

أثر مشروعات مراكز الأحياء في سوق العمل (دراسة تطبيقية على منطقة الجوف)

Impact of neighbourhood centres' projects on the labour market

(an applied study on the Al-Jawf region)

إعداد الباحثة/ آمال عبد الهادي الذويب

ماجستير في القيادة التربوية من جامعة الجوف، مشرفة بإدارة التعليم المستمر، المملكة العربية السعودية

Email: athoweeb8965@moe.gov.sa

المخلص

هدفت الدراسة التعرف على الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي جاءت بها جهود المراكز خلال السبعة سنوات في تدريب المستفيدات ومدى استفادتهن من دورات مراكز الأحياء في إنشاء مشروعاتهن الخاصة كرائدات أعمال وملائمتها بسوق العمل. أتبعته الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كما تم إختيار العينة العشوائية من خمسة وثلاثون من الدارسات في مراكز الأحياء وأستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات وأداة للقياس. وأظهرت الدراسة عدة نتائج منها وجود الطلب العالي للمنتجات وزيادة المبيعات والأرباح الشهرية كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثات لديهن أسواق جغرافية لعرض منتجاتهن، واستخدام الإنترنت لعرض منتجاتهن ومواكبتهن لسوق العمل، وأن مشروعات مراكز الأحياء عملت على إيجاد فرص عمل داخل وخارج الأسرة، كما أثبتت الدراسة ضعف المتابعة اللاحقة للمشروعات من قبل مراكز الأحياء، كما أظهرت الدراسة الأثر الإجمالي والاقتصادي في مساهمة المبحوثات في شراء احتياجات الأسرة والأثاث والمعدات، كما بينت الدراسة الرضا التام من المبحوثات لأداء مراكز الأحياء المتعلمة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها الإستمرار في التركيز على شريحة الشباب مع التركيز على الفئات الأكثر فقراً، والتأكيد على دور رائدات كشركاء مع مراكز الأحياء مع تقوية المتابعة والرعاية اللاحقة لتحسين الأداء للمشروعات، كما أوصت الدراسة ضرورة توفير التمويل الأصغر للمشروعات الإنتاجية التي تخلق فرص عمل مع ضرورة تكوين جمعيات انتماء متخصصة بين النساء، كما أوصت الدراسة بإدخال مادة ريادة الأعمال وإدارة المشروعات في مناهج مراكز الأحياء مع تشجيع قيام البحوث العلمية والميدانية في مجال الصناعات التقليدية، كما أوصت الدراسة بضرورة تحقيق الموازنة بين مخرجات مراكز الأحياء واحتياجات سوق العمل.

الكلمات المفتاحية: مشروعات مراكز الأحياء، سوق العمل، منطقة الجوف.

Impact of neighbourhood centres' projects on the labour market

(an applied study on the Al-Jawf region)

Abstract:

The objective of the study was to identify the economic and social implications of the centres' efforts over the seven years to train beneficiaries and the extent to which they benefited from the courses of neighbourhood centres in establishing their own entrepreneurial projects and suiting them to the labour market. The study followed the analytical descriptive curriculum. The random sample was selected from thirty-five students at neighbourhood centres. The questionnaire was used as a data collection and measurement tool. The study showed several results, including high demand for products and increased monthly sales and profits. The study also found that most of the researchers had geographical markets to display their products. and the use of the Internet to showcase their products and updates to the labour market, and that neighbourhood centres' projects have worked to create jobs in and out of the family and the study also demonstrated the weakness of subsequent project follow-up by neighbourhood centres, The study also showed the social and economic impact of the research's contribution to the purchase of family needs, furniture and equipment and the study also demonstrated the full satisfaction of the discussions with the performance of the Centres for Educated Modesty. The study found a number of recommendations, including continuing to focus on the youth segment with a focus on the poorest and emphasizing the role of women leaders as partners with neighbourhood centres while strengthening follow-up and aftercare to improve project performance, The study also recommended the need to provide microfinance to productive enterprises that create jobs with the need to establish specialized credit associations among women The study also recommended the inclusion of entrepreneurship and project management in the curricula of JIA centres while encouraging scientific and field research in the field of traditional industries, The study also recommended that the outputs of neighbourhood centres should be aligned with the labour market's needs.

Keywords: Revival Centres Projects, Labour Market, Al Jawf Region.

1. المقدمة:

تعد المواطنة بين متطلبات سوق العمل، ومخرجات التعليم من التحديات التي تواجه الدولة وخاصة في لك العصر الى يتميز بالتطور والتغير الدائم، مما جعل تحقيق تلك المواطنة معقد، ويحتاج الى المزيد من الجهد من كافة المؤسسات والمنظمات بالدولة، ومن باب الحاجة إلى وجود مؤسسات تساهم في تحقيق المواطنة بين مخرجات التعليم وسوق العمل بالمملكة العربية السعودية، ولدت فكرة مراكز الأحياء لتكون مؤسسات اجتماعية أهلية تطوعية تنموية، تتصدى للمشكلات والظواهر الاجتماعية عبر خطط ومشروعات تستهدف المجتمع بجميع فئاته.

تلعب المراكز الأحياء دوراً أساسياً في تحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد الحي، وتطوير مهارات وقدرات شبابه، ويجد الشباب مكاناً في الحي يساهم في ملئ أوقات فراغهم بالفيد والنافع من البرامج والأنشطة المختلفة، وتأهيلهم وتدريبهم ومساعدتهم على إيجاد وظائف مناسبة لهم. وفكرة مراكز الأحياء تخدم جملة من الأهداف المجتمعية والتنموية وتمثل بيئة جاذبة وضعيفة متقدمة لاكتشاف أنماط من العمل التطوعي بما يخدم الحي وسكانه، حيث تمكن من الاستفادة من خبرات المتقاعدين، كبار السن، الأشخاص ذوي المؤهلات الخاصة فيما يتعلق بمبادرات التطوير التنموي، ولجان إصلاح ذات البين وتكون لكل فئات المجتمع من الجنسين، والأطفال والنساء وتوفير الأجواء المناسبة للشباب من الجنسين لممارسة هوياتهم في بيئة اجتماعية سليمة. كما تهدف مراكز الأحياء إلى سد حاجات المستفيدين فيها من خلال مجموعة من البرامج التي تقدم خدمات متنوعة على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع المحلي (محمد، 2016).

1.1. مبررات الدراسة:

سبعة سنوات مضت على تأسيس مراكز الحي المتعلمة بمنطقة الجوف والتي تم تنفيذها بمفهوم تعليمي واجتماعي ومساعدة الأسر على زيادة الدخل، ويحتاج ذلك إلى وقفة متأنية وقياس الأثر.

2.1. الهدف من الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل أساسي للتعرف على الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي جاءت بها جهود المراكز خلال السبعة سنوات في تدريب المستفيدين ومدى استفادتهم من دورات مراكز الأحياء في إنشاء مشروعاتهم الخاصة كرائدات أعمال وملائمتها بسوق العمل.

3.1. أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من الآتي:

1. تتبعت الدراسة عمليات قياس لموضوعات ذات علاقة لصيقة بالأداء والنتائج والآثار مجتمعة خاصة أن مراكز الأحياء قد أسست من العام 1434 هـ وقد عملت في سبعة أهداف من ضمنها تأهيل المرأة لسوق العمل وتزويدها بالمهارات اللازمة للوصول إلى إكتفائها اقتصادياً في حالة رغبت في ذلك، وقد دعمت ذلك بتوفير فرص التمويل عبر مؤسسات التمويل المختلفة وأثرت بفاعلية في سوق العمل، هذه تجربة تستحق التوثيق واختبار نجاحها والتعرف على أثر ذلك على حياة رائدات الأعمال.

2. دائماً ما يوضع في الاعتبار أن مراكز الأحياء المتعلمة مؤسسات رائدة في تأهيل المرأة وإثراء ثقافة العمل لديها مما يستلزم قياس ومعايرة ذلك وفق أسس علمية وموضوعية لتقييم الأداء وقياس الأثر.

3. التعرف على دور المراكز وأثرها في التقليل من نسبة الفقر.

4.1. طرق البحث بالدراسة:

خطوات تمهيدية للدراسة:

عمل الاستشاري معد الدراسة على إجراء بعض الخطوات التمهيدية لوضع الخطة والهيكل التنظيمي للدراسة باستخدام أسلوب المشاركة وفق فريق عمل للدراسة شملت الآتي:

1. تم تحديد فريق مساعد من مراكز الأحياء وذلك بغرض الاتصال وتوفير المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة.
2. تم التعرف على مراكز الأحياء من خلال الاطلاع على التقارير والخطط وأدلة العمل والنماذج الخاصة بموضوع الدراسة بنظرة حيادية واحترافية.
3. تمت إعادة قراءة منهجية وخطة عمل الدراسة مع فريق الدراسة بشكل نهائي إيدانا ببدء إجراءات الدراسة

الواجبات التي قام بها منسق عمليات الفريق ومسؤول الاتصالات والمتابعة:

- قاد تحركات الفريق الميداني وعمل كهزمة وصل بين فريق الدراسة والإدارة التنفيذية بالمراكز.
- عمل على متابعة سير الخطة وكتابة التقارير الداخلية للفريق.
- قام بنقل تكليفات رئيس الفريق وتوزيعها لبقية أعضاء الفريق.
- قام بالإعداد والاجتماعات المرحلية للدراسة وإجازة استيبان الدراسة.

الواجبات التي نفذها منسق عمليات تقنية المعلومات:

- عمل على تجميع البيانات والمعلومات وترتيبها وتنظيمها وفق ما تحتاجه الدراسة.
- قام بتوجيه مسؤولي نظم تقنية المعلومات بالمراكز لصالح مطلوبات الدراسة.
- قام بالتوجيه والإشراف على المسح الميداني وتحليل البيانات.

الواجبات التي نفذها منسق جمع البيانات الخارجية والدراسات:

- قام بجمع البيانات الثانوية والدراسات السابقة.
- أدار عدد من برامج وحلقات البحث السريع بالمشاركة مع فريق العمل.
- متابعة تنفيذ البرنامج الميداني الاستيبان الخاص بالدارسات بالمراكز.

5.1. منهجيات الدراسة:

المنهجية الأولى:

- تم الاطلاع على تقارير مراكز الأحياء المختلفة خلال الفترة السابقة.

○ تم الاطلاع على الدراسات السابقة حول الموضوع خاصة دراسات الأثر الاجتماعي والاقتصادي لمؤسسات وهيئات مشابهة

○ تم الاطلاع على التقارير الخاصة بسوق العمل السعودي والتحديات التي تواجهه وبرنامج التحول الوطني للمملكة.

المنهجية الثانية:

○ تحديد مجتمع الدراسة، والتعريف على خصائصه.

○ تصميم أدوات الدراسة (الاستبيان) تم إعداده لقياس أثر جودة مخرجات البرامج المهنية على رائدات الأعمال وكذلك أثر البرامج الحياتية والمهنية على مشاريعهن الإنتاجية وكذلك قياس الأثر الاجتماعي والاقتصادي على أسرهن وتمكينهن.

○ الخصائص الشخصية للمبجوثين من ناحية العمر، نوع التدريب، مستوى التعليم، الحالة الاجتماعية.

○ العلاقة بين المبجوثين ومراكز الأحياء من حيث التمويل، حجم التمويل، الفترة الزمنية للتمويل.

○ الموقف الائتماني للمبجوثين من حيث مستوى السداد.

○ الموقف من توفير فرص العمل من داخل وخارج الأسرة.

○ تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وبرنامج إكسل لعدد (35) حالة دراسية من المبجوثات عشوائياً.

6.1. حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية: مراكز الأحياء المتعلمة بمنطقة الجوف

2. الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في العام 1441/1437هـ.

3. الحدود البشرية: رائدات الأعمال بمراكز الأحياء المتعلمة بمنطقة الجوف

7.1. مصطلحات البحث:

1. التسويق:

عرف التسويق بأنه "مجموعة من الأنشطة الاقتصادية تقوم بها المشروعات من أجل تحقيق الربح" وقد قسم الكتاب المحدثون تعريف التسويق إلى قسمين أحدهما على نطاق الوحدة الاقتصادية، والآخر على نطاق المجتمع ككل (Levy, 1969, 10-15).

وبالنسبة للتعريف الأول فإن التسويق يشمل "الجهود التي تقوم بها الوحدة الاقتصادية في سبيل إشباع الاحتياجات الحالية والمستقبلية للأفراد بتقديم السلع أو الخدمات بالكميات والمواصفات والأسعار المناسبة في الوقت والمكان المناسبين بهدف تحقيق الربح".

ويلاحظ من هذا التعريف تركيزه على المستهلك وإحتياجاته، ليس فقط الاحتياجات الحالية، بل أيضاً الرغبات الكامنة في نفوس المستهلكين، وإنتاج سلع جديدة، أو تطوير السلع القائمة، حتى يمكن إشباع هذه الاحتياجات.

أما بالنسبة للتعريف الثاني وهو المنصب على المجتمع ككل فإن التسويق هو "نشاط اقتصادي يضمن التعادل في أي مجتمع بين الكمية المطلوبة من السلع والخدمات والكمية المعروضة من كل منها بما يحقق أهداف ذلك المجتمع".

2. العرض والطلب في سوق العمل:

مبدأ الطلب على سلعة معينة يعني بلغة الاقتصاديين جدولاً يبين كميات هذه السلعة التي يرغب المستهلك في شرائها بالأسعار المختلفة التي قد تسود في فترة زمنية معينة. أما مبدأ العرض فإنه يشابه مبدأ الطلب من حيث أن العرض من سلعة معينة ما هو إلا جدول من كميات السلعة التي يرغب البائعون في عرضها للبيع بالأسعار المختلفة في فترة زمنية محددة. وأوضحت النظرية الاقتصادية كيفية تفاعل قوى العرض والطلب لتحديد حجم السوق أي الكمية التي يتم التعامل فيها وكذلك السعر السائد.

3. تعريف ريادة الأعمال:

وردت عدة تعريفات لمصطلح ريادة الأعمال (ثقافة العمل الحر) منها كما ذكرها دراسة (المهل، 2016، 15):

تعريف بورش هي: "مجموعة أنشطة تقوم على الإهتمام وتوفير الفرص وتلبية الحاجات والرغبات من خلال الإبداع وانشاء المنشآت".

تعريف دولينك هي: "عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد".

تعريف بارو هي: "عملية الانتفاع بتشكيلة واسعة من المهارات من أجل تحقيق قيمة مضافة من مجال محدد من مجالات النشاط البشري وتكون المحصلة لهذا الجهد إما زيادة في الدخل أو استقلالية أعلى بالإضافة إلى الإحساس بالفخر نتيجة الجهد الإبداعي المبذول".

تعريف الحسيني هي: "عملية الاستحداث أو البدء في نشاط معين، كما يعني تحقيق السبق في قطاع معين وعملية إدارة النشاط أو العمل الجديد في ميدان محدد وريادي هو الذي يبتكر شيئاً جديداً بشكل علمي وشمولي".

وعلى ضوء التعريفات السابقة فإن عناصر ثقافة ريادة الأعمال تتمثل في التالي:

1. معرفة الفرص العملية المتاحة والكافية.
2. خلق وإنشاء التوسع في المنظمات الاقتصادية الموجهة بالربح على ضوء الوقت والجهد والمال.
3. المزيج بين العناصر الابتكارية والإبداعية وتحمل المخاطر والعمل الدؤوب.
4. الإستخدام المناسب والرشيد للموارد.

4. تعريف المشروعات الصغيرة:

يعرف المشروع الصغير على أنه ذلك المشروع الذي يجب أن يستوفي شرطين أو خاصيتين على الأقل مما يأتي:

1. استقلال الإدارة: المديرون هم أنفسهم ملاك المشروع بصفة عامة.
2. رأس المال: يتم توفيره بواسطة المالك الفرد أو مجموعة صغيرة من الملاك.
3. العمل في منطقة محلية: يعيش العاملون والملاك في مجتمع واحد ولا يشترط أن تكون الأسواق محلية.

4. حجم المشروع: صغيراً نسبياً بالنسبة للصناعة التي ينتمي إليها المشروع (برهم، 2007، 85).

ومن خلال هذه الدراسة يهمننا تقييم أثر مشروعات مراكز الأحياء المتعلمة بمنطقة الجوف على سوق العمل والدور الفعال لتحقيق أهدافها التنموية وكيفية تحقيق الدعم والمساندة للنهوض بها لتكوين منظومة اقتصاد اجتماعي يتماشى مع اقتصاد سوق العمل ويستجيب للتغيرات الجذرية في التعاملات الاقتصادية التي تشهدها المملكة في إطار برنامج التحول الوطني.

