

مبادرة مقدار

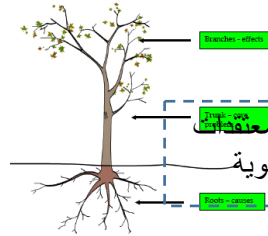
سجى منصور المجول

أولاً: المشكلة والفئة المستهدفة والفكرة الأولى

كشف شخص متعمق وخريج من هذا المجال أرى الانتشار السريع للمعلومات المضللة والشائعات حول الغذاء على وسائل التواصل أو حتى المناسبات الاجتماعية، يواجه مجتمعنا تحدياً يؤثر في صحته وثقافته الغذائية: فغامة الناس يجدون صعوبة في الوصول المباشر إلى الدراسات العلمية الموثوق بها وصعوبة فهمها غير أنها لا تُنشر في اللغة العربية، مما يقودهم إلى الانسياق وراء نصائح خاطئة مبنية على تجارب الآخرين أو أسس مغلوطة على مواقع في قوقل أو حسابات تيك توك وغيرهم، مما يؤثر على صحتهم ويعزز الفجوة المعرفية بين الباحثين والجمهور. فغياب منصة موثوقة تنقل الحقائق بأسلوب مبسط للمستفسر يؤدي إلى انخفاض ثقافة المجتمع فيما يخص الغذاء.	المشكلة المحددة:
• أفراد المجتمع السعودي البالغين. • المهتمين بالتغذية ونمط الحياة الصحي. • الجهات التوعوية والإعلامية.	الفئة المستهدفة:
تعد هذه المنصة الإلكترونية السعودية مرجعية موثوقة في مجال التوعية التغذوية، إذ تسعى إلى نقل أحدث نتائج الدراسات العلمية بأسلوب مبسط وسهل الفهم، مع ربطها مباشرة باحتياجات المجتمع المحلي. توفر المنصة واجهة تفاعلية تتيح للمستخدمين طرح استفساراتهم الغذائية، فينتقل كل سؤال رداً مخصصاً من قبل مختصين سعوديين ذوي كفاءة عالية، مع ضمان دقة المعلومات ومصادقيتها. من بين أبرز خدماته "مرصد التغذية" – أداة ذكاء اصطناعي متقدمة لرصد الإشاعات الغذائية والتوجهات الرائجة عبر كلمات مفتاحية على منصات التواصل الاجتماعي. يعمل فريقنا على تحليل هذه البيانات علمياً وتوثيقها، ثم نشرات سريعة مدعومة بالأدلة، بهدف وقاية المستخدمين من التضليل وتعزيز وعيهم الغذائي. بهذه الآليات المبتكرة، نسعى إلى بناء مجتمع صحي واع يستند في قراراته إلى الحقائق العلمية لا إلى الشائعات.	فكرة المبادرة:

ثانيًا: مرحلة التحليل

أ/ تحليل المشكلة:



نشوء مفاهيم خاطئة تتحول إلى "معتقدات" شعبية وتشتت الجهود التوعوية

التطبيق بلا وعي قد يؤدي إلى تكاليف العلاجية

اتخاذ قرارات صحية خاطئة قد تؤدي إلى مشاكل مزمنة أو اضطرابات غذائية

انتشار الشائعات فيما يخص الغذاء وتأثيره

المشكلة

الأسباب

غياب التدقيق السريع على الترنـد

الاعتماد على التجارب الشخصية لدى الآخرين

غياب مرجع عربي موثوق وسهل الاستخدام

انتشار المصادر الغير موثوقة وسهولة الوصول إليها

التعقيد اللغوي للدراسات العلمية

غياب دور إعلامي موثوق

ضعف الثقافة البحثية لدى عامة الناس

عدم نشر الدراسات بلغة أهل البلد

قلة الوعي بطرق التحقق من المصادر العلمية

الصياغة الأكاديمية موجهة لأهل الاختصاص

قلة تواجد اخصائيي التغذية في تطبيقات التواصل الاجتماعي

عدم توفر منصة تسهل الوصول إلى المعلومة الصحيحة

استصعاب اللجوء إلى الاستشارة الطبية من أجل التأكد

المصالح التجارية والتسويق المضلل

رغبة الأشخاص في إيجاد الحلول السريعة

ب/ تحليل البيئة عبر أداة (SWOT):

