

كتاب جماعي

# واقع ريادة الأعمال النسوية في الجزائر وتحديات النسق الاجتماعي والثقافي

تنسيق الدكتورة مناد لطيفة



للطباعة والنشر والتوزيع

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب  
أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله أو إستنساخه  
بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من المؤلف.

©المكتبة الوطنية الجزائرية 2026.

ردمك: 8 - 63 - 031 - 9969 - 978

حقوق الطبع محفوظة للمؤلف.

## الفهرس

مقدمة الكتاب

د. مناد لطيفة ..... 5

الإطار المفاهيمي والمقاربة التحليلية لظاهرة ريادة الأعمال

د. مناد لطيفة ..... 7

تحديات المرأة الريادية وتمثيلات المجتمع الجزائري لها مقارنة سوسيو-أنثروبولوجية

عبد اللاوي ليندة ..... 27

التوجه النسوي نحو ريادة الأعمال: دوافع ومسارات غير متجانسة

هند بوعقادة ..... 51

المقاولاتية النسوية بين الدوافع الذاتية والمعوقات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية

وردة زميرلي / ناجح مخلوف ..... 67

دور النساء في تعزيز ريادة الأعمال في الجزائر: وبين الواقع ومتطلبات السوق (2000 - 2024)

ريم بن زايد / إيمان بن يوب ..... 85

التصور النسوي لريادة الأعمال في الغرب الجزائري: بين تحديات الهشاشة المهنية والتمكين

نوال سعدي ..... 97

النسق الاجتماعي التقليدي كمحدد لموقع المرأة في الفضاء العام الجزائري

لعللونة دليلة / منصوري مختار ..... 109

الهيمنة الذكورية تكتنف حرية المرأة الريادية

عبير عقون ..... 117

ما وراء التحديات: قراءة سوسيولوجية في صراع المرأة المقاولة بالجزائر مع العنف الرمزي

حسينة سعدي / عبد القادر مهدي ..... 131

المرأة الريادية في المجتمع الجزائري بين التحديات المهنية والتحديات الاجتماعية

حاجة فاطمة باباخالي / رجاء بوزيدي ..... 157

175..... خاتمة

Panorama statistique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

ADJOUT Samir .....177

L'entrepreneuriat féminin en Algérie: une analyse à travers la revue de littérature

Wahiba HASSINI / Hocine IFOURAH .....195

## مقدمة الكتاب

شهدت الجزائر، مع مطلع تسعينيات القرن الماضي، تحولات جذرية في الإصلاحات السياسية والاقتصادية، حيث تخلت عن نظام الحزب الواحد والاقتصاد الاشتراكي لتبني مبادئ الديمقراطية والسوق الحرة، مما أدى إلى إعادة هيكلة القطاعات المحتركة سابقاً وفتح المجال للمبادرات الخاصة خاصة بين الشباب. أدت هذه الإصلاحات، كرد فعل على أحداث 1988، إلى تفاقم البطالة لدى الشباب وخريجي الجامعات بنسبة 11.3% في 2008 حسب الديوان الوطني للإحصاءات، مما دفع السلطات إلى إطلاق برامج دعم مثل الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، صندوق القروض المصغرة، والوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لتشجيع ريادة الأعمال كبديل تنموي.

برزت ريادة الأعمال في الجزائر كمحور استراتيجي للتنمية، حيث احتلت البلاد خاصة مع إقبال كبير من الشباب على إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ساهمت عوامل اقتصادية واجتماعية في انتشار الفكر المقاوлатي، مما جعل رواد الأعمال فئة فاعلة اقتصادياً، إلا أن مشاركة المرأة الجزائرية ظلت محدودة رغم التقدم في التعليم والمكاسب الاجتماعية، إذ يمثل عدد المؤسسات التي تسيروها النساء 8% فقط من الإجمالي (192568 مؤسسة في فبراير 2024) بحسب المركز الوطني للسجل التجاري.

رغم الجهود الرسمية نحو تمكين المرأة اقتصادياً، بما في ذلك المصادقة على موثائق دولية للمساواة بين الجنسين والبرامج التنموية، تبقى ريادة الأعمال النسوية ضعيفة، مع تصنيف الجزائر في المرتبة 132 عالمياً في تمكين المرأة اقتصادياً، خاصة في القطاع الصناعي. يعود ذلك إلى تحديات بنيوية تشمل النسق الاجتماعي والثقافي، مثل المفاهيم الذكورية السائدة، الضغوط الأسرية، صعوبة الوصول إلى التمويل، والإجراءات البيروقراطية الطويلة التي تتعارض مع مسؤوليات المرأة المنزلية.

يتضمن هذا الكتاب العلمي «واقع ريادة الأعمال النسوية في الجزائر: تحديات النسق الاجتماعي والثقافي» الجوانب المتعلقة بالريادة النسوية من خلال دراسات لمختلف الأساتذة والباحثين من مختلف الجامعات الجزائرية، وذلك من خلال استكشاف هذه الظاهرة من منظور النوع الاجتماعي، مع التركيز على العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تحول دون استجابة قوية لبرامج الدعم. يطرح تساؤلات أساسية حول مدى تأثير البنيات الاجتماعية والانساق الثقافية على أداء ريادة الأعمال النسوية، وكيفية تجاوز العوائق البنيوية لتحقيق تنمية مستدامة تشمل الجميع، معتمداً الفرضية بأن العوامل غير الاقتصادية تلعب دوراً حاسماً في تقدم هذا المجال.

د. مناد لطيفة

7

However, the multiplicity of perspectives on entrepreneurship necessitates examining its conceptual foundations and various analytical approaches that highlight its role in growth and innovation, while considering the behavioral traits and characteristics of the entrepreneur, as well as the influence of culture and society on their behavior.

This article aims to construct a comprehensive conceptual framework for entrepreneurship by tracing the evolution of the concept through classical and contemporary schools of thought, highlighting the most important approaches that have addressed the phenomenon, and presenting the most important personal characteristics of the entrepreneur and the key factors that influence them. The study concludes that entrepreneurship represents a driving force for economic and social development, and that its success depends on the interaction of the entrepreneur's individual characteristics with their social environment, which supports innovation and initiative.

**Keywords:** Entrepreneurship;, Theoretical Approach, Entrepreneur..

## 1- مقدمة

تعتبر ريادة الأعمال محوراً رئيسياً وأساسياً للتطور في معظم بلدان العالم، باعتبارها القوة المحركة للنمو الاقتصادي في اقتصاد السوق الحر، وتساهم في معالجة العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية؛ خاصة فيما يتعلق بخلق فرص للتشغيل والحد من البطالة، كما أنها توفر مجالاً للأفراد لتحقيق ذواتهم واستقلاليتهم والرفع من مستوياتهم المعيشية وإعطائهم فرصة للتجديد والتطوير والابتكار.

ونظراً لما لريادة الأعمال من أهمية كبيرة؛ اهتمت الحكومات في مختلف بلدان العالم بتطوير المقاولين ومؤسساتهم من خلال وضع قوانين وإجراءات تنظيمية، وتوفير أجهزة ووكالات الدعم المادي والمعنوي التي تسهل أعمالهم.



وعلى الرغم من التقدم الحاصل في الاهتمام بريادة الأعمال عالميا؛ إلا أنها لا تزال تتطلب جهوداً كبيرة في ابتكار آليات تطويرها وفهم التحديات التي تعيق نشاطها.

وفي هذا الفصل سوف نحاول التعرف على ماهية ريادة الأعمال، ومعرفة نشأتها وتطورها، والعوامل والتحديات التي تؤثر فيها، وآليات دعمها وتطويرها، مع إبراز التجربة الجزائرية في ذلك.

## 2- نشأة وتطور ريادة الأعمال

عرف البحث في مجال ريادة الأعمال منذ ظهوره ثلاث اتجاهات فكرية ففي بداية ظهور المفهوم وإلى غاية الستينيات سيطر الاتجاه الوظيفي الذي يركز على دراسة الجانب الاقتصادي لريادة الأعمال، ثم ظهر بعده الاتجاه الثاني الذي يركز في دراسته على رائد الأعمال من خلفيات وخصائص وتصورات ومدى تأثيرها على نشاطه، وبعد التسعينيات ظهر الاتجاه الثالث الذي يدرس الريادي والمناخ الاقتصادي معا.

فالريادة هو مصطلح قديم يعود إلى عدة قرون خلت واستعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشافات العسكرية. بقي هذا المفهوم مستعملا في نفس السياق ثم انتقل استعماله في الأعمال الهندسية وبناء الجسور وغيرها. ودخل مفهوم الريادة إلى النشاطات الاقتصادية في أواخر القرن السابع عشر وبدايات القرن الثامن عشر من قبل ريتشارد كانتيلون Richard Cantillon في وصف التاجر الذي يشتري سلعا لبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقا، فاعتبر Cantillon هذا النوع من الناس بأنه ريادي، ومهما يكن من أمر فإن روح المخاطرة بقيت ملازمة لمفهوم الريادية... وتغير المعنى خلال القرون الماضية تغييرا تدريجيا بحث أصبح يشير للريادة بأنها تلك الظاهرة الاجتماعية التي تتمثل في عدد من الناس ذوي الطموح ولديهم الرغبة في تحقيق أهداف محددة أو أرباح مجزية من خلال الدخول في مشاريع جديدة أو تطويرها أو إنشائها أو إعادة تشغيلها بأساليب وأفكار جديدة (الشيخ، 2013، صفحة 261).

فالريادة ظاهرة قديمة حديثة متجددة تحمل في طياتها معاني ورموز كثيرة، حيث تستخدم للدلالة على المبدعين والمبتكرين في شتى المجالات. وتعود جذور الريادة إلى نظرية احتكار القلة حيث لم يكن بمقدور الريادي سوى حساب الكميات والأسعار للسلع التي سوف ينتجها ويتخذ قرارا مناسباً بشأنها، حتى جاء الاقتصادي كارل ماركس الذي نظر إلى الريادي باعتباره وكيلا للتغيير الاقتصادي والتقني ومؤثرا فاعلا في المجتمع (ياسر، 2013، صفحة 15).

ظهر مصطلح ريادة الأعمال لأول مرة في المعجم الفرنسي المعنون باسم قاموس التجارة العالمية Dictionnaire Universel de Commerce وكان جاك دي بروسلونز Jacques des Bruslons قد قام بجمعه ونشره في عام 1723، وصيغت كلمة Entrepreneurship من الفرنسية في خمسينيات القرن التاسع عشر وكانت تعني القرض الممنوح لرائد الأعمال... ويعد رائد الأعمال أو صاحب المشروع الصغير عنصرا أساسيا في الاقتصاد الجزئي.

ولقد استمرت هذه الدراسات وتطورت في مجالات ريادة الأعمال في ثلاثينيات القرن العشرين نتيجة اهتمام جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter فضلا عن بعض الاقتصاديين النمساويين مثل: كارل منجر Carl Menger ولودفيغ فون ميزس Ludwig von Mises وفريدريش فون هايك Friedrich von Hayek، مما أدى إلى شيوع هذا المصطلح في هذا القرن.

### 3- تعريف ريادة الأعمال

تعددت التعاريف حول مفهوم ريادة الأعمال بالرغم من وجود تقارب بينها، منها:

عرّف (1734-Cantillon) (1680) الريادة بأنها: التوظيف الذاتي بغض النظر عن الطبيعة والاتجاه، وذلك مع تحمل المخاطر وتنظيم عوامل الإنتاج، وذلك بغرض إنتاج سلعة أو خدمة مطلوبة في السوق، ويعود الفضل في وضع تعريف واسع لمفهوم ريادة الأعمال إلى الخبيرين الاقتصاديين جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter وفرانك نايت Frank Knight الذين عرّفا ريادة الأعمال بأنها: عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لاستغلال الفرص التجارية، كما أن الاتحاد

الأوروبي عرّف ريادة الأعمال عام 2003 م بأنها: الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار أو الإبداع والفاعلية في تسيير وإدارة الأنشطة والأعمال وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة (الدغيش، 2014، صفحة 42).

وهكذا تطور مفهوم الريادية من مفاهيم متباينة إلى أن أصبح المعنى المعاصر لها: بأنها مجموعة الصفات المركبة التي تجعل صاحبها الريادي مستعدا للدخول في إنشاء أو تطوير مشروع معين لحسابه، يضع فيه شيئا بارزا من الإبداع والابتكار التكنولوجي أو الإداري أو المالي أو التسويقي أو الثقافي أو الاجتماعي أو العلمي... كل ذلك من خلال المثابرة والإصرار والاستعداد لتحمل مخاطرة الخسارة بالدرجة نفسها للتمتع ببهجة الريح وإرضاء الذات (الشيخ، 2013، صفحة 263).

أما أبرز التعريفات العربية فقد وردت في كتاب مصطلحات مناهج التعليم والتدريب المهني والتقني (2007)، حيث يعرف الريادة بأنها: استثمار الفرد لما يتوفر لديه من مهارات وقدرات، تمكنه من بدء مشاريع عمل خاصة، وإدارتها ومواصلة تطويرها (حامد، 2007، صفحة 6).

من خلال التعريفات السابقة لريادة الأعمال، يمكننا القول بأن المعاني التي يتضمنها هذا المفهوم تتمحور حول الصفات التالية :

- الابتكار؛ بمعنى خلق أساليب إبداعية متميزة في تسيير الأعمال وتطويرها وحل مشكلاتها بطرق تقنية حديثة.
- المخاطرة؛ والتي تتضمن الرغبة في توفير موارد أساسية لاستثمار فرصة موجودة مع تحمل مسؤولية الفشل وتبعاته.
- المبادرة؛ والتي تتصل بالتنفيذ مع العمل على أن تكون الريادة مثمرة.

وعليه، فإن مفهوم الريادة هنا يتضمن جميع الوظائف والأنشطة والأفعال المرتبطة بإدراك الفرص وإيجاد المنشآت التي تستثمر هذه الفرص وهكذا يمكن تطبيق مفهوم الريادة على جميع منشآت الأعمال المستحدثة بصرف النظر عن الحجم والنوع، بدءاً من فكرة إنشاء منشأة جديدة وتقييم الفرص والموارد المتاحة، وتنفيذ وإدارة المنشأة حتى نهاية نشاطها؛ وإنشاء منشأة أخرى جديدة بديلة عنها.

#### 4- أهمية ريادة الأعمال

تعتبر ريادة الأعمال وسيلة لتصحيح مسار المشروعات الصغيرة والمتوسطة، لأنها تعتمد على الخبرة التي يمتلكها الرائد، والتي تمكنه من استغلال الفرص، والتوسع في المشروع وابتكار منتجات جديدة غير تقليدية لتحقيق أرباح من أجل صمود هذه المشروعات لتكون في مستوى منافسة مشروعات أخرى.

كما تعتبر ريادة الأعمال من الحقول المهمة في اقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة ومن الحقول الواعدة في الدول النامية، حيث تساهم المشروعات الريادية بفعالية في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة، وتعد نواة بناء المنظمات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، بحيث يؤمن المشروع الريادي الدخل الكافي للريادي وعائلته، بالإضافة إلى استحداث وظائف جديدة والحد من نسبة البطالة في المجتمع، فضلاً عن ظهور أنماط جديدة من السلع والخدمات تساهم في فتح ونمو أسواق جديدة تساهم في تقليل الفجوة بين اقتصاديات الدول (ياسر، 2013، صفحة 23).

يرى الكثير من المختصين أن من أهم روافد التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول بشكل عام هو تطوير المنشآت الصغيرة والمتوسطة وتشجيع إقامتها حيث تعتبر منطلق أساسي لمعالجة مشكلتي البطالة والفقر وزيادة إنتاجية الدول والأفراد، مما أدى إلى زيادة اهتمام الدول في هذه المنشآت ودعمها لتعزيز قدراتها أمام منافسيها المحليين والدوليين (الجاسر، 2014، صفحة 8).

وتكمن أهمية ريادة الأعمال بالنسبة للفرد البطال كونها تمكنه من خلق فرصة أو بديل يعوضه عن البحث عن العمل، وذلك لأن الريادة في حالات كثيرة تعتبر وليدة الصفات الشخصية، وترتبط بشكل أكبر بالسلوك الشخصي للفرد وامتلاكه دوافع ومحفزات داخلية، وفي حالات الأخر تعتبر الريادة وليدة البيئة المحيطة من عوامل ثقافية واجتماعية واقتصادية.

ومن أهمية ريادة الأعمال ما ذكره J.Schumpeter الذي تبني المدخل القائل بأن النظام الاقتصادي المكون من جانب العرض وجانب الطلب يكون في حالة التوازن، ويميل رائد الأعمال إلى كسر حالة التوازن المسيطرة على النظام في صورة منتجات جديدة، أو أساليب جديدة، أو أسواق جديدة. وقد عبر عن هذه

العملية بتعبير "التدمير الخلاق"، حيث يقوم رائد الأعمال بكسر القيود والحوجز السائدة في النظام الاقتصادي، الأمر الذي يدفع غيرهم إلى تتبع خطاهم، ويؤدي ارتفاع المستوى الاقتصادي إلى إحداث نقلة نوعية في النظام الاقتصادي (علاء، 2007، صفحة 49).

#### 5- مقاربات تحليل ريادة الأعمال

عرفت دراسة ريادة الأعمال اهتماما كبيرا من طرف الاقتصاديين وعلماء الاجتماع منذ القدم، فكل درسها على حسب تخصصه؛ وبالتالي فقد اختلفت الأساسيات والمفاهيم حول الريادة والريادي، حيث اعتمدت بعض التعريفات على الرائد باعتباره المحور الأساسي في النشاط الريادي من خلال مميزاته الشخصية ودوافعه وإمكانياته في حين اعتمدت بعض التعاريف على خلفية الريادي وبيئته من ظروف وشروط اقتصادية، وسوف نبين فيما يلي أهم مقاربات تحليل ريادة الأعمال:

#### 5 - 1 المقاربة الوظيفية

أشار رواد هذا الاتجاه إلى الدور المركزي للريادي بصفته محرك التنمية الاقتصادية، القادر على تحمل الأخطار ومواجهة اللاحقين، فجوزيف شومبيتر هو الأب الحقيقي لحقل ريادة الأعمال من خلال نظريته التطور الاقتصادي، اعتبر الريادي الشخصية المحورية في التنمية الاقتصادية، يتحمل مخاطر من أجل الإبداع، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة، فهو شخص مبتكر ومسير لمجموعة من الموارد ويبحث عن أقصى ربح... فالريادي يعتبر أحد الأعوان الاقتصاديين يبحث عن فرصة الأعمال لأجل إنشاء المؤسسة وما يتبع ذلك من استغلال للنشاط لتحقيق الربح وتعميم رأس المال، فعندما يكون النظام الاقتصادي في حالة توازن بين العرض والطلب، فإن رائد الأعمال (المقاول) هو الذي يكسر حالة التوازن المسيطرة وذلك من خلال ما يقدمه من ابتكارات جديدة وأساليب إنتاج حديثة وأسواق ناشئة (بدرأوي، 2015، صفحة 29). فهي تركز على أعمال المقاول ووظائفه، وهذه تعرف المقاول على حسب أفعاله ووظائفه التي تميزه عن غيره (casson، 1991، صفحة 21).

يعتبر هذا الاتجاه ظاهرة زيادة الأعمال أنها ظاهرة اقتصادية بحثة تعتمد على العقلانية في السوق، خاصة فيما تعلق بخلق مؤسسة جديدة، وأهم كل ما يتعلق بالبيئة الاجتماعية الريادي، وأنكر دور الثقافة في مسار هذا الريادي، عكس ما جاءت به النظريات السلوكية والثقافية.

## 5 - 2 المقاربة السلوكية

يرى رواد هذه المقاربة أن سلوك الرائد لا يقتصر على السمات الشخصية ولكنه مرتبط بأداء الوظائف الإدارية بشكل فعال وبمهارات تفاعلية وتكاملية فترتكز على سلوك الرائد وخصائصه البسيكولوجية من صفات شخصية ودوافع، وأصله ومساره الاجتماعي، ومن بين أهم رواد هذه المقاربة هو ماكس فيبر الذي حدد نظام القيمة كعامل أساسي في إضفاء الشرعية وتشجيع النشاط الريادي كشرط للتطور الرأسمالي، وفسر سلوك الرياديين على أنه يقوم على أساس الاستقلالية وامتلاك السلطة وأيضا نجد ماكلياند Mc Clelland هو أول من أدخل العلوم السلوكية إلى عالم ريادة الأعمال والذي فسر سلوك الرائد من خلال الحاجة للإنجاز والحاجة للقوة.

فوصف ماكلياند رواد الأعمال بالأشخاص الذين يتميزون بقدرتهم على تحدي كل الحواجز، ورفضهم لفكرة تواجد حدود تحول بينهم وبين الهدف الذي يرجون بلوغه، ولديهم رغبة قوية في تحقيق الذات، فقدم تعريفا للرائد كما يلي: الرائد هو فرد يسهر على مراقبة إنتاج غير موجه لاستهلاكه الشخصي. ونشير إلى أن ماكلياند قام أيضا بتحديد الرغبة في تملك السلطة كصفة من صفات الريادي، رغم أنه لم يعطها أهمية كبرى مثل بقية العوامل الأخرى (سايي، 2013، صفحة 218).

ومن بين ما جاء في مدرسة التحليل النفسي وجهة نظر نقلها KETZ و VRIES (1977))، هذا الأخير اعتبر أن السلوك الريادي هو نتاج التجارب المعاشة في الطفولة والتميز بالبيئة العائلية العدوانية والمشاكل العاطفية المتعددة، هذه الوضعيات تقود الأفراد إلى تطوير أشكال من الشخصية المنحرفة والقابلة للتدرج في بيئات اجتماعية مبنية، بمعنى لديهم صعوبات لقبول السلطة عليهم والعمل كفريق مع أشخاص آخرين... وفي نفس الاتجاه يلخص GASSE أهمية الخصائص

السوسيوسيكولوجية في إنشاء المؤسسة: الريادي النموذج يحمل حاجة قوية للإنجاز الشخصي، لديه الثقة بالنفس، يرغب في أن يكون مستقلاً ويحب المخاطر المعتدلة، إنه ممتلئ بالطاقة والدافعية (ب دراوي، 2015، صفحة 31).

وقد لاحظ كل من غاندر (Gunder) في سنة 1969 وكانكل (Kunkel) في سنة 1965، وغاس في سنة 1982 أن عدالة نظرية الرغبة في تحقيق الذات لماكلياند غير كافية، لأنها لا تأخذ بعين الاعتبار تأثير الهياكل الاجتماعية على التوجهات الفردية. حيث أنه من الصعب تفسير وشرح خيار إنشاء مؤسسة أو نجاح رائد انطلاقاً من رغبته في تحقيق ذاته فقط. أما الانتقاد الثاني الموجه لنظرية الرغبة في تحقيق الذات لماكلياند فيرتكز على البساطة، حيث حاول تفسير تطور رفاهية مجتمع ما بعاملين أساسيين فقط هما: الرغبة في تحقيق الذات، والرغبة في تملك السلطة (سايب، 2013، صفحة 217).

### 5 - 3 المقاربة العملية

هذه المقاربة اهتمت بما يقوم به الريادي من أعمال، وليس بما يتصف به من صفات شخصية، فحسب هذا الاتجاه والذي يتزعمه Gartner فإن ريادة الأعمال تشمل مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها الريادي باستغلال مختلف الموارد والتنسيق بينها؛ من معلومات، وموارد مالية، وبشرية، وذلك من أجل تحويل فكرة إلى مشروع مهيكل وأن يكون قادراً على التحكم في التغيير ومسايرته من خلال أنشطة ريادية جديدة (Michael، 2006، صفحة 3).

فبحسب هذه المقاربة، فإن محور الاهتمام يجب أن يتجه إلى مسار أعمال الريادي؛ الذي يتضمن جميع الوظائف والنشاطات المرتبطة بخلق الفرص وتطوير المشروع.

كما يرى هذا الاتجاه أيضاً أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل الأفكار، الخبرة، والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز Gartner أساساً على مسألة ظهور هذه المنظمة وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود حقاً بعدما كانت مجرد فكرة، ويشيد أيضاً بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام أو الرؤية إلى

حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد (الجودي، 2015، صفحة 11).

يربط Gartner الريادة بتصورين أساسيين؛ أحدهما يتعلق بالقدرة على إنشاء مؤسسة جديدة وتنظيمها، والثاني يتعلق بالقدرة على خلق فرص الأعمال الريادية. ويتبنى نموذج تفاعلي يأخذ في اعتباره الأبعاد الأربعة: البيئة، الأفراد، المسار، والتنظيم.

وعلى خلاف النظريات الاقتصادية التي اهتمت بدراسة تأثير ريادة الأعمال على الاقتصاد هناك نظريات اجتماعية وثقافية اهتمت بدراسة العوامل الثقافية التي تساهم في تطوير ريادة الأعمال؛ ومن روادها M. Weber والذي من خلال كتابه «الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية»؛ الذي صدر سنة 1905 أراد أن يبين من خلاله بأن الريادة هي خاصية مرتبطة بالمجتمع الغربي حيث قام بالربط بين مبادئ المذهب البروتستانتي للديانة المسيحية ونشاط المقاتل (Bouabdallah، 2005، صفحة 11).

فلا يمكننا حصر الريادة في إنشاء مؤسسة جديدة حسب الطرح العملياتي، حيث يمكن للمؤسسات أن تنشأ عن طريق التقليد أو إعادة الإنتاج لمؤسسة قائمة، كذلك لا يمكننا حصر ظاهرة الريادة في المسار الريادي، وتتبع مراحله، ففي هذا الصدد نستدل بالنموذج السوسيولوجي الجديد، من خلال رؤيته الموسعة للمسار الريادي والمركز على العوامل السوسيواقتصادية والنفسية والثقافية، ونظرته إلى الريادة من خلال طابعها السوسيولوجي والذي يخضع للعوامل التاريخية والاجتماعية والتنظيمية والثقافية لمجتمع معين، عكس النظرة الاقتصادية الأحادية، فالأبحاث في هذا الإطار يمكن أن نقسمها إلى اتجاهين مختلفين، الأول؛ يسمى بالاتجاه الحتمي وفقا للإيديولوجية، الثقافة والهياكل الاجتماعية، نجد من بين ممثليه أطروحة ماكس فيبر Max Weber الاخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية وأطروحة غاري تريبو " gary tribou المقاتل المسلم"، أما الاتجاه الثاني فهو الاتجاه الإرادوي Volontariste وفقا لقرار الفرد لاستغلال فرصة الأعمال (بدرابي، 2015، صفحة 33)



## 6- التعريف برائد الأعمال

لقد تطور تعريف رائد الأعمال بالموازاة مع التطور الاقتصادي، لذا فقد اختلفت التعاريف التي أعطيت له، فمصطلح رائد الأعمال Entrepreneur ظهر في فرنسا خلال القرن السادس عشر وهي كلمة مشتقة من الفعل Enreprender والذي معناه بأشر، التزم، تعهد، وبالنسبة للغة الانجليزية فإنها تستعمل نفس الكلمة Entrepreneur للدلالة على نفس المعنى في اللغة الفرنسية... وعرف القاموس العام للتجارة الذي تم نشره سنة 1723 بباريس كل من المصطلحين Entrepreneur وEntreprender بالشكل التالي:

Entreprender تعني تحمل مسؤولية عمل ما أو مشروع أو صناعة..... إلخ.

Entrepreneur الشخص الذي يباشر عملاً أو مشروعاً ما، فمثلاً بدلاً من أن نقول صاحب مصنع نقول مقاليد صناعي (الجودي، 2015، صفحة 20).

عرّف شومبيتر 1950 رائد الأعمال بأنه: ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار ناجح. وبالتالي فوجود قوى رواد الأعمال في الأسواق والصناعات المختلفة تنشئ منتجات ونماذج عمل جديدة، وبالتالي فإن رواد الأعمال يساهمون في عملية التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل (الشمري، 2014، صفحة 124).

فرائد الأعمال حسب شومبيتر وقبل كل شيء شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات إنتاجية جديدة تتمثل في:

- صنع منتج جديد
- استعمال طريقة جديدة في النتاج
- اكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق
- اكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية أو المواد نصف المصنعة
- إنشاء تنظيمات جديدة

## 7- العوامل المؤثرة على الرائد وريادة الأعمال

### 7 - 1 العوامل الشخصية والنفسية للرياديين

من خلال التعريفات السابقة للريادي نجد الرياديين يشتركون في مجموعة من الخصائص تجعلهم يتميزون عن باقي الأفراد لتحقيق هدفهم المتمثل في استمرارية وتوسيع مشاريعهم وإحراز التقدم وتحقيق الأرباح، ويمكن تقسيم خصائص ومقومات الرائد؛ إلى خصائص مرتبطة بصفاته الشخصية وأخرى سلوكية وإدارية، ومقومات خاصة ببيئته:

يتأثر الريادي بتنشئته الاجتماعية فتتشكل لديه صفات شخصية تؤثر في سلوكياته وطريقة تفكيره، وتنعكس على نشاطاته كرائد يطمح إلى تطوير وإنجاح مشروعه؛ فمن خلال التعاريف التي أعطيت لريادة ورائد الأعمال يمكن تلخيص تلك الخصائص الشخصية فيما يلي:

- المخاطرة: إن من أهم ما يجب أن يتميز به الريادي هو الشجاعة والمخاطرة، وانتهاز الفرص، سواء عند بدء المشروع أو أثناء مواجهة المخاطر في المستقبل، ولا يتردد أن يقوم بأعمال تتطلب المخاطرة المالية أو الجسدية؛ لأنه في أي عمل هناك عنصر المخاطرة ولا توجد أعمال مضمونة النجاح.
- المبادرة: يجب أن يكون الريادي مبادراً يدرك فرص السوق ويستجيب لها، ولا ينتظرها حتى تأتية، ويسعى للمبادرة في عالم الأعمال من خلال القدرة على الشروع في العمل والاستفادة من الفرص.
- التنظيم وإعادة تنظيم التكنولوجيات والأساليب الإدارية والاجتماعية والاقتصادية: لتحويل المرافق والأوضاع لتكون أكثر استجابة وعملية لمتطلبات الإنتاج والأداء، فهو يجلب المدخلات الأولية والتمويل ويستخدم الأيدي العاملة والمواد الخام وجميع العناصر والمكونات الأخرى (بدران، 2013، صفحة 275).

- الابتكار: يكون الريادي قادراً على الابتكار والتجديد والتطوير فهو مبادر ومبدع، ويشغل بأفكار جديدة مستحدثة في السوق، فهدفه هو التجديد من خلال تقديم منتجات وخدمات بأنماط جديدة. وقد تأخذ هذه الأنماط أشكال تطوير منتج قائم، أو عرض منتج جديد، ابتكار طرق إنتاج جديدة،

والمساهمة في فتح أسواق جديدة.

- الإرادة: يمتلك رائد الأعمال إرادة قوية لتحقيق أهدافه وإصرار كبير على النجاح، ورغبة غير متناهية في تطوير مشروعه والتميز في أدائه.
- الثقة بالنفس: ما يساعد الريادي على الانطلاق في تنفيذ مشروعه هو ثقته بنفسه أولاً، لأن الثقة تجعله أكثر تفاؤلاً اتجاه أعماله الجديدة، وتجعله قادراً على اتخاذ القرارات لحل المشاكل التي تواجهه، وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل.
- الاستقلالية: ما يميز رائد الأعمال هو ميله إلى الاستقلالية والفردية في أعماله وعدم تحمل سلطة الأفراد الآخرين.
- القدرة على المنافسة: يمتلك الريادي صفة المنافسة التي تجعله قادراً على المنافسة الفعالة في السوق والتغلب على التحديات والصعوبات، باعتباره مبادراً مبدعاً ومبتكراً.
- القدرة على اتخاذ القرار: يجب أن تتوفر في الرائد صفة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة والجريئة في الوقت المناسب، حتى لا يضيّع الفرص.
- الطموح المستمر: الريادي يضع أهدافاً محددة ويسعى إلى تحقيقها، ويؤمن بضرورة ذلك، فلديه قوة دافعة لبناء المشروع الريادي، وتحقيق الأرباح.
- الواقعية: فهو واقعي عملي ليس مجرد حالم أو واهم، ويتحلّى بروح المسؤولية.
- التعلمية: فهو يسعى دائماً لزيادة معارفه وتطوير مهاراته، ويستعين بأصحاب الخبرة، ويستفيد من الأخطاء ولا يخجل منها.
- الاجتماعية: يملك شخصية منفتحة على الناس والتفاعل معهم فهو يستعمل علاقاته الشخصية في إنجاح مشروعاته وأفكاره، وملتزماً بالأخلاقيات والقيم.
- الفضول: الاهتمام باكتشاف تحديات جديدة، يمتلك البديهة، وشجاعاً بالقدر الكافي للمجازفة، والبحث عن الفرص الممكنة.

## 7 - 2 العوامل الاجتماعية

يعتبر المحيط الاجتماعي عنصراً مهماً في توجه الريادي لإنشاء مشروعه، لأنه نتاج لهذا المحيط، فيتأثر بمجموعة القيم التي تحكم المجتمع من علاقات اجتماعية ومعتقدات دينية، تشريعات وقوانين وتطورات سياسية، وهذا ما يفسر لنا تطور الريادة في بلدان معينة وعدم تطورها في بلدان أخرى لأنها لا تخضع لنفس القوانين.

- الأسرة والاصدقاء: إنّ مرحلة الطفولة والنشأة المبكرة تؤثر تأثيراً كبيراً على شخصية الفرد؛ فالطفل الذي يحظى برعاية تكسبه الثقة والاستقلالية، يكون أكثر قابلية لمزاولة الأعمال الحرة، والتميز بخصائص رائد الأعمال أكثر من غيره، كما أن الانتماء إلى أسرة تنشط في أعمال خاصة قد يدفع الشخص إلى مزاولة العمل الحر نقلاً للخبرة عن والديه، وتوريثاً للمهنة في الأسرة، حيث تلعب الأسرة دوراً جوهرياً في تنمية سمات ريادة الأعمال لدى الأطفال، ويميل رواد الأعمال إلى أن يكونوا أبناء لآباء أو أمهات يمتلكون مشروعات خاصة.

إنّ من أهم العوامل التي تؤثر في نمو ريادة الأعمال هي الأسرة، فهي من أوائل العناصر الرئيسية التي تشجع الأبناء على ممارسة السلوكيات الريادية مما يؤكد أهمية دور الإرشاد الأسري في دعم وتنمية سمات ريادة الأعمال، فعلى سبيل المثال يمكن للأسرة أن تشجع أبنائها على بيع بعض المنتجات البسيطة لدخول عالم العمل الحر. كما يعتاد الطفل في ظل الأسرة التي تمارس العمل الخاص على العديد من المصطلحات والعبارات المرتبطة بالاستثمار كمسار مهني. وبالتالي فإن الأطفال في هذه البيئة ينشئون ولديهم تطلع ودافعية لإنشاء أعمال خاصة بهم في المستقبل (المبيريك، 2014، صفحة 14).

كما يمكن أن يكون لوجود صديق ريادي تأثيراً كبيراً على الفرد؛ بحيث قد يؤدي إلى تحفيز صديقه ودفعه لإنشاء مؤسسته الخاصة.

- المدرسة والجامعة: تعتبر المدرسة من أهم محركات السوسيو اقتصادية للمجتمع، فهي تلعب دوراً هاماً في التعريف بريادة الأعمال من خلال غرس روح المقابلة لدى الشباب. وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل خلق

الثروات ضمن منظور ريادي للتربية والتكوين (بدراوي، 2015، صفحة 76).

كما توفر المدرسة التعليم الذي يعتبر ضرورياً لرائد الأعمال من أجل ممارسة العمل الحر وزيادة قدرته على حل المشكلات التي تواجه مشروعه، واستكمال النقص في الخبرة والتدريب وفي تعلم المهارات اللازمة للنجاح.

كما تمثل الجامعة أحد الأطراف الرئيسية في بيئة منظومة الأعمال، ويقع عليها مسؤولية أداء عدد من المهام النوعية منها ما يلي:

- توفير رأس المال البشري الموجه للعمل الحر والرغبة في المخاطرة والمبادأة.
- التدريب على توليد الأفكار الإبداعية الابتكارية القابلة لتحويلها إلى منتجات اقتصادية.
- التدريب على تأسيس وإدارة المشاريع الريادية الصغيرة.
- الإرشاد والتوجيه وتقديم الدعم الفني والمهني في التنظيم والإدارة والتسويق.
- إجراء البحوث العلمية والدراسات التطبيقية وتقديم الاستشارات وخدمات الإرشاد والتوجيه (بكر، 2014، صفحة 68).

### 7 - 3 العوامل الثقافية

- العادات والتقاليد: يتأثر رائد الأعمال بالعوامل الثقافية السائدة في مجتمعه من عادات وتقاليد، حيث تتدخل في تحديد اتجاهاته واختياراته لمشروعه.

فالثقافة بمجموع مكوناتها تلعب دوراً هاماً وحاسماً في نمو ريادة الأعمال، إذ أن سيادة مفهوم الثقافة الريادية يعتبر اتجاهها اجتماعياً إيجابياً نحو المغامرة الشخصية التجارية، يساعد ويدعم النشاط الريادي. ويؤكد (Batman 1997) أن الاقتصاديات التي شهدت نمواً وازدهاراً في أواخر القرن العشرين تشترك في تمتعها بثقافة الأعمال، وهي الثقافة التي يمكن أن توصف بالثقافة الريادية. تعتبر الثقافة الريادية من العوامل العملاقة التي تحدد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات ريادة الأعمال، حيث أن الثقافة التي تشجع وتقدر السلوكيات الريادية كالمخاطرة والاستقلالية والإنجاز وغيرها تساعد في الترويج لإمكانية حدوث تغيرات وابتكارات جذرية في المجتمع، وبالمقابل فإن الثقافات التي تدعم مفاهيم التقليد والانصياع والاهتمام بالجماعة والرقابة والسيطرة على الأحداث المستقبلية لا نتوقع أن

تنتشر منها سلوكيات التحمل والمخاطرة والإبداع، أو بمعنى آخر سلوكيات قيادة الأعمال. وبوضوح أكثر تتطلب الثقافة الريادية تشجيع ممارسة قيادة الأعمال وتحفيز المجتمع عبر تعلم مبادئ قيادة الأعمال، ومن جهة أخرى وجود حكومة تدعم العلوم التطبيقية وريادة الأعمال من خلال سياساتها المحفزة (المبيريك، 2014، صفحة 19).

#### 7 - 4 العوامل الاقتصادية

الجهات الداعمة والراعية: نظرا لأن ثقافة قيادة الأعمال لا تأتي من فراغ ولكن تنبع من المجتمع الذي ينشأ فيه الرائد فان المؤسسات العامة والخاصة تلعب جميعا دورا مهما في تنمية ثقافة قيادة الأعمال على سبيل المثال: البرامج الحكومية تمد رواد الأعمال بالدعم المادي، والتدريب، وتدعم الأنشطة الريادية التي يقومون بها، أيضا يمكن تطوير برامج رعاية مهنية تساهم في تطوير سمات قيادة الأعمال مثل الابتكار والإبداع. إن صور الدعم التي يمكن أن تبذلها مؤسسات القطاع العام والخاص يمكن أن تأخذ شكل الدعم المادي والدعم المعنوي، وقد تم تصنيف هذا الدعم بالدعم التأهيلي والتدريبي والدعم المالي والدعم التنظيمي والدعم الإرشادي، ولا يقل كل نوع أهمية عن النوع الآخر، إذ أن لكل مرحلة من المراحل التي تنشأ بها المنشأة حاجة ماسة ومختلفة من أنواع الدعم (المبيريك، 2014، صفحة 14).

وتعتبر حاضنات الأعمال من أهم الأدوات لتنمية وتوسيع مفهوم وممارسات قيادة الأعمال، فهذه المؤسسات تهدف إلى توفير احتياجات المشاريع الصغيرة والمتوسطة في ظل تحيز بيئة الأعمال إلى المشاريع القائمة والكبيرة بشكل عام. ويتمثل الدور الرئيسي لحاضنات الأعمال في تذليل المصاعب أمام مشاريع الشباب المتوسطة والصغيرة عن طريق استضافة المشروع في مراحله التأسيسية إلى أن يصل المشروع إلى مرحلة النضج والخروج من مظلة الحاضنة. كما تقوم حاضنات الأعمال بتوفير المعلومات اللازمة لإجراء دراسات الجدوى ودراسات السوق، والتي تعدها خبرات متخصصة في المجالات المالية والمحاسبية والقانونية تحت سقف واحد (المبيريك، 2014، صفحة 14).

## 7 - 5 العوامل السياسية والتشريعية

إن السياسات التي تنتهجها الحكومات لها دور كبير في تشجيع الإقبال على ريادة الأعمال، وذلك من خلال تعزيز مبادرات المجتمع المدني والأوساط الأكاديمية وتهيئة الشراكة مع القطاع الخاص، في تحفيز مباشرة الأعمال الحرة، ووضع سياسات تتصدى للعقبات القانونية والاجتماعية والتنظيمية التي تحول دون المشاركة في الاقتصاد على نحو متكافئ وفعال، ومنها دعم قدرات المؤسسات المالية على مساعدة الأشخاص الذين لا تتوافر لهم خدمات مصرفية ومالية، وخدمات تأمين، وتمكن المؤسسات المالية والمصرفية من اعتماد أطر تنظيمية ورقابية تيسر توفير الخدمات لرواد الأعمال.

وأيضاً بمقدور الحكومات أن تساهم في تبني برامج وسياسات تمكّن من تنمية المهارات وبناء القدرات وتوفير برامج التدريب، وإقامة مراكز لاحتضان الأعمال التجارية، وغرس ثقافة ريادة الأعمال والعمل الحر ودعم الابتكار واستخدام التقنيات الحديثة لدى الشباب، وتعزيز دور المؤسسات في توفير فرص العمل المتعددة والمتجددة.

أما على المستوى التشريعي، فإن القوانين التشريعية تعد أحد أهم العوامل الرئيسية التي تهيئ البيئة المناسبة لريادة الأعمال، وذلك من خلال تبسيط الإجراءات الإدارية، وتشجيع وتحفيز الابتكارات وتنويع النشاطات الاقتصادية.

## 8- الخاتمة

ريادة الأعمال ليست مجرد نشاط اقتصادي لإنشاء مشروع جديد، بل منظومة متكاملة تجمع الفرد وبيئته وثقافته وأطره التشريعية والاقتصادية. فالريادي الفعّال يولد من تفاعل السمات الشخصية مع دعم أسري وتعليمي، وثقافة اجتماعية تقدّر المخاطرة والابتكار، وإطار مؤسسي وسياسي ييسر التمويل والإجراءات ويحتضن الأفكار حتى تنضج.

ويهدف توسيع قاعدة المشاريع القابلة للنمو تعمل الدول على بناء هذه المنظومة المتناسقة، وتعمق في تنويع الاقتصاد وخلق القيمة وفرص العمل. إن تشجيع التعليم الريادي، وتمكين الحاضنات، وتبسيط التشريعات، ونشر ثقافة الابتكار،

هي ركائز أساسية لأي تجربة وطنية طموحة، ويمكن للتجربة الجزائرية أن تحقق قفزة نوعية حين تتكامل هذه الركائز في سياسة عمومية شاملة موجّهة للشباب ورواد الأعمال.

#### 9- قائمة المراجع

1. Bouabdallah, Z. A. (2005). Entrepreneuriat et développement conomique. les cahiers du CREADAlger( 73), p. 11.
2. casson, M. (1991). L'entrepreneur, édition d'économica. Paris.
3. Michael, E. (2006). Laviolette et Christophe Loue, «Les compétences entrepreneuriales. Définition et construction d'un référentiel». communication au séminaire l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école, p. 3.
4. الجاسر، و. ب. (2014). النظام البيئي لريادة الأعمال في السعودية،، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. الرياض السعودية. السعودية: ضمن: كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال.
5. الجودي، م. ع. (2015). نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي. بسكرة: أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بسكر.
6. الدغيش، و. ا. (2014). مدخل مقترح لتفعيل مساهمة منشآت الأعمال في دعم صناعة ريادة الأعمال. ضمن كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال 2014، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. الرياض: جمعيات ومراكز ريادة الأعمال 2014، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط.
7. الشمري، ر. ا. (2014). نموذج مقترح من النماذج الدولية لأدوار الجهات في دعم ريادة الأعمال. ضمن: كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال 2014، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. الرياض السعودية.
8. الشيخ، إ. ب. (2013). الريادية: الإبداع في إنشاء المشاريع. عمان: دار الشروق.
9. المبيريك، ن. ج. (2014). النظام البيئي لريادة الأعمال في السعودية. ضمن: كتاب



- أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعية ومراكز ريادة الأعمال 2014، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. الرياض السعودية.
10. بدران، م. ا. (2013). الريادية الابداع في إنشاء المشاريع. عمان: دار الشروق.
11. بدرائي، س. (2015). ثقافة المقابلة لدى الشباب الجزائري المقاول. جامعة تلمسان: أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع.
12. بكر، م. م. (2014). منظومة ريادة الأعمال والبيئة المحفزة لها. ضمن: كتاب أبحاث المؤتمر السعودي الدولي لجمعية ومراكز ريادة الأعمال 2014، نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. الرياض السعودية.
13. حامد، م. (2007). نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة. فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني.
14. سايب، ص. (2013، ديسمبر). مقارنة نظرية حول تطور الفكر المقاولاتي. مجلة العلوم الانسانية، p. 218.
15. سايب، ص. (2013، ديسمبر). مقارنة نظرية حول تطور الفكر المقاولاتي. مجلة العلوم الانسانية، p. 218.
16. علاء، ع. (2007). علاء الدين زيدان. ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصادات الوطنية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
17. ياسر، ا. س. (2013). ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإدارية.
18. ياسر، ا. س. (2013). ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإدارية.





This article addresses the challenges facing women entrepreneurs in Algeria from two complementary perspectives: the structural, economic, and cultural challenges they encounter, and the Algerian society's perceptions of this phenomenon and the resulting obstacles that hinder their empowerment as entrepreneurs. Through practical and theoretical analysis, this study attempts to uncover varying social contradictions within our society, where women are legally encouraged to pursue entrepreneurship while traditional stereotypes and financial constraints impede them. We also focused on the associated social perceptions within Algerian society, giving the clear contradiction between legal and institutional support for women's entrepreneurship and the cultural and economic obstacles that prevent their full empowerment.

**Keywords:** Women entrepreneurs, challenges of women's entrepreneurship, social representations, gender stereotypes, support for women entrepreneurship, women's economic empowerment

#### مقدمة:

تظافرت جهود الباحثين في سبيل تحديد العوامل المؤثرة في تمكين المرأة، وبغض النظر عن أن مسألة تمكين المرأة متعددة الأوجه، تتقاطع فيها شخصية المرأة، طبيعة العائلة، المجتمع وخصوصياته الاجتماعية

بالإضافة الى المناخ الاقتصادي والسياسي، الا أنها تبقى عملية غير قابلة للحصر واذا أردنا دراسة الدور النسبي الذي تلعبه العوامل الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية هنا، علينا أن ننتبه الى ما قاله الباحث SWAIN حول الأبحاث التجريبية التي تناولت مسألة تمكين المرأة والتي أوضحت أن مفهوم تمكين المرأة في حد ذاته لا يزال يعاني من مشاكل في تعريفه وقياسه (SWAIN, 2008)

وفي هذا الإطار قد نذكر تعريف البنك الدولي الذي عرّف تمكين المرأة بـ «عملية تعزيز سلطتها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ويمكن تحقيقه عن طريق ايجاد فرص أكثر للمرأة لتمتلك المزيد من الأصول والقدرات ما يمكنها من عمل الاختيارات لنقلها الى اجراءات أو نتائج مرجوة (تقرير البنك العالمي حول المساواة بين الجنسين والتنمية في الشرق الاوسط وشمال افريقيا، 2012)

تمثل زيادة الأعمال النسائية ظاهرة اجتماعية واقتصادية متنامية في المجتمعات المعاصرة، لا سيما في منطقة المغرب العربي التي تسعى نحو تحقيق التنمية المستدامة والاندماج الاقتصادي، وفي الجزائر تحديداً، تلعب المرأة الريادية دوراً استراتيجياً متزايد الأهمية في المشهد الاقتصادي والاجتماعي، غير أن هذا الدور يواجه سلسلة من التحديات المعقدة التي تتداخل فيها العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والمؤسسية. (حجاج، 2022)

وهنا نشير أيضا الى أن التمكين أمر وريادة الأعمال أمر آخر أو بالأحرى مجال آخر أعمق وأكثر تعقيد، والتمكين أنواع: اقتصادي، سياسي، اجتماعي وكذا تعليمي ويكاد يكون هذا الأخير هو الأهم بسبب ما يتمخض عنه من اكتساب مرتكزات أساسية تساهم في امتلاك المرأة القوة والسلطة والقابلية للتأثير والشعور بالذات (Kabeer, 2005)، أما عن ريادة الأعمال فقد نبدأ بتوضيح حول المفهوم اللغوي لريادة الأعمال، فأصل كلمة ريادة في معجم اللغة العربية المعاصرة راد- يرود وهو رائد، راد الشيء يعني أراداه وطلبه أما راد القوم: قادهم وتقدمهم، وبذلك تصبح الريادة قيادة ورئاسة، والريادي اسم منسوب للريادة والرائد هو أول من يشق طريق التقدم. أما مصطلح الريادة في اللغة الفرنسية فيعبر عنه بكلمة Entreprendre وهي كلمة تتكون من شقين entre وتعني بين وprendre وتعني أخذ وعليه يصبح المعنى النقل، أما الريادي فيعبر عنه بمصطلح entrepreneur وهو ذاك الشخص الذي يتولى نشاطا مهما ومميزا ويستخدم أيضا لنعت الشخص المخاطر الذي يحقق التقدم الاقتصادي من خلال ايجاد طرائق جديدة أفضل لعمل الأشياء. أما باللغة الانجليزية كلمة ريادة يعبر عنها بكلمة Entrepreneurship وتعني ليأخذ على عاتقه to under take وفي قاموس Webster فهذا المصطلح ينطبق

على الذي يمكنه تنظيم وإدارة وتحمل مخاطر الأعمال (Sethi, 2005).

اذن، يمكننا التساؤل حول تموقع المرأة الجزائرية من كل هذا؟ وهل حققت المرأة الجزائرية فعلاً مكاسب ملحوظة في مجال ريادة الأعمال ساهمت من خلالها في تحقيق التنمية الاقتصادية والسياسية في الجزائر؟ أم أنها فقط دخلت مجال المقاولاتية واقتحمت مجال إدارة الأعمال ولم تصبح رائدة أعمال بالمعنى الحقيقي؟ والأهم من ذلك ما هي أبرز التحديات التي تواجهها داخل المجتمع الجزائري في هذا المجال؟

سوف ننطلق في هذه الدراسة من فرضية أن تمثلات المجتمع الجزائري للمرأة الريادية تظل متأثرة بأنماط ثقافية تقليدية تتعارض مع دورها الاقتصادي الحديث، مما يعيق بشكل مباشر قدرتها على الوصول إلى الموارد والتمويل والشرعية الاجتماعية اللازمة لنجاح مشاريعها. إن فهم هذه التحديات وتمثلاتها الاجتماعية يتطلب تحليلاً متعدد الأبعاد يجمع بين المنظور الأنثروبولوجي والاقتصادي والنفسي.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل التحديات التي تواجهها المرأة الريادية الجزائرية من جهة، وفهم تمثلات المجتمع لهذه المرأة وكيفية تأثير هذه التمثلات على مسارها الريادي من جهة أخرى. وسيتم بحث هذه الموضوعات من خلال ثلاثة محاور رئيسية: التحديات الهيكلية والمؤسسية، والعوامل الثقافية والاجتماعية، والتحديات الاقتصادية والتمويلية

## 1. تحديات المرأة الريادية في الجزائر

بشكل عام، يجب أن تكون المرأة الريادية قادرة على الابداع والابتكار ونتاج مشروعات جديدة على كل المستويات، وعلى الرغم من تطور بعض الدول على صعيد تمكين المرأة إلا أن واقع المرأة في مجتمعنا يتطلب منها أن تصبح قادرة متمكنة وريادية، كما عليها التسلح بعوامل الفكر والايجابية والإرادة والطموحات التي تمكنها فعلاً من الخوض والصمود في مجال الريادة...اكتسب تعزيز ريادة المرأة الجزائرية للأعمال زخماً على مدى العقد الأخير وأصبح يعتبر نهجاً قيماً لإيجاد فرص عمل ضمن بيئة تميّز بشكل عام بين النساء والرجال. والجدير

بالذكر هنا هو أن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أصبحت اليوم تلعب دورا بارزا، وبشكل خاص الهواتف النقالة والإنترنت وأجهزة الكمبيوتر، في تسريع نمو الأعمال التجارية. وفي وقت يزداد فيه إدماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في الممارسات التجارية، أثبتت المرأة الجزائرية اليوم، والاحصائيات تثبت ذلك، أنها تمتلك من المهارات الرقمية الأساسية لابتكار نماذج الأعمال التجارية لتطوير خطط العمل وتسويق منتجاتها وزيادة رؤوس الأموال من خلال التفاعل مع أصحاب المصلحة والعملاء من أجل بناء الشبكات والعلاقات الاجتماعية المهنية.

طوّرت المرأة الجزائرية مكتسباتها المعرفية التي أضحت تخوّل لها التخصص في مجالات وقطاعات اقتصادية كبيرة، لأنها بكل بساطة أصبحت قادرة على خلق وتسيير مؤسسات اقتصادية بالشكل الذي يجعلها تدخل مجال ريادة الأعمال فاقتحمت بذلك عدة مجالات كانت حكرًا على الرجل في زمن ليس بالبعيد. ولا نزال نرى اليوم على القنوات الاعلامية الوطنية نماذج لرائدات أعمال جزائريات ناجحات فتحت مشاريع وطورتها بل وخاضت حتى في عملية التصدير لمنتجاتها الى دول العالم وهي بذلك تساهم بشكل فعلي في تطوير الاقتصاد الوطني.

لكن بالرغم من كل هذه النماذج الناجحة الا أن هناك عددا كبيرا من التحديات التي تعترض مسيرتها هذه في المجتمع الجزائري، ولن أتحدث في هذا المقال فقط عن مشاكل التمويل والمرافقة التي خصصت لها الدولة اليوم عدة مؤسسات وميكانيزمات لمرافقة المرأة الريادية ومساعدتها منذ المرحلة التأسيسية الى التطوير من أجل ضمان استمرارية نشاطها التجاري والاقتصادي، بل سوف أركّز على كمّ التحديات الاجتماعية والثقافية التي تعترض مسيرتها وعلى وجه الخصوص تمثيلات المجتمع الجزائري للمرأة الريادية، هذا المجتمع الذي لطالما اتصف بالهيمنة الذكورية المنتجة للتفاوت الكبير بين الرجال والنساء.

### 1.1. التحديات الهيكلية والمؤسسية للمرأة الريادية

تتفاوت التحديات الهيكلية التي تواجه المرأة الريادية في مجتمعنا بتفاوت واختلاف الأطر التنظيمية والقانونية في مجال ريادة الأعمال بالإضافة الى نقص فادح في البنى التحتية الداعمة للمرأة في ذات المجال. وان وجدت على مستوى

المدن الكبرى إلا أن مناطق عدة تفتقر إلى الهياكل التي تدعم تكوين واعداد المرأة للخوض في مجال ريادة الأعمال.

