

شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص إدارة الأعمال الفنية والثقافية والموسومة بـ:

ريادة الأعمال الحرفية الفنية النسوية في الجزائر: مقترح منصة تسويقية.

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوعزة مختار



أعضاء لجنة المناقشة

من إعداد الطالبة:

نقماري شيماء

اللقب والإسم	مؤسسة الانتماء	الصفة
أ. لطروش فتحية	جامعة مستغانم	رئيسا
د. بوعزة مختار	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
د. بونوة خيرة	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2025 - 2026



السنة الجامعية: 2026/2025

قسم الفنون

استمارة إيداع لمذكرة الماستر (قسم الفنون)

تخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

إطار خاص بالطالب (ة)

الاسم: شيماء.

اللقب: نغماري

تاريخ ومكان الميلاد: 2002/06/29 بـ: مازونة بولاية غليزان.

رقم الهاتف: 06-63-87-35-28

البريد الإلكتروني: chaimaneemari5@gmail.com

عنوان المذكرة: ريادة الأعمال الحرفية الفنية النسوية في الجزائر:
منصة تسويقية.

إطار خاص بالأستاذ(ة) المشرف على المذكرة

اسم ولقب الأستاذ(ة) المشرف(ة): بوعزة مختار.

رتبة الأستاذ(ة) المشرف(ة): أستاذ محاضر-أ.

إمضاء الأستاذ(ة) المشرف(ة):



Faculty Of Arabic Literature And Arts - Mostaganem

PO.Box 188 Mostaganem 27000 Algérie

Tél + Fax: + 213 (0) 45 42 11 01

WebSite : www.univ-mosta.dz/flaa

Email : web.flaa@univ-mosta.dz

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(ملحق القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها)

أنا الممضي(ة) أسفله الطالب(ة)،

الاسم واللقب: **نقماري شيماء.**

المولود(ة) بتاريخ: **2002/06/29** في: **مازونة بولاية غليزان.**

رقم التسجيل: **212137084511** رقم بطاقة التعريف الوطنية: **119175840**

الصادرة عن: **بلدية مازونة/ ولاية غليزان.** بتاريخ: **2020/12/21**

المسجل(ة) بقسم: **الفنون ضمن كلية الأدب العربي والفنون خلال السنة الجامعية: 2025-2026**

بالسنة الثانية ماستر تخصص: **إدارة الأعمال الفنية والثقافية.** والمكلف(ة) في إطار التخرج لنيل شهادة

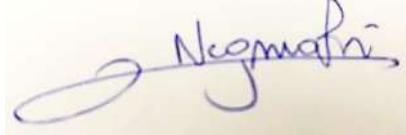
الماستر الأكاديمي بإنجاز مذكرة التخرج بعنوان: **ريادة الأعمال الحرفية الفنية النسوية في الجزائر: مقترح**

منصة تسويقية.

أصح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

حرر في مستغانم بتاريخ: **2026/06/08.**

توقيع المعني(ة)



شعبة الفنون البصرية
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص إدارة الأعمال الفنية والثقافية والموسومة بـ:

ريادة الأعمال الحرفية الفنية النسوية في الجزائر: منصة تسويقية.

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوعزة مختار

من إعداد الطالبة:

نقماري شيماء

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والإسم	مؤسسة الانتماء	الصفة
	جامعة مستغانم	رئيسا
د. بوعزة مختار	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2025 – 2026



الإهداء

يهدي هذا العمل الى والدي ووالدتي اللذين كان دعمهما الدافع الأكبر في كل خطوة.

والى اخوتي وأصدقائي وكل من قدم لي كلمة تشجيع او يد عون في لحظات التحدي.

الى اساتذتي الذين منحوني المعرفة والالهام لأواصل التعلم والابداع اهدي هذا العمل

المتواضع تقديرا لوجودكم واثركم في رحلتي.

كما اهديه الى كل شخص يمر بصعوباته بصمت ويواصل التقدم رغم الألم والتعب، مؤمنا

بان القوة الحقيقية تكمن في الاستمرار والدعم وعدم الاستسلام.

الطالبة: نغماري شيماء

شكرو عرفان:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله حمدا كثيرا جل في علاه والصلاة والسلام على الأنبياء والمرسلين نبينا محمد وعلى

آله وصحبه اجمعين.

الحمد لله أولا واطرا على توفيقه وعونه في إتمام واكمال هذا العمل ويبقى الكمال لله وحده

الذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

أتوجه بخالص الشكر والتقدير الى اساتذتي الموقرين اللذين كانوا خير رفيق في مشواري

الجامعي لا تفهم أي كلمات حقهم.

كما أتوجه بالشكر لكل من قدم لي يد العون من قريب وبعيد.

الملاحظات

الملخص باللغة العربية:

تستقصي هذه الدراسة

الكلمات المفتاحية:

Abstract:

This study investigates

Keywords:

مقدمتہ

عالمیت

بناء الإشكالية:

في الآونة الأخيرة، ركّز عدد من الباحثين على عمل المرأة الريادي في مجالي الفنون والحرف اليدوية على حد سواء. إذ بدأت العديد من النساء في إدارة مشاريعهن بأنفسهن وفقاً لمهاراتهن الإبداعية أو مهاراتهم في الحرف اليدوية. ويُعدّ قطاعٌ محدّدٌ وجديرٌ بالذكر ساعد النساء بشكلٍ كبير هو الحرف اليدوية. علاوةً على ذلك، ترتبط هذه الحرف بالتراث والثقافة، وتساهم بشكل متزايد في تزويد النساء بدخلٍ يحسّن مكانتهن الاجتماعية. وعلى الرغم من القيمة الثقافية الموجودة في هذا مجال إلا أن ضعف ومحدودية الانتاج الحرفي ومواجهة مجموعة من تحديات التي تؤثر على استمرار المشاريع وتوسيع نطاق الإنتاج ومن بينها نقص آليات الترويج الحديثة وعدم القدرة على استقطاب الجمهور المستهدف. وتسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع المشاريع النسوية الحرفية وتدعيم بحلول عملية لتعزيز وتنمية نشاطهن مع إيلاء الأهمية على آليات التسويق سواء عبر طرق تقليدية تتماشى مع طابع الفني وثقافي للمنتج أو باعتماد على المنصات الرقمية التي تسهل زيادة انتشار المنتجات الرقمية كما تعمل هذه الدراسة إلى تقديم تصور مقترح منصة لتقوية حضور الحرفيات في السوق.

ومن هذا المنطلق قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي: **كيف يمكن تحسين تسويق المنتجات الحرفية النسوية في الجزائر من خلال اعتماد استراتيجيات التسويق الفني والرقمي، وهل يمكن لمنصة رقمية أن تساهم في دعم هذه الفئة وتوسيع نشاطها؟**

وللإجابة عن هذا التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم ريادة الأعمال النسوية في المجال الحرفي؟
- ما دور التسويق الرقمي في تطوير المشاريع الحرفية؟
- كيف يمكن تصميم منصة رقمية تخدم الحرفيات؟

أسباب اختيار الموضوع:

- يحظى هذا القطاع بعبادات وتقاليد تركز على مساهمته الفعالة في تنشيط الاقتصاد المحلي.
- يعد هذا القطاع مصدراً مهماً لخلق فرص العمل ودور بارز في الحد من البطالة خصوصاً للحرفيات اللواتي يمارسن هذا النشاط.
- تعاني الحرفيات من تحديات خاصة فيما يتعلق بالتسويق ومحدودية الانتشار
- تعد الحرف من القطاعات حيوية التي تعكس ارتباطها بالهوية الثقافية وحفاظ على التراث.

أهداف الدراسة

- تحليل واقع ريادة الأعمال النسوية في المجال الحرفي بالجزائر، مع التركيز على التحديات التي تواجه الحرفيات.
- دراسة خصائص التسويق الفني ودوره في إبراز القيمة الثقافية والجمالية للمنتجات الحرفية.
- إبراز أهمية التسويق الرقمي كأداة حديثة لتوسيع نطاق انتشار المنتجات الحرفية واستقطاب زبائن جدد.
- اقتراح منصة رقمية كحل عملي يمكن أن يساهم في تحسين تسويق المنتجات الحرفية ودعم الحرفيات اقتصاديًا.

أهمية الدراسة:

نظرا لقلّة الدراسات الموجودة في قسم الفنون بجامعة مستغانم ارتئينا تسليط الضوء على هذا الموضوع لما يكتسيه من أهمية تتمثل في تسليط الضوء على قطاع الحرف التقليدية النسوية في الجزائر، باعتباره من الأنشطة التي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي وتوفير فرص العمل، خاصة لفئة النساء. كما تبرز أهميتها في محاولة الربط بين التسويق الفني والتسويق الرقمي، وهو جانب لا يزال محدود التداول في الدراسات السابقة.

أما من الناحية العلمية، تساهم هذه الدراسة في سد فجوة بحثية من خلال تقديم معالجة تجمع بين خصوصية المنتجات الحرفية وأساليب التسويق الحديثة. كما تظهر أهميتها من الناحية الاقتصادية والاجتماعية في دعم الحرفيات وتحسين فرص تسويق منتجاتهن، بما يساعد على توسيع نطاق نشاطهن وزيادة دخلهن.

إضافة إلى ذلك، تبرز الأهمية الثقافية من خلال المساهمة في الحفاظ على التراث الوطني وإبراز قيمته. كما تعكس هذه الدراسة أهمية مواكبة التحول الرقمي من خلال إدماج أدوات التسويق الإلكتروني في المجال الحرفي.

في حين تتجلى الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في اقتراح منصة رقمية كحل عملي يمكن أن يساهم في تحسين تسويق المنتجات الحرفية وتطوير هذا النشاط، مما يمنح البحث بعداً تطبيقياً يتجاوز الجانب النظري.

المنهج المناسب للدراسة:

يتطلب البحث العلمي استخدام منهج وأدوات جمع بيانات محددة ويعرف ربحي مصطفى عليان أن المنهج العلمي أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة المدروسة¹.

¹ ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي -أسسه-مناهجه وأساليبه- إجراءاته، الأردن: جامعة البلقاء التطبيقية، 2011، ص 35.

وقد استندت هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي نظرا لكونه المنهج الأنسب لوصف واقع ريادة الأعمال النسوية في ميدان الحرف والتعرف على أبرز الصعوبات التسويقية التي تحد من النشاط وذلك قصد إعطاء تصور واضح وشامل حول الظاهرة عبر تعمق في الأسس النظرية، مما يسمح بالوصول الى نتائج واضحة حول الموضوع وادراجها ضمن إطار منهجي سليم مع الإحاطة بجميع الظروف ويعد ذلك مدخلا للوصول إلى نتائج دقيقة مع صياغة حلول في شكل توصيات مقترحات مقدمة من الباحث لمعالجة إشكالية موضوع البحث.

تحديد المفاهيم الإجرائية:

ريادة الأعمال: هي مهارة الفرد على إنشاء مشروع أو نشاط اقتصادي جديد يركز على توظيف الأفكار والإمكانات المتوفرة بهدف إنتاج سلع أو خدمات ذات قيمة مضافة وتحقيق الربح مع تحمّل المخاطر الناتجة عن إدارة المشروع وتطويره

التسويق الإلكتروني: هو توظيف الوسائل والمنصات الرقمية عبر شبكة الإنترنت للتسويق المنتجات أو الخدمات وجذب الفئة المستهدفة من العملاء والتفاعل معهم بهدف تحقيق المبيعات وتوسيع دائرة الانتشار.

