

الفهرس

الصفحة	الموضوع
١	كلمة الشيخ / محمد بن زيد آل سليمان
٣	كلمة الأمين العام لجمعية البر بالمنطقة الشرقية
٥	اللجان
٦	المتحدثون
٧	جدول الفعاليات
٩	النشاط الترويجي للمنظمات الخيرية-الدكتور/صالح بن سليمان الرشيد
٢٢	التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية (جمعيات، هيئات، مراكز، مؤسسات)- الدكتور/ إسماعيل بن أحمد النزاري
٥١	التدريب والتأهيل في الجهات الخيرية-الأستاذ/ محمد بن علي الغامدي
٦٤	أسس الخدمة الإجتماعية في الجمعيات الخيرية-الدكتور/ محمد بن سعيد الزهراني
٩٣	تطبيقات البحث الإجتماعي-الدكتور/يحيى بن إبراهيم اليحيى
١٠٦	مدخل إقتصاديات العمل الخيري-الدكتور/ مسفر بن عتيق الدوسري
١٢٠	تطبيقات تقنين المساعدات العينية بمشروع دار الخير-الأستاذ/محمد بن علي الغامدي
١٢٥	مشروع الأمير سلمان للإسكان الخيري-المهندس/إبراهيم بن عبدالعزيز الحسين
١٣٢	تجربة الإسكان منخفض التكاليف في المدينة المنورة-المهندس/ يحيى سيف صالح

الفهرس

الصفحة	الموضوع
١٤٠	ملخص دعم الأسر المحتاجة تجربة أرجو لها التعميم-الدكتور/عبدالسلام الشهري
١٤٤	تفعيل الدور الصحي في تبني المشاريع الخيرية-الدكتور/عبدالسلام الشهري
١٤٩	تدوير فائض الولائم-الأستاذ/فهد بن علي بن نوح

تقديم

صاحب الفضيلة الشيخ / محمد بن زيد آل سليمان

عضو هيئة كبار العلماء بالمملكة رئيس محاكم المنطقة الشرقية

ورئيس اللجنة التنفيذية بجمعية البر بالمنطقة الشرقية

الحمد لله و حده والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين
سيدنا محمد وعلى آله الطيبين الطاهرين وعلى صحابته المكرمين
وسلم تسليماً. أما بعد :

إن من فضل الله علينا أن وفق هذه البلاد المباركة للعمل بشريعة
محمد ﷺ فمن مكة بزغ نور الرحمة " وما أرسلناك إلا رحمةً
للعالمين" ومن هذه الجزيرة العربية هدى المرسلين إلى العالمين أجمعين.
ولذلك أصبح شعار هذه البلاد هو العمل بشريعة رب العالمين ونشر
هذا الدين الحنيف ورعاية أحوال المسلمين من لدن خادم الحرمين
الشرفيين-أيده الله- والتشجيع على وجود هيئات خيرية عاملة في شتى
أنحاء المملكة حرسها الله.

ولقد جاءت توجيهات صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن فهد بن
عبد العزيز آل سعود أمير المنطقة الشرقية رئيس مجلس إدارة جمعية
البر بالمنطقة الشرقية ومتابعة صاحب السمو الملكي الأمير سعود بن
نايف بن عبدالعزيز آل سعود نائب أمير المنطقة الشرقية نائب رئيس
مجلس إدارة الجمعية لإقامة اللقاء السنوي للجهات الخيرية وهي لفته
كريمة من سموهما تهدف إلى توحيد الجهود ورفع كفاءات الجهات
الخيرية لما يقدمه من معلومات قيمة ومحاضرات مفيدة وحوارات بناءة
مثمرة.

فالشكر مرفوع لسموهما الكريمين -حفظهما الله- ثم لكافة
الأخوة العاملين في الجمعية وأخص بالذكر الأمين العام

الدكتور/عبدالله بن حسين القاضي وبقيّة العاملين في اللقاء من
منظمين ومهاضرين ومشاركين... سائلين المولى عز وجل أن يوفق
الجميع للخير والصلااح.

كلمة

الدكتور / عبد الله بن حسين القاضي
الأمين العام لجمعية البر بالمنطقة الشرقية

الحمد لله حمداً يليق بجلاله وعظيم سلطانه، والصلاة والسلام على سيد خلقه وخاتم رسله ﷺ.. وبعد:

فقد شرفت جمعية البر بالمنطقة الشرقية على مر السنوات الماضية بدعم سخي وتشجيع متواصل ومتابعة مستمرة من أمير البر صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن فهد بن عبدالعزيز آل سعود أمير المنطقة الشرقية رئيس مجلس إدارة جمعية البر بالمنطقة الشرقية ومن سمر نائبه صاحب السمو الملكي الأمير سعود بن نايف بن عبدالعزيز آل سعود نائب أمير المنطقة الشرقية نائب رئيس مجلس إدارة الجمعية. فلم يألوا سموهما الكريمان -حفظهما الله- جهداً في إقامة كافة المشاريع والأعمال الخيرية التي تطمح الجمعية في إقامتها بدم إكمال النظرة الشمولية الواضحة لها من جميع الجوانب.. ومن ذلك إقامة اللقاء السنوي الذي يجمع بين الجهات الخيرية بالمنطقة الشرقية، فقد نالت هذه الفكرة تأييداً من سموهما وتوجيهاً سريعاً للبدء بالترتيبات اللازمة وتشكيل اللجان العاملة فبحمد الله وتوفيقه تم عقد اللقاء الأول وتبعه اللقاء الثاني وتكملت أعمالهما بالنجاح والتوفيق.

لذا فإن جمعية البر بالمنطقة الشرقية يسرها أن تهدي هذه المادة العلية للقاء السنوي للجهات الخيرية بالمنطقة الشرقية لعام ١٤٢٢ هـ وما تحويه من معلومات قيمة مقدمة من أكاديميين متخصصين وغيرهم ممن لهم مساهمات في العمل الخيري التطوعي.

وبهذه المناسبة يسرني أن أنوه بما تلقاه الجمعية وكافة مشاريعها وأنشطتها الخيرية من دعم واهتمام من قبل وزارة العمل والشؤون

الاجتماعية ممثلة في معالي الوزير الدكتور/علي بن إبراهيم النملة
جزاه الله خيراً.

وفي الختام...أتقدم بالشكر الجزيل لصاحب الفضيلة الوالد الشيخ/
محمد بن زيد آل سليمان رئيس محاكم المنطقة الشرقية رئيس
اللجنة التنفيذية بالجمعية-حفظه الله-على ما قام به فضيلته من
جهود طيبة للارتقاء بهذا اللقاء، كما أشكر أعضاء مجلس إدارة
الجمعية على ما قدموه من دعم مادي ومعنوي والشكر موصول
للجان المنظمة التي سعت لإنجاح هذا اللقاء.

اللجان

المشرف العام على اللقاء:

د. عبد الله بن حسين القاضي

اللجنة الفنية:

اللجنة المنظمة:

رئيساً	أ. عامر بن دعيح الدخيل	رئيساً	أ. خالد بن عبد اللطيف الجوهر
عضواً	راشد بن عبد الرحمن السني	نائباً	أ. محمد بن علي الغامدي
عضواً	عبد العزيز بن محمد الحجري	عضواً	أ. أحمد بن ناصر الرشادة
عضواً	أحمد بن محمد الورتان	عضواً	أ. جاسم بن عتيق أو فلاسة
		عضواً	أ. عامر بن دعيح الدخيل

اللجنة الإعلامية:

اللجنة العلمية:

رئيساً	أ. ناصر بن عيد الغامدي	رئيساً	أ. محمد بن علي الغامدي
عضواً	أ. محمد بن عبد الرحمن الزامل	عضواً	علي بن أحمد فقيه
عضواً	صالح بن عبد الله الزهراني	عضواً	مشعل بن محمد آل حسين
	لجنة العلاقات العامة:		لجنة الخدمات المساندة:
رئيساً	أ. جاسم بن عتيق أبو فلاسة	رئيساً	أحمد بن ناصر الرشادة
عضواً	أ. صلاح بن سعيد الدوسري	عضواً	رميح بن إبراهيم الرميح
عضواً	أ. فوزي بن جمعة الرشدان	عضواً	ماهر بن محمد النويس
عضواً	أ. عادل بن محمد العامري		
عضواً	خليل بن جبران القحطاني		
عضواً	سامي بن فهد المالكي		
عضواً	طارق بن مساعد السالم		
عضواً	سلطان بن سعود الخالدي		

المتحدثون

الاسم	الجهة
معالي الدكتور/ زهير السباعي	عضو مجلس الشورى
الدكتور / عبدالله بن حسين القاضي	أمين عام جمعية البر بالمنطقة الشرقية
الأستاذ / محمد بن على الغامدى	كلية العلوم الصحية بالدمام
الأستاذ / خالد بن محمد الزامل	الغرفة التجارية الصناعية بالشرقية
الدكتور / صالح بن سليمان الرشيد	جامعة الملك فيصل
الدكتور / حميد خليل الشايحي	كلية الآداب بجامعة الملك سعود
الدكتور/محمد بن سعيد الزهراني	جامعة أم القرى
الدكتور/إسماعيل بن أحمد النزازي	جامعة الإمام محمد بن سعود بالمدينة المنورة
المهندس/ إبراهيم الحسين	مشروع الأمير سلمان للإسكان الخيري
الدكتور/ مسفر بن عتيق الدوسري	جامعة الملك سعود
الدكتور/ عبدالحميد الوابل	جامعة الملك خالد
الدكتور/ عبدالسلام الشهري	مستشفى القوات المسلحة بالطائف
الدكتور/ محمد بن عبدالله السلومي	جمعية تحفيظ القرآن الكريم بالطائف
الأستاذ/ فهد بن محمد بن نوح	إدارة التعليم بالرياض
الدكتور/ عمر المديفر	جامعة الملك سعود
الدكتور / يحيى بن إبراهيم اليحيى	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة
المهندس/ يحيى سيف صالح	أمانة المدينة المنورة

برنامج اليوم الأول
يوم الثلاثاء ١٤٢٢/٧/٢٢هـ

الجلسة	موضوع الورقة	مقدم الورقة	رئيس الجلسة	المكان
الجلسة الأولى قنوات الاتصال ٩,٣٠-٨,٠٠	النشاط الترويجي للجهات الخيرية المشاكل والتحديات	د.صالح بن سليمان الرشيد	د.عبدالله القاضي	القاعة الرئيسية
	التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية	د.إسماعيل بن أحمد التزاري		
استراحة: ٩,٣٠-١٠,٠٠				
الجلسة الثانية أهمية التأهيل ١١,٣٠-١٠,٠٠	التخطيط للموارد البشرية	أ.خالد الزامل	د.صالح بن سليمان الرشيد	القاعة الرئيسية
	التدريب والتأهيل	أ.محمد علي الغامدي		
صلاة الظهر: ١١,٣٠-١٢,٣٠				
حفل الافتتاح: ١٢,٣٠-١,٣٠				
الجلسة الثالثة البحث الاجتماعي ٥,٠٠-٣,٣٠	أسس الخدمة الاجتماعية في الجمعيات الخيرية	د.محمد بن سعيد الزهراني	د.حميد الشايحي	القاعة الرئيسية
	تطبيقات البحث الاجتماعي	ديحيى بن ابراهيم اليحيى		
صلاة المغرب: ٥,٣٠-٥,٠٠				
ورش عمل ٧,٠٠-٥,٣٠ مساء	موضوع الورشة	منسق الورشة		المكان
	الرعاية الاجتماعية	د.محمد بن سعيد الزهراني		قاعة الغزال
	التأهيل	أ.محمد علي الغامدي		قاعة البيمامة
	برامج التدوير	ديحيى بن ابراهيم اليحيى		قاعة العقيق
	الإسكان	م.إبراهيم الحسين		قاعة دارين

المعرض: ٣:١٠ ظهراً - ٩:٠٠ مساءً

برنامج اليوم الثاني
يوم الأربعاء ١٤٢٢/٧/٢٣ هـ

القاعة	رئيس الجلسة	مقدم الورقة	موضوع الورقة	الفقرة
الرئيسية	الدكتور صالح بن محمد الونيان	الدكتور/ مسفر بن عتيق الدوسري	مدخل إلى اقتصاديات العمل الخيرى	الجلسة الأولى تقنين المساعدات العينية ٩:٣٠-٨:٠٠ ص
		الأستاذ/ محمد بن علي الغامدي	تطبيقات وتقنين المساعدات العينية بدار الخير	
استراحة ٩:٣٠ - ١٠:٠٠ ص				
الرئيسية	الدكتور زهير السباعي	المهندس/ إبراهيم الحسين	حلول علمية لمشكلة الإسكان	الجلسة الثانية الإسكان والرعاية الصحية ١٠:٣٠-١١:٠٠ ص
		المهندس/ يحيى سيف صالح	تجربة الإسكان منخفضة التكاليف في المدينة	
		الدكتور/ عبدالسلام الشهري	تفعيل الدور الصحي في تبني المشاريع الخيرية	
صلاة الظهر والغذاء ١١:٣٠ - ١٢:٣٠				
الرئيسية	الدكتور محمد بن عبدالله السلومي	الدكتور/ يحيى بن إبراهيم اليحيى	نماذج رائدة لتدوير المواد العينية	الجلسة الثالثة نماذج رائدة لتدوير المواد العينية ٣:٣٠-٥:٠٠ م
		الأستاذ/ فهد بن محمد نوح	تدوير فائض الولايم	
صلاة المغرب ٥:٠٠ - ٥:٣٠				
القاعة	مدير الندوة	المشاركين	المحور	العنوان
الرئيسية	الدكتور زهير السباعي	د. عمر المديفر	الآثار السلوكية على الفرد جراء عدم حفظ النعمة	الندوة الآثار المترتبة جاء عدم حفظ النعمة
		د. مسفر الدوسري	الهدر الناجم جراء عدم حفظ النعمة	
		د. يحيى اليحيى	برامج التدوير المختلفة وآثرها على حفظ النعمة	
صلاة العشاء ٦:٣٠ - ٧:٣٠				
الحفل الختامي				

المرض: ١٣:٠٠ ظهراً - ٩:٠٠ مساءً

عنوان الورقة:

النشاط الترويحي للمنظمات الخيرية

مقدمها:

الدكتور / صالح بن سليمان الرشيد

المشكلات والتحديات

يعد النشاط الترويحي من أهم الأدوات التي يمكن أن تساهم إلى حد كبير في نجاح المنظمات وتحقيق أهدافها وضمن استمراريته ونموها وإذا كان العصر الذي نعيش فيه هو بحق عصر ثورة الاتصالات وانتقال المعلومات وتفاعل الأفكار فإن المنظمات التي لا نعرف أهمية هذه الثورة ولا تتفاعل معها بإيجابية ولا تتعامل معها بعمق سوف تجد نفسها عاجزة عن فهم البيئة التي تعمل فيها وسوف تجد نفسها تسير في طريق العزلة ثم الضمور والفشل.

عملية الاتصال والتي هي جوهر النشاط الترويحي عملية عرفها الإنسان أدرك أهميتها من أقدم العصور ولقد لعب الاتصال دوراً كبيراً في نقل وحفظ الحضارة الإسلامية والقيم والمعتقدات والعلوم وإذا كانت الدعوة الإسلامية قد استثمرت ووظفت الشعر والخطابة والحوار والوسائل المكتوبة في نشر الخبر والدعوة إلى المعروف والدفاع عن الحق فإن المنظمات الخيرية اليوم مطالبة باستغلال أكبر لقنوات الاتصال التي أوجدتها الثورة التكنولوجية التي حصلت في مجال الاتصال والمعلومات.

إن الهدف من النشاط الترويحي بالنسبة للمنظمات الخيرية هو زيادة قدرتها على التأثير على الآخرين لذلك فإن الخبرة والمهارة في عملية الترويج وان كانت هامة لكل الأفراد ومنظمات إعمال القطاع الخاص والحكومي إلا أننا نرى إن المنظمات الخيرية والمؤسسات الدعوية هي ادعى أن تكون على مستوى عالٍ من الخبرة والمهارة في عملية الاتصال والنشاط الترويحي لذلك لأهدافها النبيلة ودورها الكبير لخدمتها الجليلة التي تقدمها للأفراد والجمعات.

وإذا كانت المنظمات الخيرية تشهد اليوم نقلة موضوعية مباركة، وتطوراً كبيراً في آليات ونظم العمل والانتفاع من كل الوسائل المفيدة في تطوير الأداء وإجراءات العمل فإن هذه المنظومة لا

يمكن أن تكتمل ولن يكتب لها النجاح إلا بالتوظيف الناجح لعملية الاتصال وتحسين الخبرات والمهارات الاتصالية.

من هذا المنطلق وإيماناً بأهمية تنمية مهارات النشاط الترويجي لدى المنظمات الدعوية والخيرية جاءت هذه الورقة تساعد هذه المنظمات لفهم اشمل لعملية الترويج ولتعظيم للاستفادة من هذه الأداة المهمة. وفي سبيل الوصول لهذا الهدف ستحاول الورقة الإجابة عن الأسئلة التالية:

١. لماذا تحتاج المنظمات الخيرية أن تهتم بالنشاط الترويجي؟
 ٢. ما أهداف المؤسسة الخيرية من عملية الترويج؟
 ٣. مما يتكون الاتصال؟
 ٤. ما أنواع قنوات الاتصال؟
 ٥. ما الخطوات الواجب علينا اتخاذها حتى نصل إلى الاتصال الفعال؟
 ٦. ما المعوقات والتحديات التي تواجه المنظمات الخيرية في عملية الترويج؟
- وفي نهاية الورقة تم عرض مجموعة من التوصيات والاقتراحات التي يرى الباحث أن المنظمات الخيرية تحتاج إلى أخذها في الاعتبار من أجل تحسين النشاط الاتصالي لديها وتمكينها من نقل صوتها إلى العالم الخارجي بشكل يضمن لها الانتعاش القوي والمقام الثابت.

١- ما أهمية عملية الاتصال للمنظمات الخيرية؟

١. عملية الاتصال هي من أهم الأدوات التي يمكن أن تستخدمها المنظمات الخيرية في محاولة لشرح دورها الأساسي في خدمة المستفيدين ولجذب المتبرعين للتعاامل معها لضمان استمرار نمو المنظمة وأداء رسالتها بشكل فعال.

٢. إن وسائل الاتصال بتعددتها من صحافة وإذاعة وتلفزة وفاكس وإنترنت واتساعها الكمي والجغرافي بحق أصبحت قوة هائلة، وسلطة آمرة وصناعة ساحرة وأصبحت من أهم الأدوات التي تستخدم لتشكل الرأي العام لصنع المواقف والانطباعات والاتجاهات وأصبحت هذه الوسائل تكاد تكون هي المصدر الرئيسي في خدمة أهداف المنظمات الخيرية.

٣. تزايد عدد المنظمات الخيرية التي تقدم نفس الخدمات مع إحساس المتبرع أو العميل بعدم وجود فروق جوهرية بينها حيث أن جميع المنظمات تقدم خدمات متشابهة إلى حد كبير. يضاف إلى ذلك أيضاً صعوبة إدراك جودة الخدمة المقدمة من المنظمات الخيرية لأن الشخص المستفيد والمستقبل للخدمة ليس هو المتبرع أو المحسن.

٤. إن لمواقف واتجاهات المتبرع تأثيرات كبيرة على قرار التبرع وبالنظر لخاصية المؤسسات في الخدمات التي تقدمها الجمعيات الخيرية فإن المتبرع غالباً ما يعول أو يعتمد على انطباعاته الاجتهادية عند قرار التبرع ومن أهم الوسائل في تغيير قناعات واتجاهات المتبرعين هو عملية الاتصال الفعالة.

٥. عملية الاتصال تسهل عملية التبرع وتساعد على إتمامها من خلال تقديم المعلومات والإقناع وجعل المتبرع أكثر استعداداً للتبرع.

٢-أهداف عملية الاتصال بالنسبة للمؤسسات الخيرية:

١. إمداد المتبرع الحالي والمرتبب بالمعلومات عن الخدمات والبرامج والمشاريع التي تقدمها المنظمة، والمنافع المتأتية من الخدمات المقدمة. يقصد بهذا الهدف تزويد المتبرع الحالي والمرتبب ببيانات ومعلومات عن مشاريع وبرامج المنظمة التي تقدمها للمستفيدين وهذا الهدف يعتبر أكثر أهمية في حالة تقديم خدمات وبرامج جديدة حيث يلعب توافر المعلومات عن هذه المشاريع والبرامج دور بارز في لفت نظر المتبرعين أليها والاهتمام بها والتفكير للتبرع لها ودعمهما.
٢. إقناع أو ترغيب الجمهور بالمشاركة بالتبرع للمنظمة: قد يهدف الاتصال إلى إقناع المتبرع أو الجمهور بفكرة معينة أو القيام بتصرف معين، لذلك الاتصال بهدف الإقناع يعد مرحلة أكثر تطوراً من الاتصال الإخباري الذي ينتهي بإيصال الفكرة إلى الجمهور إذ يتعدى الاتصال الإقناعي هذه المرحلة فهو لا يكتفي بمجرد استقبال الجمهور للرسالة وإنما يستهدف إحداث الأثير الاستمالة والإقناع.
٣. تعزيز عملية التبرع: عندما يتخذ المحسن قراراً بالتبرع للمنظمة وينفذه، فإنه يحتاج إلى تدعيم وتأكيد إن هذا القرار كان صائباً بحيث يتخذ نفس هذا القرار كلما رغب في التبرع ويساعد على تكرار التبرع. وذلك يكون عن طريق الاتصال به وبيان بالضبط كيف تم الصرف للمبالغ وما هي المنافع والفوائد التي تحققت للفقراء والمستفيدين من خلال هذا التبرع تذكري بالاجر الأخرى المدخر عند الله عز وجل لمن يعمل مثل هذه الأعمال.
٤. تكوين أو تغيير الاتجاهات تجاه المنظمة وإزالة الإدراكات الخاطئة أو المضللة عن المنظمة عند الجمهور:

ونظراً لما للاتجاهات من تأثير على قرارات الجمهور، فإن المنظمات الخيرية تحتاج إلى الاتصال لتكون اتجاه إيجابي نحوها ونحو برامجها أو تغيير اتجاه سلبي موجود بالفعل عنها لسبب أو لآخر.

٥. إيجاد مركز متميز للمنظمة وبناء صورة ذهنية جيدة عن المؤسسات الخيرية:

قد يتم الاتصال لخلق وضع أو مركز معين للمؤسسة بين المؤسسات المماثلة في السوق وقد يكون هذا المركز ذو الجودة المرتفعة أو الدقة العالية أو الثقة المرتفعة أو غير ذلك من المراكز التي ترغب المنظمات الخيرية في إيجادها بالنسبة لخدماتها.

٣- عناصر الاتصال

المسؤولون عن المنظمات الخيرية يحتاجون لمعرفة مما تتكون عملية الاتصال وكيف تتم، ليتم الاستفادة منها بشكل جيد تتكون عملية الاتصال من عدة عناصر وذلك على النحو التالي:

١. المرسل: وهو هنا المنظمة الخيرية والذي يمثل مصدر الرسالة المراد إيصالها إلى طرف آخر أو أكثر من طرف ويعد المرسل هو مؤسس عملية الاتصال والمسئول الأول عن تحقيق الهدف من الاتصال.

٢. المرسل إليه: (المستقبل، المتلقي) وهو الفرد أو الجماعة التي تستقبل رسالة المرسل وتحويل تلك الرسالة المسموعة أو المقروءة إلى أفكار وأحاسيس ومعايشة ويؤدي المستقبل دوراً لا يقل عن دور المرسل في تحقيق الهدف من الاتصال إذ به تكتمل عملية الاتصال وبنضوجه الذهني يمكن أن يتغلب على نواقض عملية الإرسال ويسهم المستقبل مساهمة كبيرة في تحقيق العرض من الاتصال وهناك عدة أمور تؤثر على المستقبل في فهمه وترجمته للرسالة التي يتلقاها مثل الخصائص الديموغرافية له (السن

، (المستوى التعليمي) الخصائص السيكولوجية (الإدراك ، التعلم ، الشخصية).

٣. الرسالة: وهي مجموعة من الأفكار والاتجاهات والآراء والأحاسيس والخبرات التي يرغب المرسل في إيصالها إلى المستقبل ومن أجل

أن تؤدي الرسالة الغرض المنشود منها فإنه يجب أن تتصف بعدة خصائص تجعل منها رسالة جيدة من هذه الخصائص أن تكون الرسالة واضحة مختصرة كاملة وصحيحة ودقيقة المعلومات.

٤. الأداة أو الوسيلة: ويقصد بها الوسيلة أو الوسطة أو القناة التي تنتقل من خلالها الرسالة إلى المرسل إليه. وقد تتعدد أشكال الأداة فقد تكون اللغة المكتوبة أداة لنقل الرسالة أو تكون اللغة الشفهية.

٥. ترجمة الرسالة: وهي العملية التي من خلالها يقوم المرسل إليه بتفسيرها ورد في الرسالة التي قام باستقبالها وبالطبع ليس بالضرورة أن يفهم المتلقي الرسالة بنفس الطريقة التي أرادها المرسل أن يفهمها بها.

٦. رد الفعل: ويقصد بها رد فعل المتلقي للرسالة التي استقبلها. وقد يكون رد الفعل في الاتجاه المرغوب أو في غير الاتجاه المرغوب ومن الطبيعي أن يستفيد المرسل من رد فعله، وتتراوح هذه الاستفادة بين تعديل ظاهري أو جوهري في الرسالة المبعوثة أو في وسيلة إيصال الرسالة.

٧. الشوشرة (الضوضاء): ويقصد بها العوامل التي تحيط بعملية الاتصال وتؤثر بشكل سلبي على فعاليته والتي عادة تكون خارجة عن نطاق تحكم المرسل أو درجة تحكمه فيها محدودة. وقد تكون هذه العوامل داخل الشخص نفسه مثل شعور المتلقي بالإرهاق والتعب أو تكون خارجة مثل الازدحام بالهاتف أو بزيارة.

٤ - خطوات الاتصال الفعال:

(١) تحديد الجمهور المستهدف:

يحتاج القائمون على عملية الترويج أن يكون لديهم تصور واضح عن الجمهور المستهدف لعملية الاتصال. وقد يكون الجمهور المتبرعين الحاليين أو السابقين أو المحتملين أو المؤثرين على قرار التبرع وقد يكون هؤلاء الجمهور أفراداً أو جماعات أو جمهوراً عاماً أو شركات وقد يكون موظفون أو طلاباً أو نساء أو رجلاً أو شباباً إن تحديد الجمهور المستهدف يؤثر بلا أدنى شك على قرارات عملية الاتصال مثل ماذا يجب أن يقال؟ وكيف يقال؟ ومتى يقال؟ وأين يقال؟ ومن يقوله؟ هنا نقطة هامة وهي جزء من التحليل المطلوب للجمهور المستهدف وهي تتعلق بتحويل وتقويم الصورة الذهنية للمؤسسة وعملها الحالي عند الجمهور المستهدف وذلك من خلال عاملين.

- العامل الأول: المعرفة من عدمها بالمؤسسة.

- العامل الثاني: هو الميل والانجذاب والمشاعر الإيجابية تجاه المنظمة من عدمها.

(٢) تحديد أهداف الاتصال أو تحديد نوع رد الفعل المرغوب به:

عندما نقوم بتحديد الهدف يعني بصورة أساسية الإجابة عن سؤال محدد وهو لماذا اتصل؟ والإجابة على هذا السؤال تساعدنا في معرفة مدى تقبل الآخر لما نقول. رد فعل المرغوب قد يكون المبادرة بعملية التبرع أو انطباق عام جيد عن المؤسسة... الخ بمعنى أن رد فعل المرغوب أما إن يكون رداً متعلقاً بذهن الجمهور المستفيد أو مشاعره أو سلوكه إما أريد أن أضع معلومات في ذهنه أو إن أغير انطباقه وموقفه عن المؤسسة أو أحفزها لاتخاذ قرارات وخطوات معينة.

في الغالب الشخص يمر بالمرحلة التالية أثناء أقتناعه بقضية معينة. المرحلة الأولى هي المرحلة الذهنية ثم مرحلة الشعور والانطباعات أو خيراً مرحلة السلوك والأفعال بمعنى يمر بالتعليم ثم بالشعور ثم الفعل، وفي كل مرحلة من هذه المراحل الثلاث يمر الشخص بحالات تناسب كل مرحلة ففي مرحلة التعليم يبدأ الشخص بحالة الوعي ثم المعرفة أما مرحلة الشعور فالشخص يكون عنده أولاً ميل ثم ينتقل إلى حالة التفضيل وأخيراً الاقتناع ثم يدخل مرحلة السلوك وفيها يكون هناك قرار التبرع والإقبال والمشاركة. لذلك يحتاج المتصل إلى معرفة أين يقع الجمهور المستهدف من هذه المراحل؟ وما الوسيلة المناسبة والأفضل في كل مرحلة من أجل أن تسهل عملية انتقاله إلى المرحلة التي تليها.

٣ تصميم الرسالة:

بعد تحديد الجمهور المستهدف ونوعية ردود الفعل المرغوب بها تأتي خطوة تحديد الرسالة والرسالة يجب أن تخلق الانتباه والإعجاب ثم تقود الجمهور إلى اتخاذ رد الفعل المرغوب. عند تحديد الرسالة تواجهنا ثلاث مشكلات وهي: ماذا يجب أن نقول؟ محتوى الرسالة وكيف يجب أن نقال؟ (هيكل الرسالة) ومن الذي يقول؟ في حالة تقرير أفضل محتوى للرسالة نحن نبحث عن موضوع أو قيمة أو أغراء يجذب المستقبل لذلك لا بد أن نبين المنافع والدوافع أو الأسباب التي تجعل المستقبلين للرسالة يتحفزون. فقد تكون الرسالة تخاطب النطق أو العقل أو تستحوذ على العواطف والمشاعر أو مرتبطة بالدوافع الإيمانية وقائمة على التركيز باحتساب الأجر والثواب. كذلك شكل الرسالة فهو متعلق باختيار الألوان والصور وحجم الرسالة وحجم الخط والأصوات بحيث يجذب انتباه الجمهور المستهدف ويثير اهتمامه وانتباهه.

٤) اختيار وسيلة الاتصال:

علي المرسل اختيار قنوات الاتصال الفعالة والمناسبة للجمهور المستهدف هناك نوعان من قنوات الاتصال:

- قنوات الاتصال الشخصية: تتضمن وجود شخصين أو أكثر يتصلون مباشرة مع بعضهم البعض، يمكن أن يكون هذا الاتصال بين شخص وشخص أو شخص لمجموعة من الحضور أو عبر الهاتف أو عبر البريد. تتميز هذه الطريقة بأنها تتيح الاتصال الفردي وكذلك الحصول على المعلومات أو التغذية المرتدة.

- قنوات الاتصال غير الشخصي: قنوات الاتصال غير الشخصي تنقل الرسائل دون اتصال شخصي أو تفاعل ومن أهم وسائل الاتصال غير الشخصي الإعلام المكتوب: مثل المجلات والصحف، الإعلام المنقول: مثل التلفاز والراديو والإعلام الإلكتروني مثل الانترنت والأشرطة (CD) والإعلام المعروض: مثل اللوحات البوسترات، وإقامة المعارض واللقاءات والمؤتمرات أو رعايتها.

٥- الحصول على المعلومات المرتدة ومحاولة قياس فاعلية الترويج:

بعد نشر الرسالة خلال وسائل الاتصال الشخصية أو غير الشخصية يحاول المرسل تجميع المعلومات المرتدة وطبيعة ونوع رد فعل الجمهور إزاء عملية الاتصال قياس الأثر المترتبة على نشاط ترويجي معين عملية ليست سهلة ويوجد صعوبة بالغة في الوصول إلى مقاييس قاطعة تمكن الإدارة من المعرفة الدقيقة للعلامة بين المدخلات الترويجية والمخرجات المترتبة عليها كثير من المنظمات تفترض أن المستقبل يجب أن يفهم الرسالة ويستجيب لها ما دامت أرسلت إليه.

