



جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل
IMAM ABDULRAHMAN BIN FAISAL UNIVERSITY


معهد الدراسات الاستشارية والخدمات
بيت خبرة المسؤولية الاجتماعية

الخطة الاستراتيجية

الجمعية السعودية الخيرية لرعاية مرضى السرطان
بالمنطقة الشرقية



فريق العمل

١. د. شاهر بن ظافر الشهري
 ٢. د. عبد الله بن خالد الغملاس
 ٣. د. عبداللله المنصور
 ٤. د. عاصم عبد القادر
 ٥. د. خالد الحركان
- 

مقدمة

يشكل تحديد الرؤية، والمبادرات الاستراتيجية اللبنة الأولى في بناء مؤسسات القطاع الأهلي. وفي المملكة العربية السعودية وهي تمر بمرحلة تحول كبيرة ضمن رؤية المملكة ٢٠٣٠ فالقطاع الأهلي بحاجة إلى تغيير استراتيجياته بما يتواءم مع برامج التحول والرؤية، ويكون لديه خطة تحول واضحة، وحيث أن كثيراً من أدوات بناء الخطط الاستراتيجية قد مرت تغييرات وتحديثات كبيرة بناء على هذه التحولات و أهمها ما أشارت له شركة ماكينزي عندما أطلقت تقريرها بعد جائحة كورونا و الذي أسمته التحول المزعزع Disruptive Transformation ، وذلك بسبب ما يمر به العالم اجمع من تسارع كبير وعدم وضوح أو ما أطلقه رئيس المنتدى العالمي للاقتصاد كلاوس شواب بما أطلق عليه إعادة الضبط العظيم Covid-19 The Great Reset من القضايا خاصه فيما بعد فترة كوفيد-١٩. وهذا أحدث بدوره تغييراً كبيراً في طرق بناء الاستراتيجيات وأدواتها، وهذا ما شاهدناه بوضوح في رؤية المملكة العربية السعودية عندما انتقلت من وضع الخطط التنموية بالاستراتيجيات القديمة، إلى مفهوم الرؤية، والمرتكزات، والبرامج والمبادرات، و التي تعطي المؤسسات المرونة الكبيرة في مواكبة التغييرات السريعة و يمكن أن تعدل و تواصل تقديم برامجها و وفقاً لهذه الآليات الحديثة

ولذلك فإن العمل الذي سنقوم به مع جمعية السرطان السعودية سينطلق من هذه المفاهيم وتكون جمعية السرطان من الجمعيات الرائدة في مواكبات مفهوم التحول في جانبه الإداري، والاقتصادي، والاجتماعي، والتقني. والذي لابد وأن يتواءم مع التحولات الكبيرة في هذه المرحلة. وسنعمد إلى تحديد الرؤى الرئيسية في بناء الرؤية والمستهدفات، والاحتياجات لهذه المستهدفات ونفعل التخطيط بالسيناريوهات حتى يتم تطبيق الاستراتيجية لتمر بمراحل حتى يتسمى بالمرونة ويتأقلم مع التحولات المستجدة. وأخيراً نود أن نشير إلى أن العمل على الخروج بخطة تحول لعمل الجمعية تراعي فيها بناء استراتيجية تتسم بالمرونة معتمدة على المدة القصيرة التي تمكنها من التأقلم السريع مع المتغيرات وتستوعبها دون أن تكون مثقلة بمعايير أداء تفصيلية تجعل العاملين في حيرة ما بين تحقيق هذه المعايير والتي قد تتغير سريعاً بناءً على المتغيرات الخارجية. ولذلك فالحلجوء إلى التخطيط بمقاربة تعدد السيناريوهات هو الأسلم في هذه المرحلة. وهذا ما سيركز عليه فريق العمل عندنا للخروج برؤية استراتيجية مرنة متواكبة مع خطة التحول الوطنية ومتماهية معها. وهذا يحتاج إلى تعاون كبير بين الطرفين وخوض غمار التجربة

مجال العمل: مراجعة وبناء رؤية الجمعية وبرامجها و مبادراتها باستخدام التوجه الجديد في التخطيط الاستراتيجي، مع مراعات الانطلاق من احتياجات المجتمع، و تجربة المستفيد للوصول إلى نموذج أعمال مستدام مالياً، و التركيز على التحول الرقمي في استراتيجية الجمعية، و المواءمة مع رؤية المملكة في القطاع الأهلي، و ضمان التوافق مع أسس الحوكمة و معيار السلامة المالية في القطاع غير الربحي

الأهداف

في نهاية الدراسة ستكون الدراسة مغطاة للأهداف التالية :

- ١ تحديد الاحتياج وفقاً لاحتياجات المجتمع الفعلية
- ٢ تحديد الاحتياج وفقاً لتجربة المستفيد
- ٣ رؤية الجمعية وبرامجها ومبادراتها وفق لرؤية الجمعية
- ٤ تحديد أهم التحولات التي تحتاجها الجمعية للمواكبة
- ٥ بناء دليل التحول الرقمي للجمعية
- ٦ بناء دليل البرامج الطبية للجمعية
- ٧ وضع خطة الهوية والسمعة المؤسسية
- ٨ دراسة برامج الاستدامة من خلال مفهوم الريادة الاجتماعية والابتكار الاجتماعي
- ٩ بناء معايير الأداء وفقاً لآلية قياس الأهداف والنتائج الرئيسية OKR

منهجية إعداد الدراسة

قام فريق الدراسة بإعداد منهجية متكاملة بعد عقد عدة اجتماعات مع المسؤولين في الجمعية والحوار معهم و أخذ وجهات نظرهم. وسعي من الفريق لتكون الدراسة أقرب للواقع التطبيقي و التنفيذي و منطلقة من المشاكل و الاحتياج الحقيقي للجمعية ، و اتبعنا ما قاله ستيف بلانك في كتابه The Startup Owner's Manual "لا توجد حقائق داخل المبنى، أخرج لتجد الحقائق الصادمة هناك". و حتى تكون استراتيجية الجمعية متوائمة مع النظام البيئي Ecosystem للمملكة العربية السعودية ، قام الفريق باتباع منهجية بناء الخطة الاستراتيجية بالعودة إلى رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠. ثم النزول التدريجي لبرامج الرؤية و خطط التحول للجهات ذات العلاقة بعمل الجمعية لربطها باستراتيجية الجمعية و كان العمل **كالتالي :**

١- تم تقسيم العمل إلى ثلاثة مراحل و ذلك باستخدام منهجية شركة ايديو الشركة الشهيرة في تصاميم الأعمال و المنتجات بناء على تجربة العميل ، او ما يسمى بالمرتكز الإنساني، و كان لها دليل في تصاميم و بناء المؤسسات المجتمعية منذ عقود طويلة أصدرتها في دليل عملي يدعى The Field Guide To Human-Centered Design. **وهذه المراحل :**

مرحلة الإلهام

و في هذه المرحلة كان الاعتماد على الزيارة و الملاحظة و السماع من المسؤولين و حوارهم عن مواطن الألم و الحلم الذي يحلمون أن تكون عليه الجمعية. و تم التأكد من مجال العمل الذي سنعمل عليه هل سيكون متوافقاً مع الاحتياج و الطموح

مرحلة إطلاق الأفكار

وكانت هذه المرحلة مشتركة بين فريق العمل والمسؤولين و العاملين في الجمعية بالحوار عند كل مرحلة من مراحل العمل و تبادل الرؤى و الأفكار و اختبارها

مرحلة التنفيذ

ويتم خلالها بناء النموذج ومن ثم اختبار النموذج ثم تعديله و بناء النموذج النهائي

٢- بالنسبة لمجال العمل الذي سنقوم بالعمل فيه، فقد تم تحديده بناء على النموذج الحديث الذي يبنى عليه مفهوم المؤسسة المجتمعية والتي هي نموذج عمل القطاع غير الربحي حسب تخصص كل نموذج **و كانت العناصر التي سيتم العمل عليها هي :**

الفضاء الرقمي

المجتمع

البناء المؤسسي

البرامج المقدمة

النموذج المالي

النموذج الإداري

السمعة المؤسسية

نموذج الاستدامة

ومن خلالها تم الانطلاق أثناء العمل كمحددات رئيسة لتأطير العمل و الدراسة

٣- الخطة الاستراتيجية

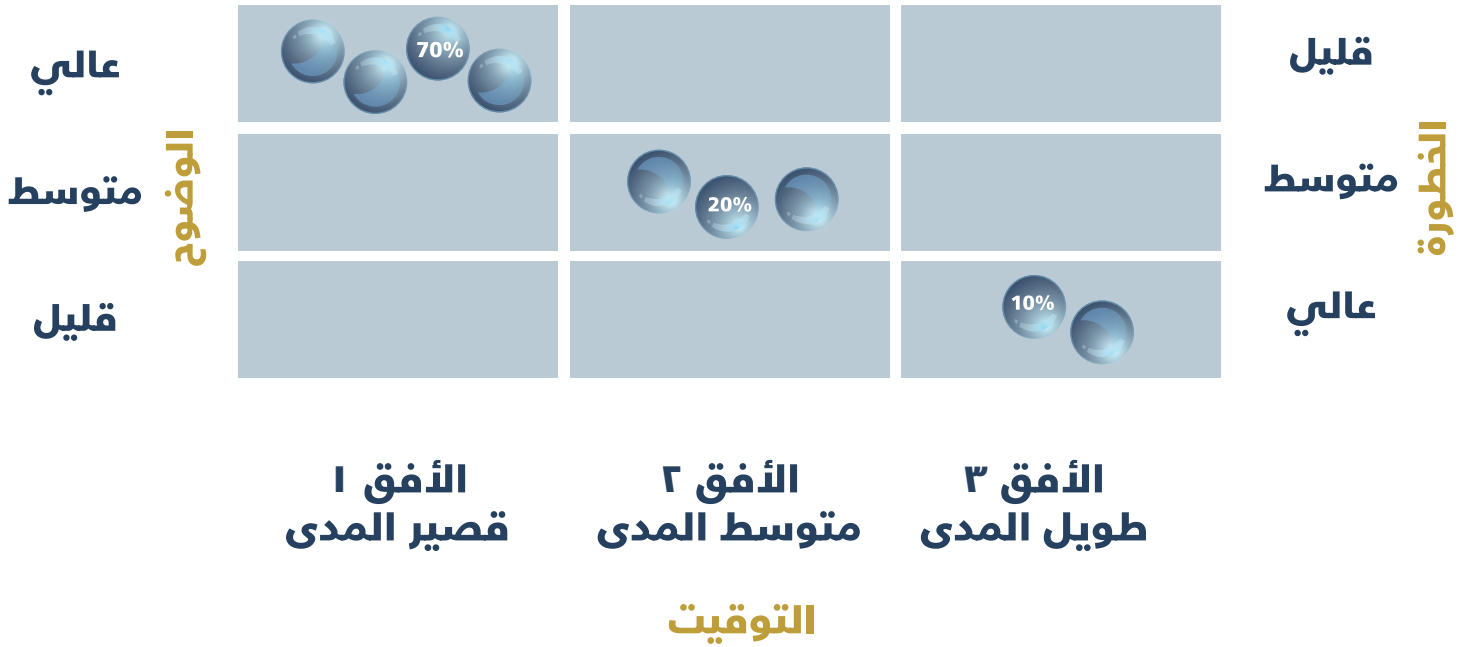
٤- نظراً لما تمر به هذه المرحلة و خصوصاً في أعقاب جائحة كورونا، و أصبحت هذه المرحلة كما يشير جون كوتر في كتابه الأخير *Change, How Organization Achieve Hard-To- Imagine Results In Uncertain and Volatile Times* من تسارع و اضطراب و عدم وضوح، مما يشكل تحدياً لأي مؤسسة في بناء استراتيجية و اضة و ثابتة و قابلة للتطبيق ، مما جعل الفريق يعمل باستخدام أدوات بناء الاستراتيجية الجديدة المواكب لهذه المرحلة، و التي يجب أن تتسم بالمرونة، و قابلية التجريب ، و تعدد السيناريوهات، و إمكانية التعديل المستمر من قبل الجمعية عند الاحتياج. كما وضع الفريق في الاعتبار استخدام كل المنهجيات الحديثة في بناء الاستراتيجية، مستخدماً: التفكير التصميمي *Design Thinking* و التخطيط الرشيق *Lean Startup* و *Agile Scrum* وغيرها من المنهجيات التي تعمل في مثل هذه الظروف. كما تم الاعتماد على منهجية *SWOT* و *PESTEL* في عملية تحليل الوضع الداخلي و الخارجي مصاحب للمنهجيات السابقة . و كما ذكرنا سابقاً في خصوصية هذه المرحلة فلقد تم العودة إلى منهجية *Innovation Strategy* و *Portfolio Management* & للمؤلف روبرت جي كوبر في ترتيب المراحل في ترتيب الاستراتيجية ثم بناء المحفظة الإدارية التي يمكن توزيع الأهداف الاستراتيجية بناء على نسبة الوضوح و نسبة المخاطرة في الاستثمار في الخطة المطروحة. و هنا تم التعامل مع البرامج و كيفية تنفيذها لضمان التوازن و النجاح كالمحافظ المالية. في الجداول القادمة نوضح هذه المنهجية وكيف تم العمل بها

| المنتجات الجديدة والحلول الجديدة | الأفكار الجديدة في المجالات المختارة | تحديد وتقييم الفرص المجالات الجديدة | التحليل الاستراتيجي |
|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------|
| مبادرات التطور الكبرى | الأفكار الجديدة ضمن المجالات المختارة | إعداد قائمة بالمجالات | تقييم المجال |
| خارطة تطوير المنتج | الاحتياجات التي لم تغطى | التركيز على المجالات المختارة | تقييم الجمعية |
| المنصات الجديدة | المجالات الناشئة | | |
| التطوير التكنولوجي | مشاكل العملاء | | |
| | مجالات الاستثمار والربح | | |

المحفظة الإدارية عبارة عن دمج بين التعريف الاستراتيجي والتنفيذ المرتكز على المشاريع



الخطورة مع عدم الوضوح

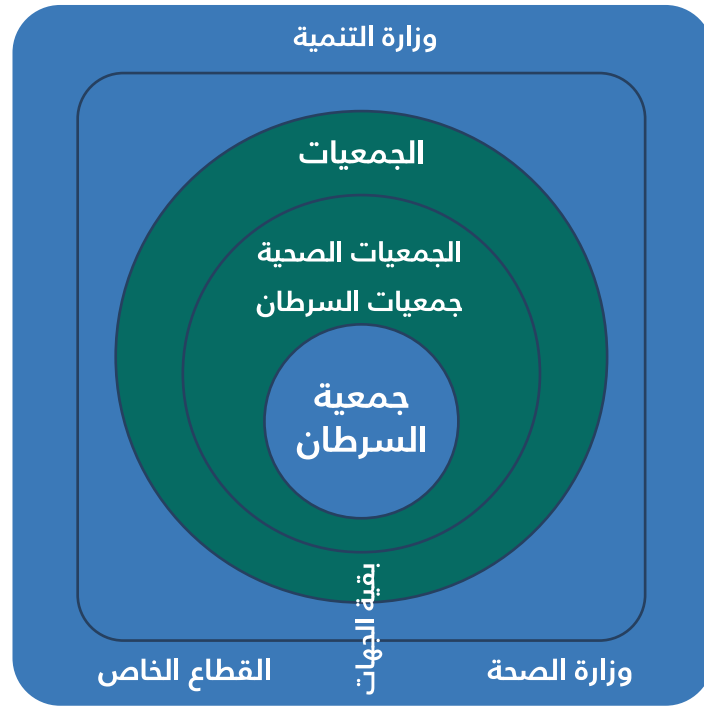


راجع الجدول التفصيلي لشرح التعامل مع المحفظة الإدارية استراتيجياً



٥ - بعد ذلك تم وضع النظام البيئي الذي سوف يعمل في الجمعية

النظام البيئي للجمعية



المؤامة التي تم اعتمادها وفقاً للنظام البيئي

١ - البناء على مرتكزات رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠

- مجتمع حيوي
- اقتصاد مزدهر
- وطن طموح

٢ - برامج الرؤية ذات العلاقة

- برنامج صندوق الاستثمار
- برنامج الإسكان
- برنامج خدمة ضيوف الرحمن
- برنامج الاستدامة المالية

- برنامج تنمية القدرات البشرية
- برنامج جودة الحياة
- برنامج التحول الوطني
- برنامج التخصيص
- برنامج تحول القطاع الصحي
- برنامج تحول القطاع المالي
- برنامج تطوير الصناعة المحلية

٣- البناء على أهم مدخلات المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي و تشمل :

- نظام العمل التطوعي
- لائحة جمع التبرعات
- نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية
- اللائحة التنفيذية لنظام المؤسسات و الجمعيات الأهلية

٤- الأهداف الاستراتيجية لتنمية الموارد البشرية و التنمية الاجتماعية و تشمل :

- تطوير الحكومة الالكترونية
- تمكين ادماج ذوي الإعاقة في سوق العمل
- تمكين المواطنين من خلال منظومة الخدمات الاجتماعية
- تشجيع العمل التطوعي
- تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية
- دعم نمو القطاع غير الربحي
- الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة للمواطنين
- حماية البيئة من الاخطار الطبيعية
- حماية وتهيئة الموارد الطبيعية

٥- مبادرات التحول الوطني في المجال الاجتماعي

- حوكمة الجمعيات وتصنيفها

آلية التنفيذ

وضع فريق الدراسة آلية للتنفيذ تكونت من التالي :

١- الاجتماعات مع المسؤولين في الجمعية و الموظفين شملت

- عصف الذهن عن الحلم لدى الجمعية الذي ترغب أن تصل إليه
- مناقشة مواطن الآلام التي يودون التخلص منها
- مناقشة الفرص الممكنة للجمعية
- مراجعة الوضع الإداري للجمعية وفقاً لمعيار الحوكمة معيار الالتزام والامتثال، ومعيار الشفافية و اكتشاف فرص التحسين
- مراجعة الوضع المالي وفقاً لمعيار السلامة المالية واكتشاف فرص التحسين
- مراجعة برامج الجمعية

دراسة البيئة الداخلية للجمعية السعودية للسرطان

تشكل البيئة الداخلية لأي منشأة محطة الانطلاق الأولى لنجاح المؤسسة. وهي التي تحدد بناء القدرات، و بناء و بدراسة المعايير المؤسسية التي تطلب وحدة عمل المؤسسة وقدرتها على الإنجاز والتميز اسرد هنا أهم المعايير التي تم دراستها :

- ١- وضوح الرؤية لدى العاملين
- ٢- وجود رؤية ورسالة وأهداف استراتيجية، وأهداف تنفيذية ومعايير أداء
- ٣- وجود البطل الملهم، وظهور أثره
- ٤- وجود التنفيذي المتفرغ
- ٥- وجود برنامج تعريفي للموظفين الجدد

- ٦- وجود برنامج تطوير للعاملين
- ٧- التنسيق والتجانس بين الإدارات المختلفة
- ٨- وجود السجل الوثائقي للمؤسسة
- ٩- وجود السياسات والإجراءات الواضحة للعمل
- ١٠- وجود الهيكل التنظيمي والمرن لدى المؤسسة
- ١١- وضوح مجال العمل للعاملين حسب التخصص
- ١٢- وجود روح الفريق بما يشمل التعاون والتباين (تنوع التخصص، تنوع المهارات، تنوع الاهتمامات، تنوع الشخصيات)
- ١٣- القدرة على التعاملات الرقمية (المايكروسوفت، البيئات السحابية، التواصل عن بعد)
- ١٤- وجود روح الولاء للمؤسسة
- ١٥- وجود روح المبادرة والحماس
- ١٦- الشعور بالأمان الوظيفي والموثوقية
- ١٧- طبيعة ثقافة المؤسسة (المبادرة، المرونة، الشعور بالأمان، تقبل الخطأ والتجريب)

تحليل البيئة الداخلية والنظام البيئي للجمعية

بعدد القيام بعدد من الزيارات لمقر الجمعية و الاجتماع بالمكلفين من الزميلات من مجلس الإدارة بالتنسيق :

١- الدكتوراة الاء الشمراني

٢- الدكتوراة أمل العديني

وكذلك الاجتماع بعدد من موظفات الجمعية :

١- السكرتيرة التنفيذية للجمعية

٢- مسؤولية العلاقات العامة والإعلام

٣- المسؤولية المالية ومنسقة برنامج الحوكمة

٤- مسؤولية البرامج في الجمعية

و كان ذلك باجتماع اسبوعي مع العاملين حسب تخصصاتهم و العمل سوياً على الاطلاع على الموجود في كل قسم، و مناقشة الطموح و القيام بدراسة تحليل الفجوة ، و التوجيه المباشر كنوع من التدريب على رأس العمل و حتى يكونون جزء من بناء الاستراتيجية .