الصناعة التقليدية الفنية: هي مجموعة من الأنشطة الحرفية اليدوية التي تعتمد على المهارة والخبرة الشخصية في إنتاج سلع ذات بعد فني وجمالي ذات أصل في التراث الثقافي الجزائري كما تهدف إلى سد الاحتياجات المادية والجمالية وتحقيق مردود اقتصادي للحرفيين.

التسويق الفني: هو استخدام آليات تسويقية للترويج للمنتجات الفنية والحرفية من خلال تسليط الضوء على قيمتها الجمالية والإبداعية واستهداف الفئة المهتمة بهذا النوع من المنتجات مما يساهم في توسيع انتشارها وتحسين مستوى المبيعات.

للإجابة على ما سبق ذكره اقترحنا لمعالجة هذا الموضوع خطة بحث شملت مقدمة وفصلين إضافة لخاتمة عامة، حيث عالج الفصل الأول عرض الجوانب النظرية متعلقة بموضوع البحث والذي يعالج مختلف استراتيجيات التسويق الفني. في حين عالج الفصل الثاني الجانب التطبيقي واقع نسوي الحرفي من خلال ابراز العراقيل المرتبطة به مع طرح جملة من توصيات كفيلة للارتقاء بهذا مجال وتحسين فعاليته.



الجانبِ النظري

للمذكرة:



تمهيد

يتطرق هذا المبحث الإطار المفاهيمي للأعمال الحرفية النسوية وأثرها الفعال في تنمية الاقتصادية وتعزيز الاستمرارية الهوية الثقافية

تحظى هذه الأعمال بمكانة هامة في قطاعات التي تؤدي الى خلق فرص تشغيل نساء وتدعيم الاستقرار الأسري خصوصا في بيئات ريفية مما يستدعي لدراسة هذا المجال بشكل أعمق من أجل تحليل وفهم واقع ويهدف هذا المبحث إلى دراسة تعريف الحرف التقليدية النسوية.

المبحث الأول: الأعمال الحرفية النسوية

يتناول هذا المبحث مفهوم الأعمال الحرفية النسوية ودورها المتزايد في الاقتصاد الجزائري والحفاظ على التراث الثقافي. إذ يعرف على أنه "هو عمل حرفي بسيط تقوم به المرأة داخل البيت أو في محيطها الخارجي وفقاً لنوع النشاط الحرفي ضمن مختلف الأنشطة كما ركزنا على التعاملات في نشاطهن للحرف الجاهزة أو التقليدية، سواء في إطار رسمي أو غير رسمي ويرتكز مكان العمل غالباً داخل المنزل أو في المحلات الخاصة، مقابل أجر مادي أو بدافع الترفيه والترويح عن النفس. دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر"¹

المطلب الأول: مفهوم الأعمال الحرفية وخصائصها

تمثل الأعمال الحرفية من الأنشطة الاقتصادية التراثية التي لا تزال محافظة بحضورها داخل المجتمعات الحديثة التي تعمل على تحقيق التوازن بين الحماية التراث الثقافي وتعزيز النمو الاقتصادي، وقد حظيت هذه الأنشطة بأهمية بارزة في الجزائر لما تحمله من طابع ثقافي يبرز الهوية الوطنية. ويطمح هذا مطلب إلى تحديد المفهوم الدقيق للأعمال الحرفية، ثم استعراض أهم الخصائص التي تجعلها فريدة مقارنة بغيرها.

أولاً: تعريف الأعمال الحرفية

- تعددت التعريفات المقدمة للأعمال الحرفية تبعاً لاختلاف الزوايا الاجتماعية والاقتصادية التي تناولتها. فمن الناحية الاجتماعية، تُعرّف الأعمال الحرفية باعتبارها أنشطة إنتاجية أو خدمية تعتمد أساساً على المهارة اليدوية والخبرة المهنية للحرفي، وتمارس في إطار تنظيمي يحدد طبيعة النشاط وحقوق ممارسيه وواجباتهم. أما من الناحية الاقتصادية، فتمثل الأعمال الحرفية أنشطة اقتصادية تعتمد على توظيف المهارات اليدوية والمعارف المتوارثة لإنتاج سلع تتميز بطابعها الفني والثقافي، وتسهم في الحفاظ على التراث وتنميته اقتصادياً. تُعد الأعمال

¹ دراسة ميدانية للعاملات في حرفة الخياطة -ولاية أدرار. ط د رقاني الزهراء صفحة 164

الحرفية جزءاً من التراث الوطني، إذ تجمع بين البعد الاقتصادي والبعد الثقافي، وتساهم في المحافظة على الهوية الوطنية من خلال إنتاج منتجات تعكس الخصوصية الحضارية للمجتمع الجزائري وتقاليده المتوارثة.

ثانياً: خصائص الأعمال الحرفية

تعرف الاعمال الحرفية بعدة مميزات مما يكسبها نشاطاً فريداً ويتميز جوهرياً عن الصناعات الحديثة ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص في النقاط التالية:

الاعتماد على العمل اليدوي: قدمت CNUCED سنة 1969 أبرزت فيه الفروق بين الصناعة اليدوية والصناعة التقليدية يُطلق مصطلح المنتجات اليدوية للدلالة على كافة الوحدات الإنتاجية بالاعتماد على أدوات ووسائل تقليدية بسيطة وجميع المعدات التي يستعملها الحرفي في الإنتاج والتي يقوم إنتاجها في معظمه على اليد البشرية وقد عرّفت منظمة اليونسكو والمركز العالمي للتجارة الصناعة التقليدية بأنها:

"يقصد بالمنتجات الحرفية، المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين إما حصراً باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية، شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي" ...¹

حمل طابع فني وثقافي: تعكس المنتجات الحرفية هوية ثقافية متوارثة عبر الأجيال إذ تتميز كل منطقة بطابعها الذي يعكس خصوصية كل منطقة فالطرز القسنطيني يختلف عن الطرز القبائلي من حيث التدرجات اللونية الزخارف ذات الطابع الهندسي مع أن كليهما يندرج ضمن التراث الجزائري هذا ما يمنح الحر فوسيلة لإبراز التراث الوطني وطابعها الحضاري الخاص بحيث تعتبر جزءاً من الهوية التي ينبغي حمايتها².

الارتباط بالبيئة المحلية: يمكن إدراج الصناعات التقليدية والحرف اليدوية استناداً لمناطق انتشارها والمواد الأولية المستعملة في إنتاجها منها على الشكل الآتي:

حسب مناطقها (التوزيع الجغرافي) بحيث تختلف الحرف الجزائرية وفق مناطق تُزاول في البيئات الصحراوية والسهلية التي تضم مختلف مناطق الجزائر، سواء الصحراوية أو الريفية أو الحضرية وتنقسم الحرف إلى نوعين رئيسيين قسم يُعرف بالحرف الريفية ويتضمن مختلف الأدوات اللازمة للزراعة في حين يضم القسم الثاني الحرف المرتبطة بالوسط الحضري والتي يمارسها سكان المدن الذي يعود في تسميته تاريخياً إلى الحرف التقليدية القديمة وهي مختلفة ومتنوعة ذات طابع متشعب والتي يطغى عليها الطابع الزخرفي بشكل واضح وتتميز بطابع فني أصيل بغض النظر تنوع استعمالاتها³.

¹ الحرف الصناعية التقليدية في الجزائر أحلام عماري صفحة 469

² الحرف الصناعية التقليدية في الجزائر أحلام عماري، صفحة 480.

³ دور الحرف التقليدية في تعزيز السياحة الصحراوية فاطمة رقاب صفحة 3

المطلب الثاني: الحرف كمدخل لريادة الأعمال النسوية

لم تعد الأعمال الحرفية تقتصر على الجانب التقليدي التي يهدف فقط إلى الحفاظ على التراث الثقافي بل تحولت في السنوات الأخيرة تمثل فرصة اقتصادية مهمة للمرأة في مجالات ريادة الأعمال فالتطورات التي مست الجانب الاقتصادي والاجتماعي التي عرفتها الجزائر إلى جانب تزايد الاهتمام بالمبادرات الفردية دفعت العديد من النساء على توظيف مهارتهن الحرفية لإنشاء مشاريع صغيرة تحقق دخلاً أضحت في الوقت الحالي تتسم بطابع مهني أكثر تنظيمًا حيث تتجه النساء إلى استثمار حرفهن في مشاريع اقتصادية مستقلة وعليه يتناول هذا المطلب إلى إبراز إلى دراسة العلاقة بين النشاط الحرفي وريادة الأعمال النسوية .

مفهوم ريادة الأعمال النسوية

لا يختلف تعريف المرأة الريادية عن مفهوم الرجل الريادي يخضع مفهوم المرأة الريادية لنفس المفاهيم المرتبطة بريادة الأعمال لدى الرجل لكن يمكننا تعريفها بأنها كل امرأة تمارس نشاطها بشكل مستقل أو بالشراكة مع آخرين قامت بتأسيس أو شراء أو امتلاك على مؤسسة من خلال التأسيس أو الاقتناء أو الإرث لتصبح مسؤولة عنها ماليًا وإداريًا واجتماعيًا كما تُعدّ شخصًا يتحمل مسؤولية المخاطر المالية المتعلقة بالمؤسسة بإنشاء المؤسسة وإدارتها بأسلوب إبداعي مع اعتماد أساليب إبداعية في إدارتها عبر تطوير منتجات جديدة والتوسع نحو أسواق جديدة كما تُعرف بأنها المرأة القادرة بروح المبادرة تحمل المخاطر والمسؤولية وتتمتع بمهارات تنظيمية وإدارية إلى جانب ثقتها بإمكاناتها وسعيها نحو النجاح والتميز ومن خلال ما تقدم، يمكن اعتبار إن المرأة رائدة هي التي تمتلك مجموعة من مهارات وسمات مميزة تؤهلها إلى تحمل مخاطر المرتبطة بإدارة مشروعها الخاص وهي التي تمتلك والمهارة في تنظيم وإدارة المشاريع تتصف بروح المبادرة و الكفاءة بغرض تحقيق النجاح والتفوق فهي تهدف إلى ضمان وتعبئة الموارد المالية والمادية والمعنوية لاستثمار الفرص المتاحة ذات القيمة ريادة الأعمال النسوية كمدخل لتحقيق التمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر - حالة الجزائر علويث أمير بولويث عبد الوافي صفحة 2

دور اجتماعي واقتصادي مهم

تتيح الأعمال الحرفية فرصًا في توفير مناصب شغل للنساء، لا سيما في الأرياف. ففي عدة مناطق ريفية جزائرية، تُعدّ الحرف التقليدية المجال المتاح أمام المرأة لتأمين دخلها الخاص، مما يساعد في رفع مستوى معيشة الأسرة، ويُسهّم في تمكين المرأة اقتصاديًا، كما أن ممارسة الحرفة تمنح المرأة مكانة اجتماعية.

كما تمثل الصناعات التقليدية دعامة للنمو الاقتصادي والصناعي والاجتماعي، نظرًا لدورها في تحقيق النمو في الإنتاج وتحسين الدخل القومي، بالإضافة إلى تغطية جزء من الاحتياجات المحلية، والحد من الاستيراد، وتزويد الأسواق المحلية، وفتح آفاق للتصدير، مما يجسد جانبًا من الهوية الوطنية والقومية، ويُعد وسيلة أساسية تسهم في صون التراث الثقافي.

