المبحوثات لعلاقات إجتماعية جديدة عن طريق الإلتحاق بالمشغل.

٤- دراسة العجلة 2012 بعنوان " المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية - المؤشرات والمحددات "

هدفت هذه الدراسة الى تحليل ومناقشة أوضاع المرأة في سوق العمل الفلسطيني، من
أجل إبراز التحديات والمعوقات التي تواجهها باستخدام المؤشرات المعتمدة لتحليل سوق
العمل، مثل نمو أعداد القوى العاملة، ونسبة مشاركة المرأة فيها وواستعرضت الدراسة
تطور معدلات البطالة بين صفوف النساء وأوضاع المرأة في سوق العمل غير المنظم.



وتوصلت الدراسة إلى نوعين من النتائج، على مستوى المؤشرات وعلى مستوى المحددات، حيث دلت كافة المؤشرات المستخدمة في تحليل سوق العمل على إمكانات المرأة في إحراز تقدم ملحوظ في ولكنه محدود ولا يتناسب مع مؤهلاتها وارتفاع معدلات البطالة، وتأثر نمط التنمية السائد بالتشوهات الهيكلية الناجمة عن الاحتلال، وتأثر سوق العمل بالنموذج التقليدي للنوع الاجتماعي. وتركزت النساء في تخصصات معينة تتوافق مع التوجهات الاجتماعية السائدة، التفرغ لإعمال المنزل، الرغبة في أنواع محددة من المهن، التي تتلاءم مع النساء ودورها التقليدي. لذلك لا يتوفر دلائل قوية لوجود توجه اجتماعي اقتصادي، لتعزيز وتطوير دور المرأة في سوق العمل، سواء على صعيد نسبة المشاركة، أو على صعيد إحداث تغييرات في التركيب المهني للمرأة ومعالجة معدلات البطالة.

٥- دراسة ابراهيم ومشرف 2006: بعنوان " دور مراكز تنمية المرأة فى التنمية الإقتصادية والإجتماعية للمرأة السودانية "

هدف هذا البحث إلى دراسة الدور الذى يلعبه مركزى بشاير وشيكان لتنمية المرأة فى مختلف النواحي الإقتصادية والاجتماعية ومدى استفادة المرأة من تلك البرامج والمهارات.

واظهرت الدراسة النتائج الآتية :-

يؤدى مركزى بشاير وشيكان دوراً بارزاً فى تنمية المرأة فى تدريب كثير من النساء على مختلف الانشطة النسوية الموجودة فى المركزين.بالاضافة الى خدمة اجتماعية تربوية فى معالجة الفاقد التربوى بين الفتيات اللواتى لم يستطعن مواصلة تعليمهن.

وخرج البحث بتوصيات هما:-

1 - العمل على إنشاء وحدات انتاجية لتحقيق الإستفادة من الانتاج لتسيير أعمال المراكز وميزانيتهما .



- 2 - وضع ميزانية للمراكز والإستفادة من الدعم المقدم من مؤسسة التنمية الإجتماعية.
 - 3 - تعميم فكرة إنشاء المراكز الإجتماعية المتعددة الأغراض.
 - 4 - توفير التقنيات الحديثة التى تتماشى مع متطلبات العصر حتى تتمكن المراكز من العمل بطريقة فعالة تساير سوق العمل العالمي.
 - 6 - دراسة أحمد، فاطمة عبد الحليم بابكر 2017 بعنوان " التسويق الوردى :دراسة العوامل المؤثرة على النية والقرار الشرائى لدى النساء "
- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا ماجستير العلوم فى إدارة الأعمال

هدفت الدراسة لمعرفة أثر التسويق الوردى على قرار الشراء، بدراسة العوامل التى تؤثر فى نية وقرار شراء النساء لمستحضرات التجميل تم الاعتماد على المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة الإستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية ،كما تم إستخدام عدد من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستنتاجية لتحليل البيانات التى تم جمعها واختبار صحة الفروض.

أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة إيجابية للتسويق الوردى وقرار الشراء من خلال العوامل (صورة العلامة التجارية، التسعير، ميزات المنتج، وتأثير الأقران .(و أن النية الشرائية تتوسط العلاقة الإيجابية بين كلا من العوامل (صورة العلامة التجارية، وتأثير الأقران) وقرار الشراء توسط تام .