٦-المعوقات والتحديات التي تواجه المنظمات الخيرية في النشاط

الترويجي:

- تعتري عملية الترويج في بعض الأحيان مجموعة من العوائق والمشاكل التي من شأنها تعطيل فإلية الاتصال والتي من أهمها ما يلي:
١. إن من أهم المشكلات التي تعاني منها المنظمات الخيرية فيما يتعلق بالنشاط الترويجي هو عدم اقتناع الإدارة بجدوى النشاط الترويجي.
 ٢. كذلك يعتبر زيادة تكلفة النشاط الترويجي من الأسباب التي تمنع كثير من المنظمات الخيرية من القيام بأي نشاط يتعلق بالترويج لبرامجها وأنشطتها.
 ٣. هناك أيضاً قناعة عند بعض القائمين علي المنظمات الخيرية بعدم ملائمة النشاط الترويجي للأدشطة الخيرية. ففي نظر بعض هؤلاء المسؤولين أن النشاط الترويجي يناسب المنظمات الربحية أما المنظمات التي يقوم عملها علي الخير واحتساب الأجر. هناك اعتقاد آخر كذلك مفاده أن المنظمات التي تعمل بشكل كفاء وتعتبر ناجحة لا تحتاج إلى نشاط ترويجي من الله فكلما الطرفان (العاملون والمتبرعون) في غنى عنه.
 ٤. هناك اعتقاد آخر كذلك مفاده إن المنظمات التي تعمل بشكل كفاء وتعتبر ناجحة لا تحتاج إلى نشاط ترويجي لإنجاحها وشهرتها يغنيها عن النشاط الترويجي
 ٥. هناك غياب أو أحياناً نقص بالكوادر الممتازة للقيام بالنشاط الترويجي.
 ٦. تحمل الإدارة في بعض المنظمات الخيرية اتجاهاً سلبياً نحو النشاط الترويجي يصل أحياناً إلى الشعور بعدم الحاجة إلى القيام بهذا النشاط وفي أحيان أخرى إلى اعتقاد أن الترويج نشاط غير مجد.
 ٧. تعاني بعض المنظمات الخيرية من التطبيق التقليدي الضيق للمفهوم الترويجي. فالترويج يعني عند هذه المنظمات أنه مجرد الإعلان

بالصحف والمجلات، وتغفل عن قضية أساسية وهي أن الترويج هو استخدام مجموعة متكاملة من أدوات الاتصال التسويقية لتحقيق هدف معين.

التوصيات والاقتراحات:

١. ينبغي على المنظمات الخيرية أن تغير مفهومها عن الترويج لابد أن تغير المنظمات من وجهة نظرها السلبية تجاه الأنشطة الترويجية وتدرك أن أنشطة الترويج تساعد على زيادة الإيرادات وتحسين وضع المنظمة. تحتاج كثير من المنظمات الخيرية أن تغير مفهومها التقليدي عن الترويج، تحتاج هذه المنظمات إلى الإيمان بأن النشاط الترويجي نشاط هام وأساسي سواء كانت التبرعات في زيادة أو نقصان وسواء أقبل المتبرعون على المؤسسة أو لم يقبلوا. فالترويج يساهم في بناء العلاقة المستمرة والولاء الذي يقوم على الثقة وتبادل المنافع. فالمتبرع الذي نهمل الاتصال به في أوقات الرواج لا نتوقع ولاءه في أوقات الكساد.

٢. تحتاج المنظمات الخيرية أن تولي النشاط الترويجي بشكل عام قدرأ أكبر من الاهتمام سواء في شكل ما يخص له من موارد مالية وإمكانيات أو في ما يتعلق بتوفير الموارد البشرية والبحث عن الخبرات والطاقات المتميزة في هذا المجال.

٣. كثير من المنظمات الخيرية تحتاج أن توسع أفقها عند استخدام المزيج الترويجي، حيث أن كثيراً منها تكتفي فقط بالاعتماد على الإعلان في الصحف والمجلات. أن الواقع يشهد أن هناك كثير من الوسائل الترويجية المفيدة والملائمة

لكثير من المنظمات الخيرية والتي من الواجب توظيفها واستغلالها.

٤. تحتاج المنظمات الخيرية إلى دراسة الاستفادة من خدمات الوكالات الترويجية المتخصصة خاصة عندما لا يتوفر للمنظمات الإمكانيات البشرية والفنية اللازمة للقيام بالنشاط الترويجي.

٥. القيام بدور التوعية بأهمية النشاط الترويجي للمنظمات الخيرية، والاستفادة من الاستشارات الترويجية والندوات التدريبية الخيرية المتخصصة في نشاط الترويج وعقد الندوات والمؤتمرات الخاصة بنشاط الترويج.

٦. ينبغي أن تحاول المنظمات الخيرية التأثير على الوزارات ذات العلاقة:

وزارة الأعلام وشركة الهاتف والبريد في الحصول على معاملة خاصة فيما يتعلق بأسعار الإعلانات سواء في الصحف والمجلات أو في التلفاز وكذلك أسعار خاصة في المرسلات البريدية.

٧. إنشاء إدارة متخصصة تكون مسؤولة عن هذا النشاط، وتخصص ميزانيات مستقلة للنشاط الترويجي على أن تفي هذه الميزانية بكافة أغراض النشاط الترويجي حتى يصبح ذا جدوى وفعالية.

عنوان الورقة:
التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية
(جمعيات، هيئات، مراكز، مؤسسات)

مقدمها:
الدكتور / إسماعيل بن أحمد النزاري

ملخص البحث:

تطرق البحث في المقدمة للحديث عن معنى التخطيط وأهدافه ثم بين أهمية التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية ووضح أهمية كون ذلك التخطيط منسجماً مع التخطيط الشامل للجوانب الأخرى في الجمعية ثم تحدث عن أنواع التخطيط وإطاره الزمني. ثم بدأ الباحث في عرض خطوات التخطيط الإعلامي والذي ارتكز على تسع خطوات تحدثت عن كل خطوة في مبحث مستقل على النحو التالي:

أولاً: جمع المعلومات والبيانات:

وبين أنها تساهم في صياغة محكمة وأن من المهم هنا تحديد طبيعة المعلومات ودقة مصادرها عن نوع المعلومات التي تحتاج إليها الجهات الخيرية.

ثانياً: تحليل الموقف:

ويقصد به دراسة جميع الجوانب ذات الصلة بالتخطيط الإعلامي والتي قد تكون سبباً من أسباب فشل الجهد الإعلامي، وبين أهمية معالجة أي قصور في تلك الجوانب قبل بدء تخطيط للعمل الإعلامي.

ثالثاً: تحديد الأهداف:

وهي خطوة تالية لما سبق من خطوات بين فيها أهمية صياغة الأهداف الطويلة المدى وقصيرة المدى وأهمية وضوح هذه الأهداف لدى المخطط والعاملين معه وأهمية أن تكون هذه الأهداف لدى المخطط والعاملين معه وأن كون هذه الأهداف واقعية منسجمة مع إمكانيات الجمعية.

رابعاً: دراسة المشروع أو البرنامج:

تحدثت فيه عن أنواع البرامج الإعلامية في الجمعيات الخيرية وأنواع المشروعات التي يقبل الجمهور عليها ثم بين أطوار مشروع من المشروعات الخيرية والأهداف الإعلامية التي يحتاجها طور من أطوار المشروع.

خامساً: دراسة الجمهور:

بين أهمية تحديد هذا الجمهور عند التخطيط للعمل الإعلامي وفوا ئد ذلك التحديد ثم عرض عدة عنا صرت ساعد في تحديد الجمهور المستهدف في العمل الخيري.

سادساً: اختيار الوسائل:

عرض في هذا المبحث المنهجية العلمية التي يتبعها المخطط لاختيار الوسائل وهي تمر بمرحلة تحديد أهداف الوسائل وصياغتها وتحديد منهجية اختيار الوسائل وقدم نموذجاً لعملية وسائل لحملة معينة مع ذكر مبررات اختيارها.

سابعاً: تحديد الوقت والجدولة:

بين فيه أهمية اختيار الوقت المناسب لكل عنا صر وبرامج الخطة الإعلامية وبين المقصود بالجدولة والتي تعني وضع الرسائل الإعلامية في جداول زمنية تأخذ طريقها للتنفيذ، ووضع ارتباط هذه الجدولة بمنهجيات التخطيط التي تستهدف الوصول أو التكرار أو الاستمرارية ثم تحدث عن منهجيات الجدولة وجداولها التنفيذية.

ثامناً: تحديد الميزانية:

تتوقف ميزانية العمل الإعلامي على الأهداف المتوخاة وعلى حجم العمل المطلوبة والوسائل المستهدفة وبين البحث هنا العلاقة بين الميزانية وحجم التبرعات الواردة وعرض واقع الإنفاق الإعلامي في بعض الجهات الخيرية في الداخل والخارج وتحدث عن طريق تحديد الميزانية وعرض نموذجاً لها.

تاسعاً: المتابعة والتقييم:

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل التخطيط وضع فيها أهمية المتابعة والتقييم التي تتلافى وتعالج أي خلل، ثم بين أنواع التقييم: القبلي والمرحلي والبعدي وأكد على أهمية النظرة التكاملية الشاملة لعناصر التخطيط الإعلامي.

المقدمة:

الحمد لله الذي أمرنا بفعل الخير وحثنا عليه بقوله (يا أيها الذين آمنوا اركعوا واسجدوا واعبدوا ربكم وافعلوا الخير لعلكم تفلحون). والصلاة والسلام على من كان أجد الناس وأثرهم إقبالاً على الخير وعلى آله وصحبه أجمعين ومن سار على دربه إلى يوم الدين وبعد.

فهنالك أكثر من ٢٥٠ جهة خيرية في المملكة هي في حاجة إلى تنظيم عملها الإعلامي وإلى توضيح أهم الأسس التي يقوم عليها ويسعى هذا البحث المعتمد على المنهج الاستقرائي والمبدي التي يتبعها المخططون للعمل الإعلامي في الجهات الخيرية، وذلك رغبة في الوصول إلى الجمهور المستهدف بأقل التكاليف وباستخدام قدر معقول من الوسائل الإعلامية وبما يحقق الأهداف المنشودة.

إن التخطيط الإعلامي الجيد يقوم على دراسات علمية وتحليل علمي دقيق وتخطيط سليم من حيث التكوين والنوع والحجم يتبعه تصميم جيد للبرامج والرسائل قائم على أسس مهنية، مع صدق وأمانة وإتقان في أداء العمل فيحسن التعبير عن الواقع الجميل قولاً وفعلاً ويحتوي هذا البحث على مقدمة وتقدمة مباحث، حيث بينت في المقدمة المراد بالتخطيط وأهميته التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية، وأنواعه وإطاره الزمني واحتوت المباحث التسعة على خطوات التخطيط التالية:

جمع المعلومات والإحصاءات وتحليل الموقف، تحديد الأهداف، دراسة المشروع أو البرامج، دراسة الجمهور اختيار الوسائل تحديد الوقت والجدولة، تحديد الميزانية المتابعة والتقويم.

والله ولي التوفيق

التخطيط

معنى التخطيط:

يقول أهل اللغة: فلان يخط الأرض: إذا كان يفكر في أمر يديره ويقولون في أمر قد عزم عليه: وفي الاصطلاح هناك: المثل (جاء فلان وفي رأسه خطة) أي عشرات التعريفات من أوضحها تعريف (هايمان) حيث يقول إنه تحديد سابق لما سيتم عمله انه تحديد لخط سير العمل في المستقبل والذي يضم مجموعة منسجمة ومتناسقة من العمليات بغرض تحقيق أهداف معينة ويقوم بالتخطيط على أساس من التفكير العلمي الدقيق الشامل وهو يساعد على فهم الواقع في الجمعية الخيرية كما ساهم في وضع صورة للمستقبل والتوقع ببعض نتائجه مبنياً على أسس علمية لا على الظن والشك، كما أنه يساعد على الاستعداد لمواجهة ذلك المستقبل ومشكلاته.

أهداف التخطيط:

يحقق لنا التخطيط الإعلامي أهدافاً عديدة فهو يوضح أفضل السبل للوصول إلى الجماهير كما أنه يضمن لنا بحول الله تحقيق الأهداف والتأثير بفاعلية في الجمهور المستهدف، ويساهم في توفير الجهد والوقت والمال الذي يهدر عند العمل بعشوائية.

أهمية التخطيط الإعلامي للجهات الخيرية:

التخطيط الإعلامي لأي جهة خيرية عملية هامة وتحقق عدداً من الفوائد منها:

- 1- التخطيط يبرز الأهداف لكل العاملين في الجمعية وفي اللجان الإعلامية مما يساعد في سرعة تحقيقها.
- 2- يحدد التخطيط للجنة الإعلامية الكفاءات البشرية التي تحتاج إليها ويحدد مواردها المالية وربما يساعد على توفيرها أيضاً.

-
- ٣- ينسق التخطيط العمل بين اللجنة الإعلامية وبقية اللجان العاملة في الجهة الخيرية
- ٤- يساعد التخطيط في معرفة المشكلات المتوقع حدوثها ويعمل على تلافيها أو تخفيف أثارها.
- ٥- يساعد التخطيط على تحقيق الرضا بين موظفي الجمعية ويساهم في زيادة عطائهم وإنتاجهم.
- ٦- يعود التخطيط كل العاملين على النظام و يحدد المراحل والأوقات الزمنية للتنفيذ ويوضح قواعد ومواصفات العمل.
- ٧- يساعد التخطيط في تحقيق الرقابة للمسؤولين في الجمعية ومتابعة العمل وهو من أهم عوامل تحقيق الأهداف الإعلامية التي يصبو إليها المخطط.
- ٨- يحقق التخطيط الأهداف بأقل قدر من التكليف، كما أنه يسهل تنفيذ العمل ويساعد في السيطرة عليه.
- ٩- إن العمل الإعلامي المخطط أهمية كبرى قد لا تقاس فقط بجلب التبرعات للجمعية فالعمل الإعلامي المنظم يعرف الجمهور بالجمعية وبأعمالها، ويرسم صورة جيدة لدى الجمهور عنها ويوجد شعور بالرضا نحوها لما تقوم به من خدمة للمجتمع وربما صحح العمل الإعلامي بعض المفاهيم الخاطئة عنها وأعطى صورة ذهنية حسنة تجاهها وكل هذه الآثار وغيرها يمكن قياسها بالدراسات العلمية المصاحبة للجهود الإعلامية المخطط.

التخطيط الشامل:

ينبغي أن ندرك أن تخطيط العمل الإعلامي وحده لا يصنع المستحيل وأن نه لو صنع تلك الهالة المؤقتة فإنها ستتهار مع أول تعامل فعلي للجمهور مع تلك الجهة ولذلك فلا بد أن يكون التخطيط شاملاً للجوانب الأخرى في الجمعية وأن تكون تلك الجهة صادقة في كل ما تقدمه من معلومات ولا بد أن تكون خدماتها حقيقة بارزة للعيان، وأن يكون موظفوها على قدر كبير من حسن الخلق والسمت الحسن مع دؤوب مخلص فيصدر القول عبر الوسائل ويصدقه العمل في الواقع ويزكيه وينميه الإخلاص بحول الله عندئذ يكون الجهد الإعلامي نوراً على نور

أنواع التخطيط وإطاره الزمني

يقسم الخبراء الخطط إلى أربعة أنواع هي:

- ١- خطط مستمرة تتناول السياسات والإجراءات والقواعد العامة.
 - ٢- الخطط ذات الاستعمال الواحد: التي توضع لإنجاز مهمة محددة في فترة محددة.
 - ٣- الخطط الإستراتيجية: المتعلقة بالمسائل العامة التي تؤثر على النشاط وعلى نحو عام.
 - ٤- الخطط الإدارية: وهي التي تركز على طريقة تحقيق الأهداف للإطار الزمني وتنقسم الخطط وفقاً إلى:
 ١. خطط طويلة الأجل
 ٢. خطط متوسطة الأجل
 ٣. خطط قصيرة الأجل
- ومعلوم أنه كلما طالت الفترة الزمنية للخطة زادت درجة صعوبة إعدادها والعكس صحيح.

خطوات التخطيط الإعلامي:

يُمر التخطيط الإعلامي بعدة خطوات هي كما يلي:

١. جمع المعلومات والبيانات والإحصاءات.

٢. تحليل الموقف.

٣. تحديد الأهداف.

٤. دراسة المشروع أو البرامج.

٥. دراسة الجمهور.

٦. اختيار الوسائل.

٧. تحديد الوقت والجدولة.

٨. تحديد الميزانية.

٩. المتابعة والتقييم.

أولاً: جمع المعلومات والبيانات والإحصاءات:

الخطوة الأولى والحيوية في التخطيط هو توفير المعلومات الكافية والصحيحة عن كل عنصر من عناصر العمل الإعلامي إذ عن طريقها يتم وضع الخطة وصياغتها على نحو محكم ومن المهم هنا تحديد طبيعة المعلومات المطلوبة ومعرفة مصادرها ومعرفة أساليب جمعها حتى يتم تحليلها وتحديد العلاقات بينها وجدولتها وتفسيرها بدقة. لأن ذلك يساعد المخطط في كشف العلاقة بين السبب والمسبب ومن تلك المعلومات التي تتعلق بمجال التخطيط الإعلامي في الجمعيات الخيرية معرفة المتغيرات البيئية وهي المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والقانونية التي تحكم العمل الخيري في البلد وتبين حدود عملها والأنظمة المتصلة بها وكذلك جمع المعلومات عن الجمهور والوسائل المتاحة وكل ما يمكن أن يساعد في تحقيق الأهداف التي تتوخاها. وعلى ضوء هذه البيانات يتم تحديد النطاق الزمني الذي تحتاج إليه الخطة وفقاً لإمكاناتها المادية والبشرية

وليس المهم هنا فقط هو توفير هذه المعلومات بل الأهم هو معرفة طريقة الاستفادة منها.

ثانياً: تحليل الموقف:

ويقصد به قيام المخطط بدراسة الموقف الراهن من كل جوانبه دراسة متأنية وتحليل جميع العوامل ذات الصلة والتي غالباً ما يعتقد كثير من المسؤولين في الجمعيات أنها واضحة ولا تحتاج إلى دراسة وتأمل، ومن ذلك:

الدراسة العميقة للجمعية و تاريخ نشأتها وتطوير والتركيبة على أهدافها وسلامة مبادئها ووضوحها ودراسة كفاءة موظفيها ونظامها الإداري والمالي والقانوني

ومعرفة نظرة الجمهور إليها ومدى أهمية الخدمات التي تقدمها وأثرها في مجتمعها ودراسة واقع العمل الخيري للجهود السابقة والسياسات في البلد وتأثير عمل الجهات المنافسة والمعرفة التي بنيت عليها والنتائج التي توصلت إليها ومعرفة حصة الجمعية في سوق التبرع العام أو لنقل نصيبها من (كعكة) التبرع، وهل هي تزيد أو تنقص؟ وغير ذلك من عوامل داخلية أو خارجية والملاحظة أن أي خلل في تلك العناصر سيؤثر سلباً في العمل الإعلامي من مثل عدم كفاءة في الجهاز الإداري للجمعية أو خلل في بيان المسؤوليات وتداخلها أو غير ذلك وقد يخرج المخطط بعد تحليله بأمورها ما قبل تصميم الخطة مثل أن يجد الجهة الخيرية تفتقد وجود جهاز إداري إعلامي متفرغ في الجمعية أو أن هناك ضعفاً في الإمكانيات المادية المخصصة للجانب الإعلامي، أو غير ذلك من عناصر تؤثر في العمل الإعلامي.

ثالثاً: تحديد الأهداف:

بعد دراسة المخطط المتأذية للموقف وتحليله تحليلياً صحيحاً يقوم بصياغة الأهداف الإعلامية الدائمة (طويلة المدى) والأهداف الآلية (قصيرة المدى) و سأعرض هنا نموذجاً لأهداف إحدى المؤسسات الخيرية الحديثة النشأة التي رسم لها المخطط الأهداف التالية بعد أن تم تحليل موقفها. تحتاج المؤسسة في هذه الفترة المبكرة من نشأتها إلى التعريف الجيد بها بحيث تصبح إحدى الخيارات التي ترد في ذهن المتبرعين داخل مدينتها حالياً وخارجها في المستقبل وإن كانت الأهداف طويلة المدى تتمثل في التالي:

أ. التعريف الدائم بالمؤسسة وأعمالها والخدمات التي تقدمها.

ب. حث الجمهور (بكل فئاته) على التبرع للمؤسسة وتقديم الدعم المادي والمعنوي والمهني لها في فترة الإنشاء حالياً وفي فترة التشغيل مستقبلاً. وفي ظل الظروف السابقة ستضع الأهداف التالية لهذه المرحلة:

١. الوصول إلى الجمهور في مدينتها بكل فئاته ("يقدر بحوالي نصف مليون شخص).

٢. الوصول إلى المؤثرين وذوي العلاقة وذلك كالفئات التالية:

الأطباء، كبار التجار، كبار الصحفيين، مدراء الإدارات والشركات ونحوهم وينبغي أن يحرص المخطط على صياغة أهدافه - سواء أكانت كلها للجمعية أو مشروع من المشروعات إن تلك الصياغة دقيقة واضحة ويمكن أن نضع هذه الأهداف العامة التي تمر بها أي جمعية عند نشأتها والتي تتمثل في:

١- إيجاد الوعي بوجود الجمعية وخدماتها.

٢- زيادة الوعي عنها ومعرفة تفاصيل أكثر عن برمجتها أو برنامج بعينه.

-
- ٣- إقناع الجمهور بأهمية الجمعية وأهمية المشاركة في دعم برامجها.
- ٤- إيجاد الرغبة في دعم الجمعية لدى الجمهور.
- ٥- دفع الجمهور للتبرع لها ودعمها مادياً ومعنوياً.

ويصور الهرم التالي هذا التطور في أهداف هذا الجهد الإعلامي:

- التبرع.
 - الرغبة.
 - الإقناع.
 - الفهم.
 - الوعي.
- ويجب على المخطط الإعلامي عند تحديده لهدف جمعياته مراعاة أن تكون الأهداف واقعية وعملية وقابلة للتحقيق وذلك بمناسبتها لإمكانات جمعياته وظروفها.

رابعاً: دراسة المشروع أو البرنامج:

قد يهدف المخطط كما ذكرنا سابقاً إلى بيان خدمة معينة تمتاز بها الجمعية أو إلى تسويق برنامج معين مثل برنامج إفطار صائم أو بناء مسجد أو غير ذلك.

ويمكن تقسيم البرامج الإعلامية في الجهات الخيرية إلى قسمين رئيسيين هما:

١- البرامج التعريفية التي لا تستهدف جمع التبرعات وإنما تستهدف تقديم المعلومة فقط.

٢- البرامج التي تستهدف جمع التبرعات بعد تقديم المعلومة للمساهمة في البرنامج وهذه تحتاج إلى جهد إعلامي أكبر للوصول إلى الإقناع المطلوب.

وهنا لا بد للمخطط من القيام بعملية تحليل ودراسته للمشروع
فيتعرف على جميع تفاصيله وخصائصه وقد يخرج بأفكار إعلامية
جديدة جميلة نتيجة لمعرفته تلك وقد يجدد مواقع جغرافية لتسويقه
أو يحدد فئات معينة من الجماهير كما أنه يحسن التدقيق في اسم
المشروع وملاءمته للجمهور وطوله وقصره وكذا التركيز على ربطه
بخصائص الجمهور العقدي والنفسية واستغلال اسم الموقع الذي ينفذ
فيه المشروع إذا كان متميزا ويكون ذلك من منهجيات العمل في
التسويق الإعلامي له وعند دراستنا للمشروعات والبرامج التي
قدمتها الجهات الخيرية وجدنا أن الجمهور يميل إلى نوعين منها
وهي:

- ١- المشروعات التي وردت نصوص شرعية في لحن عليها مثل
كفالة اليتيم وبناء المساجد ونحوها.
- ٢- المشروعات المحددة التي يمكن أن يتبناها الجمهور وتحمل
اسمه. ولاسيما إذا قلت تكلفتها.

والجمهور بطبعه كذلك يميل إلى المشروعات المحسوسة أكثر من
البرامج المعنوية والتربوية والله أعلم وعلى المخطط أن يتعرف على
أنواع الخدمات التي تقدمها جهته الخيرية وأن يسعى إلى تقديم
مجالات أنفع تتصل برغبات الجماهير كي يتفاعل معها وعليه أن
يقرر طريقة تسويق البرنامج: هل ستجزأ أو يسوق كاملاً؟ وما قيمة
السهم الواحد في حالة تجزئته؟ وهل سيقدم المشروع على مراحل؟
وهل ستتركز الحملة الإعلامية على المرحلة الأولى حالياً؟ إلى غير
ذلك من تساؤلات.

أطوارا لمشروع:

١. مرحلة التعريف أو التقديم: introduction.
٢. مرحلة النمو: growth.
٣. مرحلة النضج: maturity.
٤. مرحلة التدهور: decline.

ولكل مرحلة من هذه المراحل مدة زمنية تطول وتقصّر، كما أن هذه الأطوار قد تكون للجمعية كلاً أو لبرنامج من برامجها ومعرفة المخطط للمرحلة التي يكون فيها برنامج يساعده على التخطيط الجيد لها. إن مرحلة التعريف هي المرحلة التي تقدم فيها الجمعية للجمهور وفي هذه المرحلة يكون الجهد الإعلامي مستهدفاً ما يلي:

١. التعريف بالجمعية وأهدافها ومشروعاتها.
٢. زيادة تعريف المتبرعين بالجمعية ومشروعاتها.
٣. تشجيع الجمهور على الاطلاع على التقاضي أكثرو زيادة الجمعية.
٤. تشجيع الجمهور على التبرع لمشروع معين.
٥. التركيز على الدوافع الإيمانية والفوائد الدينية والدينية للمشروع.

ويقتصد بمرحلة النمو: المرحلة التي تتوافق فيها الجمعية وتزداد مشروعاتها وأعمالها ويصبح من أهداف الجهد الإسلامي في ذهن المخطط في هذه المرحلة ما يلي:

- ١- التركيز على طبع اسم الجمعية في ذهن الجمهور وبيان خدماتها المتعددة.

٢- التركيز على المزايا والبرامج التي تتفرد بها وبيان لماذا يجب دعم هذه الجمعية قبل غيرها من الجهات؟ وبناء سمعة حسنة عنها.

٣- الإسهام في زيادة التبرعات وتفاعل الجمهور معها.

ويقصد بمرحلة النضج: وصول الجمعية إلى درجة عالية من الثقة وارتفاع نسبة المشاركة الجماهير والتبرعات ونحو ذلك ومن الأهداف الإعلامية في هذه المرحلة ما يلي:

١. العمل على المحافظة على الموقع القيادي بين الجهات الخيرية الأخرى.

٢. تأكيد جوانب التجديد والابتكار في أعمال الجمعية.

٣. دعم الولاء والثقة القائمة بين الجمعية والجمهور.

ويقصد بمرحلة التدهور: المرحلة التي قد تمر بها بعض الجمعيات من انخفاض كبير في تبرعاتها، وتدهور سريع لسمعتها وثقة الناس بها، وحلول جمعيات بديلة تستقطب جمهورها وفي هذه المرحلة يحتاج المخطط الإعلامي إلى التركيز على ما يلي:

١. الحيلولة دون التدهور السريع لها.

٢. التركيز على المتبرعين المستمرين والحفاظ على ثقتهم وولائهم.

٣. المعالجة السريعة للأخطاء والمعلومات الخاطئة عنها.

إن المرحلة التي يمر بها المخطط الإعلامي تجعله يحسن اختيار العبارات والأفكار التي سيعتني بها.

خامسا: دراسة الجمهور:

تحديد الجمهور ودراسة خصائصه أحد العناصر الهامة عند التخطيط، ولا بد من معرفة هذا الجمهور وتحديد تحدياته بدقة لأن ذلك سيوفر الجهد والمال كما يساعد على اختيار الوسيلة المناسبة والصياغة الملائمة وينبغي أن يعلم المخطط أنه ليس هناك

برنامج أو مشروع يتوقع أن يتبناه كل الناس لذلك علينا أن نبحث عن الجمهور المتفاعل مع مشروعنا والذي يمكن أن يقدم لها شيئاً بعد اقتناعه بها وهل هذا الجمهور في مكان جغرافي معين؟ وهل له خصائص نفسية معينة؟ ولماذا في العنا صرنا التالفة التي ستساعدنا بحول الله في التعريف إلى الجمهور وتحديده بشكل أفضل:

١. تحديد طبيعة الجمهور المستهدف: من هو جمهور هذا المشروع؟ وكيف يتخذ قراراته؟ وبمن يتأثر؟ وما الوسائل التي يتعرض لها؟

٢. تحديد خصائص الجمهور جغرافياً: ونقصد بذلك: هل الجمهور المستهدف دولياً أو وطنياً أو قروياً؟ حيث أن لكل منهم وسائله الإعلامية المناسبة

٣. تحديد خصائص الجمهور المالية وذلك بمعرفة المستوى المالي للجمهور ومعرفة أهداف الحملة الإعلامية، هل هي للتعريف فقط أو لجمع التبرعات أو للأمرين معاً؟ ومعرفة ذلك ستختصر كثيراً من الجهود كما ستحدد نوعية بعض الوسائل وتشير بعض الدراسات في هذا الباب إلى إن جمهور التلفاز هو في الغالب من متوسطي الدخل في حين يرتبط أصحاب الدخل الأعلى بالمجلات أكثر كما تنصح بعض الدراسات بأن نكون عقلاني أكثر في خطابنا مع متوسطي الدخل.

٤. تحديد نوعية الجمهور: هل يستهدف العمل الإعلامي الذكور أو الإناث؟ لأن ذلك سيحدد للمخطط نوعية الوسائل والأوقات المناسبة في تلك المناسبة في تلك الوسائل لكل من النوعين والأسلوب المناسب في صياغة الوسائل الإعلامية ويذكر بعض مسؤولي العمل الخيري أنهم يجدون تجاوزاً

وتفاعلاً للنساء أكثر من الرجال في كثير من مشروعاتهم الخيرية.

٥- تحديد الجمهور من حيث العمر: هل تستهدف الكبار أو الصغار أو متوسط العمر في اختيار الوسائل والأوقات العبارات؟ لأن ذلك يساعد مخطط لتحديد الفئات الكبيرة أو الصغيرة على اعتبار أنها لا تملك ملاً أو أنها ليست صاحبة قرار غير أن تجربة هيئة الإغاثة في حملة الحاصلات الصغيرة التي استهدفت الأطفال أظهت نجاحاً جيداً كما أنها غرست في هذه الفئة حب الصداقة وعودتهم عليها كما زرعت نوعاً من الولاء منذ الصغر لهذه الهيئة وتقول الدراسات العلمية: أن صغار السن أكثر استعداداً من كبار السن اللذين غالباً ما يصعب التأثير على قناعاتهم السابقة. مع إننا نؤكد هنا أن قناعات كبار السن تتسجم مع قناعات واهداف الجمعيات الخيرية التي يمكن أن تستفيد كثيراً منها لو أحسنت مخاطبتهم.

٦- تحديد الجمهور من حيث الجنسية وهنا للأسف نجد في الغالب تجاهل كثير من المخططين للعمل الإعلامي في الجهات الخيرية لهذا العامل بالرغم من أن الاهداف التي تتبناها جمعيات الخيرية لا ترتبط بالجنسية ، كما نجد بعض المبادرات والتقاليد في بعض الجنسيات يمكن أن تستثمر لصالح العمل الخيري كحرص بعض العمالة الوافدة على التبرع يوم الجمعة بالذات مهما قل دخله ونحتاج عند التخطيط في هذا الجانب إلى معرفة الجنسيات ولغاتهم وعاداتهم وتقاليدها وبعض الجهات الخيرية في مكة والمدينة تجارب جيدة وهناك تعاون بعض فنادق الدرجات الممتازة أيضاً.

