



الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام

استدامة

ملتقى تنمية الموارد المالية للقطاع غير الربحي

دور الشراكات الاستراتيجية في تحقيق الاستدامة المالية للمنظمات الخيرية

صالح اليوسف



ملخص الدراسة

التعرف على واقع الشراكات الاستراتيجية في الجمعيات والمؤسسات الخيرية المتخصصة في مجال رعاية الأيتام، ومدى فاعليتها، ووضع توصيات مقترحة لتطويره.

كما يتناول البحث المفاهيم المهمة في الشراكات الاستراتيجية. وتوضيح أهميتها، وسبل الاستفادة منها في تحقيق أهداف الخطط الاستراتيجية للجمعيات والمؤسسات الخيرية لرعاية الأيتام، وإمكانية توظيفها في تطوير تلك المنظمات.

والتعرف على أشكال وأنواع الشراكات، والتفريق بين الشراكات الاستراتيجية والشراكات البسيطة (العابرة).

كذلك سيتم استعراض أهم نتائج إحدى الدراسات التي أجريت بهذا الخصوص، ونتائج الدراسة التي أجراها الباحث على واقع الشراكات الاستراتيجية في المنظمات الخيرية العاملة في مجال رعاية الأيتام بالمملكة العربية السعودية.

كما سيتم التطرق إلى دور الشراكات في الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام (إنسان) كنموذج قائم، وما حققته من نتائج خلال عام 2018م.

ينظر إلى الجمعيات الخيرية بأن لها دور محوري في الناتج المحلي لكل دولة لذا كان لزاماً على المهتمين والمختصين في هذه المنظمات أن يسهموا في تطويرها حتى تحقق الأهداف المنشودة.

ويأتي محور (تطوير الشراكات الناجحة) كأحد المبادئ الأساسية في الجودة، وأهم الممكنات الرئيسية في الإبداع والتميز المؤسسي. بالإضافة إلى الممكنات الأخرى. وبسبب التغيرات المجتمعية وما يتبعها من مشاكل جعلت القطاعات الثلاثة: (الحكومي، الخاص، الخيري) لن تتمكن من تلبية احتياجاتها بمعزل عن بعضها البعض. لذا يتوجب على تلك القطاعات التعاون مع بعضها لتحقيق أهدافها.

ومن خلال الشراكة يمكن وصول مختلف الشركاء إلى موارد جديدة لم يكن لهم أن يملكوها من غير العمل مع الآخرين من بينها التمويل والمعلومات والخبرات والمهارات. ومن الأهمية (هنا) التفريق بين الشراكات البسيطة العابرة وبين الشراكات الاستراتيجية الفاعلة التي تبنى على أسس متينة وتحتاج إلى جهود مدروسة، حتى تحقق غايتها.

تحديد مشكلة الدراسة

تحليل الوضع القائم للشراكات في الجمعيات والمؤسسات الخيرية
المعنية برعاية الأيتام، ودور تلك الشراكات في تنمية وتطوير
المنظمات الخيرية
بهدف رفع مستوى تأثيرها
والتغلب على المشكلات التي تواجه القائمين عليها في هذا الخصوص
وبناء على ما سبق فإنه يمكن تحديد مشكلة الدراسة فيما يلي:

(ما دور الشراكات الاستراتيجية
في تحقيق الإستدامة المالية للجمعيات الخيرية)؟

أهمية الدراسة (العلمية)

1. تعتبر هذه الدراسة متخصصة في موضوع الشراكات الاستراتيجية في المنظمات الخيرية.
2. تسهم هذه الدراسة في التحقق من مدى فاعلية الشراكات لدى المنظمات الخيرية. لمساعدة القائمين عليها أثناء وضع الخطط المستقبلية.
3. تسهم هذه الدراسة في توضيح أسباب ضعف الشراكات القائمة، ومعالجتها.
4. إثراء الدراسات الخيرية المتخصصة.
5. ستدعم هذه الدراسة توجهات الجهات المعنية لتطوير الجهات الخيرية.

أهمية الدراسة (التطبيقية)

1. تساهم الدراسة في توضيح ما يمكن تطبيقه لتطوير برامج الشراكات في المنظمات الخيرية.
2. تساعد الدراسة في تعزيز قدرات القائمين على برامج الشراكات بالمنظمات الخيرية.
3. تساعد الدراسة في تحقيق الإستدامة المالية المنشودة في المنظمات الخيرية.
4. تساعد الدراسة القائمين على المنظمات الخيرية في وضع نموذج لإدارة الشراكات من خلال إستعراض تجربة قائمة يمكن أخذها وتطويرها في منظماتهم.

أهداف الدراسة

1. التحقق من مدى فاعلية الشراكات الاستراتيجية لدى المنظمات الخيرية ومدى مساهمتها في تحقيقها للخطط الاستراتيجية.
2. التعرف على البرامج المقترحة من قبل الجمعيات في تنفيذ شراكات فاعلة.
3. التعرف على أنواع الشراكات الاستراتيجية.
4. إستعراض أهم التجارب القائمة في الشراكات.

1. ما هو واقع الشراكات الإستراتيجية في المنظمات الخيرية العاملة في مجال رعاية الأيتام بالمملكة العربية السعودية؟
2. ما هي الحاجة إلى إيجاد إدارة متخصصة بالشراكة الإستراتيجية؟
3. ما هو الدور المأمول من الشراكات الإستراتيجية في تحقيق الإستدامة المالية للمنظمات الخيرية؟
4. ما الفرق بين الشراكات وبعض المفاهيم المرتبطة والمتعلقة بها مثل التحالف والاندماج والتكامل والتشبيك؟
5. ما هو دور الشراكات الإستراتيجية في الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام (إنسان) كنموذج قائم. وما هي نتائجها خلال عام 2018م.
6. ما هي التوصيات المقترحة لبناء شراكات فاعلة في المنظمات والجمعيات الخيرية؟

مفاهيم الدراسة

أولاً / مصطلح الشراكة (Partnership)

الشراكة في اللغة تعني الخليط بين الشئتين، والمخالطة. يقال طريق مشترك أي طريق يستوي فيه الناس. وشرك بينهم أي جعلهم شركاء.

وقد ورد لفظ الشراكة في القرآن في قوله تعالى في سورة طه (آية 32) عندما سأل موسى عليه السلام الله عز وجل أن يجعل معه هارون أخيه فقال: (وَأَشْرِكُهُ فِي أَمْرِي) أي: إجمعه شريكا لي في حمل أعباء الرسالة؛ وواجباتها؛ ولكي نلتقي بفرعون مجتمعين غير منفردين.

وفي الاصطلاح فإن مفهوم (الشراكة): يعني عقد بين اثنين أو أكثر للقيام بعمل مشترك. و يعرف الباحث الشراكة في المنظمات الخيرية: (بأنها كل تعاون تلتزم من خلاله المنظمة الخيرية مع منظمة أخرى أو أكثر، أو شخصية إعتبارية أو أكثر، للمساهمة في تنفيذ مشروع محدد، أو برنامج مشترك، يحقق أهداف تلك المنظمة، ويقتسم كل طرف مسؤوليات ونتائج هذا التعاون على أن يكون محدداً بمذكرة تفاهم أو إتفاقية مكتوبة وموقعة من جميع الأطراف).

مصطلحات تتعلق بالشراكة:

1. التحالف: تكوين علاقة تكاملية بين منطمتين على أساس التعاون بدلاً من المنافسة، بحيث تبقى كل منظمة تحافظ على استقلاليتها، ومن ذلك الإتحاد.
2. الاندماج: يعني زوال المؤسسة المعنية والإنصهار في مؤسسة أخرى أو ميلاد وحدة أو مؤسسة جديدة.
3. التكامل: ويقصد به تقليص الفوارق بين جهتين أو أكثر، بهدف توزيع الأدوار.
4. التشبيك: مصطلح حديث تقوم به جهة أو فرد بهدف ربط جهتين أو أكثر مع بعضهما لعمل شراكة وتعاون فيما بينها.

مفاهيم الدراسة

ثانياً/ الاستراتيجية:

الإستراتيجية بالأساس تعني (فن القيادة العسكرية) وتشير إلى توظيف الفنون العسكرية لتحقيق الأهداف السياسية، ثم إنتقل هذا المفهوم من العسكري إلى إلى المدني ليشير إلى إستخدام كل الطاقات لتحقيق الأهداف الأساسية.

ثالثاً/ الاستدامة:

مفهوم الاستدامة مرادف للحيوية ومرتبب ببقاء الكائنات الحية وإستمراريتها. ويقصد بها العوامل التي تحافظ على تعاقب الأجيال. ويعرف الباحث الإستدامة في المجال الخيري: (كل الجهود التي تبذلها المنظمات الخيرية في سبيل تطوير وسائل نموها وتحافظ على إستمراريتها في تحقيق أهدافها).

رابعاً/ المنظمات الخيرية:

يعرف الباحث المنظمات الخيرية بأنها: الجهات التي تعنى بتوفير الرعاية المادية أو الصحية أو التعليمية أو غيرها للفقراء والمحتاجين وتقوم على التبرعات والهبات.

الشراكات الاستراتيجية

عندما يأتي الحديث عن الشراكات كأحد الممكّنات الأساسية في تطوير العمل المؤسسي، فينبغي التفريق بين الشراكات البسيطة والشراكات الاستراتيجية التي تحتاج إلى جهود مدروسة، حتى تحقق غايتها. فالشراكات الاستراتيجية ترتبط بخطط المنظمات وتسهم في تحقيق الأهداف طويلة الأمد، والإستدامة لتلك المنظمات، وتكون أحد العوامل المهمة في إستقرارها، محكومة بقوانين موثقة. ومن هنا يمكن أن نستخلص أهم الفروقات بين الشراكة الاستراتيجية والشراكة العادية:

م	الشراكة الاستراتيجية	الشراكة البسيطة
1	مرتبطة بمحاور الخطة الاستراتيجية للمنظمة	تخدم الخطة بشكل غير مباشر
2	تساهم في تحقيق الإستدامة للمنظمة	لا تؤثر في الإستدامة
3	واسعة الأطر وتحقق مجموعة أهداف	هدف محدد
4	تحكمها إلتزامات	غير ملزمة
5	دائمة، أو طيلة الأمد	قصيرة، عابرة

عناصر وأركان الشراكة



أهداف الشراكات الاستراتيجية

أولاً/ أهداف خاصة بالمنظمات الخيرية:

1. جذب وتنشيط إيرادات المنظمات الخيرية.
2. تخفيض وترشيد مصاريف المنظمات الخيرية.
3. نقل وتطوير مهارات العاملين في المنظمات.
4. ابتكار أنماط جديدة في دعم المنظمات الخيرية.
5. تشجيع المنظمات الخيرية على ابتكار برامج نوعية.
6. تشجيع المنظمات الخيرية على تحقيق مؤشرات الأداء وقياس الإنتاج.