و تم مناقشة الحلم الذي تصبو للوصول إليه الجمعية و الذي تم تلخيصه في التالي :

١- أن يكون أسم الجمعية أيقونة محلية وإقليمية في مجال الوقاية والرعاية في مجال السرطان

٢- أن تكون الجمعية نموذجاً مثالياً في تخفيف معاناة مرضى السرطان وأسرهم

٣- أن تسهم الجمعية في برامج تعزيز الصحة فيما يخص أمراض السرطان باستخدام كل الوسائل المتاحة

٤- أن تكون الجمعية سهلة الوصول للمستفيدين من خلال إيجاد المنافذ المختلفة التي تسهل الوصول

٥- أن تكون الجمعية نموذجاً مواكباً في تفعيل التطوع حسب ما شملته رؤية المملكة ٢٠٣٠

٦- أن تواكب الجمعية التحول الرقمي الشامل وفقاً للخطة الوطنية في التحول الرقمي

٧- أن تحقق الجمعية نموذجاً فريداً في الاستدامة المالية

٨- دعم الأبحاث في مجال أمراض السرطان

كما تم مناقشة الآلام التي تعاني منها الجمعية :

١- عدم ثبات عملية التطوير في الجمعية والرغبة في البدء فيها وفقاً للمعايير العلمية في هذا المجال

٢- ضعف الوصول إلى المستفيدين والرغبة في تطوير تجربة المستفيد

٣- وضع الاستدامة المالية للجمعية والرغبة لتطوير برامج استدامة للجمعية

٤- وضع شراكات مع جهات تدعم تطور الجمعية إدارياً ومالياً وبرامجياً والرغبة في إيجاد برنامج شراكات متطور

كم تم الاطلاع على عدد من الوثائق الخاصة بالجمعية ومراجعة الشبكات الاجتماعية للجمعية وموقع الجمعية الإلكتروني. وتم أيضاً ملاحظة سير العمل وفقاً للمعايير أعلاه. و تم الاجتماع مع الشركة التي تدير موقع الجمعية، و الاجتماع مع شركة تصميم الهوية، و الاجتماع مع متطوعات برنامج الدعم لمصابي السرطان

نقاط قوة تمتلكها الجمعية :

نستطيع القول أن الجمعية السعودية للسرطان و التي تجاوزت العقد والنصف من عمرها حققت أثراً في الواقع أصبح لها سمعة على مستوى المملكة

كذلك الجمعية لديها مجلس إدارة طموح متطلع للتغيير و لدى أفرادها خبرة متميزة في العمل المجتمعي ، و يوجد فريق شاب في الإدارة التنفيذية متحمس وقابل للتعلم ومتطلع للإنجاز
ولدى الجمعية فرص تحسين كثيرة تساهم في البناء المؤسسي المتماسك والرشيق والمواكب للتحويلات المؤسسية الكبرى في كل القطاعات و على رأسها القطاع الأهلي الذي تنتمي له الجمعية

• نقاط تحسين على مستوى مجلس الإدارة

الجمعية في هذه المرحلة بحاجة إلى بطل أو بطلة يكون قريباً جداً من الجمعية ويعطيها من وقته حتى يعود للجمعية رونقها وموثوقيتها في المجتمع والقضية التي تدافع عنها الجمعية قضية يتحمس لها المجتمع، ولذلك فالعمل على إبراز الصورة الذهنية للجمعية -باعتبارها المدافع الأول عن قضايا السرطان في المنطقة الشرقية- مطلب ملح لإبراز تأثير الجمعية وكلنا يعلم أن القضايا الاجتماعية تحتاج إلى تحريك مجتمعي موسع وكسب الأنصار للقضية

• نقاط تحسين على مستوى الإدارة التنفيذية

الجمعية بحاجة إلى مدير تنفيذي متفرغ لإدارة العمل اليومي، يكون من مهامه :

- تسيير الأعمال اليومية للجمعية
- والاشراف على وبناء الفرق وتعزيز عمل الفريق
- والتنسيق بين الإدارات المختلفة في الجمعية، ويجب أن تعتني بفريق الجمعية من خلال تطوير برامج تدريبية في المجال الإداري، والمالي، والبرامجي، والجودة، والتقنيات الرقمية الحديثة

- إعداد الخطة التشغيلية للجمعية وإعداد الميزانيات
- الإشراف على برامج الجمعية
- الإشراف على التسويق للجمعية وبرامج التواصل المؤسسي
- التجهيز لبرامج الشراكات الخاصة بالجمعية
- استقطاب الطاقات البشرية للجمعية و إيجاد برنامج التعريف بعمل الجمعية و برنامج تدريبي للعاملين في الجمعية للاطلاع على ما يتم في الجمعية من تطورات و تغيرات حتى يكونوا متواكبين معها والعمل من خلالها
- تفعيل الاجتماعات التحفيزية و الإلهامية بين مجلس الإدارة وموظفي الجمعية على الأقل مرة في السنة. بالإضافة للاجتماعات الدورية لهم مع المدير التنفيذي

بيئة العمل :

من الملاحظ على بيئة العمل الداخلية في الجمعية بعد عقد عدد من الاجتماعات مع العاملين، والزيارات الميدانية للجمعية و البقاء فيها قاربت ١٢ زيارة، تم ملاحظة التالي :

- ١- لدى العاملين التخوف الشديد من المبادرة في تطوير عملهم و انتظار التوجيه المباشر حتى في أدق الأعمال التنفيذية
- ٢- عدم وجود روح الفريق بين العاملين بصفة كافية، وعدم تشاركتهم في تبادل الأفكار والتعاون فيما بينهم
- ٣- عدم استقرار الموظفين في أعمالهم إما بالاستقالة أو الانتقال من مهمة لأخرى، هذا فيما لا ينفي جودة العاملين و الرغبة الملحة لديهم للتطوير لأنفسهم و بيئة عملهم، كما لا ينفي العلاقة الإيجابية بينهم و بين المدير التنفيذي للجمعية

٤- غياب شبه تام في هيكلية الجمعية لوجود الإدارة الوسطى فجميع العاملين هم طاقات شبابية حديثة الالتحاق بالجمعية و بالرغم من حماسهم و جودتهم الا أن بحاجة ماسة لإدارة وسطى لتدريبهم و قيادتهم ليتم تشكيل الإدارات الخاصة بالجمعية، و كذلك ليكون للجمعية ضمان نجاح لتطبيق الخطة الإستراتيجية إنزالها إلى أرض الواقع. وكذلك بإيجاد برامج تدريب و كوتشنيق على رأس العمل

٥- عدم وجود ارشفة واضحة تحفظ وثائق الجمعية المهمة ولذلك لوحظ ضياع كثير من الوثائق المهمة والجمعية بحاجة إلى القيام بمشروع صغير يتم من خلاله البحث عن جميع ما يتوفر من وثائق للجمعية، والعمل على بناء أرشيف لها قد يكون أرشيفاً إلكترونياً باستخدام أحد برامج الارشفة المتوفرة

٦- الحاجة لبرامج تدريبية للعاملين من اجل المساهمة في تغيير ثقافة المؤسسة بناء على ما سيتم تقديمه في الخطة الاستراتيجية

٧- العمل على إيجاد ميزانية سنوية مرصود لها مبالغ لتغطية الاحتياج، وتشمل الميزانية، ميزانية التشغيل، ميزانية البرامج، ميزانية التطوير للعاملين"، ميزانية الحملات الإعلامية و بناء السمعة. كما يجب أن يراعى فيها برامج نوعية يتم تطويرها سنوياً. والميزانية بحاجة إلى اشتغالها على التطوير الرقمي للجمعية في مختلف مجالات العمل للمواكبة للتحويلات الوطنية المقبلة

وهذا كمتطلب و معزز لنجاح تطبيق الخطة الاستراتيجية و ما يتولد عنها، حتى تصبح حقيقة على أرض الواقع :

المبادرات

برامج الخطة

الخطة الاستراتيجية

التقييم وقياس الأثر

معايير التنفيذ

الخلاصة :

الجمعية السعودية بحاجة إلى خطة تحول شاملة حتى تواكب متطلبات القطاع الأهلي ضمن الرؤية الوطنية الشاملة ٢٠٣٠. وهذا يتطلب وجود طاقم بشري متمكن من تنفيذ هذه الخطة بحيث يمتلك قدرات قيادية و إدارية و مهارات مهنية متخصصة كل في مجال بناء على ما سيرد في تفاصيل الخطة. وهذا يتطلب ضروري ليتمكن الجمعية من الاستمرار والتطوير والمواكبة

المرتكزات الأساسية لاستراتيجية الجمعية

مما سبق من تحليل ورصد من توجه استراتيجي على مستوى الدولة و الجهات ذات العلاقة و الآلام التي تقلق المسؤولين و الحلم الذي يتمنون الوصول إليه، و التحليل الداخلي للجمعية فإن المرتكزات الأساسية لاستراتيجية الجمعية تتلخص في التالي :

١- رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠

٢- التحول الشمولي للجمعية

٣- الخدمات المرتكزة على المستفيد

٤- التحول الرقمي

٥- نموذج إداري رشيق

٦- نموذج مالي مستدام

الوجهة الاستراتيجية للجمعية

أما وجهة الجمعية الاستراتيجية وفقاً لما تقدم، وبالنقاش والحوار مع القائمين على الجمعية فهي :

المساهمة في رفع الكفاءة الصحية لمرض السرطان بالمنطقة الشرقية في الجوانب التعزيزية والوقائية والعلاجية والتأهيلية وتخفيف عبء المرض على المرضى واسرهم بما يحقق الطموح إلى الوصول إلى بيئة خالية من مرض السرطان. وفقاً لبيئة إدارية رشيقة ومحقة لنموذج مالي مستدام

رؤية الجمعية

مما سبق من تحليل ورصد من توجه استراتيجي على مستوى الدولة و كما يعلم الجميع عندما تكون رؤية الجمعية طموحة و بعيدة المنال تعطي العاملين مضمار سباق واسع للسعي للارتقاء بالجمعية إلى أعلى المستويات. و كما يتمنى الجميع و يطمح أن يتم القضاء على مرض السرطان و تنعم البشرية بالصحة. فإن رؤية الجمعية تنطلق من هذا الحلم والطموح لتجعل لنفسها منطلقاً عالياً تعمل بجد وتفاني للسير في هذا الطريق الطويل

" وطن خال من السرطان "

" A Country Free of Cancer "

رسالة الجمعية

**"بشراكة فاعلة مع الداعمين ، و المتطوعين والمجتمع
نعمل سوياً على الحد من انتشار المرض، و مساندة
المصابين، بتمكين المجتمع و دعمه للوصول إلى رؤيتنا
الطموحة "**

الغرض Purpose

أثبتت الدراسات الاستراتيجية في مجال الإدارة في المؤسسات، أن أي مؤسسة بالإضافة إلى حاجتها إلى رؤية ورسالة وقيم فهي بحاجة إلى غرض أنساني تقوم من أجل تحقيقه حتى تصبح المؤسسة متفاعلة مثل الكائن الحي وتحافظ على بقائها. والجمعية السعودية للسرطان وهي مؤسسة تخدم المجتمع وتتفاعل معه فهي بحاجة لمثل هذا الغرض. والفريق وهو يتفاعل مع المسؤولين والعاملين في الجمعية وجد وجود غرض مشترك بين الجميع. يمكن كتابته كالتالي :

" احتساب الأجر في المساهمة للقضاء على المرض و الحد من انتشاره، وتأهيل ومساندة مرضى السرطان وأسراهم في المنطقة الشرقية "

المستهدفات الاستراتيجية Strategic Goals

وفقاً لما تم القيام به من مراجعة النظام البيئي Ecosystem للجمعية
و تحليل PESTEL و SWOT فقد تم اختيار المستهدفات الاستراتيجية
التالية :

- ١- البناء المؤسسي الرشيق المتوافق مع التنظيمات الحديثة
للمؤسسات المجتمعية
- ٢- بناء نظام مالي واستثماري يحقق الاستدامة المالية للجمعية، ضمن
تنوع مالي مناسب
- ٣- بناء الصورة الذهنية للجمعية باستخدام أنظمة بناء الصورة الذهنية
وفق معايير الاتصال المؤسسي ، و الأدوات الإعلامية التقليدية و
الرقمية ، بفريق متخصص في هذا المجال
- ٤- بناء بيئة جاذبة للتطوع باستخدام كل الوسائل الممكنة لاستقطاب
واستدامة المتطوعين
- ٥- بناء تحول رقمي متكامل وفقاً للخطة الوطنية للتحول الرقمي
- ٦- رفع الوعي الصحي التعزيزي والوقائي بأمراض السرطان باستخدام
الوسائل المختلفة في رفع الوعي
- ٧- تخفيف أعباء المرض العضوية والنفسية والاجتماعية على المرضى
وأسرهم في المنطقة الشرقية



المستهدف الاستراتيجي الأول البناء المؤسسي الرشيق

المبادرة الأولى : التحول المؤسسي الإداري
المبادرة الثانية : بناء رأس المال البشري
المبادرة الثالثة : رقمنة العمليات الإدارية




المستهدف الاستراتيجي الثاني تحقيق الاستدامة المالية

المبادرة الأولى : الاستثمار الاجتماعي Social Investment
المبادرة الثانية : التمويل الجماعي Crowd Funding
المبادرة الثالثة : الأوقاف الصحية



المستهدف الاستراتيجي الثالث بناء الصورة الذهنية الإيجابية

المبادرة الأولى : بناء إدارة الاتصال المؤسسي
المبادرة الثانية : تعزيز العلامة التجارية
المبادرة الثالثة : تفعيل الإعلام الرقمي
المبادرة الرابعة : حشد الأنصار
المبادرة الرابعة : برامج العلاقات العامة
المبادرة الخامسة : تسويق البرامج والمنتجات





المستهدف الاستراتيجي الرابع بناء بيئة جاذبة للتطوع

المبادرة الأولى: بناء برامج التطوع
المبادرة الثانية: بناء قاعدة بيانات المتطوعين
المبادرة الثالثة: بناء برنامج استدامة المتطوعين



المستهدف الاستراتيجي الخامس إيجاد برنامج تجربة المستفيد

المبادرة الأولى : برنامج رحلة المستفيد
المبادرة الثانية : برنامج رحلة المتطوع
المبادرة الثالثة : برنامج رحلة الداعم
المبادرة الرابعة : برنامج رحلة الشريك



المستهدف الاستراتيجي السادس بناء بيئة رقمية متكاملة

المبادرة الأولى : برنامج ثقافة الجمعية الرقمية
المبادرة الثانية : برنامج رحلة التحول الرقمي في الجمعية

- الإداري
- المالي
- الإعلامي
- الاستدامة المالية
- رحلة المستفيد



المستهدف الاستراتيجي السابع رفع الوعي الصحي للمجتمع

- المبادرة الأولى : برنامج تعزيز الصحة
- المبادرة الثانية : برامج الوقاية الصحية
- المبادرة الثالثة : برنامج العلاج
- المبادرة الرابعة : برنامج التأهيل الصحي



المستهدف الاستراتيجي الثامن المساهمة في تخفيف أعباء مرض السرطان النفسية والاجتماعية على المرضى وأسرهم

- المبادرة الأولى : مجاميع المساندة والدعم
- المبادرة الثانية : عيادات الدعم النفسي والاجتماعي الافتراضية
- المبادرة الثالثة : الارتباط الاجتماعي بين مرضى السرطان
Social Engagement

المستهدف الاستراتيجي الأول : البناء المؤسسي الرشيق

حيث أن الجمعية تمر بمرحلة تطوير و تحول كبيرة و وفقاً لما حدث من تغيرات كبير في الفترة الأخيرة على المستوى العالمي و المستوى المحلي. و ما أحدثته الثورة الصناعية الرابعة من تحولات كبيرة في المفاهيم الإدارية و الأدوات و الحاجة ماسة للجمعية أن تواكب هذه التحولات، و سيكون نموذج تحقيق هذا الهدف الاستراتيجية معتمد على :

- ١- على الرقابة في تنظيم واعتماد الهياكل الرشيقة التي تميل إلى النموذج المسطح أكثر من الطبقي
- ٢- الاستفادة من الممكّنات الرقمية في تسهيل العملية الإدارية من حيث التواصل وتبادل المعاملات والاعتمادات الرقمية
- ٣- استقطاب واستدامة الموارد البشرية من تكون لديها القدرة والإمكانيات في مواكبة مهارات المستقبل التي تحتاجها الجمعية

المبادرة الأولى التحول المؤسسي الإداري

تعريف المبادرة : وضع تطور عام لمجال عمل الجمعية السعودية للسرطان بالمنطقة الشرقية، و بناء الهيكل التنظيمي و وفقاً لذلك

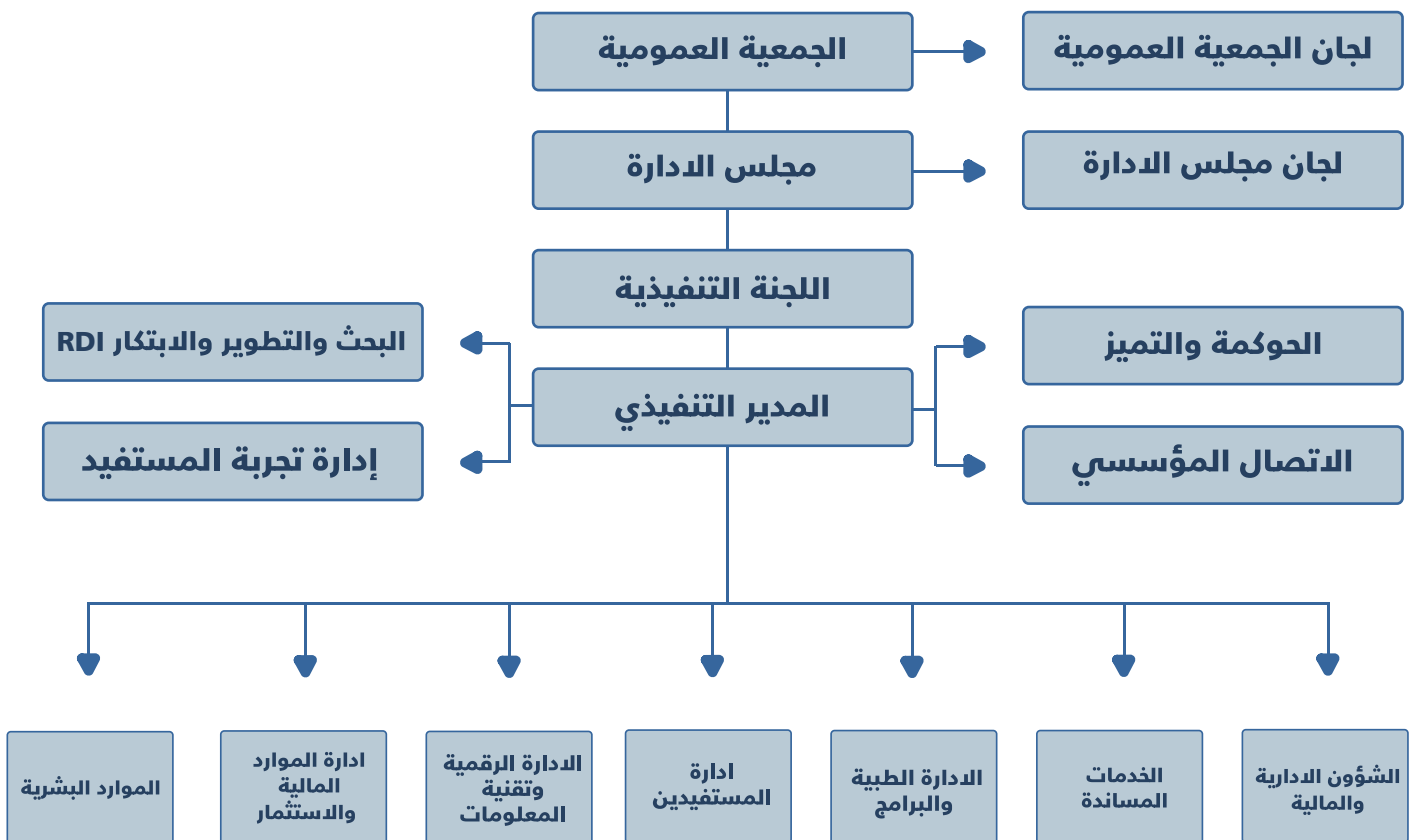
مالك المبادرة : مجلس الإدارة أو من يفوضه المجلس