التوصيات من أهمها ضرورة القيام بإجراء دراسات واسعة فى الوقت الراهن لغرض نشر فلسفة التسويق الوردى، وكذلك ضرورة القيام بدراسات متخصصة ومتعمقة لفهم طبيعة وخصائص المستهلك (فى السودان وذلك من أجل اكتساب المعرفة فى الكيفية التى تقرر بها النساء شراء منتج ما.



7- دراسة مجلة فورشن :

قامت المجلة بعمل دراسة على الشركات المتواجدة فى قائمة فورتنشن "500_ 500) والتي تصدر سنويا عن مجلة فورتنشن بوضع الترتيب لأعلى 500 شركة أمريكية حسب إيراداتها (ووجدت الدراسة أن " الشركات التي تضم نساء أكثر فى مجالس إدارتها تحقق عوائد مالية أكبر من غيرها واحتوت الزيادة على 53% كحقوق الملكية للمساهمين و 42% فى المبيعات و 67% فى رؤوس الأموال المستثمرة. " وأوضحت الدراسة المنافع الاقتصادية الناتجة عن وجود النساء فى الشركات، وأوصت الدراسة بتطبيق هذا الأمر على نطاق عالمى فى ضم النساء للقوى العاملة الرسمية كما فعلته الشركات فى قائمة فورتنشن كى تزيد من الإيرادات الاقتصادية للدولة. وأوصت الدراسة بتسخير المعرفة والمهارات التي تمتلكها النساء فى وظائفهن للمساهمة فى ازدهار الأعمال والاقتصاد ، كذلك مشاركة النساء فى المشاورات والمجموعات والأعمال لزيادة فعاليتها .

UNICEF (2007).

الإستفادة من الدراسات السابقة :

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة تبين لنا وجود اوجه تشابه بين هذه الدراسة والدراسات السابقة وهى الاهتمام بالمبادرات النسائية والمشاريع التنموية المقدمة لها واهميتها ونواحي القصور فيها واليات النهوض بها والمقصود بالتسويق الوردى واليات تأثيره على المرأة وواقع المرأة فى سوق العمل والتحديات التي تواجهها ، ولكن وجه الاختلاف هو فى دراسة مبادرة نسائية افتراضية تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعى وتهتم بتسويق منتجات المرأة المادية والفكرية وتتيح فرص للتعارف بين العضوات أنفسهن وبين المؤسسات المهمة بشؤون المرأة المختلفة وبالتالي اتاحة فرص اكبر للإنتفاع والتطور.



الفصل الثالث :

أولا : منهجية الدراسة:

ولتحقيق اهداف الدراسة قمنا بمسح المشاريع النسائية فى الأردن والوطن العربى على الإنترنت

ومن خلال الأدبيات النظرية للتعرف على تلك المبادرات وأهدافها وإنجازاتها والتعرف على المعوقات التى تعترض طريقها فى تحقيق الأهداف وقمنا بعرض مجموعة منها والإكتفاء بذكر موجز عن المبادرات الأخرى إما لانها مبادرات جديدة أو لأنه لايتوفر الكثير من المعلومات عنها وما يهمنى فى هذه الدراسة هو التعرف على المبادرة الإفتراضية لأئنى أهتم ... فقمنا بجمع المعلومات الكترونيا عنها وعمل مقابلة مع مؤسسة المبادرة الأستاذه ضحى عبد الخالق والمشاركة فى إحدى الفعاليات التى قامت بها المبادرة وهى تكريم نشميات الوطن ومن خلال هذا النشاط التقينا بالعديد من العضوات فى المبادرة وتم عمل استطلاع رأى عن المبادرة ومدى الإستفادة منها . فكانت خطوات العمل كما يلى :

التعرف على المبادرة من خلال الإنترنت.

- الإتصال هاتفيا بالمسؤولة عن المبادرة وعمل موعد للمقابلة.

-المقابلة الشخصية ومن خلالها تم أخذ المعلومات والحصول على دعوة للمشاركة فى الفعالية القادمة للمبادرة وهى تكريم نشميات الوطن.

-حضور الفعالية ومعرفة الهدف منها والإنجاز الذى قامت به المكرمات النشميات والإلتقاء بهن.



عمل مقابلات مع العضوات وأخذ المعلومات الشخصية منها والتعرف على استفادتهن من المبادرة .

