

تصميم مبادرة نوعية

مذكرة تطبيقية

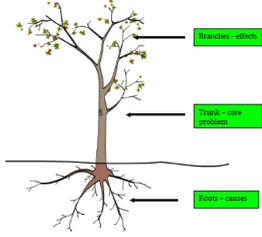
تقديم: زيد عويد العزي

أولاً: المشكلة والفئة المستهدفة والفكرة الأولى

المشكلة المحددة:	ضعف الروابط الاجتماعية والأسرية في ظل التغيرات السريعة ونمط الحياة الحديث، مما أدى إلى تباعد أفراد الأسرة، وتراجع دور الشباب في الحياة المجتمعية، وغياب المساحات الآمنة للتواصل بين الأجيال.
الفئة المستهدفة:	الشباب من ١٥ إلى ٣٠ سنة الأسر بمختلف تكويناتها كبار السن (كمصدر حكمة وتجارب)
فكرة المبادرة:	مبادرة اجتماعية تعزز الروابط الأسرية، وتعيد إحياء قيم التواصل، الدعم النفسي، والهوية المجتمعية، من خلال فعاليات تفاعلية تجمع بين الأجيال، وتُفعل المساحات العامة كمناطق دفاء اجتماعي.

ثانياً: مرحلة التحليل

أ/ تحليل المشكلة:



بعدما تم التعريف بـ "المشكلة" وتحديد "الفئة المستهدفة" بدقة؛ يمكننا تحليلها لنعرف مدى تعقيدها، ومسبباتها، وآثارها. **تستطيع ذلك عن طريق:** استخدام نموذج (تحليل شجرة المشكلات) كما في الأسفل، ارسم العلاقة بين الأسباب. بعد إكمالها راجع المسببات الواردة في أسفل الشجرة، وابحث عن الأدوار التي تستطيع القيام بها مع الجامعة.

شعور الأبناء بالعزلة أو الاغتراب داخل أسرهم

غياب القيم التربوية المشتركة

ضعف التماسك الأسري

الآثار

تشهد الكثير من المجتمعات المحلية، خاصة في المناطق الطرفية أو ذات النشاط المحدود، تراجعاً ملحوظاً في الروابط الأسرية والاجتماعية. ويظهر هذا في قلة اللقاءات العائلية الفعالة، ضعف التواصل بين الأجيال، وانخفاض مشاركة الشباب في العمل المجتمعي، مما يؤثر على استقرار الأسرة ووظائفها النفسية والاجتماعية.

المشكلة

فقدان بعض الموروثات الاجتماعية

قلة الفعاليات المجتمعية النوعية

الانشغال بالتقنية والعالم الرقمي

الأسباب

عزوف بعض الشباب عن المشاركات المجتمعية

غياب المساحات المفتوحة والبرامج الهادفة

ب/ تحليل البيئة عبر أداة (SWOT):

عناصر القوة في المبادرة	عناصر الضعف في المبادرة
توافق المبادرة مع القيم المجتمعية في شمال المملكة، حيث الروابط الأسرية مهمة جداً. تنوع الأنشطة مما يجعلها جاذبة لمختلف الفئات العمرية. إمكانية الشراكة مع جهات متعددة (حكومية، أهلية، ثقافية). تفعيل دور الشباب وتحفيزهم للعمل المجتمعي والتطوعي.	اعتماد المبادرة على التفاعل المجتمعي المباشر، وقد تكون الاستجابة متفاوتة. الحاجة إلى فريق منظم وملتزم لإدارة الفعاليات والأنشطة. ضعف التوثيق أو قياس الأثر إذا لم توضع آليات واضحة منذ البداية. قلة الخبرة التقنية لدى بعض الفئات المستهدفة في الأنشطة الرقمية.
الفرص المتاحة والممكنة للمبادرة	التحديات والمخاطر المحيطة بالمبادرة
دعم الجهات الرسمية للمبادرات الاجتماعية ضمن رؤية السعودية ٢٠٣٠. وجود عطش مجتمعي للأنشطة الأسرية والاجتماعية الهادفة. تزايد عدد المتطوعين الشباب الباحثين عن فرص حقيقية لخدمة المجتمع. الإعلام الرقمي كأداة توثيق وانتشار يساهم في جذب الدعم والرعاة. الإمكانات في شمال المملكة يمكن ربطها بفعاليات المبادرة لخلق محتوى جذاب.	التغيرات المناخية الموسمية التي قد تعيق إقامة الأنشطة المفتوحة. ضعف التمويل أو التأخر في استدامته. إمكانية تداخل المبادرة مع فعاليات مشابهة من جمعيات أخرى مما يشتت الجمهور. تفاوت البنية التحتية من مدينة لأخرى (توفر الحدائق، القاعات، الدعم اللوجستي...).

