

## رؤية علمية .. لرسالة خيرية

نشرة شهرية تثقيفية يصدرها

المركز العالمي لدراسات العمل الخيري في الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية

العدد الثامن - يونيو ٢٠٢١

### استهلال

نشرة شهرية تثقيفية، يصدرها المركز العالمي لدراسات العمل الخيري، في الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية، ويهدف من خلالها إلى: تطوير العمل الخيري والارتقاء بالجودة في مختلف مجالات العمل به، ونشر ثقافة العمل الخيري والإنساني والتطوعي، والتعريف بمنجزاته بين شرائح المجتمع، كل ذلك من منظور علمي يهتم بالدراسات والبحوث في مجال العمل الخيري، تحت شعار: رؤية علمية.. لرسالة خيرية. يستعرض العدد الثامن من نشرة أثر طيفاً من الموضوعات المهمة لكل عامل في مجال العمل الخيري وكل معنيٍّ به، ففي زاوية "من الميدان" يقدم تعريفاً عن "أكاديمية الخبراء"، وضمن "إصدارات المركز" يعرض "دليل إدارة الحملات التسويقية في المنظمات الخيرية"، كما يستعرض العدد في "نزهة بحثية" إدارة المخاطر الأمنية أثناء التدخل الإنساني في حالة النزاعات المسلحة"، بينما يتحدث "ملف العدد" عن "التبرعات الإلكترونية"، ويشير في زاوية "القامات الإنسانية" إلى طرفٍ من سيرة الدكتور مطلق راشد القراوي حفظه الله، أحد قيادات العمل الخيري الكويتي، وعضو مجلس إدارة الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية، بالإضافة لبعض المعلومات والإحصاءات ذات الدلالة.

سائلين الله تعالى أن ينفع بما فيه، وأن يعيننا على أداء الدور المأمول، عبر شعارنا: رؤية علمية.. لرسالة خيرية.

رئيس التحرير

### إطالة

من الميدان	أكاديمية الخبراء (Expert Academy)
من إصداراتنا	دليل إدارة الحملات التسويقية في المنظمات الخيرية
نزهة بحثية	إدارة المخاطر الأمنية أثناء التدخل الإنساني في حالة النزاعات المسلحة
ملف العدد	التبرعات الإلكترونية
قامات إنسانية	مطلق راشد القراوي
معلومات وإحصاءات	التعرف على موجات الأزمات - وجهات نظر قادة المؤسسات الخيرية

### الاستقراء:

عملية فكرية، يتجه فيها العقل إلى الموضوعية البحثية للأشياء، ويعتمد على قواعد المنهج العلمي: الملاحظة بأنواعها، وفرض الفروض، والتحقق منها بالتجربة، ثم التوصل إلى نتيجة أو نظرية أو قانون، ومنه إلى التفسير، والتنبؤ، والتطبيق.

منطق الاستقراء، المنطق الحديث، إبراهيم مصطفى إبراهيم، مؤسسة المعارف، الإسكندرية، 1999، ص14

## من الميدان

### أكاديمية الخبراء Expert Academy

وتهتم الأكاديمية بنمو المنظمات غير الربحية بغض النظر عن حجمها، فتقدم موضوعات تخص كافة المنظمات، وتركز على الموضوعات ذات الصلة بالابتكار، مثل: التكنولوجيا غير الربحية، والإدارة غير الربحية، كما تقدم طرقاً جديدة لجمع التبرعات بوسائل مبتكرة، وذلك بناءً على استراتيجيات مُجرَّبة وصحيحة؛ لضمان نجاح التبرعات الخاصة بها.

ومما تقدمه الأكاديمية؛ خبرتها في أفضل الممارسات لإدارة المؤسسات غير الربحية، وتطوير فريق ناجح من الموظفين والمتطوعين خلال الحملات الموسمية خصوصاً، وكيفية توظيف الموارد بطريقة تتلاءم مع أهداف المنظمة، وكيف يمكن للمنظمة توسيع شبكة العلاقات كل يوم، ومعرفة الأدوار والموارد التي يمكن الاستفادة منها لمساعدة المنظمة على النمو.

فضلاً عما سبق؛ تقدم "أكاديمية الخبراء" أدلة ونماذج مساعدة مجانية ومتنوعة في هذا المجال؛ ومن ذلك: مجموعة نماذج جمع التبرعات الإلكترونية للمنظمات غير الربحية عبر البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي، وطرق إشراك المتبرعين لخطة واستراتيجية المنظمة أو الجهة، واحتوت تلك المجموعة المجانية الخاصة بكل ما تحتاجه المنظمة لدعم حملة صندوق الإغاثة الخاص بجائحة كورونا (COVID-19) الخاصة بالمنظمة؛ بما في ذلك: كيفية إطلاق الحملة، والتمويل الجماعي، ونماذج التبرعات الشهرية، والمتطوعون عن بعد، وأساسيات جمع التبرعات عبر الإنترنت.

بالإضافة إلى ذلك؛ تعرض الأكاديمية آخر الأحداث والاتجاهات المتعلقة بالمنظمات غير الربحية، وذلك من المنافذ الإعلامية الرائدة مثل: Forbes-NPR- the New York Times.

**لمزيد من المعلومات، برجاء الاطلاع على:**

- <https://www.nonprofitexpert.com/category/academy/>
- <https://www.donorperfect.com/fundraising-software/demos/>

"أكاديمية الخبراء" هي أكاديمية غير ربحية، توفر وتقدم الأدوات والأدلة والمشورة للمنظمات غير الربحية منذ عام 1998م، برعاية منصة (Donor Perfect)، وهي منصة رقمية خاصة بجمع التبرعات، وتحتوي على العديد من الخدمات المقدمة في مجال العمل الخيري.