توثيق المعلومات التي تم الحصول عليها من تلك المصادر .

إذا تمثلت أدوات الدراسة ب :

- المقابلة : مديرة وعضوات المبادرة .
- الملاحظة : متابعة الموقع وقراءة جميع مواضيعه ومن ثم تدوينها .
- المشاركة : تمت مشاركة احد نشاطات المبادرة ومن خلاله تم التعرف على مجموعة من المعلومات وتم إجراء المقابلات مع العضوات أثناء النشاط الذى تمت المشاركة فيه .

حدود الدراسة:

رئيسة وجميع العضوات فى مبادرة لأننى أهتم , وتم اختيار العينة الممثلة من المجموع الكلى من خلال الفعالية التى كانت تضم حوالى 50عضوة بالإضافة الى الإعلاميين المطلعين على المبادرة والذين شاركو بتغطية نشاطاتها لأكثر من مرة ، والداعمين للمبادرة .

الفصل الرابع

نتائج الدراسة : وتتضمن الإجابة عن دراسة حالة مبادرة لأننى أهتم ودورها فى تمكين المرأة.

التعريف بالمبادرة:

(اسم المشروع) :لأننى أهتم (بيكوزايبير.الاردن)

[/ http://www.becauseicare.io](http://www.becauseicare.io)



رئيسة المبادرة لمشروع لاننى اهتم : ضحى عبد الخالق :

وهي مؤسس وشريك في شركة أسكندنيا للبرمجيات التي أعام ٢٠٠ . عملت كمدير للموارد البشرية في شركة أريكسون كما أنها كانت بمثابة مستشار قانوني للشركة وذلك في بكين وشنغهاي واستكهولم وبيروت منذ عام . بين عامي ١٩٩٤-١٩٩٩ . وهي عضو في المجلس الإقتصادي الإجتماعي الأردني . تم انتخابها كنائب رئيس وعضو مجلس إدارة جمعية تكنولوجيا المعلومات في الأردن) . كذلك كانت عضوا في مجلس إدارة غرفة التجارة الأمريكية في الأردن منذ عام 2011 . وعضو ملتقى النساء العالمي .

تتمتع بالعديد من المؤهلات العلمية : فهي حاصلة على ماجستير في القانون الدولي من جامعة لندن (L.S.E) وعلى ماجستير ثاني في القانون المقارن من جامعة إستكهولم / السويد . أنهت دبلوم في القانون التجاري في جامعه بكين في الصين الشعبية ودراسة تنفيذية من هارفارد كينيدي .

وكانت قد حصلت على بكالوريوس في القانون العام من الجامعة الأردنية وعلى إجازة المحاماة من نقابة المحامين الأردنيين منذ 1988 . وهي فاعلة في عدد من مجالس الجامعات الأردنية والمؤسسات المعنية في قطاع تكنولوجيا المعلومات وناقشت العديد من الأوراق في عدد من اللجان الوزارية والدولية في العمل والتعليم . كاتبة ومشاركة في عدد من المواقع الإلكترونية والمنتديات الوطنية في تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الأردن الإقتصادي , و الريادية , والمرأة في التكنولوجيا .

<https://alghad.com/author/duha-abdkhaliq/>

تم اختيارها ضمن قائمة النساء الأكثر نفوذا وتأثيرا في الوطن العربي لعام 2018 والتي تضمنت ثمانى اردنيات من بين 100 سيدة اعلن عنها وفق مجلة فوربس الشرق الاوسط تقديرا لمساهماتهن بشكل كبير في الاقتصاد الاقليمي .



وجدير بالذكر بأنها أسست موقع لأننى أهتم"، ومبادرة "صالون اسكندنيا للموسيقى" للأقل حظاً، وهى عضو المجلس الإقتصادي والإجتماعى . عضوة فى مجلس الأعيان الأردنى السابع والعشرون. ، ومسؤولة ملف المرأة .

<http://www.rumonline.net/index.php?>

وصف المشروع : موقع لأننى أهتمّ موقع إلكترونى مُميّز بأدواته الفعّالة بإطار قانوني،بالضافة لكونه تطوعى يعيد تدوير الدعم والمنافع بين مشاريع السيدات والمجتمع بالمقايضة أو المبادلة أو التطوع بالعمل بالساعات أو بالتشبيك ودعم المشروع يدعم هذه المبادرات، كما ويعمل كمنصّة للتشبيك على غرار " الفيسبوك" مما يُمكن عدد كبير من النساء من التواصل وإدعاء وجهات النظر وإرفاق الصور والعمل على المُدونات والتشبيك وغير ذلك .