عناصر القوة في المبادرة	عناصر الضعف في المبادرة
- فريق سعودي مختص وموثوق. - محتوى مبسّط ومبني على دراسات علمية. - واجهة تفاعلية وسهلة الاستخدام. - تغطية الترنندات والرد السريع عبر "مرصد التغذية".	- الحاجة إلى تمويل تقني وتشغيلي مستمر. - صعوبة الوصول في البداية لشريحة واسعة. - محدودية وعي الناس بأهمية التحقق من المعلومة.
الفرص المتاحة والممكنة للمبادرة	التحديات والمخاطر المحيطة بالمبادرة
- الدعم الحكومي لبرامج التنقيف الصحي. - انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. - إمكانية الشراكة مع جامعات، جمعيات صحية، وشركات.	- تنافس مع محتوى غير موثوق لكنه جذاب وسريع الانتشار. - صعوبة التحقق من جميع الشائعات بشكل مستمر. - إمكانية استغلال الفكرة لاحقاً من جهات غير مختصة.

ثالثاً: صياغة العناصر الأساسية

اسم المبادرة	مقدار
فكرة المبادرة بصورها المكتملة والنهائية	تتميز المنصة الإلكترونية السعودية بأنها المرجع الموثوق للتوعية التغذوية، إذ تجمع بين رصيد علمي راسخ واحتياجات المجتمع من خلال: • واجهة تفاعلية بسيطة تتيح للمستخدمين طرح استفساراتهم الغذائية مباشرةً، والاستفادة من إجابات دقيقة وفورية يقدمها فريق من المختصين السعوديين ذوي الخبرة. • محتوى مبسط وعلمي ينقل أحدث نتائج الدراسات بأسلوب يراعي اختلاف مستويات القراء، ليضمن وصول المعلومة الصحيحة إلى الجميع دون تعقيد. • "مرصد التغذية"، أداة ذكاء اصطناعي متقدمة ترصد الشائعات والاتجاهات الغذائية الرائجة عبر كلمات مفتاحية على منصات التواصل الاجتماعي، ثم يحللها فريقاً علمياً ويصدر نشرات سريعاً مدعومة بالأدلة. بهذه الرؤية المبتكرة، نسعى إلى رفع مستوى الوعي الغذائي في مجتمعنا، وتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات صحية مستنيرة مبنية على الحقائق العلمية لا على الإشاعات
الأهداف التفصيلية	(1) تصحيح وتبسيط المعلومات من المصادر الموثوقة. (2) تقليل انتشار المعلومات الغذائية المضللة في المجتمع السعودي. (3) إنشاء مرجع عربي موثوق وسهل الوصول. (4) توفير مرجع إلكتروني موثوق ومتاح للجميع. (5) الرقابة والتدقيق على الشائعات الحالية. (6) رفع الوعي الغذائي لدى الأفراد من خلال تبسيط الدراسات العلمية.
الفئة المستهدفة	• أفراد المجتمع السعودي البالغين. • المهتمين بالتغذية ونمط الحياة الصحي. • الجهات التوعوية والإعلامية.