### 2.1. الإطار القانوني والتنظيمي

يشكل الإطار القانوني والمؤسسي البيئة الأولية التي تمارس فيها المرأة الريادية نشاطاتها. وإذا أخذنا بعين الاعتبار ما يحدث في بلادنا، فعلى الرغم من التقدم التشريعي الملحوظ في السنوات الأخيرة، وكل الجهود المبذولة طويلة هذه المدة لتوعية النساء بكل الفرص المتاحة لهن للخوض في مجال ريادة الأعمال إلا أن المرأة الريادية لا تزال تواجه عدداً من الحواجز المؤسسية التي تحد من فرصها في ممارسة النشاط الاقتصادي الحر (ل.زقاي، 2020) تتمثل أحد أبرز هذه الحواجز في التعقيدات الإدارية المرتبطة بتسجيل المشاريع وفتح الحسابات البنكية والحصول على التراخيص اللازمة لذلك. وقد أشارت بعض الدراسات الميدانية إلى أن المرأة الريادية تقضي وقتاً أطول نسبياً في إنجاز الإجراءات الإدارية مقارنة بالرجل، خاصة في المناطق الريفية والشبه حضرية (Organisation internationale du Travail, 2021). كما أن الافتقار إلى معلومات كافية حول الدعم المؤسسي والبرامج الحكومية الموجهة نحو دعم المقاولاتية النسوية يعتبر عائقاً حقيقياً يحول دون استفادة المرأة الريادية من كل الفرص المتاحة.

### 3.1. غياب البنية التحتية الداعمة

تفتقر الكثير من المناطق الجزائرية، خاصة خارج المدن الكبرى، إلى بنية تحتية ملائمة لدعم المشاريع الريادية النسائية. لا يمكننا قياس توفر هذه البنى فقط على مستوى المدن الكبرى كالجزائر العاصمة ووهران وعنابة وغيرها، بل المشكلة يقتصر على المناطق الأخرى من الوطن، ويبقى هذا النقص في البنية التحتية يتجسد أيضاً في عدم توفر مراكز تدريب متخصصة في تكوين النساء اللواتي لديهن القدرات والمهارات والكفاءات التي تخولهن لاقتحام مجال ريادة الأعمال. نفتقر أيضاً على العدد الكافي من مختبرات للابتكار، وكذا إلى مساحات عمل مشتركة توفر للنساء الرياديات الموارد والمعدات الضرورية (World Bank Report, 2021).



يترتب على هذا النقص آثار سلبية عديدة، منها زيادة تكاليف البدء للمشاريع الجديدة، والحد من إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة والتي من شأنها تطوير عمليات الإنتاج والتسويق وغيرها من الأساليب التي تساهم بشكل كبير في نجاح وتوسيع هذه المشاريع. من جانب آخر، يمكن ذكر عامل أساسي يتمثل في انقطاع الارتباط بشبكات المشاريع والعاملين في نفس المجال والذي بدوره قد يؤثر سلبا على بلوغ الأهداف المرجوة والمرسومة من طرف المرأة الريادية سواء على المدى القريب، المتوسط أو البعيد في حياة المشروع. كما أن غياب هذه البنية يعكس أولويات سياسية واقتصادية قد لا تعطي أهمية كافية لريادة الأعمال النسائية (م.بن واضح، 2022).

#### 4.1. محدودية الدعم والتمويل الحكومي

بالرغم من تبني الجزائر لسياسات وطنية للنهوض بالمقاولاتية النسوية، فإن الموارد المخصصة لتمويل المشاريع النسائية تبقى محدودة ولا تتماشى مع الحجم الفعلي للطلب (س. ميداوي & ج. جاووت، 2021) كما أن نسبة المشاريع النسائية التي تستفيد من البرامج الحكومية والتمويلات المدعومة تظل متدنية، مما يعكس إما ضعف نشر هذه البرامج أو وجود عوائق إضافية تحول دون استفادة المرأة منها.

#### 2. التحديات الثقافية والاجتماعية

ان المرأة الريادية في المجتمع الجزائري لها تمثيلات عدة وهي وليدة كل الظروف التاريخية والسياسية والاقتصادية التي مر بها مجتمعنا عبر التاريخ، اذ تكونت لها عدة صور نمطية جندرية تمخّضت أساسا عن جملة المعارف المجتمعية والعادات والتقاليد والطقوس التي أصبحت تؤسس أبرز الخصوصيات الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري.. وعلى رأس هذه الخصوصيات نجد تلك الهوية بين الجنسين التي لعبت ولا تزال تلعب دورا كبيرا في اتاحة أكبر قدر من الفرص للرجل في مجال ريادة الاعمال ولكنها في المقابل تؤسس مكبحا لمسيرة المرأة الريادية الجزائرية. ان تلك الهوية وان تلاشت وضعفت مرئيتها على مستوى المدن الكبرى في الجزائر الا أن الهيمنة الذكورية، على حد قول بيار بورديو، لا تزال موجودة وهي التي تعرقل سير كل الاستراتيجيات والسبل التي وفرتها الحكومات منذ السنوات الأخيرة في سبيل تمكين المرأة الريادية وتعزيز وجودها وريادتها في سوق الأعمال.

## 1.2. الأدوار الاجتماعية التقليدية والقيود النوعية

تعتبر التمثيلات الاجتماعية المتعلقة بأدوار المرأة في المجتمع الجزائري من أقوى العوائق التي تواجه المرأة الريادية. فالمجتمع الجزائري، كما هو الحال في معظم المجتمعات العربية والمتوسطة، يحتفظ بتصورات تقليدية حول الأدوار الجنسانية تجعل الأسرة والعمل المنزلي المجال الأساسي المخصص للمرأة. (Bourdieu, La domination masculine, 1998)

يرتبط مفهوم التمثيلات الاجتماعية حسب سارج موسكو فيسي Serge Moscovici بالمجال التفاعلي بين الفردي والاجتماعي، مفهوم التمثيلات الاجتماعية بحسب سيرج موسكوفيتش يرتبط بالمجال التفاعلي بين الفردي والاجتماعي، حيث يرى موسكوفيتش أن التمثيلات الاجتماعية هي نتاج عمليات تواصل وتفاعل بين الأفراد داخل المجموعات، وتجمع بين الأبعاد الفردية والاجتماعية في نفس الوقت. هذا المفهوم يعود إلى تطوير موسكوفيتش لنظرية التمثيلات الاجتماعية في علم النفس الاجتماعي في الستينيات، متأثراً بأفكار دوركهايم وبياجيه، ويركز على كيف تبني المجتمعات أفكارها المشتركة عبر التفاعل الاجتماعي. (Moscovici, 1984) وهو يرتبط مفهوم التمثيلات الاجتماعية بالمجال التفاعلي بين الفردي والاجتماعي، ويُعد أول مقارنة في علم النفس الاجتماعي تركز على الديناميكية بين الفرد والمجتمع. ان التمثيلات الاجتماعية بحسب موسكوفيتش ليست فقط مجموع معتقدات الفرد، بل هي كذلك عملية اجتماعية مستمرة تقوم على التفاعل والتواصل بين الأفراد داخل المجتمع (شريف حلومة, 2016)

كانت تلك أول مقارنة في علم النفس الاجتماعي وجّهت العديد من الأعمال وفتحت المجال على طرق ونظريات جديدة، مثل نظرية المبادئ الأساسية لدونيس جودلي Denis Jodelet التي طورت نظرية المبادئ الأساسية للتمثيلات الاجتماعية، حيث ترى أن التمثيلات الاجتماعية هي ظواهر معقدة نشطة في الحياة الاجتماعية، تجمع بين العناصر المعرفية والعاطفية والاجتماعية، وتعمل كأدوات لفهم الواقع وبناء الهوية الجماعية. أما عن هذه المبادئ فهي تحصرها فيما يلي:

- التمثيلات كظاهرة اجتماعية: التمثيلات ليست مجرد أفكار فردية، بل

تنشأ من التفاعل الاجتماعي وتعكس التوازن بين الفردي والجماعي، مما يجعلها ديناميكية ومتغيرة حسب السياقات الثقافية.

- البنية والوظيفة: تشمل التمثلات نواة مركزية مستقرة (تعرف المعنى الأساسي) وعناصر طرفية مرنة (تتكيف مع الظروف)، وتعمل على تنظيم السلوك وتبرير المواقف
- الدور التواصلي: تعمل التمثلات كوسيط للتواصل داخل المجموعات، حيث تحول المعرفة المعقدة إلى أشكال مشتركة يفهمها الجميع، مما يعزز التماسك الاجتماعي.

هذه المبادئ تشكل أساساً لدراسات التمثلات في علم النفس الاجتماعي، مع التركيز على تطبيقاتها في المجالات الثقافية والصحية (Jodelet, 1984)

من جانب آخر، نجد نظرية أخرى تكمل هذه الفكرة وهي نظرية النواة المركزية لجون كلود أبريك Jean Claude Abric، ويقترح أبريك أن التمثلات تتكون من نظام سوسيو-معرفي، وهي تتكون من نواتين أساسيتين: نواة مركزية مستقرة تحدد معنى التمثلات وتنظيمها، وعناصر طرفية تدعم النواة وتحملها له نواة مركزية وعناصر محيطية، بحيث تعطي تلك النواة المركزية المعنى الأساسي للتمثيل، بينما تتطور العناصر المحيطية وتمثل جوانب أخرى من التمثيل (Abric, 1994). وعلينا القول عموماً أنّ مفهوم التمثلات الاجتماعية يلقي اهتماماً معرفياً متنامياً في العديد من جامعات العالم، وفي تخصصات متعددة بغض النظر عن نوعية المقاربات المستخدمة في البحوث لأن التمثلات الاجتماعية والثقافية هي نسق من الأفكار، المشاعر، والمواقف التي تبنيها الجماعات الاجتماعية لفهم العالم من حولها. تنشأ التمثلات من التفاعل الاجتماعي والتجارب المشتركة بين الأفراد، ويمكن أن تتأثر بالبيئة الأسرية والإعلام ووسائل الاتصال. تعتبر منتجاً فردياً واجتماعياً في آن واحد لأنها تشكل جزءاً من الهوية الجماعية وتساهم في التواصل كما أنها تتسم بالمرونة والقدرة على التغيير والتطور مع مرور الوقت.

وعلى ضوء كل تلك النظريات التي درست التمثلات الاجتماعية والثقافية وبحث في كيفية بناء الجماعات والمعاني المشتركة حول العالم والأشياء، بحيث

أنها تتداخل بين علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع والفلسفة، يمكننا القول أنها تركز أساساً على ديناميكية تكوين وتمثيل المعرفة الجماعية، من خلال تقديم نماذج هيكلية للتمثيلات الاجتماعية من أجل توضيح بنيتها وطريقة تشكيلها ووظائفها داخل المجتمع.

في دراستنا هذه وفي محاولة منا إسقاط هاذن النظريات على مجتمعنا في إطار جملة الخصوصيات الثقافية التي تميزه عن غيره من المجتمعات، حاولنا من خلال رصد المعاني والدلالات وكذا نظرة أفراد مجتمعنا للمرأة الريادية وموقفهم من واقع اقتحامها عالم ريادة الأعمال، حاولنا أيضاً التركيز على أن التمثيلات تشكل معرفة جماعية تتجسد في شكل صور ذهنية مشتركة يتم تداولها داخل المجتمع وهي التي قد تعيق مسيرة المرأة الريادية، وتبقى هذه محاولة منا لتفسير كيف يتحول العلم والمعرفة الموضوعية إلى تصورات اجتماعية تُسهم في تشكيل الفهم والسلوك. وفي حالة مجتمعنا، قد تخلق هذه التمثيلات الثقافية ضغوطاً اجتماعية كبيرة على المرأة التي تختار مسار ريادة الأعمال، خاصة إذا كان هذا يتطلب منها تخصيص وقت وجهد كبيرين قد تجد المجتمع يعتبرهما على حساب واجباتها الأسرية والعائلية (ب. كحلاوي وت. ياسين، 2020). مما يتسبب في صراع نفسي واجتماعي يؤثر بشكل مباشر على قدرتها على التركيز وعلى مشروعها وتطويره.

## 2.2. الصورة النمطية والوصم الاجتماعي

تُعاني المرأة الريادية في المجتمع الجزائري من محيط اجتماعي محاط بعدد من الصور النمطية والأحكام المسبقة التي تشكل حواجز نفسية واجتماعية أمام تحقيق نجاحها واعتراف الآخرين بمقدراتها. هذه الصور النمطية ترتبط أحياناً بالتمثيلات الاجتماعية التقليدية التي تحدد أدوار المرأة في إطار الأسرة والمجتمع بشكل ضيق، مما يجعل من الصعب على المرأة الريادية التوفيق بين دورها الاجتماعي ودورها التجاري أو المهني.

تتضمن هذه الصور النمطية أحكاماً مسبقة بأن المرأة أقل قدرة على تحمل المخاطرة أو إدارة المشاريع مقارنة بالرجال، أو أن نشاطها الاقتصادي قد يعارض القيم الأسرية والاجتماعية السائدة. إضافة إلى ذلك، قد تواجه المرأة الريادية

شكوكًا بشأن جديتها أو قدرتها على الاستمرارية في مجال الأعمال، وهو ما يؤثر سلبيًا على فرصها في الحصول على الدعم المادي والمعنوي من الأسرة والمجتمع والمؤسسات.

اذن، تُحاط المرأة الريادية في المجتمع الجزائري بسلسلة من الصور النمطية والأحكام المسبقة التي تؤثر على سمعتها واعتراف الآخرين بها. قد يُنظر إليها من قبل أجزاء من المجتمع على أنها تتحدى النمط التقليدي للأنوثة، أو حتى أنها تتنازل عن أدوارها كزوجة وأم. (Gaspard, 2002) هذا الوصم الاجتماعي يمكن أن يؤثر على ثقتها بنفسها وعلى قبول المجتمع لمشروعاتها.

كما أن هذه الصور النمطية قد تصل إلى حد الشك في قدراتها المهنية والإدارية، حيث قد ينسب نجاحها إلى عوامل خارجية بدلاً من الاعتراف بكفاءتها الفعلية (Benoit, 2005) وهذا الاختزال يقوض من الاعتراف الاجتماعي بجهودها ولا يشجع الآخرين على الثقة في مشاريعها مما يتسبب في الكثير من الحالات في عدم حصولها على المرافقة والتمويل المادي وأحياناً فيما يخص تزويد مشاريعها بالمواد الأولية والسلع.

تعد كل هذه أحكاماً المسبقة تؤثر أيضاً على سمعة المرأة في الأوساط الاجتماعية والعملية، فقد تتعرض للنقد أو الاستبعاد الاجتماعي، مما يولد لديها شعوراً بالعزلة وعدم الثقة بالنفس. ونتيجة لذلك، تواجه المرأة الريادية تحديات مضاعفة تمس ليس فقط بقدرتها على التمكين الاقتصادي، بل تمتد أيضاً إلى مكانتها الاجتماعية وحقوقها في المشاركة الفاعلة في التنمية الاقتصادية للمجتمع.

من جهة أخرى، تتجلى أهمية فهم هذه الصور النمطية في طرح برامج وسياسات داعمة لنساء الأعمال في الجزائر، تعزز من ثقافة قبول المساواة بين الجنسين، وتوفر بيئة حاضنة تُشجع النساء على الابتكار والمبادرة دون خوف من الأحكام الاجتماعية المسبقة، مما يساهم في تعزيز المشاركة الاقتصادية والاجتماعية للمرأة والارتقاء بمجتمع شامل وعادل.

### 3.2. النقص في الشبكات الاجتماعية والمهنية

تعتمد زيادة الأعمال بشكل كبير على الشبكات الاجتماعية والمهنية التي توفر الفرص والمعلومات والدعم المعنوي. غير أن المرأة الريادية الجزائرية قد تجد نفسها محرومة من الوصول إلى الشبكات الذكورية الراسخة في الوسط الاقتصادي والتجاري (Granovetter, 1973) هذا الحرمان من الشبكات يعكس جزئياً الفصل الاجتماعي حسب النوع الذي يميز المجتمعات التقليدية.

كما أن قلة عدد النساء الرياديات الناجحات يعني غياب نماذج للمحاكاة بحيث يمكن للنساء الجدد في المجال الاستفادة من تجاربهن والتعلم من خبراتهن (Lbarra, 1992). هذا النقص يشكل عائقاً نفسياً وعملياً، حيث يصعب على الريادة الناشئة أن تتخيل نجاحها إذا كانت الأمثلة على هذا النجاح قليلة أو نادرة.

تعتمد زيادة الأعمال بشكل كبير على الشبكات الاجتماعية والمهنية التي توفر الفرص والمعلومات والدعم المعنوي أما عن النقص في الشبكات الاجتماعية والمهنية فهو يشكل عقبة كبيرة أمام نجاح رواد الأعمال عامة، خاصة في البيئات التي تعتمد فيها زيادة الأعمال بشكل كبير على هذه الشبكات. ان الشبكات الاجتماعية والمهنية توفر فرصاً هامة مثل التبادل المعرفي، والحصول على معلومات قيمة، والتوجيه والدعم المعنوي، فضلاً عن تسهيل الوصول إلى الموارد الضرورية مثل التمويل والشركاء.

وفي عالم زيادة الأعمال بشكل عام، تعتبر هذه الشبكات الاجتماعية منصة أساسية لتعزيز فرص التواصل مع العملاء والمستثمرين وأصحاب المصلحة، مما يخلق فرصاً لتوسيع نطاق العمل والتنمية. عبر هذه الشبكات أيضاً يمكن تبادل الأفكار، نشر المنتجات والخدمات بفعالية، وجذب انتباه جمهور أوسع. كما تتيح الشبكات الاجتماعية تحليلاً دقيقاً لسلوك العملاء واحتياجات السوق، مما يساعد في تحسين الاستراتيجيات والمنتجات.

أما بالنسبة للشبكات المهنية للمرأة على وجه الخصوص، فهي ضرورية لبناء علاقات عمل متينة وقوية تساعد في التوجيه المهني، الدعم التقني، وتسهيل الوصول إلى فرص الأعمال والنمو مقارنة بالرجل لان غياب هذه الشبكات قد

يجعل رائدة الأعمال معزولة تماماً، ويصعب عليها تخطي التحديات التي تواجه مشروعاتها. كما يؤدي نقص الدعم والتوجيه المهني لها إلى مخاطر أكبر في اتخاذ القرارات الخاطئة وفقدان فرص النمو وبالتالي استمرارية ونجاح مشاريعها.

دراسات عدة توضح أن استخدام الشبكات الاجتماعية بشكلها الرسمي وغير الرسمي يمكن أن يعزز من فرص نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة للمرأة، وأن بناء شبكة علاقات مهنية متينة يعدّ من عوامل النجاح الأساسية. لذلك، لتعزيز قيادة الأعمال النسوية، من الضروري تطوير استراتيجيات لتمكين رائدات الأعمال من بناء وتوسيع شبكاتهن الاجتماعية والمهنية من خلال التدريب، ورش العمل، ومبادرات التواصل المختلفة في المجتمع والمؤسسات.

وباختصار، غياب أو ضعف الشبكات الاجتماعية والمهنية يحد من وصول رائدات الأعمال إلى المعلومات والموارد والدعم اللازم، مما يعيق نمو مشاريعهن ويقلّل من فرص نجاحهن في السوق التنافسي.

### 3. التحديات الاقتصادية والتمويلية

بالإضافة إلى التحديات السالفة الذكر، هناك عدداً من التحديات الاقتصادية والتي قد لا تعترض المرأة فقط بل هي أيضاً تقف كحجرة عثرة أمام مسيرة الريادي بشكل عام (المرأة والرجل) وهي نابعة أصلاً عن الحالة الاقتصادية التي تعيشها البلاد يمكننا حصرها فيما يلي:

#### 1.3. صعوبة الحصول على التمويل والائتمان

يعتبر الوصول إلى التمويل من أهم التحديات التي تواجه أي رائد أعمال سواء كان رجلاً أو امرأة، غير أن المرأة الريادية تواجه صعوبات إضافية في هذا المجال (Marlow, S & Patton, D, 2005). إن البنوك الجزائرية والمؤسسات المالية التقليدية غالباً ما تفرض متطلبات صارمة للحصول على القروض، وتطلب ضمانات عينية قد لا تملكها المرأة الريادية بسبب أنماط الملكية العقارية التقليدية وحقوق الميراث من جانب، ومن جانب آخر فهي تؤسس مشروعاتها كخطوة أولى في سبيل تحقيق ذاتها واثبات نجاحها وهي لا تملك ما يضمن لها التمويل الأولي للمشروع ولذلك فهي تبحث عن تمويل على مستوى البنوك والمختلف المؤسسات المالية .

كما أن البنوك قد تُظهر تحفظاً أكبر عند التعامل مع النساء الرياديات، مستندة إلى تقييمات مخاطر قد تكون متأثرة بأحكام مسبقة أكثر من كونها مبنية على بيانات فعلية عن معدلات السداد (Gallo & Aristei,D, 2016). هذا التحيز المؤسسي يحرم المرأة من فرص التمويل التي قد تكون متاحة للرجال في ظروف مماثلة.

### 2.3. محدودية الموارد الاقتصادية والرأسمال الأولي

معظم المشاريع التي تطلقها النساء الرياديات في الجزائر تبدأ برأسمال أولي محدود جداً، مما يحد من إمكانيات نموها وتطورها (Bank, 2019) وهذا قد يعكس جزئياً الفجوات الاقتصادية بين الرجال والنساء في المجتمع الجزائري، حيث تملك المرأة موارد أقل بشكل عام وليس لديها نفس الإمكانية للوصول إلى الوراثة أو الأصول العائلية، ضف الى ذلك أن المشاريع التي تذهب اليها النساء عامة متواضعة ولا تتطلب الاموال الطائلة وهي بذلك تحاول عدم المجازفة في حال فشل المشروع.

وقد أثبتت العديد من الدراسات الاجتماعية والاقتصادية التي تناولت مسألة المقاولاتية لدى المرأة الجزائرية أن المرأة أكثر حذرا وهي لا تميل الى المخاطرة من خلال فتح مشاريع صغيرة وفي حال نجاحها فقط تسعى الى توسيع المشروع وبذلك الى رحلة البحث عن الموارد المالية. ان ما قد يترتب على النقص في الموارد الأولية مثلا هو عدم القدرة على الاستثمار في المعدات الحديثة، أو استئجار مساحات تجارية في مواقع جيدة، أو توظيف كوادر متخصصة (Verheul, Stel; A, & Thurik,R, 2006). وهذا يضع المشاريع النسائية في وضعية تنافسية أضعف منذ البداية.

### 3.3. التحديات المرتبطة بتحقيق التوازن بين العمل والحياة الشخصية

تحتل القضايا المتعلقة بالمسؤوليات العائلية والعمل المنزلي مساحة كبيرة في حياة المرأة الريادية الجزائرية (New Ahl, 2006) بخلاف الرجال، يُتوقع من المرأة أن تقوم بجل وظائفها الأسرية وما يتمخض عنها من مسؤوليات كالعناية بالأطفال والعمل المنزلي إضافة إلى عملها الريادي. ان هذا الضغط متعدد الأبعاد هو الذي



يؤدي إلى إرهاق نفسي وجسدي، يتسبب في الكثير من المشاكل الصحية والعائلية وبالتالي يؤثر على مسار المرأة الريادية ويحدّ من الوقت والطاقة التي يمكن أن تخصصها لتطوير مشروعاتها.

يعني هذا أن الريادة بالنسبة للمرأة لا تقتصر على التحديات الاقتصادية والمؤسسية وانما هناك أيضا مسألة التوفيق بين مسؤولياتها داخل الأسرة كزوجة وكأم وكربية بيت وخارج الأسرة كرائدة أعمال والمسئول الأول على ادارة مشاريعها. تعد هذه كلها تحديات كبيرة تتعلق بإعادة توازن مسؤولياتها الاجتماعية والعائلية (Brush & J.E, 2013)، لأن العديد من المشاكل التي قد تؤثر على نجاح واستمرارية مشاريع النساء الرياديات مقارنة بالرجل هي كون تلك النسوة يجدن أنفسهن مضطرات إلى الاختيار بين مسؤولياتهن الأسرية والاستثمار الكامل في مشاريعهن.

#### 4. تمثلات المجتمع الجزائري للمرأة الريادية

لعل هذه الدراسة تلتفت أكثر الى مسألة التمثلات، وقد انطلقنا أصلا من هذه الفكرة. كيف يمكن لمختلف تمثلات أفراد مجتمعنا للمرأة الريادية أن تؤثر على مسيرة المرأة الريادية من خلال اعتراض تحقيقها لذاتها كرائدة أعمال بالإضافة الى تحقيق شخصيتها داخل الأسرة وتأديتها لمختلف ادوارها الأسرية. تتباين هذه التمثلات بين الايجابية والسلبية وهي كالآتي:

##### 1.4. التمثلات الإيجابية الناشئة

رغم التحديات الكبيرة، يشهد المجتمع الجزائري ظهور تمثلات إيجابية متنامية للمرأة الريادية، خاصة بين الفئات الشابة والمتعلمة والحضرية (ر. ماجد، 2023) هذه التمثلات الجديدة ترى المرأة الريادية على أنها نموذج للكفاءة والاستقلالية، وتعترف بدورها في تنمية الاقتصاد المحلي والاجتماعي.

تعكس هذه التمثلات الإيجابية تأثراً كبيراً بالاتجاهات العالمية والقيم الحديثة المتعلقة بالمساواة الجنسانية وحقوق المرأة. كما تعكس أيضا الحاجة الاقتصادية الحقيقية التي تشعر بها الأسر الجزائرية لمشاركة المرأة في الحياة الاقتصادية. (United nations women report, 2021) خاصة في إطار الظروف المعيشية

المعاصرة التي تفرض على الأسر ثقافة استهلاك متنامية تستنزف الموارد الأساسية للأسرة وتفرض أوضاع مادية صعبة، خاصة للأسر ذات الدخل المتوسط مما دفع الأسر الجزائرية الى تقبل خروج المرأة لتساند الرجل ودعم ميزانية الأسرة للتصدي ومواكبة ما أصبحت تفرزه الحياة المعاصرة من تحديات مادية من اجل ضمان الاستقرار الأسري.

#### 2.4. التمثيلات السلبية والمتحفظة

في المقابل، لا تزال أجزاء كبيرة من المجتمع الجزائري، خاصة في المناطق الريفية والمحافظة، تحتفظ بتمثيلات سلبية أو متحفظة تجاه المرأة الريادية (S.Moscovici, 1976). ان هذه التمثيلات غالباً ما تجد جذورها في التفسيرات الدينية والتقاليد الثقافية وقوانين العرف التي تؤكد على أدوار المرأة التقليدية.

من بين هذه التمثيلات السلبية قد نذكر رؤية المرأة الريادية على أنها تتحدى السلطة الأبوية، أو أنها تفضل عملها على أسرته، أو حتى أنها قد تفقد أنوثتها أو تصبح أقل قيمة كزوجة (Sharpe, B, 2001) ان هذه التمثيلات تعكس صراعاً عميقاً بين القيم والمبادئ التقليدية والضروريات الحديثة.

#### 3.4. التباينات الجغرافية والطبقية في التمثيلات

تختلف تمثيلات المجتمع للمرأة الريادية بشكل كبير حسب الموقع الجغرافي والطبقة الاجتماعية بحيث أن المناطق الحضرية تميل أكثر إلى أن تحمل تمثيلات أكثر تقدماً وإيجابية، بينما المناطق الريفية والمحافظة الأكثر تقليدية تحتفظ بتمثيلات أقل تقدماً (أ. مختار وم. حمزة، 2021). وبين هذا وذاك، فان الطبقة المتوسطة والعليا المتعلمة تميل إلى رؤية المرأة الريادية بشكل إيجابي أكثر وكعضو فعال في بناء الاقتصاد وتنميته، بينما قد تواجه النساء الرياديات من الطبقات الأقل حظاً معارضة أقوى من محيطهن الاجتماعي (Bourdieu & Passeron, J.C., 1990) (Society and culture: Reproduction in Education, 1990)

#### 5. التفاعلات بين التحديات والتمثيلات

على صعيد آخر، يحدث تفاعلات عميقة بين التحديات التي تعترض المرأة الريادية وجملة تمثيلات المجتمع لها، ولكل منها (سواء كانت ايجابية أو سلبية) فهي تؤثر على الاداء الاقتصادي وبالتالي على مسألة التمكين بشكل عام.

## 1.5. كيف تؤثر التمثيلات السلبية على الأداء الاقتصادي

ان التمثيلات السلبية للمجتمع للمرأة الريادية لا تقتصر على التأثيرات النفسية والاجتماعية، بل لها تأثيرات اقتصادية مباشرة. عندما ينظر المستهلكون أو الشركاء التجاريون إلى المرأة الريادية بعين ريبة، قد يحجمون عن شراء منتجاتها أو الدخول في شراكات معها (Minniti & Naude,W, 2010). وفي هذا الصدد قد نذكر المشاكل التي تواجهها بعض النساء الرياديات الجزائريات في تسويق منتجاتها وكذا في اقتحامها السوق الوطنية في ظل وجود حاشد للرجال. ان مسألة صناعة شبكة العلاقات التجارية من أجل تنوع قنوات التسويق واقامة علاقات تجارية مع أفضل العملاء والزبائن على الساحة الاقتصادية لخدمة لمصالحها التجارية تعتبر في حد ذاتها تحدي كبير ومواجهة للعادات والأعراف التي تمثل خصوصية مجتمعنا.

كما أن التمثيلات السلبية قد تؤثر أيضا وبشكل كبير على قدرة المرأة الريادية في الحصول على الائتمان والتمويل، حيث قد ينظر الدائنون إليها من خلال عدسة هذه التمثيلات السلبية (Borisov & Zazzaro,A, 2010) هذا يخلق حلقة مفرغة بحيث تعزز التمثيلات السلبية الصعوبات الاقتصادية، ومن جانب آخر فان الصعوبات الاقتصادية بدورها تعزز التمثيلات السلبية.

## 2.5. دور التمثيلات الإيجابية في التمكين الاقتصادي

لا يمكن أن ننكر أنه في المقابل، التمثيلات الإيجابية والداعمة للمرأة الريادية تؤدي إلى تأثيرات اقتصادية إيجابية، عندما تشعر المرأة الريادية بدعم من محيطها الاجتماعي، فتزداد ثقتها بنفسها وتكون أكثر استعداداً للمخاطرة المحسوبة وتطوير مشروعاتها (Jennings, Brush,C.G, Morelix,A, & Welter,F, 2013). لأن التمثيلات الإيجابية الداعمة للمرأة الريادية تفرز ظروفا اجتماعية واقتصادية من شأنها تسهيل اندماج المرأة في سوق العمل وتوفير لها بطريقة سلسلة كل السبل لنجاحها. كما أن التمثيلات الإيجابية تفتح أمام المرأة الريادية باباً للشبكات والفرص الاقتصادية. عندما ينظر المجتمع إليها بإيجابية، قد تجد أسهل الوصول إلى المعلومات والمستثمرين والشركاء التجاريين.

## 6. الاستنتاجات العامة للدراسة

خلصت هذه الدراسة بعدد من الاستنتاجات التي يمكننا تلخيصها فيما يلي:

- تبين هذه الدراسة أن المرأة الريادية الجزائرية تواجه مجموعة معقدة من التحديات التي تتفاعل وتتكامل مع بعضها البعض. هذه التحديات ليست اقتصادية بحتة، بل هي متعددة الأبعاد وتشمل جوانب مؤسسية وثقافية واجتماعية. كما أن التمثلات الاجتماعية للمجتمع تلعب دوراً حاسماً في تحديد الفرص والعوائق التي تواجهها.
- إن تحقيق نقلة نوعية في وضعية المرأة الريادية الجزائرية يتطلب نهجاً متكاملًا يعالج هذه التحديات على عدة مستويات. من جهة، يجب تحسين الإطار المؤسسي والقانوني وتوفير الدعم المالي والتقني. من جهة أخرى، يجب العمل على تغيير التمثلات الاجتماعية والثقافية من خلال التعليم والإعلام والحوار المجتمعي.
- إن أكبر تحدي لا يزال يعترض المرأة الريادية في المجتمع الجزائري هي خصوصية مجتمعنا الذكوري حيث لا تزال نسبة كبيرة منه بطريقة أو بأخرى لا يرى المرأة إلا كربة بيت وكمربية لأبنائها وكزوجة عليها أولاً وقبل كل شيء تأدية وظائفها داخل الأسرة لا خارجها.
- يتمثل جزءاً من مجتمعنا اقتحام المرأة لمجال ريادة الأعمال كتعدي على حدود حمراء، فهي بذلك أضحت تزاخم الرجل في رحلة البحث عن الشغل، بل ويظن البعض أن سبب ارتفاع نسب البطالة لدى الشباب من الذكور سببه دخول المرأة لسوق العمل.
- إن المرأة الريادية هي امرأة مستقلة مادياً، متسلطة أحياناً وهي متحررة، ربما أكثر مما يفترض أن تكون عليه، إذ تكونت صورة نمطية عن المرأة الريادية التي لم تصبح في حاجة إلى زواج ولا لتأسيس عائلة لتثبت ذاتها فهي اليوم تعطي الأولوية لتحقيق ذاتها من خلال العمل والشغل وتأسيس علاقات تجارية مع أفضل العملاء والزبائن على الساحة الاقتصادية خدمة لمصالحها التجارية.
- يتمثل بعض أعضاء مجتمعنا المرأة الريادية لن ترق إلى مستوى الرجل

- وذلك بسبب طبيعة شخصيتها، فالمرأة عامة تمتلك أولوية الخبرة لفتح مشاريع تجارية ولها توقعات ربحية لكن لا تخاطر بالقدر الكافي فهي من أكبر المتحفظين اتجاه المخاطر المالية (كتوسيع النشاط وبالتالي المؤسسة... أو الخوض في مجال التصدير لما لذلك من مشاكل ادارية وبيروقراطية...).
- من ضمن التمثيلات الاجتماعية الشائعة لدى معظم أفراد مجتمعنا أن المرأة الريادية تواجه مشاكل كبيرة في اتخاذ القرارات الهامة والمصيرية بالنسبة للمؤسسة لوحدها وهي عامة ما تتوجه الى المشاريع الصغيرة كتجارة التجزئة وقطاع الخدمات للتقليل من المجازفة، ولديها احتمالات لقبول أقل للمخاطر وكذا العوائد، فهي قنوعة جدا بالشيء القليل ولا تحبذ المجازفة أكثر (مثلا المرأة لا تسعى الى شراء أو خلق مؤسسات جديدة اضافية الى نشاطها الأساسي حتى وان كانت ناجحة وتحقق عوائد كبيرة مقارنة بالرجل الذي يميل أكثر الى المجازفة والكسب الاضافي).
  - من الصور النمطية التي تأسست لدى بعض أفراد مجتمعنا حول المرأة الريادية أيضا وهي تؤسس بذلك تمثيلات اجتماعية وثقافية لها، أن هذه المرأة وان عززت قدراتها بالتعليم والقدر الكافي من الخبرة المهنية اليوم مقارنة بالماضي إلا أنها تبقى غير قادرة على الحصول على دعم الشبكات، بمعنى أن غير مؤهلة بالشكل الكافي للتعامل مع البيروقراطية، وكذا ضعف في قدرات المساومة لتسويق منتجاتها مثلا مقارنة مع الرجل، وهي أيضا غير مرحب بها في السوق الوطنية التي يسيطر عليها الرجل وهذا ما يتفق ما أشار اليه الكثير من الباحثين حين أكدوا على أن عملية توطيد علاقات العمل واجراء الصفقات غالبا ما تحدث خارج ساعات العمل بل وخارج أوصار المؤسسة الاقتصادية كالمطاعم والحفلات مثلا وهذا ما يعيق مساعي المرأة الريادية لتطويع علاقاتها التجارية ويحد من فرص احتكاكها وبناء علاقات مستدامة مع متخذي القرار على المستوى المحلي أو الوطني.

## 7. توصيات

خلصت هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات، جزء منها على المستوى الحكومي والمؤسسي والآخر على المستوى المجتمعي والمعرفي.

- على المستوى الحكومي، نوصي بـ:
  - تطوير برامج تمويلية جديدة موجهة خصيصاً للنساء الرياديات مع تسهيل إجراءات الحصول عليها
  - إنشاء مراكز تدريب وحاضنات أعمال متخصصة في دعم المقاولاتية النسوية
  - تبسيط الإجراءات الإدارية والقانونية المتعلقة بتسجيل المشاريع ودعم المرأة مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات مجتمعنا الثقافية في إطار كل ما سبق ذكره من تحديات.

- على المستوى الاجتماعي والثقافي:
    - دعم وسائل إعلام تقدّم صوراً إيجابية للمرأة الريادية الناجحة
    - تطوير البرامج التعليمية لتعزيز قيم المساواة الجنسانية والاستقلالية الاقتصادية
    - تشجيع إنشاء شبكات اجتماعية ومهنية للنساء الرياديات
- وفي النهاية، ينبغي فهم أن تمكين المرأة الريادية ليس مسألة عدالة اجتماعية وحسب، بل هو ضرورة اقتصادية وتنموية.

## 8. خاتمة:

وكخاتمة لهذه الورقة، فإن المرأة الريادية في المجتمع الجزائري لها تمثلات عدة، إذ تكونت لها عدة صور نمطية تمخضت عن جملة المعارف المجتمعية التي تأثرت أساساً بعادات مجتمعنا وتقاليده، بينما لا تزال تلك الهوية بين الجنسين تلعب دوراً كبيراً في إتاحة الفرص وبالتالي فهي بمثابة مكبح لمسيرتها الريادية، وتبقى تلك النماذج الناجحة لنساء رياديات مبادرات ومتحديات لكل العوائق الاجتماعية والثقافية والتي تتمخض عن خصوصيات مجتمعنا العربي المسلم تمثل الفئة القليلة داخل مجتمعنا على اختلاف شرائحه وخصوصياته الثقافية والاجتماعية .

## 9. قائمة المراجع:

### قائمة المراجع باللغة العربية:

1. أ. مختار، وم. حمزة. (2021). البيئة الاجتماعية والثقافية وتأثيرها على النشاط الريادي للنساء. مجلة دراسات اجتماعية المجلد 8.
2. البنك العالمي. (2012). تقرير البنك العالمي حول المساواة بين الجنسين والتنمية في الشرق الأوسط وشمال افريقيا.
3. البنك العالمي. (بلا تاريخ). تقرير البنك العالمي حول .
4. ب. كحلاوي، وت. ياسين. (2020). الأدوار الجنسانية والتمثيلات الاجتماعية في المجتمع الجزائري -دراسة أنثروبولوجية-. الجزائر: المطبوعات الجامعية الجزائر.
5. (2012). تقرير البنك العالمي حول المساواة بين الجنسين والتنمية في الشرق الأوسط وشمال افريقيا.
6. ر. ماجد. (2023). تطور التمثيلات الاجتماعية للمرأة الريادية في المراكز الحضرية الجزائرية. مجلة الدراسات الحضرية العدد 12.
7. س. حجاج. (2022). دور الريادة النسوية وأثره في دعم معطيات التنمية المستدامة في ضوء خطة التنمية الوطنية. على الرابط الالكتروني: <https://www.academia.edu>
8. س. ميداوي، وج. جاووت. (2021). تقييم السياسات الحكومية لدعم المرأة المقولة في الجزائر. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير المجلد 14.
9. شريف حلومة. (2016). تمثيلات اجتماعية وسياقات ثقافية. مجلة انسانيات، على الرابط: <http://journals.openedition.org/insaniyat/15657?ang=ar>.
10. ل. زقاي. (2020). الاطار القانوني للمقاولاتية النسوية في الجزائر. رسالة ماجستير. وهران الجزائر.
11. م. بن واضح. (2022). البنية التحتية ودورها في دعم المقاولاتية النسوية. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 8.

## قائمة المراجع باللغة الأجنبية

12. A Borisov، وZazzaro,A. (2010). Does gender matter in bank relationships? Evidence from small business lendings. Journal of banking and Finance (12)34.
13. B Sharpe. (2001). Gender ideology and entrepreneurship. Women in Management Review (4)16.
14. C Benoit. (2005). Entrepreneuriat des femmes: représentations et réalités. Editions L'Harmattan، Paris.
15. C.G Brush، وJ.E. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to Jennings the entrepreneurship literature. Academy of management annal (1)7.
16. D Jodelet. (1984). Représentations sociales: phénomènes, conceptset théorie, dans S.Moscovici (ed) Psychologie sociale. Paris: Presse Universitaire de France.
17. F Gaspard. (2002). Le foulard et la république. Paris: Editions Léopard d'or.
18. H Lbarra. ((3)37, 1992). Homophily and differential retyrns: sex differences in network Quarterly structure and acces in an advertising firm. Administrative science .
19. H New Ahl. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. England Journal of entrepreneurship leterature (1)7.
20. J Sethi. (2005). Entrepreneur et entrepreneuriat . <http://ar.scribd.com/doc>.
21. J SETHI. (2005). Entrepreneur et entrepreneuriat. <http://ar.scribd.com/doc>.
22. J.C Abric. (1994). Pratiques sociales et représentations. Paris: Presses Universiataires de France.
23. J.E Jennings، Brush,C.G، Morelix,A، وWelter,F. (2013). Women



- entrepreneurs progress in the face of headwinds. special report GEM: Global Entrepreneurship Monitors.
24. M Gallo, وAristei,D. (2016). Should I stay or should I go? Career choices by gender and industrial and corporate change at the top of the ladder. (2)25.
  25. M Granovetter. (1973). The strength of weak ties. American Journal of sociology.
  26. M Minniti, وNaude,W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? small business economics.(2)35.
  27. M Verheul, Stel; A, وThurik,R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship: Entrepreneurship & Regional Development across 29 countries.
  28. Naila Kabeer. (2005). Egalité de sexes et autonomisation des femmes: une étude critique du troisième objectif du millénaire pour le développement. Gender & development.
  29. Organisation internationale du Travail. (2021). Les femmes entrepreneurs en Algérie, défis et opportunités.
  30. P Bourdieu. (1998). La domination masculine. Paris: Editions Seuil.
  31. P Bourdieu, وPasseron,J.C. (1990). Society and culture: Reproduction in Education. London: Sage Editions.
  32. R.W SWAIN. (2008). Economic and economic factor what empowers women. SWEDEN: UPPSALA UNIVERSITY.
  33. S Marlow, وPatton ,D. (2005). All credit to man? Entrepreneurship, finance and Entrepreneurship theory and practice gender. (6)29.
  34. S.Moscovici. (1976). La psychanalyse, son image et son public. Paris: Editions Presses Universitaires de France.

35. Serge Moscovici. (1984). Le phénomène des représentations sociales dans R.Farer et S.Moscovici (dir) ; représentations sociales. Cambridge University Press.
36. United Nations Women Report. (2021). L'autonomisation économique des femmes en Algérie: Rapport d'analyse.
37. World Bank. (2019). Inclusion and business support: Financial woman Entrepreneurs in Algeria. International Finance Corporation.
38. World Bank report. (2021). Rapport d'analyses économiques: L'entrepreneuriat féminin en Afrique du Nord, Obstacles et solutions.

## التوجه النسوي نحو ريادة الأعمال: دوافع ومسارات غير متجانسة

## Feminist orientation towards entrepreneurship: heterogeneous motivations and paths

هند بوعقادة<sup>(1)</sup>

مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية، وهران (الجزائر)

### ملخص:

تنطلق هذه الورقة البحثية من نتائج دراسة ميدانية، أنجزت في إطار مشروع البحث المؤسسي لمركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية حول «التوجه نحو المقاولاتية، دوافع ومسارات مهنية». هدفنا من خلالها إلى التعرف على الدوافع الكامنة وراء توجه المرأة إلى ريادة الأعمال، اعتماداً على المنهج الكيفي من خلال إجراء مقابلات نصف موجهة مع عينة من النساء المقاولات في مدينة وهران. والتي توصلنا من خلالها إلى أنّ المسارات المهنية لدى هؤلاء وكذا الدوافع التي جعلتهن ينشئن مشاريعهن المقاولاتية غير متجانسة ويتأثر هذا اللاتجانس بمحيطهن الاجتماعي والثقافي.

كلمات مفتاحية: ريادة الأعمال النسوية- دوافع- مسارات- لاتجانس.

## Abstract:

This research paper is based on the results of a field study conducted as part of an institutional research project by the Social and Cultural Anthropology Research Center, titled "Orientation Towards Entrepreneurship: Motives and Career Paths." Our goal was to identify the underlying motives behind women's turn to entrepreneurship. We used a qualitative approach, conducting semi-structured interviews with a sample of female entrepreneurs in the city of Oran. The study revealed that the

(1) BOUAGUADA Hind, e-mail: [psy.hind@yahoo.com](mailto:psy.hind@yahoo.com)

career paths of these women, as well as the motives that led them to launch their projects, are not homogeneous. This heterogeneity is influenced by their social and cultural environment.

Keywords: Female Entrepreneurship; Motives; Career Paths; Heterogeneity.

## 1. مقدمة:

إنّ التوجه النسوي نحو ريادة الأعمال يعتبر ظاهرة حديثة في المجتمع الجزائري، ساهمت فيها عوامل متعدّدة منها تغير البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمع، وأيضاً سياسات الدولة من أجل تمكين العنصر النسوي في المجالات المختلفة لاسيما المجال الاقتصادي، وذلك باعتبار المرأة عنصر مهم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. حيث عملت الدولة على دعم إدماج المرأة في سوق الشغل من خلال التشريعات والقوانين التي تمنع أي شكل من أشكال التمييز أو الإقصاء يرتبط بالجنس، فضلاً عن سياسة التعليم وتشجيع الفتيات والنساء على التكوين. بذلك أتاحت للمرأة نفس الحظوظ والفرص للمساهمة في كافة الأنشطة الاقتصادية والاستثمارية.

سجّلت الإحصائيات أنّ المشاريع المقاولانية النسوية الممولة من طرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) منذ إنشائه إلى غاية الثلاثي الأول من 2023 فاقت 63%، كما أنّ إحصائيات المشاريع النسوية الممولة من طرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة في النشاط الصناعي (CNAC) عرفت ارتفاعاً ملحوظاً من سنة 2020 إلى 2022 حيث بلغت نسبة 43%. كما سجل المركز الوطني للسجل التجاري إلى غاية مارس 2024 ما قدره 193.023 نساء تاجرات (الاسكوا الأمم المتحدة، 2024، صفحة 22). حيث ارتفع عدد النساء صاحبات العمل المستقل بين 2014 و2024 من 361.000 إلى 498.000 (+38%) (المؤسسة من أجل المساواة سيداف، 2025، صفحة 29). استناداً على الإحصائيات السالفة الذكر نلاحظ تزايداً في ولوج النساء إلى مجال ريادة الأعمال وبالرغم من محدوديته مقارنة بالرجال إلا أنّ النسب تبقى مهمة مقارنة بوقت مضى.

## 2. إشكالية الدراسة

ريادة الأعمال النسوية من المفاهيم الحديثة في الحقل البحثي والعلمي والتي تعددت تعريفاتها حسب تعدد زوايا النظر إليها. حيث تعرف لافوا ((LAVOIE.D (1988)) رائدة الأعمال على أنها «المرأة التي بمفردها أو مع شريك أو شركاء قامت بتأسيس أو شراء أو قبول مؤسسة عن طريق الإرث، والتي تتحمل مخاطرها ومسؤولياتها المالية والإدارية والاجتماعية وتشارك يوميا في إدارتها». ويصفها بيلكورت وآخرون (1991) (BELCOURT et al) على أنها «المرأة التي تسعى إلى الازدهار الشخصي والاستقلالية المالية والسيطرة على وجودها من خلال إنشاء وإدارة مشروعها الخاص»، في حين يعرفها أدريان وآخرون (1999) (ADRIAN et al) على أنها «شخص يتحمل مخاطر مالية، من أجل بدء أو حيازة عمل تجاري، ويديره بطريقة مبتكرة وخلاقة، من أجل تطوير منتجات جديدة وغزو أسواق جديدة» (TAHIR METAICHE & BENDIABDELLAH, 2016, p. 223). ومنه يمكننا القول أنّ رائدة الأعمال هي امرأة أنشئت بمفردها أو بمساعدة الآخرين مؤسستها الخاصة، وتعمل على تسييرها وتطويرها، من أجل المساهمة في ازدهارها الشخصي والعائلي من جهة والمساهمة في التطور الاقتصادي والاجتماعي من جهة أخرى، كما تختلف الدوافع التي تجعل النساء يتجهن إلى إنشاء مشاريعهن الخاصة وتختلف ملامحهن السوسيو اقتصادية والعائلية والثقافية ما يجعلنا أمام نماذج متعددة من رائدات الأعمال، أشارت في هذا السياق شانبرلان ستارشر (CHANBERLIN STARCHER) أنّ الدوافع التي تجعل النساء يتجهن إلى ريادة الأعمال متعددة قد تكون شخصية أو نابعة من ظروف خارجية، سواء كانت إيجابية أو سلبية. وتسمى العوامل السلبية تلك التي تدفع النساء إلى التفكير في ريادة الأعمال والعوامل الإيجابية هي التي تجذبهن أو تستقطبن. فعوامل الدفع تشمل: الحاجة إلى المال، البطالة، غياب إمكانيات التكفل بالأطفال الصغار، ظروف العمل غير المقبولة، ساعات العمل الجامدة، التمييز في إسناد المناصب والأجور، الإحباط الناتج عن عرقلة التقدم الوظيفي، وخيبة الأمل فيما يتعلق بالعلاقات التقليدية بين الموظفين وأصحاب العمل. أما العوامل الإيجابية التي تجذب النساء إلى ريادة الأعمال فهي فرص السوق المتاحة، الاهتمام بقطاع معين من الاقتصاد، الأهداف

الاجتماعية، الحاجة إلى امتلاك ساعات عمل مرنة، الحصول على راتب أكبر واستقلالية مالية، الازدهار الشخصي، وزيادة الرضا في العمل (CHANBERLIN, STARCHER, 1996, p. 12). حيث صنف لوارن لومار وآخرون (LE LOARNE, LEMAIRE et al) ستة (06) نماذج من رائدات الأعمال وهي كالتالي: رائدة أعمال بعد الأمومة، رائدة أعمال بعد البطالة، طالبة رائدة أعمال، امرأة تبحث عن وقت لنفسها، امرأة مجازفة وسيدة أعمال (LE LOARNE-LEMAIRE & al, 2012). وقدّم بروني وغيراردي وبوجيو (BRUNI, GHERARDI, ET POGGIO) (2004) سبعة (07) نماذج من النساء: أولئك اللواتي يبحثن عن عمل بعد البطالة، أولئك اللواتي يعتبرن قيادة الأعمال إستراتيجية رئيسية وطويلة الأمد، أولئك اللواتي يسعين للتوفيق بين العمل والأسرة، وكذلك اللواتي يعدن إلى الحياة العملية بعد ترك وظائفهن لرعاية أسرهن، وأولئك اللواتي يتبعن تقليدا عائليا في قيادة الأعمال، وأخيرا المرأة النسوية (التحرر من الهيمنة الذكورية والمجتمع التقليدي) (OUYAHIA & TOUIL, 2023, p. 164).

كذلك من الدراسات حول دوافع قيادة الأعمال النسوية في الجزائر نذكر دراسة غياث بوفلجة والتي توصل من خلالها إلى أنّ قيادة الأعمال بالنسبة للشابات هي جزء من نضالهن من أجل الحرية والكرامة، ضد ثقافة التهميش، واعتبر ذلك عملا من أعمال الهروب من ثقافة الخضوع، حيث أكدت دراسته أنّ الرغبة في تأكيد الذات والحاجة إلى التحرر هما الدافعان الرئيسيان وراء إنشاء أعمالهن التجارية (GHIAT, Motivation des femmes à l'entrepreneuriat, 2020)، وفي السياق نفسه توصل كل من أويحي زوبيدة وطويل رشيد سفيان في دراستهما إلى أنّ توجه النساء إلى قيادة الأعمال تدفعه الضرورة أو الرغبة في الهروب من هشاشة وضعف التوظيف، في حين تسعى بعض النساء إلى تحقيق الذات، بينما تبحث أخريات عن وسيلة للتوفيق بين الحياة المهنية والحياة العائلية (OUYAHIA & TOUIL, 2023, p. 178). كما توصلت سلامي منيرة من خلال دراستها إلى أنّ العوامل الدافعة للمرأة لتبني العمل المقاوлатي تختلف بين عوامل دافعة إيجابية كتحقيق الذات والاستقلالية المهنية وأخرى نتيجة لسلبات ونقائص مثل البحث

عن عمل، كما يعتبر المحيط العائلي ذو تأثير على القرار المقاولاتي (سلامي م.، العوامل الدافعة للمقاولات النسوية في الجزائر وأسباب نجاحها: دراسة ميدانية على عينة من المقاولات، 2021، صفحة 44). في السياق ذاته توصلت بوروبة فتيحة إلى أنه من بين العوامل التي تجلب المرأة إلى العمل المقاولاتي هي البطالة والتكنولوجيا والمحفزات الشخصية، وكذلك اليسر المالي (بوروبة، 2019، صفحة 69)، وفي دراسة أجراها خيرى نوح وحريرية عتيقة توصلوا إلى أن أغلب المقاولات في عينة البحث ينطلقن من دافع الحاجة الاقتصادية، ولكن ليس كحاجة وحيدة، في حين تخضع الحاجات الأخرى لتباينات في الترتيب مرتبطة بمتغيرات سياقية (خيرى وحريرية، المقاولاتية النسائية: تفكيك الحاجات الأساسية والدوافع) (دراسة على عينة من النساء المقاولات بالجلفة، 2022، صفحة 527).

من هذا المنطلق نتساءل من خلال دراستنا حول الدوافع التي جعلت المرأة تتجه إلى مجال ريادة الأعمال واكتساح مجال كان حكرا على الرجال؟ وماهي العوامل المساهمة في بلورة فكرة مشروعها؟

وهدفنا من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على ملامح النساء اللاتي اتجهن إلى ريادة الأعمال في ولاية وهران، من خلال التعرف على مساراتهن المهنية وسيروراتهن الحياتية من أجل استخلاص العوامل المساهمة في بلورة فكرة المشروع الخاص، وذلك من خلال عرض نماذج تسرد تجاربهن وخطابتهن.

### 3. الدراسة الميدانية

#### 3 - 1 منهجية الدراسة

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الكيفي المتمثل في «سرد الحياة» مستخدمين المقابلات نصف الموجهة استنادا على دليل للمقابلة، يحتوي على مجموعة من الأسئلة حول الخصائص السوسيو مهنية، التكوينات، المسار المهني، الوضعية العائلية، ودوافع التوجه نحو ريادة الأعمال. أجريت الدراسة في مدينة وهران في الفترة الزمنية من 02 إلى 16 مارس 2025، على مستوى مؤسسات مشاريع مقاولاتية ترأسها نساء في مدينة وهران.

### 3 - 2 عينة الدراسة

أجريت الدراسة مع عينة قدرها 10 رائدات أعمال في مدينة وهران، تتراوح أعمارهن بين 29 و54 سنة، أغلبهن من المتزوجات، وأغلبهن لديهن مستوى دراسي جامعي كما يوجد بعض المبحوثات من لديهن مستوى دراسي متوسط وثانوي، وهؤلاء المبحوثات أنشئت مشاريعهن ما بين السنوات 2011 و2023.

