



دار الإنماء الاجتماعي

هضبة الشهداء طرابلس

إدارة البحوث والدراسات الاجتماعية

تقييم خدمات برنامج قادر وإنانت قادر

(دراسة تقييمية)

إعداد/ أنس واق العجيري
باحث دراسات إجتماعية

إشراف/ الدكتور محمد عبدالمنعم شلبي
رئيس قسم البحوث والدراسات الاجتماعية

2013

الفصل الأول

المشروعات الصغيرة و المتوسطة من منظور علم اجتماع التنمية

أولاً- الإطار النظري للدراسة

القسم الأول - علاقة علم الاجتماع بقضايا التنمية:

يعطى علم الاجتماع مع هذه القضايا فـي ضوء حقيقتين: يرمي الأول منها إلى غايات نظرية تتلخص في الوقوف على طبيعة الظواهر الاجتماعية والنظم، وكيفية نشوئها وتطورها، إضافة إلى ما تؤديه من وظائف في إطار البنية الاجتماعية العامة. ويرمي الثاني إلى الكشف عن طريق الاستفادة من القوانين الاجتماعية الطبيعية في تحقيق المنافع المادية والمعنوية لمجموع السكان المقيمين الذين ينتمون بمجملهم للمجتمع المعنوي. والثاني هو ما يعرف عادة بالجانب التطبيقي لعلم الاجتماع، أو ما يسميه بعضهم علم الاجتماع التطبيقي، غير أن هذه التسمية قد تؤدي إلى ملابسات نظرية تجعل من الجانب التطبيقي لعلم الاجتماع ميداناً خاصاً من ميادينه المتعددة. كعلم الاجتماع الريفي والصناعي وغير ذلك. وحقيقة الأمر، أن لكل ميدان من هذه الميادين منحه نظرياً، وآخر تطبيقياً، الأمر الذي يجعل استخدام الكلمة «الجانب التطبيقي» أو «المنحة التطبيقي» في علم الاجتماع أكثر سلامة من الناحية المنهجية من استخدام مفهوم «علم الاجتماع التطبيقي».

ويهتم الجانب التطبيقي في علم الاجتماع بدراسة أساليب الانفاع من الحقائق النظرية والقوانين الاجتماعية الطبيعية في رسم السياسة التنموية وبرامجها من أجل تحقيق النقلة النوعية للمجتمعات والجماعات المدرستة.

الفهرس

أولاً- الإطار النظري	16 – 1
الإجراءات المنهجية	19 – 17
الفصل الثاني: تحليل نتائج الدراسة	الميدانية 37 – 20
ثانياً: بلورة أهم النتائج والتوصيات	38 – 37

ويعتمد المخطط والباحث في علم الاجتماع على محاور عدّة، تتلخص بما يأتي:

- رسم الصورة الاجتماعية لعملية التغيير الاقتصادي والاجتماعي: ويكون ذلك بتحديد وجة التغيير الاجتماعي وكذلك التغيرات المقصودة المزمع إحداثها في البيئة الاقتصادية والتركيب الاجتماعي.

إن تحديد الأهداف الاستراتيجية لعملية التنمية من الأمور التي يجب أن يعني بها عالم الاقتصاد والمجتمع والسياسة. فالاختيار بين التصنيع والنشاط التجاري، أو التحول من أحد هما إلى الآخر، أو الوصول إلى المزيج الأفضل في مرحلة زمنية معينة، مسائل ترتبط بخلافاً اقتصادية واجتماعية على حد سواء، وإن رسم الصورة الاجتماعية لعملية التغيير الاقتصادي والاجتماعي تتعدى الأمور الاقتصادية لتناول نوع الخدمات الاجتماعية، ونسبة زيادة الدخل القومي، وكيفية توزيعه، وسياسة محو الأمية، وتعظيم الخدمات التعليمية وتحسينها، وربط التعليم والتدريب بخطط التنمية، وتوفير المناخ الاجتماعي المناسب لتفاعل الناس مع معطيات الشروط الجديدة للتقدم والوصول إلى عملية التشغيل الكامل، أي ضمان حق كل فرد في العمل، والقضاء على البطالة، ورفع مستويات العمالة في كل المناطق، والعمل على توفير الشروط الاجتماعية المناسبة التي تعمل على استقرار قوه العمل الوافدة، ودفعها إلى تكوين شريحة سكانية منصهرة في بوتقة المجتمع المحلي، وذلك في المجتمعات التي تتصف بندرة المهارات الفنية وضيق القاعدة السكانية، وباختصار فإن رسم الصورة الاجتماعية لعملية التغيير الاقتصادي والاجتماعي تمثل بتوفير الاحتياجات الاجتماعية للأفراد وربطها بشروط التقدم المتطرفة من خلال رسم استراتيجية عامة للتنمية تتفاعل فيها الأهداف الاقتصادية مع الأهداف الاجتماعية في دركية مستمرة وموازنة دائمة بين الحاجيات والإمكانيات.

وتؤلف الموضوعات التالية تحديداً العناصر الأساسية التي يمكن مناقشتها نقاط ارتكاز لبحوث اجتماعية في نطاق المحور الأول: تركيب القوى الاجتماعية الرئيسية في الوطن العربي وخصائصها، ومجتمعات «الأنهار» ومجتمعات «الأمطار»، والعلاقة بين النخبة الزراعية والصناعية، ومنها التغير الاجتماعي وأنماته، وتحديد بعض الأهداف الاجتماعية لعملية التغيير؛ ويشمل تحديد الأهداف الاجتماعية لعملية التغيير في البلاد العربية: نوع الخدمات الاجتماعية ومستواها، والعمالة والاستخدام، ومحو الأمية، وتوزيع الدخل ومسألة الموازنة بين العمل والأجر والتكامل الاجتماعي العربي، وتغير العلاقات الإنتاجية في الريف، والإصلاح الزراعي وآثاره الاجتماعية.

توسيع الأساس الاجتماعي لعملية التنمية الاقتصادية: ويتم ذلك بتحليل الأوضاع الاجتماعية الالزمة لعملية التنمية. فالتعليم مثلاً الذي يعد شرطاً ضرورياً لعملية التنمية الاقتصادية يجب أن ينظر إلى تأثيره بالوعاء الاجتماعي وتأثيره فيه، وبالتالي فإن سياساته يجب أن تأخذ في حسابها المتغيرات الاجتماعية والسكانية المختلفة التي تميز مجتمعاً من مجتمع آخر. وعند ذكر التعليم تجمل كل المراحل التعليمية ابتداءً من دور الحضانة وانتهاءً بالدراسات العليا، فهو استثمار، موضوعه الإنسان، يمر بمراحل متصلة تتبعها آثارها. ويؤكد علماء التربية، والمتخصصون في ميادين التعليم ذلك التلازم بين التعليم والإنتاج تأكيداً يدفعهم إلى حد القول إن الثورة التقنية (التكنولوجية) ترتبط إلى حد بعيد بالثورة التعليمية. ويتضمن العمل الاجتماعي في مجال التعليم جملة من المسائل أهمها ما يتعلق بسياسة القبول في المعاهد والجامعات، التي يجب أن تستند إلى حاجات النشاطات الاقتصادية والاجتماعية من القوى العاملة من جهة، والأطر الاجتماعية والقاعدة السكانية من جهة ثانية، فقد يرمي المخطط مثلاً خفض السن الإلزامية للتعليم وتقدير المراحل التعليمية فيها مجتمعات تبرز الحاجة فيها لأعداد متزايدة من الذريجين وتؤديها الموارد البشرية المحدودة والقاعدة السكانية الضيقة. ومن تلك الشروط أيضاً تحديد حاجات التنمية الاجتماعية والتغيير الاجتماعي. فإذا كان للتربية أهداف اقتصادية، فإن لها كذلك أهدافاً اجتماعية وإنسانية تتمثل في تكوين فكر إنساني معتمد على العلم وموجه نحو الخير والحق. فالتعليم وسيلة أساسية للتفاعل الاجتماعي، وهو أيضاً استثمار للطاقة البشرية التي تمثل أهم عناصر الإنتاج. ومما لا شك فيه أن لتطور الخدمات التعليمية أثراً كبيراً في استقرار قوة العمل الوافدة وجذب المزيد منها، لارتباط هذه الخدمات بمستقبل أبنائهم، ومن هنا كان من أهم العوامل الأساسية في تحديد جهة الاستقرار والحركة للقوى العمالية الوافدة هو مستوى الخدمات التعليمية وتطورها: فبقدر ما تمند الدولة خدمات وتيسّر انتساب أبناء الوافدين إلى مدارسها، فإنها تسهم باستقرار قوة العمل الوافدة واندراطها في المجتمع.

وما ينطبق على التعليم ينطبق كذلك على التدريب المهني و توفير الخدمات الصدية والتربوية والسكنية وغيرها من الأساسات الاجتماعية المهمة لتنشيط العملية الاقتصادية. إن التنمية الاقتصادية لا تتحقق أهدافها الكاملة إلا إذا سايرتها تنمية في مجال الخدمات الاجتماعية تلبّي حاجات الاقتصاد من العناصر الفنية المدرية وتخلق قاعدة متعلمة تستوعب التقدم الاقتصادي وتعمقه وتتوفر خدمات تضمن الاستقرار النفسي والاجتماعي والصحي لجميع أفراد المجتمع.

ويتم توضيح الأساس الاجتماعي لعملية التنمية بدراسة لأنظمة القائمة في الأقطار العربية في نوام عدّ منها: النظم والمؤسسات الاجتماعية، والتربية والتعليم والتدريب المهني، والصحة، والترويج واستغلال أوقات الفراغ، والوعي الاجتماعي والمشاركة الفعالة في النشاطات الحيوية والأساسية.

التصدي للعقبات الاجتماعية التي تحول دون عملية التنمية: هناك عقبات من نوع اجتماعي تحول دون تنفيذ عملية التنمية. ومن ذلك ما في البيئة الاجتماعية من العادات والتقاليد والوظائف المختلفة للتركيبيات الاجتماعية التقليدية.

فالبناء الاجتماعي الذي يعتمد على الترابط القوي داخل الوحدة الاجتماعية ترابطاً يجد من التفاعل مع الوحدات الاجتماعية الأخرى يقف عقبة في طريق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ إن عملية التنمية هذه تعتمد على التدرك والتغير والتفاعل الاجتماعي بين جميع أفراد المجتمع وإسهامهم البناء في رسم صورة المجتمع الحديث.

ومن هنا تبرز مسؤولية المخطط الاجتماعي أو المنظم والعامل في إطار التنمية الاجتماعية في أن يعمل على تغيير تركيب هذه البنية الاجتماعية الموجودة. وتنم عملية التغيير هذه عن طريق التأثير في هذا النظام وتفتيته ومن ثم إيجاد نظام جديد لتلك الهيئة يقوم مقام النظام السابق ويلبي متطلبات التغيير الاجتماعي التي تعد أساساً لعملية التنمية.

وتتمثل العقبات الاجتماعية بمستويات متعددة، بعضها يتعلق بالتركيب الاجتماعي. وبعضها بالوظيفة الاجتماعية لذلك التركيب، وبعضها في مستوى العلاقات الاجتماعية والظواهر والتقاليد، ومن تلك العقبات المتعددة والمتنوعة في المجتمع العربي يذكر تركيب العائلة العربية في المرحلة التقليدية، والتشتت السكاني، والتركيب الاجتماعي، وبعض العادات والتقاليد الاجتماعية وانخفاض نسبة مشاركة المرأة العربية في النشاطات الاقتصادية والاجتماعية، وتوزيع الدخل والتدخل السكاني وبعض الاتجاهات العامة نحو العمل، وال وقت.

ولعل التركيز على الموضوعات التالية يعين على فهم بعض العقبات الاجتماعية التي تقف في طريق التنمية في الوطن العربي: البناء والتركيب الاجتماعي التي تقف في طريق التنمية، والعائلة التقليدية والتركيب الاجتماعي الطبقي، والتشتت السكاني وتركيبيه وتوزيعه، والتفاعل الاجتماعي بين الوحدات الاجتماعية ضمن المدينة والريف وبينهما، والقيم التي تحد من الدراك الاجتماعي، والدواز الاجتماعي، وإسهام المرأة في العمل، والظواهر والعادات والتقاليد الاجتماعية التي تؤثر في نمط العلاقات الاجتماعية.