وتأكيداً لذلك تم التركيز في الدراسة الحالية على مفاهيم دراسة الجدوى باعتبارها من عوامل نجاح المشروعات والتمويل الأصغر وتأثيره على المرأة وكذلك برامج مراكز الأحياء المتعلمة التوعوية والحياتية كجزء رئيسي من صلاحية الإدارة وهنا لابد من التذكير بأن الدراسة تهدف بشكل أساسي للتعرف على مخرجات المشروعات وملائمتها لسوق العمل.

2. الإطار النظري والدراسات السابقة

1.1. الإطار النظري

دراسة الجدوى

تعرف دراسة الجدوى على أنها مجموعة من الدراسات العلمية (اختبارات تقديرات) والتي يتم إعدادها بدقة لتقرير مدى صلاحية الاستثمار في مشروع معين وتفضيله عن أوجه أخرى للاستثمار.

الهدف من دراسة الجدوى:

تجنب الآثار السيئة من عدم التأكد بما سيتم في المستقبل في ظل التغيرات الداخلية والخارجية لجميع مكونات البيئة المحيطة بالمشروع فنجاح المشروعات واستمرارها فترة طويلة من الزمن يعني القيام بدراسة جدوى عميقة لاكتشاف كل الجوانب المتعلقة بالمشروع لفترات زمنية مستقبلية على مدى طويل.

مراحل دراسة الجدوى:

تشتمل دراسة الجدوى على مجموعة من الدراسات أو مجموعة من الجوانب التي يجب دراستها بشيء من التفصيل حتى يتم الإلمام بجميع العوامل المؤهلة لضمان نجاح المشروع عند إتخاذ قرار البدء في هذا المشروع وتمر دراسة الجدوى بالمراحل التالية:

1. مرحلة التوصل إلى فكره المشروع.

2. مرحلة إعداد دراسة الجدوى الأولية (المبدئية).

3. مرحلة إعداد دراسة الجدوى النهائية (التفصيلية).

1. مرحلة التوصل إلى فكره المشروع:

تعتبر نقطة البداية في أي مشروع هو التوصل إلى فكرة المشروع من خلال النقاط التالية:

○ توفر بعض الموارد المتاحة تحت أيدي المستثمر

○ البحث في المشاريع المقامة حالياً والبيانات المتوفرة عنها ومنها يتم التوصل إلى فكرة المشروع وكل ما كانت الفكرة بدرجة عالية من الإبداع والتفرد والتميز كلما زادت فرص نجاح المشروع عكس المشاريع التقليدية ومشاريع المحاكاة.

وللمفاضلة بين فكرة مشروع معين وفكرة أخرى يتم مقارنة النقاط التالية:

1. مدى توفر الموارد الأولية.
 2. درجة الاحتياج لمنتجات المشروع.
 3. البيانات المتوفرة عن تكاليف الإنتاج والعوائد المتوقعة.
 4. مدى ملائمة المناخ الاقتصادي لنوعية الاستثمار.
 2. مرحلة إعداد دراسة الجدوى الأولية للمشروع:
- في هذه المرحلة يدرس صاحب المشروع بعض النقاط للتأكد من أن المشروع المقترح يستحق دراسة تفصيلية وأهم هذه النقاط هي:

1. دراسة المشروعات المنافسة.
2. تقدير احتياجات السوق.
3. تقدير الطاقة الإنتاجية وأسلوب الإنتاج.
4. تقدير الاحتياجات من المواد الخام أماكن تواجدها مدى توفرها أسعارها.
5. تحديد موقع المشروع ومكانه.
6. وضع تصور للهيكلة الإداري للمشروع.
7. التحليل المالي والربحية للمشروع.
8. وضع جدول زمني لتنفيذ المشروع.

بعد دراسة النقاط السابقة يمكن إتخاذ قرار لإعداد دراسة الجدوى التفصيلية للمشروع

3. مرحلة إعداد دراسة الجدوى النهائية التفصيلية:

في هذه المرحلة يتم تحليل كافة البيانات والمعلومات المتاحة حيث سيتم إتخاذ قرار البدء في تنفيذ المشروع، وتتكون دراسة الجدوى التفصيلية من النقاط التالية:

1. الجدوى الفنية: وتتضمن اختيار الموقع والحجم الأمثل للمشروع ومعدلات تطوره في المستقبل واختيار الأسلوب الفني الملائم للإنتاج والتصميم الهندسي للمشروع ووضع معدلات ومواصفات التشغيل والجدولة الزمنية ومراحل وتوقيتات تنفيذ المشروع.
2. الجدوى التسويقية: وتتناول تطور الطلب والعرض لمنتجات ومدخلات المشروع، والبيان التسويقي لمدخلات ومنتجات المشروع وكذلك مقترحات نظم التسويق والتسعير لمنتجات المشروع ومدخلاته.
3. الجدوى المالية والتمويلية: وتتضمن حساب تكاليف رأس المال الثابت (الأصول الثابتة) ورأس المال العامل في المشروع. كما تتضمن الدراسة التمويلية القروض المطلوبة للمشروع ومواعيدها حسب الدراسة المالية، وكذلك تحديد جدول السداد الممكن في ظل ظروف عوائد التشغيل للمشروع.

4. الجدوى الاقتصادية: يبدأ تحديد القنوات التسويقية المقترحة للمنتجات وطرق التسويق وإجمال المنتجات السنوية وبالتالي حجم المبيعات السنوية المتوقعة مع تحديد قيمة الإهلاك السنوية ليتم بعد ذلك حساب صافي العوائد السنوية.
5. الجدوى الاجتماعية: ويتم فيها التعرف على الإعتبارات والتوجهات الاجتماعية والدينية التي من شأنها التأثير على المشروع.
6. الجدوى الإدارية والتنظيمية: وتتضمن دراسة موقف العمالة وتحديد أجور العمالة ووضع تعليمات التشغيل ولوائح العمل.
7. الجدوى القانونية: تتضمن دراسة الإجراءات القانونية لإنشاء المشروع وتمويل المشروع والهيكل التنظيمية وعقودات الكفاءات الإدارية.
8. تأثير المشروع على عوامل البيئة المحيطة: وتشمل التخلص من مخلفات المشروع بما لا يؤدي إلى تلوث المصادر البيئية والمحافظة عليها وعلى حقوق الأجيال القادمة.

التمويل للمشروعات الصغيرة

نظراً لصعوبة تمويل المشروعات الصغيرة فإن كثير من الدول اتجهت لوضع هيئات ومؤسسات خاصة لتمويل هذه المشروعات الصغيرة تتفق خصائصها غير أنه في البلدان الإسلامية عموماً يوجد بديل آخر تتفق شروطه مع خصائص المشروعات الصغيرة، ألا وهو التمويل بأساليب إسلامية والذي بدأت تمارسه البنوك الإسلامية حيث يقدم التمويل الإسلامي بدائل تمويلية جديدة تشمل التمويل النقدي وغير النقدي عكس البنوك التقليدية، التي لا تملك سوى وسيلة واحدة للعمل تتمثل في القرض بفائدة وإن اختلفت أشكاله وتعددت.

تعريف التمويل الإسلامي:

يعرف التمويل الإسلامي بأنه: "قيام شخص بتقديم شيء ذو قيمة مالية لشخص آخر إما على سبيل التبرع أو على سبيل التعاون بين الطرفين من أجل استثماره بقصد الحصول على أرباح تقسم بينهما على نسبه يتم الاتفاق عليها مسبقاً وفق طبيعة عمل كل منهما ومدى مساهمته في رأس المال واتخاذ القرار الإداري والاستثماري".

ويعرف أيضاً: "تقديم ثروة عينية أو نقدية إما على سبيل اللزوم أو التبرع أو التعاون أو الاسترباح من مالها إلى شخص آخر يديرها ويتصرف فيها لقاء عائد معنوي أو مادي تحت عليه أو تبيحه الأحكام الشرعية".

خصائص التمويل الإسلامي للمشروعات الصغيرة:

تتبع خصائص التمويل الإسلامي من نظرة الإسلام من المال، والقائمة على أساس أن المال هو مال الله، وإن الإنسان ما هو إلا مستخلف على هذا المال في هذه الأرض ويجب عليه أن يسيره وفق لأوامر الله ومقاصده من خلق هذا المال، ووفقاً لهذا الأساس سوف نستنبط أهم الخصائص المتعلقة بالتمويل الإسلامي للمشروعات الصغيرة:

1. استبعاد التعامل بالربا أخذاً وعطاء.
2. توجيه المال نحو الاستثمار الحقيقي.
3. التركيز على توجيه سلوك الفرد نحو الأخلاق الفاضلة

مفهوم التمويل الأصغر الإسلامي:

يعرف التمويل الأصغر الإسلامي بأنه تقديم تمويل عيني أو نقدي للفقراء أو تقديم خدمات مالية أخرى مثل التأمين، تحويل الأموال.. بصيغ تتفق مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية وفق معايير وضوابط شرعية ونفسية لتساهم بدور فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والقضاء على الفقر والبطالة (غانم، 2010).

مبادئ التمويل الأصغر الإسلامي:

تتمثل مبادئ التمويل الأصغر الإسلامي فيما يلي (حريزي، 2013):

1. تحريم الفائدة على القروض، ذلك أن الإقراض بفائدة يؤدي إلى إستغلال حاجة الأفراد الفقراء أصحاب المشروعات الصغيرة للتمويل.
2. اعتماد مبدأ المشاركة في الربح والخسارة.
3. التركيز على الاستثمار الحقيقي تمويل الأصول المنتجة ذات القيمة المضافة.
4. التركيز الأهلية الاقتصادية للمشروعات ولي على الأهلية المصرفية لأصحابها.
5. ينبغي أن يوجه التمويل نحو المشروعات التي تعمل في مجال الطيبات.

أهمية التمويل الأصغر الإسلامي:

تتمثل أهمية التمويل الأصغر الإسلامي فيما يلي (طلحة، 2016):

1. يعد التمويل الأصغر الإسلامي أداة للتخفيف من حدة الفقر، فتقدم التمويل للأشخاص والأسر الفقيرة يساعد على تحقيق دخل يكفل لها العيش الكريم.
2. يعتبر التمويل الأصغر أداة مهمة لتحقيق المشاريع الخاصة التي تساهم في التنمية الاقتصادية وزيادة الإنتاج والتصنيع.
3. يساهم التمويل الأصغر الإسلامي في زيادة الطلب على السلع والخدمات الأخرى، فمن خلال تمويل الأفراد والأسر لإنجاز المشاريع الصغيرة يجعل لديهم دخل يساهم ذلك في زيادة طلبهم على باقي السلع والخدمات.
4. يساهم التمويل الأصغر الإسلامي في خلق قاعدة عريضة وواسعة من فرص العمل، من خلال تنويع المشاريع المطروحة وبالتالي تخفيف معدلات البطالة.

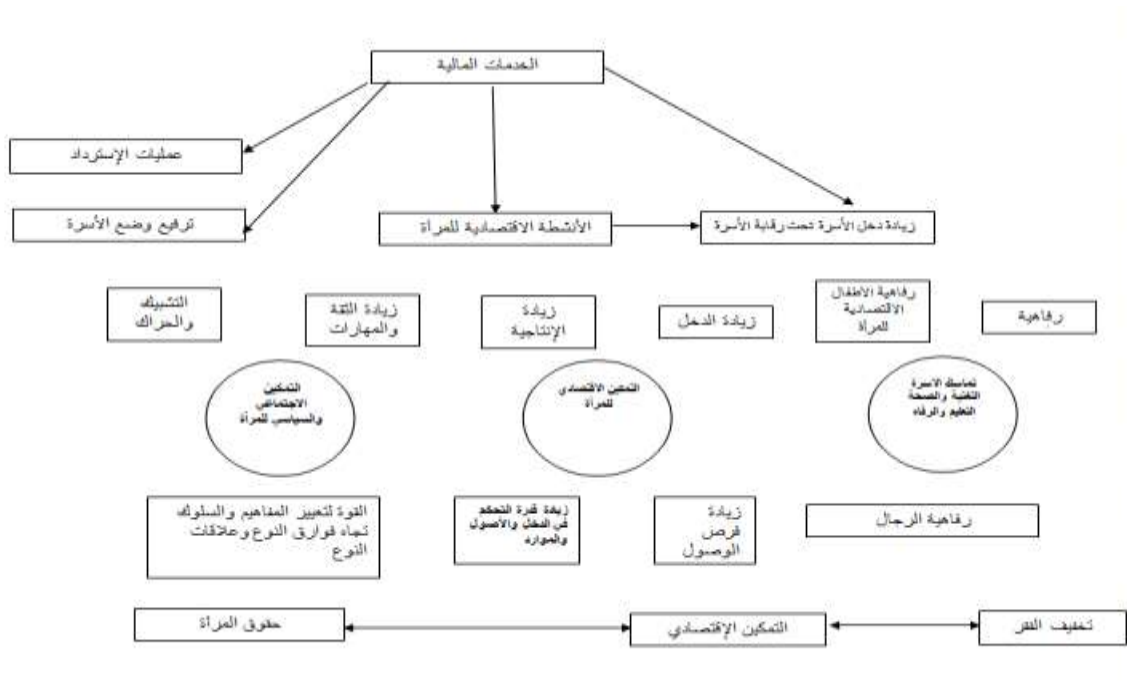
تأثير التمويل الأصغر على المرأة:

نجد أن للتمويل الأصغر دور هام جدا في التغيير لدى النساء وهناك عدد من الأدلة والتي يمكن تصنيفها وفقاً للآتي:

1. الأدلة القوية على تأثير التمويل الأصغر على النساء:
 - النساء في التمويل الأصغر يدعمن النساء الأخريات في حالة عدم تمكنهن من السداد.
 - تم رصد وجود زيادة في معدلات الادخار للنساء المتعاملات مع التمويل الأصغر.
 - زيادة ثقة وإصرار النساء الفقيرات في تغيير المستوى المعيشي إلى الأحسن.

- اكتسبت النساء إحترام كبير داخل البيوت.
 - زادت قدرات النساء في الحصول على خدمات الإقراض والادخار خاصة للنساء الفقيرات.
 - هناك تطور كبير في عملية الثقة بالنفس وتحقيق الذات.
 - 2. الأدلة الجزئية للأثر الاجتماعي للتمويل الأصغر:
 - المشاركة في القرارات الاجتماعية التي تمس المرأة والأسرة.
 - تعلم النساء عن أمور خارج نطاق الأسرة والمجتمع المحلي مثل الذهاب للبنوك والأسواق.
 - الانعتاق من الإغراق في الديون من الإئتمان التجاري والتقليدي بسبب إحتياجات الأسرة الملحة.
 - زيادة قدرة النساء للوصول إلى خدمات الإقراض والادخار مما قلل من الزمن والجهد والتكاليف التي يمكن أن تبذل في الحصول على هذه الخدمات.
 - إحترام ودعم أكبر للزوجات من قبل الأزواج وتغيير سلوك الرجال تجاه النساء.
 - رضا أعضاء الأسرة أن التمويل الأصغر يدعم النساء والأسر الفقيرة.
 - تحسين الدخل لدى النساء ووجود فرصة لإمتلاكهنّ الأصول والممتلكات.
 - 3. الأدلة الواضحة المتوقعة للتمويل الأصغر:
 - دور النساء الواضح في إتخاذ القرارات وسط المجتمعات.
 - تحسن الأمن الغذائي للنساء والأسر الفقيرة.
 - زيادة معدلات ذهاب الأطفال من الأولاد والبنات للمدارس.
 - زيادة معدلات صرف الأسر على تحسين بيئة السكن للنساء والأسر الفقيرة.
 - الزيادات
 - الواسعة لفرص الحصول على الأصول والممتلكات من قبل النساء.
- التحديات التي تقابل المرأة بعد حصولها على خدمات التمويل:**
- رغم الإعتراف بأن التمويل الأصغر قد أثبت أنه أحد أهم استراتيجيات التخفيف من حدة الفقر والتأثير الإيجابي في الجهود الرامية لتمكين المرأة وإنصافهنّ إلا أن هنالك أعباء إضافية وتحديات تواجه هذه التطورات:
1. يستهدف التمويل الأصغر الفقراء الناشطين اقتصادياً وهذا التعريف يحدد مستوى النساء اللاتي لديهن الحق في الحصول على قروض صغرى والاتي لديهن القليل من الممتلكات.
 2. العملية الائتمانية تزيد نسبة الديون والالتزامات لتصبح عامل ضاغط على حجم الأصول وبالتالي يتغير المركز المالي للمرأة الفقيرة إلى ميزان سالب بسبب المطالبات المتكررة لسداد المديونيات.
 3. دخول المرأة في التمويل الأصغر والتزامها بسداد يزيد من أعباء المرأة اقتصادياً.