#### جدول (01): يوضح عينة الدراسة الميدانية

الرقم	المبحوثة	السن	الحالة المدنية	المستوى الدراسي	المشروع/ سنة التأسيس	العمل السابق / الأقدمية
01	م.ش	47	متزوجة	جامعي	روضة أطفال (2023)	-عمل في القطاع الخاص/ مكاتب دراسات (07 سنوات) -مهندسة في الوكالة الوطنية للطرق السيارة (07 سنوات) -أستاذة جامعية منذ 2015 إلى وقتنا الحالي
02	س.خ	37	متزوجة	ثانوي	قاعة رياضة (2021)	-عضوة في جمعية (04 سنوات) -عون استقبال في عيادة خاصة (02 سنوات) -بطالة
03	ل.و	39	مطلقة	جامعي	روضة أطفال (2013)	أخصائية نفسانية في عيادة خاصة (01 سنة) // عضوة في جمعية الأطفال المتوحدين (04 سنوات)
04	ب.ف	54	متزوجة	جامعي	مركز تجميل وعناية جسمية (2016)	- مكلفة بالدراسات في المحاسبة (Chargé d'études en finance) في مؤسسة عمومية (سنتين)



05	أنثى	40	متزوجة	جامعي	روضة أطفال (2011)	-مديرة تجارية لعلامة كبيرة في الصيدلة بالجزائر (05سنوات)
06	ع.م	37	متزوجة	جامعي	مدرسة تعليم الحلويات (2019)	- بطالة
07	ف.ر	29	متزوجة	جامعي	مدرسة تعليم اللغات ودروس الدعم (2022)	-أستاذة التعليم الابتدائي في المدارس الخاصة (05 سنوات).
08	ر.س	34	متزوجة	جامعي	صاحبة مدرسة خاصة (2020)	-أستاذة إعلام آلي (05 سنوات)
09	ع.ف	30	متزوجة	ثانوي	صاحبة محل لكرء ملابس المناسبات وتزيين العرائس	-نادلة في مطعم ومساعدة طباط (04 سنوات) بائعة في المحلات (04 سنوات)
10	س.ح	42	متزوجة	متوسط	صاحبة ورشة صنع الحلويات التقليدية. (2014)	-ماكثة بالمنزل (05 سنوات) -صانعة حلويات تقليدية (04 سنوات)

### نتائج الدراسة ومناقشتها:

كشفت المقابلات التي أجريت مع مجموعة من رائدات الأعمال في مدينة وهران أنّ الدوافع التي جعلتهن ينشئن مشاريعهن المقاوالاتية غير متجانسة وتختلف حسب الوضعية الاجتماعية، النفسية، العائلية والمهنية التي سبقت إنشاء المؤسسة

الخاصة. وقد تمكننا على ضوء تجارب ومسارات المبحوثات من تصنيف مجموعة من النماذج نفصلها أدناه، فكل مبحوثة لها سيرورة حياتية ومهنية معينة جعلتها تجبر أو تختار الاتجاه إلى ريادة الأعمال، حيث ترتبط في بعض الأحيان بالحاجة الاقتصادية لدى بعض المبحوثات اللاتي دفعتهن وضعية البطالة إلى التفكير في تأسيس مشروع خاص يضمن لهن الكفاية الاقتصادية، ولكن الملاحظ أنّ وضعية البطالة ليست العامل الوحيد الذي يدفع إلى ريادة الأعمال، فالملاحظ أن عدد من المبحوثات كنّ أجيرات قبل إنشاء مشاريعهن سواء في القطاع الخاص أو العمومي غير أنهن اتجهن نحو ريادة الأعمال بسبب عدم رضاهن عن وضعيتهن المهنية، كما يكون التوجه لريادة الأعمال في بعض الأحيان من أجل التكيف مع وضعية اجتماعية أو عائلية جديدة مثل الزواج والأمومة التي تجعل بعض النساء يفكرن في التوازن بين الحياة المهنية والخاصة من خلال تأسيس مشروع مستقل. وهناك فئة أخرى اتجهن إلى ريادة الأعمال من أجل إثبات الذات والفاعلية في المجتمع وتجاوز الارتمان والتبعية التي تفرضها الوضعية التقليدية كربة منزل كما نجد من بين النماذج أيضا من أردن من خلال المشروع المقاولاتي البحث عن أنفسهن بعيدا عن الروتين والرتابة التي تولدها وضعية البقاء بدون عمل والتي تكون السبب في مشاكل نفسية، ومنهن من أردن من خلال العمل الخاص تجاوز نمط الشغل المأجور بحثا عن المرونة والحرية في العمل:

### 1.1. التوجه إلى ريادة الأعمال هروبا من وضعية البطالة

يكون التوجه إلى ريادة الأعمال هروبا من وضعية البطالة، وبحثا عن فرصة للشغل بعد فشل في الإدماج المهني وعدم الحصول على العمل النمطي. وذلك ما نجده من خلال نماذج بعض المبحوثات اللاتي اعتبرن المشروع المقاولاتي بمثابة فرصة للتخلص من البطالة مثال ذلك (ع.م، 37 سنة، صاحبة مدرسة تعليم الحلويات)، والتي تصرّح: «بعد ما تحصلت على شهادة الليسانس في علم الاجتماع في سنة 2011، بدأت مشوار بحثي على العمل الدائم الذي أستقر فيه وأضمن مستقبلي، ولكن اشتغلت لمدة سنتين في إطار الوكالة الوطنية للتشغيل، وبعد زواجي ذلك العمل لم يعد يريحني بسبب بعد المسافة، والراتب قليل، توقفت وبدأت في البحث عن عمل جيد، لكن الآن إيجاد العمل أصبح صعبا (الخدمة ولات

عزيزة)، وفي تلك الفترة كنت ماكثة بالمنزل وكانت لدي هواية طبخ الحلويات، كنت أستمتع عندما أحضر الحلويات لعائلي، وشاركت في تكوينات ومن هناك أعجبت بالفكرة ورأيت أن هذا المجال مشروع مريح، بدأت في الاستفسار وإتباع الإجراءات وتنقلت للمؤسسات المعنية واستطعت افتتاح مشروع وأصبحت إمرأه عاملة». إنّ المشروع الخاص يعتبر المنفذ للإدماج المهني لدى العديد من النساء اللاتي فشلن في إيجاد شغل يتلاءم مع طبيعة تكويناتهن الأكاديمية واخترن مسلكاً آخر من أجل التمتع في سوق الشغل، وهذا ما تؤكد به الباحثة لوسداد زين الشرف من خلال دراستها حيث توصلت إلى أنّ البطالة تعتبر من أهم الدوافع التي تجعل الفرد يتجه نحو المجال المقاولاتي (لوسداد، 2021، صفحة 167).

## 1.2. التوجه إلى ريادة الأعمال من أجل التخلص من الظروف المهنية الضاغطة أو السيئة

يعتبر التوجه إلى ريادة الأعمال نتيجة لتجربة مهنية سلبية تدفع المرأة إلى التفكير والتخطيط لمشروعها الخاص بعيداً عن الضغط الذي تتعرض له في عملها سواء في القطاع الخاص أو العمومي وذلك ما لاحظناه من تجارب المبحوثات اللاتي تخلين عن عملهن سواء كان عملاً هشاً في القطاع الغير رسمي أو العمل في القطاع الخاص أو العمل الدائم في القطاع العمومي وذلك بسبب الظروف الغير مرضية، فكل هذه التجارب المهنية تعطي دافعا للتفكير في العمل المستقل وتقدمه في صورة مثالية على غرار التجارب السابقة. مثال ذلك تجربة المبحوثة (س.ر، 40 سنة، صاحبة ورشة للخياطة) والتي تركت عملها الدائم في القطاع العمومي بسبب الضغط في العمل لتفتتح مشروعها الخاص، حيث تصرّح: «كنت أعمل في مكتب البريد والمواصلات، اشتغلت لمدة أربعة سنوات وكنت أتعرض لضغط رهيب لدرجة لم أستطع التحمل، خاصة عندما يرون أحدهم يشتغل بكل تفاني يضيفون له العمل. وبين ليلة وضحاها قررت وضع الاستقالة وافتتاح مشروع والاستثمار في المهنة التي أحبها وهي الخياطة، بدأت بأقل الإمكانيات في مرآب منزلنا ورويدا رويدا بدأ المشروع يكبر، والآن أنا أعمل جيداً». وكذلك يمكن أن ترتبط التجربة بظروف عمل سيئة والشعور بالاستغلال في القطاع الخاص مثال ذلك تجربة المبحوثة (أنثى، 39 سنة، صاحبة روضة أطفال) حيث تصرّح: «عملت

في عيادة أرطوفونية، وكانت تجربة سيئة في الخاص، اشتغلت سنة وتوقفت من أجل الاستغلال والاستعداد، أين كنت أشتغل لمدة ستة أيام في الأسبوع من الثامنة صباحا إلى الخامسة مساء وفي بعض الأحيان أبقى أكثر، وإلى جانب كل هذا الراتب جد قليل».

وفي سياق آخر تفقد تجربة العمل الهش إلى التفكير في إنشاء مشروع خاص مثال ذلك المبحوثة (ع.ف، 40 سنة، صاحبة محل لكراء ملابس المناسبات وتزيين العرائس) والتي كانت تعمل بائعة في محل بيع الملابس التقليدية حيث تصرح: «كنت أعمل بائعة (vendeuse) في محل للملابس التقليدية، وعملت بائعة في عدة محلات، يستغلونك (يحرثو عليك) والراتب قليل، وكنت أرى مميزات العرائس (النقافات) كيف يشتغلن جيدا ومدخولهن جيد، سألت واقتضت النقود، اقتضت مبلغ مهم من المال وكنت واثقة من أنني أستطيع إرجاعه، اشترت المعدات واللوازم، حاولت شراء كل ماهو جديد ومودة من أجل تحقيق النجاح وصنع اسم في المجال، والحمد لله ارتحت من التعب والإهانة (تهنيت من التجرجير) بالعمل عند الناس الذين استغلوني».

من الملاحظ أن التوجه إلى إنشاء المشروع الخاص قد يرتبط بمسار مهني سابق لبعض النساء اللاتي كانت لهن تجربة مهنية وقررن التخلي عنها بسبب عدم الرضا من أجل العمل في ظروف مهنية أحسن. حيث أوضحت دراسة كل من كورني وكونستونتينيديس (CORNET et CONSTANTINIDIS) أن التوجه نحو ريادة الأعمال لا يرتبط دائما بوضعية البطالة، ولكن قد يعتبر تغيير لمهنة سابقة كأجيرة حيث أن 66 % من النساء المستجوبات كنّ يشتغلن قبل إنشاء مؤسساتهن الخاصة (CORNET & CONSTANTINIDIS, 2004, p. 196).

### 1.3. التوجه إلى ريادة الأعمال من أجل التكيف مع وضعية اجتماعية أو عائلية معينة

غالبا ما تختار المرأة التوجه إلى ريادة الأعمال من أجل التكيف مع وضعية معينة. ومن النماذج التي أفرزتها الدراسة الميدانية أن هناك من المبحوثات من توجهت إلى إنشاء المشروع الخاص كضرورة فرضتها الظروف العائلية أو الاجتماعية والتي لا

تسمح لها بالتواجد في ظرف العمل النمطي بسبب الالتزامات المرتبطة به، ولعل من الأمثلة عن ذلك إنشاء مشروع الروضة من أجل الاستجابة لوضعية جديدة والمتمثلة في الأمومة، إذ أنّ أقرب مهنة تضمن البقاء طوال الوقت مع أطفالها والاعتناء بهم هي العمل في الروضة. حيث تصرّح في هذا السياق المبحوثة (ل.و، 39 سنة، صاحبة روضة أطفال): «بعد الزواج والإنجاب كان من الواجب علي أن أشتغل في عمل يتلاءم مع طبيعتي كأثني، زوجة وأم، ويكون أولادي معي وأكون مرتاحة، لذلك مشروع الروضة كان الأنسب أولادي معي وأستطيع الاهتمام بهم طوال الوقت، وأكون مرتاحة». وفي السياق ذاته مثال ذلك المبحوثة (ب.أ، 54 سنة، صاحبة روضة أطفال)، والتي كانت تشغل منصبا مهماً تتمثل في مديرة تجارية لعلامة تجارية ذات سمعة كبيرة، وكانت تتحصل على راتب جد مهم، غير أنّ وضعيتها العائلية بعد الزواج والإنجاب جعلتها تفكر في بديل لهذا العمل، تكون فيه أكثر حرية واستقلالية وأكثر قرباً لعائلتها وابنتها وهذا جعلها تفكر في تأسيس مشروع الروضة، حيث تصرّح المبحوثة: «كنت أشغل منصبا مهماً في شركة كبيرة وذلك كان يفرض علي تنقلات عديدة خارج الولاية، وكنت أشعر بالذنب اتجاه ابنتي حيث كنت أحس أنها تتعب معي، وضعتها في عدّة روضات ووجدت عدّة مشاكل فأصبحت ابنتي عرضة لأمراض متكررة، وتزامنا مع جائحة كورونا والحجر الصحي تفاقمّت علي الأمور وكنت أمام ضرورة اتخاذ قرار التخلي عن العمل والتفكير في عمل يجعلني بالقرب من ابنتي». وبذلك فإنّ ارتباطات المرأة العائلية والاجتماعية يمكنها أن تحدد اختيارها لنوع النشاط المهني الذي تمارسه. وهنا أشار الباحثون إلى مفهوم جديد في عالم المقاولاتية وهو «Mompreneur» رائدة أعمال أم. ويتعلق الأمر برائدات الأعمال الأمهات ويعرف هذا المفهوم إيكينسميث (EKINSMYTH) على أنه «شكل من أشكال ريادة الأعمال النسوية، يدفعه بشكل أساسي الرغبة في تحقيق توازن بين الحياة المهنية والشخصية من خلال توجه هوياتي يطمس الحدود بين دوري الأم وسيدة الأعمال». كما أظهرت دراسات كل من أندريا وريشوم هوي (ANDRIA, et RICHOMME HEUT) أنّ رائدات الأعمال الأمهات هن نساء يعرفن أنفسهن كأم وسيدة أعمال في آن واحد، وينشئن مؤسسة خاصة يمتلكنها ويدرنها بهدف تحقيق توازن مهني وخاص، وهذا

التوازن من الصعب أو مستحيل الحصول عليه في ظرف العمل المأجور وغالبا ما يرتبط المشروع بتجربتهم الخاصة (الأمومة) (D'ANDRIA, 2014, p. 18). وهذا ما نلاحظه من خلال المشاريع التي يخترنها والتي تكون نسوية وترتبط بمهام نسوية مثل الروضة، المدرسة...الخ.

#### 1.4. التوجه إلى زيادة الأعمال من أجل تحقيق الذات والحصول على الاعتراف خارج الوضعية التقليدية

إنّ التوجه إلى زيادة الأعمال يعتبر عند المبحوثات بمثابة وسيلة لتحقيق الذات خارج الوضعية التقليدية والمتمثلة في وضعية زوجة وأم والأعمال المرتبطة بها من تنظيف وطبخ والاعتناء بالزوج والأبناء. وإثبات ذاتها بأنها تستطيع أن تشارك في تنمية الاقتصاد الوطني وتكون مستقلة مهنيا وماديا، وتبرز دورها وفعاليتها في المجتمع، تصرّح في هذا السياق المبحوثة (س.خ، 37 سنة، صاحبة قاعة رياضة) بأنها استطاعت من خلال مشروعها التغلب على الروتين اليومي للمرأة الماكثة بالمنزل لتبرز مهاراتها وتثبت أنّها فعّالة في المجتمع على غرار دورها كربة بيت وأم وزوجة، حيث تصرّح: «عندما افتتحت مشروعني الخاص أصبحت امرأة ونصف، أصبح لدي كيان، المرأة المقاتلة مستقلة (independente)، مستقلة نفسيا وجسديا (physiquement et moralement)، تفكرين بشكل مغاير (autrement) ليس كإمرأة ماكثة بالمنزل (au tant q'une femme) وإنما مثل امرأة أعمال (au tant q'une femme d'affaire) فالتفكير كامرأة ماكثة بالمنزل يجعل مهامك روتينية محدودة تربية الأبناء وتعليمهم، الاعتناء بالزوج وعائلة الزوج، الطبخ التنظيف وتنسين نفسك». ولعل هذا يتوافق مع ما توصل إليه غيات بوفلجة في دراسته التي أوضحت أنّ التوجه نحو زيادة الأعمال يعتبر بالنسبة لجزء من النساء بمثابة الاعتراض عن الثقافة التقليدية التي تتميز بالهيمنة الذكورية، والرغبة في تحقيق الاستقلالية وإثبات الذات في مجتمع يهملهن (GHIAT, Les femmes entrepreneurs en algérie: contraintes culturelles et désir démanticipation, 2018, p. 12)

### 1.5. التوجه إلى زيادة الأعمال من أجل تجاوز ظروف نفسية صعبة

المشروع المقاولاتي كفرصة لتحقيق الذات، والتغلب على الظروف النفسية الصعبة، حيث يعتبر المشروع المقاولاتي بمثابة المتنفس عن ضائقة نفسية وذلك يوضحه مثال المبحوثة (ب.ف، 54 سنة، صاحبة مركز تجميل وعناية جسمانية) والتي خرجت من فترة اكتئاب صعبة بفضل مشروعها واستطاعت إثبات نفسها كإمراه حيث تصرح: «بدأت الفكرة من مرضي، حيث أصبت بالاكتئاب (depression)، وكنت في كل مرّة اشتكي من آلام في جسدي في بعض الأحيان الرأس، القلب، المعدة، الأمعاء، الغدة الدرقية... الخ، في كل مرّة أذهب عند الطبيب يقول لي ليس هناك أي شيء، في أحد الزيارات للطبيب طلب منّي ممارسة الرياضة، وعند تسجيلي في أحد قاعات الرياضة بدأت أكتشف (نديكوفري)، وبدأت الأفكار تنزل علي وأصبحت لدي رغبة في فتح مشروع خاص الذي أنساني في المرض وأصبحت إنسانة أخرى»، حيث تعتبر المبحوثة العمل في المقاولاتية كان المنقذ والشافى لها من مرضها، حيث استطاعت به التغلب على الروتين والفراغ، فمن الملاحظ أنّ التوجه نحو زيادة الأعمال لا يرتبط فقط بالحاجات المادية أو الاجتماعية بل يتعداه إلى حاجات نفسية، أين تبحث المرأة عن الاستقرار والصحة النفسية والابتعاد عن الضغوطات التي يسببها غياب الأهداف والروتين اليومي.

### 1.6. التوجه إلى زيادة الأعمال من أجل الحصول على الحرية والاستقلالية في العمل

المشروع المقاولاتي باعتباره مشروع خاص يضمن الاستقلالية والحرية في العمل دون الارتباط بنمط وقت معين أو روتين معين، والخضوع لتعليمات وأوامر الآخرين. إنّ الخيار الذي يجعل بعض النساء يفكرن في إنشاء مشاريعهن الخاصة حيث تصرح المبحوثة (ر.س، 34 سنة، صاحبة مدرسة خاصة): «أنا إنسانة لا أستطيع التقيد بوتيرة معينة من العمل ووقت محدد أو يفرض علي نمط معين، لا أستطيع، أحب أن أكون حرة أدخل مثلما أريد وأخرج مثلما أريد، حرة نفسي، عندما يكون عندي التزامات أو أغراض بإمكانني الذهاب بحرية، أكون حرة (libre)».

إنّ هذه المرونة التي يوفرها العمل المقاولاتي هي المحفز لاختيار هذا النوع من العمل دون العمل النمطي الذي يفرض ضوابط وقيود علمين الامتثال لها،

وتصرح في نفس السياق المبحوثة (ع.ف، 29 سنة، صاحبة مدرسة تعليم اللغات ودروس الدعم): «لا يوجد أحسن من العمل لحسابك الخاص، تحسين أنك في مملكتك، أنت من تقرر وأنت من تسيرين، لا يوجد من يفرض عليك الأوامر، لا تحسين باك مخنوقة بوقت معين يجب عليك الدخول على 8:00 سا وتخرجين 16:00 سا». وبذلك تعتبر فكرة إنشاء مشروع خاص بمثابة وسيلة تبحث من خلالها المرأة عن الحرية والاستقلالية في المهنة بعيدا عن الالتزامات المفروضة في العمل المأجور. حيث يضمن لها العمل المستقل الحرية في أوقات العمل ما يوفر لها الأريحية في القيام بنشاطاتها اليومية

#### 1. خلاصة:

يعتبر التوجه نحو زيادة الأعمال لدى النساء من الظواهر الحديثة، والتي تشهد تطورا في مجتمعنا بالرغم من محدوديتها مقارنة بالرجال حسب الأرقام التي تقدمها الإحصائيات. وذلك مرتبط أساسا بالسياق الثقافي والاجتماعي الذي يجعل هذا النوع من المهن حكرا على الرجال، والنساء يقتصر عملهن على الفضاء المنزلي ويتعداه إلى مهن بسيطة منها الإدارية ومهن التربية والتعليم وغيرها بالرغم من أنّ فئة معتبرة من النساء توجهت إلى القطاع الاقتصادي والاستثمار، وأصبحت قيادة الأعمال تستقطب فئة كبيرة من النساء اللاتي فضلن العمل المستقل عن غيره. وكشفت دراستنا أنّ ملامح هؤلاء النساء وخصائصهم السوسيوديمغرافية مختلفة، كذلك فيما يخص مساراتهم المهنية ودوافعهم لإنشاء المشروع الخاص والتي تختلف حسب الوضعية المهنية والنفسية والعائلية والاجتماعية وكذا انتظاراتهم حول العمل الذي يريدونه. إنّ هذا اللاتجانس يبين بأن التوجه نحو قيادة الأعمال لا يعتمد على مسار معين أو ملامح معينة وإنما تتحكم فيه عوامل ولامح ومسارات مختلفة.

#### 2. قائمة المراجع

1. الاسكوا الأمم المتحدة. (2024). التقرير الوطني للتقدم المحرز في تنفيذ إعلان ومنهاج بيجين بعد ثلاثين سنة. الجزائر. تم الاسترداد من <https://www.unescwa.org/ar/node/45989>



2. المؤسسة من أجل المساواة سيداف. (2025). النساء الجزائريات بدليل الأرقام 2025. الجزائر. تم الاسترداد من <https://ciddef-dz.com/wp-content/VERSION-ARABE72.pdf/06/uploads/2023>
3. زين الشرف لوسداد. (2021). واقع الممارسة المقاولاتية لدى حاملي الشهادات الجامعية: دراسة ميدانية بمدينة وهران. تأليف عمر دراس ولعروسي عامري، حاملو الشهادات الجامعية والشغل: مقاربات حول الإدماج المهني في الجزائر وتونس (الصفحات 155-173). الجزائر، وهران: مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية.
4. فتيحة بوروبة. (2019). أسباب توجه المرأة للعمل المقاولاتي في الجزائر. مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، 4(1)، الصفحات 69-84.
5. منيرة سلامي. (2021). العوامل الدافعة للمقاولة النسوية في الجزائر وأسباب نجاحها: دراسة ميدانية على عينة من المقاولات. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، 4(2)، الصفحات 44-58.
6. نوح خيرى، وعتيقة حرايرية. (2022). المقاولاتية النسائية: تفكيك الحاجات الأساسية والدوافع (دراسة على عينة من النساء المقاولات بالجلفة. مجلة دراسات، 13(1)، الصفحات 527-541.
7. CHANBERLIN STARCHER, D. (1996). Femmes entrepreneurs: catalyseurs de transformation. PARIS, FRANCE: The European Baha'i Business Forum. Récupéré sur [http://www.bahai-library.com/pdf/s/starcher\\_femmes\\_entrepreneurs.pdf](http://www.bahai-library.com/pdf/s/starcher_femmes_entrepreneurs.pdf)
8. CORNET, A., & CONSTANTINIDIS, C. (2004). Entreprendre au féminin: une réalité multiple et des attentes différenciées. Revue Francaise de gestion(151), pp. 191204-.
9. D'ANDRIA, A. (2014). Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs, étude exploratoire de leur dynamique effectuale. Revue de l'entrepreneuriat, 13(1), pp. 1133-. Récupéré sur <https://shs.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-20141--page-11?lang=fr>

10. GHIAT, B. (2018). Les femmes entrepreneures en algérie: contraintes culturelles et désir d'émancipation. *Entrepreneuriat et société* (7<sup>èmes</sup> journées georges doriot). Montreal: UQAM Coeur des sciences. Récupéré sur <https://www.researchgate.net/publication/325253883>
11. GHIAT, B. (2020). Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie. nécessité, auto confirmation ou désir d'émancipation. *Journal of entrepreneurship and sustainable development*, 2(1), pp. 124143-.
12. LE LOARNE-LEMAIRE, S., & al. (2012). *Femme et entrepreneur, c'est possible!* France: Pearson.
13. OUYAHIA, Z., & TOUIL, R. S. (2023). l'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités: profil, motivations et frein d'évoilés. *Revue Algérienne d'économie* 2023, 17(1), pp. 163182-.
14. TAHIR METAICHE, F., & BENDIABDELLAH, A. (2016). Les femmes entrepreneures en Algerie: savoir, vouloir; et pouvoir! *Marché et organisation*, 2(26), pp. 219240-.



## Abstract:

This research paper addresses one of the most important elements of the business environment: female entrepreneurs. Women entrepreneurs play an effective and essential role in society in general and economic life in particular, by developing economic activities and supporting sustainable development in many areas.

This research paper also addresses the concept and objectives of women's entrepreneurship, the most important characteristics and features that distinguish women entrepreneurs, as well as the most important motivations that contributed to the emergence of women's entrepreneurship. It also addresses a group of obstacles that women entrepreneurs face, such as the family and the nature of the society in which they live, in addition to the obstacle of financing and reconciling family duties, as they are responsible for their children, with their job performance in their institution (project).

This research paper also addresses the role of the Algerian government in supporting female entrepreneurs, in addition to presenting a set of recommendations related to encouraging female entrepreneurship in Algeria.

**Keywords:** Women entrepreneurs, economic development, motivations, society, entrepreneurship

## 1 - مقدمة:

تعد المشاريع المقاولاتية أو ما يعرف بريادة الأعمال من بين أهم اليات الانتعاش الاقتصادي وأفضلها، وذلك من خلال مساهمتها في تنويع الاقتصاد وخلق العديد من مناصب وفرص العمل التي يبحث عنها الشباب، كمل انها ترفع من مستويات الإنتاج، وأيضاً على تجديد النسيج الاقتصادي وذلك من خلال تعويض المؤسسات التي تشهد تراجعاً وفشلاً في استمرارها وبقائها بمؤسسات

جديدة صغيرة ومتوسطة تساهم في توفير مناصب عمل، كذلك انشاء مؤسسات حديثة مبتكرة لها تأثير على الكثير من المؤسسات القائمة التي كان لزاما عليها ان تتأقلم مع التغيرات التي تشهدها البيئة الخارجية لضمان استمرارها واستقرارها والعمل على تعزيز القدرة التنافسية لها.

وقد كان للعمولة الدور الكبير في تنوع الإنتاج الاقتصادي وذلك بزيادة مشاركة المرأة في المجال الاقتصادي، حيث برز دور المرأة خارج الإطار التقليدي الذي اعتادت على ممارسته، هذا الدور الجديد الذي أدى الى ابراز طاقاتها وقدرتها على الدخول في عالم جديد من ممارسات عمل جديدة، فقد أصبحت المرأة تستطيع من خلاله ان تضحي وتحمل المهام الجديدة والتوفيق بين حياتها العملية والخاصة بهدف إنجاح فكرها المقاولاتي، حيث كان وفي الوقت القريب ان العمل المقاولاتي يرتبط بالذكور بدرجة كبيرة في الكثير من دول العالم وخاصة العربية منها والجزائر أيضا.

ومن الملاحظ أيضا ان المقاولاتية النسوية نسبتها قليلة في الجزائر مقارنة مع الدول العربية والبلدان المجاورة وكذلك الدول الغربية. ولهذا نجد ان الجزائر اولت أهمية لهذا الموضوع، حيث انها منحت الكثير من الفرص والتحفيزات للنساء اللواتي يمارسن العمل المقاولاتي وذلك من خلال التمويل والدعم المادي، كما ان الدولة الجزائرية قامت بعدة إصلاحات وخلق اليات مؤسسية لتسهيل مهام المرأة المقاولاتية وتمثل في انشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وغيرها من المؤسسات التي تعمل على دعم ومرافقة المؤسسات المنشأة خصوصا في السنوات الأولى من انشائها ونموها.

وعلى الرغم مما قامت به الدولة اتجاه المرأة المقاولاتية من دعم ومساندة لتحقيق التنمية الاقتصادية وما قامت به المرأة المقاولاتية من ابراز قدراتها ومهاراتها في تحقيق أهدافها من خلال انشاء مقاولاتها والتقدم الذي حققته الكثير من النساء المقاولات الا ان هناك الكثير من التحديات والمعوقات التي تواجهها المرأة في مواصلة واستمرار عملها المقاولاتي وتبرز هذه التحديات من الناحية الاجتماعية والثقافية لاعتبارها لتقاليد وثقافة المجتمعات الشرقية التي ترفض عمل المرأة

جملة وتفصيلا، ودخول المرأة الى مجال المقاولاتية يعتبر تحديا لها على العديد من المستويات سواء النفسية او العملية فهذه التحديات تشكل عائقا امام تقدمها او استمرارها وتحقيق أهدافها بالإضافة الى العوامل الاقتصادية التي هي كذلك تعتبر من معوقات المرأة المقاوله

ولهذا السبب عالجت هذه الورقة البحثية موضوع شديد الأهمية وهو التحديات والمعوقات التي تقف امام مشروع المقاوله النسوية وسبل واليات مواجهتها، وعليه يمكن طرح التساؤل التالي:  
ماهي دوافع ومحفزات المرأة لإنشاء مشروع مقاولاتي؟ وماهي التحديات والمعوقات التي تواجهها في إنشائها؟

## 1 - 1 الإطار المفاهيمي للمقاولاتية النسوية:

### 1 - تعريف المقاوله:

لغة: المقاوله هي صيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي مشاركة من أطراف متعددة، واصل اشتقاقها الفعل قال يقول قولاً ومقالاً، وقوله وتقولاً أي فاوضاً، فالمقاوله معناها المفاوضة والمجادلة. (الرازي، 1995، صفحة 232)

اصطلاحاً: تعد المقاوله من الناحية الاقتصادية لبنة أساسية في اقتصاد أي دولة الشيء الذي يتطلب توفير الإمكانيات المالية والخبرات الإدارية لتطويرها وتوسيعها، فهي جهاز متفتح على عدة شركاء وأطراف، فهي إذا كيان اقتصادي ونظام تقني يساند على عناصر بشرية ومالية ومادية. غايتها انتاج منافع وخدمات وذلك بغية تلبية حاجيات المستهلك بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح. (دخموش، 2005، صفحة 02)

### 2 - تعريف المرأة المقاوله:

المرأة المقاوله هي كل امرأة سواء كانت لوحدها او رفقة شريك او أكثر، أسست او اشترت او تحصلت على مؤسسة عن طريق الإرث، فتصبح مسؤولة عليها ماليا واداريا واجتماعيا، كما انها تساهم في تسييرها الجاري (سلامي ا.، 2013، صفحة 53)

كذلك تعرف بانها «تلك المرأة التي تمتلك خصائص ومميزات معينة تجعلها تتحمل خطر القيام بالعمل التجاري الخاص».

وهي تلك المرأة التي تمتلك روح المبادرة والمخاطرة وتحمل المسؤولية وتتعامل بمرونة وبمهارة في التنظيم والإدارة واثقة من قدراتها وامكانياتها، بهدف النجاح والتفوق.

### تعريف المقاولاتية النسوية:

المقاولاتية النسوية هي مفهوم حديث النشأة يخل ضمن الدراسات الاجتماعية والاقتصادية، يرتبط بدور المرأة في اشاء وتأسيس المشاريع الخاصة بها إضافة الى القدرة على ادارتها ومدى تمكنها من مشروعها اقتصاديا واجتماعيا، حيث تهدف من خلالها الى تحقيق الاستقلالية الاقتصادية والمساهمة في عملية التنمية الاقتصادية، والعمل على إيجاد حلول مبتكرة للمشكلات الاجتماعية والاقتصادية.

- فالمقاولاتية النسوية تعرف بانها «عملية امتلاك المرأة المبادرة من اجل خلق وانشاء مشاريع ذات طابع انتاجي او خدماتي، من اجل توظيف الموارد الخاصة بها والموارد المتاحة لها بهدف تحقيق العائد الاقتصادي والاجتماعي مما يعزز مكانتها في مجتمعيها . (فتيحة، 2018)
- كما تعرف المقاولاتية بانها «تمثل من اشكال الريادة الذي يبرز من خلاله دور المرأة كمقاول لها القدرة على اغتنام الفرص الاستثمارية والابتكار في قطاعات مختلفة، كذلك لديها القدرة على إدارة المخاطر مما يساهم في عملة التنمية الاقتصادية المستدامة. (فاطمة، 2020)
- وترف بانها «تمثل كل الجهود التي تقوم بها المرأة من اجل تحويل فكرة مبتكرة الى نشاط اقتصادي منظم يحقق لها عائدا ماليا، كما يمكنها من اثبات ذاتها في مجتمعيها.

### 3 - أهمية المقاولاتية النسوية:

تتجه البلدان المتقدمة او النامية اليوم الى التركيز على مهارات افرادها ومدى قدرتهم على زيادة الاعمال لتطوير اقتصادها بدل تركيزها على الموارد المادية والطبيعية ودور الحكومات.

وأصبحت تولي اهتماما كبيرا بالنساء وتعطين مكانة تليق بهن في مجال الاعمال، باعتبار ان المرأة لها تأثير إيجابي في مسار التنمية بشكل عام وعلى التنمية الاقتصادية بشكل خاص، وهذا لما تتميز به المقاولاتية النسوية لأنها تعتبر مصدرا لا يستهان به من مصادر التنمية الاقتصادية وان النساء ينشئن المقاولاتية من اجل إيجاد مناصب شغل لهن ولغيرهن، كما ان المرأة المقاولاتية من خلال مقاولتها يمكنها تقديم حلول مختلفة في الكثير من المجالات التسييرية او التنظيمية منها، بالإضافة الى معالجة المشكلات الاجتماعية كالبطالة والفقر، وكذلك الاستفادة من الفرص الاقتصادية المتاحة. (فتحي، 2023، صفحة 125)

#### 4 - اهداف المقاولاتية النسوية:

للمقاولاتية النسوية عدة اهداف تتعلق بالمرأة في حد ذاتها اضافة الى تحقيق اهداف اجتماعية واقتصادي مختلفة نذكر منها ما يلي: (سكينة، 2020، صفحة 202)

##### أ-اهداف اجتماعية:

- إدراك حاجة المجتمع الضيق الى سلعة غير موجودة.
- ادخال منتج في مناطق مختلفة من المجتمع بدافع الانتماء لهذا المجتمع.
- رفع المستوى المعيشي لأسرتها وزيادة مصدر الدخل لديها.
- تحقيق الامن الوظيفي.
- تساهم في خلق مناصب شغل وتخفيف البطالة للكثير من افراد المجتمع.
- تحقق من خلال انشاء المقاولاتية مكانا اجتماعيا.

##### ب-اهداف اقتصادية:

- ان المرأة المقاولاتية تنشئ مقاولاتها من اجل تحقيق الربح المادي بهدف تحسين الوضعية المالية.
- تعزيز استقلالية المرأة ماليا ومنحها القدرة على اتخاذ قرارات خاصة بها دون الرجوع الى الرجل
- المساهمة في خلق فرص عمل وذلك من خلال إيجاد عمل للمرأة في حد ذاتها إضافة الى توظيف بعض البطالين من افراد مجتمعها
- كما ان المقاولاتية النسوية تهدف في الكثير من الأحيان الى تعزيز الابتكار



والمساهمة في التنمية المحلية من خلال المشاريع التي انشأتها والتي تديرها في غالب الأحيان نساء بحيث تلي هذه المشاريع حاجات محلية مما يدعم التنمية المحلية والتنوع الاقتصادي

- كما تشارك مشاريع المقاولاتية النسوية في مكافحة الفقر وتعم على تحسين المستوى المعيشي للكثير من افراد المجتمع
- كما ان مشاريع المقاولاتية النسوية تساهم في تعزيز المنتج المحلي مما يوفر موارد مالية لخزينة الدولة بمعنى يساهم في نمو الاقتصاد الوطني ويعمل على تحقيق التنمية المستدامة واستمراريتها.

#### ج-اهداف شخصية:

- ان انشاء المقاوله يسمح بإبراز الطاقة التي تتميز بها المرأة والذي يعتمد عليه استمرار ونجاح المقاوله وبالتالي لن يكون العائد المادي هو سبب الاستمرارية والبقاء، كذلك تحقيق طموحها وثقتها بقدراتها، وذلك ان المرأة المقاوله تنتقل من مرؤوسة الى سيدة اعمال ومالكة وهذا يشعرها بمدى تحررها من تلك القيود التي كانت تتحكم في سلوكها المرتبط بالوظائف التي كانت تشغلها ويبرز ذلك في مدى تمكنها من برمجة وتخطيط وفقا لمصالحها وبما يخدم مقاولتها.

#### 5\_خصائص وسمات المرأة المقاوله:

تتميز المرأة المقاوله بعدة خصائص ومميزات تميزها عن غيرها من النساء، نذكر منها ما يلي: (فريدة، 2009، صفحة 55)

- توفر عوامل بيئية واسرية تشجع المرأة لكي تكون مقاوله.
- قدرة المرأة على التوفيق بين حياتها الخاصة والعائلية والمسؤولية التي تتحملها نتيجة ممارستها للمقاوله.
- المرونة التي تتعامل بها المرأة المقاوله مع العنصر البشري من الناحيتين الداخلية والخارجية.
- توفر روح المبادرة، بصفتها تمتلك سمات البحث عن الفرص الجديدة وتقديم الإضافات.
- الابتكار والابداع وايلائها اهتماما كبيرا بالمستقبل.

- الكفاءة في مجال العمل، والثقة في القدرات التي تمتلكها تساعدها لان تكون مقاولة.
- تمتلك الهاما واسعا في مجال نشاطها.
- القدرة على تحدي المخاطر ومواجهتها.
- القدرة على تحمل المسؤولية والرغبة الملحة في الحصول على المقاوله.
- القدرة التي تمتلكها المرأة المقاوله في التحكم في الوقت وادارته.
- المهارة في التنظيم والذي من خلاله يمكن للمرأة المقاوله النجاح في عملها.
- امتلاكها للتوافق بين مهارتها ومواصفات العمل.
- لديها القدرة على الفهم والاستيعاب باعتبارها هي من تصنع خططا تنافسية للمقاوله المسؤولة عنها.
- كما انها تتميز بمستوى تعليمي لا بأس به لان الامية تعتبر من بين العوائق التي تواجهها المرأة المقاوله لأنها تعرض المرأة لاستغلال غير متوقع.

#### 6 - العوامل المحددة للتوجه المقاولاتي لدى المرأة:

- دخول المرأة لعالم الاعمال والمشاريع المقاولاتية متنوع ويتعلق بمجموعة من العوامل التي من شأنها تشجيع المرأة واستعدادها للعمل المقاولاتي والتي تتمثل فيما يلي:
- الخبرة: ان الخبرة الملائمة تعد عنصرا ضروريا في جميع مراحل المسار المهني المقاولاتي، بداية من تحديد الفرص الى غاية التسيير الفعلي للمؤسسة، وحسب نظرية رأس المال البشري، فكلما كان هذا الأخير يتكون من افراد ذو مستوى علمي مرتفع، كلما ساعد ذلك على تنفيذ المهام المطلوبة بشكل أفضل فاكتشاف واستغلال الفرص يعتمد بشكل كبير على الخبرات السابقة المحصلة خلال الدراسات والحياة العلمية.
- نموذج مقاولاتي لتقليده: وجدت الدراسات انه يوجد رابط قوي بين وجود نموذج في المحيط او بروز افراد جدد ضمن مجال المقاولاتية، كما وجد جنس المقاول له تأثير كبير ما يجعل الافراد يتأثرون في طموحاتهم واختياراتهم بأشخاص من نفس جنسهم، بمعنى المرأة تتأثر أكثر بالمرأة المقاوله ونفس الشيء بالنسبة للرجل، كذلك صلة القرابة تؤثر بشكل أكبر.
- غياب شبكات الاعمال النسوية.

وهناك حوافز أخرى يمكن ان تكون دافعة للمرأة من اجل انشاء المقاوله او المستوى او المشروع:

#### الحوافز الاجتماعية والاقتصادية: مثل:

- تحسين نوعية المعيشة.
- الحصول على دخل مالي.
- رفع القدرة الشرائية للمرأة.

#### الحوافز الشخصية: مثل:

- اثراء الحياة الاجتماعية للمرأة المقاوله.
- إعطاء قيمة للعلم والقدرات المكتسبة بالتكوين والخبرة.
- الانتفاخ والتفتح.
- الحصول على الاستقلالية الذاتية.

#### الحوافز اجتماعية وثقافية:

وهي تتولد من الدين، العائلة الإطار السياسي والاقتصادي، النظام التربوي فاذا كان رأس المال ضروري لإنشاء نشاط مقاولاتي، فان الثقافة والدين يمنحان الفرد رأس المال الروحي.

بالإضافة الى عوامل أخرى مساهمة في توجه المرأة للعالم المقاولاتية. (منيرة، 2021، الصفحات 47-48)

#### العامل الإقليمي:

فالإقليم والتسهيلات التي يمكن ان يقدمها تؤثر على المسار والعمل المقاولاتي، ومثال على ذلك القرب من الجامعات ومصادر الكفاءات مجتمع نشط متفتح للمبادرات الفردية، النمو الديموغرافي، امتلاك المرأة لموارد مالية، الاليات المشجعة الإقليمية والمحلية.

#### النصائح والتكوين:

وهي تمثل عامل مهم في مسار العمل المقاولاتي، حيث عادة ما تقدم الجامعة من خلال تكوينها خاصة إذا كان في مجال المؤسسات والاعمال، الأسس المساعدة على كيفية تسيير مؤسسة.

## الدعم السوقي:

وهناك يتعلق الامر بوجود حاضنات المؤسسات والمرافقين لها، والتي يتمثل دورها في تقليص تكاليف بدء مشروع والذي من شأنه تسهيل انشاء مؤسسة او مقاولاتية.

### 7 - الفرق بين المقاولاتية النسوية المقاولاتية الرجالية:

يمكن ان يظهر الاختلاف بين المقاولاتية النسوية والمقاولاتية الرجالية من خلال ثلاث عناصر، وهي: (سلامي ا، 2013، صفحة 62)

-الصفات الشخصية للمقاول.

-خصائص المؤسسة.

-طرق التسيير المتبعة.

ويمكن اظهار هذه الفروقات من خلال الجدول التالي:

صفات المرأة المقاولاتية مقارنة بالرجل:	خصائص المؤسسات المسيرة من طرف المرأة مقارنة بالرجل:	طرق التسيير المتبعة من طرف المرأة مقارنة بالرجل:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- اقل سنا.</li> <li>- تلتحق بالمقاولات بعد قضاء فترة طويلة</li> <li>- اقل كفاءة، اقل خبرة في تسيير المؤسسات.</li> <li>- اقل خبرة في مجال النشاط.</li> <li>- اقل كفاءة على المستوى المالي او المقاولاتي.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اقل سنا وحجما.</li> <li>- تمركز النشاط في القطاعات منخفضة النمو.</li> <li>- ليس لها شركاء.</li> <li>- أطول بقاءا.</li> <li>- اقل نجاحا.</li> <li>- مردودية ونمو متماثل.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تفضل الهيكل التنظيمي الافقي.</li> <li>- نمط تسيير مرن.</li> <li>- تشجيع المشاركة.</li> <li>- تتقاسم المعلومة والسلطة مع غيرها.</li> <li>- لديها قدرات تفاوضية عالية.</li> <li>- تهتم بتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية بالدرجة الأولى.</li> <li>- أكثر حفاظا على الموارد وأكثر توفيراً.</li> </ul>

**المصدر:** منيرة سلامي: المرأة المقاولاتية في الجزائر بين المساهمة الاقتصادية والتحديات، ندوة حول الاقتصاد والمرأة الفاعلة في التنمية، 31 أكتوبر 2013. وهران، الجزائر

### 8 - الأهداف الاقتصادية والتنموية للمقاولاتية النسوية:

للمقاولاتية النسوية دورا هاما في عملية التنمية الاقتصادية عن طريق: (خالد، صفحة 32)

- المساهمة في تشغيل المرأة اذ تلعب المقاولات والاعمال الصغيرة دورا كبيرا في الاهتمام بالمرأة العاملة من خلال دورها الفاعل في ادخال العديد من الاشغال التي تتناسب مع المرأة كالعامل على الحاسب، الخياطة، الطبخ وانشاء ورشات تعليم الحلويات، كما تساعد الزيادة على تشجيع المرأة على البدء بأعمال ريادية تقودها بنفسها لتسهم في بناء الاقتصاد الوطني.
- المساهمة في الحد من الفقر والبطالة، وهذا راجع لتدني تكلفة خلق فرصة العمل في المقاولات من ناحية وتدني الحجم الكلي للاستثمار فيها من ناحية أخرى.
- استقرار السكان وتخفيض نسبة الهجرة الداخلية من الأرياف الى المدن، كونها في هذه المقاولات تعتمد على الأسواق المحلية، وهذا ما جعلها تركز على خدمة المجتمعات التي تعيش فيها مما يساعد على الحد من الهجرة الداخلية، كذلك المساهمة في رفع التنمية المحلية في المجتمعات التي تنتمي اليها المقاولات النسوية.
- مصدر للأمن الاقتصادي للأسرة، والنمو الاقتصادي للمجتمع، حيث يعتبر حصول المرأة على الدخل المناسب أحد العوامل التي تحقق متطلباتها وتحسين المستوى المعيشي لها مما يحقق الامن الاقتصادي.
- تنمية أساليب الإنتاج وتطوير الخدمات المقدمة.
- استغلال الموارد المتاحة في البيئة المحلية نتيجة اعتمادها على الأسواق المحلية.
- أسلوب متميز لإعادة توزيع الدخل بين افراد المجتمع عن طريق اتاحة الفرص للجميع.

## 2.1- المعوقات التي تواجهها المقاولاتية النسوية

على الرغم من أهمية المقاولاتية النسوية وأهمية الدور الذي تقوم به المرأة المقاولاتية سواء من الناحية الاجتماعية أو ما تساهم به في إطار التنمية الاقتصادية للدولة الا ان هناك عدة عوامل تقف عائقا امام ما تطمح اليه المرأة المقاولاتية لتحقيق أهدافها وإبراز قدراتها ومهارتها الريادية: ومن هذا المنطلق سنتطرق لاهم المعوقات التي تواجهها المرأة المقاولاتية وهي كالآتي: (منيرة، المقاولاتية كاحد مداخل التمكين الاقتصادي للمرأة، 2019، صفحة 56 57)

## المعوقات الاقتصادية: وتتمثل فيما يلي:

فالمراة في الكثير من الأحيان لا يمكنها الحصول على السيولة الكافية لإنشاء مؤسسة، وهذا راجع الى تلك الواجبات العائلية التي تمنعها دائما من ممارسة عمل دائم لتأمين مسارها المهني، بالإضافة الى الفرص القليلة التي تميز الوظائف المتاحة للمراة وكذلك وجود هذه الوظائف ضمن قطاعات لا تدفع اجورا مناسبة ومرتفعة حيث يمكن للمراة الادخار منها للقيام بإنشاء المقاوله.

ومن المعلوم ان انشاء أي مشروع يتطلب أموالا كبيرة للقيام بذلك، غير ان المراة لا يمكنها الحصول على المبلغ الذي تحتاجه وفي حالة استعمال أموال قليلة سيؤثر ذلك على نجاح المشروع والذي تعرف صعوبته خاصة في ظل غياب الضمانات اللازمة لذلك، حيث لا يوجد أي قانون يمنع من حصول النساء على قروض وبالرغم من هذا نجد ان عدد المتحصلات على القروض اقل بالمقارنة مع عدد الرجال المتحصلين على القروض ويرجع ذلك الى قلة الضمانات التي تقدمها المراة.

- نقص الخبرة: أي منذ بداية تحديد الفرص الى غاية التسيير الفعلي للمؤسسة، لذلك تختلف استعدادات الافراد في اكتشاف واستغلال الفرص حسب مستوى المال البشري، وذلك من ناحية الحصول على مختلف المعلومات وطرق تحليلها المختلفة، فاكتشاف واستغلال الفرص يعتمد بالدرجة الأولى على مدى اكتساب الأشخاص للخبرات السابقة المتحصل عليها من خلال الدراسات والحياة العملية.

- غياب نموذج مقاول تقليدي: حيث يعتبر وجود نموذج مقاول تقليدي في المحيط من الأمور المشجعة على بروز مقاولين جدد، كما ان جنس المقاول النموذج له تأثير كبير على الافراد به وذلك من خلال مدى تحقيقهم لطموحاتهم واختياراتهم، بمعنى ان أي امرأة لها الرغبة في انشاء مؤسسة تتأثر أكثر بالمراة المقاوله.

- الاستعدادات الشخصية: وهو أحد اهم العناصر التي تؤثر على الأشخاص الذين لديهم رغبة انشاء مؤسسات وانشطة متعلقة بالمقاولاتية، بالإضافة الى الثقة بالنفس وهذه الأخيرة تعتبر فجوة عند النساء لان المجتمع لا يشجع المراة على تطوير الاستعدادات والتوجه نحو المقاوله بل يعتبر عاملا مبطئا امامها، كما ان المقاوله تحتاج الى المخاطرة وهذا ما ينقص الكثير من النساء.

## العوامل التربوية: ومن بينها نجد:

التعليم: على الرغم من المجهودات المبذولة منذ سنوات لتشجيع تـمدرس الأطفال من الجنسين، الا ان نسبة التـمدرس بالنسبة للفتيات اقل إذا ما قارناها مع نسبة تـمدرس الذكور، وهذا راجع لعدة أسباب (غياب التجهيزات، عدم توافق البرامج مع المحيط، الفقر) بالإضافة الى (ثقل الاعمال المنزلية، مراقبة سلوك الفتيات، منع الفتيات من دخول الأماكن العمومية واختلاطها بالذكور)

## العوامل الثقافية:

تعد الأدوار التي تقوم بها المرأة حيث تعد هذه الأدوار أحد العوائق التي تمنع المرأة من انشاء مقالة، ويعتبر من اهم المعوقات وخاصة ما يتعلق بنقص الوقت الكافي للقيام بأعمال وتسيير المؤسسة، بمعنى ان المرأة لديها مهام أكثر استعجالية، وذلك ان النساء لديهن اهتمامات أخرى ومسؤوليات أكثر أهمية كتربية الأطفال والقيام بالأعمال المنزلية.

ومن الملاحظ ان التوزيع الطبيعي للأدوار ما بين الرجل والمرأة لا يشجع المرأة ولا يوفر لها الوقت الكافي لتطوير مؤسستها، ومنه فالتوفيق بين مختلف الأدوار وعدم توفر الوسائل التي تخفف من عبء هذه المسؤوليات، حيث يشكل عائقا كبيرا لتطور المقالة النسوية.

السلوكيات المقبولة: ان السمعة الجيدة التي تتميز بها المرأة والتي تعتبر امتداد لسمعة عائلتها والتي تعتبر من القيم الرئيسية خاصة في المجتمعات العربية والإسلامية لها تأثير كبير على مواقف المرأة وتصرفاتها وعلى طبيعة النشاط الذي تقوم به ان كان يليق بالمرأة ويمكن تقبله ففي المناطق الريفية يعتبر تنقل المرأة المستمر والدائم للقيام بعملها من التصرفات المرفوضة والغير مشجعة على ممارسة أنشطتها المهنية والعملية.

الامية: حيث تعتبر الامية ونقص التكوين من اهم العوائق امام تطور المقالة النسوية لأنها تمنع المرأة من الحصول على المعلومات الهامة التي تعلمها القدرة على اقتناص الفرص وتجنب التهديدات، كما تبعد المرأة عن برامج التكوين التي تمكنها من تحسين الإنتاج والمردودية.

كما ان الامية تسبب صعوبات على تسيير المقاولة مما يجعل المرأة مرتبطة بالغير مما يؤدي الى عدم شعورها بالأمن وتقلل من ثقتها بنفسها.

العوامل القانونية: أي ان القوانين والتشريعات من بين العوائق التي تواجهها المرأة في تأسيسها للمقاولة ففي الكثير من الدول توجد بعض المواد التي تحد من حرية المرأة في استعمال ممتلكاتها، او الحصول على القروض البنكية الا بموافقة الزوج، كذلك السفر لا يتم الا بوجود محرم مما يسبب تعطيل للعمل او توقيفه. بالإضافة الى البيروقراطية والتعامل الإداري والذي يسبب احباطا للمرأة مما يؤدي الى التراجع عن هدفها في الكثير من الأحيان، كما ان هناك عوامل أخرى مثل:

- الطبيعة الجسمية للمرأة والتي تكون عائقا امام ممارستها للأعمال الثقيلة والشاقة مثل الرجل، كذلك عدم تحملها للسفر والسهرة لأوقات طويلة مما يسبب لها التعب والارهاق.
- صعوبة الوصول الى السوق اذ تجد المرأة صعوبة في تسويق منتجاتها مقارنة بالرجل وذلك لأسباب اجتماعية وثقافية ولعدم القدرة على جذب الموظفين الاكفاء بالإضافة الى رفض الرجل منافسة المرأة في القطاعات الصعبة كقطاع البناء والاشغال العمومية.
- طبيعة المجتمع الجزائري المحافظ والتي تتميز بالنظرة الدونية للمرأة الناشطة (العاملة) على الرغم من التطور الملحوظ الذي شهده المجتمع الجزائري بشكل إيجابي بخصوص قابليته لعمل المرأة في المجال السياسي والاقتصادي، كما ان التوفيق بين الحياة العائلية والحياة المهنية يشكل صعوبة امام المرأة المقاولة خاصة وان مجال المقاولة صعب يتطلب جهودا كبيرة وتفرغا تاما للقيام به. (اعراب، 2021، صفحة 63)

## 2.1- الدور الحكومي في دعم المقاولة النسوية

تقوم الدولة بتهيئة مناخ مناسب للمستثمرين وخاصة منهم المبتدئين وتزداد هذه المسؤولية في ظل ظروف المنافسة الجديدة التي فرضتها العولمة، وهكذا فان الدعم المعنوي والتكويني يعتبران اللبنة الأولى لتثبيت روح المقاومة في المجتمع،



ومن هنا يأتي الدعم والمساعدة التي تنتظرها المرأة من طرف الحكومة حيث يشمل هذا الدعم عدة مجالات نذكر منها ما يلي:

- الدعم الإداري: ويتمثل في التسهيلات المتعلقة بالإجراءات الإدارية كتبسيط الوثائق الإدارية الخاصة بالترخيص والتسجيل وإجراءات الحصول على العقار.

- الدعم الفني: ويتضمن دراسة جدوى المشروع، اختيار الموقع واختيار الآلات والموارد.

- دعم المشروعات: فيما يتعلق بأساليب الإنتاج...الخ

- الدعم المالي: ويعتبر من أهم أنواع الدعم الذي تنتظره المنشآت وهو يشمل الدعم المتعلق بالتمويل، خاصة منه ما يتعلق بالمساهمة في ضمان جزء من القروض والاعفاء الكلي او الجزئي لفترة محددة من الضرائب والرسوم الجمركية، وكذا منح مساعدات مباشرة خاصة لبعض المشروعات كمشروع التجديد او تلك التي تساهم في تشغيل عدد ما من العمال او المشروعات التي تقام في المناطق النائية.