مواجهة المشكلات الاجتماعية التي تنشأ عن عدم التوازن بين العلاقات الاجتماعية والتغيير في البيئة الاقتصادية: إن التغيير في البيئة الاقتصادية قد تواكب مشكلات اجتماعية خطيرة إذا لم يحسن توجيهه. وقد بدأت تظهر في الدول النامية مشكلات اجتماعية ترتبط بنشاطات اقتصادية

جديدة. ومن هذه المشكلات ارتفاع نسبة الجرائم، وانحرافات الأحداث، والطلاق. ويكون في جملة الطائق التي تعتمد في مواجهة مثل هذه المشكلات القضاء على الظروف التي تؤدي إليها، وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات التي تنشأ في أثناء عملية التغيير الاجتماعي وبعدها، والعمل على تعادي تلك المشكلات والتصدي لها قبل استغلالها.

وقد أضحت مسائل التكيف الاجتماعي مع التغيرات الاقتصادية والتقنية (التكنولوجيا) المتلاحقة مما يثير قلق علماء النفس والاجتماع، إذ إنها تفرض أنماطاً من السلوك المتعدد المتغير، والتغيرات المستمرة في تلك الأنماط قد تخلق اضطرابات تترك لمساتها على شخصية الإنسان واستقراره النفسيي والاجتماعي. وقد أوضحت الدراسات المتعددة من أيام ابن خلدون أن مسائل التغير الاجتماعي لها انعكاسات على أنماط السلوك المختلفة تمتد إلى الجوانب السياسية والأدبية. ومن أهم المشكلات الاجتماعية التي يمكن أن تنشأ عن عملية التغير السريع تفكك الأسرة والطلاق، والجريمة وانحراف الأحداث، وسوء التكيف الاجتماعي، وتكون أنماطاً جديدة من الاستهلاك وتلوث البيئة.

ضرورة رسم سياسة اجتماعية لتضييق الفروق بين التقدم الاقتصادي والاجتماعي: إن التقدم الاقتصادي، كما هو معلوم، يسير عادة بخطوات سريعة على خلاف التغير في العلاقات الاجتماعية الذي يحتاج إلى وقت أربد. فقد يكون من السهل إنشاء مصنع في غضون عام أو أقل، غير أن بناء قيم التصنيع، وما تحتاج إليه وما تقتضيه من سلوك اجتماعي لا يتواافق بمثل تلك السهولة وفي ذلك الزمن المحدود.

والمثال على هذه الظاهرة إيجاد مصنع حديث في بيئات اجتماعية تقليدية. فالاختلاف الاجتماعي في هذه البيئة ينعكس على النشاط الإنتاجي داخل المصنع ويستلزم الأمر عند التصدي لمعالجة التناقضات التي تنشأ عن ذلك (الجوهرى، 1998).

القسم الثاني – مفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

يختلف تعريف ومفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسطة من دولة لأخرى وفقاً لاختلاف إمكانياتها وظروفها الاقتصادية والاجتماعية مثل طبيعة مكونات وعوامل الإنتاج، ونوعية الصناعات الحرفية التقليدية القائمة قبل الصناعة الحديثة، والكتافة السكانية، ومدى توفر القوى العاملة ودرجة تأهيلها، والمستوى العام للأجور والدخل، وغيرها من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد ملامح وطبيعة الصناعات القائمة فيها. كما ويختلف التعريف وفقاً للهدف منه، وهل هو للأغراض الإحصائية أم للأغراض التمويلية أو لأية أغراض أخرى.

ومفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسط يختلف من دولة إلى أخرى وذلك باختلاف المعايير التي تستند إليها كل دولة في تعريف المشروع الصغير، فهنا تختلف من حيث طبيعة النشاط وال المجال الذي تعمل فيه؛ فالمشاريع التي تعمل في مجال الصناعة تختلف عن التي تعمل في الزراعة أو تلك التي تعمل في مجال تقديم الخدمات. هذا و من الممكن أن يعرف المشروع الصغير على هو المنشأة المستقلة في الملكية والإدارة ويستحوذ على نصيب محدود من السوق . وهناك عدة معايير يعتمد عليها في تحديد المشروع الصغير ، وهي :

- 1- عدد العاملين في المشروع .
- 2- حجم أصل المال المستثمر .
- 3- حجم المبيعات .
- 4- حصة المنشأة في السوق .
- 5- حجم الأرباح التي تحققها المنشأة الصغيرة .

- هذا و تبع أهمية هذه المشروعات في الاقتصاد الوطني من كونها تعد وسيلة فعالة لزيادة الانتاج وتخفيض التكاليف . وان التطور الاقتصادي لأي دولة يعتمد على مدى قدرة مؤسساتها على الانتاج وفق المعايير الاقتصادية ، وما لا شك فيه ان الشركات الكبيرة والعملقة لها دور كبير في التطور والنهوض الاقتصادي ، لكن لا يمكن تجاهل دور المشروعات الصغيرة ومدى مساحتها بصرف النظر عن درجة تقدمها وخاصة الدور الذي تلعبه في خلق فرص العمل ومساحتها ايضا بالنتاج القومي الاجمالي .

ادر

و تؤكد الاحصاءات على أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، فعلى سبيل المثال تشكل المشروعات الصغيرة في الولايات المتحدة 97% من اجمالي المشروعات الأمريكية، وتساهم في حوالي 34% من الناتج القومي الاجمالي الامريكي وتساهم في خلق 58% من اجمالي فرص العمل المتاحة في امريكا . وفي كندا تساهم في توفير 33% وفي اليابان 55.7% والفلبين 74% واندونيسيا 88% وكوريا الجنوبية 35%

نستنتج من هذه الاحصائية مدى أهمية المشروعات الصغيرة لكافة الدول ، المتقدمة منها والنامية ، والتي تعتبر من أهم الدعامات الأساسية للنهوض في الاقتصاد الوطني ، هذا بالإضافة إلى دورها في التكامل مع المشروعات الكبيرة . والقاعدة المتفق عليها – في هذا الصدد – ان المشروعات الكبيرة لا تتم ولا تتحقق اي نجاح ولا تزدهر اذا لم يوجد هناك مشروعات صغيرة توفر لها احتياجاتها من المواد والخدمات وتشتري منتجاتها. اي ان العلاقة تبادلية استثمارية ونجاح كل منهم على استثمارية ونجاح الآخر .

• ومع اختلاف التعاريف، فإن بعض دول مجلس التعاون الخليجي تستخدم معيار رأس المال المستثمر للتمييز بين المشاريع، حيث تعرف المشاريع الصغيرة بأنها تلك المنشآت التي يبلغ متوسط رأس المال المستثمر أقل من 800,000 دينار بحريني، أما المشاريع المتوسطة فتتمثل بالمنشآت التي يستثمر كل منها من 800,000 وأقل من 2,500 مليون دينار بحريني، بينما تعد المشاريع كبيرة إذا بلغ رأس المال المستثمر فيها 2,500 مليون دينار بحريني فأكثر.

وصحوة القول، أن الدول الصناعية والنامية تختلفان في تعريف المشاريع الصغيرة والمتوسطة مما يجعل من الصعوبة إجراء المقارنة بينهما، فالمشاريع التي تعتبر متوسطة في الدول النامية تعد صغيرة في الدول الصناعية، كما أن المشاريع الكبيرة في الدول النامية تعد متوسطة في الدول الصناعية.

وفي سبيل مواجهة الصعوبات في المقارنة درجت العديد من الدول المتقدمة والنامية على تبني تعريف منظمة العمل الدولية والتي تعرف المشاريع الصغيرة بأنها المشاريع التي يعمل بها أقل من 10 عمال والمشاريع المتوسطة التي يعمل بها ما بين 10 إلى 99 عامل، وما يزيد عن 99 تعد مشاريع كبيرة.

(أ) تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ظهر مصطلح "المؤسسات الصغيرة و المتوسطة" في مختلف دول العالم ليعبر عن نوع معين من المؤسسات التي يصعب تقديم صورة واحدة لها، و هذا راجع لاختلاف السياسات والتوجهات والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للدول، حيث تعتبر هذه الدول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من أهم التنظيمات المعتمد عليها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لما تميز به من ديناميكية و مرنة. فإذا كانت الدول النامية، خاصة الاشتراكية منها، قد اعتمدت دوما على المؤسسات الخدمية، فإن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تبقى القلب النابض للتغيرات الناتجة و المتوجهة دوماً نحو اقتصاد السوق الحر.

نورد هنا بعض التعريف المعتمدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:

التعريف المعتمد من طرف البنك الدولي يميز البنك الدولي في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين ثلاثة أنواع هي:

أ - المؤسسة المصغرة: هي التي يعمل بها أقل من 10 موظفين ، وإنما يأصلوها أقل من 100.000 دولار أمريكي، و كذلك حجم المبيعات السنوية لا يتعدى 100.000 دولار أمريكي.

ب - المؤسسة الصغيرة: هي التي تضم أقل من 50 موظفا، وكل من إنما يأصلوها وحجم المبيعات السنوية لا يتعدى 3 ملايين دولار أمريكي.

ج - المؤسسة المتوسطة: عدد موظفيها أقل من 300 موظف، أما كل من يأصلوها وحجم مبيعاتها السنوية لا يفوق 15 مليون دولار أمريكي.

التعريف المعتمد لإدارة المشروعات الصغيرة الأمريكية:

وضعت هذه الإدارة عدداً من المعايير التي يعتمد عليها في تحديد ماهية المشروع الصغير كأساس لتقدير أولويته في الحصول على التسهيلات والمساعدات الحكومية، أو تقرير إعفائه من جزء أو كل الضرائب المستحقة عليه، ومن أهم هذه المعايير:

(1) استقلالية الإدارة و الملكية.

(2) محدودية نصيب المنشأة من السوق.

(3) ألا يزيد عدد العاملين في المنشأة الصغيرة عن 250 عامل، وإن كان يمكن التغاضي عن هذا الدلالة في بعض الحالات ليصل عدد العمال إلى 1500 عامل.

(4) ألا يزيد إجمالي الأموال المستثمرة عن 9 ملايين دولار.

(5) ألا تزيد القيمة المضافة السنوية للمنشأة عن 4.5 مليون دولار.

(6) ألا تتعدى الأرباح الصافية المحققة خلال العامين الأخيرين عن 450 ألف دولار.

وكذا للة لقول في أمريكا تم اعتماد تعريف للمشروعات الصغيرة التي لا يفوق بها عدد العمال 500 عامل و لا تتعدى مبيعاتها السنوية 20 مليون دولار.

التعريف المعتمد للسوق الأوروبية المشتركة:

و يعتبر هذا التعريف المشروع الصغير هو كل منشأة تمارس نشاطاً اقتصادياً و يقل عدد العاملين بها عن 100 عامل، بينما تبني ألمانيا، وهي إحدى دول السوق الأوروبية المشتركة، تعريفاً آخر للمشروعات الصغيرة، حيث تعتبرها كل منشأة تمارس نشاطاً اقتصادياً و يقل عدد العمال فيها عن 200 عامل.

التعريف المعتمد في القانون الجزائري :

"تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كان وضعها القانوني، بأنها مؤسسة إنتاج السلع و الخدمات، تشغل من واحد إلى 250 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها ملياري دينار جزائري، أو لا يتعدى إجمالي حصيلتها السنوية 500 مليون دج، وهي تحترم معايير الاستقلالية"

وقد اعتمد المشرع الجزائري في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التعريف الذي حدده الإتحاد الأوروبي سنة 1996 ، والذي كان موضوع توطيد لكل البلدان الأعضاء، حيث صادقت الجزائر على ميثاق بولونيا حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جوان ، وهو ميثاق يكرس التعريف الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويرتكز هذا التعريف على ثلاثة مقاييس وهي :

المستخدمون، رقم "دجم" الأعمال، و الحصيلة السنوية ، بالإضافة إلى شرط استقلالية المؤسسة.

كما يلاحظ من خلال هذه التعاريف التداخل في المصطلحات، مما يعتبر مؤسسة مصفرة في بعض القوانين أو التعريفات يعبر عنه بالمشروع الصغير في قوانين أو تعريفات أخرى، لذلك نشير إلى أن استعمالنا لمصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذا البحث سوف يشمل الأنواع المشار إليها كاملاً، أي بما في ذلك المصفرة.