**NPEXPERT**

وتقوم "أكاديمية الخبراء" بمساعدة المنظمات غير الربحية على التطوير، من

خلال محتواها المتخصص، وذلك من خلال إتاحة إرشادات لخبراء من المميزين في المجال، حيث تقوم الأكاديمية بتصميم برامج تدريبية تحتوي على سلسلة من الندوات التفاعلية المجانية عبر الإنترنت، تستضيف فيها مجموعة من الخبراء في المجتمع الخيري أو غير الربحي، فضلاً عن تنظيم محاضرات أخرى يتم فيها تقديم إيضاحات ومشورة في المجالات ذات العلاقة؛ سواء في الأنشطة الأساسية التي تحتاجها المنظمات غير الربحية، أو في الأنشطة والبرامج التفاعلية والتشغيلية على مدار العام في مواسم مختلفة؛ ومن أمثلة الموضوعات التي يتم

**dp | donorperfect**

تناولها: كيفية تسجيل المنظمات بشكل رسمي لجمع التبرعات، ومتطلبات التسجيل، وكيفية الحصول على الرعاية، وكيفية الحصول على الميز التنافسية لجمع التبرعات، ودور مجلس الإدارة في جمع التبرعات، وكيفية تنمية برنامج المانحين الشهري للمنظمة، وتعظيم التبرعات عبر الإنترنت؛ بما تتضمنه منه من تبرعات إلكترونية أو من خلال رسائل البريد الإلكتروني ونحوها من الأدوات، بالإضافة إلى محاضرات ومشورات تخص موضوعات أخرى على غرار: تحديد معايير جمع التبرعات، وكيفية الاستفادة من بيانات المؤسسة أو الجهة لتعزيز نجاحها، وكيفية إشراك المانحين بشكل فعّال، وكيفية الاستفادة من المانحين الرئيسيين، وما الأبعاد والمعايير التي تجب مراعاتها عند إنشاء وتحسين استراتيجيات لجمع التبرعات، وغيرها.

بين الإدارات المختصة وكذلك بين فرق العمل، بالإضافة لوضع بعض اللوائح؛ كلائحة الحوافز والمكافآت، كما يتم فيها تعيين الإدارة المختصة بالتسويق في المؤسسة، وتركز على تطوير مهارات العاملين فيها؛ استعداداً للحملة والتميز فيها.

وعلى إثر هذه الخطوة الأولى؛ تأتي الخطوة التالية، والمتمثلة في:

## 2. التخطيط للحملة التسويقية:

كخطة تنفيذية منبثقة عن الخطة الاستراتيجية، يتم فيها ترتيب الأمور الميدانية بمختلف متطلباتها؛ من: تشكيل فريق الحملة داخل المؤسسة مع إضافة الفرق التطوعية، ووضع ورقة بأهداف الحملة ومواصفاتها الفنية، وتحديد المستهدفات المالية، ونحو ذلك، ومن المهم في هذه المرحلة؛ الاطلاع على التجارب السابقة للمؤسسة ذاتها وللجهات الشبيهة، بهدف الاستفادة من أفضل الممارسات، وتدارك أي سلبيات أو قصور، والاستعداد لأي تحديات أو عوائق محتملة، كما هو من الضروري توفير المشاريع المستهدفة قبل الموسم بفترة كافية، والتنسيق الجيد بين مختلف المعنيين، ومن ثم وضع الخطة التشغيلية الزمنية المفصلة، ومتابعة جاهزية مراكز الاتصال وفروع تنمية الموارد ونوافذ التبرع، واستصحاب عملية التقويم والتقييم حتى الانتهاء من الحملة بنجاح.

## 3. تنفيذ الحملات التسويقية:

وتأتي هذه المرحلة الميدانية بعد ترتيب الخطوات المؤهلة لها، والتي تتضمن العديد من الأنشطة والإجراءات الفنية والإدارية؛ أهمها: تعزيز وتفعيل دور مختلف المعنيين بالحملة مثل: الجهات المساندة، قيادات المؤسسة وإداراتها العليا، المؤثرين على شبكات التواصل، المتبرعين وكبار المتبرعين والواقفين والمتطوعين، بالإضافة إلى توسيع الشراكات وآفاق التعاون مع المؤسسات الأخرى، ومن الأمور الفنية المهمة في تميز الحملة: إنشاء مجموعة تواصل خاصة بفريق الحملة، وتعيين ناطق رسمي باسمها، وتوزيع الوسائل المستخدمة في التسويق، وتطوير دور التسويق الإلكتروني، وتشكيل فريق للاستجابة السريعة أثناء حملات الإغاثة، إضافة إلى أمور فنية وإدارية أخرى يشير إليها الدليل في هذا المحور، ويجد الخبراء فيها ممكنات نجاح ينبغي عدم إغفالها.

## من إصداراتنا



## دليل إدارة الحملات التسويقية في المنظمات الخيرية

التسويق من أبرز الأدوات التي تسهم في تحقيق أهداف المؤسسة في كل المجالات، ويُعد هذا الدليل لبنة أولى في هذا المجال، وعملاً مسانداً لمؤسسات القطاع الخيري، لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من عملية (التسويق) وأدواته، حيث يضع الدليل إطاراً عاماً للحملات التسويقية في المؤسسات الخيرية، من خلال الاستقراء والتحليل والتقويم لبعض الحملات للمؤسسات العاملة في المجال الخيري، وبمشاركة القائمين على تلك الحملات والممارسين لها من خلال ورش عمل جماعية؛ ممّا يعطي أهمية كبيرة لهذا الدليل الذي يقدم فائدة ملموسة وعملاً مجرباً، متضمناً أهم التعليمات والضوابط والملاحظات التي وصل إليها المشاركون وأوصوا بها، وذلك في العديد من المحاور الأساسية في الحملات التسويقية؛ ومنها:

### 1. التخطيط الاستراتيجي للتسويق:

إذ إن هذه المرحلة من أهم مراحل الحملة وإحدى أهم أسباب نجاحها وتميزها، وعليها تتكئ المراحل اللاحقة، وتتوجه بتوجهها، ومن خلالها يتم الترتيب المطلوب واللائق للمستهدفات، والإجراءات، والاحتياجات، وآليات التواصل