4. النساء الأكثر فقراً قد لا يستطعن التمكن من دفع الأقساط على نسق منتظم حسب ما تتطلبه نظم إدارة العمليات بمؤسسات التمويل الأصغر مما يعرض الكثيرات لعدم القدرة في الحصول على قروض كنتيجة لفشل هذه المؤسسات في تصميم وإطلاق منتجات تناسب وطبيعة التدفقات النقدية لهؤلاء النسوة



(شكل يوضح الخدمات المالية، المصدر: من إعداد الباحثة)

برنامج التحول الوطني 2030 (برنامج التحول الوطني، 2030):

يهدف برنامج التحول الوطني إلى تحقيق التميز في الأداء الحكومي، وتعزيز الممكّنات الاقتصادية، والإرتقاء بمستوى الخدمات المعيشية، وذلك من خلال تسريع وتيرة تنفيذ مشاريع البنية التحتية الأساسية والرقمية.

الأهداف:

- تمكين فئات المجتمع من دخول سوق العمل ورفع جاذبيته.
- زيادة مشاركة المرأة في سوق العمل.
- تمكين اندماج ذوي الإعاقة في سوق العمل.
- تطوير قطاع التجزئة.
- زيادة مساهمة الأسر المنتجة في الإقتصاد.
- تسهيل ممارسة الأعمال.
- دعم نمو القطاع غير الربحي.
- تمكين المواطنين من خلال منظومة الخدمات الاجتماعية.

أهداف التنمية المستدامة 2016-2030:

أهداف التنمية المستدامة (SDGs)، وتسمى أيضاً الأهداف العالمية وجدول أعمال 2030، تم وضع أهداف التنمية المستدامة كأهداف تتعلق بمستقبل التنمية العالمية. وقد وضعتها الأمم المتحدة وروجت لها كأهداف عالمية للتنمية المستدامة وهي عبارة عن مجموعة من 17 هدفاً وضعت من قِبل منظمة الأمم المتحدة، و169 غاية محددة وقد تم التركيز على التقليل من حدة الفقر، وبناء على ما جاء من نتائج للجهود لتحقيق أهداف الألفية الإنمائية تجيء أهداف التنمية المستدامة 2016-2030 كما يلي:

1. لا للفقر: إنهاء الفقر بكل أشكاله في كل مكان.
2. لا للجوع: إنهاء الجوع، تحقيق الأمن الغذائي وتحسين الغذاء وتعزيز الزراعة المستدامة.
3. صحة جيدة: ضمان حياة صحية وتعزيز الرفاهية للجميع.
4. تعليم ذو جودة: ضمان تعليم ذا جودة شامل وتعزيز الرفاه للجميع.
5. المساواة بين الجنسين: تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين جميع النساء والفتيات.
6. مياه نظيفة وصحية: ضمان الوفرة والإدارة المستدامة للمياه والصحة للجميع.
7. طاقة متجددة وبأسعار معقولة: ضمان الحصول على الطاقة الحديثة بأسعار معقولة والتي يمكن الاعتماد عليها والمستدامة للجميع.
8. وظائف جيدة واقتصاد يعزز النمو الاقتصادي النامي والشامل والمستدام والتوظيف الكامل والمنتج بالإضافة الى عمل لائق للجميع.
9. بنية تحتية مبتكرة وجيدة: بناء بنية تحتية مرنة وتعزيز التصنيع الشامل والمستدام وتعزيز الابتكار.
10. تقليل عدم المساواة: تقليل عدم المساواة في داخل الدول وما بين الدول وبعضها البعض.
11. المدن والمجتمعات المستدامة: جعل المدن والمستوطنات الإنسانية شاملة وأمنة ومرنة ومستدامة.
12. الاستخدام المسئول للموارد: ضمان الاستهلاك المستدام وأنماط للإنتاج.
13. التحرك بسبب المناخ: التصرف العاجل لمكافحة التغير المناخي وتأثيراته.
14. المحيطات المستدامة: الاستخدام المحافظ والمستدام للمحيطات والبحار والموارد البحرية للتنمية المستدامة.
15. الاستخدام المستدام للأرض: حماية وإستعادة وتعزيز الاستخدام المستدام للنظم الإيكولوجية الأرضية، إدارة الغابات بصورة مستدامة ومكافحة التصحر ووقف تدهور الأراضي وإستعادتها ووقف فقدان التنوع البيولوجي.
16. السلام والعدالة: تعزيز الجمعيات المسالمة والشاملة للتنمية المستدامة وتوفير الحصول على العدالة للجميع وبناء مؤسسات فعالة وقابلة للمحاسبة وشاملة على كافة المستويات.
17. الشراكة من أجل التنمية المستدامة: تقوية وسائل تنفيذ وإعادة تنشيط الشراكة العالمية للتنمية المستدامة.

مراكز الأحياء المتعلمة

تعريف جمعية مراكز الأحياء (زمزمي، 2019):

هي جمعية تهدف إلى تحقيق التواصل الاجتماعي، وتقوية العلاقات الأخوية بين أفراد الحي وتوظيف طاقاتهم فيما يعود بالنفع على الفرد والأسرة والمجتمع.

تعريف مركز الحي:

هو المكان الذي يمكن لكل فرد في الحي أن يشارك في أنشطته وبرامجه والإفادة منه بحسب ميوله وهواياته، وأن يوظف تلك المشاركة للارتقاء بمستوى الحي والعلاقات الاجتماعية فيه.

الرسالة:

رسالة مراكز الأحياء المتعلمة هي: تكوين علاقة إيجابية بين الفرد ومحيطه الذي يعيش فيه، وتشجيع مشاركة السكان في جهود تنمية المدن وتطويرها، والمحافظة على مكتسباتها ومنجزاتها.

الأهداف (الدليل التنظيمي لتعليم الكبار، 1440):

1. إحياء دور التواصل الاجتماعي والعلاقات الإيجابية بين أفراد المجتمع.
2. تعزيز القيم والمبادئ الإسلامية، وتنمية الوعي الاجتماعي والثقافي والأخلاقي بين أفراد الحي والمجتمع.
3. المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية والظواهر السلبية في نطاق الحي.
4. توظيف الطاقات والقدرات في تطوير الحي وخدمة أفرادها.
5. تنمية المهارات والعناية بالموهب المختلفة لأفراد المجتمع.
6. استثمار أوقات الفراغ فيما يعود بالنفع على الفرد والمجتمع.
7. تمكين الشباب من النهوض بمستواهم الثقافي والصحي والاجتماعي والاقتصادي، واكسابهم المهارات التي تؤهلهم لسوق العمل.
8. تأهيل المرأة لسوق العمل، وتزويدها بالمهارات اللازمة للوصول الى اكتفائها اقتصادياً
9. إثراء ثقافة العمل المرأة التي تتضمن الحرص على قيم العمل والمحافظة على معداته وتجهيزاته.
10. الاهتمام برعاية الأمومة والطفولة المبكرة من خلال البرامج التدريبية والتوعوية.

الهيكل التنظيمي



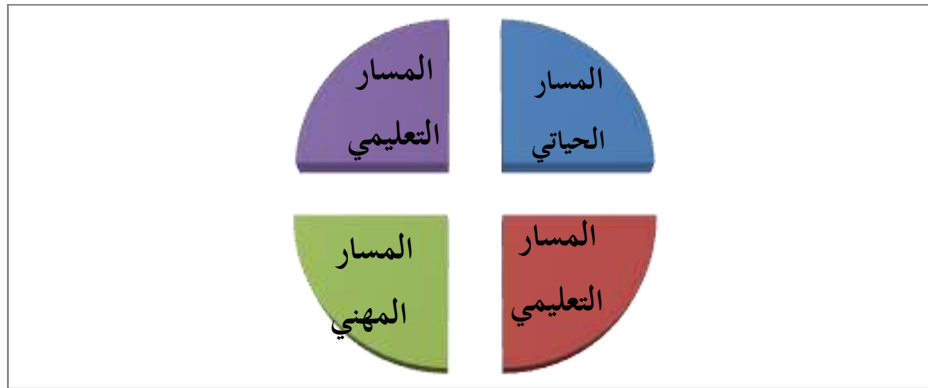
مراكز الأحياء المتعلمة بمنطقة الجوف:

بدأت مراكز الأحياء المتعلمة عام 1434 هـ بمركزين وفي عام 1437 هـ أصبحت 4 مراكز أحياء متعلمة ثم في العام 1438 هـ أصبحت 7 مراكز وحافظت على هذا العدد إلى هذا العام. رسم تخطيطي يحدد مواقع الأحياء المتعلمة بمنطقة الجوف:



مشروعات مراكز الأحياء المتعلمة (المصدر: التقرير الختامي للأحياء المتعلمة، 1441 هـ)

المسارات الدراسية المنفذة بمراكز الأحياء:



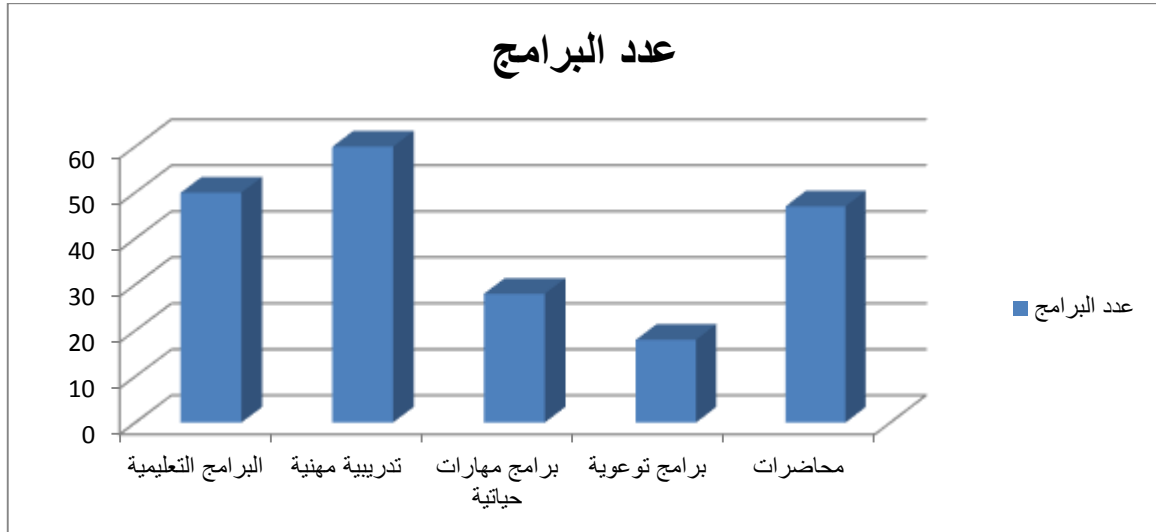
تفصيل المسارات الدراسية:

اسم البرنامج	المجال
تعزيز القراءة والكتابة	البرامج التعليمية
اللغة الإنجليزية	
مبادئ الحاسب	
البريد الإلكتروني ونماذج قوئل	
الحاسب بالأعمال المكتبية	
تطبيق iMovie	
تصميم الفيديو	
صناعة الأفلام	برامج تدريبية مهنية
إدارة المناسبات	

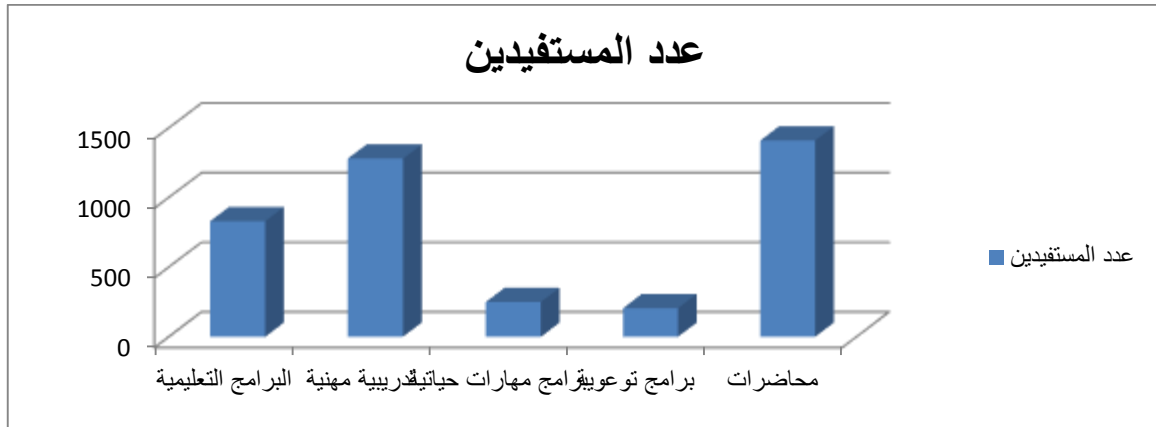
فن الديكوباج	
صناعة السدو	
فن طي الورق	
فن الكروشيه	
حرف يدوية	
فن التجميل	
الفن التشكيلي	
فن الإكثيت	
تصميم الأزياء	
إعداد البوفيهات	
فن التصوير	
صيانة الحاسب	
صناعة الحلويات	
تنسيق الورود والهدايا	
صناعة الصابون والعطور	
أنماط الشخصية	برامج مهارات حياتية
إدارة الوقت	
تقدير الذات	
لون حياتك	برامج مهارات حياتية
فن حل المشكلات	
مهارات الاتصال الفعال	
فن التحفيز	
التعاون وفرق العمل	
السوق الإلكتروني	
الطب البديل	
السكرتارية	
مهارات التفكير الناقد	
الإسعافات الأولية	برامج توعوية
التعامل مع مرض السكري	
التراث الشعبي	

اليوم الوطني	المحاضرات
التوعية بمرض سرطان الثدي	
صلاتي حياتي	
القرآن في القلوب	
الوعي الصحي	
حسن الخلق	
الإستعداد لرمضان	
تربية الأبناء	

إحصائية عدد البرامج المنفذة



إحصائية بعدد المستفيدين من برامج الحي المتعلم



2.2. الدراسات السابقة

1. دراسة جامع (2016) تناولت الدراسة تقييم الأداء الاجتماعي وقياس الأثر لمؤسسة التنمية الاجتماعية وهدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار التي جاءت بها جهود المؤسسة خلال عشرة أعوام من أداؤها في برامج التمويل الأصغر وقياس أداؤها تجاه مستفيديها، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتتبع تطور الأداء وقياس الأثر، كما تم استخدام برنامج الحزم الاقتصادية SPSS، خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها وجود أثر حقيقي لجمعيات الإئتمان والادخار في قضايا التنمية وتخفيف حدة الفقر، وكذلك انخفاض قيمة القروض ودفع أرباح مرتفعة مع عدم كفاية خدمات التدريب كما أن الإناث أكثر رغبة مع الإستمرار مع المؤسسة بينما الرجال أكثر تعثراً في السداد. كما قدمت الدراسة عدد من التوصيات منها السعي لإستقطاب المزيد من الدعم المالي وتوفير بدائل مالية، ومراجعة بعض الجوانب الفنية للمشروعات مع منح إهتمام أكبر لبرامج التدريب ورفع القدرات للعملاء خاصة النساء، زيادة عدد ضباط الإئتمان العاملين في تنفيذ المشروعات.
2. دراسة البكر، العبداني (2018) تناولت الدراسة تحديات سوق العمل السعودي. تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على مشكلة البطالة في المملكة العربية السعودية وما أدت إليه من تحديات حقيقية في سوق العمل كما هدفت إلى البحث في أثر الإنفاق الإستهلاكي والاستثماري تحديداً في مستويات البطالة في المملكة. تم استخدام الأساليب القياسية الحديثة القائمة على تحليل السلاسل الزمنية واختير التكامل المشترك باستخدام نموذج الإنحدار الذاتي لفترة الإبطاء الموزعة (ARDL)؛ لمعرفة أيهما (الإستهلاك الخاص والإستثمار الخاص، معدل البطالة للإناث وتشير النتائج الإنحدار إلى وجود علاقة موجبة بين مستوى توظيف السعوديين وبين الإنفاق الإستهلاكي الخاص في حين تؤدي الزيادة في الإنفاق الإستثماري الخاص إلى إنخفاض مستوى البطالة بين السعوديين كما أن ارتفاع مستوى التوظيف بين السعوديات ذو تأثير محدود وغير معنوي إحصائياً في مستوى توظيف السعوديين. كما أوصت الدراسة بالتركيز على توجيه الإستثمارات ذات التقنية العالية أو المتوسطة في الفترة القادمة خاصة المحفزة منها لجذب السعوديين ربما يكون الخيار الأمثل لعودة معدلات البطالة إلى المستويات الطبيعية في المملكة مع ضرورة إعادة هيكلة مخرجات التعليم في جانب العرض حتى تتوازي قوى سوق العمل بين العرض والطلب.
3. دراسة الطريف (2013) هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات تمكين المرأة السعودية والتي تتمثل في المعوقات الذاتية والمعوقات المجتمعية والمعوقات المؤسسية والتنظيمية التي تعيق تمكين المرأة السعودية في سوق العمل، تم إختيار استبانة الدراسة وتطبيقها على عينة عشوائية واستخدام المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت لدراسة إلى المعوقات الذاتية المرتبطة بتمكين المرأة في سوق العمل تمثلت بضعف الوعي الاجتماعي بأهمية دور المرأة في التنمية وإضافة إلى الضغوط النفسية التي تواجهها المرأة في الإلتحاق بالأعمال الغير تقليدية، ثم عدم قدرة المرأة على اتخاذ قرار الإلتحاق ببعض الأعمال كما بينت الدراسة أن بعض العادات والتقاليد تحد من إلتحاق المرأة بكثير من المهن كما ترفض أغلب الأسر السماح بالعمل في الأعمال التي فيها اختلاط بين الجنسين كما أن طول ساعات العمل يحرم المرأة من الإهتمام بأسرتها كما اتضح أن انخفاض مستوى الأجور المقدم في القطاع الخاص يعيق من تمكين المرأة في سوق العمل إضافة الى عدم توفر المعلومات بسهولة وبدرجة كافية لإحتياجات سوق العمل. أوصت الدراسة بأهمية معالجة المعوقات التي تواجه تمكين المرأة في سوق العمل وذلك من خلال تضافر الجهود بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص بتحقيق نتيجة

إيجابية من أجل الوصول الى مشاركة حقيقية وفعالة وذلك من خلال الدراسة والعمل المستمر على تغيير نظرة المجتمع لبعض المهن.

