

بحث بعنوان
الفرص التسويقية لإنتاج الأسر المنتجة ومقترحات تنميتها
دراسة ميدانية للأسر المنتجة في المملكة العربية السعودية

إعداد

د/ هدى أحمد الخيال

استاذ التخطيط الاجتماعي المساعد

كلية الخدمة الاجتماعية

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

الرياض / المملكة العربية السعودية

شكر وتقدير

تتقدم الباحثة بالشكر والتقدير لعمادة البحث العلمي بجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
لدعمها المالي لهذا البحث .

This research project was funded by the Deanship of Scientific
Research, Princess Nourah bint Abdulrahman University, through the
Research Funding Program

ملخص البحث:

هدف البحث إلى رصد الفرص التسويقية والصعوبات التي تواجه الأسر المنتجة في تسويق منتجاتهم، بالإضافة إلى الخروج بمقترحات حول الحد من هذه الصعوبات للحصول على آلية يتم من خلالها بناء شراكات بين القطاعات الحكومية والأهلية المعنية ببرامج التنمية المحلية بما يساعد على فتح منافذ تسويقية لإنتاج الأسر السعودية منخفضة الدخل، وذلك باستخدام منهج الدراسة الوصفية على عينة عشوائية من أصحاب مشاريع الأسر المنتجة بالمملكة العربية السعودية وبلغ عدد العينة (105) وأوضحت النتائج وجود فرص تسويقية لإنتاج مشروعات الأسر المنتجة وخاصة فرصة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الانستغرام، والسناپ شات) بمتوسط مرتفع بلغ (2,77 من 3) كما جاءت بوجود صعوبات تواجه هذه الأسر في التسويق أهمها مشكلة المواصلات وارتفاع أسعار النقل في توزيع المنتجات بمتوسط حسابي بلغ (2,66 من 3) كما تمت الموافقة على المقترحات والتي من أهمها توفير محلات دائمة ومهيئة لتسويق منتجات الأسر المنتجة بمتوسط بلغ (2.8 من 3).

وجاءت الدراسة بمجموعة من التوصيات الموجهة لوزارة العمل والتنمية الاجتماعية تشمل إنشاء جهة رئيسية مخولة من قبل الدولة للاهتمام بالمشاريع الصغيرة والأسر المنتجة، وتوصيات موجهة للجمعيات الخيرية التي ترعى الأسر المنتجة لتوحيد جهودها في التعامل مع مشاريع هذه الأسر بالإضافة إلى توصيات لأصحاب مشاريع الأسر المنتجة تشمل الاهتمام بالتدريب وتحسين المنتج والعمل على استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق.

Abstract

The objective of the research is to monitor the marketing opportunities and the difficulties faced by the productive families in marketing their products, in addition to coming up with proposals to reduce these difficulties to obtain a mechanism through which to build partnerships between the governmental and local sectors concerned with local development programs, Using the descriptive study methodology on a random sample of the owners of productive household projects in the Kingdom of Saudi Arabia, the sample number (105) indicated the existence of marketing opportunities for producing productive household projects, especially the opportunity to use social media (2.77 of 3). The difficulties faced by these families in marketing included the problem of transportation and high transport prices in the distribution of products with an average of (2.66 of 3). The proposals were approved The most important of which are the provision of permanent shops and a marketing mechanism for the products of the productive families, with an average of 2.8 out of three.

The study included a set of recommendations directed at the Ministry of Labor and Social Development, including the establishment of a main authority authorized by the State to take care of small enterprises and productive families, and recommendations directed to charities that sponsor productive families to unite their efforts in dealing with the projects of these families ,training , Improve the product and work on the use of modern technology in marketing.

مقدمة:

إن المشروعات الصغيرة تلعب دوراً بارزاً في الاقتصاد الوطني، وذلك لما لها من أهمية في توفير الوظائف والأعمال، وكذلك توفير الإنتاج والخدمات التي وجدت من أجلها، وتلك المشاريع تتطلب البيئة الاقتصادية والاجتماعية المناسبة لها وتوجيه الطاقات والأفكار الإبداعية لمالكي مثل هذه المشاريع حتى تكون ريادة بأفكارها وتكوينها وتوظيف الإمكانيات الموجودة فيها المادية والبشرية والمالية لخدمة الاقتصاد الوطني ومدى ارتباط ذلك بتنمية قدرات المالكين لمثل هذه المشاريع لتصبح نواة لمشاريع كبيرة متطورة.

وفي هذا المجال أكدت دراسة سلمان (2009م) أن المشروعات الصغيرة قادرة على تحسين مستوى المعيشة والتخفيف من الفقر كما أن المشروعات الصغيرة ساهمت في تمكين المرأة اقتصادياً والحد من ظاهرة البطالة.

وقد أظهرت نتائج الربع الثالث لمسح القوى العاملة لعام 2016م أن نسبة الذكور في قوة العمل (8.4%) وفي المقابل كانت نسبة الإناث (16.6%)، وبلغت نسبة المتعطلين عن العمل من الذكور (36.6%) ومن الإناث (63.6%) من قوة العمل في السعودية، وبلغ معدل البطالة (12.1%)، للذكور (5.7%)، وللإناث (34.5%)، (الهيئة العامة للإحصاء، 2016م: ص 16-17)، وتعد هذه النتائج مؤشراً على ضعف مشاركة المرأة السعودية في سوق العمل، وتؤكد على أن الفقر بين النساء في المملكة أكثر انتشاراً من الرجال (مركز نيفادا، 2014م) والنساء أكثر الفئات الاجتماعية تضرراً من مشكلة الفقر فالمرأة تكون مسؤولة مسؤولية تامة عن الأسرة عندما تفرض عليها عوامل الترميل أو الطلاق أو هجرة الأب أو مرضه وبالتالي تتحمل مسؤولية الأسرة بكاملها، وعندئذ يتحدد مستوى الأسرة ونمط معيشتها بمستوى دخل المرأة .

وأكدت الدراسات أن مشروعات الأسر المنتجة والصناعات الحرفية قامت بدور كبير في الاقتصاد الوطني وساهمت في امتصاص نسبة كبيرة من البطالة وخاصة بين النساء، كما ساعدت على تمكين المرأة وزيادة مساهمتها في الأنشطة الاقتصادية (السكرانة، 2006م) وانها تسعى الى تحسين نوعية حياة الانسان (غنيم، أبوزنط، 2007م).

وفي هذا المجال توصلت دراسة الرديعان (2010) الى ان الاسر المنتجة بصفة عامة تعاني من انخفاض في الدخل . وان المستفيدات من برامج الاسر المنتجة هن في الاغلبية من النساء وهن يعانين من معوقات اقتصادية واجتماعية وادارية اهمها عدم وجود جهاز مركزي يقوم بالتنسيق بين الجهات الداعمة والافراد .

و اكدت دراسة (الطريف ، 2011) على ان اغلبية المستفيدين من برامج الاسر المنتجة التابعين للضمان الاجتماعي هم من النساء وان اغلب مشروعاتهم من المنزل وتسويقهم للمنتج ذاتي ولم يلحقوا بدورات تدريبية . وان اهم المعوقات فكانت مجتمعية تليها التدريبية تليها التسويقية . كما كشفت دراسة (الغامدي ، 2012) بأن تزايد معدلات الفقر والبطالة هو السبب في نشوء الاسر المنتجة وان اهم الصعوبات تتركز بضعف التمويل وصعوبة التسويق ونقص الخبرة التنظيمية . أما دراسة (الشهري ، 2013) فأوضحت سعي برامج الاسر المنتجة في الضمان الاجتماعي الى تحويل المستفيدات من اسر مستهلكة الى اسر منتجة معتمدة على نفسها . وبينت نتائج دراسة (محسن ، 2012) أن أهم الصعوبات التي تواجه الاسر المنتجة هي عدم وجود مكاتب متخصصة لمشروع الاسر المنتجة وعدم توفر الاعلام الكافي والخامات ورأس المال للمشروع ، وازدياد عدد المستفيدات ، وأن الخدمات المقدمة لا تفي باحتياجات المشروع ، وأن البرامج التدريبية غير مناسبة .

