

## **عنوان الورقة :**

**محاكاة نماذج امتياز الجهات الربحية تجاه المجتمع ..  
وتطبيقاتها في الجهات الخيرية**

## **مقدمها :**

**الأستاذ / محمد بن يحيى الشريف**

**ملخص الورقة :**

تتسارع التغيرات وتختلف المعايير في كل المنظمات اليوم، حتى أصبح إنفاقها على العمل العام الذي يعود ويهدف لخدمة المجتمع جزءاً واجباً من نشاطها الذي عليها أن تمارسه لتحقيق أهدافها الربحية وغير الربحية.

ولا تختلف المنظمات الربحية عن غير الربحية في هذا الأمر، فالجميع عليه واجب القيام بدور متميز تجاه المجتمع كائناً ما كان تخصصه ومجاله.

وتبقى الجهات الخيرية مطالبة بشكل أكبر بالتواصل مع المجتمع وتقديم خدماتها له وتعزيز علاقتها بفضائه لأسباب عديدة لعمل من أهمها أن ذلك الطريق هو الأمثل لتحقيق رسالتها وغاياتها الكبرى التي أسست لأجلها. وهو الطريق الأسرع والأضمن للحصول على دعم المجتمع بكل فئاته وكل أنواع الدعم الممكنة.

وإذا تابع متابع أخبار الجهات الربحية (الشركات والمؤسسات والبنوك وغيرها) سيجد أنه لا تكاد تخلو شركة معتبرة من الاهتمام بالمجتمع وتقديم شيء من النفع له والحرص على التواصل معه. بل سيجد من يتابع الصحف اليومية ومواقع الانترنت المتخصصة أنه لا يمكن أن يمر يوم دون أن يكون هناك خبر واحد يصب في هذا الاتجاه وإليك هذه الأمثلة من صحيفة واحدة خلال يوم واحد:

- (١) تترباك السعودية تنظم معرض للحليب في مركز جدة للعلوم والتكنولوجيا ويشارك فيه أكثر من ٣٠٠٠ طالب من المدارس مع عائلاتهم
- (٢) شركة فورد تنظم حملة للتوعية البيئية في لبنان
- (٣) مجموعة الحكير تتبنى برنامج تنمية الإبداع والابتكار في المجال السياحي
- (٤) ميكروسوفت تقدم دورات في المبيعات للمتخصصين في التقنية في جميع أنحاء المملكة

ولم يعد هذا حكراً على القطاع الخاص، ففي نفس الصحيفة وفي نفس اليوم ورد الخبر التالي: طالبان من جامعة الملك سعود (عمر كل منهما ٢٢ عاماً) قامتا بتأسيس مجموعة أطلقتها عليها اسم (مفتاح الخير) تهدف لخدمة المجتمع. وقد انضم إلى المجموعة أكثر من خمسين عضواً من الطالبات وقمن بالمشاركة في أنشطة المجموعة وهي كالتالي: دعم الأيتام والمعاقين والفقراء - التبرع بالدم - مكافحة التدخين - تحسين صورة الشباب والفتيات في المجتمع بعد حوادث الإرهاب وغيرها التي أثرت في الصورة العامة للشباب والفتيات. وقفة مهمة بين يدي المقدمة:

يرد في تعريف خدمة المجتمع أنه عملية مستمرة تساعد أفراد المجتمع على معرفة حاجياتهم ومعرفة مشاكلهم ودفعهم كي يعملوا مجتمعين ومعتمدين على أنفسهم لإشباع حاجياتهم وحل مشاكلهم وفقاً لخطط واقعية كي يصلوا إلى مستوى أفضل في النواحي الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. أي أنها عملية تغيير تطرأ على المجتمع وتؤدي إلى معيشة من نوع أفضل على أن يكون الناس أنفسهم هم أساس العملية.

وهناك بلا شك فرق بين خدمة المجتمع وتنمية المجتمع..

فمن حيث القائمين بالعمل: يتم العمل في خدمة المجتمع غالباً من الفرد للناس، فالفرد أو الجهة الخيرية تبذل ليستفيد الناس دون أن يكون هناك تعاون. أما في تنمية المجتمع فيتم العمل بالشكل الجماعي بتحديد المشكلة والاحتياجات ثم التخطيط ثم التنفيذ أي يتم العمل خلالها مع الناس وبمشاركتهم الإيجابية في التخطيط والتنفيذ.

ومن حيث الأثر يعاب على خدمة المجتمع - أحياناً - أن العمل يكون محدود الأثر لأن الفكرة التي يعتقها شخص تموت بموته وكذلك الخدمة تتوقف بابتعاده. أما في تنمية المجتمع فيكون العمل مستمر والأثر غير محدود لأنه شعور ينبض في عروق المجتمع.

ومن حيث النتيجة العملية فخدمة المجتمع لا تساعد على التأكد من حدوث تغيير أو تأثير في المجتمع، أما تنمية المجتمع فتساعد على تغيير المجتمع للأفضل بتوفيق الله.

ولا يخفى أن الهدف الأساس للجمعيات الخيرية هو تنمية المجتمع وليس مجرد تقديم الخدمات.. وهذا يقتضي الوصول إلى مستوى عالٍ من التواصل مع المجتمع..

ولا يخفى أيضاً أن القطاع الخاص خارج أو داخل المملكة العربية السعودية قد خطا خطوات كبيرة في هذا المجال، ولذلك يمكن دراسة النماذج الناجحة والاستفادة منها بتطبيقها لصالح الجهات الخيرية.

تهدف هذه الورقة إلى العناية بالمحاور التالية من خلال إبراز النماذج النظرية والعملية:

١- لماذا تحرص الجهات الربحية على التواصل مع المجتمع؟

لماذا يجب على الجهات الخيرية التواصل مع المجتمع؟

٢- كيف تتواصل الجهات الربحية مع المجتمع؟ كيف تتواصل الجهات الخيرية مع

المجتمع؟

أساليب التواصل مع المجتمع التي تستخدمها الجهات الربحية وإمكانية تطبيقها في الجهات

الخيرية.

٣- تجارب واقعية من القطاع الخاص والقطاع العام.. وعناصر التميز التي يمكن تطبيقها

في الجهات الخيرية من خلال هذه التجارب.