٧- تحديد الجمهور من حيث المستوي التعليمي: فلهذا الجانب أثر أيضا في تحديد الوسائل المناسبة وفي معرفة سلوكيات التعرض للوسائل.

٨- تحديد الجمهور مهديا: قد يكون من المناسب في بعض البرامج تحديد مهنة الجمهور أو استهداف هذه المهنة لوجود ارتباط بين الجمهور والبرنامج وهذا الجانب يفيد في معرفة أسلوب حياة أصحاب هذه المهنة و من ثم اختيار الوسائل المناسبة والأوقات الملائمة.

٩- تحديد الخصائص الدينية والثقافية: ونقصد بالخصائص الثقافية اللغة والعادات والتقاليد ومعرفة كل ذلك يساعد على اختيار أنسب الوسائل وأنجح الطرق ومن المناسب هنا التذكير بأهمية استغلال أوقات المناسبات الدينية وتسويق كثير من البرامج خلالها.

١٠- تحديد الخصائص النفسية: للخصائص النفسية أثر في تقبل الجمهور للوسائل الإعلامية وعلى المخطط أن يتفهم نفسيات الجمهور المستهدف ولا سيما في الزيارات الميدانية التي تتعلق بالاتصال الشخصي من خلال قسم العلاقات العامة أو تنمية الموارد من المداخل النفسية الجيدة مع بعض الجمهور هو الدخول من رغبته في بر والديه، حيث يتم تسويق بعض البرامج من كافات الأيتام وبناء المساجد وحفر آبار باسم الإباء وليس باسم الأبناء وربما كانت الإباء في عداد الأموات ولو فكرنا مليا في استغلال الجوانب النفسية لخرجنا بنتائج جيدة.

١١- الخصائص المتعلقة بعلاقة الجمهور بالجمعية: هنا لا بد أن ن فكر في الجمهور المتبرع لجهتنا من هو؟ ومن هم المتبرعون بمبالغ كبيرة وما خصائصهم؟ وما هو الجمهور الذي

يكرر التبرع دائماً؟ ومن المتعاون معنا دائماً؟ وما الدوافع التي تدفعه لهذا التواصل؟ وهل نحاول جذب الآخرين بنفس تلك الدوافع؟

سادساً: اختيار الوسائل:

قبل الوصول إلى مرحلة اختيار الوسائل أو التحديد وسيلة بعينها لا بد أن نكون قد تجاوزنا ما حل تحديد الأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من المشروع أو البرنامج المطروح، وكذلك تحديد الجمهور المستهدف في هذا البرنامج ونحن نهدف بدقة إلى اختيار أنسب وسيلة تتلاءم مع الظروف المحيطة بكل عناصر العملية الاتصالية وظروفها المحيطة بها وعلى المخطط الإعلامي في الجمعية إتباع المنهجية العلمية التالية عند اختياره الوسائل:

١. اختيار الوسائل التي تصل إلى الجمهور المستهدف.
 ٢. اختيار الوسائل التي تناسب الأهداف المرسومة.
 ٣. اختيار الوسائل الملائمة لإمكانات الجمعية.
 ٤. اختيار الوسائل المتوفرة في موقعة الجغرافية.
- إن وضوح هذه الأهداف للمخطط ستجعله يحدد مجموعة أقل من الوسائل العديدة الموجودة في الساحة الإعلامية ثم تأتي بعد ذلك مرحلة تحديد المنهجية التي تم من خلالها اختيار الوسيلة الأنسب وهذه المنهجية تمر بالمراحل التالية:

-أولاً: تحديد أهداف الوسائل:

- اختيار الوسائل يحقق أهداف الوسائل بدقة مما يسهل على المخطط عمله في إمكانية اختيار الوسائل النسب لأهدافه ولتحديد أهداف الوسائل لابد من إلمام المخطط وتدقيقه في الأمور التالية:
- ١- المشروع أو البرنامج المراد تسويقه.
 - ٢- الجمهور المتبرع المتفاعل مع الجمعية عادة أو القابل للتبرع.

- ٣- عادات تعرض الجمهور المستهدف و طرق جذب به لا مثل هذه البرامج.
- ٤- عادات تعرض الجمهور المستهدف في الوسائل.
- ٥- الجهات الخيرية المنافسة.
- ٦- منهجية المنافسين في الوسائل.
- ٧- الأولويات الجغرافية (الأماكن التي نبدأ بها أولاً).
- ٨- الهدف الابتكاري (المشكلة الرئيسية).

-ثانياً: صياغة أهداف الوسائل:

يمكن صياغة أهداف الوسائل بعدة طرق ولكن مع مراعاة كل أو بعض الأسس التالية والتي يمكن طرحها في أي برنامج أو مشروع خيري:

١. الجمهور المستهدف لمن نحاول الوصول؟ رجال / نساء / موظفون / أطفال.
٢. الانتشار الجغرافي: أن سيوضع الإعلان؟ أين ستصل المجلة؟ هل ثمة حاجة للتركيز الجغرافي؟
٣. الاستمرار هل ترغب في استمرار البرنامج أو الإعلام طوال العام؟ أو ترغب في التركيز على فترة معينة؟ وهل توجد جدولة ملائمة؟
٤. الوصول والتكرار: هل ترغب في تحقيق الوصول أولاً أو التكرار؟ وبمعنى أوضح هل تريد إيصال المعلومة إلى عدد أكبر أو ترغب في المحافظة على الولاء القائم.
٥. الاعتمادات الابتكارية: ونقصد هل سيكون للجانب الابتكاري تأثير في اختيار الوسيلة؟
٦. حدود الميزانية: كمعرفة الحد الأعلى للميزانية.

٧. المرونة: كأن تكون هناك مرونة في الميزانية مثلاً أو لعملية تكرار الإعلان أو البرنامج. ولنضرب أمثلة عملية لأهداف الوسائل بعد استيعابنا للأسس السابقة ومنها:
- تكثيف الوسائل خلال شهر شعبان وأواخر شهر رمضان.
 - استخدام الوسائل التي استخدمتها هيئة الإغاثة في ترويج برنامج مماثل حققت فيه نجاحاً.
 - التركيز على الوسائل التي تصل إلى مدينة محددة أو فئة معينة من الجمهور.
 - تقابل الإعلانات أو إيقافها في فترة محددة (الامتحانات/ العطلة الصيفية).
 - استخدام الوسائل التي تحقق أعلى معدل للتكرار.
 - التركيز على الوسائل المجانية أو القليلة التكلفة لضعف الميزانية.
 - زيادة الوسائل خلال عشر ذي الحجة.

-ثالثاً: تحديد منهجية الوسائل:

هي خطوة يحتاج إليها المخطط إذا كانت الأهداف السابقة عامة غير محددة أو إذا كانت تلك الأهداف يمكن الوصول إليها بأكثر من طريق ففي هذه الحالات يصبح تحديد المنهجية أمراً ضرورياً ومن أمثلة ذلك التحديد المنهجيّات التالية:

١. من المناسب التركيز على وسيلتي التلفاز ولوحات الشوارع فقط.
٢. في لوحات الشوارع في المدن الكبرى من المناسب استخدام أكثر من شبكة.
٣. من المناسب استخدام كل الوسائل خلال شهر رمضان لكثرة العوائد المتوقعة.

-رابعاً: اختيار الوسائل:

ويتم اختيار الوسيلة وفقاً لعدة أمور أهمها: يتم اختيار الوسيلة بما يحقق لنا الأهداف وبما يتفق مع المنهجية ولا بد من معرفة مزايا وعيوب الوسيلة التي سيتم اختيارها ويتم:

- ١- التغطية الجغرافية: فالمنطقة التي تصلها المطبوعة أو يصلها البث الإذاعي والتلفازي تحدد لنا عدد السكان ويوضح لنا مدى مطابقة هذا الانتشار مع الجمهور الذي نستهدفه.
- ٢- التوزيع: ويراد به العدد الفعلي من الجمهور الذي يتعرض للوسيلة وهو يمثل عدد النسخ الموزعة من المطبوعة وليس عدد النسخ المطبوعة وفي الوسائل المرئية يمثل عدد المنازل التي تشاهد القناة التلفازية وليس عدد المنازل التي تمتلك أجهزة التلفاز ويصل إليها البث.
- ٣- تبرز أهمية دراسة التكلفة عند إيجاد التكلفة المالية لاستخدام الوسيلة، ولكن يجب ألا نركز لهذا العامل فقط لأن النظر إلى عدد الجمهور الذي تصل إليه الوسيلة والخصائص التي تتميز بها الوسيلة ونوعية الجمهور الذي تصل إليه ربما دفع المخطط إلى اختيارها مع ارتفاع تكلفتها مثال ذلك تفضيل التلفاز الأعلى سعراً على الصحيفة لأن الجمهور المستهدف هو الأطفال مثلاً.
- ٤- خصائص مستخدمي الوسيلة: حيث يحرص المخطط على الوسيلة التي يتشابه جمهورها في خصائصه وصفاته الديمقراطية والنفسية مع الجمهور المستهدف.
- ٥- الأثر النفسي للوسيلة على جمهورها: ودعني بها الحالة النفسية للجمهور عند تعرضه للوسيلة لدى الجمهور.
- ٦- مدى ملائمة الرسالة للوسيلة: ويقصد بها مدى ملائمة المحتوى والمضمون لهذه الوسيلة، كما تؤثر طبيعة الوسيلة

لدى جمهور الاختيار كنوع الورق والألوان ووقت الصدور وساعات البث وغير ذلك من عوامل. ويعد هذا العرض لهذه الخطوة الهامة في التخطيط الإعلامي للجمعيات التي تناولت عملية تحديد أهداف الوسائل ومنهجيتها ومعايير اختيارها، أقدم هذا النوع المختصراً الذي يوضح مبررات اختيار الوسائل مع الاكتفاء بهدف واحد للتمثيل فقط. الوسائل ومنهجيتها ومعايير اختيارها، أقدم هذا النوع المختصر الذي يوضح مبررات اختيار الوسائل مع الاكتفاء بهدف واحد للتمثيل فقط.

نموذج

طريقة عرض الوسائل التي تم اختيارها:

هدف الوسائل: تكثيف استخدام الوسائل خلال شهر رمضان المبارك والمنهجية استخدام الصحف والتلفاز في حدود الميزانية المتاحة. الوسائل المقترحة:

١- التلفاز: القناة السعودية الأولى تحديداً

المبررات:

وسيلة مناسبة للوصول للجمهور المستهدف وتكلفة وصول منخفضة والقناة التي تستخدمها الجمعيات الأخرى.

٢- الصحف: صحيفة الاقتصادية.

المبررات:

وسيلة تستهدف رجال العمال واسعة الانتشار على مستوى المملكة.

سابعاً: تحديد الوقت والجدولة:

ينبغي للمخطط هنا - بناء على جميع عناصر تخطيطه السابقة - إن يحدد متى يبدأ تنفيذ خطته؟ ومتى تنتهي؟ ويحدد وقت كل برنامج

منها بدقة، وإن يكون ذلك التوقيت منا سقا مع الوضع العام والأحداث الاجتماعية والدينية ونحوها، لأن اختيار التوقيت غير المناسب يفسد كثيراً من الجهود الإعلامية حتى ولو كانت مخططة ومتقنة. ثم تأتي مرحلة الجدولة وهي وضع الجداول التنفيذية للمواد الإعلامية كاملة التي سوف تنشر أو تعرض أو تذاع خلال الفترة التي تم تحديدها لتنفيذ الخطة ويمكن الاستفادة من الجدول السنوي في الملحق رقم واحد ولا يصل المخطط إلى هذه الخطوة إلا بعد تحديد التكليف واختيار الأوقات والمساحات وتحديد الوسائل بمعنى هل هو يريد التخطيط التي سبق ذكرها عند تحديد الوسائل بمعنى هل هو يريد الوصول إلى عدد أكبر من الجمهور؟ أو يفضل منهجية التكرار لزيادة عدد مرات عرض الرسالة؟ أو منهجية استمرار التي تعني مدة زمنية أطول؟ وكل ذلك من أجل تحقيق الأثر المتلائم مع أهداف الحملة وأهداف وسائلها وهناك ثلاث منهجيات أساسية للجدولة:

١. التوزيع بين الوسائل وينبثق منها منهجية التكامل التي يعتمد فيها المخطط إلى استخدام أكبر عدد من الوسائل في نفس الفترات أو الأيام وعلى العكس منها منهجية التعاقب التي تعني ألا يتم الإعلان بالوسائل في نفس الوقت بل يتم على نحو متعاقب.

٢. بمعنى هل يتم الإعلان بشكل متواصل متتابع؟ أو يكون التوزيع الزمني متقطعاً؟ فمنهجية التوزيع المستمر تحقق كثافة في عدد الرسائل والمنهجية المنقطعة التي تعتمد على اختيار أوقات محددة ومستهدفة تكون مناسبة عند قلة الإمكانيات ومن المنهجيات المرتبطة بالعامل الزمني منهجية التركيز التي تعني اختيار وقت محدد مع تكثيف العمل فيه مثل تركيز العمل خلال شهر رمضان مع كونه فترة محددة.

٣. كثافة الإعلام: ويقصد به هل تبدأ الحملة الإعلامية ضعيفة ثم تزداد كثافتها؟ أو تبدأ قوية ثم تتلاشى؟ أو تكون متساوية؟ وهنا يحدد المخطط منهجيته حسب أهدافه شكلاً بيانياً وقد وضع الباحث كولتر منهجيات الجداول التنفيذية للحملة الإعلامية وما على المخطط ألا اختياراً أنسب تلك المنهجيات إلى حملته ويمكن النظر في الشكل (رقم ٢) في الملحق.

ثامناً: تحديد الميزانية:

تتوقف ميزانية اللجنة الإعلامية على الأهداف التي تود الجمعية تحقيقها وحجم الأعمال التي ستنفذها اللجنة وبأي الوسائل وغالباً ما يوضع أمام المخطط الحد الأدنى والحد الأعلى للميزانية لكن يجب على مدراء الجهات الخيرية النظر إلى البعد المستقبلي لشر الجهد الإعلامي ولا سيما إذا كانت الجهة الخيرية جهة حديثة النشأة.

علاقة الميزانية بحجم التبرعات:

تؤكد الحقائق العلمية أنه كلما زاد حجم الإذفاق على العمل الإعلامي المنظم ووصلت رسالة الجمعية الخيرية بأهدافها إلى الجمهور أكبر زاد تبعاً لذلك الجهد حجم التبرعات الواردة للجمعية، ومن المتوقع أيضاً في هذا الجانب أن يكون هناك حد أعلى من التبرعات لا يمكن أن يجتازه أي جهد إعلامي وأن هناك حداً أدنى للتبرعات يمكن الحصول عليه دون أي جهد إعلامي ولا سيما مع الجمعيات ذات الخبرات السابقة.

طرق تحديد الميزانية:

أوضحت دراسة ميدانية على الجمعيات الخيرية أن معظم الجمعيات الخيرية تضع ميزانيات ضعيفة للعمل الإعلامي تتراوح من الألف ريال إلى خمسين ألف ريال فقط وهناك جمعيات قليلة لا تضع أي ميزانية للعمل الإعلامي ، كما أوضحت أن هناك نسبة تتراوح ميزانيتها بين الخمسين ألف والمائة ألف ، وذبسة ضئيلة جداً تزيد ميزانيتها على المليون ريال وبديل ما سبق على أن هناك قيادات إدارية غير مقتنعة بأهمية العمل الإعلامي أو بأهمية تخصص ميزانية له وتزداد الحاجة إلى مبلغ أكثر وميزانية أكبر وميزانية أكبر إذا كانت حديثة النشأة أو إذا كانت لها أهداف طموحة أو كانت منافسة الجمعية الخيرية للجمعيات القرينة الأخرى كبيرة أو إذا تعددت مشروعاتها وتوتعت أعمالها أو زاد نطاقها الجغرافي فكل هذا التوسع يحتاج إلى مبالغ إضافية أكبر لمزيد من الشرح والتوضيح للجمهور العام من المسؤولين إلى تخفيض ميزانية الدعاية والإعلام وهذا أمر يثير الدهشة كما يقول سيزر وسيرماك إذا يفترض أن الحاجة تزداد للإعلان عندما تقل الأرباح وتختلف طرق تحديد ميزانية ما ينفق على العمل الإعلامي في الجمعيات الخيرية وسأعرض هنا لهم هذه الطرق المستخدمة أو التي يمكن استخدامها:

- ١- تحديد الميزانية كنسبة من إيرادات العام الماضي وعلى سبيل المثال يحدد بيت التمويل الكويتي نسبة ٣٪ من الإيرادات في حين تحدد جمعية إحياء التراث الإسلامي نسبة ٨٪.
- ٢- تحديد الميزانية كنسبة من الإيرادات المتوقعة هذا العام.
- ٣- تحديد الميزانية على أساس الأهداف المتوخاة: وهذه الطريقة من أنسب الطرق لأن كثيراً من الأهداف قد لا ترتبط بعوائد مادية وفي هذه الحالة نحدد العناية بالأهداف وفواؤها وحسن اختيار الوسائل التي تحققها.

٤- تحديد الميزانية على أساس ما تصرفه الجمعيات الخيرية الأخرى وفي هذه الحالة يكون الهدف هو الإبقاء على مستوى معين من المشاركة الإعلامية في السوق الخيرية، وهذه الطريقة ذات نزعة دفاعية وربما كانت نوعاً من أنواع التبريد أو عكسه لأنها تفتقر إلى التخطيط المدروس.

٥- تحديد الميزانية وفقاً لاجتهادات وآراء الإدارة العليا أو المدير العام وغالباً ما يبنى مثل هذا التحديد على تجارب وخبرات سابقة أو ظروف مالية محددة تحكم العمل الإعلامي إن تحديد الميزانية يجب ألا يحكم بقواعد ثابتة ويجب أن يأخذ بجميع العوامل المؤثرة التي تكفل نجاح العمل الإعلامي في الجمعية وعند تحديد الميزانية يحسن بنا أن نجيب على الأسئلة التالية:

- ١- متى نشأت الجمعية؟ وما هو الجهد الإعلامي؟
- ٢- ما المهام المطلوب تحقيقها من هذا الجهد الإعلامي؟
- ٣- كم حجم ميزانيات الجمعيات المشابهة في نفس المجال وبذات الحجم؟
- ٤- ماذا تعلمنا من تجاربنا السابقة؟
- ٥- توزيع مخصصات الميزانية وجدولها يمكن أن توزع حسب المناطق الجغرافية أو حسب الوسائل الإعلامية. أو حسب الفئات الجماهيرية المستهدفة أو وفقاً لأي معيار يري المخطط أهميته وهناك عدة طرق لعرض الميزانية المخصصة للعمل الإعلامي في جداول توضيح تفصيلها وتكاليف وسائلها ورسائلها وسنعرض هنا جدولين فقط للتوضيح الأول جدول مختصر والثاني أكثر تفصيلاً لكل وسيلة حسب السنوات والأشهر والأيام.

الإجمالي	تكاليف النشر	تكاليف الإنتاج	البيان
٢٢٠٠٠	٢٠٠٠	٢٠٠٠٠	التقرير السنوي
٥٥٠٠٠	٥٥٠٠٠		بدون إعلانات صحفية
٤٥٠٠٠	٣٥٠٠٠	١٠٠٠٠	إعلانات تلفزيونية
٨٤٠٠٠			مرتبات موظفين عدد ٢
٤٤٠٠٠			نثر يات ورقية وبريد
٢٥٠٠٠٠	٩٢٠٠٠	٣٠٠٠٠	الإجمالي

جدول توزيع ميزانية اللجنة الإعلامية لعام

الإجمالي	التكرار	السعر	حجم الإعلان	الصفحة	الصحيفة
٢٤٠٠٠	٣	٨٠٠٠	X ٣ ٢٠	الأولى	عكاظ
٤٠٠٠	٤	١٠٠٠	X ٤ ٢٠	الأخيرة	المدينة
١٠٠٠٠	٤	٢٥٠٠	X ٣ ٢٠	داخلية	اليوم
٣٨٠٠٠					الإجمالي

جدول تفصيلي لتوزيع ميزانية الإعلانات الصحفية

وفي ختام هذا البحث أشير إلى أن هناك وسائل تساعد الجمعيات الخيرية في التخفيف في أعباء الميزانية لابد من طرقها وهي الوسائل التالية:

١. السعي للحصول على الدعايات الإعلانية وذلك بتحميل بعض الحملات الإعلانية بعض الشركات والمؤسسات الكبرى ليكون العمل تحت رعايتها.
٢. الاستفادة القصوى من التخفيضات التي تقدمها بعض الصحف والقنوات التلفازية للجمعيات الخيرية بالذات وتصل بعض هذه الخصومات إلى ٥٠٪ من التكلفة الحقيقية.
٣. التعاون مع الجمعيات الأخرى ذات الهدف المشترك في القيام بحملات إعلامية مشتركة لتحقق أهدافها وتخفيف التكاليف.

تاسعا المتابعة والتقييم:

أهمية المتابعة والتقييم: إن المتابعة والتقييم خطوة هامة في العمل الإعلامي للتأكد من السير في الطريق الصحيح لتلافي أي قصور ومعالجته في الحال فقد يتضح من التقييم أن الأهداف طموحة أو أن المعلومات الواردة خطأ أو أن الوسائل غير مناسبة أو غير ذلك مما يلزم تعديلا في الاختصاصات أو تغييرا في الوظائف كما تظهر أهمية التقييم في التخطيط بعيد المدى لأنه لا يمكن التنبؤ بما يحدث من تطورات أثناء تنفيذ العمل الإعلامي الذي تم تخطيطه قبل عدة أشهر.

أنواع التقييم:

يمكن تقييم العمل الإعلامي بوسائله ووسائله قبل تنفيذ الخطة وأثناء تنفيذها وبعد تنفيذها وتفصيلها كما يلي: -

١- التقييم القبلي: الذي يتم قبل تنفيذ الخطة الإعلانية ويتم هذا بإجراء اختبارات مجزأة على الوسائل الإعلامية للتأكد من صلاحيتها من خلال عرضها على عينات من الجمهور ليعبروا عن آرائهم فيها قبل بثها عبر وسائل الإعلام المختلفة ومن الأساليب أيضا تنفيذ الخطة كاملة في قرية أو مدينة واحدة أو جهة تعليمية واحدة قبل تعميم الخطة على بقية الجمهور.

٢- التقييم المرحلي: وهو الذي يتم خلال تنفيذ الخطة فبعد كل مرحلة نلظر في مدى تحقيق أهداف تلك المرحلة ويتم عمل التعديلات اللازمة بعد كل مرحلة وبذلك نتلاشى الأخطاء قدر الإمكان.

٣- التقييم البعدي: وهو الذي يتم بعد الانتهاء كليا من تنفيذ الحملة ويفيد التقييم في هذه المرحلة في التحقيق من نجاح الخطة أو التعرف على أسباب الفشل في حالة الفشل.

وهناك عدد من المؤشرات التي تدل على نجاح الجهد الإعلامي كارتفاع نسبة التبرعات ووصول ردود فعل جيدة من الجمهور وغير ذلك ولكن أفضل المعايير

لمعرفة الأثر هو إجراء أبحاث ميدانية علمية لدراسة النتائج والمؤثرات وفي الختام أشير إلى أهمية اختيار الكفاءات المناسبة للعمل في اللجنة الإعلامية التي يوكل إليها التخطيط للعمل ومتابعته وتنفيذه. وعلي عاتق هؤلاء تقع مسؤولية إدارة العمل ومواجهة مشكلاته وتذليل عقباته كما أشير إلى أنه يجب النظر إلى تلك العناصر على أنها حلقات مترابطة في عقد واحد وألا يفصل بعضها عن بعض، والله ولي التوفيق والسداد والحمد لله رب العالمين.

عنوان الورقة :
التدريب والتأهيل في الجهات الخيرية

مقدمها :
الأستاذ/ محمد بن علي الغامدي

التدريب والتأهيل

يعد التدريب من أهم محاور تطوير العمل في الجهات الخيرية إذ أنه كفيل بتزويد العاملين بالمهارات اللازمة لتحسين أداء أعمالهم والرقى بالمستوى العام للجهات التي يعملون فيها. ونتيجة لتدريب العاملين تتطلق برامج التأهيل للمستفيدين من خدمات الجهات الخيرية التي تركز على تأهيل القادرين والراغبين في العمل من أفراد الأسر المكفولة بخدمات الجهات الخيرية .

التدريب:

تعمل على التدريب أهمية قصوى في :

-الترشيد المالي.

-حسن إدارة الوقت .

-عدم إهدار الجهد .

ومن هذا الأساس فلقد انطلقت النداءات المتتالية بضرورة تكثيف تدريب العاملين في الجهات الخيرية على أسس الإدارة وعلى المهارات المتخصصة الأخرى التي يتعين حذفها ومعرفتها ومع أن هناك برامج تدريبية تنفذها بعض الجهات وتتفاوت في جودتها ومع أن العمل الجماعي المنظم يكون بلا شك أجدى وأنفع وأدوم وأحرى بتحقيق الهدف ولتعميم الفائدة من هذه التجارب فإنه يتعين إيجاد عمل جماعي يعني بتدريب العاملين في الجهات الخيرية. والتدريب من حيث الأصل يعد تدخلا إداريا لتحقيق أهداف تصبو إليها الجهة الخيرية لذا كان لزاما أن ينطلق من المبادئ الأساسية للعملية الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ومتابعة.

ولا يهمل أن يحدد لهدف ألا به عدد جمع المعلومات

الأساسية عن الجهة الخيرية من جهة وجمع المعلومات عن العاملين والعمل الذي يقومون به من جهة أخرى وبالطالي يهمل أن يحدد البرنامج التدريبي المناسبة لتحسين الوضع والارتقاء بالمستوى ولتوجيه

برامج التدريب الواجهة المفيدة يلزم أن تقوم الجهات الخيرية بتلمس مواضع الخلل في أدائها وبمقارنة ذلك بمستويات الأداء المستهدفة حتى يتم كمن تخطيط برامج التدريب وإعدادها لردم الهوة بين المستويين . بعد ذلك يتعين علي مخططي برامج التدريب أن لا يغفلوا عن موضوع فرض نفسه واستحوذ علي جل اهتمام المشتغلين بتخطيط القوى العاملة ألا وهو تحويل التدريب أي مقدار ما يتحول من مهارات التدريب إلي واقع عملي تستفيد منه جهة التدريب وبحث في هذا السياق القدر الهائل من الهدر الذي يصرف علي برامج التدريب دون تحقيق الأهداف المرجوة من تدريب المتدربين.

التأهيل:

نظرا لمحدودية موارد الجهات الخيرية مقارنة بما يلقي عليها من تبعات ومسؤوليات تجاه شريحة عريضة من أفراد المجتمع فإنه يتعين النظر إلى المستفيدين من خدماتها بعين التأهيل لمحاولة إخراجهم – بإذن الله – من طور الحاجة إلي طور الإنفاق والصدقة أو علي أقل تقدير إخراجهم إلى دائرة الكفاف عن صدقات الآخرين وتحقيق هذا المطلوب حلقة في منظومة بناء المجتمع مع الصالح الخالي من الأمراض الاجتماعية التي فتكت بكثي من المجتمعات ذلك أن منشأ كثير من التجاوزات والمخالفات السلوكية والأمنية يمكن أن تعزى إلى الأسلوب غير الشرعي الذي يسلكه المحتاجون . من هذا المنطلق كان لزاما على الجهات الخيرية النظر بجد إلى برامج التأهيل ومعالجته بما يكفل الفائدة المشتركة للجهة نفسها وللمستفيد ولقد أنشئ برنامج لتأهيل المستفيدين في جمعية البر بالمنطقة الشرقية واستفاد منه إلى الآن ما يلي

برامج التأهيل: -

- ٢١ - دورات عن سلوكيات المهنة
 - ٢١ - دورات تدريبية مهنية
 - ١٩ - دورة خياطة (رجال)
 - ٢٤ - دورة خياطة (نساء)
- برامج التوظيف: -

تم توظيف عدد (٢٩٨) يتفاوتون في مستويات العملية ابتداء من الأميين إلى حملة الشهادة الثانوية.
مقدمة:

حيث أن الجهات الخيرية مؤسسات غير ربحية أُنشئت بهدف نفع ومساعدة فئات محددة من المجتمع فهي مسؤولة أمام المجتمع عن تحقيق هذا النفع ولا يتسنى تحقيق هذا الهدف دون مراجعة مستمرة لمحاورها الأساسية: -

- القوى العاملة .
- الموارد المالية .
- الإدارة.

وحيث أن القوى العاملة هي مدار نجاح المحاور الأخرى لذي يلزم تعدها بالتدريب والتطوير ذلك أن انعكاسات تطوير القوى العاملة يبدو أثره واضحا جليا على المستفيدين من خدمات الجهة الخيرية وأبرز ما ينبغي التركيز عليه في قياس نجاح الجهة الخيرية به هو تأهيل المستفيدين ونقلهم من طور العوز والحاجة إلى طور الكفاف ثم العطاء والصدقة. من ذلك يتبين أن التدريب والتأهيل ما هما إلا وجهان لعملة واحدة يمكن أن تسمى تنمية المجتمع.

أهمية التدريب:

التدريب في مفهومه الشامل هو تزويد العاملين بمهارات ترتقي بأدائهم من المستوى الممارس إلى مستوى أفضل بصورة دائمة لتحقيق الأهداف ولما كان المال يمثل عصب الجهات الخيرية أسوة بمثيلاتها من المصالح الأخرى كان لزم ما علي القائمين علي الجهات والتي تكلف تلك الجهات أموراً طائلة يذهل من يحصرها ولو قدر لراصد أن يحسب تلك الأخطاء التي تعد سبباً لذلك الهدر قدر ما يوفره التدريب منها لبادر بتدريب جميع العاملين مهما كانت التكاليف. أضاف إلى ذلك الساعات الطوال التي تهدر جراء إعادة الإجراءات الخاطئة بغرض تصحيحها خصوصاً إذا علمنا أننا مع فئة يمثل لها الوقت عنصراً حيوياً إذ قد تكون مضاعفات إعادة إجراء معين أو استبداله سبباً في مضاعفة معاناة المستفيد.

تلك الأخطاء التي ترتكب هي في الواقع مقدمات لإعادة إجراء الأعمال الأمر الذي يتطلب بذل جهود إضافية كان من المقرر أن توجه لإنجاز أعمال جديدة لمستفيدين آخرين.

تحديد الاحتياج من البرامج التدريبية:-

كل الفئات العاملة في الجهات الخيرية بحاجة ماسة إلى التدريب وذلك نظراً لأهميتها البالغة في تطوير وتحسين كفاءة الجهة ولكن كل فئة بحاجة إلى نوع مختلف من برامج التدريب يعينها على القيام بدورها على أكمل وجه. فبينما تحتاج فئات الإدارة المختلفة إلى برامج تدريبية على المهارات الإدارية المختلفة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ومراقبة وما يتفرع عن ذلك من برامج تدريبية على ضمان الجودة وحل المشكلات وإدارة الوقت والقيادة الإدارية والإبداع، نجد في المقابل أن الفئات المنفذة تحتاج إلى دورات تدريبية تخصصية في مجال عملها.