الجهات المستفيدة من المشروع: المرأة فى الأردن وفى العالم العربى تستفيد من هذا الموقع كونه يرعى نشاطاتها ويهتم بقضاياها ويأخذ بيدها عبر دعمها وتسليط الأضواء إضافة إلى دورها القيادى والتنموى على نشاطها وانجازها ودورها الخيرى والتطوعى فى المُجتمع حيث أنه يُمكن عضواته من إنشاء الصفحة الخاصة بهن، وتصفح الصفحات الخاصة بالأعضاء والشخصيات النسائية المهمة ونشر إبداعاتهن، كما أنه يتيح التعامل والتواصل مع نساء ذوات ثقافة، وخبرة، ومعرفة، كما ويُمكن أيضاً مشاركة السيرة الذاتية لأكثر من مليون مُشتركة بما فى ذلك طرح مواضيع للنقاش، وبناء العلاقات وسهولة التواصل، ومشاركة الإهتمامات، والإعلان عن النشاطات المتوفرة . كما يتم ومن خلال الربيع المُكتسب من هذا الموقع دعم مبادرات وطنية وعامة فى الأردن وفى الإقليم.

لأننى أهتم " هو بوابة الانترنت الإلكترونية التى تعمل كمنظمة غير ربحية تم إطلاقه فى 2015 ويتطلع لجمع كافة النساء من مختلف القطاعات فى منتدى واحد عبر الإنترنت، يؤمن بقوة المرأة ، والتغيير الذى تحدثه، وقدرتها على تحمل مسؤولياتها الذاتية



والاجتماعية، والدعم المقدم منها بلا حدود . و استطاع منذ انطلاقة أن يضم العديد من سيدات المجتمع المحلي، ممن كان لهن دور بارز في القطاع النسائي في المملكة، وساهمن مساهمة كبيرة في خدمة المرأة الأردنية، والعمل على رفع مكانتها في المجتمع. والمبادرة هي مؤسسة تطوعية لاتسعى للربح وتختص بشؤون المرأة وقضاياها وتسعى للنشبيك على الصعيد الأردني من خلال طرح الأفكار وتبادل وجهات النظر المتعلقة بقضايا المرأة في محاولة لإيصال مشاكلها وهمومها وطموحاتها وتطلعاتها لأصحاب القرار .

إن فكرة التأسيس جاءت بهدف خدمة المجتمع المحلي بكل ما يتعلق بالمرأة وقضاياها وشؤونها. كمنبر نسوي للحديث عن قضايا المرأة والقوانين المتعلقة بها .

يمكن موقع لأننى أهتم عضواته من إنشاء الصفحة الخاصة بهن، وتصفح الصفحات الخاصة بالأعضاء والشخصيات النسائية المهمة ونشر إبداعاتهن، كما يتيح التعامل والتواصل مع نساء ذى ثقافة، وخبرة، ومعرفة عن طريق النقر على زاوية" الوجوه المعروفة"، وكما ويُمكّن مشاركة السيرة الذاتية لأكثر من مليون مشتركة بما فى ذلك طرح مواضيع للنقاش، وبناء العلاقات وسهولة التواصل، ومشاركة الإهتمامات، والإعلان عن النشاطات المتوفرة.

وعن طريق استخدام نظام إدارة المحتوى المطور الخاص بشركة اسكندنيا بتصميم يُضاهى التصاميم العالمية. يتمحور تصميم هذا الموقع الإلكتروني للمشاركة والتواصل مع زائرى شبكة الإنترنت داخل وخارج الأردن .

كما يوفر نظام إدارة المحتوى المطور مجموعة من الخصائص والوظائف التى تسهل وتدعم) تصنيف المستخدمين، استخدام النشرة الإخبارية، تكامل وسائل الإعلام الإجتماعية، وزوايا خاصة للمدونين والإعلانات والمساهمات العامة على غرار المواقع المشهورة مثل فايس بوك وغيرها .



