

أثر

مركز الملك سلمان للإغاثة
والأعمال الإنسانية

ظاهرة هدر الطعام وسبل
الاستفادة منه

ابدأ العام بقوة مع خمس أفكار
لجمع التبرعات

مبادئ الاتصالات

نشرة أثر

العدد العشرون

فبراير 2023



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization





رؤية علمية
لرسالة خيرية

مقدمة

مرحبًا بكم أعزاءنا القراء في العدد العشرين من نشرة أثر، حيث نقدّم في هذا العدد جملةً من المواضيع المعرفية والفكرية ذات الصلة بالعباء والإبداع في العمل الخيري، البداية «من الميدان»، ونعرض فيه تعريفًا وتغطية ميدانية لـ "مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية" و"منتدى الرياض الدولي الإنساني" أحد مبادرات مركز الملك سلمان، والذي يهدف لإيجاد طول لتحديات العمل الإنساني وتعزيز الحوار حول أفضل الممارسات، أما في باب «قراءة في كتاب» تقدم النشرة عرضًا لتقرير "ظاهرة هدر الطعام وسبل الاستفادة منه" الصادر عن "المركز العالمي لدراسات العمل الخيري" وبالتعاون مع "مبرة البر الخيرية" في فبراير 2023، ويهدف التقرير إلى دراسة ظاهرة الطعام الفائض في دولة الكويت وسبل الاستفادة منه، أما في باب «استشراف» تعرض النشرة مقالًا لكريستا بيرري، تتحدّث فيه عن خمس أفكار لجمع التبرعات وحشد التمويل وكيفية الوصول لعدد أكبر من المانحين والممولين، وختامًا في باب «قيادة العمل الخيري» تترجم النشرة فصل "مبادئ الاتصالات" من دليل "المبادئ والممارسات للتميز في القطاع غير الربحي في كولورادو" الصادر عن "رابطة كولورادو للمنظمات غير الربحية Colorado Nonprofit Association"، حيث بيّن الفصل أهمية ودور الاتصالات في تعزيز عمل المؤسسات الخيرية وزيادة فاعليتها وتأثيرها.

سائلين الله عزَّ وجلَّ التَّوفيقَ والسَّدادَ وحُسنَ القبول

الفهرس

من الميدان

مركز الملك سلمان للإغاثة
والأعمال الإنسانية

6

قراءة في كتاب

ظاهرة هدر الطعام الفائض وسبل
الاستفادة منه

12

استشراق

ابدأ العام بقوة مع خمس
أفكار لجمع التبرعات

18

قيادة العمل الخيري

مبادئ الاتصالات

22



رؤية علمية لرسالة خيرية

نشرة أثر

نشرة معرفية مفتوحة الوصول تُعنى بتطوير العمل الخيري وتعزيز التوجه نحو تبني أفضل الممارسات في مجال العمل الإنساني من خلال تقديم المعارف والممارسات والبحوث القائمة على مفاهيم واتجاهات العمل الإنساني بهدف تمكين المنظمات والممارسين في مجال العمل الخيري من إحداث الأثر المطلوب.

تصدر النشرة كل شهر عن المركز العالمي لدراسات العمل الخيري في الهيئة الخيرية الإسلامية وفق منظور علمي يهتم بالدراسات والأبحاث في مجال العمل الخيري والاجتماعي تحت شعار: **رؤية علمية لرسالة خيرية**



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies

العدد العشرون

فبراير 2023



مِنَ المَيْدَانِ

تغطية ميدانية



مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية KING SALMAN HUMANITARIAN AID & RELIEF CENTRE

أهداف المركز

- تتركز أهداف المركز فيما يلي:
- بناء مركز ومؤسسة تتميز بالفاعلية والمرونة والنشاط.
 - تطوير الشراكات مع المنظمات الرائدة في العمل الإنساني.
 - زيادة أثر المساعدات المقدمة من المملكة العربية السعودية بهدف استدامتها من خلال تحسين الإشراف والمتابعة والتقييم.
 - إنشاء نماذج فعالة لجمع التبرعات.
 - بناء فريق من الموظفين المتميزين بالأداء العالي والمهنية والخبرة.

تأسس مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية بأمرٍ من خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود في مايو 2015 ليكون الذراع الإنسانية والإغاثية للمملكة، ومركزاً دولياً رائداً في إغاثة المجتمعات التي تعاني الكوارث والأزمات، بهدف مساعدتها ورفع معاناتها وتحقيق حياة كريمة لها.

وتتلخص رؤية المركز في أن يكون رائداً للإغاثة والأعمال الإنسانية، وفي نقل قيم المملكة الإنسانية إلى العالم من خلال رسالة تؤكد إدارة العمل الإغاثي وتنسيقه، والمساهمة في تقديم الدعم للفئات المتضررة بكل حيادية ودون تحيز، ومن منطلق إنساني فقط.

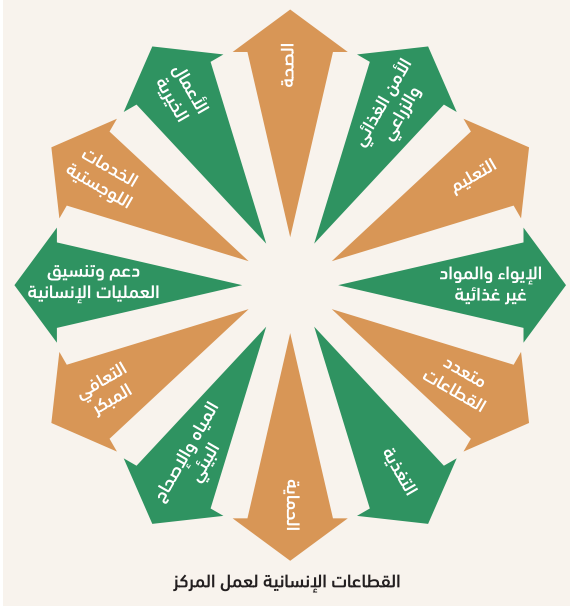


- استقطاب المتطوعين وتأهيلهم للمشاركة في جهود الإغاثة والأعمال الإنسانية.
- بناء شبكة قوية من الداعمين والمتبرعين.
- تطوير آلية فعالة تضمن الاستجابة السريعة للتعامل مع الأزمات الإنسانية.

أعمال المركز

دأب المركز منذ تأسيسه على إصدار تقرير سنوي يوضح ما قدمه من مساعدات إنسانية وإغاثة، ويتضمن نظرة عامة على مساعدات المركز، والمساعدات الإنسانية والإغاثية حسب أهداف التنمية المستدامة، والمساعدات الإنسانية والإغاثية وفق القطاع والقارة، والمشاريع التطوعية، ومنصة المساعدات السعودية، وتوثيق المساعدات دولياً، والبحوث والدراسات، وأخيراً الشركات والشركاء.

وفي عام 2021 حصلت المملكة العربية السعودية على المركز الأول عربياً والرابع عالمياً في منصة التتبع المالي التابعة لمنظمة الأمم المتحدة (Financial Tracking Service) ضمن قائمة أكبر عشرين جهة مانحة للمساعدات الإنسانية في العالم، حيث قدمت المملكة مساعدات إنسانية حول العالم بقيمة 1.4 مليار دولار تقريباً، أي ما يعادل 4.6% من الاحتياج الإنساني العالمي، وقد بلغ جملة ما قدمه المركز من مساعدات إنسانية وإغاثية في عام 2021 نحو 2.387.767.206 ريالاً سعودية، ما يعادل 636.737.922 دولار لسبع وستين (67) دولة.