ويُظهر تنوع المنتج الحرفي اختلافًا في الأنماط الفنية والزخرفية والنقوش، من حيث الحجم الكمي وطبيعة كل وحدة إنتاجية، وهو ما يعزز الابتكار ويحقق تنمية الحس الجمالي والمهارات الذاتية للحرفي، ويؤدي إلى إيجاد تصورات وصيغ جديدة تمنحها دورًا فاعلاً في عملية التنمية داخل المجتمع الجزائري.

➤ الحرف في تمكين المرأة اقتصادياً واجتماعياً

تلعب الحرف دورًا مهمًا في تعزيز تمكين المرأة على مختلف المستويات، ويمكن إبراز ذلك فيما يلي:

اقتصاديًا: تتيح الحرف فرصًا لتسهيل الوصول للأسواق وخلق فرص اقتصادية متوازنة، كما تساهم في إدماج المرأة في سوق العمل، ودعم قدراتها الإنتاجية، وتعزيز استقلاليتها المالية من خلال تمكينها من تحقيق دخل خاص بها.

اجتماعيًا: تسمح الحرف للمرأة بالمشاركة الاجتماعية خارج إطار الأسرة، كما تساهم في تحسين مكانتها داخل المجتمع، وتوفير فرص أفضل للتعليم والاندماج الاجتماعي، إضافة إلى الحد من الممارسات التمييزية ضد المرأة وتقليص الفجوة الاجتماعية المرتبطة بالهيمنة الذكورية.

شخصيًا ونفسيًا: تسهم الحرف في تنمية قدرات المرأة على القيادة الذاتية والتفاعل مع محيطها، من خلال تعزيز الثقة بالنفس وبناء شخصية مستقلة، وهو ما ينعكس إيجابًا على رضاها الذاتي واستقرارها النفسي والاجتماعي.

➤ تحديات تحويل الحرفة إلى مشروع ريادي

رغم ما توفره الحرف التقليدية من فرص لدعم ريادة الأعمال لدى النساء، إلا أن هذا التوجه يواجه عدة تحديات قد تحدّ من نجاح واستمرارية المشروع، ومن أهمها:

ضعف التمويل: غالبًا ما تلجأ رائدات الأعمال إلى مدخراتهن الشخصية أو إلى المساندة المالية من الأقارب والأصدقاء كمصدر لتمويل مشاريعهن الخاصة، إلا أن هذا المصدر يبقى محدودًا وغير كافٍ لنمو المشروع واستمراره. كما تعاني رائدات الأعمال من محدودية مصادر التمويل، وذلك لسببين رئيسيين:

أولهما، افتقار غالبية النساء إلى ممتلكات يمكن تقديمها كضمان للحصول على التمويل من جهات خارجية. وثانيهما، تردد البنوك في تمويل النساء بسبب التشكيك في قدرتهن على إدارة المشاريع، مما يقلل من فرص حصولهن على الائتمان.

صعوبة الوصول إلى الأسواق والمعلومات: تصطدم الحرفيات بمنافسة كبيرة بسبب محدودية حجم مشاريعهن وقلة الموارد المالية اللازمة لتمويل الحملات الإعلانية الخاصة بالإشهار والتسويق لمنتجاتهن.

البيئة الاجتماعية والثقافية: تُسهم البيئة الاجتماعية والثقافية بشكل أساسي في الحد من حضور المرأة في مجال ريادة الأعمال، من خلال القيود الأسرية وصعوبة تحقيق التوازن بين العمل والحياة الخاصة¹.

¹ ريادة اعمال النسائية في الجزائر مبارك بسود صفحة 361 /362

المبحث الثاني: التسويق الثقافي الفني كأداة لتطوير الأعمال الحرفية

المطلب الأول: مفهوم التسويق الفني الثقافي وتميزه عن التسويق التقليدي

التعريف العام للتسويق هو نشاط إداري يهدف إلى تحديد خصائص المنتج وتسعيره والتعريف به وتوزيعه وترويجه، بطريقة تضمن سهولة استخدامه وتبادلته في الوقت المناسب، بما يستجيب لتطلعات مختلف الفئات المستهدفة، خاصة العملاء. ويهدف ذلك إلى تحقيق عوائد مالية أو اجتماعية للمنظمة والمجتمع في إطار أقل تكلفة ممكنة، مع إبراز عادات وتقاليد المجتمع والمساهمة في نشرها والتعريف بها.

ومن خلال هذا التعريف، يُشير التسويق الفني الثقافي إلى فن الوصول إلى الشرائح السوقية المحتملة التي تتوجه اهتماماتها نحو المجال الثقافي والفني، وذلك من خلال توظيف أساليب التسويق في المجالين الثقافي والفني، خصوصًا فيما يتعلق بالمنتجات ذات الطابع الثقافي والفني¹.

ومن حيث الهدف الأساسي، يركز التسويق التقليدي على المساهمة في تحقيق عوائد للمنظمة والاستجابة لحاجات المستهلكين من خلال عرض السلع والخدمات، بينما يركز التسويق الفني الثقافي على النشاط التجاري القائم على القيمة الفنية والإبداعية. وفي ظل تطور الرأسمالية الحديثة، أصبح هذا النوع من التسويق يتجه نحو تحويل الفن إلى نشاط إنتاجي واقتصادي ذي بعد فني وثقافي².

أما من حيث طبيعة المنتج، فإن التسويق التقليدي يعتمد على إنتاج سلع بأساليب صناعية أو تقليدية مع تكيفها حسب حاجات السوق، والاهتمام باتجاهات الموضة وإنتاجها بكميات كبيرة مع توظيف وسائل وأساليب تسويقية متنوعة. في المقابل، يتميز التسويق الفني الثقافي بطابع تراثي وفني، حيث تتسم منتجاته بالخصوصية والفردية، وتُنتج غالبًا بشكل يدوي، وتُعد أعمالاً فنية ذات قيمة تراثية، وقد تجد بعض هذه المنتجات مكانها في المتاحف، ويقتنيها المهتمون بالتراث والآثار³.

أما من حيث الرسالة التسويقية، فإن التسويق التقليدي يهدف إلى بيع المنتجات وترويجها للمستهلكين وتحقيق الربح، بينما يسعى التسويق الفني الثقافي إلى نشر الثقافة وإبراز الخصوصية الثقافية للمجتمع من خلال عرض المنتجات بطريقة تعكس القيم المرتبطة بالتراث⁴.

¹ مذكرة ماستر: توظيف التسويق الثقافي في الحفاظ على الهوية الثقافية، ورد حيتامة خديجة خليفي

² بلخير فتحة: تسويق واستثمار في الفن والثقافة في الجزائر، مذكرة ماستر

³ الحرف الصناعية التقليدية في الجزائر، أحلام عماري، صفحة 470

⁴ مذكرة ماستر: توظيف التسويق الثقافي في الحفاظ على الهوية الثقافية، ورد حيتامة خديجة خليفي، صفحة 9

المطلب الثاني: استراتيجيات التسويق الفني الثقافي للمنتجات الحرفية
المشاركة في المعارض والأسواق المحلية

تُعدّ المعارض والأسواق المحلية من أقدم وسائل الترويج المعتمدة في تسويق المنتجات الحرفية وأكثرها فعالية ونجاحًا، إذ تساهم في تنمية الاتصال بالجمهور، واستقطاب فئات جديدة من الزبائن والعملاء، كما تتيح عرض منتجات جديدة وإبراز خصائصها ومميزاتها، والتعريف بمختلف السلع المعروضة داخل المعارض والترويج لها. المعارض ودورها في الترويج للتراث الثقافي، بوزادن وافية، ص 43-44

سياسة التسعير

يُعدّ التسعير من أهم عناصر المزيج التسويقي، كما يُعتبر من القرارات المهمة والأكثر تعقيدًا بسبب تأثيره المباشر على أداء المؤسسة وحجم الإقبال والطلب على المنتجات في الأسواق. ويخضع تسعير منتجات الصناعة التقليدية لعدة عوامل، من بينها ارتفاع تكلفة المواد الأولية المستخدمة في الإنتاج، مما يؤدي إلى ارتفاع تكلفة المنتج النهائي، وهو ما يسبب صعوبات أمام الحرفيين. كما أن المنتجات التقليدية تُعتبر مرتفعة السعر بالنسبة للمستهلكين، مما يؤدي أحيانًا إلى تراجع الطلب عليها، في حين يرى الحرفيون أن انخفاض الأسعار لا يغطي تكاليف الإنتاج. وعليه، فإن معالجة هذا الإشكال تتطلب تدخل الهيئات المعنية لدعم الحرف التقليدية.

معيقات تسويق المنتج التقليدي والحرفي في الجزائر، ص 56

المبحث الثالث: التسويق الفني الرقمي

المطلب الأول: مفهوم التسويق الفني الرقمي وأهميته في تسويق المنتجات الحرفية

يُعرّف التسويق الرقمي بأنه امتداد للتسويق التقليدي، يعتمد على توظيف أدوات وتقنيات في الفضاء الرقمي. غير أن هذا الفضاء يفرض طابعه الخاص، مما يساهم في تطوير أساليب وأشكال التواصل، ويؤدي إلى ظهور أدوات واستراتيجيات رقمية متقدمة. كما يُعرف أيضًا بأنه استخدام للتقنيات الرقمية

بهدف تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين ; وتبرز أهمية التسويق الرقمي في المجال الحرفي من خلال تمكين الحرفيات من عرض منتجاتهن التقليدية والتعريف بها خارج النطاق المحلي، والوصول إلى فئات أوسع من الزبائن، إضافة إلى المحافظة على التراث الحرفي والترويج له عبر المنصات الرقمية.

(التسويق الرقمي وأهم الأدوات والتقنيات الإلكترونية المستخدمة، نصيرة عليط، ص 304

خصائص التسويق الرقمي في المجال الفني

يتميز التسويق الرقمي بعدة خصائص تبرز أهميته، وتتمثل فيما يلي:

1. يتيح إمكانية التواصل المباشر مع العميل .
2. يسمح بالاستفادة من المعلومات المستخلصة من المستهلكين لتخصيص العروض المنتجات التقليدية وفق احتياجات الحرفيات
3. يعزز ثقة العملاء ويقوي ولاءهم من خلال التفاعل المستمر وتقديم خدمات نسوية ذات جودة .
4. يساهم في تقليل التكاليف، إذ يُعد إنشاء موقع إلكتروني الحرفي أقل تكلفة من إنشاء متجر للنشاط الحرفي فعلي .

5. يوفر إمكانية التواصل المستمر مع العملاء على مدار أيام الأسبوع .

6. يساعد في تحسين صورة العلامة التجارية الحرفية وتعزيز الرؤية الرقمية وتوسيع قاعدة العملاء .

7. يتيح استقطاب عملاء جدد وتحقيق ميزة تنافسية من خلال استراتيجيات مدروسة .

التسويق الرقمي وأهم الأدوات والتقنيات الإلكترونية المستخدمة، نصيرة عليط، ص 305

أهمية التسويق الرقمي في مجال الفني

أصبحت الإنترنت جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية، باعتبارها وسيلة مهمة للحصول على المعلومات ونقلها مقارنة بالوسائط التقليدية. ومع التطور التكنولوجي، ظهرت فضاءات رقمية جديدة ساهمت في تطوير التسويق الرقمي، الذي يُعد وسيلة فعالة لترويج المنتجات التقليدية والحرفية، من خلال استخدام تقنيات حديثة تساعد الحرفيين على الوصول إلى العملاء في مختلف الأوقات عبر أجهزة متعددة ومحركات البحث

التسويق الرقمي وأهم الأدوات والتقنيات الإلكترونية المستخدمة، نصيرة عليط، ص 154

➤ **التقنيات المستخدمة في التسويق الرقمي:** يعتمد التسويق الرقمي على عدة تقنيات أساسية، أهمها:

1. **مواقع الويب:** تُعد واجهة رقمية أساسية لعرض المنتجات الحرفية ، وتساعد على جذب الزوار وتحويلهم إلى زبائن من خلال تصميم جذاب وسهل الاستخدام.