شعار ومبادئ مبادرة لاننى أهتم :

"لاننى أهتم" هو شعارى الجديد :

- أولاً أن يكون شعار لاننى اهتم موجه لشخصك ومعارفك وزملاءك وأقربائك ومجتمعك .
- وهذا الشعار بمثابة بيان شخصى وإجتماعي: للانفتاح على الأمور الجيدة والجديدة بنقّة وبدون خجل
- ان تكونى مهتمة وصاحبة موقف ما من قضية ما لها علاقة بالقضايا الأساسية ولصوتك صدى حتى عن طرق الغناء.
- انت مهمة بحد ذاتك كشخص وكإنسان، لست بحاجة لإثبات ذلك بالمسمى الوظيفى , ولا بأى لقب, الذى يهتمّ حقاً يعمل ويتحرّك بدون إذن من أحد ولا يحتاج إلى إذن من أحد.
- "أنا أهتم" تعنى إنسى , إغفري , وتجاهلى كل الأجنّات المخفية والخفية... إنسجمى فقط .

سواء فى حُبّ الذات، أو العائلة، الله، الوطن، الملك، الناس، القضايا، الفنون، الطعام، الشراب، الرجل، السياسة، الشؤون الخاصة، الطبيعة، البيئة والموسيقى , أو حتّى فى حُبّ الأجهزة الإلكترونية!

الاهداف :

- تسليط الضوء على نجاح المرأة وانجازاتها فى المجتمع، وعرض نشاطها الهادف فى كافة المجالات وتطلعاتها المستقبلية والتركيز على النساء اللواتى استطعن أن يضعن بصمة ليس على المستوى المحلى فحسب، وإنما على مستوى الوطن العربى والتواصل حول صورة المرأة العربية الى العالم.



- إبراز المرأة الأردنية القادرة على التميز والإبداع، سواء كانت ممن يشغلن المناصب القيادية والمهمة بشكل عصري ومميّز، أو من تمتلك الإمكانيات والطاقات لأن تساعد غيرها من النساء الشابات، من منطبق أن المرأة المُبدعة هي الشريك الأساسي في مشاريع التنمية الأردنية الإجماعية، السياسية، الاقتصادية والتربوية.
- العمل على التوسع والانتشار لشمول أكبر عدد من السيدات في مناطق المملكة كافة إضافة إلى التوسع عربياً وإقليمياً ليضم مجموعة كبيرة من السيدات الفاعلات ممن تركزن بصمة أو لهن بصمة في عمل المرأة.

الإنجازات :

- حصل موقع لأننى أهتم على العلامة التجارية والوعي النسائي المطلوب كما يتوقع له الإهتمام من شريحة واسعة من النساء، فالهدف الرئيسى من إنشاء هذا الموقع هو خلق منظمة رقمية موحدة للنساء وتزويدهم وأعمالهم بالدعم فى جميع الموضوعات التى يهتمون بها حقاً.
- إضافة خدمات جديدة أهمها المحادثة حيث تتمكن السيدات من التواصل ضمن خصوصية قضايا وهموم المرأة بالدرجة الأولى والخوض بمجال قضايا الحياة اليومية بالدرجة الثانية وبطريقة سلسلة ومرنة.
- خدمة النشرة الإخبارية التى أضافها الموقع ليكون موقعاً إلكترونياً شاملاً مع أفراداه مساحة للتعريف بأعضائه وسيرهن الذاتية ما يتيح لهن المساهمة فى نشر آرائهن وأفكارهن .



الأنشطة :

*الحفل الخيري وعشاء لدعم نشاط نادى الانرويل الخيرى بحضور الأميرة دانا فراس للتأكيد على الحاجة للتنمية المستدامة والنهوض الاقتصادى والسياسى والحفاظ على التراث والثقافة.

*دعم مبادرة صالون وطن للموسيقى والذى يقوم على بناء غرف موسيقية مجانية فى المدارس الحكومية نحو 100 مدرسة

*حفل تكريم و عشاء بعنوان نشميات وطن تم خلاله تكريم عدد من السيدات من مختلف محافظات المملكة.

*حفل دعم ملتقى النساء العالمى لغايات دعم تدريب السيدات فى القطاع العام بحضور سمو الأميرة دانا فراس.