متطلبات المبادرة : إعادة هيكلة الجمعية وفقاً للهيكل التنظيمي المعتمد، و تسكين الوظائف ، و استقطاب الطاقات التي تغطي وظائف الهيكل، و يتحتم على ذلك مراجعة الوظائف الحالية و شاغريها، و اقتراح خطة تدريب لهم وفقاً لما تك تحديه هنا من أهم المهارات التدريبية في بناء القدرات البشرية

المدة الزمنية : يتم وضع مددة زمنية من قبل المسؤولين عن المبادرة،
تعتمد على نوع الوظيفة والميزانية المتوفرة على أن لا تتجاوز المدة ٦
أشهر من بدء العمل
معايير الأداء المفتاحية :

| | | |
|--|--------------------------|---|
| وضع خطة لتنفيذ المبادرة | ٤ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| تحديد احتياجات التسكين للهيكل | ٤ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| الإعلان عن الوظائف | ٦ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| البدء في التوظيف | ١٢ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| الانتهاء من أعداد برنامج توجيهي للموظفين الجدد | ١٢ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| استكمال تسكين الهيكل | ٢٤ أسبوع من تاريخ البدء |  |
| تقرير الأثر للمبادرة | ٧٢ أسبوع من تاريخ البدء |  |

الهيكل التنظيمي



بناء قدرات راس المال البشري

لاشك أن نجاح أي منظمة يرتكز في البداية على ما تمتلكه من رأس مال بشري، و ما يمتلكه رأس المال البشري من قدرات و مهارات تمكنه من الارتقاء بالمنظمة و مواكبة التحولات الجديدة و الكبيرة على مستوى النظام البيئي الكبير للدولة ECOSYSTEM

وبتحليل الوضع القائم من مقابلة العاملين وتقييم الاحتياج التدريبي على مستوى المنظمة، ومستوى الأقسام، والمستوى الفردي. (نحتاج إجراء مقابلات فردية مع العاملين لتحليل الاحتياج) ومراجعة خطط الجمعية المتوفرة ومدى مواكبتها والقدرة للعاملين على تطويرها تم العمل على وضع خطة للتطوير تشمل

قائمة أهم مواضيع التدريب الأساسي لقيادة وموظفي الجمعية :

| الرقم | المواضيع الرئيسية | مواضيع الدورات | المستهدفون |
|-------|------------------------------|--|--|
| ١ | التفكير Mindset | ١- طرق التفكير ٢- التفكير التصميمي ٣- اتخاذ القرار ٤- الأصالة و المرونة | ١- القيادات ٢- موظفو الجمعية |
| ٢ | العلاقات Communication | ١- مهارات التواصل ٢- مهارات التقديم ٣- مهارات الحوار | ١- القيادات ٢- موظفي الجمعية ٣- خدمة المستفيدين ٤- العلاقات العامة والإعلام و التسويق |
| ٣ | بناء الفريق Team Building | ١- العمل ضمن فريق ٢- مهارات تكوين الفريق ٣- إدارة الخلاف | ١- القيادات ٢- موظفو الجمعية |
| ٤ | التخطيط Planning | ١- التخطيط ٢- أجيل سوكرم ٣- إدارة المشاريع ٤- تصميم المشاريع | ١- القيادات |

| | | | |
|---|--|--|---|
| ٥ | محو الأمية الرقمية Digital Literacy | ١- التحول الرقمي ٢- مايكروسوفت ٣٦٥ منصة إدارية ٣- المنصات الحكومية ٤- منصات التبرع ٥- الشبكات الاجتماعية ٦- بناء الهوية الرقمية الشخصية | ١- القيادات ٢- موظفو الجمعية |
| ٦ | العمل المجتمعي Community Work | ١- تشخيص المجتمع ٢- التفاعل مع المجتمع ٣- تحريك المجتمع ٤- بناء الصورة الذهنية الإيجابية | ١- القيادات ٢- موظفو الجمعية |
| ٧ | التطوع Volunteerism | ١- استقطاب المتطوعين والمحافظة عليهم ٢- التخطيط لحملة تطوعية ٣- إدارة المتطوعين | ١- القيادات ٢- موظفو الجمعية ٣- المتطوعون |

راجع الجدول في ملف قائمة دورات رفع القدرات البشرية لجمعية السرطان تعريف المبادرة : تعتني بمراجعة الاحتياجات الإدارية في الجمعية و تقييم الوضع الحالي و الخروج بخطة عمل تشمل الوظائف الناقصة، وكذلك القدرات و المهارات التي يحتاجها موظفي الجمعية (يوجد جدول بأهم المهارات التي يحتاجها كل الموظفين في الجمعية من الجانبين الإداري و الشخصي ، أما الجانب المهني في كل وظيفة تحتاج مهارات خاصة بها) و يتم أعداد خطة تدريبية للموظفين من قبل وحدة التدريب في الموارد البشرية

المالك : الموارد البشرية

المدة الزمنية : ٢٤ أسبوع من تاريخ البدء

معايير الأداء :

| | | |
|--|-------------------------|---|
| وضع خطة عمل تنفيذية | ٤ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| تقرير الفجوة للوظائف الناقصة والمهارات التي يحتاجها موظفي الجمعية | ٨ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| تحديد و تجهيز أماكن التدريب (الاستعانة بالتطوع و الشراكة الاجتماعية) | ١٢ أسبوع من تاريخ البدء |  |
| تقرير الأثر للمبادرة | ٧٢ أسبوع من تاريخ البدء |  |

مبادرة رقمنة العمليات الإدارية

في أعقاب أزمة كوفيد- ١٩ و ما واكبها من نجاح منقطع النظير في استخدام الجمعية الجهات الحكومية ، والخاصة، و القطاع الثالث في تجاوز الأزمة من استمرار تقديم الخدمات بكفاءة عالية عبر التحول الرقمي و تطبيقاته ، و التي أثبتت فيه المملكة العربية السعودية متانة بنياتها التحتية الرقمية، بالإضافة إلى القدرات البشرية المتممكة من هذا. و ضمن رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ و الذي يعتبر التحول الرقمي ممكناً أساساً في نجاح برامج و مبادرات الرؤية. و التي وضعت برنامج التحول الوطني كما ربطت بمرتكزات الرؤية و طن طموح، اقتصاد مزدهر، و مجتمع حيوي و التحول الرقمي أحد برامج رؤية ٢٠٣٠ الإثني عشر . و تطمح المملكة أن تكون من أفضل ٢٠ دولة رقمية و قد تشكل عدد من الهيئات العليا و المؤسسات التي تعنى بالتحول الرقمي و على رأسها :

- اللجنة الوطنية للتحول الرقمي
- وحدة التحول الرقمي(الذراع التنفيذي للجنة)
- هيئة البيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)
- الهيئة الوطنية للأمن السيبراني
- هيئة الحكومة الرقمية
- كما تم إنشاء عدد من المنصات الوطنية على رأسها :
- المنصة الوطنية السعودية للخدمات الموحدة
- منصة البيانات المفتوحة
- منصة المشاركة المجتمعية
- منصة التطوع الوطني
- منصة التطوع الصحي الوطني
- منصة احسان
- منصة التبرع الوطني
- منصة شفاء

هذا ملخص بسيط عن وضع التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية و الذي يجب أن تكون الجمعية منه، وسيكون عنه تفصيلًا في المستهدف الاستراتيجي السادس. و إنما بكرت بالحديث عنه هنا لأنه أحد مرتكزات البناء المؤسسي الرشيق و الذي لأبد أن يكون مبني على بيئة رقمية إدارية متكاملة

وصف المبادرة : استخدام جميع الوسائل الرقمية الإدارية التي تسهل عملية الانتقال والتواصل الأنّي و اتخاذ القرارات السريعة ، و الوصول إلى تقييم إداء الجمعية في أسرع و قت و التصحيح السريع البرامج المقترحة :

- برامج مايكروسوفت ٣٦٥ الاشتراك الكامل فيها و التدريب عليها (تشمل برامج التحرير و العروض، و البيانات، و التحليل الإداري، و التخطيط الإداري، و تخطيط المشاريع و الاجتماع و التدريب عن بعد و غيرها)
- أحد برامج إدارة موارد المؤسسة enterprise resource planning و التي تشمل الموارد المالية و الموارد البشرية و الأصول و غيرها بحيث تكون في منظومة واحدة و يسهل متابعتها

مدة المبادرة : سنة كاملة من بدء العمل

مالك المبادرة : اللجنة التنفيذية

معايير الأداء :

| | |
|---|-----------------------|
| وضع خطة تفصيلية للمبادرة | ٤ أسابيع من بدء العمل |
| تحديد البرامج المطلوبة و الحصول على عروض لها | ١٢ أسبوع من بدء العمل |
| توظيف موظف الموارد البشرية للعمليات الرقمية | ١٦ أسبوع من بدء العمل |
| تركيب البرامج واختبارها وتدريب العاملين عليها | ٢٤ أسبوع من بدء العمل |
| الانتقال الرقمي الكامل | ٤٨ أسبوع من بدء العمل |

المستهدف الاستراتيجي الثاني : تحقيق الاستدامة المالية

بالرغم من الصعوبات التي تقابل الجمعيات في استدامة البئية المالية، الا أن حجم الفرص التي فتحت أمام الجمعيات ضمن رؤية المملكة العربية السعودية و التي كان أهم مستهدفاتها رفع مساهمة القطاع غير الربحي في الناتج المحلي بنسبة ٥% بحلول عام ٢٠٣٠ . و بهذا تم تمكين القطاع من عدد من المبادرات و الفرص التي تمكنه من تحقيق الاستدامة المالية على سبيل المثال :

- ١- برنامج استدامة و تمكين الموجه للقطاع غير الربحي ، وذلك من خلال مساهمة القطاع الوقفي في تطوير و تنمية القطاع غير الربحي
- ٢- مبادرة اسناد الخدمات الحكومية للقطاع غير الربحي، وذلك بتنفيذ بعض المشاريع الحكومية ذات العلاقة بتخصص الجمعية
- ٣- بنك التنمية الاجتماعية من خلال عدد من البرامج مثل تمويل المنافسات الحكومية، و برنامج دائم، و برنامج وسطاء التمويل
- ٤- منصات التبرع الجماعي وهي منصات حكومية يطرح من خلاله برامج للجمعية و يتم التبرع الجماعي من خلال المنصة و هو ما يعرف Crowd Donation و هناك عدد من المنصات مثل منصة احسان، و شفاء، و التبرع الوطني
- ٥- المتجر الالكتروني الخاص بالجمعية
- ٦- الاستثمار في ممتلكات الجمعية مثل مركز مي الجبر

مبادرة الاستثمار الاجتماعي

تعريف المبادرة: مبادرة تقوم بها الجمعية تقدم خدمة اجتماعية للفئات المستهدفة للجمعية مع بناءها بأسلوب مبتكر مستفيداً من مفهوم الابتكار الاجتماعي، و نموذج الأعمال (برنامج ريادة اجتماعية). وهذا يتوجب القيام بورش عمل داخل الجمعية مستخدمة مقاربة التفكير التصميمي للخروج بمشاريع للمبادرة

مالك المبادرة : اللجنة التنفيذية

المشاركين : أعضاء مجلس الإدارة، الموظفين، المتطوعين من مجالات مختلفة، شركاء المصلحة

مددة المبادرة : ٧٢ اسبوعاً لإطلاق أول مشروع متكاملًا
معايير الأداء المفتاحية :

٤ أسابيع من البدء

تشكيل فريق المبادرة



٨ أسابيع من تاريخ البدء

أعداد الخطة الأولية لمجالات المبادرة



١٢ أسبوعاً من تاريخ البدء

التحضير لورش العمل



١٤ أسبوعاً من تاريخ البدء

مخرجات الورشة



٢٤ اسبوعاً من تاريخ البدء

اختيار النموذج الاول و العمل على البدء بالتنفيذ



٣٠ أسبوعاً من تاريخ البدء

المراجعة الأولية لنتائج المشروع



٣٥ اسبوعاً من تاريخ البدء

التعديل على المشروع و استمرار التنفيذ



٤٨ اسبوعاً من تاريخ البدء

الاستمرار في المشروع و التعديل المستمر



٧٢ أسبوعاً من البدء

تقرير الأثر



مبادرة التمويل الجماعي

تعريف المبادرة : العمل من خلال المنصات الرقمية الوطنية و الخاصة بالجمعية بعرض برامج و مشاريع الجمعية و الحصول على الدعم لها
مالك المبادرة : إدارة تنمية الموارد المالية
المدة : ١٢ أسبوع
معايير الأداء المفتاحية :
المنصات الوطنية :

٤ أسابيع من تاريخ البدء

تحديد المنصات المناسبة للجمعية والية الاشتراك



٨ أسابيع من تاريخ البدء

البدء في متطلبات التسجيل واستكمالها



١٠ أسبوعاً من تاريخ البدء

طرح المشاريع على المنصات



منصة الجمعية (المتجر الالكتروني) :

٤ أسابيع من تاريخ البدء

خطة بناء وتسويق المتجر الالكتروني



١٦ اسبوعاً من تاريخ البدء

البدء في تصميم وبناء المتجر



١٧ أسبوعاً من تاريخ البدء

رفع البرامج و المشاريع على المتجر



١٨ اسبوعاً من تاريخ البدء

التسويق للمتجر عبر الوسائل المختلفة



٢٢ اسبوعاً من تاريخ البدء

التقييم و التعديل للمتجر



٢٣ أسبوعاً من تاريخ البدء

التقارير الدورية



٧٢ أسبوعاً من تاريخ البدء

تقرير الأثر



مبادرة الأوقاف الصحية

تعريف المبادرة : الأوقاف أحد أهم وسائل الاستدامة المالية للجمعيات، و المملكة العربية السعودية أولت الأوقاف اهتماماً كبيراً حيث أنشأت لها هيئة عامة للأوقاف، و قامت بحوكمتها و اوجدت أدوات كثيرة لتأسيس الأوقاف و إدارتها. والجمعية بسمعتها و الفئة المستهدفة لها تستطيع القيام بذلك

المبادرة القيام بدراسة جدوى لإيجاد أوقاف للجمعية متواكبة مع تخصص واهتمامات الجمعية

المدة الزمنية : ٤٨ أسبوعاً

العمل : القيام بدراسة جدوى لمجموعة من الأوقاف الخاصة بالجمعية يتم دراستها من خلال القيام بورش عمل و مقابلة مع الخبراء في المجال و يمكن طرحها لهيئة الأوقاف أو بنك التنمية الاجتماعية للمساهمة في تأسيس هذه الأوقاف
المعايير المفتاحية :

٤ أسابيع من البدء

تشكيل فريق الدراسة



٨ أسابيع من البدء

وضع مسودة الدراسة



١٢ أسبوعاً من البدء

التحضير لورش العمل و أقامتها



١٦ أسبوعاً من البدء

لقاء الخبراء



٢٠ أسبوعاً من البدء

الأنهاء من الدراسة و أخذ الموافقة عليها



٣٠ أسبوعاً من البدء

البحث عن فرص تمويله و تسويق الدراسة عليها



٤٠ أسبوعاً من البدء

البدء في العمل على الأوقاف بعد تحديدها والحصول على التمويل



٩٦ أسبوعاً من البدء

متابعة مشروع الوقف حتى النهاية



١٩٨ أسبوعاً من البدء

تقرير الأثر





المستهدف الاستراتيجي الثالث : بناء الصورة الذهنية الإيجابية

التواصل المؤسسي والإعلام والتسويق


الهوية و العلامة التجارية هي الخطوة الأولى في بناء السمعة المؤسسية لأي منظمة و العمل عليها يؤدي إلى تطور المؤسسة و استدامتها. و قد قمنا من خلال هذه الدراسة بعمل تقييم شامل لوضع الهوية و العلامة التجارية ، بالإضافة إلى مكتسبات السمعة للجمعية في الأعوام القادمة ، و الإطلاع على فرص التحسين التي تحتاجها الجمعية و إيجاد خطة مناسبة لها و تم التوصل إلى ٥ مبادرات للعمل عليه في الجمعية

المبادرة الأولى

بناء إدارة الاتصال المؤسسي

تشكل ثلاثية الاتصال المؤسسي و الإعلام و التسويق بناء الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية وتسهم في الاستدامة المالية والمحافظة على مورد رأس المال البشري للجمعية لو تمت بطريق مهنية تقييم وضع التواصل المؤسسي في الجمعية :

١- وجود قسم للتواصل المؤسسي فيه الوحدات التالية :

- وحدة التواصل المؤسسي
 - وحدة الإعلام وتشمل الإعلام التقليدي و الرقمي و تعمل بالقرب من الإدارة الرقمية في الجمعية
 - وحدة الداعمين وكبار العملاء
 - وحدة الهوية وبناء السمعة المؤسسية
 - وحدة كتابة المحتوى
- 

• وحدة التصاميم

• وحدة النشر

كثير من هذه الوحدات يمكن للجمعية أن تعمل بها بالتعهد الخارجي داخل وخارج المملكة بالتعامل مع متخصصين في هذه المجالات عن بعد. لأنه قد يصعب توظيف مثل هذه الطاقات

و لذلك فالبدء في إيجاد هذه الوحدات إما توظيفاً وإما تعهداً ضمن خطة واضحة للقسم يتم مراجعتها دورياً عبر معايير الأداء المرجعية الموضوعة مالك المبادرة : مدير وحدة الاتصال المؤسسي و الإعلام و التسويق

الزمن : ٤٨ اسبوعاً

معايير الأداء المرجعية :



وضع خطة الإدارة

٤ أسابيع من البدء



التوظيف

١٢ أسابيع من البدء



التعاقد مع الجهات التي سيعهد إليها

٢٤ أسبوعاً من البدء



تدريب العاملين

مباشرة بعد التوظيف



بناء البرامج

أسبوعين من بدء مباشرة الموظفين



التنفيذ

٤ أسابيع من بدء مباشرة الموظفين



التقييم الدوري

٣ أسابيع



تقرير قياس الأثر

٧٢ اسبوعاً من بدء المبادرة

مبادرة تعزيز العلامة التجارية

هي الهوية البصرية التي تميز المؤسسة و تتشكل من شعار المؤسسة البصري و اللفظي و الألوان و الخطوط و السمات له. وهذه الهوية البصرية يعززها نشاط الجمعية و أثرها في المجتمع مما يرفع من احترام هذه الهوية عن وجودها في أي مكان و تصبح جزءاً من الاعتزاز لدى المجتمع بأن يضعها على منتجاته و مناشطه، و اختيار هذه الهوية بعناية تكون قائمة على البساطة و الرمزية لتوجه الجمعية و الألوان المناسبة. كما ان الحرص على ثبات الهوية باحجامها و أشكالها المعدة بها و ثبات الألوان الخاصة و استخدام نمط الخطوط بصفة دائمة معها يعطيها تأثيراً كبيراً