ثانياً/ أهداف خاصة بالمنشآت (القطاع الحكومي، والخاص):

1. تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية.
2. تحقيق قيمة أفضل مقابل النقود التي تنفق لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
3. تشجيع الشراكات على إقامة تعاون مع القطاع الخيري.

أهداف الشراكات الاستراتيجية

ثالثاً/ أهداف مشتركة:

1. تحقيق تعاون مثمر بين أطراف الشراكة.
2. المشاركة في تصميم وتخطيط البرامج والمشروعات، وقياس نتائجها وأدائها.
3. تبادل الخبرات وتكامل الجهود.
4. السيطرة على المخاطر المحتملة.
5. المشاركة في تحمل المخاطر.
6. تحسين أساليب العمل ورفع الإنتاجية.
7. تعزيز النمو الاقتصادي في الدولة.
8. توفير فرص عمل جديدة.
9. تحسين صورة الشركاء.

مبادئ الشراكات

1. احترام القيم والمبادئ العامة.
2. التعاون.
3. الالتزام في الحقوق والمسئوليات.
4. المساءلة.
5. الشفافية.
6. التكامل.

مراحل بناء الشراكات الاستراتيجية

مراحل ما قبل الشراكة:

1. مرحلة التخطيط: يتم من خلالها تحديد أهداف البرنامج أو المشروع المستهدف (محل الشراكة) وتشمل أيضاً:
 - عمل دراسة للمشروع المراد تنفيذه، قبل الدخول في التزامات مع الشركاء.
 - تحديد المخاطر المحتملة وتحليلها.
 - وضع المعايير التي يتم على أساسها اختيار الشركاء المستهدفين.
2. مرحلة البحث وجمع المعلومات، وتشمل:
 - دراسة واقع المنشآت المستهدفة ومراجعة سياساتها.
 - الاطلاع على برامج المسؤولية الاجتماعية لتلك المنشآت وإمكانياتها المتاحة.
3. عرض البرامج أو المشروع (أو طلب العروض).
4. مرحلة التفاوض يتم من خلالها توضيح كافة المعلومات المتعلقة بالشراكة، والأهداف التي يمكن أن يحققها أطراف الشراكة، والإلتزامات المترتبة على الشراكة.. وغيرها من تفاصيل الشراكة.

مراحل بناء الشراكات الاستراتيجية

5. تحليل العروض المقدمة.
6. اختيار الشركاء المحتملين.
7. صياغة العقد ويجب أن يشمل ما يلي:
 - نبذة عن أطراف العقد وعناوينهم.
 - تحديد صاحب الصلاحية الذي سيوقع العقد، ومنصبه الوظيفي. مع أهمية ملاحظة أن يكون الشخص الذي سيوقع العقد مسؤولاً عن المنشأة.
 - تحديد أهداف الشراكة.
 - تحديد التزامات كل طرف.
 - تحديد المستهدفات والنتائج المحتملة.
 - تحديد المخاطر المحتملة وكيفية حلها.
 - تحديد أسلوب وآلية عمل الشراكة.
 - تحديد المنسقين لكل طرف.
 - تحديد المدة.
 - يجب أن يوضح في العقد آلية إنهاء الإتفاقية.

مراحل بناء الشراكات الاستراتيجية

8. بناء إطار العمل لتحديد أسلوب إدارة الشراكة، وآلية العمل.
9. ترتيب حفل مبسط ومؤتمر صحفي أثناء توقيع الشراكة.

• مرحلة أثناء الشراكة:

1. مرحلة البدء وإعلان إنطلاق الشراكة وفق ما هو مقرر في خطة العمل.
2. مرحلة متابعة تنفيذ الشراكة وفق الجدول الزمني، والالتزامات المكتوبة.
3. رفع تقرير دوري (اسبوعي أو شهري) يتم من خلاله:
 - قياس وتقييم أداء الشراكة والتحقق من مدى إنجاز مستهدفاتها.
 - الوقوف على الصعوبات والمشكلات التي تواجه الشراكة أثناء تنفيذها.
 - تحديث خطة العمل من خلال التحسين والتطوير أثناء مرحلة تنفيذ الشراكة.

مراحل بناء الشراكات الاستراتيجية

• مرحلة ما بعد الشراكة:

1. إعداد مقياس مدى رضى كافة المعنيين وتوثيق آرائهم ومقترحاتهم.
2. رفع خطاب شكر وتقدير للشريك الداعم ويرفق معه تقرير نهائي عن الشراكة يتضمن مايلي:

- نتائج الشراكة المنفذة من خلال الأهداف المحققة، ومؤشرات قياس كل هدف بالمقارنة مع القراءة المستهدفة الموضوعة في مرحلة التخطيط.
- تحديد أهم المعوقات والصعوبات التي واجهت تحقيق الأهداف.
- توصيات الإدارة واقتراحاتها.
- 3. تقييم الشراكة.

مشكلات تواجه الشراكات

1. عدم وجود كوادر مؤهلة في المنظمات الخيرية أو ضعف كفاءتهم.
2. التمركز على الذات في إنشاء الشراكات والتحفيز على بعض الأفكار والثقافات.
3. افتقار المنظمات الخيرية إلى برامج ومشاريع نوعية.
4. ضعف الجانب الإعلامي للمنظمات الخيرية.
5. ضعف برامج الحوكمة والشفافية لدى بعض المنظمات الخيرية.
6. عدم وجود تشريعات وقوانين تدعم تنظيم الشراكات بين المنظمات الخيرية والقطاع الخاص.
7. لا زال بعض قيادات القطاع الخاص يحمل مواقف سلبية عن الجمعيات الخيرية ولديه مخاوف من التعامل مع الجمعيات الخيرية.

أنواع الشراكات الاستراتيجية

1. شراكة دعم مالي:

- دعم مالي مباشر: دعم مشروط لبرنامج أو مشروع محدد.
- دعم مالي غير مباشر: تقديم منح أو حسم خيري خاص. مثل: عقد شراكة مع جامعات أهلية بتقديم حسم بنسبة 50% للأيتام، ومنح (3) مقاعد مجانية.

2. شراكة مساندة (لوجستية):

تتطلب بعض المنظمات، عدم تقديم دعم مالي مباشر. وتضع ذلك ضمن سياستها. لذا يمكن البحث عن جوانب أخرى مساندة مثل الدعم التقني أو تطوير الموارد البشرية والأنظمة واللوائح، أو توفير الدعم القانوني.. وغيرها.

دراسة سابقة

من أهم الدراسات الحديثة التي تناولت الشراكات في المجال الخيري (دليل الشراكات بين الجهات الخيرية والشركات) التي أعدها وقف سعد وعبدالعزیز الموسى 1435هـ، حيث ركزت على تحديد واقع الشراكة الحالي بين الشركات والجمعيات. وكان من أهم نتائج الدراسة التي أجريت على (43) جمعية ومؤسسة غير هادفة للربح. و(40) شركة ومؤسسة خاصة. مايلي:

أولاً/ أهم نتائج الدراسة الميدانية للشركات:

1. تبين من خلال الدراسة أن 31% من عينة الشركات لديهم قسم خاص لبرامج المسؤولية المجتمعية و 29% منهم تقوم بإدارة العلاقات العامة بهذا الدور. في حين أن 5% ليس لديهم أي إدارة أو قسم مسؤول عن برامج المسؤولية المجتمعية.
2. أكدت الدراسة أن 81% من الشركات والمؤسسات التجارية لديهم موازنة خاصة للمسؤولية المجتمعية، و 19% ليس لديهم موازنة خاصة ببرامج المسؤولية المجتمعية.
3. أشارت الدراسة أن 65% من مجالات الدعم كانت موجهة لجمعيات رعاية الأيتام والفقراء.
4. أوضحت الدراسة أن 95% من الشركات سبق أن تعاملت مع جمعيات خيرية بينما 5% لم يسبق لهم التعامل مع جمعيات خيرية.

دراسة سابقة

5. واجه 89% من عينة الدراسة صعوبات في تعاونهم مع الجمعيات والمؤسسات الخيرية، في حين رأى 14% منهم واجهوا بعض الصعوبات مثل: (ضعف استخدامهم للتقنية • تركيز الجمعيات على الدعم المالي المباشر • عدم التفرغ من قبل منسوبي الجمعيات • عدم القدرة على التواصل مع الجمعيات • عدم كفاءة القيادات في الجمعيات • تكرار البرامج والمشروعات • عدم وجود خطط عمل واضحة ودقيقة • قلة الاحترافية في عمل الجمعيات).

6. تبين أن 95% من العينة لديهم استعداد للتعاون مع الجمعيات والمؤسسات الخيرية، وأشار 71% منهم أن لديهم استعداد للتعاون مع بعض الشروط والمتطلبات منها أن يتوافق الدعم مع إستراتيجية الشركة، المصداقية والوضوح من قبل الجمعيات، أن تتوافق الشراكة مع الاحتياجات الفعلية للمجتمع.

ثانياً / أهم نتائج الدراسة الميدانية للمنظمات الخيرية:

1. أكدت الدراسة أن 39% ليس لديهم إمام بمضمون المسؤولية المجتمعية.
2. كما أظهرت نتائج الدراسة أن تبرعات رجال الأعمال والأفراد قد مثلت الأعلى في هيكل تمويل التبرعات للجمعيات الخيرية بنحو 47% في حين مثلت برامج المسؤولية المجتمعية 21% من هيكل تمويل هذه الجمعيات. يليها المؤسسات المانحة بنسبة 23% بينما يأتي دعم الوزارة والأوقاف الخيرية يأتي منخفضاً في دعم الجمعيات الخيرية حيث بلغت 5% من إجمالي التبرعات.
3. يرى 81% من أفراد العينة أن من أبرز معوقات بناء الشراكة مع القطاع الخاص ضعف الأساليب التسويقية لدى الجهات الخيرية. أيضاً يرى 58% أن الجهات الخيرية تركز في بناء شراكاتها على الدعم المادي فقط وأنها تفتقر للتخطيط الإستراتيجي لبناء شراكات. ويرى 53% أن الضعف الإعلامي للجهات الخيرية من أهم عوائق بناء الشراكات، بينما يعزو 47% أن ضعف الكوادر البشرية المؤهلة لدى الجهات الخيرية أدى لضعف الشراكات.

