



مراحل لدعم مشروع تنموي متميز



حماد الحصري وعائلته الخيرية
Hamad Al Hussaini & His Family Charity

www.alhussainicharity.org

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



حماد الحسيني وأهله الخيرية
Hamad Al Hussaini & His Family Charity





مقدمة



الحمد لله وحده .. والصلاة والسلام على من لا نبي بعده ..

يجد الكثير من العاملين في المشاريع الخيرية والمجتمعية تحديا كبيرا في معرفة وتلبية الاحتياجات لشرائح المستفيدين والمشمولين بهذه المشاريع ، ومع ما نجده من تسابق الكثير لأعمال الخير والتطوع في مشاريع كثيرة ومتنوعة إلا أن المتبرع أو المانح يجد صعوبة في اختيار المشروع الذي يجد أنه الأنفع ، يعود ذلك لأننا أمام جيل تطوعي مدرك لما اتجه إليه من تطوع وقادة في القطاع الخيري لديهم مستوى عال من المعرفة والخبرة ، إلا أن بعض الجمعيات لا زالت تتواضع في عرض مشاريعها وتطوير مبادراتها ، مما يزيد من حيرة المتبرع بين حبة في نفع تلك الجمعيات وبين ضعفها في التخطيط أو عرض المشاريع ، ولذلك ومن باب نشر المعرفة فريق المشاريع في مؤسسة الشيخ حمد الحصري وعائلته الخيرية نضع بين أيديكم خلاصة تجربة بضع سنوات في اختيار المشاريع التنموية ذات الأثر والفائدة الأكبر ، مستحضرين أن هذا الجهد بحاجة للمثاقفة والتحسين المستمر .
سائلين الله أن يبارك في الجهود ويخلص النيات ويديم العطاء والله من وراء القصد .

الهدف من المنتج:

- نقل تجربة المؤسسة في اختيار المشاريع التنموية المتميزة .
- عرض أسلوب المؤسسة في الاشراف والمتابعة .
- تشارك المعرفة وتفعيل مفهوم المنظمة المتعلمة .
- تقديم نموذج عمل تم تجربته .
- بناء آلية للتكامل والمقارنات المرجعية .



المستفيدون من المنتج:

- المؤسسات المانحة وإدارات المسؤولية المجتمعية .
- إدارات المشاريع والبرامج في الجهات الخيرية .



المرحلة الأولى : الاكتشاف والاختيار

قبل أن يحدد المشروع ويُختار يتم التركيز في هذه المرحلة على:

1. توجه المؤسسة ، والانطلاق من الاستراتيجيات ، والعلاقة بالجهات الأخرى داخل القطاع الخيري أو في القطاعات الأخرى .
2. مدى قدرة فريق المشاريع على اكتشاف القطاع ، وتحديد البيئات المناسبة للمشاريع .
3. والتفاعل المستمر تواصلًا واتصالًا بشكل مباشر أو غير مباشر بجميع الشركاء المكملين للنجاح والتميز ، كل ذلك من خلال الخطوات التالية:

المرحلة الأولى	1- المجال الاستراتيجي للجهة	2-الاكتشاف	3- التواصل والاتصال	4-الزيارة
 <p>الاكتشاف والاختيار</p>	<ul style="list-style-type: none"> • اختيار المجال الرئيس للمشروع (زكوي، رعي، تنموي ، قيمى ، اجتماعى ...) • تحديد مدى الحاجة إلى المشروع. • الحرص على توافق أهداف وطموحات المؤسسة مع أهداف وطموحات الشركاء في المشروع. • السؤال والبحث كثيرا عن ما يشبه المشروع المناسب للبدء من حيث انتهى الآخرون . • الاقتراب من الرؤية والرسالة يكشف المشاريع الأعظم أثرا واستدامة. • يحدد اصحاب المصلحة في المشروع ومتطلباتهم وكافة طرق التعامل معهم خلال المشروع ودور كل واحد منهم. 	<ul style="list-style-type: none"> • تحرص المؤسسة على حضور مناسبات القطاع الخيري والمجتمعي باستمرار وتشاركتهم . • التعرف على العاملين في الجمعيات الخيرية ومشاركتهم منجزاتهم . • مشاريع تأتي للمؤسسة فيكون الحرص على أجودها ومشاريع يتم البحث عنها واختيار أنسبها. • نعتقد أننا نرى كل شيء ، لكن نكتشف أن شركاءنا يرون من زاويا مختلفة فتتضح معالم مشروعنا. • يتم التركيز في اختيار المشروع على : <ul style="list-style-type: none"> - فترة اختيار المشاريع - نوع المشروع - كمية المشاريع التي تناسب خطط المؤسسة . - مكان البحث عن المشروع . 	<ul style="list-style-type: none"> • اختيار الشركاء قبل اختيار المشروع، فقوة الشريك وإيمانه بفكرته أول إعلان لنجاح المشاريع وتميزها. • تحمل الهم مع الشركاء وإن لم يدعموا، وذلك يسهل البحث عن المشاريع المتميزة واكتشافها . • تكرار مجالسة المهتمين والمختصين في نفس مجال المؤسسة الاستراتيجي واستنصاحهم . • استشارة المختصين في المشاريع قبل البدء في تنفيذها. 	<ul style="list-style-type: none"> • زيارة الشركاء في هيئة فريق مما يزيد من قوة تمثيل المؤسسة ويزيد ثقة الآخرين بها . • السعي في زيارة الشركاء أو المشاريع إلى زيارة المجتمع الخيري في تلك المنطقة والجمعيات الأخرى حتى لو لم تكن ضمن نطاق تخصص المؤسسة . • تحفيز القطاع الخيري ليشرك أفكاره ومشاريعه المميزة . • يختار الأنسب للزيارة ولا يهتم إن كان من الإدارة العليا أو التنفيذية. • السعي لزيارة كل المانحين والمنفذين الذين يشاركون المؤسسة رؤيتها ومجالها.