تعريف المبادرة : بناء علامة تجارية متكاملة

الوقت : ٩ يوماً

المالك : إدارة الاتصال المؤسسي

معايير الأداء المرجعية :

١٢ اسبوعاً من تاريخ البدء

تصميم العلامة التجارية



٢٤ اسبوعاً من تاريخ البدء

نشر العلامة التجارية على كل مناشط الجمعية



٣٠ أسبوعاً من تاريخ البدء

حملة إطلاق الهوية



٣٥ أسبوعاً من تاريخ البدء

التسويق للعلامة التجارية للجمعية بحيث يكون هناك عائد مادي



مبادرة تفعيل الإعلام الرقمي

استكمالاً للتواصل المؤسسي الفعال، و وجود علامة تجارية مميزة يأتي الصوت الإعلامي لإكمال هذه المنظومة التي تشكل بناء السمعة للجمعية Institutional Reputation و بناء ثقة المجتمع تجاهه. و اليوم يشكل الإعلام الرقمي القوة الناعمة للأداء الإعلامي لأي مؤسسة. و يحتاج أن يبنى بمهنية عالية، و الخطوات المهمة في بناء الإعلام الرقمي للجمعية :

- ١- وجود شبكات اجتماعية موثقة للجمعية
- ٢- تصميم وفقاً للهوية وتحمل معروفاً واحداً لسرعة نشر المحتوى الإعلامي للجمعية و رفع نسبة البحث عنه في الشبكة
- ٣- وجود متخصص لكتابة المحتوى
- ٤- الحرص على الدقة العالية في الصور والفيديوهات و الصوتيات المنشورة
- ٥- تصميم نشرات التثقيف باحترافية عالية باستخدام الانفو جرافيك وفقاً للهوية الجمعية
- ٦- وجود خطة نشر سنوية تواكب الاحداث والمناسبات العلمية والوطنية المهمة وذات الصلة بتخصص الجمعية
- ٧- التسويق بالمحتوى التثقيفي بالإضافة إلى أخبار الجمعية والتسويق لبرامجها
- ٨- استخدام السرد القصصي لإبراز بعض نجاحات الجمعية
- ٩- تنوع المحتوى طبقاً لوسيلة النشر بحيث تراعى كل وسيلة نشر حسب خصائصها وجمهورها
- ١٠- مراعاة أوقات البث وفقاً لتغير الأوقات و المواسم و أيام الأسبوع و نهايات الأسبوع
- ١١- القيام بالقياس الدوري باستخدام أدوات قياس التواصل الاجتماعي SL و SEO
- معايير الأداء المرجعية :
- يستفاد من معايير التقييم الالكترونية التي يتم الاشتراك فيها واستخدامها

مبادرة حشد الأنصار

من أدوات النجاح المؤسسي المجتمعي هي استقطاب الأنصار المتبنين برامج الجمعية والتسويق لها بصفة تطوعية. و يتم ذلك من خلال عدد من البرامج مثل :

- ١- تعدد أنواع العضويات
 - ٢- الاستضافة في المناسبات المختلفة
 - ٣- زيارة بعض المؤثرين وعرض برامج الجمعية عليهم
 - ٤- متابعة بعض المؤثرين و ربطهم بالنشر أثناء البث الإعلامي الرقمي على الشبكات الاجتماعية
- معايير الأداء المرجعية :
- عدد الذين تم استضافتهم خلال عام
 - عدد نشر المؤثرين عن الجمعية وأعمالها
 - عدد الذين تم زيارتهم وقاموا بتبني برامج الجمعية

مبادرة تسويق البرامج والمنتجات و بناء الشراكات

يعتبر التسويق لبرامج ومنتجات الجمعية من أهم الأمور في نشر الجمعية والمساهمة في رفع الاستدامة المالية لها. والتسويق عملية تخصصية تحتاج الجمعية إلى توظيف متخصص فيها أو تعهده إلى جهة مختصة، وفق خطة واضحة المستهدفات المالية. وأهم معالم الخطة التسويقية :

- ١- تحديد برامج الجمعية المراد تسويقها
- ٢- تصنيف البرامج وفقاً لأهداف الجمعية
- ٣- إعداد ملفات تسويقية احترافية تشمل البرنامج بوضوح والفئة المستهدفة، والعائد من البرنامج
- ٤- حصر المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، المكان، الترويج) بعناية

المزيج التسويقي :

ويشمل تحديد السعر والأسعار الترويجية وسياسة البيع

السعر



ويشمل الإعلان والإشهار للمنتج، وعروض البيع

الترويج



ويشمل العلامة التجارية، والخدمات المقدمة قبل وأثناء وبعد البيع ، والتغليف

المنتج



السوق، وقناة التسويق، وسياسة التوزيع

المكان



٥- بناء شراكات فاعلة مع جهات تكمل عمل الجمعية وترتقي بالخدمات وتقلل التكاليف وتحدث استدامة البرامج
متطلبات التنفيذ :

١- وجود مجال عمل واضح

٢- وجود خطة واضحة

٣- وجود وحدة إدارية

٤- وجود وصف وظيفي واضح

٥- استقطاب موظفين أكفاء

٦- وجود برنامج حوافز متميز

المستهدف الاستراتيجي الرابع : بناء بيئة جاذبة للتطوع

يشكل التطوع حجر الزاوية في أعمال الجمعيات، ويقوم بإذكاء روح العطاء و التفاعل في بناء بيئات الجمعيات. و قد فطنت رؤية المملكة ٢٠٣٠ لهذا فأولت التطوع أهمية كبيرة و جعلته ضمن برامج التحول الوطني، كما جعلته من مستهدفات الرؤية بحيث تستهدف مليون متطوع ٢٠٣٠. وحتى تنجح الجمعية في استدامة المتطوعين لديها فلا بد من بناء مؤسسي داخل الجمعية للتطوع وفقاً للمواصفة السعودية للتطوع

SASO2923 و حتى تنجح فلا بد من القيام بالتالي :

- ١- بناء وحدة إدارية تهتم بالمتطوعين واستقطابهم و تدريبهم و تحفيزهم و المحافظة عليهم
- ٢- وجود مجال عمل واضح للوحدة
- ٣- وجود وصف وظيفي واضح للمتطوع
- ٤- وجود قاعدة معلومات للمتطوعين حسب تخصصاتهم واهتماماتهم
- ٥- المرونة في استقبال المبادرات التطوعية من قبل المتطوعين والتمكين لهم وفقاً لرؤية ورسالة وأهداف الجمعية
- ٦- وجود برامج تطوير وبناء قدرات للمتطوعين
- ٧- وجود مختبر ابتكار تبنى فيه المبادرات التطوعية لحل المشكلات المجتمعية بأساليب ابتكارية
- ٨- وجود معايير أداء للمبادرات التطوعية
- ٩- وجود تغذية راجعة لكل متطوع من أجل التحسين والتطوير
- ١٠- وجود برنامج تقويم تجربة المتطوع من قبل المتطوع
- ١١- وجود تقارير عن كل مبادرة تطوعية للاستفادة منها في تطوير البرامج التطوعية

المستهدف الاستراتيجي الخامس : تجربة المستفيد

قامت الجمعية على مبدأ الارتكاز على مساهمة المستفيد في عمل الجمعية من خلال علاقة تبادلية بين الجمعية والمستفيد بما يحقق أعلى مستويات الإداء واستمتاع المستفيد برحلته مع الجمعية. والجمعية عندما تعرف مفهوم المستفيد فهو كل من تربطه علاقة عمل ومشاركة من الجمعية ضمن علاقة استفادة تبادلية بين الطرفين. وكذلك فالجمعية تعرف المستفيد كفرد أو منظمة. والمنظمات التي تتعامل معها الجمعية تندرج ضمن :

١- الجهات الحكومية

٢- الجهات الخاصة

٣- الجهات غير الحكومية

وبمراجعة عمل الجمعية في الوقت الحالي بما يخص تجربة العميل فالمستفيد المباشر من خدمات الجمعية يأتي من مسارين :

١- من مكتب الجمعية في مستشفى الملك فهد التخصصي بالدمام

٢- عبر أيميل الجمعية info@scf.org.sa

٣- التعامل ورقي بواسطة نموذج مخصص لهذا

٤- الخدمات المقدمة للعميل المباشر: ٦ خدمات (السكن-المواصلات- الأجهزة الطبية- الأدوية-رحلة العمرة-العلاج الطبيعي)

٥- لا يوجد مسار توصيفي للرحلة واضح المعالم ولا آلية واضحة للتواصل المستمر مع المستفيد حتى يكون على علم مباشر بالوضع الحالي لطلبه

٦- لا يوجد مسار واضح لرحلة بقية المستفيدين (الموردين- شركاء الجمعية- المجتمع الخارجي) ضمن خطة واضحة المعالم تشمل تقييم كل

تجربة مباشرة

٧- لا يوجد قسم أو موظف مختص بتجربة العميل لوضع الخطط ، و متابعة آراء المستخدمين، ووضع الحلول و إقفال الشكاوى، و إصدار التقارير الدورية بخصوص تجربة العميل
التوصيات :

- ١- بناء خطة لتجربة العميل في الجمعية لجميع من يتعامل مع الجمعية
- ٢- وجود موظف مختص بتجربة العميل
- ٣- إدخال الموظف في برنامج تطويري خاص
- ٤- تدريب جميع الموظفين خصوصاً من هم في الخطوط الأولى على تجربة العميل
- ٥- بناء برنامج حاسوبي خاص برحلة العميل أو الاشتراك في أحد البرامج المتوفرة
- ٦- توفير وسائل متنوعة لتواصل العميل مع إيجاد آلية للعميل تمكنه من التقييم المستمر للتجربة، وذلك عبر منصات الجمعية الرقمية، وموقع الجمعية والتواصل المباشر معه
- ٧- تفعيل الأدوات الرقمية التي تظهر رأي المستخدمين وتفاعلاتهم مع الجمعية مثل تقييمات قوقل، وأدوات قياس الإصغاء الاجتماعي
Social Listening
الطريقة :

١- إقامة عدة ورش عمل باستخدام مقاربة التفكير التصميمي ومشاركة متنوعة من المجموعات المتباينة والتي لها علاقة بالجمعية، يتم من خلالها التعاطف مع العميل، و من ثم تحديد المشكلة، و إطلاق الأفكار الإبداعية و الاختيار منها و بناء نموذج أولي يتم تجريبه و اختباره و تطويره و تعميمه

٢- بناء نماذج تقييم مختلفة يتم ايصالها للمستخدمين بطرق مختلفة يتم من خلالها جمع الآراء الإيجابية والسلبية التي تكون نواة عمل الورش وكذلك التطوير

٣- تتبنى الجمعية أدوات التخطيط والتنفيذ الحديثة المعتمدة على المقاربات الرشيقة Agile Process لأنها تهتم في التعديل المباشر دون الحاجة للبقاء لفترة طويلة حتى يتم إعداد خطة تفصيلية. وهذه المقاربة تعتمد على التخطيط والتنفيذ والتعديل في نفس الوقت وتسهم في مشاركة المستفيد أراءه أثناء التخطيط والتنفيذ. وهذا ما توصي به الجهات العالمية اليوم مع التسارع الموجود، وزيادة وعي المستفيدين، وتوفير الوسائل الرقمية المباشرة

٤- إيجاد منصة مباشرة Dashboard عند صناع القرار في الجمعية للاطلاع المباشر على ما يحدث في ذلك

٥- رصد جميع التجارب الإيجابية في الجمعية و تحويلها إلى حكايا Story Telling و مؤثره و نشرها على وسائل التواصل المختلفة وذلك بمشاركة قسم الإعلام في الجمعية

٦- نحتاج للإجابة على الأسئلة التالية ضمن وضعنا الخطة التفصيلية :

- وضع آلية التواصل مع المستفيد (قبل/أثناء/بعد)
- الطريقة التي تصل بها المعلومات بصفة مستمرة إلى المستفيد
- آلية معرفة معاناة المستفيد (استقبال المستفيد/ مكان الاستقبال/لغة التعامل مع المستفيد/سهولة وصول المستفيد)
- الإيجابيات التي يتحدث عنها المستفيد للمحافظة عليها وتطويرها
- تحديد دقيق لمستفيدي الجمعية
- وضع خطة واضحة لقسم الإعلام في خدمة المستفيد
- و كذلك يشمل برنامج رحلة المستفيد التالي :

١- رحلة طالب الخدمة

٢- رحلة المتطوع

٣- رحلة الداعم

٤- رحلة الشريك

أهم سمات تجربة المستفيد :

- سهولة الوصول
- حميمية التواصل
- وفرة وسائل التواصل
- دفع بيئة الخدمة
- اشراك المستفيد في الخدمة
- خصوصية الخدمة
- حفظ كرامة المستفيد
- متطلبات التنفيذ :

- ١- وجود مجال عمل واضح
- ٢- وجود خطة عمل واضحة
- ٣- وجود وحدة إدارية
- ٤- توظيف الأكفاء
- ٥- وجود برنامج تقويم لرحلة المستفيد والاستفادة من البرامج الرقمية
- ٦- إعداد تقارير دورية ويفضل أن تكون رقمية لمواكبة التحول الرقمي

برامج الجمعية المقدمة

تم الاطلاع على ما تقدمه الجمعية من برامج دعم ومساندة، أو برامج توعوية. ويمكن تلخيص البرامج المقدمة حالياً في التالي :

٤ الدعم النفسي

٣ العلاج الطبيعي

٢ الغذاء الصحي

١ الفحص المبكر

٨ الحج والعمرة

٧ العمليات
التصحيحية

٦ المساعد
الشخصي

٥ لجنة الأمل
(Self-help group)

وبدراسة هذه البرامج يتضح أنها لم تبن من خلال رؤية واضحة تعتمد المقاربة في بناء البرامج المجتمعية الصحية. كذلك لم يراع فيها بناء آلية تقييم مناسبة تعتمد قياس الأثر المجتمعي لاحقاً. وايضاً هي بحاجة إلى أن تكون أحد أدوات بناء السمعة المجتمعية للجمعية و لذلك الجمعية بحاجة إلى إعادة بناء البرامج إعادة توصيفها و وفقاً للنموذج التالي :

- ١- بناء استراتيجية للبرامج منطلقة من رؤية الجمعية ورسالتها، و الغرض الأساسي الذي تهدف له الجمعية و أهدافها الاستراتيجية
- ٢- بناء مبادرات برامجية و وفقاً لتنوع البرامج و ارتباطها بأهداف الجمعية
- ٣- يتم بناء البرامج على مصفوفة تكون :

• الصحة التعزيزية Health Promotion

• الوقاية Prevention

• الاكتشاف المبكر والعلاج Early detection and treatment

• التأهيل Rehabilitation

- ٤- والقسم الثاني من المصفوفة يتكون من التالي :

• العضوي Physical

• النفسي Mental

• الذهني Cognitive

• الاجتماعي Social

• الروحي Spiritual

- ٥- يتم بناء البرامج وفقاً لتجربة العميل
- ٦- يتم وضع ميزان للموازنة بين البرامج لضمان تغطيتها لجميع المجالات بشكل شمولي يعطي الجمعية عمقاً في صناعة الأثر
- ٧- يتم استخدام ثلاثة معايير على أساسها يتم بناء البرامج
- المعيار الأول:** معيار التنوع باستخدام نموذج استراتيجية الابتكار و المحفظة الإدارية Innovation Strategy & Management Portfolio

نموذج بناء البرامج وفقاً لمستويات الصحة وشمولية البرنامج

| العناصر | التعزيزي | الوقائي | العلاجي | التأهيلي | المستهدفات | المشاركة المجتمعية |
|---------|----------|---------|---------|----------|------------|--------------------|
| عضوي | | | | | | |
| نفسي | | | | | | |
| ذهني | | | | | | |
| اجتماعي | | | | | | |
| روحي | | | | | | |

العضوي : أي برامج تقدم للصحة الجسدية

النفسي: أي برامج تقدم للصحة النفسية

الإدراكي : أي برامج تقدم للبناء الفكري سواء تثقيفية أو علاجية أو تأهيلية

الاجتماعي : أي برامج مرتبطة بالجوانب الاجتماعية الفردية، والأسرية، والمجتمعية

الروحي : أي برامج دينية داعمة
 التعزيزي : هو أي برامج تتعامل مع الارتقاء بالصحة البيئية والغذائية،
 والتثقيفية والممارسات الخاطئة الضارة بالصحة على مستوى الفرد
 ومستوى المجتمع
 الوقائي : أي برامج وقائية، أو تطعيمات، أو فحص مبكر، أو غيرها من
 الممارسات الوقائية
 العلاجي: أي برامج فحوصات أو علاج تقدم للمريض
 التأهيل : أي برامج تأهيلية، أو تجهيزات تقدم للمستفيدين
 المستهدفات : ماهي أنواع السرطانات التي تستهدفها الجمعية
 ببرامجها ؟
 المشاركة المجتمعية : هل هناك شراكات في تقديم برامج الجمعية؟ من
 هم أهم الشركاء مع ذكر تخصصاتهم، ونوعية المساهمة(مالية، مادية،
 بشرية، مشاركة) ؟
 توزيع البرامج وفقاً لمستوى الوضوح في بناء البرنامج، ومستوى
 الخطورة في التنفيذ

| | | | | |
|------------------|--|-----|-----|-----------------|
| قليل الخطورة | | | 70% | عالي الوضوح |
| متوسط الخطورة | | 20% | | متوسط الوضوح |
| عالي الخطورة | 10% برامج مقترحة تشمل رفع الوعي الصحي الرقمي الاستشارات الرقمية | | | قليل الوضوح |

الرجاء توزيع البرامج وفقاً للنسب المكتوبة (بحيث تحصل البرامج الجديدة والمبتكرة على نسبة ١٠٪

والبرامج التي تم تطبيق ويراد إدخال بعض التطوير الابتكاري عليها نسبة ٢٠٪.