التطلعات :

- يتمثل الهدف المستقبلى من لأننى أهتم بأن يكون الموقع هو الوحيد الذى يشكل فريق عمل للنساء عبر الإنترنت، ويدعم " قانون الرعاية "من قبل المرأة، حيث أن الهدف الأساسى منه يتمثل فى إنشاء منظمة أخوية خاصة بالنساء .

- مشاركة النساء فى طرح أفكارهن وتبادل خبراتهن بهدف توحيد الرؤى والأفكار والتطلعات التى تخص المرأة للارتقاء بالمجتمع والواقع النسوى بشكل عام .

- المضى قدماً نحو تحقيق إنجازات تتعلق بتطوير العمل العام. والسير بكل ما من شأنه رفع مكانة المرأة فى المجتمع .

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

أولا : النتائج :

فى نهاية هذا البحث نخلص الى عدة نتائج توصلنا اليها من خلال دراسة المبادرات النسائية الموجهة للنساء فى الاردن والوطن العربى والتي اخترنا منها مجموعة للحدوث عنها فى متن البحث وتمثلت النتائج بما يلى :

- الباحث فى المبادرات النسائية يلاحظ كثرة وانتشار هذه المبادرات فى العالم والوطن العربى ، ويلاحظ بأن هناك العديد من المبادرات التى كانت تحمل شعارات وأهداف براقة اختفت باختفاء المناسبة أو الظرف الذى ظهرت فيه .

- من الملاحظ لأغلب المبادرات تركيزها على ربات البيوت أو النساء فى المناطق الريفية أو التجمعات الاقل حظا فى المجتمع مع إغفال المشاكل التى تعاني منها المرأة العاملة وعدة قطاعات نسائية أخرى .

- كان معظم أهداف المبادرات يدور حول تعليم المرأة مهارات يدوية أو من خلال العمل فى المنزل لمشاريع إنتاجية دون دعم تسويق تلك المنتجات التى ربما تنجح فى بدايتها ثم تعاني المرأة المنتجة من تكس منتجاتها وعدم القدرة عل تصريفها .

- ركزت المبادرات النسائية على تعليم المرأة فى مجالات مختلفة لكن قلة من المبادرات التى ركزت على تعليم التكنولوجيا للمرأة وهى ما تحتاجه المرأة فعلا فى هذه الاوقات التى تحاصرنا فيها التكنولوجيا من كل الجهات وخصوصا فى مواضيع التسويق الالىكترونى .

- نلاحظ كثرة وتركز المبادرات النسائية فى مناطق معينة بل وتزاحمها فى بعض الأوقات فى حين تخلو مناطق أخرى من تلك المبادرات .



- هناك خوف من قبل النساء فى الإشتراك بالمجموعات أو المبادرات الإفتراضية لشعورهن بعدم الأمان .
- تميزت مبادرة لأننى أهتم بكونها مبادرة افتراضية معروفة إجتماعيا ورئيسة المبادرة شخصية اعتبارية معروفة ومختصة بالمجال الإقتصادى والتكنولوجى وهو ما تحتاجه المرأة بالفعل .

ثانيا : التوصيات :

- تقليل عدد المبادرات المتشابهة فى المضمون والتي تخدم منطقة معينة ومحاولة إدماج المبادرات مع بعضها البعض للإستفادة القصوى من المنح المالية المقدمة لها .
- التركيز على محو الأمية الإعلامية والإلكترونية للمرأة وتعليمها مهارات التسويق الإلكتروني .
- توعية المرأة بمجال التسويق الوردى وتوضيح كونها مستهدفة من قبل المنتجين وربما تكون هدفا سهلا لتسويق منتجات غير ضرورية او انها باهظة الثمن ولا تتناسب مع احتياجها الحقيقى .
- توجيه المجتمع لمفهوم التسويق الأخضر والمنتجات صديقة البيئة لاستخدامه بدلا من المنتجات المليئة بالمواد الكيميائية التي تضر بصحة المستهلك ، وتوجد المنتجات الخضراء صديقة البيئة عادة فى المنتجات المنزلية البعيدة عن التصنيع والاضافات الكيميائية .
- دعوة مبادرة لأننى أهتم بتعميم موقعها حيث أن هناك شريحة كبيرة من النساء لاتعلم عن المبادرات التي توجه لهن .