#### 4. تقييم الحملات التسويقية:

#### توصيات المركز العالمي لدراسات العمل الخيري:

1. وفي هذا المحور يعرض الدليل العديد من الخطوات اللازمة التي تأتي متوِّجة لما تم في الحملة من أعمال في مختلف المراحل، ومن خلالها يمكن قياس مدى نجاح الحملة وتميزها أو ضعفها وقصورها، حيث أشار إلى أهمية القيام ببعض أنشطة التقييم والمتابعة المتمثلة في: تنفيذ ورشة عمل للتقييم الشامل، ونشر استطلاع رأي داخلي وخارجي، وإعداد دراسة تقييمية شاملة للحملة، ومن خلالها يمكن الخروج بخطة تقييم شاملة، بالإضافة -في هذه المرحلة- إلى أهمية تحديث دليل المشاريع، ومتابعة عملية التواصل مع المتبرعين، وعدم إغفال توثيق أدبيات الحملة وفعاليتها، وأرشفة كل ما يتعلق بها بالشكل المطلوب. وقد عرض الدليل المحاور السابقة كمرحلة لسير الحملة التسويقية من التخطيط حتى التقييم، وذلك بجدول تفصيلي اشتمل على عدة عناصر؛ كما في الشكل رقم (1).
  2. تعيين فريق مختص لإدارة الحملات، وتدريبه وتأهيله بشكل مستمر.
  3. الاطلاع بشكل دائم على كل جديد في هذا المجال من قبل المعنيين بالحملات.
  4. أن تكون وحدة التسويق شبيهة بوحدة مركز الاتصال في اطلاعها على كافة وحدات وإدارات المؤسسة ومشاريعها المختلفة؛ حتى تستوعب تماماً تلك الأنشطة والمشاريع، وتخطط لها ولأمثالها، وتتفادها بجودة عالية.
  5. أن يتم تشكيل فريق أو منتدى دائم للمؤثرين في شبكات التواصل؛ وليس فقط التواصل معهم وقت الحاجة.
  6. ضرورة اطلاع فريق الحملة قبلاً على الحملات المشابهة في المؤسسة وخارجها للاستفادة منها عملياً.
- واختتم الدليل - قبل التوصيات - بدراسة لحملة (أبشري يا الصومال)، والتي نفذتها جمعية العون المباشر عام 2017؛ إغاثة للشعب الصومالي الذي توالى عليه خمسة مواسم من القحط، وقد تم توثيقها كتجربة مميزة، كان من المهم مناقشتها والاستفادة منها على نطاق واسع، وفيها تم التعرض لمواطن القوة، والعوائق التي واجهت الحملة مع الحلول المقترحة، بالإضافة إلى أهم التساؤلات التي وُجّهت للقائمين عليها.

الشكل رقم (1)

المرحلة	الإجراء الرئيسي	المهام التفصيلية	الجهة المنفذة	الجهات المتعاونة
التخطيط الاستراتيجي	استحداث إدارة مختصة بالتسويق في المؤسسة.	1.1 إعداد تصوّر الهيكل التنظيمي والتوصيف الوظيفي. 2.1 رفع التصور لمجلس الإدارة للاعتماد والتفعيل. 3.1 اختيار الكوادر الوظيفية وتفعيل الإدارة.	الإدارة العليا	مجلس الإدارة- التخطيط- الموارد البشرية- تنمية الموارد
	استهداف التسويق في الخطة الاستراتيجية للمؤسسة.	1.2 إضافة التسويق المتميز لمجالات الخطة الاستراتيجية. 2.2 وضع أهداف التسويق ومؤشرات الأداء. 3.2 وضع الخطة التشغيلية لإدارة التسويق.	الإدارة العليا	التخطيط- التسويق- المشروعات- تنمية الموارد
التخطيط	وضع دليل العمليات والإجراءات للحملات التسويقية.	1.3 التواصل مع الإدارات والوحدات المعنية. 2.3 وضع دليل العمليات والإجراءات. 3.3 اعتماد الدليل وتفعيله.	اختصاصي السياسات والإجراءات	التسويق
	دراسة الاحتياجات الفعلية للمجتمع المستهدفة.	1.4 وضع النماذج واستطلاعات الرأس اللازمة للدراسة. 2.4 إجراء الدراسة خلال مدة لا تزيد عن شهرين. 3.4 تسليم الدراسة لإدارة التسويق.	مركز الدراسات (باحث مختص)	التسويق- المشروعات- المكاتب الخارجية
التخطيط	إعداد دراسة عن سلوك المتبرعين واتجاهات التبرع.	1.5 وضع النماذج واستطلاعات الرأس اللازمة للدراسة. 2.5 إجراء الدراسة خلال مدة لا تزيد عن شهرين. 3.5 تسليم الدراسة لإدارة التسويق.	مركز الدراسات (باحث مختص)	التسويق- العمل التطوعي- الاتصال- نظم المعلومات
	تطوير مهارات العاملين بالتسويق في المؤسسة.	1.6 إعداد برنامج تدريبي متخصص في التسويق. 2.6 اختيار المشاركين وتنفيد البرنامج التدريبي. 3.6 قياس العائد ورفع تقرير بالتقييم الشامل للبرنامج.	إدارة الموارد البشرية	التسويق- التخطيط
التخطيط	وضع آلية للتواصل الداخلي بين الإدارات المختصة.	1.7 إعداد تصوّر بآلية تحكم التواصل بين الإدارات. 2.7 استطلاع رأي الإدارات في الآلية ومراجعتها. 3.7 اعتماد الآلية من المدير العام وتفعيلها.	مكتب التخطيط	التسويق- الموارد البشرية
	وضع لائحة جوائز ومكافآت للمتبرعين في التسويق.	1.8 إعداد تصوّر باللائحة. 2.8 استطلاع رأي الإدارات المعنية ومراجعتها. 3.8 اعتماد الآلية من المدير العام وتطبيقها.	الموارد البشرية	التسويق- تنمية الموارد- العمل التطوعي

من معلومات تخص هذا المجال المهم؛ سنورد جزءاً منه في هذا العدد، بحيث نستكمل الجزء الآخر في العدد القادم إن شاء الله.

#### أهداف الدليل:

1. الارتقاء بالقدرة على تلبية الاحتياجات الإنسانية لعدد أكبر من الأشخاص.
2. الوقاية من الحوادث الأمنية والحد منها، والتي تسبب الأذى للعاملين بالمنظمات الإنسانية.
3. تحسين القدرة على مواجهة التحديات التي تطرحها البيئات الإنسانية الراهنة المتسمة بالتعقيد والتطور المستمر.
4. أداء المنظمات الإنسانية المهمة الموكلة إليها والاضطلاع بالأدوار المنوطة بها في المناطق المحفوفة بالمخاطر والسياقات غير الآمنة.
5. تحديد وتحليل المخاطر الرئيسية التي تحول دون ضمان وصول آمن للمستفيدين أثناء النزاعات المسلحة، وبيان طرق التعامل معها.
6. اعتماد نهج أكثر تنظيمياً لتعزيز أمن المنظمات الإنسانية وقدرتها على الوصول إلى المحتاجين.
7. التثقيف التوعوي الأمني للعاملين بالمنظمات الإنسانية حول آليات الإدارة الأمنية للعمليات الإنسانية، وكيفية إدارتها في بيئة النزاعات المسلحة.