وكشفت نتائج دراسة (الخمشي، 2013) بأنه لا توجد استراتيجية وطنية للأسر المنتجة لذلك تفتقد جميع الجهود التنسيق والتشبيك فيما بينها، بالإضافة إلى تعقد الإجراءات الإدارية وقلة المهن أو الخجل الاجتماعي ونظرة أفراد المجتمع السلبية لبعض المهن أو نوعية العمل حيث يؤثر ذلك على نفسية المرأة العاملة بالمشروع مما يؤثر على إنتاجها، وقد أكدت دراسة (العيان، 2016) على الحاجة لإنشاء منظمة تنمية اجتماعية تعمل على تحقيق تنمية مستدامة من خلال استثمار الأموال التي تقدمها المنظمات المجتمعية بطريقة مخططة ودائمة، ومساعدة الفئات الوطنية العاطلة عن العمل من الأسرة الفقيرة في إقامة مشاريع تنموية، كذلك إشباع احتياجات هذه الأسر المنتجة مادياً ومعنوياً وهذا هو المطلب الأساسي للمنظمة ، إضافة إلى إيجاد آلية محددة تنظم تلك الجهود سواءً من الجانب التنظيمي أو التشريعي أو المالي.

وقد سعت حكومة المملكة العربية السعودية إلى دعم الأسر المنتجة حرصاً منها على تنمية مهارات هذه الأسر وتشجيعها وتحفيزها على الإبداع لتمكين من الاستمرارية والمساهمة في إيجاد حياة اقتصادية واجتماعية كريمة لأفرادها وذلك انطلاقاً من مفاهيم المنافسة الاقتصادية وخلق جو مفعم بالإبداع والتطور والمساندة. وتقديم أفضل السبل لمواجهة الفقر باعتبار أن الفقر مشكلة اقتصادية عالمية ذات أبعاد وامتدادات اجتماعية متعددة.

وانطلاقاً من رؤية المملكة العربية السعودية (2030)، تم تحديد هدف رئيس وهو رفع مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في إجمالي الناتج المحلي من (٢٠٪ إلى ٣٥٪)، وهذا بلا شك سيسهم في تدوير المال داخلياً بدلاً من تصديره للخارج عن طريق عمالة لا تخدم اقتصاد الوطن ، وبرامج الأسر المنتجة وفقاً لرؤية السعودية (2030) تعتبر ضمن المنشآت الصغيرة

والمتوسطة، والاستثمار فيها ودعمها أصبح ضرورة ملحة، لأنه سيحقق العديد من الفوائد من أهمها تقليص معدلات البطالة وخفض مستويات الفقر وتوفير فرص عمل للمرأة السعودية تتوافق تماماً مع الضوابط الشرعية.

ومن هذا المنطلق كان من الضروري تسليط الضوء على هذه الأسر، ودراساتها والتعرف على مشاريع الأسر المنتجة في المجتمع السعودي، ومجالاتها، وأثرها، والجهات الداعمة لها، وتحديد مدى النجاح الذي حققته الأسر السعودية التي تبنت هذه المشاريع واعتمدت عليها كمصدر للدخل، وإتاحة فرص العمل لأبنائها، وتحديد الاحتياجات التدريبية للأسر المنتجة، وتعزيز ونشر ثقافة العمل الحر والعمل من المنزل، والتعرف على الدور الذي تلعبه الحكومة في تشجيع الأسرة على القيام بتلك المشروعات إنتاجاً وتسويقاً، وتحديد مدى تأثير العمل في هذه المشروعات على تماسك الأسرة وعلى طبيعة العلاقات بين أفرادها، والتعرف على المعوقات والتحديات التي قد تحول دون تحقيق أهداف هذه المشروعات، وسبل معالجتها، واقتراح استراتيجية وطنية للأسر المنتجة وذلك بتحديد الطرق التي يمكن من خلالها إيجاد سبل تنظيم عملها، مما يؤدي إلى تكوين صورة أمام متخذي القرار في مؤسسات المجتمع للاستفادة القصوى من برنامج الأسر المنتجة.

مشكلة البحث:

أهتمت العديد من الهيئات في القطاعين العام والخاص بتنفيذ توجيهات القيادة السياسية نحو تحسين نوعية حياة الأسر الفقيرة ومحدودة الدخل بما يساعد في مواجهة مشكلات الفقر والبطالة والجريمة، وتتوعد البرامج التي قدمت في هذا الإطار وكان منها ما يسمى ببرامج الأسر المنتجة والتي تتكون في مضمونها من ثلاثة أنواع رئيسية هي: برامج التأهيل المهني والحرفي، وبرامج تكوين رأس المال ووسائل الإنتاج، وبرامج تسويق الإنتاج والوصول إلى المستهلكين، ولكي تتجح برامج الأسر المنتجة في تحقيق أهدافها لابد للجهات المسؤولة عن تقديم هذه البرامج من مراعاة التكامل بين هذه الثلاثة أنواع في منظومة متتابعة ومستمرة تضع المستفيدين منها في موقف يتيح لهم القدرة على التكيف مع آليات السوق والاستجابة للتغيرات في الاتجاهات الاستهلاكية لأفراد ومؤسسات المجتمع وخاصة على نطاق الوحدات المحلية.

ومن هنا تكتسب برامج النوع الثالث أهمية إضافية كونها معنية بفتح منافذ تسويقية للإنتاج الأسري، وفي هذا الصدد يفترض أن يتوفر للهيئات الحكومية المعنية ببرامج الأسر المنتجة - وفي مقدمتها وزارة العمل والتنمية الاجتماعية- ميزة نسبية عن مؤسسات القطاع الخاص كونها تملك صلاحية التنظيم والإدارة والإشراف مما يؤهلها لعقد شراكات في مجال التسويق مع الهيئات

الحكومية التي تقدم خدماتها في نطاق الوحدات المحلية مثل : وزارة التعليم ، وزارة الصحة ، ووزارة الشؤون البلدية والقروية، ووزارة التجارة والاستثمار، ووزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، في نفس الوقت الذي يتم فيه عقد شراكات مع مؤسسات القطاع الخاص لتقديم الدعم الفني والتقني في المجالات الحديثة للتسويق.

لذا تبرز مشكلة الدراسة في التعرف على الفرص التسويقية لإنتاج مشروعات الأسر المنتجة والصعوبات التي تواجه هذه الأسر في عمليات التسويق وما هي المقترحات التي تساعد في الحد من هذه الصعوبات.

أهمية البحث:

يمكن تحديد أهمية البحث في الآتي:

- أهمية علمية:

- تتمثل في دراسة قضية علمية مهمة تمس الأسرة السعودية وهي مشروعات الأسر المنتجة التي تعتبر النواة النموذجية للمشروعات الصغيرة النسائية التي أصبح الاستثمار فيها ضرورة ملحة؛ لأنها تحقق العديد من الفوائد من أهمها تقليص معدلات البطالة وخفض مستويات الفقر وتوفير فرص عمل للمرأة السعودية تتوافق تماماً مع الضوابط الشرعية ، ومشاركة المواطن في بناء الاقتصاد وتخفيف الأعباء على الحكومة ، وتدوير المال داخلياً، وأن دور الأسر المنتجة وتطویر أدائها قد يوفر أكثر من (1.5) مليار ريال تمثل حجم واردات الصناعات اليدوية للمملكة سنوياً؛ كونها من القطاعات الهامة اجتماعياً واقتصادياً، ويلعب قطاع الأسر المنتجة دوراً مهماً في اقتصاديات الدولة لاتساع قاعدته بالمملكة فهناك ما يزيد على حوالي (5076) أسرة منتجة، (العطيشان، 2015م: ص 3) مما يؤكد الحاجة إلى دراستها.

- أهمية عملية:

تبرز أهمية هذه الدراسة في رصدها للفرص التسويقية المتاحة لإنتاج مشروعات الأسر المنتجة من وجهة نظر عينة من الأسر المنتجة ، ورصد الصعوبات التي تواجههم في عمليات التسويق ، ومقترحاتهم في الحد من هذه الصعوبات.