المرحلة الثانية : الشراكة والقبول

في هذه المرحلة الثانية يتم التركيز على ما بعد اقتناص المشروع وتحديداه والتي تعطي تصورا عاما عن بيئة المشروع ، ومدى واقعيته وتبني الشريك له وقوة إعداده وفرص الشراكة فيه ، ثم يُنظر إلى أثر ذلك المشروع على أصحاب المصلحة وتفاعلهم معه ومع الشريك المنفذ .

المرحلة الثانية



الشراكة والقبول

١- بيئة المشروع / دراسة المشاريع

- يتم السؤال عن البيئة التي سينفذ فيها المشروع . وهل سبق أن نفذ من قبل؟ وكيف تقييم الشريك والمستفيدين لذلك التنفيذ ؟
- قد تميل المؤسسة إلى مشاريع التأسيس التي تعتبر تميزا في ذاتها وسبقاً في مجالها .
- السؤال عن المشروع وهل له منتج سيصدر، والتفكير في استدامته قبل اعتماده .
- بعض المشاريع تكتب وتعرض بشكل مميز لكنها لا تتوافق مع واقعها مثل الصيد الذي يبهرك شكله لكنك لا تستسيغ طعمه ، والقصد من واقعها أنها (خارج توجه المؤسسة ، بعيدة عن حاجة المستفيدين ، بعيدة عن استراتيجية الطرفين أو أحدهما ، لا تحقق أهداف المؤسسة) .
- المشروع الجديد في فكرته أو تخصصه أو مجاله قد يكون فرصة ، و قد يكون محل اختبار وتجربة ، فدائما ما يكون التريث في الدخول إلا بعد التأكد والتقدم في الدراسة خطوات .
- السعي أن تكون بيئة المشاريع في المؤسسة بيئة محفزة وممكنة فذلك يجعل الفريق حريصا على انتقاء الأنفع والأجدر من المشاريع .
- محاولة معرفة المشاريع الشبيهة في القطاع ، وبناء القرار بناء على نتائجها .

٢- الإعداد للمشروع

- لا ينطلق المشروع حتى يعرف من هو البطل ، وهل هو ذا ميول ورغبة في مجال المشروع وفي تنفيذه؟ أو يتوافق مع استراتيجيته والشريك المنفذ ؟
- هل هذا البطل متبني للمشروع أم هو الشخص المتاح حالياً لإدارة هذا المشروع ؟
- الاهتمام بتطوير فريق المؤسسة الذين يدرسون المشاريع لأن ذلك من علامات التميز التي ستظهر في المشروع مستقبلا .
- لا يكتفي بوثيقة المشروع ، بل يتم التواصل والاتصال بالشريك والحوار معه حول المشروع .
- يحكم على تميز المشروع ابتداء من خلال وضوح المدخلات وتوافقها مع المخرجات والنظر إلى الأثر .
- يتم السؤال عن المخاطر المحتملة ، وكيف ينظر الشريك إليها، وكيفية التعامل معها.

٣ - الشراكة

- مهما كانت قدرات الفريق إلا أن السعي لمشاركة الآخرين من المتبرعين أو المؤسسات المانحة في الاستفادة من خبرتهم وتجربتهم مما يقوي المشروع ويزيد من أثره وينشر خبره .
- الفرص والمبادرات المتميزة كثيرة في القطاع ، فكل فرصة تناسب المؤسسة لا تتردد في دعمها .
- قد تملك المؤسسة تميزا في جانب وينقصها جانبه الآخر . فدائما ما يتبادل مع شركائنا قصص النجاح ليكتمل الجهد بتكامل الأفكار وتلاقحها ويستفيد الطرفان .
- تشارك المؤسسة الفرص والأدوات التي تساعد على اقتناص أفضل المشاريع .
- تنوع المؤسسة سلة الشراكات وتهتم بها .
- للشريك الحق في أن يكون مطلعاً على كل التفاصيل التي تتابع و يُشرف عليها .