أما البرامج الثابتة والمستقرة والمحقة نجاحاً نسبة ٧٪ بالنسبة للبرامج المتعثرة والبعيدة عن أهداف الجمعية يتم وضعها في قائمة لتناقش وقد تستبعد

٨- نقوم بعد ذلك بترتيب البرامج وفقاً للمصفوفة الرباعية لتحديد الأوليات :

| | |
|---------------------|-----------------|
| ٢ هام وغير عاجل | ١ هام وعاجل |
| ٤ غير هام وغير عاجل | ٣ غير هام وعاجل |

إذا تركزت البرامج في المربع رقم (١) فهذا يعني أن برامجنا عشوائية دون تخطيط

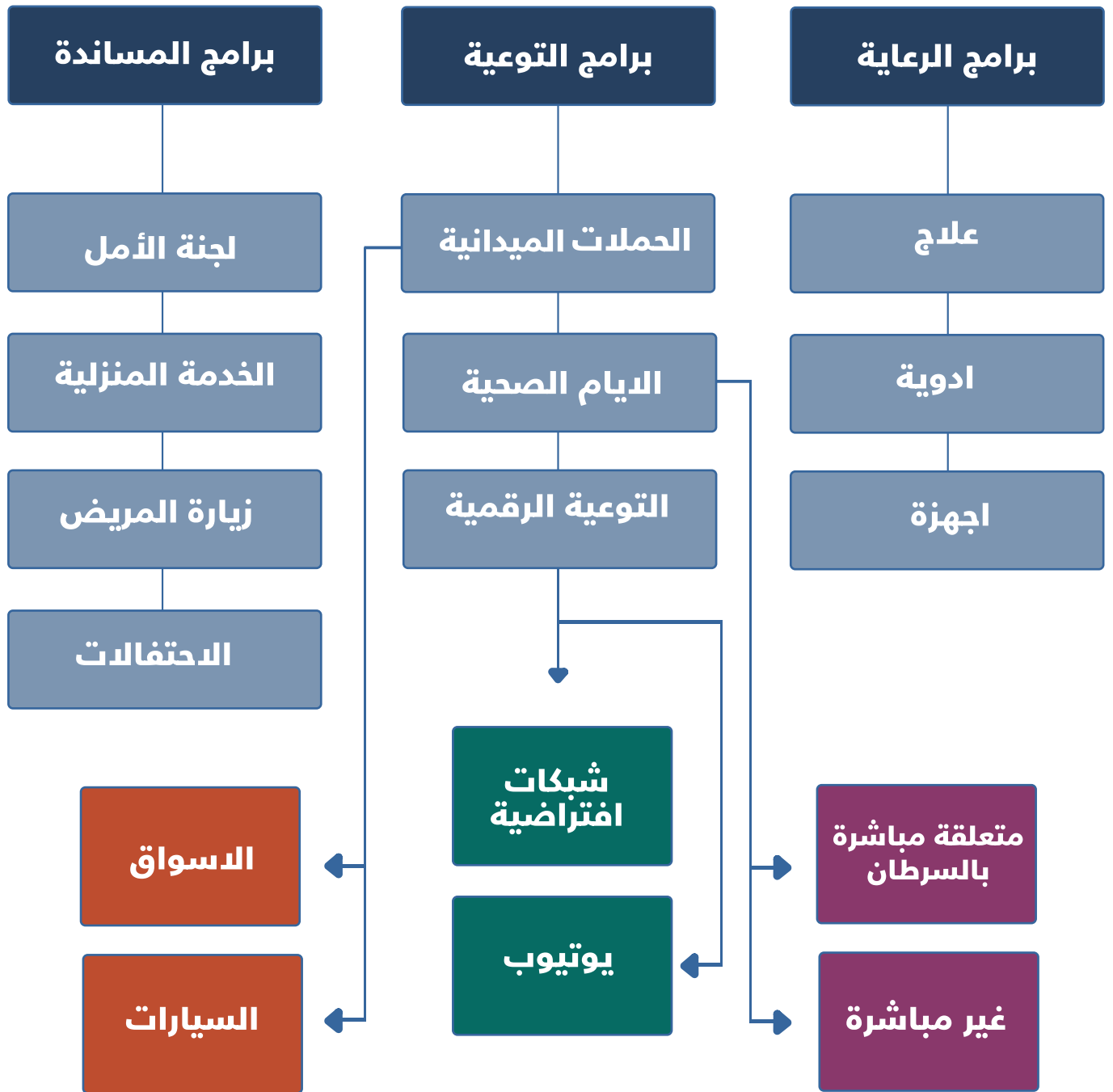
إذا تركزت برامجنا في المربع رقم (٢) فهذا يعني أنها متسقة مع الاستراتيجية

إذا تركزت برامجنا في المربع رقم (٣) فهذا يعني أنها استجابة لغيرنا دون تخطيط

إذا تركزت برامجنا في المربع رقم (٤) فهذا يعني الفوضى وعدم الالتزام بالاستراتيجية

بعد ذلك يتم ربط هذه البرامج بمرتكزات رؤية ٢٠٣٠ ومبادرات ومستهدفات وزارة الموارد البشرية، والمركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي. ثم نربطها برؤية الجمعية ورسالتها ومستهدفاتها

نموذج مقترح لتصوير توزيع البرامج بعد تحليلها واختيارها



المستهدف الاستراتيجي السابع : التحول الرقمي للجمعية السعودية للسرطان

اصبح من مستلزمات المرحلة الحالية و المستقبل القريب مواكبة التحول الرقمي في المجال المؤسسي و أن تصبح المؤسسة مؤسسة رقمية في كافة المجالات لتكون متوائمة مع الواقع في شقه المؤسسي وكذلك لغالبية المجتمع الذي يمثل الجيل الرقمي. و في الجمعية تم القيام بتقييم النضج الرقمي للجمعية وذلك عبر المحاور التالية :

١- قياس البنية الرقمية :

- التجهيزات الصلبة
- البرامج المستخدمة
- الشبكات (السيرفرات/ النظام السحابي)

٢- الثقافة الرقمية :

- التعاملات اليومية بين العاملين
 - امتلاك بريد الكتروني رسمي للعاملين
 - تفاعل العاملين مع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالجمعية
- ٣- الموقع الالكتروني والشبكات الاجتماعية :

- تصميم الموقع
- تحديث الموقع
- تصميم الشبكات الاجتماعية
- توحيد اسم المستخدم (username) لكل الشبكات
- تصاميم وكتابة المحتوى للشبكات
- وجود إدارة للشبكات

٤- قياس الأثر للشبكات :

- وجود خطة تحسين محركات البحث عن الجمعية SEO
- وجود خطة إصغاء اجتماعي للجمعية Social Listening

- ٥- وجود برنامج بناء قدرات للعاملين ونشر الثقافة الرقمية :
- تحفيز العاملين على التعاملات الرقمية
 - تدريب العاملين في برامج تدريب متخصصة
 - وجود منصة موحدة يتم ربط جميع البرامج من خلالها
- ٦- وجود خطة لرقمنة البرامج الطبية والتوعوية للجمعية
- ٧- وجود خطة لرقمنة البرامج التسويقية للجمعية
- ٨- وجود خطة لرقمنة تجربة المستفيد
- ٩- وجود خطة تحول رقمي لرقمنه المعاملات البنكية
- ١٠- وجود خطة عمل لحصر و تفعيل المعاملات الرقمية الحكومية
- ١١- وجود متجر الكتروني خاص بالجمعية
- ١٢- وجود خطة عمل للتعامل مع منصات التبرع الحكومية Fintech
- قائمة تقييم النضج الرقمي في الجمعية**

| العناصر | وجوده (نعم ، لا) | فرص التحسين | التوصية | حلول مقترحة |
|------------------------------|-----------------------|----------------|---------|----------------|
| البنية التحتية | | | | |
| البرامج الإدارية | | | | |
| البرامج المالية | | | | |
| برامج الموارد البشرية | | | | |
| برنامج تجربة المستفيد | | | | |
| برنامج الجودة | | | | |
| موقع الجمعية | | | | |
| الشبكات الاجتماعية | | | | |
| برنامج تحليل الأثر SLE | | | | |
| برنامج تحقيق الانتشار SEO | | | | |
| برنامج إدارة الأصول | | | | |

المستهدف الاستراتيجي الثامن : المساهمة في تخفيف أعباء مرض السرطان النفسية والاجتماعية على المرضى و أسرهم

المعاناة النفسية و الاجتماعية التي تمر بمريض السرطان و أسرته كبيرة جداً خصوصاً وقت التشخيص وكذلك عندما ينتقل المريض لمرحلة الرعاية التلطيفية. و وقوف الجمعية من خلال برامجها الداعمة لهؤلاء المرضى في هذه المراحل يؤدي دوراً كبيراً و مهماً في نمط حياة جيد لمريض السرطان وذويه . و لقد أحسنت الجمعية عندما وضعت لها هذا هدفاً استراتيجياً و اوجدت من خلاله عدداً من المبادرات

مبادرة مجاميع المساندة والدعم

يعتبر مفهوم مجاميع المساندة و الدعم من المفاهيم الحديثة و المؤثرة و يسهم في ترابط المجتمع و إبراز دوره و يحقق مفهوم السلم الاجتماعي، فضلاً عن أنه أحد القيم التي ركز عليها ديننا الإسلامي الحنيف كما قال الرسول صلى الله عليه و سلم (مثل المؤمنين في توادهم و تراحمهم و تعاطفهم كمثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر و الحمى). و تشكيل هذه المجاميع بحيث تكون من أفراد متباينين منهم من كان مصاباً و منهم المتخصص طبياً و نفسياً و اجتماعياً و يغلب عليهم أنهم من المتطوعين. و حتى تكون هذه المبادرة منظمة، و لها أثر و مستديمة :

- ١- يشكل لها وحدة إدارية ضمن إدارة التطوع
- ٢- يكتب لها مجال عمل واضح، و كذلك تكون من الجنسين حتى يكون هناك اريحية للمجاميع الرجالية، و المجاميع النسائية في خصوصية التعاون
- ٣- يكون لها جدول مناشط متنوع يشمل المناشط النفسية والاجتماعية و الدينية و غيرها
- ٤- يكون لكل فرقة رئيس مختار من قبل المجموعة

- ٥- يكون هناك ميثاق عمل بين الجمعية و بين المشاركين في هذه المجموعات للالتزام بالجوانب الإدارية، و الاجتماعية، و الدينية حتى تحوكم ضمن إطار نظام و قوانين المملكة العربية السعودية
- ٦- يكون هناك دورات تدريبية تقدمها الجمعية بالتعاون مع المتطوعين في تنمية و تطوير الفرق و أعمالها
- ٧- عمل خطة عمل سنوية مرنة للحصول على الموافقات عند الاحتياج وكذلك للتجهيز و المتابعة و التنظيم
- ٨- يكون هناك اجتماعات تحفيزية بين الجمعية و أعضاء الفرق تشمل تكريم و شكر لهم
- ٩- يكون هناك تقارير دورية بعد كل نشاط من أجل المتابعة والتطوير
- ١- إقامة ملتقى سنوي لعرض التجارب والاستفادة منها
- مالك المبادرة : وحدة التطوع الإدارية
- زمن المبادرة : ١٢ أسبوعاً
- معايير الأداء المرجعية :

| | | |
|---|----------------------------|---|
| كتابة مجال عمل المبادرة وإعداد الخطة | ٢ أسبوع من بداية التنفيذ |  |
| تعيين الموظف المختص من قبل الجمعية | ٤ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| الاجتماع مع الفرق ومراجعة خططها من اجل الرفع للحصول على الموافقات | ٦ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| أطلاق البرامج | ٨ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| استلام تقارير الإنجاز | ١٠ أسابيع من تاريخ البدء |  |
| التحضير للقاء السنوي لعرض التجارب | ١٢ أسبوع من تاريخ البدء |  |
| الإعداد للتقرير السنوي للمبادرة | |  |
| تقرير قياس الأثر | ٢٤ اسبوعاً من بدء المبادرة |  |

مبادرة عيادات الدعم النفسي والاجتماعي الافتراضية

كما ذكرنا سابقاً بخصوص الحاجة الماسة للدعم النفسي و الاجتماعي لمرضى السرطان و أسرهم، فإن الاستفادة من التطور الرقمي الذي تنعم به المملكة العربية السعودية، و ضمن التحول الرقمي للجمعية. و وجود عدد كبير من المتطوعين من الأطباء النفسيين و الأخصائيين النفسيين و الاجتماعيين و المرشدين الدينيين يشجع الجمعية على إنشاء عيادة افتراضية عن بعد يتم تنظيمها و تحديد مواعيد استشارات فيها و يكون لها فريق تقني و إداري يتولى هذه المهمة و سيكون أثرها متعدي لكل مدن المملكة عبر الفضاء الرقمي، و هي من النجاحات التي يمكن أن تحققها الجمعية و تؤثر في بناء السمعة المؤسسية و تحقق الاستفادة المالية

خطوات العمل :

- ١- وضع خطة عمل واضحة للعيادة و مهامها و مجال عملها
- ٢- اختيار الوسيلة الرقمية التي سيتم استخدامها للتواصل مثل برنامج Teams أو Zoom أو البرنامج المناسب الذي تختاره الجمعية بناء على استشارات التقنيين
- ٣- يتم اختيار الباقية المناسبة للعمل كعيادات
- ٤- يتم الاتفاق مع الجهة التي تملك القناة بإضافة هوية الجمعية
- ٥- يحرص القائمون على العيادة أن يكون فيها غرف انتظار لطلاب الاستشارة و يكون هناك رسائل عن الجمعية أو توعوية يستمعون لها فترة الانتظار
- ٦- يكون هناك تقارير دورية تفصيلية يتم الحصول عليها من قبل الوسيلة المستخدمة للاستفادة منها في التطوير
- ٧- يكون هناك برنامج تسويقي مناسب في جميع الوسائل لتعريف المستفيدين والمتطوعين من المهنيين بالعيادة
- ٨- يكون هناك اتفاق موقع بين الأخصائيين والجمعية بالمحافظة على خصوصية المرضى أو ذويهم

٩- يكون هناك نموذج موقع الكترونياً من قبل المريض بقبوله الاستشارة وما يترتب عليها

مالك المبادرة : مدير البرامج و الإدارة الرقمية، و تجربة المستفيد

مدة تنفيذ المبادرة : ١٦ اسبوعاً

معايير الأداء المرجعية :

| | | |
|---------------------------|-----------------------------|---|
| ٤ أسابيع من البدء | وضع التصور وكتابة الخط |  |
| ٨ أسابيع من البدء | التجهيز التقني |  |
| ١١ أسابيع من البدء | وضع قاعد البيانات للمتطوعين |  |
| ١٢ أسبوع من البدء | بناء هوية البرنامج |  |
| ١٢ أسبوع من البدء | برنامج التسويق للبرنامج |  |
| ١٤ أسبوع من تاريخ البدء | الإطلاق التجريبي للبرنامج |  |
| ١٦ أسبوع من تاريخ البدء | الإطلاق الرسمي |  |
| ٢٠ أسبوع من تاريخ البدء | التقرير الأول عن البرنامج |  |
| مستمرة من بعد الإطلاق | التقارير الشهرية |  |
| ٤٨ اسبوعاً من تاريخ البدء | تقرير قياس الأثر |  |

مبادرة الارتباط الاجتماعي بين مرضى السرطان

الارتباط الاجتماعي بين أصحاب المعاناة الواحدة يخفف كثيراً من الأعباء النفسية كما يوجد شبكة من الترابط القوي والذي يحقق دعماً اجتماعياً قوياً. وبالنسبة للجمعية فسيكون لها صوت قوي في المجتمع من خلال هذه الرابطة الاجتماعية. ووسائل التقنية اليوم سهلت بناء مثل هذه الروابط الاجتماعية، فعلى سبيل المثال تطبيق meetup يقوم بتنظيم هذه المهمة حضورياً و عن بعد و تكون ضمن برامج التحول الرقمي للجمعية خطوات التنفيذ :

- ١- إقامة ورشة عمل بين مجموعة من المهتمين و الخبراء في المجال الاجتماعي و أصحاب القضية
- ٢- دراسة أهمية مجاميع الارتباط الاجتماعي و أهم القضايا التي تطرح
- ٣- تكوين المجاميع بأسلوب أقرب للعفوية و الجلسات الاجتماعية
- ٤- الاستفادة من جيل الشباب ذوي الخبرة في المجالات التقنية و التقنيات الاجتماعية
- ٥- طرح نموذج أولي مصغر للاختبار و التعديل
- ٦- إطلاق المبادرة بصورة أولية و دراستها و تعديلها حتى تنضج نفسها المالك للمبادرة : إدارة البرامج، و إدارة الاتصال المؤسسي، و تجربة المستفيد

مدة تنفيذ المبادرة : ١٦ اسبوعاً

معايير الأداء المرجعية :

| | | |
|---------------------|----------------------------------|---|
| ٤ أسابيع من البدء | أقامة الورشة لبناء التصور الأولي |  |
| ٦ أسابيع من البدء | بناء النموذج الأولي للمبادرة |  |
| ٦ اسابيع من البدء | تحديد وسيلة التواصل التقنية |  |
| ٨ أسبوع من البدء | استقطاب المهتمين |  |
| ٨ أسبوع من البدء | التسويق للمبادرة |  |
| ١٠ أسابيع من البدء | التقييم الأولي للمبادرة |  |
| ١٢ أسبوعاً من البدء | تعديل المبادرة |  |
| ١٦ أسبوعاً من البدء | الإطلاق الرسمي للمبادرة |  |
| ٢٠ اسبوعاً من البدء | تقرير المبادرة |  |
| كل شهر | التقارير الدورية للمبادرة |  |
| ٤٨ اسبوعاً من البدء | تقرير الأثر |  |

خاتمة

و أخيراً في نهاية هذه الرحلة الممتعة مع جمعية متميزة و التي مررنا بها في عدة محطات مهمة كان فيها من التجي احياناً و الاستمتاع غالب الوقت و قابلنا فيها قائمة متحمسة للعمل التطوعي على مستوى مجلس الإدارة و على مستوى العاملين في الجمعية و كانت قلوبهم قبل أبوابهم مفتوحة لكل نقاش و لكل نقد و لكل تعديل بعقلية ناضجة , و كان الهم الذي رأيته لدى الجميع و كانوا جميعهم متففين عليه و هو النجاح و لا شيء غير النجاح

أخص هنا الدروس التي تعلمناها سوياً و التي جدير بتوثيقها ضمن هذه الدراسة

١- التوافق القوي بين أعضاء مجلس الإدارة و العاملين و وضوح الرؤية لديهم و الشجاعة في طلب التغيير و التصور الواضح لمواطن القوة و الضعف و الفرص و المخاطر مما سهل المهمة و اخراج هذه الدراسة التي أزعم أنها استراتيجية واقعية مواكبة للتحويلات الكبرى في المملكة العربية السعودية قابلة للتنفيذ كان للجمعية الدور الكبير لخروجها بهذه الصورة

٢- التاريخ المشرف للجمعية وأثرها على مستوى المملكة العربية السعودية و هذا ما ظهر عند القيام بالمراجعة المعيارية للجمعيات المشابهة في التوجه في المملكة العربية السعودية. و من عناصر النجاح التي كانت واضحة في الجمعية هو علاقة الجمعية الممتازة مع الإدارة الحكومية و التعليمية و الخاصة و على رأسها إمارة المنطقة الشرقية. وهذا سيعطي الجمعية انطلاقة كبيرة في ثوبها الجديد الذي لخصت الاستراتيجية التحويلات فيه وفقاً للتحويلات في النظام البيئي الإداري للجهات ذات العلاقة و التي بنيت الإستراتيجية عليه بدعم و مساندة كبيرة من مجلس الإدارة

٣- من المميزات التي امتازت بها الجمعية هو أن طاقمها الإداري من الشباب الذين سيواكبون التحولات بسرعة نتيجة أنهم من الجيل الرقمي، مع وجود قامات و خبرات متنوعة في مجلس الإدارة سيحقق خلطة سرية لنجاح الجمعية

٤- من الإيجابيات التي وجدتها في الجمعية هو المرونة و سرعة التغيير، وذلك عندما عملنا على تطبيق معايير الحوكمة ، وظهر في أول تقييم لنا أن هناك نواقص كثيرة و الوقت قد لا يسعفنا. لكن حماس الجميع على التغيير ساعدنا أن نقوم بعدد من ورش العمل لخصنا فيها كل متطلبات الحوكمة، ثم بعد ذلك استخرجنا قائمة النواقص، ووضعنا خطة عمل لاستكمالها ، و في أقل من ٣ أسابيع تم معالجتها بحماس و قبول للتحدي. بعض منها كنا نظن أنه يصعب حلها و مع ذلك تم الحل

٥- من نقاط القوة في هذه الاستراتيجية أن أعضاء مجلس الإدارة المكلفين بالعمل في الاستراتيجية و العاملين في الجمعية قاموا بالمشاركة الفعلية في إعداد الاستراتيجية و كنا نقوم بتطبيقها واختبارها مباشرة و التعديل عليها . و من الأمثلة على ذلك بناء هوية الجمعية الجديدة فلقد قام القائمون على الجمعية بالبدا بها مباشرة بعد أن قمنا بكتابتها ضمن المستهدف الاستراتيجي الثالث. وكذلك برامج الجمعية تم إعادة صياغتها ضمن المستهدف الاستراتيجي السابع و تم تطبيقها على برنامجين كبيرين للجمعية

٦- التجهيز للحصول على اعتمادات دولية مثل الايزوا ١٥٠٠٠ و غيرها تم التواصل معهم، و أعتقد أن تطبيق الاستراتيجية و التسكين على الهيكل التنظيمي المعدل بمراجعة مجلس الإدارة، و إيجاد إدارة و سط و تفعيل برنامج بناء القدرات البشرية الذي تم إعداده، و الانطلاق في المبادرات و التي هي ٢٧ مبادرة تحت ٨ مستهدفات. منها ٣ مبادرات إدارية، و ٣ مبادرات استدامة مالية، و ٥ مبادرات بناء الصورة الذهنية، ٣ مبادرات في التطوع، ٤ مبادرات في تجربة المستفيدين مبادرتين في التحول الرقمي، ٤ مبادرات في رفع الوعي الصحي، ٣ مبادرات في الدعم النفسي و الاجتماعي. فإذا تم العمل على هذا و تطبيقه فأنصح أن يكون التواصل معهم بعد مرور ٦ أشهر من التوظيف و إيجاد الإدارة الوسطى و الانتهاء من التسكين على الهيكل و استكمال كتابة الخطط