- دعم التكوين والتدريب: ويتم هذا النوع من الدعم بضرورة تشكيل اقتصاد قائم على الكفاءات، وهذا التدريب والتكوين مستمر مع استمرار المؤسسة، وهذا الدعم من خلال توفير دورات التكوين او التدريب بأسعار زهيدة وتشجيع عقد الملتقيات والندوات المتخصصة وكذا تشجيع ودعم انشاء الكتب والمجلات العلمية.

- الدعم التكنولوجي: ويتم من خلال تشجيع المؤسسات في مجال الحصول على التكنولوجيا واستخدامها، وذلك من خلال توجيهها الى التكنولوجيات الحديثة ودعم أسعارها.

- الدعم الإعلامي والاتصالي: ويتضمن هذا النوع من الدعم أسعارها مجال التسويق كالدمع في مجال الاشهار والترويج لمنتجات او خدمات المقولة. (رحيم، 2005، صفحة 42)

## 2-الخاتمة:

تعتبر المقاوله النسوية من الظواهر البارزة في العصر الحديث، حيث تعزز من دور المرأة في المجتمع الاقتصادي، حول أهمية مشاركة النساء في مجال الاعمال، مما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التوازن بين الجنسين.

كما تشكل المبادرات النسائية مصدر الهام العديد من النساء وتفتح افاقا جديدة للابتكار والابداع غير ان المقاوله النسوية تواجه في الكثير من الأحيان تحديات ومعوقات تحد من استمراريته وتحقيق أهدافها التي أنشئت من اجلها حيث تمثلت هذه المعوقات في نقص التمويل والدعم المؤسسي، بالإضافة الى الذهنيات التي تميز الجزائري بالأخص وعدم تقبله لعمل المرأة بصفة عامة وانشائها لمشاريع مقاولاتية بصفة خاصة، وكذلك صعوبة التوفيق بين المهام الوظيفية والمهام العائلية من تربية، واشغال منزلية وفي النهاية تمثل المقاولاتية النسوية خطوة مهمة نحو تحقيق المساواة وتعزيز الفرص مما يساهم في بناء مجتمع متوازن وتحقيق الازدهار الذي يطمح اليه افراد المجتمع من خلال التعاون بين المرأة والرجل في ذلك، وفي الأخير يمكن تقديم بعض التوصيات التالية التي تساهم في تعزيز دور المقاولاتية النسوية في المجتمع:

- زيادة توعية المقاولات حول الخيارات التمويلية المتاحة وتسهيل وصول النساء المقاولات الى مصادر التمويل المناسبة، وكذلك تخصيص برامج ارشادية حول القروض وفرص الاستفادة منها.
- توعية المؤسسات المالية والقطاع الخاص من اجل تشجيع روح المقاوله لدى النساء الريفيات لتقليل من نسب البطالة والمساعدة في رفع الدخل العائلي.
- تشجيع البحث المتعلق بالمرأة المقاوله وخاصة في المناطق الريفية.
- التخفيف من الإجراءات الإدارية والوثائق والتراخيص الضرورية المتعلقة بتأسيس المقاولاتية.
- إقامة وحدات نموذجية تتعلق بحاضنات الاعمال تهتم المقاولاتية النسوية اللواتي لديهن شهادات عليا.
- أهمية ادخال مفاهيم ريادة الاعمال والمقاوله في البرامج الجامعية، وتعزيز التكوين في مجال التسويق والعلاقات العامة للترويج للمشاريع النسوية.

### 3 - قائمة المراجع

1. العربي دخموش. (2005). محاضرات في اقتصاد المؤسسة . قسنطينة، الجزائر: مطابع منتوري.
2. ايمان سلامي. (2013). المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كاداة للتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر. مجلة اداء المؤسسات الاقتصادية.
3. بن قمجة خالد، كواش خالد. (بلا تاريخ). المقالة النسوية في الجزائر، الاهمية الواقع والتحديات دراسة استطلاعية. مجلة المناجير .
4. حسين رحيم. ( , 2005). نحو ترقية شبكة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الاقتصاد والمجتمع .
5. خليفة فاطمة. ( 2020). المقالة النسوية بين التحديات والفرص . (جامعة قسنطينة، المحرر) مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية .
6. ساعد سكيكة. ( 2020). المرأة الجزائرية وفعل المقالة دراسة ميدانية لدوافع وصعوبات انشاء المرأة المقالة بولاية المدية اطروحة دكتوراه لنيل درجة دكتوراه علوم تخصص علم الاجتماع . جامعة الجزائر كلية العلوم الاجتماعية .
7. سلامي منيرة. ( 2019). المقالة النسوية كاحد مداخل التمكين الاقتصادي للمرأة. المجلة الجزائرية للسياسات الاقتصادية. تاريخ الاسترداد 18 جوان، 2019
8. سلامي منيرة. (2021). العوامل الدافعة للمقالة النسوية في الجزائر اسباب نجاحها، دراسة ميدانية على عتبة من المقالات. ورقلة، الجزائر: قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح.
9. سمية شريف زهير سعودي سعيد اعراب. ( 2021). واقع المقالة النسوية في الجزائر بيت اليات الدعم والمعوقات . مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، مجلد3.
10. شلوفة فريدة. (2009). المرأة المقالة في الجزائر، دراسة سوسيولوجية مذكرة ماجستير في علم الاجتماع تنمية الموارد البشرية . قسنطينة، الجزائر: جامعة الاخوة منتوري .
11. عبو فتيحة. (2018). المقالة النسوية كالية لتمكين المرأة، دراسة حالة.

(جامعة بسكرة، المحرر) مجلة الباحثالجزائري .،

12. قعصد لطيفة، حنيش فتحي. ( 2023). المقاولانية النسوية العربية ودورها في

التنمية الاقتصادية . مجلة البديل الاقتصادي .

13. محمد ابو بكر الرازي. (1995). مختار الصحاح. بيروت، لبنان: مكتبة لبنان.

## دور النساء في تعزيز ريادة الأعمال في الجزائر: وبين الواقع ومتطلبات السوق (2000 - 2024)

## The Role of Women in Promoting Entrepreneurship in Algeria: Between Reality and Market Requirements (2000 - 2024)

ريم بن زايد<sup>(1)</sup>، إيمان بن يوب  
جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان .(الجزائر)  
جامعة محمد بن احمد وهران 2 .(الجزائر)

### ملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى تحليل التطور التاريخي لدور المرأة الجزائرية في تعزيز ريادة الأعمال خلال الفترة 2000-2024، مع التركيز على الفجوة بين الإمكانيات الحالية ومتطلبات السوق. اعتمدت الدراسة على تحليل البيانات الثانوية من المصادر الرسمية والدراسات الميدانية، أظهرت النتائج تطوراً ملحوظاً في نسبة المشاريع النسائية من 7% عام 2000 إلى 22% عام 2024. كشفت الدراسة عن تحول قطاعي مهم نحو الاقتصاد الأخضر والتجارة الإلكترونية. توصي الدراسة بإنشاء صندوق ضمان وطني، وإعادة هندسة برامج التدريب، وتبني سياسات التوفيق الأسري، وتعزيز الشمول المالي الرققي.

الكلمات المفتاحية: ريادة الاعمال، متطلبات السوق، المشاريع النسائية، الاقتصاد الأخضر، التجارة الالكترونية.

### Abstract :

This intervention aims to analyze the historical evolution of Algerian women's role in promoting entrepreneurship during the period from 2000 to 2024, focusing on the gap between current potentials and market requirements. The study relies on secondary data analysis from official sources and field studies, revealing a significant increase in the percentage

(1) BENYOUNG Imane, e-mail: [benyoubimane6@gmail.com](mailto:benyoubimane6@gmail.com)

of women's projects from 7% in 2000 to 22% in 2024. The study also highlights an important sectoral shift towards the green economy and e-commerce. The study recommends establishing a national guarantee fund, re-engineering training programs, adopting family reconciliation policies, and enhancing digital financial inclusion.

**Keywords:** Entrepreneurship, market requirements, women's projects, green economy, e-commerce.

## المقدمة

شهدت زيادة الأعمال النسائية في الجزائر تحولاً جوهرياً خلال الربع الأول من القرن الحادي والعشرين، حيث انتقلت من نشاط هامشي إلى محرك استراتيجي في سياسات التنوع الاقتصادي. يأتي هذا الاهتمام في سياق التحولات العميقة التي يشهدها الاقتصاد الجزائري، والسعي نحو تخفيف الاعتماد على المحروقات، وتمكين المرأة الذي أصبح ركيزة أساسية في رؤية الجزائر 2030. تهدف هذه الورقة إلى تحليل التطور التاريخي لريادة الأعمال النسائية خلال الفترة 2000-2024، مع التركيز على الفجوة بين الإمكانيات الحالية ومتطلبات السوق المستقبلية. تعتمد الدراسة على منهجية تحليل البيانات الثانوية من المصادر الرسمية، complemented بدراسات ميدانية حديثة.

## الإطار النظري

تقوم الدراسة على إطار نظري يجمع بين نظريات تمكين المرأة (Kabeer, 2005) ونظريات ريادة الأعمال النسائية (Brush et al., 2009). يفترض هذا الإطار أن نجاح ريادة الأعمال النسائية يعتمد على ثلاث ركائز رئيسية: القدرات الفردية (المهارات والتعليم)، البيئة الداعمة (السياسات والتمويل)، والفرص السوقية. كل من هذه الركائز تلعب دوراً حاسماً في تشكيل المشهد الخاص برائدات الأعمال في الجزائر.

## القدرات الفردية

### المهارات والتعليم:

تؤكد الركيزة الأولى على أهمية القدرات الفردية، والتي تشمل المهارات والتعليم. إن الارتفاع في نسبة التحاق النساء بالتعليم العالي - الذي وصل إلى 60% - يعكس تقدمًا كبيرًا. يزود التعليم النساء بالمهارات والمعرفة والثقة اللازمة لممارسة قيادة الأعمال. ومع ذلك، على الرغم من هذا التحسن، لا تزال هناك فجوة في المهارات المحددة المتعلقة بالريادة، خاصة في الإدارة المالية. حوالي 52% من رائدات الأعمال يفتقرن إلى هذه المهارات، مما قد يعيق قدرتهن على إدارة أعمالهن بشكل فعال.

## البيئة الداعمة

### السياسات والتمويل:

تركز الركيزة الثانية على البيئة الداعمة التي تعزز ريادة الأعمال. في الجزائر، تهدف القوانين الداعمة، مثل القانون 01-12، إلى تعزيز تمثيل النساء في المؤسسات الاقتصادية وخلق بيئة ممكنة لرائدات الأعمال. ومع ذلك، تستمر التحديات، خصوصًا فيما يتعلق بالوصول إلى التمويل. حيث يعتمد حوالي 70% من رائدات الأعمال على التمويل الذاتي، مما يحد من قدرتهن على توسيع أعمالهن. تسلط الدراسة الضوء على الحاجة إلى إنشاء صندوق ضمان وطني وآليات مالية أخرى لسد هذه الفجوة وتوفير رأس المال اللازم للنساء لبدء وتوسيع مشاريعهن.

## الفرص السوقية

### متطلبات السوق:

تناول الركيزة الثالثة الفرص السوقية، مشددة على أهمية توافق الجهود الريادية مع متطلبات السوق الحالية. إن التحول نحو الاقتصاد الأخضر والتحول الرقمي يمثلان فرصًا كبيرة لرائدات الأعمال في الجزائر. الطلب المتزايد على المنتجات والخدمات المستدامة، بالإضافة إلى الاعتماد المتزايد على التجارة الإلكترونية، يوفر أرضية خصبة للنساء للابتكار والتميز في قطاعات جديدة. من خلال تحليل التفاعل بين التطور التعليمي، والسياسات الداعمة، واحتياجات

السوق الناشئة، يوضح الإطار كيف يمكن لهذه العناصر أن تعزز تمكين النساء لتحقيق النجاح في ريادة الأعمال.

### التطبيق في السياق الجزائري

في السياق الجزائري، يوفر الإطار النظري عدسة شاملة لتحليل المشهد المتطور لريادة الأعمال النسائية. إن التفاعل بين ارتفاع مستوى التعليم لدى النساء، والإجراءات التشريعية الداعمة، والديناميات السوقية المتغيرة، يخلق بيئة فريدة لرائدات الأعمال. من خلال استغلال التقدم التعليمي والتوجه نحو الفرص السوقية الجديدة، يمكن للنساء تعزيز أنشطتهن الريادية.

ومع ذلك، لتحقيق هذه الإمكانيات بالكامل، من الضروري معالجة الحواجز الحالية، مثل الفجوات المهارية والقدرة المحدودة على الحصول على التمويل. يؤكد الإطار على الحاجة إلى استراتيجيات متكاملة تركز على تطوير القدرات الفردية، وتعزيز البيئة الداعمة، واستغلال الفرص السوقية لتشجيع النظام البيئي المزدهر لريادة الأعمال النسائية في الجزائر.

### التحليل الإحصائي (2000-2024)

الجدول 1: تطور المؤشرات الأساسية لريادة الأعمال النسائية

المؤشر	2000	2010	2020	2024	المصدر
نسبة المشاريع النسائية	7%	12%	18%	22%	(ONS, 2024)
مساهمة المرأة في القوى العاملة	12.3%	15.8%	17.1%	19.4%	(وزارة العمل، 2024)
معدل بطالة الإناث	22.5%	19.1%	17.3%	16.6%	(ONS, 2024)
نسبة الإناث في التعليم العالي	42%	53%	58%	60%	(وزارة التعليم العالي، 2024)

بناءً على معطيات الجدول رقم 01 يتضح لنا مايلي :

#### نسبة المشاريع النسائية

تظهر البيانات زيادة ملحوظة في نسبة المشاريع النسائية، حيث ارتفعت من 7% في عام 2000 إلى 22% في عام 2024. هذه الزيادة تعكس تحولاً إيجابياً في دور المرأة في ريادة الأعمال، مما يشير إلى تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تشجع النساء على دخول سوق العمل. تعكس هذه النسبة أيضاً تأثير السياسات الحكومية التي تدعم ريادة الأعمال النسائية.



## مساهمة المرأة في القوى العاملة

تظهر مساهمة المرأة في القوى العاملة زيادة مستمرة من 12.3% في عام 2000 إلى 19.4% في عام 2024. هذه الزيادة تدل على أن النساء يكتسبن مزيداً من الفرص للعمل والمشاركة في الاقتصاد. ومع ذلك، لا تزال هذه النسبة منخفضة مقارنة بالمعايير العالمية، مما يشير إلى ضرورة تحسين الظروف لتشجيع المزيد من النساء على الانخراط في سوق العمل.

## معدل بطالة الإناث

معدل بطالة الإناث شهد انخفاضاً من 22.5% في عام 2000 إلى 16.6% في عام 2024. هذا الانخفاض يشير إلى تحسن في فرص العمل المتاحة للنساء، مما يعكس تأثير البرامج التنموية والسياسات الاقتصادية التي تستهدف تعزيز مشاركة النساء في القوى العاملة. ومع ذلك، لا تزال المعدلات مرتفعة، مما يتطلب مزيداً من الجهود للحد من البطالة بين النساء.

## نسبة الإناث في التعليم العالي

تظهر نسبة الإناث في التعليم العالي زيادة ملحوظة من 42% في عام 2000 إلى 60% في عام 2024. هذه الزيادة تعكس التقدم في التعليم وتمكين المرأة، مما يساهم في تحسين فرصهن في العمل وريادة الأعمال. التعليم العالي يعتبر من العوامل الحاسمة التي تعزز من قدرة النساء على إنشاء وإدارة مشاريعهن الخاصة.

## الجدول 2: التوزيع القطاعي للمشاريع النسائية (2000 مقابل 2024)

التحول الرئيسي	2024	2000	القطاع
تراجع نسبي بسبب تنامي قطاعات جديدة	30%	45%	الزراعة والصناعات الغذائية
انخفاض بسبب المنافسة الدولية	20%	35%	الصناعات التقليدية
نمو مدعوم بمشاريع مثل PEFEVA	25%	5%	الاقتصاد الأخضر
تأثير الرقمنة وبرامج التدريب	15%	2%	التجارة الإلكترونية

حسب معطيات الجدول رقم 02 يتضح لنا مايلي:

## الزراعة والصناعات الغذائية

تظهر البيانات انخفاض نسبة المشاريع النسائية في هذا القطاع من 45% في عام 2000 إلى 30% في عام 2024. هذا التراجع يمكن أن يُعزى إلى تنامي القطاعات

الجديدة مثل الاقتصاد الأخضر والتجارة الإلكترونية، مما يعكس تحولاً في اهتمامات رائدات الأعمال نحو مجالات أكثر ابتكاراً.

### الصناعات التقليدية

انخفضت نسبة المشاريع النسائية في الصناعات التقليدية من 35% إلى 20%، مما يدل على التحديات التي تواجهها هذه الصناعات بسبب المنافسة الدولية. هذا الانخفاض يشير إلى حاجة هذه الصناعات إلى الابتكار والتكيف مع المتغيرات العالمية لتحسين قدرتها التنافسية.

### الاقتصاد الأخضر

تظهر البيانات زيادة كبيرة في نسبة المشاريع النسائية في الاقتصاد الأخضر من 5% إلى 25%. هذا النمو مدعوم بمشاريع مثل PEFEVA، مما يعكس توجهاً متزايداً نحو الاستدامة والابتكار البيئي. يعتبر هذا القطاع فرصة كبيرة لرائدات الأعمال للمساهمة في التنمية المستدامة.

### التجارة الإلكترونية

شهدت التجارة الإلكترونية نموًا ملحوظًا من 2% في عام 2000 إلى 15% في عام 2024. هذا النمو يعكس تأثير الرقمنة والبرامج التدريبية التي تعزز من قدرة النساء على دخول السوق الرقمية. التجارة الإلكترونية توفر فرصًا جديدة للنساء للوصول إلى سوق أوسع وتحقيق النجاح في ريادة الأعمال.

### المراحل الرئيسية للتطور:

مرت ريادة الأعمال النسائية في الجزائر بثلاث مراحل رئيسية، تعكس كل واحدة منها تحولاً في الأهداف والتوجهات:

مرحلة التأسيس 2000-2008: ركزت هذه الفترة على وضع الأسس القانونية والمؤسسية لدعم المشاريع الصغيرة. تم إنشاء وكالات تمويل حكومية مثل الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEI) والصندوق الوطني للتأمين على البطالة (CNAC) لتقديم القروض، وكانت غالبية المشاريع النسائية في قطاعات تقليدية كالزراعة والصناعات الغذائية.

مرحلة التنوع 2009-2015: بفضل ارتفاع معدلات التعليم العالي للإناث، بدأت المرأة الجزائرية في اقتحام قطاعات جديدة. ظهرت مشاريع في مجال التكنولوجيا بفضل برامج مثل «إدماج المرأة الرقمية»، كما تضاعف عدد الحاضنات المتخصصة لدعم الأفكار المبتكرة، مما أدى إلى تنويع المشاريع خارج الإطار التقليدي.

مرحلة النضج 2016-2024: اتسمت هذه المرحلة بالنضج المؤسسي والوعي بأهمية الشبكات المهنية. تم تأسيس شبكة (WIBA) (Women In Business Algeria)، التي أصبحت منصة وطنية تربط رائدات الأعمال في مختلف الولايات، مما عزز من تبادل الخبرات وفرص الشراكة. كما برزت مشاريع مبتكرة في قطاعات واعدة مثل الاقتصاد الأخضر والتجارة الإلكترونية، مدعومة بسياسات حكومية وشراكات دولية

#### 4) التحديات والمعوقات

##### 1. تحديات التمويل

- الاعتماد على التمويل الذاتي: 70% من رائدات الأعمال في دراسة سطيف (WIBA, 2018)
- اشتراطات الضمان: تشترط البنوك ضمانات عقارية تفوق قدرة 60% من النساء

##### 2. التحديات المهنية

- فجوة المهارات الإدارية: 52% يفتقرن لمهارات الإدارة المالية (دراسة سطيف، 2018)
- ضعف المهارات الرقمية: 68% لديهم ضعف في استخدام منصات التسويق الرقمي

##### 3. التحديات الاجتماعية

- الصعوبات الأسرية: 40% من النساء في المناطق الريفية يجدن صعوبة في التوفيق
- القوالب النمطية: هيمنة الذكور على 75% من الاتحادات المهنية (ASJP, 2023)

## 5) متطلبات السوق

### 1. متطلبات الاقتصاد الأخضر

- نمو الطلب على المنتجات المستدامة (مشروع 2024-PEFEVA 2027)
- فرص في سلاسل القيمة الخضراء (مستحضرات التجميل الطبيعية، إعادة التدوير)

### 2. متطلبات التحول الرقمي

- زيادة الطلب على منصات التجارة الإلكترونية (200% خلال جائحة كوفيد)
- الحاجة إلى المهارات الرقمية المتقدمة

### 3. متطلبات التكامل الإقليمي

- فرص التصدير إلى الأسواق الأفريقية (اتفاقية AFCFTA)
- ضرورة التوافق مع المعايير الدولية

## الخاتمة

أظهرت الدراسة تطورًا كبيرًا لريادة الأعمال النسائية في الجزائر خلال الفترة من 2000 إلى 2024، حيث ارتفعت نسبة المشاريع النسائية من 7% إلى 22%. تعكس هذه الزيادة الجهود المبذولة من قبل الحكومة والمجتمع المدني لدعم مشاركة النساء في الاقتصاد، وتؤكد على التحول الإيجابي الذي يشهده المجتمع نحو تمكين المرأة. ومع ذلك، لا تزال هناك فجوة كبيرة بين الإمكانيات الحالية ومتطلبات السوق المستقبلية، خاصة في مجالات التمويل، المهارات، والبيئة الداعمة.

تظهر البيانات أن 70% من رائدات الأعمال يعتمدن على التمويل الذاتي، مما يحد من قدرتهن على توسيع مشاريعهن. كما أن 52% منهن يفتقرن إلى المهارات الأساسية في الإدارة المالية، مما يؤثر سلبًا على أدائهن في السوق. علاوة على ذلك، لا تزال البيئة الداعمة غير كافية في بعض الجوانب، مثل الوصول إلى المعلومات، والشبكات، والخدمات الاستشارية.

لضمان نجاح سياسات دعم ريادة الأعمال النسائية، يتطلب الأمر مقاربة شاملة تتضمن تطوير القدرات الفردية من خلال برامج تدريبية متخصصة،

وتحسين البيئة الداعمة من خلال إنشاء صناديق ضمان وطنية وتسهيل الوصول إلى التمويل. كما يجب استغلال الفرص السوقية الناشئة، مثل الاقتصاد الأخضر والتجارة الإلكترونية، لتزويد النساء بالأدوات اللازمة لتحقيق النجاح في هذه القطاعات.

ختامًا، إن تعزيز ريادة الأعمال النسائية ليس مجرد هدف اقتصادي، بل يمثل أيضًا خطوة نحو تحقيق العدالة الاجتماعية والمساواة بين الجنسين. يتطلب ذلك جهدًا جماعيًا من جميع الجهات المعنية، بما في ذلك الحكومة، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، لضمان بيئة ملائمة تدعم رائدات الأعمال وتساعدن في تحقيق إمكاناتهن الكاملة.

## التوصيات

### توصيات تمويلية

إنشاء صندوق ضمان وطني للمشاريع النسائية: يُعتبر إنشاء صندوق ضمان خطوة أساسية لدعم المشاريع النسائية، حيث يوفر التمويل اللازم ويساهم في تقليل المخاطر المالية التي تواجه رائدات الأعمال.

تخصيص 20% من قروض ANSEI للمشاريع الخضراء النسائية: يُمكن تعزيز الاستفادة من خلال تخصيص نسبة من القروض الممنوحة للمشاريع النسائية لدعم المبادرات التي تركز على الاقتصاد الأخضر، مما يساهم في حماية البيئة.

### توصيات تدريبية

تطوير مناهج «الإدارة المالية الرقمية» بالشراكة مع معهد INSFP: من الضروري تطوير برامج تعليمية تركز على المهارات المالية الرقمية لرائدات الأعمال، مما يمكنهن من إدارة أعمالهن بشكل أفضل في العصر الرقمي.

إلزام الحاضنات بتدريب 30% من المستفيدات على معايير الجودة الدولية: يجب أن تلتزم الحاضنات بتقديم التدريب اللازم لضمان تأهيل النساء لمعايير الجودة الدولية، مما يعزز من قدرتهن التنافسية في السوق.

## توصيات اجتماعية

إنشاء مراكز رعاية أطفال مدعومة في مناطق الأعمال: ستساعد هذه المراكز رائدات الأعمال في التوفيق بين مسؤوليات العمل والأسرة، مما يسهل عليهن الانخراط في المشاريع.

تطوير سياسات العمل المرنة: ينبغي وضع سياسات تشجع على العمل المرن، مما يساعد النساء على تحقيق توازن أفضل بين العمل والحياة الشخصية.

## توصيات مؤسسية

تمثيل النساء بنسبة 30% في مجالس إدارة مؤسسات الدعم: من الضروري ضمان وجود تمثيل نسائي في صنع القرار، مما يعزز من فعالية السياسات الداعمة لرائدات الأعمال.

تطوير نظام رصد لمؤشرات الأداء: يجب إنشاء نظام لمتابعة أداء سياسات دعم ريادة الأعمال النسائية، مثل خفض بطالة الإناث إلى 12% بحلول 2030، لضمان تحقيق الأهداف المرجوة.

تساهم هذه التوصيات في تعزيز دور النساء في ريادة الأعمال، مما يعزز من التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.

## قائمة المراجع

1. Bourabah, R. (2023). ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: بين الواقع والتحديات. مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، 5(2)، 29-39.
2. WIBA. (2018). Field Diagnosis: Developing Female Entrepreneurship in the Wilaya of Sétif. معهد اليوميد.
3. GIZ. (2025). Promoting Female Entrepreneurship in Algeria's Green Economy (PEFEVA). الوكالة الألمانية للتعاون الدولي.
4. Office National des Statistiques (ONS). (2024). تقرير التشغيل والبطالة. ONS: في الجزائر. الجزائر.
5. Ministère du Travail. (2024). Rapport sur l'emploi féminin en Algérie.

Alger: Ministère du Travail.

6. Kabeer, N. (2005). Gender equality and women's empowerment: A critical analysis of the third millennium development goal. *Gender & Development*, 13(1), 1324-.
7. Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 824-.







cultural challenges facing women entrepreneurs,

Within this context, we conducted a qualitative field study on some models of female entrepreneurs - the state of Oran as a model - where the study concluded with some of the following results: The challenge of achieving the entrepreneurial project that accompanies professional paths of a fragile nature, The challenge of women entrepreneurs and their desire for financial independence and social status in light of the challenges of cultural and social heritage.

**Keywords:** Entrepreneurship, female entrepreneurship, occupational vulnerability, women in labor, women's empowerment.

#### 1. مقدمة:

عالجت مختلف الدراسات ذات الصدى الاجتماعي والاقتصادي والأنثروبولوجي موضوع عمل المرأة في مجال ريادة الأعمال من خلال المشاركة الفعالة التي تسجلها في التمكين الاقتصادي وعلى مستوى عملية التنمية بشكل عام. حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من هذه المشاركة التنموية، ولقد عملت الجزائر على إدماج المرأة في الاقتصاد الوطني، وأعطت لها المكانة التي تستحقها على مستوى الدساتير والمنظومة التشغيلية، أين حاولت كفاعل اجتماعي لترقية مكتسباتها الفكرية والثقافية والمهاراتية، بإنشاء وإدارة المشاريع التجارية والاجتماعية لتقديم منتجات وخدمات مبتكرة، مما يساهم في التمكين الاقتصادي للمرأة وإحداث تأثير إيجابي في المجتمع، وعليه تختلف جوانب الطرح والمعالجة لهذا النوع من المواضيع باختلاف المتغيرات المدروسة والمرتبطة بالتقاليد والثقافة الريادية وبالبيئة وخصوصياتها الاجتماعية لرائدات الأعمال حيث يعتبر هذا العمل من بين النقاط التي نعمل عليها في مشروع بحثنا المؤسسي التابع لمركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية تحت عنوان «التوجه نحو المقاولاتية (دوافع ومسارات مهنية) لسنة 2023 ومشروع بحث مؤسسي الذي نافش موضوع «الهشاشة المهنية للنساء بالقطاع الخدماتي بالغرب الجزائري

(نوعية شغل ومسار الإدماج) لسنة 2021، ومنه يمكن اعتبار أن الريادة النسائية تحمل في طياتها مختلف الأبعاد الثقافية والاجتماعية كظاهرة قائمة بحد ذاتها لما تحمله من مداخل بالمعنى السوسيولوجي والأنثروبولوجي، وبهذا نحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على التساؤل التالي: ماهي التحديات التي تواجهها الفئة النسوية لريادة الأعمال من منظور تصوراتهم في إنشاء المشاريع؟.

### 1.1- تعريف ريادة الأعمال

عرفها (1934) (Dzisi Schumpeter)، لريادة الأعمال والريادي من وجهة نظر اقتصادية، نقلا عن التعريف الذي قدمه، حيث رأى أن المقاول هو المبتكر أو المبدع الذي يقدم شيء جديد للاقتصاد.

عرفت منظمة العمل الدولية 1984، ريادة الأعمال بأنها ترتبط بالمقاول أو الريادي وهو «كل شخص يتمتع بمجموعة من الخصائص، مثل الثقة بالنفس، النتائج الموجهة، تحمل المخاطر، القيادة، الأصالة، والمستقبل الموجه». (عوادي، 2018، صفحة 02)

### ريادة الأعمال السنوية Female Entrepreneurships

في العديد من المجتمعات لا تتمتع المرأة بنفس الفرص التي تتاح للرجل، ففي الاقتصاديات التقليدية يتحقق التقدم بالنسبة لهن من خلال فتح أبواب التعليم والرعاية الصحية فقط، وتبقى الفرص السياسية والاقتصادية محدودة، وحسب OECD فإن المرأة في ظل تلك الظروف تحتاج إلى بذل جهود كبيرة لتتمكن من اتخاذ أفضل القرارات الاقتصادية، وتحويل أعمالهن التجارية إلى مؤسسات تنافسية تولد الخل، وفرص العمل من خلال تحسين الإنتاج.

وفيما يتعلق بالمرأة الريادية فقط عرفها 2002 Kananka، بأنها «تمثل الذين يبتكرون، يقلدون، أو يعتمدون نشاط تجاري» كما عرفت بأنها «كل امرأة تستخدم معرفتها، ومصادرها، لتطوير وخلق فرص تجارية جديدة» ورأى كتاب آخرون بأنها «كل من يشارك في إدارة أعمالهن ويمتلكون على الأقل 50% من الأنشطة، كما أنهم زاولوا نشاطهم منذ أكثر من سنة». (عوادي، 2018، صفحة 10)

## تحديات المقابلة النسوية

بالرغم من زيادة عدد المقابلات النسوية في دول العالم، وارتفاع إقبال المرأة على امتلاك وإنشاء أعمال تجارية ساهمت في دعم الاقتصاديات المحلية لعدة دول متقدمة ونامية على حد سواء، ويمكن التطرق لأهم تلك المشاكل التي قد تواجهها المرأة الريادية: (عوادي، 2018، صفحة 11)

- الحصول على التمويل والقروض
- عدم وجود الضمانات
- الوصول إلى السوق
- الوصول للشبكات
- الوصول إلى صناع

### 2.1- مفهوم التمكين الاقتصادي للمرأة

يشير البعض للجدل المطروح في ترجمة مصطلح «Women Empowerment»، فحسب وجهة نظرهم يعني «استقواء المرأة» (فكلمة Power تعني القوة، وكلمة Empowering تعني تقوية، وكلمة Empowerment تعني استقواء. في حين، أن مرادف كلمة «تمكين» في اللغة الانجليزية هو كلمة «Enabling» وليس «Empowering». ومهما يكن ما تعنيه الكلمة المجردة، فقط اتخذ مفهوم التمكين مؤخرًا معاني أعمق وأوسع خاصة مع زيادة الوعي لآثار التهميش في حق بعض فئات المجتمع ومنها المرأة العربية.

- فالتمكين بالأساس هو عملية منح الفرص الأساسية للفئات المهمشة بشكل مباشر أو غير مباشر، الأمر الذي يشمل عملية مكافحة أي محاولات لصده هذه الفرص.
- يعرف التمكين حسب صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة «UNIFEM» بأنه: قدرة الأشخاص رجال ونساء على السيطرة على حياتهم، ووضع جدول أعمالهم، واكتساب المهارات (أو الاعتراف بما لديهم من مهارات خاصة)، وزيادة الثقة بالنفس، وحل المشاكل، وتطوير الاعتماد على الذات، والتمكين يعتبر عملية ونتيجة في نفس الوقت. (عربي وبن قطاف، 2020، صفحة 208)

### 3.1- الهشاشة المهنية وتحديات سوق العمل النسوي في الجزائر

معنى الهشاشة هي «الشيء الغير مؤكد، مؤقت بدون قاعدة مؤكدة» (Maurin, 1993, p. 428) كما تعرف الهشاشة المهنية بأنها تلك «الوضعية الاجتماعية التي يتميز الفرد الذي يعرف إما موارد مادية تتميز بالكثير من اللايقين الناتجة عن عدم الثبات في الشغل، أو يعرف مستوى من الموارد المالية الغير الكافية أو متقبلة بطريقة لا يمكن التنبؤ بها. في الكثير من الأحيان تكون مرتبطة بوضعية البطالة، والعمل بوقت جزئي أو بعقود مؤقتة» (Pirou & Denis, 2007, p. 93)

وكإسقاط لهذا العمل الذي يتمحور حول تطورات عمل المرأة في سوق العمل الجزائري، باعتبار أن حق المرأة في العمل عرف عقبات زمنية وتنظيمية التي أجازتها الدولة في حق المرأة الجزائرية حظيت مشاركتها الاقتصادية اهتمام كبير وواسع وهذا ما نلمسه من خلال تطور العمالة النسوية في الجزائر منذ الاستقلال، حيث أصبحت مساهمتها في تنافس من حيث المهن التي كانت حكرا على الرجل سابقا لكن تبقى مشاركتها الاقتصادية ضعيفة حيث سجلت نسبة العمالة المشغلة الإجمالية 37.4 % أين استحوذت الفئة الذكورية على نسبة أكبر بلغت 60.7 % مقابل 13.8 % لفئة العمالة النسوية (ONS, 2019) هذا ما يبرز المشاركة النسوية الضعيفة بالجزائر. فبالمقارنة مع الأهداف المسطرة من طرف السياسات العمومية أصبح التمركز الفعلي للنشاط التشغيلي للمرأة الجزائرية على قطاع الخدمات والإدارة مما ساهم في نقص الفعالية في باقي القطاعات الأخرى. وعليه تسلط المعطيات الحديثة للتحقيقات حول الشغل في الجزائر على اتجاهين: يعتبر الاتجاه الأول الظاهرة الاجتماعية الأولى وهي البطالة التي عرفت في الآونة الأخيرة انخفاض بارزا في النسبة مقارنة بسنوات السبعينات والتسعينات، أما الاتجاه الثاني ديناميكية النشاط غير الرسمي. الذي يتميز بارتفاع نسبة العاملين دون أجر، وانخفاض مستوى الأجور للعاملين بأجر منخفض، وفي هذا الصدد نوجز بعض مؤشرات سوق العمل النسوي بناء على بعض البيانات الإحصائية عن البطالة النسوية والتشغيل بناء على مناصب العمل المسجلة من خلال بعض الإحصائيات المسجلة في السنوات الماضية للديوان الوطني للإحصاء ONS، مرجعية 2019.

الجدول رقم 01: يوضح معدل البطالة وفقا للمستوى التعليمي، الشهادة  
المتحصل عليها والجنس (%)

المجموع	الأنثى	الذكر	الخصائص
المستوى التعليمي			
3.0	5.5	2.5	بدون مستوى
6.8	11.3	6.4	ابتدائي
11.8	20.3	11.0	متوسط
10.6	19.0	8.4	ثانوي
17.4	23.9	10.7	جامعي مستوى عالي
الشهادة المتحصل عليها			
8.7	14.6	8.0	بدون شهادة
13.5	20.7	11.5	شهادة التكوين المهني
18.0	23.9	11.0	شهادة التعليم العالي
11.4	20.4	9.1	المجموع

Source: ONS, 2019 activité emploi et chômage N°879.p 07

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 فيما يتعلق بالمستوى التعليمي أن نسبة الإناث مرتفعة لصالح المستوى الجامعي مقارنة بالجنس الذكوري بينما نجد أن هذا الأخير له نسبة مرتفعة في المستوى المتوسط. أما على مستوى الشهادة المتحصل عليها فإننا نجد نسبة في نفس مستوى الذكور لأصحاب شهادة التكوين المهني والتعليم العالي، بينما نجد فئة الإناث لهن نسبة مرتفعة في شهادة التعليم العالي.

الجدول رقم 02: يوضح الجانب مرتبط بقبول العاطلين عن العمل بمناصب العمل تحت ظروف عمل مختلفة في العمل وفقا للجنس (ب%)

المجموع	الأنثى	الذكوري	الخصائص
ما يفضلوه العاطلين عن العمل			
25.8	38.8	18.4	عمل مأجور
5.8	4.7	6.5	إذا استقر في حساب خاص به
68.3	56.5	75.1	مهما كان النمط (/أجور أو عمل ذاتي)
ما يقبله العاطلين عن العمل منصب عمل:			
78.5	69.2	83.9	أدنى من استعداداته المهنية
77.1	67.6	82.5	غير مرتبط بملمحه
81.6	82.9	80.9	الأجر الزهيد
71.9	43.3	88.3	بعيد عن منزل
54.3	16.2	76.1	في ولاية أخرى

34.3	17.8	43.7	شاق أو غير صحي
85.7	80.1	89.0	في أي قطاع للنشاط

Source: ONS, 2019 activité emploi et chômage N°879.p 08

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 فيما يخص ما يفضله العاطلين عن العمل نجد تطابق اختيارات الإناث والذكور في قبول أي نمط من العمل مهما كان مأجور أو عمل ذاتي أما في ما يتعلق بقبول العاطلين عن العمل في منصب العمل نجد أعلى نسبة بالنسبة للذكور في قبول أي نشاط بينما لذا الإناث في الأجر الزهيد.

## 2 - الدراسة الميدانية

### منهجية الدراسة

على ضوء المؤشرات الأولية التي يتميز بها سوق العمل كمرحلة ثانية نعتد في هذه الدراسة على مقارنة كيفية غايتها جمع أكبر عدد ممكن من المعطيات الميدانية حول نماذج من النساء الحاملات للمشاريع المقاولاتية مدينة وهران -نموذجا-. أجريت الدراسة الكيفية من سنة 2025 باستعمال تقنية المقابلة النصف موجهة وفق دليل المقابلة الأتوبيوغرافي، أين حاولنا تسليط الضوء على 08 حالات من الواقع المعاش التي تنوعت مسارتهن المهنية من مبحوثة لأخرى والتي سنوضحها في الخصائص البيوغرافية .

### نتائج الدراسة

#### الخصائص البيوغرافية للعينة

جدول رقم 03: يوضح نوع النشاط الخاص بحاملات المشروع للمقاولات بولاية وهران

الولاية: وهران	عدد المبحوثات
طبيعة النشاط المقاولاتي : -مسيرة مطعم بالتعاقد Traiteur - محلات الخياطة-الحرفيين -مدرسة للتجميل la tulipe -محلين للحلويات - مدرستين لتكوين الحلويات محلين بيع ألبسة العرائس	08 نماذج نسائية

يبين الجدول الموضح أعلاه نوع النشاط المقاولاتي المتداول لدى ،الفئة النسوية بمنطقة الغرب الجزائري المذكورة أعلاه .

### الجدول رقم 04 وضح ملخص الخصائص البيوغرافية المشتركة للمبحوثات

الخصائص الولاية	وهران
السن	56-33
المستوى التعليمي	متوسط-ثانوي - جامعي
تكوينات أخرى	حلاقة، خياطة، طرز، صنع الحلويات
الشهادة	بدون شهادة، ، ليسانس، ماستر
المهنة السابقة	بائعة فيا لقطاع الخدمات، سكرتارية، مسيرة محل للعائلة
متوسط الخبرة في العمل	من 10 إلى 25 سنة
الحالة الفردية	صاحبة مشروع
المستوى الاجتماعي	متوسط-جيد لبعض الحالات
عدد الأطفال	ما بين 1 إلى 3 أطفال

تنحصر عينة البحث حسب الجدول المبين أعلاه في 08 حالات من حاملي المشاريع المقاولاتية منهم حالة واحدة من أصحاب المطاعم المتعاقدين Traiteur و 02 أصحاب محلات الخياطة-الحرفيين- وحالتين مدرسة لتكوين الحلويات يلها حالتين أصحاب محلات الحلويات ، حالة واحدة صاحبة محل للتجميل المتواجدة في منطقة وهران وحالتين حاملي مشروع بيع ألبسة العرائس، من جنس أنثى، تتراوح أعمارهم ما بين 33 إلى 56 سنة وهذا ما يوضح الجانب الأنثوي لريادة الأعمال حسب العينة المدروسة ، أما عن الحالة المدنية جلهم متزوجين ، ، مستواهم الدراسي كان المتوسط والثانوي والجامعي ، البعض منهم متحصل على الشهادة الجامعية والبعض الآخر بدون شهادة، انحصر حجم المؤسسة من حيث عدد عمالها ما بين 04 إلى 35 عامل هذا ما يبرز أن طبيعة حاملي المؤسسات المدروسة هي أصحاب المؤسسات المصغرة، أما أقدميتهم في العمل كانت في متوسط يفوق 10 سنوات.

### 3 - النتائج ومناقشتها

لخصت لنا المسارات المهنية للمبحوثات مجموعة من المعطيات التي ترجمها التصور المهني لحاملات المشاريع حسب الواقع المعاش لهن وكانت التحديات التالية : تحدي تحقيق المشروع المقاولاتي المصاحب لمسارات مهنية ذات الطابع الهش يعتبر العمل الهش هو كل عمل الذي لا تتوفر فيه مقومات العمل اللائق،



بمعنى الهشاشة في العمل تترجم على أساس الأجور الزهيدة والمنخفضة، والمرونة في ساعات العمل وغياب الحقوق الأساسية، وعلى ضوء الدراسة الميدانية لخصت لنا بعض النماذج اللاتي اخترن الولوج إلى القطاع غير الرسمي كمرحلة أولية لمشوارهم المهني أين أصبح القطاع الخاص المحتضن الأول للفئة الطالبة للعمل - حالة لجوء مؤقتة - منهن من توجهت لمهنة «البائعة» لدى أغلبية المبحوثات، وهذا لعدم توفره على شروط عمل قياسية، سمحت لهذه الفئة من النساء لاختيار المهنة الهشة لسهولة الوصول إليها في ظل غياب الحماية الاجتماعية وبصفة غير دائمة، جعلتها في حالات التناوب من عمل هش إلى آخر من أجل الغاية المادية بالدرجة الأولى وبهذا اعتبرت هذه المرحلة، مرحلة اكتساب التجربة المهنية والتي كونت من خلالها صورة المرأة المقاولة المبنية على بعض المواصفات التي نوجزها في ما يلي: نساء مقاولات مستواهم التعليمي بين المتوسط والثانوي والجامعي، لديهم شهادات حرفية ومهنية كما عمل معظمهم في القطاع الخاص سابقا بمهنة بائعات في المحلات التجارية منها: محلات للحلويات ومحلات بيع الألبسة النسائية ومحلات لبيع ألبسة العرائس، البعض منهن عاشت هشاشة اجتماعية انعكست على مسار اندماجها المهني شكل لها نوع من التحدي للضغوطات الاجتماعية وتحديث الغاية الشخصية وهي روح المقاولة التي تنغرس في كل حالة مدروسة . بينما تتميز مقاولاتهم بالحجم المصغر والذي يغلب عليه النشاط الحرفي والتجاري أما خبرتهم في النشاط الحالي فقد تفوق العشر حيث جاء في تصريح المبحوثة رقم 01(طبيعة نشاطها كان حالة بائعة في محل لألبسة الأطفال إلى مسيرة المحل إلى شريكة في المحل، تبلغ من العمر 31 سنة ،مستوى جامعي، صاحبة محل للملابس) :« أنا في بداية مشوار حياتي المهنية كبائعة سوفريت وعييت كونت نفسي بنفسي ولميت دراهم وحققت حلمي غي بشوية وماننساش أن والديا عاونوني خاصة الوالد نتاعي بحكم أنوا كان خياط .يعني كان في الميدان هو لي وجهني دارلي القلب خاصة كي تعيشي في الصغر الفقر تبغي تبدلي حياتك للأحسن » وبالتالي طبيعة التحديات الاجتماعية التي عاشتها معظم المبحوثات جعلتهن بين معادلتين لتحقيق العمل المقاولاتي وهو تحدي الهشاشة الاجتماعية وتحدي الموروث الثقافي والاجتماعي الذي يلعب دورا هاما في خلق صورة المرأة كرائدة أعمال، اين سمحت لهن الظروف

في اكتساب التصور والحس المقاولاتي من خلال توارت المهنة التي اكتسبها من الوالدين التي جعلهن يكتسبن الخبرة في العمل والمهارة مند الصغر مما نتج عنهن الرغبة في التوجه للمقاولاتية.

### صورة المرأة كرائدة أعمال: بين الدافع وتحقيق مكانة اجتماعية

اختلفت الأسباب ودوافع خروج المرأة للعمل حسب طبيعة شخصية المرأة وقيمة العمل وحسب ثقافة كل ، حيث أصبحت ظاهرة خروج المرأة للعمل تظهر عشوائيا نتيجة عوامل ودوافع متعددة دفعتها دفعا قويا للخروج إلى عالم الشغل ، فخروجها من المنزل للعمل مقابل أجر زهيد له مدلوله السياسي والاقتصادي والاجتماعي وهي كلها عوامل متشابكة بعضها البعض «تعتبر الاتجاهات المسيطرة في الساحة الثقافية أن عمل المرأة حقا بديها لمساواتها في الحقوق الإنسانية مع الرجل ، وحاجة موضوعية تفرضها طبيعة التحولات الاجتماعية والاقتصادية ، فإن الاتجاهات الأخرى تعتبر أن عمل المرأة مع ارتفاع معدلات البطالة التي سجلت 20.4% في سنة 2019 حسب إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء وعدم توافر الظروف للعناية بالأسرة والأولاد يعد خطوة محفوفة بالمخاطر ، كما أن النساء أصبحن منافسات للرجال في سوق العمل ، مع الأخذ بعين النظر أن العديد من المجتمعات التقليدية ما تزال تعد عمل المرأة الأساسي هو المنزل والعناية بالأولاد والأسرة حيث صرحت المبحوثة رقم 02 (تبلغ من العمر 52 سنة ، مستوى متوسط ، صاحبة مدرسة للتجميل) : «أنا خدمت وتعبت باش نحقق ذاتي ونعيش ولادي مليح لأنوا القعاد في الدار مادارلي والو ، حلبي أني نخدم عند روجي ونربح دراهم ». لكن على الرغم من جميع التحفظات حول عمل المرأة ، فالواقع يدفع بأعداد متزايد من النساء في البلدان النامية لسوق العمل (ثورية ، 2017-2018) كرائدات للأعمال اللواتي يخلقن صدى وتمكين المرأة على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي فحسب الحالات والنماذج المدروسة كان اختيار النساء لفكرة ريادة الأعمال من أجل الاستقرار المادي بالدرجة الأولى ومن أجل إعانة نفسها وعائلتها وتحقيق حلم الحياة بالدرجة الثانية.

#### 4 - الخلاصة:

من خلال هذه الدراسة يمكن لنا أن ننوه للباحثين والمختصين حول موضوع زيادة الاعمال النسوية الذي يبرز دور المرأة في إدارة مشاريعها الخاصة أو شغل مناصب قيادية، أن هذا النوع من المجالات أصبح من الاستراتيجيات ذات قيمة وفعالية للمرأة الجزائرية وتشجيعها لتمكين دورها اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، القائم بحد ذاته على التصور المهني لفكرة إنشاء مشروع مقاولاتي المصاحبة لجملة من التحديات التي تترصدها لتحقيق المطلب الشخصي والحد من الفجوة الراسخة بين الجنسين في منظومة العمل . وعليه لابد على المرأة رائدة الأعمال تثمين مطالبها الشخصية وتمكينها اجتماعيا واقتصاديا وذلك من خلال الاقتراحات التالية :

- العمل على خلق تكوينات وبرامج دعم مخصصة لمواجهة هذه التحديات وتسهيل رحلتها في زيادة الأعمال.
- العمل على بروز شخصية المرأة وإثبات مكانتها الاجتماعية من خلال تسهيلات تمويلية لتحقيق تصور وفكرة المشروع.
- العمل على تمكين المرأة من خلال دعم أجهزة الدولة لترقية المرأة الجزائرية.

#### 5 - قائمة المراجع:

1. أسماء عربي، وأحمد بن قطاف. (العدد 10 المجلد 06, 2020). تقييم مساهمة مؤسسات دعم زيادة الأعمال في التمكين الاقتصادي للمرأة \_ مشاريع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر نموذجا. مجلة نور للدراسات الاقتصادية ، برج يوعريريج، الجزائر، الصفحات 206-221.
2. بلقايد ثورية. (2017-2018). الممارسة النسوية في القطاع الغير رسمي وتحديات سوق العمل –دراسة حالة المرأة والممارسة الغير رسمية . دكتوراه في العلوم الاقتصادية. جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر: جامعة أبي بكر بلقايد.
3. مصطفى عوادي. (2018). زيادة الأعمال النسوية في ظل تحديات بيئة الأعمال - حالة زيادة الأعمال الجزائريات-. ملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الوادي، الجزائر: جامعة الشهيد حمة لخضر. الوادي.

### قائمة المراجع باللغة الأجنبية

4. Maurin, M. (1993). Dictionnaire universel de poche. Paris: Hachette Livre et Librairie Générale Française.
5. ONS, B. d. (2019). Activité emploi et chômage N°. 879. Oran,Algerie.
6. Piriou, J.-P., & Denis, C. (2007). Lexique de sciences économiques et sociales. Paris: Editions La Découverte, 8ème ED.

# النسق الاجتماعي التقليدي كمحدد لموقع المرأة في الفضاء العام الجزائري

## The Traditional Social Order as a Determinant of Women's Role in the Algerian Public Sphere

لعللونة دليلة<sup>(1)</sup>، منصوري مختار  
جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)  
جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)



### ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تحليل البنى الثقافية والاجتماعية التي تُعيد إنتاج التفاوتات الجندرية وتحدّ من تمكين النساء خارج المجال الأسري. فعلى الرغم من التقدّم المحقّق على المستوى القانوني والمؤسّساتي،

ما تزال مشاركة المرأة الجزائرية في الفضاء العام مقيدة بمعايير جماعية غير مكتوبة تفرض رقابة رمزية وسلوكية صارمة. اعتمدت الدراسة مقارنة سوسيولوجية تحليلية لفهم العلاقة بين النسق القيمي التقليدي وحدود المشاركة النسوية، مع التركيز على آليات التنشئة الاجتماعية والتمثيلات الجماعية.

أظهرت النتائج استمرار تأثير البنى التقليدية في الحدّ من استقلالية النساء، حيث أثبتت أن الإصلاحات القانونية وحدها غير كافية لتفكيك العوائق الرمزية والثقافية المتجذرة. وتخلص الدراسة إلى ضرورة اعتماد مقارنة ثقافية نقدية موازية للإصلاحات القانونية، بما يضمن تحوّلًا فعليًا في تموضع المرأة داخل المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية: النسق الاجتماعي، التقليدي، الفضاء العام، المرأة الجزائرية، النوع الاجتماعي، التمثيلات الاجتماعية، التنشئة الاجتماعية، التمكين النسوي.

---

(1) LALAOUNNA Dalila, e-mail: [dalilalalaouna6@gmail.com](mailto:dalilalalaouna6@gmail.com).

## Abstract:

This study aims to analyze the cultural and social structures that reproduce gender inequalities and limit women's empowerment beyond the family sphere. Despite the progress achieved at the legal and institutional levels, Algerian women's participation in the public sphere remains constrained by unwritten collective norms that impose strict symbolic and behavioral control. The research adopts an analytical sociological approach to examine the relationship between the traditional value system and the boundaries of women's participation, with a focus on mechanisms of socialization and collective representations.

The findings reveal the persistence of traditional structures that restrict women's autonomy, showing that legal reforms alone are insufficient to dismantle deeply rooted symbolic and cultural barriers. The study concludes that a critical cultural approach, complementing legal reforms, is essential to foster a genuine transformation in women's positioning within Algerian society.

**Keywords:** Traditional social; structure public sphere; Algerian women; gender; social representations; socialization; women's empowerment.

## 1- مقدمة:

تُعدّ مسألة مشاركة المرأة في الفضاء العام إحدى أبرز الإشكاليات التي تستقطب اهتمام الباحثين في العلوم الاجتماعية، لارتباطها العميق بطبيعة النسق الثقافي والاجتماعي الذي يعيد إنتاج الأدوار والنظم الرمزية عبر الأجيال. وفي السياق الجزائري، ورغم ما تحقق من مكتسبات على المستويين القانوني التعليمي، فإن مشاركة المرأة في المجال العام، سواء في الأبعاد السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية، ما تزال تواجه معوقات بنيوية مرتبطة أساسًا بالهيمنة الذكورية التي تطبع النسق الاجتماعي التقليدي (مرابط أمال، 2016). فتموضع المرأة لا يُحدّد

فقط وفق كفاءتها أو إمكاناتها الفردية، بل يخضع كذلك لمعايير جماعية متوارثة تُعيد إنتاج التفاوتات الجندرية وتحدّد مجالات الحضور والغياب.

## 2- الإشكالية والفرضية:

تنطلق هذه الدراسة من التساؤل المحوري: إلى أي مدى يسهم النسق الاجتماعي التقليدي في إعادة إنتاج موقع المرأة الجزائرية داخل الفضاء العام، وكيف يحدّ من قدرتها على المشاركة الفعّالة خارج الإطار الأسري والخاص؟

وتفترض الدراسة أنّ البنية التقليدية للقيم الاجتماعية تُشكّل عاملاً مهماً يقيّد إمكانيات تمكين النساء، ويجعل حضورهن في الفضاء العمومي مشروطاً ومحدوداً رغم الإصلاحات القانونية والمؤسسية.

## 3- الدراسات السابقة

أظهرت البحوث السابقة، سواء في السياق الجزائري أو المغاربي عموماً، أنّ العلاقة بين المرأة والفضاء العام تتسم بالتوتر بين منطقتين: منطق التحديث الذي يعزز حضور المرأة عبر التعليم والتشريعات، ومنطق التقليد الذي يستمر في فرض قيود رمزية على مشاركتها، ورغم اختلاف هذه الدراسات من حيث أهدافها (تحليل المشاركة السياسية، التمكين الاقتصادي، أو التمثلات الثقافية).

وعينات البحث (نساء عاملات، طالبات جامعات، نساء في الوسط الريفي والحضري)، إلا أنّها تكاد تتقاطع في متغيراتها الأساسية المتمثلة في النسق القيمي، أدوار النوع الاجتماعي، وآليات التنشئة الاجتماعية. وقد اعتمدت مناهج متنوعة، تراوحت بين المقاربة الكيفية (المقابلات والملاحظات الميدانية) والمقاربة الكمية (الاستبيانات والتحليل الإحصائي)، وأدوات مختلفة لجمع البيانات.