دراسة سابقة

4. أتضح أن 80% من أفراد العينة سبق لهم التعاون مع مؤسسات القطاع الخاص.. في حين كانت أسباب عدم التعاون مع باقي أفراد العينة الذين لم يسبق لهم التعاون مع القطاع الخاص مايلي:
(لم نسعى للتعاون معهم، لا يوجد لدينا كفاءات إدارية قادرة على التعامل مع الشركات، عدم إدراك القطاع بالدور الذي تقوم به الجمعيات الخيرية، سعينا ولكن لم نجد تجاوباً).

5. لا زال القطاع البنكي والعقاري وقطاع الإتصالات يمثل النسبة الأقل في الدعم المالي للمنظمات الخيرية حيث جاءت نسبة الدعم كالتالي:

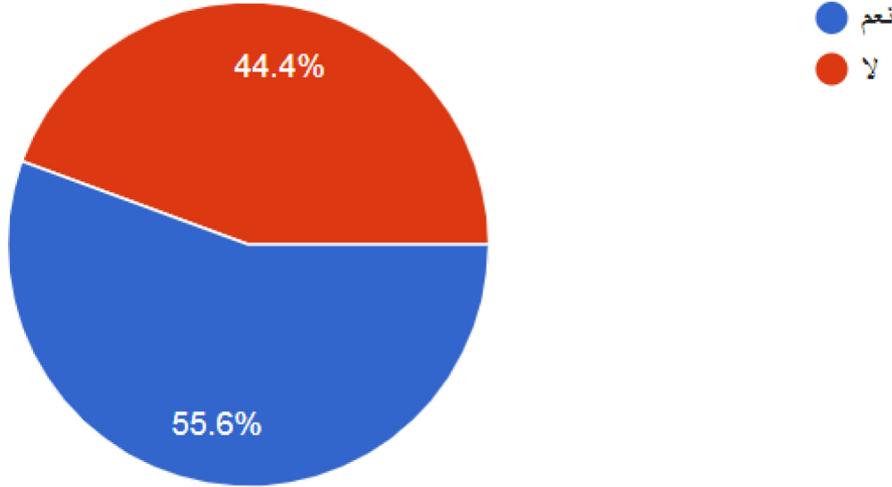
- قطاع الإتصالات 2%
- القطاع العقاري 4%
- القطاع البنكي 7%



عرض وتحليل نتائج دراسة الباحث

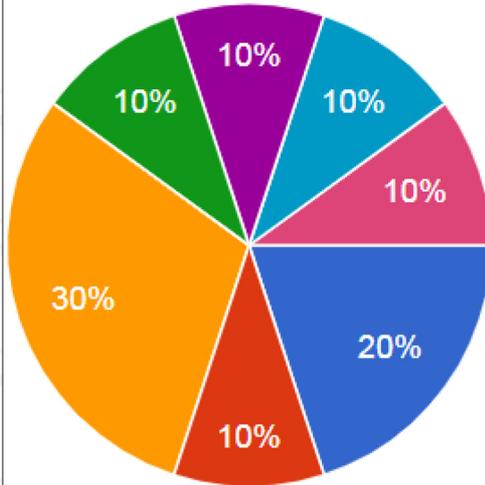
أجرى الباحث دراسة على عدد من المدراء التنفيذيين لجمعيات رعاية الأيتام بالمملكة البالغ عددها (24) جمعية، وقد تم اختيار عينة تمثل 75% منهم، وأصبح عدد العينة (18) جمعية.
وقد جاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

- هل يوجد لدى الجمعية كوادر مختصة بالشراكات؟



أظهرت نتائج الدراسة أن 44,4% من جمعيات رعاية الأيتام لا يوجد بها كوادر مؤهلة ومتخصصة لإقامة شراكات إستراتيجية، بينما يوجد 55,6% لديهم كوادر مؤهلة.

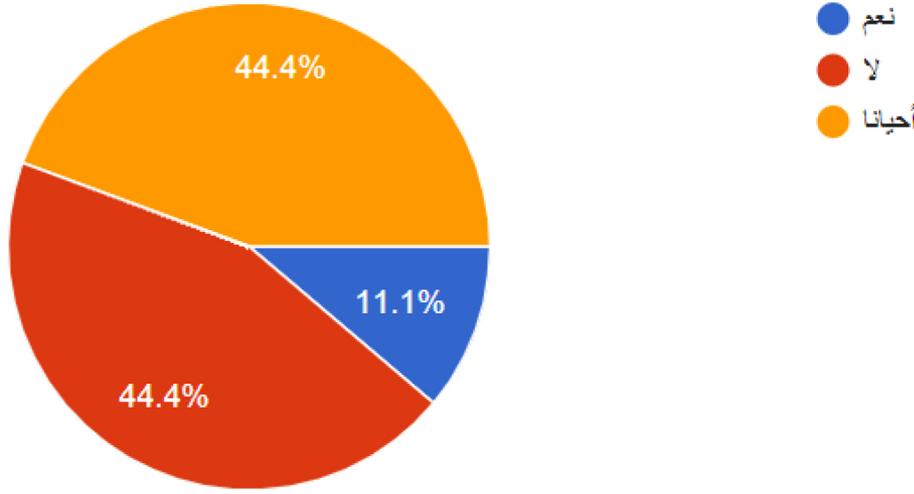
- إذا كانت الإجابة (نعم) ما هو مساهم؟



- إدارة الشراكات
- قسم الشراكات
- وحدة الشراكات
- مسؤول الشراكات
- العلاقات العامة
- ضمن مهام إدارة العلاقات العامة
- هذه مهمة قسم العلاقات والاعلام لدى الجمعية

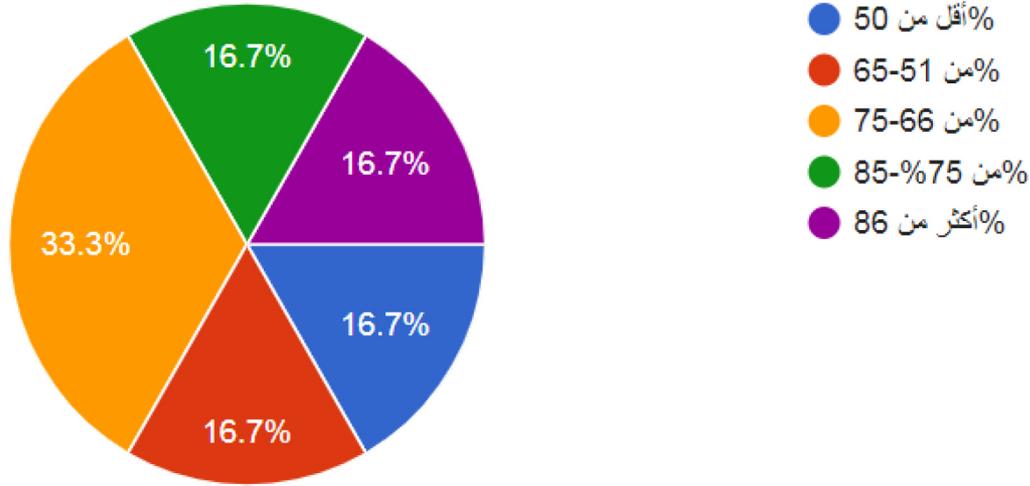
واتضح أن 30% من الجمعيات التي أشارت أن لديها كوادر مؤهلة لإدارات الشراكات، لم تخصص لها إدارة أو قسم ينظم عمل الشراكات، بل جعلتها جزء من مهام العلاقات العامة.

- هل يتم إجراء قياس عن مدى رضى الشركاء سنوياً؟



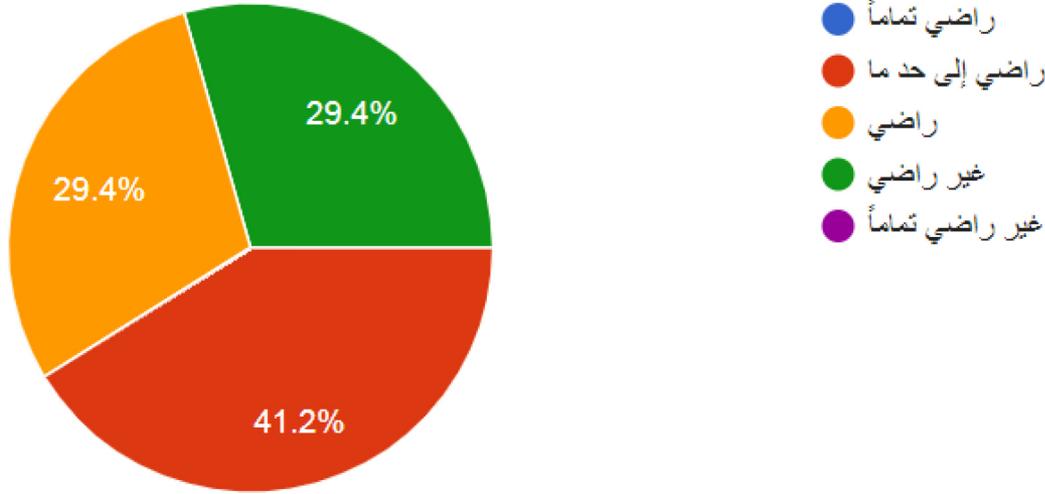
كما أظهرت نتائج الدراسة أن المنظمات الخيرية التي ترعى الأيتام، تهمل إجراء قياس مدى رضى الشركاء.. حيث أجاب 44,4% من أفراد العينة أنهم لا يقومون بإجراء قياس رضى الشركاء. بينما قال 11,1% أنهم يجرون القياس أحياناً. وأوضح 44,4% أنهم يجرون قياس رضى الشركاء.