- دعوة المجلس الأعلى لشؤون المرأة بالإهتمام بالمبادرات التي تعنى بشؤون المرأة والإطلاع على دليل العمل لكل مبادرة وتوجيه الإرشاد والنصح لنوعية المبادرات التي تحتاجها المرأة في كل منطفة .
- دعوة المختصين بعمل ورشات تدريبية للمرأة في مجال التربية الإعلامية أو ما يعرف بمحو الأمية الإعلامية .

المراجع

- ١- إبراهيم، سلوى وحسن ، مشرف ، محمد خير ، إيتسام ، ٢٠٠٦، دور مراكز تنمية المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمرأة السودانية .
- ٢- أبو ملح ، محمد حسنى ، ٢٠١٨، إشكالية عمل المرأة الأردنية وأبعاده الإجتماعية من وجهة نظر النساء العاملات في محافظة جرش " / كلية عجلون الجامعية / قسم العلوم الاجتماعية .
- ٣- أحمد ، أسامة ، ٢٠١٣ ، مجلة التدريب والتقنية ، المؤسسة العامة للتدريب الفنى والمهني.
- ٤- أحمد، فاطمة عبد الحلیم بابكر ، ٢٠١٧ ، " التسويق الوردي : دراسة العوامل المؤثرة على النية والقرار الشرائى لدى النساء " جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا ماجستير العلوم فى إدارة الأعمال.
- ٥- أحمد ، مالك عبد الحسين، (2012) تمكين المرأة العراقية فى مجالات التنمية ، مجلة الاقتصادى الخليجى - مركز دراسات الخليج العربى -جامعة البصرة - العراق ، ع 23 ، ص113
- ٦- أحمد ، مصطفى وأحمد ، عفت وآخرون، 2010، " بعض الآثار الإجتماعية لمشروع الأسر المنتجة بريف محافظة أسبوط " قسم المجتمع الريفى والإرشاد الزراعى - كلية الزراعة - جامعة أسبوط.. عددخاص رقم ٤١ من مجلة الزراعة خاص بمؤتمر الشباب علماء الزراعة المنعقد فى ٢٧ ابريل ٢٠١٠، ص٢٦٠-٢٧٧ .
- ٧- إسماعيل، إجلال حلمي، 2006 ، رؤية مستقبلية للتمكين الإقتصادى للمرأة المصرية فى محافظة القاهرة ، المؤتمر السادس للمجلس القومى للمرأة ، القاهرة ، ص161 .
- ٨- صالح ، أماني، 2002 ، التمكين السياسى فى الوطن العربى ، الشروط والمحددات ، دراسة حالة التمكين السياسى فى الكويت وقطر ، جمعية دراسات المرأة والحضارة ، القاهرة ، ص468.
- ٩- الصحن ، فريد وآخرون ، 2004 ، مبادئ التسويق. القاهرة : الدار الجامعية، ص434



- ١٠- صحيفة الشرق المطبوعة، بتاريخ (٠٩-٠٤-٢٠١٤، العدد رقم (857) صفحة (12) .
- ١١- لصيرفي ، محمد، 2008، التسويق الإلكتروني. القاهرة: دار الفكر الجامعي ،ص 50
- ١٢- طه، طارق ، 2006. التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية. مصر ' ص31.
- ١٣- عبد الغنى ، عمرو أبو اليمين. 2005 ، فرص وتحديات التسويق الإلكتروني فى ظل الإتجاه نحو العولمة. الرياض، ص.3.
- ١٤- العجلة ، مازن ، ٢٠١٢، " المشاركة الاقتصادية للمرأة الفلسطينية - المؤشرات والمحددات "مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2012 ، المجلد 14 ، العدد 1 ص 129-162.
- ١٥- العلاق، بشير عباس . 2002 ، التسويق عبر الإنترنت الأردن: دار الوراق، ص113.
- ١٦- عمران ، أمساء وأبو الحديد ، 2018 ، واقع المسؤولية الإجتماعية، للمراكز الإجتماعية فى تنمية المرأة السعودية دراسة ميدانية على مركز الروضة بمدينة الدمام . "المؤتمر الأول لمركز دراسات المرأة السعودية 2018/2019 جامعة الأميرة نورة.
- ١٧- غريب، محمد، ٢٠١٥ ، مجلة التدريب والتقنية ، المؤسسة العامة للتدريب الفنى والمهني
- ١٨- محمود ، هند وطنطاوي، شيماء ، ساهم فى التحرير: مزن حسن، مزن والمهندس ، أمل ، المراجعة اللغوية : الدريني، أحمد، ٢٠١٦ ، دليل المبادرات النسوية , نظرة للدراسات النسوية ، الإصدار الأول.
- ١٩- مسعد ، محبى محمد ، 2010حق التمكين الإقتصادي للمرأة فى مصر، المؤتمر العلمى الدولى لكلية الحقوق جامعة الإسكندرية حقوق المرأة فى مصر والدول العربية – مصر، بحوث المؤتمرات.
- ٢٠- المشهدانى ، فهيمة كريم، ٢٠١٢، ، سياسات تمكين المرأة البرامج و المعوقات : رؤية إجتماعية ، مجلة العلوم التربوية والنفسية كلية الآداب- جامعة بغداد ، العراق ، ع ٨٨ ، ص ٧٧٥ .
- ٢١- المعراوى ، أميمة ، ٢٠٢٠ ، التسويق الإلكتروني ، الجامعة الإفتراضية السورية ، سوريا ص١٦
- ٢٢- موسى ، ميسون ضيف الله (٢٠٠٦) أثر برامج التدريب فى مراكز الصندوق الأردنى الهاشمى للتنمية البشرية على تمكين المرأة الأردنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، ص ٢٠
- ٢٣- نذير ، ثمينة ، ٢٠٠٥ ، حقوق المرأة فى الشرق الأوسط المواطنة والعدالة ، فريدم هاوس نيويورك الولايات المتحدة : تمت الطباعة فى مصر ميد فاونديشن: ص١١٥ .