خلصت مجمل هذه الدراسات إلى أنّ تمكين المرأة يظل رهيناً بمعالجة البُنى الثقافية العميقة، لا بالاكْتفاء بالإصلاحات التشريعية، وهو ما يشكّل أرضية خصبة لتعميق البحث في هذه الإشكالية. (بوشناق وجراي، 2020، الصفحات 115-132)

## 1.1- النسق الاجتماعي التقليدي: آليات الضبط وإعادة الإنتاج:

يُقصد بالنسق الاجتماعي التقليدي جملة القيم والأعراف والسلوكيات التي تحدد أدوار الأفراد ومكاناتهم داخل المجتمع، استنادًا إلى محددات عمرية وجندرية. ويقوم هذا النسق، في السياق الجزائري، على توزيع واضح ومفارق للأدوار بين الجنسين، حيث يُعهد للرجل بأدوار القيادة والحضور العمومي، فيما يُسند للمرأة مهام الرعاية والاهتمام بشؤون الأسرة، في تصور يكرّس الفصل بين المجالين العام والخاص تتم إعادة إنتاج هذا النسق من خلال عدة قنوات، أبرزها التنشئة الاجتماعية التي تتم في الأسرة والمدرسة، وكذا من خلال الإعلام والخطاب الديني، حيث يُعاد ترسيخ الصور النمطية التي تربط المرأة بالضعف والعاطفية والانغلاق، مقابل ربط الفضاء العام بالرجولة والعقلانية والقوة. (مالكي ومحمدي، 2021، الصفحات 55-74)

## 2.1- حضور المرأة في الفضاء العام: بين القبول المشروط والممانعة الثقافية:

في ظل هذا النسق، يُسمح للمرأة بالولوج إلى الفضاء العام بشروط، أولها أن يكون حضورها «مبرّرًا» اجتماعياً (كالدراسة أو العمل أو العلاج)، وثانيها أن تظل سلوكياتها منسجمة مع المعايير الأخلاقية والثقافية السائدة، وهي معايير غالبًا ما توضع بطريقة أكثر صرامة على النساء مقارنة بالرجال. إن هذا «القبول المشروط» يعكس عمق الممانعة التي يبديها النسق التقليدي تجاه أي تحول في تموقع المرأة داخل المجتمع فعلى الرغم من ارتفاع نسب الفتيات في الجامعات، واتساع دائرة النساء العاملات في مختلف القطاعات، إلا أن هذه التحولات الكمية لم تصحبها بالضرورة تحولات نوعية في تمثيلات المجتمع لأدوار النساء، مما يجعل حضورهن في الفضاء العام مشروطًا، هشًا، ومعرضًا دائمًا للرقابة الاجتماعية الصارمة. (اراززي محمد، 2021، الصفحات 45-62).

ولقد سنّ المشرّع الجزائري عدة قوانين تصبّ في صالح تمكين المرأة، من بينها قانون الأسرة المعدّل، وقوانين دعم المرأة في المجالس المنتخبة، والمساواة في سوق العمل. غير أن هذه النصوص القانونية كثيرًا ما تصطدم بواقع اجتماعي تُسيّره أعرافٌ غير مكتوبة، لكنها أكثر تأثيرًا ونفوذًا من النصوص الرسمية فالمفارقة



تكمُن في أن التمكين القانوني لا يجد ترجمته الواقعية ما لم يُرافقه تحول عميق في النسق الثقافي والاجتماعي. وهذا التحول يتطلب إعادة نظر في منظومة التربية، وتحرير الخطاب الديني من القراءات التفسيرية الذكورية، إلى جانب تغيير الخطاب الإعلامي الذي لا يزال يعيد إنتاج المرأة ككائن استهلاكي أو رمزي، لا كفاعل اجتماعي مستقل. (معنصر، 2020، الصفحات 101-118).

## 2 - الدراسة الميدانية:

اختيار العينة: تم اعتماد العينة الطبقية العشوائية لضمان تمثيل الفئات الاجتماعية المختلفة للنساء في السياق الجزائري (طالبات جامعات، موظفات، وربّات بيوت من الوسطين الحضري والريفي). بلغ حجم العينة (100 عدد المشاركات) بما يتيح دقة في النتائج وإمكانية التعميم النسبي.

### - تحديد المتغيرات وقياسها

- المتغير المستقل: النسق الاجتماعي التقليدي، تم قياسه من خلال مؤشرات مثل: القيم الأسرية، الأدوار الجندرية المتوارثة، التمثلات الاجتماعية، والخطاب الديني والإعلامي.
- المتغير التابع: مستوى مشاركة المرأة في الفضاء العام، تم قياسه عبر مؤشرات: المشاركة السياسية، الانخراط الجماعي، الحضور في سوق العمل، الحضور الإعلامي والثقافي.
- المتغيرات الضابطة: العمر، المستوى التعليمي، الوسط الاجتماعي (ريفي/حضري)
- طرق جمع البيانات: تم الاعتماد على الاستبيان المغلق الموجه لعينة النساء لقياس التمثلات والمواقف

المقابلات نصف الموجهة مع بعض المشاركات لتعميق النتائج الكيفية -معالجة المعطيات وتلخيصها: تم حساب المتوسط الحسابي، النسبة المئوية، الوسيط، والانحراف المعياري لتلخيص المعطيات تمثلت النتائج في جداول إحصائية ورسوم بيانية لتوضيح الفروقات حسب المتغيرات الضابطة .

### -الأدوات الإحصائية للتحليل:

للمقارنة بين المتوسطات اختبار T  
تحليل التباين (ANOVA) لدراسة الفروق بين الفئات  
معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقة بين قوة النسق  
التقليدي ومستوى المشاركة النسوية.  
مستوى المعنوية الإحصائية تم تحديده عند  $(\alpha = 0.05)$ .

### البرامج المستخدمة:

تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج SPSS (إصدار 29)، بينما استخدم  
Excel لإعداد الجداول والرسوم البيانية.

وعند استخدام طرق منشورة سابقاً، تمت الإشارة إليها في الهوامش مع توضيح  
التعديلات التي أدخلت لتناسب طبيعة العينة والسياق الجزائري.

### 3- النتائج و مناقشتها:

ملخص البيانات المجمعة اعتمدت الدراسة على عينة مكوّنة من 100 مستجوبة،  
توزّعت حسب العمر والمستوى التعليمي والانتماء المجالي (حضري/ريفي). أُدخلت  
البيانات وحُللت باستخدام برنامج SPSS v29، حيث تم احتساب النسب المئوية،  
المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري استخلاص المؤشرات الأساسية.

عرض النتائج الإحصائية أظهرت النتائج أن 72% من المبحوثات يعتبرن أن  
المجال العام «ذكوري الطابع» ويخضع لمعايير غير مكتوبة تحدّ من مشاركة النساء.

65% أشار إلى أن التنشئة الاجتماعية (الأسرة، المدرسة) هي الآلية الأساسية  
في إعادة إنتاج الأدوار التقليدية، أما 41% 58% اعتبرن أن الإعلام والخطاب  
الديني يسهمان في تعزيز الصور النمطية فقط أكدن أن القوانين الحالية أحدثت  
فرقاً ملموساً في واقع مشاركة المرأة

### التحليل والمناقشة

النتائج تؤكد الفرضية القائلة بأن النسق الاجتماعي التقليدي ما يزال محدداً  
أساسياً لموقع المرأة في الفضاء العام، حيث تتجلى آليات الضبط الاجتماعي عبر  
التنشئة الأسرية والتعليمية بدرجة أولى

ضعف أثر الإصلاحات القانونية (41%) يكشف عن وجود فجوة بين النصوص القانونية والتصورات الاجتماعية، وهو ما يتماشى مع ما توصّل إليه كل من [بوشنافة التالية وجرادي حفصة (2020)] حول القبول المشروط لحضور المرأة.

تتقاطع نتائج هذه الدراسة مع أبحاث سابقة (مثل: [مالكي مريم ومحمدي صليحة 2021]) التي أبرزت أن الثقافة الجمعية تظل أقوى من التشريعات في تحديد مدى حضور المرأة العمومي.

يظهر من خلال النتائج أن المجال الحضري أكثر انفتاحاً نسبياً من المجال الريفي، حيث بلغت نسبة المستجوبات الحضريات اللواتي عبّرن عن استعدادهن للمشاركة السياسية 49%، مقابل 26% فقط في المناطق الريفية.

#### 4-الخلاصة:

تُظهر نتائج الدراسة أنّ العوائق التي تحد من مشاركة المرأة الجزائرية في الفضاء العام ذات طبيعة اجتماعية وثقافية أكثر منها قانونية، حيث تظل آليات التنشئة الاجتماعية والخطاب الإعلامي والديني الوسيط الأساسي في إعادة إنتاج النسق التقليدي الذي يُكرّس الفصل بين المجالين العام والخاص. وهذا ما يؤكد أنّ الإصلاحات القانونية والمؤسسية، على أهميتها، تبقى غير كافية ما لم تُرفق بمقاربات ثقافية وتربوية تستهدف تغيير التمثيلات الجماعية الراسخة. (بلبلدي، 2019) وبناءً على ذلك، توصي الدراسة بضرورة مراجعة المناهج التعليمية لتفكيك الصور النمطية المرتبطة بالأدوار الجندرية، وتشجيع خطاب إعلامي بديل يعكس نماذج إيجابية لحضور المرأة، فضلاً عن تمكين الجمعيات المدنية من لعب دور محوري في نشر الوعي وترسيخ قيم المساواة. ومع ذلك، تعترف الدراسة بحدودها المنهجية، نظراً لاعتمادها على عينة محدودة وأدوات كمية بالأساس، الأمر الذي يقلل من إمكانية تعميم النتائج ويدعو إلى استكمال البحث بطرق نوعية أعمق.

وفي أفق التحولات الراهنة، خاصة مع توسع الفضاء الرقمي وازدياد انخراط النساء فيه، من المتوقع أن يشكل هذا المجال فضاءً بديلاً قد يغير تدريجياً موقع المرأة في المجتمع الجزائري، وهو ما يستوجب متابعة أكاديمية معمقة عبر دراسات طولية تجمع بين المنهجين الكمي والكيفي.

## - ملحق الجداول والأشكال البيانية:

جدول (1) الجدول 1: توزيع العينة حسب بعض المتغيرات السوسيوديموغرافية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
العمر	اقل من 30 سنة	28	28%
	30-45 سنة	44	44%
	اكثر من 45 سنة	28	28%
المستوى التعليمي	ثانوي فما فوق	32	32 %
	جامعي	48	48 %
	دراسات عليا	20	20 %
	حضري	61	61 %
المجال الجغرافي	ريفي	39	39 %

المصدر: من إعداد الباحثين

### 5- قائمة المراجع

1. ارزاي محمد. (2021). سوسيولوجيا النوع الاجتماعي والفضاء العام داخل المجتمع الجزائري. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، 45-62.
2. بلبلدي . (2019). المكانة الاجتماعية للمرأة في ضوء مؤشرات النوع الاجتماعي في الجزائر. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 88-105.
3. بوشناق وجراي. (2020). المرأة الجزائرية في المجال العام الافتراضي. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 115-132.
4. مالكي ومحمدي . (2021). مشاركة المرأة الجزائرية في الحراك والمقاومات الشعبي وانعكاساته المحتملة على تعزيز مكانتها في العملية السياسية. مجلة العلوم السياسية والقانون، 55-74.
5. مرابط امال. (2016). المرأة والتهيئة العصرية للمجتمع الجزائري. مجلة الخلدونية، 66-81.
6. معنصر . (2020). فاعلية الإسهامات السوسيو-ثقافية للمرأة الجزائرية وتقييمها. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، 101-118.



entrepreneurial freedom, reducing them to traditional roles. At this juncture, the role of the family emerges as a primary internal factor that imposes constraints on women's activities, shaping their psychological capital, which derives from self-confidence, ambition, and creativity. Simultaneously, the weight of social perception directly impacts societal recognition of women's achievements. This sheds light on the difficulties women face in employment and in professional interactions with men within female work environments. Inevitably, such dynamics hinder women's access to decision-making positions, thereby limiting their ability to expand their enterprises. Ultimately, this places motherhood and women's entrepreneurship between the hammer and the anvil—an issue we address before concluding our study.

**Keywords:** Entrepreneurial women, cultural barriers, gender discrimination, the economic sphere, work challenges

#### 1- مقدمة:

تغلغل الهيمنة الذكورية في نسيج المجتمعات المعاصرة، فتحدد مسارات القوة والسلطة، وتفرق بين من يحتل مركز القيادة ومن يُجبر على الهامش، ورغم الخطوات المتقدمة التي حققتها النسوة في مختلف الميادين، تبقى القيود الهيكلية والثقافية متربصة بمسيرتهن، تحد من إمكانات مشاركتهن الكاملة في صناعة القرار وتطوير المشاريع الاقتصادية والاجتماعية، ومن هذا المنطلق تتجلى إشكالية مركزية تتعلق ب: إلى أي مدى تحد الهيمنة الذكورية من قدرة المرأة الريادية على الانخراط الفعال في مجالات المشاريع والمبادرات الاقتصادية؟ وكيف يمكن تجاوز القيود الاجتماعية والثقافية الراسخة لتمكينها من ممارسة دورها الكامل في التنمية والابتكار؟

لتتفرع منها زمرة من التساؤلات عن:

- -مدى دعم المجتمع لنجاحات النساء، وما إذا كان يوفر لهن فضاءً للاعتراف

والتمكين، أم يعيد إنتاج التهميش من خلال نظرة محكومة بالعقلية الذكورية.

- إلى أي مدى تشكل التحيزات الاجتماعية والثقافية والتنظيمية عائقا أمام اندماج المرأة المهني وتحقيق المساواة الحقيقية في سوق العمل؟
- كيف يؤثر ضعف حضور المرأة في مواقع القرار على قدرتها على توسيع مشاريعها الريادية.
- كيفية تمكين المرأة من الموازنة بين أموميتها وطموحاتها الريادية، دون أن تستنزف طاقتها أو يتراجع حضورها في المشاريع والمبادرات الاقتصادية؟

إن دراسة هذه الإشكالية بتفرعاتها يمكننا من استشراف استراتيجيات فعالة لتجاوز القيود الاجتماعية والثقافية وتمكين المرأة الريادية من ممارسة حريتها، كما يسلط تحليل تأثير نقص حضورها في مواقع القرار الضوء على الحاجة إلى بنية أكثر عدلا تدعم المشاريع النسائية وتعزز مشاركتها في التنمية، ومن ثم يصبح البحث في هذه الظاهرة خطوة نحو تحقيق المساواة بين الجنسين، والتخفيف من وطأة الهيمنة الأبوية الذكورية وتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، بما يضمن إشراك نصف المجتمع في مسيرة التقدم.

#### أولا: الإكراهات الأسرية المقيدة لمسارات المرأة الاقتصادية:

رغم أن الأسرة تمثل الإطار الأول والنواة الأساسية التي تساهم في بناء شخصية الفرد وتوجيه مساره، إلا أنها في العديد من المجتمعات ما زالت تضيق على المرأة، بدلا من أن تدعم تمكينها وتصلق قدرتها، كثيرا ما تتحول في أحيان إلى حاجز يفرض عليها قيودا صارمة نتيجة الأعراف والتقاليد أو العقلية الأبوية السائدة، هذه القيود لا تمنع المرأة فقد من فرص العمل والاستقلال المالي، بل تؤدي إلى تكريس تبعية اقتصادية تضعف مكانتها وتعيق وجودها الفعال في التنمية، ومن هنا يبرز لزوم مساءلة هذا الدور الأسري باعتباره أحد العوائق البنيوية التي تحد من انخراط الأنثى في المجال الاقتصادي:

- الهيمنة الأبوية: عكس الإرث المجتمعي عبر تاريخه جملة من هياكل متجردة «لوعي ذات متعالية ومتمركزة ذكوريا، فلسفة لم تخلُ من رؤية بطيركية

باعتبارها الممثل الأوحـد للبشر، إرث يطمس الأشكال الجنسية المغيرة عنه» (بكاي، 2019م، صفحة 25)، كان للأنثى نصيبا من هذا التهميش وأُصـبـت بها صورة نمطية ومهيكلـة من طرف هذا الرجل كشكل فرعي وثانوي للمذكر، تقع المرأة تحت الهرم الذكوري أقل شأنًا منه ناقصة، هذه التصورات أَلقت ظلالها على الثقافة الشعبية والرسمية والاقتصادية، طالها الحجر التعبيري والقهر الثقافي وحتى السياسي خاضعة للهيمنة الذكورية، لا يعترف بها على أنها جنس آخر مختلف فهي ليست بالأنثى إنما ضلع الرجل، والنظام الأبوي مرتبط بشكل مباشر بالنظام البطرقي القبلي في الجزائر، حيث يسيطر الرجل على الملكية والقرارات الاجتماعية والوراثة تتم بطريقة أبوية تجدر من المرأة الطاعة والامتثال، تُنقل ملكيتها للآخر المتسيد والمتمركز حول ذاته الذي يلهمث للعب الدور التأسيسي في بناء وتشديد الحقائق، وخروجها لميادين تجعلها مستقلة ماديا هو عبارة عن تهديد لسلطة الرجل ومساس بمكانة الأسرة التقليدية، فتفرض عليها قيود تحد من حرية انتقائها للمجال التعليمي وصولا إلى المهني ناهيك عن فرصة الالتحاق بسوق العمل.

- الأدوار التقليدية: التي تتركز أساسا في البيت، بدءًا من الأمومة التي غدت كما لو أنها في عنصرها تعبير ركيك لدرجة الغرابة لكي تعرب عن تجارب تسعى فيها لأن تكون غائبة كليا عن ذاتها وحاضرة لدى أولادها بصورة لا حدود لها (أندري، 2009م، صفحة 31) ثم نقل القيم والعادات التي سبق لها ان ارتسمت على نهج الذكورة مما يبشر بميلاد فئة أخرى من النسوة الخاضعات، والاعتناء بالشؤون المنزلية، هذا ما يقلل وقتها وطاقتها، وقع عليها قرار المكوث داخل المنزل لتكون عاملة تحت رب العمل، فعبء هذه الأشغال اليومية يقتل رغبتها في المشاركة في الأنشطة الإنتاجية فيغيـب بهذا دخلها الذاتي وتكون رهينة للإنفاق الأسري مما يكرس تبعيتها الاقتصادية.

- الضغوط الاجتماعية والأعراف: تباشر القيم الاجتماعية والقوانين والأعراف والتقاليد اقضاء وجود المرأة بتحويل لقبها عند الزواج لتصبح وفق تلك المراسيم سلعة يقتنيها الرجل ويختتمها باسمه، على الرغم من أن الشريعة الإسلامية لا تُلزم المرأة بتغيير لقبها أو نسبها بعد الزواج بل يؤكد كتاب الله على



بقاء الإنسان منسوباً إلى أبيه في قوله تعالى (القرآن الكريم، بالرسم العثماني، رواية ورش، صفحة 418): «ادعوهن لأبائهم هو أقسط عند الله» الآية: 05 من سورة الأحزاب ولا بد من التنويه أن البلدان العربية الإسلامية لا تغير لقب الزوجة قانونياً، لكن إذا انتقلنا إلى المخيال الشعبي والعرف الاجتماعي نجد أنه يسلمها من نسبها الأبوي معية تسميتها الأنثوية فتنادى بزوجة فلان أو السيدة فلان (لقب الزوج)، ليكون نوعاً من «الاحتياال الاجتماعي والمبادرات التقليدية التي تكرر مبدأ التخلي عن الذات والنفس الأنثوية» (بكاى، 2019م، صفحة 221) تطاولات الخطاب الذكوري مست المعايير البيولوجية والاجتماعية والسنن الثقافية والقيم الأبوية والطوباويات الدينية، ونهجه القائم والسائد في الطبيعة والفكر والمجتمع الذي ينكر الذات النسوية، لتصبح فصائل من الموانع التي تشكل تحديات أمام مدنية المرأة التي تم التعامل معها على أنها مواطنة ثانوية. المنع المباشر أو غير المباشر: من «الكتاب المقدس العائلي الذي ينزله الأب أو الزوج من الرف والمرأة الورة تصغي ل: لتتعلم المرأة بسكوت في كل خضوع ولست آذن للمرأة أن تعلم ولا تتسلط على الرجال بل تكون في سكوت لأن آدم جُبل أولاً ثم حواء» (ستون، 1997م، صفحة 33) ولأن حواء خلقت من آدم وليس العكس وجب عليها الانصياع لما يقال «إن كن يردن أن يتعلمن شيئاً فليسألن رجالهن في البيت لأنه قبيح بالنساء أن تتكلم» (ستون، 1997م، صفحة 33) إن كان التدخل صريحاً وواضحاً من الأسرة أو الزوج لمنع المرأة من مزاولة النشاط الاقتصادي، يأخذ طابعاً مباشراً وقاطعاً لا نقاش فيه، أما ما يندرج تحت الجانب غير المباشر فيكون عن طريق ممارسة الضغوط النفسية والاجتماعية ضدها، تحميلها مسؤوليات منزلية تفوق قدرتها فيصبح من العسير الجمع بين العمل والعائلة، أو حتى تعمد التقليل من قيمة إنجازاتها المهنية.

الإكراه على الزواج في سن مبكرة: استناداً إلى ما سبق وما يُدلي به الفيلسوف «أرسطو» بمبدأ الذكورة عن أن المرأة مجرد شريك بيولوجي حيواني، تُحصر الأنثى داخل بوتقة ذكورية تُعلي من التمرکزات القضيبية لسانيا وأنثروبولوجيا وثقافيا وتُشيدها بصورة فاحشة حولتها من «المرأة إلى مجرد ثقب وفجوات (...) مستودع رغبات، للحشو وتحقيق الامتلاء الشهواني بما يطيب للجنس

الذكوري» (بكاي، 2019م، صفحة 17) فيسارع إلى تزويجها في سن صغيرة بدوافع اجتماعية رسمتها الثقافة «في هندستها الجندرية بشكل واع أو تحت قمع الهيمنة الأبوية» (بكاي، 2019م، صفحة 18) الأمر الذي يقطع مسارها التعليمي ويقوض فرصها في اكتساب المؤهلات اللازمة للاندماج في سوق العمل فتتجه إلى أدوارها التقليدية المرتبطة بالبيت ورعاية الأطفال.

- ضعف الدعم الأسري: غياب التشجيع الأسري وتزايد القيود المفروضة ضدها، يولد شعور الإحباط ويثبط رغبة المرأة في تحقيق ذاتها مهنيًا، فالعديد من النسوة اللاتي يمتلكن قدرات وكفاءات عالية لم يتمكن من استثمار قدراتهن بسبب هذه القيود ما ينعكس سلبًا على الاقتصاد الوطني.
- التحجج بـ «السمعة» أو «العيب»: يُنظر إلى انخراطها في الأنشطة الاقتصادية تهديدًا لسمعة العائلة، والأنشطة التجارية تضعها في احتكاك مباشر بالرجال، الأمر الذي يخلق لديها إحساسًا بالحرج والتردد مما يدفعها إلى العزوف عن العمل خشية الوصم والانتقاد.

#### ثانياً: النظرة المجتمعية وإشكالية الاعتراف بإنجازات النساء رائدات

عج التاريخ العربي بنسوة رائدات منذ القديم ونطرح على وجه التقديم والذكر من أمهات المؤمنين السيدة خديجة وعائشة رضي الله عنهما و«بنت خليفة وأخت خليفة، وأعني بها العباسية بنت المنصور وأخت الرشيد والرابعة: أول ملكة في الإسلام وأعني بها الملكة المصرية شجرة الدر، تلك التي قُرى اسمها في المنابر في خطب صلوات الجمعة» (حسين، 2020م، صفحة 16) أو تلك النسوة اللاتي كن مجاهدات حملن السيوف وضمنن الجراح وقدن المعارك: «لاله فاطمة نسومر» والجميلات الثلاثة «بوحيرد» و«بويشا» و«بوعزة» وغيرهن من النساء اللاتي ارتبط اسمهن بالنضال، التضحيات، والتعذيب الذي كشف للعالم بشاعة الاستعمار الفرنسي، كل عرفت بمجال مختلف عن الآخر أضافت سيرتها للساحة النسوية الفخر والاعتزاز، فالمرأة «ليست مجرد أيقونة للحمل أو الولادة أو كتلة رغائبية تتجاذبها الأهواء، بل نشاطات المرأة تتعدى تلك السياجات البيولوجية أو الدوائر الشهبونية» (بكاي، 2019م، صفحة 226) التي تحصر المرأة في أدوار منزلية تقليدية تضعف الاعتراف بقدراتها بيد أن المجتمع عرف بالتسلط الذكوري.

تُعد النظرة المجتمعية عاملاً أساسياً في تحديد موقع المرأة داخل المجالين الاقتصادي والريادي، إذ يظل الاعتراف بإنجازات رائدات الأعمال مرتبطاً بالتصورات السائدة والأعراف الاجتماعية التي غالباً ما تقلل من قيمة إسهامات المرأة وتحصرها في أدوار تقليدية ثانوية الذي تسعى إلى «تكرار الصور النمطية للمثل العليا الذكورية أو تحمل تمركزاً جنسياً بتحقيق أي شيء ينم عن المؤنث وهو ما يوطد لتصلب الذكورية ومساعدتها على إدامة هيمنتها وتطويق للفكر النسوي أو تهميشه مقابل ذلك (...) وما هي إلا وجه قبيح للعنصرية والطبقية» (بكاي، 2019م، صفحة 224) يقلل من قيمة إنجازات المرأة الريادية ويربط نجاحها بدعم الرجل أو الصدفة؛ ناهيك عن الوصم والانتقادات التي تلتصق بها تمس سلوكها وأخلاقيها فقط لأنها خرجت عن المألوف الذي رسمه المذكر داعماً لوجوده، ذلك أنه يعد نجاحها تهديداً لمكانته فيعمد إلى قصد التركيز على سلبياتها بدل تعداد إيجابياتها، فما هو إلا خطاب يغلق جبهة الاختلاف الجنسي ويكتنف أنظمة التحامل والنقد والتقويض السلبي يُكرس خطابات فلسفية تُعين المنتج النسوي «بكثير من السطحية أو الخجل أو تكتفي بالتصعيد والهجوم الحاد، وهو ما شكل للأسف نمطاً فكرياً جديلاً سائر الحركة النسوية العربية مع التأثيرات والمتمردات أمثال السعداوي»، (بكاي، 2019م، صفحة 16) رائدات الحركة النسوية اللواتي وجد في الكتابة النسوية ملاذاً يُناضلن فيه عن حقوقهن الثقافية ويكشفن عن أنوثتهن وعبقريتهن وكفاءتهن التي تزج الرجال وتهدد بها كيان المجتمع الأبوي، لتجن على الجانب الآخر إعلاماً يلعب دوراً في تعميم نجاحاتهن بتسليط الضوء على رواد الأعمال الرجال أكثر بكثير منهن حتى في المشاريع المشتركة.

عدم اعتراف بعض الرجال بإنجازات رائدات الأعمال ليس مجرد موقف فردي، بل نتاج ثقافة اجتماعية ذكورية تُحاول حصر المرأة وتعتبر نجاحها «استثناء» بدل أن يُنظر إليه كحق طبيعي ودليل كفاءة، لكن لا يفوتنا أن ننوه إلى أنه مع تقدم العلم والتعليم والتحضّر وزيادة مواقع الإعلام وتنوعها تعيد النظر في «المخيلات الإنسانية والثقافية المشبعة بالإعلاء من قصة الرجل وامتيازاته السياسية والتاريخية» (بكاي، 2019م، صفحة 27) بدأت النظرة تتغير تدريجياً وزاد تقبل المرأة الريادية عن ذي قبل، لكن ما زالت هناك حاجة إلى الإصلاح

الثقافي والتشريع فالاعتراف الحقيقي يتطلب ترسيخ وعي جديد يعزز المساواة التي تحترم التعاليم الدينية مع تطبيق فعلي للقوانين الضامنة لحقوق المرأة الاقتصادية.

### ثالثا: صعوبات التوظيف والتعامل مع الرجال داخل بيئة العمل

يُعد موضوع الاندماج داخل بيئات العمل وما يرتبط به من تفاعلات اجتماعية وثقافية من القضايا التي واجهتها المرأة في المجتمعات المعاصرة، إذ يكشف عن أبعاد متعددة تتصل بآليات المشاركة المهنية وأنماط التعامل اليومي، وما يرافقها من تحديات تعكس طبيعة البنى الفكرية والممارسات السائدة.

نبدأ من أن حقلي السياسة والاقتصاد قد استبعدا النسوة ومارسا طقوس الهيمنة إذ ضُخمت رؤوس الأموال الثقافية والمحكيات الرمزية ليظل مجال انفتاح المرأة محدودا ومثقلا بالخوف من اللاهوتي والدينيوي (بكاي، 2019م، صفحة 14)، ذلك أنه قد تم «حجب المرأة في السياقات الثقافية والتهوين من موضوعها، إن لم نقل نفيا صريحا لها على مر التاريخ وتمثل استحضارهن بصورة باهتة أو كنقيض للرجل فقط» (بكاي، 2019م، صفحة 22) بيد أن بعض أرباب العمل يفضلون توظيف الرجال في مجالات يرونهم أكثر ملاءمة لهم نظرا لمرجعياتهم السلطوية الذكورية، ناهيك عن غياب مبدأ تكافؤ الفرص حتى عند امتلاك نفس المؤهلات من خلال التمييزات التي تطال الرواتب والامتيازات بينهما، أما عن المقابلات فيعمدون إلى طرح أسئلة شخصية للنساء تخص الزواج والإنجاب كشرط ضمني للقبول لتكون الأسرة المعيق مرة أخرى بنظرة تقليدية.

حصولها على منصب العمل يفتح المجال أمام تحديات أخرى داخل بيئته؛ بعد أن تحدثت المرأة الرجل الذي شكك في قدراتها وكفاءتها من خارج بيئتها المهنية تجد رجلا آخر يقلل من شأنها داخل بيئتها؛ يقاطعها في الاجتماعات ولا يأخذ رأيها بمحض الجدية، أو إبعادها عن المهام ذات القيمة العالية أو المرتبطة بالترقيات إذ تُحصر في مهام إدارية أو تنظيمية بسيطة بدل المهام الاستراتيجية، ناهيك عن تعرضها للمضايقات الكلامية بتعليقات غير لائقة إلى التحرش المباشر، فمشاركتها إياه العمل من البداية يعتبره مساسا لمجاله المكاني «مصدر قلق يجسد اعتداء على

مهن الذكور كالمهن العسكرية وبعض المهن الصناعية» (عبدون، 2017م، صفحة 179) فيحاول التخلص من وضعية الضيق لا شعوريا.

إذن تتعرض المرأة في مسيرتها المهنية إلى جملة من التحديات التي تبدأ منذ مرحلة التوظيف، إذ تواجه تحيزا مبنيا على النوع الاجتماعي ونقصا في تكافؤ الفرص، إلى جانب ما قد تتعرض له من تمييز أثناء المقابلات وضعف في شبكات الدعم المهني، إضافة إلى القيود الثقافية التي تحد من حضورها في سوق العمل، وفي بيئة العمل ذاتها، تصطدم المرأة بصعوبات متعلقة بإثبات كفاءتها في ظل هيمنة الرجال على مواقع القرار، وعدم الاعتراف بإنجازاتها في المهام الجوهرية، مع حصرها في أدوار نمطية ثانوية، وهو ما يشكل عائقا أمام تقدمها المهني وتحقيق مبدأ المساواة الفعلية داخل محيط العمل.

رابعا: نقص حضور المرأة في مراكز القرار وتأثيره على قدرتها في توسيع مشاريعها إن تناول مسألة توسيع المشاريع الريادية يستدعي التوقف عند موقع المرأة داخل هياكل صنع القرار، فضعف حضورها في هذه المواقع لا يُعد مجرد غياب عددي بل يمثل عاملا مؤثرا يحد من قدرتها على تطوير مبادراتها وتوسيع أعمالها، ومن الأسباب التي تجعل المرأة تغيب عن هذه القرار نتطرق إلى ما يلي:

- الأدوار النمطية التقليدية التي تتقلدها المرأة داخل أسرتها من أعمال منزلية ورعاية وتربية الأبناء مزمنة مع ضغوطات العمل، يقلل من وقتها وطاقاتها مما ينتهي بتقليل فرص تطويرها لمهاراتها، فيضعف حضورها في مراكز القرار يجعل مساهماتها الاقتصادية ثانوية.

- ضعف الدعم الاجتماعي وقلة الخدمات اللازمة مثل دور رعاية الأطفال تجعل من تمكين المرأة اقتصاديا ضربا من التحدي خاصة في وجود الأب العازف عزوفا كليا عن المشاركة الأسرية في تحمل أعباء الأبناء.

- السلطة الأبوسية والتحكم في الموارد المالية يعصب على المرأة توجيه مسارات مداخيلها، وعليه النقص في الدعم والموارد ينعكس مباشرة على قدرة توسيع مشاريعها ودخولها المنافسات التجارية.

- الأزمات الاقتصادية وضعف القدرة الشرائية تزامنا مع انخفاض الدخل أو

البطالة مما يضاعف العبء المالي على الأسرة، فتكبح النسوة طموحاتهن أو تقبل وظائف غير مستقرة رغم امتلاكهن القدرات اللازمة.

غياب المرأة عن التمثيل القيادي يحرمها من فرص الحصول على السياسات والبرامج المساندة لمشاريعها ويقلل من إمكانية استفادتها من القروض والاستثمارات والتسهيلات المالية، مما يعمق التفاوت بينها وبين الرجل خاصة وأنه على الرغم من وجود تشريعات وقوانين مدنية تدعم وجود المرأة كعنصر منتج على الساحة الاقتصادية تعطيها مهام تمثيلية على مستوى المجالس البرلمانية المنتخبة، الالتزامات الدولية التي سُنّت للقضاء على التمييز ضد المرأة ومنه اتفاقية «سيداو» التي رفعت الجوائز التحفظ عنها مؤخرا، إلا أنها ما تزال ضعيفة التطبيق تواجه تحديات الدعم الحقيقي اقتصاديا بسبب الأعراف والعقليات الأبوية الذكورية،

إذن يمكن الوصول في النهاية إلى أن محدودية حضور المرأة في مواقع صنع القرار من العوامل التي تحد من قدرتها على توسيع مشاريعها الريادية، حيث يؤدي غيابها عن دوائر التأثير إلى تقليص فرصها في الوصول إلى مصادر التمويل والدعم، ويضعف إمكانية استفادتها من شبكات العلاقات الاستراتيجية، ونتيجة لذلك تبقى الكثير من المبادرات النسوية محصورة في نطاق ضيق، بما يعيق قدرتها على المنافسة وتحقيق الاستدامة، وهذا الاقصاء يعني فقدان المجتمع نصف طاقاته البشرية مما يُبطئ وتيرة التنمية الشاملة.

#### خامسا: الأمومة والمرأة الريادية: بين المطرقة والسندان

تواجه المرأة الريادية تحديا مزدوجا حين تتقاطع مسؤوليات الأمومة مع طموحاتها المهنية، فتجد نفسها بين «المطرقة» المتمثلة في القيود المجتمعية والالتزامات الأسرية - التي أطردنا الحديث عنها سالفا - و«السندان» المتمثل في الضغوط المهنية ومتطلبات النجاح في بيئة العمل، فلا بد من:

- تغيير النظرة المجتمعية من خلال كسر الصورة النمطية التي رُسمت حول مكونات الأسرة والدور المقدس لكل فرد منها، «من النساء اللاتي اخترن الأمومة والعمل ينجن غالبا طفلا واحدا أو اثنين، وكذا سعين إلى إدماج الزوج في المهام والممارسات الأمومية والوالدية بشكل عام، وكذا تقليص المهام المنزلية» (أمينة،

2023م، صفحة 507) كذلك اللجوء إلى الروضة ومتعدد الوسائل الالكترونية والأجهزة التي تساعد الأمهات على تسريع المهام المنزلية لتفسيح المجال الوقي للاعتناء العاطفي بأبنائها والتفرغ لعملها.

- إدماج التكنولوجيا والتحول الرقمي من خلال استغلال فرص العمل عن بعد وحضور الورشات الرقمية المتخصصة في الإدارة والابتكار والتسويق والمهارات الرقمية لتطوير قدراتها بشكل مستمر ولمراكبة متطلبات السوق دون الحاجة إلى الخروج من المنزل، مع متابعة «بودكاست» تحالفات نسائية لتبادل الخبرات؛ بهدف توجيهي وإرشادي فيما يتعلق بكيفية الموازنة بين الحياة المهنية والأسرية، ترفع عنها الضغوطات النفسية ومشاعر الإحساس بالذنب وتقدم لها دعما نفسيا.

- التأكيد على ضرورة المساندة الاجتماعية في التخفيف من الضغوط المهنية لدى النساء العاملات، لتعزيز ثقافة المساواة (القادر، 2021م، صفحة 43)

- تحفيز ثقافة الابتكار عبر تسليط الضوء على قصص نجاح نسائية رغم الضغوط، وتشجيعها على اعتماد أفكار مبتكرة وتقديم مشاريع خلاقة من خلال مسابقات وجوائز خاصة بالريادة النسائية.

إذن نصل إلى أنه رغم أن المرأة الريادية محاصرة بتحديات الهيمنة الذكورية ومسؤوليات الأمومة إلا أنه بتوفير الدعم المؤسسي والمجتمعي، وتعزيز تمثيلها في مواقع القرار، وبناء شبكات دعم وتدريب مستمر، يمكن تحويل هذه التحديات إلى فرص لتعزيز مشاركتها الفاعلة وتحقيق التنمية الاقتصادية.

## الخاتمة

ختاما، وبعد استعراض ما تقدم من التحليل يبين أن المرأة الريادية ما تزال محاطة بعوائق متجذرة في البنية الأسرية والاجتماعية، تنصدها منظومة ذهنية وثقافية يغلب عليها الطابع الذكوري الذي يحد من استقلاليتها ويقيد طموحاتها في المجال الاقتصادي، ويمكن القول أن الإشكالية لا تكمن في ضعف قدرات المرأة، ما يجعل الخاتمة فرصة لتسليط الضوء على أهم النتائج المستخلصة:

- تعد المرأة الجزائرية عنصرا محوريا في الأسرة والمجتمع، غير أنها ما تزال تواجه

إكراهات متعددة تحد من مساهماتها الاقتصادية، فمن جهة تثقلها الأدوار التقليدية المرتبطة بتربية الأطفال ورعاية شؤون المنزل، وتخضع لهيمنة أبوية تضعف استقلاليتها المالية وتكرس تبعيتها للرجل، ومن جهة أخرى يمارس المجتمع عليها ضغوطات مباشرة وغير مباشرة عبر الأعراف والتقاليد والمخاوف الاجتماعية. فتتقلص بذلك فرصها في العمل وتطوير قدراتها المهنية، وعلى الرغم من وجود نصوص قانونية وتشريعات داعمة لحقوقها الاقتصادية، فإن ضعف تطبيقها بفعل سلطة العادات يجعل تأثيرها محدودا، ما تزال المرأة تعيش تحت ضغط مزدوج بين متطلبات البيت واستحقاقات العمل، الأمر الذي يعكس حجم التحديات المستمرة أمام تمكينها الاقتصادي.

- النظرة المجتمعية تلعب دور كبير في تحديد مكانة المرأة الريادية والاقتصادية، رغم نجاح رائدات الأعمال، كثيرا ما تُقلل الأعراف والتصورات الذكورية من إسهاماتهن أو تحصرها بأدوار ثانوية.

- تواجه المرأة عراقيل متعددة تبدأ من التوظيف، كغياب تكافؤ الفرص والقيود الثقافية، لتستمر داخل بيئة العمل في صورة صعوبة إثبات الكفاءة أمام هيمنة الرجل، والتقليل من إنجازاتها، إضافة إلى المضايقات والتهميش في المهام الأساسية، مما يحد من فرصها في التقدم والمساواة المهنية.

- يُعد ضعف تمثيل المرأة في مراكز صنع القرار عاملا مؤثرا في محدودية قدرتها على توسيع مشاريعها، إذ يحرمها من النفاذ إلى شبكات النفوذ والدعم المؤسسي، كما يقيد فرصها في الحصول على الموارد والتمويل والتسهيلات اللازمة، هذا النقص في الحضور القيادي لا يعكس فقط إقصاء غير مباشر، بل يساهم كذلك في إبطاء نمو المشاريع الريادية النسوية ويحول دون استدامتها على نطاق أوسع.

- لمواجهة التحديات التي تواجهها المرأة الريادية بين مسؤوليات الأمومة ومتطلبات العمل، يصبح من الضروري تبني سياسات عمل مرنة تتيح لها التوازن بين الحياة الأسرية والمهنية، إلى جانب توفير دعم مؤسسي مثل حضانات قريبة وتمويل ميسر لمشاريعها، بينما تتيح شبكات الدعم والتدريب مهاراتها الريادية والإدارية، بما يمكنها من تحويل التحديات إلى فرص حقيقية للابتكار والنمو الاقتصادي.



## قائمة المصادر:

1. القرآن الكريم، بالرسم العثماني، رواية ورش، دار التحفيظ.

## قائمة المراجع العربية:

2. قدرية حسين، (2020م)، شهيرات النساء في العالم الاسلامي، ت: عبد العزيز أمين الخانجي، ط3، المملكة المتحدة: هنداي.
3. محمد بكاي، (2019م)، جدل النسوية. فصول نقدية في إزاحة الدوغماتيات الأبوية، ط1، الرباط: الأمان.
4. مصطفى عبدون، (2017م)، علم النفس الاجتماعي والممارسات العنيفة في المجتمع الجزائري، (د.ط)، الجزائر: مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم.
5. عيساوي أمينة، 2023م، «استراتيجيات مواجهة صعوبات الحياة وضغوطاتها لدى الأم العاملة والأم الماكثة في البيت داخل الأسرة الجزائرية. دراسة وصفية مقارنة على مجموعة من أمهات ن مدن مختلفة من الجزائر»، مجلة روافد، المجلد: 7 العدد: 2،
6. هوارى ابراهيم وبوقوق عبد القادر، أكتوبر 2021م، «استراتيجية مواجهة الضغط لدى المرأة العاملة المتزوجة (عينة من أستاذات بجامعة ورقلة)»، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد: 4، العدد: 2.

## قائمة المراجع المترجمة:

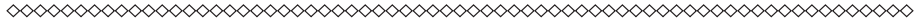
7. جاك أندري وآخرون، (2009م)، جنون الأمومة الطبيعي، ت: اسكندر معصب، ط1، بيروت: مجد.
8. مارلين ستون، (1997م)، يوم كان الرب أنثى. «نظرة اليهودية والمسيحية إلى المرأة، ت: حنا عبود، ط1، سوريا: الأهالي.



# ما وراء التحديات: قراءة سوسيولوجية في صراع المرأة المقاتلة بالجزائر مع العنف الرمزي

## Beyond the Challenges: A Sociological Reading of the Conflict of Women Entrepreneurs in Algeria with Symbolic Violence

حسينة سعدي<sup>(1)</sup>، عبد القادر مهدي  
جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)  
جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)



### ملخص:

نحاول في هذه الورقة البحثية الكشف عن التحديات التي تواجه المرأة المقاتلة في الجزائر، بتجاوز الجانب المادي والتقني الداعم لمشاريع المقاتلات النسوية، والتركيز على ما تمارسه البني الاجتماعية المهيمنة من عنف رمزي دائم ومستمر، ينتج لنا صراعا في الأدوار والمكانة وآليات لإعادة انتاج الهيمنة، مما يطرح سؤالاً جوهرياً عن كيفية عمل العنف الرمزي كآلية خفية من خلال الممارسات الاجتماعية للسلطة الذكورية في سيف ما يعرف بالهابيتوس لدى بير بورديو، لقراءة نقدية ومعطيات تطبيقية تحدد لنا مدى انعكاس تلك الممارسات الاجتماعية على مستقبل عمل المقاتلات من حيث نوع النشاط الممارس واستثمارهن ضمن سياسات الدعم والمرافقة بما يخدم دورهن التنموي والمجتمعي، مع صياغة لتوصيات بعيدة كل البعد عن الحلول التقليدية.

كلمات مفتاحية: المقاتلات النسوية (ريادة الأعمال)، العنف الرمزي، رأس المال الرمزي، الفعل الاجتماعي، الفاعل الاستراتيجي، النضال من أجل الاعتراف، الجزائر.

### Abstract:

Cet article de recherche s'attache à mettre en lumière les défis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures en Algérie, en dépassant le

---

(1) SAADI Hassina, e-mail: [saadi.socio@gmail.com](mailto:saadi.socio@gmail.com).

cadre du soutien matériel et technique à leurs projets pour se concentrer sur la violence symbolique persistante et continue perpétrée par des structures sociales dégradantes. Cette violence engendre des conflits de rôles et de statut, ainsi que des mécanismes de reproduction de la domination. Ceci soulève une question fondamentale: comment la violence symbolique opère-t-elle comme un mécanisme caché au sein des pratiques sociales du pouvoir patriarcal, telles que définies par le concept d'« habitus » de Pierre Bourdieu ? L'article propose une analyse critique et des données concrètes afin de déterminer dans quelle mesure ces pratiques sociales influencent l'avenir des femmes entrepreneures, en considérant les types d'activités qu'elles entreprennent et leur investissement dans des politiques de soutien et d'accompagnement qui contribuent à leur développement et à leur rôle au sein de la société. Enfin, l'article formule des recommandations qui s'écartent des solutions traditionnelles.

**Keywords:** Female Entrepreneurship, Symbolic Violence, Symbolic Capital, Social Action, Strategic Actor, Struggle for Recognition, Algeria

#### 1- مقدمة:

تمثل المساواة النسوية في الجزائر اليوم ظاهرة متعددة الأوجه وذات أهمية استراتيجية متزايدة، فعلى المستوى الاقتصادي، يُنظر إليها كرافد أساسي لتنويع الاقتصاد وخلق الثروة وفرص العمل، خاصة في ظل التحولات التي يعرفها سوق الشغل وأزمة العمل المُأجور. وعلى المستوى الاجتماعي، تُعتبر المساواة النسوية آلية محورية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتحديدًا الهدف الخامس المتعلق بالمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. (الأمم المتحدة، 2015)

وانطلاقاً من هذه الأهمية المزدوجة، شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بتشجيع المبادرات المساواتية للنساء، وذلك من خلال حثهن على الاستفادة من آليات الدعم المؤسسي العامة المتاحة لكلا الجنسين، مثل

تلك التي تديرها وكالة دعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) ووكالة تسيير القرض المصغر (ANGEM) ورغم أن هذه الآليات مفتوحة للجميع، إلا أن هناك خطاباً رسمياً يركز على أهمية انخراط المرأة فيها كجزء من استراتيجيات التنمية الوطنية أنظر مثلاً: (سعود وساعو، 2023، الصفحات 167-184)، وهذا استناداً إلى فرضية أن التمكين الاقتصادي للمرأة عبر مشروعها الخاص سيؤدي حتماً إلى تحولات إيجابية في مختلف جوانب حياتها.

غير أن الانتقال من الخطاب الرسمي والآمال المعقودة إلى الواقع الميداني يكشف عن صورة أكثر تعقيداً، فمسار المرأة المقاتلة في الجزائر، كما توثقه الأدبيات الأكاديمية والدراسات الميدانية بشكل متواتر، محفوف بتحديات بنيوية لا يمكن تجاهلها. فإلى جانب العوائق المشتركة التي تواجه كل المقاتلين، تواجه المرأة تحديات إضافية ذات طبيعة جندرية عميقة. فدراسات أكاديمية متخصصة مثل (شلال، 2017، الصفحات 107-120) (سلامي م.، عوائق المقاولاتية النسوية في الجزائر، 2021، الصفحات 651-666) إلى جانب التحليلات الصادرة عن مؤسسات البحث الوطنية الكبرى، كلها تجمع على وجود جدار غير مرئي يحد من قدرة النساء على الانطلاق والنمو. إذ ترصد الدراسات الصادرة عن مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية (CREAD) باستمرار وزن البيئة الاجتماعية كعامل معرقل أنظر مثلاً، المساهمات في: (Abedou, Boufeldja, & Ferfera, 2023)، بينما تقدم التحليلات الصادرة عن المركز الوطني للبحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية (CRASC) إطاراً لفهم هذه التحديات كجزء من صراع أوسع تخوضه المرأة ضد أشكال العنف في سعيها لاقتحام الفضاء العام (Benghabrit-Remaoun, 2002, pp. 21-43) وتخلص هذه الأدبيات مجتمعةً إلى أن صعوبة التوفيق بين الأدوار الأسرية والمهنية، والقيود الثقافية، ونقص الشبكات الداعمة، والضغط الذي يمارسه المحيط الاجتماعي، هي من أبرز تجليات هذا الجدار غير المرئي.

ويتجلى الأثر الملموس لهذه التحديات البنيوية بشكل واضح في الأرقام الرسمية لأجهزة الدعم نفسها ففي دراسة سوسيولوجية حديثة حللت بيانات وكالة دعم التنمية المقاولاتية (ANADE) في ولاية تيزي وزو، تبين أن النساء، رغم

أنهن يمثلن حوالي ثلث المبادرات المقاولاتية المقدمة (114 ملفاً من أصل 360)، إلا أن مساهمتهن يتعرض لـ «قمع تصفية» مقلق. فبين مرحلة الحصول على الموافقة المبدئية ومرحلة التأسيس الفعلي، تصل نسبة «التسرب» (Attrition Rate) لدى النساء إلى حوالي 34%، وهي نسبة قريبة من تلك المسجلة لدى الرجال (حوالي 30%). (ثيزيري وشاوش، 2023، الصفحات 593-613)

ورغم أن هذا الفارق قد لا يبدو كبيراً من الناحية الإحصائية البحتة، إلا أنه يكتسب دلالة سوسيولوجية عميقة خاصة وأن نسبة مبادرة النساء للمقاولاتية لا تتعدى ثلث المبادرات، هذا يجعلنا نتساءل: «بالنظر إلى أن النساء اللاتي يصلن إلى هذه المرحلة المتقدمة (الموافقة الإدارية) قد أثبتن بالفعل جودة مشاريعهن وجديتهن. فلماذا لا تكون نسبة نجاحهن أعلى من الرجال، أو على الأقل متساوية تماماً؟ إن هذا «التسرب»، حتى لو كان متقارباً، يثير تساؤلات جدية حول وجود حواجز غير مرئية – اجتماعية ورمزية – تظهر بقوة في «الكيلومتر الأخير» من المسار المقاولاتي الماراتوني الذي جابته المرأة المقاولاتية. فتمنعها بالتالي من تحويل الموافقة الإدارية إلى واقع اقتصادي ملموس وهذا التساؤل هو ما يقع في صميم إشكالية هذه الورقة.

من هنا، تنطلق الإشكالية المحورية لهذه الورقة، والتي تتجاوز السؤال الوصفي حول «ما هي» التحديات، لتطرح سؤالاً تفسيرياً أعمق:

«كيف يمكن فهم وتأويل التحديات التي تواجه المرأة المقاولاتية في الجزائر؟ وإلى أي مدى يمكن اعتبار أن هذه التحديات ليست مجرد عوائق عملية، بل هي آليات منظمة لإعادة إنتاج الهيمنة؟ وكيف يعمل «العنف الرمزي» كآلية خفية من خلال هذه الممارسات؟»

وللإجابة على هذه الإشكالية، تقترح هذه المداخلة اعتماد قراءة سوسيولوجية نقدية تتطلب «قطيعة إبستمولوجية» مع النظرة التبسيطية، وذلك بالاستناد إلى الإطار النظري لبيير بورديو فرضيتنا الأساسية هي أن هذه التحديات التي تبدو متفرقة، هي في الحقيقة تجليات لنسق واحد ومتكامل من «العنف الرمزي» (English: Symbolic Violence; Français: Violence symbolique)، الذي يسمح

بالكشف عن آليات الهيمنة الخفية التي تشتغل من خلال الممارسات اليومية.

وبناء على هذا، تهدف هذه الورقة إلى إعادة تأويل أبرز التحديات التي تواجه المرأة المقاتلة في الجزائر، ليس كعقبات، بل كآليات لممارسة «السلطة الرمزية» الذكورية.

ولتحقيق هذا الهدف، سنعرض في المحور الأول الإطار النظري الذي نتبناه، موضحين مفاهيم «الحقل»، و«رأس المال»، و«العنف الرمزي» ثم ننقل في المحور الثاني لتطبيق هذا الإطار على تحليل تحديات محددة في السياق الجزائري، مستشهدين بدراسات تطبيقية ذات الصلة لنخلص في النهاية إلى مناقشة الانعكاسات العملية لهذه القراءة النقدية على مستقبل سياسات دعم المقاتلات النسوية في الجزائر، وتقديم توصيات تتجاوز الحلول التقليدية.

المحور الأول: تأصيل المفهوم، من «ريادة الأعمال» إلى «المقاتلات النسوية» كفعل اجتماعي مجندر

#### 1.1. معالجة اصطلاحية: «المقاتلات» أم «ريادة الأعمال»؟

في البداية، لا بد من وقفة مصطلحية لتحديد مفاهيمنا بدقة، فبينما يستخدم منظمو هذا الملتقى الموقر مصطلح «ريادة الأعمال النسوية»، وهو ترجمة شائعة للمصطلح الأنجلوساكسوني (Female Entrepreneurship)، فإن هذه الورقة تتبنى بشكل واعٍ مصطلح «المقاتلات النسوية» (Entrepreneuriat féminin) هذا الاختيار ليس اعتباطياً، بل هو قرار منهجي ونظري يستند إلى الحجج التالية:

#### أولاً- الارتباط بالتقليد الفكري

يرتبط مصطلح «المقاتلات» (Entrepreneuriat) بشكل وثيق بالتقاليد الاقتصادية القارية (الفرنسية والنمساوية)، التي تعود إلى مفكرين مثل كانتيون وساي وشومبيتر. هذا التقليد كان دائماً مهتماً بتحديد «وظائف» المقاتل كفاعل مركزي ومستقل في النظام الاقتصادي. في المقابل، يرتبط مصطلح «ريادة الأعمال» غالباً بالتقليد الأنجلوساكسوني الكلاسيكي (مع رواد مثل آدم سميث وريكاردو) والذي لم يركز كثيراً على «المقاتل» كفاعل مستقل، بل كان يميل إلى دمجهم ضمن دور «المدير-المسير» (Manager) أو «الرأسمالي» (Capitalist).

## ثانياً- تجاوز النموذج الشومبييري المضخم

يرتبط مصطلح «رائد الأعمال» (Entrepreneur) بشكله المعاصر بشكل كبير بالصورة التي رسمها شومبيتر عن «المجدد البطولي». ورغم أهمية هذا التعريف التأسيسي، إلا أنه يميل إلى حصر الظاهرة في الحالات الاستثنائية للابتكار الجذري. وقد قام حقل دراسات «ريادة الأعمال» (Entrepreneurship Studies)، الذي تطور بشكل كبير في الولايات المتحدة، بـ «استيراد» وتضخيم هذا الجانب البطولي، وربطه بالثقافة الأمريكية التي تقدر «البطل الفرد»، مع إيلاء اهتمام خاص ومكثف لـ «سيكولوجية» الرائد.

فقد ركز هذا التقليد بشكل كبير على دراسة «السمات» (Traits) والدوافع النفسية التي تميز الرائد عن غيره. كما يتضح في أعمال ديفيد ماكلياند ومفهومه الشهير عن «الحاجة للإنجاز» (Need for Achievement) وقد أدى هذا التوجه إلى هيمنة المقاربات السيكولوجية والسلوكية التي تبحث في «الصندوق الأسود» لشخصية الرائد. ورغم أن هذا التوجه قد انتقل لاحقاً إلى الأدبيات القارية، إلا أن مصطلح «المقاولاتية» كمفهوم والذي طوره علماء التسيير بفرنسا خاصة هو ما يسمح لنا بالابتعاد عن هذه الهالة الاستثنائية والنفسية، وتبني رؤية أوسع وأكثر واقعية تشمل كل أشكال إنشاء القيمة، بما في ذلك المشاريع الصغيرة والتقليدية التي تمثل غالبية الممارسة النسوية لأنه يدعونا إلى التركيز على «الفاعل في سياقه» وعلى «الفعل» الذي يقوم به، بدلاً من التركيز الحصري على «شخصية» الفاعل وسماته النفسية.