مبادرات المبادرة	(1) الحاجة المتزايدة لمصدر موثوق مبسط في التغذية وتوجيه الأفراد لإتخاذ القرارات السليمة. (2) تقليل حاجة الأفراد إلى عمليات التكميم والمعالجة بسبب تزايد الشائعات الغذائية في المنصات الرقمية. (3) وجود فجوة بين لغة الأبحاث والمجتمع العام. (4) التأثير السلبي للمعلومات المغلوطة على الصحة العامة (الوقاية خير من العلاج).
مؤشرات النجاح	(1) عدد المستخدمين للمنصة أو التطبيق: ٥٠٠٠ مستفيد على الأقل (2) عدد الشائعات التي تم تحليلها والرد عليها: ١٠٠٠ (3) نسبة رضا المستخدمين: ٨٥٪
أنشطة المبادرة	(1) تطوير المنصة الإلكترونية والواجهة التفاعلية. (2) إنتاج محتوى علمي مبسط على أحدث الدراسات والرد على الشائعات. (3) إطلاق "مرصد التغذية" لرصد الترندات وتحليلها. (4) تنفيذ حملات إعلامية وتوعوية بالشراكة مع جهات مختصة. (5) نشرات توعوية (6) عمل مقابلات مع مختص لتوضيح مدى صحة بعض العادات الغذائية الرائج.
مراحل المبادرة	(1) البحث والتخطيط لإعداد المحتوى وتحديد فريق العمل. (2) تصميم وإنشاء المنصة الرقمية. (3) الإطلاق التجريبي ثم الرسمي، مع الترويج الإعلامي.
مدة المبادرة	١٠ أشهر
القيمة المضافة	(1) مرجع سعودي موثوق وسهل الوصول لأول مرة في المجال الغذائي. (2) ربط مباشر بين المجتمع والمعلومة العلمية. (3) رفع الوعي التغذوي بأسلوب تفاعلي وجاذب.
متطلبات التنفيذ	(1) فريق تقني ومختصين في التغذية الإكلينيكية. (2) نظام متابعة للمحتوى وضمان الجودة. (3) شراكات مؤسسية داعمة. (4) حملة إعلامية.
فريق المبادرة	(1) مدير المشروع. (2) خبراء تغذية سعوديين.

(3) فريق تقني ومصممين. (4) فريق إعلامي.	
87,000 ريال سعودي	التكلفة التقديرية
(1) شراكات مع جهات حكومية (الصحة – التعليم) (2) دعم المسؤولية الاجتماعية من شركات خاصة. (3) برامج دعم الابتكار (4) منصات تمويل جماعي (5) رعاية حملات إعلامية	مصادر التمويل
(1) شراكة مع مشاهير موثوقين لنشر التوعية. (2) مسابقات تفاعلية على المنصة بمحتوى علمي مرح (3) حملات "هل المعلومة صحيحة؟" على منصات التواصل.	أفكار تسويقية
منصة إلكترونية سعودية متكاملة تقدم محتوى تغذوي مبسط وموثوق، وتقوم بتحليل الإشاعات الغذائية بشكل تفاعلي، وتعمل على رفع وعي المجتمع والتقليل من التأثيرات السلبية للمحتوى المضلل.	المخرج النهائي

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

نموذج مبسط للخطة التنفيذية

المحور	المهام والأنشطة	المسؤول	عدد ونوع المستهدفين	التاريخ	التكلفة ر.س	ملاحظات التنفيذ
تصميم تقني	تصميم وتطوير المنصة التفاعلية	الفريق التقني	كافة المستخدمين	الشهر ١-٣	15,000	يشمل إنشاء واجهة سهلة الاستخدام
إعداد المحتوى	إنتاج محتوى علمي مبسط	مختصي التغذية	المجتمع المهتم بالتغذية	الشهر ٢-٣	5,000	مراجعة علمية دقيقة قبل النشر
	التقييم والتحسين	فريق تقني	مستخدمي المنصة	الشهر ٤-٦	5,000	بناء على مؤشرات الأداء
	قياس رضا المستخدمين	إدارة المشروع	مستخدمي المنصة	الشهر ٦-٩	0	بناء على مؤشرات الأداء
إطلاق المنصة	الرد على الاستفسارات	مختصي التغذية	مستخدمي المنصة	٦-١٠	25,000	سرعة الرد
تشغيل مرصد التغذية	إطلاق أداة الذكاء الاصطناعي لرصد الشائعات	الفريق التقني	مستخدمي المنصة	الشهر ٩-١٠	5,000	تحليل مستمر للتحديثات
توعية وتسويق	تنفيذ حملات إعلامية	الفريق الإعلامي	المجتمع العام	الشهر ٦-٧	10,000	التعاون مع جهات رسمية
إنتاج مواد إضافية	مقابلات مع اخصائيين التغذية	الفريق الإعلامي	مستخدمي المنصة	الشهر ١٠	15,000	قابلية للتكرار
	نشرات إعلامية	مختصي التغذية	مستخدمي المنصة	الشهر ٥-٧	9,000	مستمرة