(ب) خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة من الخصائص تجعل الكثير من النظريات الاقتصادية المطبقة على المؤسسات الكبيرة تلقي الفشل في حالة تطبيقها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأبرز هذه الخصائص هي الاحتمالات العالية جداً للفشل خاصة في السنوات الأولى من بدء نشاطها، و من بينها:

أولاً - الخصائص العامة:

تميّز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالخصائص العامة التالية:

- مؤسسات صغيرة أو متوسطة بمُؤشر عدد العاملين فيها، أي أنها تستخدم عدداً محدوداً من العاملين لا يفوق 250 عامل وأو موظف، وفي أغلب الأحيان يهيمن العامل الشخصي على تنظيمها، مما يجعلها تتمتع ببرونة عالية و قدرة على التغيير، لأنها تملك تنظيماً بسيطاً يسمح بتنمية عالي ، و قد تكون هذه الميزة هي أحد أسباب الانتشار الواسع للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة. هذا و غالباً ما تكون المؤسسة الصغيرة و المتوسطة شركة أفراد ، فيحصل تداخل بين المالك و مؤسسته، مما يجعله مضطراً لإدارتها بنفسه لأن عواقب أي خطأ تمتد إلى ثروته الشخصية. (ناصر,2007:3)

- تمارس المؤسسة الصغيرة والمتوسطة نشاطاً واحداً ، وهذا ما يساعد في تقليل تعقيد متطلبات إدارة المؤسسة، مما يتطلب مهارات وطرق تسيير بسيطة يمكن لأي شخص مهما كانت درجة تعلمه وبرأس مال محدود جداً أن يقيم مشروعًا صغيراً يؤمن له حياته، لأن إجراءات التأسيس ومتطلبات إدارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بسيطة جداً ، وتمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمعدلات فشل عالية مماثلة في الموت، الغلق أو التصفية، مقارنة بالأعمال الكبيرة، وتهديد الفشل قائماً على مدى حياة العمل الصغير، إلا أنه أعلم في سنوات التأسيس الأولى، ونسبة الأكبر هي نتيجة عدم رغبة أصحابه في الإبقاء عليه بسبب الخسائر المالية التي قد يعرضهم لها، مما يضطرهم لتصفية.

- كما تتميّز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بقلة عدد العاملين بها و محلية النشاط، وهو ما يُؤدي إلى وجود نوع من الأنفة والمودة والعلاقة الطيبة بين المؤسسة و العملاع، مما يجعل تقديم الخدمة أو السلعة يتم في جو يسوده طابع الصداقة.

- يتميّز سوق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالمحدودية النسبية، إضافة إلى المعرفة الشخصية للعملاع، الأمر الذي يجعل من السهل التعرّف على شخصياتهم واحتياجاتهم التفضيلية وتحليلها، ودراسة اتجاهات تطورها في المستقبل، وبالتالي سرعة الاستجابة لأي تغيير في هذه الاحتياجات والرغبات، و إن واستمرار هذا التواصل، وهذه المعرفة تضمن لهذه البيانات التدبيث المستمر. غالباً ما تكون علاقات العمل بينهم غير رسمية ، أي لا تقيدها قواعد الروتين واللوائح المعروفة في المشروعات الكبيرة، مما يسرع عملية اتخاذ القرار ويزيد من التلاطم مع طبيعة المشكلة، وهو ما يعكس إيجاباً على الكفاءة و الفاعلية.

- تميّز إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأداء الرجل الواحد، حيث يقوم المدير / المالك، مع عدد قليل من المساعدين بوظائف الإنتاج، التمويل، الشراء، البيع و الاتصالات الشخصية، كما أنه لا يوجد بها استشاريون ل الوظائف الإدارية المتخصصة، مما يُؤدي بها إلى عدم الاستفادة من مزايا التخصص وتقسيم العمل.

و على جانب آخر، تميّز منتجاتها بما يليه :

- أ- ضيق السوق المحلي الذي تعرض فيه أحياناً، وقد يكون سوقاً إقليمياً.
- ب- يتطلب تصنيع المنتجات درجة عالية من الخبرة و المهارة.
- ج- تميّز بانخفاض تكاليف النقل.
- د- تلائم أذواق المستهلكين المختلفين، بالنسبة للسلع غير النمطية.

كما تميّز أيضاً: بأنها صناعات مغذية لغيرها من الصناعات في إطار المقاولة من الباطن، و لها دور كبير في توسيع قاعدة الإنتاج المحلي.

هـ- قصر الوقت اللازم لإعداد دراسات تأسيسها، بما فيها دراسة الجدوى لإقامةتها والشرع في إنشائها و إعداد مخططاتها، إلى جانب قصر الفترة الازمة لتشغيلها التجاري حين تأسيسها.

ثانياً- الخصائص المالية والمحاسبية:

بالإضافة إلى الخصائص السابقة فإن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصائص مالية ومحاسبية تعمل على إبراز حاجتها الملحة والدائمة للتمويل عبر مختلف مراحل نموها، و هو ما سنوضحه فيما يليه :

- حيث تميّز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصغر رأس مالها واعتمادها على مصادر تمويل داخلية، بسبب طبيعة دعمها على تمويل خارجي، بقيوده التي تعطي الحق للممول بالتدخل في إدارة شئون العمل، مما يزيد من حدة المخاطر المالية التي من الممكن التعرض لها. لذلك فأغلبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إذا اضطرت إلى التمويل الخارجي فهو تفضيل القروض الصغيرة أو التمويل من مصادر غير رسمية، حتى وإن كانت تكلفتها عالية ، مقابل الحصول على درجة التصرف في إدارة المؤسسة.

- قدرتها على تحقيق عوائد مالية كبيرة أكثر من المؤسسات الكبيرة أحياناً، وهو الأمر الناتج عن تفرغ صاحب المؤسسة لكل الوظائف الأساسية ، على عكس المؤسسات الكبيرة التي تستطيع الاستفادة من اقتصadiات الدجم، ومن المزايا الاقتصادية المختلفة للإنتاج الكبير.

-تكاليف إدارية عالية تمثل في تكاليف تنفيذ القوانين والتعليمات الرسمية والحكومية، فبالإضافة إلى التكاليف الثابتة التي لا تتأثر بحجم الإنتاج أو الأرباح، فإن نسبة المصروف الإدارية إلى المصروف العامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون أعلى منها في المؤسسات الكبيرة مما يزيد من تكاليف الإنتاج.

-صعوبة الحصول على تمويل، وإذا توفر فغالباً ما تكون تكاليفه عالية مما يؤدي بها إلى عدم القدرة على تكوين احتياطيات مالية للنمو.

-الحاجة الكبيرة لاستخدام الأرباح للنفحة الشخصية، ولا يكون هناك فرق بين صندوق المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وسيولة مالكها، فحتى لو كانت الأرباح عالية فإن صاحب العمل يقوم بسحب أكثرها لتلبية حاجته المعيشية الخاصة على حساب حاجة مؤسسته، مما يجعلها ضعيفة مالياً، ويؤثر ذلك في عمليات التقيد المحاسبية لديها.

-تشكل القوانين الضريبية مصدر تأثير سلبي على المشروع الصغير، فهي تمتص نسبة كبيرة من الأرباح التي يحققها، وبالتالي تكون عقبة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تشكيل احتياطي مالي.

-صعوبة توفير ضمادات كافية للبنوك خاصة في المراحل الأولى من النشاط مما يجعلها تعتمد على التمويل الذاتي أو العائلي أساساً، وتمويل نموها يكون من مصادر داخلية.

-صعوبة إعداد القوائم المالية لافتقار المسير للخبرة المالية والمحاسبية، واعتمادها على محاسبة

بسقطة في التقيد.

-تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بوجه عام بقلة رأس المال المطلوب نسبياً، و بالرغم من ذلك تواجه المنشآة الصناعية الصغيرة صعوبات في الحصول على التمويل اللازم ، حيث لا تستطيع زيادة رأس مالها بطرح أسهم أو الاقتراض اللازم.

-تتميز بإدماج كامل للموارد المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وموارد المسير الخاصة، ليتبين أن خطر العمل يعود إلى الخطر الشخصي للمقاول أحياناً أنه لا يوجد ذمة مالية منفصلة، فإذا فراس المؤسسة يعني إفلاس المقاول المدير أو المالك.

-دوره حياة المؤسسة قصيرة إذ أنها تتأثر بأسباب بسيطة قد تضع حدًّا للهوية نشاطها، وهذا راجع لهشاشةها، مثل: استقالة موظف أساسي، خسارة زبون مهم.

-تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأن دورها حياتها مقسمة إلى عدة مراحل وكل مرحلة لها احتياجاتها المالية الخاصة، فمرحلة الانطلاق تكون معتمدة على الذرينة، ومرحلة النضج يتغير الهدف بالتقليص من المصروفات المالية وضمان مصدر أكثر استقراراً في تمويلها، أما مرحلة النمو فيتم فيها البحث عن قيمة إضافية جديدة لرأس المال وتطوير النشاط.

من خلال الخصائص السالفة الذكر نجد أن هناك عوامل مساعدة وأخرى معيبة لهذه المؤسسات، فمن بين الخصائص الإيجابية المساعدة: مرونتها ووجود علاقات مباشرة وشخصية مع العملاء والعاملين، بينما تمثل الخصائص المعيبة في مواردتها المحدودة التي تحد من قدراتها المالية، الإنتاجية والتسييرية وغيرها. فخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يجعلها تهتم بالتركيز على تبسيط الإجراءات الإدارية والمحاسبية معتمدة على قوة الاتصالات الشخصية بين العاملين والعملاء، وتعتمد على نسبة قليلة من المعدات والآلات مما يقلل من تكلفة إنتاجها. (علام، 2002: 22)

(ج) أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة

ترجع أهمية مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للأسباب التالية:

– تعتمد المشاريع الصغيرة والمتوسطة على العمالة المكثفة، وتميل إلى توزيع الدخل بصورة أكثر عدالة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، فهي تلعب دوراً مهماً في خلق فرص الاستخدام بما يخفف من حدة الفقر إذ إنها كثيرة ما توفر فرص عمل مقابل أجور معقولة للعمال من الأسر الفقيرة والنساء اللاتي يفتقرن إلى المصادر البديلة للدخل.

– تسهم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في رفع كفاءة تخصيص الموارد في الدول النامية، فهي تميل إلى تبني الأساليب الإنتاجية كثيفة العمالة بما يعكس وضع تلك الدول من حيث وفرة قوة العمل وندرة رأس المال. وكلما توسع نشاط تلك المشاريع في الأسواق غير الرسمية أصبحت أسعار عوامل الإنتاج والمنتجات التي تتعامل بها تعكس بصورة أفضل تكاليف الفرص البديلة مقارنة بالأسعار التي تتعامل بها المشاريع الكبيرة.

– تدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة بناء القدرات الإنتاجية الشاملة، فهي تساعد على استيعاب الموارد الإنتاجية على مستويات الاقتصاد كافة، وتسهم في إرساء أنظمة اقتصادية تتسم بالдинاميكية والمرنة ترتبط فيها الشركات الصغيرة والمتوسطة والمتوسطة، وهي تنتشر في دير جغرافي أوسع من المشاريع الكبيرة، وتدعم تطور ونمو روح المبادرة ومهاراتها وتساعد على تقليل الفجوات التنموية بين الدواوير والأرياف.

ـ

- كما أن سرعة التطور التكنولوجي أدت إلى زيادة معدل تغير التقنية الإنتاجية المستخدمة في العديد من الصناعات، وبانتشار طريقة الإنتاج على دفعات أصبح من الأهمية إقامة مصانع أصغر حجما وأقل تكلفة استثمارية على أن يركز كل مصنع في إنتاج عدد قليل من السلع الدقيقة أو التي تتطلبها صناعات معينة لمواجهة طلبيات صغيرة من سلع أو خدمات معينة.

(د) مميزات المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

علاوة على دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تمثل جزءا كبيرا من قطاع الإنتاج في مختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية، وتولى دولا عديدة اهتماما خاصا بها، فعلى سبيل المثال تعدد الصناعات الصغيرة والمتوسطة مفتاح التنمية في جمهورية الهند وقد أولتها دعما متميزا حتى أطلق عليها بال ابن المدلل للحكومة، وتقديم المشاريع الصغيرة والمتوسطة العديد من المميزات التي يمكن تلخيصها الآتي:

- سهولة تأسيسها نظرا لعدم حاجتها إلى رأس مال كبير أو تكنولوجيا متقدمة، إضافة إلى قدرتها على الإنتاج والعمل في مجالات التنمية الصناعية والاقتصادية المختلفة.