سائلاً المولى تعالى أن يكمل جهود الجميع بالتوفيق ويباركها ، ،

**لماذا تحرص الجهات الربحية على التواصل مع المجتمع؟****لماذا يجب على الجهات الخيرية التواصل مع المجتمع؟**

لم يعد بمنأى عن الجميع سماع أخبار ومشاهدة آثار قيام شركات القطاع الخاص وغيرها من الجهات الربحية بتقديم خدمات مختلفة للمجتمع والحرص على التواصل معه بشكل أو بآخر. ومع أن هذا قد يثير بعض التساؤلات وعلامات التعجب التي تدور حول محور مفاده أن قيام هذه المؤسسات بهذه الجهود والأعمال يعني بالضرورة تحمل التكاليف والمصاريف التي قد تقل وقد تكثر.. فكيف ولماذا تقوم الجهة الربحية بتحمل هذه التكلفة؟

والواقع أن أسباب الجهات الربحية في تبني أعمال خدمة وتمية المجتمع تعود في غالب أسبابها إلى توقع الاستفادة المالية بشكل أو بآخر حيث تمثل لها هذه الأعمال دعاية وتسويقاً غير مباشر.. وهذا لا يعد نوعاً من الخطأ بأي شكل من الأشكال بل هو نوع من الفكر المتقدم الذي صنف لفترة من الزمان تحت مسمى "إدارة العلاقات العامة" كما يرى ذلك منظرو التسويق والإدارة الحديثة.

ويبقى أن هناك أعمالاً تؤدي من قبل الجهات الربحية بدافع فردي من مالكي هذه الجهات وبهدف متجرد من أي رغبة في الحصول على عوائد مادية أو إعلامية وهذا ما يخفي كثيراً من الأعمال الرائدة والمباركة في دعم المجتمع والجهات غير الربحية.

وإذا أردنا أن نحصر ونصنف أسباب قيام الجهات الربحية بالتواصل مع المجتمع من خلال الخدمة والتنمية وتقديم برامج الدعم أو البرامج الخاصة من خلال إدارة العلاقات العامة.. إذا أردنا أن نحصر كل ذلك فيمكننا أن نخلص إلى النقاط التالية:

- ١- التسويق للمنتجات والخدمات: تعتمد بعض الجهات الربحية عند إطلاق منتج أو خدمة إلى أسلوب تسويقي فيه نوع من الإبداع والتجديد.. فبدلاً من صرف المبالغ في إعلانات تجارية بشتى صورها تقوم الجهة المعنية بتنظيم برنامج يوجه للمجتمع، وتطلق الخدمة

أو المنتج من خلاله، وبالتالي تحصل على دعاية غير مباشرة وتزكية ضمنية. ومن أمثلة ذلك: إحدى شركات القطاع الخاص التي تنتج فوط صحية نسائية أرادت الترويج لمنتجها المبتكر والذي لا يمكن الحديث عنه في وسائل الإعلان العامة فقامت بتنظيم ملتقى نسائي بحضور قيادات نسائية من المجتمع لمناقشة المشكلات التي تواجه الفتيات عند سن البلوغ.. وكان الراعي الرئيسي لهذا الحدث هو "المنتج المبتكر".

٢- تحقيق أرباح مباشرة: قد تقوم الجهات الربحية بتنظيم برامج خاصة تهدف منها إلى تحقيق مبيعات مباشرة أو زيادة في المبيعات الفعلية أو تصريف بضائع متراكمة من غير خسائر فتقرن ذلك ببرنامج يخاطب فئة من المجتمع. ومن الأمثلة التقليدية المتكررة إقامة معرض متخصص وتتم دعوة الجمهور بحيث يشتري الناس ويذهب جزء من العائد لفعل الخير أو للمساكين، أو يتم تقديم خصم على منتجات معينة حتى يشتريها الناس ويتصدقوا بها بينما العائد لنفس الجهات الربحية.

٣- تحسين الصورة العامة والظهور الإعلامي بشكل مشرف: تحرص كل جهة ربحية على بقاء صورتها واسمها وعلامتها التجارية في إطار متميز ولامع في الوسط الذي تعمل فيه، كما تحرص على نشر أخبارها في وسائل الإعلام بأسلوب إيجابي يعزز من معرفة مختلف أوساط المجتمع الذي تنتمي إليه بها ويربطهم باسمها. ولذلك فقد تشارك في برامج الرعاية وقد توزع منشورات توعوية وقد تقيم حفلا للمتفوقين وتوزع هدايا لهم وقد تشارك بأوراق عمل في لقاءات علمية وقد تتبنى تدريب بعض الطلاب خلال موسم الصيف أو غيره.

٤- تقليد المنافسين: تعيش الجهات الربحية وشركات القطاع الخاص في بيئة تنافسية يسعى كل طرف فيها للتميز وإثبات وجوده أمام العملاء المستهدفين.. لذلك فقد تقوم جهة ما بتنظيم عمل موجه لخدمة المجتمع ثم تقوم جهة أخرى بتنظيم عمل آخر فقط كنوع من ردة الفعل تجاه العمل الأول.

٥- الاستجابة أو الرغبة في التخلص من بعض الضغوط الرسمية من قبل الجهات الحكومية أو من قبل المجتمع والتي قد تضطر عدداً من الجهات الربحية إلى تبني

أعمال تخدم المجتمع مثل تأهيل بعض المواطنين للعمل أو إقراضهم ومنحهم تسهيلات مالية ليؤسسوا أعمالاً خاصة.

٦- رغبة الملاك في سد ثغرة أو تلبية احتياج أو نشر مفاهيم إيجابية أو تأسيس مبادئ حضارية أو التبرع لعمل الخير.. فكل هذه أسباب قد تدعو جهة ما لتبني عمل موجه للمجتمع بتوجيه مباشر من المالك، وقد لا يبدو في ذلك أي ارتباط أحياناً بعوائد ربحية. فقد تبنت إحدى الجهات الربحية إقامة حملة لتنظيف شواطئ البحر، وتبنت جهة أخرى حملة موجهة إلى الأطفال للرفق بالحيوان، وتبنت جهة ثالثة التبرع لإقامة مبنى لإحدى الجهات الخيرية، وتبنت جهة رابعة تقديم قروض للأسر الصغيرة التي ترغب تنفيذ بعض الأعمال والتبرع منها مثل شراء ماكينة خياطة ملابس ونحوها.

هذه مجمل الأسباب التي تدعو الجهات الربحية إلى تبني خدمات المجتمع والتواصل معه.. والآن لننتقل إلى أسباب الجهات الخيرية.