4. دراسة بحوصي وآخرون (2016) هدفت الدراسة الكشف عن معوقات التمويل التي تتعرض لها المشروعات الصغيرة والمتوسطة والبحث عن أنجع السبل لمواجهتها والتي على رأسها التمويل الإسلامي الأصغر والى أي مدى يمكن أن يساهم التمويل الأصغر في توفير التمويل اللازم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لضمان استمرارها ونموها، توصلت الورقة الى عدد من النتائج: منها مساعدة التمويل الأصغر في دفع عجلة النمو وخلق الوظائف وخفض الفقر كما يشارك في تحمل المخاطر وان التمويل الصغر في الجزائر يعاني من معوقات أهمها غياب وضعف التمويل الإسلامي والتجربة السودانية تعتبر من أفضل التجارب الرائدة في التمويل الأصغر السوداني وبنك الادخار وبنك الأسرة. أوصت الدراسة بضرورة شعور البنوك الإسلامية بمسئوليتها تجاه المجتمع مع تبني استراتيجية للتمويل الأصغر الإسلامي للمشروعات الإنتاجية التي تخلق فرص للعمل وتحقق قيم مضافة، ضرورة تعاون الأطراف الثلاثة الحكومات والبنوك الإسلامية والمشروعات الصغيرة لوضع برامج متكاملة لتمويل المشروعات بأفضل الصيغ والأساليب التمويلية المتاحة.

3. منهجية البحث

1.3. منهج الدراسة:

إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

2.3. مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي تسعى الدراسة أن تعمم عليها النتائج حيث ضم مجتمع الدراسة الدارسات في البرامج المهنية بمراكز الأحياء واللاتي افتتحن مشاريع للأعوام 1437 هـ - 1441 هـ والبالغ عددهن (123) تم اختيار مفردات البحث من مجتمع الدراسة عن طريق العينة العشوائية بلغت (35).

3.3. أداة الدراسة:

تتمثل أداة جمع البيانات التي تعتمد عليها الدراسة في الحصول على البيانات الأولية على قائمة استقصاء تم إعدادها وتطويرها بناء على الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها في بناء الإستبانة وصياغتها.

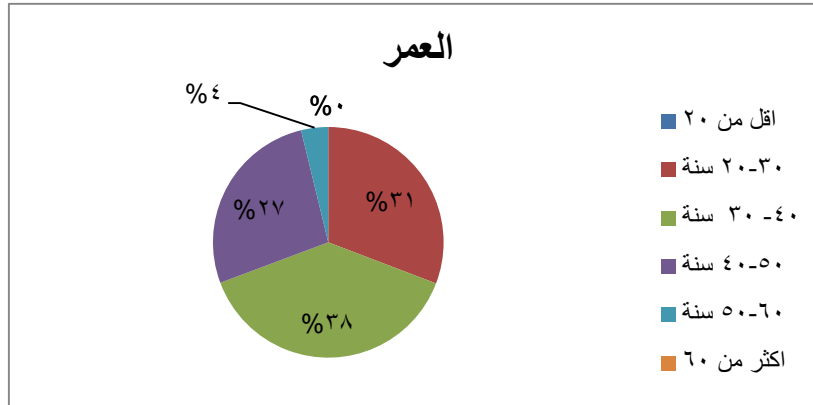
4.3. أساليب الإحصاء الوصفي:

وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال:

1. التوزيع التكراري لعبارات فقرة الاستبيان وذلك للتعرف على التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على أسئلة الدراسة.
2. عرض وتحليل بيانات الدراسة.

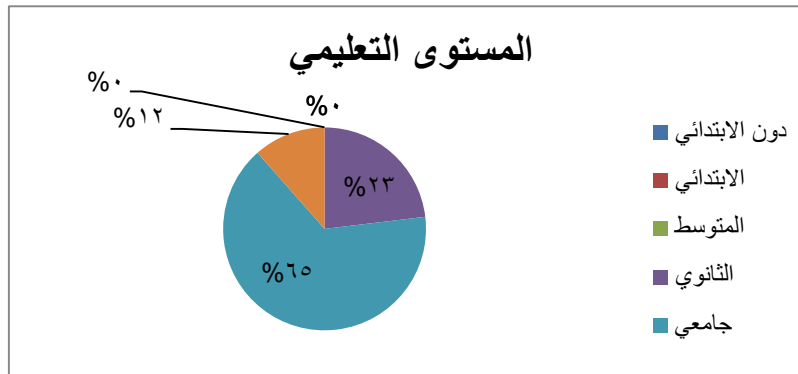
4. عرض وتحليل البيانات

شكل 1/4: العمر



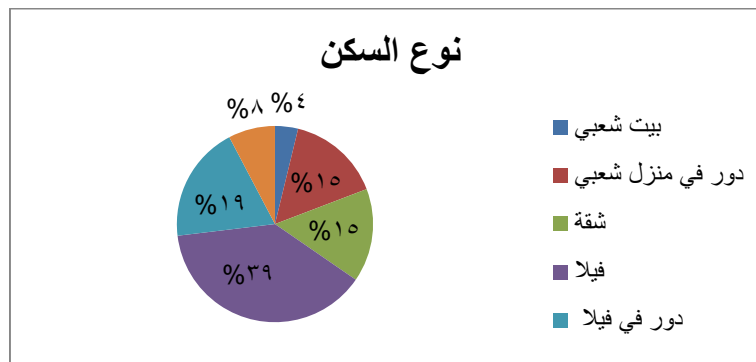
يشير الرسم إلى أن أغلب الفئات 20-40 سنة وذلك بنسبة (69%) ويجيء ذلك نتيجة للتأثير المباشر لبرنامج التحول الوطني الذي يستهدف الشباب بصفته العمود الفقري للمملكة بنسبتهم العالية في المجتمع التي أكدت دراسات إحصائية أنهم يشكلون 70% من عدد السكان، يلي ذلك الفئة العمرية من 40-50 سنة وذلك بنسبة (27%).

شكل 2/4: المستوى التعليمي



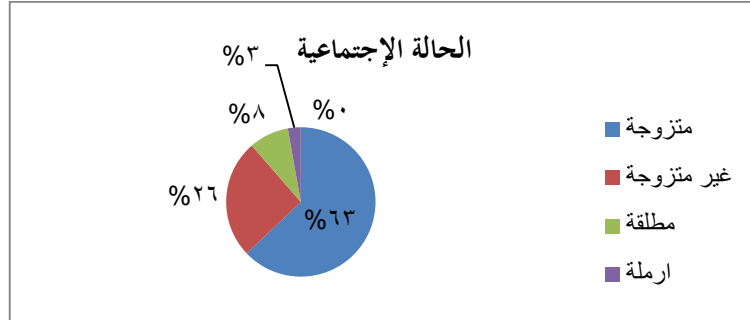
المستوى التعليمي للدارسات اللاتي شملتهم العينة تمثل فئة خريجي الجامعات والتعليم فوق الجامعي بنسبة (77%) تليها حملة الشهادة الثانوية بنسبة (23%) ومن الملاحظ مع معايير القبول في مراكز الحي المتعلم خلت العينة من مؤهل الشهادة الابتدائية والمتوسطة والأميات، بالرغم من مشاركتهم بنسب عالية في برامج مراكز الأحياء.

شكل 3/4: نوع السكن



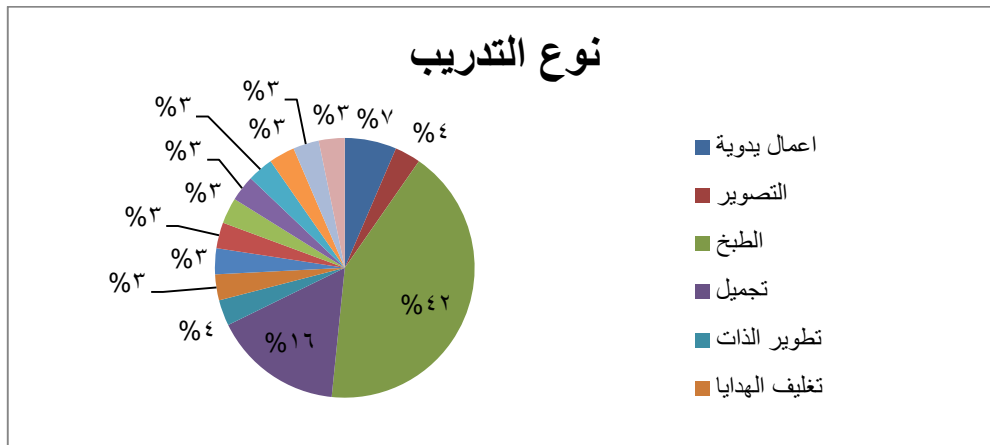
من خلال الرسم أعلاه نجد أن نسبة (39%) يسكن في فيلا، بينما (19%) يسكن في دور في فيلا، و(15%) يسكن في شقة، بينما اللاتي يسكن في منازل شعبية (19%)، و(8%) من رائدات الأعمال كانت إجابتهن أخرى حسب الاستبيان وهذا يؤكد على أن مراكز الأحياء تهدف إلى تحقيق التواصل الاجتماعي، وتقوية العلاقات الأخوية بين أفراد الحي بمختلف الطبقات.

شكل 4/4: الحالة الاجتماعية



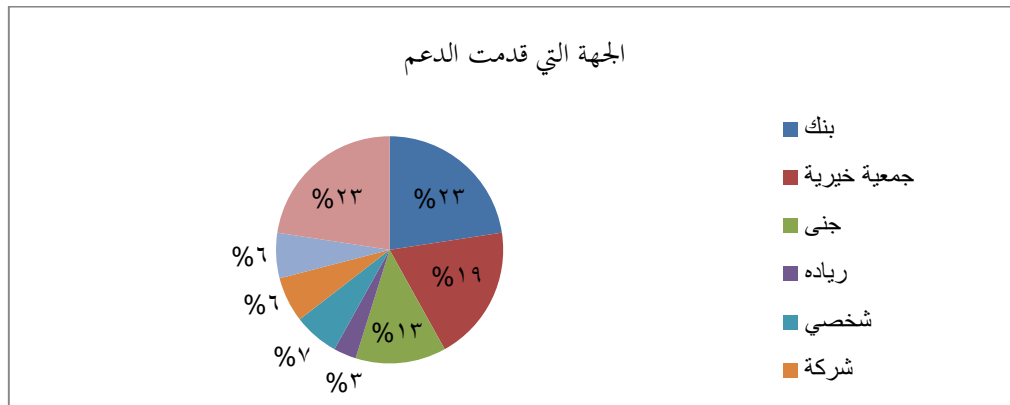
غالبية دارسات مراكز الأحياء أنهن متزوجات بنسبة (63%)، يلي ذلك الغير متزوجات (26%) وبقية الفئات بنسب ضعيفة المطلقات (8%) والأرامل (3%)

شكل 5/4: نوع التدريب



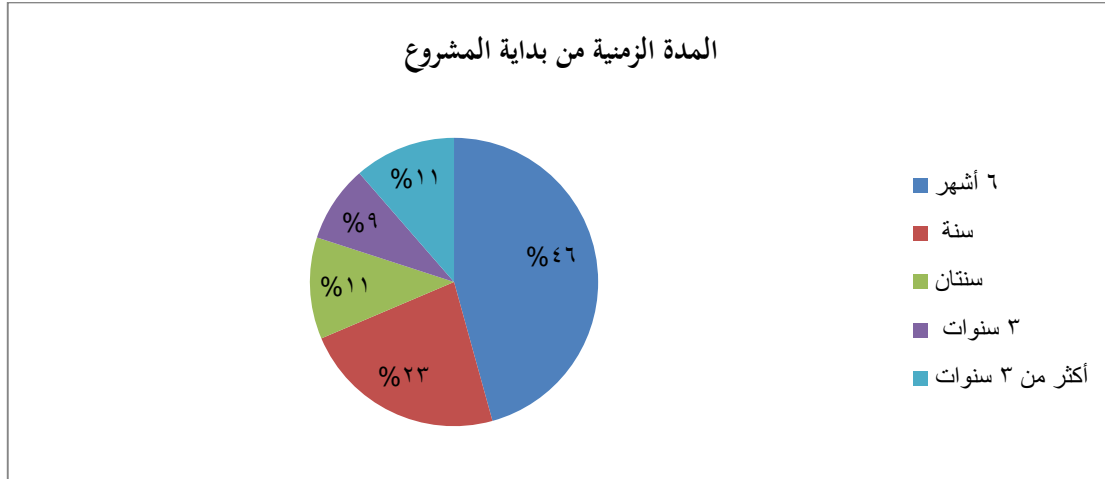
من الشكل البياني تلاحظ أن أعمال الطبخ مثلت نسبة (42%)، تليها التجميل بنسبة (16%) تليها الأعمال اليدوية بنسبة (7%)، بينما التصوير بنسبة (4%) بينما حصلت على نسبة (3%) كل من (تغليف الهدايا، تطوير الذات، دورات تقنية وريادة أعمال صناعة الصابون، زراعة نباتات زينة)

شكل 6/4: الجهة الداعمة



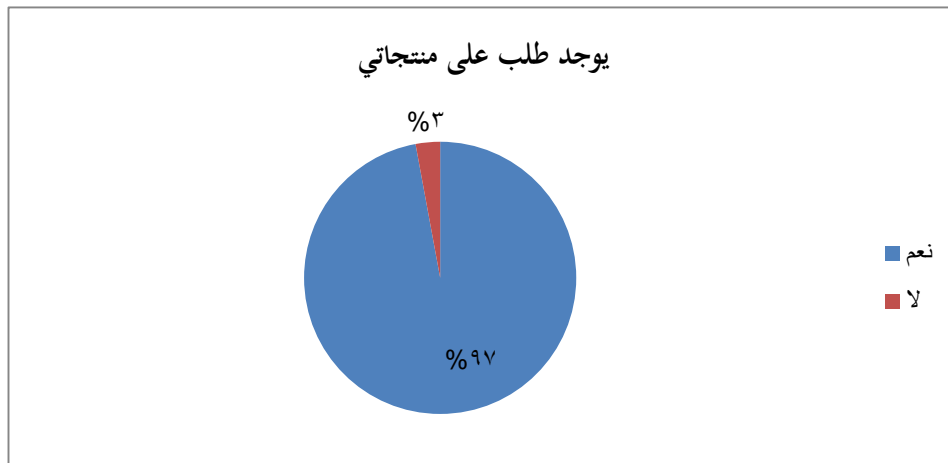
وجد أن (23%) من الرائدات تحصلن على التمويل من البنوك، بينما (19%) من جمعيات خيرية وكانت تمويل جنى بنسبة (13%) وحصلنا (3%) من ريادة وكان التمويل الشخصي بنسبة (7%) وتمويل الشركات بنسبة (6%) والتمويل من إدارة الحي المتعلم (6%) و(23%) قدم لهنّ التمويل من جهات أخرى.