- توفير فرص عمل وبكلفة استثمارية منخفضة وذلك لطبيعة الفن الإنتاجي المستخدم حيث أسلوب الإنتاج كثيف العمل خفيف رأس المال، فضلا عن توافر مؤهلات العمالة المطلوبة مما يعزز دورها في انتصاق البطالة التي هي الأغلب تتصف بتدني مستواها التعليمي والمهني وخاصة في البلدان النامية.

- نشر القيم الصناعية الابيجية في المجتمع من خلال تنمية وتطوير المهارات لبعض الدرف والمهارات.

- استغلال مدخلات المواطنين والاستفادة منها في الميادين الاستثمارية المختلفة، بدلا من تبذير هذه المدخلات في الاستهلاك.

- تعظيم الاستفادة واستغلال المواد الأولية المتوفرة محليا لإنتاج سلع تامة الصنع تساهم في تلبية احتياجات وأذواق المستهلكين، إضافة إلى قدرة هذه المشاريع على العمل في مجال إنتاج الصناعات الحرفيه والسلع الغذائية والاستهلاكية الصغيرة والمتوسطة التي يتم الحصول عليها من الخارج الأمر الذي يساعد في سد جانب من احتياجات السوق المحلي من هذه السلع مما يساهم في تخفيض العجز في ميزان المدفوعات.

- تغطية الطلب المحلي على المنتجات التي يصعب إقامة صناعات كبيرة لإنتاجها لضيق نطاق السوق المحلية نتيجة لانخفاض نصيب الفرد من الدخل القومي أو لمحدودية حجم التراكم الرأسمالي وخاصة في الدول النامية.

- تعد هذه المشاريع صناعات مغذية لغيرها من الصناعات ولها دورها في توسيع قاعدة الإنتاج المحلي، حيث تساهم في تلبية بعض من احتياجات الصناعات الكبيرة سواء بالمواد الأولية أو الاحتياطية، بالإضافة إلى قدرة هذه المشاريع على الاستفادة من مختلفات الصناعات الكبيرة.

- لا يحتاج العاملون إلى مستويات عالية من التدريب للعمل في هذه المشاريع بساطة التكنولوجيا المستخدمة.

- توفر منتجات هذه المشاريع جزءاً هاماً من احتياجات السوق المحلي، مما يقلل من الاستيراد.

- توفير العمالة الصعبة من خلال تعويض الاستيرادات والمساهمة في التصدير في أديان كثيرة.

- تستطيع مواجهة تغيرات السوق بسرعة بعيداً عن الروتين، حيث تتمتع بقدر من التكيف وفقاً لظروف السوق سواءً من حيث كمية الإنتاج أو نوعيته، مما يعني القدرة على مواجهة الصعوبات في أوقات الأزمات الاقتصادية وفترات الركود.

جـ) أنواع المشروعات الصغيرة من حيث النشاط:

ـ

(أ) إنتاجية: أساسها التحويل، بمعنى تدوير خامة إلى منتج نهائياً أو وسيط والقيمة المضافة بمعنى زيادة قيمة المدخلات (الناتج) عن المدخلات (عناصر الإنتاج) (والتماثل بمعنى تطابق كل مواصفات الوحدات المنتجة).

(ب) خدمية: أساسها القيام نيابة عن العميل بخدمة كان سيقوم بها بنفسه أو لا يستطيع القيام بها بنفسه.

(ج) تجارية: أساسها شراء وبيع وتوزيع سلعة مصنعة أو عدة سلع مختلفة ، إعادة استثمار الربح (الفرق بين سعر الشراء والبيع).

وأيا كان نوع المشروعات الصغيرة أو مجال نشاطها فإنها جميعاً تشتهر في عناصر ومتطلبات واحدة.

عناصر و مكونات المشروع الصغير:

(1) أَسْ مال: وَيُعْنِي كُلَّ الْمَبَالِغِ النَّقْدِيَّةِ الْلَّازِمَةِ لِإِقَامَةِ الْمَشْرُوْعِ .. أَوْ الْمَالُ الْلَّازِمُ لِتَجْمِيعِ عَوَاطِلِ الإِنْتَاجِ وَيُنْقَسِّمُ إِلَيْهِ: أَسْ مال ثَبِيتٍ وَأَسْمَالٍ عَامِلٍ.

(2) الْآلاتُ وَالتجهيزات: وَهُنَّ كُلُّ مَا يُلْزَمُ لِإِنْتَاجِ السَّلْعَةِ أَوِ الْخَدْمَةِ.

(3) الْعَمَالَة: وَهُنَّ كُلُّ الْأَفْرَادِ الْلَّازِمِينَ لِتَشْغِيلِ الْمَشْرُوْعِ.

(4) الْإِدَارَة: وَهُنَّ الْمَسْؤُلُونَ عَنِ إِدَادِ التَّشْغِيلِ الْأَمْثَلِ لِلْمَشْرُوْعِ وَتَحْقِيقِ أَهْدَافِهِ وَهُنَّ جُزُءٌ مِّنِ الْعَمَالَةِ.

(5) التَّكْنُوْلُوْجِيَّا: وَهُنَّ طَرِيقَةٌ وَاسْلَوْبٌ لِعَنَصِيرِ الإِنْتَاجِ .

إِنَّ مَا سَبَقَ مُجْرِدَ فَكْرَةٌ عَامَّةٌ وَسَرِيعَةٌ عَنِ مَا هُوَ الْمَشْرُوْعُ الصَّفِيْرُ؟ وَمَا هُنَّ أَنْوَاعُهُ وَمَكْوَنَاتُهُ وَقَدْ تَكُونُ عَلَيْهِ عِلْمٌ مُسْبِقٌ بِهَا وَلَكِنْ مِنَ الْمُهُمَّ أَنْ تَعْرِفَ الْآتِيَ :

أَنَّ أَجْجَ الْمَشْرُوْعَاتِ الصَّفِيْرَ هُنَّ تِلْكُ الَّتِي تَقْوِيمُ عَلَيْهِ مَوَارِدُ وَذَامَاتٍ مَحْلِيَّةٍ مَتَّاحَةٍ فِي الْبَيْتَةِ الَّتِي سَيَقْامُ فِيهَا الْمَشْرُوْعُ.

أَنَّ مَكْوَنَاتِ الْمَشْرُوْعِ الصَّفِيْرِ الْمَادِيَّةِ لَا تَكْفِيُ لِنَجَاحِ الْمَشْرُوْعِ فَالْعَنَصِيرُ الْمَعْنَوِيَّةُ لَا تَقْلِي أَهْمِيَّةَ عَنِ الْعَنَصِيرِ الْمَادِيَّةِ وَهُنَّ: الْفَكْرَةُ الْمُنَاسِبَةُ + الْإِصْرَارُ وَالْتَّدَبِّرُ + الثَّقَةُ بِالنَّفْسِ. (عَلَام، 2002: 22)

المراجع:

ادر

1- الناصر, سليمان(2007), المشروعات الصغيرة والمتوسطة, جامعة ورقه.

2- رشوان, حسين(2009), علم اجتماع الاقتصاد, المكتب الجامعي الحديث, الطبعة 2.

3- علام, سمير(2002), ادارة المشروعات الصناعية الصغيرة, الدار العربيه للنشر, ص 52.

4- الجوهرى, محمد(1998), علم اجتماع المعاصر, الطبعة الثانية.

ثانياً- الاجراءات المنهجية للدراسة

مقدمة:

كان عمل المرأة سابقاً يبدأ من المنزل ويعتمد في تسويفه على علاقاتها الخاصة وقدرتها على تسويق منتجاتها بين معارفها وصديقاتها، أما الآن فقد خرج هذا الإنتاج إلى آفاق المجتمع تدعمه جهات منظمة ذات طبيعة اجتماعية وخيرية وأصبح يطلق عليه (الأسر المنتجة) ، وهو نشاط معترف به وتقام له المعارض وهذا مكان يعقد في السابق في برنامج الأسر العصري ومشروع الأسر المنتجة وهو بادرة تهدف لمساعدة العائلات في تطوير قدراتهم، هي تلك الأسر التي يأخذ المجتمع على عاته رفع مستوى ألاقتصادي والاجتماعي معاً عن طريق زيادة دخول أفرادها، وبذلك يبدأ تدريسيهم على الصناعات البيئية والمنزلية ومددهم بما يحتاجون إليه من خدمات (الارشاد، التوجيه الفني، التمويل، التسويق) لرفع مستوى معيشتهم والإسهام في بناء المجتمع. ويهدف مشروع الأسر المنتجة بشكل أساسي إلى دعم الأسر محدودة الدخل لتحسين مواردها الذاتية وتدعيلها من أسر معالة إلى أسر منتجة تسهم في التنمية الاقتصادية.

اما برنامج بادر فهو برنامج حديث يشمل في مفهومه الأسر المنتجة وأصحاب المشاريع الخاصة، وهو يختلف عن برنامج الأسرة العصرية في سعيه لاستقطاب فئات أكثر تنوعاً، كما انه يشمل الجنسين، ذكوراً وإناثاً، بعد ان كان مقتضاً على السيدات فقط، ويقدم لهم عدة خدمات توجيهية واستشارات فنية وخدمات تمويلية وتسويقيّة وتدريبية، برنامج بادر هو برنامج رائد يقدم الدعم الكامل للمشاريع الريادية، سواء للأفراد أو الأسر في قطر، ومساعدتهم على تطويرها وإنجاحها.

- الخدمات التي تقدم للأسر العصرية ومتفعلي برنامج بادر :
- قروض نقدية: وذلك لمواجهة نفقات المشروع . وهذه القروض التي يمندحها صندوق (رساميل) لدعم المبادرات الذاتية.
- خدمات فنية وتوجيهية : تزويد المنتفعين بالأفكار والاستشارات المبتكرة والمتطورة والتجديف الفني لتحسين مستوى الأداء وجودة الانتاج .
- خدمات تسويقية : معاونة المنتفعين في تصريف منتجاتهم عن طريق الاعلانات والتوجيه والتغطيات الاعلامية والمعارض الدائمة والمؤقتة والموسمية ومنافذ التوزيع المحلية والخارجية وتزويدهم بالتجيئات المناسبة لتنمية قدراتهم التسويقية .
- برامج التأهيل والتدريب: عبر البرامج المقدمة من مركز (تنمية) لتدريب أصحاب المشاريع على ادارة مشاريعهم وتطويرها.
- برامج الدعم الاداري: عبر الخدمات الادارية لقسم البرامج الاجتماعية بالدار.
- برامج المتابعة والتقييم والتطوير: عبر الخدمات الادارية لقسم البرامج الاجتماعية في الدار عن طريق تقييم الأسر مرتين في السنة من ناحية المشاركات والتدريب بحسب ساعات محدده يجب اجتيازها فيتم تخرج الأسره او صاحب المشروع في حل خاص بعد التأكيد بأنه اصبح مستقل بذاته و قادر على ادارة مشروعه .. وتنم مكافئته بمبلغ مالي واعطاءه عدة امتيازات منها مشاركته في المعارض الكبيرة واعتباره كشاهد على النجاحات ،
- التحفيز والتشجيع: من خلال الترشيح لجائزة ريادة (رائد الاعمال القطري) وشروطه افضل فكرة مشروع، وافضل خطة مشروع، وافضل مؤسسه داعمه للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

8-دعم خدمات الحاضنة: من خلال إنشاء حاضنة قطر للاعمال وهو سوق ينبع للأسر أو أصحاب المشاريع الحرفيه خاصة .