ويمكنك من خلال تحليل (SWOT) القيام بالتالي على الأقل:

- ١- تعظيم عناصر قوتك باستثمار الفرص المتاحة.. وقد تجد في هذين العنصرين فرصتك (للبناء على الأصول).
- ٢- تقليص عناصر ضعفك باستثمار نقاط القوة والفرص كلما أمكن ذلك.

بنهاية هذه المرحلة:

- ١- تكون مسببات المشكلة واضحة ومحددة، ثم يستطيع فريق العمل تحديد المجالات التي سيعمل عليها وفق قدرات المنظمة.
- ٢- تستطيع صياغة أهداف المبادرة بطريقة سهلة بواسطة الصياغة الإيجابية للتعبيرات الواردة في شجرة المشكلات على مستوى (الأثار).
- ٣- بعد هذه المرحلة المفترض أن الصورة الكلية اكتملت، فاملاً الجدول التالي وفقاً لما سبق:

ثالثاً: صياغة العناصر الأساسية

اسم المبادرة	سُكَّان الدفاء
فكرة المبادرة بصورتها المكتملة والنهائية	هي مبادرة اجتماعية نوعية تمهد إلى تعزيز الروابط الأسرية والمجتمعية في مناطق شمال المملكة، من خلال فعاليات وورش تفاعلية تُعيد إحياء الدفاء الإنساني بين أفراد الأسرة، وتُشرك الشباب في أدوار مجتمعية ببناء، وتُعيد صوت كبار السن كحُكماء ومرجع ثقافي.
الأهداف التفصيلية	<ul style="list-style-type: none"> ١- تعزيز الترابط الأسري. ٢- بناء جسور تواصل بين الأجيال. ٣- تمكين الشباب في العمل المجتمعي. ٤- إحياء القيم والتقاليد الاجتماعية الإيجابية. ٥- خلق بيئة مجتمعية دافئة وآمنة. ٦- رفع جودة الحياة الاجتماعية في المناطق المستهدفة.
الفئة المستهدفة	<p>الأسرة بكافة أفرادها</p> <p>الشباب من ١٥-٣٠ سنة</p> <p>كبار السن والرموز المجتمعية.</p>
ميراث المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> ١- تفكك العلاقات الأسرية والاجتماعية، والحاجة إلى مبادرات نوعية غير تقليدية. ٢- الفراغ العاطفي والاجتماعي بين الأجيال، وضعف مشاركة الشباب في الحياة المجتمعية ٣- توافق المبادرة مع مستهدفات رؤية ٢٠٣٠

<p>١- مشاركة أسرية عالية، وتفاعل شبابي ملموس. ٢- أثر نوعي على العلاقات الأسرية. ٣- رضا المشاركين.</p>	<p>مؤشرات النجاح</p>
<p>١- أمسيات مجتمعية تتضمن جلسات سمر وحوار وألعاب شعبية. ٢- ورش ودورات تدريبية قصيرة. ٣- فعاليات عائلية وأنشطة تعليمية وترفيهية للأطفال.</p>	<p>أنشطة المبادرة</p>
<p>١- الاعداد والتخطيط. ٢- الانطلاق والترويج. ٣- التنفيذ الميداني. ٤- التقييم والختام.</p>	<p>مراحل المبادرة</p>
<p>٤ أشهر قابلة للزيادة.</p>	<p>مدة المبادرة</p>
<p>١- تعزيز جودة الحياة المجتمعية بشكل ملموس. ٢- تحويل الدفاء إلى قيمة مجتمعية. ٣- مساهمة مباشرة في تحقيق مستهدفات رؤية ٢٠٣٠</p>	<p>القيمة المضافة</p>
<p>١/ إدارية وتنظيمية، ٢/ وموارد بشرية (فرق عمل) ٣/ متطلبات مالية. ٤/ إعلام وتسويق.</p>	<p>متطلبات التنفيذ</p>

<p>١- مدير تنفيذي.</p> <p>٢- منسق ورش وفعاليات.</p> <p>٣- مسؤول علاقات وإعلام.</p> <p>٤- مسؤول فريق التطوع</p> <p>٥- مسؤول تقييم ومتابعة.</p>	فريق المبادرة
	التكلفة التقديرية
<p>١- الشراكات والرعاة الرسميين.</p> <p>٢- التبرعات المجتمعية.</p> <p>٣- جهات مانحة ومؤسسات غير ربحية.</p> <p>٤- الدخل الناتج من الفعاليات المصاحبة.</p>	مصادر التمويل
<p>١- حملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.</p> <p>٢- التعاون مع المشاهير والمؤثرين.</p> <p>٣- توفير جوائز وعروض ومسابقات وخصومات.</p>	أفكار تسويقية
<p>١- توثيق جميع الأنشطة والتجارب عبر تقارير إعلامية ومحتوى مرئي.</p> <p>٢- إعداد دليل يحتوي جميع الأنشطة التي تم تنفيذها.</p>	المخرج النهائي

رابعاً: صناعة خطط المبادرة (هذا الجزء من النماذج الإضافية)

بوصولك إلى هذا الحد صار لديك كافة التفاصيل التي تمكنك من صناعة خطط المبادرة.