٧- أعتقد ان أهم بداية نضمن بها نجاح الاستراتيجية أن يعطى التحول الرقمي أهمية كبرى ، حتى تكون الجمعية مواكبة للتحويلات القائمة و كما نرى أن جميع الممارسات أصبحت ضمن الحكومة الالكترونية، و الاستدامة المالية كجزء مهم للجمعية أصبح أغلبه مؤتمت و عبر المنصات و القادم سيكون أكثر. فالحرص على توظيف المتواكبين مع هذا، مع إيجاد برامج بناء قدرات للعاملين في هذه المجال، و هناك عدد كبير من منصات التدريب في هذا المجال و هي مبادرات حكومية مهمة للقضاء على الأمية الرقمية و على راسها منصة دروب و أكاديمية STC و منصة رواق و غيرها. ثم يأتي بعد ذلك تعلم أدوات الإدارة والتخطيط والتقييم الرشيق مثل اجايل، وغيرها

٨- الاهتمام بأن يكون لدى الجمعية ممارسة للابتكار الاجتماعي وتدريب العاملين عليه مهم ويمكن أعداد استراتيجية متكاملة لهذا

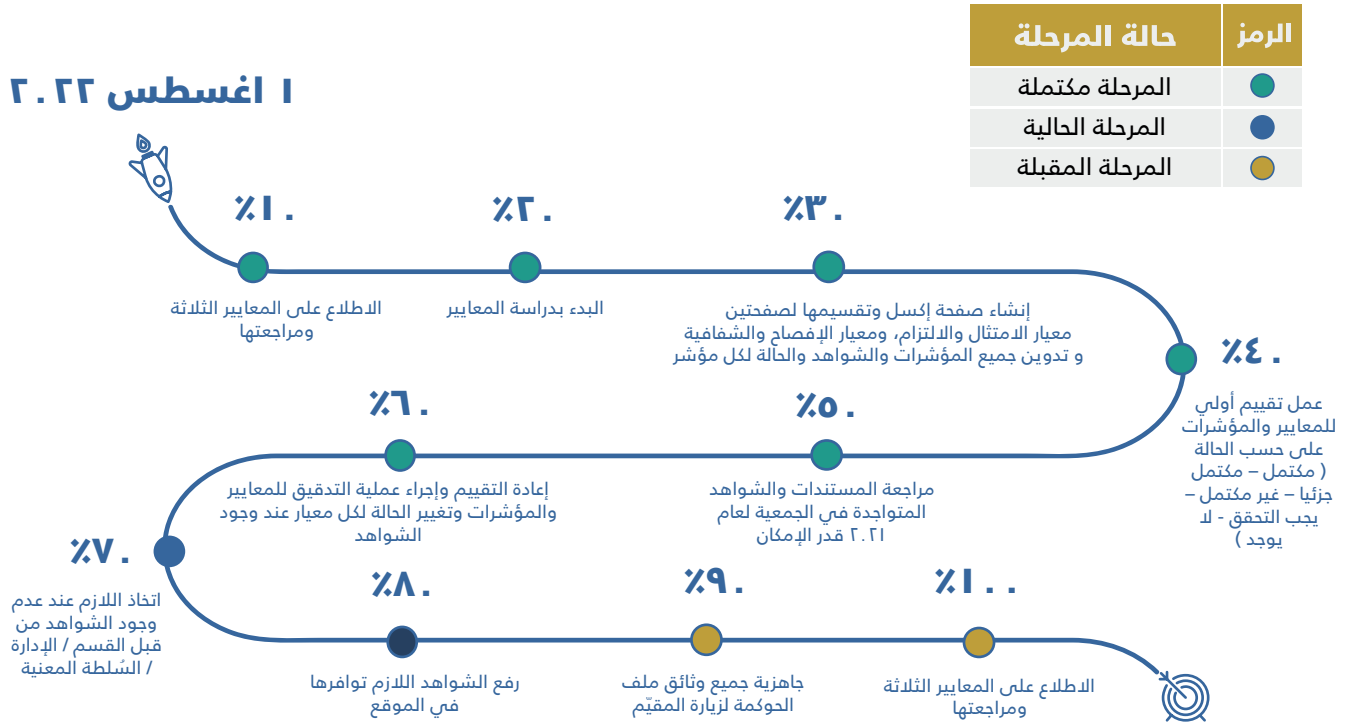
٩- الطاقم الوظيفي في الجمعية طاقم شاب و متحمس للعمل، بحاجة إلى شيء من الرعاية و الإلهام و الشعور بالطمأنينة حتى ينطلق و يبدع و هذا ماشاهدته من احتواء الإدارة لهم لذلك المحافظة على روح الفريق و تنميته مما يؤدي للمحافظة عليهم ، و من ثم الاستثمار فيهم و تطويرهم يجعل الجمعية متميزة بإذن الله

١٠- و أخيراً أشكر الله أولاً ثم مجلس إدارة الجمعية و العاملين في الجمعية أن أكسبونا هذه الفرصة لمشاركتهم في الأجر و آخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

الملاحق

في هذه الملاحق يوجد عدد من عينات مسودات العمل التي تمت أثناء الرحلة الممتعة و هي شيء من الوثائق و محاضر الاجتماع بالإضافة إلى عينة من الاستبانات التي استخدمت كذلك قاعدة بيانات لجمعيات السرطان في المملكة، و كذلك وثائق لمعالجة وضع الحوكمة في الجمعية

إطار عمل مشروع الحوكمة لعام ٢٠٢١م



نسبة وجود الشواهد لمتطلبات معياري الامتثال والالتزام والشفافية والإفصاح بتاريخ ٢٠٢٢/٨/١



نسبة اكتمال الشواهد لمتطلبات معياري الامتثال والالتزام والشفافية والإفصاح بتاريخ ٢٠٢٢/٩/١٩



استمارة تقييم النضج للتحول الرقمي للجمعية

١- الرجاء الإجابة على الأسئلة التالية من قبل أحد المسؤولين في الجمعية و الذي له علاقة بالإدارة الرقمية : (البيئة الرقمية)

- عدد أجهزة الحاسب الموجودة في الجمعية ؟
- رقم نسخة الويندوز الموجودة على الحاسب ؟
- هل البرامج المكتبية المستخدمة برامج ٣٦٥ السحابية ؟
- هل يوجد لدى كل موظف جهاز حاسب ؟
- هل يوجد أجهزة محمولة ؟
- هل يوجد شبكة ثابتة للإنترنت ؟
- هل يوجد شبكة متنقلة للإنترنت ؟
- ماهي قوة الإنترنت في الجمعية ؟

٢- التواصل بين أعضاء الجمعية والموظفين : (ثقافة الجمعية الرقمية)

- هل يتم التواصل بين الأعضاء بالبريد الالكتروني ؟
- هل يوجد لدى كل عضو مجلس إدارة، وموظف بريد الكتروني رسمي ؟
- هل يوجد برنامج مراسلات داخلي للجمعية ؟
- هل يوجد بورتال داخلي عليه جميع قرارات الجمعية يسهل على الموظفين الرجوع إليه عند الحاجة ؟

٣- الموقع الالكتروني والشبكات الاجتماعية (جمعية السرطان الرقمية)

- هل تصميم الموقع يتناسب مع تصاميم المواقع الحديثة ؟
- هل محتويات الموقع متناسبة مع توجهات الجمعية الحديثة ؟
- هل شبكات الجمعية موحدة المعارف (لرفع مستوى الجمعية في محركات البحث) ؟
- هل تصاميم الشبكات متسق مع هوية الجمعية بحيث تحمل شبكات الجمعية هوية واحدة ؟
- ماهي الشبكات الاجتماعية التي لدى الجمعية ؟
- هل هناك استراتيجية للنشر ؟
- هل يوجد خطة نشر أسبوعية وشهرية وموسمية للجمعية ؟

ملخص جمعيات السرطان بالسعودية

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالله آل منصور

| المنطقة | العنوان | الجمعية | الترخيص | الأهداف العامة | ملخص اعمالها |
|-------------------|---------|--|---------|--|---|
| منطقة مكة المكرمة | | جمعية الإيمان للخدمات الخيرية ورعاية مرضى السرطان https://www.eman-cancer.org | ٤٦ | <ul style="list-style-type: none"> تقديم خدمات الرعاية الطبية والتأهيل الاجتماعي لمرضى السرطان وكل ما من شأنه التخفيف عنهم. نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع للوقاية من هذا المرض تقديم خدمات مساندة للمحتاجين من مرضى السرطان وذوهم في شكل مساعدات وخدمات اجتماعية القيام بالأبحاث والدراسات في سبيل دعم برامج مكافحة السرطان والوقاية منه إقامة أسابيع العمل الاجتماعي والأسواق الخيرية للتعريف بأنشطة وخدمات الجمعية وتنمية مواردها | <ul style="list-style-type: none"> دعم المرضى متنوع (نقل ، تكلفة علاج ، الدعم النفسي الرحلات الترفيهية ومكة المؤتمرات العلمية التوعية الاحتفالات والفعاليات |
| المنطقة الشرقية | | الجمعية السعودية الخيرية لرعاية مرضى السرطان https://saudicancer.org | ٢٥٢ | <ul style="list-style-type: none"> تهدف الجمعية السعودية لرعاية مرضى السرطان رفع مستوى الوعي بالأورام ومسبباتها وتقديم الرعاية لمرضى السرطان بالمنطقة الشرقية. سعى الجمعية بالارتقاء بمستوى الكوادر الصحية العاملة في مجال أمراض السرطان للوصول لآخر المستجدات الطبية في علاج الأورام من خلال استقطاب الخبرات العالمية والمحلية في ندوات ومؤتمرات وورش عمل . عمل الجمعية على تشجيع المرضى الجدد على مواجهة المرضى من خلال عمل لقاءات مع متعافيات | - |

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالله آل منصور

| | | | | | |
|--------------|--------|---|-----|---|---|
| منطقة الرياض | الرياض | جمعية سند الخيرية لدعم الأطفال المرضى بالسرطان https://sanad.org.sa | ٢٥٥ | <ul style="list-style-type: none"> وتبادل القصص والخبرات فيشعر المريض حديث المرض بقوة لتحمل المرض بالإضافة لإقامة ورش عمل للمرضى وذوهم تحت اشراف أخصائيين نفسيين حشد أوجه الدعم والمساندة لمراكز سرطان الأطفال بالمملكة العربية السعودية وذلك عن طريق الدعم النفسي والاجتماعي والمادي للأطفال المرضى بالسرطان وذوهم و الوقوف على احتياجات الأسرة و تأمين الخدمات المباشرة خلال فترة علاج الأطفال المرضى (السكن- الإعاشة- النقل). تقديم البرامج التدريبية والتوعوية للأطفال المرضى وأسره حول مرض السرطان وكيفية التعامل معه ، و نشر الوعي في المجتمع حول مرض السرطان وطرق مكافحته و الوقاية منه. تشجيع ودعم الدراسات والأبحاث في مجال سرطان الطفولة. التنسيق والتكامل مع القطاعات الحكومية والأهلية ذات العلاقة | <ul style="list-style-type: none"> برامج الخدمة الاجتماعية (المساعدات العينية، الإعانات المالية المقطوعة ، تأمين تذكار السفر ، إسكان الحالات ، السكن الخيري ، غرف الأطفال ، تأمين الأجهزة والأدوية الطبية ، الرسوم الدراسية، تأثيث غرف الألعاب وأجنحة التنويم في مراكز أورام الأطفال، علاج الطفل المقيم ،كفالة الطفل المريض بالسرطان المحتاج) ،زراعة النخاع ،الزيارات المنزلية برنامج الدعم المعنوي (جلسات الدعم ، ومجموعات الدعم ، جلسات فردية) برنامج منح الأبحاث العلمية برنامج سند التعليمي(فصول دراسية بالمستشفيات) البرامج التدريبية (لاختصاصي الخدمة الاجتماعية) الخدمات الاجتماعية (المساعدات المالية المقطوعة، رواتب المرضى، إعاشة المرضى، برنامج إسكان المرضى، برنامج نقل المرضى |
| منطقة الرياض | | الجمعية السعودية الخيرية لمكافحة السرطان https://saudicancer.org | ٢٥٧ | <ul style="list-style-type: none"> تقديم خدمات مساندة لمرضى السرطان . المساهمة في دعم برنامج التوعية والوقاية من السرطان . دعم وتشجيع البحوث العلمية للوقف والتعرف على مسببات السرطان في المملكة . | |

ملخص جمعيات السرطان بالسعودية

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | |
|---|---|-----|---|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • خدمات الدعم النفسي (برامج متنوعة موقع حياة الإلكتروني) • التوعية والوقاية (مراكز الكشف المبكر ، الرأي الطبي الآخر، الأجهزة الطبية والأدوية، الدراسات والبحوث الطبية) • التثقيف الصحي ، مكافحة أسباب السرطان والممارسات الطبية الخاطئة • الكتب المترجمة | <ul style="list-style-type: none"> • دعم برامج الكشف المبكر . • التعاون مع بقية الجمعيات الخيرية الموجودة في المملكة التي تعنى بمرضى السرطان لتحقيق الأهداف المطلوبة للجمعية . • دعم برامج الجودة النوعية للعمليات التشخيصية لمرضى السرطان . • دعم برامج التشخيص وعلاج مرضى السرطان . • دعم برامج العلاج التلطيفي لمرضى السرطان . | ٥٥٢ | جمعية بلسم الأهليلة لمساندة مرضى السرطان بالقصيم https://balsam.org.sa/store | منطقة القصيم |
| <ul style="list-style-type: none"> • الأجهزة الطبية • سكن بلسم • الدعم النفسي • البدائل التجميلية • المساعدات الطارئة • مؤونة ونقل بلسم • الحملات التوعوية • الراحمون • كسوة الشتاء والعيد • السلة الرمضانية | <ul style="list-style-type: none"> • تنمية الموارد المالية للجمعية. • استقطاب وتأهيل الكوادر البشرية. • تطوير البرامج التقنية والنظم الإدارية. • تقديم برامج نفسية واجتماعية تلبي احتياجات المستفيدين. • تقديم برامج توعوية وتثقيفية لشرائح المجتمع. • تطوير برامج إعلامية وتسويقية. • إقامة شراكات مجتمعية فاعلة. • تحقيق الأمان النفسي والاجتماعي للمستفيدين. | | | |

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | |
|--|---|-----|---|-----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • الدعم التعليمي للمرضى لاكمال التعليم • رحلة علاجية لمرضى السرطان (نقل والفر والإقامة) • أجهزة ومستلزمات طبية • برنامج الكشف المبكر • الدعم النفسي | <ol style="list-style-type: none"> ١. توفير الحياة الكريمة لمرضى السرطان واسرته أثناء وبعد العلاج ٢. توفير البيئة الصحية المناسبة لمرضى السرطان. ٣. تمكين مريض السرطان من الحصول على الخدمات العلاجية المناسبة. ٤. تقديم الخدمات الطبية المساندة لمرضى السرطان وتأهيلهم صحياً ونفسياً. ٥. مكافحة السرطان بالتوعية والتثقيف والكشف المبكر. ٦. تحقيق الاستدامة المالية لأنشطة وبرامج الجمعية. | ٦١٨ | جمعية طهور لرعاية ومساندة مرضى السرطان بمحافظة عنيزة https://tahoor.minasatech.com | منطقة القصيم |
| <ul style="list-style-type: none"> • خدمة البدائل • جلسة شاي • علاج الغير سعوديين • حفلات الأطفال • رحلات ترفيهية ومكة والمدينة • بطاقات الرعاية الطبية • الاستشارات الفردية • خدمة النقل • زيارات المرضى • وحدة التطوع • التوعية • الكشف المبكر | <ol style="list-style-type: none"> ١- تحقيق الجودة الشاملة والتميز المؤسسي والإبتكار. ٢- حوسبة العمليات والإنتاج الإعلامي. ٣- تحقيق الإستدامة المالية. ٤- الإسهام في تعزيز الوقاية ورفع وعي المجتمع من الإصابات بمرض السرطان. ٥- تمكين مرضى السرطان. ٦- الإسهام في تنظيم وتمكين العمل التطوعي. ٧- تحقيق المنظمة المتعلمة الموثوقة. ٨- التواصل الفعال مع أصحاب المصلحة. | ٦٢٧ | جمعية مكافحة السرطان الخيرية في الاحساء (تفاول) https://www.hcf.org.sa | المنطقة الشرقية |
| <ul style="list-style-type: none"> • إنشاء مستشفى متخصص و متكامل لعلاج مرضى السرطان | ان نكون منظومة متميزة في أعمال النفع العام تقوم على إنشاء وتشغيل مراكز طبية تقدم رعاية | ٧٠٣ | الجمعية الخيرية لرعاية مرضى السرطان بالمدينة المنورة (أحياءها) | منطقة المدينة المنورة |

ملخص جمعيات السرطان بالسعودية

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | |
|--------------|--|---|-----|--|
| | | http://www.ahyaha.org.sa | | من الأطفال في المدينة المنورة و المناطق المحيطة بها حملة الكشف المبكر المساهمة في علاج المصابين |
| منطقة حائل | الجمعية الخيرية لرعاية مرضى السرطان بمنطقة حائل "بسمه" | https://store.basma.org.sa | ٧٨٤ | منظمة خيرية تعنى بمرضى السرطان وذويهم، وتسعى إلى تقديم خدمات متكاملة لهم في منطقة حائل، من خلال الدعم الاجتماعي والطبي والنفسي والمادي، والمساهمة في رفع الوعي المجتمعي، والمساهمة في إجراء البحوث والدراسات، وتفعيل الشراكات مع المؤسسات والمنظمات ذات العلاقة للحد من آثار المرض وتبعاته على المريض وأسرته والمجتمع |
| منطقة الرياض | الجمعية المساندة لأطفال مرضى السرطان (أطفالنا) | https://atfalona.org.sa | ٩٣١ | ١- تحسين الصحة النفسية عند الأطفال محاربي السرطان موظفين لذلك كل ما يحبه الأطفال بالفطرة. ٢- دعم أسر الأطفال والعاملين في المراكز العلاجية نفسياً ومعنوياً بما يؤدي إلى تحسين الصحة النفسية. ٣- توسيع النطاق الجغرافي لعمل الجمعية لتشمل جميع الأطفال محاربي السرطان في الوطن الغالي. ٤- المساهمة في نشر الوعي بأهمية الصلابة والصحة النفسية وسبل الوقاية من السرطان. |

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | |
|--------------|---------------------------------------|---|------|---|
| منطقة الرياض | جمعية أمس أصدقاء مرضى السرطان | https://www.amass.org.sa | ١٢٩٢ | • المساهمة في رفع مستوى الوعي الصحي والثقافي لأمراض السرطان. • تقديم الدعم النفسي والمعنوي لمرضى السرطان وذويهم. • تأهيل المتعافين من المرض وإعادة دمجهم بالمجتمع. • تطوير العمل التطوعي لخدمة مرضى السرطان. • التوعية بأهمية الوقاية والكشف المبكر للحد من أمراض السرطان. |
| منطقة نجران | جمعية رعاية مرضى السرطان بمنطقة نجران | https://nairancf.org.sa | ١٣٨٨ | ١- الوصول إلى فئات المرضى . ٢- تسهيل كافة الإجراءات الوقائية والعلاجية لدعمهم ومراقبتهم داخل المنطقة وخارجها. ٣- التعامل بمنهية وخصوصية مع جميع المرضى لتذليل جميع الصعوبات التي تواجههم. ٤- تثقيف المجتمع ورفع درجة الوعي حول أمراض السرطان بهدف التقليل من أثارها والتحفيز على الكشف المبكر للأمراض. |