وهذا الانتقال في التركيز، من «الرائد» كشخصية استثنائية إلى «المقاولاتية» كفعل اجتماعي سياقي، يؤسس بشكل منهجي لمقاربتنا التي تعتبر هذه الظاهرة «مادة للتحليل السوسيولوجي» بامتياز. (بوساق، 2019)

## ثالثاً- التركيز على «الفعل» لا «النتيجة»

وهذا هو التمييز الأهم، فنحن في هذه الدراسة لا نهتم بـ «المؤسسة» (L'entreprise) كنتيجة نهائية وكيان قانوني، بل نهتم بـ «المقاولاتية» (L'entrepreneuriat) كـ «عملية» (processus) وكـ «فعل» (agir) مستمر، فالمقاولاتية هي مجموع الأفعال



والممارسات والتفاعلات التي يقوم بها الفاعل لإنشاء وتطوير مشروعه. إنها «فعل» وليست «شيئاً» هذا التركيز على «الفعل» هو ما يجعل الظاهرة قابلة للتحليل السوسيولوجي، ويتيح لنا دراسة الصراع والتفاوض الذي يحدث أثناء هذه العملية. لذلك، فإن اختيار مصطلح «المقاولاتية» هو ما يسمح لنا بالتركيز بشكل دقيق على «الممارسة اليومية والصراع الاجتماعي الذي تخوضه المرأة»، بدلاً من التركيز على سماتها السيكلوجية أو النتائج الاقتصادية لمشروعها فقط.

## 2.1. المقاولاتية كفعل وعملية: تجاوز النظرة الاقتصادية والإجرائية

إن فهم المقاولاتية يتطلب تجاوز التعريفات الاقتصادية البحتة أو الإجرائية المبسطة. فبينما يمكن تعريف «المقاولاتية النسوية» إجرائياً بأنها العملية التي تقوم من خلالها امرأة بتحديد فرصة وتعبئة الموارد لإنشاء وتسيير وحدة اقتصادية، بهدف خلق قيمة مع تحمل المخاطر المترتبة على ذلك (أنظر مثلاً، التعريفات المستخدمة في أعمال: سلامي، 2021: CREAD) فإن هذا التوصيف الخفي للعملية لا يلتقط جوهر الظاهرة وتعقيدها رغم فائدته في تحديد ملامح الظاهرة، فالفهم السوسيولوجي العميق يتطلب تجاوز هذا المستوى الإجرائي.

لقد تطور فهم المقاولاتية بشكل كبير عبر تاريخ الفكر الاقتصادي والاجتماعي. فبعد أن كانت مرتبطة بصورة «المجدد» الذي يحطم التوازن الاقتصادي عند جوزيف شومبيتر، انتقل التركيز في الأدبيات الحديثة من دراسة «سمات» المقاول إلى تحليل «سلوكه» و«أفعاله»، كما يرى بيتر دروكر (سايي، مقارنة نظرية حول تطور الفكر المقاولي، 2013، الصفحات 211-224)، إن هذا الانتقال من سؤال «من هو المقاول؟» إلى سؤال «ماذا يفعل المقاول؟» هو ما فتح الباب أمام التحليل السوسيولوجي.

وفي هذا السياق، تقدم الأدبيات الأكاديمية تعريفات نظرية أكثر تركيباً تسعى لتجاوز الاختزال الاقتصادي. ففي محاولتهما لرسم «خريطة» حقل البحث المقاولاتي، يقترح تيري فيرستريت وآلان فايول أن الظاهرة المقاولاتية يمكن فهمها من خلال التفاعل الجدلي بين «الفرد» بخصائصه ورؤيته، و«السياق» الذي يعمل فيه، و«الفعل» المقاولاتي الذي يقوم به، و«المؤسسة» التي يتم إنشاؤها.

فالظاهرة المقاولاتية كما يعرفانها، هي:

«حوار بين فرد (أو مجموعة أفراد) وبين فرصة عمل، يتم إدراكهما في سياق معين، ويؤدي هذا الحوار إلى خلق قيمة جديدة، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية، وذلك من خلال إنشاء منظمة.» (Fayolle & Verstraete, 2005, p. 14)

### 3.1. خصوصية المقاولاتية النسوية: ليست نسخة مؤنثة

وهنا نصل إلى النقطة الحاسمة: إن تطبيق هذه التعريفات العامة للمقاولاتية على تجارب النساء دون عدسة نقدية هو خطأ منهجي، فالمقاولاتية النسوية ليست مجرد «مقاولاتية يمارسها فاعل مؤنث»، إنها ظاهرة مختلفة نوعياً، لأن الفاعلة هنا (المرأة) تدخل إلى «الحقل» المقاولاتي وهي محملة بـ «هايتوس» مختلف، وتملك أنواعاً وأحجاماً مختلفة من «رأس المال»، وتواجه «عنفاً رمزياً» لا يواجهه نظيرها الرجل.

ولما كان الأمر كذلك، وجب فهم المقاولاتية النسوية كـ «فعل اجتماعي مجندر» (Gendered Social Action)، أي أن فعلها يتشكل ويتلون ويتحدد في كل لحظة بكونها «امرأة» في مجتمع له تصورات وبناه الجندرية الخاصة (شلال، 2017، الصفحات 107-120) فهي لا تبدأ من نفس نقطة الانطلاق، ولا تلعب بنفس القواعد، ولا تحظى بنفس الاعتراف، وهذا التباين الجذري هو ما يبرر الحاجة إلى إطار نظري نقدي لتحليل تحدياتها، وهو ما سنعرضه في المحور التالي.

### المحور الثاني-الإطار النظري: المقاولاتية النسوية كصراع في حقل اجتماعي

لفهم التحديات التي تواجه المرأة المقاتلة، لابد من بناء إطار نظري يتجاوز التوصيفات السطحية ومن أجله تقترح هذه الورقة إطاراً متكاملًا يركز على سوسيولوجيا بيير بورديو، مع إغناؤه برؤى من نظريات الفعل الاجتماعي الأخرى.

### 1.2. الحقل المقاولاتي كساحة للصراع الرمزي «صراع الأدوار وفرض المكانة الغالبة»

إن نقطة الانطلاق في تحليلنا هي استبدال مفهوم «السوق» الاقتصادي المحايد، بالمفهوم السوسيولوجي لـ «الحقل» (Champ) كما صاغه بيير بورديو.

حيث يرى بورديو أن العالم الاجتماعي ليس بنية متجانسة، بل هو فضاء مقسم إلى «حقول» متعددة ومتداخلة (كالحقل الاقتصادي، السياسي، الثقافي)، لكل منها منطقها الخاص وقواعده غير المكتوبة التي تحكم الصراع بين الفاعلين فيه (Bourdieu, Questions de sociologie. Les Éditions de Minuit., 1984) هو ساحة لعب لها قواعدها ومنطقها الخاص (Nomos)، ويدور فيها صراع مستمر بين اللاعبين من أجل السيطرة على «الرهان» (enjeu) الأساسي في ذلك الحقل (عليوة، 2018، الصفحات 140-152). على سبيل المثال، في الحقل الأكاديمي، الرهان هو «الهيبة العلمية»، أما في الحقل المفاوضاتي، فإن الرهان لا يقتصر على «رأس المال الاقتصادي» (الربح)، بل يشمل أيضاً «رأس المال الرمزي» (السمعة والمصداقية). وبعبارة أخرى، هو ساحة قوى، ومجال للصراع يهدف فيه الفاعلون (الأفراد والمؤسسات) إلى الحفاظ على مواقعهم أو تحسينها من خلال التنافس على نوع معين من «رأس المال» (Capital) الذي يمثل الرهان الأساسي في ذلك الحقل (عليوة، 2018، الصفحات 140-152).

عند تطبيق هذا المنظور، نرى أن المفاوضات النسوية في الجزائر لا تمارس في فضاء معزول، بل داخل «حقل مفاوضاتي مجندر» (champ entrepreneurial genre)، أي أن قواعده وقيمه قد تشكلت تاريخياً بشكل يخدم الرؤى الذكورية، وهذا يعني أن دخول المرأة إلى هذا الحقل هو دخول لاعبة جديدة إلى ساحة صراع، حيث تجد نفسها مضطرة ليس فقط لإثبات كفاءتها الاقتصادية، بل ولخوض «صراع رمزي» (lutte symbolique) من أجل تغيير قواعد اللعبة نفسها وفرض شرعية وجودها وهذا ما تؤكد بشكل مباشر دراسة خيرى وحريرية (2021) عندما تصف المفاوضة النسوية في الجزائر بأنها «رهان ثقافي واجتماعي» بالدرجة الأولى وتترجم هذه الطبيعة الصراعية للحقل في توزيع غير متكافئ للدعم المؤسسي نفسه، حيث تسيطر النساء على جهاز القرض المصغر (أكثر من 60%) بينما لا تتجاوز نسبتهن 11% في أجهزة الدعم الكبرى، مما يكشف عن بنية «مجندرة» للحقل المفاوضاتي المدعم (سعود وساعو، 2023، الصفحات 167-184).

## 2.2. «السلطة الرمزية» و«العنف الرمزي» كآليات للهيمنة

إن الصراع داخل الحقل لا يُحسم بالقوة المادية فقط، بل بآليات أكثر خفاءً، أهمها «السلطة الرمزية» (autorité symbolique)، وهي سلطة غير مرئية، تفرض تعريفات ورؤى للعالم على أنها «طبيعية» و«بدئية»، ويتم قبولها من طرف الخاضعين لها بشكل لاشعوري، وهو ما يسميه بورديو بـ«التواطؤ» (complicité) بين المسيطر والمسيطر عليه (لقوس علي، 2016، الصفحات 39-46). تتجلى هذه السلطة في سياقنا من خلال الأفكار السائدة التي تبدو «بدئية» مثل «الرجل أقدر على إدارة الأعمال» أو «مكان المرأة هو بيتها».

أما الأداة التي تعمل بها هذه السلطة فهي «العنف الرمزي» (violen- symbolique). وهو عنف ناعم وغير محسوس، يُمارس عبر اللغة والتربية والأعراف، ويؤدي إلى استبطان (internalisation) علاقات الهيمنة بحيث تبدو جزءاً من «طبيعة الأشياء» (Bourdieu, La domination masculine. Seuil., 1998). وبالتالي فإن التحديات التي تواجه المرأة المقاتلة - كالكسك في قدراتها، أو حصرها في أدوار معينة - ليست مجرد صعوبات متفرقة، بل هي تجليات يومية لهذا العنف الرمزي الذي يهدف إلى تذكيرها بـ«مكانها الطبيعي» وإبقائها على هوامش الحقل الاقتصادي. وبهذا الإطار، تنتقل من رؤية التحديات كـ«عوائق» تقنية، إلى فهمها كـ«آليات» للهيمنة الرمزية، مما يمهد لتحليل أعمق للواقع المعاش.

## 3.2. عدسات مكملّة: من البنية إلى الفاعل الاستراتيجي وطبيعة الفعل

بينما يقدم بورديو «خريطة» البنية وقواعد الصراع، فإن فهمنا يصبح أكثر اكتمالاً عند إغناء هذا الإطار بعدسات نظرية مكملّة تركز على الفاعل وطبيعة فعله: - الفاعل الاستراتيجي عند ميشال كروزيه: يرى كروزيه أن الأفراد، حتى في ظل أقصى القيود البنيوية، ليسوا مجرد ضحايا سلبيين للنظام، بل هم «فاعلون استراتيجيون» يمتلكون «هامش حرية» (Marge de liberté)، وقدرتهم تكمن في استغلال «مناطق اللاتيقن» (Zones d'incertitude) في النظام لصالحهم (عليوة، 2018، الصفحات 140-152). هذه العدسة أساسية لنا، لأنها تسمح برؤية المرأة المقاتلة ليس فقط كخاضعة للعنف الرمزي، بل أيضاً كـ«لاعب»

ذكية تتفاوض وتقاوم وتخلق مساحات خاصة بها.

- أنماط الفعل الاجتماعي عند ماكس فيبر: يحذرنا فيبر من اختزال كل الأفعال البشرية في منطق واحد، فالفعل المقاوлатي للمرأة ليس بالضرورة مجرد «فعل عقلاني مرتبط بهدف» (الريح)، بل قد يكون في جوهره «فعلاً عقلانياً مرتبطاً بقيمة» (تحقيق الذات، الاستقلالية، إثبات الجدارة)، أو حتى قد تحركه دوافع «عاطفية» (الرغبة في تأمين مستقبل الأبناء) (Weber, 1971). وعليه فإن هذه العدسة تسمح لنا بفهم الدوافع المعقدة وراء انخراط المرأة في المقاومة، وتمنعنا من الوقوع في التفسيرات الاقتصادية البحتة.

إن هذا الإطار النظري المتكامل، الذي يجمع بين تحليل البنى عند بورديو وفهم استراتيجيات الفاعل عند كروزيه وطبيعة فعله عند فيبر، هو ما سيمكننا في المحور التالي من تقديم تحليل شامل وعميق للتحديات التي تواجه المرأة المقاومة في الجزائر.

### المحور الثالث: تحليل الصراع الرمزي: من تجليات الهيمنة إلى استراتيجيات المقاومة

في ضوء الإطار النظري المتكامل الذي تم طرحه آنفاً، ننتقل الآن من التأسيس المفاهيمي إلى التطبيق التحليلي. سيسعى هذا المحور إلى إعادة قراءة أبرز التحديات التي تواجه المرأة المقاومة، ليس كعوائق عملية فحسب، بل كجزء من ديناميكية صراع أوسع. ولتحقيق هذا الهدف، سيتم تقسيم هذا التحليل إلى ثلاثة أجزاء متكاملة:

- أولاً، سيتم في القسم (3.1) تشخيص أبرز تجليات «العنف الرمزي» التي تعمل من خلال التحديات اليومية، وذلك بالاستناد إلى أدلة ميدانية ونظرية.
- ثانياً، سينتقل التحليل في القسم (3.2) من التشخيص إلى تحليل إحدى أهم "استراتيجيات المقاومة" (Stratégies de résistance) التي تطورها النساء، والتي تتجلى في تبني «الفعل القبيح» كشكل من أشكال تحدي المنطق المهيمن.
- وأخيراً، سيقدم القسم (3.3) خلاصة نظرية لهذا الصراع، من خلال تأطيره ضمن المعركة السوسيولوجية الكبرى بين «الديناميك» الفردي و«الستاتيك» البنيوي. لنبدأ إذن بالجزء الأول، وهو تحليل تجليات العنف الرمزي.

### 1.3. أبرز تجليات العنف الرمزي:

#### 1.1.3. صراع الأدوار وفرض «المكانة الغالبة»

تُجمع العديد من الدراسات الميدانية التي أُجريت في السياق الجزائري على أن «صعوبة التوفيق بين الحياة المهنية والأسرية» تمثل العائق الأبرز والأكثر تكراراً الذي تواجهه المرأة المقاتلة. ففي دراسة لها تشير سلامي (2021) إلى أن نسبة كبيرة من النساء المستجوبات يعتبرن هذا التحدي هو العقبة الأولى أمام تطور مشاريعهن. وتدعم هذا الطرح نتائج تقارير CREAD المتعاقبة التي تؤكد على أن «وزن البيئة الاجتماعية والثقافية» والعبء المزدوج للأدوار يمثلان قيداً أساسياً على المبادرة النسوية وهذا ليس مستغرباً، إذ تشير دراسة ميدانية أُجريت في سياقنا المحلي (ولاية غليزان) إلى أن 73% من النساء المقاتلات متزوجات (قارة، شنيخي، وبن طاهر، 2019، الصفحات 40-52)، مما يجعل من هذا التحدي حقيقة إحصائية وواقعاً معاشاً لغالبية ساحقة منهن. وهذا ما يفضي إلى أن هذه المعطيات الميدانية ليست مجرد أرقام أو ملاحظات عابرة، بل هي مؤشرات قوية على وجود صراع بنيوي عميق.

إن قراءة هذه النتائج الميدانية من منظور سوسيولوجي نقدي تقتضي منا تجاوز تفسيرها كمجرد مشكلة في «إدارة الوقت» أو «نقص المساعدة المنزلية». وذلك أنها في جوهرها تشير إلى تجليات لصراع رمزي حول «المكانة» (Status) والهوية. فالمجتمع، من خلال مؤسساته الأولية كالأسرة، يسعى لفرض «المكانة الغالبة» (Master Status) للمرأة كزوجة وأم ومسؤولة عن المجال الخاص والمهام الإنجابية. فهذه المكانة، التي تم ترسيخها وتطبيعها عبر أجيال من التنشئة الاجتماعية، تُعتبر «دوراً طبيعياً» ومشروعاً للمرأة، وأي محاولة للخروج عنه تُقابل بالمقاومة. وهذا ما يجعل من محاولة المرأة اكتساب مكانة جديدة كـ «مقاتلة» - وهي مكانة تتطلب الخروج إلى الفضاء العام، والتعامل مع الغرباء، واتخاذ قرارات مالية، والمخاطرة - في كثير من الأحيان تحدياً لهذه البنية الرمزية الراسخة. وهذا التحدي يولد ضغطاً اجتماعياً ونفسياً يهدف إلى إعادتها إلى «دورها الطبيعي»، ويعتبر هذا الضغط شكلاً من أشكال العنف الرمزي، لأنه يجعل طموحها المهني يبدو وكأنه «خروج عن المألوف»، أو «تقصير» في واجباتها الأساسية، أو حتى «أنانية» على حساب أسرتها، مما يولد لديها شعوراً مزمناً بالذنب.

وهذا التحليل النظري لصراع المكانة يجد جذوراً عميقة في الواقع الميداني فطبيعة هذا الصراع تتجلى بوضوح في اقتباس لافت من إحدى المقاولات في دراسة لثيزيري وشاوش (2023)، حيث تقول إن الرجل يرفض المرأة المقاتلة «كي لا تسلبه سلطته»، لأنها «تفقد الرجل هيئته داخل البيت». هذا الاقتباس يكشف أن الصراع ليس حول الوقت أو المال، بل حول «السلطة الرمزية» داخل الأسرة. فما نسميه هنا «صراع المكانة» هو ما عبرت عنه دراسة خيرى وحريرية (2021) بشكل دقيق عندما حللت كيف أن التوقعات الاجتماعية تحصر المرأة في «الأدوار التعبيرية» (expressive roles) وتعتبر انخراطها في «الأدوار الأدائية» (instrumental roles) كالمقاتلة خروجاً عن النسق.

إن هذه الثنائية (تعبيري/أدائي) ليست مجرد ملاحظة ميدانية، بل هي مفهوم مركزي صاغه رواد المدرسة الوظيفية مثل تالكوت بارسونز، الذين رأوا في هذا التقسيم الجندري «ضرورة وظيفية» لاستقرار المجتمع. وهنا تكمن المفارقة: فإن معاناة المرأة اليوم من الضغط الاجتماعي هي في جزء منها معاناة من «شبح» النظريات الوظيفية التي رغم نقدها وتجاوزها أكاديمياً، لا تزال حية كأيديولوجيا شعبية تشكل «الحس المشترك» وتحدد ما هو «طبيعي» وما هو «شاذ».

ويمكن إرجاع هذا التفكير إلى أصول أبعد في علم الاجتماع، وتحديدًا إلى الثنائية التي أسس لها أوجست كونت بين «الستاتيك الاجتماعي» (Statique Sociale) المعني بدراسة عوامل النظام والاستقرار (والذي تمثل فيه الأسرة التقليدية نواته الصلبة)، و«الديناميك الاجتماعي» (Dynamique Sociale) المعني بدراسة عوامل التغير والتقدم. وإن الفعل المقاولاتي للمرأة هو في جوهره فعل «ديناميكي» بامتياز، فهو يسعى للتغيير والتقدم وكسر القوالب ولكنه يصطدم بقوة البنى «الستاتيكية» (الأسرة التقليدية، الأعراف، التوقعات الجندرية) التي تسعى للحفاظ على النظام القائم.

وبالتالي، فإن صراع المرأة المقاتلة ليس مجرد صراع فردي، بل هو تجسيد حي للصراع الأكبر بين قوى التغيير (الديناميك) وقوى المحافظة (الستاتيك) في المجتمع. ويتعمق هذا الفهم عند مقارنته بما توصلت إليه دراسة شلال (2017)،

التي أبرزت كيف أن القوالب النمطية للنوع الاجتماعي في الجزائر تؤثر بشكل مباشر على الممارسة المقاولاتية للمرأة وتجعل من التوفيق بين الأدوار صراعاً يومياً ضد تصورات مجتمعية متجذرة. وعليه فإن تضافر هذه النتائج الميدانية مع هذا التحليل النقدي لتاريخ الفكر الاجتماعي يؤكد أن التحدي الذي تواجهه المرأة المقاولاتية ليس تحدياً شخصياً، بل هو بنيوي، ورمزي، وتاريخي بامتياز.

### 2.1.3. "حراس البوابة" والتحكم في رأس المال الاجتماعي

إلى جانب صراع الأدوار، تمثل «صعوبة بناء شبكات العلاقات المهنية والوصول إلى الموارد» تحدياً مركزياً يظهر باستمرار في الدراسات الميدانية، وهو واقع له أبعاد متعددة وموثقة إحصائياً. ولتحليل هذا الواقع بدقة، يمكننا الاستعانة بالتصنيف الذي يقدمه روبرت بوتنام (Putnam, 2000) لأنواع رأس المال الاجتماعي حيث يمكن تحليل هذا الواقع على مستويين متكاملين:

فمن جهة، وعلى المستوى الميكرو تُظهر البيانات هيمنة «رأس المال الاجتماعي الرابط» (Bonding Social Capital) هذا النوع من رأس المال، الذي ينشأ داخل المجموعات المتجانسة كالأُسرة والأصدقاء المقربين، هو المورد الأساسي الذي تعتمد عليه النساء. ففي دراسة ميدانية بولاية غليزان، تبين أن الغالبية الساحقة من النساء المقاولات يعتمدن على مصادر تمويل ذاتية (56%) أو عائلية (27%)، بينما لم تلجأ سوى نسبة ضئيلة جداً (17%) إلى القروض الخارجية من المصادر الرسمية (قارة، شنيبي، وابن طاهر، 2019، الصفحات 40-52) وهذا يوضح هيمنة «رأس المال الاجتماعي الرابط» (Bonding Social Capital)، الذي ينشأ داخل المجموعات المتجانسة كالأُسرة، كمورد أساسي وأولي لهن ورغم أهمية هذا النوع من الدعم، إلا أنه غالباً ما يكون محدوداً وقد يتحول إلى أداة للرقابة.

ومن جهة أخرى، وعلى المستوى الماكرو-مؤسسي تكشف البيانات عن ضعف حاد في الوصول إلى «رأس المال الاجتماعي الواصل» (Linking Social Capital). هذا النوع، الذي «يوصل» الأفراد بمؤسسات السلطة والموارد الرسمية، هو بالضبط ما يفترض أن توفره أجهزة الدعم. ولكن، في تحليل شامل لبيانات هذه الأجهزة، تبرز مفارقة صارخة: بينما تسيطر النساء على جهاز القرض المصغر



(ANGEM) بنسبة تزيد عن 60%، فإنهن مقصيات بشكل شبه كامل من أجهزة الدعم الكبرى ANADE و CNAC حيث لا تتجاوز نسبتهن 11% . (سعود وساعو، 2023، الصفحات 167-184)

إن هذا التفاوت ليس صدفة، بل هو دليل إحصائي يثير تساؤلات جدية حول وجود حواجز بنيوية. فهذا الضعف الحاد في الوصول إلى رأس المال «الواصل» يمكن أن يُقرأ من خلال عدة عدسات تحليلية متكاملة. فمن جهة، قد يعكس وجود «حراس بوابة» (Gatekeepers) داخل المؤسسات، يطبقون معايير (رسمية أو غير رسمية) تعيد إنتاج دوائر الثقة الذكورية ويضعون قيوداً على بناء المرأة لـ «رأس المال الاجتماعي الجسري» (Bridging Social Capital) الذي يربطها بمجموعات جديدة ومن جهة أخرى، قد يكون أيضاً نتيجة لـ «هايتوس» (Habitus) مكتسب لدى بعض النساء أنفسهن، يميل إلى تجنب المخاطرة المرتبطة بالمشاريع الكبرى أو يفتقر إلى الثقة اللازمة للتعامل مع المؤسسات الرسمية.

وبغض النظر عن الوزن النسبي لكل عامل، فإن النتيجة النهائية واحدة: إن «بوابات» التمويل ورأس المال الاستراتيجي «الواصل» تبدو مغلقة أو صعبة المنال أمام غالبية النساء فالمرأة المقاتلة تجد نفسها معتمدة بشكل كبير على شبكاتها المغلقة، وتواجه صعوبة في بناء الجسور والوصلات التي تفتح لها آفاق النمو.

أما من منظور سوسيولوجي، فيمكن تحليل هذا التحدي من خلال مفهوم «رأس المال الاجتماعي» (Social Capital, Capital social)، أي مجموع الموارد الفعلية أو المحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة من العلاقات (Bourdieu, 1980) (Bourdieu, Le capital social: notes provisoires. Actes de la recherche en sciences sociales, 1980, pp. 2-3). وإن صعوبة الوصول إلى هذا المورد الحيوي ليست مجرد عائق لوجستي، بل هي نتاج مباشر لعمل «حراس البوابة» (Gatekeepers, Gardiens du seuil) هؤلاء الحراس، الذين قد يكونون من داخل الأسرة (كالزوج أو الأب) أو من خارجها (كمقاولين كبار أو وسطاء في السوق)، يسيطرون بشكل فعلي على قنوات الوصول إلى الشبكات الهامة، وبالتالي يمارسون شكلاً من أشكال «العنف الرمزي» من خلال التحكم في الفرص.

هذا التحليل يجد صداه القوي في الواقع البحثي المغربي فدراسة خيرى وحريرية (خيرى وحريرية، الهندسة الاجتماعية لتأنيث الفعل المقاوالاتي، 2021، الصفحات 147-162) قدمت وصفاً دقيقاً لهؤلاء «الحراس» في السياق الجزائري، مبينة كيف أن الرقابة الأسرية والاجتماعية تحد من حركة المرأة وتفاعلاتها المهنية ويتعمق هذا الفهم عند مقارنته بما توصلت إليه دراسة Abdennadher (et al (Abdennadher, Trabelsi, & Boudabbous, 2015, pp. 11- 21 في السياق التونسي، والتي أظهرت كيف يمكن للأسرة أن تلعب هذا الدور المزدوج، فتدعم مالياً بينما تقيد علائقياً وتفرض رقابة على علاقات المرأة المهنية إن فعل «حراسة البوابة» يكرس فكرة أن الحقل الاقتصادي هو فضاء مغلق له «أهله»، وأن المرأة هي «دخيلة» تحتاج إلى إذن أو وساطة للدخول والتفاعل فيه.

### 3.1.3. استبطان الهيمنة وتحديات «الهابتوس» المقاوالاتي

تُظهر الدراسات الميدانية أن التحديات لا تأتي دائماً من الخارج فقط، فالعديد من النساء المقاوالات يعبرن عن معاناتهن من «نقص الثقة بالنفس» و«الخوف من الفشل» و«التردد في اتخاذ قرارات جريئة» كالتوسع أو طلب قروض كبيرة. وهذا ليس مجرد انطباع، بل هو واقع موثق بالأرقام، ففي دراسة ميدانية أجريت في غليزان، اعتبرت 30% من النساء المقاوالات أن «الثقافة الاستثمارية للمرأة غير مناسبة وغير كافية» (قارة، شنيخي، وبن طاهر، 2019، الصفحات 40-52). إن هذا الرقم، الذي يعبر عن تشكيك النساء في كفاءتهن الجماعية، هو مؤشر قوي على وجود عائق داخلي عميق.

ومن منظور سوسيولوجي نقدي، فإن أخطر آثار العنف الرمزي هو قدرته على التحول من قيد خارجي إلى عائق داخلي، عبر عملية "الاستبطان" (internalisation)، حيث يصبح "الهابتوس" (Habitus) – أي نظام الاستعدادات والتصورات المكتسبة عبر التنشئة – هو نفسه مصدر التحدي، فنقص الثقة بالنفس، والتردد في المخاطرة، ليسا بالضرورة سمات شخصية فطرية، بل هما نتاج لبنى اجتماعية تم استبطانها عبر تنشئة تكرر قيم الطاعة والحذر وتجنب الفضاء العام. وهذا ما يمكن تسميته بـ «الرقابة الذاتية» (English: Self-

(censorship; Français: Auto-censure)، حيث تصبح المرأة هي من تضع «السقف الزجاجي» فوق رأسها.

وهذا التحليل يسمح لنا بإعادة قراءة نتائج بعض الدراسات الكمية بشكل نقدي. فعندما تشير دراسة مثل (Djodjo et al (Djodjo, El Oualidi, & Diaw, 2017, pp. 100- 116 إلى أن انخفاض «الكفاءة المقاولانية» قد يؤدي إلى نتائج سلبية على التمكين، يمكننا أن نضيف بعداً تفسيرياً بالقول إن هذا الانخفاض في الكفاءة قد لا يكون مجرد نقص في المهارات التقنية، بل هو أيضاً نتاج «لهابيتوس» غير مقاولاتي تم تشكيله بفعل عنف رمزي طويل الأمد. هذا يفسر لماذا قد تفشل بعض النساء حتى مع وجود الدعم المالي والتقني، لأن العائق الأكبر قد يكون مستبطناً في تصوراتهن عن أنفسهن وعن العالم.

#### 4.1.3. التشكيك في الشرعية وصراع «رأس المال الرمزي»

إلى جانب التحديات العملية والداخلية، تواجه المرأة المقاولات تحدياً آخر أكثر انتشاراً وهو التشكيك المستمر في شرعية وجودها وكفاءتها في عالم الأعمال. حيث يتجلى هذا في مختلف مستويات التفاعل: من مسؤولي البنوك الذين قد يترددون في منحها قروضاً، إلى الموردين الذين قد لا يأخذونها على محمل الجد، والزبائن الذين قد يفضلون التعامل مع نظرائها من الرجال، وصولاً إلى المحيط الاجتماعي الذي قد ينظر إلى مشروعها كـ «هواية» أو «عمل إضافي» لتمضية الوقت، وليس كمشروع اقتصادي حقيقي. وهذا ما تعبر عنه العديد من النساء المقاولات عندما يشتركن من أنهن «يحتجن لبذل جهد مضاعف» فقط ليتم التعامل معهن بجدية.

يمكن تحليل هذا التحدي الشامل من خلال مفهوم «رأس المال الرمزي» (Symbolic Capital; Capital symbolique)، هذا النوع من رأس المال، الذي يُبنى على السمعة والهيبة والمصداقية والاعتراف الاجتماعي، هو شرط أساسي للنجاح في أي حقل. إن ما تواجهه المرأة المقاولات هو «عجز أولي» في هذا الرأس المال الرمزي، فبينما يُمنح الرجل الفاعل في الحقل الاقتصادي «رأس مال رمزي» افتراضي (الثقة والمصداقية) بشكل تلقائي بحكم موقعه المهيمن، فإن المرأة تُجبر على خوض صراع شاق لبناء هذا الرأسمال من الصفر. فكل تفاعل هو بمثابة

اختبار لشرعيتها، وكل نجاح هو خطوة في معركة طويلة من أجل الاعتراف.

هذا التحليل يجعلنا نرى أن الفعل المقاوлатي للمرأة ليس مجرد سعي للربح، بل هو نضال وجودي من أجل الاعتراف، وهو ما تؤكدُه نتائج دراسة قارة وآخرون (2019) في غليزان، حيث تبين أن دوافع مثل "تحقيق الطموح" (36.7%) و«إثبات الذات وتحدي الرجل» (10%) تحتل مكانة هامة إلى جانب الدوافع الاقتصادية وهذا النضال، كما يُوَطر له أكسل هونيث (Honneth, 2000)، لا يُخاض بشكل سلبي، بل يتطلب من المرأة أن تتصرف كـ «فاعلة استراتيجية»، بالمعنى الذي يؤسس له ميشال كروزيه (عليوة، 2018، الصفحات 140-152) فهي تستغل كل «هامش حرية» متاح لها، وتحول كل تفاعل يومي – كل عملية تواصل وتفاوض مع زبون أو مورد – إلى فرصة لبناء سمعتها وتأكيد كفاءتها، إنها تحول التفاعلات العادية إلى «معارك» صغيرة لكسب «رأس المال الرمزي» إن هذا الربط بين «العنف الرمزي» عند بورديو (الفعل الذي يمارسه المجتمع)، و«غياب الاعتراف» عند هونيث (الأثر النفسي)، و«الفعل الاستراتيجي» عند كروزيه (آلية المقاومة)، يقدم لنا في الأخير فهماً متكاملًا لكيفية تحويل المعاناة إلى مقاومة، والمقاومة إلى تمكين فعلي وبالتالي، فإن التمكين الحقيقي لا يكتمل إلا عندما تنجح المرأة في تحويل رأسمالها الاقتصادي والاجتماعي إلى «اعتراف» يمنحها الثقة والاحترام والتقدير.

2.3. تجاوز ثنائية (الضرورة/الفرصة): طبيعة الفعل المقاوлатي كـ «فعل قيمى»  
بعد تشخيص آليات الهيمنة، ننتقل الآن إلى تحليل إحدى أهم «استراتيجيات المقاومة» التي طورها النساء، والتي تتجلى في تبني منطق للفعل يتجاوز الحسابات الاقتصادية البحتة. فغالباً ما تحاول الأدبيات تصنيف دوافع النساء المقاوالات ضمن ثنائية تبسيطية: إما أنهن مدفوعات بـ «الضرورة» (Necessity-driven Entrepreneuriat par nécessité)، مثل البطالة أو الفقر، أو بـ «الفرصة» (Opportunity-driven ; Entrepreneuriat d'opportunité)، مثل استغلال فكرة مبتكرة لتحقيق الربح ورغم فائدة هذا التصنيف، إلا أنه يظل قاصراً لأنه يفترض أن كل الأفعال إما اضطرارية أو اقتصادية بحتة، وهو ما يتناقض مع تعقيد التجارب الإنسانية.

هنا، يقدم لنا منظور ماكس فيبر (Weber, 1971) حول أنماط الفعل الاجتماعي أداة تحليلية قوية لتجاوز هذه الثنائية فالفعل المقاولاتي للمرأة ليس بالضرورة مجرد «فعل عقلاني مرتبط بهدف» (Zweckrational) أي تحقيق أقصى ربح، وهو ما يقابل «مقاولاتية الفرصة» كما أنه ليس مجرد رد فعل غير عقلاني، وهو ما قد توجي به «مقاولاتية الضرورة»

حيث أن الكثير من مسارات النساء المقاولات يمكن فهمها بشكل أفضل على أنها «فعل عقلاني مرتبط بقيمة» (Wertrational). في هذا النمط من الفعل، لا يكون الهدف هو النتيجة المادية، بل هو الولاء لقيمة أخلاقية أو جمالية أو دينية، بغض النظر عن التكلفة وفي سياقنا هذا، يمكن أن تكون هذه القيمة هي: قيمة «الاستقلالية» و«تحقيق الذات»، قيمة «إثبات الجدارة» في مواجهة مجتمع يشكك في قدراتها، قيمة «الإبداع» والشغف بحرفة معينة.

إننا حين نرى فعل المرأة المقاول كـ «فعل قيمي»، ندرك أنها قد تستمر في مشروعها حتى لو كان مربحاً بشكل طفيف، لأن المكافأة الحقيقية التي تحصل عليها ليست اقتصادية، بل هي رمزية وقيمية: شعورها بأنها «سيدة نفسها»، وأنها تحقق ذاتها، وأنها تتحدى القوالب النمطية وهذا ما تدعمه نتائج دراسة قارة وآخرون (2019) في غليزان، حيث شكّلت دوافع مثل «تحقيق الطموح» و«إثبات الذات وتحدي الرجل» مجتمعةً ما يقارب نصف دوافع العينة المدروسة (حوالي 47%)، مما يؤكد أن المنطق القيمي يلعب دوراً لا يقل أهمية عن المنطق الاقتصادي.

هذا التحليل الفيبري يتكامل بشكل رائع مع المفاهيم الأخرى التي استخدمناها. فهو يعطي عمقاً إضافياً لمفهوم "القصدية المقاولاتية" (Intentionnalité entrepreneuriale)، الذي يمكن فهمه من خلال عدستين متكاملتين: فمن جهة، يوطرها شميت (Schmitt, 2008, pp. 115- 136) كـ «فعل» لبناء المعنى، ومن جهة أخرى، يقدم فان كايي ولامبريشت (Van Caillie & Lambrecht, 1995) نموذجاً ديناميكياً يوضح «آلية» عملها من خلال الانتقال من «الدوافع» إلى «الرؤية» ثم «الأهداف». كما يمهّد هذا التحليل الطريق لفهم «النضال من أجل الاعتراف» (Honneth, 2000)، لأن «الفعل القيمي» هو في جوهره نضال من أجل تحقيق

قيم تستحق التقدير. إن رؤية المقاتلة «أي الفعل المقاتل» ك«فعل قيبي» تمنعنا من الوقوع في التفسيرات الاقتصادية البحتة، وتفتح الباب لفهم الدوافع المعقدة التي تحرك المرأة المقاتلة.

### 3.3. خلاصة الصراع: الديناميك الفردي ضد الستاتيك البنوي

إن التحليل المفصل لهذه التحديات الأربعة يكشف عن وجود خيط ناظم يجمعها: إنها جميعاً تجسيدات لصراع أعمق بين الفعل التغييري للمرأة من جهة، ومقاومة البنى الاجتماعية من جهة أخرى. ويمكن تأطير هذا الصراع من خلال العودة إلى واحدة من أقدم الثنائيات في الفكر السوسيولوجي، وهي ثنائية أوجست كونت (Auguste Comte) بين «الديناميك الاجتماعي» (Dynamique sociale) المعني بدراسة قوانين التغير والتقدم، و«الستاتيك الاجتماعي» (Statique sociale) المعني بدراسة شروط النظام والاستقرار.

فالفعل المقاتل للمرأة هو في جوهره فعل «ديناميكي» بامتياز. إنه فعل يسعى لكسر القوالب، وخلق واقع جديد، وإحداث تغيير في مسارها الشخصي ومحيطها. ولكن هذا الفعل الديناميكي يصطدم باستمرار بقوة البنى «الستاتيكية» (الأسرة التقليدية، الأعراف، التوقعات الجندرية) التي تسعى للحفاظ على النظام القائم وإعادة إنتاج نفس علاقات القوة.

والمفارقة تكمن في أن علم الاجتماع نفسه، في بعض مدارس، قد ساهم في تكريس هذا «الستاتيك» فالمدرسة البنوية-الوظيفية (Structural Functionalism)، مع منظرين مثل تالكوت بارسونز (Talcott Parsons)، رأت في تقسيم العمل الجندري (حيث يقوم الرجل بالأدوار «الأداة» والمرأة بالأدوار «التعبيرية») «ضرورة وظيفية» لاستقرار المجتمع. ورغم أن هذه النظريات قد تم نقدها وتجاوزها أكاديمياً، إلا أنها لا تزال حية كأيديولوجيا شعبية تشكل «الحس المشترك» وتمثل الأساس النظري غير المعلن للعنف الرمزي الذي تواجهه المرأة.

لذلك، فإن صراع المرأة المقاتلة ليس مجرد صراع فردي ضد أحكام مسبقة، بل هو تجسيد حي للمعركة السوسيولوجية الكبرى بين «الديناميك» و«الستاتيك» إنها، بفعالها اليومي، لا تتحدى فقط أعراف مجتمعتها، بل تتحدى أيضاً إراثاً طويلاً

من الفكر الاجتماعي الذي سعى إلى «تطبيع» مكانتها الثانوية.

وهنا تحديداً، تبرز قيمة وأصالة المقاربة التي اعتمدناها في هذه المداخلة، فمن خلال الاستناد إلى منظور «البنوية التكوينية» (Structuralisme génétique) عند بيير بورديو، فإننا نتجاوز هذه الثنائية، فهذا المنظور لا يرى «البنية» (Le Statique) و«الفعل» (Le Dynamique) كقطبين متعارضين، بل كوجهين لعملة واحدة في علاقة جدلية، ف«الهابيتوس» (كفعل مستبطن أو ديناميكي) هو الذي يسمح للفاعلين بالتحرك داخل «الحقل» (البنية الستاتيكية)، ولكن ممارساتهم وصراعاتهم هي التي بمرور الوقت، «تُنتج وتُعيد إنتاج» وتُغير من بنية الحقل نفسه. إن مقاربتنا، إذن، هي محاولة لرصد هذه «الجدلية» في الواقع، ورؤية كيف أن الأفعال الديناميكية الفردية للنساء المقاولات قد تساهم ولو ببطء في «تحريك» البنى الاجتماعية الستاتيكية.

#### 4. خاتمة وتوصيات: من فهم العنف الرمزي إلى تصميم دعم تمكيني

##### 1.4. خاتمة:

في ختام هذه المداخلة، يتضح أن فهم التحديات التي تواجه المرأة المقاولات في الجزائر يتطلب «قطعاً إبستمولوجياً» مع النظرة التقليدية التي ترى هذه التحديات كعوائق عملية متفرقة. لقد حاولنا أن نبين، بالاستناد إلى إطار سوسيولوجي نقدي، أن هذه التحديات (صراع الأدوار، التحكم في الشبكات، استبطان الهيمنة، والتشكيك في الشرعية) هي في الحقيقة تجليات متكاملة لنسق خفي ومنظم من «العنف الرمزي» الذي يهدف إلى إعادة إنتاج الهيمنة الذكورية في الحقل الاقتصادي. إن هذه القراءة النقدية لا تهدف إلى تقديم صورة متشائمة، بل إلى تقديم تشخيص أكثر دقة وعمقاً للواقع. فالاعتراف بأن المشكلة الحقيقية ليست مجرد نقص في الموارد المالية، بل هي نقص في «رأس المال الرمزي» وصراع مع «سلطة رمزية» متجذرة، له انعكاسات عملية مباشرة وحاسمة على طبيعة الحلول التي يجب أن نتبناها.

ومع ذلك، من المهم الإشارة إلى حدود هذا التحليل، فهذه الورقة قدمت إطاراً نظرياً، وقراءته للتحديات تبقى افتراضية تحتاج إلى المزيد من التدعيم والتمحيص

من خلال أبحاث ميدانية كيفية ومعقدة، قادرة على التقاط الفروقات الدقيقة في تجارب النساء وتفاعلهن مع هذا العنف الرمزي. فليست كل النساء يتأثرن بنفس الطريقة، واستراتيجيات المقاومة والتفاوض التي يطورنها تختلف باختلاف خصائصهن وسياقاتهن.

#### 2.4. توصيات عملية مبنية على أساس علمي

بناءً على هذا التشخيص السوسولوجي، نخلص إلى مجموعة من التوصيات الموجهة لصانعي السياسات ومسؤولي برامج الدعم، والتي تهدف إلى تجاوز منطق الدعم التقليدي نحو تصميم «دعم تمكيني» حقيقي:

**التوصية الأولى:** الانتقال من منطق «التمويل» إلى استراتيجية بناء «رأس المال الرمزي» (Capital Symbolique).

بما أن التحدي الأعمق هو التشكيك في الشرعية، يجب على برامج الدعم أن تخصص جزءاً من مواردها وجهدها لمهام بناء السمعة والمصداقية. هذا يتجاوز مجرد الدعم المالي. فمثلاً، يمكن لوكالات الدعم أن تتعاون مع وسائل الإعلام لإنتاج برامج وثائقية وبورتريهات تروي قصص نجاح النساء، ليس فقط كـ «قصص ملهمة»، بل كأدلة على كفاءتهن، كما يمكن تنظيم معارض وطنية وجهوية متخصصة لمنتجاتهن، وإنشاء جوائز سنوية مرموقة لـ «رائدة الأعمال المتميزة». هذه الإجراءات ليست ترفيفية، بل هي استثمار مباشر في «رأس المال الرمزي» الذي يمنحهن الاعتراف ويحصنهن ضد العنف الرمزي.

**التوصية الثانية:** دمج «الوعي النقدي» و«الفعل التواصلي» كركيزة في برامج المرافقة (L'accompagnement).

بما أن «استبطان الهيمنة» هو من أخطر العوائق، فإن المرافقة يجب أن تتضمن بعداً تحريراً، فإلى جانب ورشات العمل التقنية والتقليدية حول المحاسبة والتسويق، يجب تصميم ورشات عمل وجلسات نقاش جماعية، ربما بإشراف متخصصين في علم الاجتماع، تكون بمثابة «فضاءات عامة مصغرة» (Micro-espaces publics) تُمارس فيها النساء «الفعل التواصلي» (Habermas, 1987). تهدف هذه الجلسات إلى رفع «الوعي النقدي» (Conscientisation) لديهن، ليدركن



أن «مشاكلهن» ليست فشلاً شخصياً، بل هي نتاج لبنى اجتماعية مشتركة. إن فهم آليات العنف الرمزي هو الخطوة الأولى نحو مقاومته بشكل جماعي.”

**التوصية الثالثة:** تصميم الشبكات كـ «فضاءات مقاومة» وليس فقط كقنوات معلومات.

بما أن «رأس المال الاجتماعي» هو ساحة صراع يتحكم فيها «حراس البوابة»، فإن الحل ليس فقط في محاولة إدخال النساء إلى الشبكات القائمة، بل في مساعدتهن على بناء شبكاتهن الخاصة القوية. يجب على برامج الدعم أن تعمل بنشاط على خلق وتدعيم شبكات تضامن بين النساء المقاولات (Mentoring, coaching, groupes de pairs). هذه الشبكات، كما يقترح منظور آلان توران، لا تعمل فقط كقنوات لتبادل المعلومات، بل يمكن أن تتطور لتصبح فضاءات لبلورة هوية جماعية وتشكيل «فعل جماعي» قادر على تحدي قواعد الحقل المهيمن والمطالبة بتغييرها (عليوة، 2018). يمكن تصور إنشاء منصات رقمية خاصة بهن، أو تنظيم لقاءات دورية تجمعهن مع صانعات قرار ومقاولات ناجحات، لخلق «حقل مضاد» (contre-champ) يعزز من قوتهن التفاوضية.

إن تبني هذه المقاربات سيحول برامج الدعم من مجرد آليات لتوزيع الموارد إلى محركات حقيقية للتمكين الشامل، تساهم ليس فقط في نجاح المشاريع الفردية، بل في تغيير البنى الاجتماعية والثقافية التي تعيق مشاركة المرأة الكاملة في التنمية الوطنية.

**قائمة المراجع:**

**المراجع العربية:**

1. الأمم المتحدة. (2015). تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030 (القرار: 1/A/RES/70) مسترجع من: <https://undocs.org/ar/A/RES/70>.
2. الطاهر لقوس علي. (2016). السلطة الرمزية عند بيبورديو. الأكاديمية للدراسات، 16.
3. سليمة قارة، عبد القادر شنيبي، والطاهر بن طاهر. (2019). واقع المقاولاتية النسوية في الجزائر. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، 5(1).

4. سمية سعود، ووسيلة ساعو. (2023). دور أجهزة الدعم في ترقية المقاولاتية النسوية... مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، 6(1).
5. صندرة سايبى. (2013). مقارنة نظرية حول تطور الفكر المقاوِلي. مجلة الإنسانية، 40.
6. عائشة بوساق. (2019). المحددات التنظيمية والاجتماعية المؤثرة على المقاولاتية النسوية في الجزائر... أطروحة دكتوراه. جامعة باتنة 1.
7. علي عليوة. (2018). الصراع وإدارة الصراع عند كل من ألان توران، بيار بورديو، ميشال كروزيه. مجلة الرسالة، 2(9).
8. فروجة شلال. (2017). المقاولاتية النسوية في الجزائر... مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، 10.
9. محتوت ثيزيري، وحميد شاوش. (2023). المقاولاتية النسوية بين متطلبات المحيط السوسيوثقافي ... مجلة ألف، 10(1).
10. منيرة سلامي. (2021). عوائق المقاولاتية النسوية في الجزائر. مجلة الباحث، 13(2).
11. نوح خيرى، وعتيقة حرايرية. (2021). الهندسة الاجتماعية لتأنيث الفعل المقاوِلاتي. مجلة أفكار وآفاق، 9(4).

#### المراجع الأجنبية:

12. Abedou, ., Boufeldja, G., & Ferfera, Y. (2023). L'entrepreneuriat féminin en Algérie: état des lieux, enjeux et perspectives. CREAD.
13. Abdennadher, S., Trabelsi, K., & Boudabbous, S. (2015). Influence de la famille et du réseau relationnel sur l'acte entrepreneurial: cas des entrepreneurs tunisiens. Question(s) de management. 10(1).
14. Benghabrit-Remaoun, N. (2002). La difficile et incertaine quête de la citoyenneté. Dans M. K. Kateb & N. Benghabrit-Remaoun (dir.), Algériennes entre violences et résistances. CRASC.
15. Bourdieu, P. (1980). ( Le capital social: notes provisoires. Actes de la recherche en sciences sociales. 31(1).

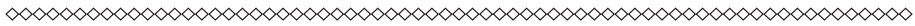
16. Bourdieu, P. (1984). Questions de sociologie. Les Éditions de Minuit.
17. Bourdieu, P. (1998). La domination masculine. Seuil.
18. Djodjo, G., El Oualidi, M., & Diaw, A. (2017). Mesure de l'empowerment des femmes: un essai théorique basé sur la typologie entrepreneuriale. *Revue Repères et Perspectives Economiques*(1).
19. Fayolle, A., & Verstraete, T. (2005). Lignes de recherche et perspectives en entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1).
20. Habermas, J. (1987). Théorie de l'agir communicationnel (Tomes 1 & 2). (J.-M. Ferry, Trans.). Fayard.
21. Honneth, A. (2000). La lutte pour la reconnaissance. (P. Rusch, Trans.). Gallimard.
22. Putnam, R. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.
23. Schmitt, C. (2008). L'agir entrepreneurial: un champ de recherche à part entière. *Revue internationale de psychosociologie*, 14(34).
24. Van Caillie, D., & Lambrecht, C. (1995). L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs. Université de Liège, Chaire PME 1995.
25. Weber, M. (1971). Économie et société. (Tome 1). Plon. (Original work published 1922).



# المرأة الريادية في المجتمع الجزائري بين التحديات المهنية والتحديات الاجتماعية

**Women entrepreneurs in Algerian society: between professional and social challenges**

حاجة فاطمة باباخالي<sup>(1)</sup>، رجاء بوزيدي  
جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)  
المركز الجامعي نور البشير البيض (الجزائر)



## ملخص:

يشكل موضوع المرأة الريادية مجال بحث بالغ الأهمية لفهم التغيرات في الأدوار الجندرية داخل المجتمع الجزائري، حيث يهدف هذا الموضوع إلى دراسة أداء المرأة في ظل التحديات الاجتماعية والمهنية التي تواجهها.

ولتحقيق هذا الهدف تم إجراء دراسة ميدانية شملت العديد من النساء الرياديات من مختلف المجالات لولاية معسكر، بالاعتماد على تقنية المقابلة وجه لعينة كيفية تقدر ب20. فقد بينت النتائج أن المرأة الريادية تواجه تحديات مهنية كضعف الولوج إلى التمويل، محدودية التكوين، وغياب شبكات مهنية داعمة. كما تعاني من صعوبات التوفيق بين متطلبات العمل والحياة الأسرية، وعلى المستوى الاجتماعي تواجه الرياديات الهيمنة الرمزية والتمييز المبني على الأعراف، مما يحد من شرعية حضورهن في الفضاء الريادي، حيث تتكيف المرأة مع هاذين العالمين: عالم العقلنة والرسمية من جهة؛ وعالم الاكراهات الاجتماعية والقيم من جهة أخرى بتبني استراتيجيات التفاوض وتوظيف رأس مالها الثقافي والاجتماعي.

كلمات مفتاحية: الريادة؛ المرأة الريادية؛ التحديات المهنية؛ التحديات الاجتماعية؛ المجتمع الجزائري.

---

(1) BABAKHALI Hadjafatma, e-mail: [hadjafatma.babakhali@univ-tlemcen.dz](mailto:hadjafatma.babakhali@univ-tlemcen.dz)

**Abstract:**

The topic of women entrepreneurship is a field of research that is crucial to understanding changes in gender roles within Algerian society, as it aims to study women's performance in light of the social and professional challenges they face.

To achieve this goal, a field study was conducted involving several women entrepreneurs from various fields in the province of Mascara, using interview techniques, with a sample size of 20. The results showed that women entrepreneurs face professional challenges such as poor access to finance, limited training and a lack of supportive professional networks. They also struggle to balance the demands of work and family life. On a social level, women entrepreneurs face symbolic domination and discrimination based on customs, which limits their legitimacy in the entrepreneurial sphere. Women adapt to these two worlds: the world of rationality and formality on the one hand, and the world of social constraints and values on the other, by adopting negotiation strategies and leveraging their cultural and social capital.

**Keywords:** Entrepreneurship; Women entrepreneurs; professional challenges; social challenges; Algerian society.

**1- مقدمة:**

يعرف المجتمع الجزائري عدة تحولات في مختلف المجالات، ففي المجال السياسي التحول نحو التعددية السياسية، المجال الاقتصادي التحول نحو المجتمع الاستهلاكي، المجال الثقافي نحو ثقافة الجماهيرية (الشعبوية)، المجال الاجتماعي التحول نحو العقلانية في السلوكيات الاجتماعية (نحو الفردانية). وهو ما أدى بالضرورة إلى ظهور مفاهيم جديدة وبرزت ظواهر اجتماعية حديثة (سواء عن طريق إنتاجها أو استيرادها) ومن هذه المفاهيم تمكين المرأة وريادتها لمختلف المشاريع من مجالات متعددة باعتبارها فاعل استراتيجي في تحقيق التنمية.

حيث تشكل ريادة الأعمال أحد أبرز مسارات التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة، إذ لم تعد حكرا على الرجال، بل أصبحت المرأة اليوم فاعل أساسي في إنتاج الثروة. غير أن دخول المرأة الجزائرية لمجال الريادة وبالرغم من تشجيع السياسات العمومية التي تدعو إلى تمكين المرأة اقتصاديًا (برامج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التمويل عبر ANSEJ وCNAC، إلا أن عدد النساء الرياديات يبقى ضعيف مقارنة بالرجال. وهذا ما يكشف عن وجود فجوة بين تدعيم هذه المؤسسات والسياسات من جهة، والبنية الاجتماعية والثقافية من جهة أخرى فحضورها الريادي ما يزال محاطا بعوائق مهنية وأخرى اجتماعية.

ومن خلال ما تم عرضه نرى أنه من الضروري وكركن أساسي طرح الإشكال التالي: ما طبيعة التحديات المهنية والاجتماعية التي تواجه المرأة الريادية ؟

#### الفرضيات:

من خلال طبيعة السؤال الإشكالي والدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها تم تحديد الفرضية التالية:

تواجه المرأة الريادية عدة تحديات أثناء تأسيس مشروعها الاقتصادي الخاص بها.