شكل 7/4: المدة الزمنية من بداية المشروع



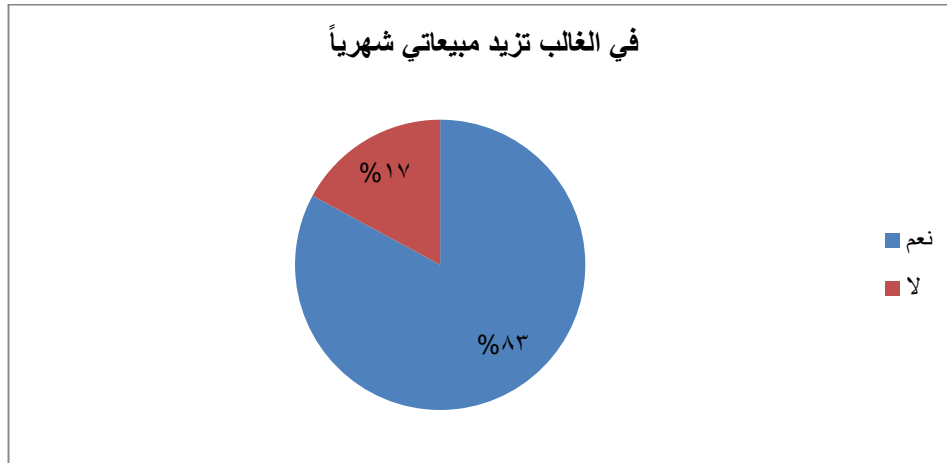
الدارسات اللاتي تقل مدتهنّ الزمنية من بداية المشروع (عن العامين) يمثلنّ (80%) وهذه الفترة تعتبر فترة التوسع والإزدهار لعمل مراكز الأحياء، كما أن هنالك نسبة (9%) 3 سنوات، بينما هنالك (11%) أكثر من 3 سنوات.

شكل 8/4: الطلب على المنتجات



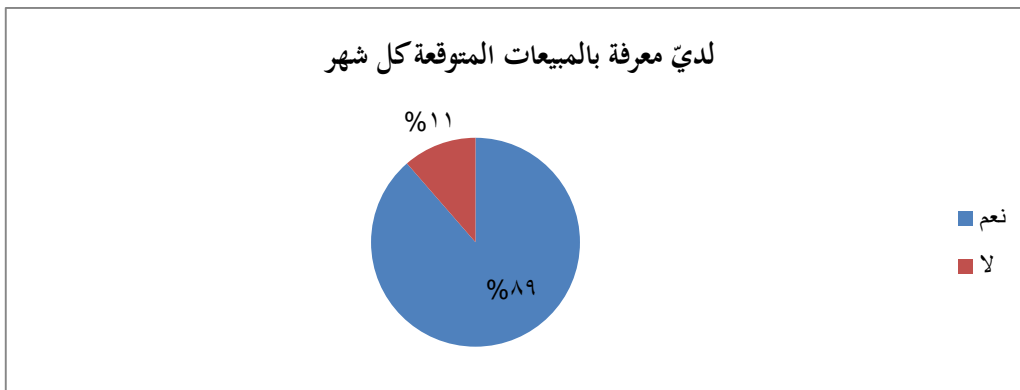
من أهم مؤشرات نجاح البرامج المهنية وجود طلب على المنتجات الخاصة بالمستفيدات حيث حققت نسبة الطلب على المبيعات (97%) وهذا يعني وجود فرص في سوق العمل السعودي بمنطقة الجوف.

شكل 9/4: الزيادة في المبيعات



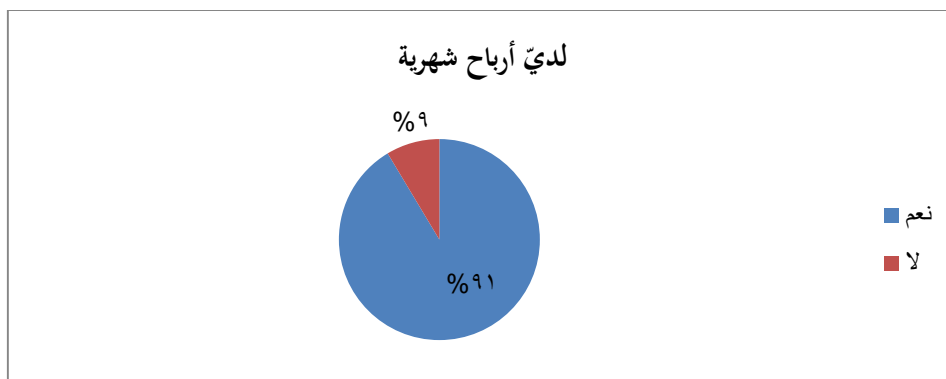
من خلال زيادة المبيعات الشهرية لمنتجات دارسات مراكز الأحياء بنسبة (83%) هذا يعني بأن هنالك إستفادة من برامج المهارات الحياتية (مهارات الاتصال الفعال والتعاون وفرق العمل وإدارة الوقت وغيره من البرامج) وقد عرف كوتلر المنتج (ليس منتجاً مالم يباع، خلاف ذلك سيكون مجرد قطعة في متحف)

شكل 10/4: المبيعات المتوقعة الشهرية



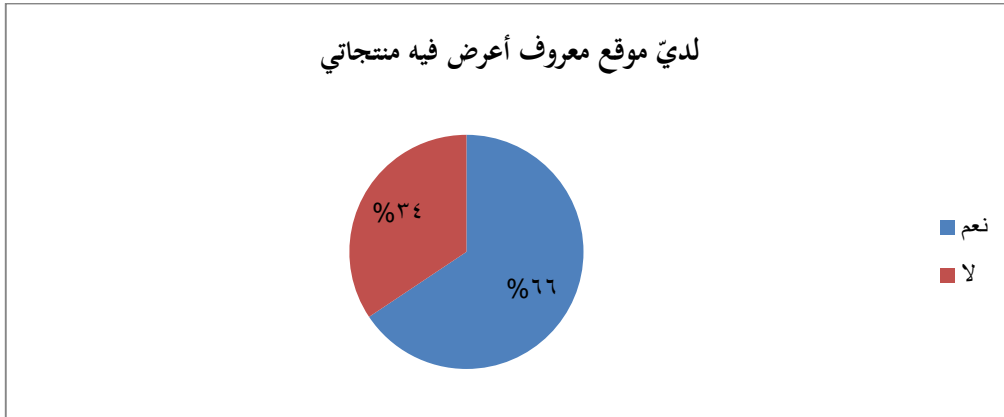
بلغت نسبة الدارسات اللاتي لديهنّ معرفة بالمبيعات المتوقعة كل شهر نسبة (89%) ويدل ذلك على جودة البرامج التدريبية ووضوح دراسة الجدوى التسويقية التي تعتمد بصفة عامة على الطلب والعرض على كل من سوقي المدخلات والمخرجات.

شكل 11/4: الأرباح الشهرية



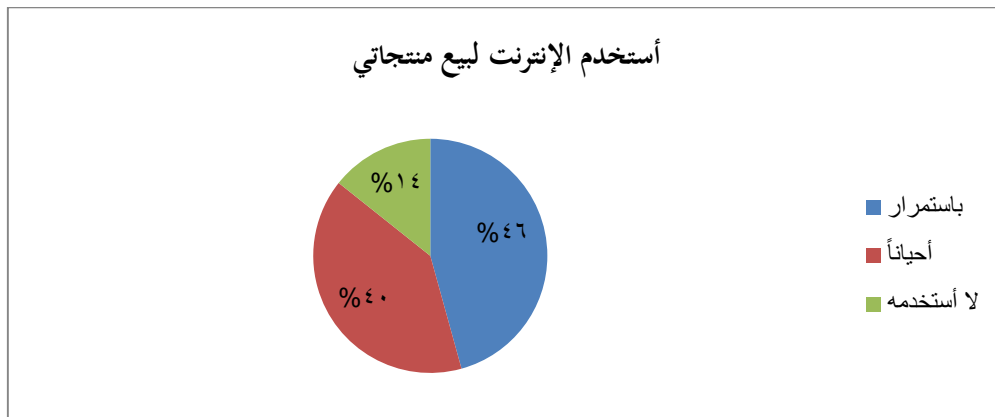
تؤكد الإجابة على وجود أرباح شهرية بنسبة (91%) قوة وجودة دراسة الجدوى والتي تتكون من مجموعة من الدراسات العلمية لاكتشاف كل الجوانب المتعلقة بالمشروع وللأهمية تتكون دراسة الجدوى من (الجدوى الفنية، الجدوى التسويقية، الجدوى المالية والتمويلية، الجدوى الاقتصادية، الجدوى الاجتماعية، الجدوى القانونية، تأثير المشروع على عوامل البيئة المحيطة).

شكل 12/4: مكان عرض المنتجات



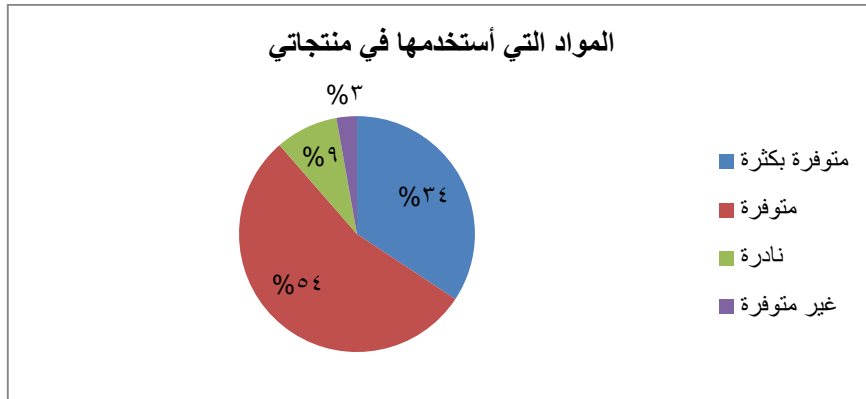
بلغت نسبة الدراسات اللاتي لديهن موقع تعرض فيه منتجاتها نسبة (66%) كما بلغت نسبة اللاتي ليس لديهن موقع (34%). وجود أسواق جغرافية محددة لعرض منتجات رائدات الأعمال مهم جداً. من خلال الشكل البياني اتضح بأن هنالك نسبة كبيرة من النساء لا يوجد لهن أماكن لبيع المنتجات وهذا يؤثر بصورة كبيرة على إثراء ثقافة العمل لدى المرأة ونحتاج أسواق لحمايتهن. رؤوس الأموال ضحايا لهم.

شكل 13/4: استخدام الإنترنت في التسويق



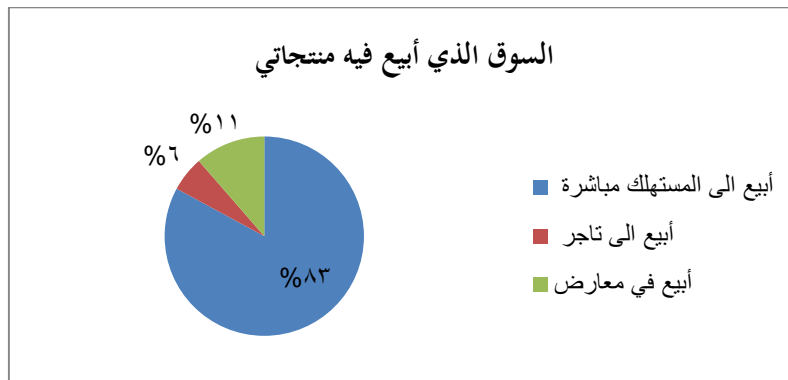
بلغت نسبة اللاتي يستخدمن الإنترنت بصورة مستمرة ومتقطعة (86%) ويدل ذلك على استفادتهن من برنامج السوق الإلكتروني والبرامج التعليمية الأخرى ومواكبتهن لسوق العمل ومهارات القرن الواحد والعشرين.

شكل 14/4: المواد المستخدمة في المنتجات



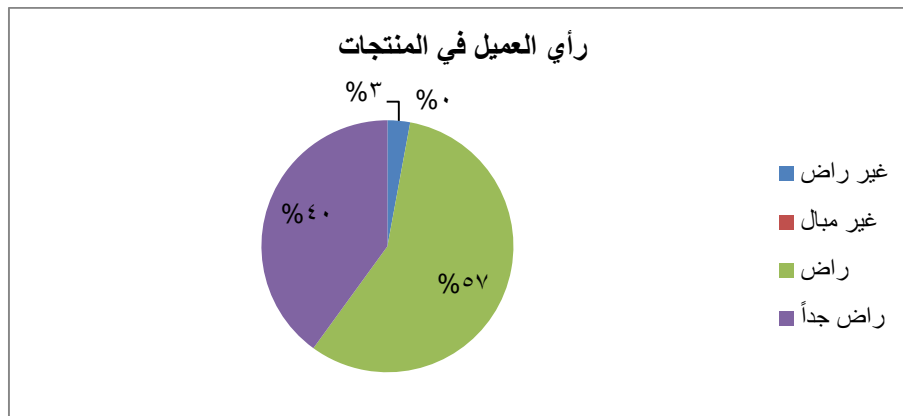
تعتبر نسبة المواد التي تستخدم في منتجات مشروعات مراكز الأحياء المتوفرة بكثرة والمتوفرة (88%) وهي تعتبر نسبة ممتازة تؤمن مدخلات الإنتاج للمشروعات وتحقق ضمان لاستدامة المشروعات واستقرار تكلفة الإنتاج.

شكل 15/4: السوق



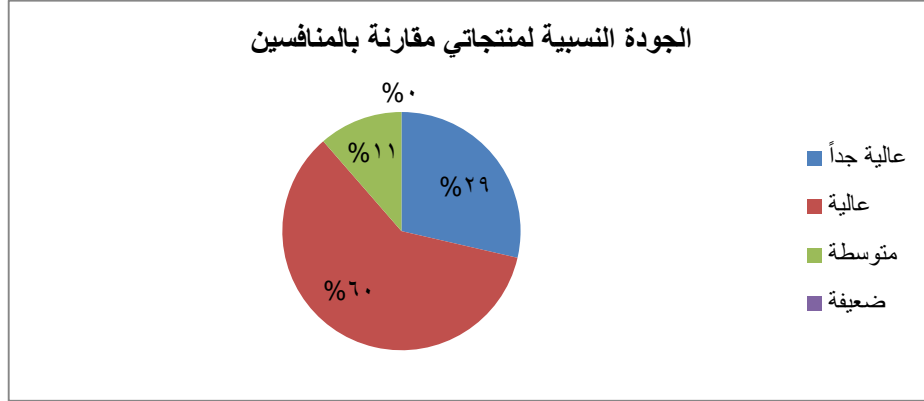
(83%) نسبة البيع للمستهلك مباشرة وهي ميزة نسبية لتعظيم هامش الربح، والتعرف على آراء المستهلك حول المنتج من حيث جودته وسعره وفتح فرص لتطوير المنتج وهو ما سيسهم في تمكين المشروع من اكتساب حصص جديدة في السوق المستهدف كما بلغت نسبة البيع عبر وسطاء (17%).

شكل 16/4: رأي العميل في المنتجات



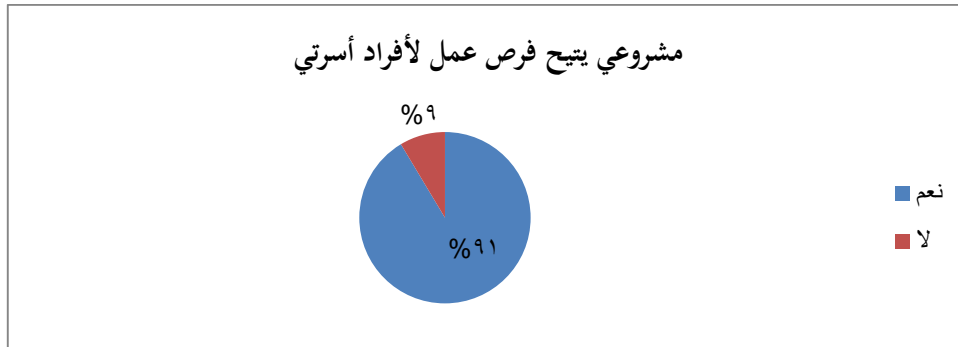
بلغت نسبة راضٍ وراضٍ جداً (97%) وهي نسبة عالية جداً وهو مؤشر لشراء العميل مرة أخرى للمنتجات، وكما عُرف التسويق بأنه فن إيجاد العملاء والمحافظة عليهم وتنميتهم، أفضل طريقة للترويج هي رضا العميل.

