

التحديات التي تواجه المرأة العاملة في القطاع الخاص

Challenges that Faces Women Working in the Private Sector

أ.حنان شعشوع محمد الشهري، جامعة الملك عبد العزيز-المملكة العربية السعودية.

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحديات التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية من خلال إلقاء الضوء على الجوانب الآتية: معرفة خصائص المرأة العاملة في المراكز التجارية، والكشف عن أهم التحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة العاملة في هذا المجال، وكذلك الكشف عن أهم التحديات الاقتصادية التي تواجه المرأة العاملة، كما هدفت الدراسة إلى تقديم بعض المقترحات للتغلب على تلك التحديات، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وقد صممت استبانة تم تطبيقها على عينة مكونة من (400) عاملة في بعض المراكز التجارية بجده تم اختيارها بالطريقة العشوائية العنقودية، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: إن أكثر من نصف العينة تتراوح أعمارهن من (29-20 عام) وأن الغالبية العظمى منهن غير متزوجات يحملن مؤهل تعليمي ثانوي، كما أنهن يتقاضين رواتب تتراوح ما بين (2500 إلى 4500 ريال)، كما بينت الدراسة أن النسبة الغالبة منهن يعملن في وظيفتي بائعة تجزئة ومحاسبة مبيعات لديهن خبرة وظيفية أقل من سنة، بالإضافة إلى أنهن ينتمين إلى أسر ذات دخل اقتصادي متدن، كما بينت النتائج أن العاملات يواجهن أحيانا بعض التحديات الاجتماعية من أهمها النظرة السلبية وتعدم تقبل بعض أفراد المجتمع لعملهن بسبب العادات والتقاليد السلبية، بالإضافة إلى معاناتهن من صراع الأدوار نتيجة التعارض بين متطلبات العمل والأسرة، وضعف العلاقات الاجتماعية مع الأقارب والصدقات بسبب الانشغال بالعمل، كما أظهرت النتائج أن أهم التحديات الاقتصادية التي تواجه العاملات أحيانا تتمثل في تدني الأجور وغياب الأمن الوظيفي في ظل عدم وجود راتب تقاعدي، أما عن ظروف العمل فقد بينت النتائج افتقار مكان العمل للاستراحات الخاصة بالعاملات ولأماكن حضانة الأطفال.

وبناء على ذلك، توصلت الدراسة إلى بعض التوصيات منها: تحسين ظروف عمل المرأة في المراكز التجارية مع تطوير أنظمة التأمينات الاجتماعية والصحية وأنظمة التقاعد، وتهيئة فرص تدريبية تتناسب وطبيعة العمل في المراكز التجارية بما يحقق نمو الموظفة المعرفي وتمكينها من مواجهة متطلبات العمل المتجددة، بالإضافة إلى توفير دور الحضانة ورياض الأطفال لأبناء العاملات في المراكز التجارية أو بالقرب منها مستوفية للشروط الضرورية من حيث القائمين عليها أو القوانين المعمول بها لرعاية الأطفال.

الكلمات المفتاحية: عمل المرأة، التحديات الاجتماعية، المراكز التجارية.

Abstract: This study aimed to identify the challenges that faces Saudi woman working in shopping centers. The objectives of the study are following on aspects: Features of woman working in shopping centers, finding out the most significant economic and social challenges facing the

woman. In addition, the study aimed to present certain suggestions to overcome the challenges she faces. In order to achieve the study objectives, the study adopted the analytical descriptive method. A questionnaire was designed and applied on a (400) female laborer sample was selected randomly from (8) shopping centers in Jeddah. The study concluded the following findings: the age of more than half of the sample varies from (20 to 29) years. The majorities of them are not married and have secondary education certificate. They are paid salaries between (2500 to 4500) SAR. The study showed that the majority of the sample are working as a retail salesperson and sales accountants with job experience less than one year. In addition, they belong to families with low economic income. The findings showed that women face sometimes some social challenges including the negative view and non-acceptance by individuals of the community to their work due to negative traditions and customs also they are suffering from the struggle as a result of the conflict role between work requirements and family tasks. In addition, weakness of social relations with relatives and friends because of being busy with work. Moreover, the findings showed that the most significant economic challenges facing female workers sometimes are the low salaries, absence of job security in view of lack to pension salary. With regard to work conditions, the findings showed severe lack of rest rooms and nurseries for their children in the work place.

Accordingly, the study concluded certain recommendations including: improving the conditions of woman work in shopping centers, providing training opportunities suiting work in shopping centers so as to achieve cognitive development for workers and enable them to meet the requirements of work. In addition, the study recommend nurseries of children inside shopping centers or at nearby place.

مقدمة:

لقد أصبحت المسألة النسائية في المجتمعات المعاصرة موضوعا للحوار والبحث على صعد ومستويات متعددة وانطلاقا من عدة تخصصات ومنظورات وزوايا وتحليل تعود إلى وضعية المرأة في سياق خصوصيات كل مجتمع من جهة، كما ترتبط من جهة أخرى بما غدا يشهده الراهن الكوني المعولم من تسارع في مستجدات التطور والتوجهات الفكرية والحضارية.