- اذا كانت الإجابة (نعم) ماهي نسبة رضى الشركاء؟



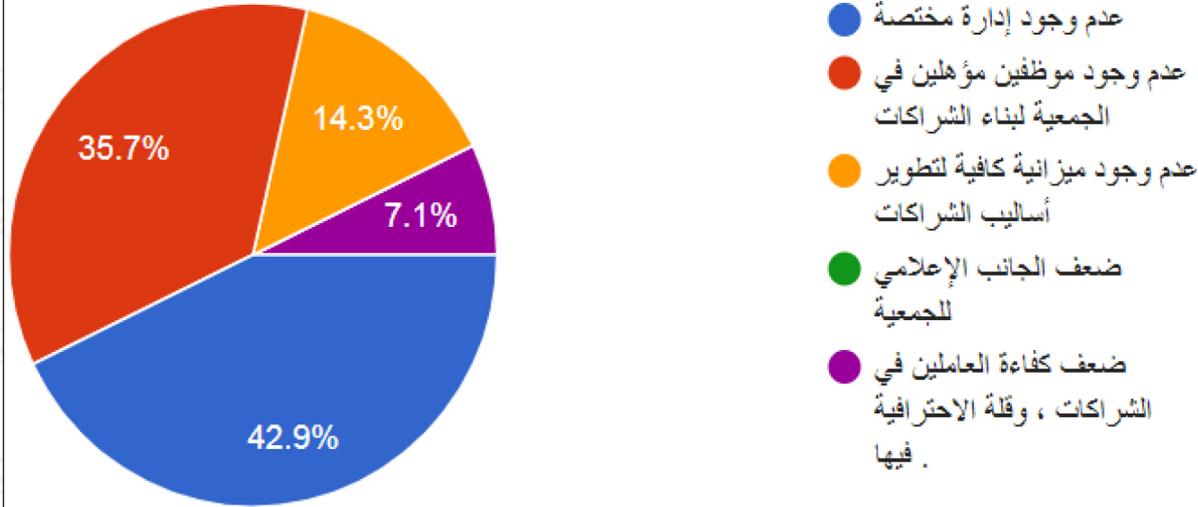
كما تظهر نتائج الدراسة أن هناك نسبة رضى لا بأس بها لدى الشركاء، حيث أوضح أكثر من 66% ممن يجرون قياس نسبة رضى أن نسبة رضى الشركاء تجاوزت 75%.

- ما مدى تقييمك للشراكات التي تنفذها جمعيتكم؟



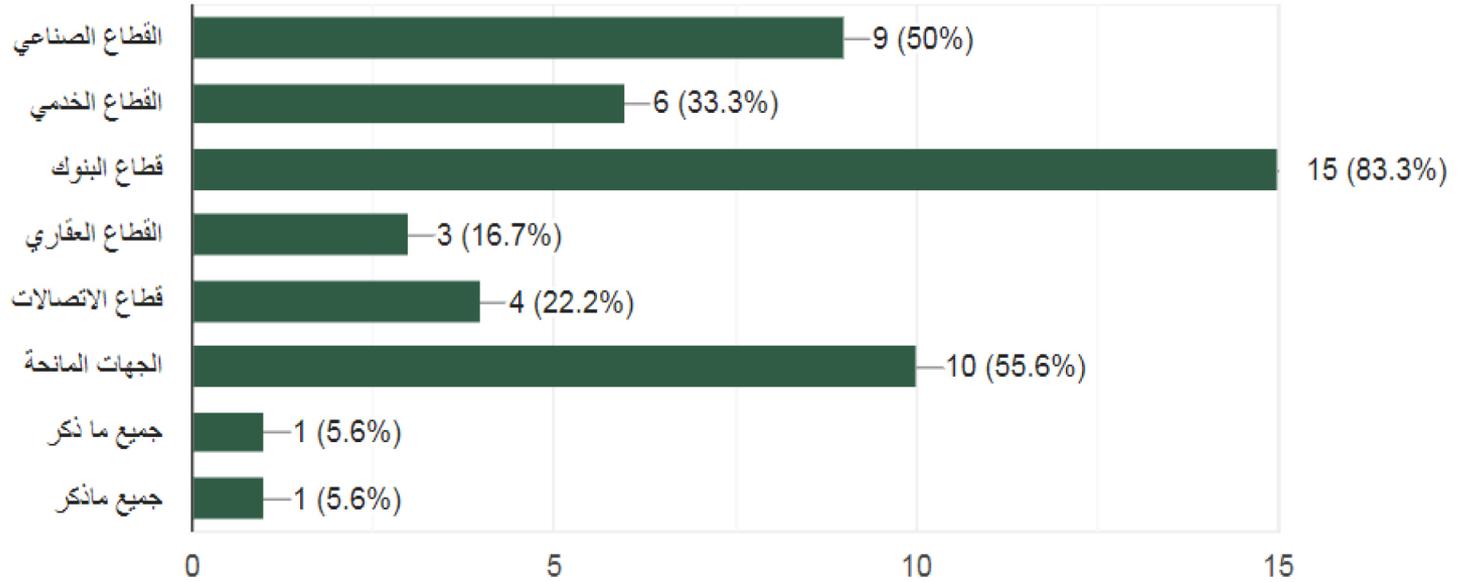
تظهر نتائج الدراسة عدم رضى 29,4% من مسؤولي جمعيات رعاية الأيتام عن الشراكات التي تنفذها جمعياتهم.. فيما أجاب (راضٍ) 29,4% من أفراد العينة.

- إذا كان تقييمك لمستوى الشراكات متدني ماهي أهم أسباب ضعف الشراكة؟



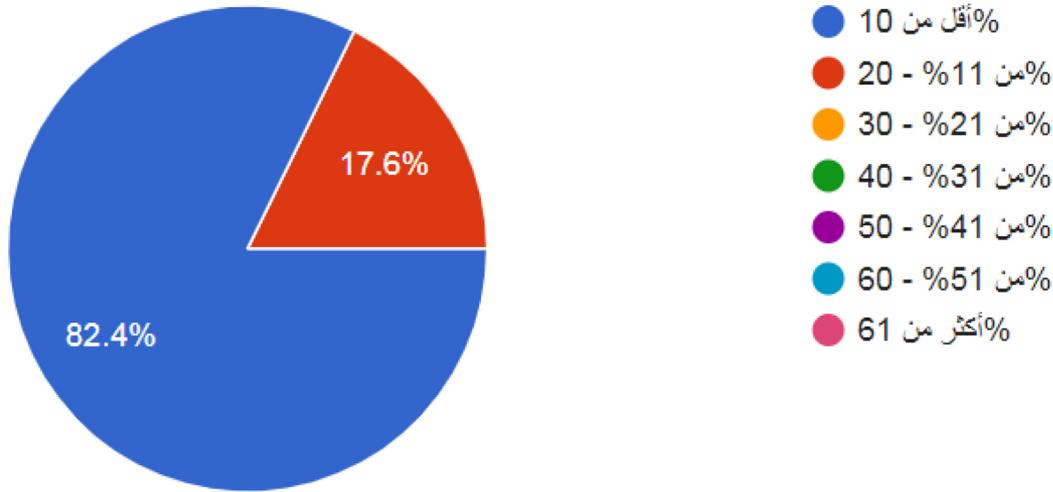
تبين أن من أهم أسباب ضعف الشراكات في جمعيات رعاية الأيتام هو عدم وجود إدارة مختصة حيث أكد ذلك 42,9% من أفراد العينة. تلي ذلك عدم وجود موظفين مؤهلين في تلك الجمعيات لبناء شراكات حيث أجاب بذلك 35,7%.

- في ظل وجود إدارة شركات متميزة.. أي القطاعات التالية ترى أنها يجب أن تكون الأكثر دعماً للمسئولية الاجتماعية:



يرى مسؤولي جمعيات رعاية الأيتام أن القطاع البنكي في مقدمة القطاعات التي يجب أن تكون أكثر دعماً للمسئولية الاجتماعية. يلي ذلك المؤسسات المانحة، ثم القطاع الصناعي. فيما جاء القطاع العقاري وقطاع الاتصالات في آخر إهتمامات الجمعيات في دعم المسئولية الاجتماعية.

- كم تمثل نسبة إيرادات الشراكات من إجمالي إيرادات الجمعية عام 2018



أظهرت نتائج الدراسة أن إيرادات الشراكات بالنسبة لإجمالي الإيرادات في جمعيات رعاية الأيتام لا تزال ضعيفة حيث تشكل أقل من 10% من إجمالي الإيرادات لعدد 82,4% من جمعيات رعاية الأيتام.

- كم عدد شراكات الجمعية في عام 2018م؟

عدد الشراكات	الجهة
13	جمعية رعاية الأيتام بمنطقة جازان «غراس»
4	جمعية رعاية الأيتام بالرس
57	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الرياض «إنسان»
3	جمعية أبطال الخيرية لرعاية الأيتام بأمّالج
6	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمكة المكرمة
	جمعية آباء لرعاية الأيتام بمنطقة عسير
7	جمعية تكافل لرعاية الأيتام بمنطقة المدينة المنورة
5	جمعية رفق لرعاية الأيتام بمحائل
4	جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعرعر
5	جمعية طموح لرعاية الأيتام
	جمعية رعاية الأيتام بجدة
	جمعية رفقاء لرعاية الأيتام بنجران
تزيد عن 15	جمعية رعاية الأيتام بمحافظة حضرة الباطن
7	جمعية بناء لرعاية الأيتام بالمنطقة الشرقية

- كم عدد شراكات الجمعية في عام 2018م؟

عدد الشراكات	الجهة
5 وأكثرها تريد الدعاية من الشراكة	جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعمرعر
5	جمعية رؤوم لرعاية الأيتام برفحاء
9	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الباحة أكناف
30	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام ببريدة «أبناء»

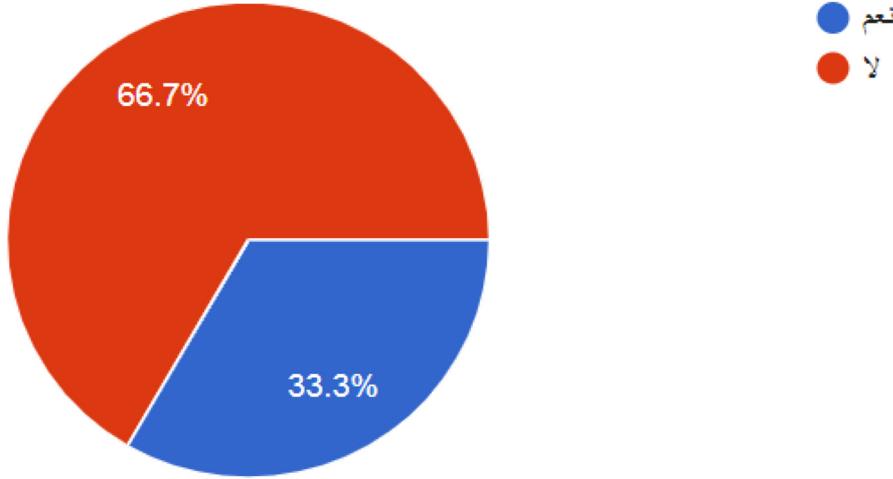
- في رأيك ما هي أهم ثلاث مزايا تمنحها الجمعية للشريك؟

