



# تقرير تحليلي لأثر المشروعات متناهية الصغر و الإنتاج المنزلي للخروج من دائرة الفقر

- مركز إنتاج -



فَسِيرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْمُؤْمِنُونَ

وَقَالُوا كَلِمَاتٍ

(التوبة - 105)



## فهرس التقرير

ص	م العنوان
3	أولاً الإطار العام للدراسة
14	ثانياً خصائص عينة الدراسة
14	1,2 حجم العينة والجنس
14	2,2 الجنسية
14	3,2 التعليم
15	4,2 الحالة الاجتماعية
16	5,2 العمر
16	6,2 العمل والدخل
17	ثالثاً خصائص المشروعات المنزلية
17	1,3 نوع المشروع
18	2,3 الشكل القانوني للمشروع
19	3,3 حجم المشروع
20	4,3 عمر المشروع
20	5,3 متوسط عدد العاملين بالمشروع
21	6,3 رأس مال المشروع
21	7,3 إجراء دراسة الجدوى للمشروع
23	رابعاً الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمشروعات الإنتاجية
25	1,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع الأغذية
26	2,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تفصيل الملابس
27	3,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تفصيل العبايات
27	4,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع وتوزيع الهدايا
28	5,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع الدخون والعطور
29	6,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع المشغولات اليدوية
30	7,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع أدوات منزلية
30	8,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع ملابس جاهزة
31	9,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع إلكترونيات
32	10,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع مواد غذائية
32	11,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع مستحضرات التجميل
33	12,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات خدمات تصوير فوتوغرافي
33	13,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات خدمات تغليف الهدايا
34	14,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات خدمات الطباعة
35	15,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تربية وبيع الدواجن والبيض
35	16,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تربية وبيع المواشي
36	17,4 أوجه إنفاق إيرادات المشروع
37	18,4 طرق تسويق المنتجات
37	19,4 المشكلات التي تواجه المشروعات الإنتاجية والخدمية
39	20,4 أوجه دعم دائرة الخدمات الاجتماعية للمشروعات
40	21,4 التوقعات المستقبلية للمشروعات من واقع رؤية المستفيدات
40	22,4 مقترحات تطوير الإنتاج المنزلي
42	خامساً التوصيات

# تقرير تحليلي لأثر المشروعات متناهية الصغر و الإنتاج المنزلي للخروج من دائرة الفقر

## فريق البحث:

إشراف عام	د.جاسم محمد الحمادي
إشراف فني (باحث رئيسي)	د.شريف أحمد أبو شادي
باحث فني	نجلاء ماجد الشامسي
باحث فني	شيخة سعيد بن حارب المهيري

## فريق جمع البيانات:

مركز إنتاج في الشارقة  
أفرع الدائرة: خورفكان، كلباء، دبا الحصن، الذيد،  
المدام، مليحة، الحمرية، البطائح.

## التدقيق اللغوي:

عبدالله عبدالرحيم صالح

## الإخراج الفني:

مريم عبدالله شهيل

جميع الحقوق محفوظة لدائرة الخدمات الاجتماعية – الشارقة

2023

تضمنت استراتيجية دولة الإمارات لتمكين وزيادة المرأة مجموعة من الأهداف الاستراتيجية، لتحقيق الأولويات التي نصت عليها، منها الأولوية الاستراتيجية التي تعنى البناء على الإنجازات المتحققة للمرأة في الدولة، والحفاظ على استدامة تلك الإنجازات والمكاسب، والاستمرار في بناء قدرات المرأة، بما يضمن توسيع نطاق مشاركتها التنموية. ومن أهم الأهداف الاستراتيجية يأتي إيجاد إطار تشريعي ومؤسسي داعم للمرأة، يتماشى مع أفضل الممارسات في مجال تمكين المرأة، ويتوافق مع التزامات الدولة بالمواثيق والمعاهدات الدولية، إضافة إلى رفع مستوى مشاركة المرأة كماً ونوعاً في مختلف المجالات، ونسبة تمثيلها في مواقع السلطة وصنع القرار.

كما تضمنت الأهداف الاستراتيجية تعزيز قدرة المؤسسات الحكومية (الاتحادية والمحلية) والخاصة على اعتماد سياسات وتشريعات وميزانيات مراعية لمنظور النوع الاجتماعي والحفاظ على النسيج الاجتماعي وتماسكه، من خلال تكامل الأدوار بين الرجل والمرأة، لبناء مجتمع قوي ومتماسك قادر على مواكبة التغيرات المستجدة، وتعزيز تماسك الأسرة، وضمان استمرارية تكامل الأدوار الاجتماعية بين أفرادها، لبناء جيل ومجتمع متلاحم ومزدهر.<sup>(1)</sup>

لقد كانت فكرة تمكين الأسرة في إنتاج وتأسيس مشروعها المنزلي، من أولويات سمو الشيخة فاطمة بنت مبارك، رئيسة الاتحاد النسائي العام - الرئيس الأعلى لمؤسسة التنمية الأسرية، ورئيس المجلس الأعلى للأمومة والطفولة، والذي انطلق منذ عام 1995م، كبرنامج رائد لدعم المنتجات التقليدية والصناعات التراثية والحرفية، لمنح فرصة إيجاد مصادر دخل بديلة لها، وتحقيق جودة حياة وتلبية كافة الاحتياجات لرفع المستوى الاقتصادي والاستقرار الأسري. وكان انطلاقة البرنامج كفكرة هو إنشاء معرض لإحياء الصناعات والحرف التقليدية والتراثية كحدث سنوي يضم منتجات الأسر إلى جانب مسابقة للأسرة المثالية، بعد ذلك أصبح معرضاً دائماً للأسر المنتجة بمقر الاتحاد النسائي العام بأبوظبي. وقد حرصت وزارة تنمية المجتمع على تأهيل الأسر المنتجة وتزويدها بالمهارات الإنتاجية التي تعزز تمكينها، وفتحت لها نافذة على المشاريع المنزلية والمتناهية الصغر في جميع أنحاء الدولة، وتنظيم الأسر سواء من خلال برنامج «الصنعة» أو برنامج «حرفة»، بما يثري المهارات الإنتاجية والتسويقية والتنافسية لدى هذه الأسر، ويحقق مبدأ التحول من الرعاية إلى التنمية المستدامة، الذي تنتهجه وزارة تنمية المجتمع، ومن مبادرات الوزارة لتطوير وتمكين الأسر المنتجة، تنظيمها في فبراير 2019 وللمرة الأولى في دولة الكويت الشقيقة معرضاً مشتركاً للأسر الإماراتية والكويتية المنتجة، تكاملاً إنتاجياً بين الأسر المنتجة الإماراتية والكويتية، لمجموعة من المنتجات العصرية والمبتكرة، انطلاقاً من العمل التنموي بين دولتين.

(1) <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/federal-governments-strategies-and-plans/national-strategy-for-empowerment-of-emirati-women>

حيث كان لإمارة الشارقة دورٌ فعّالٌ في دعم الأسر المنتجة وتمكينها اقتصادياً، وبتوجيهات حرم صاحب السمو حاكم الشارقة الشارقة الشيخة جواهر بنت محمد القاسمي رئيسة المجلس الأعلى لشؤون الأسرة الرئيس الفخري لمجلس سيدات أعمال الشارقة تم عقد مجلس سيدات الأعمال في الشارقة في قاعة مؤتمرات مركز إكسبو الشارقة، وكان اللقاء الحوارى الأول بالسيدة المنتجة، لتعريف المؤسسات المعنية بشؤون السيدة المنتجة والخدمات التي تقدمها واحتياجاتها ومتطلباتها لتأسيس مشروع تجارى عام 2008م، وذلك بالتعاون مع إدارة برامج الأسر المنتجة في وزارة الشؤون الاجتماعية وبلدية الشارقة ودائرة التنمية الاقتصادية ومراكز التنمية الأسرية ومعهد الشارقة للتكنولوجيا، ومن هنا بدأت فكرة تمكين الأسرة وتعزيز طاقتها في رفع مستوى الدخل من خلال تأسيس دائرة الخدمات الاجتماعية لمركز إنتاج عام 2009م والذي يعمل على تأهيل وتدريب الأسر أو أحد أفرادها المستفيدين من الإعانات الاجتماعية ومنتسبي دور الإيواء في الدائرة على الإنتاج المنزلي، وإتاحة الفرص لتسويق منتجات وخدمات المستفيدين من خلال معارض ومشاركات واتفاقيات ومنافذ التوزيع، ولتحسين مستوى المنتجات لرفع قدرتها التنافسية بما يلبي احتياجات السوق المحلي، طرح منتجات وخدمات ذات جودة منافسة تحمل العلامة التجارية إنتاج.

ويأتي هذا البحث في إطار تحليل نتائج دراسة للأسر المنتجة في إمارة الشارقة ومدى استفادتها من مواردهم الذاتية بعد تحولهم إلى أسر منتجة تساهم بشكل فعّال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في إمارة الشارقة، وقدرة ربة الأسرة على مواجهة التحديات والظواهر الاجتماعية المستجدة على المجتمع الإماراتي من حيث تعزيز دورها من خلال تقديم منتجاتها في المعارض المحلية والعربية، بهدف زيادة دخلها المادي والاستثمار لمنتجاتها المنزلية مثل صناعة الملابس وصناعة البخور والعطور والمأكولات الشعبية والبهارات والمخللات وغيرها الكثير من أوجه المشروعات الإنتاجية والخدمية.

حيث تسعى مراكز دعم الأسر المنتجة إلى تمكين الأسرة وتسليحها بعوامل النجاح لمواجهة تحديات الحياة، واستدامة المشاريع التي تساعد على نهوض الأسر الفقيرة وتحسين دخلهم، مع توفير مقومات الحياة الكريمة والرفاه الاجتماعي ومواجهة التحديات والظواهر الاجتماعية المستجدة، وبناء ثقافة التخطيط للأسرة بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة لها مع ترسيخ القيم التي تؤصل الهوية الوطنية.

### 1. أهمية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر:

لقد أولت دول كثيرة لهذه المشاريع اهتماماً غير عادي ووافقت للنظر خصوصاً في العقود الأربعة الماضية، وقدمت لها العون والمساعدة في مختلف السبل، ووفرت لها العديد من التسهيلات والإعفاءات وساعدتها على تطوير إنتاجها وتحديثه وفتح أسواق تصديرية لها. (2)

(2) غادة بنت عبدالرحمن الطريف. (2012). الأسر المنتجة والمشاريع الصغيرة الواقع والطموح.

حيث عمدت الكثير من دول العالم في الاهتمام لتنمية ودعم الأسر الفقيرة ذات الدخل الضعيف لرفع المستوى الاقتصادي، وكانت دولة الإمارات من أبرز الدول العربية التي سعت في تحقيق استدامة الدخل واستثمار الموارد البشرية في نهضة اقتصاد البلد والحد من البطالة.

وتتلخص أهمية المشروعات الصغيرة في كونها أكثر القطاعات قدرة على توفير فرص العمل، كما تعمل على تشجيع المنافسة والابتكار إضافة إلى قدرتها على التكيف السريع مع السوق ومتطلباته لأنها تتميز بديناميكية عالية، كما أنها تلبي احتياجات المستهلك ويمكن تلخيص أهميتها فيما يلي:-

أ. قدرة المشروعات على توليد فرص عمل: تشير البيانات إلى أن تكلفة فرص العمل في المشروعات الكبرى والحكومية تصل إلى عشرة أضعاف تكلفة فرص العمل في المشروعات الصغيرة، كما تعمل على خلق فرص عمل تمتص جزءاً من البطالة، وتعمل في ذات الوقت على الحد من الطلب المتزايد على الوظائف الحكومية.

ب. قدرة المشاريع الصغيرة على المنافسة: تتميز المشروعات الصغيرة والمتوسطة بقدرتها وديناميكيته العالية في اتخاذ القرارات وهذا بدوره يؤدي إلى تشجيع المنافسة لوجود أكثر من منتج لنفس السلعة مما يؤدي إلى تشجيع المنافسة وهذا يصبُّ في مصلحة المستهلك في النهاية.

ت. قدرة المشروعات الصغيرة على الابتكار: يتميز أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأن لديهم قدرة عالية على الابتكار وتجريب الأفكار الجديدة التي تؤدي إلى تطوير المنتج. ث. قدرة المشروعات الصغيرة على تلبية احتياجات المستهلك: تعمل المشروعات الصغيرة على تلبية احتياجات المستهلك من خلال:

- تحقيق الاتصال المباشر بين المستهلكين والأسواق.

- المرونة في الإنتاج والتسويق والخدمات.

## 2. مدى تأثير الإنتاج المنزلي على مستوى دخل الأسرة:

تسعى حكومة دولة الإمارات إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة ودعم مفهوم الرعاية والتنمية وتحقيق الرفاه والعيش الكريم للفرد والمجتمع عبر المبادرات والمشاريع المتنوعة والتي تقدم بمختلف أوجه الدعم لتمكين الأسر المنتجة اقتصادياً واجتماعياً، وتعزيز استقرارها الاقتصادي والمعنوي.

في هذا الإطار وبدعم من مؤسسات الدولة استطاعت العديد من الأسر المنتجة أن تنتج مجموعة من المنتجات المصنوعة بأيدي أفرادها محلياً، وجعلت منها منتجات مميزة، وبها تمكنت من تحدي الفقر وتحويل كل التحديات التي واجهتها، ومع المحاولة المستمرة في سبيل الوصول إلى الحياة الكريمة، وتحسين المستوى المادي لأسرتها.

### 3. المعوقات التي تواجه مشاريع الإنتاج الأسري:

إن نمو وتطور قطاع المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في كافة أنحاء العالم يواجه مجموعة من المشكلات التي تواجه إقامة وتطوير المشاريع الصغيرة وتعوق استمراريتها وتطورها، وتختلف هذه المعوقات من منطقة لأخرى ومن قطاع لآخر ولكن هناك بعض المشاكل أو المعوقات التي تعتبر موحدة أو متعارف عليها والتي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في كافة أنحاء العالم. وتعتبر طبيعة المشاكل التي تتعرض لها المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر متداخلة مع بعضها البعض، ومن أبرز المعوقات التي تواجه المشروعات بشكل عام في كافة أنحاء العالم: (3)

- أ. من ناحية التنظيم: تكون هذه المشكلة متعاظمة في الدول النامية خصوصاً في جانب الأنظمة والتعليمات التي تهتم بتنظيم عمل المؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر وارتباطها بجهات مختلفة من الوزارات والاتحادات والجمعيات التعاونية والبلديات مع غياب العلاقة التنظيمية المباشرة بين تلك الجهات لتكوين رؤية شاملة حول مصير هذه المشروعات.
- ب. من الناحية القانونية: لازالت التشريعات والقوانين لهذه المشروعات في وضع لايسمح بالقول أنها وسيلة تحفيز لنشاط هذه المشروعات.
- ت. المعوقات الإدارية: وجود مجموعة من العوائق الإدارية والإجراءات البيروقراطية المعقدة والتي تتطلب عشرات التراخيص والموافقات والعديد من الوثائق والجهات.
- ث. الضرائب: نظام الضرائب أحد المشاكل التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء العالم.
- ج. قصور من ناحية الدور الإعلامي: في حياال قضايا وهموم الأسر المنتجة.