ملخص جمعيات السرطان بالسعودية

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | | |
|-----------------|---------|--|------|--|--|
| منطقة الجوف | القريات | جمعية الحياة لرعاية مرضى السرطان بالقريات https://alhyat.org.sa | ١٦٦٢ | <ul style="list-style-type: none"> تقديم الدعم النفسي والمعنوي لمرضى السرطان وذوهم توعية المجتمع بأهمية الكشف المبكر عن مرض السرطان وطرق علاجه تقديم الخدمات الاجتماعية والطبية والحد من أخطار مرض السرطان بالتنسيق والتعاون مع الجهات ذات العلاقة | <ul style="list-style-type: none"> برامج الرعاية الاجتماعية الدعم النفسي الدعم الاجتماعي عيادات: (التغذية العلاجية، طب الاسرة، الباطنية) الاستشاري الزائر التوعية تسهيل العلاج شراكات مع القطاعات الاخرى |
| منطقة الرياض | | جمعية رعاية متعافي السرطان https://motaafi.org.sa | ١٩٤٣ | <ul style="list-style-type: none"> تطوير البنية المؤسسية والموارد البشرية واستقطاب الكفاءات. بناء الشراكات الاستراتيجية وتشجيع التطوع. تمكين متعافي السرطان وتطوير قدراته وتنمية مهاراته وتعزيز دوره في المجتمع. صناعة بيانات متخصصة جذابة ونوعية لمتعافي السرطان. توعية المجتمع وتثقيفه بمرض السرطان وأثاره وإمكانية التعافي منه. تعزيز الاستدامة المالية | <ul style="list-style-type: none"> توظيف متعافي السرطان حاضنة اعمال لمتعافي السرطان واسرهم انتي جميلة: توفير الشعر المستعار منصة التدريب والتطوير سوالف متعافي: استشارات صحية واجتماعية مواهب: اكتشاف المواهب تقاؤل وامل: زيارة مرضى السرطان وذويهم دعم المقبلين على الزواج من المتعافين |
| منطقة الرياض | الرياض | جمعية أبطال السرطان لبيان لا يوجد موقع الكتروني | ١٩٤٤ | لا يوجد بيانات | لا يوجد بيانات |
| المنطقة الشرقية | القطيف | جمعية الأمل لمكافحة السرطان بالقطيف https://amal.org.sa | ٢١٤٦ | <ul style="list-style-type: none"> تسهم مكافحة السرطان الخيرية (أمل) بتعزيز الوقاية من الإصابة بمرض السرطان والحد من إنتشاره و تقديم خدمات متكاملة للمرضى | <ul style="list-style-type: none"> دعم الكشف المبكر التوعية |

ملخص أعمال الجمعيات للسرطان

بيت الخبرة للمسؤولية المجتمعية (جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل)
اعداد: د. عبدالإله آل منصور

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|
| | | جديدة: يبدو انها فرع لجمعية السرطان السعودية | | <ul style="list-style-type: none"> بخصوصية وشفافية عبر مبادرات نوعية وشراكات مجتمعية فاعلة، كما تعمل الجمعية على تعزيز التطوع للمساهمة في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠م | <ul style="list-style-type: none"> دعم ذوي الدخل المحدود من المرضى تأهيل الكوادر الطبية للتعامل مع امراض السرطان تطوير قدرات التعامل المساندة لأسر مرضى السرطان تقديم الاستشارات والارشادات للمرضى صرف بعض الأجهزة التعويضية نقل المرضى |
|--|--|--|--|---|---|

تحليل الفجوة برنامج الحوكمة

ريا الشمري

المجال: قسم الحوكمة

الهدف: تقليص الثغرات وتكريس الجهود للحصول على الدرجة المستهدفة في تقييم حوكمة ٢٠٢١

| المتطلبات | الوضع الحالي | الفجوة بين الوضع الحالي والهدف | الكفاءات / المتطلبات لسد الثغرات / تقليصها | المخاطر والتداعيات |
|---|--|--|--|--|
| معييار الامتثال والالتزام | | | | |
| سجل الجمعية العمومية | نقص في سجل الجمعية العمومية لعام ٢٠٢١ | عدم وجود أرشفه وقاعدة بيانات لأعضاء الجمعية العمومية للأعوام السابقة | عدم إمكانية سد الفجوة لعام ٢٠٢١ لكونها خارجة عن الإرادة في عام ٢٠٢٢ تم إنشاء قاعدة بيانات لأعضاء الجمعية العمومية والتي تحتوي على جميع معلوماتهم | 1 - نقص في المؤشر المراد تقييمه مما يؤثر على درجة الحوكمة كونه خارج عن إرادة إدارة الجمعية التنفيذية ومنسوبيها ومجلس الإدارة الجديد (الدورة السادسة) |
| | عدم وجود طلبات للاعتذار عن العضوية لعام ٢٠٢١ | 1 - عدم وجود نماذج انسحاب من العضوية للأعوام السابقة 2 - عدم معرفة الأعضاء بحقوقهم وواجباتهم والامتيازات وآلية الانضمام او الانسحاب للأعوام السابقة | 1 - تم إنشاء نموذجان (نموذج انضمام - نموذج انسحاب من العضوية) في عام ٢٠٢٢ 2 - يجب إنشاء دليل شامل وموحد للأعضاء الجمعية العمومية في عام ٢٠٢٢ من حيث : شروط الانضمام وحقوق الأعضاء وواجباتهم والمزايا وآلية الانسحاب من الجمعية العمومية ووجود رقم يكرّس للجمعية العمومية وإخطارهم بأي مستجدات يجب إخطارهم فيها بناءً على متطلبات المركز الوطني لتنمية القطاع الغير ربحي وتثقيفهم. | 2 - عدم معرفة الأعضاء بالإجراءات النظامية المفروضة من قبل المركز الوطني لتنمية القطاع الغير ربحي |
| | قائمة بأسماء أعضاء مجلس الإدارة في الدورة ما قبل السابقة (الدورة الرابعة) | عدم وجود أرشفة الكترونية او ورقية أو قاعدة بيانات للدورة الرابعة نهائياً. | لا يوجد. | |
| تقارير أنشطة وبرامج تحديد وفهم مخاطر جرائم الإرهاب وتمويلها وتقييمها وتوثيقها | عدم وجود أي تقارير أنشطة أو برامج لتحديد وفهم مخاطر جرائم الإرهاب وتمويلها وتقييمها وتوثيقها | 1 - عدم وجود سياسة أو لائحة مكتوبة ومعتمدة في أي من الموضوعات التالية في الأعوام السابقة | 1 - تم بحمد الله اعتماد سياسة إدارة المخاطر من قبل أعضاء المجلس الكرام في الدورة السادسة | 1 - عدم وجود نهج استباقي في الجمعية (Proactive) |

تحليل الفجوة برنامج الحوكمة

ريا الشمري

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| 2 - عدم وجود وعي مؤسسي بالمخاطر الكامنة والتي قد تعرض الجمعية لمخالفات من قبل الجهة المشرفة والمنظمة | 2 - تم بحمد الله اعتماد لائحة المخاطر المتأصلة والكامنة من قبل أعضاء المجلس الكرام في الدورة السادسة | 2 - عدم وجود قسم إدارة مخاطر / لجنة إدارة مخاطر في الأعوام السابقة | عدم وجود تقرير ذاتي للمخاطر الداخلية | نتائج التقرير الذاتي للمخاطر الداخلية |
| 3 - نقص في المؤشر المراد تقييمه مما يؤثر على درجة الحوكمة كونه خارج عن إرادة إدارة الجمعية التنفيذية ومنسوبيها ومجلس الإدارة الجديد (الدورة السادسة) | 3 - إنشاء لجنة لإدارة المخاطر | 3 - ضيق الوقت واحتمالية عدم استكمال المتطلبات المتعلقة بهذا الجانب وبالتالي : عدم إمكانية إجراء تقرير ذاتي للمخاطر الداخلية أو إجراء اجتماعات أو توصيات من غير مرجع معتمد أو لائحة أو سياسة معتمدة في السنوات السابقة. | عدم وجود محاضر اجتماعات داخلية تحتوي على القرارات والتوصيات | محاضر الاجتماعات الداخلية التي تحتوي على القرارات والتوصيات المبنية على نتائج التقييم |

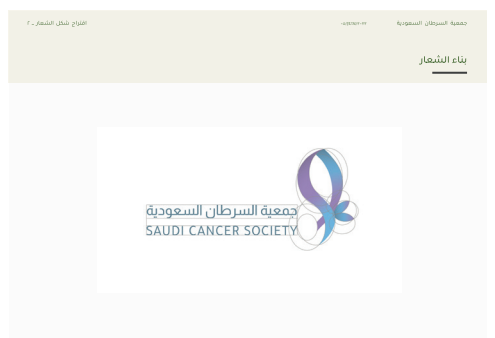
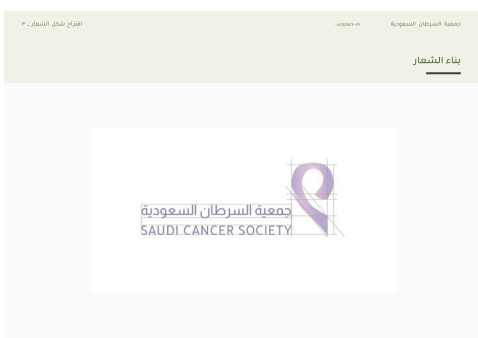
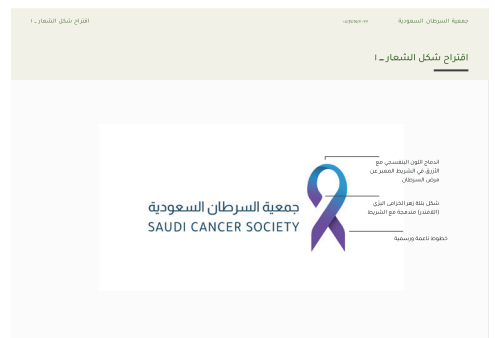
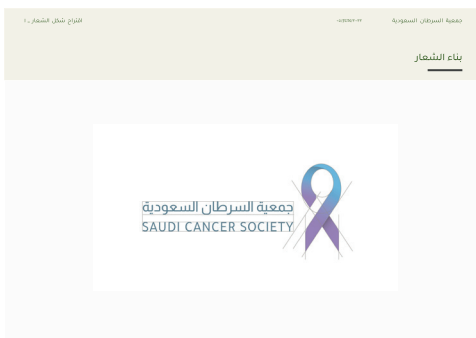
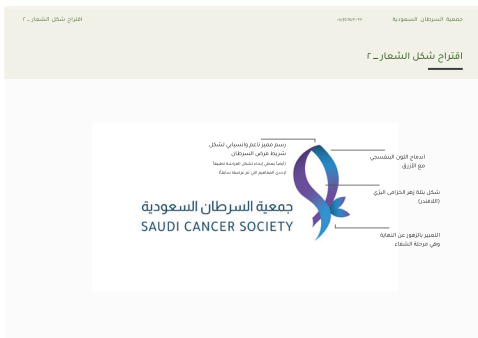
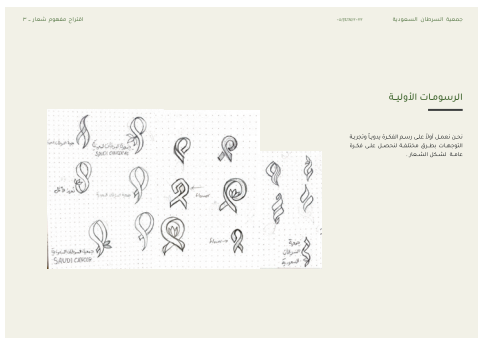
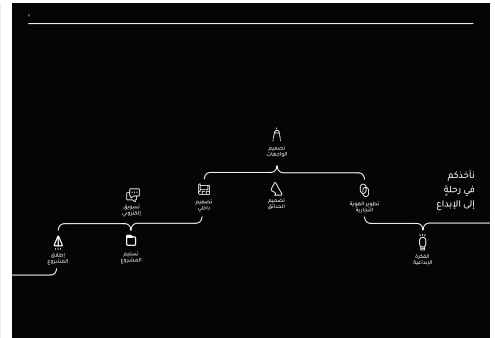
معيّار الشفافية والإفصاح

| | | | | |
|--|---|---|------------------------------------|---|
| 1 - عدم معرفة المستهدفين بحقوقهم | إنشاء قناة تواصل موحدة ومكتملة وسهلة الوصول للمستهدفين لإبلاغهم عند نشر، أو تحديث الأنظمة، أو اللوائح أو السياسات | 1 - عدم وجود أرشفة الكترونية أو قاعدة بيانات للمستهدفين | لا توجد تقارير تواصل مع المستهدفين | تقارير التواصل مع المستهدفين لإبلاغهم عند نشر أو تحديث الأنظمة أو اللوائح أو السياسات |
| 2 - نقص في المؤشر المراد تقييمه مما يؤثر على درجة الحوكمة كونه خارج عن إرادة إدارة الجمعية التنفيذية ومنسوبيها ومجلس الإدارة الجديد (الدورة السادسة) | | | | |

تحليل الفجوة الإعلامية

| GAP analysis | | | | |
|--|---|----------------------------|--|--|
| Rayya Alshammari – Public Relation Supervisor. | | | | |
| - AREA: Public Relation Department | | | - GOAL: Efficient PR department | |
| REQUIREMENT | EXISTING SITUATION | GAP BETWEEN EXISTING & NEW | NEW CAPABILITIES NEEDED TO REDUCE THE GAP | ISSUES & RISKS |
| ١- Bare-minimum staff recruitment. | Filling ٦ positions and working as: <ul style="list-style-type: none"> • PR supervisor • Media coordinator • Public Relation manager • Social media manager • Graphic Designer, • Contract specialist • Project executive “Upcoming” | Decision makers. | Staff Recruitment and acquisition | The inability to reach optimal performance due to the excessive workload. Potential Errors, a staff can't wear different hats in sensitive positions, for examples contracts must and should be made by a legal consultant / Lawyer to avoid the occurrence of lawsuits and or/ conflicts to avoid harming the SCF image. “which is the Actual job of <u>PR</u> “ |
| ٢- Optimal Operation and performance | Unclear and tangled roles and responsibilities | Decision makers. | Clear roles and responsibilities with a reasonable and relevant job description to the position. | Potential Conflicts Resources waste “Time” |
| ٣- Clear Goal | Unclear Goal and means, lack of guidance in the SCF. | Ambiguity. | Systematic and work approach | Desultory and distracted work approach. |

مسودة تطوير العلامة التجارية



نماذج من مسودات بناء خطة البرامج



إدارة برنامجي (جمعية بناء لشهر ٩ - الشرقية وردية لشهر ١٠) حملة الفحص لجمعية بناء

| الأهداف | التنفيذ | المهام | الاحتياج | | | مسؤول التنفيذ |
|--|---|--|-------------------------------------|----------------|-------------------------|--|
| | | | إداري | البشري | التجهيز | |
| <ul style="list-style-type: none"> تقديم خدمة الفحص المبكر لمستفيدين بجمعية بناء. | <ul style="list-style-type: none"> تواجد سيارة الفحص بشكل يومي في جمعية بناء من ٨ ص إلى ٨ م | <ul style="list-style-type: none"> إرسال متطلبات الفحص التطوعية لجمعية بناء. | حصر الفرض وإرسالها | موظفة | نموذج طلب متطوعين | الحاجي |
| | | <ul style="list-style-type: none"> تسجيل بيانات المستفيدين الحاضرات عند الاستقبال وليس الاسورة | كشف حضور | ٢ متطوعين | الأساور + الكشف | جمعية بناء(.....) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> تنظيم الدخول والخروج وترتيب الدخول لعربة الفحص | - | ٢ متطوعين | - | المتطوعين |
| | | <ul style="list-style-type: none"> إرسال خطة العيادة للجمع الصحي لتوفير كادر الفحص اليومي. | تسجيل المستفيدين | موظفة | سجل البيانات | نشر رابط التسجيل(جمعية بناء) إرسال البيانات(الحاجي) |
| <ul style="list-style-type: none"> التوعية بأضرار المرض في حال الاكتشاف المتأخر. | <ul style="list-style-type: none"> تصوير فيديو لمستفيدة متعافية من المرض تحت فيه مستفيدين جمعية بناء على الحضور للفحص المبكر وخطورة إهمال ذلك. تواجد ركن يومي في جمعية بناء | <ul style="list-style-type: none"> تصوير مقطع الفيديو وإرساله لجمعية بناء لجذب المستفيدين للتسجيل في الفحص. | الاتفاق مع المصور والمتعافية | مصور + متعافية | تجهيز المكان للتصوير | الاتفاق مع المصور (جمعية بناء) الاتفاق مع المتعافية وتجهيز المكان(الحاجي) نشر الفيديو (بناء) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> الزول أب. | تصميم رول أب بمحتوى ملف سرطان الثدي | موظف | | العلاقات (فهد) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> الأساور. | | موظف | أساور الدخول للمستفيدين | الحاجي |
| | | <ul style="list-style-type: none"> الوقوف في ركن الجمعية (تعريف وإجابة عن الاستفسارات لتوضيح الخدمات المقدمة للمرضى في حالة اكتشاف الإصابة بعد اجراء الفحص) | تدريب المتطوعين | ٢ متطوعين | طاولة الجمعية | توفير المتطوعين (بناء) التدريب (سلمي) |
| <ul style="list-style-type: none"> التوجيه الصحيح لطرق ومواقع الفحص المبكر. | <ul style="list-style-type: none"> التعريف بخدمات جمعية السرطان والاجابة على الاستفسارات. | <ul style="list-style-type: none"> إنجاد مسمى للبرنامج وهوية لوسائل التواصل الاجتماعي | المسمى + هوية محتوى وسائل التواصل | | | العلاقات (فهد) |



إدارة برنامجي (جمعية بناء لشهر ٩ - الشرقية وردية لشهر ١٠) حملة الشرقية وردية ١٤

| الأهداف | التنفيذ | المهام | الاحتياج | | | مسؤول التنفيذ |
|--|--|---|---|-------------------|--|---------------------|
| | | | إداري | البشري | التجهيز | |
| <ul style="list-style-type: none"> تقديم خدمة الفحص المبكر لمستفيدين بجمعية بناء. | <ul style="list-style-type: none"> تواجد سيارة الفحص في مقرات مختلفة بشكل يومي أركان توعوية في الأماكن العامة (مجمعات تجارية - أجدان - مطل..) مشاركة المقاهي والمطاعم في حملة رفع الوعي مشاركة المستشفيات في الحملة بوضع رول أب أو مايناسهم لتفعيل الحملة تفعيل حسابات الجمعية لتنشيط هاشتاق الحملة الماراثون | مطبوعات الحملة | حصر الاحتياجات من المطبوعات وإرسالها | موظفة | تصميم للزولاب + الملصقات للأكواب + أساور اليد الوردية + طاولة الركن التوعوي احتياجات المراتون (لافتات توعوية على طول المسار - خط البداية والنهاية - مغلفات طب الماء - ميداليات الفائزين -) | العلاقات العامة |
| | | <ul style="list-style-type: none"> الحصول على الموافقات (مقر الماراثون + بيع تذاكر المراتون + موافقة وضع أركان توعوية في الأماكن العامة + موافقة التنمية على البرنامج) + موافقة التجمع الصحي على تنقلات العيادة وتشغيلها حسب المقرات المحددة | اعداد الخطابات ونماذج الموافقات والتواصل مع الجهات | موظف | | المشاريع + العلاقات |
| | | مخاطبة المقاهي والمطاعم والفنادق والنوادي الرياضية لتفعيل الحملة | اعداد الخطابات والاتصالات | موظف | | المشاريع + العلاقات |
| | | مخاطبة تطبيقات التوصيل وتطبيقات الورد والهدايا للمشاركة في تفعيل الحملة | طلب المشاركة ورعاية المراتون وتقديم هدايا للفائزين | موظف | | العلاقات |
| <ul style="list-style-type: none"> التوعية بأضرار المرض في حال الاكتشاف المتأخر. | <ul style="list-style-type: none"> مشاركة المقاهي والمطاعم في حملة رفع الوعي مشاركة المستشفيات في الحملة بوضع رول أب أو مايناسهم لتفعيل الحملة تفعيل حسابات الجمعية لتنشيط هاشتاق الحملة الماراثون | مخاطبة المقرات المحددة لإرسال العيادة لهم للفحص | خطابات واتصالات | موظف | | المشاريع |
| | | تفعيل حسابات الجمعية في وسائل التواصل الاجتماعي لتشجيع المجتمع على نشر الوعي بالفحص المبكر | تفعيل الحسابات بشكل مستمر طوال الشهر | موظف | | العلاقات |
| | | الأركان المشاركة في الماراثون | التواصل مع المطاعم والمقاهي والأركان الممكن تواجدها وتأكيد الحضور | موظف | | المشاريع + العلاقات |
| | | أركان الجمعية | تنظيم مخطط البرنامج وتوزيع المهام | موظفين + ٣٠ متطوع | (ركن المتطوعين - ركن جمع التبرعات - ركن العضوية - ركن الأمانة على الاستفسارات والتعريف بالجمعية - ركن بيع تذاكر الماراثون - ركن تسليم أساور المشاركين -طاولات للماء) | المشاريع + العلاقات |