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

هدف علمي: وهو الوصول إلى إطار معرفي نظري وامبريقي لكيفية استثمار إمكانات المجتمع المحلي والوحدات المحلية والفرص التسويقية في برامج تنمية المجتمعات المحلية من خلال دعم الأسر ذات الدخل المنخفض.

هدف عملي: مساعدة متخذي القرار والمتخصصين والخبراء في رصد الفرص التسويقية والصعوبات التي تواجه الأسر المنتجة في تسويق منتجاتهم، بالإضافة بالخروج بمقترحات حول الحد من هذه الصعوبات للحصول على آلية يتم من خلالها بناء شراكات بين القطاعات الحكومية والأهلية المعنية ببرامج التنمية المحلية بما يساعد على فتح منافذ تسويقية لإنتاج الأسر السعودية منخفضة الدخل.

تساؤلات البحث:

سيحاول البحث الحالي الإجابة عن التساؤلات التالية:

التساؤل الأول: ما فرص تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة؟

التساؤل الثاني: ما الصعوبات التي تواجه تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة؟

التساؤل الثالث: ما مقترحات الحد من صعوبات تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة؟

مفاهيم البحث:

مفهوم الإنتاج الأسري: يقصد به في هذا البحث ما ينتجه فرد أو أكثر من أفراد الأسرة السعودية منخفضة الدخل من مكونات أو مصنوعات أو مشغولات بقصد بيعها والاستفادة من ريعها في سد احتياجات الأسرة.

مفهوم الأسرة السعودية منخفضة الدخل ويقصد بها إجرائياً: الأسرة السعودية التي تعجز مواردها المالية عن سد احتياجات أفرادها المعيشية والتعليمية والصحية وغيرها من الاحتياجات التي تتطلبها الحياة في مجتمع الرعاية الاجتماعية.

مفهوم التسويق: وهو مفهوم اقتصادي يهتم بتوفير أفضل الفرص للحصول على العائد المادي المناسب لتكلفة الإنتاج بما فيها الجهد البشري وبما يحقق هامشاً ربحياً يساعد في استمرارية الإنتاج بنفس المعدلات. ونقصد به إجرائياً: المنافذ التسويقية التي تتيح للأسر السعودية منخفضة الدخل تحقيق عوائد ربحية وتحقيق مستوى من التنافسية المبنية على الجودة والإتقان تتحقق من خلالها استمرارية الإنتاج وثبات معدلاته بما يحقق مردوداً مالياً للأسرة يساعدها على تحقيق كل احتياجاتها في مجتمع الرعاية الاجتماعية.

مفهوم الأسر المنتجة:

هناك من يعرف الأسر المنتجة بأنها برنامج أو مشروع اجتماعي واقتصادي للسيدات والفتيات في المناطق القروية المستهدفة لتقديم خدمات تدريبية وتعليمية وكذلك خبرات فنية وتسويقية وإنتاجية وعينية وتوجيهية مناسبة للمرأة وأسرتها وكذلك مساعدتها في استغلال فراغها في شيء مفيد ونافع (ال سعود، 2005: 172).

وبحسب وزارة الشؤون الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية تم تعريف الأسرة المنتجة بأنها: كل أسرة سعودية ذات دخل محدود لديها القدرة والرغبة في استثمار طاقاتها وإمكاناتها في الإنتاج لتحسين مستواها المعيشي وفق شروط معينة (الدليل الإرشادي لبرنامج اقراض وتأهيل الأسر المنتجة، 2005)

ونقصد بالأسر المنتجة في الدراسة: هي كل أسرة سعودية ذات دخل محدود لديها القدرة والرغبة في استثمار طاقاتها وإمكاناتها في الإنتاج لتحسين مستواها المعيشي ونوعية حياتها وفق شروط معينة وتحويلها من أسرة مستهلكة إلى أسرة منتجة معتمدة على نفسها.

-الدراسات السابقة:-

أجرى جيتان Gaitan (2001) دراسة بعنوان: "تطور الإنتاج المنزلي ونمو وتنمية منتجات السوق " هدفت هذه الدراسة إلى بحث العلاقة بين الإنتاج المنزلي والناج المحلي والتنمية الاقتصادية، وكذلك التعرف على الحوافز التي تؤثر على توزيع المصادر بين الإنتاج المنزلي والناج المحلي في بنجلاديش، وكذلك أيضا التعرف على النسبة العامة من الإنتاج المنزلي في الدول النامية والدول المتقدمة، وقد اعتمد الباحث على المنهج التحليلي القائم على تطوير نموذج رمسي الديناميكي العام الخاص بالإنتاج المنزلي للتعرف على العلاقة بين التنمية الاقتصادية والناج المحلي في بنجلاديش والإنتاج المنزلي حيث يتناول نموذج رمسي المنافسة الاحتكارية المتعلقة بالمنتجات المنزلية المتنوعة في السوق المحلية في الدول النامية والمتقدمة، وكذلك تأثير استهلاك منتجات الأسر المنتجة على نمو الناج المحلي والتنمية الاقتصادية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: توزيع المنتجات المنزلية يساعد السوق المحلي على زيادة استهلاكها وبالتالي زيادة معدل المدخرات داخل الشركات التي يمكن استثمارها نسبيا في السوق المحلي للشركات، كما تساعد على زيادة معدل التنمية الاقتصادية التي ترفع من مستوى الأجور نتيجة زيادة رأس مال الشركات، وتساعد على التنمية الاقتصادية نتيجة زيادة

معدل الناتج المحلي على المدى الطويل، في حين تؤدي السياسات الضريبية المفروضة إلى خفض عوائد مصادر السوق المحلي المرتبطة بالإنتاج المنزلي وبالتالي تؤدي إلى خفض معدل التنمية الاقتصادية في الدول النامية والمتقدمة، وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة تشجيع الأسر المنتجة على المزيد من العمل من أجل التنمية الاقتصادية ونمو الإنتاج المحلي.

أجرى كومار وآخرون (Kumar et al.,2009) دراسة بعنوان: "أسلوب تحريك السوق لدى تصميم المنتجات الأسرية" والتي هدفت إلى استعراض عملية الدمج ما بين اعتبارات السوق والاهتمامات المتعلقة بالمنتجات الأسرية، واستعراض المشاكل المرتبطة بتحديد المكان التسويقي الأمثل لكل منتج وفقا لمنهجية تحريك السوق الجديد، ووفقا لتصميم المنتجات الأسرية من خلال عرض المنتج في أكثر من موضع في الشبكة التسويقية، مع تقصي ترشيد التكلفة ودراسة تأثير المنافسة في مختلف المواضع التسويقية لكل منتج، وناقشت الدراسة كيفية تصميم شبكة تقسيم السوق ودور نماذج الطلب في تصميم المنتجات القائم على طبيعة الشركات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوثائقي القائم على عرض كيفية تصميم نموذج تحريك السوق في تصميم المنتجات الأسرية لتحقيق أعلى عائد ربحي على خلاف المنهجيات الأخرى المستخدمة في تصميم المنتجات الأسرية، وقد أوضحت الدراسة سعي الكثير من الشركات إلى تنمية المنتجات الأسرية من أجل زيادة التنوع في منتجاتها المعروضة بسعر منخفض، ويقوم تطوير المنتجات المنزلية على تنمية أسلوب العرض والطلب وعرض منتجات قادرة على التنافس مع نظيراتها في السوق، في حين أن فهم طبيعة السوق والقرارات الاقتصادية المرتبطة يساعد على تطوير الأداء التسويقي في مجال الإنتاج الأسري، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها: ضرورة الأخذ في الاعتبار بمستوى أداء المنتج الأسري، وضرورة التفكير في جودة المنتجات المنزلية للقدرة على اتخاذ القرارات الاقتصادية المتعلقة بالسوق المحلي.