## الجهات الخيرية: لماذا يجب عليها التواصل مع المجتمع؟

الواقع أن هذا السؤال قد لا يبدو منطقياً إذا ما تم الاتفاق على أن الجهات الخيرية أسس كل منها من البداية لسد احتياج المجتمع وخدمة فئة من فئاته بأي شكل من الأشكال. لكن الواقع أيضاً أن هذا السؤال يجب أن يثار بشكل مختلف لأن هناك العديد من الأسباب التي تدعو الجهات الخيرية لتعزيز التواصل مع مختلف شرائح المجتمع وتخطي حدود الدور الواجب.. ومنها مايلي:

- ١- الحصول على الدعم: سواء كان الدعم المادي وذلك من خلال زيادة الموارد المالية أو الدعم المعنوي مثل الحصول على الاعترافات وشهادات التقدير التي تدعم مسيرة العمل ونفسيات العاملين أو الدعم البشري حيث أن كل جهة خيرية تحتاج غالباً إلى المزيد من المتخصصين العاملين والمتطوعين في مجالات نشاطها المختلفة. وهنا يمكن للجهات الخيرية أن تقوم بمحاكاة بعض نماذج الجهات الربحية في تنظيم معارض متخصصة أو الحصول على المنتجات بأسعار مخفضة لخدمة شرائح من المجتمع مقابلة نسبة من الربح. كما يمكن أن تتبنى الجهات الخيرية أعمالاً من نوع: تهيئة قاعة أو مقر لعقد لقاء دوري بين المتخصصين في مجالات التقنية أو الهندسة أو الإدارة أو الأعمال في المنطقة فتقدم هذه الخدمة مقابل الاستفادة من خبراتهم وعلاقاتهم ودعمهم بشتى صوره.
- ٢- التعريف والترويج لخدماتها خاصة الجديد منها: هناك العديد من الجهات الخيرية التي يجهل البعض حتى مجرد اسمها أو وجودها مثل بعض الجهات المعنية بالتوظيف وجمع وتوزيع فائض الأطعمة، وهناك جهات تقدم العديد من الخدمات المتميزة والتي تحتاج لها شريحة كبيرة لكنها لا تعرف عن وجود هذه الخدمات مثل خدمة تأهيل المتزوجين أو الإصلاح بين المختلفين أو برامج رعاية معلمي الحلقات وغيرها. ويكون من المناسب جداً تبني هذه الجهات لعدد من وسائل التواصل مع المجتمع بهدف تقديم الخدمة والتعريف بهذه الأنشطة ويمكن في هذا محاكاة بعض



نماذج الجهات الربحية ومنها: توجيه دعوة للشريحة المحيطة من المجتمع وعمل برنامج تعريفى لهم في مقر نفس الجهة أو استهداف الوصول إلى بعض المستفيدين في أماكنهم وتقديم الخدمة لهم.

٣- تحسين الصورة لدى المجتمع ووسائل الإعلام: وهذا السبب قد تكون الحاجة له ملحة خاصة في ظل الحملات المتتابة ضد الأنشطة الخيرية وربطها بالإرهاب وصرف الأموال بطريقة غير سوية وغير ذلك. ومن الوسائل التي يمكن فيها محاكاة نماذج الجهات الربحية قيام بعض العاملين في الجهات الخيرية بالكتابة بشكل دائم إلى الصحف والمجلات في موضوعات تخدم المجتمع وتذييل المقال باسم الجهة الخيرية وطبيعة عملها.. والخطوة الأكبر من هذا نشر تجارب الجهات الخيرية والتي توضح للناس حجم الجهد والعطاء المبذول. ومن صور المحاكاة تأسيس مواقع تفاعلية على الانترنت يمكن تقديم النفع من خلالها لشريحة من المجتمع.

٤- سد ثغرات جديدة أو تلبية متطلبات مستحدثة أو نشر مفاهيم وأفكار مهمة غفل عنها المجتمع: من المسلم به أن التغيرات التي تمر بالمجتمعات والأفراد سريعة ومتعددة لدرجة صعوبة استيعابها والتعايش معها أحياناً.. ومن المهم للجهات الخيرية أن تتابع هذه التغيرات وتقدم ما يمكنها لخدمة المجتمع تعزيزاً للتواصل من جهة وقياماً بالدور الواجب من ناحية أخرى. من الأمثلة البارزة التي قامت بها بعض الجهات الربحية ويمكن محاكاتها في موضوع (عمل المرأة) توفير الدخل عن طريق المرأة العاملة من منزلها أو ما يسمى بالأسر المنتجة، والفكرة أن تتبنى الجهات الخيرية عرض وبيع الأعمال التي تنفذها بعض النساء المقيمات في دائرة أعمال الجهة الخيرية وذلك بكل تأكيد يسهم في تحقيق الكثير من الأهداف أبرزها حفظ هؤلاء النسوة ومساعدتهن على التعفف.. وهو نموذج للمحاكاة.

٥- الحصول على الدعم والاعتراف الرسمي من قبل الجهات المعنية: ولا يخفى التقنين المستمر والضبط المتواصل لأعمال الجهات الخيرية مما يعني ارتباطها بشكل

أكبر بالجهات الرسمية. فيكون من المهم أن تتبنى هذه الجهات التواصل مع فئات المجتمع وأفراده والذين يشكلون قوة وسلطة غير رسمية مما يدعم مكانتها الفعلية لدى الجهات الرسمية.

6- تقديم خدمات لشرائح ليس هناك أي جهات أخرى تتولى مسؤوليتها أو أن الحد الواجب لم يمكن إشباعه بعد.. خذ مثلاً من الشرائح المهمة التي لم تستهدفها الجهات الربحية ولا الخيرية بالخدمات بشكل كافي: المرضى من أصحاب العاهات المستديمة والأمراض المستعصية، وكبار السن من المتقاعدين وسكان دور رعاية العجزة، والمطلقات والأرامل من الكسيرات أسيرات البيوت المتعففات، والأطفال النجباء الذين لا يملك أهلهم فرصة تعليمهم.. وكل هذه الفئات يمكن استهدافها ببرامج خاصة بمحاكاة بعض البرامج التي تقوم بها الجهات الربحية وغيرها في دول أخرى.

7- المساهمة في تحقيق المكانة الذهنية والرسمية والاجتماعية والإعلامية التي يجب أن يحظى بها العمل الخيري: عندما تشارك الجهات الخيرية في تقديم الخدمات للطلاب بمختلف مستوياتهم، وتساهم في تقديم الخدمات الطبية للمحتاجين للرعاية الصحية بمختلف متطلباتهم، وتضرب بسهم في تأهيل وترقية الحياة الزوجية لمختلف الأسر، وتشارك في صناعة الرأي الإعلامي.. كل هذا يعني أن العمل الخيري يقوم فعلاً بالدور المنوط به ويؤثر في توجيه المجتمع وصناعة القرار.

كل ما سبق أسباب تدعو الجهات الخيرية لتعزيز التواصل مع المجتمع، وهي أسباب تشترك بشكل مباشر أو غير مباشر مع أسباب الجهات الربحية.. وبالتالي فيمكنها محاكاة أساليب الجهات الربحية وتطبيقها بما يتلاءم مع ظروف وأغراض الجهات الخيرية. وسننتقل في العنوان التالي لمعرفة أبرز أساليب الجهات الربحية في التواصل مع المجتمع.