المبلغ بالدولار الأمريكي (مليون)	الدولة
10,609	الولايات المتحدة الأمريكية
3,976	ألمانيا
3,339.9	المفوضية الأوروبية
1,465	المملكة العربية السعودية
1,208.2	بريطانيا
1,137.3	السويد
1,011.3	اليابان
914.4	كندا
908.2	النرويج
584.1	سويسرا
457	الدنمارك

أكبر 10 جهات مانحة للمساعدات الإنسانية والإغاثية في العالم في 2021

وروعي في المشاريع والبرامج التي يقدمها المركز، أن تكون متنوعة بحسب مستحقيها وظروفهم التي يعيشون فيها أو تعرضوا لها، وغطت المساعدات الإغاثية والإنسانية للمركز خلال عام 2021 اثني عشر قطاعاً إنسانياً على الشكل الآتي: الأمن الغذائي والزراعي، والصحة، دعم وتنسيق العمليات الإنسانية، والحماية، والتغذية، والإيواء والمواد غير الغذائية، والقطاع المتعدد (الذي يضم مساعدات إغاثية متنوعة)، والتعليم، والمياه والإصحاح البيئي، والخدمات اللوجستية، والتعافي المبكر، والأعمال الخيرية.





أفضل الممارسات والسياسات الإنسانية العالمية، مع تسليط الضوء أيضًا على الحلول العملية وطرق الاستجابة الناجحة المعمول بها، وعُقد المنتدى الثالث من 20 إلى 21 فبراير 2023، وضم عددًا من كبار الخبراء الدوليين العاملين في المجال الإنساني من القادة والجهات المانحة والجهات التنفيذية والباحثين.

أهداف المنتدى

- تتمثل الأهداف العامة للمنتدى في النقاط الآتية:
- تعزيز الحوار وقنوات الاتصال بين القادة والمانحين والعاملين والباحثين وتبادل الخبرات والأفكار والممارسات الفضلى لتطوير العمل الإنساني.
 - تفعيل النهج الترابطي بين العمل الإنساني والتنمية والسلام لضمان تحقيق الاستفادة والتنمية الشاملة.
 - تطوير التقنية والتحول الرقمي لخدمة العمل الإنساني.
 - طرح أبرز الفرص والتحديات في العمل الإنساني بهدف تطوير حلول مبتكرة ومستدامة وفاعلة للاستجابة الإنسانية.
 - تسريع تحقيق أهداف التنمية المستدامة في السياق الإنساني.
 - استشراف وتطوير العمل الإنساني من خلال البحث العلمي وحوكمة جودة البيانات بما في ذلك الدراسات القائمة على الممارسات المبنية على الأدلة والبراهين.
 - تشجيع وإشراك الشباب في العمل التطوعي والمساهمة في العمل الإنساني.

منتدى الرياض الدولي الإنساني

ينظم مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية منتدى الرياض الدولي الإنساني كل عامين في المملكة العربية السعودية بمشاركة نخبة من القادة والمانحين والعاملين والباحثين في مجال العمل الإنساني وغيرهم من المهتمين لتعزيز الحوار حول الإطار التشريعي والمعرفي والممارسات الميدانية للعمل الإنساني والتحديات المرتبطة بها لإيجاد حلول عملية مبتكرة ووفقًا لمبادئ ومعايير العمل الإنساني والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

يُعدُّ المنتدى منصة لاستمرار مناقشة السياسات والممارسات الإنسانية الدولية بما يسهم في إيجاد حلول عملية لتطوير وتعزيز العمل الإنساني، وإجراء تغيير قيّم، وتقديم المساعدات بما يتوافق مع أعلى معايير الجودة والكفاءة وإيصالها لأكبر عدد ممكن من المستفيدين، حيث يركز المشاركون في المنتدى على القضايا الإنسانية الرئيسية والأكثر صلة بالاعتماد على أفضل الممارسات، وعلى خبرات ومهارات الأفراد والمنظمات العاملة في المجال الإنساني.

يعقد المنتدى كل عامين، وتناول المنتدى الأول (2018) والثاني (2020) بعض التحديات الإنسانية العالمية الأكثر إلحاقًا في العالم، إلى جانب تقديم أفضل الممارسات التي تتبناها الجهات الرائدة العاملة في المجال الإنساني، في حين ركّز المنتدى الثالث (2023) على تطوّر الاحتياجات الإنسانية، وكيفية الاستجابة لها، لإتاحة الفرصة للاطلاع على

توصيات منتدى عام 2018

من أهم التوصيات التي خرج بها منتدى 2018 ما يلي:

- البحث عن طول طويلة المدى للنزاعات لتخفيف المعاناة المستمرة للملايين الذين يعيشون في مناطق النزاع.
- صتّ جميع الجهات السياسية على احترام حقوق الانسان والمبادئ الإنسانية وإتاحة وصول جميع مقدمي المساعدات الإنسانية لتوزيع المساعدات المنقذة للحياة.
- دعم منهجيات الاحتياجات الإنسانية طويلة المدى من خلال التمويل الذي يعزز التأثير المستدام في الروابط بين المساعدات الإنسانية والتنمية.
- تشجيع المانحين على استخدام خدمة التتبع المالي (FTS) لتسجيل مساهماتهم لضمان الشفافية. التي تساعد في عملية صنع القرار فيما يتعلق بتخصيص الموارد.
- تبني سياسة شاملة للجنسين لتمكين المرأة من المساهمة القطاع الخيري والإنساني.
- دعم المبادرات البحثية لمعالجة التحديات الإنسانية المتزايدة، وضمان كفاءة وفعالية الاستجابات الإنسانية، وكذلك الالتزام بتقوية المنعة والجاهزية الدولية لتجنب تعطل سبل العيش وتحسين جودة الحياة وتوفير استجابة سريعة وتقليل مستويات الاحتياج الإنساني مع مرور الوقت.

• تشجيع القطاعات العامة والخاصة في ابتكار آليات توصيل المساعدات ودعم طرح المنهجيات الجديدة التي تقلل التكاليف التشغيلية وتزيد من الفعالية.

• تحسين قدرات الاستجابة المحلية من خلال تكثيف الدعم المادي والفني لفرق الاستجابة الأولية.

• تعزيز العمل الإنساني من خلال منهجية متجانسة بين الجهات المحلية والوطنية والعالمية.

توصيات منتدى عام 2020

ناقش منتدى عام 2020 أربعة محاور تتعلّق بالعمل الإنساني والخيري وركّزت مخرجات المنتدى على تقديم عدة توصيات تخدم هذه المحاور وتعزز فاعليتها على الشكل التالي:

المحور الأول: تعزيز الربط بين العمل الإنساني والتنمية:

- التنفيذ الكامل للالتزامات قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 279/72 بشأن إعادة وضع نظام الأمم المتحدة الإنمائي، بما في ذلك تنفيذ اتفاق التمويل وإطار المساءلة الإدارية، وإطار عمل الأمم المتحدة للتنمية المستدامة من أجل تعزيز التعاون بين التنمية الإنسانية والسلام.
- استمرار الدعوة إلى تعزيز التعاون بين الجهود التنموية والإنسانية والسلام؛ للحد من الاحتياجات الإنسانية والمخاطر وأوجه الضعف على مدى عدة سنوات.



• الاستفادة من المناقشة في هذا المنتدى للمساهمة في تحقيق الميثاق العالمي للهجرة الآمنة والنظامية والمنتظمة (GCM)، وكذلك هدف التنمية المستدامة 10.7؛ لتيسير الهجرة وتنقل الأشخاص على نحو منظم وآمن ومنتظم ومتسم بالمسؤولية.

المحور الرابع: المرأة والطفل وذوو الاحتياجات الخاصة في مناطق النزاع والكوارث وتحديات العمل الإنساني:

- تنفيذ استثمار متزايد والدعم المتعدد لقطاعات الأطفال الصغار ومقدمي الرعاية في حالات الأزمات والنزوح.
- الاستثمار في الطفولة المبكرة لتحقيق اتفاقية حقوق الطفل، والالتزامات المتعلقة باتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.
- الاستثمار في تنفيذ وتطوير مشاريع التدخلات الإنسانية للأشخاص ذوي الإعاقة؛ لضمان حيادية الاستجابة الإنسانية ومراعاة كرامة وحقوق جميع الأشخاص.

• استمرار تعزيز التعاون الإنساني والتنموي؛ لتحقيق اتساق وكفاءة أكبر في العمل الإنساني والتنموي في الأزمات.