ومع أن هذا التصنيف يعد منطقياً في توزيعه إلا أنه لا يعمل به على إطلاقه إذ لا يمنع إن تدرب الفئات الدنيا على برامج إدارية والفئات العليا على برامج تخصصية ولكن ما ذكر أعلاه يعد من سبيل التغليب إذ تحتاج الفئات الإدارية إلى مالاً يقل عن ١٠٪ من مجموع البرامج التدريبية في الإدارة والتدرب على الجوانب التخصصية فيما لا يعدو عن ٢٠٪ من مجموع البرامج التدريبية المقدمة و تنعكس النسبة في حالة العمال التنفيذيين فيدريون على ما يزيد عن ٢٠٪ من البرامج التدريبية المقدمة

لهم في الجوانب الإدارية وما لا يقل عن ٨٠٪ من الدورات التدريبية المقدمة لهم في البرامج التخصصية ويتم تحديد نوع البرامج التدريبية بعد مراجعة دقيقة لأداء العاملين في المستويات المختلفة. وبناء عليه تحدد البرامج بدءاً بالأهداف وانتهاء بالتقييم وقد تم تحديد بعض البرامج بطلب من الموظفين أنفسهم بعد اكتشاف بعض جوانب القصور لديهم أملاً في أن يفي البرنامج التدريبي بتحسينها ولما كان الأمر معقوداً بتحسين مستوى الأداء لزم أن يكون البدء بمستويات الإدارة العليا إذا أنها هي التي ستقود إلى التغيير والتحسين والتطوير خصوصاً بأن لقرارات الإدارة العليا الأثر البالغ الذي يبلغ مداه كل جوانب العمل والعاملين في الجهة الخيرية.

الإستراتيجية الشاملة للتدريب:-

كما ذكر في تعريف التدريب فإن مدار برامج التدريب يدور حول تحسين أداء الموظف ولا يعني ذلك بحال من الأحوال تدني مستوى المتدرب قبل تدريبه إنما يعني أن هناك مستوى أفضل من الأداء يطمح في الوصول إليه وحيث أنه من الطبيعي إن يوجد التفاوت في أداء العاملين ، فإن التدريب وتحسين الأداء يوفر للجهة الخيرية فئة متميزة من موظفيها تستطيع الاستفادة منهم حال وقوع طارئ أن التطور الوظيفي هدف يسعى إليه جميع الموظفين فإن التدريب وسيلة مثالية

ل توفير البيئ ة المنا سبة لتم ي ز ال بارز ين من ا لموظف ين وإ عدادهم للمناصب الأعلى سواء لإحلالهم بدلاً ممن هم اقل منهم إنتاجية أو في الوظائف الشاغرة بسبب الاستقالات أو الدوران الوظيفي .

تنفيذ الاستراتيجية الشاملة للتدريب:-

تبدأ مرا حل تنفيذ الإستراتيجية الشاملة للتدريب بتحديد الوظائف الرئيسية التي تعد أساسا لنجاح الجهة إذ إن في كل مستوى من مستويات الهيكل الهرمي لاجة توجد عدد من الوظائف القيادية والتنفيذية وتحدد أهميتها بمدى صلاتها بالأهداف المزمع تحقيقها وبناء عليه تعطي درجة للأهمية والأولية في برامج التدريب.

يقاس الداء الفعلي في تلك الوظائف ويقارن بمستوى الداء المطلوب وتحدد الفجوات النهارية المسببة ل عدم تطابق الأداء الفعلي مع مستوى الأداء المطلوب وبناء على تحديد تلك الفجوات النهارية تحدد البرامج التدريبية والدورات المناسبة وتعد لتضي بردم تلك الفجوات إذ أنها تركز على تزويد المدربين بما يرفع الأداء لديهم والرقبي به ثم ينظر فيما يمكن أن تخصصه الجهة من ميزانية تصرف منها على البرامج التدريبية وتوضع في الحسبان كل مصادر التكلفة أبدأء برسوم الدورات التدريبية وانتهاء بتكلفة تغيب المتدرب عن جهة عمله ويحسن تحديد مستوى الأداء المستهدف قبل بدء الدورات التدريبية من خلال مهايير دقيقة وواضحة المعالم قبله للتطبيق والقياس .

بعد ذلك تفض الدورات التدريبية لجمع الفئات المستهدفة حسب طبيعة كل برنامج من خلال الخطة الشاملة المقررة للمستويات المختلفة لا موظفين بمنطقية في التسلسل لضمان حسن الأداء والتفاعل بين المتدربين إثناء التطبيق بعد التدريب من خلال المعايير المعدة سلفاً تجري عمليات المقارنة بين الداء الفعلي بعد التدريب

والدء المستهدف والمخطط له قبل التدريب وتبحث الأسباب وتوضع
فى الحسبان وتلافيها فى الدورات اللاحقة.

معايير التدريب الناجح:-

هناك عدد من المعايير يلزم مراعاتها لضمان نجاح برنامج التدريب
تتمثل فيما يلي:-

١- ضرورة مشاركة إدارة الجهة ويتم ذلك من خلال الجوانب

العلمية التالية :-

أ. افتتاح الدورات لحث المتدربين على حسن الأداء .

ب. المتابعة أثناء تنفيذ الدورات.

ج. اختتام الدورات والإجابة عن استفسارات المتدربين .

د. متابعة تنفيذ المهارات بعد التدريب ومكافأة المتميزين فى
الدء.

٢- ربط كل جزئيات التدريب بأهداف التدريب.

٣- تدريب أكبر قدر من الموظفين.

٤- قياس وتقييم النتائج.

٥- التركيز على المستفيدين.

٦- التركيز على الواقعي لبيئة العمل.

٧- اشتراك المتدربين فى الأعداد وتعميم برامج التدريب.

ميزانية التدريب:-

نظراً لأن احد الأهداف الرئيسية للتدريب هو الترشيد المالى لذا فإنه
ينبغي أن نرشد الصرف حتى فى ميزانية التدريب على رغم من قناعة
كثير من المنظرين بان ما يصرف على برامج التدريب يعد من قبيل
الاستثمار طويل المدى فى مجال تطوير كفاءات القوى البشرية ويلزم
عدم إغفال أي محور من المالية فى ميزانية التدريب والتي تشمل:-

١. تكاليف الدورات.
٢. تكاليف التنقل للدورات خارج المدينة.
٣. تكاليف الاشتراك في الدورات المهنية.
٤. تكاليف المعدات الخاصة بالتدريب .
٥. تكاليف غياب الموظف عن عمله.

تحويل التدريب:-

نظراً لعدم تطبيق المتدربين للمهارات المكتسبة من برنامج التدريب في صورة فعالة ودائمة فلقد ركز كثير من الباحثين اهتماماتهم بهذه الظاهرة وخلصوا إلى دراسات تشير إلى عمق المشكلة وضرورة التحرك السريع لتلافي مضاعفاتها فلقد بنيت إحدى الدراسات أن المجال الصناعي في أمريكا ينفق ما يقرب من ١٠٠ مليار دولار سنوياً على التدريب إلا أن الفائدة من تلك البرامج التدريبية لا تتجاوز ١٠٪ وخلصت دراسة أخرى إلى أن ٤٠٪ من محتويات التدريب حولت إلى بيئة العمل بعد التدريب مباشرة وأن ٢٤٪ منها تطبق بعد ستة أشهر من التدريب ١٥٪ تطبق بعد نهاية السنة .

معايير تحويل التدريب:

- ولضمان تطبيق المتدربين لأكثر قدر من المهارات التي اكتسبوها أثناء التدريب يلزم مراعاة ما يلي:
- ١- أن يكون محتوى التدريب قابلاً للتطبيق.
 - ٢- أن يعرف المتدرب المحتوى الخاص ببرنامج التدريب.
 - ٣- أن يحفز المتدرب لتغيير سلوكه في العمل حتى يطبق ما تعلمه في برنامج التدريب.

احتياطات تحويل التدريب:

هناك عدد من الاحتياطات التي يلزم أن يهتم بها المخططون لبرامج التدريب لضمان تحويل التدريب من قبل المتدرب إلى واقع عملي بصورة فعالة ودائمة ويشمل ذلك مراحل التدريب الثلاثة:-

احتياطات قبل التدريب:

- إشراك المتدرب في تخطيط برامج التدريب.
- الاكتشاف الفعال للخيارات التدريبية.
- مشاركة المتدرب التلقائية في الأنشطة التي تسبق برامج التدريب.

احتياطات أثناء التدريب:

- الارتباط مع متدرب آخر.
- تدوين الأفكار التطبيقية.
- التخطيط للتطبيق.
- توقع الارتداد.
- التهيئة النفسية لمحاولة التغيير.

احتياطات بعد التدريب:

- الحافز النفسي للتغيير.
- التطبيق المباشر بعد انتهاء التدريب.
- تعليم الآخرين على المهارات نفسياً.
- استمرارية الاتصال مع المتدربين الآخرين.

التأهيل:

يعد التأهيل ثمرة من ثمار تدريب العاملين في الجهات الخيرية إذ أن إخراج المستفيدين من دائرة الحاجة والعوز إلى الكفاف يعد تحدياً

لجهود التأهيل الذي يركز في مجملته على تهيئة القادرين على العمل وراغبين فيه من أفراد الفئات المستفيدة من الجهات الخيرية والحاقهم بأعمال مناسبة. لذا فإن اهتمام العاملين في الجهات الخيرية ينصب على كل من أعداد المستفيدين وتهيئة الأماكن المناسبة والوظائف الممكنة في القطاع الخاص لاستيعاب هؤلاء المؤهلين. ومن هنا نشأت فكرة مشروع سمو الأمير محمد بن فهد للتدريب والتوظيف في

١٤١٩/٥/٢٢ هـ والذي يهدف إلى:

١. تحويل الفئات المستفيدة من مساعدات الجمعية من فئة مستهلكة إلى فئة منتجة وذلك عن طريق:
 - أ- توفير دورات تدريبية لأبناء الأسر التي ترعاهم الجمعية.
 - ب- البحث عن فرص وظيفية تتناسب وخبراتهم ومؤهلاتهم.
٢. إفساح المجال في المساعدات المقدمة من الجمعية لمن لا يستطيع العمل.
٣. المساهمة في توجيهات سعوده الأعمال المهنية.

الإجراءات :

١. تثقيف القادرين على العمل من المستفيدين وحثهم عليه.
٢. حصر الراغبين في العمل والقادرين عليه من المستفيدين.
٣. الحصول على فرص تدريبية مجانية في المعاهد والكلية.
٤. توفير فرص تدريبية في المعاهد الأهلية.
٥. التنسيق مع أصحاب الأعمال لتوظيف المؤهلين من المستفيدين.
٦. دعم الفرص الوظيفية غير المرغوب فيها.
٧. المساعدة في فتح مشاريع صغيرة.
٨. صرف مساعدة إضافية على الراتب في فترة التجربة.

النتائج:

على الرغم من الفترة الزمنية المحدودة منذ أن بدأ البرامج
إضافية إلى التحديات الجمة التي تقابل المشروع فلقد تم تحقيق
ما يلي:

البرامج عدد المستفيدين منه	
دورات سلوكيات المهنة	٢١
دورات تدريب مهنية	٢١
دورة خياطة رجال	١٩
دورة خياطة نساء	٢٤
التوظيف	٢٨٩

العوائق:

هناك عدد من العوائق ينبغي للقائمين على برنامج التأهيل
استيعابها والعمل على تذليلها لجعل خطط برنامج التأهيل واقعا
ملموسا ومصدر هذه العوائق ثلاثة كما يلي:

أ. المستفيد:

فالبرغم من الرغبة العارمة لدى المستفيد في الاستفادة من
برامج التأهيل و بدأ إثبات ذاته فيما يسند إليه من أعمال إلا أن
العاملين التاليين يمثلان عائقا خصوصا في بداية التحاقه بالعمل:

١. ضعف المستوى العلمي.

٢. قلة الخبرة العلمية.

ب. المجتمع:

لازال المجتمع مترددا في منح ثقته للعامل السعودي خصوصا في
الأعمال المهنية لذا فإن ذلك يمثل عائقا قد يستغرق إثبات عكسه
بعض الوقت الذي يلزم إعداد فئات من العاملين الجيدين الكفيلين
بتغيير نظرة المجتمع إليهم من خلال تعاملهم الأمر الذي يضيف أعباء

أخرى علي القائمين علي برامج التأهيل بالتركيز علي جودة برامج
التأهيل وتمحيص المتدربين .

ج. أصحاب الأعمال:

مهما كان اهتمام أصحاب الأعمال ودعمهم لبرنامج التأهيل إلا
أن مصلحة أعمالهم تحتم عليهم التدقيق في اختيار من تسند أعمالهم
علي اختلاف مستوياتهم لذا فإن محددات قبولهم للتوظيف ما يلي:

١. قلة الرواتب التي يعرضونها .
٢. قلة الخبرة لدي المستفيدين.
٣. سرعة الدوران الوظيفي للمتقدمين .

عنوان الورقة:

أسس الخدمة الاجتماعية في الجمعيات الخيرية

مقدمها:

الدكتور / محمد بن سعيد الزهراني

ملخص البحث

تعد الخدمة الاجتماعية إحدى المهن الإذسانية العريقة التي يحتاجها كل مجتمع من المجتمعات الإذسانية في العصر الحديث وأصبح هذا الاحتياج ضرورة ملحة لمواجهة تعقد الحياة المعاصرة التي تتسم بسرعة الإيقاع وتفاقم المشكلات الإذسانية وازدياد الفجوة بين الأغنياء والفقراء فالخدمة الاجتماعية لها إسهاماتها الواسعة في مواجهة تلك التحديات وحل المشكلات التي تواجهها البشرية في وقتنا الحاضر.

تهدف هذه الورقة إلى التعريف بأسس الخدمة الاجتماعية ودورها في رفع مستوى أداء الجهات الخيرية وذلك من خلال التطرق إلى أهمية الجوانب الاجتماعية ودورها في رفع مستوى أداء الجهات الخيرية وذلك من خلال التطرق إلى أهمية الجوانب الاجتماعية في بحث الحالات وجوانب العناية الاجتماعية بالمستفيدين والعوائق التي تحول دون اندماج الفقراء في المجتمع السعودي، واليات تحسين المستوى الفكري للمستفيدين من الجمعيات الخيرية.

-أسس الخدمة الاجتماعية في الجمعيات الخيرية:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد بن عبد الله الصادق الأمين وقدة الخلق أجمعين في الأعمال الخيرية وعلى آله وصحابه والصالحين إلى يوم الدين.

تعد العمال الخيرية سمة من سمات المجتمعات الإسلامية التي تحرص على تحقيق التكافل الاجتماعي والذي يسعى للوصول على العديد من الهداف منها: علاج المشكلات التي يمر بها بعض أفرادها، تحقيق العدالة الاجتماعية بينهم، ضمان إسهادهم والتي ينتج عنها: صحة العقيدة وسلامتها واستقامة الخلق، قوة الأجسام استنارة

العقول، السلامة من الأمراض، صيانة الكرامة، هناء العيش،
والتوفيق بين حاجيات الروح والأبدان (علوان، ١٤٠٣هـ)

فديننا الإسلامي الحنيف اشتمل على العديد من المبادئ
الفاضلة كمبدأ التعاون كما قال الله تعالى في محكم التنزيل)
وتعاونوا على البر والتقوى (المائدة:٢) ومبدأ التواد والتراحم كما
جاء في الحديث الشريف عن النعمان بن بشير رضي الله عنه قال :
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (مثل المؤمن في توادهم
وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى عضو تداعى له سائر
الجسد بالسهر والحمى)رواه الترمذي ومبدأ التعاطف كما ورد في
الحديث الشريف عن أبي موسى قال : قال رسول الله صلى الله عليه
وسلم (المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً) رواه البخاري
ومسلم ، ومبدأ المسؤولية الاجتماعية كما جاء في الحديث عن عمر
رضي الله عنهما قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (كلكم
راع وكلكم مسئول عن رعيته ...) (رواه البخاري ومسلم).
فالمجتمع السعودي يقدر ويد شكر الله سبحانه وتعالى على نعمه
الكثيرة التي لا تحصى ولا تعد قال عز من قائل (وإذ تأذن ربكم
لئن شكرتم ولئن كفرتم إن عذابي لشديد) (إبراهيم: آية ٧).
ولذلك يحرص المواطنون كل الحرص على أن يخرجوا حق الله
سبحانه وتعالى في تلك النعم. مما أدى إلى التوسع في أوجه الخير في -
المملكة العربية السعودية - وأصبحت كثيرة وتزداد بفضل الله
تعالى يوماً بعد يوم ليس فقط على مستوى المملكة ولكن أيضاً على
جميع المستويات سواء كان المحلي أو العربي أو الإسلامي أو الدولي.
فإنشاء الجمعيات الخيرية كمؤسسات اجتماعية ما هو إلا
أحد تلك الأوجه والمظاهر الحضارية التي تفتخر بها بلادنا حيث بلغ
عددها أكثر من (١٥٠) موزعة على جميع مناطق المملكة (البلوي،
طيب، سدحان، المانع، ١٤١٧ هـ) وذلك لتلبية حاجة المجتمع في

الاهتمام بأفراده ورعايتهم وخاصة المحتاجين والضعفاء من الأراذل والأيتام والموزين فهذه الجمعيات الخيرية تسهم في الحد من ظاهرة التسول وبرغم ذلك فالإحصائيات تشير إلى ازدياد أعداد المتسولين. فعلى سبيل المثال في مدينة مكة المكرمة وحدها بلغ عدد المتسولين من السعوديين في عام ١٤٢١ هـ (٢١) متسولاً وفي عام ١٤٢٢ هـ (٥٠) متسولاً سعودياً (الليحاني ١٤٢٢ هـ) كما إن عدد سكان المملكة من خلال نتائج البحث الجغرافي لعام ١٩٩٩ م بلغ (١٩,٨٩٥,٢٣٢) مليون نسمة ، ومن المتوقع إن يصل عدد السكان عام ١٤٤٠ هـ إلى (٤٣) مليون نسمة ، (الطائفي الوحيد ، الشمراني ، ١٤٢٢ هـ). مما يشير إلى عظم المسؤولية الاجتماعية الكبيرة التي تقع على عاتق جميع الجمعيات الخيرية وأهمية التخطيط الاجتماعي المستقبلي لاستيعاب جميع الفئات المحتاجة من المواطنين في الفترات القادمة.

فالحاجات الإنسانية ازدادت تعقيدا وتلبيتها ها أصبح أمرا ملحا لأنه في حالة عدم تلبيتها تتحول إلى مشكلات جسيمة تتطلب التدخل المهني لحلها ، فإن لم يحدث هذا التدخل فإنها ستصبح نواة وسببا في تعقيدها وتفاقمها ما يجعل حلها أمرا صعبا للغاية فيكون تأثيرها سلبيا على كل من الفرد والجماعة والمجتمع. ولذلك فإن أهداف التنمية في المجتمع السعودي أكدت على أهمية الحد من المشكلات التي يواجهها المواطن السعودي بالحفاظ على القيم الدينية والعادات والتقاليد والأعراف السامية ، كما ركزت الأهداف على أهمية تنمية المواطنين السعوديين كقوة بشرية هامة وذلك عن طريق رفع المستوى التعليمي والصحي وزيادة الرفاهية لجميع فئات المجتمع ودعم الاستقرار الاجتماعي في مواجهة التغيرات الاجتماعية السريعة (شتا ، ١٤٠٥ هـ).

فالحاجات الإنسانية تختلف من جماعة إلى أخرى فهي تعتمد على نمط الحياة وثقافة المجتمع والقيم الاجتماعية السائدة

فيه. كما إن الحاجات ترتبط بقضايا تعود على الفرد نفسه
والآخرين وطبيعة الأحوال الاجتماعية العامة في المجتمع ولا يمكن
بشكل عام، فإن الحاجات الإنسانية كما أشار إليها Schwartz &
Johnson (١٩٨٨) تتمثل في الأتي:

١. الحاجة إلى الحاجات الأساسية كالطعام والملبس والمسكن
وبشكل يكفي الحاجة الجسمية للبقاء.
٢. الحاجة إلى بيئة ومستوى صحي آمن للحماية من الإصابة
ب الأمراض أو التعرض للحوادث.
٣. الحاجة إلى علاقات متميزة مع الآخرين والتي تحقق
الإحساس بالعناية والاهتمام والحب والانتماء.
٤. الحاجة إلى النمو العاطفي أو الوجداني والنمو الفكري أو
المعرفي وكذلك نمو الوازع الديني بحيث تتاح الفرصة في
استخدام الإمكانيات والاهتمامات الشخصية والإبداع فيها.
٥. الفرصة في المشاركة في اتخاذ بعض القرارات الهامة
والمناسبة في حياة المجتمع والتي تمثل جزءاً مهماً في المساهمة
حفاظاً على الحياة العامة واستمرارها.

فالثورة الصناعية، الحروب المتتالية، انتهاء عهود الإقطاع في أوروبا،
فشل التشريعات لمواجهة مشكلات الفقر، ظهور الأفكار
الاشتراكية، الاكتشافات العلمية الحديثة كثرة الأبحاث
الاجتماعية وانتشار وظهور جمعيات الإحسان والمحللات التجارية تعد
عوامل جوهرية ساهمت وبشكل كبير في التمهيد لقيام مهنة
الخدمة الاجتماعية لتلبية الحاجات الإنسانية في التعامل مع
مشكلاتها (المطايعة، القمش، المحسن، البوالي، ١٤٢٠هـ).

فقد نمت هذه المهنة عن طريق أنشطة لبرامج الرعاية
الاجتماعية في المجتمعات القديمة كان طابعها الإحسان وتقدم عادة
من خلال المتطوعين من رجال الدين والأطباء والمرضى والمدرسين

وغيرهم، كما أن تلك الأنشطة اختلفت باختلاف الظروف السائدة ودوافع الرعاية الاجتماعية وطبيعة مظاهرها وأشكالها في تلك المجتمعات القديمة.

أما في المجتمعات الحديثة والمتطورة فقد ظهرت الخدمة الاجتماعية منذ أوائل القرن العشرين كاستجابة حتمية لاحتياجات إنسان هذا العصر فاصطبحت تلك الأنشطة والبرامج تنفذ من قبل مهنيين متخصصين وأصبحت حقاً يؤدي وليس إحساناً ولذلك برز نور الخدمة الاجتماعية كمهنة لها اعتبارها بين المهن الأخرى لها مدارسها الخاصة بها ومؤسساتها وبرامجها وعمالها المتخصصون حتى أصبحت اليوم مهنة إنسانية عريقة يشار إليها بالبنان لأنها أضافت الشيء الكثير للإنسانية وبرغم ذلك إلا أن كثير من الناس يجهلون الكثير عن هذه المهنة في وقتنا الحاضر ولا توجد لديهم رؤية واضحة حيالها أما بسبب حداثة النسبية في كثير من الدول العربية والنامية أو لعدم الاعتراف المجتمعي بها (السعيد، ١٤٠٠هـ).

فمن أبرز التعاريف التي حددت ماهية الخدمة الاجتماعية تعاريف الجمعية القومية للأخصائيين الاجتماعيين الأمريكيين التي ترى بأن الخدمة الاجتماعية مهنة تسعى من خلال أنشطتها مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات لتعزيز قدراتهم وإمكانياتهم لتحقيق وظائفهم الاجتماعية على أكمل وجه، كما أنها توجد البيئات الاجتماعية المناسبة التي تساعد على وصولهم إلى ذلك الهدف (barker، ١٩٩١).

أما kahan (١٩٧٣م) أشاد بأن الخدمة الاجتماعية عبارة عن الخدمات الاجتماعية التي يعبر عن استجابة جديدة لمواقف جديدة فهي اختراع قدمه المجتمع من أجل مواجهة الحاجات المختلفة وإشباعها لإنسان العصر الحديث.

أما عبد الفتاح عثمان (١٩٨٢) فقد رأى أن الخدمة الاجتماعية خدمة تستهدف مساعدة الناس أفراداً وجماعات لتحقيق علاقات اجتماعية بينهم ومستوى أفضل من الحياة في حدود قدراتهم ورغباتهم. فهي أيضاً مهنة إنسانية حديثة توافرت لها المقومات المهنية المختلفة وهي: الأهداف، قاعدة علمية، مهارات تطبيقية، متخصصون، مؤسسات، طرق وأساليب متخصصة وقيم ومعايير ووظيفة اجتماعية، مكانة واعتراف مجتمعي (توفيق & عنان، ١٩٨٩ م).

كما أشار كل من المطايع، القمش، المحيسن (١٤٢٠هـ) إلى إن الخدمة الاجتماعية تهدف إلى رفاهية الإنسان وخلق المواطن الصالح القادر على البناء والعطاء ودفع عجلة الإنتاج والتنمية من خلال أدوارها الإنشائية أو التتموية والوقائية والعلاجية. أما فلاسفتها فهي ترتكز على مجموعة من الركائز استمدتها من الأديان السماوية وبخاصة ديننا الإسلامي الحنيف والتي تتمثل في الإيمان بالآتي:

- قيمة الإنسان وكرامته.
- الفروق الفردية سواء بين الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات.
- حقوق الفرد في ممارسة حريته في حدود قيم المجتمع.
- حق تقرير المصير للعميل سواء كان العميل فرداً أو أسرة أو جماعة أو مجتمعاً، مع عدم الإضرار بحقوق الآخرين.
- إن الفرد أياً كان عمره يملك طاقات إذا ما استثمرت كان لها الأثر في دفع عجلة الإنتاج.
- العدالة الاجتماعية وعدم التمييز بين جنس وآخر أو ديانة وأخرى.
- الحب والتسامح وعدم الإدانة.
- إن الآلام التي يتعرض لها العميل تؤثر على دوره في الحياة وينبغي التدخل لمساعدته على التخلص منها.

- إن الإنسان هو الطاقة الفريدة في إحداث التغيير الاجتماعي وهو وسيلة وغاية الرفاهية الاجتماعية.
- إن مساعدة الإنسان عند الحاجة ما هو إلا تعبير عن تعاليم الأديان السماوية وآخرها الدين الإسلامي كما ورد في كثير من الآيات الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة.

توفيق & عنان (١٩٨٩م) أشارا إلى أن الخدمة الاجتماعية أريد بها أن كان أساسية تتمثل في المؤسسة، العمل الأخلاقي وعملياً المساعدة. كما أن لها مبادئ توصل عليها الأخصائيون الاجتماعيون عن طريق الخبرة العملية والممارسة المهنية والمعارف الإنسانية والمنطق وهي: التقبل، السرية، حق تقرير المصير، العلاقة المهنية، المشاركة، الاستشارة، المساعدة الذاتية، المسؤولية الاجتماعية، النقد والتقييم الذاتي، والاستغلال المثل للإمكانات والموارد المادية والبشرية الدراسة العملية، والرجوع للخبرة. كما إن المهنة الخدمة الاجتماعية ثلاث طرق رئيسة تحدد مسار وطبيعة الممارسة المهنية وهي كما يلي:

الطريقة الأولى:

طريقة خدمة الفرد التي تركز على الفرد وعملياتها المهنية: دراسة الحالة التشخيص والعلاج.

الطريقة الثانية:

خدمة الجماعة التي تركز على الجماعات وعملياتها المهنية: دراسة الجماعة التشخيص وضع الخطة للعلاج وتنفيذ خطة العلاج.

الطريقة الثالثة:

تنظيم المجتمع الذي يهتم بالجماعات وعملياتها المهنية: دراسة المجتمع، جمع وتحليل البيانات، إقامة العلاقة المهنية إيجاد الموارد المناسبة والتنظيمات الجديدة، التنفيذ، والتقييم.

إما مجالات الخدمة الاجتماعية التي يمكن للأخصائيين الاجتماعيين العمل بها فهي كثيرة جداً ترتكز على طبيعة تواجد الإنسان وأنشطته واحتياجاته. ومن أبرز تلك المجالات: رعاية الأسرة رعاية الطفولة رعاية الأحداث، رعاية الشباب رعاية المسنين، رعاية المساجين وأسرههم، المجال المدرسي، العمالي الطبي، النفسي الأمني كالشرطة والمؤسسات الإصلاحية، مكافحة المخدرات و علاج المدمنين ورعاية أسرهم ومكافحة الإرهاب..... وغيرها.

أما اللقب لممارسي مهنة الخدمة الاجتماعية فهو (الأخصائيون الاجتماعيون)، الذين لديهم الاستعداد الشخصي لممارسة هذه المهنة، ويمتلكون مجموعة من الصفات التي تؤهلهم للعمل في المجالات المختلفة:

أولاً/ الصفات الشخصية:

فشخصية الأخصائي الاجتماعي لا بد أن تكون فذة، لطيفة، متزنة، متسامحة، مرنة، محبوبة.

ثانياً/ الصفات العقلية:

لأخصائي الاجتماعي لا بد وأن تكون لديه درجة عالية من الذكاء تساعده على الفهم والإدراك، التخيل، الإبداع، التحليل، ربط الظواهر، وتقدير المواقف.

ثالثاً الصفات المهنية:

فلا بد أن يكون الأخصائي الاجتماعي واسع الأفق والاطلاع والثقافة، متقناً للمهارات الضرورية لداء العمل لأنها ركيزة أساسية تتممها بالاستعداد والتعليم والتدريب كمهارات استخدام الموارد، مهارات المساعدة، مهارات تكوين العلاقات المهنية الناجحة ومهارات النقد الذاتي وأن يكون متمسكاً بالموثوقية قادراً على الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم متمسكاً بالإخلاص والجد

والثابرة في أداء العمل من غير ملل أو كسل ، مفعماً بالنشاط والحيوية والانطلاق والمرح ، لديه الرغبة التلقائية لتحمل المسؤولية وعدم الضجر أو التبرم منها مؤمناً بمهنته متحمساً وشديداً الولاء لها يبذل ما بوسعها في سبيل تقدمها وتطورها ورفع مكانتها وشأنها .

أما أدوار الأخصائيين الاجتماعيين فتحدد من خلال العمليات التي يقومون بها والتي من أبرزها: البحث والدراسة التشخيص العلاج، الاتصال الفعال التخطيط، التنسيق، التنفيذ، المساعدة والدعم، القيادة التعلّم، الإرشاد والتوجيه التدريب، الإبداع الإشراف، التقييم، والتسجيل والدفاع والمحاماة.

إن تلك الأدوار الهامة للأخصائيين الاجتماعيين لا بد وأن تخضع لمجموعة من القيم التي يجب أن يؤمنوا ويلتزموا بها في ممارستهم المهنية. وقد صاغت الجمعية القومية الأمريكية للأخصائيين الاجتماعية عام ١٩٨٠ م ميثاق شرف المهنة الذي يعبر عن الأخلاقيات وأدق التفاصيل في تحديد مسؤوليات الأخصائي الاجتماعي في الممارسة المهنية تجاه كل من: نفسه عملائه زملائه والمؤسسة التي يعمل بها والمجتمع الذي يعيش فيه ولذلك فإن القيم تعد عنصراً مهماً بين عناصر الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية الأخرى وهي: البناء المعرفي knowledge ، القيم values . التي تدخل المهنى intervention (campton & galaway ، ١٩٨٤).

يتضح لنا مما سبق أن الخدمة الاجتماعية علم ومهنة وفن، فكونها علماً فنظراً لاستنادها على المعارف الإنسانية والنظريات العلمية ولذلك فهي تدرس كعلم في العديد من المعاهد والأقسام والكليات المتخصصة بالجامعات وتمنح الشهادات الأكاديمية لدرجة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه. وهي أيضاً مهنة لها أهداف وفلسفة ومبادئ وطرق وعمليات خاصة بها ، كما أنها فن لاعتمادها على أسلوب ومهارة وإبداع وأخلاقيات الممارسين لها من الأخصائيين

الاجتماعيين الذين يعملون في المجالات الإنسانية المختلفة، فالممارسة المهنية تعطي الأخصائيين الاجتماعيين الفرصة في احتياجات عملائهم، وتحد من المشكلات التي يواجهونها (خاطر، ١٩٩٥م).

- أهمية الجوانب الاجتماعية في بحث الحالات:

تعطي مهنة الخدمة الاجتماعية أهمية كبيرة لدراسة الحالات التي تعتبر إحدى العمليات الرئيسية لكل طريقة من طرق الخدمة الاجتماعية سواء في طريقة خدمة الفرد أو خدمة الجماعة أو تنظيم المجتمع فدراسة الحالات تتم عبر العلاقة المهنية السليمة المبنيّة على الثقة والاحترام بين المؤسسات الاجتماعية وعمالئها والمؤدية إلى النجاح والوصول إلى الأهداف المرجوة. بالإضافة إلى أنها تعتبر عملية أساسية تعد مدعياً لها العمليات الأخرى كالتشخيص والعلاج. فكلما كانت الدراسة دقيقة ومحددة وشاملة كلما كان التشخيص جيداً والعلاج مناسباً. فدراسة الحالات عبارة عن منهج أو طريقة زمنية محددة (نيازي، ١٤٢١هـ). كما أن دراسة الحالة محاولة للتعرف على الحقائق النابعة من شخصية العميل والكامنة في بيئته والطريقة التي تفاعلت بها الأحداث والموقف السلبي بهدف التوصل إلى التشخيص المناسب الذي يساعد في وضع العلاج الملائم (توفيق & عنان ١٩٨٩م).