## كيف نتواصل الجهات الربحية مع المجتمع؟

## وكيف نتواصل الجهات الخيرية مع المجتمع؟

هناك العديد من أساليب التواصل مع المجتمع التي تستخدمها الجهات الربحية والتي من الممكن محاكاتها بشكل أو بآخر وتطبيقها في الجهات الخيرية. وإذا أردنا أن نحصر هذه الصور فيمكننا رصد أبرز الأساليب فيما يلي:

- ١- تقديم التبرعات للجهات الخيرية مالياً أو بالمنتجات والبضائع التي تتولى الجمعيات توزيعها للمستفيدين.
- ٢- تأسيس الجمعيات والمجالس النفعية المتخصصة غير الهادفة للربح مثل جمعية المهندسين والمجلس السعودي للجودة وجمعية الطلاب المبدعين وغيرها.
- ٣- تنظيم برامج سياحية أو رياضية أو ترفيهية موجهة لبعض شرائح المجتمع مثل: الأطفال المعوقين، أو أطفال منسوبي نفس الجهة، أو الأمهات، أو كبار العملاء، أو بعض الموردين..
- ٤- توزيع كميات مجانية من منتجاتها أو بأسعار رمزية تقل عن التكلفة الفعلية بمناسبة (مثل أيام الأعياد) أو من غير مناسبة.
- ٥- تنظيم حفل عند إطلاق أحد منتجاتها أو فروعها أو موقعها على الانترنت بهدف التعريف بأن هناك شيئاً جديداً يلبي احتياجاً في المجتمع أياً ما كان شكل هذا الاحتياج.
- ٦- إقامة المعارض المتخصصة والتي يمكن أن تخاطب طلاب المدارس أو المتسوقين في مكان ما أو غيرهم.
- ٧- رعاية المناسبات المختلفة: مثل شركة المجوهرات التي قدمت رعاية لإقامة حفل لأستاذات الجامعات اللاتي أتممن العمل لمدة عشر سنوات في مجالهن.

- ٨- إنشاء إدارة علاقات عامة تؤدي العديد من الأدوار الحيوية ومنها: النشر في الصحف، توضيح أي ملاسبات قد تتعلق بأعمال الشركة أو منتجاتها أو خدماتها، الرد على أي ادعاءات أو افتراءات أو شائعات تشر أو تشاع ضد الجهة، إصدار بعض المطبوعات التي تستهدف شرائح مختلفة من خارج نفس الجهة أو داخلها مثل عائلات العاملين.. وقد تتبنى القيام ببعض أو كل الصور السابقة في خدمة المجتمع والتواصل معه.
- ٩- إصدار مطبوعات توعوية وتعريفية مثل المجلات والنشرات: مثلاً شركة لمنتجات الأطفال أصدرت للأمهات دليلاً للعناية بالطفل يوزع مجاناً ويحتوي الكثير من المعلومات المهمة.
- ١٠- تنظيم مسابقات جماهيرية أو سحبيات على جوائز وهدايا في مناسبات مختلفة.
- ١١- التعاون مع جهات أخرى غير ربحية لتقديم بعض الخدمات: مثل قيام إحدى الشركات بالتنسيق والتعاون مع إحدى الجمعيات النسائية الخيرية في المملكة لتدريب الكادر الإداري بلا مقابل.

#### لفتة في غاية الأهمية لتعزيز تواصل الجهات الخيرية مع المجتمع:

الجهات الخيرية لها الكثير من الانجازات حيث شاركت في مشروعات ومبادرات متميزة، ولكن كثير من المبادرات اعتادت أخذ الشكل التنفيذي "لتوفير الخدمات" لذلك ينظر إليها بشكل عام كوسيلة "لحل المشاكل" أو "لتلبية الاحتياجات" مما يحدد المجتمع في مجموعة بسيطة من المشاكل والاحتياجات. ضعف المجتمعات يرجع في بعض الأحيان إلى الاعتماد على المؤسسات الخارجية أو الاعتماد على الدولة لأن الدعم الذي توفره يتمثل في (تنفيذ برامج تنموية بدلاً من (بناء المؤسسات وقدرات المجتمع) مما يحد من القدرة على المبادرة بمشروعات تنموية أخرى. وتعزيز التواصل بين المجتمع والجهات الخيرية يساعد على تجاوز هذه المعضلة معترفين إن المجتمعات - حتى الفقيرة - تمتلك موارد وطاقت إذا تم دمجها في خطط الجهات الخيرية وسوف تساهم بقوة في تحقيق التنمية الذاتية المستمرة بتوفيق الله. ويستطيع المواطنون النشطون

من مختلف الفئات إدارة تنمية المجتمع لأن لديهم القدرة على تحديد وتعبئة مواردهم والقيام بتطوير هذه الموارد والخدمات. مثال ملفت ومثير: إد روبرتس أمضى حياته مقعداً مشلولاً ومع ذلك كان أول مقعد يتخرج من جامعة كاليفورنيا ثم خدم كمدير لمعهد إعادة تأهيل المعوقين بولاية كاليفورنيا، وكداعية للمعوقين لا يكل ولا يمل حتى أثر على أعضاء الهيئات التشريعية في أمريكا لتأمين حقوق المعوقين واستصدار القوانين اللازمة لمنحهم مكانتهم الاجتماعية.

### كيف تتواصل الجهات الخيرية مع فئات المجتمع؟

أما الوسائل والأساليب التي يمكن للجهات الخيرية أن تتواصل فيها مع المجتمع فهي كثيرة ومتعدد ويمكنها بكل منطوقية اختيار أي أسلوب من الأساليب المستخدمة في الجهات الربحية ومحاكاته بما يتناسب مع طبيعتها وإمكانياتها. ولذلك فالتركيز على الخطوات والآلية التي يجب إتباعها من قبل الجهات الخيرية هو الأولى بالإثارة والنقاش.. وأحب أن أخصه في العنوان التالي.

### الخطوات التي يجب أن تتخذها الجهات الخيرية للتواصل مع المجتمع:

**أولاً:** أن يكون التواصل مع المجتمع ضمن الأهداف الرئيسية لخطة الجهة الخيرية، ومن ثم يتم وضع الخطط لتنفيذ هذا الهدف، ووضع السياسات لتقييمها التنفيذ ومراجعة وتعديل ما يلزم وبما يحقق أهداف الجهة الخيرية.

**ثانياً:** تحديد مسؤولية متابعة برامج التواصل مع المجتمع وحصرها في شخص ما أو إدارة معينة يتم مسألته ومتابعة أدائها من قبل الإدارة العليا.

**ثالثاً:** أن تحرص الجهة الخيرية على فهم المجتمع المحيط بها والظروف التي يعيش فيها والاحتياج القائم فعلياً وأقترح لذلك أن تعقد إدارة الجهة الخيرية حلقة نقاش وعصف ذهني مفتوحة يشارك

فيها العاملون وعدد من أفراد المجتمع المحيط للوصول إلى قائمة من الأفكار التي يلزم الجهة تنفيذها أو ترشيحها وتنفيذ أهمها.