• إنشاء قنوات تواصل فعالة بين المنظمات والهيئات والمجتمعات المشاركة في العمل الإنساني ونظائرهم من الجهات التنموية؛ لضمان بذل جهود فعالة وموحدة للوصول إلى المستفيدين.

المحور الثاني: الصحة في السياق الإنساني: التركيز على الأمراض المعدية:

- استخدام أهداف التنمية المستدامة أداة لدعم نهج تعاونية متكاملة لوضع إطار مستدام للقضاء على الأمراض المعدية.
- تبادل المعلومات الهامة المستمدة من أنظمة الإنذار المبكر؛ لضمان التدخلات المبكرة ومكافحة الأمراض بطريقة أكثر فاعلية من جميع الجهات الفاعلة وأصحاب العلاقة.

المحور الثالث: الهجرات الجماعية عبر البحار من إفريقيا إلى دول الخليج وأوروبا في الحالات الإنسانية:

- تعزيز فهم أشمل لنطاق مشكلة الهجرة، بما في ذلك الدوافع المختلفة والمتراصة، والاتجاهات ونقاط الضعف، ومراعاة الممارسات الإيجابية في بلدان المنشأ والعبور والمقصد، وذلك للتحكم بشكل أفضل في ديناميكية تدفقات الهجرة واسعة النطاق.





عرض لتقرير ظاهرة هدر الطعام الفائض وسبل الاستفادة منه

نبذة تعريفية:

صدر عن "المركز العالمي لدراسات العمل الخيري" وبالتعاون مع "مبرة البر الخيرية" في السابع من فبراير عام 2023 تقرير "ظاهرة هدر الطعام الفائض وسبل الاستفادة منه: استطلاع رأي عينة من الأسر في دولة الكويت" الذي يهدف إلى رصد آراء عينة من ذوي الصلة بظاهرة هدر الطعام الفائض وآليات الاستفادة منه في دولة الكويت، والمتمثلة في الأسر بالمجتمع الكويتي، وتحليل مدى وعيهم بمشكلة الطعام الفائض وحجمها، بحثاً عن الآليات المناسبة للاستفادة من فائض الطعام لديهم، ولمعرفة آرائهم في آلية التبرع المفضلة لديهم، ومدى قبولهم لفكرة تنفيذ آلية معينة، أو تطبيق إلكتروني يسهل من عملية التبرع، ويضمن وصول الطعام الفائض للمحتاجين بشكلٍ فعلي، كما تضع الدراسة في الختام بعضاً من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تعظيم الاستفادة من الطعام الفائض بشكلٍ عام.



www.iico.org/en/news-ar/name-501.html



المنطقة، وهو الأمر الذي يؤدي إلى تفاقم انعدام الأمن الغذائي وندرة المياه، فضلاً عن العديد من الآثار البيئية.

ثانياً: نماذج لأفضل المبادرات المختصة بتقليل هدر الطعام لدى الأسر

هناك العديد من التجارب الدولية العديدة حول تقليل هدر الطعام المنزلي لدى الأسر، كالتجربة الألمانية التي انطلقت في مارس 2012 وركزت على رفع وعي الجمهور حول قضية نفايات الطعام وتعزيز تقدير المستهلكين للأغذية، وكانت المبادرة عبارة عن موقع إلكتروني يسمى «لا يستحق سلة النفايات»، يُتيح معلومات لأي شخص مهتم بالتعامل المستدام للموارد، وفي كندا أيضاً عام 2018 أطلق المجلس الوطني للنفايات الصغرى برنامج «حب الطعام واكره النفايات» ويركز البرنامج على ثلاثة سلوكيات رئيسة: التخزين المناسب للطعام، واستخدام الطعام الذي تم شراؤه، وشراء ما هو مطلوب فقط، ويعمل من خلال موقع إلكتروني على دعم الأفراد والعائلات للحد من هدر الطعام المنزلي، من خلال توفير المعلومات والأدوات التي تساعد على ذلك.

كما يوجد عدد من المبادرات والجهود على مستوى عدد من الدول العربية، منها مبادرة «إطعام» التابعة لبنك الطعام السعودي، والتي تم إطلاقها في عام 2011 بالمنطقة الشرقية بهدف حفظ النعمة من الهدر اعتماداً على فكرة بنوك الطعام الموجودة على مستوى العالم، وفي دولة الإمارات، أطلق الهلال الأحمر الإماراتي

وقد استخدمت الدراسة استمارة اطلاع الرأي وُجّهت للأسر المقيمة في دولة الكويت وقد بلغ عددها 673 أسرة مستجيبة، واعتمدت الدراسة على التحليل الكمي للبيانات المجمعة، حيث تم تحليل استجابات الرأي وتفسيرها في ضوء أهداف الدراسة.

أولاً: ظاهرة هدر الطعام لدى الأسر

يُعد هدر الطعام من القضايا الملحة عالمياً وإقليمياً ومحلياً، وهو ما ضاعف من النداءات الموجهة لترشيد الاستهلاك في ظل التغيرات العالمية الواقعة، سواء على الصعيد السياسي أو الاقتصادي أو البيئي أو الاجتماعي، وفقاً للهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ (IPCC) "يبلغ مجموع الفاقد والمهدر من الأغذية (25 - 30%) من إجمالي إنتاج الغذاء العالمي، وهو ما يمثل نحو (30%) من مساحة الأراضي الزراعية في العالم، وما يعادل مساحة أكبر من دولة الصين.

ووفقاً لتقرير «الحد من هدر أغذية المستهلكين باستخدام التقنيات الخضراء والرقمية» الصادر عن برنامج الأمم المتحدة للبيئة عام 2021 فإن (690) مليون شخص يتعرضون للجوع ويتأثر نحو (3) مليارات شخص بعدم القدرة على تحمل تكاليف نظام غذائي صحي بسبب حجم المهدر من الطعام، وبتدقيق النظر في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، يعتبر هدر الطعام مشكلة كبيرة، حيث تقدّر منظمة الأغذية والزراعة أن نحو (34%) من الأغذية تُفقد أو تهدر في جميع أنحاء

رؤيتهم لمسألة الطعام الفائض باعتبارها مشكلة داخل دولة الكويت؛ وهو ما يعني وجود حالة من الوعي بوجود مشكلة في الطعام الفائض، الأمر الذي يمكن أن يساعد في فعالية تنفيذ الحلول والتوصيات المطروحة.

• أسباب مشكلة الطعام الفائض من وجهة نظر الأسر: جاءت الإجابات عن هذا السؤال بأسباب عديدة متنوعة كما يوضحها الجدول أدناه:

النسبة	السبب
28.1%	الإسراف، والبخذ، والتفاخر والمبالغة في الضيافة
17.5%	التقدير الخاطئ للكمية الدقيقة التي تحتاجها الأسرة من الطعام
15.2%	قلة الوعي عند بعض أفراد المجتمع
14.1%	كثرة الولائم بالمناسبات كالأعياد والأفراح وشهر رمضان
13.3%	الوفرة المالية وارتفاع مستوى المعيشة
6.5%	العادات السلوكية الخاطئة وثقافة المجتمع
1.9%	عدم وجود مصارف للأكل الزائد
1.9%	هدر الخدم للطعام
1.5%	سوء تخزين الطعام
100%	الإجمالي

• القيمة المالية التقديرية للطعام الفائض شهرياً: قدّرت نسبة (37.5%) من العينة القيمة المالية التقديرية للطعام الفائض شهرياً بأقل من 10 دنانير كويتية، في حين رأى (34%) أن القيمة

مبادرة «حفظ النعمة» عام 2014 للقضاء على مشكلة إهدار الطعام، من خلال جمع الفائض الذي لم تلمسه يد وإعطائه للأسر المتعففة للمحافظة على الطعام والسلع الأخرى من الهدر، وفي دولة الكويت، هناك العديد من المبادرات والحملات الخاصة بإدارة الطعام الفائض، ومنها الحملة التطوعية «بوقفكم تدوم النعم» التي أطلقها البنك الكويتي للطعام والإغاثة في عام 2019، بالتعاون مع الأمانة العامة للأوقاف ووزارة التربية، بهدف المحافظة على النعمة من الهدر وتقليل المخلفات والمحافظة على البيئة، والعمل على تقديم الطعام الفائض للمحتاجين، وتحت مظلة الهيئة الخيرية تم إطلاق مبادرة «نعمتي» في عام 2021، برعاية مبرة البر الخيرية، وذلك بهدف تلبية احتياجات الأسر المتعففة من المواد الغذائية الضرورية والأساسية، عبر توفير سلة غذائية متنوعة ومتكاملة، تكفي أسرة مكونة من 5 أفراد لمدة أسبوعين، والتي تعتمد في وصولها للمستفيدين على الجهات الخيرية، وعبر رابط إلكتروني، تم تدشينه لهذا الغرض.