مشكلة البحث:

يرى العديد من الاقتصاديين أن تطوير المشاريع الصغيرة، وتشجيع إقامتها من أهم روافد عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول المتقدمة بشكل عام والدول النامية بشكل خاص، ولذلك اهتمت دول كثيرة منها قطر بهذه المشاريع اهتماماً متزايداً وقدمن لها يد المساعدة بمختلف السبل والبرامج وفقاً للإمكانات المتاحة، خاصة بعد أن أثبتت قدرتها وكفاءتها في استقطاب الكثير من المستفيدين منها والمتسبين للبرامج المطروحة لهم ، رغم قلة دعم الاستثمار فيها مقارنة مع المشروعات الكبيرة، كما أنها تشكل ميداناً لتطوير المهارات الإدارية، الفنية، والإنتاجية، والتسيوية. وتفتح مجالاً واسعاً أمام المبادرات الفردية والتوظيف الذاتي.. ولذلك يجب معرفة أهم العقبات والمعوقات التي تواجهها، خاصة المعوقات الاقتصادية والاجتماعية الثقافية، حصر هذه المعوقات أولاً، ثم إيجاد الآليات الناجحة لتجاوزها وتطوير هذه المشروعات.. وانطلاقاً مما سبق جاء هذا البحث للقاء الضوء على المعوقات التي تواجه الاسر المنتجة او الأفراد ذوي المشروعات الصغيرة والمتوسطة، خاصة المعوقات الاقتصادية والاجتماعية الثقافية؟ ومعرفة أهم المتغيرات والتوجهات بعد تغيير مسمى الاسر المنتجه الى برنامج بادر والقاء الضوء على اهم هذه المشروعات وانواعها .. وما هي الاجراءات الكفيلة بمعالجة هذه المعوقات لزيادة فعالية المشروعات الصغيرة والمتوسطة؟

الهدف الرئيس للدراسة:

وتهدف الدراسة إلى تقييم برنامج (بادر وانت قادر) في دار الانماء الاجتماعي ، لتحديد مدى التوافق بين اهدافه من ناحية ، ومتطلبات منتسبيه من ناحيه اخرى ، فضلاً عن محاولة الذروج بعض المقترنات والتوصيات التي قد تلعب دوراً إيجابياً في تحسين أداء البرنامج مستقبلاً .

الأهداف الفرعية:

- التعرف على اهداف البرنامج منذ بدايات تدشينه وحتى الوقت الراهن.
- التعرف على آراء ومتطلبات المنتفعين المسجلين في البرنامج .
- التعرف على اهم المعوقات التي يتعرض لها المنتفعين والمسجلين في البرنامج.
- التعرف على طبيعة المشروعات التي يتم تنفيذها في اطار البرنامج.
- الوقوف على طبيعة الفئات الاجتماعية التي تعاطت مع هذا البرنامج .
- التوصل الى نتائج وتصنيفات تساهم في تطوير خدمات البرنامج.

الأسلوب المنهجي المستخدم:

وفقاً للاهداف التي اشتملت عليها الدراسة سوف يستخدم المنهج التقييمي الذي يهدف الى الوصول الى نتائج وتصنيفات لتحسين وتطوير البرنامج .

مجالات الدراسة:

أولاًً – المجال المكاني:

برنامج بادر و أنت قادر في دار الانماء الاجتماعي.

ثانياً – المجال البشري و نوعية العينة:

يبلغ عدد المنتسبين المسجلين في البرنامج حالياً حوالي 400 أسرة ، ولكن المفعليين منهم 130 منتفع فقط ، وهو ما يمثل 32.5 % من المجموع الكلي للمسجلين ، وهي العينة المستهدفة في دراستنا هذه . إلا أنه وبعد محاولات التواصل مع هؤلاء المنتفعين "المفعليين" جميعاً بطريقة المسح الشامل ، تعذر الوصول إليهم جميماً لأسباب متعددة ، منها عدم تواجد البعض منهم أثناء التطبيق الميداني ، ومنها أيضاً عدم رغبة البعض الآخر منهم في إجراء التطبيق الميداني "الإستبيان " عليه. ومن ثم فإن العدد الإجمالي لمن شملتهم التطبيق الميداني هو 89 مفردة فقط ، أي ما يمثل ما نسبته حوالي 68.5 % من العدد الإجمالي للمنتسبين المفعليين ضمن هذا البرنامج.

الفصل الثاني
نتائج الدراسة الميدانية

أولاً - تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1) يبين الفئات العمرية للمبحوثين

الفئات العمرية	النكرار	%
18 – أقل من 25	3	3.4
25 – 35	17	19.1
35 – 45	27	30.3
45 فما فوق	42	47.2
المجموع	89	100.0

يوضح الجدول السابق الفئات العمرية المشاركة في البرنامج ، وهي على النحو التالي:-

- 1- الفتة من 18 – أقل من 25 سنة، يلاحظ أن نسبتهم تبلغ %3.4.
- 2- الفتة من 25 إلى أقل من 35، نلاحظ أن نسبة اشتراكهم في البرنامج متواسطة وتبلغ %19.1.
- 3- الفتة العمرية من 35 إلى أقل من 45 تبلغ نسبة اشتراكهم في البرنامج بنحو %30.3 وهي نسبة عالية نسبياً.
- 4- الفتة من 45 فما فوق، حيث هي أكبر نسبة من المشاركين في البرنامج وتبلغ نسبتهم نحو %47.2 ، وهو ما يوضح بأنها الفئات العمرية التي تكون في الغالب من المتقاعدين أو النساء اللاتي يرغبن في القيام بعمالة لديهن الخبرة فيها من أجل تحسين مستواهن الاقتصادي.

جدول رقم (2) يبين جنس المبحوثين

%	النكرار	الجنس
5.6	5	ذكر
94.4	84	أنثى
100.0	89	المجموع

يوضح الجدول جنس المشتركين في البرنامج ، حيث :

- 1) تبلغ نسبة الذكور المشتركين في البرنامج نحو 5.6% وهي تدل على أن نسبة المشتركين في البرنامج من الذكور، فئة ضئيلة للغاية.
- 2) أما بالنسبة للأغلبية العظمى من المشاركين فيلاحظ أنها من الإناث ، حيث تبلغ نسبتهن نحو 94.4% وهي تمثل الغالبية العظمى من المشاركين في هذا البرنامج.

جدول رقم (3) يبين جنسية المبحوثين:

%	النكرار	الجنسية
71.9	64	قطري
28.1	25	غير قطري
100.0	89	المجموع

يتبيّن من الجدول السابق أن النسبة الغالبة كانت للقطريين بنسبة 72% تقريباً ، وهي أهم شروط الاشتراك في بعض برامج بادر والخدمات التي ترتبط به من دورات تدريسيه ومنح ماليه واشتراكات وغيرها.

جدول رقم (4) يبين حالة المبحوثين التعليمية

%	النكرار	الحالة التعليمية
12.4	11	أمي
18.0	16	إبتدائي
9.0	8	إعدادي
32.6	29	ثانوي
23.6	21	جامعي
4.5	4	دراسات عليا
100.0	89	المجموع

ـ

يتضح من خلال الجدول السابق ما يلي:

- أن نسبة المشاركين الأميين يصلون إلى نسبة 12.4%.
- في حين أن نسبة المشاركين ويحملون الشهادة الابتدائية يقدرون بنحو 18%.
- أما نسبة المشاركين في البرنامج ويحملون الشهادة الإعدادية يقدرون بنحو 9%.
- في حين تمثل النسبة المئوية لحملة الشهادة الثانوية ما نسبته 32.6% ، حيث يلاحظ أنهم أكبر فئة مشاركة في البرنامج.
- في حين يقدر حملة الشهادة الجامعية بنحو 23.6%.
- أما المشتركين في البرنامج ويحملون دراسات عليا فيمثلون ما نسبته 4.5% وهي أقل فئة مشاركة في البرنامج.

و من خلال البيانات الواردة إجمالاً بهذا الجدول يتضح أن نسبة كبيرة ممن يقومون بهذه المشاريع هم من ذوي التعليم العالي نسبياً ، فبداية من الحاصلين على الشهادة الثانوية ووصولاً إلى من يحملون شهادات أعلى من الجامعية ، نجد أنهم يتعدون 60% من عينة الدراسة ، وهو بالطبع أمر مدهود .

جدول رقم (5) يبين ما إذا كان للمبتدئين وظيفة أخرى

%	النكرار	هل لديك وظيفة أخرى ، غير مشروع الصغير؟	نعم
39.3	35		
60.7	54		لا
100.0	89		المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق ما يلي:

- أن نسبة من لديهم وظائف أخرى ، عدا المشروع الصغير الذي يقومون عليه يقدرون بنحو 39.3%.
- أما نسبة من يشاركون فيه البرنامج ، ولا يشغلون وظائف أخرى فهم الأغلبية، وتقدر نسبتهم بنحو 60.7% . وهو ما يوضح أن من لا يملكون وظائف ثابتة تكون دافعيتهم أكبر للبحث عن طرق لتحسين مستواهم المادي أو لاستفادته من اوقات فراغهم او ممارسة الاعمال التي يجذبونها من خلال مشروع صغير أو متناهية الصغر.

جدول رقم (6) يبين مستوى الدخل الشهري للمبتدئين

%	النكرار	الدخل الشهري
11.4	4	أقل من 5000
28.6	10	من 5000 إلى أقل من 10000
17.1	6	من 10000 إلى أقل من 15000
14.3	5	من 15000 إلى أقل من 20000
11.4	4	من 20000 إلى أقل من 25000
17.1	6	أعلى من 25000
100.0	35	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق ما يلي:

- 1 أن نسبة المشاركين بالبرنامج ويحصلون على دخل شهري أقل من 5000 تمثل نسبة 11.4%، وتساوت هذه النسبة مع الذين يحصلون على دخل يتراوح ما بين 20000 وأقل من 25000، وهذه الفئة التي تمثل اصحاب الدخول المنخفضة ومستوى المعيشة المتواضع.
- 2 أما أعلى نسبة فهي للذين تتفاوت مداخيلهم المادية ما بين 5000 إلى أقل من 10000 وهي مداخيل متواسطة بالنسبة لرواتب القطريين والمستوى المعيشي بالدولة وهو ما يحفز رغبتهم في تحسين دخولهم ومستواهم المعيشي.

جدول رقم(7)يبيّن ما إذا كان هناك مصادر أخرى للدخل للمبحوثين

النكرار	%	هل لديك مصادر أخرى للدخل؟
15	16.9	نعم
66	74.2	لا
8	9.0	غير مبين
89	100.0	المجموع

يبين الجدول السابق ما يلي:-

- 1 أن نسبة من لديهم مصادر أخرى للدخل ، بخلاف مشروعهم الصغير يقدرون بنسبة 16.9%، وهي نسبة مقبولة.
- 2 أما النسبة الأكبر فهي لمن ليست لديهم مصادر أخرى للدخل ، وتقدر بنسبة 74.2%.
- 3 في حين نجد أن هناك شريحة أخرى تقدر بنحو 9% إفاداتها غير مبنية في هذا الصدد ، سواء تحصل أو لا تحصل على دخل.

جـ.

جدول رقم(8) يبين طريقة معرفة المبحوثين بالبرنامج

%	النكرار	كيف عرفت عن برنامج بادر (الأسرة العصرية) في الدار ؟
20.2	18	عن طريق الصحف والمجلات
57.3	51	عن طريق الأقارب والأصدقاء
1.1	1	عن طريق موقع الدار على الانترنت
5.6	5	عن طريق أحد موظفي الدار
6.7	6	من خلال التردد المباشر على الدار
5.6	5	عن طريق المعارض
2.2	2	عن طريق وزارة الشؤون الاجتماعية
1.1	1	عن طريق المجلس الوطني للثقافة والفنون
100.0	89	المجموع

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي:

- أن الأقارب والأصدقاء ، أو المعرفة الشخصية المباشرة قد لعبت الدور الرئيس في معرفة ما يزيد عن 57% من أفراد العينة ببرنامج قادر.
- أن الصحف والمجلات تأتي في المرتبة التالية لمعرفة أفراد العينة بالبرنامج ، وكانت نسبتهم في هذا الصدد 20.2%.
- ويليه هاتين الوسائلتين للمعرفة بالبرنامج عدة سبل ووسائل ، بيد أن فاعليتها جمیعاً جاءت متواضعة بشكل ملحوظ ، كما هو مبين بالجدول.

جدول رقم (9) يبين سبب الانتساب للبرنامج

%	النكرار	ما الذي دفعك للانتساب إلى برنامج بادر؟
41.6	37	الرغبة في التمويل
13.5	12	للحصول على الاستشارات
30.3	27	للحصول على التدريب والتأهيل
52.8	47	لتسويق مشروع
1.1	1	الحصول على ارض للمشروع
1.1	1	لقضاء وقت الفراغ
3.4	3	هواية
1.1	1	الحصول على وظيفة
2.2	2	تحسين المستوى المعيشي
1.1	1	الرغبة في الشهرة
7.9	7	الحصول على الدخل المادي

يوضح الجدول السابق الأسباب الدافعة للانتساب إلى البرنامج، و سنركز فيما يليه على أهمها :

- أكثر من نصف العينة (52.8%) أقدموا على الانتساب إلى هذا البرنامج بدافع تسويق مشروعهم.