رابعاً: أن تنظّم الجهة الخيرية نفسها وتحرص على تنظيم المجتمع نفسه ليحسن من ظروف الحياة.

خامساً: أن تضع الجهة الخيرية خططاً لمشروعات أو برامج محددة من شأنها أن تؤدي إلى هذا التحسين في التواصل وتقديم ما ينفع المجتمع. وتعلن هذه البرامج والخطط ليساهم الآخرون في تنفيذها.

سادساً: أن تقوم الجهة بتنفيذ هذه الخطط مع عدم الاعتماد على مصادر خارجية إلا في أضيق الحدود ومع محاولة جادة لتفعيل طاقات نفس المجتمع وهو ما يسمى "تنمية المجتمع باستخدام موارده الذاتية". تنمية المجتمع باستخدام موارده الذاتية يركز على النواحي الإنسانية والمواهب الفردية والعلاقات الاجتماعية للمجتمع التي تعتبر المحرك لنشاط المؤسسات وشبكات العلاقات غير الرسمية. وهو يؤكد دور المجتمع وقدرته على قيادة عملية التنمية من خلال تحديد واستثمار الموارد المتاحة غير المدركة أو غير المستثمرة بالصورة المثلى. وكذلك يعتبر مدخلاً نظرياً لتنمية المجتمع المحلي ويشجع على الحركة الايجابية للتغيير بدلاً من التركيز على احتياجات المجتمع ومشاكله، إن الاعتراف بنقاط ضعف المجتمع ونقاط قوته هام ولكن يجب توجيه الانتباه إلى استخدام الموارد والفرص المتاحة لدعم واستمرار تنمية المجتمع بدلاً من التركيز على التعامل مع الاحتياج المحلي.

سابعاً: أن تقوم الجهة الخيرية بتقييم ما تم تنفيذه وفي ذلك تثبيت أو اصل التواصل والترابط مع المكتسبات الجديدة مثل العلاقات الفردية والدعم وغيره.

### تجارب واقعية من القطاع الخاص والقطاع العام

عناصر التميز التي يمكن تطبيقها في الجهات الخيرية من خلال هذه التجارب.

١- مركز خدمة المجتمع والتدريب المستمر: تتركز مهمة المركز في ربط المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني بالمجتمع عن طريق تقديم العديد من الأنشطة والبرامج التي تتلاءم مع احتياجات المجتمع بمختلف فئاته ومؤسساته.

#### الأهداف:

- ١- تنمية العلاقة بين المجتمع ومرافق المؤسسة التعليمية والتدريبية المختلفة وتوثيقها عن طريق القيام بالبحوث والدراسات والاستشارات وخدمات التعليم والتدريب المستمر.
- ٢- التعرف على احتياجات المجتمع التعليمية والتدريبية لوضع سياسة علمية عملية تلبى تلك الاحتياجات وتزيد من نشر الوعي التقني بينهم.
- ٣- العمل على تمكين المواطن من مواكبة تطور العلوم التقنية عن طريق تقديم برامج مناسبة لجميع فئات المجتمع على مختلف أعمارهم ومستوياتهم الثقافية والاقتصادية في شكل محاضرات ولقاءات علمية ودورات تدريبية وغير ذلك من الوسائل المتاحة. ورغبة في تحقيق أهداف المركز فقد حددت مهامه بعدة محاور منها:
- ١- تنظيم الدورات التدريبية في المجالات التقنية والفنية التي تلبى الاحتياجات التدريبية للأفراد والمؤسسات العامة والخاصة.
- ٢- القيام بالاستشارات الفنية التي تحتاجها الأجهزة الحكومية وشركات ومؤسسات القطاع الخاص.
- ٣- إعداد البحوث والدراسات التي يتم تمويلها من قبل الجهات المستفيدة.
- ٤- عقد الندوات والملتقيات العلمية في الموضوعات ذات الصلة بمجالات عمل المؤسسة واختصاصاتها.

٢- الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال: انتهجت الشركة منذ تأسيسها سياسة جديدة تتمثل في خدمة المجتمع بصورة تجعلها قريبة من الناس تتحسس مشاكلهم وهمومهم وتعمل على حلها وتقديم كافة أنواع العون والمساعدة لهم، وللتعريف بالنشاطات الاجتماعية التي قامت بها الشركة صدر الكتيب الاجتماعي للشركة الذي يقدم شرحاً مفصلاً للمساهمات التي قامت بها في مجال خدمة المجتمع. يشتمل الكتيب على معلومات شاملة عن الدور الاجتماعي للشركة فيما يتعلق بالنهوض بالمجتمع العماني والجهود التي بذلتها في مجال تنمية وتطوير البرامج الاجتماعية والاستثمارية، وضمن هذا الجهد الجبار في دعم الاقتصاد الوطني ستقدم الكثير من الفوائد للمجتمع عن طريق التوظيف والتعليم والتدريب والمشتريات والعقود الداخلية. وتعتبر الشركة جزءاً من المجتمع، وتتداخل فيه بمختلف الصور، وتسهم بشكل طوعي في دعم الأنشطة الاجتماعية ورعاية الشباب والتبرعات الخيرية بالإضافة إلى الجهود التي تبذلها في المحافظة على البيئة والتراث والمساهمة في الفعاليات الثقافية ومشاريع السلامة. وتدرج هذه المساهمة في دعم المجتمع العماني ابتداءً من تبرع رمزي يبلغ ٥٠ ريال عماني في مناسبة اجتماعية إلى مشروع تبلغ تكلفته الملايين مثل مستشفى صور العام، مما يؤكد على الدور الاجتماعي الرائد للشركة. وساهمت الشركة بشكل رئيسي في مشروع (انطلاقة) في تدريب أكثر من ١٦٠ شاباً وشابة من أجل صقل مهاراتهم لتنفيذ مشاريع تجارية خاصة بهم. وأعدت الشركة مشروعاً خاصاً بالمنح الدراسية من أجل إتاحة الفرصة للشباب المتفوقين في الثانوية العامة ومساعدتهم من أجل مواصلة تعليمهم في أفضل الجامعات في العالم.