المرحلة الثالثة : الاعتماد والتأثير

يتم التركيز في المرحلة الثالثة على مرحلة اعتماد المشروع والبدء في التنفيذ حسب ما خطط له . وعليه يكون وضع خطة الإشراف والتطوير وأسلوب التواصل والتأثير مع الشركاء .

التطوير والتأثير	الإشراف والمتابعة	الاعتماد	المرحلة الثالثة
<ul style="list-style-type: none"> • السعي لتمكين فريق المشروع وتطويرهم . • مشاركة الخبرة والمعرفة لشريك التنفيذ في المشروع . • من أهم اهتمامات المشرف الرقي بنفسه وبالمشروع من خلال الاطلاع على كل مفيد ومشاركته مع بالشريك • كل مشروع للمؤسسة يعتبر وكأنه الوحيد الذي لا تملك غيره . • لا يتم قبول أي منتج ما لم يتم تحكيمه وابداء الرأي فيه من قبل الخبراء 	<ul style="list-style-type: none"> • وضع خطة الإشراف والمتابعة ومشاركتها مع الشريك المنفذ مع بداية العمل . • الحرص على تسجيل حضور المؤسسة في جميع مناسبات المشروع وفعالياته . • تكرار متابعة المشروع وتسجيل الملاحظات باستمرار . مع مناقشة الشركاء فيها . • تكرار زيارة المشروع كلما سنحت الفرصة . • مناقشة الشريك المنفذ مستجدات المشروع ومؤثراته . • رصد المخاطر قبل أن تحصل وتجنب المشروع حدوثها . • أهمية تحديد النماذج ووثائق المشروع والاتفاق عليها قبل بداية المشروع . • تحديد آليات وطرق التواصل الرسمية والأخوية . 	<ul style="list-style-type: none"> • سؤال الشريك عن اعتماد المشروع من أصحاب المصلحة لديه . • تكون الجاهزية عالية في الإجابة على جميع تساؤلات المعنيين في اتخاذ قرار الاعتماد . • يتم تفصيل كل ما يتم التعاقد عليه مع الشريك (وضوح المخرجات ، التدفقات المالية . الوقت ، النطاق ، المخاطر) . • يتم اعتماد خطط المشروع قبل البدء في تنفيذه ، ثم تراجع بين فترة وأخرى للتحسين والتطوير . • الاتفاق مع الشريك على الأوقات المناسبة للتدفقات المالية للمشروع . 	<p>  الاعتماد والتأثير </p>

المرحلة الرابعة : الإقفال والاستدامة

تركز هذه المرحلة الرابعة على فترة إغلاق المشروع وانتقاله . حيث النهايات الصحيحة تديم عمر المشاريع وترسخ النجاح وتزيد الدافعية للاستمرار والتطوير .

المرحلة الرابعة	الإغلاق	المنتجات	الاستدامة
 الإقفال والاستدامة	<ul style="list-style-type: none"> • لا يغلق المشروع لينتهي . وإنما يغلق فنياً والحرص على بقاء أثره وتأثيره مفتوحاً . • يتم شكر الشركاء الذين ساهموا مع المؤسسة في التنفيذ . • يتم استطلاع مدى الرضا الذي حققه المشروع . • يكتب رأي المؤسسة في المشروع . • تشارك المؤسسة الدروس المستفادة مع الشريك وتجعلها بصمة تغيير إلى الأفضل . • تحفظ جميع وثائق المشروع كمعرفة ضمنية ومستفاد منها في المشروع القادم ، 	<ul style="list-style-type: none"> • تهتم المؤسسة بإخراج المنتجات في الصورة التي تحقق هدف المشروع . • يتم مشاركة المنتج مع أكبر عدد من أصحاب المصلحة والاهتمام . • البحث عن قنوات تفعيل المنتج ليستفيد منه المستهدفون غير المباشرين . • جميع المنتجات تحمل صفة الخيرية دائماً . • غالباً ما يكون هناك اتفاق على الحقوق الفكرية لكل المنتجات . 	<ul style="list-style-type: none"> • الحرص أن تمتد نتائج المشروع وأثره ليصل إلى الفئات غير المباشرة والتي تحتاج إليه . • مشاركة الآخرين المشاريع أو المنتجات المميزة ، والحديث عنها مما يزيد من قيمتها التنافسية .



حماد الحصري وعائلته الخيرية
Hamad Al Hussaini & His Family Charity

www.alhussainicharity.org