2. **محركات البحث:** تمكّن من الوصول إلى المواقع والمعلومات بسهولة، وتُعد عنصرًا مهمًا في نجاح التسويق الرقمي، مما يستدعي تحسين المواقع الحرفية لزيادة الظهور وجذب المستخدمين.

3. **البريد الإلكتروني:** وسيلة فعالة للتواصل المستمر مع الزبائن، تتميز بسرعة نقل المعلومات وقلة التكلفة، وتُستخدم لإرسال العروض والبيانات بشكل مباشر.

4. **شبكات التواصل الاجتماعي:**

تُعد من أهم أدوات التسويق الرقمي و أكثر استخداما من طرف الحرفيات ، حيث تسمح بالتفاعل المباشر مع الجمهور عبر منصات مثل فيسبوك ويوتيوب، وتُستخدم للترويج للمنتجات الحرفية والإشهار وجذب العملاء.

التسويق الرقمي وأهم الأدوات والتقنيات الإلكترونية المستخدمة، نصيرة عليط، ص 317-322

المطلب الثاني دور تسويق الرقمي في تطوير الحرف

يلعب التسويق الرقمي دورًا بارزًا في تطوير الصناعات الحرفية التقليدية من خلال المساهمة في استمراريتها وانتشارها، وذلك عبر توظيف التقنيات الحديثة في التعريف بالمنتجات الحرفية وترويجها للمستهلكين. كما يساهم في فتح أسواق جديدة على المستويين المحلي والدولي، مما يوسع فرص البيع ويعزز تنافسية المنتجات الحرفية. كما يساعد التسويق الرقمي في تحسين البحث التسويقي وتعزيز ولاء الزبائن، إضافة إلى دوره في إبراز الصناعات التقليدية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت وسيلة فعالة للتأثير في قرارات المستهلكين من خلال التفاعل وتبادل الآراء. كما تساهم هذه الوسائل في الترويج للمعارض والفعاليات الخاصة بقطاع الحرف والصناعات التقليدية، مع تمكين الحرفيين من عرض منتجاتهم والتواصل المباشر مع الجمهور عبر الصفحات الرسمية.

وسائل التسويق الفني في ظل التسويق الرقمي

1. الإعلان الرقمي للمنتجات الحرفية: يُعد الإعلان من أهم وسائل التسويق، حيث يتم إعداده إما داخليًا داخل المؤسسة عبر وحدات متخصصة، أو خارجيًا من خلال التعاقد مع وكالات إعلانية لتنفيذ الحملات عبر مختلف وسائل الإعلام.

2. التسويق بالمحتوى:

تُستخدم للتواصل مع الجمهور وتعزيز صورة المؤسسة الصور والفيديوهات للحرف اليدوية، من خلال نشر معلومات حول المنتجات والخدمات، مما يسهل التعريف بها ويقوي العلاقة مع الزبائن.

3. التفاعل مع الزبائن وبناء الثقة الرقمية:

تُعتبر من أهم أدوات التسويق، حيث تساهم في الترويج للمنتجات عبر التفاعل المباشر مع العملاء، وتصبح أكثر فعالية عندما تعتمد على جودة التعامل والإقناع.

معوقات تطوير التسويق الرقمي

يواجه تطوير التسويق الرقمي في الجزائر عدة معوقات مرتبطة بالجانب الاقتصادي والتقني والاجتماعي. حيث يُعد النظام المصرفي من العوامل التي تعيق تطور هذا المجال بسبب محدودية فعاليته، إضافة إلى انتشار بعض مظاهر الفساد والاحتيال، وضعف استخدام وسائل الدفع الإلكتروني نتيجة قلة استعمال البطاقات المصرفية، مما يجعل التعامل النقدي هو السائد في المعاملات.

كما أن خدمات الدفع الإلكتروني ما تزال محدودة وتقتصر على بعض العمليات الأساسية مثل تسديد فواتير الهاتف والكهرباء والغاز والتأمين، وهو ما يعيق توسع التجارة الإلكترونية.

كما تواجه العديد من الحرفيات صعوبات في استخدام الأدوات الرقمية بسبب نقص التكوين في التسويق الإلكتروني وضعف الخبرة في إدارة الصفحات الإلكترونية والمتاجر الرقمية، مما يحد من قدرتهن على الاستفادة الكاملة من فرص التسويق الرقمي وتوسيع نطاق تسويق منتجاتهن الحرفية.

وفي حال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، فإن هناك عدة قيود تؤثر على انتشاره، من أهمها:

- ارتفاع تكاليف الإنترنت والتجهيزات: مثل ارتفاع أسعار الأجهزة وخدمات الاتصال، مما يقلل من الإقبال على استخدام الإنترنت .

- ضعف المهارات الرقمية: حيث يفتقر العديد من الحرفين إلى التكوين في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي، إضافة إلى نقص المهارات عند الحرفيات الأساسية في استخدام الحاسوب والإنترنت .

وبذلك، فإن هذه العوامل مجتمعة تحد من تطور التسويق الرقمي وتوسعه في الجزائر.

معوقات التسوق الإلكتروني في الجزائر وأهم الحلول المقترحة للنهوض به وسيلة سمان صفحة 100/101

المبحث الرابع : تشخيص واقع تسويق الحرفيات النسويات في الجزائر .

المطلب الأول: واقع تسويق الحرفيات النسويات في الجزائر.

يعد قطاع الصناعات التقليدية والحرف أحد أهم المجالات التي تتخبط فيها المرأة الجزائرية بفاعلية خاصة على المستوى المناطق الريفية وشبه حضرية وقد استطاع الكثير من النساء استثمار مهارتهن في تصنيع المنتجات مثل التطريز والخياطة والمختلف الصناعات اليدوية وتقليدية بما يسمح بتحويلها الى موارد اقتصادية يعزز من المستوى المعيشة الاسرة ودعم استقلالية المرأة طرق التسويق التقليدية المعتمدة :

اغلب الحرفيات تعتمد على طرق تقليدية في عرض و تسويق منتجاتهن كما انها تبقى محدودة الانتشار و قدرة الى استقطاب عدد اكبر من الزبائن ومن أساليب اكثر شيوعا تلجا الحرفية على عرض منتجاتها بين الافراد والاسرة و الجيران داخل المحيط الاجتماعي

المرأة الريفية الجزائرية و الصناعات التقليدية و الحرفية مقارنة الدورو المالات عابد أحلام صفحة 87/ 90 و تشارك فئة من الحرفيات على عرض منتجاتهم في المعارض المحلية و الوطنية التي تنظمها الهيئات المختصة الا انا طابعها الموسمي و المحدودية الفترة مما يجعل اثرها في المعالجة مشكل تسويق محدود

تسويق المنتجات التقليدية و الحرفية في الجزائر بين واقع و التحديات عبد القادر مسعد صفحة 90 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: في اتساع نطاق التكنولوجيا و الهواتف الذكية اتجهت العديد من الحرفيات و باخص الشابات في اعتماد أساليب التسويق الحديثة و استفادة من منصات التواصل بحيث أصبحت من اكثر الوسائل استخداما نظارا لي سهولة استعمالها و تتيح من عرض المنتجات و التواصل مع الزبائن و استجابة الى استفسارات و تتجلى ابرز الاستخدامات الشائعة نشر صور المنتج و أسعارها و التعريف بالمنتجات الجديدة و تسهيل تواصل مع الزبائن و تنظيم إجراءات التوصيل و اتفاق على اساليب الدفع وأظهرت نتائج عدد من الدراسات أن وسائل التواصل أسهمت في دعم النشاط الحرفي النسوي تطوير أساليب تسويق المنتجات فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية العمل الحرفي النسوي بالجزائر جمعية جوهرة للصناعة التقليدية و الحرف لولاية المدية أنموذجا صفحة 116

نقص الدعم الإلكتروني والتقني: تعاني الجزائريات من ضعف الدعم المتعلق بالتسويق و التأهيل الرقمي خصوصا في المناطق النائية و يتجلى هذا النقص من خلال قلة الدورات التكوينية المتخصصة ;انخفاض الوعي بأهمية التجارة الكترونية و افتقار المنصات الرقمية ذات الفعالية قصور الخدمات انترنت في بعض مناطق كما تفتقر عديد من الحرفيات الى معارف المتعلقة حول أدوات الرقمية الداعمة لتطوير النشاط .

تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في الجزائر بين الواقع والتحديات د عبد القادر مسعد صفحة 91

المطلب الثاني: المشكلات والتحديات التي تواجه الحرفيات

نقص المعرفة والمهارات الرقمية :

رغم توسع استخدام انترنت فان عدد كبير من حرفيات تنتقل الى المهارات والكفاءة الرقمية باعتبار التحول الرقمي لا يقتصر على مجرد امتلاك هاتف ذكي او حساب على منصات بل يتطلب اتقان هذه الأدوات.

يظهر ضعف التكوين الرقمي في عدم القدرة على انشاء وإدارة الصفحات الاحترافية حيث تنشئ الكثير من الحرفيات صفحات دون اتقان أساليب تطويرها

إضافة الى كيفية توظيف الكلمات وجذب الجمهور ونجد ضعف في المهارات التصوير والتصميم رغم ان الصور تعد من عناصر الأساسية الا ان شركة كبيرة من الحرفيات لا يمتلكن مهارات التصوير او التحرير لتطبيقات الحديثة.

من أبرز أوجه القصور عدم إتمام باساليب التسويق خاصة الإعلانات المدفوعة واستفادة من تحليل البيانات وتوظيف القصص اليومية لرفع المستوى تفاعل وهذا نقص لا يقتصر على حرفيات بل يشمل شرائح متعددة.

تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في الجزائر بين الواقع والتحديات عبد القادر مسعد صفحة 92/93/94

غياب منصة رقمية المتخصصة :

ومن بين الاشكالية الرئيسية هو غياب المنصة الرقمية في القطاع امر الذي يجعل كل حرفية تعتمد على جهودها الفردية مما ينعكس في غياب اطار منظم على الزبائن في صعوبة الوصول الى منتجات كما يتيح عن هذا الوضع العديد من المشكلات .

صعوبة الوصول الى المنتجات فغياب منصة موحدة يتطلب بحث عبر صفحات و مما يزيد من وقت و جهد للوصول الى منتج مطلوب .

ضعف الثقة و التعاملات الكترونيا يؤدي غياب المنصة الى انخفاض مستوى الثقة نظر لعدم وجود ضمانات تحمي المستهلك يتجنب المستهلكون ترددا في الشراء من الصفحات بسبب مخاوف تتعلق باحتيال و السلع الرديئة فقدان الفرص تسويق جماعي غياب منصة موحدة يقلل من فرص التسويق الجماعي لكونها تقدم تشكيلة أوسع مع مصداقية اكبر وفي غيابها تحرم من إمكانية الاستفادة .

يؤدي غياب الالية التقييم يحد من ثقة المستهلك و يقلل من شفافية التعاملات .