٣- نادي الروتاري<sup>١</sup>: وجدت العديد من الأندية الاجتماعية التي تهتم بالأعمال الخيرية وخدمة المجتمع ومن أشهر هذه النوادي نادي الروتاري. يرجع تاريخها إلى سنة ١٩٠٥ حين قام أحد الأشخاص يدعى (بول هاريس) بإنشاء أول نادي للروتاري في مدينة شيكاغو الأمريكية وقد جاءت التسمية من استعمال عبارة Rotation ومعناها بالتناوب حيث كان أعضاؤها يعقدون اجتماعاتهم في مكاتبهم بالتناوب، ثم انتشر عالمياً وكانت أغلبية الأعضاء من الأجانب و

<sup>١</sup> نقل التجربة لأخذ عناصر التميز لمحاكاتها ولا يعني بالضرورة قناعتنا بصحة ومبدأ عمل هذه الأندية



لكنهم سرعان ما انتشروا في المجتمع يضمون إلى صفوفه عليه القوم، وانتشروا في كل محافظة في بعض البلدان مثل مصر. وانتشار نوادي الروتاري ليس انتشاراً طبيعياً حيث تم الانتشار في المجتمع خلال مخطط دقيق يتم من خلال النادي لا من خارجه بمعنى أن كل عضو من الأعضاء يرشح للنادي من يراهم صالحين للانضمام والذين تنطبق عليهم شروط العضوية وليس هناك مجال لانضمام من يرغب. ومن الشروط: أن يكون العضو من عليّة القوم و من أصحاب المراكز المرموقة أو من أصحاب الأموال و السلطان فلا مكان للعمال والفقراء بين هذه النوادي وأن يتوافر فيه عدم الارتباط أو التعصب الديني لأن الدين الجديد هو الزمالة التي تتعالى فوق الأديان كما يرى منسوبي هذه الأندية. في الوقت نفسه يتم اختيار عضو واحد من بين أصحاب المهن والحرف والنشاطات الرئيسية في البلاد بعد اختبارات يمكن بعد اجتيازها قبول المرشح. ويتم اختيار الأعضاء بكل دقة وعناية وليس على أساس العمل المهني أو القيادي أو المكانة الاجتماعية فحسب، ولكن على أساس الرغبة في الخدمة، وهذا الأساس يقلل من عدد الرجال المطلوبين. وجود عضو واحد يمثل فرع عمل واحد ويهدف إلى إكساب النادي الروتاري خبرة فنية عملية و إلى تجنبه أية احتكاكات أو منازعات.

يتألف النادي الروتاري من لجان عديدة أهمها لجنة الخدمة الدولية لتنمية التقارب بين الدول والشعوب ونزع السلاح، ولجنة الخدمة المهنية لتقوية التعارف بين أصحاب المهن المختلفة في المدينة، ولجنة خدمة المجتمع لمعاونة المحافظين في مكافحة التلوث والمحافظة على البيئة، ولجنة الشباب لنشر روح التفاهم الدولي بين الشباب، ولجنة التصنيف لربط الأعضاء بعضهم ببعض، ولجنة النشرة والمجلة لضمان سير الأعمال الإعلانية والدعائية، ولجنة خدمة النادي لتنظيم حضور الأعضاء.

وتخدم كل هذه اللجان أهداف نوادي الروتاري المنحصرة في هدفين أساسيين: أولهما الخدمة العامة ومساعدة المحتاجين وإنشاء الملاجئ للأيتام ومراكز علاجية للفقراء وغير ذلك مما يندرج تحت الخدمة العامة الموجهة إلى الإنسان بصرف النظر عن دينه أو جنسيته أو وطنه. وثانيهما هو تعزيز التفاهم الدولي والنية الصادقة وحب السلام وتوفيق أو اصر الإخاء و الصداقة وإزالة أسباب الفرقة والخصام بين الشعوب.

أما عن مصادر تمويل الروتاري فتأتي من الأعضاء الذين يلتزمون بدفع ما يأتي: رسوم الالتحاق، ورسوم الاشتراك السنوي، ورسوم الاشتراك في مجلات الروتاري المحلية والعالمية، بالإضافة إلى مبالغ ثابتة تُحصَل من كل عضو يحضر وجبات الغذاء والتبرعات التي يفرضها رئيس النادي، وقيمة زمالة (ألف دولار)، والإسهام في الحفلات بشراء عدد من التذاكر لحساب الشركة أو الإدارة التي يعمل بها العضو، ويتم تجميع كل هذه الإيرادات ثم يُودع الجزء الأكبر منها بحساب المؤسسة الدولية لأندية الروتاري.

٤- **جمعية رجال أعمال سكندرية:** وقد نظمت هذه الجمعية نفسها بحيث تقدم العمال التالية:

أولاً: برامج التشغيل والمشروعات تنموية :-

١- برنامج الإقراض: تم إبرام اتفاقية تعاون بين جمعية رجال أعمال اسكندرية والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية ( المعونة الأمريكية ) بغرض توفير موارد فنية ومالية للجمعية لتنفيذ مشروع تنمية المنشآت الصغيرة والحرفية. وقد استطاعت الجمعية أن تتوسع من البرامج التي تخدم المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر حيث يقدم المشروع ثلاثة برامج منها برنامجين للإقراض وهما برنامج إقراض الحرفيين وأصحاب المنشآت الصغيرة وبرنامج بشاير الخير لإقراض المرأة الفقيرة المعيلة وبرنامج ثالث وهو برنامج خيري اسمه "الخير لمن يعمل" يهدف إلى مساعدة العاطلين عن العمل لبدء نشاط من خلال منحة تدفع لهم علي مرتين .

كما يقدم البرنامج خدمات غير مالية تتمثل في التدريب علي بعض النواحي الفنية والنواحي الإدارية في مجالات مسك الحسابات والتكاليف والتعامل مع الضرائب والتأمينات والرخص وكذلك المعاونة في التسويق من خلال المعارض ومنافذ البيع .

٢- برنامج بشاير الخير: هذا البرنامج موجه للمرأة الفقيرة ويعتمد علي نظام الإقراض الجماعي ( كل مجموعة مكونة من خمس سيدات ) وتتراوح قيمة القروض ما بين ١٠٠ جنيه وحتى ٥٠٠ جنيه وتتراوح فترات السداد ما بين عشرة أسابيع وأربعين أسبوعاً .

٣- برنامج محو الأمية: ويقوم علي أساس أن يقوم مشروع تنمية المنشآت الصغيرة والحرفية بصرف مبلغ ١٢٠ جنيها للخريج القادر على العمل في محو الأمية بتمويل كامل منه وتقوم الهيئة

بتوفير الفصول والكتب والمشرفين. ويهدف المشروع إلى العمل علي نحو أمية السيدات المشتركات في مشروع بشاير الخير كخطوة أولى ويتم تعميمه بعد ذلك .

#### ثانياً :- مشروعات دعم العملية التعليمية :

١- مشروع مبارك - كول: هذا المشروع ينفذ طبقاً للاتفاقيات الخاصة التي تمت بين الحكومة المصرية والحكومة الألمانية لدعم التعليم الفني في المرحلة الثانوية والاهتمام بالتدريب العملي المتخصص من خلال المصانع القائمة المتاحة.

٢- مشروع تزويد المدارس الحكومية بالطاولات المدرسية: بدأ بهدف توفير العدد المناسب من الطاولات والكراسي المدرسية حيث لاحظت اللجنة أثناء مرورها علي بعض المدارس ازدحام الطلبة وتواجد عدد كبير منهم يجلس علي الأرض.