ثالثاً: الطعام الفائض وآليات الاستفادته من وجهة نظر الأسر

لمّا كانت الأسر من بين المصادر الرئيسية للطعام الفائض كان من المهم التعرف على مدى وعيها بالأمر، وفيما يلي أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة في هذا الصدد:

• مدى وعي الأسرة بقضية الطعام الفائض: عبّر معظم المستجيبين بنسبة (91%) من العينة عن



24.5%) ياطعمه للحيوانات والأسماك، ونسبة (18.9%) تقوم برميها في النفايات، وهي نفس النسبة لمن يعرضون الطعام الفائض في ثلاجة خارج المنزل، أما نسبة (1.9%) فقط يستخدمون الفائض كسماد، ولم تأت سوى استجابة واحدة لبيع الطعام الفائض.

• **الفئة التي يتم التبرع بالطعام لصالحها:** أفاد نحو (77.1%) من الأشخاص الذين يتبرعون بالطعام أنهم يقدمونه للمحتاجين بشكل مباشر، فيما بلغت نسبة التبرع للجهات الخيرية المختصة بتوزيع الطعام (19.3%)، وجاء التبرع للعمال بنسبة (2.1%)، ثم إطعام الحيوانات والطيور بنسبة (1.5%).

خامساً: الاستعداد للمشاركة في برامج الاستفادة من فائض الطعام

يعرض هذا القسم من الدراسة النتائج التي تم التوصل إليها حول مدى الاستعداد للمشاركة في تطبيقات التبرع بالطعام الفائض، وشكل المشاركة وطرقها المفضلة لدى عينة الدراسة، وكانت أبرز النتائج ما يلي:

• **استعداد الأسر للمشاركة في تطبيق للاستفادة من الطعام الفائض:** أفاد أكثر من نصف العينة (65%) بموافقتهم للمشاركة في تطبيق للاستفادة من الطعام الفائض، أما الذين أبدوا عدم استعدادهم للمشاركة، فقد أجاب معظمهم بأن السبب هو أن الطعام الفائض لديهم ليس بالكمية التي توجب الاشتراك في

تتراوح ما بين (10 و25) ديناراً، واتضح أن عامل الجنسية يلعب دوراً هاماً، حيث تبين أن الجنسية غير الكويتية هي الأكثر تقديراً للقيمة المالية الشهرية للطعام الفائض بمبلغ أقل من 10 دنانير شهرياً بنسبة (20.9%) مقارنة بنسبة (16.6%) للكويتيين.

• **طبيعة الأطعمة الفائضة:** اتضح من استجابات العينة أن نسبة (30.8%) يعتبرون النشويات كالأرز والمعكرونة من أكثر الأطعمة الفائضة لديهم، تليها المخبوزات والمعجنات بنسبة (23.3%)، ثم الوجبات الرئيسية كاللحوم بأنواعها والخضراوات، تليها الحلويات بنسبة (13%) والفواكه بنسبة (10.5%) وأطعمة أخرى كالبهارات والمعلبات والعصائر، والحليب، والوجبات السريعة وغيرها بنسبة (0.6%).

• **ارتفاع استهلاك الطعام في أوقات معينة من العام:** أقر نحو (75%) من الأسر المستجيبة بارتفاع استهلاكهم للطعام في أوقات معينة من العام، واعتبر شهر رمضان في مقدمة المناسبات التي يكثر فيها الاستهلاك بنسبة (50.8%)، تليه الأعياد والمواسم بنسبة (40.1%)، ثم أوقات الدراسة بنسبة (4.3%) والحفلات بمختلف أنواعها والعطلات والإجازات والتجمعات العائلية الأسبوعية بنسبة (4.8%).

رابعاً: السلوك المعتاد في التصرف في الطعام الفائض

• **بيّنت الدراسة أن (34.4%) من الأسر المستجيبة يتبرعون بالطعام الفائض، في حين يقوم**

(14.3%) فضلوا الحجز من خلال تطبيق إلكتروني، أما نسبة (9.1%) من العينة فضلوا قدوم المستفيدين إلى منازلهم لأخذ الطعام الفائض.

• **الموافقة على إدراج اسم المتبرع في تطبيق التبرع بالطعام الفائض:** وافقت نسبة (44%) من عينة الأسر على إدراج أسمائهم في برامج وتطبيقات تستهدف الاستفادة من الطعام الفائض، مقابل (56%) لم يوافقوا على ذلك.

سادساً: مقترحات للاستفادة من الطعام الفائض

في ضوء ما تقدم يعرض التقرير مقترحات وتوصيات للاستفادة من الطعام الفائض:

• إعادة التدوير، وتحويل الفائض إلى أسمدة والاستفادة منه في الزراعة، ووضع آلات تدوير للطعام الفائض وتحويله لسماذ عند باب كل جمعية تعاونية.

• إنشاء جمعيات ومؤسسات خيرية ذات كفاءة عالية تعمل تحت رعاية الدولة وتشرف على توزيع الطعام على المحتاجين، وتخصيص لجان خيرية في جميع مناطق الكويت تقوم بنقل الطعام للمحتاجين، مع التركيز على قاعات المناسبات.

• إعداد برامج للتوعية بمشكلة هدر الطعام وسبل الاستفادة منه.

• توزيع ثلاثيات مخصصة للطعام الفائض بالشوارع.

• توزيع الطعام الفائض على العمال بالشوارع والمحتاجين في المناطق السكنية.

التطبيق وجاء ذلك بنسبة (85.3%)، تلتها نسبة (7.1%) ممن تخوفوا من استخدام بياناتهم الشخصية عن طريق التطبيق الإلكتروني، وجاءت نسبة (5.8%) من الاستجابات حول عدم الثقة في وصول الطعام الفائض إلى المستفيدين الفعليين.

• **دوافع الاستعداد للمشاركة:** جاء في مقدمة دوافع المشاركة "المحتاجون أولى بالحصول على الطعام"، و"الشعور بالحرص الشرعي من إهدار الطعام" بنسبة (33.4%) لكلٍ منهما على حدة، في حين أن نسبة (19%) أجابوا بأن الدافع لديهم يكمن في "مكافحة ظاهرة الجوع" أما نسبة (6.1%) فقد عبّروا عن أن المسؤولية تجاه البيئة هي الدافع الرئيس لهم، حيث أفادوا بأن "الطرق المتاحة للتخلص من الطعام الفائض تسبب تلوثاً بيئياً".

• **نمط المشاركة المفضلة:** أفاد (46.7%) من العينة بأنهم يتبرعون بالطعام الفائض بحسب الكمية المتوفرة منه، أما (23.5%) فيتبرعون يوميًا، ونسبة (15.4%) فضلوا التبرع بالفائض الذي ستنتهي صلاحيته خلال أسبوع، بينما فضل نحو (14.5%) التبرع بالطعام، حتى لو لم يكن هناك فائض.

• **طريقة المشاركة المفضلة:** أجابت نسبة (40.9%) من العينة بتفضيلهم التبرع بالطعام الفائض عبر إرسال مندوب لتسلم وتسليم الفائض للمستفيدين، في حين فضل (35.3%) توفير مكان وسيط أو منفذ لتسليم الفائض، ونسبة



الكميات المناسبة للطعام المستهلك، وإعادة تدوير الفائض، وغيرها.

4. إعداد دراسات حول الآثار البيئية للطعام الفائض وربطها بالآثار الاقتصادية والاجتماعية الناجمة عن ذلك.