### 4. تأهيل الأسر المنتجة وتزويدها بالمهارات الإنتاجية التي تعزز تمكينها:

ارتفع عدد الأسر الإماراتية التي تدير مشروعات استثمارية، مع زيادة الوعي في تطوير أساليبهم الإنتاجية عن طريق الدورات التي يتم تنظيمها في هذا الإطار والتي تنقسم إلى دورات نظرية ودورات مهنية وحرفية، وهي تهدف إلى إكساب الأسر مهارات وخبرات جديدة، ومقل المواهب الموجودة لديها. كما هو في مراكز الدولة الأخرى كمركز إنتاج التابع لدائرة الخدمات الاجتماعية في إمارة الشارقة والذي يستهدف الأسر ذات الدخل الضعيف ومساندتها مادياً ومعنوياً إلى جانب تشجيعها على تنمية مهاراتها الإنتاجية من خلال تنظيم دورات تدريبية وتنظيم المعارض لهم سواء كانت ميدانية أو افتراضية لعرض منتجاتهم وتسويقها لهم، إلكترونياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث باتت نافذة مهمة لعرض المنتجات بطريقة احترافية تجذب التسوق. حيث أفادت الإحصائيات بأن إمارة دبي تصدر قائمة الأسر المنتجة في الدولة، بنسبة 27,4% من الأسر المسجلة في قواعد بيانات الوزارة، لافتة إلى أن هذه الأسر بلغت 1680 أسرة، 313 منها من مستحقي الضمان الاجتماعي. حيث إن إمارة دبي تستحوذ على النسبة الكبرى من عدد الأسر المنتجة في الدولة، وفق التوزيع الجغرافي

(3) مرجع سابق، 2012.

لها بنسبة 27,4% تليها إمارة الشارقة بـ 22,2%، ثم إمارة رأس الخيمة بـ 20,5%، والفجيرة بـ 13,2%، وعجمان بـ 6,5% ثم إمارة أم القيوين بـ 5,7%، وفي النهاية إمارة أبوظبي بنسبة 4,5%.. كما أنه يتم استقطاب أسر منتجة جديدة لقاعدة بياناتها، عبر تنظيم دورات تدريبية وحملات توعية مجتمعية، تستهدف فئات عدة، منها مستحقي الضمان الاجتماعي، وكبار السن، إضافة إلى الشباب عبر التعاون مع الجامعات المنتشرة على مستوى الدولة، الأمر الذي يثمر سنوياً زيادة أعداد الشباب المنتجين.(4)

## 5. التسويق في فترة جائحة كوفيد 19.

وجهت سمو الشيخة فاطمة بنت مبارك - رئيسة الاتحاد النسائي العام رئيسة المجلس الأعلى للأمومة والطفولة والرئيس الأعلى لمؤسسة التنمية الأسرية - بإنشاء سوق افتراضي للأسر المنتجة إيماناً منها بأهمية وضع الخطط والحلول المبتكرة والإبداعية في خلق فرص متساوية استثمارية تسلط الضوء على الإنتاج الوطني والمشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر. ويُعدُّ "سوق متجري الافتراضي" تجربة استثنائية للمتسوقين يتم من خلالها المزج بين المنتجات والخدمات الحسية والرقمية مع تطويعها حسب الأذواق الشخصية وما يلائمها، وتوفير بيئة آمنة ومرنة مع سهولة الوصول إلى المنتج وعملية الدفع، حيث لم تعد عملية الدفع عبر البطاقات تحدياً، بفعل الشراكات بين المواقع وجهات كثيرة متخصصة في هذا المجال، حيث تقوم بتحصيل المدفوعات، ومن ثم تحويلها إلى حساب التاجر بصورة سلسة. (5)

كما قامت إدارة مركز إنتاج التابع لدائرة الخدمات الاجتماعية بالشارقة معرضاً افتراضياً بمشاركة الأسر وعدد من الجمهور لعرض المنتجات الخاصة بالأسر المنتجة، وتنشيط عرض المنتجات على وسائل التواصل الاجتماعي كالإنستجرام وغيره لتنويع طرق التسويق لتحقيق عائد أكبر للأسر المنتجة في ظل أزمة كوفيد 19.

## 6. مبادرات الدولة في تمكين الأسر المنتجة:

أ. معرض صنعة السنوي: جاء معرض «الصنعة» في دورته السادسة، والذي يكرّس نهج الدعم التنموي المستدام للأسر الإماراتية وأصحاب الهمم، عبر زيادة وتنويع مصادر دخلهم بهدف ضمان حياة جيدة ولأئقة بهم، وذلك من خلال دعم وتحفيز الصناعة والحرف الإماراتية التراثية، التي تتميز بها الأسر المنتجة، ما ينعكس إيجاباً على فاعلية وإيجابية الاقتصاد. وحظي معرض "الصنعة 6" في دبي مول، والذي شاركت فيه 26 أسرة منتجة، بإقبال كبير للزوار والمتسوقين من مختلف الجنسيات، ما كان له الأثر أيضاً في تعريف العالم بالتراث الإماراتي وجمالياته، إلى جانب قيمة المعرض المادية، خاصة وأن المنتجات تحمل لمسة عصرية تؤهلها للمنافسة.

(4) 1,945933-15-11-2016/https://www.emaratalyom.com/local-section/other

(5) 06-2020/https://www.alkhaleej.ae )

كما تواصل وزارة تنمية المجتمع فتح أبواب النجاح أمام طموحات الأسر المنتجة من خلال جناح "الصنعة" المقام حالياً في القرية العالمية، للعام العاشر على التوالي، بدعم من إدارة القرية، ومشاركة 55 أسرة منتجة، وذلك في إطار حرص الوزارة على دعم وتمكين الأسر المنتجة الإماراتية المنتجة اقتصادياً للحفاظ على استقرارها وتماسكها. وحرصت وزارة تنمية المجتمع على إشراك أسر منتجة من مختلف الفئات، في جناح الصنعة بالقرية العالمية لهذا العام، إلى جانب مشاركة الشباب من طلبة الجامعات والموظفات وأصحاب الضمان الاجتماعي والأرامل والمطلقات وأصحاب الهمم، حيث يُبدع المشاركون في إنتاج مختلف منتجات الأشغال اليدوية.

حيث تعتبر وزارة تنمية المجتمع أن دعم الأسرة الإماراتية مهمة أساسية تتوافق مع أولويات اهتمام حكومة دولة الإمارات، سعياً إلى تحقيق التماسك الأسري والتلاحم المجتمعي بما ينسجم مع اهتمام القيادة الرشيدة بتمكين الأسر المنتجة ودعمها. استقرارها، وتحقيق رخائها، وترسيخ سعادتها ورفاهيتها، تجسيدا لأجندة وأهداف التنمية المستدامة. (6)

مشاركة الأسر المنتجة في بطولة دبي العالمية للضيافة: شاركت الأسر التابعة للاتحاد النسائي العام عن إمارة أبوظبي في بطولة دبي العالمية للضيافة التي افتتحها سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم حاكم دبي- "رعاه الله"، في مركز دبي التجاري العالمي، بأجواء عكست روح العراقة والتراث الشعبي والعالمية، وكانت فرصة متميزة للتعبير عن تراث المجتمع وثقافته من خلال المنتجات، ونافذة تسويقية للمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر .

مبادرة (فرصتي): تعتبر إحدى أهم الخطوات التي رسخت تعاوناً وثيقاً بين المستفيدين والقائمين على تنفيذ هذه المشروعات، يستهدف الارتقاء بالمستوى الاقتصادي للأسر الإماراتية المشاركة، وهو عبارة عن مشروع مستدام يخدم الأسر المنتجة ويساهم في تمكينها اقتصادياً، بالإضافة إلى برامج تدريبية وتأهيلية تهدف إلى استثمار جهود المشاركين في الإنتاج المنزلي لتوفير مصدر دخل والعمل على زيادته. (7)

مبادرة حرفة: كما أطلقت مبادرة (حرفة) والتي تعتبر مكملة لمبادرة فرصتي، وتتمثل في إصدار دليل لمعايير جودة منتجات الأسر معتمد محلياً، يعمل على تدريب تلك الأسر على تطوير معايير الجودة للمنتجات التي يصنعونها، للخروج بمنتجات مميزة وعالية الجودة تصلح للتسويق في السوق المحلي والخليجي. ولما كان الارتقاء بزيادة دخل الأسر هدفاً مطلوباً، فقد أوجدت الوزارة برامج فنية للإرشاد والتوجيه، تساعد المستهدفين من خلال منهج علمي اقتصادي على تطوير المشروعات الشخصية الرائدة الصغيرة، والبرامج التدريبية في مجالات تأسيس المشروعات، بالإضافة إلى وضع الميزانيات والإدارة المالية، والدورات التخصصية في عمليات التسويق والمساعدة في إيجاد منافذ تسويقية للمنتجات. (8)

(6) <https://www.emaratalyout.com/local-section/other/1,945933-15-11-2016>

(7) الشيخة-فاطمة-توجه- بإنشاء-سوق-افتراضي-للأسر-المنتجة/أخبار-الإمارات/أخبار-الدار  
<https://www.alkhaleej.ae/30-06-2020/>

(8) <https://www.albayan.ae/across-the-uae>

ج. برنامج غداً 21: يُعدُّ برنامج أبطوبي للدعم الاجتماعي، أحد برامج أبطوبي للمستمرات التنموية «غداً»

وكونها أهم البرامج التي تُعنى بتمكين الأسر المواطنة، ففي محور تنمية المجتمع، وتحت مظلة هيئة أبطوبي للدعم الاجتماعي، يتم تقديم الدعم للأسر المواطنة ذات الدخل المحدود في أبطوبي، سعياً إلى تحقيق استقرارها المعيشي، من خلال دعمها مالياً وتمكين أفرادها القادرين على العمل عبر تدريبهم وصقل مهاراتهم التي تؤهلهم للدخول في سوق العمل بفرص عمل تلائم إمكانياتهم وقدراتهم ومؤهلاتهم، ليتمكنوا من مواجهة تحديات المعيشة وتجاوزها، والمضي قدماً في مسارات الإنتاجية والاعتماد على النفس وتحقيق الاستقلال المالي المطلوب، وتوفير جميع متطلبات الأبناء.(9)

## 7. مبادرات إمارة الشارقة في تمكين الأسر المنتجة:

أ. مركز إنتاج بدائرة الخدمات الاجتماعية: تأسس مركز إنتاج عام 2009م، ليعمل على رفع المستوى الاقتصادي للأسر المستفيدة من الإعانات الاجتماعية ومنتسبي دور الإيواء من خلال تمكينهم بالإنتاج المنزلي و طرح منتجات و خدمات تنافسية من خلال:

- تأهيل و تدريب الأسر أو أحد أفرادها المستفيدين من الإعانات الاجتماعية و منتسبي دور الإيواء في الدائرة على الإنتاج المنزلي.

- تسويق منتجات و خدمات الأعضاء من خلال معارض و مشاركات و اتفاقيات و منافذ التوزيع.

- تحسين مستوى المنتجات لرفع قدرتها التنافسية بما يلبي احتياجات السوق المحلي.

- طرح منتجات و خدمات ذات جودة منافسة تحمل العلامة التجارية إنتاج.

- تحقيق نمو متواصل في أعداد أعضاء مركز إنتاج.

ب. مركز التراث والحرف التقليدية: (10) مركز لعرض الصناعات الحرفية التقليدية ذات الجودة العالية والصناعة المميزة، وقد اتخذ هذا المركز موقعه في منزل يعود بتاريخه إلى القرن التاسع عشر حيث كان ملك لتاجر لؤلؤ سابق.

ت. مبادرة "سند" التابعة للمؤسسة العقابية بالشارقة: (11) وتعنى بأسرة النزير بعد دخول معيها للمؤسسة حيث أخذت القيادة العامة لشرطة الشارقة على عاتقها خدمة هذه الأسر من خلال إلحاقهم بدورات وورش مهنية واستخراج رخص تجارية / مزاولة العمل من المنزل وصولاً إلى تسويق منتجاتهم.

ث. مؤسسة الشارقة لدعم المشاريع الريادية "رؤاد": (12) مؤسسة منبثقة عن دائرة التنمية الاقتصادية بالشارقة، تأسست في العام 2005 لتهيئة البيئة الحاضنة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة وتنمية قدرات رواد الأعمال الإماراتيين ونشر ثقافة الريادة، وتقديم التدريب والتمويل، والإعفاءات والمزايا التفضيلية وقد أطلقت "رؤاد" تطبيقها الذكي والذي يتيح للأعضاء الوصول لخدمات التمويل والمعلومات عن الأحداث والفعاليات والدورات التدريبية،

(9) <https://www.alittihad.ae/wejhatarticle>

مركز التراث و الحرف التقليدية (10)

(11) <https://www.visitsharjah.com/ar/activities/culture/emirates-handcraft-centre/>

"الشارقة للأخبار، مدير "عقابية الشارقة"

الإمارات تنتهج مبدأ المساواة في الحقوق والواجبات لجميع نزلء مؤسساتها العقابية والإصلاحية

وزارة الاقتصاد، <https://www.moec.gov.ae/sharjah-foundation-to-support-pioneering-entrepreneurs-ruwad> (12)

وإطلاق المبادرات المبتكرة، وتستهدف المؤسسة الارتقاء ببيئة ريادة الأعمال وتعزيز نمو قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في الشارقة.

#### 8. تحليل بياني لنشاط مركز إنتاج خلال السنوات الأربعة من عام 2016-2019م:

أنشئ مركز إنتاج عام 2010 م انطلاقاً من العمل على توظيف واستثمار الإنتاج المنزلي كأحد فرص الدعم الاقتصادي للأسرة، حيث يُعدُّ المركز أحد آليات تحقيق رفع المستوى الاقتصادي للسيدات وأسرهمن خلال دعم وإتاحة فرص زيادة الدخل للأسر محدودة الدخل من خلال دعم الدائرة للأسر في إيجاد فرص ومنافذ تسويقية لمنتجاتهم، حيث تركز فلسفة عمل مركز إنتاج على تحقيق مفهوم التمكين الاقتصادي Economic Empowerment. حيث يهدف المركز إلى:

- تأهيل وتدريب الأسر أو أحد أفرادها المستفيدين من الإعانات الاجتماعية ومنتسبي دور الإيواء في الدائرة على الإنتاج المنزلي.
- إتاحة الفرص التسويقية لمنتجات وخدمات المستفيدين من خلال معارض ومشاركات واتفاقيات لمنافذ التوزيع.
- تحسين مستوى المنتجات لرفع قدراتها التنافسية بما يتوافق مع احتياجات السوق المحلي.
- طرح منتجات وخدمات ذات جودة منافسية تحمل العلامة التجارية "إنتاج".