#### ثالثاً :- مشروعات خدمة المجتمع

١- مشروع إطعام الفقير: بدأ هذا المشروع من خلال محاولة إحياء فكرة المطاعم الشعبية التي كانت تقدم الوجبات للأسر الفقيرة المحتاجة .. وقد تم الاتفاق مع وزارة الشؤون الاجتماعية لتوزيع وجبات مجانية للمستفيدين من إعانات الضمان الاجتماعي علي أساس أنهم أحوج الناس.. ووجد المسئولون باللجنة أن الوجبة الجاهزة عبارة عن وجبة واحدة وفكروا في استبدال الوجبة الجاهزة إلى أصناف جافة تفيد الأسرة في عدد من الوجبات وأصبحت تقدم الآن إلى المستفيدين من الضمان الاجتماعي وأيضاً عائلات الأيتام بجمعية الرضوان الخيرية وجمعية إيلاف لكفالة اليتيم

٢- مشروع كفالة اليتيم: تقدم الوجبات الجافة لأسر الأيتام مع توفير الكفالة المالية الشهرية للأيتام إلى جانب توفير ملابس الأعياد والزي المدرسي وسداد المصروفات المدرسية .

#### ٣- مشروع كفالة المريض

٤- مشروع الخير لمن يعمل: يهدف إلي دفع من لا عمل لهم لإيجاد فرص عمل خاص بهم يدر عليهم دخلاً من التعطل .. ويعتمد علي أن يختار العميل المشروع الذي يجده مناسباً له ويتم منحه مبلغ دفعة أولى وبعد ثلاثة أشهر إذا نجح في مشروعه يمنح مبلغاً آخر لمساعدته في الاستمرار في مشروعه .

رابعا :- مشروعات لخدمة مجتمع الأعمال:-

- ١- مركز التحكيم في المشكلات التي تواجه رجال الأعمال في سيرتهم تلك التي قامت علي وجود نزاع أو خلاف حول بعض العقود
- ٢- خدمات لرجال الأعمال :-
  - ١- الاشتراك في قاعدة بيانات منظمة ITC التابعة لـ UNCTD وهي قاعدة بيانات تسويقية تقدم خدماتها بالاشتراك للمؤسسات غير الحكومية حيث تقدم معلومات هامة أساسية عن الأسواق المختلفة يمكن إفادة الأعضاء ومجتمع الأعمال منها .
  - ٢- تقدم الجمعية تسهيلات وتيسيرات لأعضائها للحصول علي تأشيرات الدخول إلى البلاد المختلفة من السفارات والقنصليات .. كما تساعدهم أيضا علي الحصول علي تخفيضات علي تذاكر السفر.
  - ٣- واستمرارا في تقديم الخدمات للأعضاء يتم التعاقد مع عدد من الفنادق لتقديم خدماتها للجمعية وأعضائها بأسعار مميزة .
  - ٤- تتناول النشرة الأسبوعية التي تصدرها الجمعية أهم الأعمال والاجتماعات والزيارات والأخبار العامة بالإضافة إلى الفرص والخدمات المتاحة .

خامسا :- النشاط الدوري

١. نشاط الندوات: عقدت الجمعية واللجان المتخصصة العديد من الندوات مع عدد من المسؤولين والشخصيات في الموضوعات التي تهم الأعضاء في مختلف المجالات كما استقبلت العديد من سفراء الدول الأجنبية والوفود وممثلي الهيئات الدولية والمحلية خلال العام لتعزيز التعاون وتوفير الخدمات لرجال الأعمال.
٢. الدورات التدريبية: قامت الجمعية من خلال لجنة التدريب وتنمية الموارد البشرية بعمل خطة سنوية وعرضها علي الأعضاء من خلال كتيب وتم عقد العديد من الدورات التدريبية التي تهم الأعضاء وشركاتهم وذلك استمراراً لرؤية الجمعية في دعم تنمية القوي البشرية لدفع الإنتاجية .
٣. النشرة الدورية: استمرت الجمعية في إصدار النشرة الدورية الأسبوعية وترسل إلى جميع الأعضاء والصحافة وتتضمن أخبار الاجتماعات واللقاءات وأيضاً أخبار اللجان والفرص

التصديرية والتقارير وكل أنشطة الجمعية . وتقوم الجمعية بإرسال هذه النشرة بالبريد الإلكتروني إلى الأعضاء الراغبين في ذلك .

٤. الصفحة الإلكترونية: أنشأت الجمعية موقعاً إلكترونياً وعنوانه [www.aba.org.eg](http://www.aba.org.eg) يتضمن بيان بأعضاء الجمعية وبياناتهم يتم تحديثه بصفة مستمرة . كما يتوفر على الموقع الإلكتروني عدد من المعلومات المختلفة باللغة العربية والإنجليزية كفرص للتصدير والاستيراد والمنافسات والمعارض الدولية والمحلية وتتضمن أيضاً بيان بالكتب الجديدة بمكتبة الجمعية والمذكرات التي تصدرها الجمعية لمختلف الجهات بالإضافة إلى النشرة الأسبوعية علماً بأن أعضاء الجمعية يمكنهم الدخول على الموقع للحصول على ما تتضمنه الصفحة من بيانات وخدمات كما يمكن لأي فرد أو هيئة الدخول على الموقع للحصول على قائمة بأسماء أعضاء الجمعية وبياناتهم وهيئاتها محدثة أولاً بأول . كما يوجد العديد من الصفحات المرتبطة والتي تحتوي على العديد من المعلومات ذات اهتمام أعضاء الجمعية .

٥. مذكرات مقدمة من الجمعية: قامت الجمعية بالتصدي للعديد من الموضوعات التي تهم مجتمع الأعمال في مجالات مختلفة مثل مذكرة بشأن مقترحات اللجنة لتطوير إجراءات التصدير برا ومذكرة إلى المسؤولين عن معوقات التصدير وبالأخص التصديق على مستندات التصوير وتعقيده .

٦. دراسة مشاريع القوانين مثل مشروع قانون ضمانات وحوافز الاستثمار ومشروع قانون المنافسة ومنع الاحتكار

٥- برامج عبداللطيف جميل لخدمة المجتمع: تسعى للاستفادة من المفهوم الجديد للتنمية القائم على مبادرة القطاع الخاص من أجل التنمية كأساس لعملها داخل المجتمع السعودي، ويُعد التدريب بكافة مستوياته أحد أهم منابع خدمة المجتمع، ولذا أخذت على عاتقها تبني برامج متعددة بهدف إعداد الشباب السعودي وتأهيله لاحتياجات سوق العمل المتنامي داخل المملكة. ومثل هذا التدريب هو بمثابة استثمار لا غنى عنه للشباب والمجتمع في آن واحد، فهو يساعد الشباب على زيادة كم ونوعية المهارات والمعارف الفنية والتقنية المكتسبة لديهم، بما

يعود بالفائدة على المجتمع الذي يعيشون داخله أيضاً في صورة تحسين جودة أدائه وإنتاجيته وتوطين التقنية الحديثة داخله.