الصدقي (١٩٩٠م) عرفت الدراسة الاجتماعية بأنها عبارة عن العملية التي تساعد العميل في الوقوف على جوانب الموقف وتوضيح موقفه منه. فهي ليست جمع بيانات عن الموقف وإنما وقوف العميل ذاته على البيانات والعوامل المختلفة المتداخلة في الموقف. كما أنها تتميز بالخصائص التالية:

- إنها عملية مشتركة بين الأخصائي والعميل سواء كان هذا العميل فرداً أو أسرة أو جماعة أو مجتمعاً.

- إنها محددة بأهداف تشخيصية نتيجة للارتباط الوثيق بين الجوانب المباشرة وغير المباشرة المسببة للموقف الإشكالي بهدف الوقوف على التشخيص السليم والمناسب.
- لها بعض الجوانب العلاجية حيث أنها تساهم في استبصار العميل بجوانب الموقف وفي تكوين العلاقة المهنية وتخفيف الضغط النفسية لدى العميل وذلك عن طريق التفريغ الوجداني والتعبير عن المشاعر السلبية والاتجاهات، وفي إحداث التأثير المناسب في علاج الموقف كعملية علاجية أساسية.
- لها مصادرها متعددة هي: العميل نفسه، وأسرته وأقاربه والأشخاص المتصلين به المصادر البيئية المختلفة كالأصدقاء والمدرسة والمستشفى، الخبراء والمختصين في المجالات المختلفة، الوثائق والمستندات والسجلات، ونتاج الاختبارات والفرحوص الطبية والعقلية والنفسية.
- لها أساليب متعددة هي: المقابلة الزيارة المنزلية، الكاتبات، والمحادثات التلفونية. فدراستها للحالات تتضمن الحصول على معلومات دقيقة للمتغيرات التالية:

١. الفئة العمرية:

يساعد هذا المتغير في معرفة عمر المستفيدين وفهم طبيعة المرحلة العمرية التي يمر بها وخصائصها.

٢. الجنس:

يحدد المتغير جنس العميل، هل العميل ذكر أم أنثى؟

٣. الحالة الاجتماعية:

فهذا المتغير يساعد على معرفة المشكلات المصاحبة لكل حالة من الحالات الاجتماعية سواء كان العميل أ عذبا، أم متزوجا، مطلقا، أرملا.

٤. حجم الأسرة:

فهذا المتغير يحدد عدد أفراد الأسرة حتى تتكون لديه فكرة عن حاجة كل فرد فيها.

٥. طبيعة العلاقات الأسرية:

تساعد في فهم العلاقات التي تتم داخل أو خارج الأسرة سواء كانت العلاقات الزوجية أو الأبوية أو الأخوية أو القرابية أو لغيران أو الأصدقاء بالإضافة إلى مدة تفاعلهم مع مشكلة العميل؛ لأن الفئات السابقة كل منها تمثل البيئة الاجتماعية للعميل.

٦. المستوى التعليمي:

يساعد هذا المتغير في فهم ثقافة العميل ودرجة وعيه بالبيئة المحيطة به.

٧. المستوى الصحي:

يحقق هذا المتغير معرفة الحالة الصحية للعميل، هل يعاني من مرض معين؟ ومنذ متى؟ وهل يخضع للعلاج أم لا؟ ما مدى علاقة الحالة الصحية بمشكلة العميل؟ ما درجة تأثير المرض على العميل نفسيا واجتماعيا؟

٨. المستوى الاقتصادي:

يعد هذا مؤشراً قوياً يساهم بدرجة كبيرة في تحديد حجم المساعدة التي يمكن للأخصائي الاجتماعي أن يقررها للعميل فهو يساعد في معرفة الدخل الشهري أو السنوي وما مدى تناسب هذا الدخل مع احتياجات الأسرة الأساسية ومتطلباتها.

كما أن معرفة مصادر الدخل تساعد على تحديد مشروعية الدخل وقد يفتح المجال للاستفادة من مصادر أخرى إضافية كذلك يسهم هذا المتغير في معرفة أوجه الصرف المالي للعميل، وكيف تتصرف الأسرة في حالة عجز الدخل لمواجهة احتياجاتها؟ وكيف تتم عملية التخطيط لميزانية الأسرة؟

السكن:

فهو المكان الذي يعيش فيه الإنسان فيبدأ بمعرفة الحي الذي يسكن فيه العميل وخصائصه وحجم الكثافة السكانية فيه، وهل هو حديث أم قديم؟ ما لك أم مستأجر؟ هل تتوفر فيه المقومات الصحية للتكييف والإنارة والتهوية أم لا؟ ما مدى تناسبه مع عدد أفراد الأسرة؟ هل يوفر خصوصية لكل فرد منهم وخاصة الزوجين أم لا؟

٩. طبيعة مشكلة العميل أو المواقف الإشكالية التي يواجهها:

عبارة عن موقف إشكالي يواجه العميل فيعجز عن مواجهته مواجهة فاعلة مما يؤثر عليه شخصياً وعلى المحيطين به وعلى كافة الظروف التي يعيشها. وتصنف المشكلات حسب مجالها الوظيفي: إلى أسرية، اقتصادية، مدرسية، عمالية، طبية، نفسية، تأهيلية، أو انحرافية، حسب مسبباتها: ذاتية ترجع إلى اضطراب في شخصية العميل أو صحته، بيئية ترجع إلى البيئة المحيطة بالعمل سواء كانت أسرته، عمله، أو مدرسته، ذاتي بيئي، وإما راجعة إلى النظم أو

السياسة الاجتماعية وحسب درجة حدتها وعمقها ، بسيطة معقدة ، متداخلة ، متشعبة أو مزمنة ، عارضة أو موقفية .

١٠ . تاريخ المشكلة وتطورها :

يعكس هذا المتغير الفترة الزمنية للمشكلة ومراحل تطورها .

١١ . حجم المشكلة :

يحدد هذا المتغير درجة تأثيرها هل هي مشكلة كبيرة تتطلب جهداً ووقتاً لحلها؟ أم مشكلة صغيرة يمكن التغلب عليها بسهولة؟

١٢ . مدى تأثيرها على الجوانب النفسية ، الاجتماعية ، والاقتصادية

للعمل:

هذا المتغير يسعى إلى معرفة المستويات التي أثرت فيها المشكلة وإلى أي حد كان هذا التأثير .

١٣ . مدى تأثيرها على الجوانب النفسية ، الاجتماعية ، والاقتصادية

للعمل:

يهتم هذا المتغير بمعرفة الجوانب التي تأثرت بحدوث المشكلة وإلى أي مدى .

١٤ . معرفة ما إذا كانت هناك جهود علاجية سابقة بذلت للتغلب على

المشكلة :

يكشف هذا المتغير المحاولات السابقة للعلاج وإلى أي مدى وصلت نتائجها فمعرفة ذلك تفتح آفاقاً جديدة في استخدام طرق جديدة غير السابقة والكشف عن مدى فعاليتها .

١٥. مدى حاجة العميل الفعلية للتدخل المهني لعملية المساعدة:

هذا المتغير يحدد هل العميل بحاجة إلى المساعدة أم لا؟ وهل هذه المساعدة مطلوبة بشكل عاجل أم يمكن تأخيرها؟

١٦. تحديد نوعية العلاج أو الحل المناسب للمشكلة:

هذا المتغير يكشف عن البدائل المتاحة للحلول وأيهم أنسب لمصلحة العميل وظروفه، فالباحث الاجتماعي يجب عليه أن يراعى عند دراسة الحالات الاعتبارية التالية:

- أن يحدد المتغيرات المناسبة والتي تساعد فعلاً في فهم طبيعة المشكلة فقط وليس له الحق في معرفة كل المتغيرات التي قد لا يكون لها صلة بالموقف الإشكالي لأن ذلك يعد تعدياً متجاوزاً غير مقبولين يتنافيان مع القيم والمبادئ المهنية للخدمة الاجتماعية.
- أن ينظر للبيئة الاجتماعية كمصدر أساسي للأنماط السياسية للعميل كما أذها أداة فعالة لتعديلها، فالبيئة إما أن تكون داخلية كالأسرة أو خارجية كالحي والمؤسسة التي ينتمي إليها العميل.
- أن يراعى تطبيق جميع مبادئ الخدمة الاجتماعية وخاصة مبدأ السرية عند تعامله مع العميل وإيجاد البيئة المناسبة لتحقيقه.
- أن يركز على بؤرة اهتمامات العميل لأذها تمثل الانطلاقة الحقيقية للتدخل المهني.

ولذلك فإن الجوانب الاجتماعية في دراسة الحالات لها أهمية كبيرة للممارسة المهنية للمؤسسات الاجتماعية وذلك لمساهمتها في الآتي:

- معرفة قدرات العميل وإمكانياته الحقيقية.
- وضع التشخيص السليم الذي يستهدف تحديد أكثر العوامل والأسباب ارتباطاً بمشكلة العميل.

- تحديد أساليب التدخل الممكنة والفعالة كتحدد نوع وحجم المساعدة التي تلبى احتياجات العميل.
- تقييم البرامج والأنشطة ومدى فعاليتها واستجابتها لحاجات العميل.
- عملية التخطيط والتصميم والتدقيق المستقبلية لتطوير البرامج والأنشطة التي تتلاءم مع احتياجات العميل.

جوانب الرعاية الاجتماعية للمستفيدين

إن لكل جمعية من الجمعيات الخيرية أهدافها وضيء تلك الأهداف يتم تصميم البرامج المناسبة التي تتعدد بحسب إمكانيات الجمعيات الخيرية المادية والبشرية فمعظم الجمعيات الخيرية تصمم برامجها بحيث تكون شاملة لجميع أوجه الرعاية الاجتماعية للمستفيدين وتتمثل في مجموعة الخدمات العملية التي تقدم له بطريقة مباشرة أو غير مباشرة سواء كانت من داخل المؤسسة أو من خارجها أو من موارد المجتمع الأخرى بهدف مساعدتهم وتخفيف الضغوط التي يتعرضون لها والتي تشكل معوقاً حقيقياً لأدائهم لوظائفهم أو أدوارهم الاجتماعية.

فمن أبرز الخدمات الاجتماعية التي تمثل الجوانب الحقيقية للرعاية الاجتماعية الشاملة للمستفيدين ما يلي:

١. الخدمات المالية:

تتم هذه الخدمات من خلال اعتماد صرف المبالغ نقداً ويحدده الأخصائي الاجتماعي في ضوء دراسة الحالة وهذا يكون بصورة دورية أو موسمية أو مؤقتة أو مقطوعة لتلبية بعض الاحتياجات أو الالتزامات المالية. وقد يكون على شكل كوبونات إعانات عينية تتمثل في بعض المواد الغذائية أو الملابس. وقد تكون من خلال

المساعدة في حصولهم على مخصصاتهم من مصادر أخرى كالأضمان الاجتماعي أو التأمينات الاجتماعية أو من الجهات ذات العلاقة.

٢. الخدمات الطبية:

تتمثل في تقديم المساعدة من توفير زيارة الطبيب وإجراء التحاليل والأشعة اللازمة للتشخيص وشراء الدواء.

٣. الخدمات التعليمية:

تهتم بتقديم المحاضرات والدورات العلمية أو الثقافية المجانية لتتيح فرصة الاستفادة منها لزيادة الوعي وفهم الواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه. كما أن الخدمات التعليمية لا تقتصر على الكبار فقط وإنما أيضا على الصغار من خلال فتح مدارس ودور الحضانه أو ابتدائية للمساهمة في عملية التربية والتنشئة الاجتماعية.

٤. الخدمات التأهيلية:

تكون من خلال الدورات التدريبية التي تكسب المستفيدين المهارات الضرورية التي تساعدهم على العمل مما يؤدي إلى تحقيق ذاتهم لتكفيهم مع المجتمع وقد يتطلب الأمر توفير الأجهزة التعويضية اللازمة للمعاقين منهم.

٥. الخدمات الوظيفية:

تتمثل في مساهمة الجمعية في البحث عن فرص عمل تتناسب مع قدرات ومهارات المستفيدين مما يضمن درجة عالية من التكيف والاستقرار الوظيفي.

٦. الخدمات الاجتماعية والترويجية:

يركز هذا النوع من الخدمات على إتاحة الفرصة لزيادة التفاعل الاجتماعي بين المستفيدين من خلال بعض البرامج الترويجية كالزيارات والرحلات والرياضة لممارسة بعض الألعاب التي تعتبر سبلاً فعالة في استغلال أوقات الفراغ لاشتمالها على المتعة والفائدة.

٧. الخدمات السكنية:

تتمثل في توفير السكن المناسب للمستفيدين بحيث يكون السكن مجاناً بدون دفع إيجار أو بإيجار رمزي حيث تتوفر لهم تسهيلات عملية لسداده، وأن يتناسب مع عدد أفراد الأسرة وأن تتوفر فيه كل وسائل الراحة كالتكييف والتهوية والإنارة والمصاعد. كما أن الخدمات السكنية لا تقتصر على هذا الحد وإنما يمكن للجمعيات الخيرية أن تسهم في مساعدة المستفيدين في الحصول على منح الأراضي المخصصة لهم وذلك بالتدقيق مع الأمانة أو البلدية ومساعدتهم في تعميمها من خلال التدقيق مع صندوق التنمية العقاري والمقاولين بحيث تكوين لهم الأولوية في ذلك وأن يعاملوا معاملة خاصة أو استثنائية كما يمكن للجمعية مساعدة المستفيدين للحصول على قروض مالية سواء كانت عن طريق بنك التسليف أو غيره لترميم مساكنهم حتى تصبح أكثر ملائمة للعيش فيها.

٨. الخدمات الاستشارية:

تهدف إلى توفير المساعدة في تقديم النصيحة والتوجيه المناسبين للأمور التي يصعب عليهم أن يتخذوا فيها قرارات أو تقديم حلول للمشكلات التي يتعرضون لها.

٩. خدمات المواصلات:

تكون من خلال توفير بعض وسائل المواصلات كالمواصلات أو الباصات الصغيرة لتسهيل للمستفيدين الذهاب للمدارس أو الأسواق أو المساجد.

-عوائق اندماج الفقراء في المجتمع:

برغم توفر الموارد الطبيعية والإمكانات الملائمة التي تشهدها البشرية في عالم اليوم من خلال التقدم الهائل في جميع المجالات سواء كانت العملية الصناعية، الزراعية، التكنولوجية والتجارية إلا أنه لا يكاد يخلو المجتمع من المجتمعات الإنسانية من وجود نسبة من سكانه فقراء. فنسبة الفقراء في المجتمعات الإنسانية تختلف من بلد إلى آخر حسب ظروفه السياسية والاقتصادية والاجتماعية ودرجة تحضره وتقدمه فعلى سبيل المثال الفقر في الهند يختلف عن الفقر في المجتمع الأمريكي أو الأوربي أو السعودي.

أشار shepard (١٩٨٧م) إلى أن الفقر يعد من المشكلات الاجتماعية العالمية الخطيرة نظراً للتزايد المستمر في أعداد الفقراء الذين لا يملكون القدرة على توفير احتياجاتهم الأساسية من الطعام والملبس والسكن والعلاج وذلك للعديد من العوامل أهمها ما يلي :

- ١- سيطرة الدول الغنية على الاقتصاد العالمي وظهور التكتلات الاقتصادية العالمية التي ركزت على تنمية رأس المال دون النظر في تمويل البرامج التي تلبى حاجة مجتمعاتها الحقيقية.
- ٢- كثرة الحروب والاضطرابات التي تمر بها كثير من دول العالم اليوم مما تسبب في نزوح عدد كبير من اللاجئين وانتشار الجهل والفقر والمرض بينهم.

٣- فشل السياسات الاجتماعية على مستوى الدول في معالجة الأسباب الحقيقية للفقر ومشكلاته (الجوع، التسول، الأحياء العشوائية، البطالة والأمراض) وذلك لمجموعة من الأسباب أهمها:

- عدم التعرف على الأسباب الحقيقية للفقر.
- عدم تغيير الظروف والسياسات التي أدت إلى وجود تلك الأسباب.
- التعامل مع المشكلات التي سببها الفقر بطريقة سطحية للتسليم بطبيعة الظروف والأوضاع السياسية والاقتصادية القائمة.
- عدم التدخل المهني المناسب للتعامل مع هذه المشكلات وذلك بسبب غياب الدور الفعال للخدمة الاجتماعية في المجتمعات وتهميش دور الأخصائيين الاجتماعيين في دراسة المشكلات وتشخيصها ووضع السبل الكفيلة لحلها جذريا.

إن الدراسات الميدانية لتحديد مشكلة الفقر في المجتمع السعودي تعتبر محدودة ولذلك يصعب تحديد حجم المشكلة ونسبة الفقراء في المملكة بالنسبة لعدد السكان فيها. فالجهود المبذولة لاجد من مشكلة الفقر في المجتمع السعودي كبيرة جداً تنطلق من الدعم الذي توليه الدولة الرشيدة - أعزها الله لبرامج وزارة العمل والشؤون الاجتماعية وخاصة الضمان الاجتماعي، التأمينات الاجتماعية والجمعيات الخيرية، وكذلك لوزارة المعارف، وزارة التعليم العالي، وزارة الصحة، وزارة الأشغال العامة والإسكان وغيرها، والتي تلبى الاحتياجات الأساسية للمواطنين. مما أدى على تحقيق درجة كبيرة في التنمية الشاملة لكل فئات المجتمع وصولاً إلى دولة الرفاه. إلا أن

هناك بعض العوامل التي قد تحول دون اندماج الفقراء فى المجتمع السعودى، أهمها ما يلى:

١. العامل النفسى:

يعتبر العامل النفسى من أهم العوامل الرئيسىة التى تعوق اندماج الفقراء فى المجتمع فالأنفة وعزة النفس لدى المواطن السعودى تعتبر عاملاً مهماً، فكثير من الفقراء يفضلون عدم السؤال والعيش على الكفاف، و لذلك فهم أغنياء من التعفف لا يسألون الناس إلحافاً والرسول الكرىم أوصى بهذه الفئة خيراً حيث أمر بالبحث عنهم ومساعدتهم. كما أن الخوف من نظرة المجتمع الدونية تجعل كثيراً من الفقراء يلجئون إلى العزلة عن المجتمع مخافة أن يتعرضوا لبعض المواقف التى قد يكون فيها إهانة للكرامة الإنسانية أو نظرة الناس الدونية تجاههم أو أن يتعرضوا للأذى والمضايقات و لذلك تفضل هذه الفئة من الناس العزلة وعدم الاحتكاك بالمجتمع مما يؤدى إلى شعورهم بالاعتراب وقد يزيد هذا الاعتراب إلى درجة كبيرة مما يؤدى إلى الشعور بعدم الولاء للمجتمع لأنه لم يلبى احتياجاتهم الأساسية ولم يتح لهم الفرصة فى المشاركة والاستفادة من إمكانياته وخيراته.

٢. العمل الثقافى:

إن ثقافة المجتمع السعودى مستمدة من الشريعة الإسلامية السمحاء والعادات والتقاليد العريقة التى يفتخر بها مجتمعنا ويحرص كل جيل أن ينقلها للجيل الذى يليه. فنشافة الفقر فى المجتمع السعودى مبنية على الإيمان بقضاء الله وما قدره للإنسان من رزق، والفقر ليس عيباً ولكن العيب سؤال الناس، وأصبحت لدى كثير من الفقراء القدرة على الصبر والتحمل الزائد والتعفف عن سؤال الناس ولذلك يلجأ كثير من الأفراد والأسر والجماعات إلى العزلة

عن المجتمع والعيش في أماكن نائية نسبياً بحجة جوار أراضيه في تلك المناطق ، ولكن حقيقة الأمر عدم قدرتهم على التوافق مع مجتمع المدينة ومتطلباته بسبب فقرهم المدقع الذي لا يمكنهم من العيش فيه نتيجة للتكلفة المادية التي لا يقدرّون على تحملها كما أن الفقر في المجتمع السعودي يعتبر مؤقتاً وليس دائماً لأنه ليس وراثياً وذلك بسبب تغير الظروف والأوضاع المسببة للفقر فوضع بعض الأسر يتغير وبشكل جذري بمجرد أن يتخرج أحد أبنائها من الجامعة ويحصل على وظيفة كما أن كثيراً من الفقراء تتغير أوضاعهم الاجتماعية مما ساهم وبشكل كبير في الحد من مشكلة الفقر في المجتمع السعودي بعدما لجئوا إلى الجمعيات الخيرية ممثلة بدور الرعاية الاجتماعية المختلفة والضمان الاجتماعي والتأمينات .

٣. العامل التعليمي:

فكثير من الفقراء في مجتمعنا لم يلتحقوا بالتعليم والبعض الآخر مستواهم التعليمي منخفض مما أدى إلى جهل الكثير منهم بموارد المجتمع وخدمات المتاحة وإلى وجود قصور في معرفة مؤسسات المجتمع المختلفة والتي تقدم المساعدات بأنواعها سواء كانت في شكل مساعدات نقدية أو عينية أو خدمات.

٤. العامل الاقتصادي:

لا شك أن الغالبية العظمى من المواطنين السعوديين استفادوا كثيراً من الوفرة الاقتصادية التي مرت بها المملكة خلال العشرين عاماً الماضية وانعكس ذلك وبشكل إيجابي على مستوى نوعية الحياة بينهم، إلا أن البعض الآخر لم يحظ بشيء من تلك الوفرة مما أدى إلى وجود طبقة فقيرة، وأصبحت هناك فجوة كبيرة بين الفقراء والأغنياء وأصبح ذلك واضحاً في كثرة انتشار الأحياء العشوائية حول المدن التي أصبحت تمثل مساكن الفقراء برغم عدم صلاحية

بعضها للسكن الآدمي نظراً لعدم توفر مقومات السكن الصحي المريح والخدمات الضرورية بها.

٥. الجمعيات الخيرية:

إن معظم الجمعيات الخيرية في بلادنا - المملكة العربية السعودية - مؤسسات أهلية تطوعية تحظى بدعم الحكومة الرشيدة لتوفير أسباب الحياة الكريمة للمواطنين الذين هم بحاجة ماسة إلى مساعداتها سواء كانت المساعدة ف شكل إعانات مادية أو عينية أو خدمات إسكانية. كما تتوفر في بعضها برامج وأنشطة تعليمية وثقافية، اجتماعية، صحية، ورياضية لأن وجود مثل تلك البرامج يساعد وبشكل كبير في تحقيق عملية اندماج الفقراء بالمجتمع ويتحقق الولاء للوطن (الزهراني ١٤٢٠هـ). فمن بعض العوامل التي لا تحقق عملية الاندماج للفقراء وللجمعيات الخيرية ما يلي:

- إن عدد ساعات العمل الفعلية في بعض الجمعيات الخيرية محدودة قد لا تتجاوز في بعضها (٣) ساعات يومياً.
- إن معظم العاملين بالجمعيات الخيرية متطوعين أو متعاونين وليسوا متفرغين كلياً للعمل بها.
- إن غالبية العظمى من الموظفين العاملين بالجمعيات الخيرية ليسوا متخصصين في العمل الاجتماعي ولذلك نجد أن معظم أعمالهم تأخذ طابع الاجتهاد ولا تعتمد على الأسس العلمية والموضوعية ولذلك ينتابها الكثير من الخطأ والقصور.
- عدم توضع بعض الجمعيات الخيرية في برامجها التعليمية والثقافية والاجتماعية والصحية ولذلك تؤدي أعمالاً شكلية لا تحقق درجة عالية من الرضا للمستفيدين.
- إن الخدمات المقدمة للمستفيدين من بعض الجمعيات الخيرية لا تستطيع أن تغطي جميع احتياجات المحتاجين لها لأذها

مقصورة على أحياء أو مناطق محددة نتيجة لعدم توفر الموارد
والإمكانيات البشرية والمادية أو بحجة الاستثمار فى مشاريع
لتنمية رأس المال.

-آليات تحسين المستوى الفكرى للمستفيدين:

لاشك بان تحسين المستوى الفكرى للمواطنين تقع مسؤوليته على
جهات عديدة، منها وزارة المعارف، وزارة التعليم العالى، كليات
خدمة المجتمع والتعليم المستمر، وزارة الإعلام، وزارة الأوقاف،
الأندية الأدبية وغيرها. أما بعض الآليات التى يمكن للجمعيات
الخيرية أن تسهم بها فى تحسين المستوى الفكرى للمستفيدين فهى
كما يلى:

تصميم البرامج المناسبة والصمة خصيصاً لهذا الغرض
كمحاضرات التوعية الدينية، برامج محو الأمية لتعليم القراءة
والكتابة، الدورات التدريبية لتعليم بعض المهارات الأساسية التى
قد تسهم فى تعلم صنعة يمكن أن يكتسب منها المستفيد رزقاً
حقوق النقاش والحوارات التى من خلالها يتعرف المسؤلون إلى
انطباعات المستفيدين وآرائهم حول البرامج والخدمات المقدمة وسبل
تطويرها والندوات العلمية التى تساهم إلى حد كبير فى إثراء الوعي
الفكرى لديهم.

- لا بد أن يراعى فى تصميم البرامج الوسائل التى تساعد
المستفيدين فى عملية الاندماج كالمشاركة والتفاعل مع هذه
البرامج بحيث تكون جذابة تلبى احتياجاتهم وتحقق ذاتهم
ورغباتهم من خلال إكسابهم المهارات الاجتماعية التى تعزز
زيادة وعيهم بقضايا مجتمعتهم
- لا بد أن تتيح هذه البرامج الفرصة فى إدراك المشكلات
الاجتماعية التى يمر بها المجتمع، فهذا يسهم فى تنمية

الإحساس بها وتوقظ لديهم الشعور بالمسؤولية والرغبة الجادة في المشاركة للحد منها والمساعدة في وضع الحلول المناسبة لها والنظرة إليها على أنها أوضاع غير مرغوب فيها ومؤقتة ويمكن حلها.

- لا بد أن تتيح هذه البرامج الفرصة في تنمية الوعي الاجتماعي لدى المستفيدين وتعرفهم بموارد المجتمع وإمكانياتها والخدمات التي تقدم من خلال مؤسساته المختلفة وذلك بمعرفة الشروط كيفية الحصول عليها والاستفادة منها.
- استخدام وسائل الاتصال المختلفة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة لتتم عملية تنوير الرأي العام وزيادة وعيه بقضايا المجتمع وفهمه لكافة الحقوق والواجبات.

التوصيات

١. إدراك أهمية الدور التي تلعبه الخدمة الاجتماعية من خلال الممارسة المهنية للأخصائيين الاجتماعيين.
٢. أهميته افتتاح العمل أمام خريجي أقسام الخدمة الاجتماعية والاجتماع بجامعة الملكة لإثراء الممارسة المهنية والتطبيق العلمي للخدمة الاجتماعية، فهم القدر والأجر في التعامل مع المشكلات الاجتماعية التي نعيشها في الوقت الحاضر.
٣. التوسع في استخدام وسائل الاتصال المختلفة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة لتتم عملية تنوير الرأي العام وزيادة وعيه بدوره في المساهمة في إثراء العمل الاجتماعي بالملكة.
٤. إجراء دراسات مسحية دورية في الأحياء بمدن وقرى المملكة لتحديد الفقراء والمحتاجين وتحديث البيانات باستمرار وتطوير البرامج لما يكفل التدخل السريع والمناسب في عملية المساعدة لكل المحتاجين بالوطن في ضوء سياسة اجتماعية شاملة.
٥. الاستمرار في التعاون والتنسيق وتبادل الخبرات والمعلومات بين الجمعيات الخيرية واستخدام التكنولوجيا الحديثة بما يكفل سرعة الأداء وتطوير العمل فيها خدمة للمستفيدين وتجاوباً مع متطلبات المجتمع مع السعودي لتحديث في ضوء المتغيرات الاجتماعية السريعة.
٦. الاستمرار في استشارة الخبراء المحليين والعالميين والاستفادة من قدراتهم وإمكانياتهم في تحسين وتطوير العمل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية والتوسع في البرامج التي تلبي احتياجات المستفيدين وتحقيق مستوى عالياً من الرضى لديهم.

المراجع المراجع العربية القرآن الكريم

الألباني، محمد ناصر الدين (١٤٠٨ هـ). صحيح الجامع الصغير وزيادة (المجلد الأول والثاني)، (٣ط)، المكتب الإسلامي بيروت.

البلوي، ضيف الله، طيب، إحسان، السدحان، عبد الله والمانع، محمد (١٤١٧ هـ). واقع العمل التطوعي بالجمعيات واللجان التي تشرف عليها وزارة العمل والشؤون الاجتماعية. (ورقة عمل) مقدمة للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

توفيق، عوني محمود عنان، رضا (١٩٨٩م). الخدمة الاجتماعية طرق ومجالات الممارسة المهنية دار الثقافة للنشر والتوزيع الفعالة.

خاطر، أحمد (١٩٩٥م). الخدمة الاجتماعية / نظرة تاريخية مناهج الدراسة المجالات. (٢ط) المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية.

الزهراي، محمد سعيد (١٤٢٠ هـ). آراء سكان الجمعية الخيرية بمدينة مكة المكرمة تجاه الخدمات المقدمة لهم كلية خدمة المجتمع والتعليم المستمر: جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

السعيد، لبيب (١٤٠٠ هـ). العمل الاجتماعي: مدخل إليه ودراسته لأصوله الإسلامية (٥ط) دار عكاظ للطباعة والنشر الرياض.

شتا السيد علي (١٤٠٥ هـ) دراسات في المجتمع السعودي. دار عالم الكتب للنشر والتوزيع: الرياض

الصديقي، سلوى الحديث، (١٩٩١م). طريقة العمل معاً أفراد. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية

الطائفي، بندر الوحي مد، عبد اللطيف & الشمراي، عبد الرحمن (١٤٢٢ هـ) (٣٨) مليون مواطن في المملكة بعد (١٨) عاماً عكاظ، ١٢٧٥٤.

- عثمان، عبد الفتاح (١٩٨٢م). المدارس المعاصرة فى خدمة الفرد .
مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة .
- علوان عبد الالجماعية:١٤٠٣هـ) .التكافل الاجتماعى فى الإسلام .
دار السلام: حلب.
- فهيمى ، محمد سيد (١٩٩٥م) . الرعاية الاجتماعية لكبار السن.
دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية.
- اللبحيانى ، هانى (١٤٢٢هـ) ، التسول : ندوب على وجه العاصمة
المقدسة عكاظ، ١٢٧٨٣
- المطايعة ، خليل القمش ، مصطفى ، المحي سن ، وليد ، البوالي ،
محمد (١٤٢٠هـ) . مدخل إلى الخدمة الاجتماعية (ط١) دار الفكر
للطباعة والنشر والتوزيع : عمان ، الأردن .
- نيزي ، عبد المجيد بن طاش محمد (١٤٢١ هـ) . مصطلحات
ومفاهيم إنجليزية فى الخدمة الاجتماعية (ط١) مكتبة العبيكان :
الرياض

المراجع الإنجليزية:

- Baker. Robert (1991). The social work dictionary.
(2 ed),
NASW Press Compton,Beulah & Galaway > Burt
(1984).
Spical Work Processes. (3 ed) The Dorsey Press :
Ghicago, Iinois.
- Johnson. Louise, & schwatz, Charles L. (1988).
Social Welfare: A Response to Human need. Allyn
& Bacon, Newton, MA.
- Khan, Alfrted (1973). Social policy & Social
Services. Randon House, N.Y.Shepard, Jon M.
(1987). Sociology/ (3 ed) .West Publishing
Gompany: St.Paul. Mn.