#### جدول رقم (1) – أنشطة مركز إنتاج خلال السنوات من 2016 إلى 2020 م

السنة	المعارض التي تنظمها الدائرة		المشاركات الخارجية	
	عدد المعارض	عدد الأسر	عدد المعارض	عدد الأسر
2016	5	24	45	184
2017	61	269	76	332
2018	71	336	106	493
2019	84	284	97	420
2020	19	94	20	63

يدعم مركز إنتاج باقات متنوعة من المنتجات وهي:

- باقة (طيب) للبخور والعطور.
- باقة (أطايب) للمأكولات.
- باقة (إبداع) للمشغولات اليدوية.
- باقة (أناقة) للأزياء والإكسسوارات.
- باقة (مهرة) للحرف التراثية.

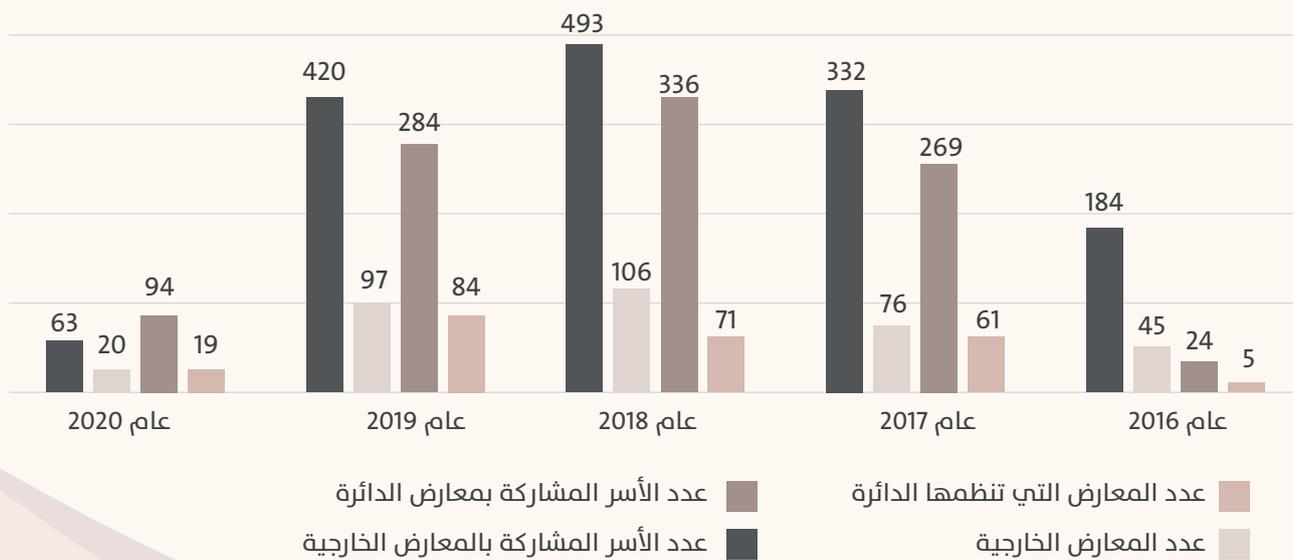
خلال الأعوام السابقة قدّم مركز إنتاج كثيراً من أوجه الدعم والمساندة للأسر والأفراد أصحاب المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر، متمثلة في تنظيم المعارض الداخلية والسعي للمشاركات الخارجية لفتح نوافذ تسويقية جديدة ومتعددة للمستفيدين من أعضاء مركز إنتاج، حيث حرص المركز على التوسع الدائم في إتاحة فرص التسويق لأعضائه بمعدلات تصاعديّة كما يتضح من المؤشرات المعروضة عن إنجازات مركز إنتاج خلال الفترة من عام 2016 إلى عام 2020 م.

### ويسعى مركز إنتاج نحو تطوير خدماته من خلال خطط مستقبلية مقترحة تركز على التدخلات التالية:

- وضع خطة استراتيجية حول آلية استدامة الدخل المستقل للمركز.
- سياسة خدمية تشمل كل من (المستفيدين- كبار السن – أصحاب الهمم - ربّات البيوت - طلاب الجامعات).
- سياسة ربحية (تأهيل كل من يرغب في فتح مشروع خاص به برسوم).
- تطوير الهيكل التنظيمي واستحداث أقسام جديدة للإدارة لتحقيق التمكين واستدامة الدخل للأسر المنتجة.
- إعداد وتنسيق خطط الطوارئ اللازمة للعمليات الرئيسية الخاصة بتسويق المنتجات للأسر ضعيفة الدخل لضمان الاستدامة وعدم الانقطاع في تقديم الخدمات الرئيسية.
- ضمان اتساع خط المنتجات والمنافسة السعرية تطوير فعالية الدعاية والإعلان وتوزيع المبيعات.

### شكل بياني رقم (1)

#### أنشطة مركز إنتاج خلال السنوات الخمس الأخيرة



وفي خلال عام 2020م قدّم مركز إنتاج جهوداً متميزة في تنشيط العمل خلال فترة الجائحة، فقد عمل المركز على جذب منتسبين جدد لعدد (267) أسرة، كما حافظ على تجديد العضوية لعدد (30) أسرة من الأسر غير النشطة، كما قام بتنظيم والتسويق عبر الإنترنت، بالإضافة للتسويق للمنتجات من خلال المعارض المباشرة، بالإضافة لتسليم بطاقات العضوية لقطاع من الأسر المنتسبة حديثاً لعضوية مركز إنتاج.

### جدول رقم (2) - جهود تحديث العضوية لمركز إنتاج خلال عام 2020م

العدد	إنتاج - عضوية مركز إنتاج (مركزي) عام 2020
267	الانتساب لمركز إنتاج
30	تجديد عضوية مركز إنتاج
5	تحقيق مبيعات عبر إنستغرام إنتاج للعضو المنتسب للمركز
49	تسويق منتجات العضو المنتسب للمركز
88	عرض منتجات العضو المنتسب للمركز في صالة مركز إنتاج للبيع
95	منح عضوية مركز إنتاج (تسليم البطاقة)

أيضاً خلال عام 2020م قدّم مركز إنتاج حزمة من الخدمات النوعية لدعم الإنتاج المنزلي وصلت لعدد (3277) خدمة داعمة للأسر، وقد جاءت برامج التدريب للأسر المنتجة كأعلى خدمة تم تقديمها لدعم الإنتاج المنزلي 74,7% من إجمالي حزمة الخدمات، بالإضافة إلى خدمات إشراك الأسر المنتجة من حاملي رخص الاعتماد بنسبة 13,95%.

كما تشمل خدمات دعم الإنتاج المنزلي مجموعة أخرى من الخدمات الأخرى والتي من أبرزها دعم الأسر المنتجة في الحصول على رخصة اعتماد أو تجديد الرخصة بهدف تقنين الوضعية التجارية والرسمية لتلك المشروعات الإنتاجية بما ييسر لهم فرص الإنتاج والتسويق.

### جدول رقم (3) - خدمات دعم الإنتاج المنزلي خلال عام 2020م

إجمالي	مليحه	كباء	حبا الحصن	خورفكان	المدام	الشارقة	الذيد	الحميرة	البيطاح	خدمات دعم الإنتاج المنزلي 2020
457	27	47	51	35	31	171	64	25	6	إشراك الأسر المنتجة (حاملي رخصة اعتماد)
23	3	0	4	1	0	13	2	0	0	إصدار رخصة اعتماد
65	4	0	4	8	0	42	5	2	0	تجديد رخصة اعتماد
80	13	21	4	7	5	18	1	7	4	تحسين و تطوير المنتجات
2448	74	112	236	163	323	782	501	87	170	تدريب الأسر المنتجة
176	6	32	11	17	17	13	54	18	8	تسويق المنتجات
28	0	0	0	5	0	0	13	8	2	تقييم وكشف قدرات الإنتاج المنزلي

كما قدّم المركز خدمات دعم تسويقي لكافة الأسر الأعضاء فيه لدعم فرص استدامة مشروعاتهم، بالإضافة إلى إجراء تقييم وكشف قدرات الإنتاج المنزلي للأسر بهدف استكشاف القدرات الإنتاجية للأسر واستقطابهم لتشملهم منظومة البرنامج، بالإضافة لخدمات دعم تحسين وتطوير المنتجات للأسر الأعضاء لتحقيق فرص التنافسية لمنتجاتهم والسعي نحو تطوير قدراتهم الإنتاجية والتسويقية والتنافسية.

## 9. أهداف الدراسة:

### هدفت الدراسة الحالية إلى الوصول للنتائج والتحليلات التالية:

- تحليل الخصائص الديموجرافية للمستفيدين من مركز إنتاج من أصحاب المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر بهدف تحليل العلاقات الارتباطية لخصائص أصحاب المشروعات وعلاقتها بوضعية مشروعاتهم حالياً.
- تحليل مدى كفاية الدخل طبقاً لحالة المشروع من حيث (مرخص، غير مرخص)، وإدارته (فردى، عائلي، مشترك).
- تحليل خصائص المشروع من حيث (الترخيص، الإدارة، رأس المال، النشاط، مصدر التمويل، كفاية الدخل، دراسة المشروع المسبقة) وعلاقة تلك الخصائص بتقييم الوضع العام الحالي للمشروع.
- دراسة أوجه إنفاق إيرادات المشروع وفرص نمو رأس المال.
- التعرف على طرق تسويق المنتجات/ الخدمات التي يقدمها المشروع وفعاليتها.
- التعرف على المشاكل التي تواجه المشروع وتأثير في فرص نموه.
- التعرف على الدور الحالي للخدمات المقدمة من دائرة الخدمات الاجتماعية في تذييل الصعاب أمام المشاريع.
- توقعات أصحاب المشروعات المستقبلية لمشروعاتهم.
- رصد مقترحات واحتياجات أصحاب المشروعات التي يمكن أن تُسهم في تطوير الإنتاج المنزلي.

### كما هدفت الدراسة إلى قياس الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمشروع من خلال دراسة الجوانب التالية:

- تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلها.
- المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانة الأعضاء الاجتماعية بين معارفهم وأقاربهم).
- الاعتماد على الذات (الشعور بالقدرة على تحمل المسؤولية والشعور بقيمة الذات ووجود دور في الحياة).
- وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت الفراغ في أمور مفيدة).
- العلاقات الأسرية (تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر).
- الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل).
- الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية).
- المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب المشروع).

## ثانياً - خصائص عينة الدراسة:

### 1,2 حجم العينة والجنس:

تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (224) مفردة من المستفيدات من خدمات ودعم مركز إنتاج، حيث جاء جميع أفراد العينة من السيدات.

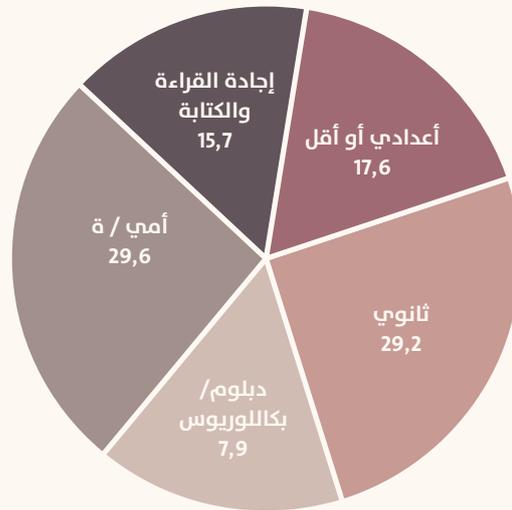
### 2,2 الجنسية:

نحو 96% من عينة الدراسة من المواطنات، في مقابل نحو 4% من غير المواطنات، وذلك لكون غالبية المساعدات تكون للمواطنات، وحيث إن السيدات من متلقي المساعدات هنَّ المستهدفات من خدمات مركز إنتاج لذا فقد جاءت الغالبية العظمى من عينة الدراسة من بين المواطنات.

### 3,2 التعليم:

جاءت توزيعات المؤهل التعليمي لتشير أن النسبة الأعلى من عينة المستفيدات من مركز إنتاج من الأميَّات اللواتي لم ينلن حظاً من التعليم و جاءت نسبتهن بنحو 29,6% من عينة الدراسة، وبنسبة مقارنة بلغت نحو 29,2% جاءت عينة المستفيدات اللواتي حصلن على تعليم ثانوي.

شكل بياني رقم (2)



المؤهل الدراسي  
لعينة أعضاء مركز إنتاج

بصفة عامة فقد جاءت نسبة السيدات اللواتي حصلن على تعليم ثانوي وجامعي بنحو 37,1% وهو مستوى التعليم الذي يمكن أن يسمح لهنَّ بالحصول على فرصة عمل بسوق العمل الحكومي أو الخاص، في مقابل نحو 63% من السيدات اللواتي حصلن على تعليم أقل من المتوسط أو لم ينلن حظهن من التعليم ممَّن لا تتوافق مؤهلاتهنَّ التعليمية مع متطلبات سوق العمل، بما يشير لملائمة الاستهداف من جانب مركز إنتاج في تقديم فرص عمل للسيدات اللواتي يصعب أن ينلن فرص عمل مناسبة سواء بالقطاع الحكومي أو الخاص.

## 4,2 الحالة الاجتماعية:

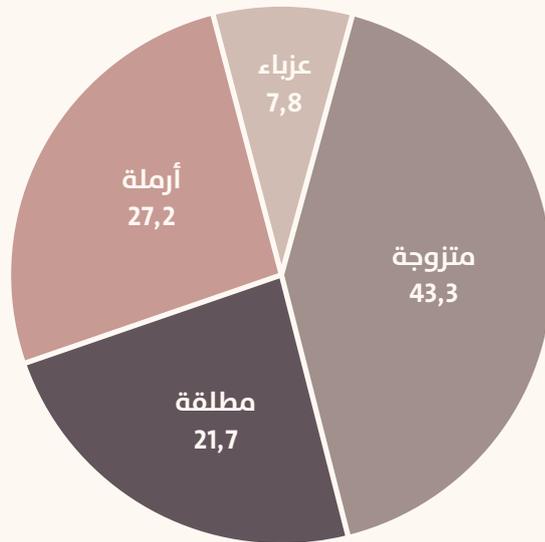
جاءت النسبة الأعلى من السيدات من المتزوجات حالياً بنسبة 43,3% من المستفيدات من مركز إنتاج، في مقابل نحو 7,8% فقط من المستفيدات اللواتي لم يسبق لهن الزواج.

### جدول رقم (4) - الحالة الاجتماعية والمؤهل التعليمي لعينة الدراسة

المجموع	الحالة الاجتماعية				المستوى التعليمي
	أعزب	أرمل/ة	مطلق/ة	متزوجة	
64	1	30	14	19	أمي/ة
34	1	12	5	16	إجادة قراءة وكتابة
38	2	11	8	17	إعدادي أو أقل
63	10	3	15	35	ثانوي
17	4	0	6	7	دبلوم/ بكالوريوس

بينما بلغت نسبة السيدات المطلقات والأرامل نحو 49% من إجمالي السيدات بما يشير لملائمة الاستهداف للسيدات اللواتي يمكن اعتبارهن سيدات معيلات، ودعمهنّ من خلال تحقيق التمكين الاقتصادي لهنّ من خلال فرص المشروعات والتسويق والدعم الذي يمنحه لهنّ مركز إنتاج لمستفيديه.