5. عقد شراكة شاملة بن الجهات الخيرية والجهات الحكومية والخاصة؛ لحل مشكلة الطعام الفائض بطرق جذرية وفعّالة.

6. إنشاء نظام بيانات رسمي لقياس نفايات الطعام المستهلكة، وتتبع مدى زيادتها.

7. إطلاق مبادرات مجتمعية برعاية الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية والجهات الخيرية المختلفة، لمحاولة إعادة تشكيل ممارسات استهلاك الغذاء اليومية للأفراد والأسر، وربطها بأهداف اجتماعية وبيئية واقتصادية كبرى.

8. تقديم الدعم المادي والمعنوي للمبادرات النشطة في مجال المحافظة على الطعام واستثمار الفائض.

• إطعام الحيوانات والطيور من خلال وضع أوعية للطعام بالساعات.

• إنشاء تطبيق إلكتروني أو موقع رسمي معتمد يكون وسيطاً بن المتبرع والمستفيد.

• توفير أماكن تحتوي على أرفف مشابهة للجمعيات التعاونية لعرض الطعام الفائض، مع توظيف عمال للإشراف على نظام ونظافة المكان.

• إنشاء بنك للطعام.

• تخصيص خط هاتف مباشر لتسلّم الطعام الفائض.

• توفير قاعدة بيانات تضم أسماء المحتاجين للطعام.

سابقاً: توصيات الدراسة

قام المركز العالمي لدراسات العمل الخيري بصياغة مجموعة من التوصيات لوضعها بن يدي صنّاع القرار على الشكل الآتي:

1. إعداد دراسات حول الفاقد من الطعام والمهدر منه في الكويت وغيرها من دول مجلس التعاون الخليجي.

2. الاستفادة من الأفكار والمبادرات المنفذة في دول العالم والتي أثبتت كفاءتها ونجاحها.

3. تصميم وتنفيذ حملات توعية خاصة لفئات المجتمع المختلفة، تقوم ببث رسائل تثقيفية متنوعة تخص عدداً من الأبعاد المتعلقة بهدر الطعام، وفي مقدمتها زيادة وعي المستهلك بالآثار الضارة للطعام الفائض، وكيفية تقدير



ابدأ العام بقوة مع خمس أفكار لجمع التبرعات

Five Fundraising Ideas to Start the Year Off Strong

تأليف: كريستا بيرى Krista Berry

خبيرة استراتيجية مبتكرة في القطاع الاجتماعي



يُعدُّ جمع التبرعات أمرًا ضروريًا للمؤسسات غير الربحية لتعزيز قدرتها على تحقيق استجابة فعّالة خلال الأزمات والكوارث، والحفاظ على عمل برامجها ومشاريعها الخيرية، وتوسيع خدماتها وتحسينها والوصول لعددٍ أكبر من المستفيدين، ودعم عمليات التنمية المستدامة، وبدون وجود التمويل الكافي للمؤسسة، فإن ذلك سينعكس سلبيًا على المحتاجين والمستفيدين من خدمات المؤسسة في المقام الأول، وبينما تشهد بيانات التبرعات بالنسبة للعديد من المؤسسات غير الربحية ارتفاعًا في أشهر محددة من العام (أكتوبر ونوفمبر وديسمبر)، تنخفض في بداية العام في شهري يناير وفبراير، ورغم الانخفاض الحاصل في بداية العام فإن هنالك بعض الأفكار والأساليب لتحقيق نتائج مثمرة في جمع التبرعات.



2. إعداد خطة لتحصيل العطاء السنوي

إلى جانب تنمية العلاقات بالمانحين على مدار العام، يجب التخطيط للقيام بمبادرات وأنشطة لجمع التمويل والتبرعات، ولا تكمن أهمية هذا النهج في مساهمته في تنويع مصادر الدخل للمؤسسة فقط، إنما هو مفيد أيضًا لمنح المتبرعين خيارات متنوعة للعطاء الذي يمنحوه على مدار العام.

وللبدء بتنفيذ هذه الفكرة قد تلجأ المؤسسة إلى:

- البحث في بيانات جمع التبرعات وتحليل تاريخ التبرع الخاص بالمتبرعين، ومن ثم تقسيم المتبرعين بناءً على اهتماماتهم وتفضيلاتهم وسلوكهم في العطاء، مثل كمية وتوقيت التبرع، حيث يمكن بهذه الطريقة إعداد وتخصيص مبادرات وأنشطة جمع التبرعات متوافقة -إلى حد ما- مع ميول المتبرعين.
- التخطيط لأنشطة وحملات لجمع التبرعات على مدار العام، كالتنميط الجماعي والحملات الموسمية أو الدعوة للأيام المخصصة للعطاء، كأيام شهر رمضان وفي عيد الفطر وعيد الأضى وفي الأعياد الوطنية والشعبية.



1. الاهتمام بالرعاية

تقترح أبحاث أجرتها كلية ليلي للأعمال الخيرية في جامعة إنديانا Lilly the Indiana University Family School of Philanthropy أن توطيد العلاقة بين المتبرع والمؤسسات غير الربحية يُعتبر عاملًا رئيسيًا في تحديد نمط عطاء المتبرعين، بناءً على هذا قد تستفيد المؤسسات الخيرية هذا العام من التركيز على الاهتمام المتبرع وبناء علاقة وطيدة معه، ويشمل ذلك تقديم الشكر والامتنان لهم على تبرعاتهم خلال العام الماضي، ودعوتهم للمزيد من المشاركة والإكثار من العطاء.

كما يمكن إظهار الاهتمام بالمتبرع من خلال:

- الاتصال بالمانحين الجدد أو القدماء للتعبير عن امتنان المؤسسة للدعم الذي يقدمونه.
- إرسال بطاقات شكر بريدية أو بطاقات تهنئة بأعياد ميلادهم أو تهنئة بالعطلة والمناسبات الاجتماعية والتي تكون موقعة من فريق العمل أو المتطوعين.
- تسجيل مقاطع فيديو شخصية قصيرة تعبيرًا عن الشكر ومشاركتها مع الداعمين.
- إرسال التقرير السنوي للمؤسسة إلى المانحين والممولين مع شرح الدور الذي ساهم به دعمهم في إنجاز مشاريع وأعمال المؤسسة.
- استضافة فعالية تقديرًا للمتبرعين والداعمين.

3. جعل البحث عن الممولين المحتملين من الأولويات

في حال رغبت المنظمة في الحصول على المزيد من المنح فلا بد لها من تخصيص وقت للبحث عن ممولين محتملين للعام القادم، فالحصول على منحة قد يستغرق من ستة إلى عشرة أشهر، لذا فمن المهم إجراء بحث منظم وإعداد خطة مدروسة لإيجاد فرص تمويل جديدة تضعها المنظمة في خطتها السنوية لجمع التبرعات.

وهذه بعض الطرق التي يمكن من خلالها العثور على ممولين جدد وجذب اهتمامهم:

- حضور جلسة لقاء مع الممولين في حال وجود جلسات كهذه تنظمها الحكومة أو مؤسسات القطاع الثالث، أو دعوة بعض الممولين المحليين إلى مقر المؤسسة للتعرف أكثر على عملياته وأولوياته في التمويل.
- الانتفاع بالموارد التي قد تقدمها المؤسسات الحكومية المنظمة لعمل القطاع الخيري لمساعدتك في العثور على ممولين جدد والتواصل معهم، كما يمكن الوصول مجاناً إلى أدوات وموارد مؤسسة كانديد candid وإيجاد شريك مجتمعي قريب من خلال موقع المؤسسة الإلكتروني.

4. تكوين رأس مال اجتماعي

تساهم شبكة المؤسسة المهنية والاجتماعية بشكل كبير في نجاح المسيرة المهنية للمؤسسة، بالإضافة إلى تفوقها في جمع التبرعات، حيث

تؤكد الأبحاث أن مستوى رأس المال الاجتماعي للفرد غالباً ما يرتبط بمستوى نشاطه الخيري، وهذا يدل على فائدة تخصيص وقت منتظم في جدول المؤسسة للبقاء على تواصل مع الأفراد وتعزيز العلاقة بالداعمين الجدد والحاليين.