عنوان الورقة:
تطبيقات البحث الاجتماعي

مقدمها:
الدكتور / يحيى بن إبراهيم اليحيى

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين
عناصر الموضوع:

- عمق النظر إلى المستفيدين، والمنفقين، والعاملين
- القوى العاملة للبحث الاجتماعي والإداري والميداني
- إجراءات التسجيل والاعتماد ومواعيد الصرف
- تحديد المساعدات المادية والعينية

أولاً: عمق النظرة للمستفيدين:

ينبغي تصنيف المستفيدين إلى عدة شرائح يبدأ بالأهم فالأهم:
- أهداف الإعانات:

ينبغي استصحاب أهداف الإعانات عند التعامل مع المستفيدين.
- عمق النظرة للمنفقين:

من الأهمية بمكان تعميق النظرة للمنفقين، وتوسيع دائرة الاستفادة
منهم وبرمجة الصلة الدائمة معهم، وإتباع كافة الخطوات الكفيلة
ببقاء التواصل معهم.

ثانياً: القوى العاملة للبحث الاجتماعي والإداري والميداني:

الجمعيات الخيرية يقاس نجاحها بقدر رصيدها من الطاقات البشرية
المنتسبة إليها وأهم القوى العاملة فيها الاجتماعيون إذ بدونهم لا
يمكن التعرف على مدى احتياجات المنطقة، ولا الوقوف على حال
المستفيدين، ولن يتم توزيع المعونات بصورة صحيحة بدونهم. ولهذا
ينبغي للجمعيات الخيرية وضع خطة لاستقطاب الباحثين تشمل الآتي.

- العناية باختيارهم وتعريفهم بواجباتهم المنوطة بهم والاهتمام
بهم وتقديم الخدمات لهم.
- التنظيم الإداري الدقيق لأعمالهم.

ثالثاً: إجراءات التسجيل والاعتماد ومواعيد الصرف:

ينبغي أن تعتمد الجهة الخيرية في مساعدتها على تحري وبحث الأسر المحتاجة إلى خدماتها قبل إلجائها إلى المسألة والتقدم للجمعية، بل الجمعية تأخذ بزمام المبادرة في البحث عن المحتاجين إليها قبل وصولهم.

شروط استحقاق الأسرة للمعونة:

ليس كل مدعى الحاجة يسلم له بدعواه، وليس كل من شفع له من أي جهة يعتبر من المستحقين لخدمات الجمعية بل لا بد أن يخضع لضوابط وأن تتوفر فيه الشروط، مهما كان المقدم وفي أي ظرف كان بعد الإجراءات واتخاذ الخطوات يتم اعتماد استمارة البحث من رئيس قسم البحث والرعاية ثم تحال المعاملة تلقائياً لرئيس قسم الصرف.

- أسلوب الصرف:

حفظاً لماء وجه الفقير، وعدم إحراج الجهة الخيرية مع الجيران أو مع المستفيد نفسه وحماية لتلك الجهة من الانتقادات الكيدية ينبغي لها اتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق ما ذكر من المصالح السابقة.

رابعاً: تحديد المساعدات:

- ما المساعدات المقدمة للمستفيد؟

أولاً يتبادر إلى الذهن حين الحديث عن المساعدات التي تقدمها الجهات الخيرية للمستفيدين المساعدات المالية أو العينية، والحقيقة أن خدمات الجمعيات الخيرية أكثر من ذلك بكثير، ويمكن تصنيف مساعداتها وخدماتها إلى أصناف كثيرة.

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

عناصر الموضوع:

- عمق النظرة إلى المستفيدين، والمنفقين، والعاملين.

-
- القوى العاملة للبحث الاجتماعي الإداري والميداني.
 - إجراءات التسجيل والاعتماد ومواعيد الصرف.
 - تحديد المساعدات المادية والعينية.

أولاً: عمق النظرة للمستفيدين:

- ينبغي تصنيف المستفيدين إلى عدة شرائح يبدأ بالأهم فالأهم / ولا شك أن من يستطيع العمل ولم يجده ليس كالعاجز ولهذا يمكن أن نصنف المستفيد حسب درجات الأهمية كالتالي:
١. الأيتام.
 ٢. الأرمال.
 ٣. المطلقات.
 ٤. المرضى مرضاً مزمناً.
 ٥. المسجون عائلهم.
 ٦. كبار السن المنقطعين عن العمل.
 ٧. من لم يجد عملاً.
 ٨. من لديه عمل ودخله لا يفي بحاجاته الأساسية.

- أهداف الإعانات:

- ينبغي استصحاب أهداف الإعانات عند التعامل مع المستفيدين ومنها:
١. القيام بالواجب الشرعي في التكافل الاجتماعي. قال تعالى (وأقيموا الصلاة وأتوا الزكاة) وقال جل شأنه (الذين يقيمون الصلاة ومما رزقناهم ينفقون) وفي الصحيحين في وصية معاذ لما أرسله إلى اليمن قال له: (فأعلمهم أن الله افترض عليهم صدقة تؤخذ من أغنيائهم وترد على فقرائهم) وفي الصحيحين (الساعي على الأرملة والمسكين كالمجاهد في سبيل الله).

٢. زكية النفس وتنمية المال. قال تعالى: (خذ من أموالهم صدقة تطهرهم وتزكّيهم بها) التوبة ١٠٣ السعدي: أي تطهرهم من الذنوب والأخلاق الرذيلة وتزكّيهم أي تتميمهم وتريد في أخلاقهم الحسنة وأعمالهم الصالحة، وتزيد في ثوابهم الدنيوي والأخروي، وتتمى أموالهم.

٣. طلب الأجر والنصر والرزق من الله، روى البخاري ومسلم عن سعد بن أبي وقاص رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: ابغوني الضعفاء في نما تتصروف وترزقون بضعفائكم رواه أبو داود بسند جيد. وأحمد والنسائي والترمذي حفظ ماء وجهه، حتى يبقى عنصراً عاملاً في المجتمع عزيزاً فيه قال عمرو بن الخطاب رضي الله عنه والله ليتين الراعي في اليمن حقه من هذا المال ودمه في وجهه.

٥. سد حاجة المحتاجين ونقلهم إلى شريحة الأغنياء. لقد ذهب كثير من الفقهاء إلى أن الفقير والمسكين يعطي عمق النظرة للمنفقين من الزكاة حتى يصبح غنياً قال عمر بن الخطاب رضي الله عنه إذا أعطيتهم فدنوا فمن الأهمية بمكان تعمق النظرة للمنفقين، وتوسيع دائرة الاستفادة منهم، وبرمجة الصلة الدائمة معهم وإتباع كافة الخطوات الكفيل ببقاء التواصل معهم ومن ذلك:

١. القدرة على استيعاب كل قاصد للمشاركة فالعمل السليم هو الذي يفرط أو يلفظ أياً من عناصر (أفراد) المجتمع مهما كانت طاقته وقدرته. فالأمة محتاجة للجميع، شيوخ. نساء. نصيبان بيان.

٢. لا يتحول الغنى إلى مأمور صرف. والبعد عن تهمة ميش المتفاعلين معك في الخير مادياً، بل يجب إطلاعهم على كل الأعمال التي صرف فيها تبرعهم، مهما أبدوا الثقة فيك، لأن هذا تطمين لهم أولاً، وقطع القالة عنك ثانياً،

وتبشير لهم، ثالثاً، وحملهم على المداومة والازدياد من الخير رابعاً.

٣. تبقى الصلة بالمنفق ويتابع بتقارير دورية عن مشروعه مهما طالت المد فمثلاً تبرع بدر أيتام، يتابع بتقارير عن وضع الأيتام وعدد المنتسبين إلى الدار وأنواع النشاط المقام فيها، ويزود بصورة عن المتفوقين، فبهذا يبقى المتبرع عضواً في الجمعية مشاركاً بماله وفكره ومشاعره.

٤. قف عند طلب المتبرع، ولا تضع التبرع في مشروع آخر مهما كان إلا بإذنه

٥. أبرز نسبة الخدمات المضافة للمشاريع الخيرية

٦. لا يحل مال أ مرئ م سلم إلا عن طيب نفس، فإياكم وركوب سيف الحياء

٧. تفعيل الخير لدى الجميع مهما كانت مساهمته، فيتحقق من ذلك عدة فوائد: لا يعلم بأيهم البركة فيعتبر المشروع له فيدافع عنه وتتقطع القالة عن المشروع.

٨. مساهمة الصغار أنفع من الكبار أحياناً

٩. من المهم تصحيح النظرة لدى المنفقين، بأن الجمعية تقدم خدمات مجازية لك بمعنى أنها بمثابة شركة تستثمر أموالكم وتميهاً لك مجازياً لكي تضعها في مواقعها المناسبة، وترحك من التعب في البحث، وتخليك من المسؤولية.

ثانياً: القوى العاملة للبحث الاجتماعي الإداري والميداني:

الواعي بالعمل الخيري هو الذي لا يركز على الرصيد المالي للجمعية ولا يقيس قيمتها بمقدار أرصدها وإنما تقوم الجمعية بقدر رصيدها البشري وإعداد المتطوعين المنتميين إليها، وأهم القوى العاملة في

الجهات الخيرية الباحثون الاجتماعيون إذ بدونهم لا يمكن التعرف على مدى احتياجات المنطقة ، ولا الوقوف على حال المستفيدين ولن يتم توزيع المعونات بصورة صحيحة من غير طريقتهم ، ولا يمكن رعاية وتوجيه المستفيدين ووضع البرامج والخطط السليمة عند فقد الباحثين وبدونهم تصبح جميع دراسات الجهات الخيرية نظرية بعيدة عن الواقع العملي فالباحثون هم شريان وعصب الجهة الخيرية.

العناية باختيارهم:

الباحث هو الوجه المعبر عن الجهة الخيرية في وسط المجتمع لذا ينبغي أن يشترط فيمن يتقدم للمساهمة في البحث الاجتماعي والقيام على الأسر الموصفات التالية:

١. أن يشهد له بالصلاح والاستقامة.
٢. أن لا يكون أعزباً ، فإن في البيوت النساء والبنات قد يفتن بهن.
٣. أن يكون بعيداً عن المحاباة ، ولهذا ينبغي ألا يقوم على معارفه وأقاربه منعا للإحراج
٤. أن يعمل احتساباً لوجه الله تعالى ، وهذا الصنف كثير جداً في مجتمعنا ولله الحمد ، ولكن يبقى دور الجمعية في البحث عنه وكسبه وتسهيل مهمته.

- واجبات البحث:

الباحث مؤتمن على أموال الجمعية وعلى أسرار الأسر وهو أوسع المخرجات لمدخلات الجمعية لهذا يجب عليه ما يلي:

١. مراقبة الله تعالى في أموال الجمعية ، فإنه متى صرفها لغير مستحقها ، فقد منعها من المستحق لها فارتكب بذلك ذنبين.
٢. بحث حالة الأسرة بدقة تامة ، وتعبئة النموذج المعد لذلك. وينبغي أن يكون النموذج سهلاً بسيطاً بعيداً عن التعقيد أو أي معلومات لا تحتاج إليها الجمعية.

٣. المحافظة التامة على أسرار الأسر وأن لا يبوح بها لأحد كائناً من كان.
٤. المتابعة لحالة الأسرة المادية والصحية والسلوكية
٥. أن ينزل نفسه منزلة الوالد الشفيق عليهم فيرحمهم ويعطف عليهم، ويرفق بهم ولا يمكن عليهم، ويعمل ذهنه في السبل التي تؤدي إلى إغنائهم.
٦. أن يعترفهم متفضلين عليه، حيث مكنوه من أنفسهم لكي يعينهم ويكتسب الأجر بسببهم.
٧. إيصال المعونات اللازمة لهم بانتظام.

- الاهتمام بالبحثين:

لما كان الباحثون بهذه المنزل، وهم المعول عليهم في أنشطة الجمعية وجب إنزالهم منازلهم واحترامهم والاهتمام بهم واعتبارهم في أعلى الهرم التنظيمي في الجمعية كما في الشكل المرفق:

المتعاونون، الموظفون، المحسنون، المشرف، مجلس الإدارة
مع أهمية إنشاء مكتب للعناية بالبحثين، ومتابعة أحوالهم مع الأسر الشخصية بالذات مثل:

١. مرض أو مصيبة أو فرح أو غير ذلك
٢. من كان منهم له معاملة في دائرة حكومية أو غيرها فينبغي بذل الشفاعة له في مساعدته وتسهيل أمره عن طريق العلاقات.
٣. يتكفل ذا القسم مثلاً باشتراك مجاني لكل باحث في بعض المجالات والدورات التي تهتمهم وترفع من كفاءتهم.
٤. تجهيز مكاتب خاصة بهم في الجهة الخيرية لوضع أوراقهم ومستنداتهم

٥. دعوتهم بأسمائهم عند إقامة أي نشاط في الجهة الخيرية من محاضرات أو أدوات أو غيرها ولا يكتب في الدعوة، ثم يلحق ذلك.

١. خطاب شكر لمن حضر منهم اللقاء أو الدورة أو غيرها

٢. ملخص للنشاط الذي أقيم ويرسل لجميع الباحثين

٣. استقبال خاص بهم، واللين في معاملتهم، وتسهيل معاملاتهم

٤. وضع صندوق خاص بهم لسماع اقتراحاتهم ومشاكلهم والاهتمام بها والإسراع في الرد عليها.

٥. تحفيز المبدع والنشط في ابتكار برامج وأذشطة للراقي بالمستفيدين.

٦. إيصال المعلومة إليهم عن كل ما يستجد في الجهة الخيرية أو لا بول كل باسمه

٧. إشراكهم في البرامج من حفلات أو محاضرات: مثل أن يطلب من بعضهم تقديم دراسة عن نوع من الأسر، أو بعض المواقف التي مرت به مع الأسر طريفة كانت أو مفيدة حتى ولو كان هذا أثناء لقاء أو دورة، ولو يحدد في كل لقاء لجنة من لجان الباحثين عليها فقرة ويدور ذلك عليهم لإثارة روح التنافس في ذلك.

٨. الاستماع إليهم واحترام آرائهم ووجهات نظرهم.

٩. تسهيل عملهم وإعفاءهم من الإجراءات، فينبغي أن تجري معاملاتهم داخل مكاتب الجهة الخيرية بواسطة غيرهم من الموظفين وتجهز المعونات التي يريدون توصيلها قبل وصولهم إلى الجهة الخيرية.

١٠. تذكيرهم أن النفس تمل والإيمان يضعف فلا بد من تجديد الإيمان في قلوبهم وتذكيرهم بما لهم من الأجر والثوبة في سعيهم إلى المحتاجين، مع الدعاء لهم في كل لقاء منهم.

- الجانب الإداري للباحثين:

إن القوة الإدارية والتدظيم من أقوى د عائم البحث الاجت ماعي ، وأكثر الوسائل جاذبية للباحثين المتطوعين فالباحث متى رأى قوة الإدارة المسخرة لخدمته و جودة التدظيم ود قة الترتيب لأوراقه ومستنداته سهل عليه القيام بمهمته ومواصلته لها ومن القوة الإدارية الدالة على العناية بالباحث ما يلي:

١. إنشاء قسم للبحث والرعاية بكل جهة خيرية وتشكيل مجلس لإدارته ومتابعة شؤونه برئاسة مدير البحث الاجتماعي ونأذبه، ورؤساء لجان البحث الاجتماعي.
٢. تخصيص سكرتارية متفرغة للقسم تعني بشؤونه وتنظم أعماله.
٣. توزيع الباحثين على شكل لجان في كل منطقة أو حي لجنة، تجتمع في الشهر مرة مثلاً، تناقش ما يهم أسر هذا الحي من وسائل توجيهية وتربوية، أو حلول لمشاكلهم أو اقتراحات، ومعرفة بعضهم أساليب إخوانهم في التوجيه للاستفادة منها.
٤. وضع خريطة معلقة توضح فيها المناطق وأسماء القائمين على كل منطقة، ليسهل الوصول إليهم.
٥. استشارتهم في بعض شؤون الجهة الخيرية قبل إصدار قرار فيه لإبداء آرائهم مثل: نوعية الوجبات والأثاث والخدمات الأخرى التي تعتمز الجهة الخيرية تقديمها للمستفيدين.
٦. لقاء دوري مع جميع الباحثين لتحفيزهم، وإظهار مهاراتهم وإبداعهم، ليستفيد منها الجميع.
٧. إرسال الموضوعات التي ستدار في الجلسة القادمة إلى كل واحد منهم

ثالثاً: إجراءات التسجيل والاعتماد ومواعيد الصرف:

ينبغي أن تعتمد الجهة الخيرية في مساعدتها على تحري وبحث الأسر المحتاجة إلى خدماتها قبل إلجائها إلى المسألة والتقدم للجمعية، وفي هذه الحال يكون لكل حي مندوب للجهة الخيرية ويقوم الباحثون في عملية مسح شاملة لجميع أحياء المدينة بصورة مرحلية تدريجية، وتسجل جميع الحالات المستحقة وغيرها في استمارات معدة لذلك.

ويتبع الباحث في بحثه الخطوات التالية.

١. استقاء المعلومات من أهل القريبين من الأسر المعنية.
٢. تعبئة الاستمارة المعدة لهذا الشأن.
٣. إرفاق جميع الأوراق المثبتة لحالة الأسرة.
٤. زيارة المنزل للتحري، ومعرفة الحالة عن قرب.
٥. مطابقة معلومات الزيارة مع معلومات أهل الحي
٦. إذا كانت الأسرة قد قدمت إلى إحدى الجهات الرسمية أو الشخصيات الاعتبارية فتم مقارنة إفادة تلك الجهة مع معلومات أهل الحي، والزيارة الميدانية للمنزل.
٧. اعتماد الاستمارة لدى الجهة الخيرية.
٨. بقاء الأسرة تحت المتابعة والتجري مدة ثلاثة أشهر، وفي هذه الحال تصرف لها المعونات كسائر الأسر المستفيدة.

- شروط استحقاق الأسرة للمعونة:

ليس كل مدعى الحاجة يسلمه بدعواه، وليس كل من شفيع له من أي جهة يعتبر من المستفيدين من خدمات الجمعية بل لا بد أن يخضع لضوابط وأن تتوفر فيه الشروط، مهما كان المتقدم وفي أي ظرف كان، فإذا كانت المساعدة عينية أو نقدية فينبغي اشتراط التالي:

١. أن لا تكون الأسرة مستفيدة من جهات خيرية أخرى بنفس

الغرض والتخصص

٢. أن لا يضيء دخل الأسرة باحتياج العرفية.رية.والمقصود الشرعية وليست الضرورية العرفية.
 ٣. أن لا يكون أحد من أفراد الأسرة مدرساً. لأن المدرس يضيء بنفقات الأسرة.
 ٤. أن لا يكون في الأسرة أكثر من موظف وظيفه مجزية.
 ٥. أن لا يعرف نهم الإسراف في السكن أو الملابس أو الأكل. فإن عرف عنهم ذلك فلا يمكنون من المساعدة المالية بل تقوم الجهة الخيرية بتوفير حاجاتهم الضرورية
- بعد هذه الإجراءات واتخاذ الخطوات يتم اعتماد استمارة البحث من رئيس قسم البحث والرعاية، ثم تحال تلقائياً لرئيس قسم الصرف.

- أسلوب الصرف:

- حفظاً لماء وجه الفقير، وعدم إحراج الجهة الخيرية مع الجيران أو مع المستفيد نفسه، وحماية لتلك الجهة من الانتقادات الكيدية لذا ينبغي إتباع الخطوات التالية في التوزيع:
١. صرف المواد الغذائية مرة كل شهر.
 ٢. صرف المواد العينية حسب الاحتياج
 ٣. تتكفل الجهة الخيرية بكل مصاريف التركيب والتجهيز لأي جهاز يصرف للمستفيد.
 ٤. التوزيع بواسطة الباحث
 ٥. أن لا تتضمن السيارة أي كتابات. فيضمن الاسترلم مستفيد، وعدم إحراج الجهة الخيرية أمام أهل الحي فيتقدموا بالمطالبة بالمثل، ويسلموا من الكيد لهم بأنهم يعطون فلاناً وهو لا يستحق، ويسلموا من اتصال المستفيد نفسه بطلب الزيادة أو التغيير.
 ٦. أن يكون التوزيع ليلاً

٧. ألا يقوم الموزع على أكثر من خمسة عشرة أسرة. حتى لا تتأخر
المعونات على الأسر بسبب الكثرة التي يضطر الباحث فيها إلى
تقسيمهم على عدة أيام وحتى يستطيع متابعتهم.
٨. ألا يكون موزع المعونات من أهل الحي. منعا لإجراجه وإتباعه
والإلحاح عليه.

رابعاً: تحديد المساعدات:

- ما المساعدات المقدمة للمستفيد؟
أو لما يتبادر إلى الذهن حين الحديث عن المساعدات التي تقدمها
الجهات الخيرية للمستفيدين المساعدات المالية والعينية، ولحقيقة أن
خدمات الجمعيات الخيرية أكثر من ذلك بكثير، ويمكن تصنيف
مساعداتها وخدماتها إلى الأصناف التالية.
١. خدمات تدريبية / إدارة، محاسبة، برمجة، طباعة.
٢. تأهيل مهني. حسب توجه المستفيد وما يناسب طاقاته وقدراته
ومفاهيمه.
٣. تعريف المستفيد بطاقاته وقدراته: معنوياً
٤. الإشارات وتقديم الرأي السديد والخبرة: فتح مكتب استشارات
في الجهة الخيرية.
٥. شفاعاة: التقدم للقطاع الخاص أو الحكومي بالشفاعة له للعمل
عندهم.
٦. مساعدة صحية.
٧. مساعدة عينية: أثاث، مواد غذائية
٨. مساعدة مالية.

عنوان الورقة:
مدخل إلى اقتصاديات العمل الخيري

مقدمها:
الدكتور / مسفر بن عتيق الدوسري

ملخص البحث

مدخل إلى اقتصاديات العمل الخيري:

- علم الاقتصاد والتوظيف الأمثل للموارد.
- النظام الاقتصادي وأهميته

التأثير المتوقع للتغيرات في اقتصاد العالمي على التبرعات:

- الموارد الاقتصادية.
- القوة الاقتصادية والعملة
- تخفيف أثر التغيرات العالمية

الرشد في اتخاذ القرار الاقتصادي:

- ما الرشد الاقتصادي؟
- بعض سلوكيات الرشد الاقتصادي
- متطلبات زيادة موارد أعمال البر
- برامج دعوية
- جهد إعلامي
- زرع الثقة
- مستوى الكفاف
- مجالات الإنفاق
- تعريف حد الكفاف والتأثر عليه

-مدخل إلى اقتصاديات العمل الخيري:

يمكن أن يعرف علم الاقتصاد بأنه علم اجتماع يدرس التوظيف الأمثل للموارد الاقتصادية التي بطبيعتها محدودة نسبة على ما يراد لها أن تشبعه من حاجات وتلبية رغبات. ويتحقق التوظيف الأمثل للموارد المتاحة عندما يتحقق من استخدامها أعلى عائد أو منفعة ممكنة وفي ظل أقل التكاليف والمحافظة على الموارد من أهدر وإذا منع الهدر زاد ما يمكن أن تشبعه الموارد من حاجات أفراد المجتمع وما تلبية من رغبات حتى وإن كانت تلك الموارد المتاحة محدودة جداً. ولتحقيق التوظيف الأمثل للموارد المحدودة التي يمتلكها أي مجتمع، لا بد له من وضع قوائم لأولويات ما يريد تحقيقه. لماذا؟ لأنه لا ولن يستطيعا للحصول على كل شيء في نفس الوقت. ثم إن عليه أن حدد كيفية الحصول على الأشياء لأن طريقة الحصول على السلع والخدمات أو غيرها تساهم إما في توفير الموارد وهدرها. وكذلك عليه أيضاً أن يحقق كل من الأهداف المنشودة والتوزيع العادل، فيحدد الأشخاص أو الجهات التي له أولوية قبل غيرها إما لشدة حاجتها أو لغير ذلك، أي إن على المجتمع تحديد كيفية توزيعه لعوائد استخدامه لموارده.

وخلاصة القول: إن على المجتمع الذي يطمح إلى التوظيف الأمثل لموارده أن يحدد كل ما يتعلق باستخدام هذه الموارد، فيقوم بتحديد نوعية السلع والخدمات التي سينتجها أو يحصل عليها كماً وكيفية الحصول عليها وكيفية توزيعها. ومما لا شك فيه أن المجتمعات تختلف فيما بينها في تحديد هذه الأشياء، فمثلاً ما قد يراه مجتمع ما أولوية لا يجعله مجتمع آخر في قائمة أصلاً لأنه يراه حراماً أو لأنه خلاف العادات أو الظروف المناخية أو غيرها كما أن المجتمعات كذلك تختلف في طرق توزيعها لما تملكه، فما يراه مجتمع عدلاً قد يراه غيره من أشد الظلم وهكذا. أما سبب هذه

الاختلافات بين المجتمعات في عود إلى الأسس التي تتخذ مختلِف المجتمعات قراراتها الرئيسة بناء عليها نوها مجموعة العقائد والمبادئ والعادات والتقاليد والظروف وما إليها مما يمكن تسميته (بالنظام الاقتصادي) وهو ما تختلف فيه الأمم والمجتمعات فيختلف تبعاً لذلك كثير مما يتعلق بالاستهلاك والإنتاج والتوزيع ، وأن إغفال النظام الاقتصادي لأي مجتمع عند اتخاذ قرارات الاستثمار أو الاستهلاك أو الإنتاج أو التوزيع كفيل بفشل مثل هذه القرارات وعدم تحقيقها للتوظيف الأمثل لموارد ذلك المجتمع وبالتالي فشلها في زيادة منفعتها وهذا خلاف الرشد في استخدام الموارد المتاحة للمجتمع لأذنها في الحقيقة أهدرت بيدها عن حل أهم مشكلاتها وذهابها إلى الأقل إلحاحاً أو إلى ما لا ينفع فيه أصلاً .

- الآثار المتوقعة للتغيرات في الاقتصاد العالمي على التبرعات للجمعيات الخيرية:

كلما كان لاقتصاد أكثر قوة كلما كان أقل عرضة بالتأثر بالتغيرات الاقتصادية العالمية والعكس صحيح ولكن ماذا نعى بالقوة الاقتصادية؟ إن كل مجتمع يحتاج ويسعى إلى إشباع حاجات أفراد مجتمعه وتربية رغباتهم، فهناك الحاجة إلى كل من الغذاء واللباس والسكن والتعليم والعلاج وغيرها وكلها تحتاج إلى إشباع وتلبية. ولا يمكن إشباعها إلا بالإنتاج الذي هو عبارة عن السلع والخدمات والإنتاج الذي هو مخرج مختلف للعمليات الإنتاجية لا يمكن الحصول عليه إلا بتوظيف عناصر الإنتاج والتي هي الموارد الاقتصادية التي يمكن حصرها في ثلاث أنواع:

١. العمل: وهو كل مجهود ذهني أو عضلي لازم للإنتاج.
٢. الموارد الطبيعية: وهي ما تدخل في العمليات الإنتاجية على خلقها التي خلقها الله تعالى عليها كالتربة الزراعية والماء والشمس وغير ذلك.

٣. الأصول المنتجة: كالألات والمباني والطرق ووسائل المواصلات والاتصالات وغيرها مما قام الإنسان بإنتاجه وخلق جهوده مع الموارد الطبيعية ثم عاد ليستخدمه في عمليات إنتاجية لاحقاً.

وكلما كبر حجم هذه الموارد لدى أي اقتصاد كلما كان دليلاً على قوته ومن ناحية أخرى كلما تنوعت الموارد سواء في توفير الأنواع الثلاثة من الموارد أو تنوع الأصناف داخل النوع الواحد من الثلاثة بحيث تتمكن الموارد من إنتاج سلع وخدمات متعددة كلما كان ذلك مؤشراً على القوى الاقتصادية أيضاً ، لأذها تم كمن الاقتصاد من تنوع مصادر دخله وعدم الاعتماد على مصدر واحد أو مصادر قليلة تجعله عرضة لتقلبات الأسواق العالمية لم تحدث مشكلات في عرض سلعة أو خدمة ما فإذا كان يملك موارد متعددة أمكنوا الاعتماد على السلع والخدمات الأخرى ولهذا فإن تنوع مصادر الدخل يعتبر من مظاهر القوى الاقتصادية بعكس حال البلدان التي تعتمد على سلعة واحدة أي مصدر وحيد للدخل كما يحدث في سوق تلك السلعة أو الخدمة يعرض اقتصاد تلك الدولة إلى آثار اقتصادية كبيرة تبعا لطلب العالم أو لقدرة الدولة على عرضها مما ينعكس على حجم دخل ذلك المجتمع كما أن اتصاف أفراد مجتمع ما بالشراهة وعدم القناعة " مما يعني زيادة معدلات استهلاكهم للسلع والخدمات نسبة إلى ما لديهم من موارد " يجعل ذلك المجتمع ضعيفاً اقتصادياً مقارنة بمجتمع قنوع بعيد عن الإسراف والتبذير له نفس حجم الموارد وذلك لأن ما سيبقى للاستثمار والادخار في المجتمع المترف سيكون بالتأكيد أقل .

كما أن نوعية الموارد وتميزها يمكن اعتباره من أسباب القوة الاقتصادية فالعامل ذو التدريب العالي والتعليم الجيد والقدرة على التعامل مع مختلف التقنيات الحديثة ذات الإنتاجية الأكبر هو عنصر القوة. أما قلة الموارد كماً أو نوعاً فإنها غالباً ما تؤدي إلى الاعتماد

على الاستيراد من الخارج سواء الحصول على الموارد أو المنتجات مما يجعل ما يحدث فى الاقتصاد العالمى يؤثر بشكل أسرع وأكبر فى تلك الدول نظراً لاعتمادها الكبير على العالم الخارجى فى الحصول على ما تحتاج من إنتاج أو عناصر إنتاج.

والنظام الاقتصادى الدولى الجديد يسعى عن طريق العولمة إلى جعل الاقتصادات الوطنية أكثر انفتاحاً على الاقتصاد العالمى وأكثر عرضة لمنافسة الأسواق الأجنبية حتى داخل الأسواق المحلية يجعلها أقل اعتماداً على النفس فيما يتعلق بتلبية حاجاتها لأذنها ستتخصص فى قليل من المنتجات مما لها فيه ميزة فقط وهذا مما يجعلها أكثر عرضة للتأثر بما يحدث فى الاقتصاد العالمى.

إذا فكلما ضعف الاقتصاد أو ازداد انتشار العولمة كلما ازداد تأثيرها يحدث خارج الحدود على ما يحدث داخله، ومن ذلك الآثار المتوقعة على (الدخل القومى) الذى هو عبارة عن مجموع دخول جميع أفراد المجتمع الناتجة عن مشاركتهم فى جميع العمليات الإنتاجية التى قام بها المجتمع خلال سنة. وإذا تأثرت هذه للدخول الناتجة بما تتفق عليه سبتأثر، فيتأثر استهلاك الناس ومدخراتهم واستثماراتهم وما يحصل عليه القطاع العام منهم مقابل خدمات أو غير ذلك وعليه فإن ما تذهب إلى الجمعيات الخيرية سبتأثر سواء سلباً أو إيجاباً وسواء أكان فى شكل زكاة أو تبرعات. ولأن المصدر الرئيسى للدخول فى منطقة الخليج هو البترول والطلب على البترول طلب عالمى. فإن ما يحدث فى أسواقه العالمية يؤثر مباشرة على الدخل المحلية وبالتالي التبرعات لكن هل من المتوقع زيادة الطلب على البترول وبالتالي زيادة الدخل أو العكس؟

لو نظرنا إلى جانب واحد فقط من هذا الموضوع المتشابه و هو حقيقة أن النظام الاقتصادى الخيرية. أن تشره العولمة فى مختلف أنحاء العالم هو النظام الاقتصادى الرأسمالى وليس النظام

الاقتصادي الإسلامي ولا حتى الشيوعي ولأن هذا النظام من طبيعته إحداث ما يسمى بالدورات الاقتصادية في الاقتصادات التي تتبناها. ومن نتائج هذه الدورات أنه مهما حدث من ازدهار فإنه لا بد من أن يعود إلى الكساد والشدة مرة أخرى وذلك في خلال تسع أو عشر سنوات فقط وهم كذا. إن أسباب ذلك تكمن في صلب مبادئ الرأسمالية وليس هذا مجال بسطها وعليه فلو تحسن الطلب على النفط والدخول فإن ذلك لا يستمر فإذا من المتوقع تذبذب الدخل عبر الزمن وبالتالي تذبذب التبرعات تبعاً لها. وعليه فيكون من الرشد محاولة تخفيف أثر هذه التذبذبات عن مصادر تمويل أعمال الجمعيات الخيرية. ومن أفضل طرق التخفيف (الإكثار ثباتاً مما يجنب خطر جعل نشاطات البر موسمية أو تعريضها للانقطاع عندما يكون الناس في أشد حالات الحاجة إليها وذلك عند الأزمات).