وقد بدأ الاهتمام بقضايا المرأة في القرن التاسع عشر وعلى امتداد القرن العشرين إلى أن جاءت الألفية الثالثة، حيث استحوذت قضايا المرأة ووضعها وموقعها من قضايا العمل والتنمية المستدامة على حيز كبير من أهداف الألفية الإنمائية التي وضعتها الأمم المتحدة، ففي ثمانينات القرن العشرين تنامت المنظمات والحركات النسائية المستقلة بهدف نهضة وتطوير دور المرأة في التنمية، وشهدت انعقاد عدة مؤتمرات دولية كان لها الأثر الأكبر في تبني خطاب تمكين المرأة بهدف مشاركة المرأة في التنمية والعمل والاستقلال والاعتماد على الذات، وخلال هذا العقد كان هناك تحول واضح نحو الشراكة في النشاط الاقتصادي وفي عملية التنمية، واتخذت تدابير ترمي إلى منح المرأة المساواة في فرص التعليم والتدريب والعمل، ولا شك أن هذا التوجه فرض نفسه على البلدان العربية كغيرها من بلدان العالم وبخاصة النامية منها.

هذا وترتبط قضية تمكين المرأة بالتنمية البشرية بشكل عام، فالمرأة جزء لا يتجزأ من المجتمع الإنساني وهي تؤدي دورا أساسيا في تطويره وتنميته، وحيث إن التنمية أصبحت تعني "عملية توسيع الخيارات أمام الناس لضمان حياة كريمة" فإن مفهوم التنمية البشرية قد اتسع ليشمل أبعادا أساسية هي: التمكين، والتعاون، والإنصاف، والاستدامة، والأمن(سيبكا النجار، 1997، ص117).

وبذلك فإن اندماج المرأة في النشاط الاقتصادي وارتفاع نسبة مشاركتها في سوق العمل يؤدي إلى تحقيق العديد من المكاسب الاقتصادية، منها الحصول على فرص التوظيف التي تؤمن لها مصدرا دائما للدخل، كذلك تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد البشرية المتاحة على المستوى القومي، مما يؤدي للوصول إلى معدلات النمو الاقتصادي المستهدفة، ورفع القدرة التنافسية للمرأة في سوق العمل في ظل اقتصاديات السوق والخصخصة والعولمة وتخفيض معدلات البطالة، كما تعتبر المشاركة الاقتصادية للمرأة ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة(محيي مسعد، 2010، ص2).

وفي الوقت الحاضر تولي المجتمعات العربية اهتمامًا كبيرًا ببناء نهضتها وتقدمها في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية كافة، وتحقيق رفاهية أبنائها وسعادتهم وتحسين مستوى حياتهم، وذلك من خلال وضع الاستراتيجيات والخطط التنموية واستثمار طاقات أبنائها جميعًا في مختلف التخصصات، ومن هنا فإن الحديث عن إشراك العنصر النسائي في جميع مجالات التنمية ومراحلها أصبح من الأمور الضرورية والمُلحة للتطور المجتمعي.

وفي المملكة العربية السعودية أصبح الاهتمام بقضايا المرأة وتمكينها أولوية متقدمة في فكر القيادة السعودية، حيث تحتل قضية تمكين المرأة موقفا متقدما من بين شواغل الفكر التنموي الاجتماعي والاقتصادي الحديث من منطلق الإيمان بأهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه المرأة في خدمة وطنها ودفع مسيرته التنموية إلى الأمام، وقد كان التطور الذي طرأ على أوضاع ودور النساء مكونا أساسيا في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمملكة العربية السعودية في مختلف القطاعات(غادة الطريف، 2014، ص107-108)

ومع تصاعد قوة الحركة التنموية في المملكة خصصت خطط التنمية منذ الخطة الأولى وانتهاء بخطة التنمية العاشرة (2015-2019) ضمن أهدافها العامة تمكين المرأة وزيادة إسهامها

في مجالات التنمية المختلفة وتوسيع فرص العمل أمامها وكذلك تطوير الخدمات المساندة والتسهيلات اللازمة لتمكينها من أداء دورها الاقتصادي (وزارة الاقتصاد والتخطيط، خطة التنمية العاشرة، 2015-2019) وتنفيذا لما جاء في خطط التنمية شرعت الدولة قواعد وقوانين ناظمة لتمكين المرأة اقتصاديا من أهمها ما يتعلق بتنظيم عمل المرأة وإتاحة العديد من الفرص في مجالات العمل المختلفة ووضع الضوابط والآليات المطلوبة لذلك .

بناءً على ما تقدم، وفي ظل المعطيات الاجتماعية التي تميز واقع المرأة في المملكة من جهة وأهمية المشاركة الاقتصادية للمرأة في العملية التنموية من جهة أخرى، يناقش هذا البحث الوضع الراهن لواقع المرأة العاملة في المراكز التجارية والتحديات المواجهة بهدف الإصلاح والتطوير المستقبلي.