شكل 17/4: الجودة النسبية للمنتجات



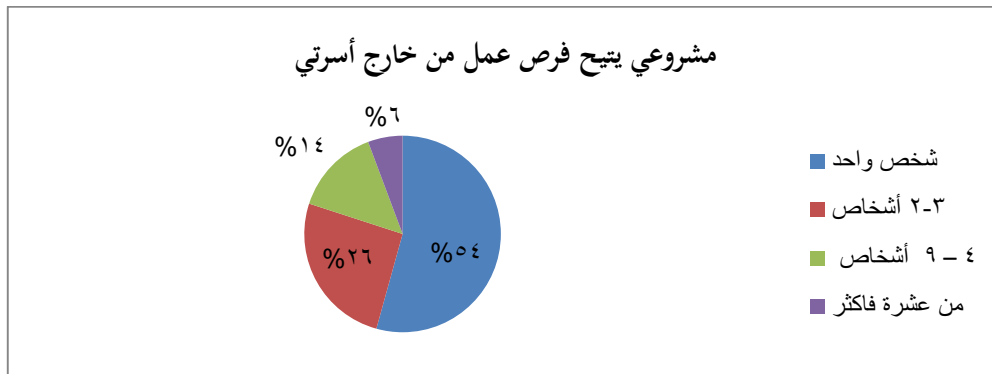
بلغت نسبة الجودة العالية والعالية جداً (89%) ممتازة وتدل على جودة المناهج وجودة المعلم، بينما بلغت الجودة المتوسطة (11%) ويتفق كل الناس على أن الجودة المتدنية شيء سيء بالنسبة لأي منتج، العملاء الذين احترقوا من الجودة الرديئة لن يعودوا للشراء مرة أخرى وسيتحدثون عن منتجاتنا بالسوء.

شكل 18/4: فرص العمل لأفراد الأسرة



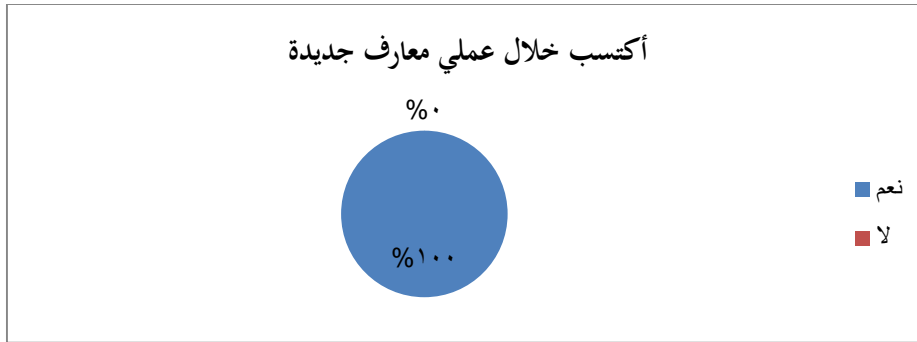
نجد أن مشروعات مراكز الأحياء من خلال الرسم البياني عملت على إيجاد فرص للتشغيل داخل أفراد الأسرة بنسبة (91%) وهو ما نسعى إليه من خلال برامج الأسر المنتجة وفي نفس الوقت دعم الأسر التي لديها عائل واحد بتوفير دخل إضافي.

شكل 19/4: فرص عمل خارج الأسرة



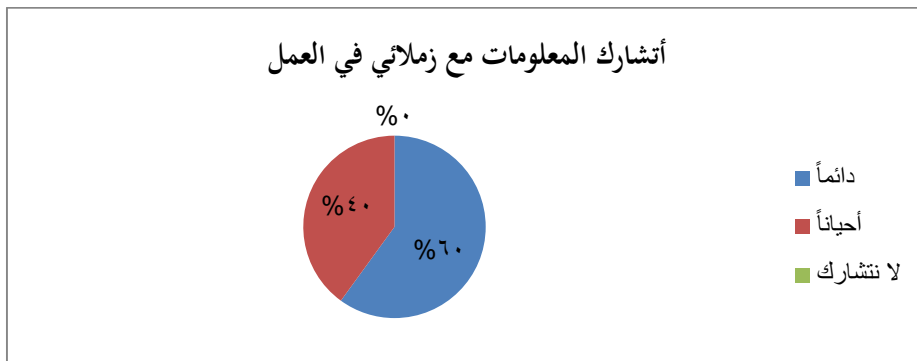
بطبيعة حال مشروعات مراكز الأحياء وهم في الأساس من الفقراء الناشطين اقتصادياً يتيح في أغلب الأحيان فرص عمل لتشغيل شخص واحد من خارج الأسرة بنسبة (54%) والتي تعمل على تشغيل (2-3) أشخاص لا تتجاوز نسبتهم (26%)، (4-9) أشخاص (14%)، ومن عشرة أشخاص فأكثر (6%) وهذا يعمل على تأكيد أن التمويل الأصغر يحقق أغراضه في عملية التشغيل.

شكل 20/4: العلاقات في إطار العمل



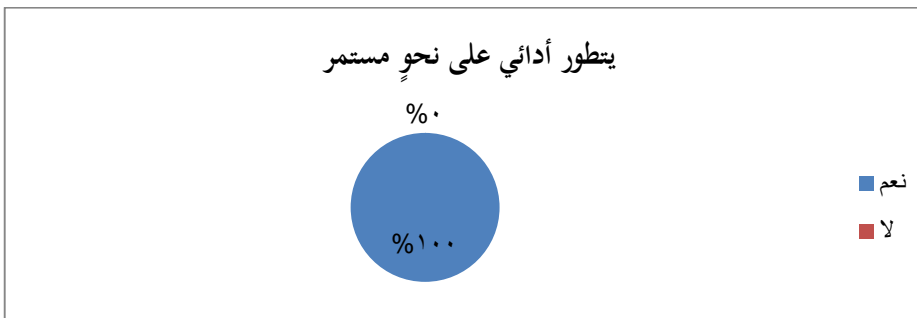
(100%) من رائدات الأعمال يكتسبن معارف وعلاقات جديدة في العمل وهذا يؤكد على استيعابهن والاستفادة من برامج مهارات حياتية التي تقدمها مراكز الأحياء المتعلمة وهي مهمة جداً لنجاح المشروعات لتركيزها على حسن الخلق.

شكل 21/4: مشاركة المعلومات مع الزملاء



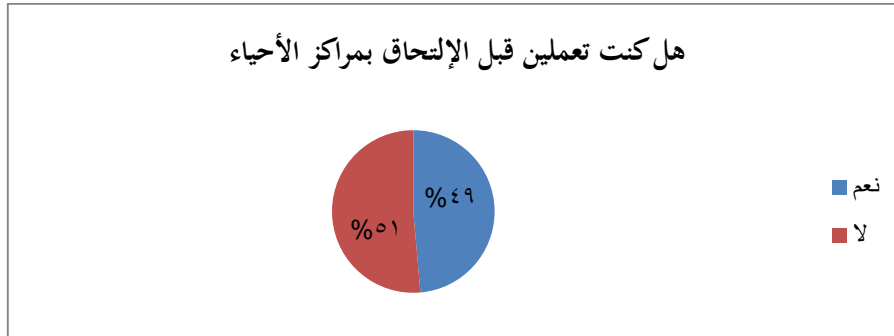
بلغت نسبة المشاركة للمعلومات بصورة دائمة (60%)، ومشاركة المعلومات أحياناً (40%) حسب الرسم البياني أعلاه وهي نتاج لأهمية برامج التعاون وفرق العمل وأنماط الشخصية ومهارات الاتصال الفعال التي تقدمها مراكز الأحياء المتعلمة حيث تعتبر من أهم طرق لتوليد الأفكار وحل مشكلات العمل وترقية وتطوير المشروعات.

شكل 22/4: تطور الأداء:



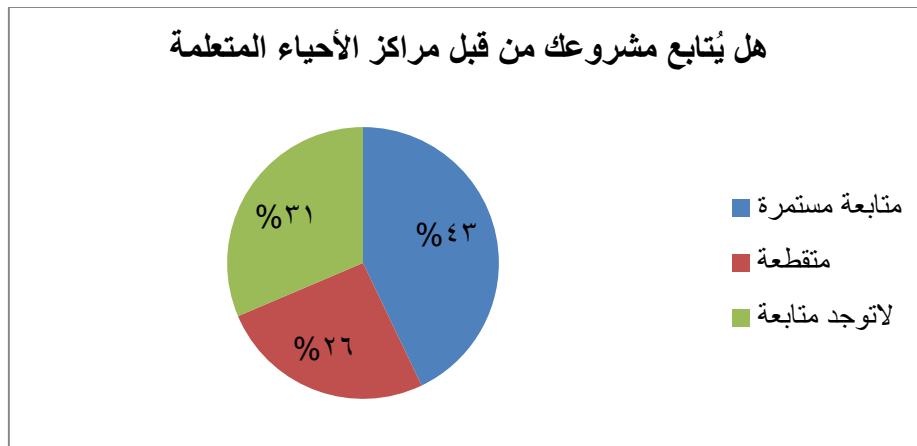
جاءت إجابات رائدات الأعمال لتطوير أدائهن على نحوٍ مستمر بنسبة (100%) وهذه إجابة ممتازة لأن أنجح طريقة لنجاح مشروعك ورضاء عميلك هو أن تفكر على الدوام في كيف أن تعطيهم أكثر بشكل مستمر وسعر مناسب وتظهر هنا ثمرة الاستفادة في العمل.

شكل 23/4: العمل قبل التمويل



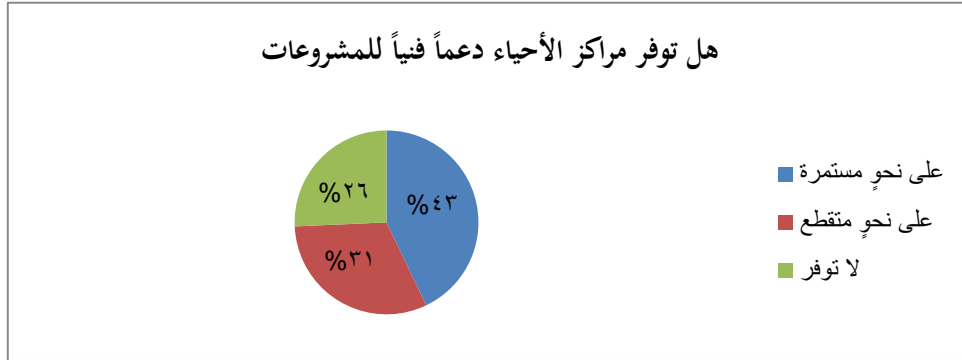
من أهم المخرجات التي عملت عليها مراكز الأحياء في أهدافها هي تأهيل المرأة لسوق العمل وتزويدها بالمهارات اللازمة للوصول إلى اكتفائها اقتصادياً في حال رغبت بذلك فقد وفرت مراكز الأحياء لـ (51%) فرصاً للتشغيل الذاتي حيث أنهم يبحثون عن عمل قبل حصولهم على التمويل وهؤلاء يمثلون النسبة الغالبة من الفئات العمرية الشابة.

شكل 24/4: متابعة المشروعات من قبل مراكز الأحياء



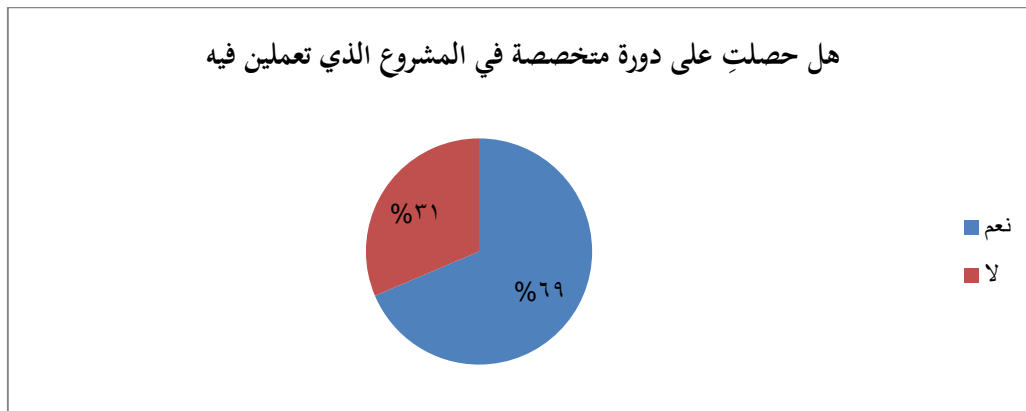
المتابعة المستمرة جاءت بنسبة (43%) بينما المتابعة المتقطعة جاءت بنسبة (26%) في حين أن (31%) لم تتم متابعتهم من قبل المراكز، ومن النسب نلاحظ أهمية دور المتابعة والإشراف من قبل مراكز الأحياء لمعالجة المشكلات ومراقبة النتائج ونقل التجارب وتوثيقها.

شكل 25/4: هل توفر مراكز الأحياء دعماً فنياً للمشروعات



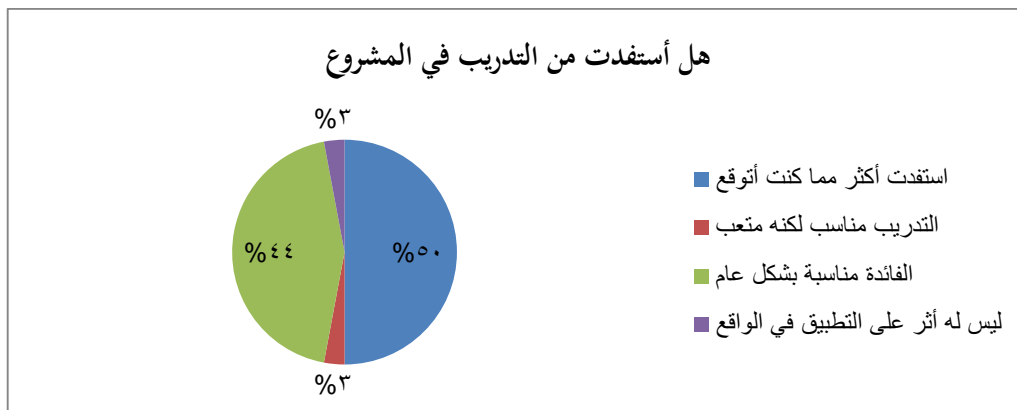
بلغت نسبة المتابعة الفنية على نحوٍ مستمر (43%) وعلى نحوٍ متقطع بلغت (31%) ولا توفر مراكز الأحياء أي دعم بنسبة (26%) هذه تحديات كبيرة لمشروعاتنا في مراكز الأحياء نحن بحاجة لتقوية الدعم الفني لمزيد من النجاحات.

شكل 26/4: دورة متخصصة في المشروع الممول



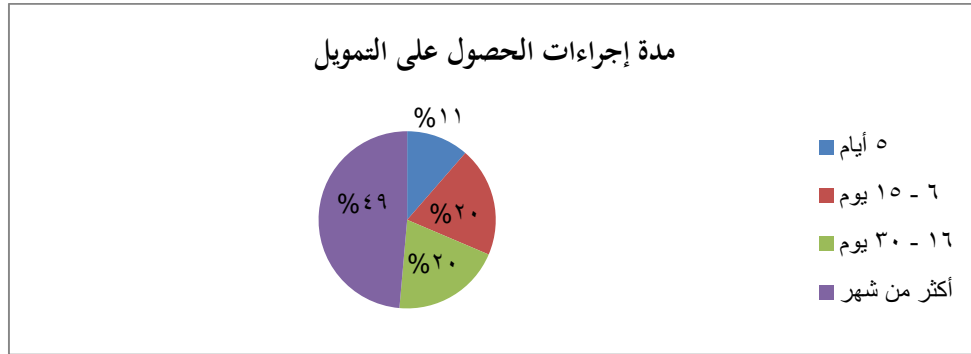
تهتم مراكز الأحياء بالتدريب وفقاً لبرامج مهنية تدريبية لريادة الأعمال كما توفر فرص للبرامج التعليمية والمهارات الحياتية، ومن خلال الشكل أعلاه إن نسبة رائدات الأعمال الذين حصلوا على فرص مناسبة للتدريب تبلغ (69%) وكانت في فترة ما قبل التمويل.