ستحتاج على الحد الأدنى إلى:

أ- الخطة التنفيذية.

ب- الزمنية (مخطط جانت).

ت- خطة التدفقات النقدية.

في **الخطة التنفيذية**؛ أنت تحتاج أن تجيب على خمسة أسئلة لكل نشاط: (ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ بكم؟)، وبطبيعة الحال تستطيع أن تزيد التفاصيل لتحصل على تحكم أعلى ووضوح أكبر. لاحظ أن تفاصيل خطة المبادرة تتناسب وحجم التعقيد فيه والشراكات والموارد المتعلقة به.

في **الخطة الزمنية**؛ تنبه إلى أهمية تحديد وترتيب الأنشطة المتتابعة والمتزامنة ولمعرفة الأعمال الاعتمادية والأعمال المستقلة بذاتها؛ وذلك لضغط الجدول الزمني، وإدارة الموارد المختلفة في المبادرة بطريقة أكثر كفاءة. وبالتالي سيمثل لك ذلك نقطة قوة في التحكم بالقيود الثلاثية في مبادرتك (الزمن، الكلفة، النطاق)، وعدم الوقوع في مصيدة التعثرات المختلفة المحيطة بك.

في **خطة التدفقات النقدية**؛ تستطيع معرفة كم تحتاج؟ ومتى تحتاج؟ حتى تتحكم في مواردك بطريقة صحيحة ومنطقية، كما أنها ستساهم في معالجة قيد (التكلفة) حتى لا تقع في الحرج مع الموردين أو المستفيدين أو حتى المانح نفسه، بل وتستطيع عن طريق هذه الخطة مفاوضة المانح على حجم الدفعات وتوقيتها وفقاً للخطة المقترحة.

نموذج مبسط للخطة التنفيذية

المحور	المهام والأنشطة	المسؤول	عدد ونوع المستهدفين	التاريخ	التكلفة	ملاحظات التنفيذ
مرحلة الإعداد	تشكيل فريق العمل					
	تحديد المواقع والأحياء المستهدفة					
	عقد لقاءات مع الشركاء للمبادرة					
مرحلة الإطلاق والتنفيذ	إعداد دليل الأنشطة					
	إطلاق المبادرة بحفل مبسط					
	بدء تنفيذ الفعاليات					
	بدء الدورات التدريبية وورش العمل					
مرحلة التوسع	بدء تنفيذ فعاليات العائلة والطفل					
	تفعيل الجانب الإعلامي والتغطية					
	تكرار الفعاليات					
	تنفيذ مبادرات إضافية					
مرحلة التقييم والتطوير	تفعيل مبادرات جيدة					
	التفاعل مع حديث المجالس					
	استبانة قياس رضا المستفيد					
	استبانة قياس الأثر					
	تقييم فريق العمل					
	استبانة رضا مقدم الخدمة					
	إعداد تقرير نهائي					

خامسًا: خطة تسويقية (هذا الجزء من النماذج الإضافية)

خطة تسويقية	
اسم المبادرة	سكان الدفاء
حدد جمهورك	فئة الشباب من عمر ١٥ - ٣٠ سنة
من هم منافسيك	المبادرات المجتمعية المحلية، المهرجانات والمناسبات الترفيهية الرسمية، المبادرات المؤسسية من الجهات الحكومية المبادرات الرقمية عبر الانترنت.
هدفك التسويقي	تعزيز الوعي المجتمعي بالمبادرة، زيادة مستوى المشاركة من الشباب وأسرهم، استقطاب الداعمين والمناحين.
العبرة التسويقية	لأننا معًا ، نصنع شتاء لا يبرد
الميزة التنافسية	الجمع بين الأثر الاجتماعي العميق والتكلفة البسيطة مع قابلية التوسع والاستدامة
استراتيجية الخدمة	تقديم تصاميم ومحتوى بأسلوب مبسط وآمن وتفاعلي مع قياس رضا المستفيد
استراتيجية الترويج	التسويق الرقمي، التعاون مع المؤثرين، التعاون مع المؤسسات، بالإضافة للتسويق التقليدي
الصورة الذهنية	مبادرة تعكس القوة الإنسانية التي تنبع من تفاعل الاسرة والشباب معا في بيئة مريحة وآمنة.

نماذج إضافية (يمكن إضافتها بحسب الحاجة)