مشكلة الدراسة:

للمرأة السعودية دور كبير وفعال في مختلف جوانب الحياة، فما أنجزته وحققته منذ بدء التعليم الرسمي للبنات في المملكة سنة 1380هـ، وفي ظل الإمكانيات التي وفرتها الدولة والتخصصات العديدة التي توفرها الجامعات للمرأة، بدأت أعداد الخريجات السعوديات تتزايد عاما بعد عام سواء من الجامعات أو الكليات، وبدأت مشكلة توفير العمل المناسب لهن تظهر كقضية تحتاج للمعالجة العقلانية، وهذا ما ركزت عليه خطة التنمية الخامسة (1410-1415هـ) حيث أكدت أنه على الرغم من التوسع المشهود الذي حققته وكالة الرئاسة العامة لكليات البنات والجامعات، إلا أنه توسع يفتقد مراعاة التخطيط الشامل لتنمية الموارد البشرية السعودية فالإحصاءات التعليمية تشير إلى النمو الكبير في أعداد الخريجات وتوقع استمرار الوضع في المستقبل مما يستوجب وقفة متأنية خاصة وأن برامج التعليم الجامعي للفتاة لا زالت في مراحلها الأولية آنذاك (مريم الشهراني، 1996، ص2).

وفي ضوء ذلك، جاءت التوجهات المستقبلية لخطة التنمية اللاحقة بمنح أهمية خاصة للمرأة، كما في خطة التنمية الثامنة التي جعلت من أساسها الاستراتيجي الثاني ينصب على (الاهتمام بشؤون المرأة وتطوير قدراتها، وإزالة المعوقات أمام مشاركتها في الأنشطة التنموية في إطار ما تقتضي به القيم والتعاليم الإسلامية) وقد تم ترجمة مثل هذه التوجهات والخطط التنموية من خلال التشريعات والقوانين التي تنظم عمل المرأة السعودية بصدور قرار عام 2005م والمتضمن خطة وطنية متكاملة للقوى النسائية العاملة في السعودية تتولاها وزارة العمل بالاشتراك مع وزارة الاقتصاد والتخطيط لتحديد الاحتياجات الفعلية للقوى النسائية (وزارة الاقتصاد والتخطيط، خطة التنمية الثامنة، 2005-2009م)، وأيضا زيادة معدلات المشاركة في سوق العمل ودعم فرص التمكين الاقتصادي للمرأة السعودية وفقا لما جاء في خطة التنمية التاسعة (وزارة الاقتصاد والتخطيط، خطة التنمية التاسعة، 2010-2014)

وفي السنوات الأخيرة، استدعت خصوصية المجتمع السعودي اهتماما بتوظيف المرأة للقيام بأعمال معينة أوجبت عوامل مجتمعية تشغيلها فيها، ومن ذلك توظيفها للعمل في محلات بيع المستلزمات النسائية وذلك تنفيذا لقرار قصر العمل في هذه المحلات على المرأة السعودية (الأمر الملكي رقم أ/121 والصادر بتاريخ 1432/7/2هـ)، وقد وفقت وزارة العمل في تخطيطها لتنفيذ

هذا المشروع الاستراتيجي عندما اعتمدت على تنفيذ المشروع على مراحل عدة مراعية في ذلك التدرج المنتظم في عملية التحول بما في ذلك مراعاة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية. وإذا نلّمس توفر معطيات وقوانين أساسية لتمكين المرأة من الإسهام الإيجابي في هذا العمل، إلا أن هناك بعض التحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة، تتمثل بثقافة المجتمع السعودي المرتبطة بالعمل حيث نجد تصنيف المهن على أساس القيمة الاجتماعية للمهنة فالمكانة الاجتماعية للفرد ترتبط بقيمة المهنة التي يمارسها، إلى جانب عدم تقدير دور المرأة التنموي والنظرة الدونية لعملها على اعتبار أنها تعمل في أماكن مختلطة، بالإضافة إلى التحديات الاقتصادية كتندي الأجور وضعف الحوافز وغيرها.

من هنا جاءت هذه الدراسة للوقوف على واقع تمكين المرأة للعمل في المراكز التجارية في بعده الاقتصادي والاجتماعي، اعتماداً على تحليل الإشكالية في هذين البعدين وما يظهر من تحديات، أملاً في الوصول إلى استراتيجية لمعالجة هذه التحديات وتحقيق اندماج أفضل للمرأة السعودية في سوق العمل وفي عملية التنمية.

أهمية الدراسة:

تكمن الأهمية العلمية لموضوع الدراسة من أهمية الموضوع ذاته لجهة بعده المعرفي (العلمي) حيث يشكل هذا الموضوع رافداً معرفياً مهماً في ميادين هامة في علم الاجتماع ألا وهي علم الاجتماع الاقتصادي وعلم اجتماع التنمية ودراسات المرأة، والتي باتت موضوعاتها تعالج أهمية تمكين المرأة والدور الهام الذي من الممكن أن تلعبه في التنمية المستدامة إذا ما شاركت في لعب هذا الدور بفاعلية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعد هذه الدراسة تلبية لاحتياج علمي سيما وأنها تعتبر من الدراسات النادرة التي تناولت واقع عمل المرأة في المراكز التجارية والتحديات التي تواجهها، ومن هنا تساهم هذه الدراسة في توفير بيانات علمية حديثة ومتعمقة تساعد الباحثين والمختصين في العلوم الاجتماعية وخاصة في مجال سوق العمل على فهم واقع تمكين المرأة العاملة في المراكز التجارية كمنطلق لدراسات مستقبلية في هذا المجال بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والعلمي، وتتماشى هذه الدراسة مع توجهات خطة التنمية العاشرة (1437-1441هـ) فيما يتعلق بتوسيع مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي وتطوير الخدمات المساندة والتسهيلات اللازمة لتمكينها من أداء دورها الاقتصادي والاجتماعي بفاعلية، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة ومن خلال نتائجها وتوصياتها تسعى إلى تقديم تصور مستقبلي مأمول من خلال التوصيات والمقترحات للتغلب على التحديات التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية والنهوض بمستواها بما يتوافق مع استحقاقات التقدم والحدثة في عالم اليوم، وذلك من خلال مساعدة صانعي القرار الخاص بالمرأة على صياغة السياسات والاستراتيجيات والبرامج التي تأخذ في الاعتبار تحسين أوضاع المرأة الموظفة في هذا المجال وتفعيل مشاركتها في عملية التنمية والتغلب على التحديات التي تحد من تمكينها، وأخيراً توفر هذه الدراسة التغذية الراجعة feed back للعاملات ورؤسائهن للاستفادة من النتائج والتوصيات بهدف تحسين أوضاعهن الاجتماعية والاقتصادية.

أهداف الدراسة:

- تحليل طبيعة التحديات التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية.
- ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي
- معرفة خصائص المرأة العاملة في المراكز التجارية.
- الكشف عن التحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية.
- الكشف عن التحديات الاقتصادية التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية.

مصطلحات الدراسة:**التحديات Challenges :**

التعريف العلمي: هي تطورات أو متغيرات أو مشكلات أو صعوبات أو عوائق نابعة من البيئة المحلية أو الإقليمية أو العالمية، كما تعرف بأنها تغيرات إما إيجابية يجب التماشي معها لإحداث التغيير والتطور وإما سلبية يجب الوقوف عليها وتفاديها حتى لا تشكل عائق أمام تحقيق الهدف (هدى سليمان، 2014، ص3).

التعريف الإجرائي: يقصد بالتحديات في هذه الدراسة كل ما يشكل عائقاً أو صعوبة أمام المرأة الموظفة في المراكز التجارية من شأنه أن يصعب عليها أدوارها الاجتماعية أو أدائها الوظيفي بشكل طبيعي وبالتالي يؤثر على دورها في عملية التنمية، وقد تم تصنيفها إلى: التحديات الاجتماعية: يقصد بها التحديات التي تفرزها الأسرة والمجتمع والظروف الاجتماعية التي تحكم المرأة العاملة وتتمثل في: (النظرة الاجتماعية السلبية، التعارض بين متطلبات العمل والمتطلبات الأسرية، ضعف العلاقات الاجتماعية). التحديات الاقتصادية: وهي المشكلات الإدارية والاقتصادية التي تواجه العاملات وتشمل: (تدني الأجور ونقص الحوافز، بيئة العمل الداخلية).

المرأة العاملة Working Woman :

التعريف العلمي: هي المرأة التي تقوم بالالتحاق بأحد مراكز العمل الحكومية منها أو الخاصة في أوقات محددة في اليوم أو الأسبوع نظير مبلغ مالي معين ومحدد (محمد عقله، 2000، ص277)، وتعرفها كاميليا عبد الفتاح بأنها المرأة التي تعمل خارج المنزل وتحصل على أجر مقابل عملها وهي تقوم في الوقت نفسه بدورين أساسيين في الحياة دور ربة البيت ودور الموظفة (عبد الفتاح، 1984، ص110).

التعريف الإجرائي: يقصد بالمرأة العاملة في إطار الدراسة الحالية كل امرأة تعمل موظفة في قطاع المراكز التجارية بجده، سواء كانت بائعة أو محاسبة أو موظفة خدمة عملاء أو مشرفة متجر، مقابل أجر محدد تتقاضاه على ما تقوم به من جهد في مجال عملها، بالإضافة إلى أدوارها الأخرى كزوجة وأم أو ابنة.

المراكز التجارية Shopping Malls :

التعريف العلمي: تعرف بأنها عبارة عن مراكز تسويقية مجمعة في مبنى واحد أو عدة مباني متصلة لتقديم خدمات تسويقية متكاملة، وكذلك يمكن تعريفها بأنها أسواق تجارية ضخمة بطوابق

ومحلات متعددة تتيح الفرصة لكل الأفراد بالتسوق بكل سهولة ويسر لأنها منطقة واحدة مغلقة غير مكشوفة تكون دافئة شتاء ومكيفة صيفا. (فهد الخطيب، 2009م، ص 49)

التعريف الإجرائي: يقصد بالمراكز التجارية في السياق الحالي المراكز الحديثة المغلقة التي يقصدها المستهلك في مدينة جده إما للتسوق أو للترفيه والمتعة أو غيرها من الأنشطة تعرف بالمولات-، وتوفر فرص عمل للمرأة السعودية وفقا لأنظمة وشروط وزارة العمل السعودية.

الأسلوب المنهجي للبحث:

بما أن موضوع هذه الدراسة ينطوي على الكشف عن التحديات التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية والذي يعتبر من الموضوعات الجديدة في المجتمع السعودي ولاختلاف طبيعة الدور الذي تؤديه المرأة في هذا العمل والظروف المحيطة به، الأمر الذي يحتاج إلى وصف وتحليل وتفسير واف والتطرق إلى جميع جوانبه وتحليلها كما وكيفا، لذلك اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعد من أكثر مناهج البحث الاجتماعي ملائمة للواقع الاجتماعي وخصائصه، وكذلك يعتبر الخطوة الأولى نحو تحقيق الفهم الصحيح لهذا الواقع، إذ من خلاله نتمكن من الإحاطة بكل أبعاد هذا الواقع محددة على خريطة تصف وتصور بكل دقة كافة ظواهره وسماته، كما يستهدف الوصف تحقيق عدد من الأهداف هي: جمع المعلومات الدقيقة عن جماعة أو مجتمع أو ظاهرة من الظواهر، صياغة عدد من التعميمات أو النتائج العامة، وضع مجموعة من التوصيات والقضايا العلمية.

وبالنظر إلى الخصائص العامة التي تميز بها مجتمع الدراسة، فمدينة جده بوصفها مدينة كبيرة تضم عدد كبير من المراكز التجارية، وحرصا منا على أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصل (مدينة جده) قدر الإمكان، إضافة إلى ارتكاز البحث أساسا على المركز التجاري بمدينة جده ولصعوبة الحصول على قوائم اسمية أو إحصاءات رقمية دقيقة عن الموظفين في هذه المراكز، اعتمدنا على اختيار العينة بالطريقة العشوائية العنقودية Cluster Random Sample وذلك انسجاما مع القواعد الإحصائية المتعارف عليها في سحب العينات وتماشيا مع غايات البحث وإمكانياته وذلك من خلال سحب عينة عشوائية (8) مراكز تمثل (20%) من مجتمع الدراسة (40) مركز - تم الاعتماد على قائمة المراكز التجارية الصادرة من أمانة محافظة جده- بعد ذلك تم سحب عينة عشوائية تمثل (30%) من قائمة المحلات التابعة للمراكز المختارة، وتم تطبيق الدراسة على الموظفين في تلك المحلات حيث بلغ مجموع الموظفين النهائي (400) موظفة.

الجدول التالي يوضح ذلك:

عدد الموظفين	عدد المحلات	المركز التجاري
71	55	مجمع العرب
65	52	عزيز مول
28	16	الصيرفي مول
21	14	روشانا مول
86	32	الياسمين مول
77	53	السلام مول
34	18	فلامنجو مول
18	10	ساوث مول
400	250	المجموع

أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبيان بالاعتماد على الطرق العلمية الصحيحة لتصميمه التي انطلقت من أساس نظري معرفي يحقق الترابط بين النهج العلمي في الاستقصاء والواقع الاجتماعي للمرأة مجال البحث مع الأخذ في الاعتبار مقاييس الصدق والثبات لضمان جودة وصحة ودقة المعلومات التي يراد جمعها، تكون الاستبيان من ثلاثة أجزاء كالتالي:

الجزء الأول: البيانات الأولية: وهي تتضمن الأسئلة المتعلقة بالبيانات الاجتماعية والاقتصادية والديمقراطية لأفراد عينة الدراسة، والتي شملت: العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، المسمى الوظيفي، سنوات العمل.

الجزء الثاني: التحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة الموظفة في المراكز التجارية ويتكون من (3) أبعاد وهي كالتالي: البعد الأول: النظرة الاجتماعية ويتكون من (5) فقرات ، البعد الثاني: صراع الأدوار ويتكون من (5) فقرات، البعد الثالث: العلاقات الاجتماعية ويتكون من (5) فقرات.

الجزء الثالث: التحديات الاقتصادية التي تواجه المرأة الموظفة في المراكز التجارية ويتكون من بعدين كالتالي: البعد الأول: الأجور والحوافز ويتكون من (6) فقرات ، البعد الثاني: بيئة العمل الداخلية ويتكون من (6) فقرات. وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت (Likert) خماسي التدرج (دائماً- غالباً- أحياناً- نادراً- أبداً) وذلك لتحديد درجة الموافقة على التحديات المواجهة. كما اعتمدت الباحثة على برامج (SPSS) في عملية التحليل الإحصائي لعرض النتائج في جداول وأشكال إحصائية توضح التكرار والنسب المئوية لمختلف متغيرات ومحاور البيانات والدراسة.

نتائج الدراسة:**أولاً: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمرأة السعودية العاملة في المراكز التجارية.**

-أوضحت النتائج أن غالبية الفتيات الموظفات (65,5%) منهن بالفئة العمرية (من 20 إلى 29عام) وهذه النتيجة متوقعة نظراً لأن معدلات النشاط الاقتصادي للمرأة السعودية ترتفع في فئات السن الشابة، كما نلاحظ من خلال خصائص المبحوثات تدني نسبة العاملات في الفئات العمرية الأكبر (من 40 عام فأكثر) حيث بلغت نسبتهن (2%) فقط ويعزى ذلك إلى عدم الرغبة في العمل وقضاء فترات دوام طويلة خارج المنزل وترى المرأة نفسها بهذا العمر غير مهياً لذلك.

-أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الفتيات الموظفات (57,3%) غير متزوجات، وربما يعزى ذلك إلى ميل الفتيات قبل الزواج إلى العمل من أجل إثبات الذات والشعور بالاستقلالية وتحقيق عائد مادي من خلال العمل، أما بعد الزواج ومع ازدياد العمر والنضج وزيادة الأعباء الأسرية ربما يقل حضور المرأة في ميدان العمل (الغير حكومي) بشكل خاص نظراً لعدم توفر الأمان الوظيفي حيث تفضل المرأة الاستقرار في المنزل والعناية بالأسرة، كما يمكن تفسير ارتفاع نسبة الغير متزوجات إلى أن الرجل في المجتمع السعودي قد يتردد في الزواج من المرأة العاملة في المراكز التجارية ذلك لأن عملها يتطلب قضاء فترات طويلة خارج المنزل تمتد إلى الليل مما قد

يؤثر على دورها التقليدي في تربية الأطفال وتحمل المسؤوليات المنزلية من وجهة نظر بعض الرجال.

-بينت النتائج كذلك أن غالبية الوظائف في المراكز التجارية مستواهن التعليمي ثانوي بنسبة بلغت (52,8%) وهذا مؤشر إيجابي إلى حد ما فالتعليم يعتبر مهم في سوق العمل لأنه يمكن المرأة من الحصول على التدريب والتطوير واتساع الأفق وزيادة الوعي لمواكبة التطورات المختلفة.

-أوضحت النتائج أن النساء الموظفات يتقاضين رواتب تراوحت ما بين (2500 إلى 4500) بإجمالي نسبة بلغت (90,25%) أي أن معظمهن يتقاضين رواتب في الحد الأدنى (2500 ربا ل) و(4500 ربا ل) كحد أعلى ويعود ذلك إلى طبيعة العمل في المراكز التجارية فالشركات المشغلة لهؤلاء العاملات تعطي للموظفة راتب ثابت لا يزيد عن (5000 ريال) .

-إضافة لذلك بينت نتائج الدراسة أن نسبة مرتفعة من الموظفات يعملن في وظيفتي بائعة تجزئة ومحاسبة مبيعات (كاشيرة) بإجمالي نسبة (82,3%)، ويعزى ذلك إلى طبيعة العمل في المراكز التجارية الذي يتطلب وجود أكثر من بائعة وأكثر من محاسبة في المحل الواحد ومن ثم فإن نسبة التواجد بها يكون كبيرا مقارنة بالأصناف المهنية الأخرى.

-بينت النتائج كذلك أن عدد سنوات عمل أغلب المبحوثات (أقل من سنة) بنسبة (56%) ولعل التبرير المنطقي لهذه النتيجة يكمن في صغر العمر الوظيفي للمرأة السعودية العاملة في المراكز التجارية وحدائث دخولها هذا القطاع الذي لم يكن يشكل في البداية عامل جذب للمرأة السعودية إلى سوق العمل، بسبب الرفض الاجتماعي لعمل المرأة في المراكز التجارية في بدايته فلم يتقبل المجتمع هذه الفكرة حينما طرحت قبل سنوات، أما مؤخرا فقد زاد إقبال الفتيات على هذا العمل نتيجة للظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة في الوقت الحالي.

ثانيا. التحديات الاجتماعية التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية.

نلاحظ أن فئة من المبحوثات أفدن بأنهن غالبا ما يواجهن نظرة سلبية من قبل البعض حيث كانت الإجابات على ذلك بمتوسط (3,33)، وتؤكد هذه النتيجة على ما تم التوصل إليه في الدراسة النظرية من حيث أن قبول عمل المرأة يضعف ويقوى حسب وعي الفرد وتحضره وتطوره، وقد تؤثر بعض الأعراف المحددة الخاصة بالأنوع الاجتماعي التي تأثرت بدورها بالعوامل التاريخية والثقافية والاجتماعية على حرية المرأة في العمل حيث تعتمد الأعراف الاجتماعية بشكل كبير على وجهات النظر التقليدية التي تتحدد بدور الرجل في الإنفاق المادي وأن ترعى المرأة شؤون الأسرة وهذا يتفق مع مدخل التنشئة الاجتماعية الذي يرى أن قضية التحيز ضد المرأة في سوق العمل يعود إلى عملية التنشئة الاجتماعية للفرد منذ طفولته وذلك من خلال تحديد الدور الاجتماعي لكل من الذكر والأنثى خلال مراحل التنشئة الاجتماعية، ووفقا لتقسيم العمل على أساس النوع بناء على تفسيرات النظرية فالمكان الطبيعي للمرأة هو المنزل بينما يكلف الرجل بالقيام بالأنشطة الاقتصادية داخل التنظيمات الرسمية المختلفة في المجتمع.

-أظهرت النتائج أنه أحيانا ما يواجه الموظفات في المراكز التجارية صراع أدوار بين المتطلبات الأسرية والأعباء الوظيفية حيث بلغ المتوسط العام لهذا البعد (3,38)، حيث أفدن بأن أوقات

الدوام الطويلة تقف عائقاً أمام واجباتهن وأمام مشاركتهن في الأنشطة الأسرية، وبالتالي يعانين من بعض المشاكل الأسرية بسبب ذلك، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الضغوطات التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية للموازنة بين المسؤوليات المنزلية ومسؤوليات العمل، فهي تعمل لساعات طويلة على فترتين مضافاً إليها وقت الذهاب والإياب لاشك أنها تعود متعبة وربما لا تستطيع القيام بالواجبات المنزلية، حيث أن أعباء الأسرة واحتياجاتها ملقى على عاتق المرأة بالدرجة الأولى، لأن ثقافة التعاون والمشاركة بين الرجل والمرأة في العمل المنزلي لا توجد في مجتمعنا بشكل صريح وواضح، فالرجل يعتقد بأن المسؤوليات المنزلية شأن يخص النساء فقط، وهذا يفتق مع توجهات النظرية النسوية الماركسية التي ترى النساء بأنهن منتجات بالدرجة الأولى، فالعمل المنزلي يظل باستمرار مسؤولية النساء، وهنا تؤكد الماركسيات أن خروج المرأة للعمل غير كاف لإعطائها حريتها ما دام عملها داخل المنزل موضوعاً ذا خصوصية وواجباً عليها لهذا تظل النساء يقمن بجهد وظيفي مضاعف.

-اتضح من خلال النتائج أن العمل في المراكز التجارية يكسب العاملات مهارات في التواصل مع الآخرين بصورة دائمة وهذا مؤشر إيجابي وجيد يعزز من تمكينهن اجتماعياً نظراً لطبيعة العمل في المراكز التجارية الذي يتضمن التواصل الدائم مع المشتريين والتعامل الشخصي مع أغلب الفئات سواء ذكور أو إناث ومن مختلف الأعمار والطبقات بشكل مستمر مما يؤدي إلى تنمية مهارات الإقناع والتأثير واكتساب الكثير من المهارات الاجتماعية وهي كلها مهارات تزايد احتمالات توافرها بارتفاع المستوى التعليمي، وكما بينت النتائج السابقة فإن معظم المبحوثات يحملن مؤهل تعليمي (ثانوي وجامعي) مما يؤكد أن فرصة الاستفادة من التفاعل مع الآخرين أكبر، كذلك بينت النتائج أن التنسيق يوجد غالباً بين الموظفات لإنجاز العمل وهذا ينعكس إيجاباً على أداء وإنتاج الموظفة ذلك أن التنسيق والانسجام والتعاون بين الموظفات تمثل عوامل مساهمة في خلق الشعور بالرضى المرتبط أساساً بشعور العاملات بالانتماء، والشعور بالرضى ناجم عن حاجة كل فرد إلى التعاون والتضامن من أجل تحقيق هدف لا يتم إلا عبر قيام كل فرد من أفراد المجموعة المهنية بمهام معينة من أجل اكتمال الهدف هذا إلى جانب المركز الاجتماعي الذي تحتله العاملة إذ تشعر بأن لها قيمة ومكانة داخل مجموعة العمل، أما فيما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية مع الأقارب فقد تأثرت سلباً بصورة غالبية وبمتوسط بلغ (3.48) بسبب الانشغال بالعمل وتعزو الباحثة ضعف العلاقات الاجتماعية مع الأقارب إلى طول ساعات العمل فالوظيفة تستدعي الدوام على فترتين (صباحية ومساءلية) بالنسبة لغالبيت مفردات العينة كما أشارت النتائج السابقة وبالتالي تعود المرأة العاملة للمنزل في وقت متأخر من المساء بعد ساعات عمل طويلة حيث تستهلك طاقتها ونشاطها إلى أبعد الحدود فلا تستطيع تأدية واجباتها الاجتماعية نحو الأقارب وبالتالي تفضل رعاية أسرتها قبل قيامها بدورها الاجتماعي، كما أن طابع العلاقات الاجتماعية مع الصديقات يضعف أحياناً وتعزو الباحثة هذه النتيجة -أيضاً- للسبب السابق المذكور أعلاه والعائد لعدم توفر الوقت.

ثالثا. التحديات الاقتصادية التي تواجه المرأة العاملة في المراكز التجارية.

-تشكل الأجور والحوافز تحدي اقتصادي يواجه الموظفات في كثير من الأحيان يتمثل هذا التحدي في قلة الرواتب مقارنة بما يبذلنه من جهد وما يقضيه من ساعات في الدوام مما يؤدي إلى التفكير بترك العمل حيث بلغ المتوسط العام للإجابات (3.3) ويمكن تفسير ذلك بأن الأجور والمزايا التي يحصل عليها العاملين تلعب دورا أساسيا في دفعهم إلى زيادة إنتاجيتهم وولائهم للمنظمة وعدم التفكير بتركها لذلك فإن الاهتمام بتحديد الأجر العادل ووضع سياسة رشيدة للأجور والحوافز يعتبر من عوامل نجاح أي منظمة لأن الأجر لا يقتصر دوره على إشباع الحاجات المادية وإنما يمتد ليعطي الشعور بالأمن وليرمز للمكانة الاجتماعية كما أن الفرد ينظر للأجر كرمز لتقدير أهميته كشخص منتج أما المميزات المقدمة من قبل الإدارة فقد أثبتت النتائج أنها تكون متوفرة أحيانا حيث نجد انقسام العاملات أعضاء العينة المستجوبة في الإجابة عن هذه الفقرة، فبعض الإدارات توفر بدل مواصلات ومكافآت تشجيعية في حين لا توفرها بعض الإدارات الأخرى وهو ما يفسر لنا اختلاف سياسة الشركات والإدارات الموظفة لهؤلاء العاملات في حين نجد أنه نادرا ما توفر الإدارات رواتب بعد التقاعد عن العمل وهذه النتيجة واقعية نظرا لطبيعة العمل في القطاع الخاص حيث انعدام الأمان الوظيفي.