شكل 27/4: التدريب وعلاقته بالمشروع



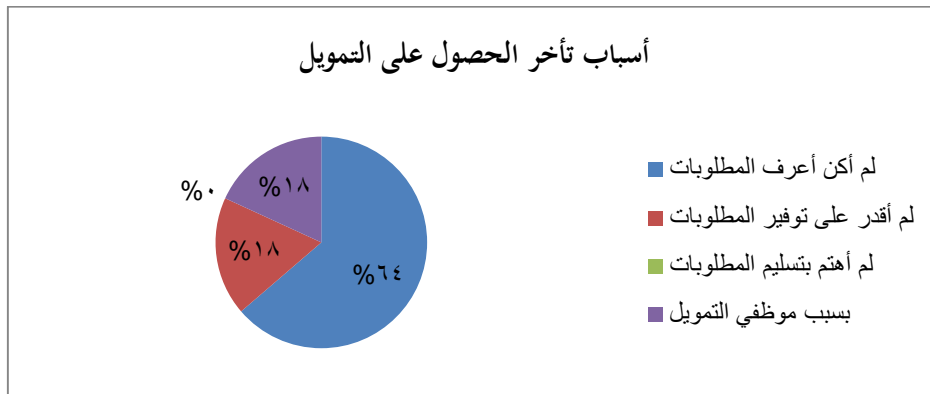
هنالك نسبة (96%) من رائدات الأعمال اللاتي تلقين تدريباً يقولون إن التدريب كان مناسباً وذلك مقابل (3%) يقولون إنه غير مناسب على واقع التطبيق، لكن تتراوح آراءهم بشكل متفاوت إذ أن (3%) يقولون إنه مناسب ولكنه متعب، و(44%) يقولون إنه مناسب بشكل عام و(50%) يعبرون عن ذلك برضى كامل وأن التدريب مناسب بأعلى من توقعاتهم.

شكل 28/4 مدة إجراءات الحصول على التمويل



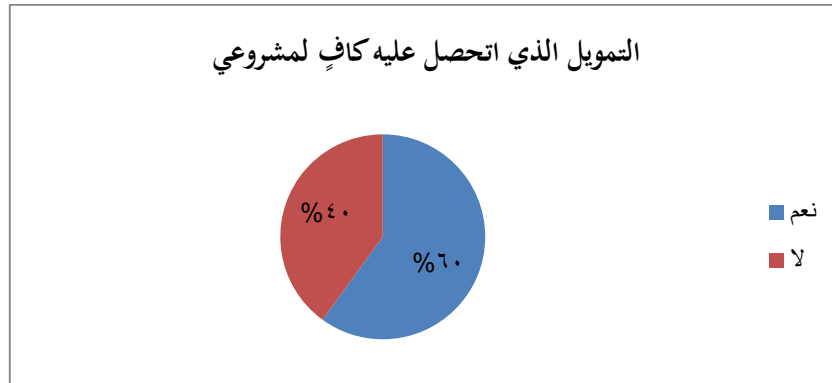
يمكن أن نعتبر أن من أهم مؤشرات كفاءة الإجراءات وجودتها هو حساب فترة تنفيذ التمويل ويمكننا القول إن هنالك نسبة (31%) تنتهي إجراءات تنفيذهم في أقل من (15) يوم وهنالك (20%) تنتهي إجراءاتهم في شهر ولكن لا تقل عن (15) يوم وهنالك (49%) من الرائدات تنتهي إجراءاتهم في أكثر من شهر وهؤلاء يتأثرن حتماً بهذه النتيجة ويمكن أن يترتب عليها نتائج غير محمودة سوى كان على الجهة التي تقدم التمويل أو على رائدات الأعمال أنفسهن.

شكل 29/4 أسباب تأخر الحصول على التمويل



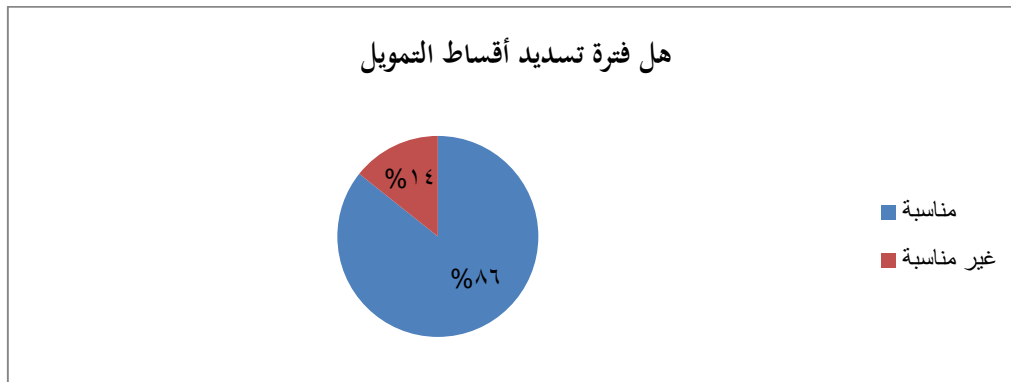
هنالك حوالي (64%) من الرائدات تنقصهن المعرفة بالإجراءات إما أن هؤلاء الرائدات يحتجن لمزيد من التنوير بالإجراءات أو أن مراكز الأحياء لا تملك الأدوات التي تعمل على تعريفهم بالإجراءات، كما أن هنالك نسبة (18%) يعانون من قدرتهم لتلبية المطلوبات الخاصة بمنح التمويل، بينما هنالك (18%) يرون أن أسباب تأخر الحصول على التمويل بسبب موظفي التمويل أنفسهم.

شكل 30/4 كفاية التمويل



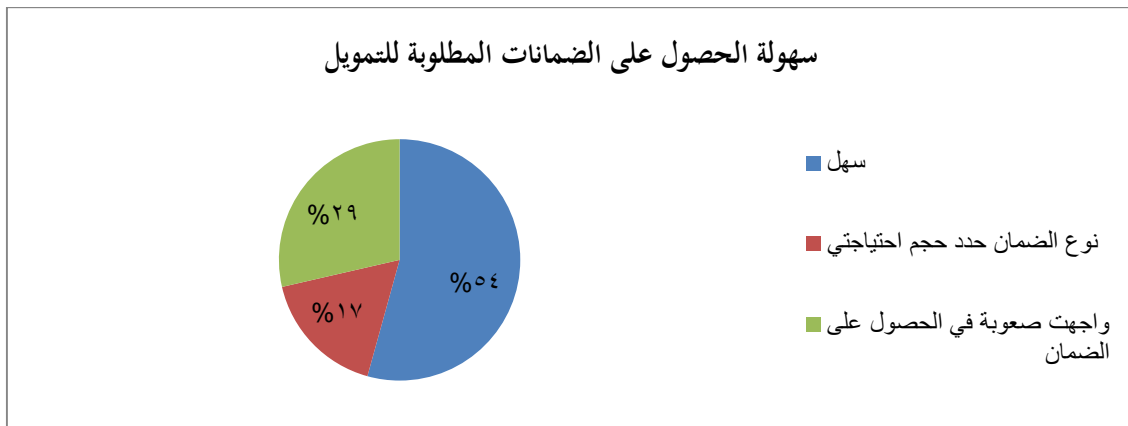
(60%) من رائدات الأعمال يرون أن التمويل الممنوح لهنّ كافٍ مع إحتياجاتهنّ التمويلية و(40%) يرون أنه غير كافٍ لإحتياجاتهنّ التمويلية والمشروع.

شكل 31/4 تسديد أقساط التمويل



من خلال التحليل نجد أن (86%) يقولون إن عملية السداد مناسبة، بينما (14%) يقولون بأنها غير مناسبة.

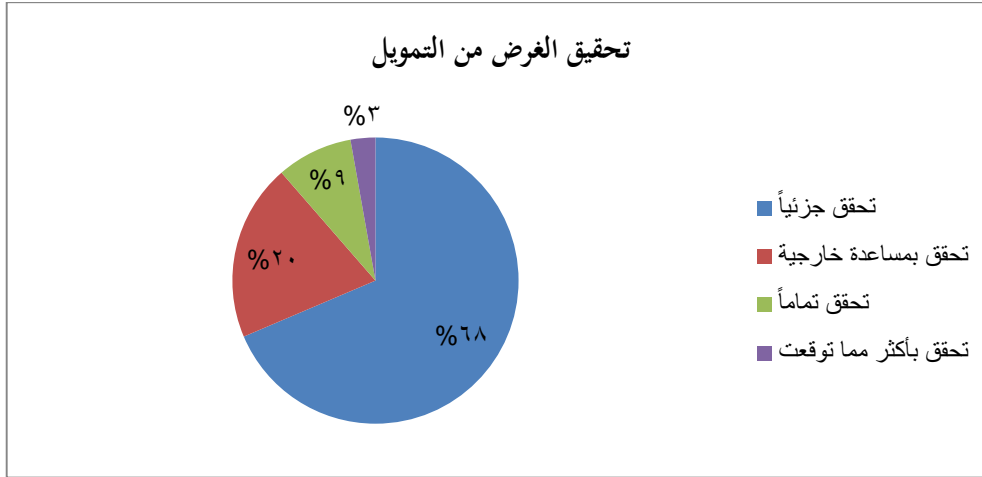
شكل 32/4: الحصول على الضمانات المطلوبة للتمويل



هنالك رضى غالب من رائدات الأعمال بأن الضمانات التي تطلبها مؤسسات التمويل سهلة ولم يجدوا أيّ صعوبة في الحصول عليها بنسبة (54%) ولكن هنالك (29%) منهم واجهوا صعوبات في الحصول على الضمانات وهذا لا يمنع بانهم في آخر

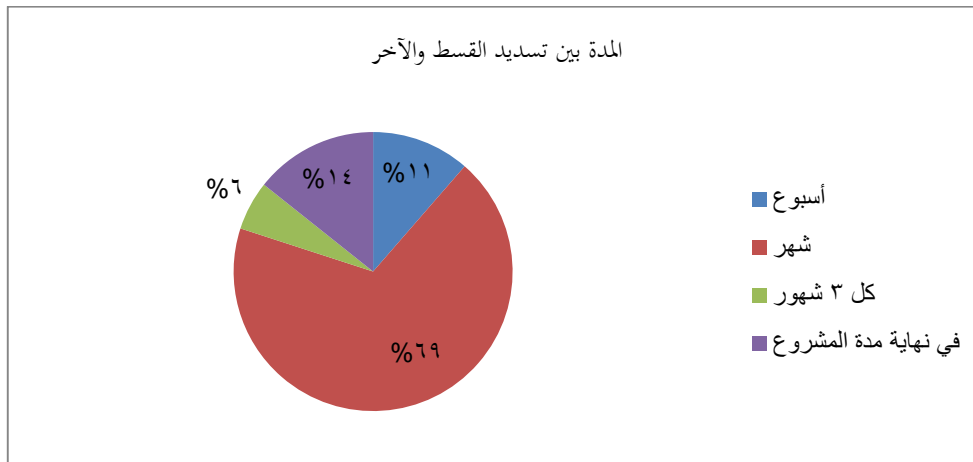
المطاف استطعن الحصول على التمويل، هنالك نسبة (17%) أفادوا بأن نوع الضمان حدد حجم إحتياجاتهن، مما قلل من كفاءة وفعالية التمويل وتحقيق أهدافه.

شكل 33/4: الغرض من التمويل



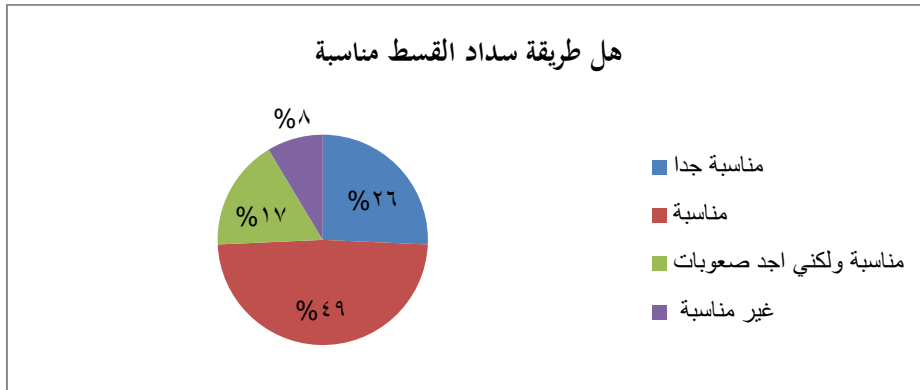
غالبية رائدات الأعمال وبنسبة (68%) يقولون بأن عملية التمويل التي منحوا لها حققت غرضهم المنشود ولكن تحقق جزئياً ولكن هنالك (20%) يقولون إنه تحقق ولكن بعد أن قدمت لهن مساعدات من جهات أخرى غير الجهة الممولة مثل الأسرة بينما (9%) يقولون الغرض التمويل تحقق تماماً و(3%) يقولون تحقق أكثر مما توقعن.

شكل 34/4: المدة بين تسديد القسط والآخر



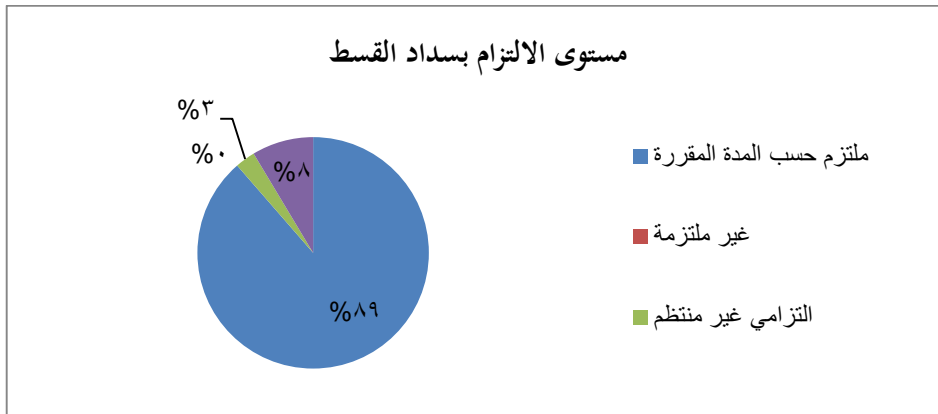
السداد الشهري هو النمط السائد لمؤسسات التمويل الأصغر ويمثل حوالي 69% من مجمل فترات السداد وهنالك طرق أخرى للسداد ولكن في حدود ضيقة جداً أولها السداد في نهاية المدة ويمثل (14%) والسداد الأسبوعي بنسبة (11%) والسداد كل ثلاثة أشهر بنسبة (6%) ومن المهم جداً التفكير في تصميم ذلك وفقاً للتدفقات النقدية للعملاء.

شكل 35/4: طريقة سداد القسط



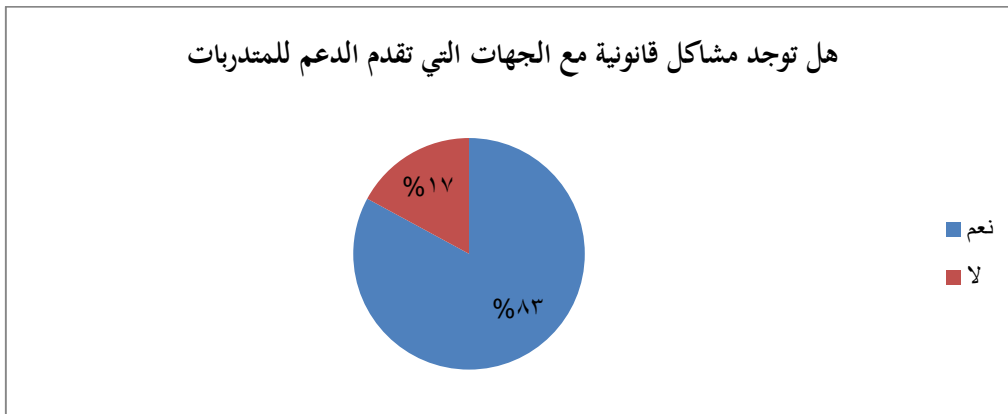
(49%) من الرائدات يقلن إنها مناسبة بينما (26%) يقولون بان طريقة سداد القسط مناسبة جداً و (8%) يقلن إنها غير مناسبة بينما (17%) من الرائدات يقلن مناسبة ولن يواجهن صعوبات في بعض الأحيان ويرجع ذلك لأسباب عدة.

شكل 36/4: الالتزام بسداد القسط



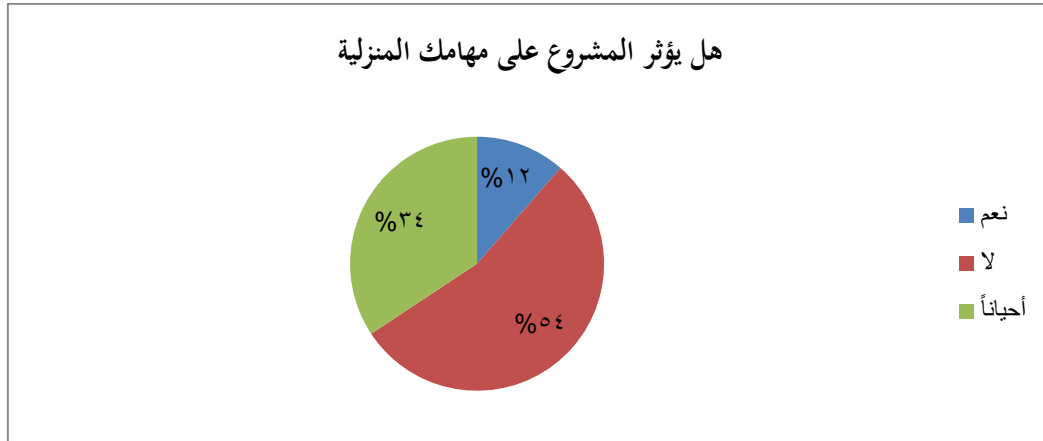
بلغت نسبة اللاتي لم يلتزمن بالسداد (0%) ولكن تراوحت نسبة الإلتزام في عملية السداد وفقاً للسداد حسب المدة المقررة (89%) بينما (3%) التزامهن غير منتظم و(8%) ملتزمات ولكن يجدن صعوبات في مواسم معينة ولكن يعالجون ذلك.