#### منهجية العرض:

تعتمد منهجية عرض الدليل على:

1. عرض الأفكار بالرسوم التوضيحية المناسبة.
2. شرح المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالحالات الإنسانية في حالات النزاع المسلح بطريقة ميسرة.
3. تزويد المستخدمين لهذا الدليل بالعديد من المهارات والمواد الإضافية.
4. تعزيز البعد المعرفي والمهاري حول مفاهيم العمليات المتعلقة بالعمل الإنساني والوصول إليه في حالات النزاع المسلح.

#### أهم ما ورد في الدليل:

أولاً: أساسيات إدارة المخاطر الأمنية أثناء التدخل الإنساني في مناطق النزاعات المسلحة:

## نزهة بحثية



اسم الإصدار: إدارة المخاطر الأمنية أثناء التدخل الإنساني في حالة النزاعات المسلحة (دليل لكافة المنظمات الإنسانية)

إعداد: جمال محمود سامي الجبوري

رعاية: جمعية الإصلاح "لجنة الأعمال الخيرية" - مملكة البحرين.

لغة الكتاب: العربية

عدد الأجزاء: 1

عدد الصفحات: 79

الناشر: المركز الدولي للأبحاث والدراسات "مداد"

تاريخ النشر: 2016

لمحة عامة عن الدليل:

الدليل أحد مبادرات الملتقى الدولي للعمل الإنساني، حيث يشرف على تنظيم الملتقى لجنة تنظيمية دائمة تضم في عضويتها عدد من الجهات الخيرية، وقد صُمم الدليل لدعم المنظمات الإنسانية في مهامها وأدوارها الإنسانية، وخصوصاً عندما تعمل في مناطق محفوفة بالمخاطر.

ونظراً لأهمية استعراض مادة الدليل كاملة، وما تحتوي عليه

## 1. مفاهيم أساسية:

الأمنية والإدارية والتدريب.

**النزاع:** يحدث نتيجة تقارب أو تصادم بين اتجاهات مختلفة أو عدم توافق في المصالح بين طرفين أو أكثر؛ مما يدفع الأطراف المعنية مباشرة إلى عدم القبول بالوضع ومحاولة تغييره.

**الحس الأمني:** هو القدرة على استشعار الأخطار الأمنية والتنبؤ بوقوعها قبل حدوثها واقعياً؛ مما يمكن من وأدائها أو مواجهتها بما يتناسب مع أحداثها الحقيقية.

**منهج القبول (Acceptation):** يشير إلى بناء وتدعيم العلاقات الجيدة والموافقات؛ كجزء من استراتيجية إدارة الأمن مع الجماعات المحلية وأطراف النزاع وأصحاب المصلحة الآخرين، والحصول على موافقتهم واعتمادهم لوجود المنظمات الإنسانية وعملها.

**منهج الردع (Deterrence):** محاولة ردع الخطر بإقامة خطر مضاد في أقصى حالاته، عبر استخدام الحماية المسلحة؛ كجزء من الاستراتيجية الأمنية للمنظمة الإنسانية.

**منهج الحماية (Protection):** جميع الأفعال والوسائل التي تهدف إلى حصول الفرد على الاحترام الكامل لحقوقه؛ وفقاً لنصوص وروح الهيئات ذات الصلة بالقانون، بحيث يتم حماية حقوق الفرد في بيئة الصراع عبر مجموعة مختلفة من القوانين الوطنية والدولية.

**القانون الدولي الإنساني:** هو فرع من فروع القانون الدولي العام، ويتضمن قواعد ترمي في زمن النزاعات المسلحة -ولدواع إنسانية- إلى حماية الأشخاص الذين لا يشاركون في العمليات القتالية، أو الذين كفوا عن المشاركة فيها، وإلى وضع قيود على وسائل وأساليب القتال.

**الخصائص المميزة لاحتياجات المناطق المحفوفة بالمخاطر الأمنية:**

عوامل الانقسام داخل الأسر والمجتمعات المحلية؛ غالباً ما تكون أكثر بروزاً، مما يذكي الشكوك ويقوض إمكانية الوصول إلى شبكات الدعم الرسمية وغيرها، ومن ثم يزيد حالة الضعف.

كلما تصاعد مدُّ العنف وطال؛ تراجعت الخدمات العامة الاجتماعية والموارد اللازمة للحفاظ على الحياة، في الوقت الذي تزداد فيه الاحتياجات الإنسانية، وقد يسبب ذلك ضغطاً كبيراً على المنظمات الإنسانية وشركائها؛ لتوسيع نطاق قدرتها على تقديم المساعدة والحماية لعدد أكبر

■ **الخطر:** حادث احتمالي الوقوع، وعند وقوعه ينتج عنه نتائج غير مرغوبة، وقد يكون مُتعمداً أو بسبب إهمال، وأسبابه متعددة؛ مثل: السرقة، الحرائق، الزلازل، الحروب،... إلخ.

■ **إدارة المخاطر المؤسسية:** عملية تقوم على نطاق منظمة بأكملها؛ لتحديد المخاطر التي يمكن أن تؤثر على تحقيق أهدافها، وتحليلها، وتقييمها، ومعالجتها، ورصدها، على نحو مهيكّل ومتكامل ومنهجي، ويمكن أن تكون على أشكال متعددة؛ مثل: مخاطر الأمن، مخاطر قانونية، مخاطر مالية،... إلخ.

■ **الأمن:** عدم التعرض للخطر أو الأذى بسبب أعمال مُتعمدة؛ مثل: مناطق النزاع المسلح.

■ **المناطق المحفوفة بالمخاطر والسياقات غير الآمنة:** وتشمل مجموعة واسعة من الحالات؛ تتراوح بين الحالات المؤثرة بلا عنف وصولاً للحالات التي تشهد مظاهر عنيفة.

■ **الوصول الآمن للعاملين:** مجموعة من الإجراءات والتدابير المتخذة للتأهب والاستجابة للتحديات وتحديد الأولويات حسب السياق؛ للحد من المخاطر التي قد تعترض العاملين، ولأجل كسب الثقة لدى المحتاجين من الأفراد والمجتمعات المحلية، ولدى من يتحكمون أو يؤثرون في الوصول إليهم.