### شكل بياني رقم (3)



الحالة الاجتماعية لعينة أعضاء مركز إنتاج

بتحليل علاقة التعليم بالحالة الاجتماعية فقد جاءت أعلى نسبة من المطلقات من السيدات الحاصلات على تعليم ثانوي بنسبة 23,8% من إجمالي المطلقات، يليهنّ السيدات الأميات بنسبة نحو 21,9% من إجمالي المطلقات. وبصفة عامة فقد كان نحو 47% من الأميات من المطلقات وهو ما يشير لوجود علاقة ارتباطية بين التعليم واستقرار الحياة الزوجية.

## 5,2 العمر:

جاء المتوسط العام للعمر لعينة الدراسة بنحو 52 عاماً وشهرين، حيث كان متوسط عمر عينة المواطنين نحو 52 عاماً وستة أشهر، بينما متوسط عمر عينة المقيمات 47 عاماً وثمانية أشهر. ويربط المتوسط العمري بالحالة الاجتماعية جاءت السيدات الأرامل بمتوسط عمر نحو 60 عاماً وأربعة أشهر، بينما عينة المتزوجات 52 عاماً وسبعة أشهر، وكان المتوسط العمري لعينة المطلقات نحو 48 عاماً وعشرة أشهر، في حين عينة غير المتزوجات كان المتوسط العمري لها 34 عاماً وأربعة أشهر.

## 6,2 العمل والدخل:

### جدول رقم (5) - حالة العمل والمؤهل التعليمي لعينة الدراسة

المجموع	العلاقة بقوة العمل الرسمي		المستوى التعليمي
	لايعمل	يعمل	
63	62	1	أمية
34	33	1	إجادة قراءة وكتابة
39	36	3	إعدادي أو أقل
57	52	5	ثانوي
17	16	1	دبلوم/ بكالوريوس

جاءت نسبة العمل خارج نطاق العمل من خلال مركز إنتاج ضعيفة للغاية، حيث بلغت نسبة العمل 5,2 % فقط، حيث كانت أعلى نسبة للعمل بين الحاصلات على تعليم ثانوي بنسبة 8,8 %، بينما بلغت 7,7 % نسبة العمل بين الحاصلات على تعليم إعدادي أو أقل، في حين كانت نسبة العمل بين الحاصلات على مؤهل جامعي نحو 5,9 % فقط، وكانت أدنى نسبة للعمل بين الأميات بنحو 1,6 % بين تلك الفئة من التعليم.

### جدول رقم (6) - حالة العمل واكتفاء الدخل لعينة الدراسة

المجموع	العلاقة بقوة العمل الرسمي		كفاية الدخل
	لايعمل	يعمل	
35	30	5	مكتفي ذاتياً
99	93	6	يستلم جزء معونة
79	79	0	يستلم معونة كاملة

بتحليل تصنيف كفاية الدخل واستلام المساعدة المادية من الدائرة لتشير إلى أن 46,5 % من عين الدراسة ممن يعتمدون على جزء من المعونة في استكمال دخل الأسرة، بينما نحو 37,1 % من العينة ممن يعتمدون على استلام معونة كاملة في دخل الأسرة، في حين تبلغ نسبة المكتفين ذاتياً دون حاجة لمعونة بنحو 16,4 %.

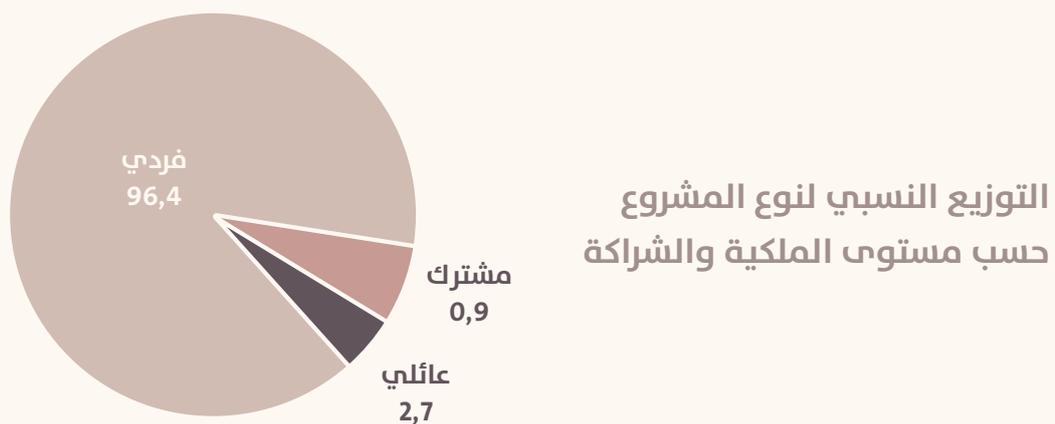
على جانب آخر بتحليل ارتباط حالة العمل بوضع كفاية الدخل فقد كانت أعلى نسبة للعمل بين فئة المكتفين ذاتياً بنحو 14,3% منهم يعملون وهو ما يشير إلى أن توافر فرص عمل يحقق فرص الاكتفاء بالدخل بصورة مباشرة، بينما كانت نسبة العمل بين من يستلمون جزءاً من المعونة بنحو 6,1%، في حين انعدمت حالة العمل تماماً بين من يستلمون معونة كاملة.

## ثالثاً - خصائص المشروعات المنزلية:

### 1,3 نوع المشروع:

جاءت النسبة الغالبة من المشروعات باختلاف نشاطها من حيث الملكية والشراكة لتشير لتسيّد نسب المشروعات الفردية بنسبة نحو 96,4%، بينما جاءت المشروعات العائلية بنسبة 2,7%، بينما المشروعات المشتركة مع أفراد آخرين من خارج العائلة فقد قاربت نسبتها نحو 1% فقط من إجمالي المشروعات لعينة السيدات في الدراسة.

شكل بياني رقم (4)



ومن واقع تلك النسب نجد أن الاتجاه نحو المشروعات التشاركية يمثل توجهاً ضعيفاً نظراً لمحدودية فكرة التوسع في الشراكات والمشروعات، لذا فإن فكرة العمل الجماعي والمشروعات الجماعية مازالت محدودة لدى قطاع المشروعات الإنتاجية.

جدول رقم (7) - علاقة كفاية الدخل ونمط ملكية المشروع وحالة العمل لعينة الدراسة

مجموع	العلاقة بقوة العمل الرسمي						كفاية الدخل								
	لاتعمل			تعمل			مكتفي ذاتياً			يستلم جزء معونة			يستلم معونة كاملة		
	فردية	عائلي	مشترك	فردية	عائلي	مشترك	فردية	عائلي	مشترك	فردية	عائلي	مشترك	فردية	عائلي	مشترك
مكتفي ذاتياً	5	0	0	29	5	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0
يستلم جزء معونة	5	1	0	86	6	0	91	1	4	91	5	1	97	1	5
يستلم معونة كاملة	0	0	0	78	0	0	78	0	0	78	0	0	79	0	1

بتحليل العلاقة الارتباطية بين حالة العمل مع الاكتفاء بالدخل ارتباطاً بنوع المشروع، أشارت العلاقة الارتباطية أن نسبة المشروعات الفردية هي الأعلى بين فئة من يعملن من السيدات حيث بلغت نسبة المشروعات الفردية بين فئة السيدات العاملات نحو 90,9%، في حين تركزت المشروعات المشتركة جميعها بين فئة السيدات اللواتي لا يعملن.

كما يلاحظ أن الاكتفاء الذاتي جميعه جاء في المشروعات الفردية، وذلك يوضح أن المشروعات العائلية والمشاركة قد لا تتحمل أرباحها هذا المستوى من الإدارة الجماعية بما لا يحقق العائد الكاف لتحقيق الاكتفاء، بما يوضح أن المشروعات متناهية الصغر الأفضل لها أن تكون مشروعات فردية لتحقيق العوائد المادية لتحقيق اكتفاء الدخل، ويمكن التوسع لمستويات أكبر من الشراكة في مراحل تالية في حالة التوسع.

### جدول رقم (8) - نوع المشروعات والحالة الاجتماعية لعينة الدراسة

المجموع	نوع المشروع			الحالة الاجتماعية
	مشارك	عائلي	فردى	
94	2	4	88	متزوجة
49	0	1	48	مطلقة
60	0	0	60	أرملة
19	0	1	18	عزباء

كما أنه من خلال تحليل العلاقة الارتباطية بين الحالة الاجتماعية للسيدات المشاركات في مشروعات إنتاج وبيع نوع المشروع نجد أن أعلى نسبة من المشروعات العائلية كانت بين فئة السيدات المتزوجات بينما جاءت النسبة الأعلى من المشروعات الفردية بين فئة السيدات الأرامل بنسبة 100%، يليها فئة المطلقات بنسبة 98% من تلك الفئة الاجتماعية.

### 2,3 الشكل القانوني للمشروع:

بالإشارة للشكل القانوني للمشروعات من حيث حصولها على ترخيص نجد أن نحو 63,2% من عينة السيدات لديهنّ مشروعات غير مرخصة، بينما المشروعات المرخصة جاءت نسبتها بنحو 36,8% فقط.

### جدول رقم (9) - الشكل القانوني ونوع مشروعات عينة الدراسة

المجموع	الشكل القانوني للمشروع		نوع المشروع
	غير مرخص	مرخص	
212	133	79	فردى
6	4	2	عائلي
2	2	0	مشارك

بما يشير لضرورة دعم تلك السيدات نحو حصول مشروعاتها على ترخيص العمل. ومن خلال العلاقات الارتباطية نجد أن نحو ثلثي المشروعات العائلية غير مرخصة، وكذلك المشروعات المشتركة رغم محدودية عددها فإنها جاءت أيضاً غير مرخصة جميعها، بينما جاءت النسبة الأعلى للمشروعات الفردية بنسبة نحو 59,4% من إجمالي تلك الفئة من المشروعات.

من خلال تحليل العلاقات الارتباطية بين قوة العمل الرسمي وبين الشكل القانوني للمشروع نجد أن نحو ثلثي من لديهم عمل رسمي خلاف المشروع كانت مشروعاتهنّ حاصلة على ترخيص، بما يشير إلى أن مستوى الوعي بأهمية ترخيص المشروعات كان أعلى من السيدات غير الملتحقات بقوة العمل الرسمي واللواتي بلغت نسبة مشروعاتهنّ المرخصة نحو 53,4% فقط.

### جدول رقم (10) - الشكل القانوني وحالة العمل لعينة الدراسة

المجموع	الشكل القانوني للمشروع		العلاقة بقوة العمل الرسمي
	غير مرخص	مرخص	
12	4	8	يعمل
201	131	70	لايعمل

### 3,3 حجم المشروع:

نحو 17,4% من مشروعات عينة السيدات المستفيدات من مركز إنتاج تم تصنيفها أنها مشروعات صغيرة، في مقابل نحو 82,6% تم تصنيف المشروع طبقاً لحجمه أنه من المشروعات متناهية الصغر. ويلاحظ أن نسبة المشروعات الصغيرة هي الأعلى في الحصول على ترخيص بنسبة 68,2%، بينما جاءت المشروعات متناهية الصغر الحاصلة على ترخيص بنحو 61,5%.

### جدول رقم (11) - الشكل القانوني وحجم مشروعات لعينة الدراسة

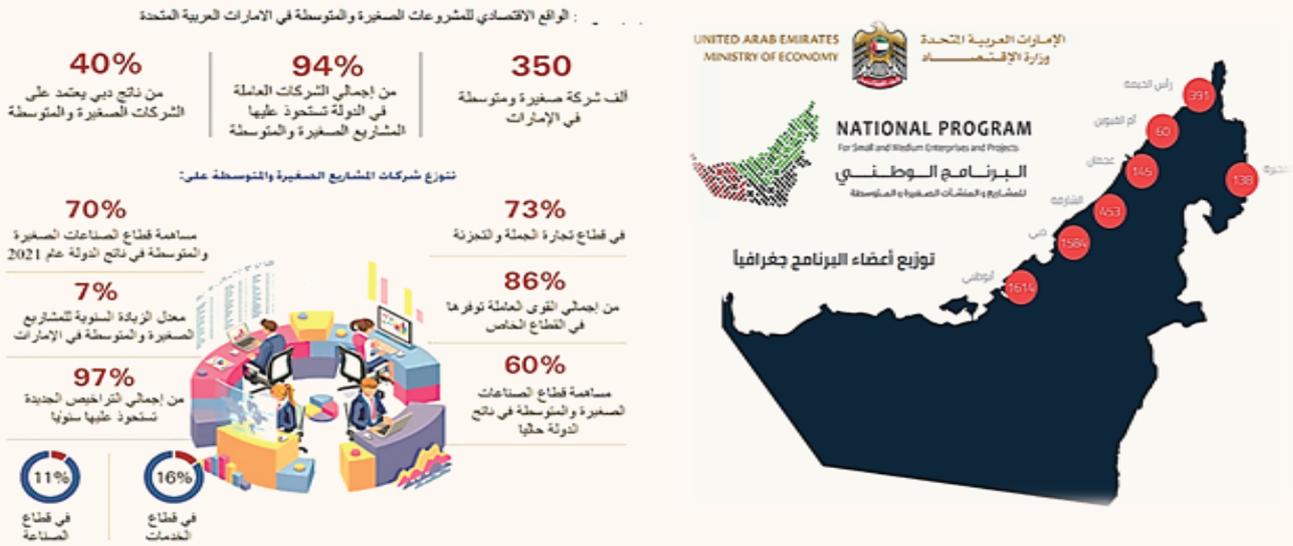
مجموع	الشكل القانوني للمشروع		حجم المشروع
	غير مرخص	مرخص	
176	109	67	متناهية الصغر
37	22	15	الصغيرة

لكن هذا التصنيف لحجم المشروع وتصنيفه كمشروعات متناهية الصغر أو الصغيرة أو المتوسطة تعتمد في تصنيفها على معايير أساسية تتعلق بثلاثة محاور أساسية لتصنيف حجم المشروع وهي (نشاط المشروع، رأس المال، عدد العاملين بالمشروع). (تصنيف الشارقة - مؤسسة رواد)، كما تُصنف

المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة إلى ثلاثة قطاعات، وهي التجارة والصناعة والخدمات. وينقسم كل قطاع إلى ثلاث فئات، وهي متناهية الصغر، والصغيرة، والمتوسطة، وتتباين جميعها في عدد الموظفين والعوائد السنوية. لتحديد مستويات تصنيف حجم المشروع.

وبتناول الإحصائيات الوطنية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة وتصنيفها في دولة الإمارات جاء النموذج التوضيحي التالي ليوضح وضع المشروعات الوطنية خلال نهايات العقد الثاني من القرن الحالي.

### شكل رقم (5)



### 4,3 عمر المشروع:

جاء متوسط عام (Mean) عمر المشروعات لعينة الدراسة الحالية بنحو 74 شهراً، أي ما يعادل ست سنوات وشهرين، وهي فترة مناسبة لقياس وتقييم وضع المشروعات ومشكلاتها وتحدياتها ومتطلبات تطويرها وتأثيرها الاقتصادي على الأسرة.