الصعوبات والتحديات لمواجهة التحول الرقمي في الجزائر حالة عامر ايمان صفحة 451/458



الجانبِ التطبيقي

للمذكرة:



تمهيد:

يأتي هذا الفصل التطبيقي استكمالاً لما تم التطرق إليه في الفصل الأول من مفاهيم نظرية مرتبطة بالحرف النسوية والتسويق الرقمي وريادة الأعمال، حيث نسعى من خلاله إلى تحويل الجانب النظري إلى تصور عملي قابل للتطبيق.

ويهدف هذا الفصل إلى اقتراح نموذج أولي لمنصة إلكترونية متخصصة في تسويق المنتجات الحرفية النسوية، بما يساهم في دعم الحرفيات وتمكينهن من الوصول إلى شريحة أوسع من الزبائن، مع الاستفادة من الوسائل الرقمية الحديثة في الترويج والبيع والتواصل.

كما يركز هذا الفصل على تشخيص واقع تسويق المنتجات الحرفية النسوية في الجزائر، من خلال إبراز أهم الصعوبات والتحديات التي تواجه الحرفيات، خاصة في ظل محدودية الوسائل التسويقية التقليدية وضعف الحضور الرقمي لبعض الأنشطة الحرفية.

وانطلاقاً من ذلك، سيتم تقديم تصور عملي للمنصة المقترحة، يتضمن أهدافها، وآلية عملها، والخدمات التي توفرها، إضافة إلى عرض نموذج الأعمال الخاص بها وفق مقاربة مبسطة مستوحاة من نماذج المؤسسات الناشئة، دون التعمق في الجوانب المالية.

ومن خلال هذا الجانب التطبيقي، تسعى الدراسة إلى تقديم حل رقمي حديث يساهم في تثمين المنتج الحرفي النسوي الجزائري، وتعزيز فرص تسويقه إلكترونياً بما يدعم الاستقلالية الاقتصادية للمرأة الحرفية.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

المبحث الأول: تصميم المنصة الكترونياً المقترحة

المطلب الأول: تقديم الفكرة المنصة وأهدافها

✓ **اسم المنصة:** تم اعتماد اسم **LadyCraft** لهذه المنصة، لما يجمعه من دلالة رمزية تعكس هوية المشروع في صياغة بسيطة وسهلة التداول.

تشير كلمة **Lady** إلى المرأة أو السيدة، ويُقصد بها هنا المرأة الحرفية، وذلك بهدف إبراز مساهمتها في الحفاظ على التراث الحرفي وإنتاج أعمال يدوية تعكس الإبداع والأصالة. أما كلمة **Craft** فتشير إلى الحرفة أو الصناعة التقليدية، وهي تمثل جوهر المنصة، حيث تركز أساساً على الحرف اليدوية التقليدية والمعاصرة، بما في ذلك النسيج، التطريز، الخياطة، والأعمال الفنية بالخشب والفخار وغيرها.

وعليه، فإن اسم **LadyCraft** يجمع بين البعد النسوي والبعد الحرفي، ويعكس بشكل مباشر فكرة المشروع القائمة على دعم المرأة الحرفية وتمكينها من تسويق منتجاتها.

كما يتميز هذا الاسم بكونه قصيراً، واضحاً، وسهل الحفظ، مما يجعله مناسباً للانتشار والتداول. فهو يعكس فكرة منصة رقمية تجمع مختلف المنتجات الحرفية النسوية في فضاء واحد منظم، يسهل على المستخدمين الوصول إليه والتفاعل معه، تماماً كما تُنظم الأشياء داخل منصة واحدة تجمعها وتعرضها بشكل منسق.

✓ **فكرة المنصة:** تعتمد فكرة منصة **LadyCraft** على تصور واضح وبسيط، يتمثل في الجمع بين الإنتاج والعرض والتسويق بهدف تمكين المرأة الحرفية ودعمها في تطوير منتجاتها وتحسين قدرتها على الوصول إلى الأسواق. وتقوم المنصة على توفير بنية تحتية رقمية تتيح التفاعل بين مختلف الأطراف، وتسهّل تبادل المنافع والخدمات بطريقة منظمة وفعالة.

وترتكز الفكرة الأساسية للمنصة على مبدأ **الوساطة الذكية**، حيث تعمل كحلقة وصل رقمية مرنة بين الحرفيات والزبائن، بما يساهم في إلغاء عوائق الزمان والمكان، وتقديم حلول سريعة تلبي الاحتياجات المتنوعة لكل من المنتج والمستهلك.

كما يمكن أن تعتمد المنصة على آليات دفع متنوعة، بما في ذلك الدفع الإلكتروني أو الدفع عند الاستلام، مع إمكانية الولوج إليها بشكل مجاني، بما يضمن سهولة الاستخدام وتوسيع قاعدة المستفيدين.

وتقوم طريقة عمل المنصة على التوفيق بين مقدمي الخدمات والمستفيدين منها عبر إجراءات إلكترونية متكاملة، حيث تتيح للمستخدمين التسجيل وإنشاء حسابات خاصة، وتحميل البيانات والمنتجات، وإتمام الطلبات، ومتابعة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

مختلف مراحل المعاملات عن بُعد، دون الحاجة إلى التنقل الحضوري. ويعتمد الهدف الأساسي للمنصة على طبيعة المجال الذي صُممت من أجله، حيث تُعد منصة تجارية رقمية تهدف إلى ربط المستخدمين ببعضهم البعض، بما يساهم في تقليل الوقت والجهد وتسهيل إنجاز العمليات التجارية.

أما من الناحية الاجتماعية، فإن منصة LadyCraft تمثل فضاءً للتفاعل البشري الرقمي، حيث تعزز التواصل بين المستخدمين وتساهم في بناء مجتمعات افتراضية قائمة على الاهتمام المشترك بالحرف اليدوية. كما تتيح تبادل الخبرات والمعارف، وتدعم التنمية البشرية من خلال توفير بيئة رقمية إيجابية تساعد على التعلم والتطور. وتتمثل أهم ركائز البعد الاجتماعي للمنصة في:

- **بناء مجتمعات رقمية:** من خلال تكوين مجموعات نسوية حرفية تعزز التواصل والتعاون بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة.
- **التفاعل والمشاركة:** عبر إتاحة الفرصة للحرفيات للتعبير عن آرائهن، وتبادل الأفكار، والتفاعل مع المحتوى المعروض.
- **الدعم والتمكين:** من خلال توفير مساحة لتقديم الاستشارات وتسهيل الوصول إلى المعلومات التي تساهم في رفع مستوى الوعي وتحسين الأداء الحرفي.
- **المسؤولية الرقمية:** عبر تعزيز القيم الإيجابية، واحترام التنوع، والحد من المحتوى السلبي، بما يضمن بيئة رقمية آمنة وشاملة.

وبذلك، تسعى المنصة إلى تحقيق توازن بين البعد الاقتصادي والاجتماعي، من خلال توفير فضاء رقمي يدمج بين التسويق، والتواصل، والدعم، في إطار حديث يخدم المرأة الحرفية ويعزز حضورها في الاقتصاد الرقمي.

الفئة المستهدفة

تستهدف المنصات الرقمية الخاصة بالحرفيات شريحة واسعة من صانعات المنتجات اليدوية، بهدف إدماجهن في الاقتصاد الرقمي. وتشمل الفئة المستهدفة الحرفيات المستقلات، والتعاونيات النسوية، ورائدات الأعمال في مجالات متعددة مثل صناعة الفخار، والخياطة، والتطريز، والنسيج، والزراعي، إضافة إلى النساء الماكثات في البيت الراغبات في تسويق إبداعاتهن وتحقيق الاستقلال المالي.

ولضمان نجاح أي منصة موجهة للحرفيات، ينبغي أن تستجيب بدقة لاحتياجات هذه الفئة، من خلال تصنيف المستفيدات إلى عدة فئات رئيسية:

1. الحرفيات المحترفات ذوات الخبرة

- السمات: يمتلكن مهارات عالية وخبرة ميدانية، وغالباً ما يتوفرن على بطاقة حرفي أو سجل تجاري.
- الهدف: البحث عن أسواق جديدة لتسويق وتصدير المنتجات، والمشاركة في المعارض، والاستفادة من مختلف أشكال الدعم.
- دور المنصة: توفير واجهة عرض احترافية (معرض رقمي)، وتسهيل العمليات والتعاملات التجارية.

2. النساء الماكثات في البيت (الإنتاج المنزلي)

- السمات: يمتلكن موهبة وشغفاً في الحرف اليدوية (مثل الديكور، التطريز، وصناعة بعض المنتجات المنزلية)، لكنهن يواجهن صعوبة في الوصول إلى الزبائن.
- الهدف: تحقيق دخل إضافي وبناء قاعدة زبائن دون الحاجة إلى محل تجاري.
- دور المنصة: توفير أدوات سهلة الاستخدام لعرض المنتجات وإدارة الطلبات والمخزون، وربطهن بخدمات الدفع الإلكتروني والتوصيل.

3. التعاونيات والمجموعات الحرفية

- السمات: تجمعات نسوية، خاصة في المناطق الداخلية ومناطق الظل، تعمل على الحفاظ على التراث المحلي وإحيائه.
- الهدف: الحصول على التمويل، إبراز المنتجات الجماعية، والاستفادة من برامج التكوين والدعم.
- دور المنصة: توفير فضاء لتسجيل التعاونيات، وتسهيل الولوج إلى برامج الدعم الحكومي والتمويل المصغر.

4. الفتيات الخريجات والباحثات عن التكوين

- السمات: شابات حاصلات على شهادات من مراكز التكوين المهني، لكنهن يفتقرن إلى الخبرة الميدانية.
- الهدف: تطوير المهارات، والانطلاق في مشاريعهن الخاصة.
- دور المنصة: توفير فضاءات للتعليم عن بعد، والتوجيه والمرافقة، وربطهن بحرفيات ذوات خبرة ضمن نظام الإرشاد (Mentorship).

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

كما تركز المنصة على تسويق وعرض مجموعة واسعة من الصناعات التقليدية، مع إعطاء الأولوية للحرف اليدوية الأصيلة التي تعكس الهوية الثقافية والتراث المحلي.

وتشمل أبرز فئات المنتجات التي تغطيها المنصة ما يلي:

- **النسيج والزرابي:** مثل السجاد اليدوي، المفروشات، والمنسوجات الصوفية التقليدية.
- **صناعة الفخار والخزف:** مثل الأواني الفخارية، التحف، والديكورات المزخرفة.
- **المشغولات النحاسية والحديدية:** مثل الأواني النحاسية، والتحف المعدنية، والقطع الفنية الحديدية.
- **اللباس والحلي التقليدية:** مثل الأزياء التراثية المطرزة، والمجوهرات والحلي المصنوعة يدوياً.
- **المصنوعات الخشبية:** مثل التحف والقطع الخشبية المنقوشة والمنحوتة.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

المطلب الثاني: تصميم نموذج أولي للمنصة

تصميم نموذج أولي (Prototype) لمنصة رقمية هو خطوة عملية تحول فكرة إلى نموذج تفاعلي حي لاختبار تجربة المستخدم (UX) قبل البرمجة. يتضمن ذلك رسم "رحلة المستخدم"، وتصميم الشاشات الرئيسية، وربطها لتوضيح طريقة التنقل بين القوائم والأزرار.