-2 بلغت نسبة الذين يرغبون في الانتساب إلى البرنامج للحصول على تمويل لمشروعهم .(%)41.6

-3 جاءت النسبة المتعلقة بمن انتسبوا إلى برنامج بادر للحصول على التدريب والتأهيل نحو (%30.3).

-4 أخيراً نجد نسبة قليلة ، و لكن من المهم عدم اهمالها لمن انتسبوا إلى البرنامج للحصول على الاستشارات، وقد بلغت نحو (%13.5).

جدول رقم (10) يبين نوع المنتج

%	النكرار	ما نوع المنتج أو الخدمة التي تقوم بها ؟
40.4	36	الاطعمة والأغذية
16.9	15	الخياطة والتصميم
15.7	14	الأعمال المهنية والحرفية
19.1	17	البخور والعطور
5.6	5	عمل نقوش الحناء
1.1	1	تجهيزات الأفراح
2.2	2	خدمات الضيافة
1.1	1	اطقم الأطفال (مستلزمات الأطفال)
3.4	3	الرسم على القماش والزجاج
2.2	2	هدايا واكتسسوارات
1.1	1	مستلزمات نسائية

يبين الجدول السابق ، و الخاص بنوع المنتج أو الخدمة التي يقدمها المنسحبين إلى البرنامج النقاط التالية:

1- يغلب على المنتجات الطابع التقليدي دون الحديث.

2- تشغّل الأنشطة المتعلقة بتقديم الأطعمة والأغذية نصباً كبيراً ضمن هذه الأنشطة ، حيث بلغت نحو 40.4%، وهي أكبر نسبة للمشاركين ضمن هذا البرنامج.

3- يليهم من يقومون على مشروعات إنتاج البخور و العطور ، و ذلك بنسبة مئوية تقدر بنحو .%19.1

4- فيه دين أن من يقدمون خدمة الخياطة والتصميم بلغت نسبتهم .%16.9

5- ثم تأتي المشروعات التي تقوم على الأعمال الحرفية لتمثل ما نسبته .%15.7

6- و فضلاً عما سبق من مشروعات نجد أن هناك أنشطة أخرى متعددة كالرسم على القماش ، و خدمات الضيافة ، و تجهيزات الأفراح...الخ. ولكنها لا تمثل إلا نسباً قليلة للغاية ضمن إجمالي المشروعات القائمة.

جدول رقم (11) يبين آلية التسجيل

%	النكرار	ما رأيك في طريقة وآلية التسجيل ؟
98.9	88	جيدة و سهلة
1.1	1	سيئة و معقدة
100.0	89	المجموع

جدول رقم (12) يبين شروط الانتساب

%	النكرار	ما رأيك في شروط الانتساب إلى البرنامج ؟
79.8	71	مناسبة
13.5	12	مناسبة إلى حد ما
6.7	6	ليست مناسبة
100.0	89	المجموع

يتضح من خلال الجدولين رقم (11) و (12) وللذان يهتمان آلية وطريقة التسجيل في البرنامج، وشروط الانتساب:

أولاًً: أن هناك إجماع من جميع أفراد العينة على أن طريقة وآلية التسجيل في البرنامج جيدة وسهلة، حيث بلغ عدد المؤيدون لسهولة التسجيل وآليته ما يقدر بنحو 98.9 %، وذلك نسبة عالية جداً، يتضح من خلالها أن آلية التسجيل بسيطة وسلهبة للغاية، وليس بها تعقيد.

في حين نجد أن هناك نسبة قد لا تذكر وهي 1.1 % ترى أن طريقة التسجيل وآليته سيئة ومعقدة، وهي نسبة لا تكاد تذكر مقارنة بالنسبة الأخرى.

ادر

ثانياً: الجدول رقم (12) والخاص بالانتساب إلى البرنامج، يوضح أن نسبة كبيرة من عدد أفراد العينة يرون أن شروط الانتساب في ذلك البرنامج مناسبة، حيث بلغت نسبتهم نحو 79.8 %، في حين يرى ما يقارب 13.5 % أنها مناسبة إلى حد ما، ونجد أن هناك نسبة بسيطة تفيد بأن شروط الانتساب إلى البرنامج ليست مناسبة ونسبة 6.7 %.

جدول رقم(13)يبيّن طرق تعامل الموظفين

%	النكرار	هل أفاد الموظفون المختصون في توضيح وتوصيل فكرة البرنامج ؟
85.4	76	نعم
9.0	8	إلى حد ما
5.6	5	لا
100.0	89	المجموع

جدول رقم(14) يبين التسهيلات التي يقدمها الموظفين

%	النكرار	هل تشعر بأن الموظفين المختصين قد قدموا لك كافة التسهيلات الممكنة ؟
75.3	67	نعم
14.6	13	إلى حد ما
10.1	9	لا
100.0	89	المجموع

هناك ترابط ما بين الجدول رقم (13) و الجدول رقم (14) حيث أن كلاً الجدولين يبين مدى قدرة الموظفين القائمون على البرنامج على توضيحه و توصيل فكرته، بالإضافة إلى قدرتهم على تقديم كافة التسهيلات الممكنة للمتقدمين الراغبين في التسجيل، ويؤكد ذلك : -

أولاً: يوضح الجدول رقم (13) أن هناك نسبة كبيرة جداً من المبحوثين ترى أن الموظفين المختصين بالبرنامج يجيدون توضيح و توصيل فكرة البرنامج ، حيث بلغت نسبتهم في هذا الصدد 85.4% وهي نسبة غالبة ، في حين نجد أن نسبة من هو راض إلى حد ما عن هؤلاء الموظفين نحو 9%. في حين أن هناك نسبة ضئيلة للغاية ترى عكس ذلك ، وقدر بنحو 5.6%.

ثانياً: في الجدول رقم (14) نرى أيضاً أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن الموظفين المختصين بالبرنامج قد قدموا لهم كافة التسهيلات الممكنة، تقدر بنحو 75.3% وهي نسبة كبيرة، توضح أن الموظفين أكفاء وقدرaron على تقديم كل التسهيلات الخاصة بالبرنامج المطروح.

في حين يرى ما يقدر بنسبة 14.6% أن هؤلاء الموظفون قادرون "إلى حد ما" على تقديم التسهيلات الممكنة بشأن البرنامج، و على جانب آخر ، نجد أن هناك نسبة ضئيلة تقدر بنحو 10.1% من المبحوثين ترى أن هؤلاء الموظفين لا يقدمون كافة التسهيلات الممكنة بشأن البرنامج .

ويوضح الجدولين رقم (13) والجدول رقم (14) أن المبحوثين يتلقون على أن الموظفين المختصين بالبرنامج، قد قدموا ، وبكفاءة التوضيحة المطلوبة عن هذا البرنامج ، إضافةً إلى تقديم كل التسهيلات الممكنة عنه.

جدول رقم (15) يبين نوع المتابعة

%	النكرار	هل هناك نوع من المتابعة لك من قبل الموظفين المختصين ؟
74.2	66	نعم
25.8	23	لا
100.0	89	المجموع

جدول رقم (16) يبين مدة المتابعة

% التكرار		مamide هذه المتابعة؟
18.2	12	شهريّة
27.3	18	كل ثلاثة أشهر
25.8	17	كل ستة أشهر
16.7	11	كل سنة
10.6	7	لا اعرف
1.5	1	يتم الإتصال متى ما أقيمت المعارض
100.0	66	المجموع

جدول رقم (17) يبين طرق المتابعة

% التكرار		كيف تتم هذه المتابعة؟
92.4	61	عبر الهاتف
1.5	1	من خلال تقديم تقرير متابعة إلى الموظف المختص
6.1	4	عبر زيارة الموظف المختص لمقر المشروع لمتابعة كيفية الأداء وتطوراته
100.0	66	المجموع

من خلال الجداول الثلاث رقم (15) و رقم (16) و رقم (17)، و التي تختص بالوقوف على آراء العمالء والمبدوّثين بشأن مدى المتابعة من قبل الموظفين المختصون عن البرنامج، ومدة هذه المتابعة وكيفيتها، يتضح لنا التالي:-

أولاًً: يوضح الجدول رقم (15) أن هناك نسبة غالبة تقدر بنحو 74.2% ترى أن هناك متابعة للعمالء من قبل الموظفين المختصين، في حين ترى نسبة مقدرة ، تتجاوز ربع المبدوّثين (25.8 %) أنه ليست هناك متابعة من قبل الموظفين المختصين.

ثانياً: كما يبين الجدول رقم (16) ، و الذي يختص بإفادات المبدوّثين بشأن مدة المتابعة من قبل الموظفين المختصين، أن هناك تباينات كبيرة في هذا الصدد ، ما بين هؤلاء المبدوّثين في تقديراتهم لتوقيتات هذه المتابعة : ما بين ما هو شهريّ من ناحية ، و ما هو سنويّ من ناحية أخرى !

ثالثاً: أما عن الكيفية التي تتم بها تلك المتابعة من قبل الموظفين، فترى النسبة الأكبر من أفراد العينة وتقدر بنحو (92.4 %) أن تلك المتابعة تتم عبر الهاتف، في حين يرى آخرون (1.5 %) أن

المتابعة تم من خلال تقديم تقرير متابعة للموظف المختص، في حين أن (6.1%) يرون أن المتابعة تتم من خلال زيارة الموظف لمقر المشروع.

جدول رقم (18) يبين تقييم المبحوثين لعملية تسويق البرنامج لمنتجاته

%	النكرار	هل يقوم أعضاء البرنامج بالتسويق الجيد لمنتجك؟
44.9	40	نعم
23.6	21	الله دد ما
31.5	28	لا
100.0	89	المجموع

يوضح هذا الجدول تقييم أعضاء البرنامج لعملية تسويق البرنامج للمنتج الخاص بمشروعهم ، وقد جاءت نتائج المبحوثين على النحو التالي:-

– تزعم نسبة تقرب من نصف المبحوثين 44.9% أن أعضاء البرنامج يقدمون لمنتجاتهم بالتسويق الجيد.

– وهناك نسبة أخرى تزعم أن أعضاء البرنامج تقوم بالتسويق للمنتج الخاص بمشروعك إله دد ما ونسبتهم نحو 23.6%.

– هناك نسبة ليست صغيرة تقدر بنحو 31.5% تزعم أنه ليس هناك تسويق جيد من قبل أعضاء البرنامج.

جدول رقم (19) يبين مدى إشراك أعضاء البرنامج في معارض التسويق

%	النكرار	هل تم إشراكك في معارض داخلية أو خارجية للتسويق لمنتجك؟
66.3	59	نعم
33.7	30	لا
100.0	89	المجموع

جدول رقم (20) يبين كيفية الترشح للاشتراك بالمعارض

%	النكرار	كيف تم هذا الإشتراك ؟
67.8	40	تم ترشيدني من قبل أعضاء برنامج بادر
32.2	19	بادرت بالطلب للاشتراك
100	59	المجموع

هناك ارتباط وثيق الصلة بين الجدولين رقم (19) و رقم (20) ، حيث أن الجدول الأول يتم الاستبيان فيه عن المشاركة في معارض داخلية أو خارجية للمنتج، والجدول الآخر يتم الاستبيان فيه عن كيفية الاشتراك في تلك المعارض . و نفصل ذلك على النحو التالي:

أولاً: من خلال الجدول رقم (19) نرى أن هناك نسبة كبيرة إله دد ما تقدر بحوالي ثلثي العينة (66.3%) تفيد بأنها تشركت من خلال برنامج بادر في معارض داخلية وخارجية من أجل التسويق

لمنتجاتها، في حين أن هناك نسبة متوسطة تقدر بالثلث الباقي (33.7%) تعرب عن عدم الاشتراك في معارض داخلية أو خارجية لتسويق منتجاتها.

ثانياً: يوضح الجدول رقم (20) أن ما نسبته 67.8% من إجمالي المشاركين بالمعارض ، قد تم من ترشيحهم للمشاركة عن طريق أعضاء برنامج بادر، في حين نجد أن 32.2% منهم قد جاعت مشاركتهم في تلك المعارض عن طريق تقديمهم بطلب للإشتراك.