أجرى القحطاني (2010م) دراسة دور طريقة تنظيم المجتمع في دعم مشروعات الأسر المنتجة حيث هدفت الدراسة إلى تحديد دور طريقة تنظيم المجتمع في تشجيع أسر المستفيدات من خدمات الجمعيات الخيرية النسائية بمدينة الرياض على القيام بالمشروعات الإنتاجية، ودورها في مساعدة الأسر على تنمية المهارات الإنتاجية، واستثمار الإمكانيات والموارد المتاحة في البيئة، ومواجهة الصعوبات المرتبطة بتنفيذ مشروعات الأسر المنتجة. حيث طبقت الدراسة على الجمعيات الخيرية ومراكز تنمية المجتمع بمدينة الرياض. وكان من أهم نتائجها استثمار إمكانيات المنزل في تنفيذ المشروع، واستثمار خامات البيئة بطريقة فعالة تؤدي إلى استمرارية المشروع، وأهمية المساهمة في توجيه أفراد الأسرة للمشاركة في العمل بالمشروع، وتوفير منافذ تسويقية

للمنتجات، وتوفير الخامات بثمن رخيص للمشروع، وإقامة المعارض الدائمة لتسويق منتجات الأسر المنتجة. كما أوصت الدراسة بأهمية تبني استراتيجية واضحة لتنمية مشروعات الأسر المنتجة وتوافقها مع الإطار العام للسياسة الاقتصادية للدولة، وإنشاء وتحديث قاعدة بيانات مشروعات الأسر المنتجة مع توحيد أسس معايير إعداد البيانات على المستوى القومي، وتوفير دليل شامل بالقوانين التي تتعامل معها المشروعات المنتجة مع العمل على تيسير الإجراءات.

أجرى موكومان Mokomane (2012) دراسة بعنوان: "دور الأسر في التمكين الاجتماعي والاقتصادي للأفراد" والتي هدفت إلى استعراض العوامل التي تؤثر على قيام الأسر بالمساهمة في التمكين الاجتماعي والاقتصادي للأفراد من حيث قدرة الأفراد على تعزيز التفاعلات في المؤسسات وفي العلاقات اللازمة للنهوض بصحتهم وإنتاجيتهم ، وتمكين المهمشين في التفكير لما وراء مجرد محاولات البقاء اليومية ، والتحكم في الموارد والاختيارات الحياتية خاصة في مجالات الصحة والإسكان والتعليم، حيث اعتمدت على المنهج الوثائقي في استعراض الأبعاد الأساسية لتمكين الأفراد والتي تتضمن التمكين القانوني من حيث التعرف على الحقوق والواجبات، والتمكين السياسي من حيث تمكين المهمشين من القدرة على التأثير في القرارات والعمليات السياسية، والتمكين الاجتماعي المتمثل في الاستقلالية والثقة بالنفس، والتمكين الاقتصادي المتمثل في حقوق الصحة والتعليم والإسكان. وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل المؤثرة على التمكين الاجتماعي والاقتصادي للأفراد تتمثل في إبراز والتوعية بدور الأسرة باعتبارها المؤسسة الأهم في المجتمع فالأسر المستقرة لها دور بارز في التمكين الاجتماعي والاقتصادي لأعضائها، وأن تغيير ظروف الأسرة ومواجهة الفقر ودعم دور المرأة في الأسرة يؤدي إلى الوصول إلى التمكين الاجتماعي والاقتصادي، في حين أن الحالة الصحية وانتشار الأوبئة والأمراض في الدول الأفريقية وانتشار مرض نقص المناعة البشرية والإيدز لها تأثير على رعاية المرضى في الأسرة، كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة قيام الحكومات في المناطق الصحراوية الإفريقية ببرامج لدعم وتحسين حياة الأفراد ونظم الرعاية الصحية ورعاية الأطفال وتعليمهم وبرامج التوظيف وتوفير حياة كريمة وتوفير برامج الوقاية الاجتماعية.

أجرى أحمد (2011م) دراسة بعنوان أثر التمويل الإسلامي على تطوير المشروعات الصغيرة بهدف الكشف عن الصيغ التمويلية المناسبة لتمويل صغار المنتجين والكشف عن منتجات جيدة تساهم في تنمية صغار المنتجين ثم الاستفادة من تجارب الدول التي بنت نهضتها على المشروعات الصغيرة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن معظم تمويل المشروعات الصغيرة يكون بادخار ذاتي أو من خلال

تكافل وتضامن المجتمع المحيط، وأوصت الدراسة بتضمين مفاهيم التمويل الأصغر في المناهج الدراسية وضرورة الاهتمام بتدريب العمالة وتنمية وتطوير الكفاءات الإدارية والفنية في المشروعات الصغيرة والاطلاع على تجارب الدول في مجال تمويل المشروعات الصغيرة والاستفادة من تجاربهم في تنمية وتطوير المشروعات الصغيرة. وقد تبين من الدراسة السابقة أنها تتفق مع دراستنا الحالية في أنها تهتم بالمشروعات الصغيرة وتختلف عنها في مكان تطبيق الدراسة وفي مجالها.

أجرى الغامدي (2011م) دراسة بعنوان المعوقات الاجتماعية والتنظيمية للمشروعات الصغيرة: دراسة على مستفيدي برنامج المشروعات الصغيرة والأسر المنتجة بجمعية البر الخيرية بمحافظة محايل- عسير، حيث هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على المعوقات الاجتماعية التي تحد من الاستفادة من برنامج المشروعات الصغيرة المنفذة في جمعية البر الخيرية بمحافظة محايل عسير من وجهة نظر المستفيدين من البرنامج وفقاً لتقسيمها معوقات (التنظيمية-الثقافية-التعليمية)، وتم استخدام الاستبيان لجمع المعلومات على عينة بلغت 110 مستفيداً ومستفيدة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج هي : أهم سبب نجاح المشروعات الصغيرة هو دعم الجمعية للمقترضين، ثم دعم الأسرة، بينما أهم سبب للتعثر هو عدم مناسبة المشروع، ثم الإجراءات النظامية في حين أن أهم أسباب الفشل هي بالتساوي: عدم وجود الدعم، وعدم مناسبة المشروع ، والاختيار السيء للمشروع. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة تنظيم سوق العمل وتوفير الحماية اللازمة من قبل الجهات المسؤولة ، ومرور صاحب المشروع الصغير الممول عن طريق الجهات الخيرية والمؤسسات التمويلية ببرنامج تدريبي قصير يغطي الجوانب المالية والاجتماعية ، والحد من جاذبية العمل الحكومي بثتى أنواعه، والحث على ذلك بالطرق المناسبة من خلال وسائل الإعلام والمدارس والجامعات، وتطوير مهارات وقدرات العمالة المواطنة ، وضرورة وجود جهة رسمية في شكل هيئة عليا مختصة بالمشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر بحيث تكون مرجع لتلك المشاريع وهي الجهة المنظمة لعملها، وتشجيع ثقافة المبادرة والعمل الحر في المجتمع ، وان تتولى المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية طرح منتج اجتماعي إلزامي للعاملين في المشروعات الصغيرة.

أجرى الاسرج (2015م) دراسة "المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحدي البطالة بين الشباب الخليجي" وهدفت هذه الدراسة إلى البحث عن دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مكافحة البطالة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية وذلك من خلال التعرف على مفهوم المشروعات الصغيرة وأهميتها بالنسبة إلى دول الخليج العربية ، وأهم التحديات التي تواجه تنميتها، وخرج البحث بمجموعة من النتائج أهمها أن قضية وتنمية وتطوير المشروعات الصغيرة

والمتموسطة تحتل أهمية كبيرة لدى صناعات القرار الاقتصادي في الدول المتقدمة والنامية، وأن دول مجلس التعاون الخليجي بذلت جهوداً منفردة بهدف خلق فرص العمل وتشغيل طالبي العمل، ولكنها مازالت غير كافية، وأن ارتفاع معدل نمو السكان من أهم أسباب ظاهرة البطالة في دول مجلس التعاون. كما أوصلت الدراسة بأهمية الارتقاء بنوعية التعليم والتدريب في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بغية توفير المهارات المطلوبة للاحتياجات المتطورة لسوق العمل وتعزيز إمكانية استكمال الدراسة والحصول على تأهيل مناسب يحسن من آفاق التشغيل ويخفض من فترة البطالة، والعمل على التخفيف من نظرة المجتمع الدونية إلى التعليم المهني والفني، وتشجيع التدريب المهني خارج أوقات المدرسة.