ومما يخفف أثر التذبذبات أيضاً قيام الجمعيات بمشاريع استثمارية مباشرة وكذلك تبني مشاريع تعليم وتدريب المحتاج صيد السمك كما يقال فينفع نفسه وغيره بدلاً من تعويده على صيد السمك له في كل مرة يحتاج فيها إلى غذاء والفرق بين المنهجين واضح، أي تحويله من مستهلك وعالة إلى منتج لنفسه وأهله وربما غيرهم ومن أمثلة ذلك ما تتبناه بعض الجمعيات الخيرية في الخارج من برامج مثل (مشروع منيعة الشاة) حيث يعطي الفقير عشر شياه مثلاً لينتفع بها ويكون له نصف إنتاجها الذي يقوم عليه هو بنفسه، والنصف الآخر يؤخذ منه ليجمع إلى إنتاج غيره لتعطي عشر شياه أخرى لمحتاج آخر وهكذا. فمثلاً هذا البرنامج له عدة مزايا متعددة حيث يبعد أثر التذبذب في الدخل والتبرعات ويجعل المحتاج منتجاً ليس لنفسه بل ولغيره ويجعل البرنامج مكثفياً ذاتياً إذا أحسنت هذا المشروع بتفصيله قد لا ينجح إلا في المجتمعات القروية أو في البادية لكن المهم هنا هو فكرة المشروع التي يمكن أن تطبق في المهن

الصغيرة والأعمال التجارية صغيرة رأس المال ونحو ذلك خاصة إذا دعمت بمراكز للتدريب وأصبح المحتاج يكسب لقمة عيشه بنفسه. و مما يحسن أداء الجمعيات ويخفف من آثار تدبذ التبرعات ممارسة الرشد الاقتصادي في ممارسة أعمال الجمعيات ومن ذلك تقسيم برامج وأعمال الجمعيات إلى برامج تقشفية تغطي الاتفاقات الأشد ضرورة في حال شح الموارد وإلى برامج توسيعية تضاف عند توسع الموارد وازدياد التبرعات وذلك وفق معايير دقيقة. والمقارنة بين المجتمعات في حجم الإنفاق على البر لا يعطي دلائل كبيرة المعنى وأن الإنفاق على الخير والبردين وإيمان ودرجات الدين تختلف بين المجتمعات إلا أن مثل هذا الإنفاق يتأثر بعوامل كثيرة ومتشابكة بل وقد تكون غير متوقعة فقد تزداد التبرعات في وقت الشدة الاقتصادية - وكان من المتوقع خلاف ذلك ربما لأن هذه الشدة تسببت في رفع الوعي الديني والخوف من الله تعالى أو نحو ذلك وقد تحسن الظروف الاقتصادية ولا تزداد التبرعات ربما للانغماس في الترف أو لانخفاض مستوى الثقة في التعامل أو لغير ذلك من العوامل المثبطة. إلا أنه قد يخرج بدرس من المقارنات العالمية في هذا المجال يمكن أن يلخص في الأثر القائل (نعوذ بالله من جلد الفاجر وعجز التقى)، وهي مقولة عمر بن الخطاب رض الله عنه وأرضاه.

الرشد في اتخاذ القرار الاقتصادي

أولاً: لنسال ما الرشد؟

من شروط ارشد ألا تتدفق ما في يدك أو ما تحت يدك إلا على ما يعود عليك أو على غيرك بمنفعة حقيقية دنيوية أو أخروية ولكن هذا ليس منتهى الأمر، فإنه لا يكفي أن يحقق إنفاقك منفعة فحسب بل لابد أن يحقق أعلى منفعة ممكنة وبأقل ما يمكن من خسارة في

الموارد التي بين يديك. إذاً فليس تحقيق أي منفعة فقط هو الرشد بل تحقيق أعلى ما يمكن من المنافع في ظل ظروف المحيطة وبأقل تكاليف أو موارد مستخدمة.

ثانياً: كيف يمكن أن نقيس التكاليف لكي نعرف حجم ما تحقق من منفعة؟

قد لا تتضح الخسارة أو التكلفة المترتبة بكمية الموارد أو النقود التي بذلك لتحقيق منفعة ما. لكن يمكن أن تقيس بشكل مقبول حجم التكلفة الحقيقية لمشروع ما بعيداً عن المقاييس المادية البحتة بما يسمى تكلفة الفرص البديلة. وهذا المقياس لا ينظر إلى التكلفة أو الهدر في الموارد من ناحية الكمية أي حجم الموارد فحسب ولكن ينظر إلى ما فقد من منافع بسبب إقامة ذلك المشروع أو بسبب الهدر وقد يكون الهدر مبلغاً زهيداً من ناحية الكمية أي حجم الموارد فحسب ولكن ينظر إلى ما فقد من منافع بسبب إقامة ذلك المشروع أو بسبب الهدر وقد يكون الهدر مبلغاً زهيداً من ناحية الكمية فقد يكون مثلاً ليس سوى عشرين ريالاً فهو من ناحية الكمية لا شئ تقريباً في وقتنا الحالي ، ولكن مبدأ تكلفة الفرصة البديلة يقول إننا خسرنا العشرين ريالاً والتي تكفي ربما إطعام أسرة كاملة من الخبز لمدة شهر وعندها تتبين التكلفة الحقيقية لهدر هذه الريالات القليلة أو قد تكون نتيجة إهدار هذه العشرين ريالاً حرمان أطفال من الحصول على تطعيم ضد مرض شلل الأطفال وما قد يترتب على ذلك من مأساة وعليها فإن التطبيق مثل هذا المبدأ من الرشد الاقتصادي يؤدي على الحرص على إرسال موارد إلى حيث لا يوجد أي هدر ولو كان ضئيلاً مما يؤدي إلى توليد الثقة .

ثالثاً: هناك علاقة كما قلنا بين عنصر الإنتاج والموارد وبين الإنتاج تقديم السلع والخدمات فإذا أرادة العنصر زاد الإنتاج والعكس بالنسبة للجمعيات الخيرية فإن إنتاجها عبارة عن تقديم الخدمات للمحتاجين فيعتبر ما تقوم به نوعاً من الإنتاج الذي له علاقة مباشرة بالموارد المتاحة للجمعيات التي تستخدمها كعنصر إنتاج لتقديم خدمات مختلفة وعليها فإن هناك حاجة إلى ترشيد استخدام موارد الجمعيات وإلى حسن الإدارة وإلى قرارات رشيدة ومن ذلك على سبيل المثال إنه غالباً ما يتوفر للجمعيات الخيرية رصيد من العمل التطوعي وهو ما لم يتوفر للقطاعات الأخرى وقد تكون في درجة عالية من المهارات وسبب ذلك الوجود الديني وطلب الآخر مما يؤدي إلى تعاطف الناس مع أهداف البر و عمل الخير فمن الرشد عدم هدر الجهود التطوعية والبحث عنها وحفزها وتوظيفها التوظيف الأمثل لأنها وإن كانت تقوم بلا مقابل مادي إلى أن قيمتها السوقية مرتفعة هذا لو كان بالإمكان تقديمها في السوق وهو أمر غير ممكن لأنها تتميز بالأخلاق .

وقد تكون من متطلبات التوظيف الأمثل أن يعتمد إلى القيم أعمال الجمعيات إلى برامج أو أجزاء صغيرة واضحة المعالم بحيث يقوم بها أفراد غير متفرغين لساعة أو ساعات في الأسبوع ونحو ذلك أو فقط في الموسم ويلزم للنجاح ذلك برامج إعلامية جيدة للإيضاح والاستقطاب بالنسبة للخدمات ولكي ترقى إلى مستوى جيد في الترشيد وتحقيق الأهداف فقد تتطلب الكثير من التنسيق للاستفادة من المستودعات والمخازن المتاحة والتنسيق لاستقبال براعتها العينية حسب جداول زمنية محددة والتنسيق من أجل مقايضة بعض السلع وربما بيعها لاستخدام العوائد في مجالات أكثر فائدة وفق مبدأ تكلفة الفرصة البديلة .

رابعاً: لا بد من دراسة حجم الطلب الفعلي على خدمات الجمعيات الخيرية وحجم العرض أو الإمكانيات الفعلية لهذه الخدمات أي ما يمكنها تقديمه وعندما يمكن تقديم حجم فائض أو عجز خدمات وهذا يساعد على معرفة حال الجمعيات ويساعد على معرفة حجم التمويل المطلوب ويساعد على مجال التفكير في طرق استمرار التمويل والإقناع بالتمويل عن طريق أهل الخير وإقناعهم بإطلاعهم على الوضع الحقيقي الموثوق لحال الجمعيات كما يساعد على وضع الأولويات.

خامساً: قد يكون من الرشد تقديم المساعدات العينية ولو كان عن طريق قسائم بدلاً من النقود إذا كان هناك خوف من سوء استخدام النقود وهي الطريقة المستخدمة في بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية ولها بعض التطبيقات في المملكة وهي طريقة قد تغنى عن الحاجة إلى مخازن ومستودعات وكثيرا من الموظفين وغير ذلك.

سادساً: الأمة فيها خير كثير لكنها تحتاج إلى جهد في ثلاثة اتجاهات لزيادة موارد أعمال البر:

أ. برامج دعوية من أجل حفظ الإيمان بالله واليوم الآخر الذي يدفع الإنسان إلى أن يؤدي ما عليه من واجبات مالية أو إن تجود نفسها بما يزيد عن الواجب حينما تسير فيها روح الجسد الواحد الذي إذا اشتكى منه عضوا دعي له جسده بالحمل والسهر.

ب. جهد إعلامي حقيقي وموثق يكتشف حجم الحاجة وحجم الإمكانيات ويصاحب الجهد الدعوى ويسلط الضوء على مواطن الألام.

ج. زرع الثقة فى الجمعيات عن طريق الأعمال قبل الأقوال. الثقة فى مصارف الأموال والثقة فى حسن الإدارة والثقة فى العاملين وحسن اختيارهم.. الخ

ووسائل زرع الثقة المتعددة وأهميتها باللغة فقد تكون هي البوابة إلى قلوب الناس فى هذا المجال وقد يكفي ربما تصرف واحد غامض مع قليل من الشائعات لفقد الثقة والصراحة والوضوح أحد أهم هذه الحلول.

-مستوى الكفاف:

قبل الحديث مباشرة عن مستوى الكفاف، لندأ الحديث عن مجالات الإذفاق حيث يمكن تقسيم مجالات الإذفاق أو السلع والخدمات التي ينفق الأفراد والمجتمعات أموالهم عليها إلى خمسة أصناف.

١/ السلع والخدمات الضرورية:

وهي ما يؤدي فقط إلى ضرر شديد قد يؤدي بالحياة أوبياحدى الكليات الخمس الدين والنفوس والعقل والنسل والمال وذلك مثل الماء والغذاء.

٢/ السلع والخدمات الحاجية:

وهي التي يؤدي فقدها إلى ضيق الحياة الشديد وعسرها وذلك مثل توفير الكهرباء والسيارة فى هذا العصر.

٣/ السلع والخدمات الكمالية:

وهي التي فقدها لا يؤدي إلى ضيق الحياة وعسرها ولكن توفرها يجعل الحياة أكثر راحة ويسراً مثل التكييف المركزي لبعض المناطق مقارنة بالتكييف الودوي أو أجهزة التحكم عن بعد أو التشغيل الآلي بدلاً من اليدوي لبعض الأجهزة ونحو ذلك.

٤ / السلع والخدمات الإسرافية:

وهي تلك التي يكون الإنفاق عليها في الأصل مباحاً لأنها ذات نفع ولكن إذا زاد الإنفاق عليها بما يزيد عن تحقيق النفع فيذهب هدراً بدون أن يحقق نفعاً لأحد، صار هذا الإنفاق إسرافاً والإسراف ممنوع في الإسلام. قال تعالى: "والذين إذا أنفقوا لم يسرفوا ولم يقتروا وكان بين ذلك وقاماً" الفرقان (٦٧). وقال جل و علا (وكلوا واشربوا ولا تسرفوا إنه لا يحب المسرفين) الأعراف (٣١). وذلك مثل فوائض الولائم.

٥ / السلع والخدمات التبذيرية:

هناك من يرى أن الإسراف والتبذير شيء واحد لكن إن كان الإسراف هو الزيادة عن حد المنفعة في الإنفاق على سلع أصلها مباح فإن التبذير يمكن أن يعرف بأنه أي إنفاق ولو قل على ما ليس فيه نفع عتبر. فكل إنفاق على حرام أو غير مباح فهو تبذير ولو كان ريباً واحداً. قال تعالى: (ولا تبذر تبذيراً، إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين وكان الشيطان لربه كفوراً) الإسراء (٢٦-٢٧)

وحد الكفاف الذي يسمى خط الفقر يختلف من مكان إلى آخر ومن زمان إلى زمان تبعاً للظروف الاقتصادية والاجتماعية بل والدينية. فما قد يعد كمالياً في مجتمع ما قد يكون ضرورياً في زمن الأبناء وهكذا. وحد الكفاف من الناحية العينية يمكن تحديده بتوفير سلة من السلع والخدمات تغطي الحد الأدنى من مستوى المعيشة المقبول في المجتمع. وتحديده عينيّاً أكثر ثباتاً من تحديده من الناحية المالية وذلك أن هذه السلة تتذبذب تكلفتها توفيرها مالياً تبعاً لتذبذب مستويات الأسعار ومعدلات التضخم السائدة محلياً وربما عالمياً. وعليه فمن مصلحة الفقير أن حصل على كميات عينية عند سيادة أجواء تضخمية ذلك أن إعطاء القيمة المالية قد لا تضمن له الحصول على

الكفاف مع ارتفاع معدلات التضخم والعكس صحيح عندنا تمثل الأسعار إلى الانخفاض فقد يتحصل على وفر.

وسلة السلع والخدمات التي توفر الحد الأدنى من مستوى المعيشة أي حد الكفاف تحوي الأصناف الستة التالية وهي: الغذاء، الكساء، الدواء، المأوى، التعليم، النقل. ومن يعجز عن توفير الحد الأدنى من هذه السلة فإن القطاع العام والجمعيات الخيرية تسعى لتوفيره له. وقد يقتصر عند الضرورة على الضروريات أو على الغذاء والكساء والدواء فقط ويقتصر على الضروري منها فقط.

ويمكن التأثير على مستوى حد الكفاف إذا صاحب خدمات جمعيات البر برامج توعية مكثفة لنشر روح القناعة ونبذ المحاكاة والتقليد الأعمى وتعديل بعض السلوكيات الغذائية والاستهلاكية الخاطئة التي تكاليفها عالية عند مقارنتها بالمنافع المتحصلة منها مقارنة بالبدائل التي يمكن أن تقوم مقامها.

فمثلاً في مجال الغذاء تكلفة وجبة إفطار مغذية لأسرة كاملة قد لا تتجاوز بضعة ربيالات بشرط ألا تصر الأسرة على التقيد والادستجابة لبرامج غسيل المخ التجارية التي تسوق الأغذية قليلة الفائدة الغذائية غالية الأثمان دون مبرر منطقي.

ونفس الكلام يمكن أن يقال عن الملابس وكذلك المسكن وغير ذلك كثير فمن ناحية المسكن - على سبيل المثال فإن سبب مشكلاته الرئيسية هو الإصرار على النموذج الغربي باهظ التكاليف الإنشاء والتشغيل وديم الأستفادة من خصائص البيئة ووفرتها ومتطلباتها. وإلا فهناك مجتمعات قد تنشئ عشرة مساكن نموذجية من حيث متطلبات المسكن بتكلفة إنشاء واحد من مساكننا.

أما دون برامج التوعية فإن على الجمعيات أن تخضع وتستجيب لسلوكات الموجودة في المجتمعات بعجزها وبجرها مما يرفع التكاليف ويزيد الطلب على الموارد ويسبب الأزمات.

عنوان الورقة:
تطبيقات تقنين المساعدات العينية
بمشروع دار الخير

مقدمها:
الأستاذ / محمد بن علي الغامدي

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة:

لا يخفى على العاملين في حقل المشاريع الخيرية والجمعيات والمبرات أن الدعم العيني له أهميته ووزنه وثقله في دعم مسيرة العمل الخيري وسد جزء كبير من الحاجات والطلبات التي تعرض على الجمعيات الخيرية من قبل المستفيدين من برامج الجمعيات المختلفة، ولهذا يكون الحديث ودراسة طرق الحصول عليه والاستفادة نه من الأهمية بن يطرح في مثل هذه اللقاءات ذات العلاقة.

مفهوم التبرعات العينية في الإسلام؟

تضافرت الأدلة من الكتاب والسنة على العناية بالجانب الاجتماعي في المجتمع المسلم وضرورة قيام المسلم بتفقد أحوال إخوانه المسلمين المعوزين والفقراء وذوي الحاجات والنظر فيما يصلح شؤون حياتهم ويجعلهم يشعرون بوقوف إخوانهم معهم في أوقات حاجاتهم وأن المجتمع المسلم مجتمع رحمة وتعاطف وتعاون وتناصر ومن بين هذه النصوص ما يحث على المناصرة بالمال من جانب وبالتبرعات العينية من جانب آخر، وأن التبرعات العينية لها أثر كبير ودور بارز في حل الأزمات التي تطرأ في المجتمع المسلم أينما كان

ماذا نعنى بالتبرعات العينية؟

في هذه الفقرة نبين المقصود من التبرعات العينية وأنواعها وأصنافها والتبرعات العينية هي كل ما تجود به نفوس المتبرعين غير النقدية مما يملكونه أو يفيض عن حاجتهم لإخوانهم المحتاجين له من الأكل والمشرب والملابس ونحوها.

قيمة التبرعات العينية ونسبتها التبرعات النقدية:

من خلال مشروع دار الخير فى جانب التبرعات والإيرادات التي ترد إلى المشروع من المتبرعين سواء كانوا أفراداً أو جهات يتضح بالأرقام أن نسبة العيني أكثر من نسبة النقدي.

قيمة التبرعات العينية ونسبتها للتبرعات النقدية

من خلال مشروع دار الخير فى جانب التبرعات والإيرادات التي ترد إلى المشروع سواء كانوا أفراداً أو جهات يتضح بالأرقام أن نسبة العيني أكثر من نسبة النقدي.

مراحل التعامل مع التبرعات العينية:

التوعية والإعلان عن الحاجة للعينية:

يبدأ العمل بجمع التبرعات العينية أولاً بتوعية الناس بأهمية ودور التبرعات

العينية وحاجة إخوانهم المسلمين الفقراء والمحتاجين إليها وأنها تسد أبواباً من العوز والحاجة لديهم فى الوقت الذي هم في غنى عنها. ثم يوضح لهم أنواع التبرعات العينية المطلوبة وطرق وصولها للجمعيات والمبرات وإنها طرق سهلة وميسرة على الجميع والأجر المترتب على تبرعهم بها.

الاستقبال والجلب:

وتبرز طريقة استقبال التبرعات العينية في مقر الجمعية أو جلبة من مكان المتبرع وأفضل الطرق المجربة في ذلك.

الفرز والتخزين:

وفى هذه النقطة طريقة توزيع هذه التبرعات العينية على المستحقين وأوقات توزيعها سواء

الموسمية منها أو اليومية التي تحتاج إلى توزيع فوري.

تقنين المواد العينية:

وهنا سنبين إن شاء الله كيف توصلنا بعد تجارب واستبيانات تم تعبئتها من قبل الأسر المستفيدة من الوصول إلى معادلة تقنن كميات المواد العينية التي تصرف لكل أسرة بحسب حجمها وعدد أفرادها ودخلها السنوي ويوضح الجدول التالي هذه المعادلة.

نتائج وتوصيات

النتائج: من خلال ما سبق طرحة فى هذه الورقة حول هذه التبرعات العينية وطريقه التعامل من خلال تجربة مشروع دار الخير فإذنا نخلص من هذا الطرح إلى بعض النتائج:

١. أهمية التبرعات العينية بالنسبة لمجمل التبرعات حيث أن نسبتها كبيرة وحاجة المستفيدين منها على مختلف أصنافهم وحاجاتهم ملحة لها.
٢. التبرع بالعينية بالنسبة لبعض المتبرعين أسهل وأفضل من التبرع بالمال.
٣. قليل من الجمعيات الخيرية التي تهتم بهذا الجانب وتوليه اهتماماً وتعطيه حقه.
٤. لا يوجد تنسيق جيد ومتكامل بين الجمعيات الخيرية فى تبادل المواد العينية التي تفيض عن حاجتهم.

التوصيات:

١. ضرورة قيام الجمعيات الخيرية بتوعية عامة الناس بأهمية تبرعاتهم العينية فى سد حاجة إخوانهم المحتاجين وتبين أنواع التبرعات العينية المطلوبة وسبل إيصالها للجمعيات.
٢. ضرورة قيام الجمعيات والمبرات الخيرية بالعناية بجانب جمع التبرعات العينية وطرق توزيعها واستخدام أفضل السبل التي من شأنها تبسيط وتحسين التعامل معها.
٣. على الجمعيات الخيرية توفير الطاقات البشرية اللازمة وأماكن التخزين المناسبة لكل أنواع التبرعات العينية التي يتوقع التبرع بها.
٤. ضرورة التنسيق بين الجمعيات الخيرية فى المملكة لتبادل التبرعات العينية بما يكفل التكامل والتناسب وسد الاحتياجات من الفائض فى كل جمعية.

خاتمة:

وختاماً نسالُ الله أن نكون قد وفقنا فى بيان أهمية دور التبرعات العينية فى سد حاجة الفئات المختلفة من المستفيدين وإلقاء الضوء على بعض الجوانب التي من شأنها الرفع من كفاءة الجهات العاملة فى هذا المجال ولا شك أن هناك من الجهات الخيرية من لديه الخبرة الطويلة والسبق فى التعامل مع هذا الجانب من جوانب العمل الخيري وسيكون للنقاش الذي سيعقب هذا الطرح أهمية فى استكمال جوانب النقص فى هذا الموضوع.

وأسالُ الله للجميع دوام التوفيق والسداد وصى الله على نبيه محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

عنوان الورقة:
مشروع الأمير سلمان للإسكان الخيري

مقدمها:
المهندس / إبراهيم بن عبد العزيز الحسين

مقدمة

تهدف ورقة العمل إلى عرض تجربة مشروع الأمير سلمان للإسكان الخيري في إنشاء مجمعات سكنية لإيواء الأسر المحتاجة حيث أن المشروع يعتبر أول مشروع خيري على مستوى المملكة متخصص في إنشاء الوحدات السكنية منخفضة التكلفة على أرض تتوافر فيها جميع الخدمات والمرافق داخل الأحياء السكنية القائمة. الفكرة:

التأسيس: المشروع نتيجة لجهود زفر كريم من أهل هذا البلد المعطاء م مساعدة لإخوانهم المعسرين والقراء وذلك بتوفير المسكن المناسب لهم ولأسره مبعده أن عجزوا عن الوفاء بالتزامات الإيجار التي قد تكون مرتفعة أحياناً ولا يملكون ثمنها أحياناً أخرى، حيث قامت مجموعة من رجال الأعمال بعرض فكرة إنشاء مساكن لإيواء هذه الفئة على سماحة مفتي عام المملكة السابق الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز - يرحمه الله - والذي أيدها بدوره ورفعها إلى صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبد العزيز حيث عرف عنه دعمه الكبير للعمل الخيري في شتى المجالات، فما كان منه وفقه الله إلا أن تبني المشروع برئاسته شخصياً. التأسيس:

- أعلن عن المشروع رسمياً في رمضان ١٤١٨ هـ.
- تم إعداد هيكله الإداري والمالي بمجالسه ولجانه وإداراته المتخصصة.
- بدأ العمل على جمع تمويل المشروع عام ١٤١٩ هـ.
- تم إعداد التصاميم للمشروع الأول وتخطيط الأرض عن طريق أحد المكاتب الهندسية

- تم وضع حجر الأساس للمشروع الأول بحي سلطنة في يوم السبت الموافق ١٥/٨/٢٠١٤هـ.
- يأمل المشروع أن يصبح دعامة هذا المجتمع المسلم ليوفر العيش الكريم لبعض أبنائه.

أهداف المشروع:

- تحقيق مبدأ التكافل الاجتماعي والتعاون على البر والتقوى.
- العمل على استقرار الأسر الضعيفة والمحتاجة بتوفير المسكن المناسب له ادعماً لاستقرار المجتمع وترابطه.
- الحد من ظاهرة التسول والقضاء على بعض المشكلات بين الفقراء.
- العمل على إيجاد وقف مؤسسي دائم لا يعتريه ما يعتري الأوقاف الأخرى من قصور أو اندثار أو نحوه مما يعتبر تجسيد للمشروع الصدقة الجاري.
- المشاركة في التنمية المتكاملة اقتصاديا واجتماعيا وعمرانياً.

الضوابط والاعتبارات في تنفيذ المجمعات السكنية:

- الاعتبارات الاجتماعية:

١. اختيار الأراضي البيضاء داخل الأحياء السكنية القائمة لدمج الساكنين بهذه الوحدات مع بقية سكان الحي بحيث يصبح هذا المجمع جزءاً من الحي السكني القائم.
٢. التجانس بين هذه الوحدات وبقية الوحدات في الحي السكني.
٣. الخصوصية لكل وحدة سكنية وعدم كشف الوحدات بعضها ببعض وفصل المداخل الخاصة لكل وحدة.
٤. احتواء الوحدات السكنية في هذا المجمع على الحد الأدنى من متطلبات الأسر من العناصر المعمارية.

٥. إنشاء ملاعب وصالات ترفيهية لأطفال وشباب الحي لإشغال وقت فراغهم بما يفيد.

- الاعتبارات الاقتصادية:

١. اختيار أراض داخل الأحياء السكنية مما يوفر تكاليف إيصال الخدمات وبناء المرافق
٢. بناء وحدات سكنية صغيرة منخفضة التكلفة.
٣. شعور المستفيد بأن سكنه في الوحدة السكنية يرتبط بمدى حاجته لها مما طالت المدة يساهم في المحافظة عليها وعدم العبث بمحتوياتها.
٤. مسئولية إدارة المجمع الإشراف على هذه الوحدات بعد تسليمها للمستفيدين بدون تحمل لتكاليف صيانة هذه الوحدات أو تسديد فواتير الخدمات.
٥. اختيار مواد بناء جيدة وأسعارها تناسب الوحدات السكنية منخفضة التكلفة.

- الاعتبارات المعمارية:

١. تحديد حدود الملكية لكل وحدة سكنية بحيث يعرف كل ساكن مسؤوليته وعدم وجود مساحة مشتركة مما يسبب إهمالاً لهذه المساحة وعدم صيانتها ونظافتها.
٢. اختيار مواد بناء جيدة وتشطيبات تتسم بالبساطة والجمال لتسهيل أعمال الإنشاء والصيانة.
٣. تخطيط الأرض بما يناسب مع احتياجات الوحدات السكنية.
٤. استقلالية كل وحدة سكنية وعدم ارتباطها بالوحدات الأخرى (المدخل خزان المياه الأرضي والعلوي، عداد الكهرباء، المياه).

- تمويل إنشاء هذه المجمعات:

١. مساهمة الدولة رعاها الله في توفير الأراضي وإيصال الخدمات وتأمين المرافق
 ٢. تبرعات رجال الأعمال والمحسنين
 ٣. تحريك أرصدة المشروع في استثمارات شرعية قصيرة الأجل للحصول على عائد
 ٤. مناسب لحين لحاجة لصرف هذه المبالغ
- استثمار الوحدات السكنية عن طريق بيعها على رجال الأعمال والمحسنين بعد الانتهاء منها وإيقافها بأسمائهم وإسكان الأسر المحتاجة تحت إشراف إدارة المشروع ليسترد المشروع المبالغ التي صرفت في إنشاء هذه الوحدات السكنية مما يساهم في بناء مجتمعات أخرى وعدم تجميد أموال المشروع في مجمع واحد ويكون رأس مال المشروع متحركاً لتمويل بناء أكثر من مجمع سكني.
- ## - تميز المجمعات السكنية التي يقوم المشروع بتنفيذها:
١. تخطيط الأراضي وتحدد أبعاد الأراضي بما يتناسب مع احتياجات الوحدات السكنية منخفضة التكلفة.
 ٢. التخطيط الشامل لبناء المجمع السكني من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والمعمارية.
 ٣. قلة تكاليف الإنشاء مقارنة بغيره من المجمعات السكنية.
 ٤. استعمال مواد بناء جيدة ومطابقة للمواصفات وأسعارها تناسب الإسكان منخفض التكلفة وكذلك تكاليف صيانتها فيما بعد.
 ٥. الاهتمام بجودة التنفيذ حيث يتم الإشراف على التنفيذ من قبل مكاتب استثمارية متخصصة.
 ٦. البناء على الصامت من جهة واحدة لتقليل مساحة الأرض اللازمة لكل وحدة وكذلك لمنع كشف الساكنين بالوحدات بعضها

ببعض مما يعطي الساكن حرية الاستفادة من الار تدادات الجانبية.

٧. تنفيذ المجمعات السكنية على الأراضي البيضاء داخل الأحياء السكنية مما يساهم في استغلال هذه الأراضي والاستفادة من توفير الخدمات والمرافق وتقليل التوسع الأفقي لمدينة الرياض.

- أسلوب البناء المتبع في تنفيذ هذه المجمعات:

يتم التنفيذ بأسلوب البناء التقليدي لجودته وسهولة صيانتها ولتناسب أسعاره في الوقت الحالي مع الإسكان منخفض التكلفة وفي الحالة توفر بدائل بناء مناسب من ناحية الجود والتكلفة سوف يتم اختيار من قبل إدارة المشروع.

المجمعات السكنية الجاري تنفيذها

المجمع الأول:

- يقع المجمع الأول في حي سلطنة غربي مدينة الرياض على مساحة من الأرض تبلغ ١٨٠٧٢٥ متراً مربعاً.
- يتألف المجمع من ١٢٢ وحدة سكنية، تبلغ مساحة الوحدة منها ١٢٦ متراً مربعاً على مساحة من الأرض تبلغ ٢٧٠ متراً لكل وحدتين وتكون الوحدة السكنية من مجلس وصاله جلوس وغرفتي نوم ومطبخ ودورتي مياه.
- أُلحقت بالمجمع صالتان متعددتا الأغراض للرجال والنساء تبلغ مساحتهما ٨٥٢ متراً، تهدفان إلى الرقي بالمستوى الاجتماعي والثقافي للساكين.
- تقدر نسبة الإنجاز بأربعين بالمائة (٤٠٪) من إجمالي الأعمال.