جدول رقم (21) يبين رأي المبدوّثين في المسّمّي الجديد للبرنامج

		مارأيك في المسّمّي الجديد للبرنامج؟
%	النكرار	
78.7	70	مناسب
4.5	4	مناسب إلى حد ما
7.9	7	غير مناسب
9.0	8	لاعرف
100.0	89	المجموع

و فيما يتعلق بالمسّمّي الجديد للبرنامج : بادر و أنت قادر ، بدلًا من الأسرة العصرية ، جاعت تقييمات المبدوّثين لهذا المسّمّي الجديد على النحو التالي:

- (1) ترى نسبة تقدر بنحو 78.7% أن المسّمّي الجديد للبرنامج مناسب.
- (2) في حين ترى فئة قليلة تقدر بنحو 4.5% أن المسّمّي الجديد للبرنامج مناسب إلى حد ما.
- (3) كما أن هناك نسبة تقدر بنحو 7.9% ترى أن المسّمّي الجديد للبرنامج غير مناسب.
- (4) في حين أنه هناك ما نسبته 9% من المشاركين الذين عبروا عن عدم تدريّفهم لموقف ما إزاء هذا المسّمّي الجديد .

جدول رقم (22) يبيّن مدى تناسُب المسّمّي الجديد مع طبيعة أهداف البرنامج

		هل يتّسّب المسّمّي مع طبيعة أهداف البرنامج؟
%	النكرار	
70.8	63	مناسب تماماً
10.1	9	إلى حد ما
6.7	6	غير مناسب
11.2	10	لاعرف
1.1	1	غير مبيّن
100.0	89	المجموع

من خلال هذا الجدول يتضح لنا ما يلي:

- (1) أكثر من 70% من المبدوّثين يرون أن المسّمّي الجديد للبرنامج مناسب لطبيعته وأهدافه .
- (2) وهناك نسبة أخرى تقدر بنحو 10.1% ترى أن المسّمّي يتّسّب إلى حد ما مع طبيعة البرنامج.
- (3) في حين أن هناك نسبة 6.7% ترى أن المسّمّي لا يتّسّب مع طبيعة هذا البرنامج.
- (4) وفضلاً عما سبق ، فإن هناك نسبة ملقة للإنتباه ، تقدر بنحو 11.2% ، لا تعرف عن المسّمّي البرنامج وبالتالي ليس لديها موقفاً من مدى مناسبيته لطبيعة أهدافه .

جدول رقم (23) يبين ما إذا كان هناك اختلافاً بين البرنامجين

%	النكرار	بشكل عام ، هل تجد إختلافاً بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية ؟
25.8	23	نعم
33.7	30	لا
37.1	33	لا أعلم
3.4	3	غير مبين
100.0	89	المجموع

حيث يبحث ذلك الجدول عن مدى الاختلاف بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية ، وكانت آرائهم على النحو التالي:

- 1) هناك نسبة تقدر بنحو 25.8 % ترى أن هناك اختلافاً بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية.
- 2) وهناك نسبة كبيرة تقدر بنحو 33.7 % ترى أنه ليس هناك اختلاف بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية.
- 3) كما أن هناك نسبة كبيرة إلى حد ما تقدر بنحو 37.1 % لا ترى اختلافاً بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية.
- 4) كما أن هناك نسبة تقدر بنحو 3.4 % آرائهم غير مبنية.

جدول رقم (24) يبين نوع الاختلاف بين البرنامجين

%	النكرار	ما نوع هذا الاختلاف ، مقارنة بالسابق "الأسرة العصرية" ؟
56.5	13	طرح أفكار جديدة للمشروعات
34.8	8	مزيد من الحرص على المتابعة الدورية للمشروعات
21.7	5	تطور أداء المدربين
4.3	1	زيادة المبلغ المخصص لتمويل المشروعات
4.3	1	صعوبة المشاركات مقارنة بالسابق
17.4	4	غير مبين

يوضح الجدول السابق نوع الاختلاف بين برنامج بادر و برنامج الأسرة العصرية:

- 1 ترى نسبة تبلغ فوق المتوسط 56.5 % أن هناك اختلافاً بينهما ، يتمثل في طرح أفكار جديدة للمشروعات.
- 2 ترى نسبة أخرى متوسطة تقدر بنحو 34.8 % أن هناك في البرنامج الجديد مزيداً من الحرص على المتابعة الدورية للمشروعات.
- 3 وقدر نسبة 21.7 % أن هناك تطويراً في أداء المدربين مقارنة بالبرنامج السابق "الأسرة العصرية".
- 4 كما ترى نسبة أخرى تقدر بنحو 4.3 أن هناك اختلافاً يتعلق بزيادة المبلغ المخصص لتمويل المشروعات ، مقارنة بالبرنامج السابق.
- 5 في حين ترى نسبة تقدر بنحو 4.3 % أن هناك قدر من الصعوبة في المشاركات ، عكس ما كان متبعاً في البرنامج السابق.

6- إضافة لما سبق ، هناك نسبة آراء ليست بالقليلة 17.4 % كانت آراؤها غير مبينة.

جدول رقم(25) تسويق البرنامج لنفسه

		هل تجد أن البرنامج يسوق لنفسه بالقدر الكافي ؟
%	النكرار	
43.8	39	نعم
23.6	21	لا
31.5	28	إلى حد ما
1.1	1	غير مبين
100.0	89	المجموع

حيث يبحث ذلك الجدول نوع تسويق البرنامج لنفسه بالقدر الكافي:-

- 1- حيث ترى نسبة تقدر بنحو 43.8% أن البرنامج يسوق لنفسه بقدر كافي.
 - 2- هناك فئة أخرى تقدر بنحو 23.6% ترى أن البرنامج لا يسوق لنفسه بالقدر الكافي.
 - 3- هناك مجموعة آراء ملحوظة ترى أن نسبة تسويق البرنامج لنفسه إلى حد ما ونسبتها .%31.5.
 - 4- هناك نسبة آراء ضئيلة جداً آراؤها غير مبينها ونسبة 1.1%.
- أى أن حالة الرضا النسبي عن هذا البرنامج تعد غالبة ، و ذلك إذا ما وضعنا فى اعتبارنا النسبة التي قالت "نعم" ، و تلك التي تتضم إليها ، و التي أفادت بأن البرنامج يسوق لنفسه بالقدر الكافي "إلى حد ما" ، فكلها يمثلان معاً ما نسبته أكثر من 75% من المشاركين المستيفية آرائهم .

جدول رقم(26) يبين نوع الدعم الذي يحتاجه المنتسبون

		ما نوعية الدعم الذي تحتاجه من برنامج بادر؟
%	النكرار	
53.9	48	الدعم المالي
66.3	59	الدعم التسويقي والإعلاني
24.7	22	الدعم الفني والمهني
30.3	27	الدعم المعنوي والتحفيزي
4.5	4	تهفيز موقع للمشروع
3.4	3	الاتصال المباشر
2.2	2	غير مبين

يوضح الجدول نوع الدعم الذي يحتاجه المنتسبون من برنامج بادر:

- 1- هناك فئة من المبحوثين تقدر نسبتهم 66.3% تحتاج الدعم التسويقي والإعلاني ، وهي تمثل النسبة الأكبر.
- 2- هناك فئة من المبحوثين تقدر نسبتهم بنحو 53.9% تحتاج الدعم المالي من البرنامج.
- 3- في حين أن هناك فئة من آخرين تقدر نسبتهم 30.3% تحتاج الدعم المعنوي والتحفيزي من البرنامج.

- 4 هناك فئة من المبحوثين تقدر نسبتهم 24.7% تحتاج الدعم المهني والفنى من البرنامج.
- 5 هناك فئة من المبحوثين تقدر نسبتهم 4.5% تحتاج إلى توفير موقع للمشروع.
- 6 هناك فئة من المبحوثين وقدر نسبتهم بنحو 3.4 من الدعم الذى تقتضي من البرنامج وهو الاتصال المباشر.

جدول رقم (27) يبين تقدير المبحوثين لمدى تميز بادر عن باقى البرامج

النوع	النسبة المئوية (%)	السؤال
دورات التدريب	33.7	ما الذي يميز برنامج بادر عن البرامج الأخرى؟
المبلغ المالي	20.2	
التسويق المتميز	18.0	
الاستشارات الفنية والمهنية	6.7	
جائزه ريادة	6.7	
تأثير استرداد المبلغ المالي	1.1	
تشجيع المشاركين بشكل دائم	2.2	
بدون رسوم مالية	2.2	
لا اعرف	39.3	
النهاية		

يوضح الجدول تقدير المبحوثين للجوانب التي تميز برنامج بادر عن باقى البرامج الأخرى التي تُقدم دوراً شبيهاً، وقد جاءت إفاداتهم على النحو التالي:

- 1 ترى مجموعة من المبحوثين تقدر نسبتهم بنحو 33.7% أن الذي يميز برنامج بادر عن باقى البرامج هو دورات التدريب.
- 2 في حين ترى مجموعة أخرى تقدر بنحو 20.2% أن الذي يميز البرنامج عن غيره هو المبلغ المخصص لتمويل المشروع.
- 3 كما ترى مجموعة أخرى تقدر بنحو 18% أن الذي يميز البرنامج عن غيره هو التسويق المتميز.
- 4 وهناك نسبة أخرى من المبحوثين تقدر نسبتهم بنحو 6.7% ترى أن الذي يميز البرنامج عن غيره هو الاستشارات الفنية والمهنية.
- 5 كما أن هناك آراء أخرى تعتقد أن الذي يميز البرنامج عن غيره من البرامج الأخرى هو جائزة الريادة وتقدير نسبتهم في هذا الصدد بنحو 6.7%.
- 6 وهناك آراء من المبحوثين ترى أن الذي يميز البرنامج عن غيره هو تشجيع المشاركين بشكل دائم ونسبة نحو 2.2%.
- 7 كما ترى فئة أخرى تقدر بنحو 2.2 ترى أن الذي يميز البرنامج عن غيره من البرامج الأخرى هو أنه بدون رسوم مالية.
- 8 هناك فئة أخرى تقدر نسبتهم بنحو 1.1% ترى أن الذي يميز البرنامج عن غيره هو تأثير استرداد المبلغ المالي.
- 9 كما أن هناك نسبة كبيرة وتعتبر أكبر نسبة من آراء المبحوثين 39.3%، وهي التي أعرت عن عدم قدرتها على تقييم مميزات البرنامج بشكل عام.

جدول رقم (28) يبين الاشتراك في جائزة ريادة

%	النكرار	هل اشتراك في جائزة ريادة ؟
15.7	14	نعم
55.1	49	لا
28.1	25	لا أعلم عنها
1.1	1	غير مبين
100.0	89	المجموع

يوضح الجدول السابق مدى مشاركة المتنسبين للبرنامج في جائزة ريادة:

- (1) هناك نسبة صغيرة تقدر بنحو 15.7% لدى التي شاركت في جائزة ريادة.
- (2) أما النسبة الكبيرة وتقدر بنحو 55.1% فلم تشارك في هذه الجائزة.
- (3) كما أن هناك نسبة مقدرة تصل إلى نحو 28.1% لاتقاد تعلم شيئاً بشأن جائزة ريادة.

جدول رقم(29) يبين طريقة الاشتراك في الجائزة

%	النكرار	كيف تمكنت من المشاركة في جائزة ريادة ؟
50.0	7	تم ترشيحني من قبل أعضاء من برنامج بادر
21.4	3	قدمت طلباً بنفسي
28.6	4	غير مبين
100.0	14	المجموع

يوضح الجدول السابق بشأن الاشتراك في جائزة ريادة ما يلي :

- 1 هناك نسبة تقدر بنحو 50% ، أي نصف المبحوثين ، تفيد بأن ترشيحهم للمشاركة بالجائزة كان قد تم بناء على ترشيح من قبل أعضاء في برنامج بادر.
- وهي - للعلم - من شروط الجائزة ، أي ان يقوم القائمون على أمر البرنامج بترشيد من يرون أن شروط الجائزة تطبق عليه للاشتراك من أجل الحصول عليها.
- 2 كما أن هناك نسبة متوسطة ، تقدر بنحو 21.4% من المبحوثين ، جاءت مشاركتها في البرنامج عن طريق تقديم الطلب بنفسها.