واجهة الرئيسية للمنصة



الشكل (01): النموذج الأولي للواجهة الرئيسية لمنصة Lady Craft

تمثل الواجهة الرئيسية (User Interface) نقطة التفاعل الأولى بين المستخدم والمنصة، لذلك تُصمم بطريقة بديهية وسهلة الاستخدام، بما يضمن تجربة استخدام مريحة وفعالة. وتتيح هذه الواجهة الوصول السريع إلى مختلف الخدمات والأدوات المتاحة، إضافة إلى عرض المعلومات والبيانات الأساسية التي يحتاجها المستخدم أثناء تصفحه للمنصة.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

وتتكون الواجهة الرئيسية من عدة عناصر أساسية، تتمثل فيما يلي:

1. شريط التنقل العلوي (Top Navigation Bar)

يُعد شريط التنقل العلوي أحد أهم مكونات الواجهة، حيث يضم العناصر الأساسية التي تسهل عملية التصفح، وتشمل:

- شعار المنصة: يوجد عادةً في الجزء العلوي من الصفحة، ويُستخدم للعودة إلى الصفحة الرئيسية من أي قسم داخل المنصة.
- القوائم الرئيسية: تتضمن مختلف الأقسام الأساسية للمنصة، مثل المنتجات، التصنيفات، الطلبات، والحساب الشخصي.
- أيقونة الملف الشخصي: تتيح للمستخدم الوصول إلى إعدادات الحساب وإدارة البيانات الشخصية أو تسجيل الخروج.

2. الشريط الجانبي (Sidebar)

يقع على أحد جانبي الواجهة، ويحتوي على روابط مباشرة للأقسام والخدمات الأكثر استخداماً، مما يسهل على المستخدم التنقل السريع بين مختلف وظائف المنصة.

3. مساحة العمل الرئيسية (Main Workspace)

تمثل الجزء الأكبر من الشاشة، حيث يتم عرض المحتوى الرئيسي للصفحة التي يتصفحها المستخدم. وقد تتضمن هذه المساحة المنتجات المعروضة، أو تفاصيل الطلبات، أو المعلومات والإحصائيات الخاصة بالحساب.

4. شريط الإشعارات والتنبيهات (Notification Bar)

يُستخدم لعرض الإشعارات والتنبيهات المهمة، مثل تأكيد الطلبات، والرسائل الجديدة، والتحديثات المتعلقة بحالة الحساب أو المعاملات المنجزة داخل المنصة.

نموذج الواجهة الرئيسية لدخول للمنصة



الشكل (02): النموذج الأولي لواجهة تسجيل الدخول 1

تُعد الواجهة الرئيسية للمنصة نقطة التفاعل الأولى بين المستخدم والنظام، حيث تتيح له الوصول إلى مختلف الخدمات والوظائف المتاحة بطريقة سهلة ومنظمة. وتتكون عادةً من مجموعة من العناصر التي تساعد المستخدم على التنقل داخل المنصة والاستفادة من خدماتها بكفاءة.

وتتميز واجهات المنصات الإلكترونية بهيكل تنظيمي موحد يهدف إلى تحسين تجربة المستخدم وتسهيل إنجاز المهام المختلفة، وذلك من خلال العناصر الآتية:

1. منطقة تسجيل الدخول والمصادقة

تمثل البوابة الأساسية للوصول إلى المنصة، وتشمل:

- حقول إدخال بيانات الاعتماد، مثل البريد الإلكتروني أو اسم المستخدم وكلمة المرور.
- خيارات تسجيل الدخول وإنشاء حساب جديد للمستخدمين الجدد.
- أدوات الحماية والأمان، مثل خيار «تذكرني» ورابط «نسيت كلمة المرور» لاستعادة الحساب عند الحاجة.

2. شريط التنقل الرئيس

يساعد المستخدم على الانتقال بين مختلف أقسام المنصة بسهولة، ويتضمن عادةً:

- الصفحة الرئيسية: للعودة إلى الواجهة الرئيسة للمنصة.
- المنتجات: لاستعراض المنتجات الحرفية المتاحة.
- الطلبات: لمتابعة عمليات الشراء وحالة الطلبات.
- الملف الشخصي: لإدارة البيانات الشخصية وإعدادات الحساب.
- الإعدادات: لتخصيص تفضيلات الاستخدام.

3. لوحة المعلومات الرئيسة (Dashboard)

تظهر بعد تسجيل الدخول، وتوفر للمستخدم نظرة شاملة حول نشاطه داخل المنصة، وتشمل:

- عرضاً مختصراً لأهم المعلومات والبيانات المتعلقة بالحساب.
- الإشعارات والتنبيهات الخاصة بالطلبات أو الرسائل الجديدة.
- اختصارات سريعة للوصول إلى أكثر الوظائف استخداماً، مما يساهم في تسهيل عملية التصفح وتوفير الوقت.

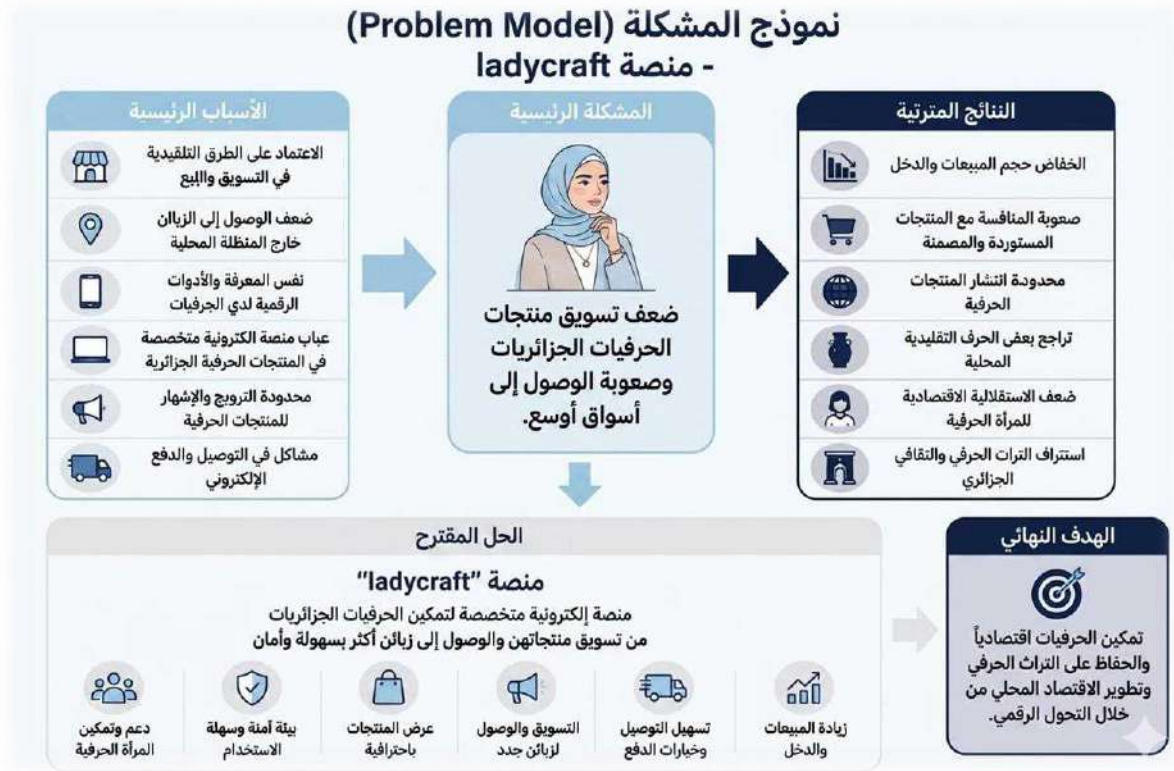
4. شريط الإشعارات

يُستخدم لعرض التنبيهات والتحديثات المهمة، مثل تأكيد الطلبات، والرسائل الواردة، والإعلانات المتعلقة بالمنصة، بما يضمن بقاء المستخدم على اطلاع دائم بمختلف المستجدات.

نموذج واجهة مشكلة للمنصة

يُقصد بـ **نموذج واجهة المشكلة** يُعد نموذج المشكلة (Problem Model) أداة تحليلية تُستخدم لتحديد المشكلة الأساسية التي تسعى المنصة الرقمية إلى معالجتها وفهم أبعادها بشكل واضح ومنظم. ويساعد هذا النموذج على توحيد رؤية فريق العمل حول التحدي القائم قبل الشروع في تصميم الواجهات أو تطوير المنصة، مما يضمن توجيه الجهود نحو تقديم حل يلبي احتياجات المستخدمين الفعلية.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية



الشكل (01): نموذج المشكلة الخاص بمنصة LadyCraft 1

1. العناصر الأساسية لنموذج المشكلة

يتكون نموذج المشكلة من مجموعة من العناصر الرئيسية، تتمثل فيما يأتي:

- **المشكلة: (The Problem)** وصف دقيق ومختصر للمشكلة المراد معالجتها دون التطرق إلى الحلول المقترحة.
- **المستخدم المستهدف: (The User)** تحديد الفئة أو الأشخاص الذين يعانون من هذه المشكلة.
- **السياق: (Context)** توضيح البيئة أو الظروف التي تظهر فيها المشكلة، مثل القطاع المعني أو المرحلة التي يواجه فيها المستخدم الصعوبة.
- **التأثير: (The Impact)** بيان الآثار السلبية المترتبة على استمرار المشكلة، كإضاعة الوقت أو انخفاض المبيعات أو ضعف الوصول إلى الخدمات.
- **الحل المقترح: (Proposed Solution)** عرض تصور أولي لكيفية مساهمة المنصة في الحد من المشكلة أو معالجتها.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

2. فوائد استخدام نموذج المشكلة

يسهم نموذج المشكلة في تحقيق العديد من المزايا، من أهمها:

- التركيز على احتياجات المستخدم الحقيقية وتجنب إضافة خصائص غير ضرورية.
- مساعدة المصممين والمطورين على بناء واجهات وخدمات تتوافق مع أهداف المنصة.
- توفير أساس واضح لتقييم مدى نجاح المنصة في معالجة المشكلة المستهدفة.
- دعم عملية اتخاذ القرار أثناء مراحل التصميم والتطوير.

وبذلك يُعد نموذج المشكلة خطوة أساسية في تصميم المنصات الرقمية، إذ يساعد على فهم التحديات القائمة وتوجيه الجهود نحو تطوير حلول فعالة تلبي احتياجات الفئات المستهدفة.

نموذج رحلة مستخدم

يُعد نموذج رحلة المستخدم (User Journey Map) أداة تحليلية تُستخدم لتمثيل المراحل والخطوات التي يمر بها المستخدم أثناء تفاعله مع المنصة لتحقيق هدف معين. ويساعد هذا النموذج على فهم تجربة المستخدم وتحليلها، مما يساهم في تحسين سهولة الاستخدام وتحديد العقبات التي قد تواجه المستخدم أثناء رحلته داخل المنصة.



الشكل

(02): نموذج رحلة المستخدم في منصة LadyCraft 1

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

1. المراحل الأساسية لرحلة المستخدم

تمر رحلة المستخدم داخل المنصة بعدة مراحل رئيسية، تتمثل فيما يأتي:

- **مرحلة الوعي (Awareness):** يتعرف المستخدم على المنصة لأول مرة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو الإعلانات أو نتائج البحث.
- **مرحلة التفكير (Consideration):** يبدأ المستخدم في استكشاف المنصة والتعرف على خدماتها ومقارنتها بالبدائل المتاحة.
- **مرحلة اتخاذ القرار (Decision):** يتخذ المستخدم إجراءً فعلياً، مثل إنشاء حساب أو تصفح المنتجات أو إتمام عملية شراء.
- **مرحلة الاستمرار (Retention):** يعود المستخدم إلى المنصة بشكل متكرر للاستفادة من خدماتها أو متابعة طلباته.
- **مرحلة التوصية (Advocacy):** يصبح المستخدم راضياً عن تجربته ويقوم بالتوصية بالمنصة للآخرين.