■ **الأزمة:** مجموعة من الأخطار الكبيرة والمتتالية، والتي تؤثر سلباً في أداء المنظمة الإنسانية أو الأفراد العاملين، وتؤدي إلى توقف تقديم الخدمة جزئياً أو كلياً، وتمثل نقطة تحول تحدد في ضوءها أحداث المستقبل.

■ وتختلف الأزمة عن الخطر؛ من حيث إن الأزمة تعبر عن وقوع الضرر فعلاً، بينما يعبر الخطر عن احتمال وقوع ضرر.

■ **إدارة المخاطر الأمنية في الميدان:** تتلخص في تقييم السياق الميداني، وتحديد المخاطر المحدقة بالعاملين والعمليات والممتلكات، وتحليلها، وتنفيذ استراتيجيات وتدابير للتخفيف من وطأة المخاطر؛ للحد من احتمال وقوع أي حادث غير مرغوب فيه، والحد من عواقبه.

■ **الحماية:** جميع العمليات التي تهدف إلى تأمين كامل حقوق الأفراد؛ وفقاً لنص القوانين ذات الصلة.

■ **مقدم الرعاية الخاص/المقاول/ الشركة:** هيئة أو منظمة خاصة تقدم خدمات أمنية بأجر، وتشتمل على الاستشارة

ويتسم وضع العاملين الإنسانيين في بيئة من هذا النوع بما يأتي:

- الحاجة المؤكدة للعمل الإنساني؛ مع صعوبتها جداً.
- ارتفاع مستوى المخاطر بدرجة كبيرة، وربما يصل لحد لا يمكن قبوله.

■ تقييد صارم للقدرة على العمل.

■ ارتكاز الأمن على عناصر تقنية؛ مثل: الحماية الفعلية.

#### 4. الخطوات الرئيسية لعملية الإدارة الأمنية:

وتتلخص على التوالي في: تشكيل فريق العمل، تحديد المخاطر الأمنية، تقييم المخاطر الأمنية، ترتيب المخاطر حسب الأولويات، تخطيط الاستجابة للمخاطر، الاستجابة للمخاطر الأمنية، تقييم الخطة الأمنية.

#### 5. الجهات الفاعلة في تأمين التدابير الأمنية:

تتوزع مسؤولية تأمين التدابير الأمنية الوطنية بين جهتين أساسيتين؛ هما:

- السلطات الحكومية المحلية؛ من خلال: الشرطة، الجيش، قادة العشائر، السلطات التقليدية.
- منظمات وشركات دولية؛ ومنها: بعثات حفظ السلام، والشركات الأمنية.

أما على المستوى الدولي؛ فهناك ترتيبات قد تلجأ إليها الدول أو بعض المنظمات؛ وتتمثل في: توظيف استشاري أمن عام، توظيف مستشاري أمن إقليميين، الدمج والتكامل في نظام الإدارة.

#### 6. العوامل التي تسهم في عدم أمن العمليات الإنسانية:

- ضعف في تطبيق بعض مبادئ العمل الإنساني؛ كالاستقلالية، والنزاهة، والحياد.
- سوء تنسيق جهود الاستجابة بين المنظمات الإنسانية الفاعلة.
- نقص الوعي والتدريب الأمني لبعض العاملين الإنسانيين، وعدم تطبيقهم قواعد وإجراءات الأمن والسلامة المتعارف عليها.
- نقص المواد الأمنية والتجهيزات؛ كالاتصالات.
- نقص الخبرة في تحليل القضايا الأمنية.
- قيام بعض المنظمات الإنسانية بمخاطرات غير ضرورية؛ قد تؤثر على مجتمع المساعدات ككل.

من الأشخاص، في سياق أمني تحف به التحديات الأمنية.

- بعض بيئات النزاعات المسلحة التي يعمل بها العاملون الإنسانيون؛ لا تؤمن ولا تراعي مبادئ العمل الإنساني؛ كالحياضية والاستقلالية؛ مما يعرضهم للخطر الأمني.

#### 3. طبيعة النزاعات التي يمكن أن تواجه المنظمات الإنسانية:

##### ● النزاعات المسلحة الدولية:

وتُعد أبسط الحالات نسبياً بالنسبة للعاملين في المجال الإنساني، للعديد من الأسباب؛ منها: وضوح طرفي الصراع، تميز كل طرف بزي عسكري محدد، معرفة الخطوط الأمامية، انتظام القوات المسلحة في تسلسل قيادي منظم، سهولة العثور على نقطة الاتصال التي يمكن من خلالها إخطار جميع الأطراف بمواقع العاملين وتحركاتهم، إمكانية ظهور المنظمات الإنسانية بمظهر واضح، إدراك أطراف النزاع عمومًا التزاماتها بموجب القانون الدولي الإنساني.

وتتحدد ملامح النزاعات الدولية بالنسبة للعاملين في المجال الإنساني على النحو الآتي:

- كون المهام إنسانية كلاسيكية.
- مستوى المخاطر منخفض نسبياً.
- حجم العقوبات أمام العاملين أقل.
- توافر عوامل مقوية للأمن.

##### ● النزاعات المسلحة غير الدولية:

وفيها يلتزم كل طرف -كحد أدنى- بتطبيق الأحكام الإنسانية الأساسية للقانون الدولي، وتتحدد ملامح النزاعات الدولية بالنسبة للعاملين في المجال الإنساني على النحو الآتي:

- تستمر المهام الإنسانية الكلاسيكية.
- يتعرض العاملون لدرجة أعلى من المخاطرة.
- تكون الأحداث أقل قابلية للتنبؤ، قد تزداد صعوبة ترتيب عمليات الاتصال.
- تزداد العقوبات والقيود والمفاوضات المعقدة، بالإضافة للمزيد من الضوابط والتأخير.
- يظل من المهم الحصول على معلومات جديدة بالثقة، وتحقيق الاعتراف والقبول.

##### ● التوترات والاضطرابات الداخلية:

وتتدرج تحت المستويات المنخفضة من العنف الداخلي، وهي غير مشمولة بالقانون الدولي الإنساني؛ وإنما بالقانون والمعايير الدولية لحقوق الإنسان، والقانون الوطني للدولة،

## ملف العدد

### التبرعات الإلكترونية في مجال العمل الخيري

مع الاتجاه لرقمنة التبرعات والعمل الخيري، زادت عدد المنصات والتطبيقات الخاصة بالتبرع الإلكتروني بطريقة ملحوظة، ومع ظروف جائحة كورونا (Covid - 19) أصبح الأمر أكثر ضرورة وإلحاحاً، حيث دعمت عدد كبير من الجهات الخيرية استراتيجيتها لتجمع بين التبرع التقليدي والتبرع الإلكتروني، وجدير بالذكر أن تلك المنصات والتطبيقات سمحت للجهات الخيرية بجمع التبرعات بسرعة وفعالية، كما أنه من المهم الوضع في الاعتبار أنها ليست جميعها مجانية، أو فعالة، خاصة مع تنوعها وكثرتها، وهو ما يجعل من الأهمية أن تقوم كل منظمة أو جهة خيرية بالتحقق من المنصة أو التطبيق الأكثر ملائمة لها، سواء من حيث خصائصه أو أسعاره أو فعاليته.

وهناك نماذج عديدة على المنصات والتطبيقات الخاصة بالتبرع الإلكتروني، وكانت منصة JustGiving واحدة من أولى منصات جمع التبرعات عبر الإنترنت، حيث جمعت أكثر من 4 مليارات جنيه إسترليني للجمعيات الخيرية منذ إطلاقها في عام 2001، واعتباراً من مارس 2019، تنازلت الشركة عن نسبة 5% من رسومها لصالح المتبرعين الذين يقدمون مساهمة طوعية لدعم المنصة.

هناك أيضاً منصة CAF Donate التي أنشأتها مؤسسة Charities Aid Foundation (CAF)، ومن خلالها يمكن للمستخدم إنشاء نماذج وأيقونات للتبرع عبر الإنترنت وإضافتها بسهولة إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمستخدم أو الجهة الخيرية، أو حتى إضافتها لرسائل البريد الإلكتروني أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً الفيسبوك، وسيحتاج هذا الأمر أولاً الاشتراك في الأداة الخاصة بالمنصة والمتعلقة بإعداد التقارير، التي يُطلق عليها "لوحة معلومات CAF Charity Dash-board"، والتي من خلالها يمكن وصول المستخدم إلى تقارير متعمقة حول حملته، والمتبرعين، والتبرعات،

وقد قامت أكثر من 5000 مؤسسة خيرية ما بين صغيرة إلى متوسطة باستخدام المنصة لجمع التبرعات وتتبعها، وفي عام 2018 فقط جمعت المنصة أكثر من 27 مليون جنيه إسترليني

لصالح الجمعيات الخيرية في المملكة المتحدة.

ومن بين المنصات ذات الشهرة الواسعة منصة Crowd-funder، والتي بدأت منذ عام 2010، وساعدت 80000 من الأفراد والمؤسسات الخيرية والشركات والمشاريع المجتمعية على جمع أكثر من 70 مليون جنيه إسترليني حتى 2021.

وتستخدم المنصة مجموعة متنوعة من الأشخاص والمؤسسات، بهدف جمع الأموال لأي سبب، وهو ما يجعل لها رسوماً متفاوتة بحسب الهدف من جمع التبرعات، وبالنسبة للجمعيات الخيرية، تتنازل المنصة عن أي رسوم ممكنة تتحصل عليها منها، ومن ثم فإن عملية جمع التبرعات التي تتم تكون مجانية.

أما منصة Virgin Money Giving فهي عبارة عن منصة غير ربحية تم إنشاؤها عام 2009؛ لمساعدة المؤسسات الخيرية في جمع المزيد من التبرعات عبر الإنترنت، والتي ساعدت ما يقرب من 18000 مؤسسة خيرية بريطانية و890 ألف متبرع على جمع أكثر من 685 مليون جنيه إسترليني، وتقدم مزايا رئيسية للجمعيات الخيرية، تتمثل في:

- خدمة جمع التبرعات لأحداث كاملة (مؤتمرات، أنشطة، فعاليات).
- الأنشطة التسويقية.
- الدفع الأسبوعي للتبرعات الخاصة بالجمعيات الخيرية.
- إصدار التقارير وبيانات جمع التبرعات.

- تقديم خدمة "مكتب المساعدة" للمشورة والرأي، وإدارة الحساب.

كما توجد منصة Kindful، التي ظهرت منذ عام 2012، والملائمة للمنظمات غير الربحية التي تريد نظاماً مرناً لإدارة المتبرعين، وتوفر أدوات مدمجة

لجمع التبرعات عبر الإنترنت، حيث يمكن استخدام أكثر من 40 أداة أخرى من أفضل أدوات جمع التبرعات، والتي تتكامل بطريقة توفر للمنظمة أو الجهة أفضل الأفكار عن المتبرعين.

كما توجد منصات أخرى مثل: Classy، وHandbid، وQgiv، وFundraise Up، وRaiseDonors، وGiving، وFuel، وiDonate، وGoFundMe Charity، وغيرها من





## المنصات والتطبيقات.

لمزيد من المعلومات، برجاء الاطلاع على الروابط التالية:

- <https://www.justgiving.com/>
- <https://www.cafonline.org/charities/caf-charity-dashboard-home>
- <https://www.softwareadvice.com/nonprofit/online-fundraising-platforms-comparison/>
- <https://idonate.com/>
- <https://kindful.com/blog/best-online-fundraising-platforms/#classy>
- <https://uk.virginmoneygiving.com/giving/>



وهناك مواقع عديدة تقوم بتقييم ومقارنة منصات التبرعات الإلكترونية، الأمر الذي يعكس كثرتها على اختلاف أهدافها والجهات المستهدفة منها سواء صغيرة أو كبيرة أو حتى بخلاف أسعارها، ومن بين تلك المواقع موقع softwareadvice الذي يُتيح للمؤسسة أو المستخدم أو حتى المتبرع الاطلاع على منصات التبرع الإلكتروني بتقييماتها بحسب الهدف منها والمؤسسات الموجهة لها.

 <b>1 mission</b> to tackle society's challenges	 <b>£100 million</b> raised so far by crowdfunding projects	 <b>1 million</b> supporters in our community & growing
 <b>£5 million+</b> In extra funding available for projects	 <b>267,000</b> Projects added on Crowdfunder to date	 <b>70</b> Partners working together with Crowdfunder

وعلى الرغم من الانتشار الواسع لتلك المنصات، إلا أن هناك تحديات لا تزال تواجه الجهات الخيرية في تبني العمل بتلك المنصات، على رأسها افتقاد المواقع الاحترافية، وافتقادها للمال والخبراء اللازمين لتطوير مواقعها بالشكل اللازم الذي يدعم التبرع الإلكتروني، وكذلك مدى القدرة على إدارة النمو السريع لجمع التبرعات إلكترونياً، مع المحافظة على إدارة علاقة المتبرعين، والتواجد المستمر للإجابة على استفساراتهم، خصوصاً في ظل رغبة بعض المتبرعين في متابعة مشاريعهم وأثر تبرعاتهم، إن ضرورة احترام الجهات الخيرية لأدوات التبرعات الإلكترونية أصبح مهماً في ظل الأوضاع الراهنة، إذ لا يقتصر الأمر على مجرد إنشاء رابط وإرساله، فهذا المجال أصبح واسعاً ومتعدد الخدمات والأعمال، ولهذا نجد أنه تم تأسيس وإطلاق عدد من المواقع والمنصات والخدمات.

## قامات إنسانية

ولد في الكويت عام 1953، وهو أحد المفكرين الإسلاميين، وأحد رواد التربية والثقافة الإسلامية.

حصل على البكالوريوس في إدارة الأعمال من جامعة بيروت العربية عام 1988، وعلى الماجستير في الدراسات الإسلامية عام 1994، وعلى الدكتوراه في الإدارة الإسلامية من جامعة كراتشي عام 2008.

### الأعمال السابقة:

- الوكيل المساعد للتسيق الفني والعلاقات الخارجية والحج بوزارة الأوقاف.
- الوكيل المساعد لشؤون القرآن الكريم والدراسات الإسلامية والحج بوزارة الأوقاف.
- عضو مجلس أمناء جامعة إفريقيا، السودان.
- ممثل الكويت في مبادرة تحالف الحضارات في الأمم المتحدة.

### الأعمال الحالية:

- أمين سر الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية.
- عضو الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين.
- عضو رابطة الأدب الإسلامي العالمية.
- عضو مجلس الإدارة بالهيئة العالمية للوسائل التقنية -الرياض.
- رئيس الوقف الهولندي- أمستردام- هولندا.
- نائب رئيس مجلس أمناء المؤسسة الثقافية الاجتماعية- سويسرا.
- عضو مجلس أمناء وقف أمانة الإيمان، شفيلد- إنجلترا.
- عضو مجلس أمناء جامعة فطاني الإسلامية ومستشار رئيس الجامعة- تايلاند.



مطابق  
راشد  
القرابي

## التعرف على موجات الأزمات وجهاً نظر قادة المؤسسات الخيرية

### التخطيط للمستقبل

ثلثا الجمعيات الخيرية واثقون من قدرتهم على تلبية الاحتياجات خلال الـ 12 شهراً القادمة

### التقنية

يتبنى ثلث قادة المؤسسات الخيرية بشكل متزايد جمع التبرعات عبر الإنترنت

### الحكومة

85% يتوقعون أن تقوم المؤسسات الخيرية بسد الثغرات في القطاع العام

### التأثير

يصف 1 من كل 3 قيود فيروس كورونا كأحد التحديات الأكثر إلحاحاً

### التحديات

يمثل الدخل والاستدامة التحدي الأكبر لأكثر من نصف المؤسسات الخيرية

### صوّح قادة المؤسسات الخيرية بالعقبات والتحديات التي تواجهها المؤسسات الخيرية في الوقت الراهن، والمتمثلة في:

جائحة كوفيد - 19 (33%). أما إدارة قيود التباعد الاجتماعي (33%) فيعتبر ثاني أكبر التحديات في القطاع، وجزير بالذكر أن العديد من المؤسسات الخيرية، لن تتمكن من التغلب على هذه التحديات بسهولة، والذي تم التوصل إليه من خلال بحث منفصل أجراه CAF والذي وجد أن ثلثي المؤسسات الخيرية تتوقع الاضطرار إلى تقليص خدماتها في الأشهر الثلاثة المقبلة كنتيجة مباشرة أو غير مباشرة لتدابير الإغلاق.

### ثلث المؤسسات الخيرية تعتمد بشكل متزايد على جمع الأموال عبر الإنترنت:

ثلاثة أرباع قادة المؤسسات الخيرية (77%) يعتقدون أن التغيير التكنولوجي وثيق الصلة بمنظمتهم بينما أربعة من كل (10) بما يعادل (40%) لديهم استراتيجية محددة للتعامل مع التغيير التكنولوجي. يقول واحد فقط من كل خمسة (18%) من قادة المؤسسات الخيرية إنهم يعرفون كيفية القيام بفاعلية بجمع التبرعات عبر الإنترنت، بينما يقول واحد من كل ثلاثة (34%) إنهم يتبنون هذه الطريقة بشكل متزايد في جمع الأموال. ووجدت أبحاث أخرى من CAF مع جمعيات خيرية أن حوالي ثُمس المؤسسات الخيرية قد استغلت الأزمة لتسريع خططها لجمع التبرعات عبر الإنترنت، لكن واحدة من كل عشرة لم تكن قادرة على تحمل تكاليف التكنولوجيا اللازمة.

### تخطط العديد من المؤسسات الخيرية لتنويع تدفقات دخلها:

في حين أن ثلاثة من كل خمسة من قادة المؤسسات الخيرية (63%) متفائلون بشأن مستقبل منظمتهم، إلا أن القليل منهم متفائل بشأن مستقبل القطاع الخيري بشكل عام (28%) أو بشأن آفاق الدعم المستقبلي من الجمهور (46%) أو الحكومة (4%). خلال الأثني عشر شهراً الماضية، استثمرت العديد من المؤسسات الخيرية أيضاً في تكنولوجيا المعلومات (46%) و/ أو زادت من تواجدها على وسائل التواصل الاجتماعي (53%). مع وجود خطط لنحو نصف هذه المؤسسات الخيرية بسبب الوباء.

بالإضافة إلى ذلك، تعاون أكثر من نصف قادة المؤسسات الخيرية مع منظمات أخرى غير هادفة للربح (55%)، على الرغم من أن هذا لم يكن يدافع ظروف جائحة كوفيد - 19، ويتوقع غالبية قادة المؤسسات الخيرية (63%) أن يزداد تطلب على مؤسساتهم، ولكن معظم هؤلاء (69%) لديهم ثقة في أن مؤسساتهم ستكون قادرة على تلبية هذا الطلب. تخطط العديد من المؤسسات الخيرية لتنويع مصادر التمويل (47%)، وزيادة اتصالاتها (43%) وزيادة تواجدها على وسائل التواصل الاجتماعي (43%) على مدار الـ 12 شهراً القادمة، ويقول نصف هذه المؤسسات الخيرية إن هذا نتيجة مباشرة لجائحة كوفيد - 19.

### آثار جائحة كوفيد - 19 تتجاوز الأزمة في القطاع المالي:

تصل نسبة الجوانب العملية للقدرة على العمل بطريقة آمنة في ظل

طويل المدى حتى بعد رفع قيود التباعد الاجتماعي، بالإضافة إلى المخاوف بشأن الدخل والعمل التطوعي، أماد أكثر من نصف قادة المؤسسات الخيرية أن المستفيدين منهم تأثروا سلباً بالوباء أكثر من عامة السكان، ومن بين هؤلاء، قال ثلاثة أرباعهم (76%) أن المستفيدين منهم يعانون من العزلة الاجتماعية مما أثر على صحتهم النفسية، وأفاد ثلثاهم (65%) أن المستفيدين منهم لم يتمكنوا من الوصول إلى خدمات الدعم، ويقول نصفهم (54%) أن المستفيدين لديهم دخل أقل، أو من المرجح أن يكون لديهم دخل أقل في المستقبل، وقال النصف (51%) إن صحة المستفيدين منهم قد تأثرت بفيروس كورونا.

### يتوقع معظم قادة المؤسسات الخيرية ألا يُنظر إليهم على أنهم مهمون في التخطيط للأزمات المستقبل:

توافق الغالبية العظمى من قادة المؤسسات الخيرية (85%) على أنه خلال السنوات الخمس المقبلة، من المتوقع أن تقوم المؤسسات الخيرية بسد الثغرات في القطاع العام، وأكثر من النصف (57%) يعتقدون أن الحكومة ستنتظر للجمعيات الخيرية على أنها وسيط حيوي بالمجتمعات المحلية، ومع ذلك، وافق ثلاثة فقط من كل (10) نسبة (29%) على أنهم سيُنظر إليهم على أنهم مصدر مهم لمعرفة الواقع في التخطيط للأزمات المستقبلية.

### أكبر التحديات التي تواجه الجمعيات الخيرية:

ويقول أكثر من نصف قادة المؤسسات الخيرية (55%) أن الحصول على الدخل وتحقيق الاستقرار المالي هو أحد أكبر ثلاث تحديات تواجهها المؤسسات الخيرية، وذلك على الرغم من أن ثلاثة من كل (10) بما يعادل (28%) يقولون أن لديهم الآن إمكانية أكبر للوصول إلى الأموال غير المقيدة مقارنة بقبل الجائحة. ويقول ثلث من كل (10) مؤسسات خيرية إنها تأثرت بتوجيه كبار المتبرعين لمنهم الاعتيادية لتوجيهها إلى ما يتعلق بجائحة كوفيد - 19، ومن بين هذه المؤسسات الخيرية، أكثر من النصف (58%) قدموا طلباً للحصول على منح كبيرة، ولكن تم تأجيلها بسبب جائحة كوفيد - 19، ولا يعرفون متى أو ما إذا كان سيتم إعادة فتحه أم لا، بالإضافة إلى ذلك، لم يتمكن النصف (52%) من تحديد مقدار التمويل الكافي من أجل إدارة عملياتهم العادية خلال العام المقبل.

وعلى خلفية التباعد الاجتماعي المستمر، ترتفع القيود والمخاوف بشأن الحفاظ على المشاركة التطوعية بشكل كبير - حيث وضع ثُمس قادة المؤسسات الخيرية (21%) الآن هذا في أعلى ثلاث تحديات مقارنة بنسبة (7%) في عام 2019. وقد أظهر استطلاع عام منفصل أجراه CAF أن معدلات التطوع قد قلت بالفعل، خاصة خلال أول ثلاثة أشهر من بداية انتشار الجائحة، وتظل أقل من المتوسط. مع وجود بعض أعلى معدلات التطوع التي غالباً ما توجد بين كبار السن، والذين هم أكثر عرضة لخطر الإصابة بـ فيروس كورونا، فقد يمثل الوباء تحدياً

## المركز العالمي لدراسات العمل الخيري

الرؤية: 

”مرجع عالمي في دراسات العمل الخيري والإنساني“.

الرسالة: 

”خدمة العمل الخيري والإنساني وتطويره من خلال البحوث والدراسات المتخصصة“.

القيم: 



الأهداف: 

1. تطوير العمل الخيري والإنساني والارتقاء بالجودة في مختلف مجالاته.
2. دعم صنّاع القرار عبر توفير المعلومات ذات الصلة في الوقت المناسب.
3. نشر ثقافة العمل الخيري والإنساني والتطوعي بين شرائح المجتمع كافة.
4. تعزيز مكانة العمل الخيري والإنساني والتعريف بمنجزاته لدى الرأي العام.
5. صناعة التكامل بين القطاع الخيري والإنساني وخطط التنمية المجتمعية.
6. استشراف مستقبل العمل الخيري والإنساني بما يخدم المجتمعات.

رئيس مجلس الإدارة  
د. عبد الله معتوق المعتوق

المدير العام  
بدر سعود الصميط

رئيس التحرير  
عبد الرحمن عبد العزيز المطوع  
مشرف المركز

أسرة التحرير

د. رضا السيد العشماوي  
مدير المركز

د. سامر رضوان أبو رمان  
مستشار استطلاعات الرأي

د. محمد علي علي السبأ  
اختصاصي دراسات

أ. سارة يحيى عبد المحسن  
باحث متخصص

# من إصدارات المركز

## من إصدارات المركز:



مؤشر الجوع  
العالمي 2018



كيف تدير  
أزمة بفاعلية



الواقع النفسي  
للمرأة اللاجئة



تقرير الاتجاهات  
العالمية للتبرع



حرائق غابات الأمازون



مركز رصد النزوح الداخلي  
2018



الثقة في  
مواجهة التشكيك



دليل إدارة  
الحملة التسويقية



خلاصات معرفية



نشرة أثر



برامج التحقق من خلفية  
الجهات والأفراد



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية  
International Islamic Charity Organization

المركز العالمي  
لدراسات العمل الخيري  
Global Center  
for Philanthropy Studies



تسعدنا مشاركتك ..  
وتصلنا مباشرة ..

1808 300  
www.iico.org

GCPSICO