وهذه بعض الممارسات لتطبيق هذه الفكرة:

- المشاركة في المجتمعات المحلية الصغيرة، مثل رابطة جمع التبرعات أو غرف التجارة أو المجالس غير الربحية التي تتوافق مع مجال عمل المؤسسة.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة أخبار المشاريع ونتائجها والأنشطة التي تقوم بها المؤسسة، ولجذب المهتمين وللعثور على الممولين والتواصل معهم وإبقاتهم على اطلاع بأخر الأخبار.
- الانضمام إلى مجموعات وشبكات اجتماعية في الواقع أو عبر الإنترنت يمكن من خلالها التعرف بأعمال وأنشطة بالمؤسسة وتوسيع شبكة المعارف.
- استخدام دليل GuideStar¹ الصادر عن مؤسسة كانديد Candid للعثور على منظمات غير ربحية تعمل في نفس المنطقة، أو منظمات تقوم بعمل مشابه وبحث إمكانية تطوير عمل مشترك بين المنطمتين.

1. GuideStar : هو أكبر مصدر للمعلومات حول المنظمات غير الربحية في العالم، يصدر عن مؤسسة كانديد Candid غير الربحية، يمكن الوصول إليه من خلال الرابط:

<https://www.guidestar.org>



5. استثمار المهارات والخبرات في جمع التبرعات

عندما تمتلك المؤسسة خطة قوية لجمع التبرعات، إلى جانب قيامها بأنشطة وفعاليات على مدار العام لتنفيذ الخطة وتحسينها، فهذا يساعدها على تحقيق أهدافها ورؤيتها والوصول للتمويل المطلوب لتشغيل البرامج والمشاريع الخيرية وتعظيم أثرها، كما تمكّن خطة جمع التبرعات المؤسسات الخيرية من الاستخدام الفعّال - بقدر الإمكان - للموارد المالية، واستكشاف المخاطر والتحديات المحتملة التي قد تواجهها المؤسسة خلال البحث عن فرص التمويل والتبرعات.

الوقت مناسب دائماً في المؤسسات الخيرية والاجتماعية لتوجيه الاهتمام نحو التطوير المهني وتحسين مهارات العمل، وفي حال كانت المؤسسة تخصص ميزانية للتدريب والتطوير المهني، يمكنها الاستفادة من فرص ومنح التدريب والتعلّم مجاناً أو بتكلفة قليلة التي توفرها بعض المنظمات للعاملين في القطاع الخيري، واستثمار ميزانية التدريب في قسم آخر.

ويمكن تطوير مهارات العاملين في جمع التبرعات من خلال:

- التدريب على مهارة التحدث أمام الجمهور.
- إتقان مهارات التسويق والتفاوض والتواصل الفعّال.
- الاستعانة ببرامج شهادات التطوير المهني لتنمية المهارات والعمل المهني، مثل شهادة "معتمد في جمع الأموال Certified Fund Raising Executive" التي تُمنح للمهني الموثوق في جمع التبرعات
- استكشاف الدورات التدريبية المجانية وموارد التعلم التي تقدمها مؤسسة كانديد Candid، والتي تشمل دورات شائعة مثل دورة "مقدمة في التخطيط لجمع التبرعات"².

². يمكن الوصول إلى الدورة من خلال الرابط التالي:

<https://learning.candid.org/training/introduction-to-fundraising-planning>



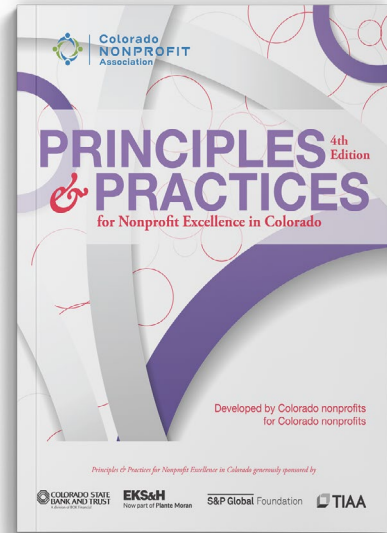
قيادة العمل الخير

مقال



مبادئ الاتصالات Communications Principles

يهدف دليل "المبادئ والممارسات للتميز في القطاع غير الربحي في كولورادو و PRINCIPLES & PRACTICES for Nonprofit Excellence in Colorado" بنسخته الرابعة والصادر عن "رابطة كولورادو للمنظمات غير الربحية Colorado Nonprofit Association" إلى دعم نمو القطاع غير الربحي، وزيادة فهم الجمهور لدور وتأثير القطاع في ولاية كولورادو الأمريكية، بالإضافة إلى تزويد المنظمات الخيرية في الولاية بأدوات لتعزيز التخطيط الاستراتيجي، وتحسين التقييم التشغيلي، ورغم أن الدليل موجه للمنظمات والمؤسسات غير الربحية العاملة في ولاية كولورادو إلا أن بعض أقسامه (كمبادئ الاتصالات، والإدارة المالية، والحوكمة وغير ذلك) يمكن لجميع المنظمات الخيرية تطبيقها والإفادة منها نظريًا وعمليًا.



<https://api.coloradononprofits.org/wp-content/uploads/202209//PRINCIPLES-PRACTICES-4th-EDITION.pdf>



الاتصالات الداخلية	
الاتصالات التنظيمية	
خطة اتصالات مكتوبة	
إجراء الاتصالات	
الشمولية والاتصالات	
الخصوصية والموافقة	
خطة اتصالات الأزمات	
حقوق النشر والملكية الفكرية	
التقييم	
الاتصالات الخارجية	
العلامة التجارية	
التسويق	
العلاقات الإعلامية	
الاتصالات الرقمية	
البيانات والمواقف العامة	
السفراء	
التمييز بين المواقف الشخصية والمناصب التنظيمية	
إشراك أصحاب العلاقة	
التقارير السنوية	
الشروط القانونية لوصول الأفراد إلى المعلومات	

عناصر ومكونات الاتصالات الداخلية والخارجية

وقد تأسست رابطة كولورادو للمنظمات غير الربحية عام 1985، وتعمل على تعزيز ودعم المنظمات غير الربحية في ولاية كولورادو في الولايات المتحدة الأمريكية، وابتداءً من هذا العدد في نشرة أثر وخلال العديدين القادمين، ستعرض النشرة ترجمة لبعض أقسام الدليل، ويتناول هذا العدد مبادئ الاتصالات، والتخطيط للاتصالات الداخلية والخارجية وأهميتهما في تعزيز عمل المؤسسات الخيرية.

مبادئ الاتصالات

تمهيد

تعمل استراتيجيات الاتصالات على تعزيز مهمة المؤسسات غير الربحية وزيادة تأثيرها وإلهام المساهمين فيها، ومن هنا تنبع أهميتها ولذا يجدر بمؤسسات القطاع الثالث أن تكون متميزة في هذا المجال، حيث تساعد ممارسات الاتصالات الفعّالة على ضمان ثقة جميع المساهمين والمشاركين في المؤسسة، وهذا بدوره يؤدي لتحقيق عملٍ فعّال ونتائج إيجابية، وفي حين تساعد الاتصالات الداخلية الجيدة على تكوين علاقة ناجحة مع الموظفين والمتطوعين في المؤسسة، تعمل استراتيجيات الاتصالات الخارجية على جذب أصحاب العلاقة، وزيادة التمويل المقدم للمؤسسة ورفع مستوى وعي الأفراد عن نشاطات وعمل المؤسسة.

أولاً: التخطيط للاتصالات الداخلية

يتكون التخطيط للاتصالات الداخلية من عدة عناصر وأدوات كما يلي:

1. الاتصالات التنظيمية

من المهم أن تلتزم جميع اتصالات المؤسسات الخيرية بأعلى المعايير الأخلاقية والمهنية، كما يجب أن تتحلّى بالشفافية والإنصاف والصدق، وينبغي توضيح هذه القواعد بشكلٍ كتابي وصریح في مدونة السلوك أو السياسة الداخلية للمؤسسة، وجعلها جزءاً من تدريب وتأهيل جميع الموظفين وأعضاء مجالس الإدارة والمتطوعين.