2. العناصر المكونة لنموذج رحلة المستخدم

يتضمن النموذج مجموعة من العناصر التي تساعد على تحليل تجربة المستخدم في كل مرحلة، وتشمل:

- **أفعال المستخدم:** الأنشطة والإجراءات التي يقوم بها المستخدم داخل المنصة، مثل البحث عن منتج أو إتمام عملية شراء.
- **نقاط التفاعل (Touchpoints):** الوسائط أو الواجهات التي يتفاعل من خلالها المستخدم مع المنصة، مثل الموقع الإلكتروني أو التطبيق.
- **المشاعر والانطباعات:** الأحاسيس وردود الفعل التي يشعر بها المستخدم أثناء استخدام المنصة، كالشعور بالرضا أو الارتباك.
- **نقاط الألم (Pain Points):** الصعوبات أو المشكلات التي تعيق المستخدم عن تحقيق هدفه بسهولة.
- **فرص التحسين (Opportunities):** الحلول والإجراءات المقترحة التي يمكن اعتمادها لتحسين تجربة المستخدم ومعالجة المشكلات المكتشفة.

ويُسهم نموذج رحلة المستخدم في فهم احتياجات المستخدمين بشكل أفضل، كما يساعد في تطوير واجهات وخدمات أكثر كفاءة، مما يؤدي إلى تحسين تجربة الاستخدام وزيادة رضا المستخدمين عن المنصة.

تحليل SWOT

يهدف تحليل (SWOT التحليل الرباعي) لمنصة LadyCraft إلى دراسة العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في المشروع، وذلك من خلال تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف، ورصد الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة. ويساعد هذا التحليل في وضع رؤية واضحة لتطوير المنصة وتعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها في مجال تسويق المنتجات الحرفية النسوية.



الشكل (03): تحليل SWOT لمنصة LadyCraft. 1

أولاً: نقاط القوة (Strengths)

- تمثل نقاط القوة العوامل الداخلية الإيجابية التي تدعم نجاح المنصة، ومن أبرزها:
- تميز المنتجات: عرض منتجات حرفية يدوية تتميز بالأصالة والطابع الفني الفريد.
- دعم التمكين الاقتصادي للمرأة: توفير فضاء رقمي يساهم في تسويق منتجات الحرفيات وتعزيز استقلاليتهن الاقتصادية.
- إمكانية تطوير المهارات: إتاحة فرص للتكوين وتبادل الخبرات بما يساهم في تحسين جودة المنتجات وتطوير التصاميم.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

- انخفاض التكاليف التشغيلية: اعتماد المنصة على البيئة الرقمية يقلل من تكاليف التشغيل مقارنة بالمتاجر التقليدية.

ثانياً: نقاط الضعف (Weaknesses)

تشير نقاط الضعف إلى التحديات الداخلية التي قد تؤثر في أداء المنصة، ومن أهمها:

- محدودية الطاقة الإنتاجية: اعتماد الحرفيات على العمل اليدوي قد يحد من القدرة على تلبية الطلبات الكبيرة في فترات قصيرة.
- ضعف المهارات الرقمية لدى بعض الحرفيات: قد تواجه بعض الحرفيات صعوبات في إدارة المتاجر الإلكترونية أو التسويق الرقمي للمنتجات.

المبحث الثالث: تحليل نموذج أعمال المنصة

المطلب الأول: تحليل جدوى وفائدة المنصة

أولاً: الجدوى الاقتصادية

يستند هذا التحليل إلى تصور الباحثة لمنصة LadyCraft وطبيعة الخدمات التي تقدمها، وذلك بهدف تقييم الجدوى الاقتصادية للمشروع وتحديد أهم العوامل المؤثرة في نجاحه.

توفر منصة الحرفيات فرصة استثمارية واعدة ذات **جدوى اقتصادية عالية**؛ فهي تحول المشغولات اليدوية من هواية إلى مشروع مدر للدخل. تقلل المنصة تكاليف التأسيس (كإيجار المحلات) وتزيد هوامش الربح عبر استهداف قاعدة عملاء واسعة، محلياً في وخارجها

تُعد دراسة الجدوى الاقتصادية من المراحل الأساسية في تقييم إمكانية نجاح منصة LadyCraft ، إذ تساعد على تقدير حجم الطلب المتوقع، وتحديد التكاليف والإيرادات المحتملة، بالإضافة إلى تحليل المخاطر المرتبطة بالمشروع وسبل إدارتها

لضمان نجاح المنصة، تعتمد دراسة الجدوى الاقتصادية على المحاور التالية:

1. تحليل السوق والطلب

- **الفئة المستهدفة:** تشمل المهتمين بالمنتجات الحرفية التقليدية، والباحثين عن الهدايا المميزة، ومحبي المنتجات اليدوية الأصيلة.
- **الميزة التنافسية:** تتمثل في توفير منتجات حرفية فريدة تعكس التراث المحلي والمهارات اليدوية للحرفيات، مما يمنحها قيمة مضافة مقارنة بالمنتجات المصنعة آلياً.

2. التكاليف المالية الأولية والتشغيلية

- **تكاليف التأسيس:** تشمل تصميم وتطوير المنصة الإلكترونية، وإنشاء قاعدة البيانات، إضافة إلى تكاليف التسويق والإشهار الرقمي.
- **التكاليف التشغيلية:** تتمثل في مصاريف الصيانة والتحديث، والتسويق المستمر، ورسوم خدمات الدفع الإلكتروني، وتكاليف الشحن والتوصيل.

3. مصادر الإيرادات المتوقعة

تعتمد المنصة على مجموعة من مصادر الإيرادات، من أهمها:

- **عمولات المبيعات:** اقتطاع نسبة محددة من قيمة كل عملية بيع تتم عبر المنصة.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

- رسوم الاشتراك: اشتراكات دورية تدفعها الحرفيات للاستفادة من الخدمات المتاحة وعرض منتجاتهن.
- الإعلانات الممولة: إتاحة مساحات إعلانية للحرفيات الراغبات في زيادة ظهور منتجاتهن داخل المنصة.
- الخدمات الإضافية: تقديم خدمات تدريبية أو استشارية تساهم في تطوير مهارات الحرفيات وتعزيز قدراتهن التسويقية.

4. تقييم المخاطر وآليات إدارتها

- مخاطر الشحن والتوصيل: يمكن الحد منها من خلال التعاون مع شركات توصيل موثوقة تضمن وصول المنتجات إلى الزبائن في الوقت المناسب وبحالة جيدة.
- ضعف المهارات الرقمية لدى بعض الحرفيات: يمكن معالجته عبر توفير واجهات استخدام بسيطة وسهلة، إلى جانب تنظيم دورات تدريبية وإرشادية تساعد الحرفيات على استخدام المنصة بكفاءة.
- المنافسة الرقمية: يمكن مواجهتها من خلال التركيز على خصوصية المنتجات الحرفية النسوية وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين.

الجدوى الاجتماعية لمنصة LadyCraft

تتمثل الجدوى الاجتماعية لمنصة LadyCraft في مساهمتها في تمكين المرأة الحرفية وتعزيز دورها الاقتصادي والاجتماعي، إضافة إلى دعم المحافظة على التراث الحرفي التقليدي وإتاحة فرص أوسع للتسويق والتواصل. كما تسعى المنصة إلى توفير بيئة رقمية داعمة تساعد الحرفيات على عرض منتجاتهن والوصول إلى شريحة أكبر من الزبائن داخل الجزائر وخارجها.

1. التمكين الاقتصادي للمرأة

- تعزيز الاستقلالية المالية: تتيح المنصة للحرفيات فرصة تسويق منتجاتهن والوصول إلى أسواق أوسع، مما يساهم في زيادة دخلهن وتحسين مستوى معيشتهن.
- مرونة العمل: توفر المنصة بيئة عمل رقمية تسمح للحرفيات بإدارة أنشطتهن من المنزل، بما يتناسب مع ظروفهن الاجتماعية والمهنية.

2. المحافظة على التراث الحرفي

- التعريف بالحرف التقليدية: تساهم المنصة في إبراز مختلف الحرف والصناعات التقليدية الجزائرية والتعريف بها لدى فئات أوسع من المستهلكين.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

- تعزيز الهوية الثقافية: تعكس المنتجات المعروضة على المنصة الموروث الثقافي المحلي، مما يساهم في المحافظة على الهوية الوطنية وترسيخ قيمها.

3. تعزيز الاندماج الاجتماعي وتبادل الخبرات

- بناء مجتمع رقمي للحرفيات: توفر المنصة فضاءً للتواصل وتبادل الخبرات والتجارب بين الحرفيات من مختلف مناطق الجزائر.
- تطوير المهارات: يمكن للمنصة أن تدعم نشر المحتوى التوجيهي والتدريبي الذي يساعد الحرفيات على تحسين جودة منتجاتهن وتطوير مهاراتهن التسويقية والرقمية.

4. دعم الحرفيات في المناطق النائية

- توسيع فرص الوصول إلى الأسواق: تساعد المنصة الحرفيات في المناطق الريفية والبعيدة على تجاوز العوائق الجغرافية والوصول إلى الزبائن دون الحاجة إلى التنقل أو امتلاك نقاط بيع تقليدية.
- تقليص الفجوة الرقمية: تساهم المنصة في تشجيع الحرفيات على استخدام التقنيات الرقمية والاستفادة من فرص التجارة الإلكترونية.

وعليه، تمثل منصة LadyCraft مشروعاً ذا بعد اجتماعي مهم، نظراً لدورها في دعم المرأة الحرفية، والمحافظة على التراث التقليدي، وتعزيز فرص المشاركة الاقتصادية والاجتماعية لفئات واسعة من النساء.

الجدوى التقنية لمنصة LadyCraft

تتمثل الجدوى التقنية لمنصة LadyCraft في تقييم مدى إمكانية تنفيذ المنصة اعتماداً على الموارد والتقنيات المتاحة، ومدى قدرتها على تقديم خدماتها بكفاءة وفعالية للحرفيات والزبائن. وتعد الجوانب التقنية من العناصر الأساسية لنجاح المنصة، إذ تساهم في توفير تجربة استخدام سهلة وآمنة، وتضمن استمرارية الأداء وجودة الخدمات المقدمة.

1. البنية التقنية للمنصة

- واجهة المستخدم (Frontend): تعتمد المنصة على واجهات تفاعلية حديثة تضمن سهولة التصفح وسرعة الوصول إلى المنتجات والخدمات، مع توافق كامل مع مختلف الأجهزة الذكية وأجهزة الحاسوب.
- الواجهة الخلفية (Backend): تعتمد المنصة على نظام متكامل لمعالجة البيانات وإدارة الحسابات والمنتجات والطلبات بكفاءة عالية.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

- **التوافق مع الأجهزة المحمولة:** تم تصميم المنصة لتكون قابلة للاستخدام عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يتيح للحرفيات والزبائن الوصول إلى خدماتها في أي وقت ومن أي مكان.
- **الاستضافة وقواعد البيانات:** تعتمد المنصة على خدمات استضافة موثوقة وقواعد بيانات آمنة تضمن حفظ المعلومات واستمرارية الخدمة دون انقطاع.