نموذج مبسط خطة التدفقات النقدية

توزيع التكاليف وفقاً للزمن												التكلفة الإجمالية	الأنشطة
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1		
									5,000	5,000	5,000	15,000	تصميم وتطوير المنصة التفاعلية
									2,500	2,500		5,000	إنتاج محتوى علمي مبسط
						1,000	1,000	1,000				3,000	التقييم والتحسين
		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000						25,000	الرد على الاستفسارات
												0	قياس رضا المستخدمين
		2,000	2,500									5,000	إطلاق أداة الذكاء الاصطناعي لرصد الشائعات
						10,000						10,000	تنفيذ حملات إعلامية
		15,000										15,000	مقابلات مع اخصائيين التغذية
					3,000	3,000	3,000					9,000	نشرات إعلامية
		22,000	7,500	5,000	8,000	19,000	4,000	1,000	7,500	7,500	5,000	87,000	المجموع

خامسًا: خطة تسويقية (هذا الجزء من النماذج الإضافية)

خطة تسويقية	
اسم المبادرة	مقدار
حدد جمهورك	• أفراد المجتمع السعودي البالغين. • المهتمون بالتغذية ونمط الحياة الصحي. • طلاب الجامعات والكليات الصحية. • الجهات الإعلامية والتوعوية. • مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي.
من هم منافسيك	• حسابات التواصل الاجتماعي التي تنشر محتوى تغذوي غير موثوق. • مواقع تجارية تهدف للترويج لمنتجات غذائية.
هدفك التسويقي	• تعزيز الوعي بالمبادرة وتحفيز استخدام المنصة. • بناء الثقة لدى الجمهور تجاه المنصة كمصدر علمي موثوق. • الوصول إلى 5000 مستخدم خلال السنة الأولى
العبارة التسويقية	(نقدّم المعرفة مع سكر زيادة)
الميزة التنافسية	• إشراف مختصين سعوديين موثوقين. • تبسيط الدراسات العلمية بلغة مفهومة. • "مرصد التغذية" لرصد الشائعات والرد الفوري عليها. • منصة تفاعلية مباشرة للرد على استفسارات المجتمع.
استراتيجية الخدمة	• تقديم محتوى مجاني عالي الجودة مدعوم علميًا. • الرد على الأسئلة بشكل مباشر من خلال متخصصين. • التحديث المستمر للمحتوى والتركيز على مواضيع الساعة

1. حملات رقمية عبر تويتر، إنستغرام، تيك توك. 2. التعاون مع مؤثرين موثوقين في المجال الصحي. 3. مسابقات تفاعلية توعوية لزيادة التفاعل والمشاركة. 4. مقاطع فيديو قصيرة "هل المعلومة صحيحة؟" لكشف الشائعات. 5. شراكات مع الجامعات والكليات لنشر المبادرة.	استراتيجية الترويج
• منصة علمية موثوقة، قريبة من المجتمع، ومواكبة لكل جديد. • سهولة الاستخدام، وموجهة لجميع فئات المجتمع بأسلوب تفاعلي.	الصورة الذهنية

نماذج إضافية (يمكن إضافتها بحسب الحاجة)

إجراءات الاحتراز وإدارة المخاطر

المسؤول	الإجراء الاحترازي / خطة المعالجة	درجة الخطورة	الخطر المحتمل
فريق التسويق	تنفيذ حملات تسويقية موجهة عبر المنصات الاجتماعية بالتعاون مع مؤثرين صحيين	مرتفعة	ضعف الوصول إلى الفئة المستهدفة
لجنة المراجعة	إنشاء لجنة علمية لمراجعة كل المواد المنشورة والردود	مرتفعة	تداول محتوى غير دقيق عبر المنصة
إدارة المشروع	تسجيل المبادرة كمشروع ابتكاري وحمايتها قانونياً	متوسطة	استغلال الفكرة من جهات غير مختصة
مدير المشروع	تنويع مصادر التمويل عبر شراكات ورعاية وجهات حكومية	متوسطة	نقص التمويل أو تأخره
الفريق التقني	توقيع عقود صيانة تقنية مع شركات موثوقة	منخفضة	صعوبة استمرارية التحديث التقني
فريق التوعية	استخدام أساليب توعوية تحفيزية تتماشى مع قيم المجتمع	منخفضة	مقاومة بعض أفراد المجتمع للأفكار الجديدة