2. خطة اتصالات مكتوبة

من الضروري وجود خطة اتصالات مكتوبة ومحددة بوضوح، ومن أهم النقاط التي يجب أن تشملها خطة الاتصالات المكتوبة ما يلي:

- أهداف خطة الاتصال، والأفراد المستهدفين، والرسائل الرئيسية التي تريد المؤسسة إيصالها، والاستراتيجيات المعمول بها لتنفيذ الخطة، والنتائج المراد تحقيقها، وأدوات التقييم.
- المجتمع الذي تخدمه المؤسسة، والذي قد يختلف عن الجمهور المستهدف في بعض الحالات.
- التأكد من إتاحة المعلومات المناسبة لجميع الأفراد من خارج المؤسسة، والتواصل بشكل واضح وفعال مع السائلين والمهتمين.
- مشاركة الخطة ومراجعتها بانتظام مع الموظفين ومجلس الإدارة والمتطوعين الأساسيين في المؤسسة.

- تحديثها بانتظام لضمان استمرار اتساقها مع أولويات المؤسسة، ومع التقنيات الجديدة في وسائل الاتصال.

3. إجراء الاتصالات

على المؤسسات غير الربحية وضع سياسات واضحة فيما يتعلق بإجراءات الاتصال وآلياته، بما في ذلك نشاطات التعريف بالمؤسسة، والقواعد المتعلقة بالاتصالات المطبوعة والإلكترونية، كما يجب أن تعمل المؤسسة على وضع خطة للاتصالات الداخلية، مرفقة بفنوات ووسائل واضحة ومحددة تستجيب لاحتياجات ومصالح الموظفين والمتطوعين الرئيسيين، وذلك لحل النزاعات بفعالية حين الحاجة، ولخلق ثقافة تنظيمية إيجابية مثمرة.

4. الشمولية والاتصالات

لا يعني كون المؤسسة شاملة انفتاحها على قبول أفراد منحدرين من خلفيات متنوعة، وإنما في تركيزها أيضاً على الأخذ بعين الاعتبار احتياجات وأفكار المستهدفين في مشاريعها ونشاطاتها الخيرية، وتوفيرها للاتصالات بلغات أخرى غير اللغة الرسمية وذلك بحسب الضرورة.

5. الخصوصية والموافقة

من الأهمية بمكان وضع وتنفيذ سياسات واضحة فيما يتعلق بسرية بعض الاتصالات ونشر ومشاركة الصور والمعلومات والبيانات الشخصية، وتجر



الإشارة إلى الأخذ بعين الاعتبار موافقة الموظفين أو المتطوعين أو المستهدفين على نشر صورهم أو مشاركة معلوماتهم الشخصية.

6. خطة اتصالات الأزمات

يجب أن يكون لدى المؤسسة غير الربحية خطة مكتوبة للاتصال مع الأفراد والجهات الحكومية والخاصة والمؤسسات الخيرية ووسائل الإعلام في أوقات الأزمات وحالات الطوارئ، كما يمكن إدراج خطة الاتصالات في خطة إدارة الكوارث.

7. حقوق النشر والملكية الفكرية

يجدر بالمؤسسة غير الربحية أن تهتم بوضع حقوق الطبع والنشر أو الملكية الفكرية على المواد التنظيمية والمنشورات المعرفية الخاصة بها.

8. التقييم

يشير التقييم -في سياق التخطيط للاتصالات الداخلية- إلى عملية قياس فعالية أو جودة استراتيجيات وتكتيكات الاتصالات الخاصة بالمؤسسة، ومن المهم موازنة الأموال المصروفة والوقت المستغرق لكل استراتيجية على حدى، ومن ثم تقييم النتائج مقارنةً بالنتائج المقترحة القابلة للقياس.

ثانيًا: التخطيط للاتصالات الخارجية

1. العلامة التجارية

تلعب العلامة التجارية دورًا حيويًا في تشكيل سمعة المؤسسة وهويتها، ولذا يجب على المؤسسات غير الربحية تطوير وتعزيز فهم واضح لعلامتها التجارية، ويُعبّر عن العلامة التجارية من خلال تكتيكات اتصالات متسقة مع بعضها البعض، مثل الرسائل واللغة والنغمة، والشعار، والهوية المرئية، وعلى المؤسسة التأكد من فهم جميع الموظفين وأعضاء مجلس الإدارة والمتطوعين للعلامة التجارية.

2. التسويق

ينبغي تطوير المواد التسويقية الموزعة على الجمهور والأفراد المستهدفين وفقًا لخطة استراتيجية تأخذ رؤية وأهداف المؤسسة كأولوية لها، كما يجب أن تمثل المواد التسويقية للمؤسسة الرسائل الرئيسية التي ترغب في إيصالها، وتعكس هويتها المرئية، ومن أمثلة المواد التسويقية الكتيبات والنشرات الترويجية والمنشورات الورقية والإلكترونية، والمواقع الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتقارير السنوية والدورية، وإعلانات المناسبات.

3. العلاقات الإعلامية

العلاقات مع وسائل الإعلام هي عملية لجذب تغطية إعلامية عن طريق توفير محتوى جاهز للطباعة للناشرين والوكالات الخارجية، وتقديم أفكار قصصية للصحفيين الذين تتماشى تغطيتهم مع مجالات عمل المؤسسة والقضايا التي تهتم بها المؤسسة، وبالنظر إلى التغييرات الحاصلة في





6. السفراء

أصبح من المهم تشجيع الموظفين وأعضاء مجلس الإدارة والمتطوعين على أن يكونوا سفراء للمؤسسة من خلال تزويدهم بالأدوات والمعلومات اللازمة، وإجراء تدريب لمساعدتهم لو تطلّب الأمر، حيث يساهم السفراء بالتعريف بالمؤسسة وإيصال رسالتها، مما يساعد على زيادة وصول المؤسسة إلى أكبر شريحة من الأفراد.

7. التمييز بين المواقف الشخصية والمناصب التنظيمية

يجب على المؤسسات الخيرية تثقيف الموظفين وأعضاء مجلس الإدارة والمتطوعين والسفراء فيما يخص التمييز بين آرائهم ومواقفهم الشخصية والمنصب الوظيفي الذي يشغلونه، ولهذا الأمر أهميته عند الإدلاء بتصريحات عامة، أو الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي، أو نشر المعلومات عبر الإنترنت، فقد تتعرض المؤسسات الخيرية - في بعض الحالات- للمساءلة بشأن تصريحات يدلي بها أشخاص ينتمون للمؤسسة..

8. إشراك أصحاب العلاقة

يعني مشاركة أصحاب العلاقة بالمعلومات وبآخر الأخبار المتعلقة بعمل المؤسسة وإشراكهم في عملية صنع القرار، حرصاً على توطيد العلاقات معهم، وتحقيق أهداف المؤسسة، وزيادة الشفافية والثقة.

المشهد الإعلامي، من المهم أن تطوّر المؤسسات الخيرية مراكز أو قنوات إعلامية خاصة بها، لنشر البيانات الصحفية، وأخبار المشاريع، والقصص الملهمة، والتقارير الدورية، والمعلومات الأخرى لوسائل الإعلام والجمهور عبر الإنترنت.

4. الاتصالات الرقمية

إن أفضل الممارسات للاتصالات الرقمية الفعّالة تتغير بسرعة، وذلك لأن التقنيات والمنصات والشبكات الاجتماعية والتطبيقات تتغير باستمرار هي الأخرى، ويمكن للمؤسسة استخدام قنوات الاتصال الرقمية لتسليط الضوء على الأخبار والإنجازات، وجذب المتطوعين، والترويج للأحداث والمناسبات، وغيرها الكثير، ويجب أن تعنى المؤسسات غير الربحية بفهم أسلوب وآلية عمل قنوات الاتصال والجمهور المستهدف لاستخدامها بفعالية، كما يجب أن يكون لديها سياسة اتصالات رقمية تتولى إدارة قنوات التواصل الاجتماعي ورسائل البريد الإلكتروني، ومن المهم جدّاً إرسال الرسائل للمستلمين الذين أعطوا إذنًا صريحًا بموافقتهم على قبولها، وتضمن وسيلة لإزالة أنفسهم من قائمة الرسائل في حال أرادوا ذلك.

