



ABSTRACTS: VOLUME 3, SPECIAL ISSUE

ABSTRACT

المشاريع الصغيرة ودورها في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع

ليليان طارق عمرو، أ.عبير رشدي قنبيي.

مدرسة وداد ناصر الدين الثانوية للبنات، وزارة التربية والتعليم الفلسطينية.

Published in May 2022

الخلفية: تشكل المشاريع الصغيرة موردا مهما في الاقتصاد الوطني من خلال مساهمتها في تغطية احتياجات السوق وفي الناتج المحلي الإجمالي، وتقليل نسب البطالة لاستيعابها للأيدي العاملة الفلسطينية وتعتبر المشاريع الصغيرة فرصة لتوفير مصدر دخل خاصة لذوي الدخل المتدني. وقد تم تسليط الضوء عليها حديثا نظرا لاستغلال المرأة لحاجة المجتمع التنموية فعملت على ابراز دورها في ابتكار المشاريع الصغيرة من العدم والعمل بها وادارتها على مستوى معين. كما أن المشاريع الصغيرة هي فرصة تساعد المرأة في الاعتماد على نفسها ماديا ومعنويا وثابت ذاتها في المجتمع وزيادة ثقافتها بنفسها وهي فضاء يُطلق العنان لإبداعات المرأة وابتكاراتها ويُعينها في قضاء حاجاتها بنفسها

وبالرغم من هذا الاهتمام بالمشروعات الصغيرة في كل من الدول النامية والمتقدمة الا ان هناك اختلاف في الهدف من اقامة المشروعات الصغيرة في تلك البلدان ففي الوقت الذي ترى فيه الدول المتقدمة ان المشروعات الصغيرة تزود المشروعات الكبيرة بالمنتجات ترى الدول النامية ان اقامة المشروعات الصغيرة هي البدايات لعمليات الاصلاح الاقتصادي وتقليص دور الدولة في الاستثمار لكونها لا تقدر على توفير فرص عمل لكافة الراغبين به (الحموري، 2017)

ويعود تدني نسبة مشاركة المرأة في القوى العاملة إلى عدة أسباب اقتصادية منها مقدرة سوق العمل الفلسطيني على استيعاب العرض من القوى العاملة النسوية، وعوامل الطرد للمرأة، وبخاصة تدني الأجور وانخراط النساء في العمالة المهمشة، وأسباب اجتماعية مرتبطة بدخول المرأة إلى سوق العمل في سن متأخر بالمقارنة مع الذكور وأسباب ثقافية تتمثل في محدودية المهن والأنشطة الاقتصادية التي تتنافس المرأة عليها (مركز الإحصاء الفلسطيني)

وتوصلت دراسة (قزاز ومرار، 2005) حول واقع الحرفيات وصاحبات الاعمال الفلسطينيات إلى ان اهم الاحتياجات التي تلزم المرأة للبدء بمشروع هو توفر التمويل والدعم المالي وتوفر الدعم الاسري والمجتمعي. كما تعتبر المشاكل الاجتماعية والدور التقليدي للنساء المرتبط بتركيبة المجتمع الفلسطيني وبيئته، من اهم المشاكل التي تواجه صاحبات الاعمال الفلسطينيات، اضافة الى المعوقات التي تواجه كل من النساء والذكور، والناجمة عن الاحتلال الفلسطيني وممارساته المحبطة للنشاط التنموي، وصغر السوق الفلسطيني.



هناك قاعدة متفق عليها في اوساط علماء الاقتصاد وهي: ان المشروعات الكبيرة لا تنمو ولا يكتب لها النجاح إذا لم يوجد هناك مشروعات صغيرة توفر لها احتياجاتها من المواد والخدمات وتشترى منتجاتها وهذا يعني ان العلاقة بين المشروعات الكبيرة والصغيرة هي علاقة اعتمادية تبادلية استمرارية (يوسف، 2002، ص 24)

الأهداف الرئيسية من البحث:

- التعرف على دور المشروعات الصغيرة في دعم مكانة المرأة في المجتمع.
- التعرف على دوافع المرأة لبناء مشروعها الخاص من وجهة نظرها.
- التعرف على أبرز التحديات التي تواجه المرأة في سوق العمل الفلسطيني.
- التعرف على أسباب نجاح المشاريع الصغيرة.