- في رأيك ما هي أهم ثلاث مزايا تمنحها الجمعية للشريك؟	- اسم الجهة:
تسهيلات _ تعريف بالشريك _ تقارير عن العمل	جمعية رعاية الأيتام بمنطقة جازان «غراس»
<ul style="list-style-type: none"> - الخدمة الاجتماعية لدى الشريك. - التعرف على خدمات الجمعية. - الاستفادة من خدمات الجمعية الاجتماعية 	جمعية رعاية الأيتام بالرس
<ul style="list-style-type: none"> - النشر بمواقع التواصل الاجتماعي - شعار الشريك بموقع الجمعية - تكريمه في أحد المناسبات 	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الرياض «إنسان»
	جمعية أبطال الخيرية لرعاية الأيتام بأملج
<ul style="list-style-type: none"> - تعزيز موقفها الاجتماعي - رفع مصداقيتها - زيادة انتشارها الإعلامي 	الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمكة المكرمة
<ul style="list-style-type: none"> - إبراز دوره في الخدمة المجتمعية. - إتاحة الفرصة له للوصول لمنتسبي الجمعية للتعريف بمنتجه العلمي، أو الصناعي أو المهني، إلخ. - منحه الفرصة للاستفادة من خبرات ومؤسسات الجمعية التدريبية المعتمدة. 	جمعية آباء لرعاية الأيتام بمنطقة عسير
التقارير الدورية - مشاركة المناسبات - الأولوية في مزايا الكفلاء والداعمين	جمعية تكافل لرعاية الأيتام بمنطقة المدينة المنورة

- في رأيك ما هي أهم ثلاث مزايا تمنحها الجمعية للشريك؟

<p>- الدعاية والإعلان - تخفيف أعباء الشريك من الضرائب والزكاة - زيادة العملاء للشريك</p>	<p>جمعية رفق لرعاية الأيتام بمحايل</p>
<p>الجانب الإعلامي</p>	<p>جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعرعر</p>
<p>الإعلام والعلاقة الاجتماعية</p>	<p>جمعية طموح لرعاية الأيتام</p>
<p>الناحية الإعلامية فقط</p>	<p>جمعية رفقاء لرعاية الأيتام بنجران</p>
<p>إبراز المسؤولية المجتمعية لدى الشريك</p>	<p>جمعية رعاية الأيتام بمحافظة حضر الباطن</p>
<p>التكريم في المناسبات - الإشادة الإعلامية - التواصل المستمر</p>	<p>جمعية بناء لرعاية الأيتام بالمنطقة الشرقية</p>
<p>الدعاية للشريك</p>	<p>جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعرعر</p>
<p>إبراز اسمه كشريك للجمعية</p>	<p>جمعية رؤوم لرعاية الأيتام برفحاء</p>
<p>الإعلام والعلاقات العامة - الخدمة الاجتماعية</p>	<p>الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الباحة أكناف</p>
<p>الشفافية - التواصل الفاعل - المشاركة في بعض القرارات</p>	<p>الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام ببريدة «أبناء»</p>

- هل يوجد لدى الجمعية معايير لاختيار الشركاء؟

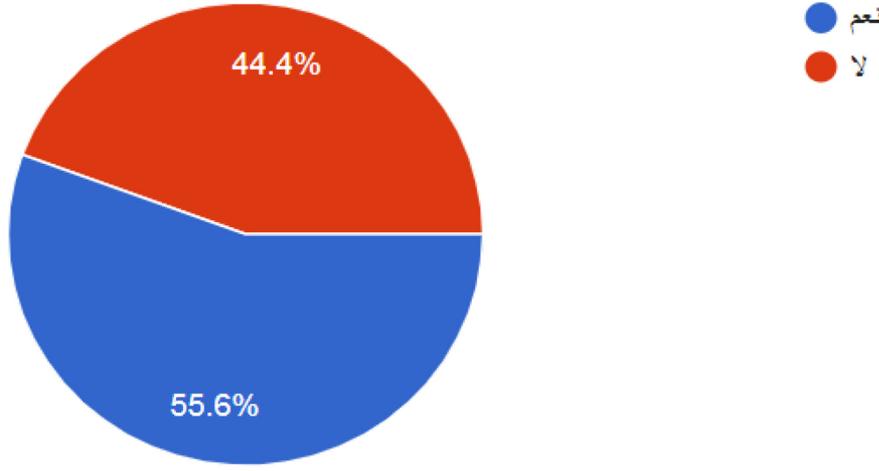


أيضاً إتضح من نتائج الدراسة أن معظم الجمعيات ليس لديها معايير لإختيار الشركاء حيث أوضح 66,7% من أفراد العينة أنه ليس لديهم معايير محددة.

- إذا كانت الإجابة (نعم) ماهي أهم هذه المعايير؟

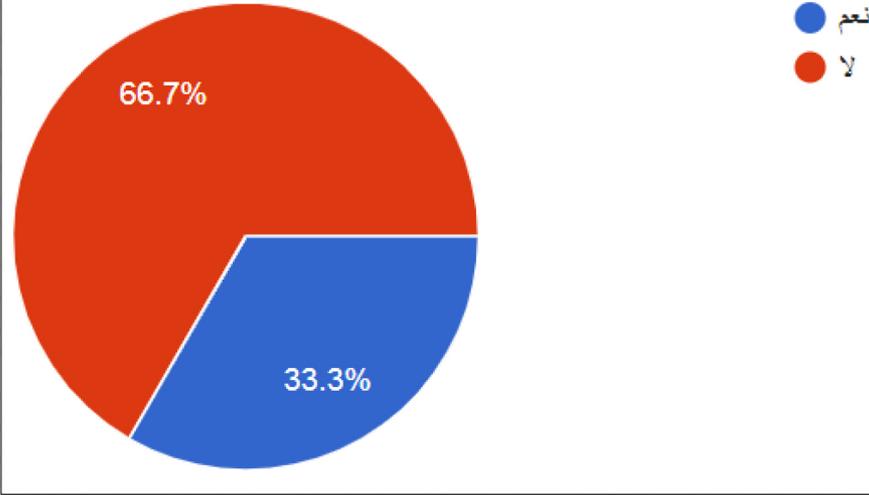
- اسم الجهة:	- إذا كانت الإجابة (نعم) ماهي أهم هذه المعايير؟
جمعية رعاية الأيتام بمنطقة جازان «غراس» جمعية رعاية الأيتام بالرس	
الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الرياض «إنسان»	<ul style="list-style-type: none"> - جهة نظامية - سمعة الشريك - قيمة الشراكة المادية والمعنوية - أهمية الشراكة - استدامة الشراكة
جمعية أبطال الخيرية لرعاية الأيتام بأملج الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمكة المكرمة	
جمعية آباء لرعاية الأيتام بمنطقة عسير	مدى الفائدة المرجوة التي يمكن أن يقدمها الشريك للجمعية ومجتمعها.
جمعية تكافل لرعاية الأيتام بمنطقة المدينة المنورة	
جمعية رفق لرعاية الأيتام بمحails	
جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعرعر	
جمعية طموح لرعاية الأيتام	الفائدة طويلة فترة الاتفاق والتعاون المستمر
جمعية رعاية الأيتام بجدة	
جمعية رفقاء لرعاية الأيتام بنجران	<ul style="list-style-type: none"> - مدى الاستفادة من هذه الجهة - موقعه المناسب
جمعية رعاية الأيتام بمحافظة حضرة الباطن	الكفاءة في خدمة الهدف الاستراتيجي
جمعية بناء لرعاية الأيتام بالمنطقة الشرقية	
جمعية رعاية الأيتام الخيرية بعرعر	
جمعية رؤوم لرعاية الأيتام برفحاء	
الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام بمنطقة الباحة «أكناف»	الخدمات التي يمكن تقديمها
الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام ببريدة «أبناء»	

- هل تقوم الجمعية بتحديد الشركاء وتصنيفهم؟



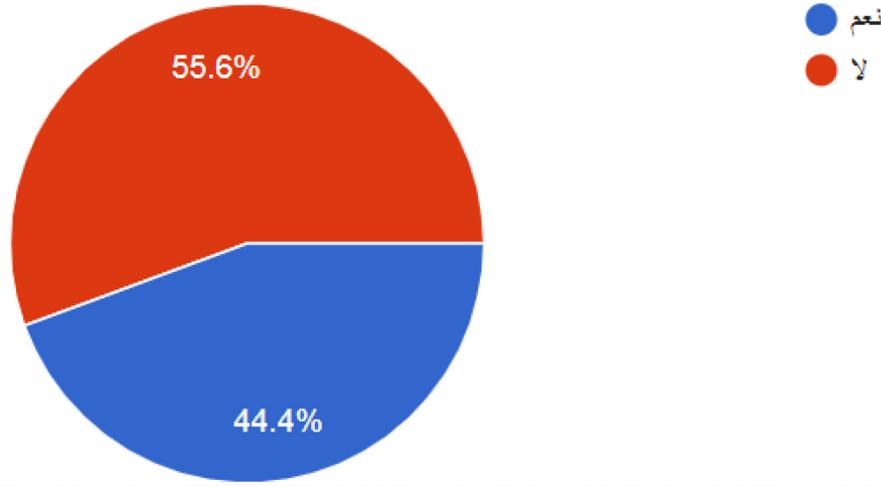
وفيما يتعلق بتحديد الشركاء وتصنيفهم أظهرت الدراسة أن 44,4% من جمعيات رعاية الأيتام لا يقومون بذلك، في حين يوجد 55,6% من الجمعيات تهتم وتقوم بتصنيف الشركاء.