المجمع الثاني:

تم تخطيط أرض المجمع الثاني بالبيدعة (مساحتها: ٢م٥٢,٠٠٠) من قبل مكتب الخدمات الاستشاري السعودي (تبرعاً من المكتب)، وتم اعتماد المخططات من قبل أمانة مدينة الرياض، والعمل جارٍ لإكمال تصميم الوحدات السكنية، والذي يتوقع أن يتكون من ثلاثمائة وحدة سكنية تحتوي كل وحدة على مجلس وصاله عائلية ومطبخ في الدور الأرضي وغرفتي نوم بخدماتها في الدور الأول وتم تخصيص أرض بمساحة (٥٧٤) متراً مربعاً لإقامة مسجد مع مسكن الإمام والمؤذن وكذلك كتخصيص أرض بمساحة (٢٠٣٥) متراً مربعاً لإقامة ملاعب وحديقة لأطفال المجمع.
دعوة:

على المحسنين وأهل اليسر المبادرة بالمساهمة في دعم مثل هذا المشروع لكونه يغطي أحد أهم احتياجات المحتاجين ويساهم بشكل كبير في حل كثير من مشكلاتهم، وفي ذلك الأجر العظيم قال الله تعالى (مثل الذين ينفقون أموالهم في سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل في كل سنبله مائة حبة والله يضاعف لمن يشاء والله واسع عليم).

- طريقة التبرع للمشروع:

أولاً: الإبداع في حساب المشروع.

- شركة الراجحي المصرفية للاستثمار (٦١٤٤٤/٩) فرع الستين.
- البنك العربي الوطني (٨٣٢٩٩٩) فرع المتبني.
- البنك السعودي البريطاني (٥٥٥٥٩).

ثانياً: كتابة شيك باسم المشروع وإرساله مع القسيمة على عنوان المشروع (بريد أو فاكس). المملكة العربية السعودية - ص.ب (٨) الرياض (١١٣٢١) فاكس (٤٧٠٨٣٢٨).

ثالثاً: الحضور إلى مكتب المشروع ودفع التبرع.

رابعاً: الاتصال بنا لإرسال مندوبنا لكم، هاتف: ٤٧٠٨٣٣٠ - ٤٧٠٨٣٢٩.

خامساً: تعبئة نموذج الاقتطاع من الحساب البنكي شهرياً أو سنوياً.

ورقة عمل
تجرب الإسكان منخفض التكاليف في
المدينة المنورة

إعداد
المهندس / يحيى بن سيف سعيد صالح

تقديم:

يحتل السكن أحد أهم الاحتياجات البشرية في أي مكان من العالم ولا يختلف اثنان على أن معادلة النمو السكاني إلى عدد المساكن المنشأة هي معادلة تبدو مستحيلة التحقق في ظل المتغيرات الاجتماعية والعمراية والاقتصادية الهائلة. ففي مقابل الزيادة الهائلة في أعداد السكان هناك حاجة كبيرة إلى بذل المزيد من الجهود لتوفير المسكن للكثيرين، فضلاً عن الحاجة إلى تحسين مستوى السكن لمن يسكنون في مستوى دون المطلوب.

في العام ١٩٨٢ م قررت الجمعية العمومية للأمم المتحدة اعتبار العام ١٩٨٧ م (العام الدولي) لإيواء من لا مأوى لهم وحين اتخاذ هذا القرار كان ربع سكان العالم (ألف مليون نسمة في العام ١٩٨٢ م) لا يملكون السكن اللائق ومنهم (مائة مليون نسمة) بدون مأوى على الإطلاق.

بذل كثير من دول العالم جهوداً كبيرة في إقامة مشروعات إسكانية كثيرة منها تحت اهتمام ورعاية الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية الموثل ABITAT وهي المؤسسة التي أنشأتها الأمم المتحدة لتتهدم بمعالجة قضايا الإسكان والمستوطنات البشرية في الدول النامية بالإضافة إلى مؤسسات أخرى، مؤسسة اليونيدو UNIDO ومؤسسة اليونسكو UNEISCO ومؤسسة ADSUA في أفريقيا ومؤسسة BASIN الأوروبية. وظهر من جراء ذلك الكثير من التجارب والمشروعات التي حققت نجاحات ملموسة في مهمتها.. عانت المملكة العربية السعودية في السبعينات الميلادية من مشكلة السكن وتم وضع إستراتيجية طويلة المدى لمعالجة هذه المشكلة تمثلت في محورين:

المحور الأول: -

إنشاء مشروعات إسكانية في المدن الرئيسية في المملكة على شكل وحدات سكنية من عمائر وفلل متكاملة للخدمات والمرافق يتم تملكها للمواطنين وفق إجراءات معينة. وتم هذا المشروع من قبل وزارة الأشغال العامة والإسكان.

المحور الثاني: -

منح قروض حسنة طويلة الأجل للمواطنين لبناء مساكن على أراضٍ يملكونها أو أراضٍ تمنحها البلديات تطبيق شروط المنح وتم من أجل ذلك إنشاء صندوق التنمية العقارية التابع لوزارة المالية والاقتصاد الوطني وشملت خدماته جميع مدن وقرى المملكة. وفيما حقق المحور الثاني نتائج سريعة وساهم في التوسع العمراني للمدن فإن المحور الأول لم يحقق النجاح المأمول لأسباب مالية واجتماعية ولعدم وجود آلية واضحة لتخصيص الوحدات.

وقد نتج عن ذلك بقاء تلك المشاريع لفترة طويلة قائمة دون الاستفادة منها رغم اكتمالها وتحملت وزارة المالية نفقات صيانة تلك المشاريع طيلة تلك الفترة حتى تم توزيعها للمواطنين والمتقدمين بطلب قروض بناء من صندوق التنمية العقارية. وفي مجال الجهود الأهلية لمعالجة مشكلة السكن أذكرها هنا الجهود التي تبذلها الجمعيات الخيرية العاملة في المدينة المنورة وهي ثلاث جمعيات (الجمعية الخيرية للخدمات الاجتماعية - جمعية البر - جمعية طيبة النسائية). وانطلاقاً من أهدافها الخيرية دأبت تلك الجمعيات منذ تأسيسها على تقديم المساعدات المنورة. لعينية للأسر المستحقة وللأفراد المتعلقة بعد إجراء بحث اجتماعي شامل للتحقق من حاجتهم للمساعدة وشملت المساعدات المعونات المتعلقة بالسكن كتسديد الإيجار وفواتير الخدمات وأعمال الترميم المحدودة. وقد تم في العام ١٤١١ هـ إنشاء لجنة التنسيق بين الجمعيات العاملة في المدينة وتقديم العون لها

كجهة استشارية وكان من ذلك ما تقرر في اجتماع اللجنة المنعقد يوم الثلاثاء الموافق ١٤١٥/٨/٩ هـ برئاسة صاحب السمو الملكي الأمير عبد المجيد بن عبد العزيز أمير منطقة المدينة المنورة حينها - من موافقة على تنفيذ وحدات سكنية نموذجية منخفضة التكاليف تكون بداية عملية مدروسة لمواجهة الطلب المتزايد على الإسكان ، مع مراعاة المحافظة على الجودة في التنفيذ وأن يتم تمويل المشروع بمشاركة بين الجمعيات الثلاث مع طرح البدائل المقترحة لذلك ومنها :-

- دراسات تفصيلية لنماذج الوحدات ساهم في إعدادها بعض المكاتب الاستشارية في المدينة المنورة.
- اقتراح أحد مصانع الطوب الأحمر لخدمات نموذجية باستخدام تقنية الأسقف الهوردي المثبتة بواسطة الأصب الخرسانية مسبقة الصب.
- تقدم أحد المواطنين للجمعية الخيرية للخدمات الاجتماعية باقتراح تمويل وتنفيذ وحدة سكنية نموذجية بالبناء المسلح إلا أنه انسحب بسبب زيادة التكاليف عن تقديره.
- وقد قررت اللجنة الاستفادة من مساهمة أمانة المدينة المنورة بتوفير الأرض اللازمة للمشروع على أن يتم تمويله بالتعاون بين الجمعيات الثلاث.

الآلية المقترحة لتشغيل المشروع:

طرح في الاجتماعات أفكار عدة لأسلوب الاستفادة من المباني بعد اكتمالها ولم يتخذ حتى الآن قرار بهذا الخصوص، بينما تم وضع الضوابط الخاصة بشروط الاستفادة من المشروع بالإقراض، على النحو التالي:

١. عدم الحصول على قرض من صندوق التنمية العقارية.

٢. عدم وجود أرض مملوكة للمستفيد
 ٣. أن يكون المستفيد موظفاً ولا يتجاوز مرتبة سبعة آلاف ريال.
 ٤. ألا يكون عليه مطالبات مالية أو ديون يعجز عن تسديدها.
 ٥. أن يثبت وجود دخل يكفي لقيامه بتسديد الأقساط المقررة.
- وقد اقترحت بعض المعايير التي تساعد على تحديد أولوية التخصيص ومنها:

١. أرباب الأسر أولى الكثرة العددية من الأفراد.
٢. نسبة الدخل إلى الاحتياج الأسري، وكلما قلت النسبة زادت نقاط الأولوية.

٣. المدة المنقضية على إيجار المسكن.

موقع المشروع: -

خصصت الأمانة قطعة أرض بمساحة (٥٨٠م) لإقامة ثلاث وحدات سكنية في موقع مناسب بمخطط الحرة الشرقية ويتميز الموقع بقربه من الخدمات.

تصاميم المشروع:

تم إعداد عدة بدامرحلتين: الوحدة السكنية واختير أحدها ليناسب أسرة تتكون من (٥-٨) أفراد ولديهم أطفال.

عناصر الوحدة السكنية:

تبلغ مساحة الوحدة السكنية الواحدة (١٩٤) م^٢، منها (١٢٩) م^٢ مساحة المباني وتتكون من دورين:

-الدور الأرضي: (صالون استقبال - حمام عربي - صالة معيشة - مطبخ وغرفة غسيل)

الأسلوب الإنشائي: صمم الهيكل الإنشائي للمشروع بنظام الحوائط الحاملة للوزن والأسقف من الخرسانة

١- لدور الأول: (غرفتين نوم - حمام - سطح مك شوف) الم سلحة نفذت في الموقع واستخدم الطوب الأحمر في بناء الحوائط الخارجية والطوب الأسمنتي المخيش للحوائط الداخلية.

تكاليف إنشاء الوحدة السكنية: -

تبين من عروض الأسعار المقدمة لتنفيذ المشروع (تسليم مفتاح) وجود زيادة في التقديرات تتجاوز التقبها. المقترحة من قبل الجهة المصممة وتقرر لذلك تنفيذ المشروع على مرحلتين:

-المرحلة الأولى: تشمل الهيكل الإنشائي بالإضافة إلى خزان مياه أرضى مسلح وخزان الصرف الصحي ولا يشمل العمل تنفيذ الأسوار. وبلغت قيمة العملية مبلغ (١٦٨,٠٠٠) مائة وثمانية وستون ألف ريال بواقع (٥٦,٠٠٠) ستة وخمسون ألف ريال للوحدة السكنية الواحدة بقيمة (٤٣٠) أربعمائة وثلاثون ريالاً للمتر المربع ومدة التنفيذ (سنة) أشهر.

-المرحلة الثانية: مرحلة التشطيب بالكامل وتم التعاقد عالمربح. الوحدات السكنية الثلاث مع بناء الأسوار بقيمة إجمالية مقطوعة (١٨٠,٠٠٠) مائة وثمانون ألف ريال بواقع (٨٩٠) ريالاً للمتر المربع.

الإجراءات المتخذة لخفض تكلفة تنفيذ المشروع:

- تقييد الا استخدام بما يك في لاحتياج الأسرة من العناصر ومساحتها دون مبالغة.
- استخدام مواد التشطيب (في المطابخ ودورات المياه) في أضييق الحدود وبقدر الحاجة)
- استخدام الحوائط الحاملة لوزن لتقليل الحاجة إلى أعمال النجارة والتسليح وقصر بند اللياسة على الأسقف وبعض الحوائط الداخلية فقط.
- تقليل عدد المخرج الكهربائي إلى الحد الأدنى للتوفير في تكلفتها وفي تكلفة التمديدات المرتبطة بها.

- محاولة إقناع المقاولين بدخول التجربة بوضع تقديرات دقيقة دون مبالغة لا مبرر لها.

نتائج التجربة:

١. استغراق تنفيذ المشروع فترة طويلة أكثر مما هو مقرر له لسبب عدة من أبرزها وجود أكثر من جهة تسعى لتنفيذه دون وجود جهة منسقة يتوفر لديها متخصص متفرغ لمتابعة الجوانب الإدارية والفنية للمشروع فالمشروع يعتمد على جهود تطوعية من بعض العاملين في الجمعيات وفي لجنة التنسيق بين الجمعيات.
٢. لم يتم إجراء دراسات قيمية للمشروع بالمفهوم العلمي للهندسة القيمة.
٣. ضعف التمويل وارتفاع تكلفة العروض المقدمة للمشروع أدى إلى تجزئة تنفيذ المشروع وهو ما أدى إلى زيادة التكلفة - ولو بنسبة بسيطة - كما أن تغيير المقاول لم يكن مساعداً في إعطاء تقييم دقيق للتجربة.
٤. أدى استخدام نوعين من الطوب في بناء الحوائط (الطوب الأحمر والطوب الأسمنتي) وعدم تناسق النوعين إلى إلغاء فكرة عدم لياقة الحوائط الداخلية رغم الجهد المبذول في تنفيذ المباني بشكل دقيق.
٥. أعطت التجربة صورة أكثر واقعية لمتطلبات تنفيذ مثل هذا المشروع سواء كان ذلك من حيث التصميم المعمارية والإنشائية أو من حيث حجم المشروع وتكلفة تنفيذه وأسلوب التمويل وإدارة أعمال التنفيذ.
٦. عدم وضوح أسلوب تشغيل المباني والاستفادة منها لدى الجهات القائمة على المشروع، قلل من الحماس لتنفيذه وهو أحد أسباب طول الفترة التي استغرقها تنفيذ المشروع.

٧. يتطلب الاستمرار في تنفيذ هذا المشروع وتحقيق الجدوى منه، التوسع في عدد الوحدات المنفذة سنوياً وهذا يقتضى توفير بعض المتطلبات الأساسية ومن أهمها الموقع والتمويل والإدارة لإشرافية على التنفيذ وهو ما يمثل عبئاً على الجمعية لا بد من أخذه في الاعتبار قبل تبني المشروع.

تعترم لجنة التنسيق بين الجمعيات الخيرية في المدينة المنورة إعداد تقرير شامل يعد اكتمال المشروع لتقييم التجربة وإبراز مواطن السلب والإيجاب فيها ومناقشة ذلك مع المختصين لتقرير ما فيه مصلحة المستهدفين من المشروع.

وقد تم إعداد هذه الورقة لتقديمها إلى اللقاء السنوي الثاني للجهات الخيرية المقرر إقامته بالمنطقة الشرقية في الفترة من ١٤٢٢/٧/٢٢ هـ إلى ١٤٢٢/٧/٢٣ هـ وذلك بناء على الدعوة الكريمة التي تلقيتها من الإخوة المنظمين لهذا اللقاء المبارك وأود أن أشير إلى أنه جار حالياً مشروع إسكاني آخر في القرى التابعة لمنطقة المدينة المنورة يستهدف المستحقين ممن لازالوا يسكنون في تجمعات سكانية متفرقة حول القرى ويسكنون الخيام والصناديق الخشبية وغيرها من وسائل البناء البدائية التي تخلو من أبسط الوسائل والاحتياجات اللازمة للسكن. وهذا المشروع بدأ في غضون الشهر الحالي بإذن الله ويستهدف هذا العام (٣٨٦) وحدة سكنية في قرية المندسة على طريق المدينة - تبوك بالإضافة إلى (٨٧) وحدة سكنية في قرية النباة التابعة لمحافظة ينبع ويشمل كل مشروع إنشاء مسجد ومدرسين ومستوصف صحي بالإضافة إلى توفير مياه الشرب وتوصيل خدمة الكهرباء للتجمع الجديد.

شكراً للحضور وأعتذر عن جوانب القصور في طرح الموضوع وعدم إعطاء مادته حقها بسبب قصر فترة الإعداد

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..

عنوان الورقة:
ملخص دعم الأسر المحتاجة تجربة أرجو لها
التعميم

مقدمها:
الدكتور/ عبد السلام الشهري

فرض على بحكم تخصصي في طب الأسرة تطوير النظرة الشمولية الحياة ، كما أنه يخضع لمجموع من المؤثرات تعمل مجتمعة بتكامل لصياغة وبلورة الصورة الحقيقية التي يظهر عليها ويعيش بها في هذه الحياة ، فلا نستطيع أن نطور الوضع الصحي لكائن وهو يزرع تحت حكم الفقر الظالم أو يئن تحت وطأة الجهل المضلل وهكذا وعلى مدى سنوات ثلاث من العمل الصحي كانت إحدى نتائج عملية تشخيص المجتمع، ظهور معاناة عدد ليس بالقليل من الأسر وقد تردى الوضع المعيشي لها وظهر ذلك واضحاً جلياً على ممارسات هذه الأسر في مجال الجوانب الصحية من تكرار ظهور أمراض سوء التغذية والمراجعات المتكررة وبكثرة وبدونه ومعاناة أبنائها من مشاكل التقهقر الدراسي والانسحاب من المدرسة فضلاً عن أعراض كثير من الأمراض النفسي. وعندما ظهرت فكرة دعم هذه الأسر للتغلب على مصاعب هذه الحياة، وكانت أسس البرنامج تعتمد على:

1. دراسة واقع السر المحتاجة وتطوير معايير ثابتة لذلك، وقد ركز على المعايير الصحية كمعايير نموذجية وسهلة القياس لنا دون احراجات للأسر المستفيدة من البرنامج.
2. التركيز على مبدأ المكافأة والعقاب لضمان تحقيق البرنامج لأهدافه.
3. توفير الدعم المستمر للبرنامج.
4. شمولية الدعم توفير الاحتياجات الاستهلاكية، الارتقاء بوعي الأسر المشمولة بالبرنامج، توفير مصاريف الدراسة توفير فرص التدريب على الكمبيوتر والخياطة وغيرها للمحتاجات.

-مراحل المشروع:

المرحلة الأولى (مرحلة التخطيط):

وقد استمرت هذه المرحلة ما يقارب ٦ أشهر ابتداء من رجب لعام ١٤١٩ هـم خلا لها وضع أهداف المشروع وجمع بيانات عن الأسر المحتاجة حسب استمارات أعدت لذلك، والتدقيق لإيجاد الدعم الكافي والمستمر للمشروع.

المرحلة الثانية (مرحلة التشغيل المبدئي):

وقد بدأت في شهر صفر من عام وشملت ٣٠ أسرة.

المرحلة الثالثة (مرحلة الكسوة المدرسية):

وتم خلالها إعادة ٧٢ طالب وطالبة إلى المدرسة بعد انقطاع وتوفير المصروفات المدرسي لما يزيد على ٢٠٠ طالب وطالبة.

المرحلة الرابعة (التشغيل الفعلي لمشروع دعم الأسر المحتاجة):

وفي هذه المرحلة استطاع البرنامج أن يستوعب ٨٥ أسرة ومازالت مستمرة من شهر رجب ١٤٢٠ هـ وحتى الآن وقد تقرر إضافة ٣٠ أسرة في كل دورة (مدة الدورة ٩ أشهر) بناء على نتائج التقييم ومكافأة الأسر المستفيدة ببرامج أخرى وعدم الاستمرار مع الأسر التي لم تظهر تحسناً ملموساً.

-خدمات المشروع:

يقدم المشروع للأسر المشمولة به عدة خدمات، معتمداً أسلوب المكافأة وذلك بإضافة خدمات جديدة تبعاً لتحسن ومدى استفادة الأسر المستفيدة، وتشمل هذه الخدمات:

١. خدمات إغاثة بتوفير كافة المستلزمات الاستهلاكية شهريا والكافية لأسرة ذات عدد ٧ أفراد ولمدة شهر وتصرف في اليوم العاشر من الشهر الجاري.
٢. خدمات تحسين الوعي والتثقيف ومحاربة الظواهر السلوكية الخاطئة على مستوى الأفراد والأسر.

٣. خدمات تعليم و تدريب: تم تدسيق بر نامج مع عدد من المؤسسات التدريبية حسب اتفاقيات خاصة لتدريب الكوادر المرشحة من قبل المشروع باشتراكات رمزية يدفعها المشروع مكافأة للأسرة المستفيدة بفاعلية من المشروع.

٤. تفعيل برنامج الأسر المنتجة وذلك لإيجاد مردود مالي لمنتجات الأسر من الأشغال اليدوية ومردود برامج التدريب على الأسر والمشروع.

ومما يميز المشروع وضعه لعدد من الضوابط التي يمكن أن تزيد من فعالية المشروع:

١. شملت استمارة التقييم عدد من الظواهر السلبيه، مثل التدخين والتدين والتفكك الأسرى والتسيب الدراسي وقد شملت أيضا في برنامج التقييم كأ سلوب لمعالجتها وا لحد منها، إضافة للوسائل الأخرى في معالجتها.

٢. التقييم الدوري كل ٩ أشهر.

٣. تسليم بيان (فاتورة) المواد الاستهلاكية للزوجة فقط و وضع شروط معينة لصرافها بالشكل الذي يحقق فائدتها المرجوة ولكون هذا البرنامج عملياً، فبنقاش أسس البرنامج و عرض وسائل تطبيقها فى الواقع مع الحضور ستتحقق الفائدة للبرنامج وللراغبين فى دراسته والاستفادة من تجربته.

عنوان الورقة:

تفعيل الدور الصحي في تبنى المشاريع الخيرية

مقدمها:

الدكتور / عبد السلام الشهري

فرض على بحكم تخصصي في طب الأسرة تطوير النظرة الشمولية للإذسان حيث أنه يخضع لمجموعة من المؤثرات تعمل مجتمعة بتكامل على صياغة وبلورة الحقيقة التي يظهر عليها الإنسان ويعيش بها في هذه الحياة فلا نستطيع أن نطور الوضع الصحي الكائن وهو يبرز تحت حكم الفقر الظالم أو ين تحت وطأة الجهل المضلل وهلم جرا. وقد يظهر مجدداً مفهوم جديد وشامل للصحة، لم يجعلها تقتصر على غياب المرض أو توفر السلامة في الجوانب المختلفة (الجسمية والنفسية والبيئية والاجتماعية) وحسب، بل كثر الحديث عن مدى تأثيرها الكبير والمباشر بالتعليم والمستوى المعيشي والأنظمة التي تحكم منا حتى الحياة المختلفة مما جعل الواحد منا يكتب أبعاداً جديدة وامتيزة في السعي للارتقاء بالوضع الصحي لطالبي الخدمة في قطاع تخصصه إضافة أنه وعلى مدى ثلاث سنوات من العمل في مركز الرعاية الصحية الأولية بإسكان الحرس الوطني بالطائف لمسنا وجود عدد من الظواهر التي تحتاج إلى تشخيص ودراسته، وقد تمثلت في التكرار الكبير لمراجعة المركز الصحي من ١٢٪ من المراجعين والتي وصلت إلى أكثر من ٢٥ زيارة في شهرين، ثم الشكوى المستمرة في برنامج الصحة المدرسية من تدنى المستوى الدراسي. ولمس الجميع أيضاً زيادة نسبة التهرب من الدراسة وظهور عدد من الأمراض ذات العلاقة بالتغذية على الفئمة السابقة الذكر وطبقاً لما تعلمناه من مهارات عملية تشخيص المجتمع باستخدام أسلوب عظم السمكة (السبب والنتيجة) المشهور في معرفة الأسباب الواقعية لهذه الظواهر، وبعد التحري والنقاش ظهرت معاناة عدد ليس بالقليل من الأسر وقد تردى الوضع المعيشي لها.

ولأسباب كثيرة اعتقدنا وقتها أنه ليس بإمكاننا تغييرها، وعندما ظهرت فكرة دعم هذه الأسر دعماً موجهاً وذات أبعاد ثلاثة إغاثي

و تدريبي و تثقيفي لتتغلب على مصاعب الحياة، وكانت أسس البرنامج تعتمد على:

١. دراسة واقع الأسر المحتاجة وتطوير معايير ثابتة لذلك. وقد ركزنا على المعايير الصحية كمعايير نموذجية وسهلة القياس لنا وبدون إخراجات للأسر المستفيدة من البرنامج.
٢. التركيز على مبدأ المكافأة ولعقاب لضمان تحقيق البرنامج لأهدافه
٣. توفير الدعم المستمر للبرنامج
٤. شمولية الدعم (توفير الاحتياجات الاستهلاكية، الارتقاء بوعي الأسر المشمولة بالبرنامج، توفير مصاريف الدراسة توفير فرص التدريب على الكمبيوتر والخياطة وغيرها للمحتاجات).

يستوعب المشروع ٨٥ أسرة وما زالت مستمرة من شهر رجب ١٤٢٠ للهجرة وحتى الآن قد تقرر إضافة ٣٠ أسرة في كل دورة (مدة الدورة ٩ أشهر بناء على نتائج التقييم ومكافأة الأسر المستفيدة ببرامج أخرى وعدم الاستمرار مع الأسر التي لم تظهر تحسناً ملموساً.

-خدمات المشروع:

- يقدم المشروع للأسر المشمولة به عدة خدمات، معتمداً أسلوب المكافأة وذلك بإضافة خدمات جديدة تبعاً لتحسن ومدى استفادة الأسر المستفيدة وتشمل هذه الخدمات:
١. خدمات إغاثية بتوفير كافة المستلزمات الاستهلاكية شهرياً، والكافية لأسرة ذات عدد ٧ أفراد ولدة شهر وتصرف في اليوم العاشر من الشهر الهجري.
 ٢. خدمات تدسين الوعي والتثقيف ومحاربة الظواهر السلوكية الخاطئة على مستوى الأفراد والأسر

٣. خدمات تعليم و تدريب: تم تدسيق برنامج مع عدد من المؤسسات التدريبية حسب اتفاقيات خاصة لتدريب الكوادر المرشحة من قبل المشروع با شتركات رمزية يدفعها المشروع مكافأة للأسر المستفيدة بفعالية من المشروع.

٤. تفعيل برنامج الاسر المنتجة وذلك لإيجاد مردود مالي لمنتجات الأسر من الأشغال اليدوية و مردود برامج التدريب على الأسر والمشروع.

٥. الخدمات الصحية: حيث أنها متوفرة للمستفيدين، فقد تم تفعيلها بشكل كبير من خلال توفير متابعة مستمرة في عيادات الإرشاد وبرامج الفرز المتابعة

-الدور الصحي:

خدم الجانب الصحي هذا المشروع من عدة زوايا مختلفة ومتباينة، وقد تمثل دوره فيما يلي وذلك حسب الترتيب الزمني.

١. اعتبر هذا المشروع علاجاً لبعض مظاهر الاعتلال الصحي (الجسدي والنفسي والاجتماعي)

٢. تبنت لجنة صديقات الصحة المشروع ومتابعته.

٣. اعتمدت المؤشرات لصحية من أسس اختبار المستفيدين والتي تمثلت في:

أ. نسبة حدوث أمراض سوء التغذية

ب. نسبة حدوث أعراض اعتلال نفسي

ج. معدل تدنى المستوى الدراسي والتهرب من المدرس

د. معدل عدد الزيارات للمركز الصحي

٤. استخدمت المعايير الصحية السابقة في تقييم مدى استفادة الأسر.

٥. التركيز على عدد من السلوكيات الصحية المضرّة، مثل:

التدخين وتعاطي المخدرات، كما تم التركيز على مفاهيم

الصحة النفسية ومعالجة المشاكل الأسرية.

-موارد المشروع

عملت اللجنة المسؤولة عن ضمان تمويل المشروع على عدة محاور:

١. **محور الداعمين:** الاتصال بصاحبة الاسم الماكي الأميرة عادلة بن عبد الله بن عبد العزيز آل سعود وقد تبنت دعمه وعرضت تبنيه ورعايته، وتبعاً لذلك فقد تذلت لنا كثير من العقبات.

٢. **محور الاستثمار:** فقد تم التنسيق مع عدد من المعاهد الخاصة لتقديم برامج تدريبية في علوم الحاسوب وفنون الخياطة والتفصيل وغيرها، وكذلك تحصيل نسبة من الدخل.

٣. **محور التمويل:** تم التنسيق مع عدد من المؤسسات التجارية لتقديم تخفيضات والمساهمة بجزء من فاتورة الاحتياجات الاستهلاكية.

ومما يميز المشروع وضعه لعدد من الضوابط التي يمكن أن تزيد من فاعلية المشروع منها:

١) شملت استمارة التقييم عدد من الظواهر السلبية، مثل التدخين والدين والتفكك الأسري والتسبب الدراسي وقد شملت أيضاً في برنامج التقييم كأسلوب لمعالجتها والحد منها، إضافة للوسائل الأخرى في معالجتها.

٢) التقييم الدوري كل ٩ شهور.

٣) تسليم بيان (فاتورة) المواد الاستهلاكية للزوجة فقط مع وضع شروط معينة لصرفها بالشكل الذي يحقق فائدتها المرجوة ولكون هذا البرنامج عملياً فبنقاش أسس البرنامج وعرض وسائل تطبيقها في الواقع مع الحضور ستتحقق الفائدة للبرنامج ولراغبين في دراسته والاستفادة من تجربته.

عنوان الورقة:
تدوير فائض الولائم

مقدمها:
الأستاذ / فهد بن علي بن نوح

الهدف وينقسم إلى قسمين:

١. ديني ويتمثل في: حفظ فائض النعم التي من الله بها علينا عن طريق صرفها في مصارفها الصحيحة فبالشكر تدوم النعم.
٢. اجتماعي ويتمثل ك في إحياء روح التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع غنيهم وفقيرهم وذلك عن طريق إيصال ما يفيض عن حاجة الغنى من الأطعمة لمن يحتاجها من الفقراء.
عوامل نجاح المشروع (بعد توفيق الله)
 ١. أن يكون مقر التوزيع في أفقر أحياء البلد وذلك لسهولة وسرعة توصيل فائض اللوائم للمحتاجين.
 ٢. وضع مراكز في بعض الأحياء التي تكثرت فيها المناسبات لتجميع فائض اللوائم
 ٣. تعيين سائق متفرغ مع سيارة نقل مجهزة بصفة خاصة لنقل فائض اللوائم مهمته الرئيسية تجميع فائض اللوائم من مراكز التجميع وإيصالها إلى مقر التوزيع الذي يتولى ترتيبها وتنظيمها ومن ثم توزيعها.
 ٤. حملة إعلامية مكثفة للتعريف بالمشروع وأهداه الدينية والاجتماعية.

مكونات مركز التوزيع:

١. غرف تبريد لحفظ ما يصل للمركز في وقت متأخر من الأطعمة، مجهزة بأرفف لحمل صوان خاصة مصنعة بارتفاع ١٥ سم يوضع فيها فائض الأطعمة وذلك لضمان عدم فسادها، ولتستوعب الثلجة أكبر قدر ممكن.
٢. أفران تسخين كبيرة مجهزة بأرفف لحمل الصواني تسخن فيها الأطعمة قبل توزيعها لتكون جاهز للأكل.
٣. سيارة مخصصة لتوصيل فائض اللوائم لبعض المحتاجين الذي تمنعهم ظروفهم الصحية أو الكبر من الحضور للمركز.

طريقة العمل فى المركز:

١. استقبال ما يرد من مراكز التجميع من فائض الأطعمة وتنظيفه وحفظه لحين موعد التوزيع.
٢. التأكد من سلامة الأطعمة قبل تسخينها وذلك من قبل متخصصين ليتم استبعاد ما يشك فى كونه غير صالح للاستعمال الآدمي

المستبعد من فائض الأطعمة:

١. يصل للمركز من مراكز التجمع وهو غير صالح للاستعمال الآدمي بسبب عدم نظافته أو بداية الفساد فيه.
٢. ما يبقى من فائض الأطعمة بعد التسخين فلا يعاد تسخينه مرة ثانية، وفى كلاً الحالتين الاستفادة من ما تم استبعاده من الفائض ليكون أعلافاً للحيوانات والدواجن.