أجرت عبد الرزاق واخرون (2016) دراسة بعنوان أثر الانستجرام في البحرين على مستفيدي برنامج المشروعات الصغيرة والأسر المنتجة. حيث هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر مباشرة في استخدام الأسر المنتجة في البحرين للانستجرام وتحديد إلى أي مدى يحسن الأداء المتوقع والجهد المتوقع في تجارة هذه الأسر - الأسر المنتجة-، و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تحديد العوامل التي تؤثر على الأسر في اعتماد واستخدام الانستجرام التي ترتبط مباشرة باستخدام الفعلي. وفي الوقت نفسه، تؤثر ثلاثة متغيرات العمر والجنس ومستوى التعليم بشكل غير مباشر. أظهرت النتائج أيضاً أن الجهد المتوقع والأداء المتوقع، والتي تسيطر عليها العمر والجنس ومستوى التعليم، كان لها تأثير كبير على الأسر المنتجة في اعتماد واستخدام الانستجرام والذي بدوره أدى إلى اعتماد واستخدام هذه التكنولوجيا. كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها: يجب على الأسر البحرينية المنتجة أن تركز على اعتماد واستخدام الانستجرام لأعمالهم التجارية. وأنه يجب أن تركز المؤسسات الداعمة مثل وزارة التنمية الاجتماعية على زيادة مستوى الفائدة من خلال إنشاء حسابات الأسر المنتجة الذي لا يكون لهم أو لديهم صعوبة في استخدام التكنولوجيا بسبب انخفاض مستوى التعليم.

منهجية البحث:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الدراسة وأهدافها والمنهج الوصفي لا يتوقف فقط على وصف الظاهرة المدروسة بل يتعدى ذلك لمحاولة الكشف عن العلاقة بين الظاهرة المدروسة والمتغيرات التي تؤثر فيها.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع الأسر العاملة في مشروعات الأسر المنتجة في المملكة العربية السعودية خلال فترة إجراء الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1439/1438هـ.

عينة الدراسة:

تم أخذ عينة عشوائية بسيطة مكونة من (105) من الأسر العاملة في مشروعات الأسر المنتجة في المملكة العربية السعودية خلال فترة إجراء الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1439/1438هـ.

1- البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

جدول رقم (1) وصف خصائص أفراد عينة الدراسة (ن = 105)

النسبة	العدد	التصنيف	البيان
2.9%	3	ذكر	الجنس
97.1%	102	أنثى	
5.7	6	من 20 إلى أقل من 25 سنة	فئات العمر
14.3	15	من 25 إلى أقل من 30 سنة	
25.7	27	من 30 إلى أقل من 35 سنة	
34.3	36	من 35 إلى أقل من 40 سنة	
20	21	من 45 إلى أقل من 50 سنة	
68.6	72	متزوج	الحالة الاجتماعية
14.3	15	غير متزوج	
11.4	12	مطلق	
5.7	6	أرمل	
17.1	18	ابتدائي	المستوى التعليمي
2.9	3	متوسط	
20	21	ثانوي	
57.1	60	جامعي	
2.9	3	فوق الجامعي	المهنة
11.4	12	طالب	
22.9	24	موظف	
11.4	12	أعمال حرة	
54.3	57	ربة منزل	
31.4	33	اقل من 5 أفراد	عدد أفراد الأسرة
51.5	54	من 5 إلى اقل من 10 أفراد	
17.1	18	من 10 أفراد فأكثر	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الإناث هي الغالبة بعينة الدراسة حيث بلغت 97.1%، بينما جاءت فئات العمر لعينة الدراسة بتتوع حيث جاءت الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 40 سنة أعلى نسبة من عينة الدراسة حيث بلغت 34.3% ، وجاءت نسبة كبيرة من عينة الدراسة متزوجين بنسبة 68.6%. وجاء المستوى التعليمي لعينة الدراسة مميز حيث جاءت نسبة 57.1% منهم من الحاصلات على مؤهل جامعي، وتتنوع مهن عينة الدراسة ولكن غلب عليهم ربات المنزل بنسبة 54.3% في حين جاءت نسبة مختلفة منهن موظفين أو طلاب، واتسمت أحجام الأسر لعينة الدراسة بالكبيرة نسبياً حيث بلغت نسبة عينة الدراسة من فئة الأسر 5 إلى أقل من 10 أفراد 51.5% .

2- بيانات الدخل لعينة الدراسة

جدول رقم (2) وصف خصائص أفراد عينة الدراسة (ن = 105)

النسبة	العدد	التصنيف	البيان
42.9	45	منخفض	مستوى الدخل الشهري
57.1	60	متوسط	
68.6	72	أقل من 3000 ريال	مقدار العائد الشهري
11.4	12	من 3000 إلى أقل من 6000 ريال	
17.1	18	من 6000 إلى أقل من 9000 ريال	
2.9	3	من 9000 إلى أقل من 12000 ريال	

تقاربت عينة الدراسة ما بين أصحاب الدخل المنخفض والمتوسط حيث بلغ أصحاب الدخل المتوسط 57.1%، ولكن جاءت النسبة الأكبر منهم أصحاب عائد أقل من 3000 ريال بنسبة 68.6% من عينة الدراسة.

جدول رقم (3) توزيع تكرار عناصر الدخل لعينة الدراسة (ن = 105)

م	مصدر الدخل	التكرار	النسبة
1	راتب وظيفة حكومية	51	48.6%
2	راتب وظيفة قطاع خاص	33	31.4%
3	مشروع أسر منتجة غير ممول	33	31.4%
4	راتب تقاعد	30	28.6%
5	إعانة ضمان اجتماعي	18	17.1%
6	مساعداة الأقارب والمحسنين	12	11.4%
7	مشروع أسر منتجة ممول	9	8.6%
8	مساعدة من الجمعية الخيرية	6	5.7%
9	إيجارات عقارات	3	2.9%

ويتضح من الجدول السابق أن الراتب الحكومي كان أهم مصدر للدخل لنسبة 48.6% من عينة الدراسة يليه راتب وظيفة القطاع الخاص أو مشروع الأسر المنتجة غير ممول بنسبة 31.4% لكل منهما من عينة الدراسة، وجاءت باقي المصادر بنسبة مختلفة، ويتضح أيضاً أن مشروع الأسر المنتجة الممول جاء مصدر داخل لنسبة 8.6% من عينة الدراسة بينما المساعدة لنسبة 5.7% من عينة الدراسة.

3- نوع النشاط في مجال مشروعات الأسر المنتجة لعينة الدراسة

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنشاط الخاص بمشروعات الأسر المنتجة (ن = 105)

م	النشاط	التكرار	النسبة
1	بيع المأكولات والمشروبات	63	60.0%
2	صناعة بخور و عطور	30	28.6%
3	بيع مستلزمات نسائية	24	22.9%
4	أعمال يدوية وتراثية	18	17.1%
5	صنع هدايا مواليد	12	11.4%
6	الخيطة والتطريز	12	11.4%
7	بيع مستلزمات نسائية	12	11.4%
8	التجميل	12	11.4%
9	تغليف هدايا	12	11.4%
10	التجميل	9	8.6%
11	صنع إكسسوارات	9	8.6%
12	تغليف هدايا	6	5.7%
13	صنع إكسسوارات	3	2.9%
14	تصميم ديكورات	0	0.0%

ويتضح من الجدول السابق أن نشاط بيع المأكولات والمشروبات غلب على عينة الدراسة بنسبة 60% من عينة الدراسة، يليه صناعة البخور والعطور بنسبة 28.6%، بينما تنوعت باقي الأنشطة بنسب أقل من عينة الدراسة، وهو ما يظهر تنوع بعينة الدراسة وفقاً لأنشطة المشاريع.