### 5,3 متوسط عدد العاملين بالمشروع:

#### جدول رقم (12) - الشكل القانوني وعدد العمّال بمشروعات عينة الدراسة

المجموع	الشكل القانوني للمشروع		عدد العاملين في المشروع
	غير مرخص	مرخص	
69	47	22	واحد
17	6	11	اثنان
8	0	8	ثلاثة
2	1	1	أربعة أو أكثر
96	54	42	المجموع

جاء المتوسط العام لعدد العاملين بالمشروعات بنحو 1,5 عامل كمتوسط لكافة المشروعات بما يشير لكون كافة المشروعات طبقاً لعدد العاملين بها تُعدّ مشروعات متناهية الصغر، حيث جاء متوسط عدد العاملين بالمشروعات غير المرخصة نحو 1,25 من العمال للمشروع الواحد، بينما جاء متوسط عدد العاملين بالمشروعات المرخصة نحو 1,75 من العمال للمشروع الواحد.

### 6,3 رأس مال المشروع:

جاء المتوسط العام لرأس المال المؤسس به المشروعات لعينة السيدات من المستفيدات من خدمات مركز إنتاج بنحو 2425 درهماً/ للمشروع، حيث جاء متوسط رأس المال للمشروعات ذات الترخيص أعلى من نظيراتها غير المرخصة، حيث كان متوسط رأس مال المشروعات ذات الترخيص بنحو 2951,5 من الدراهم، بينما كان متوسط رأس مال المشروعات غير المرخصة بنحو 2108,8 من الدراهم. على جانب آخر جاءت المشروعات العائلية هي الأعلى في رأس المال بمتوسط نحو 2740 درهماً للمشروع، بينما جاءت المشروعات الفردية في المرتبة الثانية برأس مال متوسطه العام 2414,6 من الدراهم، لكن الجدير بالملاحظة أن المشروعات المشتركة فقد جاءت كأدنى متوسط لرأس المال بمتوسط ألف درهم فقط على الرغم من التوقع أن تكون الأعلى في رأس المال.

### 7,3 إجراء دراسة جدوى للمشروع:

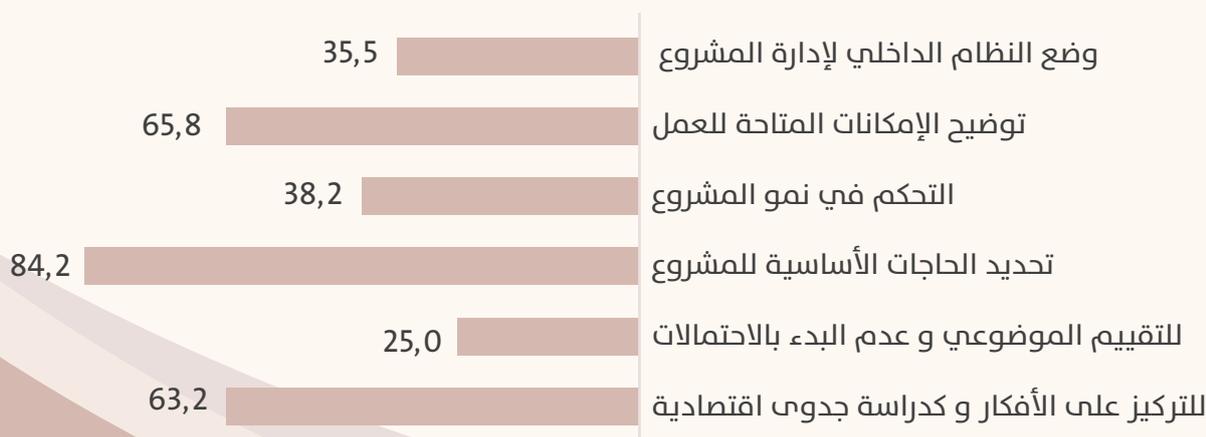
#### جدول رقم (13)- إجراء دراسات الجدوى والوضع القانوني للمشروع

جموع	الشكل القانوني للمشروع		إعداد دراسة جدوى اقتصادية للمشروع
	غير مرخص	مرخص	
71	29	42	تم إجراء دراسة الجدوى
150	110	40	لم يتم إجراء الدراسة

32,1% من المشروعات فقط هي التي تم إجراء دراسة جدوى لها قبل البدء في تنفيذها وهي ما تمثل نحو ثلث المشروعات فقط، بينما 67,9% من المشروعات لم يتم إجراء أي دراسة جدوى لها.

#### شكل بياني رقم (6)

#### الأسباب و الدوافع لإجراء دراسة جدوى للمشروعات



كما يجدر الإشارة أن المشروعات المرخصة كانت نسبة إجراء دراسات الجدوى بها هي الأعلى مقارنة بالمشروعات غير المرخصة، حيث بلغت نسبة المشروعات التي أعدت دراسة جدوى مسبقة بين المشروعات المسبقة نحو 51,2٪، بينما نسبة المشروعات التي أعدت دراسة جدوى بين المشروعات غير المرخصة فقد بلغت نسبتها نحو 26,4٪ فقط بما يوضح ما تتسم به غالبية المشروعات المرخصة من تخطيط مسبق.

بتحليل الأسباب والدوافع لقيام أصحاب المشروعات بإجراء دراسة جدوى لمشروعاتهم من خلال السماح بتعدد الإجابات حول كافة الأسباب لذلك، أشارت العينة الأكبر منهم والتي جاءت بنحو 84,2٪ لتشير إلى حرصهم على معرفة الاحتياجات الأساسية لقيام المشروع، والعمل على توفير الاحتياجات التي تدعم فرص تحقق البداية الصحيحة للمشروع، وفي السياق ذاته أشار نحو 65,8٪ إلى دراسة المشروع للتعرف على مدى ملائمة الإمكانيات المتاحة لبدء العمل للتأكد من جاهزية مقومات البدء بالمشروع، بينما أشار نحو 63,2٪ إلى إجراء دراسة الجدوى للمشروع من الجانب الاقتصادي للتحقق من عوائد المشروع المتوقعة اقتصادياً، بجانب التركيز على الأفكار والخبرات السابقة في ذات مجال المشروع الواجب مراعاتها لزيادة فرص نجاح المشروع وتحقيق العوائد المتوقعة منه.

في حين أشار نحو 38,2٪ إلى القيام بإجراء دراسة جدوى بهدف وضع مؤشرات تتبعية متوقعة للمشروع تتيح له القدرة على التحكم في المشروع ومعدلات نموه المتوقعة، بينما 35,5٪ أشاروا إلى إجراء دراسة الجدوى للمشروع للتأسيس للقواعد الإدارية للمشروع من خلال وضع نظام داخلي لإدارة المشروع يدعم فرص الإدارة الناجحة له، وأخيراً أشار نحو 25٪ من عينة الدراسة إلى قيامهم بإجراء دراسة الجدوى بهدف التقييم الموضوعي للمشروع حالياً ومستقبلاً والتقليل من احتمالات الفشل من خلال توقع على رؤية مستقبلية من خلال نتائج دراسة الجدوى. بصفة عامة فقد كانت نسبة المشروعات متناهية الصغر التي اعتمدت على دراسات الجدوى نحو 31,9٪ من هذا الحجم من المشروعات، بينما المشروعات الصغيرة التي اعتمدت على دراسات الجدوى نحو 46٪، بما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية نسبية بمستوى المشروع في الاعتماد على دراسات الجدوى.

## رابعاً - الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمشروعات الإنتاجية:

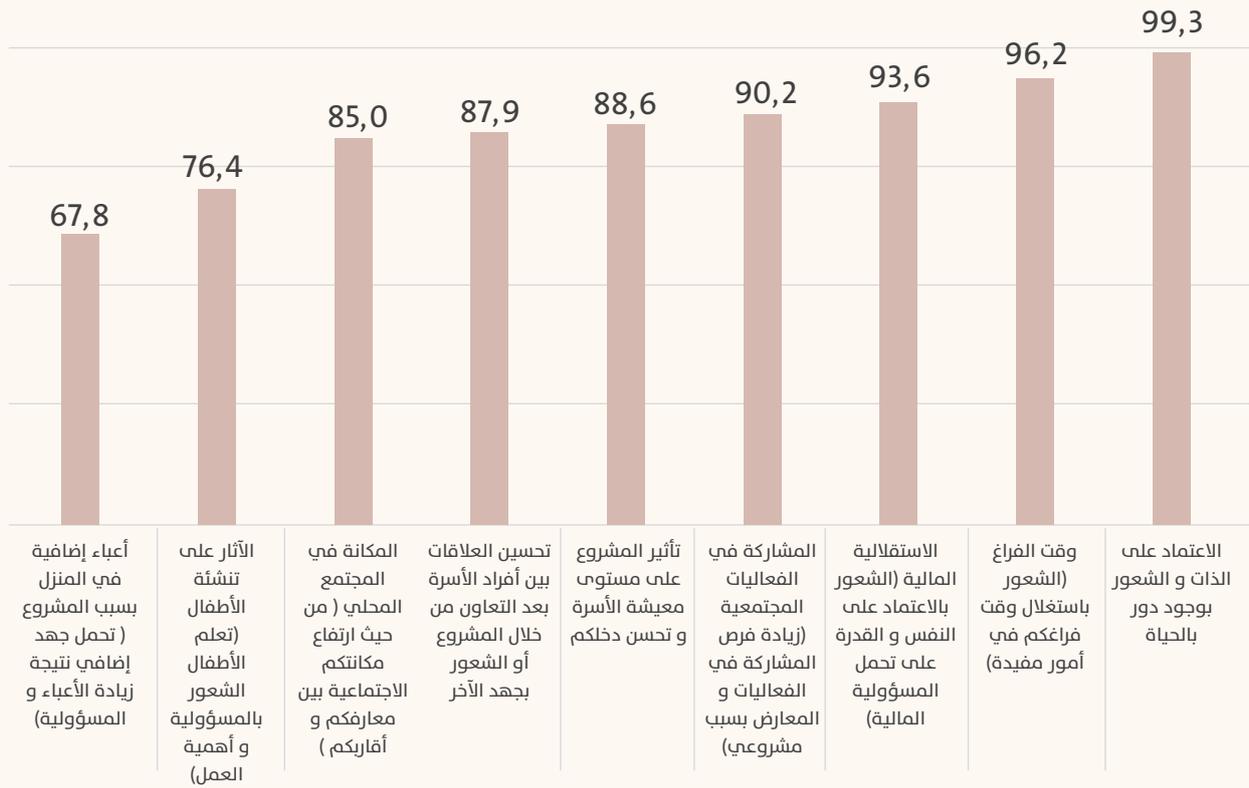
تم تناول الآثار الاجتماعية لكافة المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر من خلال نسب التأثير المحقق في (9) جوانب حياتية مباشرة ذات صلة بمدى تغير الوضع الاجتماعي والاقتصادي للأسر المنتجة، وقد تم القياس على تدرج ثلاثي ودرجة كل تدرج كانت على النحو التالي:

- الدرجة المعيارية (2) = حدث تأثير إيجابي
- الدرجة المعيارية (1) = لا يوجد تأثير
- الدرجة المعيارية (0) = حدث تأثير سلبي

وقد تم حساب النسبة المئوية لكل جانب من جوانب التأثير المتوقعة من خلال مجموع المتوسط العام للدرجة المعيارية للتدرجات لكل جانب/ مقسوم على الدرجة القصوى  $\times 100$ .

### شكل بياني رقم (7)

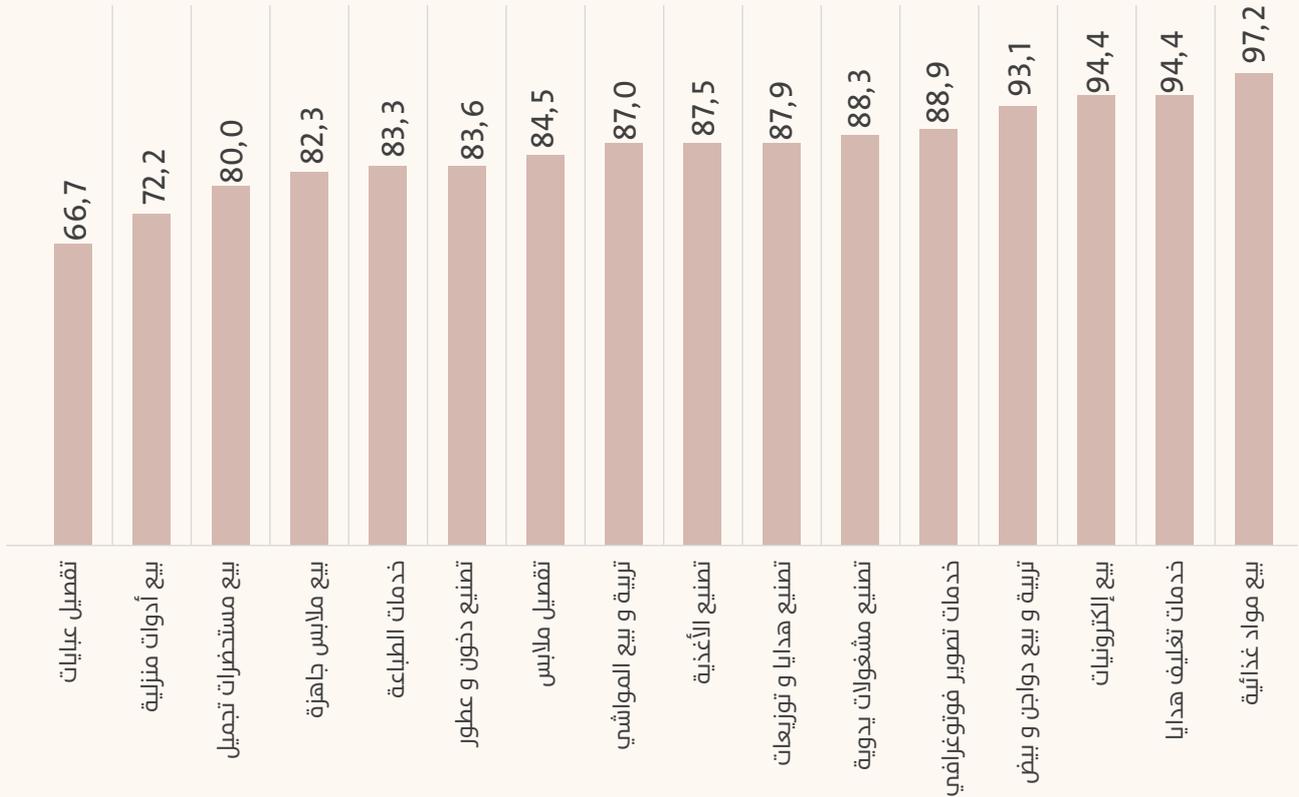
جوانب الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمشروعات على المنتفعين من أعضاء مركز انتاج



في تحليل للجوانب الاجتماعية والاقتصادية لتحليل تحقق الأثر للمشروعات الإنتاجية الصغيرة ومتناهية الصغر جاءت المؤشرات لقياس الأثر المحقق لتشير لعدة جوانب بارزة جاءت على النحو التالي:

## شكل بياني رقم (8)

المتوسط العام النسبي للأثر المحقق للمشروعات الإنتاجية و الخدمية طبقاً لجوانب الأثر (التسعة)



- جاء الأثر الاجتماعي الممثل في الاعتماد على الذات (والشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة 99,3 % ليشير لأثر اجتماعي يتعلق بتغيير إيجابي في نمط الشخصية، والانتقال من مرحلة الشخصية الاعتمادية إلى الشخصية المعتمدة على الذات وقادرة على تحمل المسؤولية، لكون أن المشروعات الخاصة هي الطريق نحو بناء الشخصية القوية البناءة.