5. البيانات والمواقف العامة

يجب أن تتضمن سياسة المؤسسات غير الربحية إجراءات تحدد من لديه سلطة الإدلاء بتصريحات باسم المؤسسة، وحضور المؤتمرات والاجتماعات الخارجية.

9. التقارير السنوية

يتضمن التقرير السنوي معلوماتٍ عن أنشطة وإنجازات وأداء المؤسسة ورؤيتها المستقبلية، ويجب أن يتضمن عناصر هوية المؤسسة البصرية ويعكسها بشكلٍ جيد، وقد تختار المؤسسات إصدار التقارير بصيغة إلكترونية، وهو أكثر فعالية من حيث التكلفة، كما يتيح المزيد من الخيارات لإمكانية النشر والوصول، ورغم ذلك، فإن النسخة الورقية مفيدة وفعّالة في التدريبات والأحداث والمؤتمرات، وتوفر تمثيلًا ملموسًا للمؤسسة. ولضمان الاتصال المباشر والفعّال. ومن أهم النقاط التي يجب أن يركز عليها التقرير ما يلي:

- المعلومات المالية العامة، بما في ذلك بيان الإيرادات والمصروفات، والميزانية العامة، والنفقات الوظيفية.
- بيان أهداف المؤسسة وأنشطتها وأثر أعمالها ومشاريعها.
- قائمة بأعضاء مجلس الإدارة (والموظفين والمتطوعين في بعض الحالات) وعند الحاجة المساهمون وأصحاب العلاقة.

10. الشروط القانونية لوصول الأفراد إلى المعلومات

يجب على المؤسسات غير الربحية إتاحة الوصول للمعلومات المتعلقة بعملياتها ومشاريعها على نطاق واسع للمجتمع، بما في ذلك معلومات عن الإدارة والشؤون المالية والبرامج والأنشطة،

وينبغي في هذا السياق على المؤسسات استشارة القانونيين والمعنيين بالأمر لتحديد شروط ومتطلبات الإفصاح العام، لكن كحدٍ أدنى، يجب على المؤسسات الخيرية مشاركة معلومات حول البرامج والمشاريع وكيفية سير عملها.

خاتمة

تعتبر الاتصالات الداخلية والخارجية مهمة للمؤسسات غير الربحية لتحقيق رؤيتها وأهدافها، حيث تعزز الاتصالات الداخلية الفعّالة الإحساس المشترك بالهدف والرسالة والتعاون والعمل الجماعي بين الموظفين، وتحسّن عملية صنع القرار، في حين تلعب الاتصالات الخارجية دورًا حيويًا في بناء الثقة والعلاقات القوية مع أصحاب العلاقة، وتبرز قيم الشفافية والمساءلة حول أعمال ومشاريع المؤسسة مما يكسبها شعبية أكبر بين الجمهور، وحضورًا قويًا في القطاع الخيري.



الرسالة



خدمة العمل الإنساني وتطويره من خلال
البحوث والدراسات المتخصصة

الرؤية



مرجع عالمي في دراسات العمل
الخيري والإنساني

القيم



الأهداف



تعزيز مكانة العمل الخيري والإنساني
والتعريف بمنجزاته لدى الرأي العام

تطوير العمل الخيري والإنساني والارتقاء
بالجودة في مختلف مجالاته

صناعة التكامل بن القطاع الخيري
والإنساني وخطط التنمية المجتمعية

دعم صنّاع القرار عبر توفير المعلومات
ذات الصلة في الوقت المناسب

استشراف مستقبل العمل الخيري
والإنساني بما يخدم المجتمعات

نشر ثقافة العمل الخيري والإنساني
والتطوعي بين شرائح المجتمع كافة

رئيس مجلس الإدارة

د. عبدالله معتوق المعتوق

المدير العام

بدر سعود الصميط

رئيس التحرير - مشرف المركز

عبد الرحمن عبد العزيز المطوع

أسرة التحرير

د. رضا السيد العشماوي

مدير المركز

د. سارة يحيى عبد المحسن

اختصاصي دراسات

عبد الله محمد أبو زيد

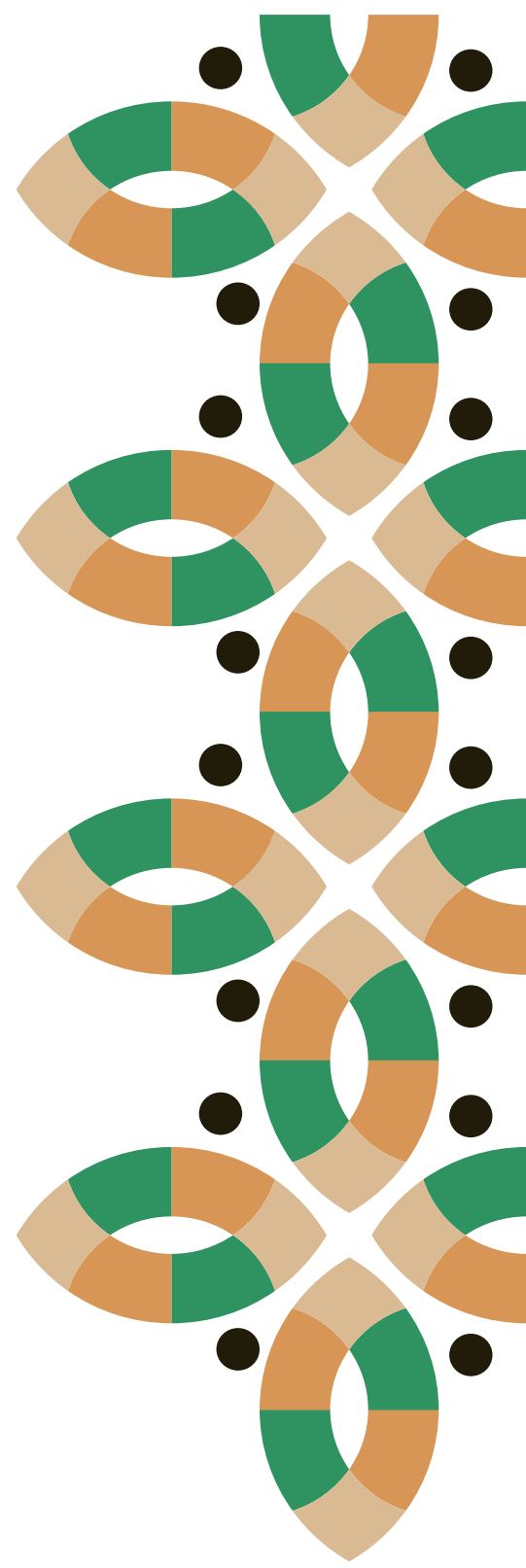
منسق إداري

محمد السعيد

منسق التحرير

عامر قاسم

الإخراج الفني



من إصدارات المركز



الثقة في مواجهة التشكيك

دليل إدارة الحملات التسويقية

مؤشر الجوع العالمي 2018

كيف ندير أزمة بفاعلية

الواقع النفسي للمرأة اللاجئة

تقرير الاتجاهات العالمية للتبرع



زلزال شرق المتوسط

التغير المناخي

أزمة الحفاف في القرن الإفريقي

برنامج التحقق من خلفية الجهات والأفراد

دقائق غابات الأمازون

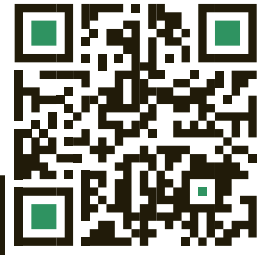
مركز رصد النزوح الداخلي 2018



خلاصات معرفية

زوروا موقعنا للوصول إلى جميع إصدارات المركز

www.iico.org/ar/publications



نشرة أثر



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies

تساعدنا مشاركتك..
وتصلنا مباشرة..

1 808 300
www.iico.org

GCPSIICO



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization



المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies