

الابتكارات المجتمعية

Social innovations

زهير منصور المزيدى

2020



المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
Arab institution for social
values

Zuhair Almazeedi
00965-99290092(M)
www.ZUMORD.net
www.qeam.org
Kuwait

الابتكار المجتمعي توجه أصبحت تتنافس عليه الدول المتقدمة في الشرق والغرب، وأصبح مدى التقدم ليس بالضرورة مرتبطاً بمجالات الابتكارات التقنية والرقمية بل طالت المجتمعية أيضاً، وذلك لما للابتكارات المجتمعية من عوائد إيجابية في تقليص معدلات الهدر سواء في الموارد الطبيعية أو الطاقات البشرية وكذلك لعوائده الإيجابية على ميزانيات الدول والأفراد.

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

الصفحة	الموضوع
3	الابتكار المجتمعي ونطاقه
4	مصطلحات في الابتكار الاجتماعي
5	مفاهيم رئيسية للابتكار الاجتماعي
26	الفرق فيما بين الابتكار المجتمعي واعلان الخدمة المجتمعية ودور الشركات في المسؤولية المجتمعية
40	أدوات معينة لتفريخ المشاريع المبتكرة
69	مجموعة من المشاريع المجتمعية المبتكرة كنماذج تم إنجازها على نطاق دولي
82	أمثلة لابتكارات اجتماعية قمنا بها
109	درجات الابتكار المجتمعي
115	"سجل الابتكار المجتمعي" LOG book S.I
123	الجهود الدولية في التحفيز والتشجيع والتأهيل في مسار الابتكار المجتمعي
130	معايير استيفاء الدول باعتبارها رائدة في الابتكارات المجتمعية

تقديم

الابتكار المجتمعي ونطاقه

ينطلق مفهوم الابتكار المجتمعي كمسار مما تتعرض اليه المجتمعات من خلل اجتماعي أو اقتصادي أو بيئي، وغيرها من الأزمات، كما ينطلق في ذات الوقت من مسار فرص التحسين من الأداء العام للمجتمعات وتحسين جودة الحياة، عبر إغتنام ما يعتبر فرص لتطوير الأداء، أو اختزال الأوقات، أو توجيه الطاقات، أو الحد من هدر الإمكانيات، فالابتكار المجتمعي يتعامل مع الازمات والفرص عبر ما يتوفر من إمكانيات بأساليب ابتكارية وغير تقليدية، وسنعمد في هذا البحث المصطلحين (الاجتماعي والمجتمعي) معاً، باعتبارهما مكملين لبعضهما البعض في المعنى العام في الارتقاء بالمجتمع.

والازمات تتنوع في صورها فنجد بعض الباحثين من عرّف الأزمة بالمفهوم الاجتماعي، وآخرون بالمفهوم السياسي والبعض عرفها بالمفهوم الاقتصادي حيث أشاروا:

يُقصد بالأزمة من الناحية الاجتماعية (12): " توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن، ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة".

أما الأزمة من الناحية السياسية: " حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله سواء كان إدارياً، أو سياسياً، أو نظامياً، أو اجتماعياً، أو اقتصادياً، أو ثقافياً".

ومن الناحية الاقتصادية فهي تعني: " انقطاع في مسار النمو الاقتصادي حتى انخفاض الإنتاج أو عندما يكون النمو الفعلي أقل من النمو الاحتمالي".

والأزمة لغةً: تعني الشدة والقحط، والأزمة هو المضيق، ويطلق على كل طريق بين جبلين مأزم. وبالإنجليزية (Crisis).

وفي الابتكار المجتمعي ليس بالضرورة نكون أمام أزمة فلعلنا نستهدف الارتقاء بالأداء العام للمجتمع ونحسن من جودة الحياة فيه لكافة مجالات الحياة المعاشه،

لنكون بذلك أمام مسارات من الصيانة أو الحد من تفاقم ظاهرة أو الجبر أو التحسين والتطوير للأداء المجتمعي العام بما يكون له عوائده الإيجابية على المجتمع والدولة. وتجدر الإشارة الى ظهور أهمية هذا المجال كنتيجة طبيعية عن إخفاقات الحضارة الغربية في مسار ما يدعونه بالتقدم والتحضر، فحضارتهم هي من تسببت في:

1- تلويث البيئات البحرية والجوية والبرية.

2- انتشار الفقر وتجارة العبيد.

3- جبر البشر على نظام تعليمي موحد.

4- التشجيع على سكن المدن وترك القرى، والقائمة لا حصر لها من الإخفاقات.

فجاءت الابتكارات المجتمعية لتحل تلك الإشكالات، وتصوب مسارها الحضاري فأبدعت حين أدركت بعد حين، غير أنه كمجال فقد عززت له قواعد ومناهج وحررت له شهادات جامعية على نطاق دولي، وهو ما جعله محضنا تفرخ عبره مشاريع تمكن المجتمعات من الارتقاء في الأداء وتحد عبره أولاً بأول من الآفات.

مصطلحات في الابتكار الاجتماعي

ثمة مصطلحات (19) بدأت تنتشر على نطاق دولي حيال ما نحن بصدد من دراسة للابتكارات المجتمعية، نستعرض بعض منها للإيضاح:

1- التصميم الاجتماعي: هو عملية تمكين المجتمع المحلي وأفراده من اتخاذ الإجراءات المناسبة والعتور عليها للتوصل لحلول للتحديات الاقتصادية والاجتماعية التي يواجهونها.

2- ريادة الأعمال الاجتماعية: هناك العديد من التعريفات لريادة الأعمال الاجتماعية، لكن الخلاصة هي أنها تلك المؤسسة الاجتماعية أو الشركة التي تهدف إلى إحداث تأثير اجتماعي، أي توفير حل لمشكلة اجتماعية وعلى الرغم من أن التأثير الاجتماعي هو الهدف، فإن هذا لا يعني استبعاد المكاسب أو المزايا المالية.

3- التأثير الاجتماعي / التأثير الجماعي: يشير التأثير الاجتماعي إلى تغيير التحدي الاجتماعي الملح، والذي هو نتيجة لأعمال أو أنشطة هادفة تهدف إلى توفير إجابة لهذا التحدي المحدد، حيث يتم تنفيذ هذا الجهد من خلال التعاون بين مختلف الجهات الفاعلة التي تعمل معًا من أجل المشاركة بالأهداف. وتتطلب مبادرة التأثير الجماعي الناجحة جدول أعمال مشترك وأنشطة معززة، كنظم القياس. كما يرتبط بهذه المصطلحات مفهوم تقييم الأثر الاجتماعي، وهو عملية التحليل وتقييم الأثر الحقيقي والفعلي لمبادرة الابتكار الاجتماعي.

4- الاستثمار الاجتماعي / الاستثمار المسؤول اجتماعيًا / العمل الخيري للمشاريع: على الرغم من أن هذه المصطلحات الثلاثة تختلف قليلاً، غير أنها تشترك بشكل كافٍ في البنية التحتية المشتركة التي يتم معالجتها معًا.

5- الاستثمار الاجتماعي: هو توفير التمويل ليس فقط للمؤسسات الاجتماعية ولكن لأي نوع من التطوع و / أو منظمة المجتمع. يمكن أن تأتي الأموال من المؤسسات العامة، عبر مشاركة الجمهور في التمويل عبر المنصات التمويلية الرسمية، وإذا كانت الأموال تأتي من المنظمات الخاصة، فإنها تميل إلى أن تأخذ شكل التمويل القابل للسداد، على سبيل المثال، القروض أو حصة في الأرباح أو المكاسب. حيث يتوقع المستثمرون أن تحقق عائداً وخلق تأثيراً اجتماعياً، على الرغم من أن الأخير يحمل وزناً أكبر من تأثير الربح المالي.

6- استراتيجية الاستثمار المسؤولة اجتماعياً: هي تلك التي لا يسعى فيها المستثمرون لتحقيق مكاسب مالية فحسب، بل أيضاً البحث عن اجتماعية ومستدامة.

مفاهيم رئيسية للابتكار الاجتماعي

يشمل الابتكار الاجتماعي عدة أبعاد (19) تميزه عن الابتكار المحض نستعرض منها:
البعد الأول: الآليات الاجتماعية للابتكار.

يعود مصطلح الابتكار الاجتماعي إلى الثغرات الموجودة في الابتكار التقليدي. فهو ينتقد حقيقة الآليات الاجتماعية المتعلقة بالابتكار التي لا تؤخذ في الاعتبار بشكل صحيح.

البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية للابتكار.

يركز الابتكار التقليدي على استدامة الربحية التي يولدها فقط، بينما ينبغي أن تؤخذ مسؤولية هذا الابتكار للجانب الاجتماعي في الاعتبار.

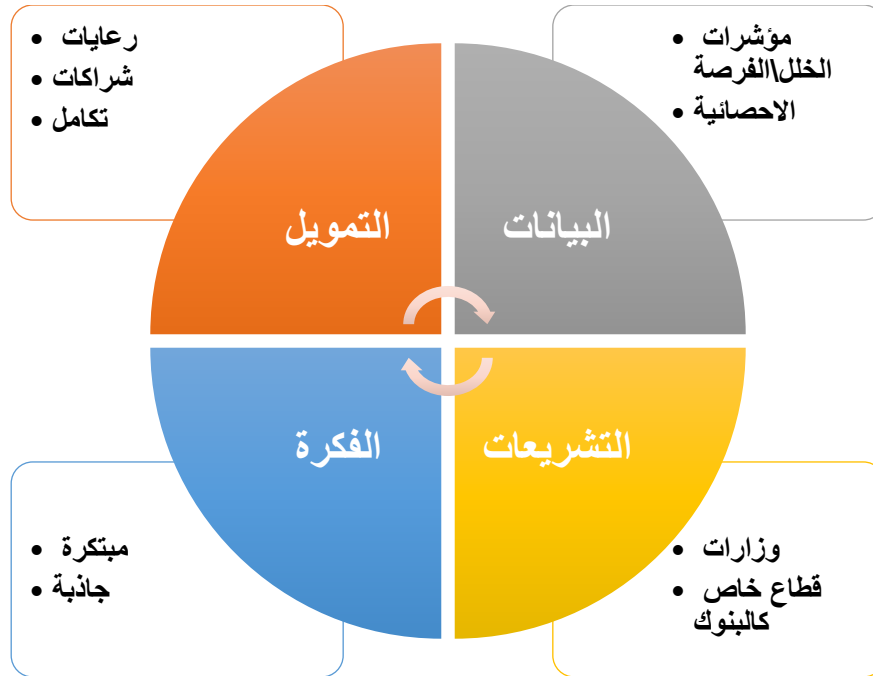
البعد الثالث: الأهداف الاجتماعية للابتكار.

يحدث الابتكار ليس فقط في البيئات التقليدية المتعلقة بالأعمال التجارية مثلًا ولكن أيضًا في البيئات الاجتماعية والمجالات العامة، في الاندماج الاجتماعي أو الاستدامة البيئية على سبيل المثال.

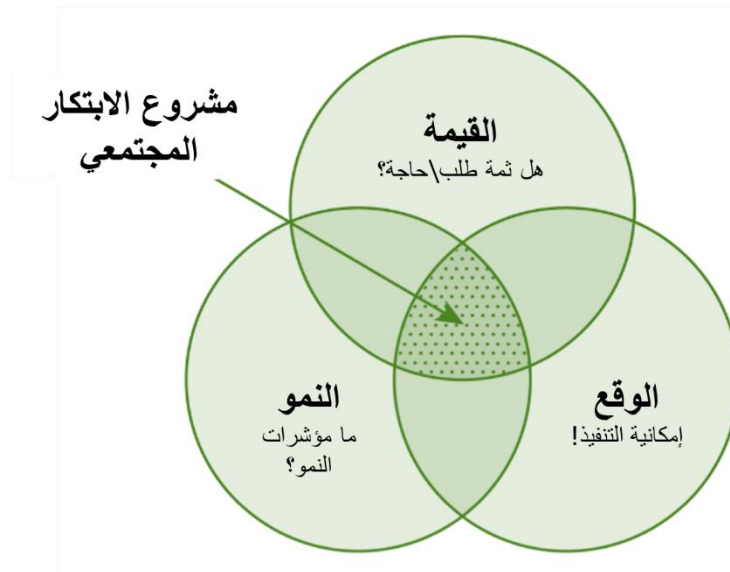
عناصر الابتكار المجتمعي

إن نجاح الابتكار المجتمعي ووقعه الإيجابي يعتمد على:

- 1- البيانات والنتائج الاحصائية
- 2- التشريعات
- 3- الفكرة المبتكرة
- 4- التمويل
- 5- بيئة المؤسسات المحيطة

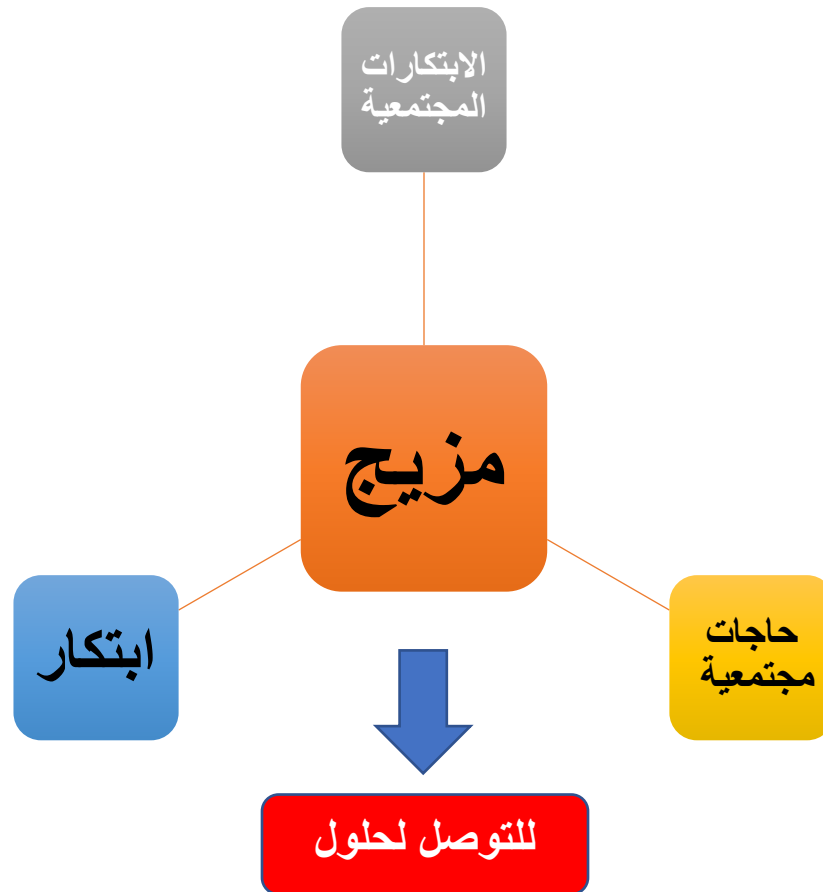


فالبيانات تبين مدى الحاجة أو الطلب، ودراسة جدوى المشروع الابتكاري يبين حجم النمو الذي يمكن تحقيقه سواء في الحد من الخلل، أو تحقيق الهدف المنشود، وهل سيكون واقعيا قادرا على الحد من الخلل أو الارتقاء بجودة الحياة عبر ما بني عليه من مزيج ابتكاري؟



موقع الفرصة في الابتكار المجتمعي

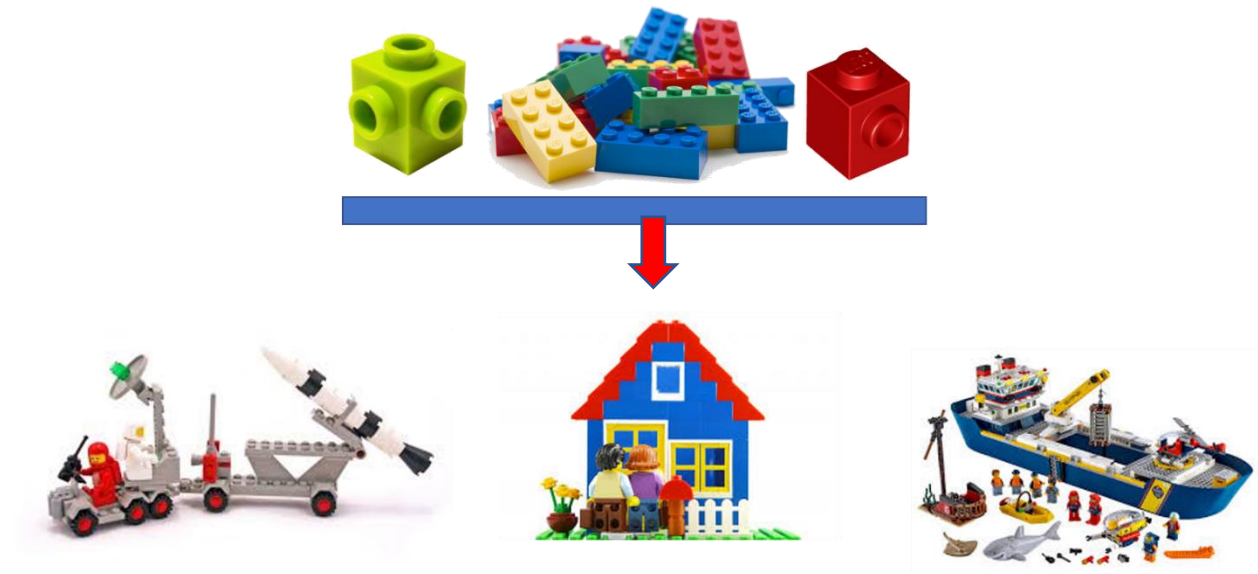
فالابتكار المجتمعي مزيج تتكامل فيه جهود مؤسسات عدة تبدأ من التعرف على الحاجات عبر البيانات التي تعزز مدى الحاجة، ثم عبر الفكرة الإبداعية المبتكرة كمسار للحل، وعبر مزيج مبتكر واقعي وقابل للتنفيذ.



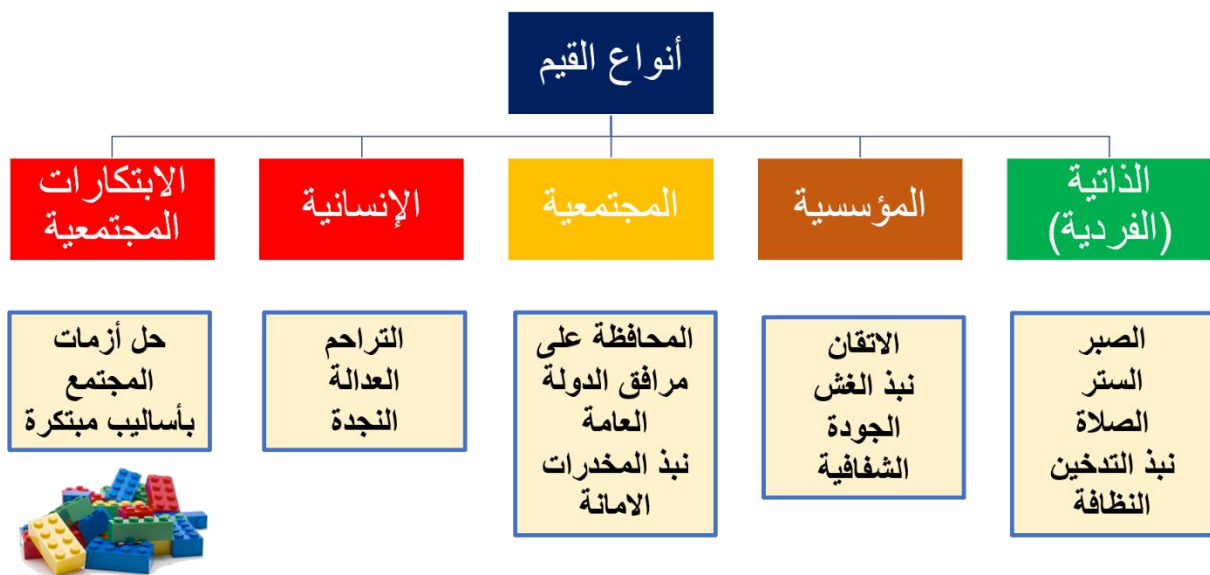
والابتكار أو الإبداع إنما هو بإعادة تشكيل (المتاح من المعطيات)، و(التكامل) أصل لا غنى عنه في الانجاز، كما عبر ما نتمتع به من (شبكة علاقات) مع مؤسسات المجتمع سواء الحكومية منها أو الخاص ليصب ذلك كله في محضن الانجاز.

ويمكن تمثيل عملية إعادة تشكيل المعطيات بمكعبات "الليغو"، حيث يمكن إعادة تشكيل مكعباتها لنحصل على سفينة أو منزل أو طائرة، وكذلك الامر مع الابتكار

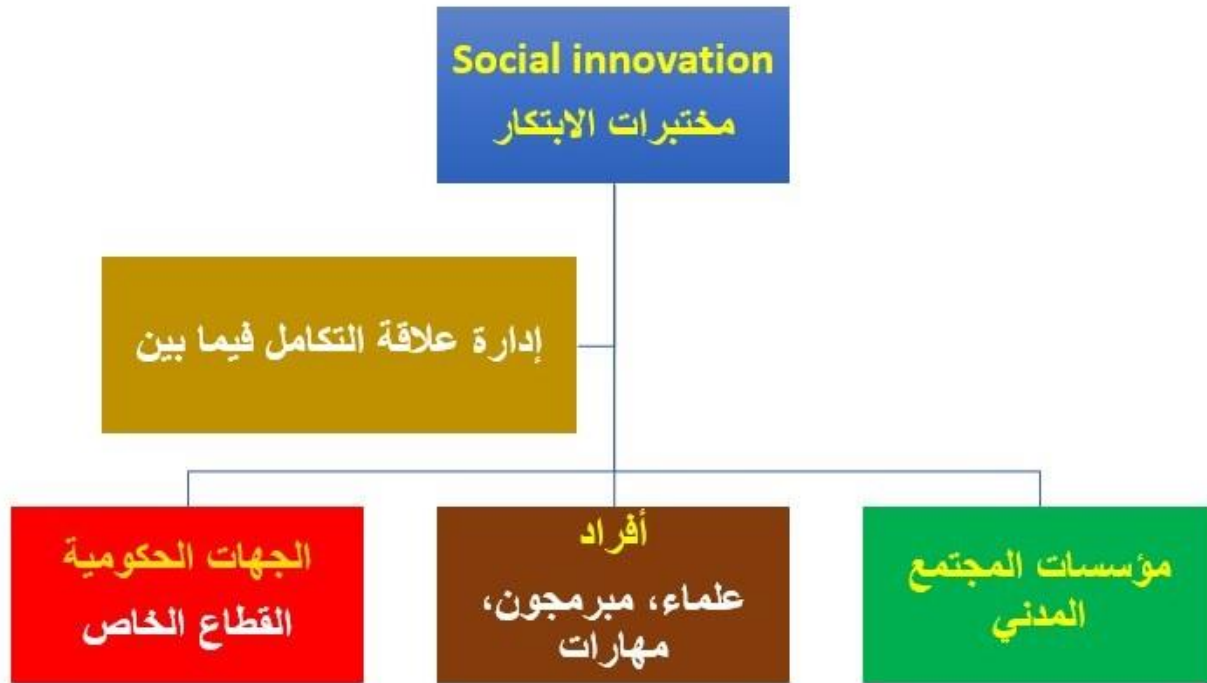
المجتمعي، فالعناصر حتى لو كانت محددة، فإنه من الممكن الخروج عبرها بأساليب مبتكرة لحلول لا نهائية عما نواجه من معوقات.



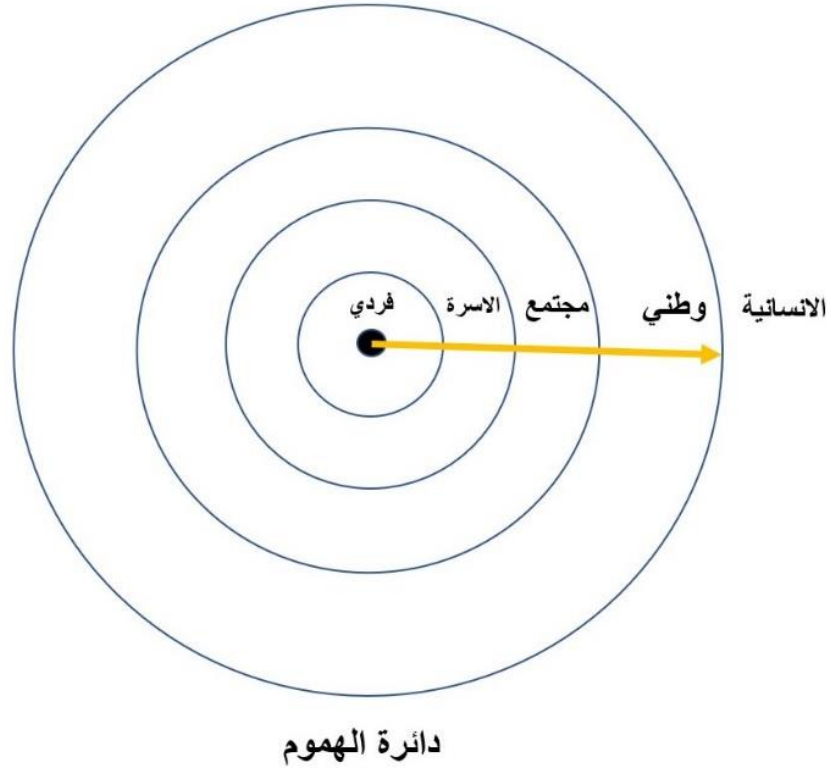
وقيم المجتمعات تتنوع كما مشاكل افراد المجتمع أو طموحاتهم، مجالاتها تتلون بتلون الظروف المحيطة وأزمانها ونطاقها الجغرافي.



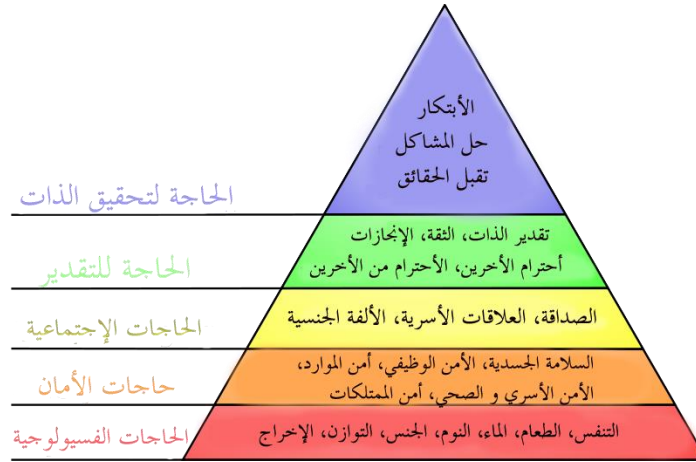
فهي تتلون سواء عبر ظواهر الفقر، أو الكوارث، أو شحة الموارد كالمياه، أو في الحد من هدر الإمكانيات، لتمكين الإنسان لحياة كريمة بأساليب غير تقليدية. والابتكار بأساليب غير تقليدية يتم عبر ما يمكن أن نسميه مختبرات الابتكار المجتمعية.



فمسار مراحل ابتكار المشاريع المجتمعية تبدأ بالتعرف على نطاق الهموم فمرحلة المسوح الميدانية فابتكار الفكرة القادرة على تجاوز الهموم بمشروع مجتمعي قابل للتنفيذ.

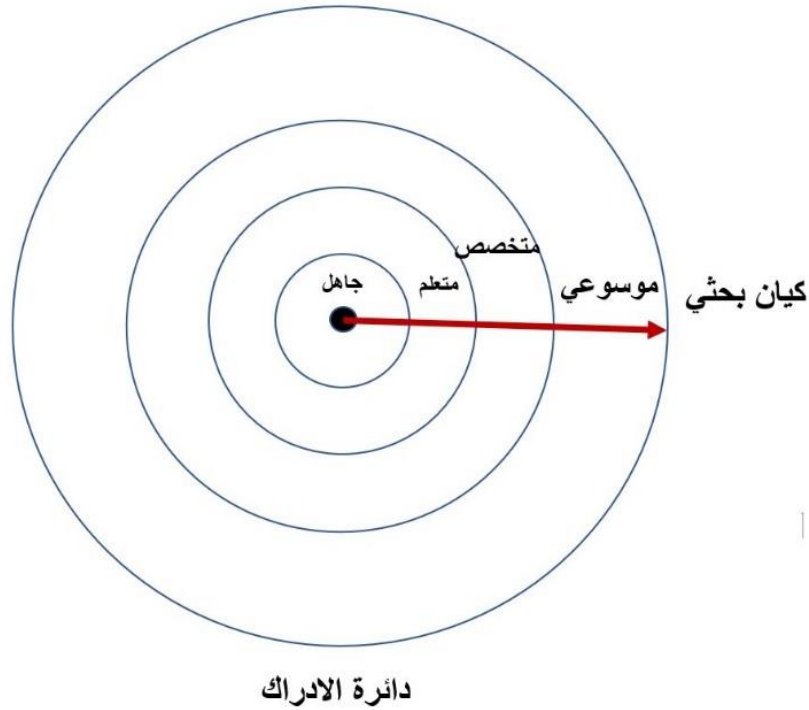


ودائرة الهموم هي كل ما يشغل الإنسان على كوكب الأرض، ومحيط الهموم يبدأ من تلبية الحاجات الأساسية وفق ما جاء في هرم "ماسلو"، لينمو نحو شغف الإنسان للذات، فقد يعزز للأنانية، وقد يرتقي الهم نحو تنمية قدرات الأسرة فالمجتمع وهكذا حين ان يصل للإنسانية جمعاء.

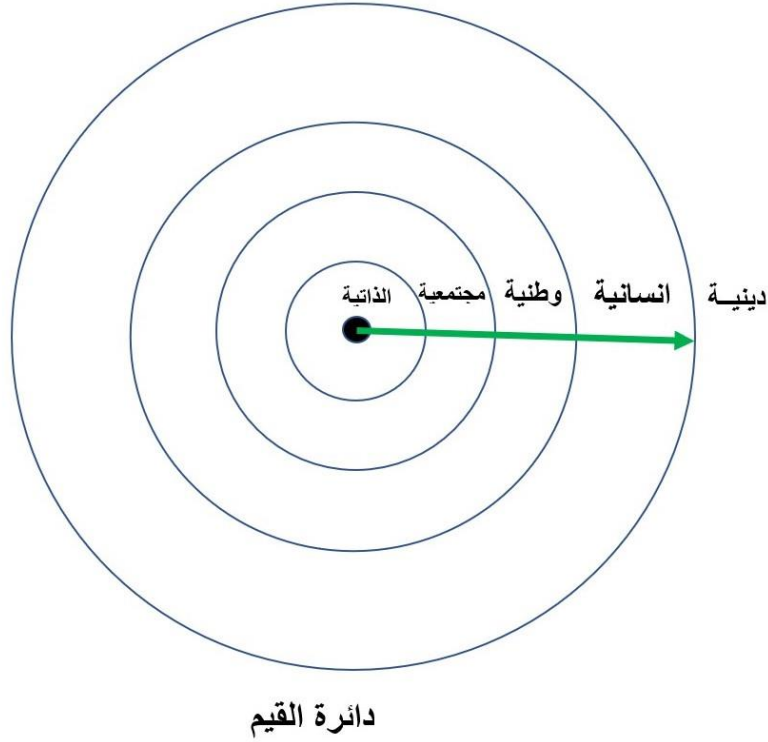


الارتقاء بالهموم من دائرة الحاجات الذاتية نحو المجتمعية

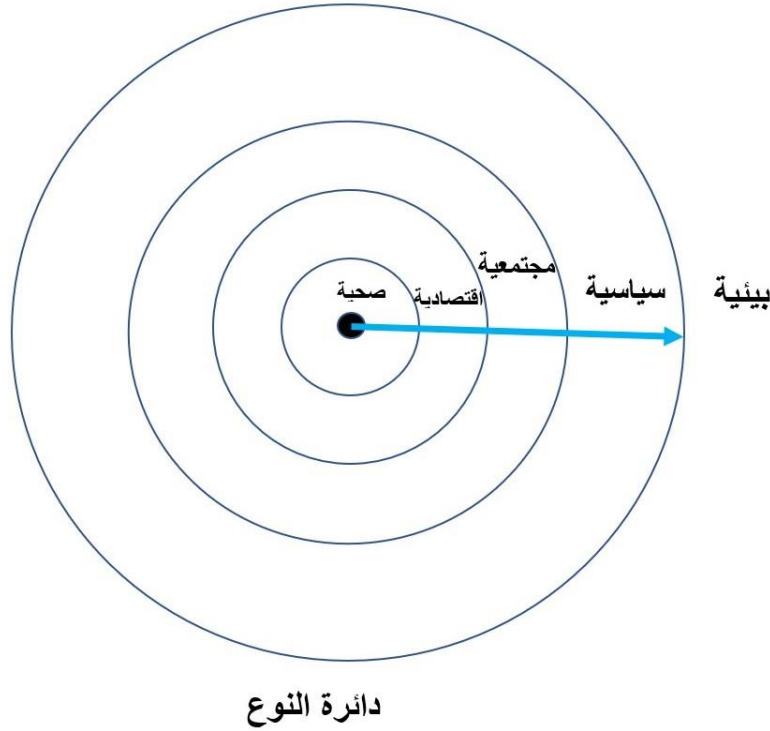
وبقدر اتساع نطاق الإدراك يكون ويتشكل الابتكار المجتمعي للمشاريع، ذلك أن الإدراك على درجات.



والعلماء هم الأوفر حضا في الإدراك وذلك لاتساع نطاق المعلومات لديهم، وعليه يكون الأوفر علما يكون الأوفر إدراكا.

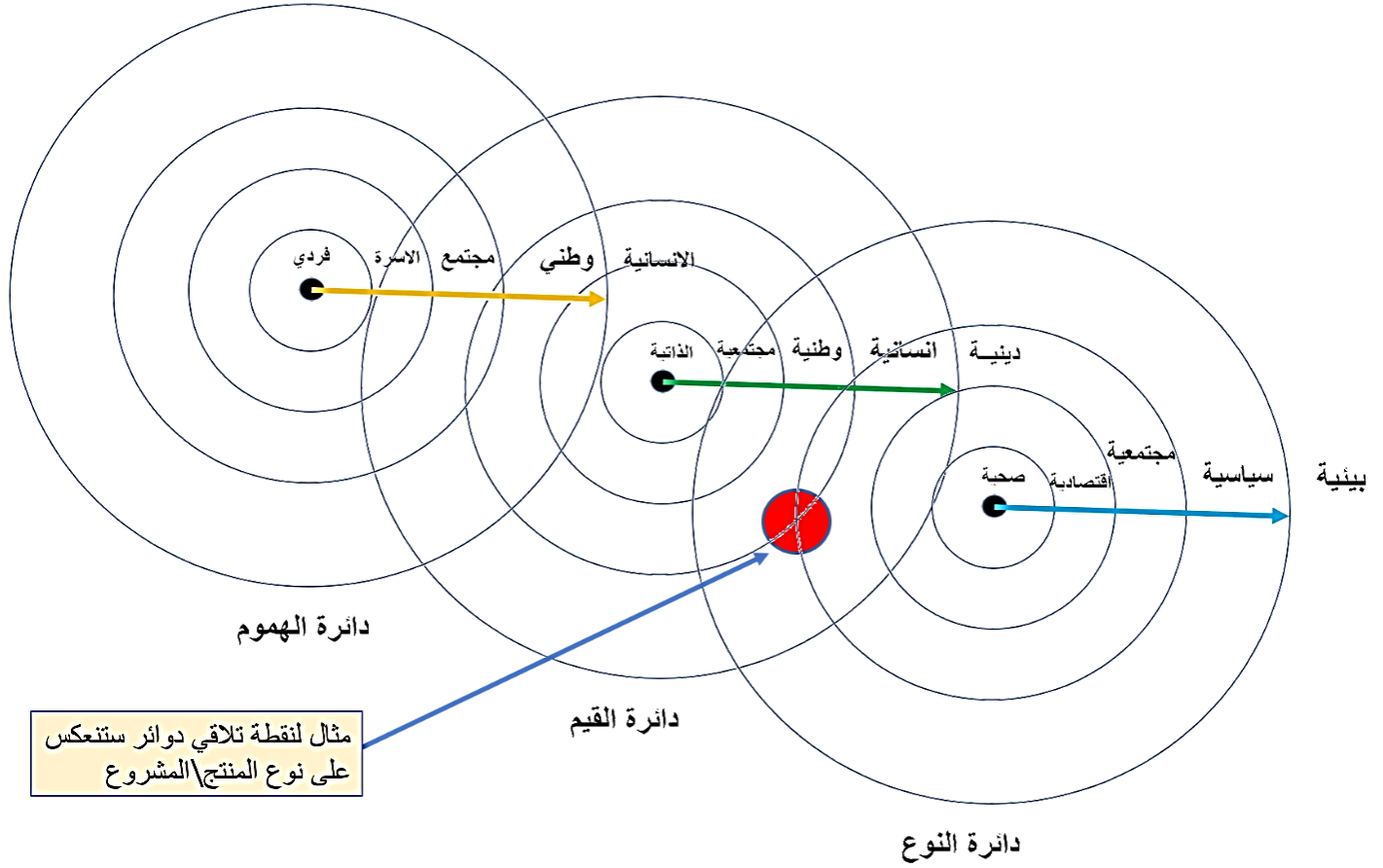


ودائرة القيم هي ما يؤمن به الإنسان ليكون دافعا للسلوك، فبمجرد الإيمان بالقيم الإنسانية لا يعني أنك ممارس لها، فالقيم تحتاج الى تفعيل وتشغيل عبر ممارستها كي تصبح واقعا مرئيا، فهذا الذي يؤمن بأهمية قيمة الأمانة ولكنه يسرق هو غير ممارس لها.



ثم تأتي دائرة نوع المشاريع المجتمعية، وهي تتعدد إن كانت صحية أو اقتصادية أو سياسية.. الخ، فالأزمات تتعدد مصادرها وعوائدها، وما فيروس كورونا عام 2020 الا جائحة صحية وعوائدها نالت من جميع مجالات الحياة والاقتصاد منها، والربيع العربي سياسية، وهكذا.

وعبر تقاطع الدوائر فيما بين أكثر من دائرة ينعكس ذلك على شكل ونطاق الشكر الذي سيأخذ شكل المنتج المبتكر أو المشروع المعبر عن شكر النعم وهذا من ممارسة القيم، وهو ما يمكن ايضاحه عبر الرسم التالي في التعرف على الفرص المتاحة في ابتكار المنتج.



وهذه التقاطعات طبقية، فمن الممكن أن تتقاطع في نفس الوقت ست طبقات مجتمعة، وقد تتقاطع فقط ثلاث طبقات، وهو ما يعتمد على سعة إدراك الشخص وتعدد أدواته وعلاقاته المجتمعية.

وكذلك مع دائرة الإدراك فتقلص نفقات الإنجاز سيعتمد على مساحة اطلاعك وعلمك بمصادر المعلومات وجلب الخدمات ومراكز الأبحاث. وما يلي تمثيل عما يمكن ان تتمخض عنه الدوائر من تقاطعات لتصب في مصلحة قصيتنا الصحية.

أزمة فيروس كورونا				المثال:	الدوائر
2020					الأزمان
وطني	مجتمعي	أسرى	فردى		الهموم
كيان بحثي	موسوعي	متعلم	جاهل		الإدراك
دينية	انسانية	مجتمعية	ذاتية		القيم
ذكية	متطورة	تقليدية	شحة		الأدوات
مجتمعية	سياسية	اقتصادية	صحية		النوع

مسارات طبقات التقاطع

فيروس كورونا				المثال:	الدوائر
2020					الأزمان
وطني	مجتمعي	أسرى	فردى		الهموم
موسوعي	باحث	متعلم	جاهل		الإدراك
دينية	انسانية	مجتمعية	ذاتية		القيم
ذكية	متطورة	تقليدية	شحة		الأدوات
مجتمعية	سياسية	اقتصادية	صحية		النوع

نموذج لحد بدائل (أ) ما يمكن ان تمضي فيه دوائر التقاطع للتوصل لإنجاز مجتمعي

فيروس كورونا				المثال:	الدوائر
2020					الأزمان
وطني	مجتمعي	أسرى	فردى		الهموم

الإدراك	جاهل	متعلم	باحث	موسوعي
القيم	ذاتية	مجتمعية	انسانية	دينية
الأدوات	شحة	تقليدية	متطورة	ذكية
النوع	صحية	اقتصادية	سياسية	مجتمعية

نموذج لـ واحد بدائل (ب) ما يمكن ان تمضي فيه دوائر التقاطع للتوصل لإنجاز مجتمعي

فالمختصص مثلاً في مجال علمي أو مهني كالهندسة المعمارية، كيف يمكنه ان يصمم مبنياً قادراً على تأمين تواصلأً آمناً فيما بين السكان لتلبية احتياجاتهم في ظل، منع تجوّل، لجوائح صحية مستقبلية؟
والمختصص الالكتروني والميكانيكي مع الصناعي، سيبحثون في كيف يمكن ان يعزز للتواصل في تأمين إيصال ما يرغب به كل السكان دون الحاجة في الاستعانة بوسائل التوصيل التقليدية.
والاقتصادي سيبحث بأساليب بديله عن تدشين منتجات أو فنادق، فتلك مسارات تستوجب التجمع، فما البدائل التي يمكن ان تحقق عوائد للترفيه غير تلك التقليدية تلك التي تستدعي التجمع؟

وثمة درجات مع كل أزمة، فمع أزمة كورونا عام 2020 كانت الحاجات الأولى محورها:

- 1- تعقيم الأجواء.
- 2- تأمين مستشفيات ومستلزمات الاستشفاء.

يليها درجة تالية:

- 1- تأمين الطعام والسلع في حين توقفت حركة التجارة والمواصلات.
- 2- حث البشر بالتزام بيوتهم وعدم الاختلاط.

يليهما درجة تالية:

- 1- أساليب مستحدثة لتأمين موارد جديدة للبلاد.
- 2- الخروج من أزمة اقتصادية تجتاح البلاد والعالم.

إن فكرة أي انجاز يتلون بنوع الأزمة، فمع أزمة كورونا نجد أن فكرة الإنجاز ستتمحور كأولوية حول:

- أ- التحصين: تحصين المجتمع من أن يصله الفيروس
- ب- التمكين: تمكين المواد الأساسية كي يزاوِل المجتمع حياته بشكل مقبول
- ت- تقليص الزمن: تقليص زمن الأزمة.

وهو ما أكدته المؤتمرات البحثية أثناء أزمة كورونا (27) التي أكدت من أن الازمة ساعدت على نضج المحادثات والمشاركة مع الابتكار.

● فقد كان التنوع الكبير في الأحداث ومشاركة القطاعات المختلفة أمرًا مثيرًا، ورائعًا لرؤية الناس يتفاعلون مع موضوع الابتكار أثناء الأزمة.

● الطبيعة الافتراضية للأحداث تعني أنها يمكن أن تصل إلى المزيد من الناس ومزيج مختلف من الأشخاص مقارنة بالأحداث الشخصية السابقة، كما لوحظ في الوقت نفسه ثمة قدر أكبر من المبادرات الذاتية من قبل الجمهور.

● كانت هناك فرصة غير مسبوقة لاختبار الأدوات الرقمية واستخدامها، وبالتالي الابتكار.

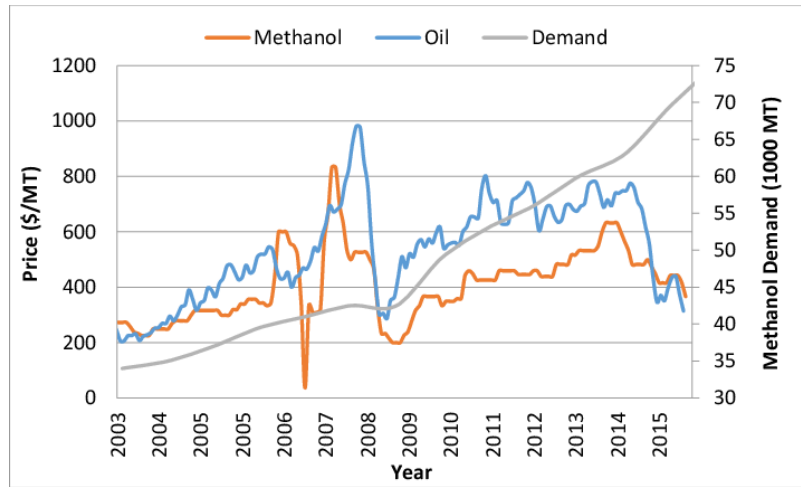
تطرقت العديد من الأحداث إلى كيف أن الحكومة لا يجب ان تكون مسؤوله عن كل شيء، وأن للمجتمع دور تظافري يمكنهم القيام به.

خلقت الأزمة بيئة كان من الضروري فيها العمل بشكل مختلف، فقد أدت إلى انتشار التجارب واستخدام التكنولوجيا، مما وفر تجربة غامرة، وخبرة ملموسة وعملية (على سبيل المثال في تسهيل الاجتماعات والمحادثات الافتراضية والتعليم عن بعد) وهو ما كان ليحدث لولا كورونا.

- شجعت الأزمة على تطبيق مناهج مختلفة للابتكار وخفة الحركة في داخل القطاع العام، كما حدثت الكثير مع السلوكيات الجديدة والعمليات والتجارب الجديدة.
- عندما يتم منح الأشخاص الفرصة "لتحدي وضع راهن ستحصل على إنجازات كالذهب".
- كانت الأزمة تعني أن الناس كانوا طواعية تجربة أشياء جديدة والعمل بطرق جديدة.
- أدت الأزمة أيضًا إلى تقليص التسلسل الهرمي للموافقة.

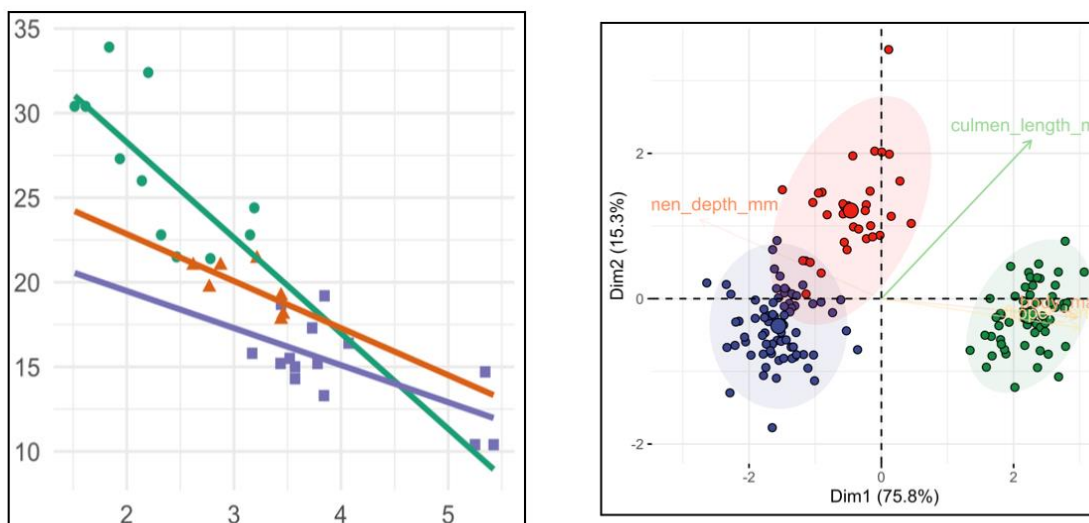
في الإحصاء

ويعتمد للعمليات الإحصائية للتعرف على ما وراء الأرقام، وما قد تنبئنا به الأرقام والاعداد من علاقات، فمع البيان العلمي التالي مثلا (1) نتبين عبر عملية إحصائية حجم الطلب على سلعة دون سلعة وما يمكن التنبؤ به من زيادة أو نقصان على الطلب مستقبلا



(1) حجم الطلب على مشتقات النفط

ومن البيانات الإحصائية التالية (2) ما ينبئنا عن مدى متانة الارتباطات فيما بين عناصر متعددة، وهو ما يشكل مؤشرا لنا حيال فرص للتكامل مع الغير أو في سمات ما نطلع اليه في صناعة المنتج.



(2) مدى متانة الارتباطات فيما بين عناصر متعددة

أنواع المسوح الميدانية

ثمة أنواع عديدة من المسوح الميدانية، غير أن الذي يعنينا منها نوعين إثنين هما **النوعية**: للتعرف على الإطار العام وعن أسباب الظاهرة وعلاقاتها، وهي تتم عبر تشكيل أكثر من فريق ليجتمع في بحث ما يتصوره من أسباب وميزات.



عملية البحث النوعي

الكمية: للكشف عن نسبة انتشار الظاهرة، وصفة الشريحة المستهدفة ومواقعها الجغرافية وصفاتها الديموغرافية ومدى واقعية ما توصل اليه البحث النوعي من نتائج.



ومثال تبسيطي يمكننا أن نبيّنه عبر ما يتعرض اليه الانسان من ظاهرة مرضية كالصداع، فما عسى أن يكون سبب الصداع؟ وهل يكون "المُسكّن" الدواء المناسب له في كل مرة يعاودنا فيها؟



ظاهرة الصداع ما مسبباتها؟



تتعدد مسببات الصداع بتعدد مسبباته

ذلك إن الكشف المختبري هو بمثابة المسح الميداني لجسد المريض للتعرف على سبب ظاهرة الصداع، مسح يشمل فحص لكريات الدم فلعل نقص الحديد يكون

السبب، ومسح يشمل ما قد تكون الاسنان قد تعرضت اليه بتسوس، أو عن ضعف في النظر، أو لقبض لأمعاء المريض، فالصداع يعتبر ظاهرة موحدة عن جميع تلك المسببات، ومع تعدد المسببات من الطبيعي أن يختلف نوع الدواء، وكذلك مع ما يصيب المجتمعات من أعراض لظواهر مجتمعية سلبية، فعلاجها سيعتمد على نتائج المسح الميداني، كي لا نكتفي لمجرد الظاهرة من أجل ابتكار الحل المجتمعي الأفضل والمناسب لها.

الفصل الثاني

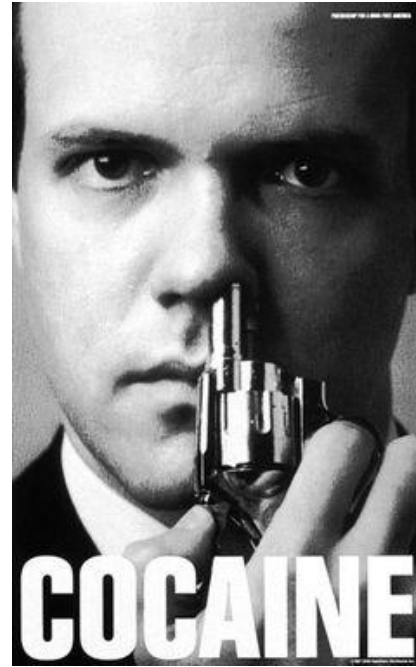
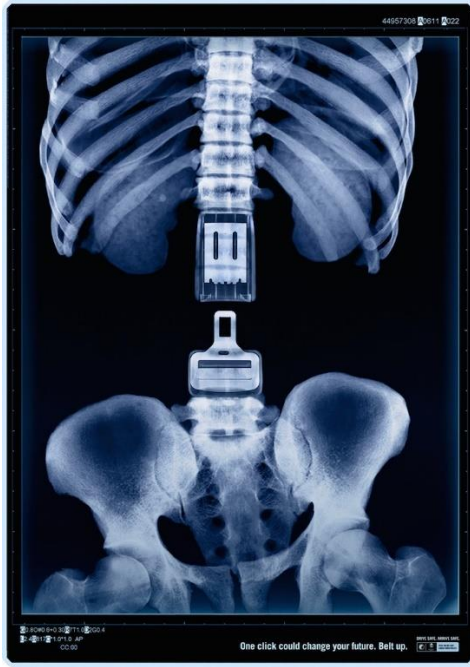
الفرق فيما بين الابتكار المجتمعي و اعلان الخدمة المجتمعية ودور الشركات في المسؤولية المجتمعية

ما يلي جولة نستعرض عبرها الفوارق فيما بين الابتكارات المجتمعية (S.I) واختلافها عن المسؤولية المجتمعية للشركات (CSR) وعن حملات التوعية المجتمعية (PSC)، حيث نبدأ بتعريف كل منها مع نماذج ايضاحية مصاحبة وفق ما يلي:

تسلسل	النوع	التعريف
1	PSA	مجرد اعلان توعوي غير مصاحب بفعاليات وانشطة معززة للسلوك القيمي المطلوب تبنيه
2	PSC	حملة إعلانية توعوية مصحوبة بمزيج تسويقي وفعاليات وانشطة معززة للسلوك القيمي المطلوب تبنيه
3	CSR	مؤسسة ترعى خدمة مجتمعية في مثل بناء مستشفى أو صرح تعليمي أو حملة توعوية للمحافظة على البيئة
4	S.I	منتج أو مشروع يحد من هدر الإمكانيات ويعزز للرخاء المجتمعي عبر مجالات لا حصر لها كالتعليم والصحة والفقر وغيرها.

وما يلي نماذج عما أشرنا اليه وفق التعاريف السابقة

أولاً: الاعلان التوعوي المجتمعي PSA



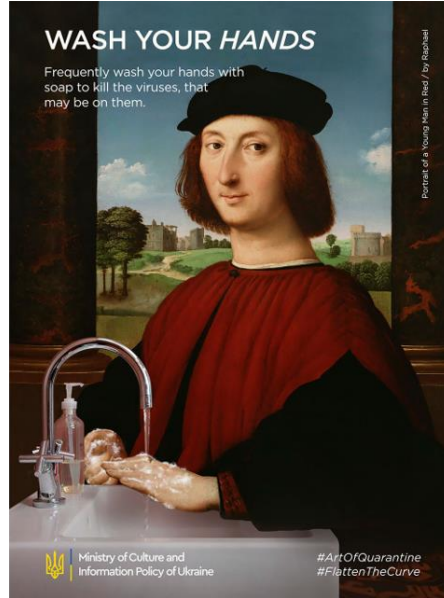
اعلان عن خطر تعاطي المخدرات وإعلان عن خطر عدم اعتماد حزام الامان

فبمجرد نشر اعلان واحد في الصحف أو عبر وسائل التواصل الاجتماعية حتى وإن تكرر النشر، فهو لا يعدو ان يكون سوى إعلان توعوي لا غير.

ثانياً: حملة إعلانية توعوية تفاعلية PSC

الحملة التالية توعوية مجتمعية (PSC) وذلك لمصاحبتها لبرامج حوارية تلفزيونية وأنشطة ميدانية.

النموذج الأول: التوعية ضد فيروس كورونا، وذلك باعتماد بطاقات الكترونية عوضا عن النقود الورقية، واعتماد الكحول لإزالة الفيروس، ولبس القفازات، وغسل الايدي، واعتماد أساليب التوصيل للمنازل عوضا عن الذهاب للمتاجر للتسوق.



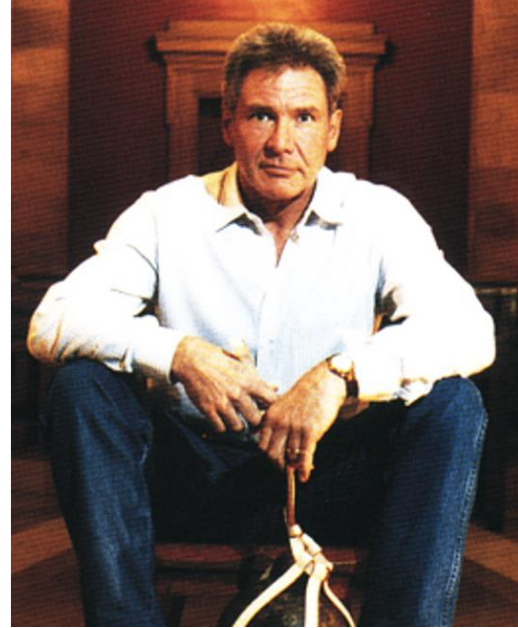
حملة توعية ضد فيروس كورونا في أوروبا

النموذج الثاني: علامة ليوي فيتون ورعايتها لأطفال منظمة اليونسف

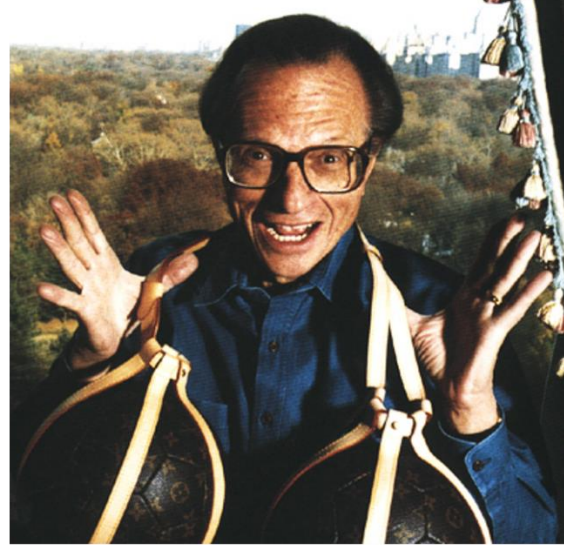
حيث تم ذلك عبر بيع كره سلة تحمل علامة ليوي فيتون بسعر مرتفع مستهدفين بذلك الشريحة المخملية في المجتمعات العالمية، بحيث يخصص ريع بيع الكرة فيوجه لمنظمة اليونسف المعنية بشؤون الأطفال عالميا.

وتم الطلب من نجوم عالميين المشاركة باستعراض الكرة (دون ان يحصلوا بالمقابل على مال) بحكم ان الحملة خيرية!

تكون بذلك حصلت ليوي فيتون على مرادها بأسلوب مبتكر مقلصة في ذلك النفقات وتكون قد حققت هدف تمويل صندوق الأطفال بأسلوب مبتكر.



الممثلين السينمائيين هاريسون فورد وجون ترا فولتا يحملان الكرة



مقدم البرامج لاري كنف، ورتشارد برانسون مالك شركة فيرجن البريطانية

النموذج الثالث: ماستركارد

ما يلي نموذج لإعلان جمع ما بين المسؤولية المجتمعية والابتكار في استهداف الشرائح المستهدفة على نطاق عالمي عبر قالب شبيه بالابتكار المجتمعي مستهدفا الحد من أزمة الفقر، غير أنه لا يعتبر مشروعاً ضمن مسار الابتكار المجتمعي بحكم أنه كان مرتبطاً بمناسبة رياضية وينتهي مع انتهاء المناسبة الرياضية.



حيث نجد عبر الاعلان المبين ما يلفت الأنظار حيال استهداف السوقين البرازيلي والأرجنتيني ليس عبر التواجد في كلا البلدين وإنما عبر التواجد في موقع جغرافي آخر وهو روسيا، فثمة عناصر للحكم على نجاح الاستراتيجية التسويقية ، حين تعتمد على مقولة work smart don't work hard فكان من الذكاء، حين اختارت الشركة المالكة لبطاقة الماستر كارد أن تعزز لوجودها في هذين السوقين عبر توقيت لن تتمكن فيه ابدأ بطاقة ماستر كارد من أن تجميع جماهير البلدين غير عبر متابعة أحداث مونديال كأس العالم لعام 2018 وذلك عبر مكان جغرافي بعيد عن كلا البلدين، ليكون في روسيا، فمع كل هدف يحققه هذين النجمين الرياضيين يتم احتساب عشرة آلاف وجبة غذائية للفقراء في هذين البلدين بالتحديد.

ثالثاً: حملة الابتكار المجتمعي S.I

نستعرض فيما يلي لمجموعة من النماذج ونبدأها

أولاً: نموذج دعم أبحاث مرض الايدز

حيث يمر المشروع المبتكر لتمويل أبحاث مرض الأيدز عبر أسلوب الترويج وحث العلامات التجارية بالمساهمة عبر نقاط التوزيع الدولية لديهم، وتخصيص ريع بيع أحد منتجات العلامات التجارية بلون أحمر دعماً للمشروع.

حيث أخذ المشروع هيئة جمعت فيما بين:

- أ- ابتكار مجتمعي لتمويل أبحاث الايدز
- ب- حملة توعوية PSC
- ت- مسؤولية مجتمعية للشركات

(Coca-Cola) RED



تشجيع العلامات التجارية بالرعاية باعتماد أسلوب القوسين

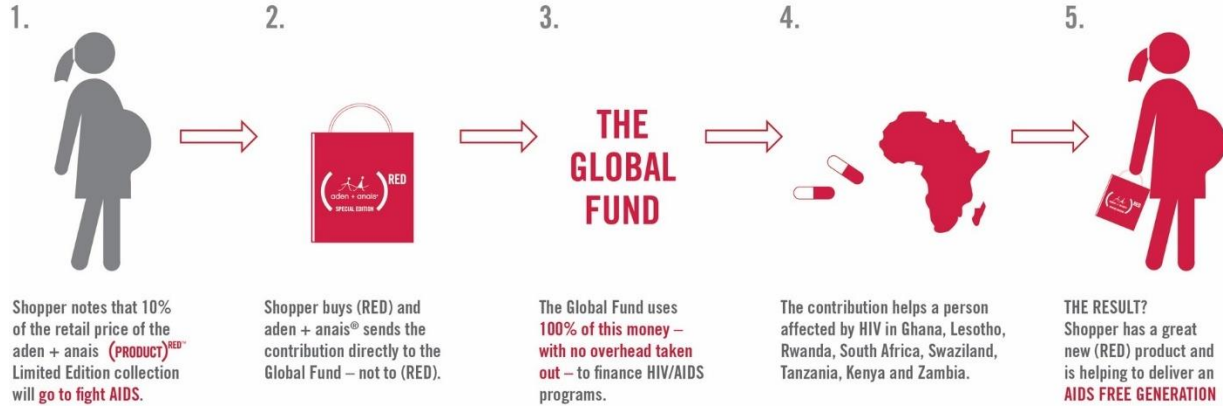


تشجيع العلامات التجارية بتخصيص اللون الأحمر عن بعض منتجاتها لتحويل ريع البيع لصالح المشروع



نموذج اعلان مشاركة علامة تجارية في دعم مشروع الحد من مرض الايدز

HOW (RED)™ WORKS



استراتيجية المشروع الاجتماعي المبتكر

ثانياً: نموذج الابتكار المجتمعي في الرياضة

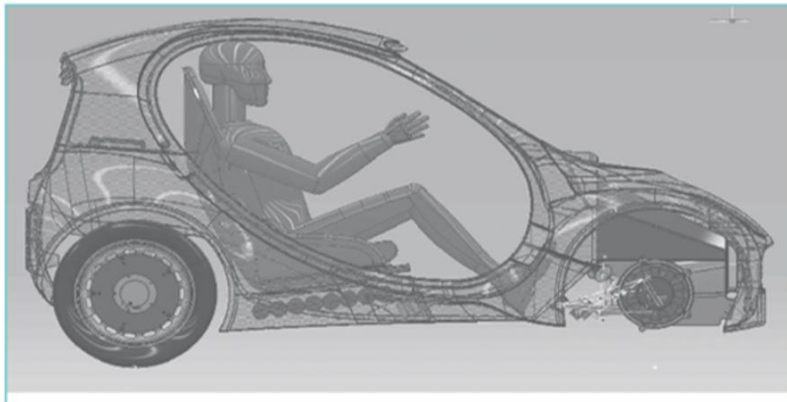
عبر منتج للتزلج وسط جبال كالورادو في الولايات المتحدة الأمريكية، الذي تم افتتاحه في نوفمبر 1972، معتمداً التكامل في عملية تشغيل منتج جبلي، عبر عملية تشغيل مضت وفق أسلوب غير تقليدي، فمنتج "كوبر ماونت" عمد لمزيج من الأساليب التي اعتمدت شراء الخدمة من طرف ثالث و أساليب الرعاية sponsorship، وشراكة مع قناة تلفزيونية رياضية تلفزيونية، ورعاية مشروب طاقة، فاصبح محضن جذب لتحسين حياة من يعانون من مرض الشلل الرعاش، وهو ما جعل المنتج قادراً على استضافة مناسبات عالمية، حين استضاف جولة كأس العالم في عام 1976 مع أربعة سباقات للتزلج من جبال الألب.



منتجع كوبر ماونتن الرياضي

ثالثا: البيئة وتطوير صناعة المركبات

من سيصنع سيارة المستقبل، جنرال موتورز أم تويوتا أم الصين، السيارة تحت الإنجاز عبر تشكيل مصدر يساهم فيه الطلبة والمصانع والمهندسين والمتطوعين، تم تصميم السيارة لتصل سرعتها 80 كم، وتقطع 280 ميل لكل (8) غالون.



رابعاً: خزائن للماء كمنتج قابل للطهي



حول العالم ثمة نحو 2 مليون من البشر يموتون لعدم توفر المياه الصالحة للشرب، 90% ممن يموتون هم من الأطفال ممن لم تتجاوز أعمارهم الخمس سنوات، ولما كانت البنا التحتية لتلك القرى لا تتوفر فيها مخازن للمياه ولا سدود لجمع مياه الأمطار، فكان التحدي بابتكار حل منخفض الكلفة يمكن السكان من شرب مياه صالحة، فجاءت فكرة جمع مياه الأمطار عبر أكياس قابلة للطهي ويسهل توزيعها على سكان المناطق النائية لجمع مياه الأمطار بكميات وفيرة دونما حاجة لتدشين خزائن بكلف مرتفعة.

تجدر الإشارة هنا إلى أن حملات التوعية المجتمعية من الممكن أن ترتقي لصفة الابتكار المجتمعي **حال استوفت الاستدامة** في مثل ما سنستعرضه في المثال التالي:

لما كانت حملات التوعية المجتمعية تستهدف الحد من إهدار الموارد سواء كانت موارد مالية أو طاقات بشرية، في مثل التوعية بأهمية الكشف المبكر عن مرض السكر ومرض السرطان للحد من حجم ما يتم شرائه من أدوية أو ما يخصص من أسرة وخدمات استشفائية في المستشفيات، ولعل ما يلي لنموذج حملة توعية استهدفت دعم الاقتصاد الوطني عبر المنتج الوطني مقابل المنتجات المستوردة، وعوائد ما حققته مالياً، غير أنه لا بد أن نشير هنا إلى أهمية استمرار هذه الحملات كي تستحق أن تسمى مشروعا اجتماعيا مبتكرا، حيث بإيقافها يعني أن المجتمع قد تراجع خطوة نحو الوراء والمعاناة ستستمر مجدداً.

نموذج "دعم المنتج الوطني"

تشير الدراسات الميدانية التي أجريت في دولة الكويت 2004 أنه يقوم المستهلكون بشراء منتج معين (سواء وطني أو مستورد) حسب مستوى جودته / أو لأنهم يعتبرونه ذو جودة أعلى.

وثمة سلع كثيرة لا تلقى استهلاكاً كافياً وأقل المنتجات الوطنية التي يتم شراؤها هي:

- أ- لحوم الدجاج (43%)
- ب- مفروشات / أثاث (25%)
- ت- زيت السيارات (27%)

وبعد إن انبرت "الهيئة العامة للصناعة" من خلال حملة إعلانية توعوية بضرورة دعم المنتج الكويتي، لاحظنا التحول التالي في الشارع الكويتي:

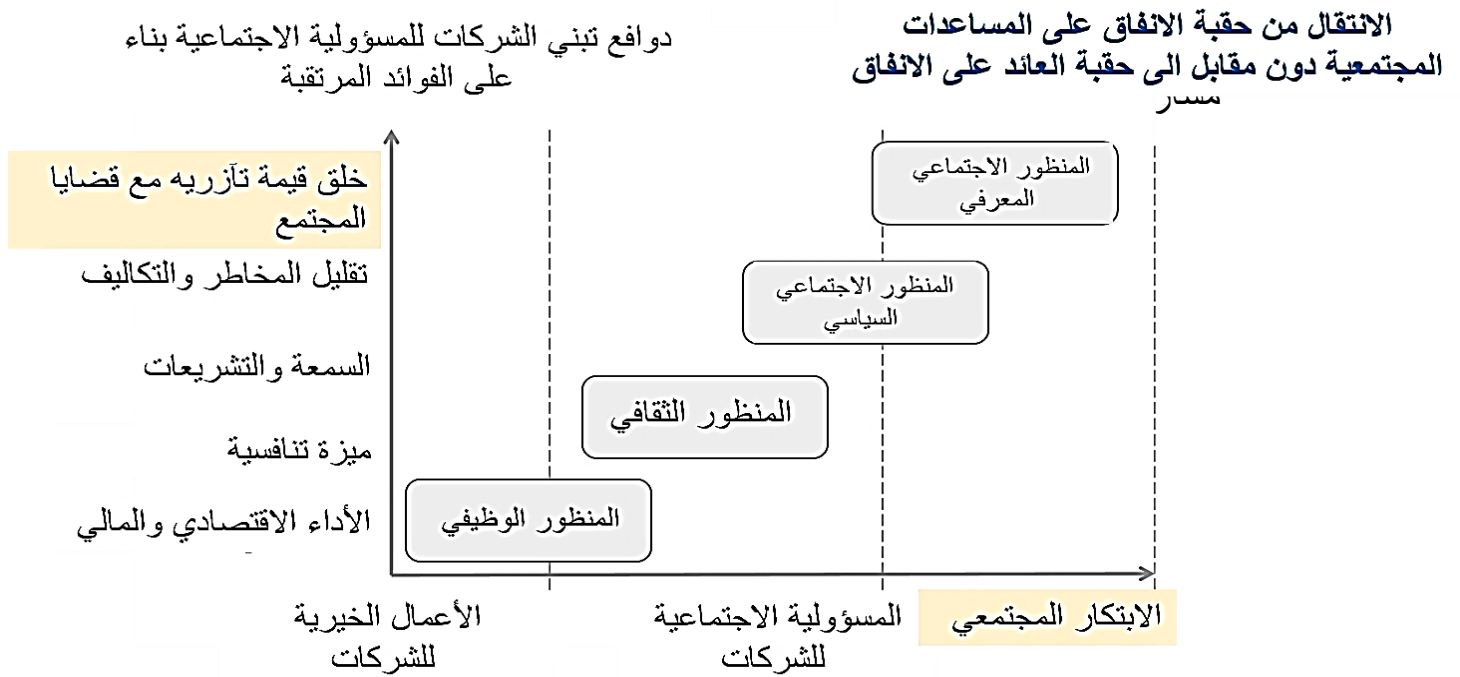
- أ- يدرك (74%) من المشاركين – عفويا – بإطلاق حملة عن " المنتج الوطني " في وسائل الاعلام
- ب- ذكر (96%) في الاستبانة ان الفكرة الرئيسية للحملة هي المساعدة والتشجيع على شراء المنتج / تسويق المنتج الوطني
- ث- (20%) من المستفتين توقفوا عن شراء منتجات الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة (74%)
- د- يعتقد (45%) من (الذين سمعوا/ شاهدوا الحملة) بأن الحملة اثرت بهم تأثير ايجابي ودفعتهم لشراء المنتج الوطني.
- هـ- زادت مبيعات المنتجات الوطنية بنسبة 24% خلال ثلاثة أشهر.

ولعل النموذج "غراس" للحملة الوطنية للحد من تعاطي المخدرات تمنحنا درسا في الابتكار المجتمعي:

فحملة "غراس" التي تم تدشينها في الكويت عام 2000 - 2005 تعتبر نموذجا يحتذى به في حل الظواهر الاجتماعية السالبة، فبالرغم مما حققته في تقليص التعاطي وجعل تجارة المخدرات معدومة تقريبا في الكويت، الا ان وقف تمويل الحملة من قبل الدولة عرّض هذا الإنجاز المجتمعي لإخفاق في السنوات التالية، فاستدامة الأثر في الحد من الازمة المجتمعية ركن رئيس في الابتكار المجتمعي.



تطور منظومة القيم نحو الابتكارات المجتمعية



الفصل الثالث

أدوات معينة لتفريخ المشاريع المبتكرة

يعطي مخطط تدفق الابتكار نظرة عامة مفصلة على مختلف مراحل عملية الابتكار، مع سرد الأنشطة والمتطلبات وأهداف كل مرحلة. وتشمل:

1- الأشخاص

2- المهارات والأنشطة

3- الموارد المالية التي قد يحتاجها مشروع أو منظمة

ونبدأها بأداة تحديد التحدي

أداة تحديد التحدي

ما هي المشكلة؟	
لماذا تعتبر مشكلة؟	
ما سبب المشكلة؟	
لمن ستصمم الحل؟ من هم المستفيدون؟	
ما هو الأثر المطلوب؟	
اكتب التحدي بصيغة: «كيف يمكننا أن...» ، لتحويل المشكلة لفرص للتصميم.	

http://tools.sabr-sp.com/ar/Recipes/Index/design_thinking_in_social_innovation

تساعدك هذه الأداة على اكتشاف فرص النمو من خلال مساعدتك على فهم الموارد التي يجب التركيز عليها.

1 نماذج لتفريخ وإدارة الابتكارات المجتمعية

المرحلة	المتطلبات من المهارات والخبرات المتخصصة	نماذج عن أنشطة وأدوات	مستوى المخاطر والتسليم	متطلبات التمويل	أنواع الشهادات والأدلة المطلوبة	الهدف
1	استكشاف الفرص والتحديات					
2	استعراض للأفكار					
3	التطوير والاختبار					
4	صناعة القضية					
5	التنفيذ والتسليم					
6	المتابعة وقياس الأداء					
7	الموائمة والتغيير في الأنظمة التقليدية					

المرحلة	المطلوبات من المهارات والخبرات المتخصصة	نماذج عن أنشطة وأدوات	مستوى المخاطر والتسليم	مطلوبات التمويل	الشهود من البيانات والأدلة المطلوبة	الهدف
1 استكشاف الفرص والتحديات	البحث فيمن سيقوم لاستكشاف نطاق العمل	تحليل SWOT تعريف القضية ومسار المسببات	مخاطر منخفضة، ولكن قرارات واضحة يجب ان تتخذ عبر أفكار في كيفية التعامل حيالها	ضمانات مالية	ما يمكن استقاءه عبر أساليب البحث	فهم واضح حيال تعريف القضية والفرصة المتاحة
2 استعراض للأفكار	التصورات والأفكار وميسرات الأفكار الابداعية	قبعات التفكير لديبونو، ورش عصف ذهني	توقعات الإخفاق يجب ان تكون واضحة، مع ضرورة قيادة عمليات حاذقة لذلك	في الغالب التمويل يمكن التوصل اليه عبر أدوات تقليدية	تفسير واضح للتغيير أو السببية المدعومة ولكن غير مفيدة بشكل مفرط بالأدلة	مجرد فكرة أو مجموعة أفكار لتطويرها ثم اختبارها
3 التطوير والاختبار	مزيج من التصاميم ومهارات التنفيذ	خارطة طريق مدعمة بالخبرة، خطة اختبار النموذج الأولي، ومؤشرات ومحفزات التحسين	توقعات الإخفاق يجب ان تكون واضحة	البحث عن بدائل تمويلية	استعراض أقوى حالة بتكلفتها وتوقعات الفوائد عبر تجربة عملية والتجارب التي تنطوي على رأي المستخدمين	إثبات أن الفكرة تعمل ، أو أدلة للدعم وإعادة صياغة الفكرة

المرحلة	المطلوبات من المهارات والخبرات المتخصصة	نماذج عن أنشطة وأدوات	مستوى المخاطر والتسليم	مطلوبات التمويل	الشهود من البيانات والأدلة المطلوبة	الهدف
4 صناعة القضية	تطوير الاعمال والتقييم	مخطط الوعود والخريطة المحتملة مخطط نموذج العمل التجاري	الاستعداد لتكليف النهج ، بناء على نتائج التقييم و تعليقات المستخدمين	منح التمويل أو التمويل من الاستثمار	أقوى حالة بتكلفة و توقعات الفوائد من خلال التجارب العملية و التجارب التي تنطوي على إمكانات المستخدمين	الوضوح حول ما يبرر التنفيذ والتمويل
5 التنفيذ والتسليم	قيادة وإدارة قوية ، مهارات التنفيذ	قائمة المهام الحرجة حلقة التعلم المجموعة المستهدفة	الاستعداد للتكليف مع التنفيذ	صناديق البرنامج ، حقوق الملكية ، القروض ، منح	استعراض حالة ناجحة ومفصلة طبقت مع التقييم والأدلة - استخدام مجموعة للنقد والتحكيم لعزل التأثير	ابتكار قابل للتطبيق ومستدام

المرحلة	المتطلبات من المهارات والخبرات المتخصصة	نماذج عن أنشطة وأدوات	مستوى المخاطر والتسليم	متطلبات التمويل	الشهود من البيانات والأدلة المطلوبة	الهدف
6	المتابعة وقياس الأداء	قيادة وإدارة قوية ، مهارات التنفيذ	خطة التحجيم خطة عمل المزيج التسويقي	ضمان دقة التقييمات لضمان نقل الممارسة	قروض الأسهم ، الدفع بالنتائج ، سندات التأثير الاجتماعي	الابتكار أو التأثير على نطاق واسع
7	الموائمة والتغيير في الأنظمة التقليدية	قيادة قوية و إدارة وتحديد وتدريب قادة جدد و فرق	خريطة بناء الشراكات تخطيط الأدلة المقصودة	خريطة الآثار المحتملة غير المقصودة	أنظمة مالية متعددة تتطلب إعادة تمويل محتمل قائم على النتائج	تحول في طريقتنا لفعل الأشياء

نماذج تحليل SWOT

2

لوضع خطة واضحة من خلال تقييم خياراتي

Strengths What do you do better than anyone else? What makes you unique? What unique or lowest-cost resources can you draw upon that others can't? What do people in your market see as your strengths?	INTERNAL FACTORS	Weaknesses What could you improve? What should you avoid? What are things that users might see as weaknesses?
Opportunities Do people have a need? Do people prefer something else? Are there any changes in technology? Are there changes in government policy?		Threats What challenges do you face? What are your competitors doing? Is changing technology making things difficult? Is there an issue with finances?
EXTERNAL FACTORS		

نقاط الضعف

1. ما الذي يمكنك تحسينه؟
2. ما الذي يجب عليك تجنبه؟
3. ما الأشياء التي قد يراها المستخدمون على أنها نقاط ضعف؟

عوامل داخلية

نقاط القوة

1. ما الذي يجعلك مميزاً عن الآخرين؟
2. ما هي الموارد الفريدة أو الأقل تكلفة التي يمكنك الاعتماد عليها والتي لا يستطيع الآخرون الاعتماد عليها؟
3. ماذا يرى الناس في السوق الخاص بك على أنه نقاط قوتك؟

التهديدات

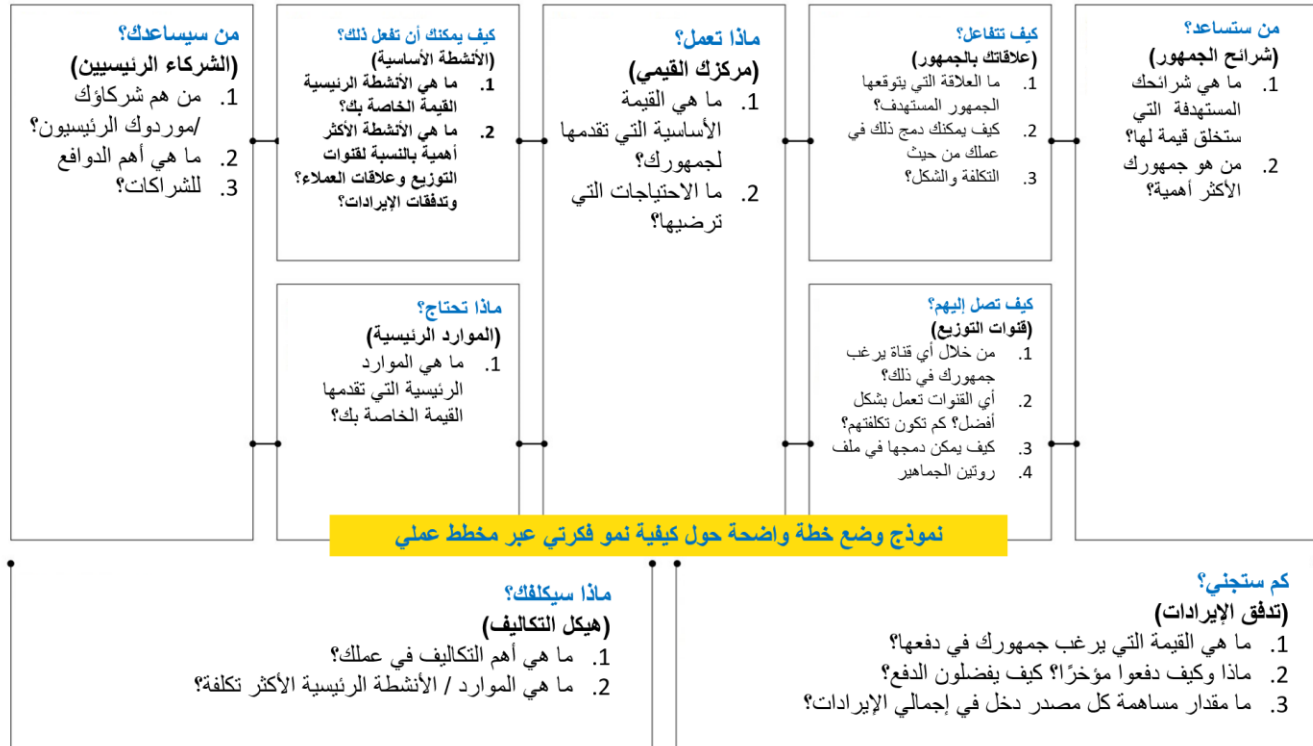
1. ما هي التحديات التي تواجهها؟
2. ماذا يفعل منافسك؟
3. هل تغيير التكنولوجيا يجعل الأمور صعبة؟
4. هل هناك مشكلة في الشؤون المالية؟

عوامل خارجية

الفرص

1. ما الحاجة التي يتطلع إليها الناس؟
2. هل يفضل الناس شيئاً آخر؟
3. هل هناك تغييرات في التكنولوجيا؟
4. هل هناك تغييرات في سياسة الحكومة؟

3 لوضع خطة واضحة حول كيفية نمو الفكرة عبر مخطط عملي



نماذج بناء الشراكات

4



5 نموذج استكشاف الأفكار لتحديد الأولويات

			ملاحظات إضافية ونقاط هامة
ما هو مسار التركيز لهذه القضية؟	ما المعلومات المطلوبة؟ ما المعلومات غير المتاحة؟	ما الذي يمضي بشكل جيد؟	
ما هي الممارسات المتبعة؟	ما المنتجات المستخدمة؟	ما الذي لا يمضي بشكل جيد؟ ما مواطن التحسين؟	
من المعنيين ؟	كيف تبدو البيئة؟		
نماذج استكشاف الأفكار لتحديد الأولويات			

نموذج قبعات التفكير الست

6



نموذج صيد الفكرة

ما اسم الفكرة المجتمعية؟

اشرح الفكرة

كيف ستعمل فكرتك؟

من المستهدفون بفكرتك؟

ما هي قيمتها المضافة
لمؤسستك؟

ما نوع العوائق وتحديات
التحقيق؟

ما عوامل النجاح الأساسية
لإنجاحها؟

ما قيمتها للمستخدمين؟

من الشركاء الأساسيون
لإنجاز الفكرة؟

هل يمكنك رسم الفكرة؟

مختبر تطوير الابتكار المجتمعي

THE APPROACH	النهج	القاعدة التقليدية	ماذا لو؟
↑	التعكس	المرضى يعالجون الأطباء	ماذا لو أصبح المرضى أطباء؟
∫	التكامل	يصل الأشخاص إلى مجموعة من الخدمات في مواقع مختلفة	ماذا لو كان للخدمات المحلية المختلفة نقطة وصول واحدة؟
x	المد الزمني	توفر المدارس فرص التعلم للأطفال والشباب خلال النهار	ماذا لو قدمت المدارس أيضا الرياضة والترفيه؟ وبرامج المجتمع بعد ساعات؟
⊖	التفاضل	هناك نهج "مقاس واحد يناسب الجميع"	ماذا لو كانت الخدمة مخصصة ومقسمة بشكل مختلف؟
+	الجمع	محلات السوبر ماركت تقدم البقالة	ماذا لو قدمت محلات السوبر ماركت البقالة وقدمت أيضا وجبات ساخنة لدور كبار السن في منازلهم؟
-	الانتزاع	تعد السجون ضرورية لنظام العدالة الجنائية الفعال	ماذا لو اضطرت لإغلاق ثلاثة سجون؟
t	ترجمة	المستشفيات والمطارات أنواع مختلفة من العمليات	ماذا لو تم تطبيق ممارسات إدارة المطار على المستشفيات؟
g	التطعيم	التدريس والتدريب ممارسات منفصلة	ماذا لو تم تقديم التدريب كبديل عن التعليم الثانوي؟
∞	المبالغة	ندعم المدارس الأطفال والشباب للتعلم ، ولكن فقط في أوقات محددة وفي مساحة مخصصة	ماذا لو تمكن الطلاب من الوصول إلى التعلم ، في أي وقت وفي أي مكان يختارونه؟

مختبر تطوير اللياقة الإدراكية – قضيتنا (عقوق احد الأبناء)

النهج		القاعدة التقليدية	ماذا لو؟
↕	التعكس	الزجر والتذكير بحقوق الوالدين وغضب الرب	ماذا لو صار العقوق بر؟
∫	التكامل		ماذا لو جمعنا العقوق مع حب الاستكشاف؟
x	المد الزمني		ماذا لو العقوق جلنا له برنامجا تدريبيا
⊖	التفاضل		ماذا لو تجعل للعقوق مستويات وأسماء ليسهل التعاطي مع كل منها من دون تداول.
+	الجمع		ماذا لو وجهناه لمسار آخر لنجمعه مع أصدقاء سوء؟
-	الانتزاع		ماذا لو انتزعنا من العقوق عنصرا واح فقط؟
t	ترجمة		ماذا لو تعاملنا مع العقوق كما نتعامل في التحضير لطبق من الطعام؟
g	التطعيم		هل من الممكن استبدال طبع العقوق بطبع بديل (إحلال) (تطعيم) ؟
∞	المبالغة		

نموذج القيم المشتركة

7

قيم ذاتية	دائما مهم	أحيانا مهم	نادرا مهم	ليس مهم
قيم المنظمة	دائما مهم	أحيانا مهم	نادرا مهم	ليس مهم

نموذج القيم المشتركة

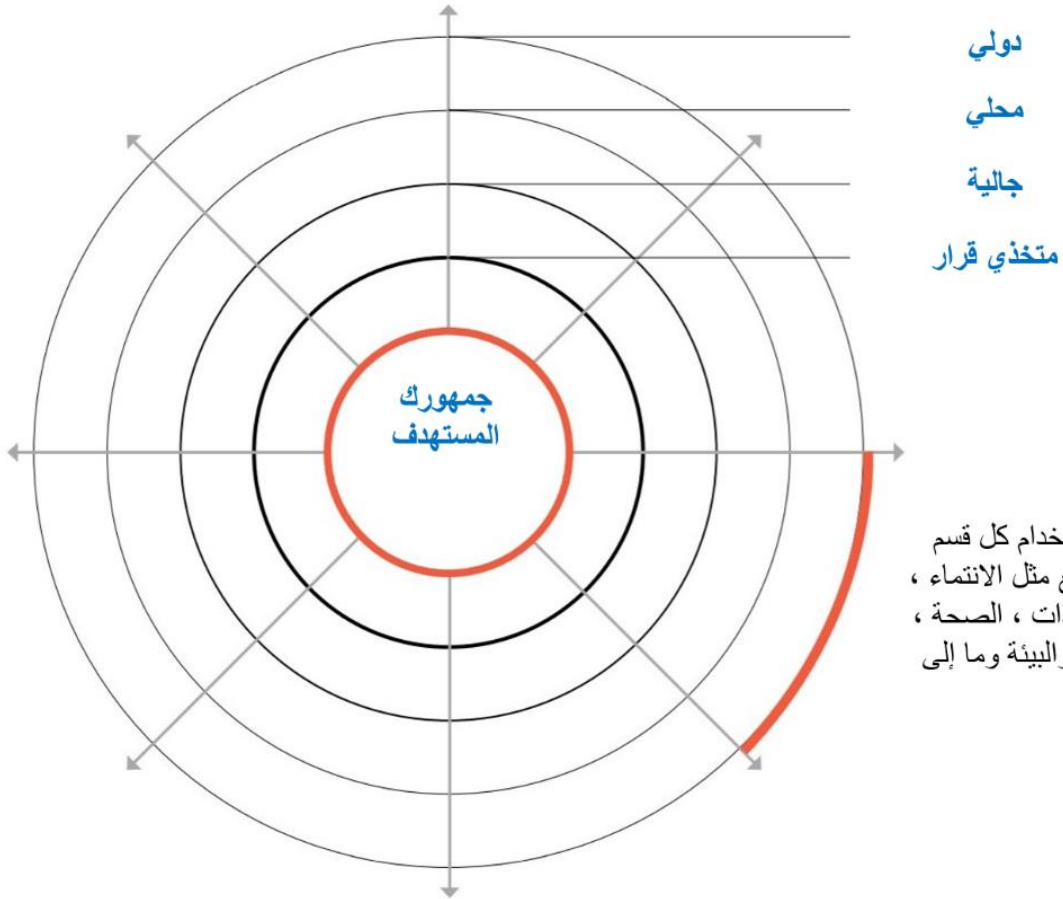
نموذج مؤشرات التحسين

8

إعكس	الغاء	ضعها في استخدام آخر	تعديل تحسن	تأقلم تكييف	اجمع	استبدل
<p>ماذا سيحدث إذا قمت بعكس ملف عملية أو تسلسلها بشكل مختلف؟</p> <p>ماذا لو فعلت العكس تماماً؟</p>	<p>كيف يمكنك تبسيط ما تقوم به؟</p> <p>ما هي عناصر عملك؟</p> <p>كيف يمكنك ان تجعلها أكثر متعة؟</p> <p>ما هي القواعد التي يمكنك القضاء عليها؟</p> <p>ماذا يمكن أن يكون في مكانها؟</p>	<p>هل يمكنك استخدام عملك في مكان آخر؟</p> <p>هل يمكنك إعادة استخدام بعض الأفكار / الأشياء من مشروع سابق؟</p>	<p>ما الذي يمكنك إضافته لتعديل ملف العمل؟</p> <p>ما الذي يمكنك التركيز عليه أو إبرازه لرفع القيمة؟</p> <p>ما عناصر عملك التي يمكن تقويتها لابتكار شيء جديد؟</p>	<p>كيف يمكنك تكييف أو تعديل ملف العمل لخدمة غرض آخر أو استخدام آخر؟</p> <p>ماذا يمكنك أن تحاكي لتكييف عملك؟</p> <p>ما هو السياق الآخر الذي يمكنك وضعه في العمل؟</p> <p>ما هي المنتجات أو الأفكار الأخرى التي يمكنك استخدامها للإلهام؟</p>	<p>ماذا سيحدث إذا جمعت جوانب مختلفة من عملك ، لخلق شيء جديد؟</p> <p>ما الذي يمكن أن تجمعته لتحقيق أقصى قدر ممكن من الاداء للإقبال على عملك؟</p> <p>كيف يمكنك الجمع بين الموهبة و الموارد لخلق نهج جديد؟</p>	<p>ما هي المواد التي يمكنك ان تجد لها بديل؟</p>
نماذج مؤشرات التحسين						

نموذج الناس

9



لاختبار نموذجك المبدئي

10

**جهاز قائمة بكل الأشياء التي
انت بحاجة اليها لجعل فكرتك
حقيقية.**

ضع قائمة بأشياء مثل الأنشطة
والموارد والأشخاص والمواد
التي تستخدمها
بحاجة إلى جعل فكرتك واقعية
بما يكفي للتنفيذ.

**اختبر فكرتك مرة أخرى بعد تطويرها
بشكل أكبر ، لفحص التفاصيل
قبل إطلاقها.**

قم ببناء نموذج جديد لفكرتك. منذ أن
طورت فكرتك
علاوة على ذلك ، يجب أن يكون لديك
الآن مزيد من التفاصيل والعناصر
للاختبار
وتحقق مما إذا كانت جميعها تعمل في
حالة التزامن.
نفذ فكرتك مرة أخرى. يمكنك استخدام
Blueprint كدليل ل
تحقق مما إذا كانت العناصر المختلفة
تتطابق بشكل صحيح؟
مرة أخرى ارسم تجربة استخدام عمالك
بتفاصيل أكثر من
قبل. اختبر ما إذا كانت جميع الخطوات
في قصتك تعمل بشكل جيد
سويا.

**جرب فكرتك بسرعة لتحكم عليها
ما إذا كان يمكن أن تعمل في الحياة
الحقيقية.**

أنشئ نموذجًا صغيرًا لفكرتك باستخدام
الورق المقوى / الورق للأطفال
المكعبات أو الألعاب أو أي مادة تراها
موجودة حولك. هذا حتى يمكنك
انظر إلى فكرتك في ثلاثة أبعاد وتحقق
مما إذا كانت ستنتج
بسلاسة أو به فجوات.
قم بتمثيل أجزاء من فكرتك عندما تقابل
جمهورك المستهدف.
افترض أن فكرتك قد بدأت. كيف
سيعرفون به ويستخدمونه
ذلك؟ يمكنك استخدام خريطة الخبرة
كدليل. حاول أن تتصرف بطريقة مختلفة
احتمالات تعلم طرق بديلة لعمل الأشياء.
ارسم تجربة اكتشاف واستخدام عمالك فيه
شكل القصة لمعرفة ما إذا لم تفوتك أي
خطوة.

**فرضية
حدد الفكرة / الفرضية
الرئيسية التي تريد
اختبارها.**

نموذج مسودة ورقة العمل

11

		TIME →			
		الارتباط المشاركة	التسليم	الاستخدام	الإنهاء
أنشطة خارجية	الأشياء ، وسائل الإعلام والأجهزة يتم استخدامها				
	ما تصورات الناس، شعورهم، ما يعلمونه، ويفكرون به				
		← LINE OF INTERACTION			
أنشطة داخلية	ما تصورات فريقك، شعورهم، ما يعلمونه، ويفكرون به				
	تجهيزات وأنظمة مساندة مستخدمة				

12- نموذج المزيج التسويقي

في "التسويق" ما تفعله لا يعني بالضرورة بيعه، سيساعدك المزيج التسويقي على القيام بذلك، إذا كان هذا هو هدفك، ولكنه مفيد أيضًا في تحديد الطرق المختلفة التي يمكن للأشخاص من خلالها تكوين آراء حول عملك - بالإضافة إلى تسليط الضوء على الفرص للتأثير في هذه العملية. هذه أداة رئيسية لمساعدتك في الحصول على دعم من أصحاب المصلحة لمشروعك. تم تصميم ورقة العمل الخاصة بمزيج التسويق لمساعدتك على فحص عملك من منظور المستخدمين. تؤثر جميع العناصر المعنية بطريقة ما على الأحكام التي قد يتخذها الأشخاص بشأن ما تفعله، مما

يساعدك على فهم أفضل لتلك المجالات التي قد تحتاج إلى الاهتمام عند محاولة تحقيق تأثير حقيقي. يمكن أن يكون المزيج التسويقي مفيداً في تحديد كيفية تحفيز الأشخاص الذين تعمل معهم للتفاعل مع ما تحاول القيام به.

1- المنتج بيّن ميزة ما تروج له ونقاط تفردته	2- المكان كيف سيحصل الجمهور على منتجك وكيف يمكنهم الوصول اليك؟	3- السعر ما القيمة المتوقعة عما تقدمه من منتج أو خدمة؟
7- بيئة العمل ما الانطباع الذي تود أن تعكسه كصورة للشركة والموظفين لدى العملاء ؟	6- مراحل تقديم الخدمة ما المراحل الضرورية التي يجب اتمامها لإتمام عملية تقديم الخدمة.	4- الترويج ما سبل الوصول للجمهور لإعلامهم عما تروج له؟
	5- الموظفين من الذي يمكن ان يمثلك أمام الجمهور من موظفيك؟	

نموذج قائمة المهام

13

الانتهاء	موعد النجاز	الميزانية	مخصص لمن	النشاط

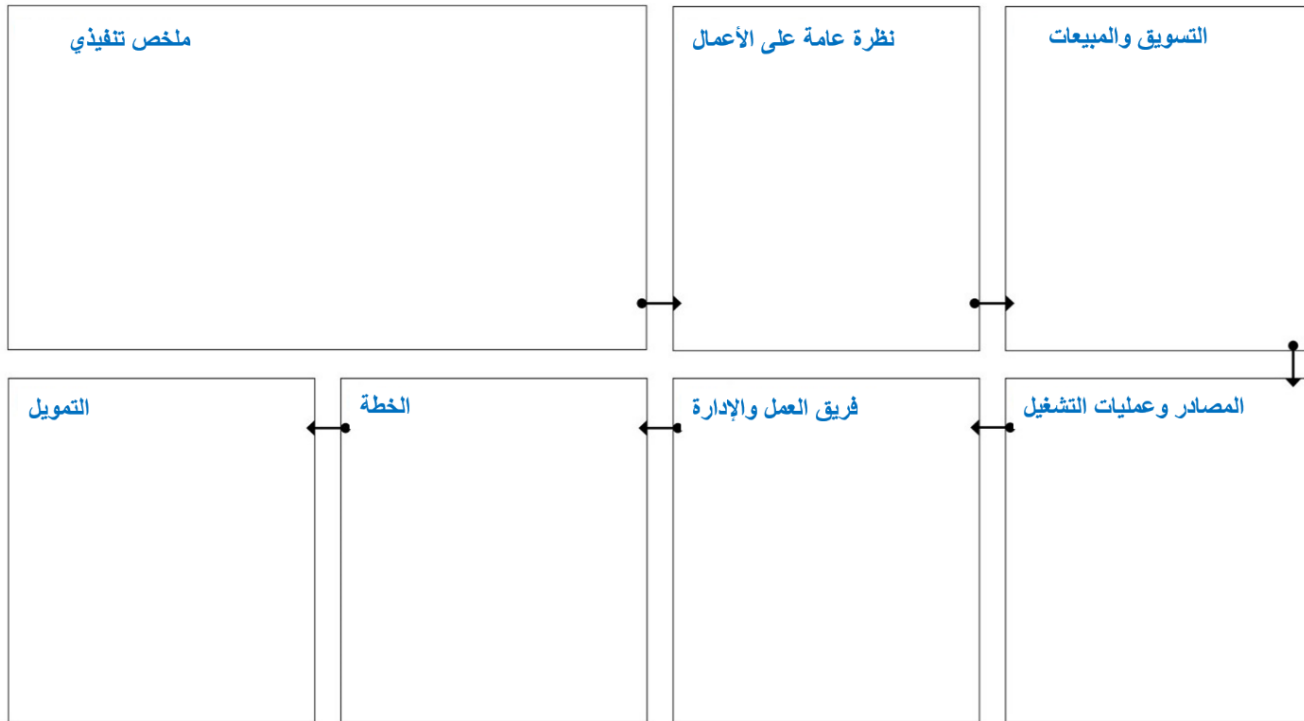
14- نموذج خطة العمل Business plane

خطة العمل هي وصف منظم لكيفية قيامك بما تفعله، حيث تحتاج الخطة إلى توضيح المشكلة التي يقترح العمل حلها، ورؤية لكيفية تحقيق ذلك، وما الذي يؤهلك بشكل فريد للقيام بذلك. غالبًا ما تكون كتابة خطة عمل أمرًا ضروريًا عند محاولة إقناع الممولين المحتملين الذين يرغبون في معرفة إلى أين ستذهب أموالهم. يجب أن تتضمن الخطة أيضًا مقدمة لفريق الإدارة، وخطة تسويق، وخطة عمليات، وخطة مالية، وأي متطلبات أخرى. هذا يعني تغطية جميع الجوانب المختلفة التي قد يهتم بها شريك التمويل، باستخدام نوع اللغة ومصطلحاتها التي سيبحثون عنها، بينما توفر أداة مثل Business Model Canvas نظرة عامة على ما تريد القيام به (بالإضافة إلى سبب وكيفية القيام بذلك)، فإن خطة العمل هي وسيلة لتوفير مزيد من

التفاصيل حول الأساس التشغيلي والاقتصادي لكيفية ما يجعل ذلك حقيقة. تساعدك ورقة العمل المنظمة هذه لخطة العمل على وصف ما يجعل فكرتك عن التأثير الاجتماعي مسعى قابلاً للتطبيق.

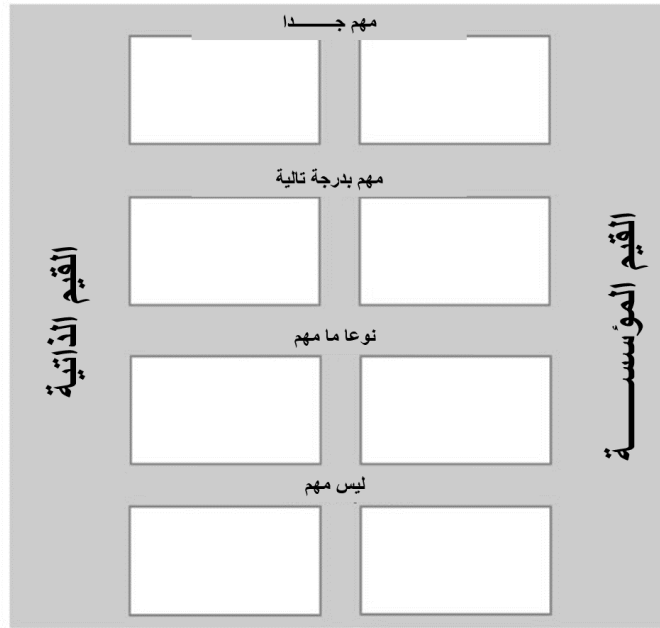
وتشير ورقة العمل هذه إلى الجوانب الرئيسية التي يجب أن تضعها في اعتبارك أثناء تطوير خطة عملك. فمن الأسهل أولاً كتابة مسودة سريعة لخطة عملك ثم إعادة كتابتها. لا تقض وقتاً طويلاً في الحصول على المسودة وحتى الإصدارات التالية لها لأنه من المحتمل جداً أنك ستعيد كتابة الخطة عدة مرات. وأثناء العملية ستخرج بطرق أفضل بكثير من الشرح ما يجعل فكرتك معززة للصالح الاجتماعي الذي تنشده لتكون ممكنة. تعد كتابة نظرة عامة على الأعمال مكاناً جيداً للبدء. يتضمن هذا بضع فقرات حول الفكرة الرئيسية والحاجة إليها وتسويقها. ستتبع ذلك خطة العمل الخاصة بك وما الذي يجعل فريقك قوياً لهذه المهمة. أثناء الاقتراب من الممولين أو المانحين، يتمثل المكون الرئيسي لخطة العمل في الحصول على بيان واضح عن سبب احتياجك للمال، وكيف سيتم إنفاق الأموال وكيف يمكن استردادها. وعنصر مهم في خطة العمل هو الملخص التنفيذي. يوجد هذا عادةً في بداية المستند. بمجرد كتابة خطة عملك، اطلب من شخص ما قراءتها لك. فمن المفيد أن تحصل على منظور جديد لتحديد أي مشكلات قد تكون فانتك.

14 نماذج خطة العمل Business plane

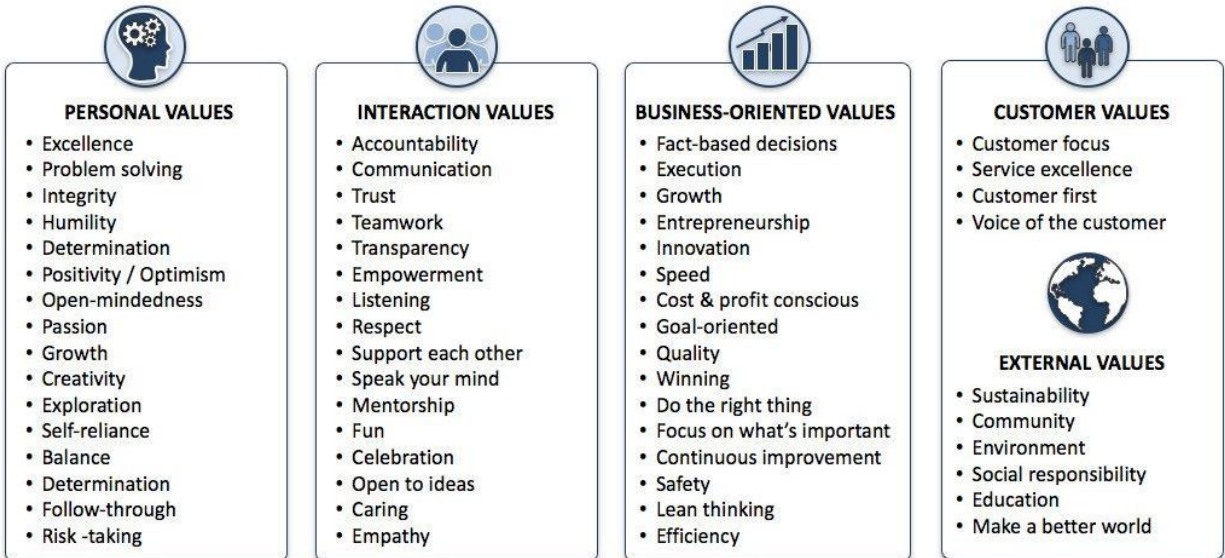


15- قائمة قيم مشروع الابتكار المجتمعي

إختر من قائمة القيم ضمن خارطة القيم، ما تعتبره قيم حاسمة في تنفيذ مشروعك وفق مسار القيم الذاتية للعاملين، وقم مشروعك نحو شريحتك المجتمعية المستهدفة.



قائمة قيم مشروعك المجتمعي المبتكر



خارطة القيم الذاتية والمجتمعية والتجاري

ورقة عمل فريق الابتكار المجتمعي

الاستراتيجية

1- حدد المطلوب

ما الحوائج غير الملباة التي يمكنك تأمينها عبر مختبر الابتكار ، ما التحديات التي تواجه مؤسستك؟

2- قيم المتاح من الأصول الحالية

ما هي قدرات فريقك وما هي نقاط ضعفه؟

3- حدد اهدافك ومهامك

ما هي اهدافك؟ مثال التخصص في مجال ابتكاري محدد، وما الأثر الذي نود الوصول اليه؟

4- دراسة الفرق الابتكارية

أي من الفرق الابتكارية تعتبرها مهمة؟ وما الذي يمكنك ان تتعلم منهم؟

SETTING UP YOUR INNOVATION TEAM

5- علاقتك بالحكومة

لأي مدى يمكن لفريقك التعاون مع الأجهزة الحكومية وما الأجندة المقترحة وما محددات التعاون والقبول؟

القيادة

ما الرالية التي تتوقع الحصول عليها؟

6- حدد المصادر

من اين ستحصل على التمويل؟

الشراكة

من من الممكن ان يكون شريكك أو حليفك؟

7- التوظيف

ما المهارات التي تود إهمار فريقك بها؟

ثقافة الفريق

كيف ستبني ثقافة مشتركة فيما بين الموظفين؟

IMPLEMENTATION AND DELIVERY

8- مهج نمونجك

ما ادواتك في الإنجاز؟ مثال: المتصور حول الانسان أم تذليل التحدي؟

المخرجات

ما نوع المخرجات التي تستهدفها؟

MEASURING AND MONITORING

9- قياس الاثر

كيف ستقيس الاثر؟ وكيف ستدير الإحفاقات؟

REFLECTION

10- تقدير القيمة

ما مدى جدوى مشروعك؟ ما اعتبارات قوة مشروعك؟ وكيف ستعبر عما ندعيه من قيمة مضافة؟

11- التحدىيات

ما المعوقات التي تتوقعها أثناء التنفيذ؟ وكيف ستخطها؟

وما يلي يمكن إنجازه عبر ورش وعمليات عصف ذهني لإغناء المسار الابتكاري للقضية المجتمعية محل البحث.

ذلك أنه لما كان الابتكار عنصرا أساسيا فيما نقصده من مشاريع، أضى من المهم أن نستعرض لمجموعة من الأساليب المعينة في مسار الابتكار ونبدأها
أولاً: إعادة تشكيل المعطيات



فإذا مثلنا للمعطيات على تنوعها بتنوع مكعبات ألعاب الليغو

- أ- لعلنا نبدأ بتدشين منزل بالمكعبات
 - ب- أو نبدأ بالمثلثات في تشين المنزل
 - ت- أو نبدأ بكل ما هو مستدير بتشكيل المنزل
- كيف سيبدو الشكل عبر كل حالة؟

ثانياً: معاينة الخلل عبر مؤسسات الدولة

المهمة: ابتكار يقلل من دور الدولة في الصرف على نزلاء السجون

الجهة	الدور	
1	مؤسسة مجتمع مدني	تدريب، تأهيل
2	بلدية	تطوير، صيانة مرافق عامة

3	مصنع أو مؤسسة تجارية	عمالة بمقابل أقل
---	----------------------	------------------

ثالثاً: تطبيقات عبر محور واحد

المحور: تحويل القيم لمنتجات

	الابتكار المجتمعي	البيان
1	سمر	سوق منتجات القرآن
2	سما	مراكز الايتام مراكز ربحية
3	تأهيل نفسي	المسنين، المعاقين، المدمنين
4	3(H)	المهجرين في اوروبا

رابعاً: إقحام مؤسسات لا علاقة لها بالخلل المجتمعي

المحور: دوائر التقاطع

القضية: الحد من الفقر

	دائرة تقاطع	مسار الابتكار
1	شركة طيران	(مغلف لجمع بواقي النقود المعدنية)
2	شركة منتجات البان	اعتماد تشريع يلزم بصرف عبوة لبن يومية لكل فرد؟
3	مشروع CSR تتبناه مؤسسة تجارية	تطبيق يستعرض مجالات العوز مرتبط بالبنوك للتحويلات المالية

4	شركة أثاث	استبدل و جدد (حث الجمهور باستبدال اثائه القديم بجديد بتخفيض يصل الى 35% من القيمة المعلنة، ويعاد تأهيل الأثاث المستعمل لصالح الفقراء مجاناً)
---	-----------	--

خامساً: نموذج السلالم

المحور: العصف الذهني

كيف يمكنك ان تستفيد من هذه الجهات لصالح مشروع مبتكر للأرامل؟



سادساً: أسلوب CSR

المحور: التقارير السنوية للشركات



حيال الجانب المالي

في تأمين الجانب المالي لأي مشروع ثمة أكثر من مسار

- 1- التقليل: عبر عمليات التكامل مع الغير
- 2- التأمين: بالرعايات، التبرع، CSR
- 3- منصات قائمة: بالتعرف على المشاريع القائمة التي تمول بصفة سنوية بشكل تلقائي لإستدخال مشروعاتنا المبتكر (العديد من جهات الدولة مثال بيوت الزكاة، مراكز بحثية، مراكز ابتكار مثل مركز صباح للموهبة، جمعيات تعاونية، أوقاف)

إذا نحن أمام التحديات نكون أمام فرص واعدة للابتكار بمشاريع مجتمعية، وما يلي بيان لابتكارات مجتمعية عن مجموعة من التحديات.

مشكلة وليس تحدّي	تحدّي
لا يوجد فرص عمل كافية للشباب.	كيف يمكننا أن نمكّن المزيد من الشباب ليصبحوا أصحاب مشاريع ريادة مجتمعية؟
معظم خيارات الطعام في المطاعم ليست صحية.	كيف يمكننا أن نوفر المزيد من خيارات الطعام الصحي في المطاعم؟
الأطفال من الأسر محدودة الدخل لا يتلقون الرعاية المطلوبة قبل دخولهم المدرسة.	كيف يمكن للوالدين في المجتمعات منخفضة الدخل، التأكد من أن الأطفال يتلقون العناية اللازمة في السنوات الخمسة الأولى؟

مهمة "انتوني بلير" في الكويت

البرنامج التدريبي التوعوي لمعهد الأبحاث "د. هاني المزيدي" HASAB

منتجات حسابات المستقبل للأطفال في البنوك



تبدأ مراحل تفريخ المشاريع المجتمعية المبتكرة بما يلي:

1- الحث والدفع بالمقترح المبتكر:

في هذه المرحلة نتعرف على كل ما يؤكد حاجتنا لهذا "التغيير" الذي نحن بصدده مثال:

أ- أزمة تحاصرنا

ب- الحد من الانفاق "الاسراف"

ج- أداء تشغيلي فقير "المؤسسات الدولة"

2- مقترحات وأفكار للحد من المشكلة وتتم عبر أساليب

المسوح الميدانية والتقارير +العصف الذهني

الزيارات الميدانية للكشف

التصميم، الأفكار الإبداعية

3- طرح النموذج بروتوتايب

أ- اختبار النموذج

ب- منح النموذج لمحترفين للاستخدام

ج- انتقاده عبر جلسات مع مختصين

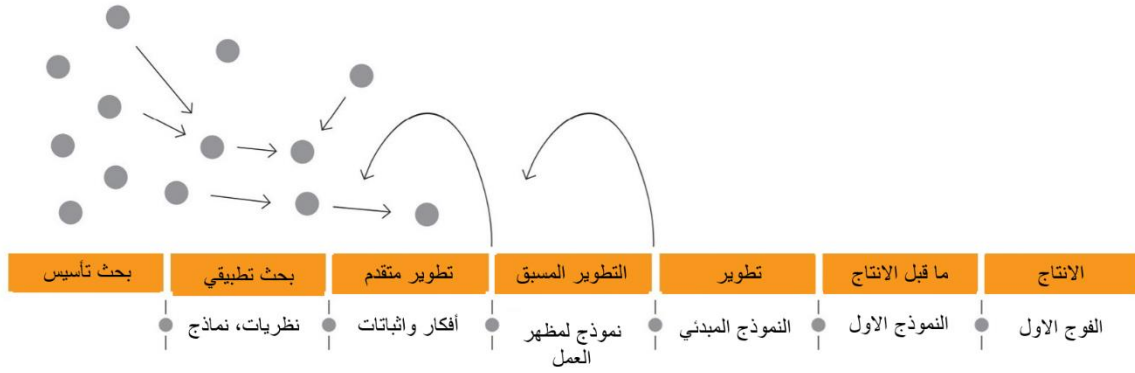
4- الاستدامة للمبتكر

أ- التأكد من مصادر التمويل المستمرة

ب- الكيان الذي سيدير المشروع واستيفاء عناصر التشغيل

ج- التشريعات الخاصة بما سيقدمه من منتجات او خدمات

قد يظن البعض ان الابتكار المجتمعي يجب يكون عبر اختراع غير موجود في الأصل وهذا غير صحيح، ذلك ان الابتكار المجتمعي يعتمد في الأساس على عناصر موجودة ليتم مزاولتها للخروج بمنظومة ابتكارية خادمة للمجتمع، وليس بالضرورة تكون ذات عائد ربحي وهو ما يجعلها مختلفة عن المنتجات التجارية، وإن كان لها مردودا ربحيا فهو ما يجعلها أكثر تميزا.



SKOLL CENTRE FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

هـ - المراقبة والتحقق من النظام التشغيلي للمبتكر المجتمعي (ايزو)

و- مراقبة أداء العمل: الموظفين، العملاء، المنتجات،

ز- اعتماد نواة (R&D) ومسح ميداني للأداء والتعرف على نوع الحاجات المستجدة

ح- اعتماد المعنيين المتلقين للخدمة كموجهين عبر رجع الصدى الدوري معهم

ط- اعتماد لجان وفرق من خارج الكيان بمقابل لتطوير الأداء



صورة علاليق الباص نموذج مجتمعي للصغار لحمايتهم من السقوط على صغر الفكرة وهو ما تم اعتماده في كوريا

ي- التواجد الميداني: فالمشي عبر الحقول للتعرف على ما يعانيه الفلاح او غيره من ميادين



المعاينة الميدانية للتعرف على تفاصيل القضية البيئية محل البحث

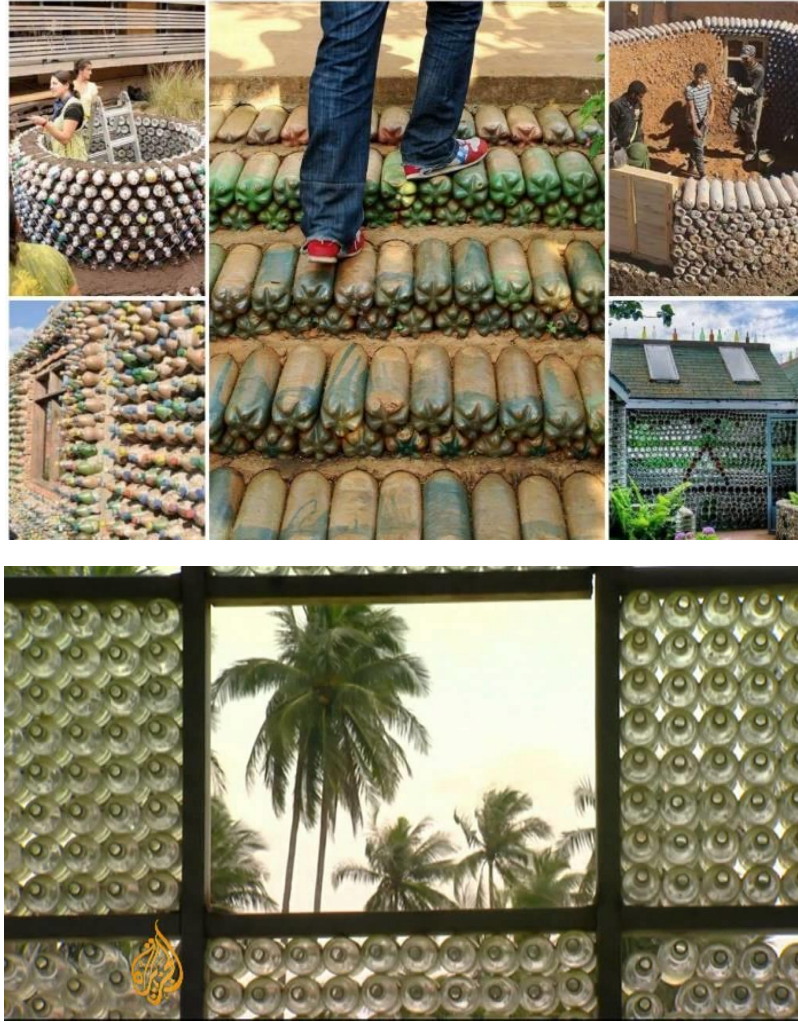
ك- المسابقات والتحديات تعتبر أساليب ممتازة للكشف عن فرص لمشاريع مبتكرة (مثل تمويل المشروعات الصغيرة في استراليا، ومشروب عصير الزنجبيل الصحي، واكياس المعاقين بتسويقها لدى مرضى المعاقين في المستشفيات)

ل- بنوك الافكار: حيث تطرح عبر مواقعها الالكترونية مآت الأفكار التي يتم التصويت عليها وقد يصل عدد الأفكار ل 4000 فكرة، يزورها 250 ألف زائر للتصويت، وتلك الفكرة التي تحوز على 160 ألف صوت يتم طرحها ضمن كتاب (Big idea book) في مجالات شتى من الحياة

ما يلي مجموعة من المشاريع المجتمعية المبتكرة كنماذج تم إنجازها على نطاق دولي

1- كوريا وبناء المدارس من القناني البلاستيكية:

لم يكن من السهل تدشين المدارس ذات الكلف العالية في القرى الكورية، ما جعل مجتمعاتهم الفقيرة تعتمد لعملية تدوير نفايات قناني البلاستيك لتدشين أبنية لمرافقهم التعليمية.



2-المدارس العائمة في كشمير وبنغلاديش:

مع ندرة الأراضي اليايسة في بانغلادش، ومع أجواء ماطرة طوال العام، ما يجعل مرافقهم العامة مهددة من الامطار، يعمدون لتدشين مدارسهم على الماء في قوارب تتنقل فيما بين القرى متجاوزين بذلك أزمتهن ومبهجين بذلك أطفالهن.



المدارس والبيوت العائمة

2- دمج مراكز الايتام بدور المسنين في كندا



الحد من الشحنات السالبة لدى شريحتين مجتمعتين عبر مزاجعة مبتكرة فيما بين الايتام ودار عجرة للمسنين

3- تحويل مخلفات الأسلحة الى أساور

في افريقيا حيث كان الحد من العنف المسلح، وإزالة البنادق من الشوارع سببا في تدشين شركة ليبرتي يوناتيد Liberty United وهي شركة جديدة لها هوية علامتها التجارية المركزية، أسسها السيد بيتر ثوم، أثناء زيارته لأفريقيا رأى أطفالاً يحملون بنادق هجومية، فقرر ان يجمع تلك البنادق بشكل سلمي لصالح الحد من العنف المسلح وبيعها في هيئة فن رفيع بعد إعادة صهرها وتشكيلها في هيئة مجوهرات الأساور والقلائد والخواتم القوية الأنيقة المصنوعة من البنادق والرصاص، حيث عبر كل قطعه منها يتم ختم الرقم التسلسلي للبندقية التي صنعت منها، وقد تمكن من إزالة 30000 بندقية هجومية هو وزوجته من المناطق التي مزقتها النزاعات عام 2012، كما امتد هذا النشاط في معالجة عنف السلاح في الولايات المتحدة ليتم التبرع بجزء من كل قطعة يتم بيعها لجماعات العنف ضد السلاح.



وقضايا المجتمعات لا حصر لها، ولعل ظواهر سلبية أخرى يمكن حلها بأساليب مماثلة في مثل:



5- اليمن: 450 ألف يتيم

المشروع: مؤسسة اليتيم، مؤسسة إنتاجية وتأهيلية، بما تمتلكه من مصانع ومشاكل في ظل فقر مدقع وتطلع لخدمة نصف مليون يتيم لتصبح مؤسسة منتجة تصنيعية وقيمة مضافة للدولة، لتنشئ مصانع للملابس تزود عبرها الطلبة والمدرسين، وسخانات تعمل على الطاقة الشمسية والمنجور في اثاث المطابخ والمنازل وغيرها.



سخان ماء على الطاقة الشمسية-مؤسسة اليتيم -اليمن

ويتطور مفهوم الازمات دوليا بما جعل الشركات الكبرى تلفت اليه كفرصة في تعظيم مواردها وبما يعزز لسعر أسهمها في البورصات العالمية حين دشنت برامج المسؤولية المجتمعية CSR

حيث تؤكد النتائج البحثية من أن الأزمات التي تعصف بهذا العالم، وهي مستمرة ولن تنتهي، على الدوام يتمخض عنها ما يعزز لأفكار ومنتجات ومشاريع إيجابية، يكون لها عوائدها الاقتصادية وعلى التنمية أيضا.

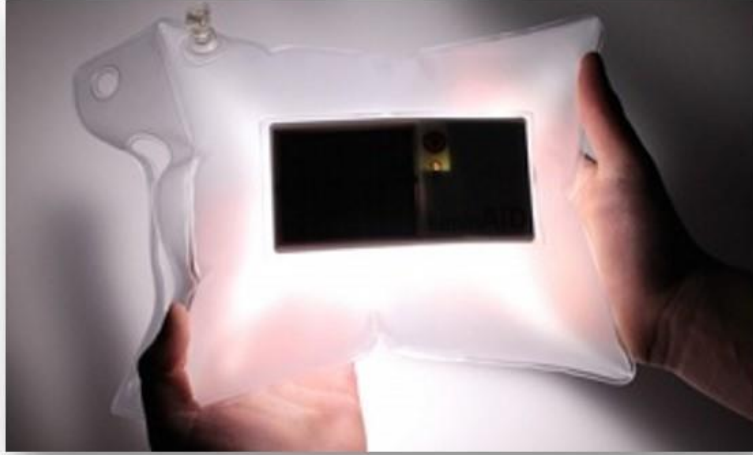
فيما يلي نستعرض لمجموعة من تلك المنتجات، ونبين الالتفات الذي أصبحت تتجه اليه الاستثمارات من قبل الشركات الكبرى بغية الاستفادة من العائد على الاستثمار فيها في مثل منتجات القرى اليدوية حين تمول جامعات بلجيكا وفرنسا وألمانيا دكاترة جامعاتها عبر ارساليات للقرى الفقيرة الافريقية لبيع منتجاتها اليدوية في متاجرها في مواسم السياحة بأثمان تفوق في أرباحها أرباح مصانع جنرال موتورز الامريكية!

6-الانارة مخيمات اللاجئين

المصباح المتوائم مع الطبيعة The Eco-light مصنع من العديد من المكعبات البلاستيكية المعاد تدويرها، PET، تلك المستخدمة في الشرب والمشروبات الغازية.



المصباح LuminAid يدمج الخلايا الشمسية مع بطارية وحقيبة بلاستيكية قابلة للنفخ



مصباح التره، عباره عن قنینه بلاستيكية مزودة بالماء مع مادة الكلورين يتم تثبيتها بسقف
مموج من الحديد، تعكس أشعة الشمس في المبنى.



مصباح من إنتاج شركة إيكيا، يستخدمه اللاجئون السوريون

7-المأوى: اللاجئين

شركة إكيا السويدية للأثاث، صممت مأواً بمساحة 88 قدم² ، يتم طيه بشكل مسطح ، ويصلح لإيواء خمسة أفراد ، مزود بمصدر لطاقة الشمس ، ومصدر USB لشحن أجهزة الهواتف والحواسيب، وسطح قادر لتخزين الطاقة المجمعة من أشعة الشمس لاستغلالها وقت الليل، تقدر تكلفة المأوى الواحد بـ \$10,000



مأوى من Exo styrofoam قادرة لإيواء أكثر من مليون نسمة، تكلفة الوحدة الواحدة 5 الآلاف \$



بيوت قابلة للتعبير

8-حاسوب لكل فرد في القرية Aakash



يتمتع بذات ميزات الحواسيب الذكية والارخص عالميا، تبلغ تكلفته \$35 للطالب الواحد مع دعم حكومي.



9- هاتف خلوي بقيمة زهيدة بمبلغ \$ 15

ويتمتع بأهم العناصر الخاصة بالأجهزة الخلوية ومزود بشاشه.

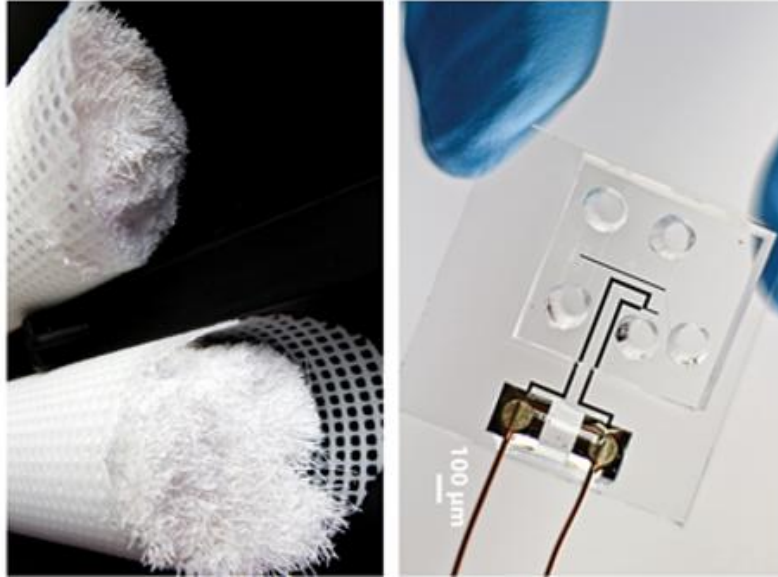


10 -الطاقة البديلة

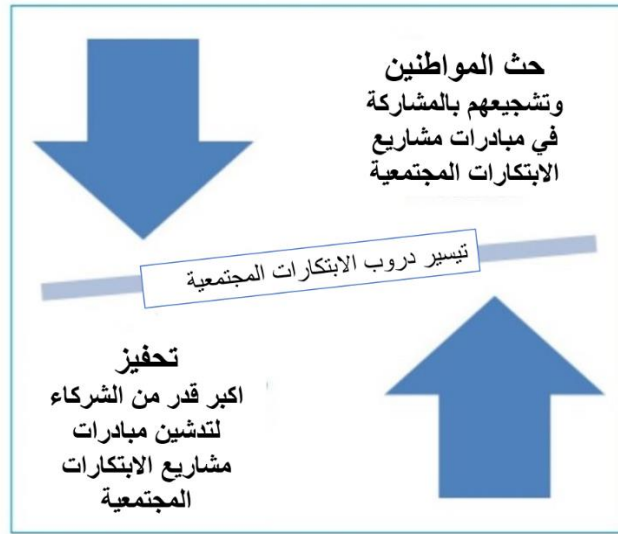
طالب من جامعة برنتستون، طور قضبان لخلايا شمسية قادرة على تجميع الطاقة الشمسية واستغلالها بشكل يومي، تبلغ كلفة المنتج \$ 10 ويستخدم النظام 40% أقل من الانظمة المماثلة لتأمين الطاقة.

11- تحلية الماء

تتعرض العديد من الدول الافريقية والعديد من القرى الفقيرة حول العالم لازمات انتشار الأوبئة الناجمة عن عدم صلاحية مياه الشرب، فتنشط مؤسسات الابتكارات المجتمعية Social innovation لابتكار مصاص مائي بتقنية كهروكيميائية ليتمكن سكان القرى بشرب الماء باطمئنان، وبكلف لا تذكر مقارنة بالأساليب التقليدية في تنقية المياه.



العناصر ابتكار أنبوب تحلية الماء



نهج ثنائي في التشجيع لاعتماد الابتكارات المجتمعية



بيئة الابتكارات المجتمعية

الفصل الرابع

أمثلة لابتكارات اجتماعية قمنا بها

كي يستوفي المشروع صفة المشروع المبتكر كان لا بد أن يستوفي العناصر التالي:

- 1- مبتكر
- 2- استفادة مجتمعية لا فردية
- 3- تحسين لجودة الحياة
- 4- مساهمة المجتمع المدني

فيما يلي نستعرض تجاربنا المبتكرة مجتمعيا في العالم الإسلامي، ونبدأها من الجمهورية اليمنية فالجمهورية التركية مرورا بالمملكة العربية السعودية ثم الكويت والمملكة الأردنية الهاشمية فبيت المقدس، وننتهيها في محضن الشبكة الدولية التي تضم أعضاء من خمس عشر دولة.

قائمة الابتكارات المجتمعية:

1. سمر (سوق منتجات قيم القرآن)
2. سما (سوق منتجات الايتام ابوابه اليتيم الرقمية)
3. قمم (مسابقة تحويل القيم لمنتجات | لدعم مسار اليد المنتجة عوضا عن المستهلكة)
4. تحويل المشاعر لمنتجات (دور المسنين والاستشفاء النفسي)
5. الجامعات المفتوحة



أولاً: اسم المشروع (سمر)

المكان: الجمهورية اليمنية

الابتكار: سوق لمنتجات قيم القرآن الكريم

الفكرة: تحويل القيم القرآنية المدركة نظرياً لتطبيقات عملية عبر منتجات يمكن بيعها في الأسواق لتحقيق ريعاً لمراكز تحفيظ القرآن في اليمن

نتائج الاستبيان



السؤال	الاجابه	إجمالي العينه	النسبة %
ما رأيك ب(سمر) نستمر أم نتوقف؟	نستمر (103)	106	97% نستمر
هل معرض منتجات القرآن ممتاز	نعم (90) / جيد (21)	113	79% ممتاز ، 18% جيد
هل المعرض سيعزز القيم الإنسانية	نعم (108)	111	97% نعم
ما رأيك بالمنتجات المعروضة؟	ممتازة (86) ، جيدة (24)	113	76% ممتازة ، 21% جيدة
أفضل منتج في المعرض كان		
هل المنتجات المعروضة مرتفعة الأسعار؟	لا (90)	113	79% لا
أود أن أشارك بالمنتجات في المعرض القادم	نعم أرغب (93)	132	70% نعم
إدارة المعرض كانت ممتازة	ممتازة (74) ، جيدة (54)	133	96% راضون عن مستوى الاداره
هل مكان المعرض كان مناسب؟	نعم (81)	105	77% مناسب
هل ترغب بعضوية "سمر"	نعم (96)	112	85% نعم
هل ترغب بإثراك إبنك في المعرض القادم؟ عبر (تحويل القيم لمنتجات)	نعم (45)	50	90% نعم



بعض المنتجات المروجة لمشروع سوق "سمر"

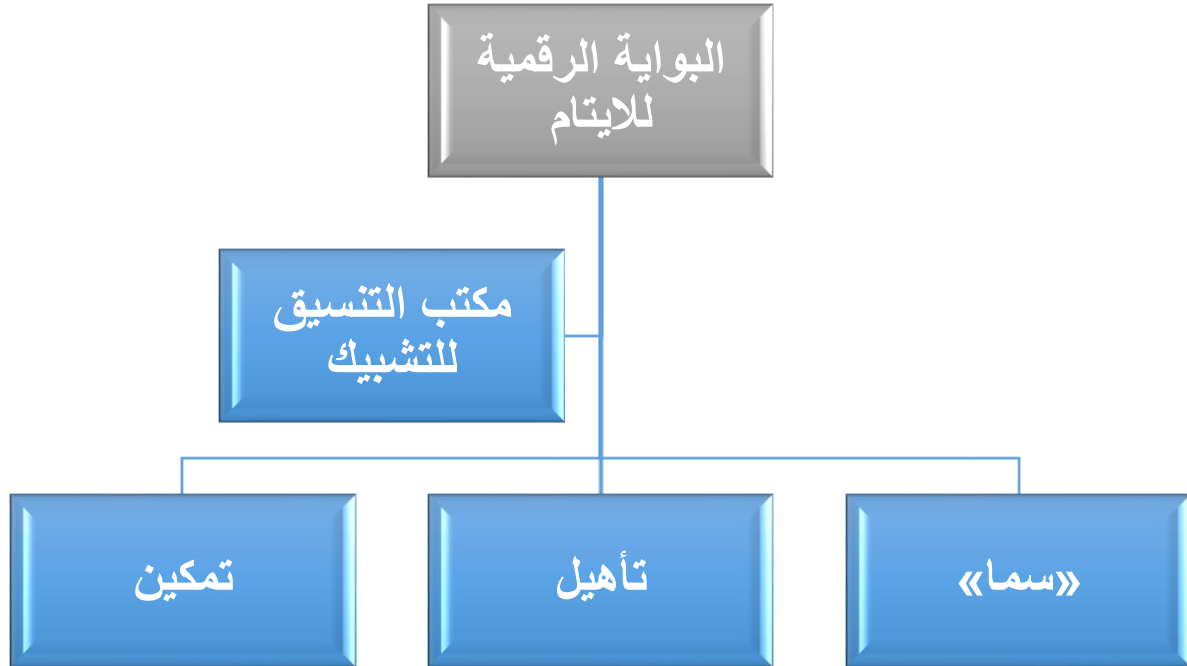
ثانيا: اسم المشروع (سما)

المكان: الجمهورية التركية

الابتكار: سوق منتجات الايتام

الفكرة: تحويل مراكز الايتام لمراكز ريعية ربحية لتعزيز مواردها حال نضبت مصادر التبرعات لكفالة الايتام، وذلك عبر استحداث بوابة اليتيم الرقمية.





قسم الاستشارات النفسية:

1. كيفية التعامل مع اليتيم
2. كيف يتم تحفيز اليتيم
3. تنمية قدرات اليتيم المعرفية والمهاراتية والاحترافية
4. كيف يتم تحويل اليتيم من قضية قد تكون سلبية هادمة إلى قضية بنائية موجهة.

فاب لاب اليتيم:

1. حيث يتم تعريض اليتيم لمجموعة من البرامج بما يعزز المهارات وروح الابتكار والمواهب عبر مجموعة من الدورات التدريبية في مثل:
2. تحويل القيم إلى منتجات، ويتم تدشين معرض بالمنتجات مع نهاية كل موسم.
3. الروبوت (المسؤول)

4. الايتام ما قبل (سن البلوغ): (برامج تدريبية – أنشطة ميدانية – شحذ مهارات – مشاركتهم في مسابقات دولية)

5. الايتام ما قبل (سن الرشد): (تمكين بمبادئ العلوم الإدارية- علوم محاسبية وتجارية – سبل الاعتماد على النفس- سبل تدشين المشروعات الصغيرة) سوق منتجات الايتام (سما):

وهو برنامج تدريبي وتأهيلي وتمكيني

تدريبي: حيث يتدرب عبر هذا البرنامج الايتام على أسس من المهارات والصناعات الاحترافية في مجال الصناعات اليدوية الخفيفة.

تأهيلي: حيث يتأهل اليتيم في مزج ما تلقاه من علوم معرفية كي يعيد تشكيلها وصياغتها عبر منتجات ومشاريع.

تمكيني: يتعرف اليتيم عبر هذا البرنامج على أسس ومراحل عمليات الانتاج والتصميم والتجارة بما يكون له مردود على اليتيم.

1. المتطلبات:

2. متجر الكتروني

3. طابعة ثلاثية ابعاد

4. ورش تدشن في كل مركز

5. برامج تدريبية



نماذج من ورش تصنيع الصابون لدى المؤسسة العربية للقيم المجتمعية - الكويت



نماذج لقوالب استهدف شرائح عمرية متنوعة



شاهد للكتاب يعرف ببعض القيم



مشروع حصي بحر مرمره وشاهد القيم لمؤسسات الايتام-إستانبول

ثالثاً: اسم المشروع (قمم)

المكان: الشبكة الدولية للقيم

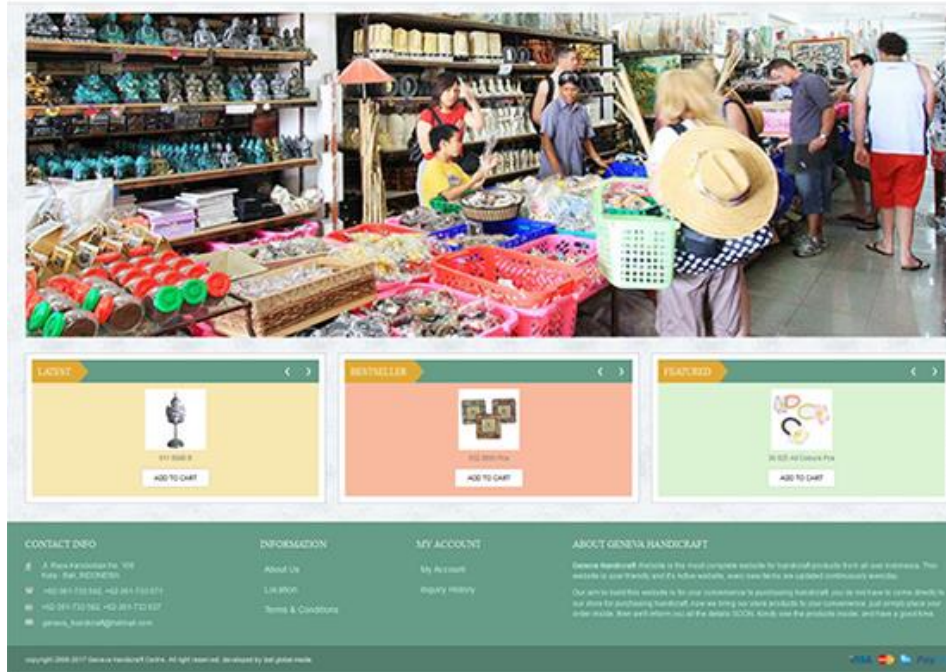
الابتكار: مسابقة دولية في تحويل القيم الإنسانية لمنتجات ومشاريع

الفكرة: تحويل القيم الإنسانية التي يتم التدريس لها في المدارس لمنتجات ومبتكرات قابلة للبيع عبر متجر الكتروني يخصص لذلك يستفيد من ريعه كافة الطلبة والمشاركون.



مسابقة قمم

مسابقة قمم تستهدف عبر تحويل القيم لمنتجات لتدشين سوقا الكترونيا لبيعها لصالح شرائح مجتمعية كالارامل والمحتاجين، ناهيك عن تنمية مجتمعية للايدي العاملة غير المستثمرة عبر ريع لمطعم حلال.



مشروع تحويل القيم لمنتجات – نموذج لمنتج يعزز لقيمة الصدق حين يتم احتساء شراب
ساخن

رابعاً: اسم المشروع (الشبكة الدولية للقيم)

المكان: افتراضي عبر شبكة الانترنت

الابتكار: محضن دولي لممارسة الابتكارات المجتمعية

الفكرة: انطلقت الفكرة من تقديمنا واشرفنا على دبلومين للقيم عبر الجامعات التي تعاقدت معنا، وما قدمناه ميدانيا من برامج تدريبية على نطاق دولي، حيث تم منح العضوية فقط للمستوفين لمرتبة الشرف والامتياز في تخرجهم عن الدبلومين، والأعضاء ضموا جنسيات من خمس عشر دولة.



شبكة دولية تحتضن مبادرين من خمس عشر دولة تمكنهم عبر برامج التدريب ومنحهم الخبرات الميدانية اللازمة لتدشين مشاريع مجتمعية مبتكرة، وتتعدد المشاريع فيها لتضم:

1- منهج تفعيل القيم التعليمية عبر مناهج التعليم المقررة من قبل الدول على تنوعها.

2- ورش تحويل القيم لمنتجات ومشاريع

3- ورش الابتكارات المجتمعية التي تستهدف الايتام والارامل ودور المسنين ومؤسسات التعليم ومراكز تحفيظ القرآن وغيرها.

١٠٠



خامسا: اسم المشروع (فنون المشاعر)

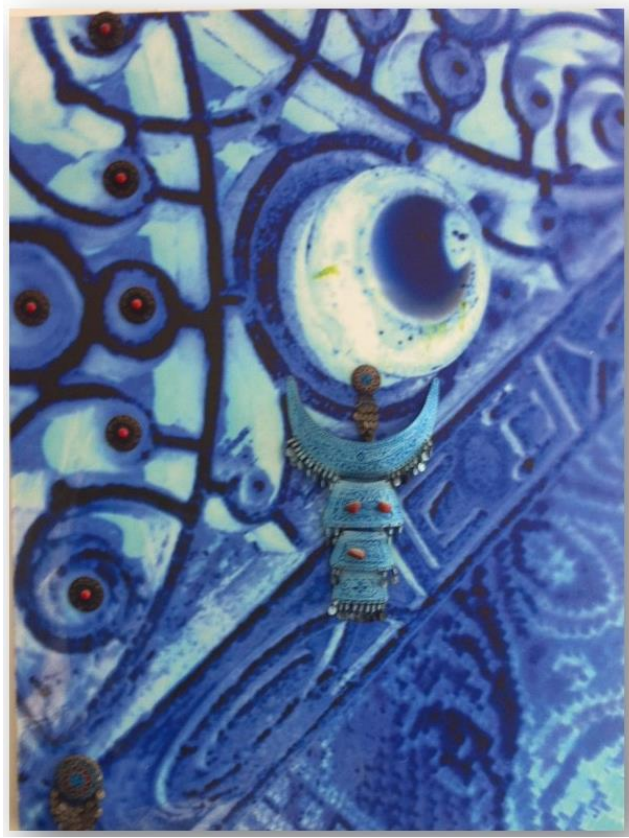
المكان: الكويت

الابتكار: مركز يمكن الراغبين بالتخلص من مشاعرهم السلبية بأساليب تطبيقية مبهجة

الفكرة: انطلقت الفكرة ممن يعانون من الإكتئاب وممن انتظموا للاستشفاء في مراكز الإدمان، والمعاقين، وكبار السن، فهؤلاء جميعا معرضون لشحنات من المشاعر سالبة، حيث يحسن ان يتم التخلص منها أولا بأول كرافد معين مع ما يتلقونه من علاجات.



هذا ليس أسلوبنا في فنون المشاعر في إمتصاص مشاعر الغضب

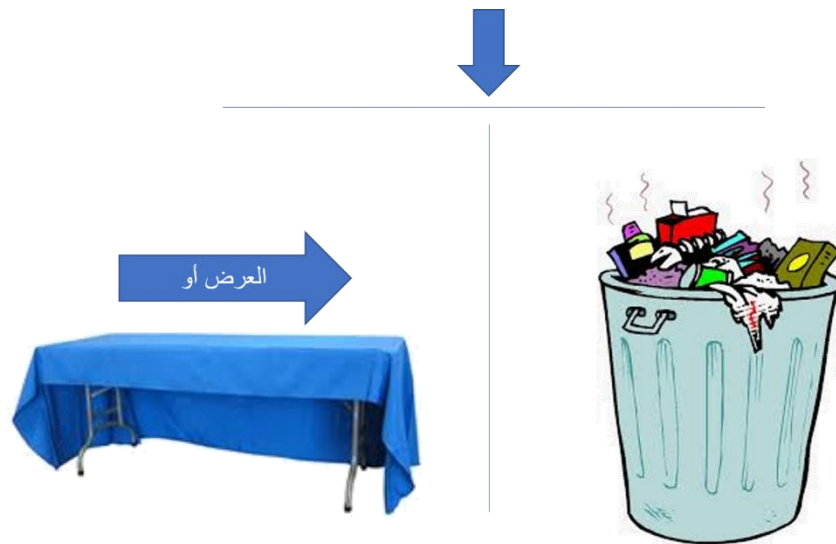


التعبير عن المشاعر الإيجابية بتحويلها لمنتجات

في مركز “التحويل” يتعرف المنتظم على أدوات تساعد في تحويل أي مشاعر تنتابه إلى منتجات.

الشعور	التأمل والاستكشاف	حسن	حول	مارس
 <p>وصف الشعور الحالي</p>	 <p>تمرين التأمل والتخيل للاسترخاء</p>	 <p>التحسين والتطوير للبرنامج</p>	 <p>نفيذ عملية تحويل شعورك عبر أداة من أدوات التحويل إلى منتج وضع صورة المنتج في البطاقة</p>	 <p>مارس التمرين الذي كان له أثره الإيجابي على نفسك</p>

فإن كانت إيجابية يحتفظ بها وإلا فمصيورها للقمامة.



سادسا: اسم المشروع (3H)

المكان: هولندا- الاتحاد الاوروبي

الابتكار: استثمار فترة إقامة المهجرين في النزل المخصصة لهم استعدادا لإدماجهم مع المجتمع الهولندي.

الفكرة: تنفق هولندا سنويا مبالغ طائلة للمتقدمين لنيل الجنسية الهولندية من المهاجرين، ويبقون لنحو أكثر من عام فيها يتلقون برامج في اللغة والتعرف على نمط الحياة الجديد، ومن أجل زيادة نسبة العائد على ما يتم انفاقه خلال فترة قد تطول لتصل لعامين، عليه وردنا طلب لتقديم فكرة تمكن النزلاء من عملية الاندماج بشكل اسرع وبعائد افضل، فكان المشروع.



مشروع نزل المهجرين في إحدى الدول الاوربية

مبررات المشروع:

لما كانت هولندا احدى الحكومات الاوربية تعتني بالمهجرين، عبر رعايتهم بالسكن والتأهيل المهاري من أجل ادماجهم بالمجتمع.

ولما كانت مرحلة ما قبل اندماجهم تستغرق نحو زمني قد يصل الى عامين.

وجد مقدم المشروع ان يتم استثمار المدى الزمني هذا بما يعود إيجابا على المبالغ المنفقة في العملية التي تسبق مرحلة الاندماج عبر برنامج يعزز لعملية الاندماج من جهة، ومن جهة أخرى يكون له مردودا ماليا على المهجرين والدولة.

تمهيد لفكرة المشروع:

ان مرحلة الاندماج تعني بالضرورة إدراك قيم مجتمع البلد الأوروبي هذا وما يؤمن به المواطنون من هوية.

والمشروع الذي نقدمه سيعزز لقيم المواطنة كما القيم الإنسانية عموما، عبر آلية علمية وعملية عبر ورش يمارسها المنتظمون على تنوع أعمارهم وأجناسهم. والمشروع لن يستثني الأطفال، حتى مراحل الشباب المتأخر ومن الجنسين.

ميزات المشروع:

1. انه منسجم مع توجهات خطة هذا البلد الاوروبي لعام 2025
2. انه يعزز لمسار الابتكار والابداع.
3. انه يعزز لمسار التعاون فيما بين كافة قطاعات الدولة بما يعود نفعا على نمط حياة المجتمع، والعيش بذكاء علميا لصالح المجتمع عبر التركيز على مشاريع تعزز للعيش بذكاء.
4. تطويع العلوم عبر محور (القيم) لحل ما يتعرض اليه المجتمع من معوقات سلوكية مجتمعية قد تكون سلبية.
5. يشجع عمليات التنافس فيما بين النزلاء المتبارين في التفريخ لمنتجات ذات عوائد إيجابية على سلوكيات المجتمع.
6. عوائد الابتكار تكون بما يعزز للتجسير فيما بين العلوم والتكنولوجيا وقيم المجتمع، والتبادل ما بين العلوم والصناعة والمجتمع عبر علاقة مستدامة.

عوائد المشروع على النزلاء:

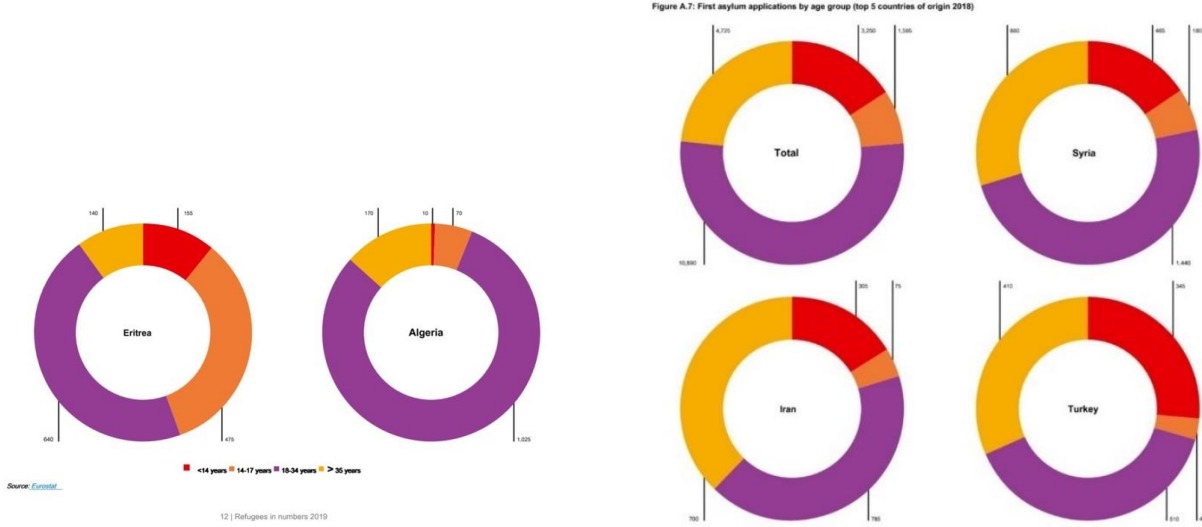
تؤكد مثل هذه المشاريع عبر مسوح ميدانية أنجزتها شركة المسوح الميدانية IPSOS العوائد السبعة التالية على الممارسين.

1. Relaxation & Accomplishment
2. Recommendation
3. Spend Time with Others
Consumer Attitudes
4. Children parents having fun with kids
5. Economy/Value
6. Memory Keeping
7. Health

لقد جاء في خطة هذا البلد لعام 2025 ما ينسجم مع المشروع المقدم



حيث تم التعرف على بروفایل تحليلي عن اجناس وثقافات النزلاء و اعمارهم لتحديد نوع الأنشطة ومساراتها بما يتفق مع الجنس والاعمار.



جزء من بروفایل ديموغرافي لخارطة النزلاء

سابعا: اسم المشروع (تعزيز هوية بيت المقدس)

المكان: المملكة الأردنية الهاشمية

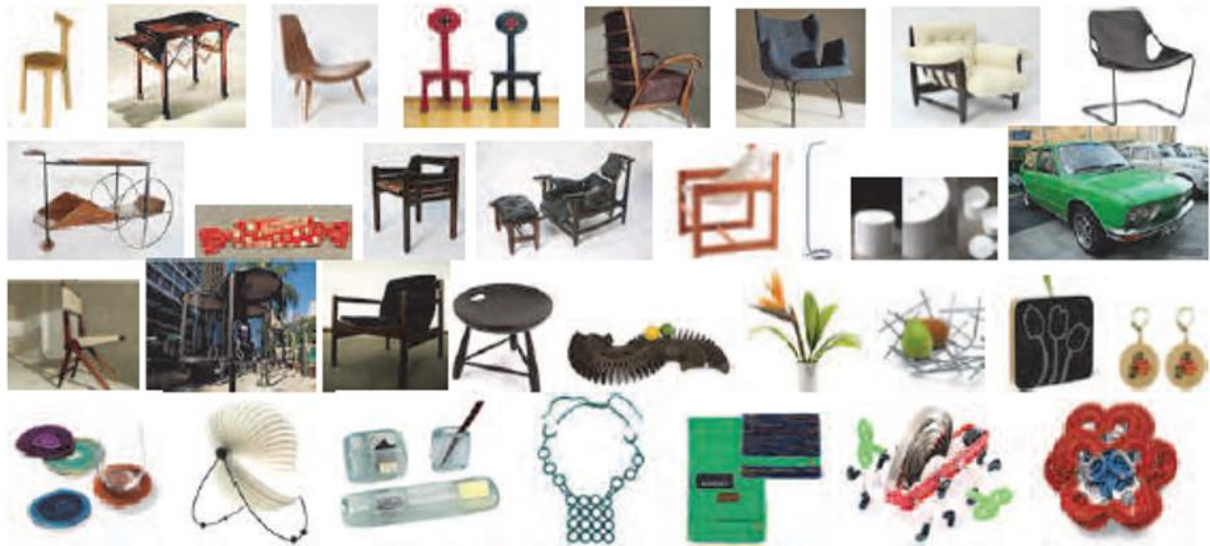
الابتكار: المركب الجيني DNA لهوية بيت المقدس

الفكرة: عبر طلب وردنا من ماليزيا لوقف معني بالأوقاف المقدسية، عقد له مؤتمر في الأردن، للارتقاء بالأوقاف المقدسية بما يجعلها قابلة لتحقيق ريع ليصرف على مصارف الأوقاف في بيت المقدس.

مشروع تعزيز هوية بيت المقدس

فكانت الفكرة عبر ما يسمى في مجال السياحة Brand destination وهو ما جعلنا نمخر فيما يعزز لهوية المنتجات على مستوا عالمي لأكثر من ثقافة بشرية، لنتعرف على ما يميز كل ثقافة وانعكاساتها على ما تُفرّخه من منتجات ثقافية.

وفيما يلي نستعرض منتجات لثقافات مختلفة نبدأها بالبرازيل ثم دولة اسكندنافية ثم إيطاليا لنحل مع كل منتجات ثقافة الهوية عبر اللون الغالب والمواد المستخدمة في التصنيع وغيرها كما لو اعتبرناها DNA خاص بكل ثقافة لنصل بعدها لما يحدد الهوية خاصة ببيت المقدس.



منتجات برازيلية

Lusophone Space (136)		Scandinavia (23)		Italy (26)		Germany (23)	
White	25%	White	35%	White	36%	Black	36%
Brown	17%	Red	30%	Metallic Grey	32%	Metallic Grey	28%
Black	15%	Black	30%	Yellow	24%	White	28%
Green	7%	Brown	26%	Black	20%	Blue	16%
				Red	20%	Grey	12%
				Blue	16%	Orange	12%
				Pink	12%		
				Brown	12%		
				Green	12%		
				Orange	12%		

نسب الألوان المستخدم عبر كل ثقافة

والاختلاف في مواد التصنيع كذلك وفق النسب المشار إليها وفق الجدول التالي.

Lusophone Space (136)		Scandinavia (23)		Italy (26)		Germany (23)	
Wood	17%	Metals	48%	Metals	52%	Metals	32%
Plastics	6%	Plastics	30%	Plastics	40%	Wood	24%
Metals	4%	Wood	26%	Wood	24%	Leather	20%
		Fabric	17%			Plastics	16%
		Glass	17%				

وعليه يكون من حيث المبدأ DNA ثقافة بيت المقدس ضمن ما اخترناه العنصرين التاليين كمثال:

1- تاريخ 16 هجري

وهو تاريخ دخول الخليفة عمر بيت المقدس فاتحا

الموافق يوليو 637 م

2- دوائر البركة، حيث اشارت دراسات جامعية في تفسير سورة الاسراء
عن دوائر للبركة لببيت المقدس
كي نعبر عن هاتين المعلومتين عبر منتجات ومشاريع وفق ما يلي.



تم اعتماد حرف الهاء كرمز للعام الهجري والعام 16



تصميم يعبر عن دوائر البركة الخاصة ببيت المقدس





بطاقات تعلق على منتجات الهوية المقدسية

هل الابتكار المجتمعي ثابت أم متغير؟

هل الابتكار المجتمعي أو الاجتماعي ثابت أم يتغير بتغير الزمن؟
لعلنا نستعرض فيما يلي لمثالين ليسهل علينا إدراك الإجابة.

المثال الأول: بنك الفقراء

فكرة البنك: خدمة تمويل مشاريع صغيرة للفقراء ممن لا يتمكنون من الاقتراض من البنوك التقليدية بسبب عدم استيفاءهم شروط الاقتراض.
مفهوم بنك الفقراء: تقوم فكرة البنك على عناصر ثلاث هي

- أ- إتاحة تمويل بسيط على نطاق الافراد
- ب- عدم اشتراط ضمان لسداد القرض حال تعثر المشروع
- ت- لشريحة الفقراء

ولعل فكرة البنك حين انطلقت كانت تعتمد على نطاق جغرافي محدود ضمن نطاق دولة بنغلادش، حيث نجد مكتبا لاستقبال الطلبات المتقدمة، ولكن مع الزمن وجدنا كيف أن البنك قد وسع نطاقه الجغرافي ليبتكر أساليب استوعبت طلبات من القارات كافة، عبر أساليب من مواقع الانترنت وتطبيقات سهلت عمليات تبرعات الراغبين بالتمويل على نطاق عالمي عبر أجهزة الهواتف الجواله، للارتقاء بفكرة المشروع المبتكر اجتماعيا، فاعتماد الوسائل الحديثة لا يعتبر ابتكارا حديثا بل استمرارا لذات الفكرة التي انطلق منها البنك.

المثال الثاني: التعليم المفتوح

إن التعليم المفتوح كان قد بدأ كمشروع اجتماعي مبتكر لشريحة من لم يتمكن من التحصيل العلمي الجامعي مع نهاية السبعينيات من القرن الماضي.

فكرة التعليم عن بعد: اعتماد التعليم في ساعات عمل تتناسب مع المنشغلين في وظائف حكومية أو خاصة

مفهوم التعليم المفتوح:

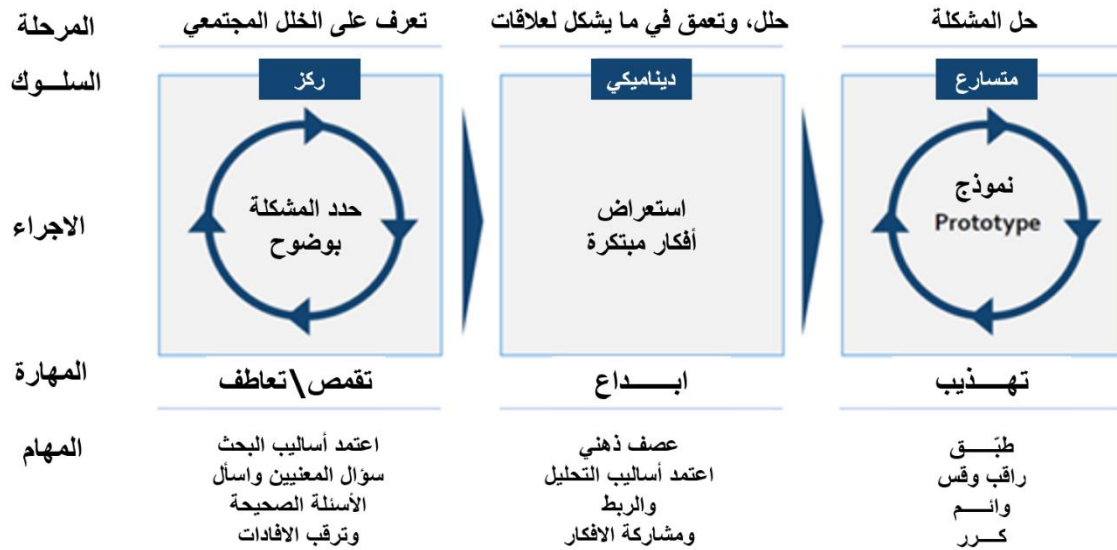
أ- لا يعتمد على حضور المتعلم للمنشأة التعليمية.

ب- رسوم التحاق رمزية

ت- مرنة الساعات فهي توائم ظروف المنتظم

غير أن التعليم المفتوح حين ظهر نجده قد اعتمد أساليب البريد في التواصل فيما بين الراغب بالتعلم والمؤسسة التعليمية، وقد وجدنا حديثا كيف انه ارتقى كي يتم عبر فضاء من المنصات الالكترونية، فهذا التطور في الارتقاء بالفكرة والأسلوب لا يعني ابتكارا جديدا بل هو ذات الفكرة التي انطلق عنها.

الاطار العام لمسار الابتكار المجتمعي



درجات الابتكار المجتمعي

درجة الحاجة	درجة المشروع	
لا يحتاج مال	لا تحتاج سوى لعصف ذهني Think tank	1
تمويل مشترك عبر رعايات	مشاريع تقترحها لحل مشكلة تواجه مؤسسات المجتمع	2
رأس مال	مشروع يردُّ اليك لحل مشكلة مجتمعية محددة	3
لا اعتماده على أسلوب ونهج الفكرة المبدعة لا التقنيات	مشروع لا يحتاج للرجوع للمختبرات الفيزيائية والتقنية والرقمية	4
يحتاج للتعرف على آخر ما توصلت اليه أبحاث المختبرات البحثية في معظم مجالات الحياة لتطويع ما يصلح منها لتنفيذ المشروع.	مشروع يحتاج الاستفادة من التقنيات الحديثة وما توصلت اليه المبتكرات الحديثة من تقنيات لاعتمادها في تنفيذ المشروع.	5

نوع الابتكار المجتمعي	الوصف	مثال
خدمة أو منتج جديد	برنامج جديد يلبي احتياج	مشاركة المركبات، منازل صفيرية في استغلال الطاقة
سلوكيات جديدة	خدمات جديدة تعتمد على مصادر محترفة في تقديمها	ردم سوء تفاهم ما بين تنازع ثقافي في المجتمع
معالجة جديدة	خدمات تعتمد على تعاون أكثر من مؤسسة	تشريع خاص بشراء منتجات المجتمعات الفقيرة عبر نظام التجارة العادلة Fare trade

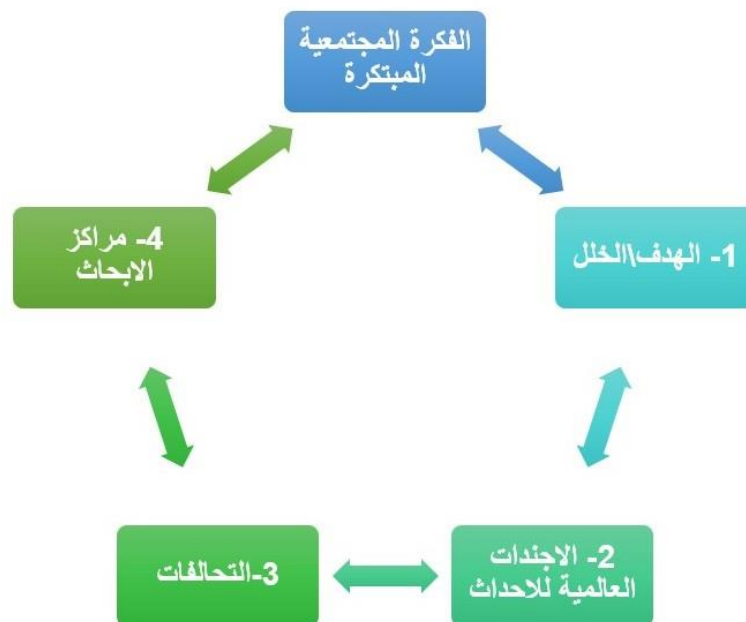
نظم وقوانين جديدة	استحداث تشريعات وقوانين جديدة	حيال المتقاعدين أو كبار السن في الرواتب أو الخدمات
نماذج جديدة من منظمات المجتمع المدني	تعتمد أسلوب التهجين في مثل مؤسسات المشاريع المجتمعية	مشروع Belu water مؤسسة مجتمعية في بريطانيا يوجه ريع بيع منتجاته لصالح البيئة المائية.

ولعلنا حيال درجات أو مستويات الابتكار نقول من أن الابتكار المجتمعي ليس واحدا في مستوياته، فهناك من القضايا المجتمعية ما استوفت معدلات مرتفعة في مسارها الابتكاري وهناك ما استوفى معدلا أقل في مسار الابتكار، لكن جميعها توصف بالابتكارات المجتمعية، وعليه فإن ما يرد من أفكار مبتكرة لبنوك المختبرات المجتمعية عبر مسابقات أو قضايا تنتظر الحلول تعتبر جميعها مستوف صفة الابتكار المجتمعي، والفكرة الفائزة ضمن ما يرد للبنك لا يعني انها الوحيدة المستوفية بل لأنها الأكثر واقعية في التنفيذ، والاقبل كلفة في التصنيع، والأكثر حضا في الترويج والقبول، وهكذا.

ما القواعد التي تمضي وفقها النماذج السابقة؟

تسلسل	النموذج	القيمة	القاعدة
1	L.V	دعم شريحة الاطفال	تعزيز وسم العلامة التجارية
2	RED	تمويل أبحاث الايدز	مساهمات الشركات عبر منظمة دولية لجائحة مرضية

3	رياضة التزلج وسكيت بوردنغ	رياضة	التعاقد مع طرف ثالث
4	دمج دور المسنين بدور الايتام	جبر المشاعر	تكامل
5	ماستر كارد والعب روسيا الأولمبية	الحد من الفقر	تسويق
6	فورد ويوم الارض	الحد من التلوث	تحسين صورة علامة تجارية عبر مسار العلاقات العامة
7	تسويق دبي	لحمة العائلة	تعزيز وسم مدينة Brand destination
8	حصى مرمر	الايتام	ترويج شواطئ إستانبول عبر حصاها لصالح الايتام والارامل Brand destination



القواعد التي تمضي وفقها النماذج السابقة

1. عبر ما تكشفه لنا المسوح الميدانية من خلل تتعرض اليه المجتمعات، يتم تحديد الهدف المرجو تحقيقه عبر فكرة لمشروع مبتكر.
2. التحالفات، وتتم وفق مسارين، مسار يكون منسجما مع سمعتنا بمن سنتحالف معه بما لا يتعارض مع ما نمارسه من قيم، ومسار يقربنا من تحقيق الهدف عبر تحالفنا معه.
3. الاحداث العالمية، تتنوع ما بين رياضة، وبرامج ترويجية للمدن، وانشطة مجتمعية، ومناسبات عالمية لمنظمات دولية.
4. بما تطرحه مراكز الأبحاث من حلول.

ورشة عملية

يتم سؤال المنتظمين في الورشة

- أ- من منكم يعمل في مؤسسات مجتمع مدني أو حكومية؟
- ب- من منكم في مؤسسات بحثية؟
- ت- كخطوة نحو الارتقاء هل يمكننا ان نتعرف على ما يواجه مؤسساتنا المجتمعية من صعاب كي نقدم لهم حلولاً مبتكرة لتخطيها للارتقاء بمجتمعاتنا؟

لعل الخطوات تكون عبر ما يلي:

- 1- عصف ذهني حيال أنواع المشاكل (تمويل، إجراءات، تشبيك، تضاريس تحول، مشاكل تحويل أموال ... الخ)
- 2- تشكيل فريق مكون من (فنيين من مجالات مختلفة، قانونيين، ..)
- 3- حدد فرصة ضمن المجتمع الذي انت فيه.

4- ما الاعتبارات (الجيو سياسية والاقتصادية التي يجب ان تحتاط لها) لابتكار المشروع

5- ما الأدوات المتاحة (قدرات ذاتية، قدرات من حولك، إمكانات مالية، تجهيزات، علاقات)

6- ما المؤسسات سواء المجتمعية المتاحة أو تلك الحكومية او الخارجية ما يمكنك أن تستعين بها في بناء فرصتك

7- اختبر أكثر من استراتيجيات في التفكير لتوليف الفرصة (المشروع) في مثل استراتيجية:

لاستراتيجية الفرص المتاحة مجتمعيًا:

(a) المزاوجة فيما بين كيانيين في مثل (ايتام ومصلحة كبار سن)

(b) خدمة مجتمعية تقدمها مؤسسات تجارية ك CSR دون ان يدركوا هذه الشركات لمسارات أخرى لها عوائدها المجتمعية

(c) تتبع نقاط ضعف المؤسسات المحيطة للتعرف على مسارات للمزاوجة

(d) الانطلاق عبر تقارير المؤسسات السنوية للتعرف على SWOT الخاص بكل مؤسسة

(e) ما يعتبر توجهها عاما عبر ما تتناوله وسائل الاعلام أو قلقا لدى وزارات الدولة

من قضايا العالم الإسلامي للبدئ بمسار الورشة:

الابتكار	القضية المجتمعية	
هل يمكن تحويلها لقوة دافعة بنائية؟ كيف؟	مخيمات المهجرين (فلسطين-لبنان-الأردن- العراق-اليمن-أفغانستان- تركيا-سوريا)	1
باعتبار المشاريع الصغيرة والمتوسطة محضنا لإعادة تأهيل المساجين ومنحهم مبالغ عن ذلك التأهيل رمزية	السجون كمصدر لإنجاز مشاريع الدولة	2
مصدر للطاقة الكهربائية عوضا عن الرياح والنفط والشمس	رمال الصحراء	3
مصدر لتخصير الاراض	ملوثات النفط	4
ان تكون ترسا يلبي احتياجات التنمية وليست مجرد لاجترار العلوم	جامعاتنا	5
عوضا عن الأساليب التقليدية التي أضحت مملة للشباب	الارتقاء بمسار الترفيه	6
في عام 2018 15% نسبة البطالة 26% نسبة الفقر هذا يؤدي الى تطرف وتهجير ومشاكل اجتماعية المتوقع في عام 2030 70% من الشباب العربي دون وظائف أي حوالي 300 مليون شاب!	قضايا الشباب العربي	7

8	الوقف	لتمويل لمشاريع الاجتماعية المبتكرة
9	لا بد من امتلاكنا مشروعنا العربي والإقليمي وليس عبر تقليد مشاريع غربية	مفهوم الاعمار لدينا يختلف عن مفهوم الغرب للاعمار

"سجل الابتكار المجتمعي" LOG book S.I

1. إن الهدف من هذا السجل هو توفير التوجيه والدعم لتلك الابتكارات الاجتماعية للمشاركين الذين يرغبون في بدء مبادراتهم الخاصة، حيث يوفر السجل نظرة متفحصة لمشروعك عبر الأسئلة التي يمكن أن تساعدك في الحصول على مزيد من التبصر لفكرتك، وقد خصصت مساحة جانبية في الجداول لتسجيل ملاحظاتك الخاصة، كي تعود لفكرتك مجددا لتقم بإجراء تعديلات حال لزم الأمر.

وقبل أن تبدأ مبادرتك الخاصة، من الجيد أن يكون لديك فكرة واضحة عن نقاط قوتك ونقاط ضعفك، وعليه أدناه حدد المجالات التي ستحتاج فيها لاكتساب المعرفة أو تحتاج فيها إلى دعم من الآخرين.

1- نقاط القوة والضعف

نقاط قوتك	نقاط ضعفك
1	
2	
3	
4	
5	

ما هو التحدي الذي تواجهه؟

سؤال	ملاحظات
ما المشكلة الرئيسية التي أود وضع حل لها؟	
لماذا أود وضع حد لهذا التحدي أو حل المشكلة؟	
لماذا الآن، ولماذا ضمن هذا القطاع، أو لهذه الشريحة؟	

3. ما هو نموذج عملك؟

مبادرة الابتكار الاجتماعي أو المؤسسة الاجتماعية لن تكون قادرة على البقاء أو النمو وخدمة الغرض منها، إذا لم تكن قادرة على تغطية الاستثمارات أو التكاليف التشغيلية، حتى المنظمات غير الحكومية التي تخدم غرضًا اجتماعيًا ما ستحتاج لنموذج "عمل" للحصول على الأموال اللازمة لمواصلة عملهم، وبالنسبة لمؤسسة اجتماعية، فإنها ستحتاج لنموذج عمل يجمع بين الربح والغرض الذي ستؤديه.










وعلى هذا النحو، هناك العديد من الأسئلة التي تحتاج إلى أن تطرحها على نفسك في هذه العملية:

سؤال	ملاحظات
من هي شريحتك المستهدفة أو المستفيدين؟	
ما الذي سيحققه المنتج \الخدمة التي ستقدم للمستفيد؟	
بما يمكن ان تصف المنتج\الخدمة التي ستقدمها (كتصميم، كوظيفة، كفوائد)	
كيف ستتمكن الشريحة المستهدفة اقتناء المنتج\الخدمة؟	
ما قيمة المنتج\الخدمة، وما دواعي الاستخدام؟	
لماذا تعتبر مبادرتك أو مؤسستك هي الأفضل خيارا للعملاء المحتملين للحصول على المنتج أو الخدمة؟	

	كيف يمكن أن يكون إنتاج المنتج أو تقديم الخدمة مجدياً اقتصادياً أو مستداماً؟
	هل المنتج أو الخدمة حساسة للوقت أم تعتمد على مجموعة معينة من الشروط (على سبيل المثال (البيئة، والموقع، وما إلى ذلك) ولماذا؟

4. هناك العديد من الأدوات التي يمكنك استخدامها لتحديد نموذج "عملك"

تم تصميم نموذج الأعمال التالي للاستهداء

كيف: نموذج العمل- عبي النموذج التالي لمبادرتك المجتمعية					
1- الشركاء الرئيسيون 	2- النشاط الرئيسي 	3- قيمتك المقترحة 	4- علاقة العملاء 	5- شريحتك المستهدفة 	
	6- موارد الأساسية 		7- القنوات 		
8- هيكل التكاليف 			9- مصادر الدخل 		

5. ما الشكل القانوني الذي يجب عليك اتخاذه؟

هناك العديد من الأشكال القانونية التي يمكنك اعتمادها في جلب رأس المال،

ذلك أن اختيار الشكل القانوني الصحيح يعتبر أمرًا مهمًا، لما له من تأثير على الطريقة التي عليها ستجمع رأس المال أو في الحصول على تمويل.

سؤال	ملاحظات
ما هي الأشكال القانونية للابتكار الاجتماعي أو مبادرات لمؤسسات اجتماعية في بلدك؟ هل هناك أي أشكال خاصة لهذه الأنواع من المشاريع؟	
أي نوع من المتطلبات القانونية والمعيارية المرتبطة بكل من هذه الأشكال؟	
ما هي مزايا وعيوب كل شكل قانوني مع مبادرتك أو مشروعك؟	

6. كيف ستجمع الأموال من أجل البدء والنمو؟

يجب أن يكون لديك خطة للتأكد من أن لديك رأس مال كافٍ لتمويل أنشطتك وعملياتك. وعادة، في مرحلة البدء، يعتمد المرء مسار "العائلة والأصدقاء"، ولكن مثل مبادرة أو مؤسسة الابتكار الاجتماعي كي تنمو ستحتاج إلى جذب التمويل من الداعمين الخارجيين أو المستثمرين.

سؤال	ملاحظات
كم هو المتاح حاليا لاستثماري الأولي؟	
هل أحتاج إلى تمويل خارجي؟	
هل أحتاج مستثمرين؟ وإذا كانت الإجابة نعم، فماذا يمكنني أن أقدم لهم مقابل استثمارهم؟	
هل أريد أن يصبح المستثمرون نشطين في مبادرتي أو مشروعتي؟ إذا كانت الإجابة نعم، فكيف؟	

7. كيف ستقيس تأثيرك؟

أحد أهم الأسئلة التي يجب الإجابة عليها هو كيف ستقيس تأثيرك (الاجتماعي). هذا مهم ليس فقط لجذب الاستثمارات المسؤولة اجتماعيًا ولكن أيضًا بالنسبة للعملاء / المستفيدين / المستخدمين، أصحاب المصلحة و / أو الداعمين، الذين سيتخذون قرارات شراء منتجك / خدمتك أو اختيار دعم مبادرتك أو مؤسستك بناءً على القضية (الاجتماعية) التي ستولدها. ولتكون قادرًا على قياس هذا، عليك أن تعرف كيف ستحدد التأثير، وأن تكون واضحًا للجميع في ذلك.

لذا كن صريحًا ولا تفكر فقط في التأثير الإيجابي ولكن أيضًا في الأضرار الاجتماعية التي قد تصاحبها أيضًا.

سؤال	ملاحظات
ما هي الفوائد الاجتماعية و / أو البيئية الناتجة عن المنتج أو الخدمة المقدمة و كيف؟	
كيف يمكنني قياس هذه الفوائد؟	
ما هي الخسائر الاجتماعية / أو البيئية أو عبر عيوب في عملية التصنيع وتسليم المنتج أو تقديم الخدمات؟	
كيف يمكنني قياس هذه الخسائر؟	

8. كيف ستروي قصتك؟

من المهم صياغة قصة مبادرتك للابتكار الاجتماعي أو مشروعك المجتمعي عبر قصة جيدة ومتماسكة تروق للعملاء والمؤيدين على حدٍ سواء مستهدفا المستثمرين والممولين. أما الطريقة التي ستقدم بها القصة وحبكتها فستعتمد على الجمهور الذي تستهدفه.

سؤال	ملاحظات
ما الذي أريد تسليط الضوء عليه في قصتي للمستثمرين؟	

	ما الذي أريد تسليط الضوء عليه في قصتي للعملاء / المستخدمين؟
	ما الذي أريد تسليط الضوء عليه في قصتي للمؤيدين أو المتبرعين أو الممولين؟
	ما الذي أريد تسليط الضوء عليه في قصتي للمستفيدين؟

استخدم الملاحظات والنتائج من المهام السابقة لتخطيط قصتك وتدوينها بطريقة مفهومة عبر الجوانب التالية:

- الأهداف (لماذا أريد في تنفيذ مبادرة أو مشروع لابتكار اجتماعي؟)
- التركيز (ما هي المبادرة أو المشروع؟)
- سعته (ما مدى اتساع المبادرة أو المشروع بمجرد إنشائه؟)
- النطاق (ما هو حجمه؟)
- التخطيط (كيف ستنفذ المبادرة؟)

بهذه الطريقة تكون قد أنشأت الأساس الخاص بالقصة.

الفصل الخامس

الجهود الدولية في التحفيز والتشجيع والتأهيل في مسار الابتكار المجتمعي

تنوعت الجهود الدولية في تشجيعها للابتكارات المجتمعية، فوجدنا فعاليات يتم تدشينها عبر معارض في وسط عواصم الدول الأوروبية، تستهدف عبرها رواد الأعمال للمشاريع الصغيرة والمتوسطة عبر معارض ومسابقات، كما وجدنا دعماً لمراكز الأبحاث، ووجدنا تفويضا من قبل مجالس البلديات والحكومات لمؤسسات المجتمع المدني لإدارة بعض الخدمات التقليدية والتي كانت تدار سابقاً من قبل الحكومات في دول أخرى.



الاتحاد الأوروبي يطلق مرجعا للاستهداء (سجل الابتكار المجتمعي) لحث وتشجيع الرواد في اعتماد مسار الابتكارات المجتمعية كمسار تجاري ضمن مشروعاتهم التجارية الصغيرة والمتوسطة

وما يلي نموذج عما تم اعتماده للدراسات العليا في جامعة ستانفورد في الابتكار المجتمعي.

1 - 1 of 1 results for: OIT+333 printer friendly page

OIT 333: Design for Extreme Affordability

Design for Extreme Affordability is a two-quarter project-based course hosted by Stanford's d.school and jointly offered by the Graduate School of Business and the School of Mechanical Engineering. We focus on the development of products and services to improve the lives of the our poorest citizens. This multidisciplinary project-based experience creates an enabling environment in which students learn to design products and services that will change lives. Topics include user empathy, product and service design, rapid prototype engineering and testing, social entrepreneurship, business modeling, ethics, equity, partnerships, team dynamics and project management. Since the course was first offered, we have executed 168 projects with 72 partners. Many of the projects have been implemented and are achieving significant social impact. This year we will launch for the first time, Extreme Local, where we will team up with local Bay Area partners to address some of their challenges. We will continue to publish latest information for prospective students here: <https://extreme.stanford.edu/prospective-students>

Terms: Win | Units: 4
Instructors: Coulson, S. (PI) ; Greenberg, S. (SI) ; Kohn, M. (SI) ; Yeturu, M. (SI)
[Schedule for OIT 333](#)

Filter Results:

term offered

☐ Autumn
☐ Winter
☐ Spring
☐ Summer

teaching presence

number of units

time offered

days

UG Requirements (GERs)

component

career

الجامعات الأمريكية تعتمد دراسات عليا في مجال الابتكارات المجتمعية، والمبين لأحد المواد الدراسية المقررة في جامعة ستانفورد

الهيكل البرلمانية لتحفيز الأفكار الابتكارية المجتمعية

فمع موجة التقشف في ميزانيات الدول الأوروبية، يظهر نظام social innovation ليمنح حلولاً تسمح لمنظمات المجتمع المدني لإدارة بعض مرافق الدولة عوضاً عن إدارتها عبر أجهزة الحكومة فتوفر على ضوء ذلك ميزانية البلدية في بريطانيا على سبيل المثال ما يعادل 70% من ميزانية الدولة تفوض منظمات المجتمع لإدارة مرافقها.



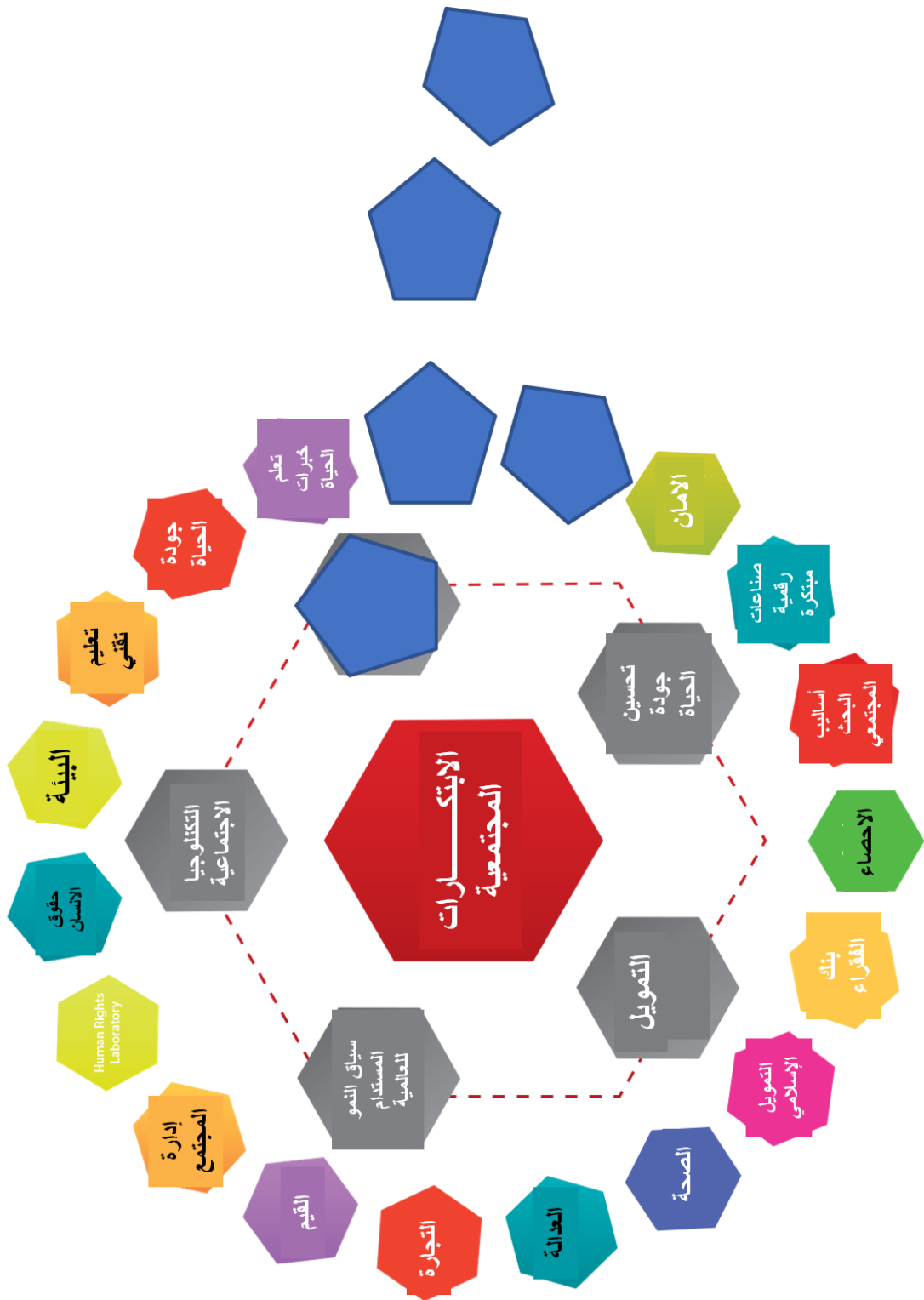
والبرلمان الألماني يشجع لمبادرات يقوم بها المواطنون كذلك، والفائزون في المسابقات عما يطرحونه يتم استدعاؤهم لمناقشتهم تحت قبة البرلمان لاعتماد التغيير المجتمعي، ومنها ما تم اعتماده حيال الحد من امراض تصلب شرايين القلب على سبيل المثال.

المؤتمرات والمناسبات في مثل مؤتمرات TED ، وعبر شبكات التعليم عن بعد كذلك.

بنوك المعلومات: فعبر طرح طلب استدعى فيها لأفكار مبتكرة لقضية مجتمعية ما في عام 2006، تلقى على ضوئها في 2007 نحو 74000 فكرة مقترحة كحل، وهو ما يعادل 140 فكرة مقترحة في اليوم الواحد!، وقد كان عدد الأفكار التي تم تبنيها من قبل البنك 1300 فكرة.

مسابقات الابتكار المجتمعي عبر رعاية الشركات: في مثل ما تقوم به شركة بيبسي عبر مسابقاتها السنوية في انتقاد الأداء العام للمجتمع عبر تصوير لقطات فيديو ومنح جوائز عمن يحقق تأييدا تصل جوائز الممنوحة الى 250 ألف دولار.

المخيمات التي تعقد لتفريخ الأفكار: كل عام في شهر سبتمبر في لندن يتم تهيئة الدعم ل 20 فريق ريادي للأعمال، الامر مماثل في هولندا وأستراليا وغيرها.



الابتكارات المجتمعية ومجالاتها

العائد على رأس مال مشاريع الابتكارات المجتمعية

تشير الدراسات الغربية من أن العوائد إيجابية وما يلي نتائج أطلقها البرلمان البريطاني

Ref.	Project cash flow	Calculation	Initial	Year 1	Year 2	Year 3	Total	PV/NPV
H1	Total costs		(\$50,000)	(\$301,070)	(\$258,337)	(\$276,570)	(\$885,977)	(\$744,993)
L1	Total benefits		\$0	\$542,355	\$482,094	\$542,355	\$1,566,805	\$1,298,955
P1	Net savings		(\$50,000)	\$241,285	\$223,757	\$265,785	\$680,828	\$553,962
P2	Return on investment	(L1-H1)/H1						74%
P3	Payback period		2.5 months					

Source: Forrester Research, Inc.

نموذج برلماني معتمد لجدوى مشاريع الابتكارات المجتمعية

وما يلي بيان عن مؤسسة "مارس mars" الكندية للابتكار المجتمعي بما حققته من عوائد مجدية في أكثر من قطاع

الوظائف المستحدثة	المساهمات التمويلية (بليون \$)	الأرباح المحققة (بليون \$)
-------------------	--------------------------------	----------------------------

 **\$4.4B**

MaRS-supported startup revenue
since 2008

 **\$11.7B**

MaRS-supported startup GDP
contribution since 2008

 **17K**

Number of jobs created by MaRS
companies

ونورد فيما يلي أمثلة دولية (29) في التأثيرات التي أحدثتها بعض مختبرات فرق الابتكار على الحكومات المضيفة والشركات:

- صمم فريق "الرؤى السلوكية" البريطاني تجارب لاختبار أفكار وسياسات لحكومته فحقق توفيراً مالياً بمقدار 22 ضعف لصالح الفريق في أول عامين من التشغيل.

- ومختبر فريق Mind Lab الدنماركي طور تصميمًا محوره "جودة حياة الإنسان" كوسيلة لتحديد المشاكل التي تعترضه ما ساعد على إيجاد أساليب أظهرت عائداً بنسبة 21:1 على الاستثمار في المدخرات للحكومة والشركات.

- في نيو أورلينز في الولايات المتحدة الأمريكية كلف (فريق تسليم الابتكار) بحل تحديات رئاسة البلدية أمام جرائم القتل، أدت جهودهم في مجال السلامة العامة إلى انخفاض بنسبة 20 في المئة من جرائم القتل في عام 2013 مقارنة بالعام السابق.

- في ماليزيا يساعد فريق مختبر PEMANDU في تنفيذ رؤية الحكومة الماليزية لتحسين الخدمات العامة ما أدى لخفض جرائم الشوارع بنسبة 35 في المائة في عام واحد.

- في نيويورك قام مختبر I Zone وهو مكتب مخصص للابتكار بدعم أكثر من 300 مدرسة في نيويورك لتسريع الاستعداد الجامعي والوظيفي للطلاب، والذي تمكن من توفير نحو 6.6 مليون جنيه إسترليني عام 2015.

ملاحظة: الكتب الداعمة لهذا الكتاب

1- تحويل الازمات لإنجازات

2- تعظيم إثر اللحظة

3- كراس برمجة القيم

وفيما يلي تم ادراج روابط عن كل كتاب كي يسهل تحميلها إلكترونياً.



<https://wp.me/>



وانه
منه



<https://>



<https://>

الفصل السادس

معايير استيفاء المشروع باعتباره ابتكارا مجتمعيًا

كي يستوفي المشروع صفة المشروع المبتكر كان لا بد أن يستوفي العناصر التالية:

- 1- مبتكر
- 2- استفادة مجتمعية لا فردية
- 3- تحسين جودة الحياة
- 4- المجتمع المدني

معايير استيفاء الدول باعتبارها رائدة في الابتكارات المجتمعية

أما حيال الدول الأكثر اغناء في المشاريع الاجتماعية المبتكرة فان عناصر الاستيفاء تختلف لتشمل:

- أ- التشريعات
- ب- ريادة الاعمال
- ت- التمويل
- ث- مؤسسات المجتمع المدني

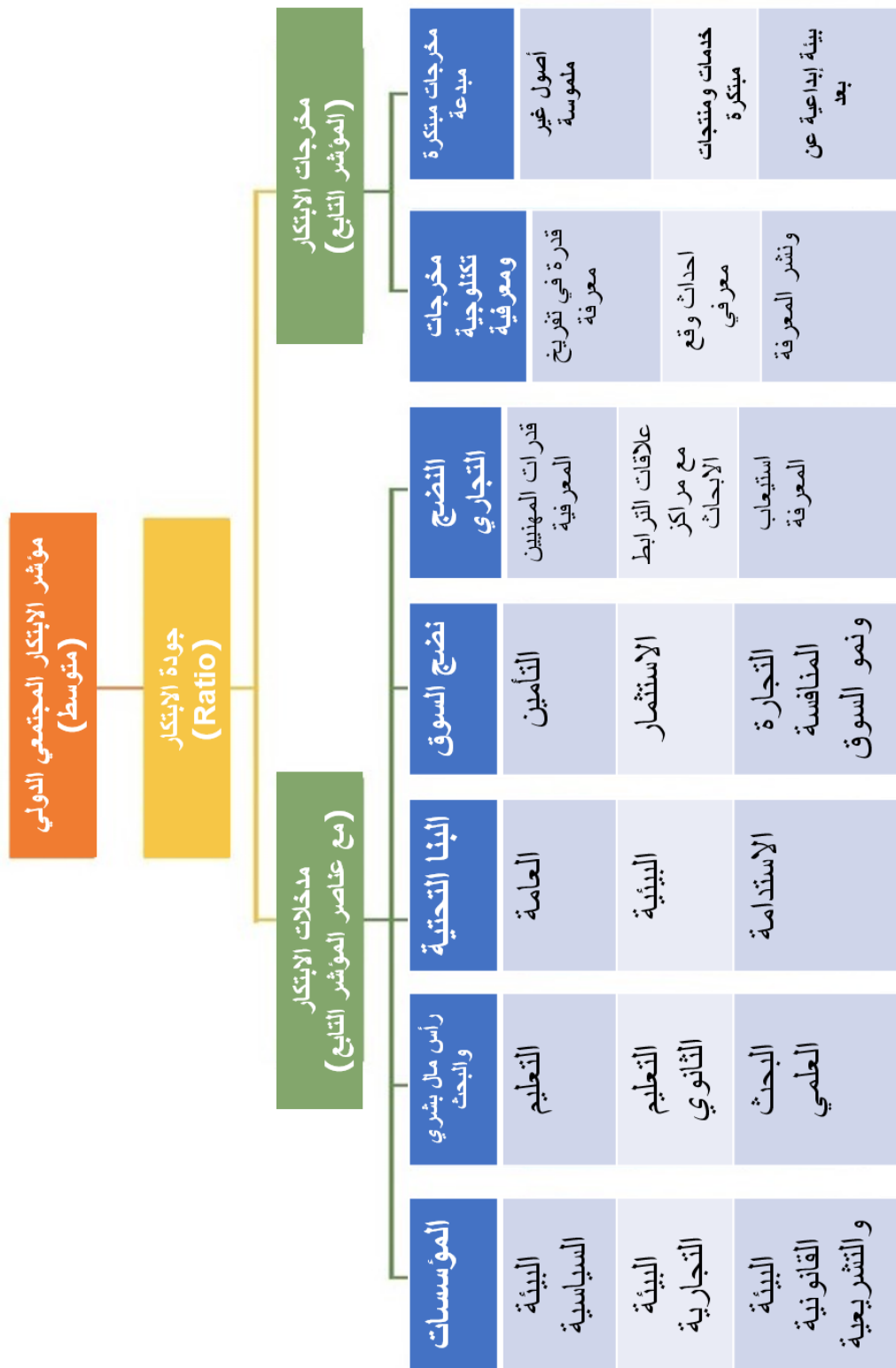
ولعلنا نبين فيما يلي ما عنيناه ببعض من تلك العناصر لنسلط شيء من الضوء عليها، في مثل بيئة العمل التجاري او التشريعات أو البحث العلمي
فعملية مسار الابتكارات المجتمعية تنتج عن مدخلات ضرورية ومخرجات نتوقعها كمعيار عن مدى نشاطها في ذلك.

المدخلات الضرورية:

- 1- بيئة (البيئة السياسية، البيئة التجارية، البيئة القانونية والتشريعية)
- 2- رأس مال بشري والبحث (التعليم والبحث والتطوير)
- 3- بنية تحتية (عامه لمؤسسات الدولة، بيئة مستدامه)
- 4- نضج السوق (ضمانات، استثمار، المنافسة، وحجم السوق)
- 5- النضج التجاري (الاحتراف المعرفي للعاملين، روابط بحثية دولية، وقدرة استيعاب المعرفة المستحدثة)

المخرجات المتوقعة:

- 1- مخرجات تكنولوجية ومعرفية (قدرة في تفريخ معرفة جديدة، احداث وقع معرفي، ونشر المعرفة)
- 2- مخرجات مبتكرة مبدعة (أصول غير ملموسة، خدمات ومنتجات مبتكرة، بيئة إبداعية عن بعد)

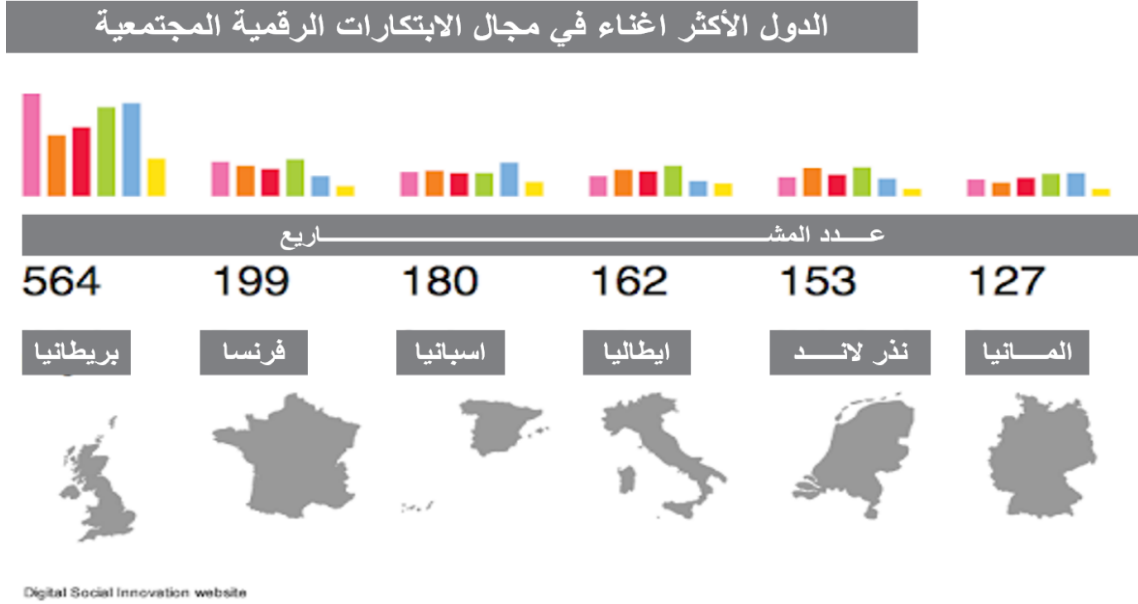


وفيما يلي نستعرض الترتيب الذي جاءت به نتائج المؤشر الخاص بالابتكارات المجتمعية على نطاق دولي وذلك لعام 2017 وفق ما اشارت اليه مجلة الايكونوميست، حيث نلاحظ من ان الترتيب شمل أيضا الجوانب التي أشرنا اليها عبر عوامل التمويل والبيئة السياسية ومدى تفاعل مؤسسات المجتمع المدني.

OVERALL SCORE			POLICY AND INSTITUTIONAL FRAMEWORK			FINANCING			ENTREPRENEURSHIP			SOCIETY		
Rank	Country	Score	Rank	Country	Score	Rank	Country	Score	Rank	Country	Score	Rank	Country	Score
1	United States	80.3	1	United Kingdom	86.6	1	Canada	82.0	1	United States	81.4	1	Iceland	88.3
2	United Kingdom	79.1	2	United States	84.6	2	United States	80.4	2	Finland	79.4	2	Denmark	83.9
3	Canada	77.1	3	France	79.6	3	Belgium	77.9	3	New Zealand	75.9	3	Ireland	83.7
4	Denmark	74.1	4	Canada	77.9	4	Denmark	75.6	4	United Kingdom	75.1	4	Norway	81.6
5	Belgium	71.5	5	South Korea	74.2	5	United Kingdom	75.1	5	Ireland	74.3	5	New Zealand	80.9
6	New Zealand	69.4	6	Belgium	70.1	6	Ireland	73.4	6	Switzerland	72.5	6	Netherlands	74.3
7	Germany	69.3	7	Germany	69.2	7	Australia	72.9	7	Netherlands	72.3	7	Australia	74.2
8	Sweden	69.0	8	Denmark	67.2	8	New Zealand	70.1	8	Norway	72.2	8	Canada	74.1
9	France	68.6	9	Chile	65.4	9	Sweden	69.3	9	Denmark	72.0	9	Sweden	71.2
10	Switzerland	66.0	10	Italy	64.2	10	Switzerland	69.0	10	Germany	68.4	10	Switzerland	69.2
11	South Korea	65.7	11	Sweden	63.3	11	Germany	67.8	11	Sweden	68.1	11	United States	68.4
12	Finland	64.7	12	New Zealand	58.8	12	Finland	66.2	12	Chile	67.2	12	Belgium	68.0
13	Australia	63.5	13	Poland	56.7	13	France	61.9	12	Uruguay	67.2	13	Finland	66.8
14	Norway	62.7	14	Switzerland	55.8	14	Israel	59.5	14	Canada	66.2	14	United Kingdom	64.9
15	Iceland	62.3	15	Portugal	53.8	15	South Korea	59.4	15	Australia	64.3	15	Germany	61.1
16	Ireland	60.3	16	Finland	52.1	16	Norway	56.0	16	Portugal	62.1	16	Israel	57.6
17	Italy	60.2	16	Iceland	52.1	17	Italy	54.1	17	Iceland	61.2	17	Portugal	56.6
17	Netherlands	60.2	16	Israel	52.1	18	Netherlands	52.9	18	Argentina	60.2	18	Italy	50.4
19	Chile	59.1	19	Australia	49.2	19	Iceland	51.4	19	Japan	59.7	19	France	50.0
20	Israel	58.3	19	Norway	49.2	19	Poland	51.4	20	Belgium	59.5	20	South Korea	46.7
21	Poland	56.0	21	Japan	49.1	21	Japan	47.3	21	Israel	58.3	21	Spain	46.2
22	Portugal	55.3	22	Netherlands	47.2	22	Spain	44.8	22	Saudi Arabia	57.1	22	Saudi Arabia	43.2
23	Japan	52.5	23	Russia	46.3	23	Chile	43.8	22	South Korea	57.1	23	Chile	43.1
24	Spain	49.4	24	Spain	41.7	24	Uruguay	42.8	24	Spain	56.4	23	Poland	43.1
25	Argentina	44.6	25	Argentina	36.7	25	Portugal	38.2	25	France	55.2	25	Argentina	41.4
25	Russia	44.6	26	Ireland	33.8	25	Russia	38.2	26	Poland	54.4	26	Japan	40.4
27	Uruguay	44.0	27	Uruguay	30.0	27	Argentina	34.0	27	Italy	50.7	27	Uruguay	37.6
28	Saudi Arabia	33.5	28	Saudi Arabia	13.7	28	Saudi Arabia	27.3	28	Russia	40.1	28	Russia	29.2

مؤشر بنتائج الترتيب الدولي للدول المستوفية للابتكار المجتمعي

ما يلي نموذج مقتطع عن عدد المشاريع المجتمعية ذات الصلة الابتكارية في بعض دول الاتحاد الأوروبي فقط.



في دول الاتحاد الأوروبي

الابتكار الاجتماعي كمحضر

يُعد الابتكار الاجتماعي أمرًا شائعًا في أوروبا (21) وهو في طليعة العديد من الإجراءات والأنشطة السياسية للاتحاد الأوروبي، وهو ما جعله محضر معزز للتوجه العام، حيث نجد أن المحضر قد شمل حتى كبار السن من ذوي الخبرة كسماسرة لإعادة تحفيزهم بما يتمتعون به من خبرات في مثل توجيه الطلبة لتمكينهم في اختبارات NEET U وكذلك في الارتقاء بهم في سرد قصص النجاح عبر مبادرة

The Common Good First

وكمستشارين في دعم الخبرات والتحديات التي تواجه المشاريع المجتمعية، كما يركز مشروع الابتكار الاجتماعي للمجتمعات المرنة (SIRClE) على تزويد المتعلمين البالغين ببرنامج المهارات والكفاءات اللازمة لإنشاء مؤسسات اجتماعية أو تغيير أماكن العمل الحالية، وحث ريادة الأعمال الاجتماعية لولوج نطاق اللاجئين والمهاجرين وضحايا القهر المجتمعي، وبالتالي المساهمة في مرونة مجتمعهم ومنطقتهم.

مستقبل واعد في مسار التعليم لصالح الابتكارات المجتمعية

يُعد التصميم أو (التصميم المسؤول اجتماعياً) (20) حاجة يحسن ان يتم تناولها عبر أجنادات التعليم العالي فمن الأهمية أن يكون خريجو الهندسة والتصميم أخلاقيين ومسؤولين في مهنتهم عبر ما يحترفون به من الأنشطة، مدركين التأثير المحتمل لأنشطتهم المهنية وفهمهم لها في القدرة على تقديم مساهمات إيجابية للمجتمعات العالمية.

ومن خلال القرنين الماضيين ، كان من الممكن القول إن " التصميم "كان منغمساً في ثقافته ، محاصراً بالسلطة التي تمنحها إياها المصالح التجارية ، ومؤكدا وجوده في كل مكان في حياة المستهلكين، حيث يعكس المصممون ثقافة المستهلك هذه في أعمالهم ، ويسعون غالباً إلى إضافة إمكانية التسويق من خلالها حال أراد الخريجون من الطلبة تقديم مساهمة ذات مغزى في القضايا ذات الاهتمام العالمي ، أما حالياً فيجب تعليم الطلاب قيم التصميم الاجتماعي واكتساب خبرة عملية في تصميم الاستجابة الاجتماعية و المنتجات والبنية التحتية المناسبة ثقافياً. هذا يستلزم نهجا جديدا للمناهج ولأصول التربية.

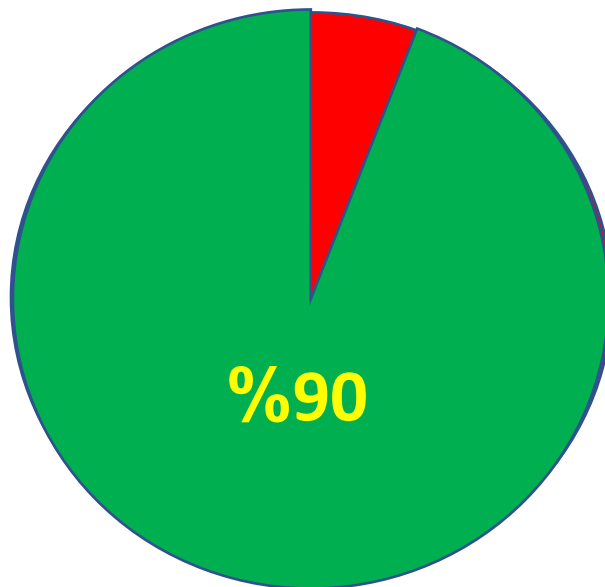
ولنا أن نتخيل الفرص الضائعة حين "يركز غالبية المصممين في العالم كل جهودهم على تطوير المنتجات والخدمات حصرياً لأغنى 10٪ من عملاء العالم، غافلين عن من ثورة في التصميم للوصول إلى 90٪ الأخرى" (Polak 2009).

فهناك من مشاريع التنمية، ومن المنظمات العالمية غير الربحية، ما يمكنها أن تلهم المصممين للارتقاء في المسار المجتمعي بتصاميم بنسبة 90٪ ، ولعل ما عرض في

معرض وكتاب متحف التصميم الوطني كوبر هيويت من حلول لتصاميم ناجحة لاحتياجات البقاء على قيد الحياة للأشخاص المهمشين في العالم ما يعزز لذلك.

فمعظم المجتمعات في الدول النامية مهمشة وتفتقر إلى الأساسيات في عيش حياة صحية ومنتجة، عبر أدوات التمكين وتقرير المصير، وهذا التهميش ليس حكرًا على الاقتصادات العالم الثالث.

ومن هنا يطرح (فؤاد لوقا) "هل يمكن أن يكون خلق الرفاهية وليس السلع والخدمات، هدفًا جديدًا للتصميم؟"



90% مساحة من الفرص تنتظر للابتكار

ولعل ما نتج عن ذلك حراكا عالمية للعديد من المؤسسات الدولية ومنها على سبيل المثال: "Fixperts"، التي تمارس الابتكار الاجتماعي ونشر أعمال مرتادوها على منصة مشاركة مفتوحة.

وهي تهدف إلى تعزيز القيم الاجتماعية من خلال التصميم وخلق فرص للطلاب من أجل:

- a. إقامة علاقة قوية بين التصميم وحل المشكلات المجتمعية.
- b. خبرة في العمل مع فريق تعاوني في مشاريع العالم وفق ما يعيشه من واقع عبر ما تعانيه المجتمعات.
- c. تعلم كيفية الاستماع وتطوير التعاطف وفهم احتياجات المستخدمين النهائيين.
- d. رؤية أثر التطبيق الإيجابي المباشر لإبداعهم ومشاركتهم الاجتماعية.

فأي مشكلة داخل المجتمع المحلي تتطلب تصميمًا للحل يعتبر مشروعًا مناسبًا، ولكن ضمن قيود قدرة الطلاب ومواردهم، كما يجب أن تكون ثمة قابلية للتطبيق وقابلية للتحقيق في الإطار الزمني للمشروع، ويجب أن يكون للمشاريع تأثيرًا قابلاً للقياس على نطاق مجتمعي.

تدشين مركز للابتكارات المجتمعية

إن فكرة تدشين مركز للابتكارات المجتمعية في كل دولة أمر لا غنى عنه، ذلك لتمكين مشاريع الرواد من الشباب عبر مشاريعهم التجارية الصغيرة والمتوسطة من جودة حياة مجتمعاتهم، والحد من الظواهر المجتمعية السالبة، وتعزيز للاقتصاد الوطني والتنمية المجتمعية، وتدشين المركز من الممكن ان يكون ذا عوائد ربحية عبر العناصر والمسار التالي:

عناصر تدشين المركز:

- 1- مجموعة من الخبرات الوطنية في مجالات مختلفة (التعليم، الصناعة، معاملات الوزارات، تقارير الشركات الوطنية، مراكز البحث العلمي والاجتماعي والصحي ..)
- 2- ابرام مذكرات تفاهم وتعاون مع ورش محلية تقنية ورقمية (لتحويل الأفكار لنماذج prototype)
- 3- ابرام مذكرات تفاهم وتعاون مع المؤسسات التمويلية الوطنية والتنمية.
- 4- ابرام مذكرات تفاهم وتعاون مع مؤسسات تدقيق الحسابات وإنجاز دراسات جدوى المشاريع واعتمادها من البنوك.
- 5- علاقة المركز أون لاين مع المراكز البحثية العالمية.

العائد المتوقع على تدشين المركز

عبر ما يتلقاه المركز من طلبات من الجمهور، سيتعرف المركز على ما يعتبر فرص واعدة للدخول مع المتقدم بمشروعه عبر شراكة، يحوز صاحب المشروع المجتمعي المبتكر على خدمات الخبرة والاستشارات المجانية من المركز مقابل حصة تحتسب للمركز من رأس مال المشروع حال تم تمويله. ما يلي نستعرض بشكل مختصر العناصر المشتركة لفرق الابتكار.



العناصر المشتركة لفرق الابتكار

ما يلي نماذج لمراكز ننصح الراغبين في (الابتكارات المجتمعية) لزيارتها عبر مواقع الانترنت، لتمنح الراغبين بالابتكار المجتمعي فكرة حيال آلية تدشين مراكز مماثلة، ونستعرض نماذج عنها في مثل:

- 2 Fixpert.org
- 3 Design.com
- 4 Idenote.io
- 5 مركز صباح الأحمد للموهبة والابداع
- 6 Miro.com
- 7 Good here

مركز صباح الأحمد للموهبة والإبداع هي مؤسسة غير ربحية تابعة لمؤسسة الكويت للتقدم العلمي بدولة الكويت، حيث يستهدف دعم المبدعين والموهوبين في مجالات العلوم والتكنولوجيا، والفنون الحرفية المتعلقة بالمجال التقني.

ختاماً نقول

في مشاريع الابتكارات المجتمعية ستحتاج لما يلي:

- 1- التعامل مع المحيط والموجودات التي من حولك كما لو كنت تعرفها لأول مرة.
- 2- ليكن الأمل وليس الانهزام وقبول التحدي هو دافعك من أجل الاستمرار حتى لو تكرر السقوط.
- 3- لعل ما تقوم به إنما هو في السعي في حوائج الغير عبر ما يمكنك ذاتياً، فلنفسك عليك حق.
- 4- الموائمة مع الظرف المحيط أولاً، ثم عبر هذه الموائمة للانطلاق نحو الإنجاز.
- 5- مفهوم "الإنجاز" يكمن في الارتقاء الذي إلت إليه حتى وإن صغر.
- 6- أن تؤمن من أن ثمة مسارات لا حصر لها للوصول للهدف، فإن لم توفق في مسار فثمة مسارات أخرى تنتظر الاستكشاف.
- 7- أن تستمتع بما أنت فيه من عمل استكشافي، ولا تجعل الهم ينتزعك نحو الأسفل فتخنع.
- 8- حفز من حولك بقصص تمكنهم من مطالعة الأمل عبر أزماتهم، حتى مع هذا الذي كما لو كان يخطر في البحر دون قارب متشبثاً بخشبه، أو صار في حفرة لم يتمكن من الخروج منها لمدى شهر، أو ممن انقطع بصحراء

- شاسعة دون مؤونة لمدى أسبوعين، أو ذاك الذي صنع طعاما له مما هو متاح له من الكائنات من حوله.
- 9- أن تؤمن من أن ثمة أدوات مع كل ظرف محيط، فما عادت تلك الأدوات التي اعتدت عليها حال الرخاء حاضرة، وعليه تعرف على ادواتك الجديدة كي تستعملها في صناعة انجازك.
- 10- ان تتعامل مع عامل الوقت بأسلوب مغاير عما تُعلمُك به الساعة والأيام، فان كانت ادواتك السابقة تختزل لك الوقت فتنجز اعمالك بدقة أو ساعة، صارت اعمالك في الظرف الحالي تنجز في مدى زمني أطول، الدقيقة ستصبح ربما ساعات والساعة أيام بل أسابيع.
- 11- أن تؤمن من أن الحياة مليئة بالأحجيات (الغاز)، والاصل فيها هو ان تتجاوزها لتتظفر بالإنجاز، فما الأزمة التي تحيط بك الا نوع من أنواع الاحجيات، فتعامل معها برفق، واستمتع بالخوض في حلها، واحذر من ان تجعلك مضطربا أو منهزما بل كافئ نفسك يوميا بما تعلمته ولم تكن تعرفه من قبل.
- 12- عزز ايمانك بما يجعلك متقدما أمام العدو الذي جعلك فيما انت فيه من أزمه، عبر ما سيفضي اليه سعيك في الإنجاز من أنك ستسبق هذا الذي عطلّ آلتك.
- 13- ليكن ضمن دافعك في الإنجاز هو سعيك لهؤلاء الذين يعيشون في الصحاري أو في القرى أو الغابات وانقطعت بهم سبل التعلم والنهوض بالصناعات، أو مع أولئك الذين يعيشون في الجبال وسلبتهم المسافات من ان يطوروا ما ينجزون او ما يصنعون، فتلك مساحة منسية وفرص النهوض والابتكار والارتقاء فيها لا تحدها حدود.

انتهى

والحمد لله رب العالمين

المراجع

- 1- Fixpert.org
- 2- Design.com
- 3- Idenote.io
- 4-
- 5- مركز صباح الأحمد للموهبة والابداع
- 6- Miro.com
- 7- Good here
- 8- The Open book of social innovation. By: Robert Murray
- 9- DIY development impact & You-Toolkit
- 10- Wikipedia
- 11- The economist magazine
- 12- تحويل الازمات لإنجازات، زهير المزيدي
- 13- استكشاف القيم، زهير المزيدي
- 14- الادراك والقيم، زهير المزيدي
- 15- تعظيم أثر اللحظة، زهير المزيدي
- 16- صناعة التكامل، زهير المزيدي
- 17- صناعة المسؤولية، زهير المزيدي
- 18- إدارة حملات القيم المجتمعية
- 19- 8 key social innovation concepts Manon van Leeuwen, EOLAS S.L.
- 20- SOCIAL INNOVATION IN THE CURRICULUM: A MODEL FOR COMMUNITY ENGAGEMENT AND DESIGN INTERVENTION Ian de Vere¹ , Daniel Charny² ¹ Brunel University London, ² Kingston University
- 21- Social innovation in Europe: 8+1 remarkable Erasmus+ projects Manon van Leeuwen, EOLAS S.L
- 22- Atlas_of_Social_Innovation 11
- 23- EU-Guide-to-Social-Innovation

- 24- Funding-Social-Innovation
- 25- Guide_to_Social_Innovation
- 26- Labs for social innovation : AUTHOR Kyriaki Papageorgiou
CONTRIBUTORS Ariadna Vilalta Fargas Sonia Navarro Sanchez
- 27- Insights Capture with the Australian Government's
Innovation Month 2020 public sector innovation
- 28- Follow the Rabbit: A Field Guide to Systemic Design | by
CoLab
- 29- INNOVATION TEAMS AND LABS A Practice Guide
- 30- PUBLIC AND COLLABORATIVE Ezio Manzini and Eduardo
Staszowski, Editors. EXPLORING THE INTERSECTION OF DESIGN,
SOCIAL INNOVATION AND PUBLIC POLICY
- 31- Designing for Public Services nesta_ideo_guide_jan2017
- 32- SOCIAL INNOVATION LAB FIELD GUIDE Ben Weinlick, MA-&
Aleeya Velji, M.Ed Adapted
- 33- Social Innovation Lab Guide 2015
- 34- social_innovation_lab_field_guide
- 35- MaRSReport-Labs-designing-the-future_2012
- 36- GROWING SOCIAL INNOVATION A Guide for Policy Makers
- 37- [https://www.betterevaluation.org/en/resource/toolkit/NSW
Gov Toolkit](https://www.betterevaluation.org/en/resource/toolkit/NSWGov_Toolkit)
- 38- [https://thinkjarcollective.com/creativity-tools/creativity-
techniques/](https://thinkjarcollective.com/creativity-tools/creativity-techniques/)
- 39- <https://www.marsdd.com/service/mars-solutions-lab/>
- 40- [http://energy%20futures%20lab%20%20http://energyfuture
slab.com/](http://energy%20futures%20lab%20%20http://energyfuture
slab.com/)
- 41- <http://inwithforward.com/>
- 42- <http://www.edmontonshiftlab.ca/>
- 43- [https://medium.com/the-overlap/the-alberta-colab-story-
2d409ecf747c](https://medium.com/the-overlap/the-alberta-colab-story-2d409ecf747c)

- 44- <http://www.winnipegboldness.ca/>
- 45- <http://www.skillsociety.ca/projects/citizen-action-lab/>
- 46- <http://www.participle.net/>
- 47- <http://www.nesta.org.uk/>
- 48- <https://www.endpovertyedmonton.ca/news-blog/2016/11/8/design-by-doing>
- 49- <https://medium.com/@jonathanveale/open-letter-dear-colleague-so-you-want-to-launch-a-design-lab-cec65dbd1922>
- 50- <http://thinkjarcollective.com/tools/essential-creative-problem-solving-tool/>
- 51- <http://thinkjarcollective.com/articles/culture-vs-tools-of-innovation/>
- 52- <https://medium.com/the-overlap/the-alberta-colab-story-2d409ecf747c>
- 53- <http://www.sigeneration.ca/home/labs/>
- 54- <http://thinkjarcollective.com/creativity-tools/creativity-techniques/>
- 55- <https://drive.google.com/drive/folders/0B0KwcwVigAntaktqSEplcEwzY0U>
- 56- https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/social_en
- 57- <http://www.socialinnovationexchange.org/>
- 58- <http://www.siresearch.eu/>
- 59- <https://webgate.ec.europa.eu/>
- 60-



كُتِبَ للمؤلف يمكنك تحميلها مجاناً



<https://wp.me/p3>



<https://wp.me/p3>



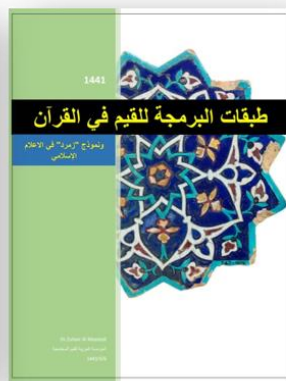
<https://bit.ly/3f5>



<https://wp.me/p3Wsk>



حركة الكاميرا في القصص القرآني



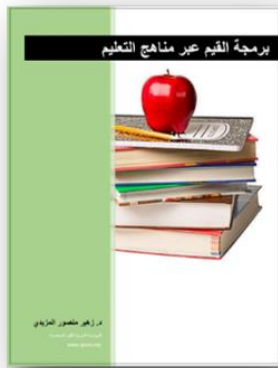
<https://www.musli>



وإن من شيء إلا يسبح بحمده



<https://wp.me/p3Wsk>



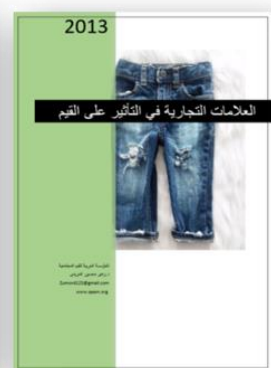
برمجة القيم عبر مناهج التعليم



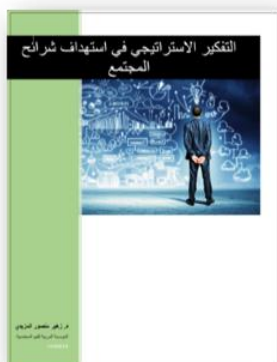
تفعيل القيم لرياض الأطفال



<https://wp.me/p3WskZ>



العلامات التجارية في التأثير على القيم



[التفكير الاستراتيجي في](#)



[نجومية الرياضة والقيم](#)



<https://wp.me/p3W>



[نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة](#)



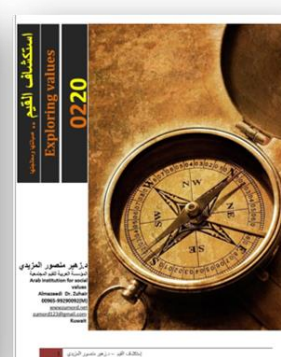
<https://wp.me/p3Ws>



<https://wp.me/p3Ws>



<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3WskZ>



<https://bit.ly/2E95kfp>



http://bit.ly/sinaeat_alkat



<http://bit.ly/sinaeatalmasw>



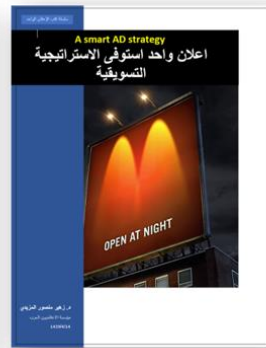
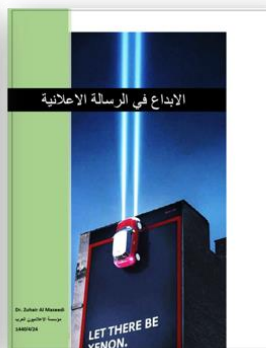
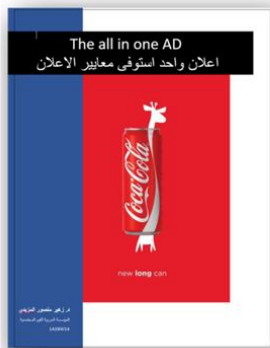
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://www.musli>

<https://wp.me/p>

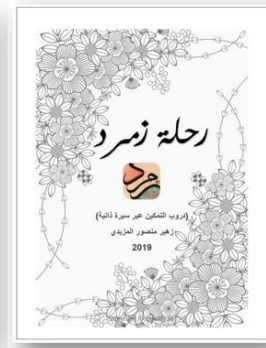
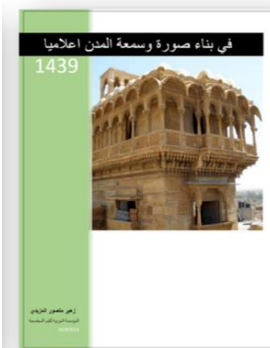
آلية وتشكيل وصناعة



<https://bit.ly/2Vl0ghP>

<https://bit.ly/2L1sRF5>

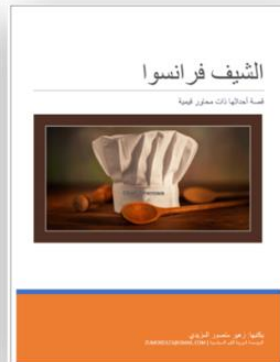
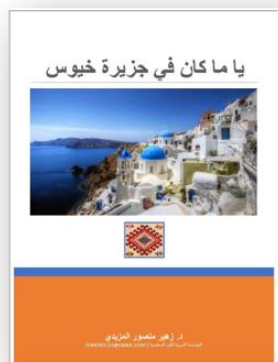
<https://bit.ly/2GsAvTg>



في بناء صورة وسعة المدن اعلاميا

<https://www.muslim->

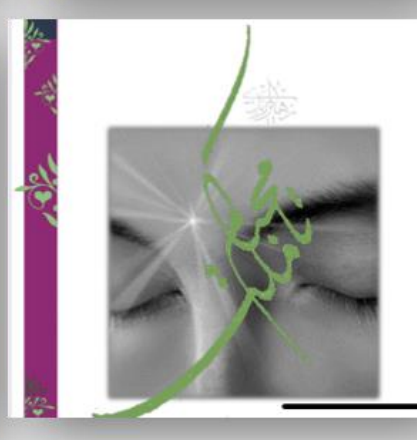
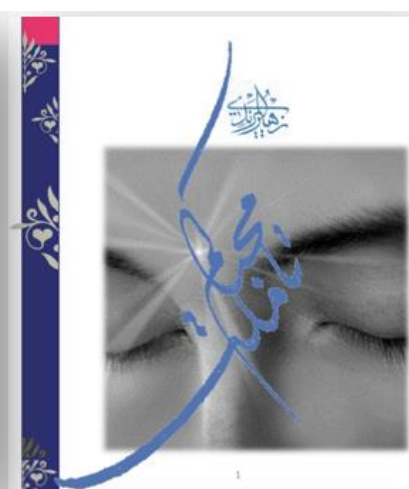
تسويق الحلال



<https://wp.me/p3W>

<https://wp.me/p3Wsk>

<https://bit.ly/30oJA>



<https://wp.me/p3WskZ-bpP>

<https://www.mu>



<https://wp.me/p3WskZ->

<https://wp.me/p3WskZ->

[100 قاعدة في برمجة المعلومات في](https://wp.me/p3WskZ-)



[عندما تتحدث الصور](https://wp.me/p3WskZ-)



<https://goo.gl/P9uMBy>

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزيدي

المواقع الالكترونية:

www.qeam.org

www.zumord.net

للتواصل: zumord123@gmail.com

تطبيقات APPS:

(زهير المزيدي) APP

الشهادات العلمية:

البكالوريوس الولايات المتحدة الأمريكية 1978

الماجستير الولايات المتحدة الأمريكية 1980، الدكتوراه 2007

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمية التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2008-2019
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية. 1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات 2000

- 9.خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.
10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت.

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع " وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الأفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الايتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد مالية عوضا أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظا فقط، عبر برنامج أدناه دوليا بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد مالية يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع (تأملات)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.
- 6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.
- 7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات القيمة:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفائس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الايتام 2016
6. مستشار أكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعية لصالح الايتام في تركيا 2018

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الأمريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب أد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية أمريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوليا).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010
4. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع 2018
15. وإن كل شيء الا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الأسبوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. تطبيقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018

34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وان من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الوسم في العلامات المسجلة 2019
38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

- 1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
- 2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت - مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي" 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية
17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019