ولكي يتسنى لنا التحقق من هذه الفرضية تم تقسيمها إلى جملة من الفرضيات الفرعية:

1. تواجه المرأة الريادية تحديات مهنية مرتبطة بنقص التمويل وضعف التكوين.
2. تواجه المرأة الريادية تحديات اجتماعية مرتبطة بالثقافة الأبوية والتمثلات الاجتماعية التقليدية.

#### 1.1- الريادة النسائية بين المفهوم والخصائص

يعتبر تحديد المفاهيم من المراحل المهمة في تحديد مشكلة البحث، إذ يمثل المفهوم العنصر الأساسي الذي تتكون منه المعرفة العقلية بأشكالها ومستوياتها المختلفة، ومن أبرز مفاهيم هذه الدراسة التي ينبغي الإشارة إليها:

مفهوم الريادة: إن مصطلح الريادة مشتق من الكلمة الفرنسية entrepreneur والتي بطبيعتها تنقسم إلى entre وprendre بين تعني النقل، والتي تعني

باللغة الفرنسية المتعهد، كما يقصد بها ذلك الشخص الذي يتولى نشاط مهم وتستخدم لوصف الشخص المخاطر الذي يحقق التقدم الاقتصادي من خلال إيجاد طرائق جديدة أفضل لعمل الأشياء (الورد، 2023، صفحة 52).

أما في قاموس اللغة الانجليزية فإن كلمة الريادة entrepreneurship تعني ليتعهد أو ليأخذ على عاتقه to under take (الورد، 2023، صفحة 52).

وتعرف الريادة حسب دراستنا: هي القدرة على ابتكار مشروع اقتصادي أو اجتماعي وإدارته بهدف تحقيق الربح.

#### أ- مفهوم المرأة الريادية:

كل امرأة سواء كانت لوحدها أو برفقة شريك أو أكثر أسست أو اشترت أو تحصلت على مؤسسة عن طريق الإرث فتصبح مسؤولة عليها ماليا، إداريا واجتماعيا، كما أنها شخص يتحمل المخاطر المالية للإنشاء أو الحصول على مؤسسة وتديرها بطريقة إبداعية وذلك عن طريق تطوير منتجات جديدة ودخول أسواق جديدة" (الوافي، 2020، صفحة 2).

وتعرف المرأة الريادية إجرائيا: هي المرأة التي تؤسس مشروعاً اقتصاديا أو اجتماعيا وتسعى لإدارته وتطويره بشكل مستقل.

من الملاحظ أن مفهوم المرأة الريادية لم يبدأ يحظى بالاهتمام إلا في أواخر السبعينات وذلك مع بداية دخول السيدات لسوق العمل مقارنة بالفترة السابقة، بينما بدأت العديد من الدراسات خلال فترة الثمانينات تركز على المشروعات الصغيرة التي تتم إدارتها من قبل المرأة (الغريب، 2021، صفحة 12).

#### ب- خصائص المرأة الريادية

- 1- كونها كعميل اقتصادي: تركز المرأة هنا على دورها في خلق مشاريع تندرج ضمن الدورة الاقتصادية في شكلها التصنيعي أو الخدمي.
- 2- كونها مبدعة: تضم أنشطتها الابتكار وإدخال الشيء الجديد.
- 3- تحمل المخاطر: الخطر هو العنصر الأساسي الذي لا ينفصل عن ريادة الأعمال وتقوم المرأة المقاتلة بافترض حالة عدم اليقين في المستقبل والسعي لتحقيق الربح.



- 4- كونها مبتكرة: يتخذ الابتكار أشكال متعددة مثل منتج جديد، مصادر جديدة، سوق جديدة أو طرق جديدة للإنتاج .
- 5- كونها ديناميكية: تتحمل القرارات الديناميكية (مراد، 6-7 ديسمبر 2017).

## 2.1: آليات دعم ريادة الأعمال النسائية في الجزائر

- قامت الجزائر قصد تطوير ريادة الأعمال النسائية بإنشاء مجموعة من الهيئات المختصة في هذا المجال ويطلق عليها اسم آليات الدعم وتتمثل في مايلي :
1. الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب: تم إنشاء الوكالة الوطنية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96 296- المؤرخ في 8-9-1996 ولقد وضعت تحت سلطة رئيس الحكومة، يتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة لجميع نشاطات الوكالة وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.
  2. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: أنشئت وكالة ترقية ومتابعة الاستثمار APSI كهيئة حكومية تحت إشراف رئيس الحكومة بموجب الاستثمار الصادر في 1993 ومنذ صدور قرار الاستثمار في أوت 2001 عوضت وكالة ترقية الاستثمار بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI.
  3. صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أنشئ بمقتضى المرسوم 02-373 في 2002 بهدف ضمان القروض الضرورية للاستثمارات.
  4. الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر: يوفر خدمات مالية متماشية مع احتياجات المواطنين غير المؤهلين للاستفادة من القرض البنكي والمشكلين أساسا من فئة الأشخاص بدون دخل أو ذوي دخل غير مستقر.
  5. نظام المشاتل ومراكز التسهيل والدعم للمؤسسات: هي عبارة عن هياكل استقبال مؤقتة موجهة للمنشئين تهدف إلى دعم وتسيير ظروف الانطلاق وذلك من خلال توفير محلات الإيواء. (تبوب، 2023، صفحة 35).

## 2 – الدراسة الميدانية

تتطلب كل ظاهرة إطار منهجي يحمل خارطة عمل لكل خطوة من خطوات البحث العلمي، وبما أننا نود دراسة موضوع المرأة الريادية بين التحديات المهنية والاجتماعية الذي يتطلب مجموعة من الإجراءات المنهجية لبنائه.

## أولاً: المنهج

يرتبط اختيار المنهج بموضوع الدراسة، حيث أن كل دراسة تعتمد على منهج علمي قصد الوصول إلى نتائج. وبما أن هذا البحث يعتمد بصورة أساسية على فهم وتفسير التحديات المهنية والاجتماعية اعتمدنا على منهج البحث الميداني الذي يعرف على أنه طريقة تناول موضوع بحث بإتباع إجراءات تقصي مطبقة على مجتمع بحث.

## ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من 20 امرأة ريادية من ولاية معسكر، واعتمدنا في ذلك على عينة كيفية لصعوبة الاتصال مع النساء الرياديات نظراً لانشغالتهن وصعوبة الحصول على موعد لمقابلتهن .

## ثالثاً: تقنية البحث

تعتمد هذه الدراسة على التحقيق الميداني لأنه نقطة انطلاق أي بحث سوسيولوجي مهما كان موضوعه كمياً أو كيفياً ولفهم هذا الموضوع سنقوم بعملية جمع المعطيات والمعلومات الخاصة بميدان الدراسة بالاستعانة بتقنية المقابلة .

## رابعاً: وصف خصائص المبحوثين

إن الاتجاه العام لتوزيع مفردات مجتمع البحث حسب السن(انظر الجدول رقم 01 في ملحق الجداول) سجل لدى فئة المبحوثين من أعمار سنة 35-40 سنة بنسبة (45%) لتليها الفئات الأخرى، بالنسبة للفئة العمرية 30-35 سنة التي مثلت نسبة من مجتمع البحث (35%)، لتليها الفئة 40-سنة فأكثر بنسبة (10%)، ويمكن تفسير غلبة فئة 35-40 سنة بالرجوع إلى طبيعة المرأة ومستواها التعليمي التي تفضل دائماً التريث في بدأ مشروعها والاهتمام بدورها كربة بيت على حساب دورها كمرأة عاملة.

كما نلاحظ أن المستوى التعليمي له تأثير على المرأة الريادية(انظر الجدول رقم 02 في ملحق الجداول)، وهذا ما تبينه نسبة (60%) من المجموع العام للإجابات، والتي تمثل المبحوثين بمستوى ثانوي و(40%) في مستوى تعليمي جامعي، والملاحظ

أن عينة البحث تلجأ كذلك لمراكز التكوين المهني إضافة لهذا المستوى التعليمي من أجل تدعيم خبرتها خاصة في مجال الخياطة والحلويات، هذه المشاريع التقليدية التي تتطلب تكوين عملي في مراكز التكوين المهني.

كما يتضح من دراسة عينة البحث أن أكبر نسبة من المبحوثين كانت من العازبات (انظر الجدول رقم 03 في ملحق الجداول)، إذ تمثل هذه الفئة نسبة (70%) من المجموع الكلي للعينة، وهي نسبة معتبرة يمكن إرجاعها إلى تأخر سن الزواج لدى الأنثى التي تفضل مواصلة مشوارها الدراسي والتوجه لسوق العمل وتأسيس مشروعها على حساب فرص الزواج. بالإضافة إلى أن العازبة تتمتع باستقلالية أكثر موازنة بالمتزوجة فلا التزامات ولا مسؤوليات، في حين نجد مجموع نسبة (30%) متزوجات ويمكن إرجاعها إلى تقبل الرجل للزواج من نساء ريادةيات ومساعدتها في إدارة هذه المشاريع تصل حتى إلى حد الشراكة.

### 3- النتائج ومناقشتها:

تشير نتائج الدراسة الميدانية أن المرأة الريادية تواجه تحديات مهنية يتداخل فيها العامل الاقتصادي (نقص التمويل) مع العامل الثقافي (نقص التكوين)، وهو ما ينعكس على استمرارية مشاريعها وموقعها داخل الحقل الاقتصادي. هذه التحديات لا يمكن فصلها عن البنية الاجتماعية والثقافية التي ما تزال تحمل تمثيلات تقليدية حول كفاءة المرأة في المجال الاقتصادي.

#### 1- نقص التمويل:

أحد أبرز التحديات المهنية التي تواجه المرأة الريادية أثناء تأسيس مشروعها الخاص يتمثل في صعوبة الحصول على الموارد المالية اللازمة لتأسيس أو توسيع المشروع. تقول المبحوثة (36 سنة، مشروع خياطة) «كانت عندي الفكرة ملي كنت صغيرة نبغي الخياطة وعالم الأزياء بصح معنديش الدراهم باه نفتح غير حانوت نعرض خدمتي فيه» تقول أخرى (38 سنة، مشروع حلويات تقليدية) «المشكل الكبير اللي يواجه النساء هو الدراهم وكيفاه جيب matériel تع الخدمة أنا عندي مشروع تع حلويات بصح مصبتش شكون يعاوني حتى الإدارة فيها عراقيل تبغي تجري معاهم ومتحبسش (تضحك المبحوثة) تجري بزاف معاهم» هذا القول

يظهر بوضوح أن نقص التمويل لا يقتصر في الجانب المادي فحسب، بل هو نتاج لآليات اجتماعية رمزية تضعف من ثقة المؤسسات في المرأة الريادية، وفي بعض الحالات تضطر النساء إلى الاعتماد على وسيط ذكوري لضمان القبول أو تسريع الإجراءات، ما يعكس استمرار الثقافة الأبوية. تقول المبحوثة (35) سنة، مشروع صناعة الصابون) "كان لازم نجيب خويا معايا باه يسهلوا الإجراءات، بلا بيه كانوا يتماطلوا معايا حتى كرهت حياتي".

انطلاقاً من تصريح كل المبحوثات التي تؤكد على صعوبة الحصول على التمويل والقروض Access to lean and finance، فالمرأة الريادية تبدأ مشروعها برأسمال أقل less capital مقارنة بالرجال، كما أن حجم المشاريع تكون صغيرة الحجم مقارنة بالمؤسسات التي يديرها الرجال، هذا المشكل يضع المرأة في وضع غير مناسب عند بدء مشروعها، كما يمكن أن يؤثر نقص مقاولاتي start up capital على معدلات بقاء survival rates المشاريع النسوية على قيد الحياة ويؤثر أيضاً على قدرتها على النمو ability to grow تقول المبحوثة (40) سنة، مشروع الحلويات) بديت وحدي ومكاش لي يعاوني نتفكر بلي بعث خاتمي باه شريت صوالح تع المشروع راني كل يوم نحمد ربي على خدمتي ياك تقولوا خدمة اليدين الدائمة «كما تواجه المبحوثات مشكلة الوصول إلى السوق accessto markets الذي يتطلب القدرة على الدخول الاستفادة من سوق جديدة التي تتطلب الخبرات expertise والمعرفة knowledge والتواصل contacts، فالمرأة الريادية تواجه نقص في التدريب والخبرة في المشاركة الفعالة في السوق، وبالتالي عدم قدرتها اختراق الأسواق الدولية، تسويق سلع خدماتها استراتيجيا (مراد، 6-7 ديسمبر 2017، صفحة 11) تقول المبحوثة (36) سنة، صناعة الجبن) كي تكوني تعرفي مجال تتعلمي وتبدي تخدمي بصح متعرفيش لمن تبيعي ولا لمن تسوقي المنتج تاعك هنا تصيبي روحك عاجزة، تقول أخرى (38) سنة، خياطة) «الخطرة الأولى صبت بزاف صعوبة وين نعرض القش لي نخيطة يعني التسويق مهم بزاف ولازم تكوني تبعي الجديد اللي يصرا في عالم الأزياء»

هذه الملاحظات وتصريح المبحوثات لا تختلف كثيراً عن الدراسات السابقة التي تؤكد على الاختلاف بين المقاولات الرجالية والمقاولات النسوية نلخصها في

الجدول التالي:

جدول (1) يوضح أوجه الاختلاف بين المقاولات النسوية والمقاولات الرجالية

المقاولات النسوية	المقاولات الرجالية
رأسمال قليل	رأسمال كبير جدا
قروض أقل	قروض كبيرة
عدم وجود سجل مرجعي للتمويل	وجود سجل مرجعي أفضل للتمويل
البنوك أقل ثقة بالنساء	البنوك تثق في الرجال أكثر
صعوبة الوصول إلى رأسمال مناسب	سهولة الوصول إلى رأسمال مناسب

المصدر: (مراد، 6-7 ديسمبر 2017، صفحة 11)

## 2- نقص التكوين

التحدي الثاني الذي يواجه المرأة الريادية يتمثل في ضعف فرص التكوين المستمر وعدم مناسبته لخصوصيات المشاريع النسائية. حيث أكدت النساء المبحوثات دخولهن مجال الريادة بخبرة محدودة في تسيير المشاريع، المحاسبة، أو حتى التسويق الرقمي ما يجعلهن عرضة للأخطاء وعدم توسيع مشاريعهن. تقول المبحوثة (40 سنة، مشروع صناعة الحلويات التقليدية) «بدت المشروع بلا تكوين، كل يوم نتعلم بالخطأ، بزاف مرات نخسر على جال أمور بسيطة ما نعرفهاش خاصة تعرفي الحلويات بدينا بالحلويات التقليدية ومن بعد درنا البريستيج وأنا حاولت نتعلمهم قاع في اللولى جاتني صعبية بصح راني نتعلم خطرة نجمها خطرة لا بصح المهم راني نحاول».

تقول أخرى «كي تكوني مرا ريادية لازم كل يوم تتعلمي بصح حنا يديرولك شهر باه تتكوني يوريك غير الأمور النظرية بعيدة بزاف على التطبيق علميا تخسري وتحسي روحك بعيدة على التسيير» وتقول أخرى (37 سنة، مشروع تربية الدواجن) «دارولنا دورة تكوينية نهار واحد وخلص... بصراحة ما عاونتناش بزاف، كي تكون عندك مؤسسة لازم متابعة طويلة مش غير كلام عام».

كما تفتقد المبحوثات إلى المهارات الإدارية والتنظيمية عند تأسيس مشاريعهن حيث كان حديث المشاركات يؤكد بشكل كبير حالة عدم التأكد والصعوبة في إدارة العمل في مراحل التأسيس وبدايات عمل المؤسسة الناشئة لعدم وجود المهارات الإدارية الضرورية التي تضمن سير العمل، حيث أكدن بشكل متكرر ضرورة أن يكون هناك استعداد من خلال التدريب والتعلم الذاتي واكتساب مهارات العمل قبل البدء الفعلي في التشغيل (من شهرين برك بديت تتعلم في التسويق في الحقيقة مكاش منافسة كبيرة في المجال تاعي بصح حنا معناش خبرة وتكوين كي تتعاملوا مع الزبون ومع التغير اللي يصرا في المجتمع »

تقول المبحوثة «الخيطة حلبي ملي كنت صغيرة نبغي عالم الأزياء بصح ما نعرف والو الإدارة ومعاملات البنوك والقروض في الأول كان راجلي معاوني هو متكفل قاع بالأمور المالية وصوالح الإدارة والضرائب أنا غير نخيط ونتعامل مع الزبائن وكي كبرت المشروع جبت خدمة مختصين في التسويق الأمور المالية »

تقول أخرى «الشهادة وحدها لا تكفي صحيح عندي ماستر بصح ما نعرف والو على الموارد البشرية والتسويق على هذا لازم نتعلموا تعرفي الجامعة كي تقريك أمور نظرية وكي جي تخدمي ما تعرفي والو الميدان هو اللي يعلمك أنا مكنت نعرف والو على معاملات البنوك والقروض وصوالح الإدارة خويا كان متكفل بهذوا وهذا الشيء يهيني بزاف»

كما تواجه المرأة الريادية صعوبات تتعلق بإنشاء أو ضمان استمرارية مشروعها بفعل اشتراط وجود ضمانات التي يصعب عليها إثباتها في كثير من الأحيان، لهذا هي تستعين بالأهل أو بالأصدقاء أو ببيع مجوهراتها تقول المبحوثة «صوالح تع الإدارة عيوني بزاف وبحكم منعرفش هاذوا الصوالح بعث الذهب تاعي باه حليت حانوت نخيط فيه جبت واحدة معايا راهي معاونتي وهاكا درت راسمال صغير عايشة بيه والحمد لله »

## 2 - التحديات الاجتماعية:

عندما نتعرض للتحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة الريادية يبرز أمامنا عدة عوامل تستند إلى ثقافة وخصوصية المجتمع الجزائري الذي كان يرى دور

المرأة يتلخص في دور واحد (زوجة- أم..الخ). لكن المجتمع الجزائري يعيش تحولات في دور ومكانة المرأة من خلال عملها، حيث أصبحت تعمل في قطاعات مختلفة تنافس الرجل بفضل مؤهلاتها وتعلمها، فظهرت الحاجة إلى تعزيز دور المرأة باعتبارها فاعل اجتماعي لا يمكن الاستغناء عنه مما فتح المجال لها للمشاركة في مختلف قطاعات الحياة، فأصبحت متواجدة في التعليم، الصحة، السياسة، قيادة الأعمال.... إلخ، وساعد في ذلك اتفاقيات ومعاهدات دولية وتشريعات حيث يضمن الدستور الجزائري كل الحقوق الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والسياسية للمرأة الجزائرية.

## 2-1 العائق الأول أمام أنفسهم

عند البحث في هذا الموضوع نجد تقريبا نفس الإشكال تطرحه جميع المبحوثات هل أستطيع ؟ هل أنا قادرة على تحمل المسؤولية ؟ فعندما تطمح المرأة إلى أن تكون رائدة أعمال فإنها تسأل نفسها أكثر من الرجل إذا كانت قادرة على ذلك، سوف تشك في قدرتها على ممارسة هذا المنصب، حيث لا تظهر النساء في كثير من الأحيان نفس الجرأة التي يتمتع بها الرجال ويقصرون طموحاتهم على أشياء صغيرة وتعود الأولوية إلى التوازن الأسري الذي يشعرون بالمسؤولية الأولى عنه والذي يجب الحفاظ عليه؛ تفضل معظم النساء أن يظنن عقلانيات ولا يتحملن المخاطر، حيث تظل نظرة المجتمع إلى المرأة الريادية محكومة بتمثيلات تقليدية ترى أن دورها الأساسي يتمحور حول الأسرة والبيت. هذه التمثيلات تنتج ضغوطا رمزية مستمرة تجعل من مسار المرأة الريادية مسار مبني على ثقافة المجتمع الجزائري الذي يؤثر في موقعها الاجتماعي تقول المبحوثة «دايما الناس تشوف المرا بلاصتها الدار وكي تبغي تبدي هذا الراي يقولك انت مرا في التالية تروحي تخدمي وتولي حاجة كبيرة بصح تقعدي مرا تع دار طيبي وتنظفي» وتقول أخرى وين تروحي تبقى نظرة الناس وحدة المرا لازم تخدم برا والداخل وليق متهملش دارها ولا يقولوا مش ناجحة» كاي ناس يشوفو المرأة اللي عندها مشروع كبيرة بزاف على روحها، يقولك هذي رايحة تضيع دارها».

كما تواجه المرأة الريادية ازدواجية الأدوار بين البيت والعمل تقول الباحثة (38 سنة ،مشروع حلويات)«كي نخدم ونخرج بزاف، يقولو عليا نسيت داري وولادي بصح كي يقعد الراحل يخدم طول النهار، يقولولو راجل مسؤول».فهذا القول يكشف التناقض الاجتماعي في الحكم على الأدوار الجندرية، حيث يعاد إنتاج صورة المرأة كربة بيت حتى وهي في فضاء العمل، مما يعكس قوة التمثلات الاجتماعية التقليدية.

وهذا نفس ما أكد عليه تقرير منظمة العمل الدولية بعنوان القيود والممارسات الجيدة في ريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في العدد العاشر ضمن سلسلة تقارير التأثير لسنة 2018:

1. بيئة تمييزية بين الجنسين تشكلت من الأعراف والمواقف والقوانين والسياسات والبرامج.
2. نقص الخدمات المالية الموجهة للمرأة والمحفزة على تطوير الأعمال النسائية (office, 2018)

## 2-2 عدم الاعتراف الاجتماعي بإنجازات المرأة

رغم تحقيق العديد من النساء نجاحات اقتصادية فإن الاعتراف الاجتماعي بجهودهن يبقى محدود. حيث تفسر إنجازات المرأة كنتاج لعوامل خارجية، مثل دعم الرجل (أخ، أب، زوج)، بدلا من أن تنسب إلى كفاءتها الفردية تقول الباحثة (35 سنة،مشروع صناعة الجبن) كي ربحت مشروع ربحت شوية دراهم ودرت اسم في السوق، بعض الناس قالولي باللي ما ربحتش بجهدتي أكيد كاين راجل وراك، هذا التصريح يجسد ما يسميه بورديو ب العنف الرمزي، حيث لا يتم الاعتراف بالرأسمال الاقتصادي والاجتماعي للمرأة ويتم التعامل معها برأسمال رمزي المرأة لا تستطيع النجاح بدون رجل، هذه المقولة ليست في تمثلات أفراد المجتمع بل حتى في تفكير المرأة فتقول لولا دعم الأسرة لما كنت هنا، لولا مساعدة الزوج لا أحقق شيء وهذا اعتراف ضمني بتأثير التنشئة الاجتماعية على مسار البنت التي لا تخرج عن الإطار الأسري وتعيد إنتاج تبعيتها للرجل كشرط لنجاحها.



تقول المبحوثة «كي يكون عندك مشروع لازم تبقي في كل المراحل يعطولوك تلفون في أي وقت وهذا الشيء يخليك واقفة 24 ساعة وتحملي الهدرة والضغط والخسارة مش لازم تكوني دايمًا رابحة خاطراش تربجي قليل خاصة في الأشهر الأولى وهنا تبدي تسمعي الهدرة بزاف يبغيوا يحطموك ليق تصبري »

تقول أخرى كي بديت مشروع الحلويات في البدية مكانوش الناس يعرفوني درت صفحات في الفاسبوك بصح مكانتش نجي طلبات وهنا تبدي تسمعي الهدرا وتحسي بلي فشلت بصح نهار لي جاتي أول طلبية فرحت بزاف ونتفكر بلي مربحتش قاع في الأشهر الأولى الدراهم كانوا غير صوالح هنا تصيبي الأسرة ضدك بصح ليق تصبري وتواصلني».

لتفسير واقع المرأة الريادية بين التحديات المهنية والتحديات الاجتماعية ننطلق من فكرة نور الدين طوالي في تفسيره من أن الجزائري يسخر ثقافته الأصلية بمختلف مكوناتها خاصة الدين والأعراف ... ويزاوجها مع الثقافة الحديثة الدخيلة (طوالي، 1988)، لذا نلاحظ أن المرأة الجزائرية تظهر أحيانا تقليدية وأحيانا حديثة وتارة بالوجهين معا، هذه هي المزاوجة بين نظامين وثقافتين مختلفين ومتناقضين في نظام واحد، إنه نموذج يجمع بين دورين وفي نفس الوقت بين مكانتين مكانة المرأة كربة بيت، مكانة المرأة كريادية تحمل تصورات رمزية تمثل لها بمنطق النموذج الأصلي الفاعل والمستوحى أساسا من الدين والتقاليد.

إن المرأة الجزائرية لم تتبع نموذجا واحدا يعبر عن موقعها كأمراة تعبر ثقافيا وماديا عن مكانتها الفعلية كأمراة متمكنة، بقدر ماهي متمسكة بالأطر الرمزية والاجتماعية لإعادة الإنتاج نفس مكانة المرأة، فالحقيقة السوسيولوجية هي أنه بالرغم من التغير الذي عرفته مكانة المرأة إلا أن هذا لا يعني الحداثة والتحرر فما زالت المرأة تحكمها متغيرات سوسيو ثقافية، والمجتمع ما زال تقليدي مظاهر وجوده تعبر عن موقع اجتماعي لكن ضمنيا يمجّد مكتسباته ويسعى للحفاظ على أدوار نفس الفاعلين أي إعادة إنتاج نفس التبعية.

ولتوضيح هذه المفارقة نذكر أهم الخصائص التي تميز المرأة المقاتلة في الجزائر:

#### خصائص ذاتية:

1. روح المبادرة بمعنى أن تمتلك صفة البحث عن الفرص الجديدة.
2. الثقة في القدرات.
3. القدرة على تحمل المسؤولية.

#### خصائص نفسية:

1. الحاجة لتحقيق إنجاز شخصي.
2. القدرة على الإبداع.
3. الرغبة في الاستقلالية، لكن هذا لم يحدث فصحيح أن أصحاب التوجه المقاتلاتي يميلون إلى الاستقلالية وهذا ما يتعرض مع مكانة ودور المرأة في النسق الاجتماعي فليس من السهل أن تكون مستقلة بحكم تبعيتها الرمزية للرجل بناء على ما يمليه المجتمع من أحكام منتقاة من هرمية السلطة كمحددات للتفاعل.
4. رفع التحدي وبالمقابل تفادي المواقف عالية الخطورة، ويمكن تفسير ذلك أن تنشئة المرأة الاجتماعية لا تشجعها على الإبداع والابتكار والمخاطرة التي يراها جوزيف شومبتير من السمات الأساسية التي ينبغي للمقاتل أن يتحلى بها (شلوف، 2024، صفحة 731).

#### خصائص اجتماعية:

1. قدرتها على التوفيق بين مسؤوليتها العائلية ومسؤوليتها اتجاه المقاتلة، فالميزة المشتركة تكمن في رفض المجتمع لفكرة المرأة الرائدة وتحصرها ضمن قطاع معين لتبقى محصورة بين فكرة العمل المنزلي الأسري أو العمل المؤنث (سمية، 2017، صفحة 13).
2. قدرتها على التعامل بمرونة مع العنصر البشري.

#### خصائص تنظيمية:

1. امتلاك المرأة مؤهلات علمية وتدريبية.
2. التوفيق بين مهارتها وموصفات العمل قدرتها على التجديد والابتكار.

#### 4-الخلاصة:

إن مسار المرأة الريادية في المجتمع الجزائري مسار تتقاطع فيه التحديات المهنية بالتحديات الاجتماعية. فمن الناحية المهنية اصطدمت النساء الرياديات بعراقيل أهمها نقص التمويل ونقص التكوين، وهو ما أضعف قدرتهن على تثمين مشاريعهن وتحويلها إلى مصدر استقرار اقتصادي، ومن الناحية الاجتماعية تظل نظرة المجتمع محكومة بتمثيلات تقليدية.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. الريادة النسائية ليست مجرد مشروع اقتصادي بل هي فعل اجتماعي يخضع لمنطق الحقول كما أشار بورديو، حيث يتحدد نجاح المرأة بقدرتها على امتلاك رؤوس أموال متنوعة (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ورمزية) والتفاوض مع القيود الاجتماعية والثقافية السائدة.
2. المرأة الريادية ليست مجرد صاحبة مشروع اقتصادي، بل هي فاعل اجتماعي يتقاطع في تجربته الحقل الاقتصادي مع الحقل الاجتماعي، كما أنها تواجه تحديات مهنية مرتبطة بالتمويل والتكوين والتسويق، إلى جانب تحديات اجتماعية تتمثل في النساء أنفسهن، عدم الاعتراف الاجتماعي.
3. المرأة الريادية تبدأ مشروعها برأسمال أقل less capital مقارنة بالرجال، كما أن حجم المشاريع تكون صغيرة الحجم مقارنة بالمؤسسات التي يديرها الرجال، هذا المشكل ربما قد يضع المرأة في وضع غير مناسب عند بدأ مشروعها، كما يمكن أن يؤثر نقص مقاولاتي start up capital على معدلات بقاء survival rates المشاريع النسوية على قيد الحياة ويؤثر أيضا على قدرتها على النمو ability to grow.
4. إن المرأة الجزائرية لم تتبع نموذجا واحدا يعبر عن موقعها كامرأة تعبر ثقافيا وماديا عن مكانتها الفعلية كامرأة متمكنة، بقدر ماهي متمسكة بالأطر الرمزية والاجتماعية لإعادة الإنتاج نفس مكانة المرأة.
5. تتكيف المرأة مع هاذين العالمين: عالم العقلنة والرسمية من جهة؛ وعالم الاكراهات الاجتماعية والقيم من جهة أخرى بتبني استراتيجيات التفاوض وتوظيف رأس مالها الثقافي والاجتماعي.

6. إن أهمية هذه النتائج تكمن في أنها تكشف أن دعم المرأة الريادية لا يتطلب فقط إصلاحات اقتصادية ومؤسسية (تسهيل التمويل والتكوين)، بل يستدعي كذلك تحول ثقافي يضمن لها مكانة اجتماعية ورمزية توازي مكانتها الاقتصادية مما يفتح مجال البحث لدراسة تمثيلات المجتمع الجزائري للمرأة الريادية ودور الثقافة المقاولاتية في ترسيخ الفعل المقاولاتي النسائي.

- ملحق الجداول والأشكال البيانية:

جدول (1) يبين سن المبحوثات

النسبة المئوية	التكرار	
10%	02	سنة 25-30
35%	07	سنة 30-35
45%	09	سنة 35-40
10%	02	40 سنة فأكثر
100%	20	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين بعد تحليل مقابلات عينة الدراسة

جدول (2) يبين المستوى التعليمي للمبحوثات

النسبة المئوية	التكرار	
60%	12	ثانوي
40%	8	جامعي
100%	20	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين بعد تحليل مقابلات عينة الدراسة

جدول (3) يبين الحالة العائلية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	
70%	14	عازبة
30%	6	متزوجة
0	0	مطلقة
100%	20	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	

المصدر: إعداد الباحثين بعد تحليل مقابلات عينة الدراسة

جدول (4) خصائص النساء الرياديات حسب الدراسة الميدانية:

نوع النشاط	خصائص ثقافية	خصائص مالية	خصائص علمية	خصائص ذاتية
مشاريع تقليدية صناعة الأجبان صناعة الحلويات ،تربية الدواجن، الخيطة ،التصميم،مشاريع غذائية .	تعيش في مجتمع محافظ، تتميز بصفات الصبر، عدم المخاطرة ،الخوف من الخسارة .	تحبذ تمويل ذاتي ومدخرات (بيع المجوهرات، بداية المشروع برأسمال محدود	حاملات لشهادات جامعية أو تكوين مهني، تواجه المبحوثات عامل نقص الخبرة.	مقاولات شابات 30- 40سنة لديهن ارتباطات عائلية إدارة المشروع مع فرد من أفراد العائلة.

المصدر: إعداد الباحثين بعد تحليل مقابلات عينة الدراسة

قائمة المراجع:

1. أورى ويليام، (1994). فن التفاوض تر نيقين غراب . مصر: الدار الدولية للنشر .
2. تبوب رحاب، (2023). «ريادة الأعمال النسائية في الجزائر بين الواقع والتحديات، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، العدد2 المجلد5،الصفحات 29\_39.
3. زايد مراد، (2017). «ريادة الأعمال النسوية في ظل تحديات بيئة الأعمال حالة ريادة الأعمال الجزائريات ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة محمد لخضر الوادي، 6-7ديسمبر 2017.
4. شرع مريم ،( دون سنة)، «تمكين المرأة العاملة من تولي المناصب القيادية ...مقومات وتحديات (دراسة ميدانية)-، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - دراسات إقتصادية، العدد 19، الصفحات 27-49.
5. شلوف فريدة، (2024). «المرأة المقاولات في الجزائر واقع يعكس الريادة في العملية التنموية ». مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد9 العدد2،

الصفحات 727-738.

6. ضيف عائشة، بوران سمية، (2017). «دراسة ميدانية لريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط التحديات والفرص»، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، الصفحات 118-133.
7. علويط أميرة، بولويز عبد الوافي، (2020). «ريادة الأعمال النسوية كمدخل لتحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر حالة الجزائر». مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 2 المجلد 4، الصفحات ص 25-40.
8. الغريب أيمن فاروق، (2021). «دور الريادة النسائية وأثره في دعم معطيات التنمية المستدامة في ضوء خطة التنمية المستدامة 2030. العدد 2 المجلد 12، الصفحات 1\_44.
9. كمال إيهاب، (2009). «مهارات التفاوض ودبلوماسية الإقناع»، الجيزة مصر: هبة النيل العربية.
10. نادر أحمد أبو شيخة، (1998)، «أصول التفاوض»، عمان: دار مجدلاوي .
11. نعم حسين نعمة، حمزة باسم محمد الورد، (2023). تمكين المرأة ضمن مشاريع الأعمال الريادية الواقع والطموح دراسة مقارنة بين العراق والأردن . مجلة القسطاس للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية ، العدد 1 المجلد 5، الصفحات ص 47-65.
12. طوالي نور الدين، (1988). الدين والطقوس والتغيرات . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .

#### قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

1. Boufeldja Ghat. (2015), Culture et travail et entrepreneuriat en Algérie. publibook..
2. international labour office. (2018), Constraints and good practice in women's entrepreneurship jn mena case study new evidence on gender attitudes to wardens women in business . Geneva prodof of ILO .

## خاتمة

تجسد الأبحاث والدراسات المقدمة في هذا الكتاب صورة شاملة ودقيقة لواقع ريادة الأعمال النسوية في الجزائر من خلال الأرقام والإحصائيات المقدمة، حيث سعت هذه الأعمال إلى إثراء النقاش الأكاديمي حول التحديات التي تواجه النساء في هذا المجال، وذلك عبر مساهمات نخبة من الأساتذة والباحثين من مختلف الجامعات الجزائرية، حيث سلطت هذه المساهمات الضوء على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في قدرة المرأة الجزائرية على المساهمة في النمو الاقتصادي وبخاصة في مجال ريادة الأعمال.

رغم التقدم المحرز في السنوات الأخيرة، تبقى مشاركة النساء في سوق العمل عامة وفي مجال ريادة الأعمال، محدودة بفعل العوائق الهيكلية التي تمتد جذورها في النسق الاجتماعي والثقافي. فقد أبرزت الدراسات أن العوامل الاقتصادية، مثل صعوبة الوصول إلى التمويل، والنقص في التكوين والدعم الإداري، لا تزال عقبات كبيرة تقف أمام طموحات المرأة الريادية.

من جانب آخر، قدمت الأعمال تحليلات عميقة حول تأثير التمثلات الاجتماعية السائدة والصور النمطية المرتبطة بدور المرأة في المجتمع، ما يعكس التوترين رغبة المرأة في تحقيق ذاتها كفاعلة نشطة وبين الضغوط الثقافية والاجتماعية التي تحد من حريتها.

إن مستقبل ريادة الأعمال النسوية في الجزائر يتطلب استراتيجيات شاملة تأخذ بعين الاعتبار هذه التحديات، من خلال وعي جماعي سياسي، ثقافي واجتماعي يدعم المكانة الحيوية التي تشغلها النساء في الاقتصاد. ومن المهم التركيز على أهمية تمكين المرأة وتحفيزها عبر السياسات الحكومية والمبادرات المجتمعية التي تشجع على الإبداع والمبادرة، مع ضرورة تغيير خطاب النمط التقليدي نحو دعم مساهمات المرأة في مختلف المجالات.

إن نجاح جهود التمكين ينتظر منه أن يؤدي إلى تحول حقيقي في النظرة المجتمعية، مما يعكس قدرات النساء، ويعزز من وجودهن في الفضاء العام وعلى

مستوى صنع القرار. إن العمل الجماعي والتفان في دعم المبادرات النسائية، سيفتح آفاقاً جديدة لمستقبل أكثر عدلاً وتوازناً تشارك فيه النساء في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.

ختاماً، نأمل أن تكون هذه الأبحاث بمثابة نقطة انطلاق لمزيد من الدراسات المستندة إلى الفهم العميق للواقع المعقد الذي يعيشه النساء في ريادة الأعمال، وأن تسهم في تشكيل سياسات فعالة تعزز من مساهمتهن وتفتح أمامهن آفاقاً أوسع مستقبلاً.



35. SALEH L (2011), «L'intention entrepreneuriale des étudiantes: cas du Liban » université Nancy 2 institue d'administration des entreprises. Thèse de doctorat nouveau régime science de gestion de l'université de Nancy.
36. SEKKAK-MAHDJOUR, H. (2018), «Essai d'analyse des principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » Thèse de doctorat, université d'Oran 2.
37. SMADI S, (2018) «Analyse de la contribution de l'entrepreneuriat féminin formel/informel au développement territorial dans la wilaya de Tizi-Ouzou: entre résilience et vulnérabilité. Illustration par des activités traditionnelles » thèse de doctorat, université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
38. TOUISSATE H & AZDIMOUSA H, (2021) «Les déterminants de L'entrepreneuriat féminin Dans La Région MENA: un cadre conceptuel », revue internationale du chercheur, volume 2: numéro 2 » PP: 1093 – 1111 digital object identifier: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4901515>.
39. VENNE J (2020) «les femmes sortent de l'ombre <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:216187707>,<https://doi.org/10.3917/riges.451.0052>. (142024/03/)
40. ZOUBIDA O & RACHID-SOFIANE T, (2023), «L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités: Profils, motivations et freins dévoilés. Female entrepreneurship in search of challenges and opportunities: profiles, motivations, and barriers revealed » revue algérienne d'économie et gestion Vol, 17(01).
41. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20222023-womens-entrepreneurship-challenging-bias-and-stereotypes-2> consulte 142025/01/15 /32: 20/01/
42. Zogning F (2021), «L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans les pays africains en développement » revue organisations & territoires, 30(2), 5363-.

- Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes ».
26. HADERBACHE B & KENNOUCHE, M. (2023), «le profil des femmes entrepreneures et son rôle sur le déclenchement du processus de création de la microentreprise: Cas des couturières de la ville de Bejaia » journal d'études juridiques et sociales, 8(4), 58–77
  27. HAMOUDI S & ABEDOU A (2018). «Le parcours socioprofessionnel des femmes entrepreneures en algérie: caractéristiques et motivations. Cas de la wilaya de Bejaia » Revue Organisation et Travail, 7(2), 99108-.
  28. HIMRANE M & HASSANI H. (2019), «Engagement entrepreneurial des femmes: Aspects mondiaux et nationaux », Revue Organisation et Travail, 8(1), 2236-.
  29. IFOURAH.H(2014), La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie: cas des entreprise de la région de Bejaia, thèse de doctorat .
  30. IMEKHELEF & ABDERRAHMANE (2020) «L'entrepreneuriat féminin en Algérie: Entre Défis et contraintes » Al Bashaer Economic Journal (Vol.6, n°1, Avril 2020) 1023.
  31. KHAZNADJI M ALOUACHE O& AIT TALEBA, (2024) «Les déterminants de la décision entrepreneuriale des femmes en Algérie: cas des secteurs de l'artisanat et des services » The determinants of female entrepreneurial decision-making in Algeria: case study of the artisanal and service sectors. 433-417 , (2)27, مجلة معهد العلوم الاقتصادية.
  32. OUADAH REBRAB S (2016) «L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Étude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie », revue d'économie et de statistiques appliquées, 13(1), p. 256-266
  33. RAYANE N M & BERREZIGA A, (2022), «Les motivations et obstacles de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat » أبحاث اقتصادية معاصرة, 5(2), 546-527
  34. ROUATBI ET HERNANDEZ (2017), «Étudier les femmes entrepreneures: l'intérêt d'une approche contextualise » congrès aei dakar – 6, 7 & 8 DECEMBRE

- Entrepreneurship » al Bashaer Economic Journal, 8(1).
15. BOUHARAK & BOUZADIS (2021), «Stimuler l'entrepreneuriat féminin en Algérie: une étude exploratoire de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage » 922-909 ,(3)7, مجلة البشائر الاقتصادية
  16. CADIEUX L LORRAIN J & HUGRON P, (2002) «La succession dans les entreprises familiales dirigées par les femmes: une problématique en quête de chercheurs », revue internationale PME, 15(1), 115130-.
  17. CHERFOUH RABIA R, (2019) «Impacts à long terme de boues résiduaires et d'eaux usées épurées urbaines sur les sols agricoles de Corso wilaya de Boumerdes paramètres agronomiques, concentrations et spéciations des éléments traces métalliques », Université Mouloud Mammeri.
  18. CHERIET A R & CHERIFA (2024), «Entrepreneuriat féminin et femme active en Algérie. Revue d'économie et de statistique appliquée » p 115-132.
  19. CONSTANTINIDIS C (2014), «Femmes entrepreneures » in Pierre-Marie Chauvin et al., Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, presses de sciences po (P.F.N.S.P.), p 287300-.
  20. ANDRIA A & GABARRET I (2016), «Femmes et entrepreneurs: trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine », revue de l'entrepreneuriat, 15(3), 87-
  21. European Economic and social comité (EFSC) ,2012 organisations de coopération et de développement économique (OCDE), 2012 ; European network to promote Womens's.Entrepreneurship (WES).
  22. Filion LJ, (1997), «Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. Revue internationale » PME, 10 (2), 129172-.
  23. GHEDDACHE L (2016) «Étude des motivations des femmes à la création d'entreprises » EL-Bahith Review, 16(1), 167174-.
  24. GHIAT B (2020), «Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie: nécessité, auto confirmation ou désir d'émancipation », مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة, 2(1), 141-122
  25. Global Entrepreneurship Monitor. (20222023/). «Women's

4. BADIA B BRUNET F & KERTUDO (2013) «Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin, Recherche sociale » 208(4), 757-.
5. BAHRI, B & BERKANE, Y (2020) «L'entrepreneuriat féminin, un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées algériennes », revue d'économie et de statistique appliquée, 17(1), 118133-.
6. BANQUE NEUFLIZE OBC (2021) «Les femmes et l'entrepreneuriat » étude réalisée par ASTÈRE pour le compte de Neuflize OBC.
7. BELHIMER SCHERFOUH, M & DJEMAA, H. (2019). «L'entrepreneuriat féminin en Algérie quels obstacles ? », journal of entrepreneurship and sustainable development volume 01 N°: 02 (2019), p 104113-.
8. BEKADDOUR A & LACRI F (2021) «Femmes entrepreneures et accès aux ressources: Une approche par le réseau personnel: Cas des femmes entrepreneures algériennes. » Journal of Economic Sciences, Management & Commercial Sciences (JESMCS), 14(1).
9. BEN MAKHLOUF Y (2019) «L'Emergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi Ouzou: analyse de ses incidences socio-économiques et limites de son accompagnement » Université Mouloud MAMMERI Tizi-Ouzou.
10. BEN MAKHLOUF R & AKNINE SOUIDI R (2019), «Les Motivations Et Freins à L'entrepreneuriat féminin en Algérie » El-Bahith Review ISSN 11123613-.
11. BERRACHED W B & AOUEL W T (2022), « État de l'art sur les obstacles et les freins à l'entrepreneuriat féminin », Journal of Financial, Accounting & Managerial Studies, 9(1).
12. BESSOUHN (2018), «L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en algérie-bilan et perspectif. 627-617 , (1)9, مجلة دفاتر اقتصادية.
13. BOUFELDJA GHIAT1, (2020) «Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie »: Journal OF Entrepreneurship and Sustainable Development Volume 02 N°: 01 (0202), p 122- 141
14. BOUHADJEB A & LACHACHI TABET W, (2022), «Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin, motivation and obstacles to women's

dernière catégorie est animée par des motivations personnelles, telles que le désir d'autonomie, d'épanouissement personnel ou d'affirmation de soi. Ainsi, les motivations des femmes entrepreneures en Algérie peuvent être regroupées en trois catégories principales: l'entrepreneuriat par nécessité, l'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat mixte (opportunité et nécessité).

Malgré les efforts de l'État, qui a mis en place diverses institutions et dispositifs visant à soutenir la création d'entreprises et permettant à de nombreux porteurs de projets, sans discrimination de genre, de bénéficier d'un capital de départ inaccessible dans le système bancaire classique, les femmes entrepreneures demeurent confrontées à de nombreux obstacles. Ces dispositifs représentent souvent la seule alternative de financement pour des femmes qui ne disposent comme garantie que de la réussite future de leur entreprise. Cependant, les recherches montrent que ces femmes se heurtent encore à plusieurs entraves majeures: l'accès limité au financement, les barrières socioculturelles, la bureaucratie, le manque de formation en gestion d'entreprise, la difficulté à concilier vie professionnelle et vie familiale, ainsi que le manque d'accompagnement effectif de la part des dispositifs d'aide.

## 7- **Bibliographie**

1. ABEDOUBOUYACOUBA & HAMMACHE. ELK (2019) «l'entrepreneuriat féminin en Algérie, une réalité en construction » les cahiers du CREAD ..... p205
2. ALEXANDRE L, (2016) «TYPOLOGIE DES ENTREPRENEURS, une approche par le genre » revue de l'entrepreneuriat 20163/ Vol. 15 p 109 à 127
3. ATTAR A & BENACHENHOU, F, (2022), «réalité et difficultés de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, les cahiers des mecas, 18(1), 242-

## 6- Conclusion

L'entrepreneuriat féminin en Algérie constitue aujourd'hui l'une des principales alternatives pour stimuler le développement économique et social. Selon la synthèse de la revue de littérature, les femmes entrepreneures algériennes s'engagent généralement dans les affaires entre 30 et 50 ans, avec une moyenne d'environ 40 ans. Elles sont majoritairement mariées et ont en moyenne deux à trois enfants. Leur niveau d'instruction est principalement secondaire ou universitaire, bien que certaines disposent également de formations professionnelles dans divers domaines. Elles investissent principalement dans de très petites entreprises individuelles, essentiellement dans les secteurs de l'artisanat, des services et des professions libérales.

Une partie de ces femmes possède une expérience professionnelle antérieure à la création de leur entreprise, soit dans le même secteur d'activité, soit dans un domaine différent. D'autres cherchent à formaliser leurs compétences ou à renforcer leur efficacité professionnelle à travers l'entrepreneuriat.

Les motivations des femmes entrepreneures en Algérie sont multiples et variées. Elles dépendent à la fois de leurs besoins personnels, de leurs aspirations professionnelles et de la réalité socio-économique du pays. Certaines femmes entreprennent pour des raisons économiques, notamment pour sortir du chômage, échapper à la précarité de l'emploi, assurer la prise en charge des besoins familiaux ou atteindre une indépendance financière. D'autres sont motivées par des raisons sociales, telles que la quête de reconnaissance ou de valorisation sociale, ou encore la recherche d'un équilibre entre vie familiale et vie professionnelle. Une

Berrached, w. B., & aouel, w. T. .((2022	La reconnaissance et la valorisation sociale <b>équilibre</b> vie familiale et professionnelle	le manque de soutien ou de reconnaissance et la faible intégration des femmes dans les .réseaux d'affaires	Opportunité
Bouhadjeb pr a. Lachachi tabet (w(2022	Subvention aux besoins de leurs familles, la pauvreté l'indépendance et la recherche d'estime	Contexte de précarité pour certaines femmes, stéréotypes	Nécessité et op- portunité
Haderbache b kennouche m ((2023	Autonomie et indépendance financière, préserver et promouvoir leur .patrimoine	difficultés d'accès aux ressources et de trouver un emplacement adéquat, défis culturels et sociaux	Opportunité et nécessité
Ouyahia z rachid-sofiane ((2023	<b>Échapper à la précarité de l'emploi, concilier travail et vie familiale</b>	Frustrations liées à la bureaucratie et défis structurels dans des .secteurs diversifiés	Opportunité et nécessité
Khaznadji mohammed alouache ouar- da (2024)ait taleb abdelha- mid	L'amour du métier, l'autonomie, posséder sa propre entreprise et l'autonomie financière	Les femmes ayant un niveau d'étude universitaire touchée ,par le chômage	nécessité
Abir riane cheriet Assia cherif (2024)	L'indépendance financière concilier travail et vie familiale, passion personnelle, échapper au chômage	obstacles structurels (bureaucratie, accès limité au financement), importance des métiers artisanaux et créatifs	Opportunité et nécessité

**Source: conçue à partir d'une revue de la littérature (2025)**

(Smadi a (2018	la pauvreté, le chômage, l'emploi précaire et la fragilité sociale, d'une part et d'autre part la recherche d'un meilleur avenir la prise en charge des besoins .familiaux	l'exploitation et l'insatisfaction au salariat, la nécessité économique	Nécessité
Himrane m, (hassani (2019	La conciliation entre la vie familiale et professionnelle	la recherche de l'équilibre entre les responsabilités familiales et celles professionnelles	Opportunité
Belhimer et m.cherfouhet h. (Djema (2019	La reconnaissance sociale <b>Équilibre vie familiale / travail</b>	La mentalité conservatrice de la société	Nécessité
Ben makhlouf y Aknine souidi r ((2019	L'épanouissement, la reconnaissance sociale, besoin de revenus, besoin d'autonomie financière et la volonté de sortir de la situation de chômage décisionnelle	l'exploitation et l'insatisfaction au salariat, la nécessité économique	Nécessité
Boufeldja ghia, ((2020	L'auto-accomplissement prouve, leurs capacités d'affirmer leur personnalité et gagner leur place <b>Échapper au chômage et subvenir aux besoins familiaux</b>	Marginalisation culturelle, désir de reconnaissance et .d'indépendance	Opportunité et nécessité



**Tableau n° 04: les motivations les plus citées par les femmes  
entrepreneures en Algérie.**

<b>Années et auteurs</b>	<b>Motivations</b>	<b>Contexte</b>	<b>Opportunité / Nécessité</b>
(Bessouh (2016	Désire d'être autonomes (posséder sa propre entreprise et sa propre source de revenus	les facteurs de contingence (l'environnement (socioculturel	Opportunité
Ouadah rebrab (s (2016	La conciliation entre la vie familiale et professionnelle	la pression sociale pour assurer son « double statut	Nécessité
Gheddache I ((2016	La reconnaissance sociale et l'épanouissement personnel l'autonomie, l'indépendance	la bureaucratie manque de financement	Opportunité
Himrane m. Hassani h ((2017	L'autonomie et l'indépendance	Le cadre macroéconomique est défavorable à la création d'entreprises féminines	Opportunité
Hamoudi s, abedou a (2018)	Avoir un meilleur revenu, d'assurer un emploi, besoin d'indépendance, d'autonomie d'accomplissement personnel	forte influence du niveau d'instruction	Nécessité / Opportunité
Sekkal- mahd- (joub h (2018	Autonomie et un meilleur équilibre de leur temps entre vie familiale et vie professionnelle	Le manque de financement, L'accompagnement la difficulté à s'imposer sur le ,marché	Nécessité / Opportunité

dans un contexte macroéconomique défavorable à la création d'entreprises féminines. De même, Ghat (2020) indique que les femmes entrepreneures cherchent la reconnaissance, l'indépendance et l'affirmation de leurs capacités, particulièrement dans les contextes marqués par la marginalisation culturelle.

Par ailleurs, certaines femmes présentent une motivation mixte, combinant facteurs de nécessité et d'opportunité. Hamoudi et Abedou (2018) expliquent que ces femmes recherchent simultanément l'autonomie, l'accomplissement personnel, une amélioration de leur revenu, tout en cherchant à échapper à un emploi peu valorisant. Ainsi, la création d'entreprise constitue à la fois une solution au chômage, un moyen de subvenir aux besoins de leur famille et une opportunité d'affirmer leur personnalité, de gagner leur place dans la société et de se libérer d'un environnement socioculturel contraignant. Cette analyse est confirmée par de nombreuses auteures, notamment Boufeldja et Ghat (2020), Bouhadjeb et Lachachi Tabet (2022), Haderbach et Kennouche (2023), Zoubida, Ou Yahia et Rachid-Sofiane Touil (2023), ainsi que Riane, Cheriet et Cherif (2024).

Dans les lignes suivantes, un tableau présente de manière détaillée les motivations des femmes entrepreneures en Algérie. Il regroupe les motivations les plus fréquemment relevées par les auteurs qui se sont intéressés à cette problématique.

nécessité afin d'améliorer leurs conditions de vie ou de répondre à des contraintes économiques. Pour beaucoup d'entre elles, l'objectif primordial est de subvenir aux besoins de leur famille.

Smadi (2018), dans sa thèse, constate que les femmes entrepreneures interrogées sont motivées par des facteurs de nécessité ou de contrainte, tels que l'exploitation vécue dans le salariat, l'insatisfaction professionnelle ou encore la précarité économique. Elle ajoute que les facteurs les plus déclencheurs incluent la pauvreté, le chômage, l'emploi précaire et la fragilité sociale. Par ailleurs, la recherche d'un avenir meilleur constitue un autre élément déterminant qui pousse de nombreuses femmes à créer une activité, qu'elle soit formelle ou informelle.

Dans la même perspective, Ben Makhoul (2019) regroupe les motivations des femmes entrepreneures algériennes en quatre catégories: la motivation par le revenu (avoir un revenu ou augmenter ses revenus), la motivation par la qualité de l'emploi offert par l'entrepreneuriat, la motivation par l'autonomie (qu'elle soit financière ou décisionnelle), et la motivation par l'innovation. Selon elle, ces catégories permettent de classer les femmes entrepreneures dans l'entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité. Elle précise que la majorité d'entre elles relèvent de l'entrepreneuriat de nécessité, poussées par des facteurs «push» tels que l'insatisfaction dans l'emploi précédent ou le désir de reconnaissance sociale. D'autres femmes, en revanche, s'inscrivent dans une démarche d'opportunité lorsqu'elles saisissent des occasions favorables pour créer leur propre entreprise et gagner en autonomie (Bessouh, 2016).

Himrane et Hassani (2019) soulignent également que nombre de femmes entreprennent dans le but d'acquérir autonomie et indépendance,

<b>Obstacles personnels</b>	La peur de se lancer dans l'entrepreneuriat Manque de confiance en soi Manque d'expérience dans la gestion d'entreprise Manque de réseau relationnel et de contact avec l'extérieur. La conciliation entre la vie professionnelle et familiale
-----------------------------	--

**Source: conçue à partir d'une revue de la littérature (2025)**

## **5- Les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.**

Selon Badia, Brunet et Kertudo (2013), les femmes entrepreneures créent des entreprises pour diverses raisons ; leur motivation à entreprendre ne repose pas sur un seul facteur, mais résulte d'un ensemble de déterminants personnels, sociaux et professionnels.

À travers l'analyse de 82 articles et rapports portant sur les motivations et les caractéristiques des entrepreneures, D'Andria et Gabarret (2016) ont identifié trois profils distincts d'entrepreneures :

- Celles qui se lancent dans le domaine entrepreneurial par nécessité vu la difficulté de trouver un emploi.
- Celles motivées par l'autoréalisation et sans problème de conciliation entre leur vie au travail et leur vie de famille (facteurs pull).
- Celles pour qui l'entrepreneuriat est un choix professionnel, leur motivation est la combinaison des deux facteurs «pull» et «push».