4- الجهات الداعمة لعينة الدراسة

جدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة وفقاً للجهات الداعمة لمشروعات الأسر المنتجة (ن = 105)

م	العبارات	التكرار	النسبة
1	جمعية بنيان الخيرية النسائية للتنمية الأسرية	39	37.1%
2	برنامج عبداللطيف جميل (باب رزق)	18	17.1%
3	وزارة العمل والتنمية الاجتماعية	15	14.3%
4	مؤسسة اريس الوقفية	12	11.4%
5	الصندوق الخيري الوطني	12	11.4%

م	العبارات	التكرار	النسبة
6	البنك السعودي للتسليف والادخار	9	8.6%
7	البنوك التجارية	9	8.6%
8	صندوق المئوية	9	8.6%
9	جمعية الوفاء الخيرية	6	5.7%
10	الغرفة التجارية	3	2.9%
11	أمانة منطقة الرياض	3	2.9%

ويتضح من الجدول السابق أن جمعية بنیان الخيرية النسائية للتنمية الأسرية جاءت أكثر الجهات الدعامية لعينة الدراسة حيث دعمت 37.1% من عينة الدراسة تليها برنامج عبد اللطيف جميل (باب رزق) بنسبة 17.1%، وتتوزع نسب الجهات الدعامية الأخرى حيث جاءت أقل نسبة للغرفة التجارية وأمانة الرياض بنسبة 2.9% من عينة الدراسة لكل منهما.

أداة الدراسة:

تم اعتماد أداة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة وقد تم تصميمها بالاستفادة من الإطار النظري والدراسات السابقة المشابهة وبعد تصميمها تم التأكد من صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين، وفي ضوء آرائهم تم إعداد أداة هذه الدراسة بصورتها النهائية، كما تم حساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور، حيث اتضح أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، كما تم حساب ثبات أداة الدراسة باستخدام (معادلة ألفا كرونباخ) Cronbach's Alpha (α) حيث بلغ معامل الثبات العام (0.8991) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة ثبات مرتفعة يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة، وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات محاور الاستبانة.

نتائج الدراسة:

جاءت نتائج تحليل أداة الدراسة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفقاً للآتي:

التساؤل الأول: ما فرص تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة؟

جدول رقم (6) استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور فرص تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

م	العبارات	التكرار النسبة %	درجة الموافقة			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة
			موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق			
3	وسائل التواصل الاجتماعي (الانستغرام - سناب شات)	ك	84	18	3	0.486	2.77	1
		%	80.0	17.1	2.9			
2	المعارض والمهرجانات	ك	66	18	21	0.807	2.43	2
		%	62.9	17.1	20.0			
4	المحلات التجارية المخصصة للأسر المنتجة	ك	60	27	18	0.767	2.40	3
		%	57.2	25.7	17.1			
8	الأركان في الجامعات	ك	63	21	21	0.804	2.40	4
		%	60.0	20.0	20.0			
7	المقاصف المدرسية	ك	54	24	27	0.844	2.26	5
		%	51.4	22.9	25.7			
9	البسطات في الأسواق والمنتزهات	ك	42	33	30	0.824	2.11	6
		%	40.0	31.4	28.6			
1	المحلات التجارية	ك	45	27	33	0.858	2.11	7
		%	42.9	25.7	31.4			
5	الأسواق الإلكترونية	ك	45	24	36	0.878	2.09	8
		%	42.8	22.9	34.3			
6	العربات المتقلة (Trucks)	ك	36	24	45	0.878	1.91	9
		%	34.3	22.9	42.8			
			المتوسط العام			0.481	2.28	

يتضح من الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة موافقون إلى حد ما على فرص تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة بمتوسط (2.28 من 3.00) وبانحراف معياري قليل بلغ 0.481 ليدل على عدم اختلاف آراء عينة الدراسة هذه الفرص، حيث جاءت أهم هذه الفرص هي وسائل التواصل الاجتماعي (الانستغرام - سناب شات) بمتوسط مرتفع بلغ 2.77 أي الموافق وبانحراف معياري كبير ليدل على إدراك عينة الدراسة لهذه الفرصة، بينما جاءت في الترتيب الثاني المعارض والمهرجانات ولكن بمتوسط أقل بلغ 2.43 ليدل أنها كونهما طريقة تقليدية للتسويق ولكنها ما زالت تعتبر من فرص التسويق، وجاءت المحلات التجارية المخصصة للأسر المنتجة

والأركان في الجامعات بمتوسطين متساويين بلغ 2.4 أي الموافقة، وجاءت باقي الفرص بالموافقة إلى حد ما حيث جاءت أقل فرصة تأييد من قبل عينة الدراسة هي العريات المتقلبة بمتوسط بلغ 1.91 أي الموافقة إلى حد ما القريبة من الرفض حيث بلغت نسبة الموافقة على هذه الفرصة من قبل عينة الدراسة 34.3% في حين بلغت نسبة الرفض 42.8% من عينة الدراسة.

التساؤل الثاني: ما الصعوبات التي تواجه تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة؟

جدول رقم (7) استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور الصعوبات التي تواجه تسويق إنتاج

مشروعات الأسر المنتجة مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

م	العبارات	التكرار النسبة %	درجة الموافقة			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة
			موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق			
8	ارتفاع أسعار المواصلات في توزيع المنتجات	ك	72	30	3	2.66	1	
		%	68.5	28.6	2.9			
7	عدم وجود محل ثابت لبيع المنتجات	ك	69	33	3	2.63	2	
		%	65.7	31.4	2.9			
9	التنافس على منتجات مكررة	ك	72	24	9	2.60	3	
		%	68.5	22.9	8.6			
5	نقص الخبرة التسويقية لدى الأسر المنتجة	ك	72	24	9	2.60	4	
		%	68.5	22.9	8.6			
1	صعوبة الحصول على تراخيص للمشروعات	ك	66	33	6	2.57	5	
		%	62.9	31.4	5.7			
4	الاعتماد بشكل كبير على المهرجانات والمعارض في التسويق	ك	60	42	3	2.54	6	
		%	57.1	40.0	2.9			
6	قلة برامج التدريب لمشروعات الأسر المنتجة	ك	60	39	6	2.51	7	
		%	57.2	37.1	5.7			
11	ارتفاع أسعار المنتجات	ك	57	42	6	2.49	8	
		%	54.3	40.0	5.7			
3	ضعف دور الإعلام في تسويق منتجات المشروعات	ك	60	33	12	2.46	9	
		%	57.2	31.4	11.4			
12	ضعف الإقبال على شراء منتجات مشروعات الأسر المنتجة	ك	54	33	18	2.34	10	
		%	51.5	31.4	17.1			
2	تعدد الجهات المشرفة على المشروعات	ك	48	36	21	2.26	11	
		%	45.7	34.3	20.0			
10	انخفاض جودة المنتجات	ك	48	33	24	2.23	12	
		%	45.7	31.4	22.9			
		المتوسط العام				2.49	0.441	

يتضح من الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة موافقون على وجود صعوبات أثناء تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة بمتوسط (2.49 من 3.00) أي الموافقة وبانحراف معياري قليل بلغ 0.441 ليدل على عدم اختلاف آراء عينة الدراسة هذه الفرص، حيث جاءت هذه الصعوبات في ارتفاع أسعار المواصلات في توزيع المنتجات بمتوسط حسابي بلغ 2.66 أي الموافقة تليها عدم وجود محل ثابت لبيع المنتجات بمتوسط حسابي بلغ 2.63 ثم صعوبة التنافس على منتجات مكررة ونقص الخبرة التسويقية لدى الأسر المنتجة بمتوسط حسابي بلغ 2.6 لكل منهما أي الموافقة، وجاءت صعوبة الاعتماد بشكل كبير على المهرجانات والمعارض في التسويق بمتوسط بلغ 2.54 ، وصعوبة قلة برامج التدريب لمشروعات الأسر المنتجة 2.51 ، وارتفاع أسعار المنتجات بمتوسط بلغ 2.49 وضعف دور الإعلام في تسويق منتجات المشروعات بمتوسط بلغ 2.46 فيحين جاءت الموافقة بدرجة أقل على صعوبة عدم وجود إقبال على شراء منتجات الأسر المنتجة أو صعوبة تعدد الجهات المشرفة على المشروعات أو صعوبة انخفاض جودة المنتجات.