- استغلال وقت الفراغ والمتمثل في (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) جاءت نسبته بنحو 96,2% بما يشير لجانب اجتماعي يتمثل في استثمار الوقت وتحقيق عوائد إيجابية، حيث إن استثمار وقت الفراغ في مشروعات تتيح للمنتفعين اكتساب مهارة إدارة الوقت واستثماره بطريقة إيجابية.

- يأتي الجانب الثالث للأثر الاجتماعي والاقتصادية لمشروعات الإنتاج ليشير لجانب اقتصادي يتعلق بالاستقلالية المالية وما ي صاحبها من شعور بتحمل المسؤولية والشعور بالذات، بنسبة نحو 93,6%، حيث إن التمكين الاقتصادي والاجتماعي قائم على فلسفة متعددة الأوجه، منها الشعور بالمسؤولية، وتحقيق الاستقلالية المالية وما تحققه من القدرة على اتخاذ القرارات المصيرية في حياة الإنسان وقدرته على إدارة شؤونه.

- بينما يأتي الجانب الرابع الأكثر تحقناً للأثر الاجتماعي والاقتصادية وهو المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعني) بنسبة 90,2%، وهو جانب يحمل عدة تأثيرات إيجابية أهمها الاندماج الاجتماعي للمنتفعين من خلال المشاركات في الفعاليات والتفاعل مع الآخرين واكتساب بعض الخبرات الاجتماعية، كذلك تحققت عوائد أخرى لذات الجانب أهمها وجود فرص أكبر نحو تسويق المنتجات وتكوين قاعدة من العملاء.

- والجانب الخامس الأعلى تحقّقاً يتعلق بتأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلهم بنسبة 88,6%، وهذا الجانب هو عنصر تأثير اقتصادي وهدف رئيسي من أهداف المشروعات متناهية الصغر سواء الإنتاجية أو الخدمية، حيث إن التمكين الاقتصادي للأسر يمثل فلسفة العمل لمركز إنتاج نحو المنتفعين بخدماته وتحقق ما يسمى بالاقتصاد المعرفي القائم على إحداث تغيير في مستوى الدخل.

في سياق قياس المتوسط النسبي العام للأثر المحقق للمشروعات الإنتاجية والخدمية جاء متوسط الأثر المحقق للجوانب التسعة الإيجابية للمشروعات الإنتاجية والخدمية للمنتفعين من خدمات مركز إنتاج، جاءت المتوسط العام ليشير إلى أعلى أثر إيجابي محقق على المنتفعين طبقاً لنوعية النشاط الإنتاجي أو الخدمي، جاءت نسب الأثر الإيجابي المحقق لكافة المشروعات طبقاً للنسب الموضحة في الشكل البياني التالي.

#### 1,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع الأغذية:

في سياق أهداف دعم المشاريع متناهية الصغر والصغيرة لتحقيق بعض من العوائد والآثار الاجتماعية والاقتصادية، ومن خلال تحليل الآثار الاجتماعية والاقتصادية طبقاً لأنشطة المشروعات، جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع الأغذية بمتوسط عام يمثل نحو 87,5%.

حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

#### جدول رقم (14)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمنتفعين لمشاريع تصنيع الأغذية على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	155	2	0	157	99,4
استغلال وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	147	11	0	158	96,5
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	135	15	3	153	93,1
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص مشاركتي بالفعاليات والمعارض بسبب مشروعني)	132	26	0	158	91,8
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	124	30	3	157	88,5
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر)	121	36	0	157	88,5
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	112	45	0	157	85,7
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	82	72	1	155	76,1
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	74	63	19	156	67,6

- الاعتماد على الذات (والشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة أثر إيجابي بلغت نحو 99,4%.

- استغلال وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) بتأثير نسبته نحو 96,5%، وكان الجانبان السابقان من جوانب التأثير الاجتماعي.

- بينما جاء أحد الجوانب الاقتصادية في المرتبة الثالثة متمثلاً في الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة تأثير إيجابي بلغت نحو 93,1%.

على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص بوجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة نحو 67,6%.

## 4,2 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تفصيل الملابس:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تفصيل الملابس بمتوسط عام يمثل نحو 84,5%.

### جدول رقم (15)- الأثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تفصيل الملابس على المنتفعين

نسبة التأثير الإيجابي	مجموع	حدث تأثير سلبي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير إيجابي	جانب التأثير
100,0	13	0	0	13	وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)
89,3	14	0	3	11	الاعتماد على الذات (والشعور بوجود دور بالحياة)
88,5	13	0	3	10	الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)
84,6	13	0	4	9	تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم
84,6	13	0	4	9	تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر
82,1	14	1	3	10	المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)ي
82,1	14	0	5	9	الأثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)
79,2	12	0	5	7	المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)
69,2	13	2	4	7	أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)

أما فيما يتعلق بجوانب الأثر الاجتماعي والاقتصادي الأعلى لمشروعات تفصيل الملابس فقد جاءت الجوانب الثلاثة الأعلى تحققاً للأثر على النحو التالي:

- جاء جانب استغلال وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) بتأثير نسبته نحو 100% ليشير لجانب اجتماعي يتمثل في استثمار الوقت وتحقيق عوائد إيجابية.

- يليه الجانب الثاني المتمثل في الاعتماد على الذات (والشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة 89,3% ليشير لأثر اجتماعي وتغيير إيجابي في نمط الشخصية.

- بينما جاء الشعور بالاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) كأثر اقتصادي داعم للمكانة الاجتماعية بنحو 88,5%.

- على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص بوجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة نحو 67,6%.

### 3,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تفصيل العبايات:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع العبايات بمتوسط عام يمثل نحو 66,7%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

- جانب وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) بنسبة أثر إيجابي محقق 100%.

- جانب الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل) بنسبة أثر إيجابي محقق 100%.

- كذلك جاء جانب المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعك) والتي تحققت بنسبة 100%.

- بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة بنسب أقل من الثلاثة السابقة ذكرها للجوانب الستة الأخرى للأثر بذات النسبة وهي 50%.

### جدول رقم (16)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تفصيل عبايات على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	1	0	0	1	100,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	1	0	0	1	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعك)	1	0	0	1	100,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	0	1	0	1	50,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	0	1	0	1	50,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة)	0	1	0	1	50,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر)	0	1	0	1	50,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	0	1	0	1	50,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	0	1	0	1	50,0

### 3,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تفصيل العبايات:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع وتوزيع الهدايا بمتوسط عام يمثل نحو 88% حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

- جانب الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة) أثر إيجابي محقق بنسبة 100٪.
- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- جانب المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع) بنسبة أثر إيجابي محقق 96,2٪.
- على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص بوجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة نحو 65,4٪.

#### جدول رقم (17)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تصنيع وتوزيع الهدايا على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	13	0	0	13	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	13	0	0	13	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	12	1	0	13	96,2
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	11	1	0	12	95,8
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	10	3	0	13	88,5
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	10	3	0	13	88,5
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	8	5	0	13	80,8
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	5	8	0	13	69,2
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	5	7	1	13	65,4

#### 5,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع دخون وعطور:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع دخون وعطور بمتوسط عام يمثل نحو 83,6٪ حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

#### جدول رقم (18)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تصنيع دخون وعطور على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	39	1	0	40	98,8
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	37	2	1	40	95,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	29	6	0	35	91,4
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	31	9	0	40	88,8
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	30	9	0	39	88,5
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	29	10	1	40	85,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	29	10	1	40	85,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	13	27	0	40	66,3
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	15	12	12	39	53,8

- جانب الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة أثر إيجابي محقق 98,8٪.
- جانب وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) بنسبة أثر إيجابي محقق 95٪.
- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 91,4٪.
- على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص بوجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة نحو 53,8٪.

#### 6,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تصنيع مشغولات يدوية:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع دخون وعطور بمتوسط عام يمثل نحو 83,6٪ حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تصنيع مشغولات يدوية بمتوسط عام يمثل نحو 88,3٪ حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 98٪.

- جانب الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة أثر إيجابي محقق 97,9٪.

- جانب المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع) بنسبة أثر إيجابي محقق 96٪.

- على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل) بنسبة نحو 68٪.

#### جدول رقم (19)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تصنيع مشغولات يدوية على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	24	1	0	25	98,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	23	1	0	24	97,9
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	23	2	0	25	96,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	20	4	0	24	91,7
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	23	2	0	25	96,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	18	7	0	25	86,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	18	7	0	25	86,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	14	8	2	24	75,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	9	16	0	25	68,0

#### 7,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع أدوات منزلية:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات بيع أدوات منزلية بمتوسط عام يمثل نحو 72,2٪. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الأربعة التالية:

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- جانب الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- جانب المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة الأقل لباقي الجوانب الخمسة الأخرى بذات النسبة وهي 50٪.

#### جدول رقم (20)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع بيع أدوات منزلية على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	1	0	0	1	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	1	0	0	1	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	1	0	0	1	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	1	0	0	1	100,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	0	1	0	1	50,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	0	1	0	1	50,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	0	1	0	1	50,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	0	1	0	1	50,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	0	1	0	1	50,0

#### 8,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع ملابس جاهزة:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات بيع ملابس جاهزة بمتوسط عام يمثل نحو 82,3٪ حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

- جانب الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.
- جانب وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 88,5%.

- على الجانب المقابل جاءت النسبة الأدنى في الجانب الخاص بوجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة نحو 58,3%.

#### جدول رقم (21)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع بيع ملابس جاهزة على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	13	0	0	13	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	13	0	0	13	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	10	3	0	13	88,5
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	9	4	0	13	84,6
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	9	4	0	13	84,6
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	8	5	0	13	80,8
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	6	7	0	13	73,1
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	5	8	0	13	69,2
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	5	4	3	12	58,3

#### 9,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع إلكترونيات:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات بيع إلكترونيات بمتوسط عام يمثل نحو 94,4%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثمانية بذات النسبة وهي 100%، في حين جاء أثر وحيد وهو المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع) بنسبة نحو 50%.

#### جدول رقم (22)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع بيع إلكترونيات على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	1	0	0	1	100,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	1	0	0	1	100,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	1	0	0	1	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	1	0	0	1	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	1	0	0	1	100,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	1	0	0	1	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	1	0	0	1	100,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	1	0	0	1	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	0	1	0	1	50,0

#### 10,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع مواد غذائية:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات بيع مواد غذائية بمتوسط عام يمثل نحو 97,2%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق ليشير لنسبة 100% لعدد 7 جوانب من الآثار الاجتماعية والاقتصادية للمشروع من إجمالي عدد (9) جوانب لتقييم الأثر. بينما هناك فقط جانبان تحقق أثرهما بنسبة نحو 87,5% وهما استغلال وقت الفراغ، وكذلك الانعكاس على التنشئة الاجتماعية للأبناء وتعلمهم تحمل المسؤولية.

#### جدول رقم (23)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشروعات بيع مواد غذائية على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لايوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	4	0	0	4	100,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	4	0	0	4	100,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	4	0	0	4	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	4	0	0	4	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	4	0	0	4	100,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	4	0	0	4	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعنا)	4	0	0	4	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	3	1	0	4	87,5
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	3	1	0	4	87,5

#### 11,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات بيع مستحضرات التجميل:

#### جدول رقم (24)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشروعات بيع مواد غذائية على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لايوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	5	0	0	5	100,0
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	5	0	0	5	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	5	0	0	5	100,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	3	2	0	5	80,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعنا)	3	2	0	5	80,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	3	2	0	5	80,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	1	4	0	5	60,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	1	4	0	5	60,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	1	4	0	5	60,0

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات بيع مستحضرات التجميل بمتوسط عام يمثل نحو 80%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاثة التالية:

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 100%.

- جانب الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة أثر إيجابي محقق 100%.

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس وتحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي 100%.

بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة الأقل لجوانب ثلاثة أخرى كما موضح بالجدول المرفق رقم (24) بذات النسبة وهي 60%.

#### 12,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات خدمات تصوير فوتوغرافي:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات خدمات التصوير الفوتوغرافي بمتوسط عام يمثل نحو 89%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق لسبعة جوانب بنسبة 100% كاملة، بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة الأقل لجانبين اثنين آخرين فقط بذات النسبة وهي 50% وهما وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)، الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل).

#### جدول رقم (25)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع خدمات تصوير فوتوغرافي على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	1	0	0	1	100,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	1	0	0	1	100,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	1	0	0	1	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	1	0	0	1	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	1	0	0	1	100,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	1	0	0	1	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعك)	1	0	0	1	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	0	1	0	1	50,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	0	1	0	1	50,0

#### 13,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تغليف الهدايا:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات خدمات تغليف الهدايا بمتوسط عام يمثل نحو 94,5%.

## جدول رقم (26)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع خدمات تغليف الهدايا على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	2	0	0	2	100,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	2	0	0	2	100,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	2	0	0	2	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	2	0	0	2	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	2	0	0	2	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	2	0	0	2	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعنا)	2	0	0	2	100,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	1	1	0	2	75,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	1	1	0	2	75,0

حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق لسبعة جوانب بنسبة 100% كاملة، بينما جاءت الآثار الإيجابية المدققة الأقل لجانبين اثنين آخرين فقط بذات النسبة وهي 50% وهما الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)، وجود أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية).

### 14,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات خدمات الطباعة:

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات خدمات الطباعة بمتوسط عام يمثل نحو 83,3%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق لستة جوانب بنسبة 100% كاملة، بينما جاءت الآثار الإيجابية المدققة الأقل لثلاثة جوانب أخرى فقط بذات النسبة وهي 50%.

## جدول رقم (27)- الآثار الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع خدمات الطباعة على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	1	0	0	1	100,0
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	1	0	0	1	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	1	0	0	1	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	1	0	0	1	100,0
الآثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	1	0	0	1	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	1	0	0	1	100,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	0	1	0	1	50,0
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	0	1	0	1	50,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروعنا)	0	1	0	1	50,0

## 15,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تربية وبيع الدواجن والبيض:

جدول رقم (28)- الأثر الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تربية وبيع دواجن وبيض على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات والشعور بوجود دور بالحياة	4	0	0	4	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	4	0	0	4	100,0
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	4	0	0	4	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	4	0	0	4	100,0
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	4	0	0	4	100,0
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	3	1	0	4	87,5
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	3	1	0	4	87,5
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	3	1	0	4	87,5
الأثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	2	2	0	4	75,0

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تربية وبيع دواجن وبيض بمتوسط عام يمثل نحو 93%. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق لخمسة جوانب بنسبة 100% كاملة، بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة لثلاثة جوانب أخرى بذات النسبة وهي 87,5%، بينما جاء الجانب الأقل نسبة بنحو 75% نسب تحقق أثر على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال).