جدول رقم (30) يبين تقييم المبحوثين للجائزة

%	النكرار	ما تقييمك لجائزة ريادة ؟
47.2	42	مهمة وتدعم للمنافسة
1.1	1	ليست مهمة
39.3	35	لا أستطيع تقييمها
12.4	11	غير مبين
100.0	89	المجموع

يوضح الجدول السابق تقييم المبحوثين لجائزة ، وقد جاءت إفاداتهم في هذا الصدد على النحو التالي :

- 1) ترى نسبة كبيرة من المبدوّثين تقدّر بنحو 47.2% أن جائزة ريادة مهمة وتدعو للمنافسة.
- 2) و فـى المقابل نجد أن هناك فئة ضئيلة تقدّر بنحو 1.1% ترى أن هذه الجائزة ليست مهمة.
- 3) كما أن هناك نسبة كبيرة و ملتفة للنظر ، تقدّر بنحو 39.3% ، أفاد أصحابها بأنه ليس بإمكانهم تقديم تقييم ما لهذه الجائزة ومدى أهميتها.

جدول رقم (31) يبيّن رأي المبدوّثين في الخدمات

المجموع	غير مبين	لا اعرف	ليس تماما	الى حد ما	نعم	%	النكرار	بشكل عام ، هل تجد الخدمات التي يقدمها البرنامج كافية؟
100.0	1	18	15	28	27	30.3		

و فيما يتعلق برأي المبدوّثين فـى الخدمات التي يقدمها البرنامج و مدى كفايتها ، جاءت الإفادات على النحو التالي:

- 1) هناك نسبة من المبدوّثين تقارب ثلثهم تقريباً (30.3%) ترى أن الخدمات التي يقدمها البرنامج تعد كافية.
- 2) كما أن نسبة مقاربة لسابقة من آراء المبدوّثين %31.5 ترى أن الخدمات التي يقدمها البرنامج تعتبر كافية إلى حد ما.
- 3) وهناك نسبة أخرى من آراء المبدوّثين تقدّر بنحو 16.9% ترى أن الخدمات التي يقدمها البرنامج غير كافية.
- 4) و فضلاً عن الفئات السابقة ، فإن هناك فئة أخرى تقدّر بنحو 20.2% لا تعرف كيف لها أن تقييم مدى كفاية الخدمات التي يقدمها البرنامج.

جدول رقم (32) يبيّن سبب عدم انتساب البعض للبرنامج

غير مبين	لا اعلم	لا توقيفات المشاركة غير مناسبة	عدم توافق م الواقع للمشاركة بشكل دائم	بسبيب ظروف الأفراد	يوجد صعوبة في شروط الاشتراك حاليا	لديهم مشاريع خاصة بهم	المبلغ المتاح لتمويل المشاريع محدود	لا يقدم افكاراً جديدة للمشروعات	برامجه التدريبية تقليدية وغير مفيدة	عدم المعرفة به	%	النكرار	برأيك ، ما سبب عدم انتساب بعض المنتجين وأصحاب المشاريع الصغيرة للبرنامج؟	
1.1	1													
7.9	7													
14.6	13													
1.1	1													
2.2	2													
2.2	2													
2.2	2													
1.1	1													
3.4	3													
1.1	1													

يرصد الجدول السابق تقدیر المبجوثین لأسباب عدم انتساب بعض المنتجين وأصحاب المشاريع الصغيرة للبرنامج، و قد جاءت إفاداتهم في هذا الصدد على النحو التالي:

- ترى النسبة الأكبر من المبجوثين (70.8%) أن السبب في ذلك يرجع إلى عدم المعرفة بوجود هذا البرنامج من الأساس.
- وهناك نسبة تقدر بنحو 14.6 ترى أن سبب عدم اشتراكهم قد يرجع إلى أن المبلغ المتأخر لتمويل للمشروعات يعد محدوداً.
- كما أن هناك نسبة 7.9% ترى أن السبب في ذلك قد يعود إلى أن البرنامج لا يقدم أشكالاً جديدة للمشروعات.
- هناك فئة أخرى ترى أن صعوبة شروط الاشتراك حالياً هي سبب عدم اشتراكهم في البرنامج ونسبتهم %2.2.
- في حين أن هناك نسبة صغيرة تقدر بنحو 1.1 ترى أن سبب عدم الاشتراك في البرنامج هو أن (برامجه تقليدية - كما أن لديهم مشاريع خاصة بهم - توقيبات المشاركة غير مناسبة).
- وهناك فئة أخرى بنسبة 2.2 ترى أن سبب عدم اشتراكهم بالبرنامج هو ظروف الأفراد، وعدم توافر م الواقع للمشاركة بشكل دائم.

جدول رقم (33) يبين مقترنات المبجوثين للتحسينات المرجوة للبرنامج

ما التحسينات والتطويرات التي ترجوها من خدمات البرنامج مستقبلاً؟	النكرار	%
تطوير الخدمات	16	18.0
زيادة الدورات	6	6.7
زيادة المشاركات (داخلياً و خارجياً)	10	11.2
زيادة الدعم المادي والمعنوي	24	26.9
زيادة التسهيلات للمشاركين	6	6.7
توفير موقع للمشاركين	15	16.9
بناء سوق خاص للأسر	3	3.4
زيادة التسويق	10	11.2
زيادة التواصل بين المشاركين وإدارة بادر	14	15.7
لا اعلم	21	23.6
غير مبين	5	5.6

يوضح الجدول مقترنات المبجوثين المتعلقة بالتحسينات والتطويرات المطلوبة في خدمات البرنامج مستقبلاً، وهو ما نقوم بإستعراضه بقدر من التفصيل فيما يلي:

- هناك فئة كبيرة من المبجوثين ، تصل نسبتها المئوية نحو 26.9 ترى أنه لتطوير البرنامج لابد من زيادة الدعم المادي والمعنوي الذي يقدمه للمتنسبين إليه.
- وهناك نسبة 18% ترى أنه لتحسين خدمات البرنامج يجب تطوير الخدمات المقدمة.
- كما يرى آخرون ، ونسبة 16.9% أنه لتطوير وتحسين البرنامج في المستقبل لابد من توفير موقع للمشاركين.
- كما يرى آخرون أنه بزيادة التواصل بين المشاركين وإدارة بادر، فإن ذلك يؤدي ذلك إلى تطوير وتحسين البرنامج مستقبلاً 15.7%.

- 5 هناك نسبة 11.2% ترى أنه لتطوير البرنامج لابد من زيادة المشاركات في المعارض (داخلياً وخارجياً).
 - 6 هناك من يرى أنه بزيادة التسويق سوف يتم تطوير وتحسين البرنامج مستقبلاً، ونسبةهم في هذا الصدد تصل إلى 11.2%.
 - 7 هناك فئة تصل نسبتها إلى 6.7% ترى أنه لتطوير البرنامج لابد من زيادة التسهيلات المقدمة للمشاركين.
 - 8 وهناك نسبة أخرى تقدر بنحو 6.7% ترى أن زيادة الدورات التدريبية قد تعمل على تطوير البرنامج.
 - 9 - في حين يرى آخرون أنه لتحسين البرنامج وتطويره مستقبلاً يأتي ذلك ببناء سوق خاص للأسرة ونسبة منهم 3.4%.
 - 10 - كما أن هناك نسبة ملحوظة من المبدئيين تقدر بنحو 23.6% أفادت بأنها لا تعلم عن سبل تطوير وتحسين البرنامج مستقبلاً.

سائعاً - بلورة نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- يقع 77.5% من المبادئ المتنسبين لبرنامج بادر في الفئة العمرية بين 35 – 45 سنة ، ويشكل النساء النسبة الغالبة العظمى منهم ، حيث بلغت نسبتهن 94% من افراد العينة ، كما تميزت هذه الفئة بأنها من ذوي التعليم المتوسط الى العالى ، حيث بلغت نسبة الذين يحملون الشهادة الدراسية ، من الثانوية وحتى ما بعد الجامعية ما نسبته 60.7% من افراد العينة.

2- أغلب المبادئ (أكثر من 60%) لا يملكون أعمالاً او وظائف ثابتة ، بالإضافة الى ان مستويات دخولهم تعتبر متوسطة ، وهو ما يفسر رغبتهم في القيام بمشاريع خاصة بهم من اجل تحسين مستوياتهم المعيشية .

3- أغلب افراد العينة يرغبون في الانساب للبرنامج من أجل تحقيق عدة أهداف ، أهمها: تسويق مشاريعهم ، والحصول على تمويل لهذه المشاريع ، والتدريب والتأهيل.

4- توضح نتائج الدراسة الميدانية أن أغلب المنتجات والمشاريع القائمة هي مشاريع خاصة بالأطعمة والأغذية ، ويفسرون ذلك بكترة طلب السوق والجمهور عليها ، ثم تأتي من بعدها العطور والبخور ومن ثم الخياطة والتطميم.

5- أفاد أغلب المبادئ بأن شروط الانساب للبرنامج تعتبر سهلة ومتناهية ، وإن آلية التسجيل ليست معقدة بل تتسم بالبساطة .

6- يبين أغلب المبادئ أن طرق تعامل القائمين على البرنامج والموظفين جيدة ، وبها قدر مناحترام ، كما أن أسلوب طرح أفكار المشروع تعد واضحة وسهلة .

7- يرى المبادئ أن البرنامج يسوق لنفسه بسبب أسم المؤسسة – مؤسسة قطر – الذييساعد ذلك ، وجهود القائمين عليه ، ولكنه يحتاج إلى دعم أكثر وتسويق أكبر .

8- يرى المبادئ أن المسماة الجديدة للبرنامج – بادر و أنت قادر – يعد مشجعاً ومناسباً بشكل أكبر عن السابق – الأسرة العصرية – وإنه يمندهم نوعاً من الدافع للعمل بشكل أفضل وتطوير أنفسهم .

9- كما يضيف بعض المبادئ ، أن البرنامج الجديد ينطوى على نوع من الأفكار والمشروعات والحديثة ، التي تختلف عن السابق ، كما أن هناك تغيير واضح في أداء المدربين ، وتغيير في طرق وأساليب المتابعة من قبل القائمين .

١٠- يؤكد المبدوثون ان ما يميز برنامج بادر عن غيره من البرامج الأخرى الشبيهة هو دورات التدريب التي تطرح للمشتركين ، والتسويق الجيد ، والتمويل المالي المناسب ، بالإضافة إلى جائزة ريادة.

١١- بين المبدوثون ان جائزة ريادة مهمة جدا وتدعو للتنافس والمتابرة في تطوير الذات والمشاريع والمنتجات نحو الأفضل ، فهي حافز قوي للمنتسبيين إلى البرنامج .

١٢- بين المبدوثون ان عدم انتساب بعض ذوي المشاريع الخاصة إلى برنامج بادر قد يرجع منه الأساس إلى عدم معرفتهم بالبرنامج ، و من ثم فهو يحتاج إلى تسويق بقدر أكبر .

١٤- وقد اقترح المبدوثون إدخال عدة تحسينات على البرنامج ، بحيث يصبح أدائه أكثر جودة ، لعل أهمها ما تمثل فيما يلي:

أ- بناء سوق خاص بهم لعرض منتجاتهم بشكل دائم.

ب- زيادة التسويق لمشاريعهم ولمنتجاتهم .

ج- زيادة المشاركات في المعارض الداخلية والخارجية.

د- المتابعة الدورية من قبل القائمين على البرنامج .

هـ- تقديم التسهيلات والخدمات المناسبة لهم أثناء المشاركات.

ثمنا- التوصيات:

من خلال النتائج الميدانية للدراسة تتلخص أهم التوصيات فيما يلي:

أولاً: القيام بالتسويق الجيد والفعال للبرنامج في الدولة من خلال وسائل اعلامية متعددة.

ثانياً: محاولة ادخال أفكار مستحدثة للبرنامج وتفعيلاها بشكل جيد ، كي تتناسب مع المسماة الجديدة الذي تم اعتماده.

ثالثاً: زيادة المتابعة الدورية والدائمة للمنتسبيين للبرنامج وتفعيل التواصل بين إدارة البرنامج وأصحاب المشاريع .

رابعاً: زيادة المشاركات المحلية والخارجية لأصحاب المشاريع ، من خلال المعارض العامة ، وعدم حصر المشاركات على بعضهم دون الآخر.

خامساً: زيادة التسويق لجائزة ريادة والإهتمام بإعلام المنتسبيين للبرنامج عنها من أجل تحفيزهم لتطوير أنفسهم ومشاريعهم.

سادساً: زيادة التسويق للمنتسبيين ولمنتجاتهم بشكل أكبر من خلال الإعلانات أو المشاركات المختلفة.

سابعاً: العمل على إيجاد موقع خاص أو بناء سوق خاص وثبت للمنتسبيين للبرنامج وأصحاب المشاريع ليتسنى لهم عرض خدماتهم ومنتجاتهم بشكل دائم.