- هل تقوم الجمعية بتقييم المزايا والمخاطر للشركاء؟



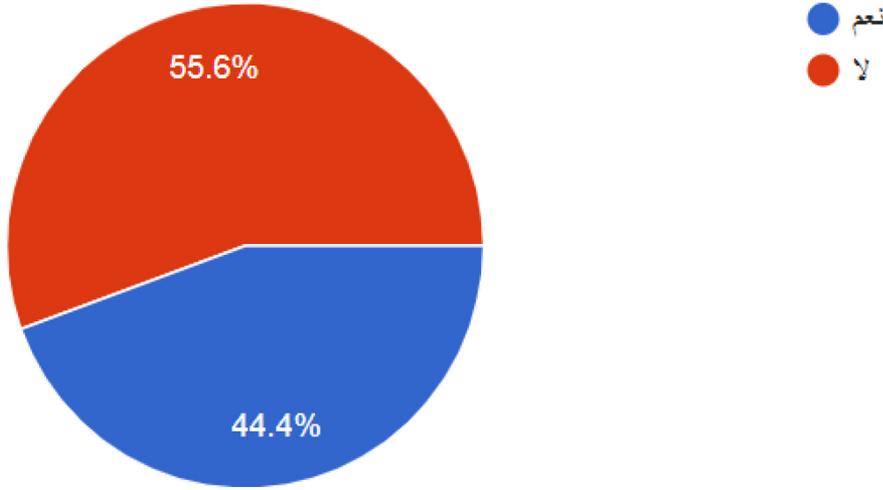
كما أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الجمعيات لا تهتم بوضع تقييم مزايا ومخاطر الشركاء، حيث أكد 66,7% من أفراد العينة أنهم لا يقيمون المزايا والمخاطر للشركاء.

- هل تقوم الجمعية بتطبيق آلية فعالة للتواصل مع الشركاء؟



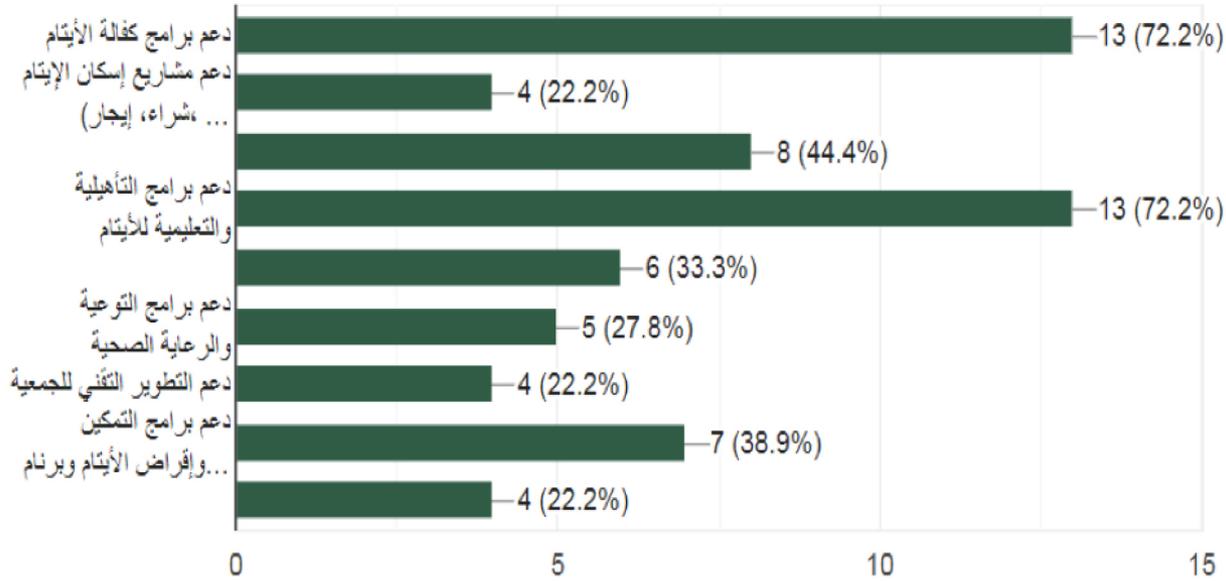
وأظهرت نتائج الدراسة أن 55,6% من الجمعيات لا تطبق آلية فعالة للتواصل مع الشركاء.

- هل لدى الجمعية برامج تشجع على تعزيز التواصل مع الشركاء والمحافظة على رضاهم؟



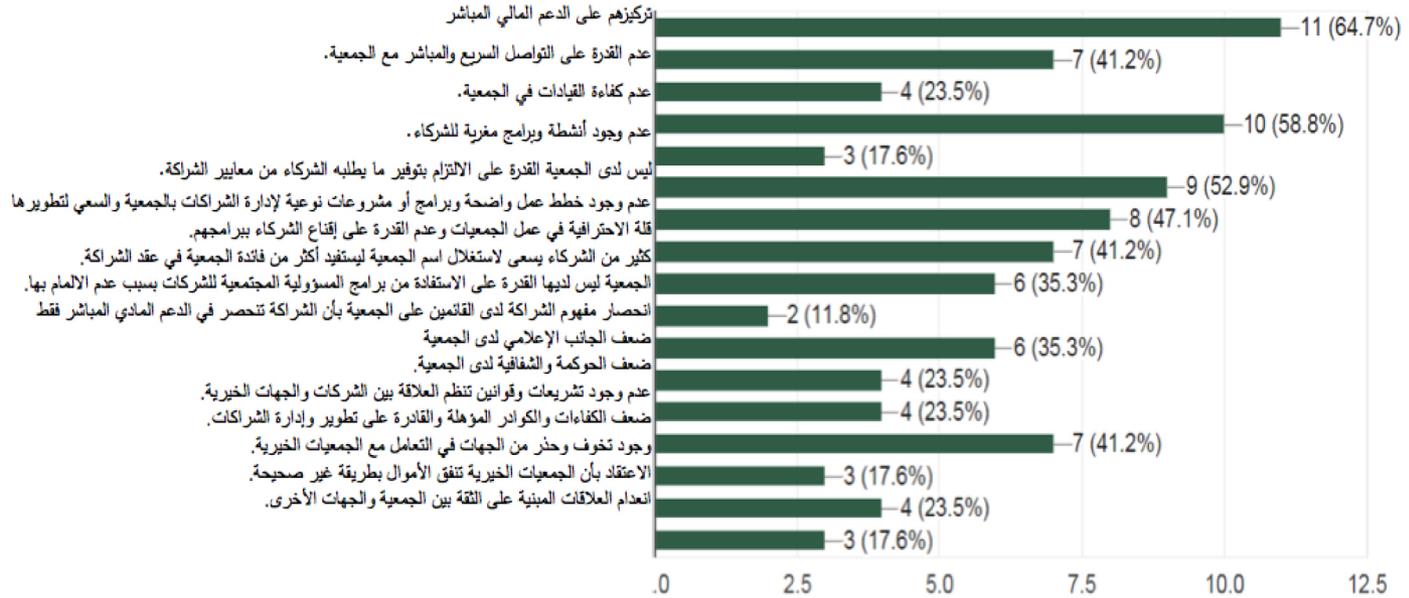
كذلك بينت نتائج الدراسة أن 55,6% من الجمعيات لا تشجع على تعزيز التواصل مع الشركاء ولا تسعى للمحافظة على رضاهم.

- ما هي المجالات التي ترونها الأكثر اهتماماً لدى الشركات في دعم برامج جمعيات رعاية الأيتام؟



جاءت برامج كفالة الأيتام ودعم برامج التأهيل في مقدمة المجالات - التي يرى القائمون على الجمعيات - أنها الأكثر إهتماماً لدى الشركاء في دعم برامج جمعيات الأيتام.

- ما هي أكثر الصعوبات التي تواجه الشركاء في تعاملهم مع الجمعيات؟



الشكل السابق يوضح أهم الصعوبات التي تواجه الشركاء في تعاملهم مع المنظمات الخيرية.

تجربة جمعية «إنسان» في مجال الشراكات

أسست الجمعية إدارة خاصة للشراكات ترتبط بالمدير العام مباشرة. ووضعت الجمعية عدداً من الأهداف الاستراتيجية وكان منها:

الهدف الاستراتيجي:
توطيد العلاقة مع الشركاء الاستراتيجيين.

1. المبررات:

- يمكن من خلال توطيد العلاقة مع الشركات المالية والبنوك والصناديق الاستثمارية الحصول على نسبة مما تتضمنه برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها لدعم الأيتام الذين ترعاهم الجمعية.
- تلتزم المؤسسات الوقفية جزء من ريعها على أعمال الخير، ويمكن من خلال توطيد العلاقة مع مسؤوليها الوصول إلى عقود أو مذكرات تفاهم لتخصيص جانب من هذا الريع لجمعية الأيتام (إنسان).
- يقدر مسؤولي الشركات والمؤسسات التجارية أهمية الإنفاق على رعاية الأيتام ويفضلون التعامل مع الجمعيات الخيرية الرسمية، واضحة الأهداف ذات الأثر الملموس في المجتمع وذات القوائم المالية المعتمدة.
- يمكن أن تشكل مساهمات هذه الفئة من الشركاء الاستراتيجيين نسبة عالية من إيرادات الجمعية.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

2. الوضع الراهن:

- تعتبر البنوك العاملة في المملكة (وما يتبعها من شركات استثمارية Capital Banks) احدى المصادر التي يمكن للجمعية الخيرية لرعاية الأيتام (إنسان) الحصول منها على قدر جيد من التبرعات، ذلك بسبب ضخامة ما تحققه من أرباح (41,3 مليار ريال في عام 2016م رغم تراجع أرباح بعضها في 2015م) إذ لم تتجاوز مساهمتها في التبرعات التي تحصل عليها الجمعية عام 2016م مبلغ 4,155,420 ريال (حسب البيانات المالية في الجمعية) وهو مبلغ لا يزال متواضعاً قياساً إلى إمكانيات هذه البنوك، إذا ما وزع على الأثنى عشر مصرفاً سعودياً، إذ يصل التبرع إلى معدل 346 ألف ريال للمصرف الواحد، وبالإمكان زيادته بشكل كبير إذا ما توجهت الجمعية بمجهودها نحو الوصول إلى اتفاقية أو مذكرة تفاهم تهدف إلى خلق علاقة استراتيجية.
- الشركات المساهمة العامة (المدرجة في السوق المالية، تصل رؤوس أموالها إلى ما يزيد على 515 مليار ريال وتقرب قيمتها السوقية من 2 تريليون ريال في 2017م). ورغم تراجع أرباح بعضها وتحقيق بعضها خسائر، إلا أنها حققت أرباحاً في عام 2016م تزيد على 94 مليار ريال، ما يعني أن معظم هذه الشركات ما تزال ترصد اعتمادات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية ويمكنها أن تشكل مصدراً جيداً لمشاريع الجمعية ما أحسن خلق علاقة شراكة استراتيجية معها.



تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

- حصلت الجمعية خلال عام 2016م على مبلغ 3,712,000 ريال تبرعات من المؤسسات الوقفية الكبرى، وهو أيضاً مبلغ متواضع قياساً إلى إلتزام هذه المؤسسات بالإنفاق على أوجه إنفاق خيرية.
- حصلت الجمعية كذلك على 15,145,677 ريالاً من الشركات والمنشآت، ويبدو أن تطوير علاقات استراتيجية مع عينة من الشركات الكبيرة (البالغ عددها عام 2015م ما يزيد على 4,100 شركة والشركات العملاقة على 1,100 شركة) سيؤدي إلى مضاعفة هذه الحصيلة ربما عدة مرات.
- يلفت النظر كذلك أن الجمعية لا تحصل من المصانع السعودية على أي تبرع أو دعم مالي، مع أن هنالك العشرات من المصانع السعودية الكبرى وفي مدينة الرياض بالذات يمكن من خلال تبادل المنفعة معها، أي السماح لتلك المصانع بالإعلان عن هذا التبرع (كنوع من الدعاية لها) أو الإلتفاق مع الجمعية على استخدام اسم أو رمز الجمعية الخيرية على منتجاتها الاستهلاكية، كفيل بالحصول على عائدات جيدة لمثل هذه المشاريع.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

3. خطة تنفيذ هذا الهدف: خطة الشركاء الاستراتيجيين:

أولاً: الآليات:

تأسيس إدارة مستقلة بمسمى إدارة الشراكات والتسويق تتولى:

1. إعداد قائمة بأسماء وعناوين المسؤولين عن برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك والشركات وحجم ميزانياتها وقوائمها المالية.
2. تنظيم زيارة لمسؤولي هذه الجهات والسعي معهم على إبرام إتفاقيات أو مذكرة تفاهم يتم من خلالها تحويل حصة أو نسبة من مخصصات المسؤولية الاجتماعية أو غلة الوقف أو التبرعات للجمعية.
3. تطوير إمكانيات الجمعية في التعامل مع الشركاء الاستراتيجيين وتدعيم إمكانيات الاتفاق معها على اقتطاع مبلغ (ريال مثلاً) من عملائهم. أو الهلات المتبقية، كتجربة الجمعية مع بنك الاستثمار في تجميع نقاط برامج الولاء وبطاقة فيزا إنسان مع مصرف الراجحي وبواقى الهلال مع أسواق التجزئة.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

4. الانطلاق في العلاقة مع الشركاء من مبدأ الفائدة المتبادلة من خلال منحهم فوائد تحقق لهم الأثر من هذه المشاركة، كالسماح لهم بوضع شعار الجمعية على منتجاتهم ومنشوراتهم وذكر تبرعهم في رعاية الأيتام في المناسبات والوسائل الإعلامية، أو أي اقتراح آخر يتقدمون به، بشرط أن لا تكون الفائدة المتحققة لهم أكبر مما تحصلت عليه الجمعية، وذلك من خلال تحديد الإمتيازات حسب دعمهم.
5. عقد إتفاقيات على الرعاية الكاملة لبعض برامج الجمعية، أو تغطية أحد الأبواب الرئيسية للإنفاق على الأيتام (كتحمل تكاليف كسوة الشتاء أو العلاج أو الترفيه عنهم .. وغيرها). وكذلك دعوتهم لرعاية إحدى فعاليات الجمعية.
6. تطوير خطة الإيرادات التي حققتها الجمعية من تبرعات هذه الجهات واعتباره رقم لسنة الأساس كمنطلق لأرقام إيرادات السنوات القادمة التي تطمح الجمعية لتحصيلها منهم ومقارنة ما يتحقق كل عام مع ما هو مستهدف، وفي حال وجود إنحراف سلبي، يتوجب البحث في أسباب هذا الانحراف وطرق معالجته.
7. تكريم الشركاء الإستراتيجيين في الحفل السنوي للجمعية.



تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

أخذت هذه الاستراتيجية بعين الاعتبار أمرين هاميين يشكلان ركيزتين أساسيتين لنجاح هذا الهدف هما:

(أ) فصل ما يتعلق بالشركاء الاستراتيجيين أهدافاً ومتحصلات عن باقي الأنشطة التي تمارسها الجمعية في تحقيق مواردها المالية كالكفالات والصدقات والزكاة وما شابهها لأهمية هذا النشاط وضرورة تطويره إلى أن يصبح مورداً رئيسياً ثابتاً مدعماً باتفاقيات تعاون مع شركات وبنوك.

(ب) تخصيص إدارة خاصة ذات كفاءة لإدارة هذا النشاط يكون محور عملها الأساسي هو تطوير العلاقة مع هذه الفئة ورفع المتحصلات منها عاماً بعد آخر.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

ثانياً: البرنامج المالي:

1. دون أدنى شك لابد أن تتضاعف حصيلة الجمعية من تبرعات وإعانات المنشآت المالية في المملكة بزيادة هذه الحصيلة كل عام عما سبقه وبافتراض أن الجمعية لم تستطع خلال عام 2017م أن تزيد من هذه الحصيلة بأي نسبة عما كانت عليه عام 2016م، فإن على إدارة الشراكات والتسويق السعي لزيادة هذه التبرعات في السنة الأولى لنشاطها بنسبة 20% لتصبح حصيلة تبرعات الشركات المالية 4,986,264 ريال وهو مازال مبلغاً متواضعاً قياساً إلى ضخامة أرباح هذه البنوك وعبء الجمعية الكبير المتمثل في رعاية 40 ألف يتيماً يتزايدون سنوياً، وهو لا يشكل سوى نسبة متواضعة جداً من برنامج المسؤولية الاجتماعية لهذه البنوك، لذلك فإن الخطة تتطلب زيادة هذه التبرعات بنسبة 20% كل عام عما قبله بعد عام 2018م بحيث تصل في السنة الخامسة إلى ما يزيد على 10 مليون ريال.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

2. نظراً لعدم وجود حصيلة محددة يستند إليها في تقدير مساهمة الشركات المساهمة (ما عدا البنوك) فقد تم افتراض قدرة إدارة الشراكات والتسويق على تحصيل 5 مليون ريال في عام 2018م تتزايد بنسبة 20% كل عام عن سابقه وأن تصل حصيلة هذه الفئة من الشركاء الاستراتيجيين إلى مبلغ لا يقل عن 10 مليون ريال في نهاية السنة الخامسة من الخطة.
3. إشارة إلى أن الجمعية لم تستطع خلال عام 2017م من رفع حصيلة تبرعات المؤسسات الوقفية الكبرى حيث بقيت عما كانت عليه عام 2016م أي مبلغ 3,712,000 ريال، ونظراً لتواضع هذه الحصيلة فإن على إدارة الشراكات تمكين علاقتها مع المؤسسات الوقفية، بحيث تتمكن من رفع الحصيلة بنسبة 10% عام 2018م ومن ثم مضاعفة هذه الحصيلة بنسب 20% سنوياً لتصل في نهاية السنة الخامسة إلى ما يزيد عن 8 مليون ريال.
4. يفترض كذلك بإدارة التسويق والشراكات تطوير علاقة استراتيجية مع ما لا يقل عن 100 شركة كبرى و50 شركة عملاقة بنهاية الخطة عام 2022، بحيث يتضاعف مبلغ عام 2017م المُحصل من هذه الفئة إلى ما يزيد على 27 مليون ريال في السنة الخامسة من الخطة وبمعدل نمو سنوي 10% على الأقل مع الأخذ بعين الاعتبار الصعوبات التي تواجهها بعض الشركات في تراجع معدل أرباحها أو وقوعها في خسائر.



تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

5. يتوجب على إدارة التسويق والشراكات الوصول إلى عدد من المصانع ذات المنتجات الاستهلاكية لا سيما ذات التوزيع اليومي الكبير (مثل شركات الألبان وشركات المشروبات الغازية وشركات عبوات المياه الصغيرة وشركات إنتاج البسكويت وما شابه)، تضع الشركة على منتجاتها ما يشير إلى أن شرائها يدعم رعاية اليتيم، إذ تخصص الشركة المنتجة جانباً من إيرادات البيع لرعاية الجمعية الخيرية، تنطلق خطة العلاقة مع هذه الفئة من الوصول إلى مصنع واحد في عام 2018م يزداد بمعدل مصنع آخر كل عام بحيث يصل في السنة الخامسة إلى 5 مصانع تحصل الجمعية من وراء الإتفاق معها على عائد حده الأدنى نصف مليون ريال للمصنع الواحد وحصيلة إجمالية 7,500,000 ريال.
6. على إدارة التسويق والشراكات الاستفادة مما تلجأ له الجمعيات الأخرى من وسائل وبرامج لتعميق ارتباطها بفئة الشركاء الاستراتيجيين ذوي الإمكانيات المالية الكبيرة، وما تطرحه عليهم من برامج كاستبدال هدايا الورود للمرضى بفاتورة تبرع نقدي للجمعية وما شابه من برامج.
7. يوضح الجدول التالي المبالغ المستهدف الحصول عليها من الشركاء الاستراتيجيين، فإن هذه الأرقام هي مستهدفات لخطة الشركاء الاستراتيجيين يمكن للإدارة ذات الكفاءة أن تحققها أو تزيد منها، مع الأخذ بعين الاعتبار ما قد يستجد من ظروف اقتصادية أو اجتماعية خلال الحقبة القادمة.