التساؤل الثالث: ما مقترحات الحد من صعوبات تسويق إنتاج مشروعات الأسر

المنتجة؟

جدول رقم (8) استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور مقترحات الحد من صعوبات تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار النسبة %	العبارات	م
			غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق			
1	0.468	2.80	3	15	87	ك	توفير محلات دائمة و مهينة لتسويق منتجات الأسر المنتجة	5
			2.9	14.3	82.8	%		
2	0.486	2.77	3	18	84	ك	توفير مراكز تدريبية لتأهيل العاملين في مشروعات الأسر المنتجة	3
			2.9	17.1	80.0	%		
3	0.555	2.74	6	15	84	ك	تسهيل الحصول على تراخيص لمشروعات الأسر المنتجة	1
			5.7	14.3	80.0	%		
4	0.525	2.69	3	27	75	ك	تحديد قائمة بأسعار المنتجات معلنة ومحددة	7
			2.9	25.7	71.4	%		
5	0.577	2.69	6	21	78	ك	توفير تطبيقات إلكترونية لتسويق منتجات الاسر المنتجة	4
			5.7	20.0	74.3	%		
6	0.683	2.63	12	15	78	ك	وضع آلية لتسويق منتجات مشروعات الاسر المنتجة في المدارس والجامعات	9
			11.4	14.3	74.3	%		
7	0.645	2.60	9	24	72	ك	تخصيص جهة إشرافيه واحدة لمشروعات الأسر المنتجة	2
			8.6	22.9	68.5	%		
8	0.645	2.60	9	24	72	ك	توفير جهة رقابية للتأكد من جودة المنتجات	6

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			التكرار	العبارات	م
			غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	النسبة %		
			8.6	22.9	68.5	%		
9	0.694	2.46	12	33	60	ك	تكثيف إقامة المهرجانات والمعارض لتسويق منتجات الأسر	8
			11.4	31.4	57.2	%		
المتوسط العام			0.438	2.66				

يتضح من الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة موافقون على المقترحات الخاصة بالحد من صعوبات تسويق إنتاج مشروعات الأسر المنتجة بمتوسط (2.66 من 3.00) أي الموافقة وانحراف معياري قليل بلغ 0.438 ليدل على عدم اختلاف آراء عينة الدراسة هذه الفرص، حيث جاءت الموافقة على جميع المقترحات ولكن بمتوسطات مختلفة حيث جاء مقترح توفير محلات دائمة ومهيئة لتسويق منتجات الأسر المنتجة بأعلى متوسط موافقة بلغ 2.8 أي الموافقة العالية القريبة من التامة يليه، الموافقة على توفير مراكز تدريب لتأهيل العاملين في مشروعات الأسر المنتجة بمتوسط بلغ 2.77 ثم مقترح تسهيل الحصول على تراخيص لمشروعات الأسر المنتجة بمتوسط بلغ 2.74 ، وجاء المقترحين تحديد قائمة بأسعار المنتجات معلنة ومحددة وتوفير تطبيقات إلكترونية لتسويق منتجاتهم بمتوسط حسابي بلغ 2.69 أي الموافقة، وجاء أقل مقترح بالتأييد مع إنه حصل على متوسط يدل على الموافقة وهو مقترح تكثيف إقامة المهرجانات والمعارض لتسويق منتجات الأسر بمتوسط حسابي بلغ 2.46 أي الموافقة أيضاً .

ملخص النتائج:

- غلبت علي عينة الدراسة نسبة الإناث حيث بلغت 97.1%، وهذه النسبة طبيعية كون أن معظم مسئولي الأسر المنتجة هم من النساء ، وتركزت عينة الدراسة في الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 40 سنة كونها هي الفئة الأكثر احتياجاً لهذه المشاريع، وهو ما أظهره ارتفاع نسبة المتزوجات من عينة الدراسة التي بلغت 68.6%.
- أيدت النتائج أن المستوى التعليمي للأسر المنتجة متنوع ومميز حيث جاءت نسبة 57.1% من عينة الدراسة حاصلات على مؤهل جامعي، ولكنهن فضلن العمل بمشاريع الأسر المنتجة وهذا ما ظهر من وجود نسبة 54.3% من عينة الدراسة ربات للمنزل، وارتفاع أحجام هذه الأسر حيث بلغت نسبة فئة الأسر 5 إلى أقل من 10 فرد أعطى أهمية لهذه المشاريع للأسرة كونها مصدر دخل لهذه الأسر ذات الأحجام الكبيرة، وهذا ما ظهر مقدار العائد الشهري الثابت الذي جاءت نسبة

68.6% من عينة الدراسة أقل من 3000 ريال، والذي غلب عليه راتب وظيفية حكومية بنسبة 48.6% من عينة الدراسة أو راتب وظيفية قطاع خاص بنسبة 31.4% والتي قد يكون هذا الراتب هو راتب الزوج أو أحد أفراد الأسر الآخرين، وهنا تظهر أهمية مشروع الأسر المنتجة لتحسين دخل الأسرة ككل.

- أظهرت النتائج أن بيع المأكولات والمشروعات من أهم الأنشطة لهذه المشاريع بعينة الدراسة، حيث بلغت 60% من عينة الدراسة، في أظهرت النتائج أيضاً أن الجهات الدعامة لا تمثل نسبة كبيرة في الدعم لهذه الأسر حيث جاءت أعلى نسبة لجمعية بنیان الخيرية النسائية للتنمية الأسرية بنسبة 37.1% من عينة الدراسة تليها برنامج عبد اللطيف جميل (باب رزق) بنسبة أقل بكثير 17.1% من عينة الدراسة.

- أجابت الدراسة على تساؤل الفرص التسويقية لإنتاج مشروعات الأسر المنتجة حيث جاءت النتائج بأهمية هذه الفرص ككل ولكن بالأخص استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الانستغرام - سناب شات) بمتوسط مرتفع بلغ 2.77 أي الموافقة عليه، بينما جاء أقل فرصة هي العربات المتنقلة بمتوسط بلغ 1.91 أي الموافقة إلى حد ما القريبة من الرفض، مما يظهر أن استخدام التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي من العناصر الهامة الحالية في التسويق عامة وفي تسويق منتجات الأسر المنتجة ولها صدى أدركته هذه الأسر.

- جاءت النتائج بالإجابة على معرفة الصعوبات التي تواجه التسويق لإنتاج مشروعات الأسر المنتجة حيث وجود هذه الصعوبات بمتوسط (2.49 من 3.00) أي الموافقة وبانحراف معياري قليل بلغ 0.441، حيث تركزت أهمها في مشكلة المواصلات وارتفاع أسعار النقل في توزيع المنتجات بمتوسط حسابي بلغ 2.66 أي الموافقة، وجاءت أيضاً الموافقة على صعوبة التنافس على المنتجات مكررة ونقص الخبرة التسويقية والاعتماد على المهرجات والمعارض وقلة برامج التدريب وارتفاع أسعار المنتجات وضعف دور الإعلام في المملكة، وهذه النتائج توجد أن الأسر المنتجة تواجه صعوبات متعددة وتحتاج إلى حلها حتى يتم معالجة عمليات التسويق وأن هذه الصعوبات تحتاج مواجهة من الدولة بطريقة مباشرة بجهة مخولة ومسئولة عن الأسر المنتجة وعدم الاعتماد فقط على الجمعيات دون إنكار دورها مع الأسر المنتجة.