## 16,4 الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمشروعات تربية المواشي:

جدول رقم (29)- الأثر الاجتماعية والاقتصادية لمشاريع تربية وبيع المواشي على المنتفعين

جانب التأثير	حدث تأثير إيجابي	لا يوجد تأثير	حدث تأثير سلبي	مجموع	نسبة التأثير الإيجابي
الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة)	8	0	0	8	100,0
وقت الفراغ (الشعور باستغلال وقت فراغكم في أمور مفيدة)	8	0	0	8	100,0
الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية)	8	0	0	8	100,0
تأثير المشروع على مستوى معيشة الأسرة وتحسن دخلكم	6	2	0	8	87,5
المكانة في المجتمع المحلي (من حيث ارتفاع مكانتكم الاجتماعية بين معارفكم وأقاربكم)	6	2	0	8	87,5
تحسن العلاقات بين أفراد الأسرة بعد التعاون من خلال المشروع أو الشعور بجهد الآخر	6	2	0	8	87,5
الأثار على تنشئة الأطفال (تعلم الأطفال الشعور بالمسؤولية وأهمية العمل)	6	2	0	8	87,5
المشاركة في الفعاليات المجتمعية (زيادة فرص المشاركة في الفعاليات والمعارض بسبب مشروع)	5	3	0	8	81,3
أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية)	1	6	1	8	50,0

جاء المتوسط العام للأثر الإيجابي الاجتماعي والاقتصادي المحقق لمشروعات تربية وبيع المواشي بمتوسط عام يمثل نحو 87٪. حيث جاءت النسب الأعلى من الأثر الإيجابي المحقق للجوانب الثلاث التالية:

- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس وتحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي 100٪.

- جانب الاعتماد على الذات (الشعور بوجود دور بالحياة) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.

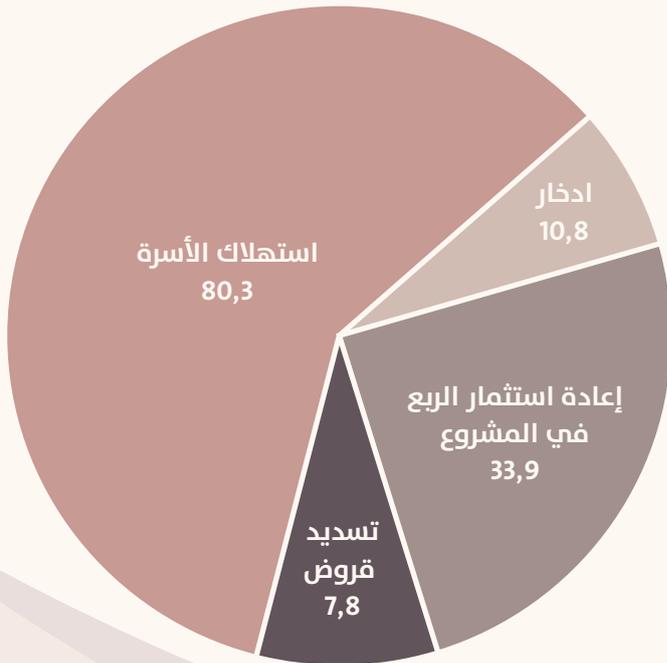
- جانب الاستقلالية المالية (الشعور بالاعتماد على النفس والقدرة على تحمل المسؤولية المالية) بنسبة أثر إيجابي محقق 100٪.

- بينما جاءت الآثار الإيجابية المحققة الأقل أثراً لحدوث أعباء إضافية في المنزل بسبب المشروع (تحمل جهد إضافي نتيجة زيادة الأعباء والمسؤولية) بنسبة 50٪.

### 17,4 أوجه إنفاق إيرادات المشروع:

غالبية الأسر توجه عوائد مشروعاتها الإنتاجية في تغطية جزء أو غالبية نفقات الأسرة، لذا فإن نحو 80,3٪ يوجهون نواتج مشروعاتهم كلها أو معظمها في الإنفاق على أسرهم، وذلك مع الحرص لدى نحو ثلث الأعضاء على تدوير رأس المال في إعادة استثمار أرباح المشروع في توسع واستمرارية المشروع ذاته خاصة المشروعات الإنتاجية والبيعية، بينما فقط نحو 10,8٪ هم فقط من يتمكنون من ادخار جزء من عوائد مشروعاتهم، بينما نحو 7,8٪ يخصصون جزء من العوائد لتسديد ديون عليهم سواء ديون شخصية أو مستحقات للموردين ذات صلة بنشاط وخامات مشروعاتهم.

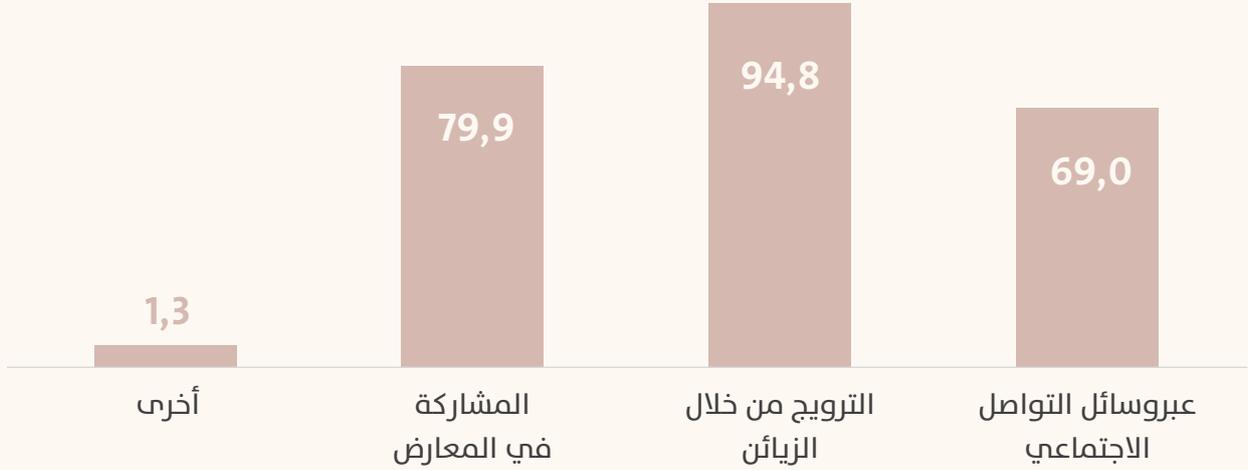
### شكل بياني رقم (9)



التوزيع النسبي لأوجه إنفاق عوائد مشروعات أعضاء مركز إنتاج

## شكل بياني رقم (10)

## التوزيع النسبي لتعدد طرق تسويق المنتجات



تتنوع طرق ووسائل تسويق المنتجات والخدمات للمشروعات لأعضاء مركز إنتاج، وكافة المشروعات تلجأ لأكثر من وسيلة من وسائل الدعاية والترويج للمنتجات والخدمات وإن تصدر أسلوب الترويج من خلال زبائن حاليين، أو ما يسمى بأسلوب "البلياردو" في توسيع قاعدة العملاء.

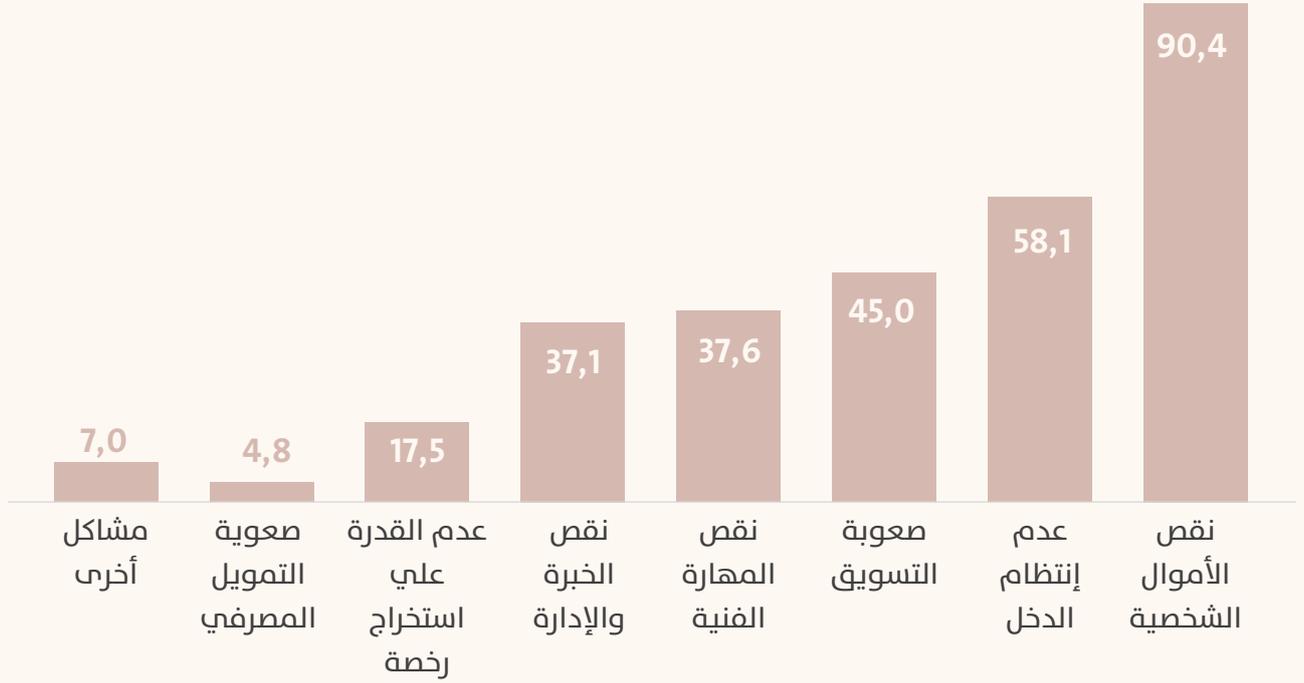
هذا الأسلوب يُعطي انطباعاً ومؤشراً على جودة الخدمات والمنتجات المقدمة لكون أن القائم بالمشروع يملك ثقة فيما يقدمه تجعله يعتمد على توصية العملاء الحاليين في جودة منتجاته، حيث اتبع نحو 94,8% هذا النوع من التسويق. بينما اعتمد نحو 80% في التسويق على المشاركة في المعارض والتي تأثرت بظروف جائحة كوفيد 19 خلال العام الأخير وهو ما انعكس بالتأكيد على معدلات البيع، وفي ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي فقد اعتمد نحو 69% على التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتلك النسبة تُعدُّ محدودة نسبياً مقارنة بحجم انتشار وسائل التواصل التي من المفترض أنها أوسع انتشاراً ووصولاً لكافة العملاء لكافة المنتجات والخدمات للمشروعات المختلفة، وكانت تربية وبيع المواشي هي أدنى المشروعات في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 12,5% فقط، يليها تصنيع المشغولات اليدوية بنسبة 40,7% على الرغم من ملائمة هذا النشاط للتسويق الإلكتروني، كذلك تصنيع الأغذية اقتصر فيه التسويق الإلكتروني على نحو 48,4% ممن يعملون في هذا النشاط.

## 4,19 . المشكلات التي تواجه المشروعات الإنتاجية والخدمية:

يمثل توافر التمويل الشخصي للمشروعات التحدي الأكبر لأصحاب المشروعات الصغيرة، وهو ما أشار به 90,4% من عينة أعضاء مركز إنتاج اللواتي شملتهنَّ الدراسة الحالية، وهو ما يتطلب مساعدتهنَّ على الحصول على التمويل اللازم لبدء مشروعاتهنَّ في إطار سياسة لدعم المشروعات متناهية الصغر.

## شكل بياني رقم (11)

### المشاكل التي تعترض المشروعات الإنتاجية للمنتفعين من مركز إنتاج



انطلاقاً من هدف تلك المشروعات والسعي إلى إدرار الدخل، وكما أشار نحو ما يربو عن 80% من أن دخل مشروعاتهنّ يتوجه للإنفاق على استهلاك الأسرة، فهذا يشير إلى مدى الاعتماد على دخل تلك المشروعات، لكن يواجه ذلك مشكلة أشار لها نحو 58,1% تتعلق بعدم انتظام الدخل بما يعوق خطط الانفاق والالتزام المالي لتلك الأسر. بينما أشار نحو 45% إلى مشكلات تواجههنّ في تسويق منتجاتهنّ، وتلك النسبة تُعدّ غير كبيرة لكونها مشكلة تواجه كافة المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر دون استثناء لكن مع دعم فرص التسويق التي يوفرها مركز إنتاج لأعضائه جاءت تلك النسبة منخفضة بصورة إيجابية.

هناك أيضاً نحو 37,6% لديهم قصور في المهارة الفنية في مجال مشروعاتهنّ، وذلك على الرغم ممّا يحصلون عليه من تدريبات مهنية لكن القصور الذي يعانون منه هو في قدراتهنّ على تطوير منتجاتهنّ بشكل ملموس ومتتابع ويتوافق مع التغيّر الدائم في صور تقديم المنتجات. وبنسبة مقارنة بلغت نحو 37,1% جاء وجه قصور آخر لكن في الجانب الإداري ويتعلق بنقص في خبرات الإدارة، كون أن إدارة المشروعات الصغيرة تتطلب العديد من المهارات الخاصة بالتخطيط والتسويق والتعاقدات والشراكات وحسابات الأرباح والتكلفة وغيرها من المهارات الضرورية لأصحاب المشروعات التي لا تتحمل الاستعانة بكوادر إدارية خارجية تمثل عبءاً على ميزانية المشروع.

بينما يواجه نحو 17,5% من عينة أعضاء مركز إنتاج صعوبات تتعلق باستخراج رخصة للمشروع، وهو ما تعمل إدارة مركز إنتاج على دعم الأعضاء في تحقيقه لاستقرار واستدامة المشروعات.

## 20,4 أوجه دعم دائرة الخدمات الاجتماعية للمشروعات:

من خلال استطلاع واقع الخدمات وأوجه الدعم التي يستفيد بها أعضاء مركز إنتاج من جانب إدارة المركز والدائرة بصفة عامة، جاءت المؤشرات العامة إيجابية لكونها توضح تعدد الخدمات وأوجه الدعم لكافة الأعضاء في سبيل العمل على نجاح مشروعاتهن.