شكل 37/4: المشاكل القانونية مع الجهات التي تقدم الدعم للمتدربات



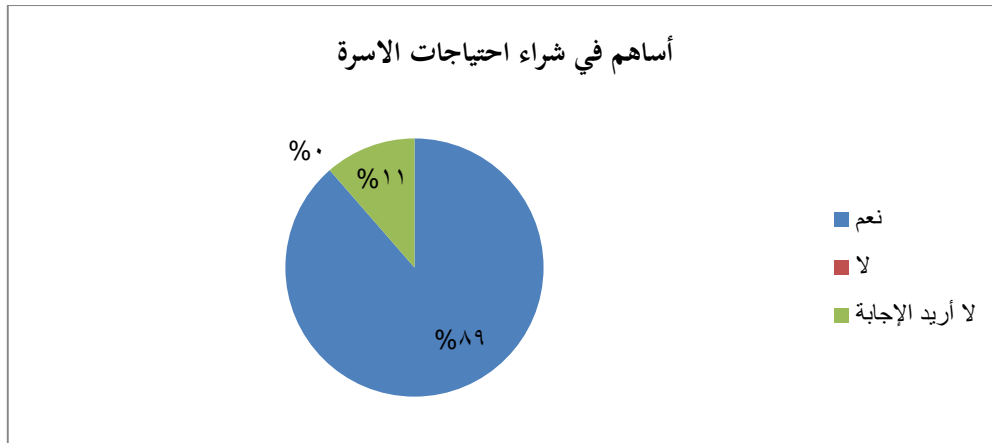
(83%) من رائدات الأعمال يواجهن مشاكل قانونية مع الجهات التي تقدم التمويل بينما (17%) لا يواجهن أي مشاكل قانونية وتحتاج مراكز الأحياء توفير الحماية القانونية لرائدات الأعمال باعتبار أن فكرة مراكز الأحياء تقوم على توفير الحماية الاجتماعية للمرأة والحرص على قيم العمل.

شكل 38/4: تأثير المشروع على المهام المنزلية



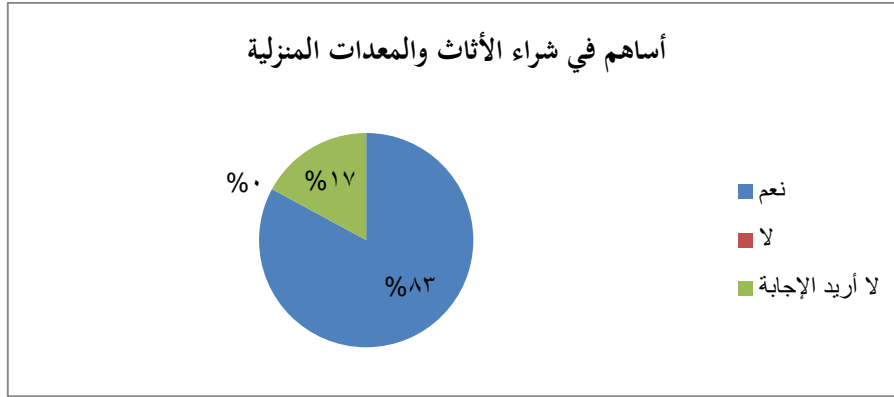
(54%) من الرائدات لا يؤثر المشروع على مهامهن المنزلية بينما (34%) يؤثر أحياناً في حين أن (12%) من رائدات الأعمال يؤثر المشروع على مهتمهن هنا لا بدّ أن تعمل مراكز الأحياء على تحقيق أهداف المراكز التي من ضمنها الاهتمام برعاية الأمومة والطفولة والموازنة بين دور المرأة في الأسرة وحققها في العمل وهذه من التحديات التي تواجه قضايا المرأة.

شكل 39/4: أساهم في شراء احتياجات الأسرة



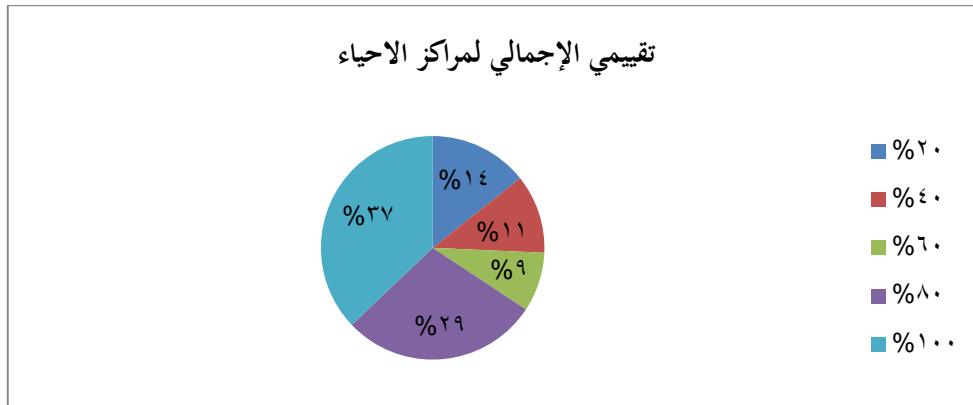
المستوى المعيشي للأسر يمكن أن يكون مؤشراً هاماً لتحسين مستوى الدخل كالتغيير في مستوى الملبس والمسكن وتعتبر واحدة من المؤشرات التي تدعم عملية تقفي الأثر الاجتماعي والإقتصادي لرائدات الأعمال وتخطيها حاجز الفقر، هنالك (89%) يساهمن في شراء احتياجات الأسرة بينما (11%) لم يحددن إجابة تفيد بالإيجاب أو النفي.

شكل 40/4: أساهم في شراء الأثاث والمعدات المنزلية



الأثاث والمعدات المنزلية هي من الأشياء الضرورية لحياة كل أسرة وتعتبر مؤشر هام لدور مراكز الأحياء في مساعدة الأسر للخروج من دائرة الفقر وبناءً عليه فإن نتائج الدراسة أظهرت أن (83%) من رائدات الأعمال من شراء أثاث ومعدات منزلية كانت بالنسبة اليهن أولوية لتحسين أوضاعهم السكنية بينما (17%) لم يحددن إجابة تفيد بالإيجاب أو النفي

شكل 41/4: تقييم مراكز الأحياء



هنالك درجة رضا كبيرة من رائدات الأعمال لأداء مراكز الأحياء تتجاوز (66%) ولكن هنالك نسبة (25%) غير راضٍ عن أداء مراكز الأحياء وهذه نسبة تستحق الوقوف عندها لتحقيق أهداف مراكز الأحياء في المجتمع.

ملخص النتائج:

1. أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثات في مراكز الأحياء من فئة الشباب.
2. أظهرت الدراسة بأن المبحوثات أغلبهن من خريجي الجامعة والتعليم فوق الجامعي والشهادة السودانية.
3. بينت الدراسة بأن الحالة الاجتماعية لأغلب المبحوثات من المتزوجات.
4. أظهرت الدراسة أنواع التدريب المختلفة للمبحوثات وكانت أعلى نسبة في الطبخ والتجميل.
5. أظهرت الدراسة التنوع في الجهات التي تقدم التمويل كما أوضحت أن التمويل من إدارة الحي المتعلم يشكل نسبة ضعيفة.
6. توصلت الدراسة لوجود طلب عالي للمنتجات وزيادة في المبيعات وأرباح شهرية ومبيعات متوقعة شهرياً للمبحوثات.

7. توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثات لديهن أسواق جغرافية لعرض منتجاتهن ولكن توجد نسبة قليلة لا توجد لهن مواقع.
8. أثبت التحليل استخدام الإنترنت لبيع منتجاتهن ومواكبتهن لسوق العمل.
9. تم الحصول على أن مدخلات الإنتاج التي تستخدم في المنتجات متوفرة في السوق المحلي.
10. أغلب المبحوثات يبعن المنتجات للمستهلك النهائي مباشرة مع وجود نسبة رضا عالية جداً من المستهلك.
11. برهنت الدراسة بأن مشروعات مراكز الأحياء عملت على إيجاد فرص عمل داخل وخارج الأسر من المجتمع المحلي.
12. بينت الدراسة بأن المبحوثات يكتسبن معارف وعلاقات في العمل ويشاركن المعلومات مع زملائهم في العمل.
13. أكدت الدراسة على تطوير الأداء للمبحوثات بصورة عالية جداً.
14. بينت الدراسة ضعف المتابعة اللاحقة للمشروعات من قبل مراكز الأحياء مع وجود متابعة متقطعة.
15. أظهرت الدراسة أن الدعم الفني الذي تقدمه المراكز للمشروعات بصورة جيدة.
16. أغلب المبحوثات نلن جرعات تدريبية في المشروع الممول وأكدن على استفادتهن من التدريب في الواقع العملي.
17. بينت الدراسة أن مدة إجراءات الحصول على التمويل طويلة وأن أغلبهن لم يكن يعرف متطلبات الحصول على التمويل وأن بعضهن واجهن صعوبة في الضمان.
18. أظهرت الدراسة أن التمويل الممنوح لهن كافٍ لاحتياجاتهن التمويلية ويحقق الغرض من التمويل وأن فترة سداد قسط التمويل مناسبة وكذلك طريقة السداد إلا أن بعضهن يواجهن صعوبات سداد في أوقات محددة.
19. بينت الدراسة بأن نسبة كبيرة من المبحوثات يواجهن مشاكل قانونية مع الجهات التي تقدم التمويل.
20. توصلت الدراسة أن المبحوثات لا تؤثر المشروعات على مهامهن المنزلية إلا أن نسبة منهن أثر المشروع على مهامهن المنزلية.
21. أظهرت الدراسة الأثر الاجتماعي والإقتصادي في مساهمة المبحوثات في شراء احتياجات الأسرة والأثاث والمعدات المنزلية.
22. بينت الدراسة الرضا الكبير من المبحوثات لأداء مراكز الأحياء المتعلمة.

التوصيات

1. الإستمرار في التركيز على شريحة الشباب في المشروعات بصفتهم الفئة الفاعلة في المجتمع مع ضرورة الإهتمام بالفئات الأكثر تأثراً بالفقر من النساء والشابات والخريجات وذوي الإعاقة.
2. التأكيد على أن رائدات الأعمال شركاء لمراكز الأحياء في الإنجاز وعليه فمن الضروري تقوية برامج المتابعة والرعاية اللاحقة لتحسين الأداء للمشروعات ورصد موارد مالية لذلك.
3. ضرورة شعور البنوك ومؤسسات التمويل بمسؤولياتها تجاه المجتمع وضمان حسن معيشة أفرادهم من خلال توفير التمويل اللازم للفقراء ورائدات الأعمال ودارسات مراكز الأحياء، ما يجعل منها ذا دور ريادي بمساهمتها لتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع.

4. توفير التمويل الأصغر للمشروعات الحقيقية الإنتاجية التي تخلق فرص عمل وتحقق قيمة مضافة.
5. التوصية بتكوين جمعيات إنتمان متخصصة بين النساء في المشروعات المنشابه مثل جمعيات الخياطة وصناعة الحلويات وتنسيق الهدايا والطبخ لحل مشكلة التمويل وزيادة رأس المال والضمان باعتبار أن الجمعيات هي الضامن الأساسي لمنسوبيها.
6. ضرورة التوسع الرأسي والأفقي في بناء رأس المال الإجتماعي بمنظور اقتصادي بقيام جمعيات إنتمان وادخار على الأساس الفئوي تستهدف المطلقات والمهجورات والأرامل والغير متعلقات والخريجات ومنتجي الحيوان.
7. إضطلاع مراكز الأحياء بمسئوليته تجاه الرسالة الاجتماعية وتكوين محافظ التمويل وإطلاق المبادرات والرؤى الابتكارية.
8. إدخال مادة ريادة الأعمال وإدارة المشروعات في مناهج مراكز الأحياء مع تشجيع قيام البحوث العلمية والميدانية في مجال الصناعات التقليدية.
9. تقوية آليات الرصد والمتابعة لقياس الأثر الإجتماعي تستصحب فيها معايير للقياس متناسبة مع البيئة الوطنية ومطابقة للأهداف الدولية.
10. التركيز على إصلاح قطاع التعليم لضمان تحقيق الموائمة بين مخرجات مراكز الأحياء واحتياجات سوق العمل من أجل تعظيم مستوى الإستفادة من قدرات الشباب.
11. الاستفادة من برنامج التحول الوطني والهدف الخاص بزيادة مشاركة المرأة في سوق العمل في تعزيز تجربة مراكز الأحياء.
12. ضرورة إيلاء المزيد من الإهتمام والعناية بعملية تسويق منتجات مشروعات مراكز الأحياء من خلال إنشاء أسواق جغرافية متخصصة لبيع منتجات مشروعات مراكز الأحياء لتوفير الحماية الاجتماعية لرائدات الأعمال وبيع المنتجات مباشرة للجمهور.
13. تنظيم معارض تشجع على تقديم وتسويق المنتجات وتكوين منصات لتبادل الخبرات والمعارف بين الرائدات مع إعطائهن ميزة تفضيلية وتسهيلات أخرى للمشاركة.
14. إنشاء إدارة جديدة في هيكل مراكز الأحياء لتقديم الدعم القانوني وتوفير الحماية لرائدات الأعمال.

المراجع

1. أحمد، مروة برهم، نسيم (2007) الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتوثيق والتوريدات.
2. بحوصي، مجذوب، عريس، عمار، مولاي، أسماء (2016) التمويل الإسلامي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة التجربة السودانية في التمويل الأصغر الإسلامي نموذجاً وإمكانية الإستفادة منها في الجزائر، (ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي النظرة المستقبلية لمنشآت الأعمال في ضوء التطورات التكنولوجية 2016).
3. البكر، أحمد، العبداني، أروى (2018) تحديات سوق العمل في المملكة العربية السعودية، إدارة الأبحاث الإقتصادية، مؤسسة النقد العربي السعودي.
4. التقرير الختامي للأحياء المتعلمة (1440-1441هـ).

5. جامع، ياسر (2016) دراسة تقييم الأداء الاجتماعي وقياس الأثر مؤسسة التنمية الاجتماعية، ب.ن، الخرطوم.
6. حريزي، ياسين (2013) دور التمويل الإسلامي الأصغر في تحقيق التنمية المستدامة دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم الإدارة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
7. الدليل التنظيمي لتعليم الكبار (1439-1440هـ): مبادرة التعلم مدى الحياة "استدامة" الإصدار الثاني.
8. زمزمي، يحيى (2019) مراكز الأحياء، تجربة واقعية ونظرة مستقبلية، ورقة عمل مقدمة لندوة المجتمع والأمن المنعقدة بكلية الملك فهد الأمنية بالرياض من 2/21 حتى 2/24 من عام 1425هـ).
9. الطريف، الطريف، غادة بنت عبد الرحمن معوقات تمكين المرأة السعودية في سوق العمل، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، (جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن 2013).
10. طلحة، الصديق (2006) التمويل الإسلامي في السودان التحديات ورؤى المستقبل، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، السودان.
11. غانم، محمد مصطفى (2010) واقع التمويل الأصغر الإسلامي وأفاق تطويره في فلسطين دراسة تطبيقية على قطاع غزة، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في المحاسبة والتمويل، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
12. محمد، دعاء عبد الحميد عبد السميع. (2016). دور مراكز الأحياء في تنمية المجتمع المحلي. مجلة الخدمة الاجتماعية، 56ع، ج7، 15 - 66.
13. المهل، عبد العظيم، تيراب، الطيب داوود (2016) ريادة الأعمال، دار الجامعة الوطنية للنشر، الخرطوم.
14. Kotler, Philip and Levy, Sidney (1969) **Broadening the Concept of Marketing**, Journal of Marketing, January

جميع الحقوق محفوظة © 2023، الباحثة/آمال عبد الهادي الذويب، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v5.56.11>