2. الخصائص التقنية الأساسية

- **إدارة الحسابات والمنتجات:** تمكّن الحرفيات من إنشاء حسابات خاصة بهن وإضافة منتجاتهن وتحديثها بسهولة.
- **نظام البحث والتصنيف:** يتيح للزبائن الوصول إلى المنتجات المطلوبة من خلال البحث أو تصفح الفئات المختلفة.
- **نظام التقييم والمراجعات:** يسمح للمستخدمين بتقييم المنتجات وإبداء آرائهم، مما يعزز الثقة بين البائعين والزبائن.
- **إدارة الطلبات:** يوفر آلية لمتابعة الطلبات وتنظيم عمليات الشراء بشكل فعال.
- **لوحة التحكم:** تمكن الحرفيات من متابعة منتجاتهن وإدارة نشاطهن داخل المنصة.

3. التحديات التقنية وسبل معالجتها

- **سهولة الاستخدام:** يجب أن تتميز واجهات المنصة بالبساطة والوضوح لتناسب مختلف مستويات المستخدمين في التعامل مع التكنولوجيا.
- **أمن المعلومات:** تعتمد المنصة على آليات حماية مناسبة للحفاظ على بيانات المستخدمين وضمان سرية المعاملات.
- **قابلية التوسع:** صُممت المنصة بطريقة تسمح بإضافة مزايا جديدة واستيعاب أعداد أكبر من المستخدمين مستقبلاً دون التأثير على الأداء.
- **الصيانة والتحديث:** تتطلب المنصة عمليات صيانة دورية وتحديثات مستمرة لضمان كفاءة العمل وتحسين تجربة المستخدم.

وعليه، تُعد الجدوى التقنية لمنصة LadyCraft مرتفعة نسبياً، نظراً لتوفر التقنيات والأدوات اللازمة لإنجازها وتشغيلها، إضافة إلى إمكانية تطويرها وتوسيع خدماتها مستقبلاً بما يتوافق مع احتياجات الحرفيات والزبائن.

المطلب الثاني: نموذج الأعمال التجاري (Business Model Canvas)

1. الشركاء الرئيسيون (Key Partners)

يمثل الشركاء الرئيسيون الجهات التي تساهم في دعم واستمرارية منصة **LadyCraft** من خلال توفير المنتجات والخدمات اللازمة لنجاحها. وتشمل هذه الفئة:

- الحرفيات والتعاونيات الحرفية النسوية باعتبارهن المصدر الأساسي للمنتجات المعروضة.
 - الهيئات والجمعيات الداعمة للصناعة التقليدية وريادة الأعمال النسوية.
 - شركات التوصيل والشحن المسؤولة عن إيصال المنتجات إلى الزبائن.
 - الشركاء التقنيون المكلفون بتطوير المنصة وصيانتها.
 - موردي المواد الأولية اللازمة لإنتاج الأعمال الحرفية.
 - شركاء التسويق والترويج عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.
- وتساهم هذه الأطراف في تعزيز كفاءة المنصة وتوسيع نطاق انتشارها وتحقيق أهدافها.

2. الأنشطة الرئيسية (Key Activities)

تتمثل الأنشطة الرئيسية لمنصة **LadyCraft** في توفير فضاء رقمي يتيح للحرفيات عرض منتجاتهن وتسويقها والوصول إلى شريحة أوسع من الزبائن. كما تساهم المنصة في دعم المنتجات الحرفية النسوية وتعزيز حضورها في السوق الرقمية.

وتشمل أهم الأنشطة ما يلي:

- عرض وتسويق المنتجات الحرفية عبر المنصة.
 - إدارة المنتجات والطلبات ومتابعة عمليات البيع.
 - تسهيل التواصل بين الحرفيات والزبائن.
 - الترويج للمنتجات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والحملات الرقمية.
 - توفير محتوى توجيهي يساهم في تطوير مهارات الحرفيات في مجالات التسويق وإدارة المشاريع.
- وتساهم هذه الأنشطة في تحقيق أهداف المنصة المتمثلة في دعم الحرفيات وتوسيع فرص تسويق منتجاتهن محلياً ووطنياً.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لإنجاز منصة إلكترونية لتسويق الأعمال الحرفية النسوية

3. القنوات (Channels)

تعتمد منصة **LadyCraft** على مجموعة من القنوات الرقمية التي تتيح الوصول إلى الحرفيات والزبائن والتواصل معهم بفعالية، بما يساهم في عرض المنتجات وتسويقها وتحسين تجربة المستخدم. وتتمثل أهم هذه القنوات في:

- الموقع الإلكتروني للمنصة باعتباره الوسيلة الرئيسية لعرض المنتجات وإتمام عمليات الشراء.
 - وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للمنصة ومنتجات الحرفيات واستقطاب الزبائن.
 - نظام الرسائل والإشعارات الذي يتيح التواصل بين الحرفيات والزبائن ومتابعة الطلبات.
 - نظام التقييمات والمراجعات الذي يعزز الثقة ويشجع على تحسين جودة المنتجات والخدمات.
- وتساهم هذه القنوات في توسيع نطاق انتشار المنصة وتسهيل وصول المنتجات الحرفية النسوية إلى مختلف فئات العملاء.

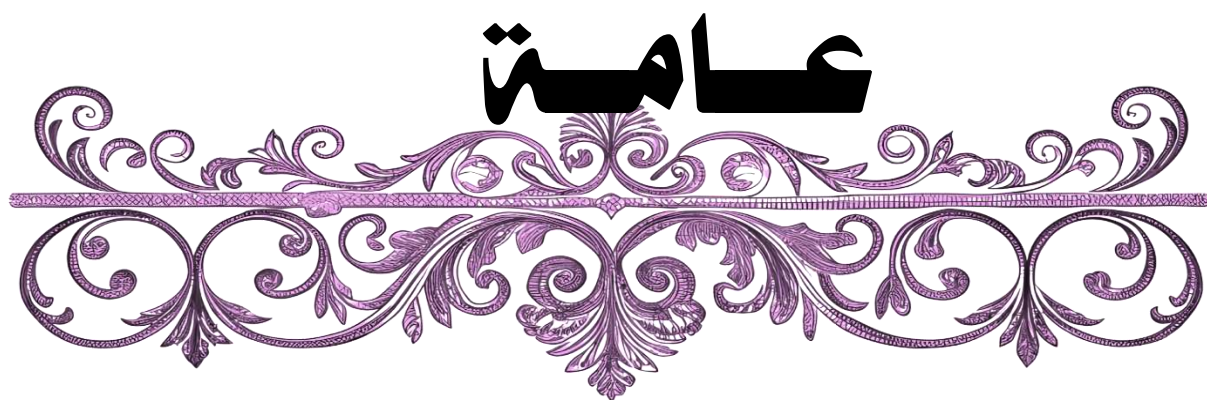
3. الموارد الرئيسية (Key Resources)

تتمثل الموارد الرئيسية لمنصة **LadyCraft** في مجموعة من الموارد التقنية والبشرية والتنظيمية التي تضمن استمرارية عمل المنصة وتحقيق أهدافها. وتشمل هذه الموارد:

- المنصة الإلكترونية وما تتضمنه من قاعدة بيانات خاصة بالحرفيات والمنتجات.
 - الفريق المسؤول عن إدارة المنصة وتطويرها ومتابعة خدماتها.
 - شبكة الحرفيات والتعاونيات النسوية التي توفر المنتجات الحرفية المعروضة.
 - الهوية البصرية والعلامة التجارية للمنصة.
 - الشراكات مع الجهات الداعمة وموفري خدمات التوصيل والدفع الإلكتروني.
- وتُعد هذه الموارد أساساً لنجاح منصة **LadyCraft** وقدرتها على تقديم خدماتها بكفاءة للحرفيات والزبائن.



خاتمة



عامية

جاءت هذه الدراسة بهدف تسليط الضوء على واقع المرأة الحرفية الجزائرية والتحديات التي تواجهها في تسويق منتجاتها، خاصة في ظل الاعتماد على الأساليب التقليدية التي تحد من فرص الوصول إلى الأسواق وتوسيع النشاط التجاري. فرغم ما تمتلكه الحرفيات من مهارات وخبرات وإبداعات تعكس أصالة التراث الثقافي الجزائري، إلا أن العديد منهن يواجهن صعوبات تتعلق بالتسويق والترويج والوصول إلى فئات أوسع من الزبائن، مما يؤثر على مردودية نشاطهن واستمراريته.

وفي هذا السياق، سعت الدراسة إلى استكشاف دور الرقمنة في دعم قطاع الصناعات التقليدية النسوية، من خلال اقتراح منصة إلكترونية متخصصة تحمل اسم **LadyCraft**، تهدف إلى توفير فضاء رقمي يجمع الحرفيات والزبائن، ويسهل عرض المنتجات الحرفية وتسويقها بطريقة أكثر فعالية وتنظيماً.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن التسويق الإلكتروني أصبح من أهم الأدوات الحديثة التي تتيح للحرفيات فرصاً أكبر للوصول إلى الأسواق المحلية والوطنية، كما يساهم في تحسين عملية الترويج للمنتجات والتعريف بها. كما بينت الدراسة وجود مجموعة من التحديات التي تواجه الحرفيات، من أبرزها محدودية استخدام الأدوات الرقمية، وضعف الترويج الإلكتروني، وغياب منصات متخصصة تخدم هذا المجال بشكل مباشر.

كما أوضحت الدراسة أن المنصة المقترحة تتمتع بمقومات نجاح من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والتقنية، لما يمكن أن توفره من مزايا تساهم في دعم الحرفيات، وتعزيز فرص التسويق والبيع، والمساهمة في الحفاظ على الموروث الحرفي والثقافي. إضافة إلى ذلك، تبرز أهمية المنصة في تشجيع ريادة الأعمال النسوية وتحقيق قدر أكبر من الاستقلالية الاقتصادية للمرأة.

ورغم أهمية المشروع المقترح، فإن نجاحه يتطلب مواجهة عدد من التحديات المرتبطة بنشر الثقافة الرقمية، وتطوير خدمات الدفع الإلكتروني، وتحسين خدمات التوصيل، إلى جانب توفير برامج تكوين ومرافقة للحرفيات تساعدن على الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها البيئة الرقمية.

وبناءً على ما توصلت إليه الدراسة، توصي بضرورة دعم المبادرات الرقمية الموجهة لقطاع الصناعات التقليدية، وتعزيز برامج التكوين في مجالات التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي، وتشجيع الشراكات بين مختلف الفاعلين من مؤسسات وهيئات وجمعيات وشركات متخصصة، بما يساهم في تطوير هذا القطاع وتحسين تنافسيته.

وفي الأخير، تمثل منصة **LadyCraft** نموذجاً مقترحاً يمكن أن يساهم في تعزيز حضور المنتجات الحرفية النسوية في البيئة الرقمية، وفتح آفاق جديدة أمام الحرفيات لتسويق منتجاتهن وتطوير أنشطتهن، بما يدعم التنمية الاقتصادية المحلية ويساهم في تثمين التراث الحرفي الجزائري والمحافظة عليه.

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات

الترقيم	عناصر مذكرة التخرج	الصفحات
	الإهداء	3
	كلمة شكر وتقدير	4
	الملخصات	5
	مقدمة عامة	أ
	الفصل الأول: الجانب النظري للدراسة	
	مدخل للجانب النظري	
1		
2		
	خاتمة للجانب النظري	
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة	
	خاتمة عامة	
	قائمة المراجع	
	فهرس المحتويات	