الأسلوب المتبع: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت أداتي البحث المقابلة والاستبانة.

المرحلة الأولى:

مقابلة ثلاثة من النساء الرياديات في مجال المشاريع الصغيرة في مدينة الخليل للحصول على تصور أوضح حول دوافع المرأة لإنشاء المشاريع الصغيرة وأبرز التحديات والصعوبات التي تواجه المرأة في سوق العمل الفلسطيني.

المرحلة الثانية:

تصميم استبانة عبر موقع جوجل وتحكيمها ومن ثم توزيعها على مجموعة متخصصة بالمشاريع الصغيرة وكان عدد المستجيبات للاستبانة (23) من صاحبات المشاريع الصغيرة وبمشاريع بمجالات مختلفة 48% منهن أعمارهن بين 18 و25 عاما، 30% أعمارهن بين 26 و40 عاما والبقية أعمارهن فوق الأربعين. 52.2% من العينة تمتلك شهادة جامعية وليس لها علاقة بالمشروع، و30.4% غير حاصلة على شهادة جامعية.

النتائج:

لفتح المشاريع الصغيرة جاءت تحقيقا للذات وتطويرا للمجتمع بالمرتبة الأولى بنسبة 65.2% تلاها مباشرة ممارسة العمل كهواية بنسبة 56.5% واستثمار الوقت بنسبة 52.2% ثم الحاجة الاقتصادية بنسبة 39.1%، و21.7% كانت دوافعهن لتحسين الوضع الاجتماعي، أما 17.4% كانت جائحة كورونا سببا في انشاء مشاريعهن.

وظهر انه ومن أكثر التحديات التي تواجه المرأة هو صعوبة التسويق والاشتهار بنسبة 52.2% ثم غلاء أسعار المواد الخام بنسبة 47.8% وانعدام دعم المؤسسات والمنظمات بنسبة 43.5%. بينما معارضة الذكور كانت في الرتبة الأخيرة وبنسبة 4.3%.



أما عن أسباب نجاح مشاريعهم فكان بالترتبة الأولى مواكبة الأفكار العصرية بنسبة 65.2%، وثانيا إراء المستهلكين المشجعة والموهبة بنسبة 52.2% وبنسبة 26.1% إقبال الافراد على شراء المنتجات المصنعة يدويا.

أما عن الفرص التي تتمنى أن تتاح لزيادة نجاح مشاريعهم الصغيرة فإن دعم المجتمع، ووجود رأس مال كانت بالترتبة الأولى وبنسبة 39.1%، يليه وجود منصة حاضنة لمنتجات المشاريع بنسبة 34.8% وأخيرا الفرص لتلقي دعم شركات التسويق بنسبة 26.1%.

الخاتمة: في ضوء نتائج الدراسة وفي ظل غياب تأثير دور المجتمع والمؤسسات المسؤولة عن دعم وارشاد رواد المشاريع الصغيرة وشعور ذوي المشاريع الصغيرة بالأنبذ وضياع جهودهم وعدم تقديرهم توصي الباحثة بالآتي:

- ضرورة الاهتمام بدعم المرأة في تكوين مشروعها الخاص من ناحية التدريب والتطوير والاحتضان الى التمكين في المجتمع.
- المبادرة بتصميم موقعا وطنيا رسميا عبر الانترنت لتسويق المشاريع الصغيرة وتسهيل عملية ترويجها والحصول عليها.

الكلمات المفتاحية: المشاريع الصغيرة، مكانة المرأة في المجتمع.