- وخرجت الدراسة بمجموعة من المقترحات والتي كان من أهمها توفير محلات دائمة ومهيئة لتسويق منتجات الأسر المنتجة بمتوسط بلغ 2.8 أي الموافقة

العالية القريبة من التامة يليه، وتوفير مراكز تدريب لتأهيل العاملين في مشروعات الأسر المنتجة ، وتسهيل الحصول على تراخيص لمشروعات الأسر المنتجة وتحديد قائمة بأسعار المنتجات معلنة ومحددة وتوفير تطبيقات إلكترونية لتسويق منتجاتهم بالإضافة إلى تكثيف إقامة المهرجانات والمعارض لتسويق منتجات الأسر.

التوصيات:

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة وبالمقترحات التي أيدتها عينة الدراسة خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات وفقاً للجهات ذات العلاقة أهمها:

وزارة العمل والتنمية الاجتماعية:

- إنشاء جهة رئيسية مخولة من قبل الدولة للاهتمام بالمشاريع الصغيرة والأسر المنتجة يكون على عاتقها حل مشاكلهم والاهتمام بهم من خلال توفير مراكز تدريبية متخصصة وتسهيل الحصول على تراخيص المشروعات لهم وتوفير التطبيقات الإلكترونية لتسويق منتجاتهم، بالإضافة إلى المشاركة في وضع آليات تسويق لمنتجاتهم، ومساعدة الأسر المتعثرة والنهوض.
- ايجاد آلية لعمل اتفاقيات وشراكات مع أجهزة الرعاية الاجتماعية والبلديات لتفعيل استخدام امكانياتها ومواردها ووحداتها المحلية في الأحياء كالبلديات والمدارس والحدائق ومراكز الرعاية الصحية الأولية في تسويق انتاج الأسر المنتجة تتكامل فيها الجوانب التشريعية والرقابية والتنظيمية والتدريبية والتنفيذية.

الجمعيات الخيرية للأسر المنتجة:

- توحيد جهود الجمعيات الخيرية المسؤولة عن مشاريع الأسر المنتجة من خلال عمل لجنة عليا الجمعيات للتنسيق فيما بينهم للمشاركة في المهرجات سواء الداخلية أو الخارجية وتحسين جودة المنتجات لهذه الأسر وتوزيع أنشطة مشاريع الأسر وفقاً لاحتياجات السوق بناء على دراسة علمية حديثة.

الأسر المنتجة:

- الاهتمام بالتدريب وتحسين المنتج.
- الاطلاع على كل ما هو جديد في مجال نشاط مشروع الأسرة لتحسين والقدرة على المنافسة.

- استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق بما فيها برامج التواصل الاجتماعي.
- تحديد قائمة بأسعار المنتجات معلنة ومحددة لمنتجات الأسر المنتجة.

المراجع:

- أحمد، فريدة عمر (2011م)، اثر التمويل الإسلامي على تطوير المشروعات الصغيرة، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا، السودان.
- الطريف، غادة عبد الرحمن (2001م)، فعالية المشاريع الصغيرة للأسر المنتجة في الضمان الاجتماعي، الرياض، وزارة الشؤون الاجتماعية.
- العيبان، نوال عبد المحسن (2016م)،مدى الحاجة لإنشاء منظمة تنمية اجتماعية لدعم الأسر المنتجة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الملك سعود، قسم الدراسات الاجتماعية.
- النمروطي، خليل وصييم، احمد (2012م)، بطالة الخريجين ودور المشاريع الصغيرة في علاجها، مؤتمر الشباب والتنمية في فلسطين، الجامعة الإسلامية، فلسطين، غزة.
- المهنا، هيلة (2009 م) فاعلية برنامج إرشادي لإدارة المشاريع الصغيرة لدى عينة من الخريجات غير العاملات بمدينة الرياض، (رسالة دكتوراه)، جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، الرياض.
- آل سعود، الجوهرة بنت سعود (2005م) سلسلة البرامج التنموية للمواقع المستهدفة بمشروعات الإسكان التنموي، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- أبو النصر، مدحت (2007م)، إدارة وتنمية الموارد البشرية "الاتجاهات المعاصرة"، مجموعة النيل العربية، تاريخ استرجاع 2017/3/15م.
<http://www.startimes.com/?t=23090653>
- الاسرج، حسين(2015م) المشروعات الصغيرة المتوسطة وتحدي البطالة بين الشباب الخليجي، بحث منشور في مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العددان 69 - 70 /شتاء - ربيع 2015م
<http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles>

- الخمشي، سارة صالح، (2011م) واقع مشروعات الأسر المنتجة في المملكة العربية السعودية ومدخل تمكين المرأة المعيلة، ندوة افضل الممارسات المهينة في مجال البرامج التنموية الموجهة لتحسين الاحوال المعيشية للفقراء، الرياض، جامعة الاميرة نورة.
- السكارنة، بلال (2006م) المشاريع الصغيرة والريادة، بحث منشور <http://www.iasj.net/iasj?func>. تم استرجاعه 2017/3/14م.
- الضحيان، سعود، عبد الحميد، عزت (2002م)، معالجة البيانات الاحصائية باستخدام SPSS، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية،
- الغامدي، محمد (2011م). المعوقات الاجتماعية والتنظيمية للمشروعات الصغيرة، رسالة ماجستير. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: الرياض.
- القحطاني، شيخة (2010م) دور طريقة تنظيم المجتمع في دعم مشروعات الأسر المنتجة دراسة مطبقة على الجمعيات الخيرية ومراكز التنمية بمدينة الرياض، (رسالة ماجستير)، جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، الرياض
- الهيئة العامة للإحصاء، (2016)، مسح القوى العاملة، الربع الثالث 2016، موقع الهيئة العامة للإحصاء، تم استرجاعه في تاريخ 2017/3/12م، <https://www.stats.gov.sa>
- بدوي، فواز بدوي عبدالله (2005م). واقع تمويل المشاريع الصغيرة، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا، فلسطين، نابلس.
- حمد، إخلاص عثمان عبدالله (2005م)، تجارب وممارسات المشروعات الصغيرة الوطنية والعربية لمكافحة الفقر، نموذج تجربة مراكز تنمية المرأة والمجتمع، جامعة النيلين، السودان.
- سلمان، ميساء حبيب (2009م)، الأثر التنموي للمشروعات الصغيرة الممولة في ظل استراتيجية التنمية، رسالة ماجستير، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- عبدالرزاق، اميره واخرون (2016م) اثر الانستقرام على الأسر المنتجة في مملكة البحرين، جامعه البحرين، كليه تقنيه المعلومات.
- عبود، كنجو (2007م). استراتيجية الاستثمار والتمويل في المشروعات الصغيرة، بحث/تقرير. كلية الاقتصاد: جامعة حلب.

- محسن، فوزي محمد، (2012م) دور المؤسسات الخيرية في تحسين نوعية الحياة للفقراء، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة حلوان، العدد الثاني والثلاثون.

- منشي، روضه (٢٠١٠م) دور المرأة في التنمية في ضوء الاتجاهات المعاصرة وتطبيقاتها التربوية في مجال الأسر المنتجة، بحث دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى.

- يسن ،دفع السيد موسى (2011م)، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لمشروعات الأسر المنتجة في تخفيف حدة الفقر المنفذة بديوان الزكاة بالسودان ،رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة النيلين، السودان.

-العطيشان، عبدالرحمن، (2015م)، تفعيل دور الأسر المنتجة، جريدة اليوم. الأخبار الاقتصادية.

-Gaitan, B. (2001). The evolution of household and market production in growth and development. P.H.D. University of Minnesota, Minneapolis, Minnesota, U.S.A

- Mokomane, Zitha. (2012). Role of Families in Social and Economic Empowerment of Individuals. Human Sciences Research Council of South Africa. PP. 0- 14.

- Kumar, Deepak; & Chen, Wei; & Simpson, Timothy w.(2009). A Market-Driven Approach to Product Family Design. International Journal of Production Research. 47 (1). PP. 1- 39.