المراجع باللغة الانجليزية

- 1- Barletta, Martha, 2006 ,Markrting To Women , Published by Kaplan Business.
[http://www.hansonexperince.com/blog/files/resourcebrochure-marketing to women.](http://www.hansonexperince.com/blog/files/resourcebrochure-marketing%20to%20women)
- 2- Markiting to women /10 p.10 © Worldwide. , 2012, Jack Morton
- 3- Mather, L(2004) Gender in context: Women in family law, Law& Society, Vol(8), pp110-130.
- 4-Sutton, J. & Pollock, S. (2000). "Online Activism for Women's Rights". Cyber Psychology & Behavior.p700.
- 5-UNICEF (2007). "Equality in Employment". The State of the World's Children (PDF) (Report). New York: United Nations Children's Fund.
- 6-UN Secretary General's High Level Panel on Women's Economic Empowerment, Leave No One Behind: A Call to Action for Gender Equality and Women's Economic Empowerment.

المواقع الإلكترونية :

- <https://www.wewanttraffic.com/emarketing/advantages.aspx>
- [https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/1679-e-marketing.](https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/1679-e-marketing)
- [https://www.ilo.org/beirut/projects/WCMS_213871/langar/index-](https://www.ilo.org/beirut/projects/WCMS_213871/langar/index)
- <https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/jack-morton-wp-beyondpink.pdf>
- <https://alghad.com/author/duha-abdkhaliq/19-->
- <http://www.aicto.org/ict-empowerment->
- <http://www.addustour.com/articles->
- <http://mukallastar.com/news/2013->



- http://maktabatmepi.org/system/site_documents/documents/000/000/375/original/Anera6-123-127.pdf
- <http://arabvoice.com>-
- [http://altadreeb.net/articleDetails.php?id=899&issueNo=31-](http://altadreeb.net/articleDetails.php?id=899&issueNo=31)
- <https://www.empowerwomen.org/-/media/files/un%20women.->
- <http://www.rumonline.net/index.php?page=article&id=40738620-->
- <http://www//academy.hsub.com/markiting/-marketing->
- ["https://dx.doi.org/100050191700](https://dx.doi.org/100050191700)
- ["https://ar.wikipedia.org/wiki](https://ar.wikipedia.org/wiki)
- ["http://www.lahaonline.com/articles/view/2966.htm".htm /2019-](http://www.lahaonline.com/articles/view/2966.htm)
- ["http://www.fao.org/fao-stories/article/ar/c/1105849](http://www.fao.org/fao-stories/article/ar/c/1105849)
- ["http://repository.sustech.edu/handle/123456789/6566](http://repository.sustech.edu/handle/123456789/6566)
<http://www.academemia.edu/31920500->
- <https://www.wamda.com/ar/2013/10>