### شكل بياني رقم (12)

#### الدور الحالي للخدمات المقدمة من دائرة الخدمات الاجتماعية في تذييل الصعوبات أم مشروعات المنتفعين ببرنامج إنتاج



ومن أبرز أوجه الدعم المقدمة من إدارة مركز إنتاج للعضوات كما أشارت نحو 87,3% منهنّ إلى استفادتهنّ من عقد دورات تدريبية دائمة لرفع القدرات الفنية والإدارية لهنّ لمساعدتهن على الارتقاء بالمخرَج النهائي للمنتج بما يزيد القدرة التنافسية للمشروعات، بجانب دعم القدرات الإدارية والمالية لتحسين إمكانيات العضوات في إدارة مشروعاتهنّ الصغيرة.

كما يأتي في إطار دعم فرص التسويق الجيد للمنتجات والذي يهدف لدعم قدرة المشروعات على الاستمرارية والانتقال لمرحلة التوسع ما قدمه مركز إنتاج على ثلاثة محاور متصلة ومتسقة نحو تدعيم فرص التسويق والتي جاءت على النحو التالي:

- تصدى مركز إنتاج لمسؤولية تسويق منتجات عضواته بصورة مباشرة والذي استفاد منه نحو 74,2% من العضوات.

- أشار نحو 70,7% إلى دعم المركز لهنّ في إشراكهنّ في المعارض التسويقية.

- أيضاً قام المركز بحملات دعائية وإعلامية مكثفة ودائمة للترويج لمنتجات العضوات وهو ما أشار إليه نحو 60,7% منهنّ.

كما سعت إدارة مركز إنتاج على تطوير القدرات التنافسية للمشروعات من خلال دعم فرص تطوير المشروعات والتي استفاد منها نحو 60,3% من عضوات المركز، بجانب تقديم دعم مالي غير مباشر لتلك المشروعات من خلال تقديم خصم على رسوم إصدار الرخصة لنحو 58,1% من عضوات المركز.

## 21,4 التوقعات المستقبلية للمشروعات من واقع رؤية المستفيدين:

ترى عضوات مركز إنتاج من القائمات على مشروعات الإنتاج المنزلي رؤية استشرافية نحو مخططاتهنّ وأمالهنّ نحو مشروعاتهنّ الناشئة، حيث يطمح نحو 37,1% من السيدات إلى توسع مشروعاتهنّ سواء من حيث حجم العملاء والمبيعات، أو التوسع المكاني في فتح فروع لمشروعاتهنّ. بينما يطمح نحو 21,9% إلى نقل مشروعاتهنّ من إطار المنزل إلى ركب أوسع في شكلها التجاري من خلال فتح محل تجاري سواء الثابت أو المتنقل.

### شكل بياني رقم (13)

#### توقعات عضوات مركز إنتاج المستقبلية لمشروعاتهنّ الحالية



بينما يسعى نحو 14,7% إلى تطوير خطط التسويق و البيع بما يمكنهنّ من تحقيق طفرة في معدلات البيع والتي من المتوقع أن يصحبها خطط أخرى طموحة في مستقبل مشروعاتهنّ، في حين يطمح نحو 8,5% من السيدات إلى تمكنهنّ من تطوير أفكار تقديم الخدمات أو المنتجات لتحفيز فرص التسويق و الجذب البيعي و اتساع رقعة العملاء التي تحقق لمشروعاتهنّ النجاح المأمول.

## 22,4 مقترحات تطوير الإنتاج المنزلي:

تأمل السيدات في فرص دعم أكثر لمشروعاتهنّ بما صاحبه من مقترحات تطرح أفكاراً نحو تلك الفرص التي يطمحون في المزيد منها في ظل ما أقروه من تحقق أوجه عديدة من دعم مركز إنتاج لهنّ، لكنّ هذا لا يمنعهنّ عن طلب المزيد أملاً في نجاح أيسر وأسرع، حيث جاء المقترح والمطلب الأعلى نحو زيادة الدعم المالي لدعم التوسع في الإنتاج والدعم اللوجيستي من دعاية وترويج لمشروعاتهنّ كما أشار بذلك نحو 35,7% من السيدات، بينما تقترح 15,6% من السيدات إقامة معارض تسويقية كبيرة تتيح لهن فرص عرض منتجاتهنّ من خلالها، حيث إن المعارض الرئيسية الكبيرة تحقق لهنّ فرص ترويج أكبر للمنتجات وزيادة معدلات البيع ومعرفة الجمهور بمنتجاتهنّ.

## شكل بياني رقم (14)

### احتياجات و مقترحات أعضاء مركز إنتاج لتطوير الإنتاج المنزلي



في حين أشارت 10,3% من السيدات إلى احتياجهنّ لخطط تسويق متطورة بما يحقق لهنّ نقلة نوعية في مستويات التسويق مقارنة بالوضع الحالي. بينما 9,4% يقترحنّ مساعدتهنّ في تغيير شكل تقديم المنتج والتعريف بهويته وذلك من خلال التغليف الجيد للمنتجات واختيار شعار متميز لمنتجاتهنّ وهذا يعطي هوية لتلك المنتجات ويرسخ الصورة الذهنية للمنتج لدى المستهلك. بينما طالبت نحو 8,9% من السيدات الحصول على دعم متخصص عال المستوى بهدف مساعدتهنّ في تطوير مشروعاتهنّ في ضوء قراءة السوق الحالي ومتطلباته وفرص التوسع والنجاح فيه من خلال دعم فرص التنافسية الإيجابية للمشروعات المنزلية.

في حين تطرقت نحو 8% من السيدات إلى احتياجهنّ للتوسع في التسويق الإلكتروني الذي يحتاج لمختصين في هذا المجال لضعف تأثير التسويق غير المحترف الذي يقومون به، وفي ظل أن الاعتماد على شركات تسويق إلكتروني محترفة يُعدّ أمراً مكلفاً مقارنة بحجم تلك المشروعات بما جعل السيدات يطمحن في توفير مختصين في التسويق الإلكتروني لمنتجاتهنّ بتكلفة مناسبة لمشروعاتهنّ.

## خامساً- التوصيات

تماشياً مع رؤية حكومتنا الرشيدة والتي تهدف إلى تعزيز وضمان "حياة كريمة لكافة أفراد المجتمع " تأتي هذه المقترحات في إطار الحرص على دراسة الوضع الحالي للأسر المنتجة، وتلبية احتياجاتهم والسعي إلى تمكينهم ورفع مستوى دخلهم عن طريق تأهيل وتطوير أساليبهم في مجالات التسويق، تماشياً مع متطلبات السوق المحلية التي تشهد تغيرات وتطورات مستمرة.

### أ. مقترحات تطويرية لمركز إنتاج:

- تطوير إمكانيات مركز إنتاج وتحويله إلى مركز تأهيل معتمد لتمكين الأسر من للوصول لمرحلة الاحترافية الإنتاجية عن طريق عمل دورات واستشارات.
- تغير التنظيم الإداري واستحداث أقسام تتناسب مع المتغيرات لبدء مرحلة تشكيل خطة مستقبلية وفق رؤية استشرافية واضحة وعلى أسس علمية.
- استثمار الإنتاج المنزلي للأسر، لتحويل منتجاتهم إلى سلع لها مكان في السوق المحلي والعالمى.

### تغير أهداف وسياسة إدارة مركز إنتاج:

#### تقسيم الخدمة المقدمة إلى قسمين

##### 1- خدمات مجانية: -

- تهدف إلى تمكين الأسر والأفراد ذات الدخل الضعيف وهم: -**
- منتسبو دائرة الخدمات الاجتماعية.
- ربّات البيوت.
- طلاب الجامعات.
- أصحاب الهمم.

##### 2- خدمات ربحية: -

- تهدف إلى تأهيل الأفراد الراغبين في الاستثمار وفتح مشاريع خاصة بهم.**
- تأهيل كل من يرغب في عمل مشروع جديد من الأفراد من إمارة الشارقة برسوم.
- دورات تدريبية معتمدة.
- تسويق وإعلان للمنتج.
- عرض المنتجات في مختلف نوافذ البيع الخاصة بمركز إنتاج.
- تقديم قرض مسهل السداد وفق الشروط بالتعاون مع أحد المصارف.

### 1- قسم العلاقات العامة:

- التواصل والتنسيق مع الجهات الراعية للمعارض والمهرجانات المحلية والدولية.
- التواصل مع الأسر المنتجة لتسجيل الدورات وحضور المعارض.
- التواصل مع المتبرعين والمتطوعين في التعاون والتنظيم والمشاركة الميدانية أو الافتراضية (التنسيق مع مركز تطوع لعمل فرص تطوعية تساعد الأسر المنتجة في المعارض والمهرجانات).
- رصد ودراسة الملاحظات والاقتراحات التي ترد من العملاء المستفيدين عن المنتجات بهدف تحسين الجودة بشكل مستمر .

### 2- قسم للتصميم والجرافيك:

1. تصميم كل ما يخص المنتج من التغليف وشعار (خدمات ربحية).
2. تصميم وإدارة صفحات الإنترنت سواء الموقع الإلكتروني أو حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لعرض المنتجات والتسويق لها.
3. تصميم موحد لواجهات نقاط البيع الخاص بمركز إنتاج بشكل مبتكر وحديث يجذب الزائر.

### 3- قسم المالية:

- تسعير المنتجات والتحكم في نقاط البيع لتسجيل الدخل السنوي للأسر المنتجة ومدى الاستفادة.
- قياس دخل الأسر المنتجة سنوياً عن طريق عرضها على لجنة مختصة في دراسة مؤشرات الدخل السنوي للأسرة المنتجة.
- استراتيجية التسعير وتقييم السلع لما يتناسب مع القيمة السوقية لجذب العملاء.

### 4- قسم التسويق والمبيعات:

- توحيد نقاط البيع بعمل متجر باسم مركز إنتاج يجمع في كل منتجات الأسر، بإشراف موظفي مبيعات خاص بمركز إنتاج.
- تنوع طرق البيع لما يتناسب مع السوق من حيث عمل متاجر ثابتة سواء في مراكز تسوق أو أماكن تجارية خارجية أو عربات تجارية قريبة من الأماكن الترفيهية الحدائق أو الشواطئ والأماكن السياحية أو كشك متنقل للمعارض والمهرجانات.
- الدعاية والإعلان المرئية والسمعية بشكل مستمر لضمان الاستمرارية.
- قيام فريق من المختصين من إدارة المركز بإجراء زيارات دورية متكررة لكل نقاط البيع والمعارض والبحث وفق برنامج زمني محدد بحيث يتم سحب عينة لتحسين الجودة بشكل آلي ومتعمد على مستوى الإمارة.
- التعاقد مع شركة شحن معتمدة لنقل والبضائع الأسر المنتجة والمعدات لعرضها في المعارض الدولية.
- التسويق الإلكتروني المحلي والعالمي :-

- العمل على تطوير وتحديد معايير جودة المنتج وتطابقه مع معايير الدولية.
- تقديم منتجات تلبي رغبات الزبائن وتجذبهم من حيث الشكل والتصميم وطريقة العرض.
- وضع لمسات حديثة متعددة للمنتجات الحرفية تتماشى مع متغيرات السوق مع الاحتفاظ بعراقة المنتجات التراثي.
- عمل عقود مع شركات توصيل معتمدة محلية وعالمية لتسهيل الشحن المحلي والدولي.

## 5- قسم التدريب:

- منسقين تدريب للتنسيق مع نخبة من المدربين المعتمدين سواء محليين أو من خارج الدولة في مجال التسويق والتأهيل الحرفي.
- إنشاء قاعات تدريب في الإدارة لعمل ورش للتدريب الحرفي عملياً.
- منصات افتراضية للتدريب.
- إدخال حرف جديدة تساعد على التنوع في الإنتاج كأعمال تشكيلية كالنحت والباستيل وغيرها من الفنون التي تساهم في تنوع المنتجات والتي تتماشى مع متطلبات السوق.
- تأهيل الأسر المنتجة في الاستقلال وتوسيع الإنتاج لفتح مشروع خاص بهم.

## 6- قسم الجودة:

- إعداد خطة لفحص دوري على المنتجات والتأكد من جودتها وتطويرها بشكل مستمر.
- إيجاد حلول تطويرية للسلع قليلة الطلب.
- تحديد معايير جودة التي يتطلبها كل منتج.
- وضع خطة استراتيجية لعمليات البيع وعمل المقارنات المعيارية لضمان مواكبة المتغيرات في السوق الواقعي والافتراضي.
- قياس تحركات بيع المنتجات في الأسواق وفق منهجية وضوابط وقيود خاصة تتسم بالشمولية والمرونة والجودة وذلك باحتساب متوسطات الأسعار والتغيرات الشهرية والربع السنوية والسنوية على مستوى الإمارة.

## ب. توصية بتطبيق مشروع دور حضانة الأطفال المنزلية المجتمعية:

- هو السماح لبعض من الأسر المواطنة بفتح دار حضانة للأطفال بمنزلهم، وذلك طبقاً لمعايير القانون الاتحادي رقم (5) لسنة 1983 م في شأن دور الحضانة، والتي تستوفي كافة المعايير المكانية والبيئية والمعرفية والتربوية.
1. الحضانة: هي مكان مناسب يخصص لرعاية الأطفال من سن 45 يوماً حتى سن الرابعة.
  2. الخدمات المقدمة من خلال دور الحضانة المنزلية:
- حيث تنشأ دار الحضانة بهدف رعاية الأطفال وتنشئتهم النشأة الاجتماعية والنفسية السليمة من خلال تقديم الخدمات الآتية:

- الإقامة المؤقتة حسب طلب صاحب الشأن.
- تنمية أذاسيس الأطفال ومشاعرهم وقيمهم بما يتفق مع التعاليم و القيم الإسلامية و العادات الاجتماعية للمجتمع الإماراتي.
- تقديم الرعاية الغذائية اللازمة لنمو الطفل خلال فترات غياب الأم.

### 3. دوافع تطبيق المقترح:

- إتاحة فرص اقتصادية لمشروعات ذات احتياج مجتمعي تكون مُدرة للدخل للأسر المواطنة من خلال مشروع الحضانة المنزلية.
- زيادة عدد الحضانات لمواجهة مشكلة نقص القدرة الاستيعابية لدور الحضانة المتاحة في تلبية احتياجات الآباء والأمهات الذين يعانون من عدم توافر أماكن في دور بهدف دعم الأمهات العاملات أو التي تحتاج إلى رعاية أبنائها و تكون قريبة من سكن الأم العاملة؛ حيث تنشأ هذه الحضانات في المنازل في الأحياء السكنية.
- إنشاء حضانة تعمل بكفاءة و تقدم خدمة جيدة و عائلية و في الوقت نفسه تقدم تكاليف أقل من الحضانات الأخرى الكبيرة.
- شغل وقت فراغ ربّات المنازل بعمل يمثل قيمة مضافة للمجتمع و لهنّ شخصياً.
- مواجهة ارتفاع اشتراك دور الحضانة نتيجة زيادة الطلب مقابل المتاح من أماكن بدور الحضانة.
- تبني مشروعات تلبية احتياج مجتمعي بما يضمن فرص نجاح مرتفعة تدعم فرص الارتقاء بدخل الأسر.

 <https://sssd.shj.ae>

 [Info@sssd.shj.ae](mailto:Info@sssd.shj.ae)

 0097165015555

      sssdshj