-ومن التحديات الاقتصادية أيضا عدم توفر أماكن خاصة لهن في أوقات الاستراحة بمتوسط بلغ (3.36) وكذلك الإرهاق الذي يعاني منه أحيانا بسبب ساعات العمل الطويلة إضافة إلى الملل الذي ينتابهن بسبب طبيعة العمل الروتينية بمتوسط بلغ (3.28) وأحيانا بسبب تعدد المهام وكثرة الأعباء الوظيفية على اعتبار أن البعض منهن يلتحقن بالعمل في المراكز التجارية -التحاقهن ربما لا يعبر عن اختيار واع بقدر ما تفرضه الحاجة المادية - الذي لا يرتبط بتخصصاتهن العلمية أو ميولهن أو قدراتهن مما يجعلهن غير مقتنعات بالعمل الذي يؤديه لذلك يكون التزامهن الوظيفي مجرد إحساس بالواجب الملحق عليهن مما يقتل في نفوسهن الحماس والمبادرة والابتكار ويشعرهن بالرغبة في الانتهاء من الواجبات المفروضة عليهن بأي شكل كان-هذا ما لمسناه جليا أثناء قيامنا بالبحث الميداني- وتفسير ذلك أنه كلما كانت درجة التنوع في مهام العمل عالية كلما زاد الرضا عن العمل والحماس له والإقبال عليه والعكس صحيح، كما أن تنوع مهام العمل يقلل الملل النفسي والرتابة الناشئة عن تكرار أداء مهمة واحدة لمرات كثيرة، وهذه النتيجة تلتقي مع النظرية النسوية الماركسية التي أكدت على أنه غالبا ما يتم توظيف النساء في الوظائف الأكثر ملاءمة، كما تتفق مع ما جاء في نظرية سوق العمل الثنائي التي أكدت على أن النساء يتركزن غالبا في القطاع الثانوي الذي لا يتطلب مستوى عالي من الخبرة والمهارة والإبداع ويغلب عليه تدني مستوى الأجور وسوء وضع العمل وغياب الأمان الوظيفي، كما أكدت النتائج أن عدم توفر أماكن لحضانة الأطفال داخل المراكز التجارية يشكل تحدي حقيقي للموظفات المتزوجات لأن نقص دور الحضانة المناسبة لرعاية أطفال الموظفات يعتبر عاملا مساعدا على تشتت طاقتهن النفسية لانشغالهن بأطفالهن طوال فترة الدوام وهذا يؤثر سلبا على جودة إنتاجيتهن.

توصيات الدراسة: في ضوء ما أسفرت عنه نتائج هذه الدراسة ومناقشتها تعرض الباحثة فيما يلي بعض التوصيات:

-تشجيع الفتيات على الانخراط في سلك التدريب والتعليم المهني بهدف إعدادهن للمهن الحديثة بما يسهم في تعزيز مشاركتهن في التنمية الاقتصادية التي تشهدها المملكة.

-تحسين ظروف عمل المرأة في المراكز التجارية مع تطوير أنظمة التأمينات الاجتماعية والصحية وأنظمة التقاعد.

-توفير دور الحضانة ورياض الأطفال لأبناء العاملات في المراكز التجارية مستوفية للشروط الضرورية من حيث القائمين عليها أو القوانين المعمول بها لرعاية الأطفال.

-نظرا إلى أهمية وحدثة الموضوع نقترح إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المستقبلية ذات عمق تحليلي حول تطوير عمل المرأة في المراكز التجارية، كأن يتم عمل دراسات لمعرفة وجهة نظر أرباب العمل وأصحاب الشركات المشغلة وإدارات المراكز التجارية نحو ظاهرة التآنيث والتحديات المواجهة.

قائمة المراجع:

1. الخطيب، فهد سليم (2009). العوامل المؤثرة على اختيار المجمعات التجارية الكبرى من وجهة نظر المستهلك الأردني، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، العدد الأول: 46-68
2. سليمان، هدى توفيق (2014). التحديات الاجتماعية في الوطن العربي في الألفية (العقد الجديد)، ورقة مقدمة إلى مؤتمر الحماية الاجتماعية والتنمية 24-26 نوفمبر، الرياض- المملكة العربية السعودية.
3. الشهراني، مريم محمد (1996). مدى إسهام المرأة السعودية المؤهلة في الوظائف المتاحة وإمكانية زيادة الفرص الوظيفية المناسبة لها في القطاعين العام والخاص، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
4. الطريف، غادة عبد الرحمن (2014). معوقات تمكين المرأة السعودية في سوق العمل، مستقبل التربية العربية، العدد 88: 11-108.
5. عقله، محمد (2000). نظام الأسرة في الإسلام، عمان، مؤسسة الرسالة الحديثة.
6. مسعد، محيي محمد (2010). حق التمكين الاقتصادي للمرأة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي لكلية الحقوق بجامعة الاسكندرية (حقوق المرأة في مصر والدول العربية) الاسكندرية-مصر.
7. النجار، سبيكة (1997). الرؤية الأهلية لاستراتيجية التنمية، ندوة المرأة والتنمية، مركز معلومات المرأة والطفل، من 8-9 نوفمبر، البحرين.
8. وزارة الاقتصاد والتخطيط، وثيقة خطة التنمية الخمسية (التاسعة)، <http://www.mep.gov.sa>