ولذا تبدو المهمة الرئيسية في كونها:

- نابعة من الإحساس الاجتماعي - الإنساني العميق تجاه المجتمع.
- لا تسعى للربح المادي، وإنما الاستثمار في العامل البشري والذي هو أساس عمليات التنمية وغاياتها.
- تهدف مساهماتها لرسم صورة نموذجية لبرامج اجتماعية وتأهيلية، يمكن أن يحتذى بها الآخرون
- تسعى برامجها للتأهيل والتدريب إلى توفير فرص عمل حقيقية للشباب والشابات.
- برامج التأهيل والتدريب تتم وفقاً لأسس علمية وتقنية متعارف عليها، بهدف إيجاد فرص عمل ذاتية لشرائح المجتمع المتعددة.
- وتشمل البرامج إضافة إلى التدريب تقديم الدعم المادي والمعنوي لأصحاب المشروعات الصغيرة وتبني مفهوم الأسر المنتجة.

#### عناصر التميز التي يمكن محاكاتها في الجهات الخيرية من خلال التجارب السابقة:

- 1- وجود التنسيق بين الجهات الخيرية والجهات الربحية أو الرسمية بحيث تتولى الجهات الخيرية نواحي التنفيذ بينما تتولى الأخرى التمويل والدعم والتسهيلات.
- 2- وجود أهداف واضحة ومجالات محددة لخدمة وتنمية وتعزيز التواصل مع شرائح المجتمع.
- 3- تحديد عدد من الشرائح التي ستسعى الجهة الخيرية لتعزيز التواصل معها مثل المرأة الفقيرة والعاطلين عن العمل ورجال الأعمال..
- 4- الحاجة إلى تنويع قنوات ومجالات التواصل مع عدد مختلف من شرائح المجتمع.

- ٥- ضرورة وجود أنظمة وبرامج وسياسات دقيقة تسيير عليها الجهات الخيرية للتواصل مع المجتمع واختيار من يقوم بدور خدمة المجتمع والتواصل معه .
- ٦- الربط بين برامج الموارد المالية وبرامج خدمة المجتمع والتواصل معه.
- ٧- الحاجة إلى وجود برامج اجتماعية إبداعية مستحدثة يمكن من خلالها السبق في التواصل مع المجتمع .
- ٨- الاهتمام بالنواحي الإعلامية والترويجية للتواصل مع المجتمع.
- ٩- الاهتمام بجمع الشرائح المستهدفة من خلال التدريب وغيره.

#### قائمة تفصيلية بفئات من المجتمع يمكن التخطيط لتعزيز التواصل معها من قبل الجهات الخيرية:

- الآباء - الأمهات - الأطفال - المقبولون على الزواج.
- عائلات العاملين في الجهات الخيرية - أصحاب الأسر الكبيرة.
- السائقين - خادمت البيوت - المربيات - حراس المنازل.
- الفقراء والمساكين والمحتاجين.
- العمالة في مجالات البناء ونحوه من الأعمال الميدانية - أصحاب سيارات الأجرة.
- ذوي الدخل المحدود - العاطلين عن العمل.
- رجال وسيدات الأعمال - ملاك المحلات التجارية.
- غير المسلمين - حديثو الدخول في الإسلام - غير الناطقين بالعربية - غير المتعلمين.
- موظفي الحكومة - موظفي البنوك - العاملين في قطاع العقار.
- أساتذة الجامعات - المعلمين والمعلمات.
- المطلقات - الأيتام - الأرامل - العوانس.
- المعاقين - المرضى في المستشفيات - العجزة وكبار السن.
- الرياضيين - الشباب.
- طلاب المدارس الأجنبية - الطلاب والطالبات في مختلف المراحل الدراسية.
- الباحثون - طلاب العلم - الأئمة والمؤذنين - حفاظ القرآن والسنة.

- المهندسين – الأطباء – متخصصو التسويق والمبيعات.
- رواد مواقع المحادثة في الانترنت – المتخصصون في التقنية.
- الكتاب والمؤلفون – المبدعون والمبتكرون.

#### بعض الأفكار العملية لتعزيز التواصل مع مجتمع بمختلف فئاته من قبل الجهات الخيرية:

- ✓ تهيئة مكان اجتماعات دورية لسكان الحي ووجهائه والمتخصصين وغيرهم.
- ✓ إقامة علاقات تجمع العاملين في الجهة الخيرية والعاملين في الجهات الحكومية والخاصة القريبة من نفس الجهة.
- ✓ تهيئة مكان لتقديم وعقد اللقاءات بين أفراد المجتمع.
- ✓ تقديم الأبحاث والدراسات والمشاركة في نشرها وتنظيمها.
- ✓ تبني كتابة مقالات وصفحات عن العمل الخيري بشكل دوري في بعض الصحف اليومية.
- ✓ إعداد برامج لتأهيل الشباب للالتحاق بالوظائف المهنية أو وظائف العمل الخيري.
- ✓ عمل المعارض المتخصصة والمبتكرة بالتنسيق مع جهات متعددة.
- ✓ الإسهام في النشر العلمي والترجمة للتجارب والخبرات وغيرها مما يهتم به شريحة من المجتمع.
- ✓ المشاركة في الرصد الإعلامي للأخبار والمستجدات التي تهم شريحة أو أخرى.
- ✓ رعاية السجناء والمدمنين خاصة بعد انتهاء فترة السجن أو العلاج.
- ✓ التعاون مع الجهات الخاصة والحكومية في برامج الإسكان الخيري والبرامج الصحية وغير ذلك.
- ✓ التعاون مع الجهات الخاصة والحكومية في تقديم البرامج التدريبية والتأهيلية والتعليمية المتميزة في المجالات الإدارية والعلمية والطبية والهندسية ومجالات المهارات العامة وتدريب الكوادر المتخصصة.
- ✓ فتح مجالات تنمية الطلاب والتعاون مع كل من يتبناها.



- ✓ تهيئة المناخ وتفعيل تعليم الجماهير بأصول الكتابة والقراءة وتثقيفهم (محو الأمية) والتعاون في تسيير قوافل ثقافية للطلاب والأساتذة إلى المناطق الريفية خلال الإجازات الصيفية للتوعية وتعليم المجتمع الريفي.
- ✓ البروز والمشاركة في المناسبات العامة مع المجتمع مثل الأعياد والامتحانات الدراسية والأجازات الصيفية.
- ✓ دعم العملية الثقافية والحضارية للمجتمع بالطرح الثقافي والمعارض الفنية ومعارض البيئة والفنون الشعبية والندوات العلمية مثل مشكلة المياه والإصدارات والمطبوعات أو التعاون مع من يقوم بذلك.