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

المجموع	المصانع ذات المنتجات الاستهلاكية	الشركات والمنشآت العائلية	المؤسسات الوقفية الكبرى	الشركات المساهمة العامة	البنوك وصناديق الاستثمار	البيان
20,013,097	-	12,145,677	3,712,000	-	4,155,420	2017م
34,929,949	2,000,000	18,860,245	4,083,200	5,000,000	4,986,504	2018م
41,629,914	4,000,000	20,746,269	4,899,840	6,000,000	5,983,805	2019م
49,081,270	6,000,000	22,820,896	5,879,808	7,200,000	7,180,566	2020م
57,415,435	8,000,000	25,102,986	7,055,770	8,640,000	8,616,679	2021م
66,788,223	10,000,000	27,613,284	8,466,924	10,368,000	10,340,015	2022م
	30,000,000	127,289,357	34,097,542	37,208,000	41,262,989	المجموع

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

تقرير إدارة التسويق والشراكات في الجمعية لعام 2018م:

2018	2017	نوعها	الشراكة A
2,403,427	2,240,995	تدريب وتأهيل الأيتام	البنك الأهلي (برنامج أهالينا) للصغار
515,000	-	تدريب وتأهيل الأيتام	البنك الأهلي (برنامج أهالينا) للكبار
5,000,000	5,000,000	المساعدة لشراء المنازل	جمعية بنيان
2,000,000	1,200,000	دعم شهري للأيتام	الراجحي الإنسانية
372,466	-	تدريب عدد (54) يتيم ویتيمة	بنك الجزيرة (برنامج عصامي)
1,200,000	-	مشروع مخصص	شركة الشقران للتكييف
428,400	214,000	كفالة عدد (119) يتيم	محمد عبد العزيز الراجحي النوعية
206,924	459,000	بواقى هلل	شركة العثيم
6,000,000	6,000,000	استقطاع	شركة العثيم
180,000	220,000	استقطاع	فيذا انسان (بنك الراجحي)
200,000	200,000	علاج اسنان مجاني	مركز المهيدب الطبي

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

تقرير إدارة التسويق والشراكات في الجمعية لعام 2018م:

2018	2017	نوعها	الشراكة A
246,000	-	استقطاع (ريال عن بيع كل كوب)	مقهى هاف مليون
200,000	-	لعدد (1000) حقيبة مدرسية	شركة ساب
320,217	117,000	استقطاع	البنك السعودي للاستثمار برنامج (واو)
127,720	80,123	مخلفات الكترونية	شركة تدوير
90,000	90,000	كفالة عدد (25) يتيم	الشركة السعودية لتمويل المساكن (كفالة 25 يتيم)
90,000	90,000	كفالة لعدد (25) يتيم	شركة ذيب لتأجير السيارات (كفالة 25 يتيم)
150,000	-	علاج اسنان	طب الاسنان جامعة الملك سعود
108,000	-	كفالة لعدد (30) يتيم	أوقاف سلطنة بنت محمد الراجحي
57,600	-	خدمات	طب الاسنان جامعة الأميرة نورة
19,979	-	علاج طبيعي + استقطاع مالي	مركز علاجي المتكامل الطبي

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

تقرير إدارة التسويق والشراكات في الجمعية لعام 2018م:

2018	2017	نوعها	الشراكة A
-	-	استقطاع	البنك الفرنسي (جنى)
خدمة	-	تدريب الأبناء	جمعية أعمال
خدمة	-	المشاركة في برامج الهيئة	الهيئة العامة للترفيه
خدمة	-	استفادة الأبناء من الملاعب الخاصة بهم	شركة اركان الرياضية
خدمة	-	صيانة منازل اسر فرع شقراء	مؤسسة يوسف بن حسن التجارية بمحافظة شقراء
خدمة	-	مرافعات للأسر	مكتب فراج العقلة للمحاماة
33,465,620	20,473,105		المجموع

تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

نماذج لأهم الشراكات الاستراتيجية:

- الشراكة مع أسواق العثيم التجارية
تم الاتفاق بين بين الجمعية وشركة أسواق العثيم التجارية منذ عام 2001م (ولا زالت) بتقديم تبرع خاص للجمعية بنسبة 10 % عن كل تعميد تنفذه الجمعية لتأمين النفقات الغذائية للأيتام. وقد تجاوز إجمالي ما ورد للجمعية من هذه الشراكة 60 مليون ريال.
- بطاقة إنسان الائتمانية (فيزا إنسان)
اتفاقية بين الجمعية ومصرف الراجحي منذ عام 2011م يقوم بموجبها المصرف بإصدار بطاقة إئتمانية تتيح لحاملها التبرع مباشرة بنقاط (المكافآت) المكتسبة من الشراء، وبلغ ما تم تحصيله ما يزيد عن مليون ريال، حيث يتم تحويل نقاط المكافأة إلى ما يعادلها من مبالغ نقدية بحسب النظام المتبع بالمصرف.



تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

• برنامج أهالينا

اتفاقية بين الجمعية والبنك الأهلي منذ عام 2014م. تهدف هذه الإتفاقية لتأهيل أبناء الجمعية من عمر 14 سنة إلى عمر 18 سنة، من خلال تعليمهم اللغة الإنجليزية وتطوير مهاراتهم في الحاسب الآلي وتنمية مواهبهم وقدراتهم، ويحصل الطالب على مكافأة شهرية وتأمين طبي، بالإضافة إلى رحلة علمية خارج المملكة للمتميزين منهم.

و بلغ عدد المستفيدين من هذا البرنامج منذ بدايته (200) طالب. وتبع هذه الإتفاقية في عام 2017م برنامج آخر للأبناء الكبار الذين تجاوزوا سن الثامنة عشر، الذين تخرجوا من الثانوية العامة ولم يتمكنوا من الإلتحاق بالجامعات نتيجة لتدني درجاتهم. بحيث يقدم لهم دبلوم مكثف لمدة ستة أشهر مرتبط بوظيفة. وقد تم تنفيذ هذا البرنامج لعدد 25 طالب، وسوف يستمر سنوياً مع مضاعفة العدد.



تجربة جمعية إنسان في مجال الشراكات

• مؤسسة الراجحي الإنسانية

اتفاقية بين الجمعية ومؤسسة الراجحي الإنسانية، تهدف لدعم أسر الأيتام التي تندرج ضمن فئة (هـ) ممن يتراوح متوسط دخل الفرد منهم بين (801) إلى (850) ريال في الشهر من خلال بندي التغذية والمصاريف النقدية، بالإضافة إلى تسديد اجارات السكن، وترميم المنازل، و قد قدمت الخدمة من خلال هذه الاتفاقية لعدد 634 يتيماً و يتيمة وأرملة.

أولاً/ التوصيات الموجه للمسؤولين وصناع القرار مايأتي:

1. إصدار تشريعات وأنظمة حكومية تساهم في حث القطاعين العام والخاص على تفعيل برامج الشراكة مع المنظمات الخيرية.
2. تفعيل دور الغرف التجارية في نشر وتعزيز مفهوم برامج المسؤولية الاجتماعية للجهات الحكومية والشركات.
3. حث الجامعات ومراكز الأبحاث على تطوير أنظمة المنظمات الخيرية خاصة فيما يتعلق بإدارة الشراكات الاستراتيجية.
4. حث الجامعات والكليات على إيجاد تخصصات في التسويق والشراكات الخيرية، لتخريج متخصصين مؤهلين للعمل في الجمعيات والمؤسسات الخيرية.
5. حث الجهات المشرفة على الجمعيات، لتطوير المنظمات الخيرية حتى تستطيع إبتكار برامج ومشاريع نوعية يمكن أن تنظم من خلالها شراكات إستراتيجية.
6. الإهتمام بتحسين الصورة الذهنية للمنظمات الخيرية.
7. تنظيم جائزة وطنية لتكريم الجهات التي تقيم شراكات إستراتيجية مع المنظمات الخيرية.
8. تحفيز الشركات والمنظمات الربحية للدخول في شراكات إستراتيجية مع المنظمات الخيرية بشكل عام والمعنية بالأيتام على وجه الخصوص من خلال تقديم بعض المزايا والتسهيلات.

- ثانياً/ التوصيات الموجه للمنظمات الخيرية المتخصصة في رعاية الأيتام مايلي:
1. وضع الشراكات الاستراتيجية محوراً رئيسياً أثناء صياغة خطط المنظمات الخيرية.
 2. تصميم برامج ومشاريع تتناسب مع أهداف وتوجهات الشركات والجهات المانحة. وعمل دراسة جدوى لكل برنامج ومشروع يقدم.
 3. وضع إدارة مستقلة للشراكات الاستراتيجية ضمن هيكل المنظمات الخيرية.
 4. إستقطاب كفاءات متخصصة في التسويق والشراكات. ومنحهم الرواتب المجزية.
 5. صياغة خطط إعلامية تبرز الشركات المنفذة.
 6. وضع معايير لإختيار الشركاء، وتحديد إمتيازاتهم.
 7. تصميم برامج تدريبية متخصصة وورش عمل للقائمين على إدارة الشراكات لتطويرهم.
 8. الاستفادة من التجارب المتميزة سواء المحلية أو الخارجية في مجال الشراكات.
 9. تطوير الوسائل الإعلامية للمنظمات الخيرية.
 10. العمل (بإستمرار) على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات الخيرية لدى المجتمع بشكل عام، وأصحاب القرار في الشركات.

التوصيات

11. الإهتمام بتطبيق معايير الحوكمة.
 12. نشر التقارير المالية للمنظمات الخيرية في الوسائل الإعلامية المتاحة، لتحقيق مبدأ الشفافية بما ينعكس إيجاباً على سمعة الجمعية.
- ثالثاً/ التوصيات الموجه للمنظمات الحكومية والخاصة ذات المسؤولية الاجتماعية مايلي:
1. تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية.
 2. العمل على إنشاء إدارات أو أقسام متخصصة بالمسؤولية الاجتماعية، والعناية والدقة في اختيار العاملين في هذه الإدارات والحرص على أن يكونوا متخصصين في الشأن الاجتماعي.
 3. الإعلان عن سياسة الشركة في دعم برامج المسؤولية الاجتماعية، ووضع أهداف يمكن تحقيقها وشروط بمقدور المنظمات الخيرية القيام بها.
 4. تقديم وعرض مشروعات وبرامج مقترحة، يمكن أن تتبناها المنظمات الخيرية المتخصصة في رعاية الأيتام.
 5. زيارة المنظمات الخيرية المتخصصة في رعاية الأيتام للإطلاع على جهودها، ولتحسين الصورة الذهنية.



الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام

استدامة

ملتقى تنمية الموارد المالية للقطاع غير الربحي

شكراً لكم