Concernant les femmes entrepreneures en Algérie, leurs motivations sont variées et dépendent de leurs besoins, de leurs aspirations et de leur situation socioéconomique. Certaines s'inscrivent dans une démarche d'entrepreneuriat d'opportunité, tandis que d'autres entreprennent par

**Tableau n 03: Les entraves de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

<b>Catégories</b>	<b>Obstacles</b>
<b>Problèmes financiers</b>	Les faibles moyens financiers. Difficultés d'accès aux crédits bancaires (la garantie demandée)
<b>Bureaucratie, procédures administratives et accompagnement insuffisant</b>	La complexité et la lourdeur des procédures administratives. La bureaucratie, surtout pour les entrepreneures sans réseau ou connaissances administratives. Les dispositifs d'aide étatiques restent sous-utilisés en raison de lenteurs administratives. La non-prise en compte des questions relatives au genre lors du traitement des dossiers fait en sorte que l'accompagnement accordé aux femmes ne soit pas approprié à leurs besoins et à ceux de leur entreprise.
<b>Contexte socioculturel</b>	La pression et les attentes sociales, et les préjugés et les traditions Les stéréotypes de genre Le manque de soutien de l'entourage Absence de culture d'entreprise
<b>Manque de Formation</b>	L'insuffisance liée à la préparation et à la formation des femmes à la gestion de leurs entreprises. Insuffisance de formation technologique
<b>Problèmes d'accès au marché et à la localisation</b>	Difficulté d'intégrer un marché et trouver un foncier Difficulté d'approvisionnement en matières premières et/ou écoulement de leurs produits Trouver l'information en temps voulu La commercialisation, la rareté de certaines matières premières

leur entreprise, les femmes font face non seulement à des difficultés structurelles, mais aussi à des contraintes imposées par leur entourage. La gestion du temps en est un exemple significatif: les femmes accordent une priorité plus élevée aux besoins du ménage et consacrent davantage de temps aux tâches domestiques que les hommes. Cette situation les empêche souvent de distinguer clairement leur activité entrepreneuriale des responsabilités familiales. Rouatbi et Hernandez (2017) confirment ce constat en soulignant que «le principal frein à l'entrepreneuriat féminin est le rôle des femmes dans la sphère domestique », ces responsabilités étant des «socially imposed responsibilities » (p. 7).

Dans certains cas, la surcharge professionnelle et l'intensification des responsabilités entrepreneuriales peuvent affecter négativement la vie familiale. Schindehutte, Morris et Brennan (2003), cités par Touissate et Azdimois (2021), indiquent que certaines entrepreneures, confrontées à un déséquilibre important, sont amenées à négliger ou abandonner leur carrière pour préserver leur vie familiale.

Cependant, la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle ne représente pas un obstacle pour toutes les créatrices d'entreprise. Pour certaines femmes, notamment celles ne souhaitant plus être salariées, entreprendre constitue au contraire un moyen de mieux concilier les deux sphères. Selon une étude réalisée par Asters pour la banque Neuflyze OBC (2021), «la création d'une entreprise serait perçue comme un moyen d'avoir des horaires plus flexibles, de pouvoir travailler à la maison, avec pour finalité d'assurer un équilibre travail-famille que l'on ne retrouve pas dans le salariat » (p. 5). Cette perception est partagée par de nombreuses femmes entrepreneures en Algérie, qui choisissent l'entrepreneuriat pour mieux gérer simultanément leurs responsabilités professionnelles et familiales.

En définitive, l'inadéquation entre les besoins des femmes entrepreneures et les dispositifs disponibles limite leur efficacité (Attar & Benachenhou, 2022). De plus, ces dispositifs demeurent sous-utilisés en raison des lenteurs administratives persistantes (Haderbach & Kennouche, 2023).

#### **4.5-La conciliation entre la vie familiale et professionnelle**

Le principal défi auquel sont confrontées les femmes entrepreneures en Algérie concerne la recherche d'un équilibre entre leurs responsabilités familiales et leurs responsabilités professionnelles. Himrane et Hassani (2019) expliquent que «les femmes entrepreneures mariées, surnommées des mamans-entrepreneures, arrivent difficilement à concilier leur vie familiale et leur vie professionnelle ; elles rencontrent des contraintes pour gérer leur temps entre les tâches ménagères et les tâches de l'entreprise ». Cette problématique est également confirmée par Belhimer, Cherfouh et Djema (2019), qui soulignent l'importance de la charge domestique dans les freins rencontrés par les entrepreneures.

Les mêmes constats sont relevés par Abdou, Bouyacoub et Hammache (2019), ainsi que par Ben Makhoul et Aknine (2019). Selon ces auteurs, les stéréotypes de genre et le phénomène de la «double journée » représentent les freins les plus prégnants pour les entrepreneures algériennes. Leurs résultats rejoignent ceux de recherches antérieures (Boughanem, 2008 ; Aït Seddik, 2013 ; El Ghazi, 2015 ; Gheddache, 2016 ; Slamani, Mechtour & Remini, 2017), qui mettent tous en évidence la difficulté pour les femmes d'articuler charge professionnelle et responsabilités familiales.

Parfois, la femme entrepreneure se trouve confrontée à des obstacles qui ne relèvent pas directement du processus entrepreneurial, mais qui sont liés à son genre. Saleh (2011) montre que, lors de la création de

limite principalement à l'octroi d'aides financières, à certains avantages fiscaux et au suivi administratif des dossiers. Or, les porteurs de projets ont un besoin crucial d'informations, de conseils et d'un accompagnement adapté tout au long du processus entrepreneurial.

Rayane et Berreziga (2022) soulignent également que les procédures administratives représentent un véritable obstacle à l'entrepreneuriat en Algérie. Belhimer, Cherfouh et Djema (2019) ajoutent que ces contraintes pénalisent certaines catégories d'individus, en particulier les femmes, notamment en raison de l'insuffisance de l'accompagnement fourni par les dispositifs de soutien à la création d'entreprises.

Imekhelef et Abderrahmane (2020) indiquent que les dispositifs de microcrédit constituent une ressource importante pour les femmes algériennes, mais que leur soutien s'arrête souvent à la simple transaction financière. Le suivi et l'accompagnement des projets font largement défaut, laissant de nombreuses entrepreneures dans un sentiment d'isolement une fois leur entreprise lancée.

Dans ce sens, Ben Makhoul et Aknine Souidi (2018) soulignent que 97 % des femmes entrepreneures interrogées considèrent les dispositifs publics comme de simples financeurs, et non comme de véritables structures d'accompagnement. Bahri et Berkane (2020) rappellent que cet accompagnement reste très faible même lorsqu'il est officiellement prévu. Bekaddour et Lacri (2021) ajoutent que, malgré des besoins importants en matière d'information, de suivi et de conseils, les femmes entrepreneures se retrouvent souvent seules durant toutes les phases du processus entrepreneurial.



### **4.3-Bureaucratie, procédures administratives et l'accompagnement insuffisant**

L'accès aux dispositifs d'accompagnement destinés à l'entrepreneuriat féminin en Algérie se heurte à plusieurs obstacles. Sekkal-Mahdjioub (2018), dans sa thèse, souligne que les femmes entrepreneures ayant sollicité ces dispositifs évoquent des contraintes liées aux procédures administratives jugées fatigantes, à la lenteur du traitement des dossiers et à une sensation d'isolement lors du démarrage de leur activité. Ces éléments reflètent une absence de véritable accompagnement et un manque de réseau professionnel pour les entrepreneures. Toutefois, ces lenteurs s'expliquent également par le nombre important de dossiers à traiter et par le fait que certains dossiers déposés par les porteurs de projets sont incomplets ou mal remplis, ce qui retarde leur instruction.

De son côté, Ben Makhoul (2019) affirme que ces dispositifs ne sont pas discriminatoires envers les femmes sur le plan institutionnel. Cependant, les bénéficiaires rapportent de nombreuses difficultés, notamment les lenteurs administratives, la complexité d'accès au financement bancaire et l'inadéquation entre l'accompagnement offert et leurs réels besoins. Cette situation découle en partie de la faible prise en considération de la dimension genre lors du traitement des dossiers ainsi que de certaines caractéristiques personnelles telles que l'aversion au risque ou le manque d'expérience en gestion et en affaires. Pour ces raisons, les femmes considèrent souvent ces dispositifs davantage comme des institutions de financement que comme des structures d'orientation, de conseil et d'accompagnement.

Bekaddour et Lacri (2021), rejoignant les conclusions d'Arhab (2009), montrent que le rôle des institutions d'aide à la création d'entreprises se

économique. Par exemple, la tutelle masculine impose des conditions strictes à l'exercice de leur activité: leur entreprise doit souvent être typiquement «féminine», répondre aux besoins de la famille et être située à proximité du domicile. Smadi (2018) souligne que ces contraintes réduisent fortement les opportunités entrepreneuriales des femmes.

Parfois, les femmes ne parviennent pas à couvrir les charges liées à la création ou à la gestion de leur entreprise, en raison de leur faible pouvoir décisionnel et du comportement discriminatoire de certains acteurs masculins (Ben Makhlouf, 2019). Les stéréotypes sociétaux et traditionnels assignent aux femmes un rôle prioritaire d'épouse et de mère. Ils jugent négativement leurs déplacements en soirée pour des dîners d'affaires, leurs rencontres avec des partenaires masculins ou encore leurs voyages professionnels (Belhimer, Cherfouh & Djema, 2019).

Cette culture prédominante conduit de nombreuses femmes à solliciter systématiquement la permission de leurs parents, de leurs frères aînés ou de leur mari pour sortir ou voyager. De ce fait, leur désir d'indépendance et d'autonomie demeure souvent difficile à atteindre (Boufeldja, 2020). Les facteurs socioculturels représentent ainsi un obstacle majeur au développement de l'entrepreneuriat féminin, freinant également l'autonomisation des femmes (Bahri & Berkane, 2020 ; Imekhelef & Abderrahmane, 2020).

En lien avec ces normes sociales, des facteurs psychologiques émergent également comme des freins. Les femmes entrepreneures ont souvent tendance à rester dépendantes de leur famille d'abord de leurs parents, puis de leur mari ce qui limite leur autonomie. L'individualité est rarement valorisée, ce qui restreint leur capacité à s'affirmer dans l'espace entrepreneurial (Bouhadjeb & Lachachi Tabet, 2022).

#### **4.1-L'accès au financement:**

La plupart des auteurs ayant étudié l'entrepreneuriat féminin en Algérie s'accordent sur la nature des difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures. Le manque de financement pour la création d'entreprise est fréquemment identifié comme le principal obstacle (Bessouh, 2016). De plus, les femmes disposent généralement de peu de contacts professionnels et méconnaissent les mécanismes de crédit bancaire, ou hésitent à solliciter des prêts. Cette affirmation est soutenue par Gheddache (2016), ainsi que par Belhimer, Cherfouh et Djema (2019) et Ben Makhoulouf et Aknine Souidi (2019), qui soulignent tous l'importance de la contrainte financière.

L'accès au financement constitue l'une des difficultés les plus importantes pour les femmes entrepreneures, dont une grande partie déclare avoir lancé leur activité à partir d'un capital personnel (Bahri & Berkane, 2020). Très peu d'entre elles accèdent à des crédits bancaires et doivent souvent recourir à leurs économies personnelles ou à des prêts familiaux (Haderbach & Kennouche, 2023).

#### **4.2-Les barrières socioculturelles :**

L'environnement socioculturel constitue un frein majeur à l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Les normes sociales et culturelles limitent la capacité des femmes à assumer simultanément leur rôle familial et professionnel, ce que Ouadah Rebrab (2016) qualifie de «double statut » difficile à concilier. Cette contrainte est renforcée par la pression sociale, laquelle joue un rôle fondamental dans le blocage de l'intégration des femmes dans la sphère économique (Bessouh, 2018).

De nombreuses femmes entrepreneures évoluent dans un environnement où les normes de genre dictent leur participation

<b>Niveau d'instruction:</b> Majoritairement secondaire ou universitaire, certaines avec des formations professionnelles en artisanat	<b>Forme juridique:</b> Elles sont majoritairement des entreprises individuelles
<b>Situation familiale:</b> Principalement mariées avec 2 à 3 enfants	<b>Secteurs d'activité:</b> Les secteurs d'activité favorisés sont: les services, le commerce, l'artisanat, les professions libérales et l'agriculture (surtout en .(zones rurales

**Source: conçue à partir d'une revue de la littérature (2025)**

#### **4- Particularités des défis en Algérie: Contexte économique et socioculturel :**

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin contribue de manière significative au développement économique du pays. L'État a mis en place différentes réformes et dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANJEM, CNAC, NESDA, ex-ANSEJ) afin de promouvoir l'initiative entrepreneuriale. Selon Sekkal Mahdjioub (2018), ces dispositifs permettent à de nombreux porteurs de projets, sans distinction de genre, de bénéficier d'un capital de départ qu'aucune institution financière classique ne propose. Il s'agit souvent de la seule opportunité pour des femmes qui ne disposent comme garantie que de l'espoir de réussite future de leur entreprise.

Cependant, malgré ces dispositifs, les femmes entrepreneures continuent de se heurter à de nombreux obstacles, ce qui explique pourquoi leur participation reste largement inférieure aux attentes, en comparaison à leurs homologues masculins. Un grand nombre d'études confirment l'existence de barrières persistantes qui découragent les femmes entrepreneures algériennes au cours de leur parcours entrepreneurial. Parmi ces obstacles, on peut citer :

Sur le plan familial, la majorité des femmes entrepreneures sont mariées et ont en moyenne deux à trois enfants. Concernant leur niveau d'instruction, celui-ci est majoritairement secondaire ou universitaire, bien que certaines disposent de formations professionnelles, notamment dans les métiers de l'artisanat.

Les entreprises créées par les femmes sont principalement des très petites entreprises individuelles, malgré les risques associés à cette forme juridique. Ces entreprises sont généralement jeunes, âgées de 2 à 12 ans, avec une concentration notable autour de 4 ans d'existence, et un nombre très réduit d'employés.

Les femmes entrepreneures sont présentes dans divers secteurs d'activité, en particulier ceux jugés accessibles. Elles privilégient l'artisanat, les services, le commerce, les professions libérales et, dans les zones rurales, l'agriculture.

Un tableau récapitulatif est présenté ci-dessous afin de synthétiser le profil de la femme entrepreneure algérienne tel qu'il ressort de la littérature scientifique.

**Tableau n°02: Profil et caractéristiques des entreprises créées par les femmes entrepreneures en Algérie**

Le profil et les caractéristiques de la femme entrepreneure en Algérie	Les caractéristiques des entreprises créées par les femmes en Algérie
<p>Âge moyen: Généralement, elles ont un âge compris entre 30 et 50 ans, une partie importante avec une .moyenne d'âge autour de 40 ans</p> <p>Les entrepreneures les plus jeunes .ans (30-entre (25</p>	<p><b>Taille des entreprises: Très petite, dont un nombre d'effectifs très réduit</b></p> <p>Très jeunes (2 à 12 ans) la majorité ont ,4 ans</p>

**Tableau n°01: méthodologie utilisée pour sélectionner les travaux  
sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie.**

Aspect méthodologique	Description
Thème spécifique	Les obstacles et les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie
Actualité des données	(2016-2024)
Approche méthodologique	Quantitative, qualitative, analyse théorique des données et des statistiques.
Représentativité régionale	Les zones urbaines et rurales
Les secteurs d'activité abordées	Secteur de l'artisanat, des services, agricole, de la pêche, du commerce et de l'industrie ou les technologies de l'information
Origine des documents	Articles, thèses
La diversité des obstacles	Économiques, sociales, culturelles, individuelles, administratives

**Source: conçue à partir d'une revue de la littérature (2025)**

### **3- Profil des femmes entrepreneures et caractéristiques de leurs entreprises en Algérie :**

D'après la consultation et l'analyse des documents portant sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous constatons que les échantillons de femmes entrepreneures analysés par plusieurs auteurs présentent des profils d'âge très similaires et se concentrent dans les mêmes tranches d'âge. À titre d'illustration, les études de Ouadah Rebrab (2016), Ben Makhlouf et Aknine/Souidi (2018), Ben Makhlouf (2019), Bouhara et Bouzadi (2021), ainsi que Cheriet et Cherif (2024), montrent que les femmes entrepreneures se lancent généralement dans l'entrepreneuriat entre 30 et 50 ans, avec une moyenne d'âge avoisinant les 40 ans. Une proportion non négligeable d'entre elles s'engage également dans l'entrepreneuriat dès leur jeune âge, entre 25 et 30 ans.

en assumant les risques associés. Ce processus implique la mobilisation de ressources humaines, matérielles, financières et administratives afin d'assurer le bon fonctionnement de l'entreprise tout en visant la création de valeur.

- Synthèse sur la littérature de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

La présentation des recherches et des études antérieures constitue une étape essentielle dans toute démarche scientifique, puisqu'elle permet de bénéficier des résultats déjà obtenus et des approches méthodologiques existantes. Notre contribution consiste à proposer une synthèse des travaux et publications relatifs à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Pour ce faire, nous avons sélectionné plusieurs articles et thèses jugés pertinents, publiés entre 2016 et 2024, afin de refléter fidèlement le contexte entrepreneurial actuel en Algérie. Ces travaux se distinguent par une diversité de méthodologies analyses quantitatives, qualitatives, études de cas et recherches documentaires offrant ainsi une vision globale des facteurs déclencheurs et des entraves à l'entrepreneuriat féminin.

Le tableau ci-dessous présente les critères méthodologiques ayant guidé cette synthèse, ainsi que les principaux axes traités dans les articles sélectionnés: le profil des femmes entrepreneures, les caractéristiques des entreprises créées, leurs motivations à entreprendre, et les obstacles majeurs auxquels elles sont confrontées. Ces éléments seront développés après la définition de la femme entrepreneure.

demeure complexe, car il s'agit d'un domaine multidisciplinaire comportant plusieurs points d'entrée, ce qui rend difficile l'adoption d'une définition unique. Ainsi, les chercheurs ne parviennent pas à s'accorder sur une définition commune et développent chacun une conception propre à leur perspective. Comme le souligne Filion (1997), cette diversité d'approches explique la multiplicité des définitions de l'entrepreneuriat.

Dans ce contexte, Cadieux, Lorrain et Hugron (2002, p. 4) considèrent l'entrepreneuriat féminin comme une sous-discipline de l'étude de l'entrepreneuriat. Citant Stevenson (1990), ils soulignent que «l'entrepreneuriat est un phénomène de “gars pour des gars” où l'entrepreneuriat féminin n'apparaît que comme un champ d'études mineur ».

De son côté, Constantinidis (2014, p. 3), s'appuyant sur les travaux de Lavoie (1988), définit la femme entrepreneure comme «la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ».

Selon Alexandre (2016), et en référence aux travaux de Belcourt et ses collègues, l'entrepreneure est définie de manière plus précise à travers la volonté d'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la capacité à maîtriser sa trajectoire de vie grâce à la création et à la gestion de sa propre entreprise.

À partir des définitions examinées, l'entrepreneuriat féminin peut être compris comme une dimension spécifique de l'entrepreneuriat dans laquelle une femme, ou un groupe de femmes, crée une entreprise



de l'économie nationale. Toutefois, la participation féminine demeure largement en deçà des attentes, car les femmes se heurtent encore à des obstacles entravant leur processus de création d'entreprise.

À titre d'exemple, en 2023, les femmes commerçantes représentaient 187 741 personnes, dont 172 096 personnes physiques, soit 8,39 % du total national des personnes physiques, et 15 645 gérantes de sociétés, soit 6,5 % du total national des personnes morales. Ces chiffres révèlent une sous-représentation notable des femmes dans le secteur du commerce, que ce soit en tant que personnes physiques ou gérantes de sociétés (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2023).

Cette recherche vise à explorer la situation des femmes entrepreneures en Algérie en identifiant les facteurs qui encouragent ou freinent leur engagement entrepreneurial. Elle conduit à la problématique suivante :

En Algérie, quels sont les facteurs de motivation et les défis identifiés pour les femmes entrepreneures à partir de la littérature existante ?

Pour répondre à cette question, nous avons adopté une méthodologie fondée sur une analyse approfondie de la littérature scientifique. Ce travail s'articule autour des éléments suivants: une définition de la femme entrepreneure selon plusieurs auteurs, une synthèse de la littérature relative à l'entrepreneuriat féminin en Algérie, l'identification du profil des femmes entrepreneures, des caractéristiques de leurs entreprises, de leurs motivations à entreprendre et des obstacles qui entravent leur processus de création d'entreprise.

## **2- Définitions du l'entrepreneuriat féminin**

Selon la majorité des chercheurs, la définition de l'entrepreneuriat

Ce phénomène est particulièrement visible dans les pays en développement, où les femmes entrepreneures rencontrent davantage de contraintes lors de la création et du développement de leur entreprise. Comme l'indiquent Touissate et Azdimois (2021), «l'entrepreneuriat féminin est particulièrement difficile dans les pays en développement, car les femmes manquent d'opportunités, ont des ressources limitées et font face à des défis uniques » (p. 3). De son côté, Zogning (2021) souligne l'importance des femmes entrepreneures dans le développement économique, tout en montrant qu'elles se heurtent à plusieurs obstacles, notamment l'accès au financement et les normes culturelles assignant aux femmes des rôles traditionnels.

En Afrique, l'entrepreneuriat féminin constitue une stratégie cruciale pour réduire la pauvreté et soutenir une croissance économique durable. Malgré des progrès remarquables, les femmes entrepreneures rencontrent encore des entraves, notamment un accès limité au financement, aux technologies et aux marchés (United Nations, 2023).

Au Canada et au Québec, par exemple, un nombre croissant de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat. Toutefois, malgré cette progression, elles continuent de rencontrer différents obstacles, dont l'un des plus importants demeure l'accès au financement (Venne, 2020).

De ce fait, que ce soit dans les pays en développement ou dans des contextes plus avancés, les femmes entrepreneures continuent de faire face à des obstacles majeurs. En Algérie, la participation des femmes dans les activités entrepreneuriales a clairement progressé grâce aux différentes réformes et dispositifs publics tels que l'ANJEM, la CNAC et la NESDA (ex-ANSEJ), mis en place pour favoriser l'innovation et la diversification

قبل النساء المقاولات، مثل محدودية الوصول إلى التمويل، والعوائق الاجتماعية، الثقافية، البيروقراطية، ونقص التكوين في تسيير الأعمال، وصعوبة التوفيق بين الحياة المهنية والأسرية، إضافة إلى ضعف مرافقة آليات الدعم المؤسسي.

وفيما يتعلق بالدوافع، فهي تشمل عدّة جوانب اقتصادية، مثل الرغبة في الخروج من وضعية البطالة والعمل غير المستقر، وتحمل المسؤوليات والاحتياجات العائلية، وتحقيق الاستقلال المالي. كما ترتبط الدوافع بعوامل اجتماعية مثل البحث عن الاعتراف والتقدير الاجتماعي، وتحقيق التوازن بين الحياة الأسرية والحياة المهنية. إضافة إلى ذلك، تُحفّز النساء بعوامل شخصية، أهمها الرغبة في الاستقلالية وتحقيق الذات.

**كلمات مفتاحية:** ريادة الأعمال، النساء المقاولات، العوائق، الدوافع، الجوائز

## 1- Introduction

L'entrepreneuriat féminin est perçu comme l'un des piliers du développement économique des nations, ce qui explique pourquoi diverses institutions européennes et internationales s'accordent sur l'importance de renforcer la visibilité de la participation des femmes dans le domaine entrepreneurial (European Economic and Social Committee, 2012). Bien que leur rôle soit essentiel, un écart significatif persiste entre les sexes en matière de création et de propriété d'entreprises, qu'il s'agisse de structures établies ou de start-ups. Ainsi, la participation des femmes au monde des affaires demeure inférieure à celle de leurs homologues masculins.

Cette réalité est clairement mise en évidence dans le dernier rapport du Global Entrepreneurship Monitor (2022/2023/), intitulé Women's Entrepreneurship: Challenging Bias and Stereotypes. Selon ce rapport, environ un entrepreneur sur trois à la tête d'une entreprise active depuis plus de 42 mois est une femme. À l'échelle mondiale, 10,1 % des femmes se lancent dans l'entrepreneuriat, contre 12,7 % des hommes.

# L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN ALGÉRIE: UNE ANALYSE À TRAVERS LA REVUE DE LITTÉRATURE

ريادة الأعمال النسائية في الجزائر: تحليل من خلال مراجعة الأدبيات

Wahiba HASSINI<sup>(1)</sup>, Hocine IFOURAH

1l'université de Bejaia (Algérie)

2l'Université de Bejaia (Algérie).



## Résumé :

Cette recherche vise à explorer la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. À travers une analyse de la revue de littérature, plusieurs facteurs influencent la création d'entreprise par les femmes entrepreneures, tels que l'accès limité au financement, les barrières socioculturelles, la bureaucratie, le manque de formation à la gestion d'entreprise, la conciliation entre la vie professionnelle et familiale et le manque d'accompagnement des dispositifs.

Concernant les motivations, elles touchent plusieurs aspects économiques, tels que la volonté de sortir de la situation de chômage et de travail précaire, la prise en charge des besoins familiaux et l'indépendance financière. Les facteurs sociaux, comme la reconnaissance et la valorisation sociale, l'équilibre de la vie familiale et la vie professionnelle. Également, elles sont motivées par des facteurs personnels comme le désir d'autonomie.

**Mots-clés:** Entrepreneuriat, Femmes Entrepreneures, Obstacles, motivation, Algérie.

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف واقع ريادة الأعمال النسائية في الجزائر. من خلال تحليل الدراسات السابقة، تبين أن عدة عوامل تؤثر على إنشاء المؤسسات من

---

(1) WAHIBA Hassini, e-mail: [wahiba.hassini@univ-bejaia.dz](mailto:wahiba.hassini@univ-bejaia.dz)

24. ONS. (2019). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 879. Alger: Office National des Statistiques.
25. ONS. (1996). Annuaire statistique de l'Algérie, Résultats 1993 - 1994, n° 17. Alger: Office National des Statistiques.
26. ONS. (1998). Annuaire statistique de l'Algérie, Résultats 1995-1996-, n° 18. Alger: Office National des Statistiques.
27. ONS. (2020). Démographie Algérienne 2019. Données statistiques n° 890. Alger: Office National des Statistiques.
28. ONS. (1985). Démographie algérienne, Données statistiques n° 1. Alger: Office National des Statistiques.
29. ONS. (2009). Emploi et chômage au 4<sup>ème</sup> trimestre 2009. Données statistiques. Alger: Office National des Statistiques.
30. ONS. (2010). Emploi et chômage au 4<sup>ème</sup> trimestre 2010. Données statistiques. Alger: Office National des Statistiques.
31. ONS. (2001). Natalité, fécondité et reproduction des femmes algériennes, Données statistiques n° 332. Alger: Office National des Statistiques.
32. ONS. (2012). Rétrospective statistique 1962 - 2011. Alger: Office National des Statistiques .
33. Organisation Internationale du Travail. (2017). Evaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. WOMEN For Growth.
34. Talahite, F. (2009, mai 2123-). Algérie, l'emploi féminin en transition. Université de Galatasaray, Turquie.

- données 2013. Ministère de l'Industrie et des Mines .
11. MIM. (2015). Bulletin d'information statistique de la PME n° 26, données 2014. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  12. MIM. (2016). Bulletin d'information statistique de la PME n° 28, données 2015. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  13. MIM. (2017). Bulletin d'information statistique de la PME n° 30, données 2016. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  14. MIM. (2018). Bulletin d'information statistique de l'entreprise n° 32, données 2017. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  15. MIM. (2020). Bulletin d'information statistique de l'entreprise n° 36, données 2019. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  16. MIM. (2021). Bulletin d'information statistique de l'entreprise n° 38, données 2020. Ministère de l'Industrie et des Mines .
  17. ONS. (2011). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 592. Alger: Office National des Statistiques.
  18. ONS. (2012). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 651. Alger: Office National des Statistiques.
  19. ONS. (2013). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 653. Alger: Office National des Statistiques.
  20. ONS. (2014). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 683. Alger: Office National des Statistiques.
  21. ONS. (2015). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 726. Alger: Office National des Statistiques.
  22. ONS. (2016). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 763. Alger: Office National des Statistiques.
  23. ONS. (2018). Activité emploi et chômage, Données statistiques n° 840. Alger: Office National des Statistiques.

#### 4- Bibliographie

1. Boufeldja, G. (2018). Women as Entrepreneurship in Algeria. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 344-33 , 4-.
2. Boutaleb, K. (2003, Avril 11 & 12 Avril). L'activité féminine en Algérie: Réalités et perspectives. Conférence internationale Marché du travail et genre dans les pays du Maghreb: Spécificités, points communs et synergies avec l'Europe . Rabat, Maroc.
3. Challal, F. (2017). L'entrepreneuriat féminin en Algérie, entre exigences du changement social et les stéréotypes du genre. *Revue des études de sociologie des organisations* 10(1) , 175184-.
4. Gillet, A. (2007). Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations. *PME, emploi et relations sociales France - Maghreb* . Paris: l'Harmaton.
5. Gillet, A. (2003). L'entrepreneuriat des femmes en Algérie: Dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelle. Paris: pro manuscripto.
6. MDIPI. (2012). Bulletin d'information statistique de la PME n° 20, données 2011. Ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.
7. MDIPI. (2013). Bulletin d'information statistiques de la PME n° 22, données 2012. Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.
8. MIM. (2019). Bulletin de l'information statistique de l'entreprise n° 34, données 2018. Ministère de l'Industrie et des Mines .
9. MIM. (2022). Bulletin de l'information statistique de l'entreprise n° 40, données 2021. Ministère de l'Industrie et des Mines .
10. MIM. (2014). Bulletin d'information statistique de la PME n° 24,

situation de chômage. Chez les plus jeunes actives, le taux de chômage est de l'ordre de 40%, contre 19% pour les hommes de même catégorie d'âge.

Dans le but de faciliter l'insertion professionnelles des diplômés et de réduire la pression sur le marché de l'emploi salarié, considéré comme le principal pourvoyeur d'emploi des populations instruites, notamment féminines ; les pouvoirs publics ont mis en œuvre des mécanismes et des dispositifs, pour promouvoir l'entrepreneuriat comme piste alternative, en incitant notamment les jeunes à créer leurs propres activités. Dans cette orientation, force est de constater que l'implication des femmes dans la dynamique entrepreneuriale demeure très faible, même si elles sont de plus en plus nombreuses à préconiser l'entrepreneuriat comme piste professionnelle.

En effet, les différentes sources de données sur lesquelles nous nous sommes appuyés, pour évaluer l'entrepreneuriat féminin au niveau national, montrent une stagnation du nombre de femmes entrepreneures durant la dernière décennie, et une tendance à la baisse de leur part, qui se situe autour de 10% de la population globale des entrepreneurs. Par ailleurs, les activités les plus répandues chez femmes se situent principalement dans les services et l'artisanat. Cette concentration sur des créneaux, qui ne nécessitent pas un niveau de financement et d'engagement élevé, ou qui correspondent souvent à des métiers traditionnellement féminins ; renforcent et entretiennent l'idée socialement construite, que l'entrepreneuriat est essentiellement une activité masculine, où la présence des femmes ne peut être qu'à la marge.



transport. Les activités qui relèvent de ses branches nécessitent beaucoup d'engagement et d'implication, ce qui peut inhiber les femmes à y investir dans ces créneaux.

### **3- Conclusion :**

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à la réalité du marché du travail et du salariat, mais aussi à la place de la femme au sein de la société. À cet égard la participation des femmes aux activités entrepreneuriales, s'inscrit dans un processus de changements et de mutations ayant marqué la société au fil du temps, tout en modifiant progressivement la nature des rapports sociaux entre les hommes et les femmes. Pour (Challal, 2017), La question de l'entrepreneuriat féminin devrait être posée dans le cadre de la problématique du développement et de la transformation générale de la société.

Outre les évolutions démographiques et économiques, l'accès des filles à l'enseignement supérieur, impliquera leur entrée en masse sur le marché du travail. En effet, l'analyse des données statistiques nationales de l'emploi et du chômage, révèle une dynamique féminine particulière ayant marqué le marché du travail. Cette dernière se traduit par une progression régulière de la population occupée et du taux d'emploi, notamment dans les activités salariales, qui relève de l'éducation, de l'enseignement, de la santé et de l'administration. Par ailleurs, les données montrent que le plus souvent, l'entrée des femmes dans la vie active se fait par le chômage (20,4% des femmes actives en 2019), soit plus du double du taux de chômage masculin. Ce fléau touche notamment les plus jeunes et les plus instruites. En 2019, Le taux de chômage au sein des femmes ayant un niveau universitaire est estimé à près de 24%, et représentent plus de la moitié des femmes en

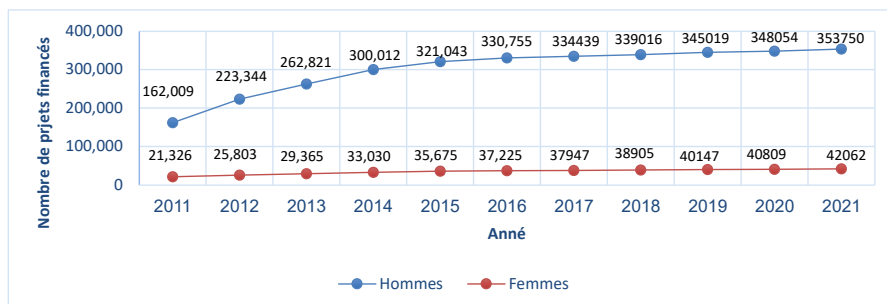
**Tableau (2) Répartition des projets financés par sexe et par branche  
au 31/2021/12/.**

Branche d'activité	Hommes		Femmes		Taux de féminité
	Nombre	(%) Part	Nombre	(%) Part	
<b>Agriculture &amp; pêche</b>	58232	17	2798	7	5%
<b>Artisanat</b>	36225	10	7438	18	17%
<b>BTP &amp; Hydraulique</b>	35839	10	893	2	2%
<b>Industrie &amp; maintenance</b>	36992	10	4751	11	11%
<b>professions libérales</b>	6958	2	6097	14	47%
<b>Services</b>	91852	26	18503	44	17%
<b>Transport</b>	87652	25	1582	4	2%
<b>Total</b>	353750	100	42062	100	10,6%

**Source: Bulletins d'informations statistiques de la PME n°40**

Les données montrent par ailleurs, que les professions libérales constituent la branche d'activité où les femmes sont plus représentées, avec un taux de féminité de 47%. Cette branche comporte des activités, qui peuvent attirer notamment les femmes diplômées, qui saisissent les avantages financiers et fiscaux, pour exercer à leur propre compte (Cabinet médical, dentaire, pharmacie, avocate, etc.). La part des femmes dans les services s'élève à 17%, au même titre que les activités artisanales. Ces dernières correspondent le plus souvent à des métiers traditionnellement féminins (couture, poterie, coiffure, gâteaux traditionnels). Les activités de services nécessitent souvent un faible niveau d'investissement, ce qui les rend facilement accessibles aux femmes. Dans les activités industrielles, la présence féminine est estimée à un taux relativement élevé, qui est de l'ordre de 11%. Ceci peut s'expliquer par la nomenclature de l'ANSEI, qui renferme la bonneterie industrielle, le tissage industriel, la fabrication de pâtes alimentaires, etc. Le taux de féminité dans les autres branches est relativement faible: 5% dans l'agriculture, 2% pour le BTPH et le

**Figure (4) Statistiques cumulées des projets financés par NESDA  
(2011 – 2021)**



**Source: Bulletins d'informations statistiques de la PME n°22 - 40 de 2011 jusqu'à 2021**

Le tableau (2), montre que sur l'ensemble des femmes ayant eu recours à l'ANSEJ, les projets financés sont relativement concentrés au niveau des services (44%), l'artisanat (18%) et les professions libérales (14%), et dans une moindre proportion l'industrie avec 11%.

Ainsi, les femmes créent le plus souvent des activités qui s'inscrivent dans le prolongement de leurs études supérieures, ou en s'appuyant sur leur expérience professionnelle antérieure. La formation professionnelle est également un appui, qui permet aux femmes de se lancer notamment dans des activités artisanales, ou celles qui relèvent du secteur des services, qui n'exigent pas un financement assez important. En effet, les données montrent qu'il y a de plus en plus de diplômés de la formation professionnelle et universitaire, qui sollicitent le soutien de l'ANSEJ. Au titre de l'année 2016, leur taux a été respectivement de 66% et 18%.

La répartition des opérateurs économiques par tranche d'âge indique que les femmes seraient plus âgées avec une moyenne de 49,7 ans, contre 44,7 ans pour les hommes. Pour l'année 2023, près de 8 femmes sur 10 sont âgées de 39 ans et plus, alors que cette proportion est de l'ordre de 67% pour les commerçants de sexe masculin. Cette particularité féminine peut s'expliquer notamment par l'existence de femmes ayant rompu avec le monde professionnel, pour s'occuper de l'éducation des enfants, et qui se lancent dans des activités économiques, en étant relativement plus âgées, après cette rupture. Aussi, le besoin économique qui pourrait s'exprimer au sein du foyer familial et auquel le chef de famille ne peut pas subvenir, pourrait pousser ces femmes à une activité rémunératrice, à un âge avancé.

### **1.3- L'entrepreneuriat féminin dans le cadre du dispositif NESDA (ex ANSEJ) :**

Ce dispositif a été créé en 1996 en vue de lutter principalement, contre le chômage des jeunes actifs de moins de 35 ans, qui souhaitent intégrer le marché de travail, par la création de leur propre activité. Depuis son entrée en vigueur, la présence des femmes entrepreneures dans le cadre de ce dispositif se situe autour de 10% du total des bénéficiaires. Sur 396000 projets financés jusqu'au 31/2021/12/, environ 42 000 projets sont l'œuvre d'une femme.

Durant la décennie (2011 – 2021), ce dispositif a permis d'accompagner en moyenne 20700 projets annuellement, dont près de 2100 sont initiés par les femmes. La figure (4) montre le cumul des projets financés par sexe, durant cette période.

La répartition par secteurs d'activité indique une forte concentration au niveau du commerce et des services. Sur l'ensemble des femmes inscrites au niveau du CNRC, exerçant une activité commerciale sous le statut de personnes physiques, plus de la moitié (52%) relèvent du commerce (distribution en détail et en gros) et près de 38% des services. Seule une proportion de 10%, exerce une activité de production.

S'agissant de la répartition géographique, le tableau (1) montre une forte concentration des entrepreneurs (hommes et femmes) dans la région du nord avec près de 23/, suivi des hauts plateaux (24%) et du Sahara (10%). Pour ce qui est des femmes, cette concentration dans le nord s'accroît en particulier dans les grandes agglomérations urbaines (Alger 8,05% ; Oran 6,21%, et dans une moindre proportion les wilayas Tizi Ouzou, Constantine, Batna, Tlemcen et Sidi Bel Abbès, autour de 3,5% chacune). Les taux de féminité par région font apparaître des écarts négligeables par rapport au taux national. Néanmoins, dans certaines wilayas, à l'image de Béchar, Naama et El Bayadh, ce taux dépasse 17%. La forte présence d'activités artisanales traditionnellement féminines dans ces wilayas, pourrait être à l'origine de ces taux de féminité relativement élevés.

**Tableau (1) Répartition des commerçants (personnes physiques) par région et par sexe (2023)**

Région	Hommes	Femmes	Total	Taux de féminité
<b>Nord</b>	803 243 1	271 115	074 359 1	8,5%
(%)	(66%)	(67%)	(66%)	
<b>Hauts plateaux</b>	933 452	622 36	555 489	7,5%
(%)	(24%)	(21%)	(24%)	
<b>Sud</b>	367 182	203 20	570 202	10%
(%)	(10%)	(12%)	(10%)	
<b>Total</b>	103 879 1	096 172	199 051 2	7,8%

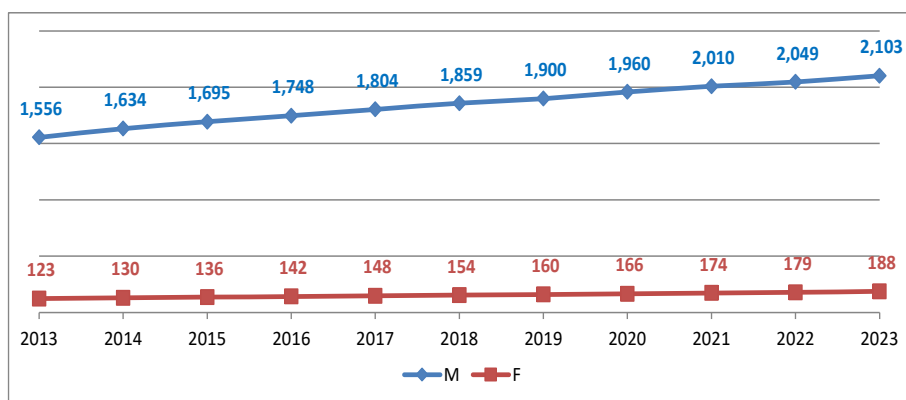
**Source: Etabli à partir des données du CNRC 2023**

## 1.2- La présence féminine dans les activités commerciales :

En Algérie, tout opérateur économique exerçant une activité indépendante, sous le statut de personne physique ou morale, est tenu de s'inscrire au CNRC. Par conséquent, le nombre de commerçants constitue un indicateur assez fiable, dans l'évaluation de l'activité entrepreneuriale. La figure (3), illustre leur évolution de 2013 à 2023.

Le nombre de commerçants inscrits au CNRC, qui a été estimé à près de 1,7 millions en 2013, a atteint la barre des 2,3 millions en 2023. Ce qui correspond à une évolution de 36% sur l'ensemble de la période. L'analyse de cette série fait ressortir un taux d'évolution de la population féminine qui s'élève à 52% durant cette période, contre un taux de 35% pour les opérateurs masculins. En dépit de cette évolution relative, les données montrent que la part des femmes commerçantes parmi l'ensemble des opérateurs demeure très faible, et se situe au niveau de 8%. En d'autres termes, sur cent opérateurs économiques inscrits au CNRC, huit d'entre eux seulement sont de sexe féminin.

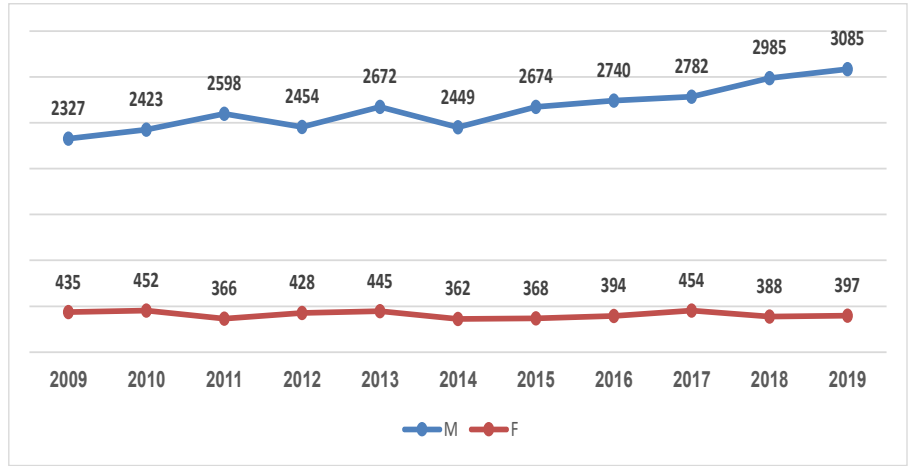
**Figure (3) Evolution du nombre des opérateurs inscrits au CNRC, par sexe (En millier)**



**Source: Etablie à partir des revues statistiques du CNRC (2013- 2023)**

globale d’entrepreneurs qui ne cesse de croître. Cette dernière est passée de 2,7 millions à près de 3,5 millions, soit un taux global de progression de près de 26%. Cette croissance provient des entrepreneurs masculins, dont le nombre s’est maintenu plus ou moins progressif. Ainsi, la part des femmes dans la population globale des entrepreneurs se trouve sur une tendance décroissante pour se situer à près de 11% en 2019, alors qu’elle était autour de 15% en début de période. En d’autres termes, seul un entrepreneur sur 10 est une femme. Aussi, le poids des femmes entrepreneures dans la population féminine occupée a enregistré une forte baisse durant la dernière décennie. Alors qu’en 2009, 30% des femmes occupées avaient opté pour une activité entrepreneuriale, en 2019 elles ne sont que 20%. Durant la même période le taux masculin s’est maintenu autour de 30%. Il semblerait donc que les femmes aient plus de contraintes dans l’accès à une activité entrepreneuriale, et sont de moins en moins attirées par la création d’entreprise, ce qui les amènerait plutôt vers l’emploi salarié.

Figure (2) Evolution des employeurs & indépendants par sexe (2009 – 2019)



Source: Etablie à partir des données de l’ONS

officielle sur l'entrepreneuriat féminin. ... il n'existe pas de classification selon le sexe au niveau des statistiques officielles sur les entreprises en Algérie. ».

Ces propos sont confirmés dans un récent rapport établi par l'Organisation Internationale du Travail, pour évaluer le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, en indiquant que «les données relatives à l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont assez rares et manquent de détails, pouvant permettre une meilleure connaissance de ce phénomène » (Organisation Internationale du Travail, 2017, p. 32).

Par conséquent, dans le but de mieux cerner l'implication des femmes dans le paysage entrepreneurial, nous avons pris le soin dans notre analyse de s'appuyer sur une multitude de sources statistiques: Office national des statistiques (ONS), Centre National du Registre de Commerce (CNRC), Ministère de l'Industrie et des Mines (MIM), pour une meilleure évaluation de l'activité entrepreneuriale féminine dans toute sa diversité et sa complexité.

### **1.1- Evaluation de l'entrepreneuriat féminin à partir des données de l'ONS:**

Dans les enquêtes activité, emploi et chômage de l'ONS, les entrepreneurs sont assimilés à la catégorie des employeurs et indépendants, et qui font partie de la population occupée. Donc une première évaluation de l'entrepreneuriat féminin peut porter sur l'analyse de la présence féminine dans cette catégorie.

Globalement, les statistiques reprises dans la figure (2) montrent une stagnation du nombre de femmes entrepreneures sur la période (2009 – 2019), autours d'une moyenne de 400 milles femmes sur une population



de chômage enregistrées en 2019, près de six d'entre elles disposent d'un niveau d'instruction supérieur contre 14% d'hommes chômeurs de même niveau. Ainsi à un niveau d'instruction identique (en l'occurrence le niveau supérieur), le risque de se retrouver en chômage est quatre fois plus élevé pour les femmes comparativement à leurs homologues masculins. Par conséquent, le niveau d'instruction élevé des femmes ne constitue plus une garantie de trouver un emploi.

L'interaction entre l'âge, le genre et le niveau d'instruction met en lumière des niveaux de chômage élevés, notamment chez les jeunes actifs, avec de fortes disparités en matière de genre et de niveau d'instruction, auquel s'ajoute la modification des structures de l'emploi, qui se traduit par une forte baisse de la part de l'emploi salarié, considéré comme le principal pourvoyeur d'emplois des populations instruites, notamment féminines. Dans ce contexte, les processus d'insertion professionnelle des jeunes diplômés devraient se modifier sensiblement. À cet égard, l'activité entrepreneuriale pourrait constituer une réponse fiable et durable.

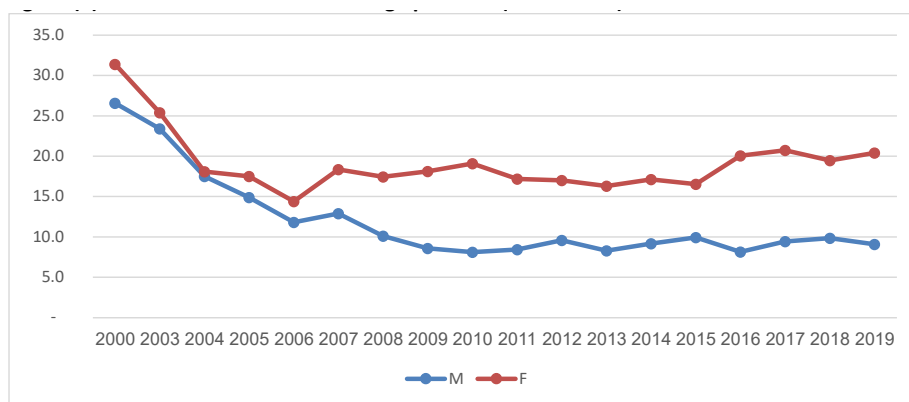
## **2- Revue statistique sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie:**

Dans le contexte algérien, l'étude de l'entrepreneuriat féminin se heurte à une difficulté majeure, qui n'est pas sans conséquences sur la qualité des résultats et des conclusions établis. En effet, les données statistiques officielles relatives aux effectifs des femmes entrepreneures sont rares et peu précises (Gillet, 2007) & (Boufeldja, 2018). Ce constat a fait dire à (Gillet, L'entrepreneuriat des femmes en Algérie: Dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelle, 2003, p. 7) «qu'il est en général admis que les données statistiques publiées sur le travail féminin sont sous-estimées en Algérie. Il n'existe aucune statistique

exposées au chômage relativement à leurs homologues masculins.

Le taux de chômage a reculé sur l'ensemble de la période et de façon significative à partir des années 2000. Néanmoins, cette tendance baissière du nombre de demandeurs d'emploi n'est pas uniforme. À partir de la figure (1), on constate qu'après avoir amorcé une baisse régulière pour presque se confondre en 2004 où l'on a enregistré un écart négligeable de 0,6 points, les taux de chômage féminin et masculin divergent progressivement avec un pic à 11 points de pourcentage en 2010 pour redescendre à 6,6 points d'écart en 2015 et repartir à la hausse pour un nouveau pic enregistré en 2016, qui persiste jusqu'en 2019.

**Figure (1) Evolution du taux de chômage par sexe (2000- 2019)**



**Source: Etablie à partir des données de l'ONS**

L'écart de genre en défaveur des femmes est plus prononcé chez les jeunes actifs de moins de 30 ans. En effet, les femmes de cette tranche d'âge ont enregistré un taux de chômage moyen sur l'ensemble de la période (2000 – 2019) de 32,8%, soit près de 14,6 points de plus que le taux masculin qui s'élève à 18,2%. Pour les actifs de 30 ans et plus, cet écart moyen est à peine de 5%. Par ailleurs, sur dix femmes en situation

de chômeurs a été évalué à plus de 2,4 millions de personnes en 2000, soit près de 28% de la population active totale ; alors qu'il représentait 22% en 1987. Cette aggravation du taux de chômage résulte non seulement de la destruction des postes d'emploi dans le secteur public, qui n'ont pas été compensés par de nouvelles créations ; mais aussi par des compressions d'effectifs induites par les plans de restructuration des entreprises, mis en œuvre à partir de 1994 dans le cadre de l'application du plan d'ajustement structurel.

Une tendance à la baisse du taux de chômage a marqué la décennie (2000 – 2010), qui s'affirme notamment à partir de 2004 (17,7%) et qui se consolide durant les années 2006 et 2008 où l'on enregistre des taux de 12,3 et 11,3, pour tomber à 10% en 2010 (Talahite, 2009)<sup>(1)</sup>.

Les tendances du taux de chômage ont affecté différemment les catégories sociales et les segments du marché du travail, en touchant particulièrement les femmes et les jeunes et en faisant apparaître déjà en 1995 un chômage des diplômés (Boutaleb, 2003). Les inégalités de genre sur le marché du travail se manifestent à travers l'évolution du taux de chômage. Les femmes sont fortement touchées que les hommes et occupent une part de plus en plus croissante dans le nombre total des chômeurs. En effet, sur la période où le taux de chômage était à la baisse, leur part est passée de 17% à 32% entre 2000 et 2010 et s'élève à 36% en 2019. Les disparités sont encore plus prononcées quand on s'intéresse à des catégories d'âge relativement jeunes. Les jeunes filles (15- 24) sont plus

---

(1) L'auteur indique que cette tendance est en partie liée au fait que l'emploi informel est recensé de manière plus systématique et intégré dans les statistiques de l'emploi. Le secteur informel affecte notamment les femmes qui exercent à domicile, ou celles qui exercent dans des entreprises privées sans aucune protection sociale.

traduites par leur arrivée en masse sur le marché du travail. Néanmoins, les données montrent que le plus souvent, l'entrée des femmes dans la vie active se fait par le chômage (20,4% des femmes actives en 2019), soit plus du double du taux de chômage masculin.

Les femmes algériennes ont de tout temps, participé au soutien économique de leur famille et de leur communauté, notamment par le travail informel axé principalement sur la production domestique ou agricole. Néanmoins, dans la nouvelle donne économique globalement difficile, leur place se modifie sensiblement. À cet égard, (Gillet, L'entrepreneuriat des femmes en Algérie: Dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelle, 2003) avait noté que «depuis quelques années, elles sont de plus en plus nombreuses à investir dans le marché de l'emploi ou à développer une activité économique rémunératrice, par la création et la gestion de petites et moyennes entreprises».

Avant d'apporter des éléments de réponse à notre problématique, qui vise à cerner la place des femmes dans le paysage entrepreneurial national, qui constitue un outil de leur intégration socio-économique ; nous présenterons d'abord, l'évolution du taux de chômage, qui illustre de fortes disparités en matière de genre, d'âge et de niveau d'instruction, dans la mesure où les jeunes actives diplômées sont les plus vulnérables sur le marché du travail.

### **1- Evolution du taux de chômage sur fond de disparités de genre:**

La problématique du chômage en Algérie commence à prendre de l'ampleur à partir des années 1980, sous l'effet conjugué du ralentissement de l'activité économique et des pertes d'emploi du secteur public économique engendrées par sa restructuration. Selon les données de l'ONS, le nombre

et d'espérance de vie scolaire. Néanmoins, ces performances n'ont pas eu l'effet escompté sur l'insertion professionnelles des, comme en témoigne le taux de chômage féminin relativement élevé (20,4% en 2019). Face à cette réalité et malgré les efforts déployés par les pouvoirs publics en vue de promouvoir l'entrepreneuriat, notre étude montre une stagnation du nombre de femmes entrepreneures durant la dernière décennie, et une tendance à la baisse de leur part dans la population globale des entrepreneurs. Par ailleurs, les activités les plus répandues chez femmes se situent principalement dans les services et l'artisanat

**Mots clés:** entrepreneuriat féminin ; chômage ; genre ; emploi.

## 1- Introduction:

Le mouvement de libéralisation qu'a amorcé l'économie algérienne depuis la fin des années 80, a consacré le principe de la libre création d'entreprises, à travers la promotion de l'esprit d'entreprendre et l'encouragement de l'initiative privée. Cette nouvelle donne a modifié sensiblement le rôle des acteurs engagés dans le développement socio-économique du pays, en accordant une importance particulière à l'entrepreneur, qui se trouve au centre d'une multitude de réformes et de dispositifs.

C'est dans ce cadre où des politiques ont été mises en place aussi bien pour la création de PME, que pour la création d'emplois ; que l'on s'interroge sur la place des femmes dans la dynamique entrepreneuriale du pays. Cette participation féminine mérite un intérêt particulier sur le plan sociologique, puisqu'elle se situe dans un contexte qui a connu de profondes mutations dans les rapports sociaux de sexe, en termes d'accès à l'éducation et à l'enseignement, de réussite et d'espérance de vie scolaires, qui sont de plus en plus en faveur des femmes. Ces performances féminines se sont