نموذج الإطار المنطقي للمبادرة

العنصر	التفاصيل
(Impact) الأثر	رفع مستوى الوعي الغذائي في المجتمع السعودي والحد من الأضرار الناتجة عن المعلومات المضللة.
(Overall Goal) الهدف العام	إنشاء منصة إلكترونية موثوقة توفر معلومات غذائية صحيحة مبنية على العلم وتحارب الشائعات الغذائية.
(Outputs) المخرجات	• منصة إلكترونية سعودية فعّالة. • مرصد تغذية لرصد الشائعات. • محتوى علمي مبسّط متجدد. • تقارير دورية حول توجهات المعلومات الغذائية
(Activities) الأنشطة	• تطوير المنصة التفاعلية. • إنتاج المحتوى العلمي. • تشغيل مرصد التغذية. • تنفيذ حملات إعلامية وتوعوية. • التقييم المستمر.

مصفوفة المهام والصلاحيات

الوظيفة / الفريق	المهام الأساسية	الصلاحيات
مدير المشروع	التخطيط العام، التنسيق بين الفرق، متابعة التنفيذ	اتخاذ القرارات التنفيذية والإدارية، توقيع العقود، إدارة الميزانية
فريق التغذية	إعداد المحتوى، الرد على استفسارات المستخدمين، مراجعة علمية للمحتوى	تعديل وتحديث المحتوى، اعتماد الردود المنشورة
الفريق التقني	تطوير المنصة، صيانة الأنظمة، دمج أدوات الذكاء الاصطناعي	إدارة الواجهة الخلفية، تطوير خصائص المنصة
فريق التسويق	تنفيذ الحملات الإعلامية، تصميم المواد الدعائية، إدارة الحسابات الاجتماعية	اقتراح حملات تسويق، التواصل مع المؤثرين، الموافقة على الإعلانات
فريق التقييم والجودة	متابعة مؤشرات الأداء، تحليل بيانات الاستخدام، إعداد تقارير دورية	تعديل خطط التنفيذ بناءً على التحليل، اقتراح تحسينات تقنية ومحتوى

خطة التقييم لعناصر ومراحل المبادرة

المجال / العنصر	مؤشرات التقييم	أداة التقييم	وقت التقييم	المسؤول
التخطيط	وضوح الأهداف، منطقية الجدول الزمني، ملائمة الميزانية	قائمة مراجعة داخلية	قبل الانطلاق	مدير المشروع
التنفيذ	إنجاز الأنشطة حسب الخطة، التزام الفرق	تقارير متابعة أسبوعية	شهريًا	مدير المشروع وفريق التقييم
المحتوى	دقة المعلومات، وضوح اللغة، حداثة المصادر	مراجعة مختصين، استطلاع مستخدمين	ربع سنوي	فريق التغذية
التقنية	كفاءة المنصة، عدم وجود أعطال، سهولة الاستخدام	اختبار المستخدمين، تقارير الأداء	شهريًا	الفريق التقني
الوصول والتأثير	عدد المستخدمين، مدى التفاعل، رضا المستخدمين	إحصاءات المنصة، استبيانات	كل 3 أشهر	فريق التسويق والتقييم

الهيكل التنظيمي للمبادرة

مدير المشروع:	
المسؤول عن قيادة المبادرة وتنسيق الجهود بين جميع الفرق.	
1. الفريق العلمي (فريق التغذية): • إنتاج ومراجعة المحتوى العلمي. • الرد على استفسارات المستخدمين. • التأكد من مصداقية المعلومات.	2. الفريق التقني: • تطوير المنصة الإلكترونية. • تشغيل "مرصد التغذية". • صيانة وتحديث النظام باستمرار.
3. فريق التسويق والإعلام: • تنفيذ الحملات الإعلامية. • إدارة حسابات التواصل الاجتماعي. • التعاون مع المؤثرين وشركاء التوعية.	4. فريق الجودة والتقييم: • متابعة الأداء ومؤشرات النجاح. • إصدار تقارير تقييم دورية. • اقتراح تحسينات تنفيذية وتقنية.