نماذج من مسودات بناء خطة البرامج

| العناصر | التعزيزي | الوقائي | العلاجي | التأهيلي | المستهدفات | المشاركة المجتمعية |
|---|--|--|---|----------|------------|--------------------|
| العضوي | اليوم العالمي للسرطان(توعية) | التطعيم لسرطان عنق الرحم | | | | |
| | الحملة الخليجية للتوعية بالسرطان(توعية) | | | | | |
| | شهر التوعية بسرطان القولون (توعية) | | | | | |
| | أسبوع التوعية بسرطان الفم والرأس والعنق | الكشف المبكر لسرطان عنق الرحم | | | | |
| | يوم الصحة العالمي (معرض توعوي) | | | | | |
| | اليوم العالمي لسرطان المبيض (برامج توعية) | | | | | |
| | شهر سرطان المثانة - سرطان الجلد(توعية) | | | | | |
| | اليوم العالمي لسرطان الدم(برامج توعية) | الشهر العالمي للتوعية بالكشف المبكر لسرطان الثدي | | | | |
| | شهر التوعية بسرطان العظام(برامج توعية) | | | | | |
| | اليوم العالمي للتوعية بسرطان الرئة (توعية) | | | | | |
| اليوم العالمي لسرطان الغدة اللمفاوية(توعية) | | | | | | |
| شهر التوعية بسرطان الكبد(برامج توعية) | | | | | | |
| شهر التوعية بسرطان البروستات | | | | | | |
| التوعية بالأشعة فوق بنفسجية | | | | | | |
| النفسي | | | لقاء الأمل(لقاء المرضى بالمتعافين) | | | |
| الإدراكي | | | | | | |
| الاجتماعي | اليوم العالمي للمرأة(المشاركة مع مركز تمكين المرأة + حلقة بودكاست) | | اليوم العالمي لسلامة المرضى (زيارة المرضى - حلقة بودكاست) | | | |
| | أسبوع صحة المرأة (برنامج محاضرات - معرض متنقل) | | زيارة المرضى للمعاينة | | | |
| | اليوم العالمي للتطوع (مبادرة تكريم للمتطوعين الجمعية) | | | | | |
| الروحي | | | اليوم العالمي لليوغا(جلسات) | | | |

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation





جمعية السرطان السعودية

محضر الاجتماع الأول

تم عقد اجتماع في الساعة الواحدة مساء يوم الأربعاء بتاريخ ١٤٤٣/١١/١٦ هـ الموافق ٢٠٢٢/٦/١٥ م في قاعة اجتماعات الجمعية بين الدكتور/ شاهر الشهري رئيس فريق دراسة الخطة الاستراتيجية للجمعية وبين الأستاذة أحلام الحربي أخصائي الحوكمة المكلف للجمعية. بدء الاجتماع ومناقشة قواعد الحوكمة للجمعيات الأهلية والاطلاع على النظام الأساسي للجمعية والتأكد من إكمال الأدلة والنماذج المطلوبة عند زيارة تقييم الحوكمة.

انتهى الاجتماع الساعة (٢:٣٠) مساء

والله ولي التوفيق..

| الاسم | المنصب | التوقيع |
|-----------------|--|---|
| د. شاهر الشهري | رئيس فريق دراسة الخطة الاستراتيجية للجمعية |  |
| أ. أحلام الحربي | أخصائي الحوكمة المكلف |  |

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

محضر الاجتماع الثاني

تم عقد اجتماع في الساعة ١٠:٠٠ صباحاً يوم الخميس بتاريخ ١٤٤٣/١١/٢٤ هـ الموافق ٢٠٢٢/٦/٢٣ م في قاعة اجتماعات الجمعية بين الدكتور/ شاهر الشهري رئيس فريق دراسة الخطة الاستراتيجية للجمعية وبين الأستاذة أحلام الحربي أخصائي الحوكمة المكلف للجمعية. بدء الاجتماع ومناقشة وشرح دليل حوكمة الجمعيات الأهلية دليل معيار الامتثال والالتزام ودليل معيار الشفافية والإفصاح ودليل معيار السلامة المالية والمستندات المطلوبة لزيارة الحوكمة.

انتهى الاجتماع الساعة (١١:٠٠) صباحاً

والله ولي التوفيق..

| الاسم | المنصب | التوقيع |
|-----------------|--|---------|
| د. شاهر الشهري | رئيس فريق دراسة الخطة الاستراتيجية للجمعية | |
| أ. أحلام الحربي | أخصائي الحوكمة المكلف | |

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

Date : ٢٣/٦/٢٠٢٢
Day : Thursday
Time : ١٠:٣٠
Venue: Meeting room
Meeting number : ٢

Public Relation Department Minutes of meeting

| Attendees | |
|--|--------------------|
| Position | Name |
| Chief of SCF Strategic plan execution team | Dr.Shaher Alshehri |
| Public Relations Supervisor | Rayya Alshammari |

• Discussion:

1. A meeting was held in SCF Venue with Dr.Shaher Alshehri and Ms.Rayya Alshammari to Discuss PR Department ongoing operation and development to be in line with the latest Strategic plan of SCF.
2. Digital media suggested processes were discussed with dr.Shaher.
3. PR programs suggestions were discussed with dr.Shaher

• Recommendations:

1. To begin creating virtual programs, afterwards classifying them in a taxonomy in order to execute them.
2. Engage audience interactions through conducting awareness sessions through social media such as: Zoom, Twitter spaces, Live stream on Instagram.
3. Start Formulating policies and procedures for PR Department.

!

Chief of SCF Strategic plan
execution team
Dr.Shaher Alshehri

Public Relations Supervisor in
SCF
Ms.Rayya Alshammari

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

Date: ٢٠/٧/٢٠٢٢
Day: Wednesday
Time: ١١:٠٠
Venue: Meeting room
Meeting number: ٣

Public Relation Department Minutes of meeting

| Attendees | |
|--|--------------------|
| Position | Name |
| Chief of SCF Strategic plan execution team | Dr.Shaher Alshehri |
| Public Relations Supervisor | Rayya Alshammari |
| Digint company team | - |

• Discussion:

1. A meeting was held vis Zoom with Dr.Shaher Alshehri and Ms.Rayya Alshammari and Digint Team to Discuss SCF Website ongoing operation and development project to be in line with the expectations of the latest strategic plan.
2. Website importance was demonstrated by dr.shaher and categorized into two main points :
 - i. It is mandatory in the process of governance assessment to demonstrate the ٢ standards imposed by external mandatory authorities standards which are:
 - Transparency
 - Compliance
 - ii. The marketing and promotional role that the website plays as it's a very important point to highlight and support.
3. UX improvement suggestions were discussed, overall SCF website appearance and content was also highlighted by Digint team.
4. Old content and poor photography are not satisfying/ acceptable to nether of the parties involved as it was provided captured from existing YouTube videos.
5. Missing pieces of information were present in the website, which are reflecting a bad impression and perception about the mental image of the organization.

• Recommendations:

1. To encourage the ongoing Mandatory Content update process regarding "Organizational structure / Chart", reports, lists, Board members and board meetings and programs "and the other required documents for the governance assessment. It is continuously delayed because of several reasons that are **not under the PR department control** "External "
2. It recommended by digint to send the complete pieces of information and send it periodically via the official communication channels. But the Updated content is now becoming an obstacle as it is an **ongoing process** that haven't been finalized.

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

٣. It was recommended by digint to conceal some of the missing/incomplete content until it is approved/ authorized by decision makers, prior staff in charge of the website weren't providing any type of content "written/ visual content".

Chief of SCF Strategic plan execution team
Dr.Shaker Alshehri

Public Relations Supervisor in SCF
Ms.Rayya alshammari

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

!

محضر اجتماع

!

"محضر داخلي"

!

| !البيانات الرئيسية: | | | |
|---|----------------|-----------------|---------------|
| ٢٠٢٢/٩/٤! | تاريخ الاجتماع | ٤! | رقم الاجتماع |
| قاعة اجتماع جمعية السرطان السعودية | مكان الاجتماع | ١٠:٣٠! صباحاً | موعد الاجتماع |
| !أسماء الحضور: | | | |
| !الجهة: | | !الاسم: | |
| مستشار الخطة الاستراتيجية لجمعية السرطان السعودية | | !د. شاهر الشهري | |
| !أخصائي حوكمة ومقرر الاجتماع | | !أ. ربا الشمري | |

تم الاجتماع مع د. شاهر الشهري في مقر الجمعية بشأن إعداد الخطة الاستراتيجية ومشروع الحوكمة لسنة ٢٠٢١، وتم التطرق في الاجتماع الى النقاط التالية:

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

| م. | الموضوع | المناقشات والوقائع |
|----|---------------------------|--|
| ١ | متطلبات الحوكمة لسنة ٢٠٢١ | <p>- تم استعراض متطلبات وسياسات الحوكمة التي تم اعدادها من قبل أخصائيي الحوكمة وفقاً للمعايير والمؤشرات من الجهة المشرفة وهي كالتالي: !</p> <p>(! آلية إدارة طلبات العضوية في الجمعية العمومية !</p> <p>(" سياسة الصرف للبرامج والأنشطة والمصروفات الإدارية والعمومية !</p> <p># سياسة تنظيم العلاقة مع المستفيدين !</p> <p>\$ سياسة جمع التبرعات !</p> <p>/. قائمة الإجراءات المتبعة أعضاء مجلس الإدارة الجديد بعمل الجمعية !</p> <p>& قائمة المؤشرات الدالة على وجود شبهة غسيل أموال !</p> <p>(' قائمة بالعاملين في الجمعية في كل إدارة وقسم !</p> <p>((لائحة اختيار رئيس مجلس الإدارة ونائب رئيس مجلس الإدارة والمشرف المالي !</p> <p>() لائحة الرقابة الداخلية !</p> <p>(!* لائحة المخاطر المتأصلة والكامنة " !</p> <p>!! لائحة الموارد البشرية !</p> <p>!" لائحة صلاحيات مجلس الإدارة والتفويض !</p> <p>!# استحداث نموذج الاشتباه !</p> <p>!\$ استمارة طلب العضوية !</p> <p>!/. استمارة طلب الغاء عضوية !</p> <p>- تم اعتماد السياسات الآتية (اللائحة الأساسية - دليل سياسات الموارد البشرية - اللائحة المالية - سياسة تنظيم العلاقة مع المستفيدين - لائحة المشتريات - سياسة مصفوفة الصلاحيات بين مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية - سياسة الصرف للبرامج والأنشطة والمصروفات الإدارية العمومية) في محضر الاجتماع الثامن ولكن لم يتم توقيعها.</p> |
| | تحديات الحوكمة | <p>- تم التطرق الى ثغرات عمليات الحوكمة الحالية وتحليلها للبدء في سد الفجوات وتصحيحها. !</p> <p>- تمت مناقشة بعض الإشكاليات الخاصة بحوكمة ٢٠٢١ وهي كالتالي: !</p> <p>- عدم العثور على بعض المستندات التي تدعم عملية الحوكمة !</p> <p>- لا يوجد موظف مكلف بحفظ الوثائق. !</p> <p>- بسبب وجود معايير متباينة لحوكمة ٢٠٢١ ومعايير لحوكمة ٢٠٢٢ يجب تحديث جميع السياسات لتتماشى مع المعايير المحدثة المفروضة من قبل المركز الوطني لتنمية القطاع الغير ربحي في نسخة ابريل ٢٠٢٢.</p> |

نماذج من محاضرات اجتماعات الفريق

Saudi Cancer Foundation



جمعية السرطان السعودية

+

| أعضاء مجلس الإدارة | إقامة برامج التوعية الداخلية (المالية والقانونية) لأعضاء المجلس بشكل مستمر ! |
|--|--|
| اعتماد السياسات | تم التطرق الى أهمية اعتماد السياسات عن طريق التوقيع على كل سياسة على حدى من قبل أعضاء المجلس ليتسنى لنا رفعها الى الموقع الخاص بالجمعية . |
| ٣ برامج أنشطة تمويل ومكافحة الإرهاب وغسيل الأموال "عاجل" | <ul style="list-style-type: none"> - ضرورة التحاق العاملين في الجمعية (مجلس الإدارة والفريق التنفيذي) ببرامج أنشطة وتمويل - يجب اعتماد السياسات ولأنه المخاطر الكامنة حتى يتم عمل التقرير الذاتي للمخاطر الداخلية بناءً على السياسة المعتمدة والموقعة من قبل مجلس الإدارة - يجب عمل محاضرات الاجتماعات الداخلية التي تحتوي على القرارات والتوصيات المبينة على نتائج التقييم وتقارير برامج التوعية للعاملين في الجمعية |
| ٤ منتدى ومضات | <ul style="list-style-type: none"> - تم التطرق الى ضرورة حذف مشاركة الجمعية في منتدى ومضات في التقرير السنوي لعام ٢٠٢١ . حيث ان المشاركة في الفعاليات دولياً تتطلب موافقة مسبقة من الجهة المشرفة . |
| ٦ التغذية الراجعة منصة (مكين) | <ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود آلية لاستقبال الشكاوى والاستفسارات او سجلات حيث انها تعد متطلب رئيسي في الحوكمة . يجب تفويض ممثل للجمعية في تعبئة وصحة البيانات المذكورة لعام ٢٠٢١ . |

التوصيات

١. سرعة استكمال أعضاء المجلس المكرمين للمستندات التي يجب التوقيع عليها والمرسلة من قبل الفريق التنفيذي !

٢. اعتماد وتوقيع السياسات المستحدثة وعقد اجتماع طارئ لأعضاء المجلس لإرفاق توقيعهم في جميع السياسات حيث لا يتطلب توقيع السياسات موافقة الجمعية العمومية نظراً لثأنها سياسات داخلية و تخص تنظيم العمل ولا تندرج تحت صلاحيات الجمعية العمومية كما ذكر في النظام الأساسي للجمعية !

٣. (فقط تحديث النظام الأساسي يتطلب عقد جمعية عمومية غير عادية لكونها من اختصاصات) !

٤. حضور برنامج توعية من المراكز المعتمدة لجميع العاملين في الجمعية في مجالات مكافحة الإرهاب وغسيل الأموال بشكل عاجل !

٥. إقامة برامج توعية داخلية (مالية وقانونية) لأعضاء المجلس بشكل مستمر !

٦. إزالة الفعاليات الدولية من التقرير السنوي في حال عدم وجود موافقة من الجهة المشرفة !

٧. تفويض ممثل للجمعية بخطاب رسمي ليتم إرسال النموذج الشامل لجهة الاختصاص !

٨. أخذ نسخة من العقد (مشروع الخطة الاستراتيجية) مع جامعة الإمام وإرفاقه في الموقع !

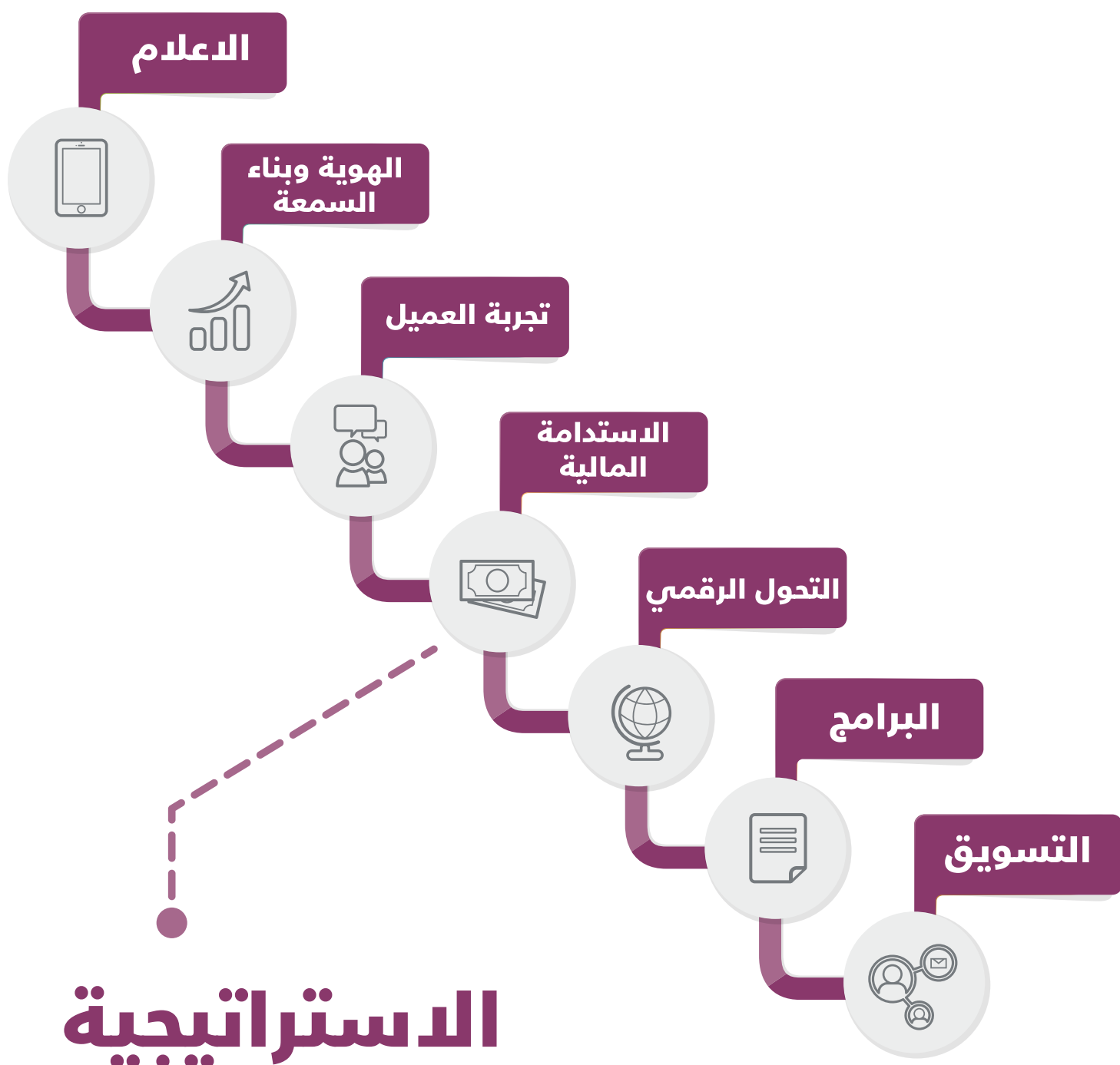
٩. إضافة موقع الجمعية في (!'()&.%##" ليكون مرجع أساسي في التقييم والتغذية الراجعة !

١٠. تكليف أحد أعضاء الفريق التنفيذي كفي مراقب وثائق ويكون مسؤول عن البيانات وجودتها وصحتها بشكل الكتروني وورقي وتخصيص مكتب لهذا الشأن.

مستشار الخطة الاستراتيجية لجمعية السرطان السعودية
د.شاهر الشهري

أخصائي الحوكمة ومقرر الاجتماع
أ.رنا الشمري

تداخل البرامج



خارطة بناء السمعة

