

دراسة واقع

المواقف الإلكترونية

للمنظمات الخيرية في المملكة العربية السعودية
2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

هذه الدراسة من إعداد



تسعى مؤسسة التقنية المباركة لتمكين المنظمات الخيرية في الوطن العربي من استخدام تقنية المعلومات بكفاءة لتحقيق أهدافها وتعظيم أثرها. نحن نؤمن أن التقنية هي ممكن للمنظمات الخيرية، تساعد على تعظيم أثرها الاجتماعي، بالإضافة لخلق فرص جديدة لتحقيق غايات هذه المنظمات.

وبدعم سخي من



وقف مؤسسي يسعى لزيادة أجر الواقفين، من خلال دعم وتطوير القطاع الخيري، لبناء أسوة حسنة وتنمية مستدامة، وفق منهجية علمية ومبادرات نوعية وشراكات فاعلة.

مقدمة:

أصبحت المواقع الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من أي كيان قائم على الأرض، فالموقع الإلكتروني هو الواجهة الافتراضية للجهة في عالم الانترنت وأحد أهم قنوات التواصل بين الجهة وعملائها. لذلك أعنت كثير من المؤسسات عناية بالغة بمواقعها الإلكترونية.

محاولة منا لتسليط الضوء على واقع المنظمات الخيرية في المملكة العربية السعودية في مجال المواقع الإلكترونية، قمنا بعمل تقييم لواقع هذه المواقع رغبة في مساعدة المنظمات على تقييم مواقعها بشكل أفضل وتوضيح مواطن الخلل للعمل على تحسينها والرقى بها.

كما نود أن نشكر وقف سعد وعبدالعزیز الموسى على دعمهم السخي لهذه الدراسة، وإسهامهم في النهوض التقني بالمنظمات الخيرية.

سائلين المولى عز وجل أن ينفع بما كتبناه، وأن يساهم في تطوير واقع المواقع الإلكترونية في القطاع الخيري.

فريق العمل:

م. صالح ياسر الغامدي

م. تركي رجبان الشمري

عمر طلال آل ثابت

منهجية الدراسة:

هذه الدراسة هي محاولة لتسليط الضوء على واقع مواقع المنظمات الخيرية في المملكة. فقد تم اختيار ٤٧٨ منظمة كعينة أولية للدراسة. للبحث عن روابط المواقع الإلكترونية لهذه المنظمات، وقد تم اعتماد أربع طرق رئيسية:

- البحث في حسابات المنظمة في الشبكات الاجتماعية (تويتر، انستقرام، فيسبوك، يوتيوب).
- البحث في دليل الجمعيات الخيرية المقدم من المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد).
- البحث في موقع بوابة الخير الشامل.
- البحث في محرك البحث جوجل باسم المنظمة.

بعد عملية البحث، تم استبعاد المنظمات التي لا تمتلك موقعاً إلكترونياً، أو التي لا يعمل موقعها الإلكتروني، ليصبح عدد المنظمات ٢٥٠ منظمة خيرية سعودية مثلت عينة الدراسة. تم تقسيم هذه العينة إلى ثماني مجموعات بناء على طبيعة نشاطها: وافية ومأنحة، لجان تنمية، صحة وطنية، دعوة وإرشاد، جمعيات بر، تعليمية وثقافية، تعليم قرآن، واجتماعية (مثل جمعيات والأيتام ونحوها).

تم اعتماد مجموعة من المعايير لتقييم المواقع الإلكترونية للمنظمات. يمكن الاطلاع على قائمة المعايير وشروحها في ملحق الدراسة. تم تقييم مواقع المنظمات يدوياً بالدخول للصفحة و تقييمها، بالإضافة إلى استخدام الكود المصدري للموقع الإلكتروني عند الحاجة.

واجهنا في هذه الدراسة بعض الصعوبات، مثل:

أولاً: عدم وجود قاعدة بيانات شاملة للجهات في المملكة العربية السعودية دفعنا للبحث يدوياً عن مواقع هذه الجهات في أكثر من مكان، إن وجود قاعدة بيانات شاملة يسهل على الباحثين عملهم ويوفر لهم فرصاً أفضل في الحصول على بيانات ممثلة للدراسة.

ثانياً: عدم وجود دراسات حديثة عن واقع مواقع المنظمات الخيرية العربية يمكن الرجوع إليها أو الإحالة عليها.

” موقع المنظمة هو واجهتها
الإعلامية، بل هو المنظمة نفسها
على الإنترنت. “



http://www.

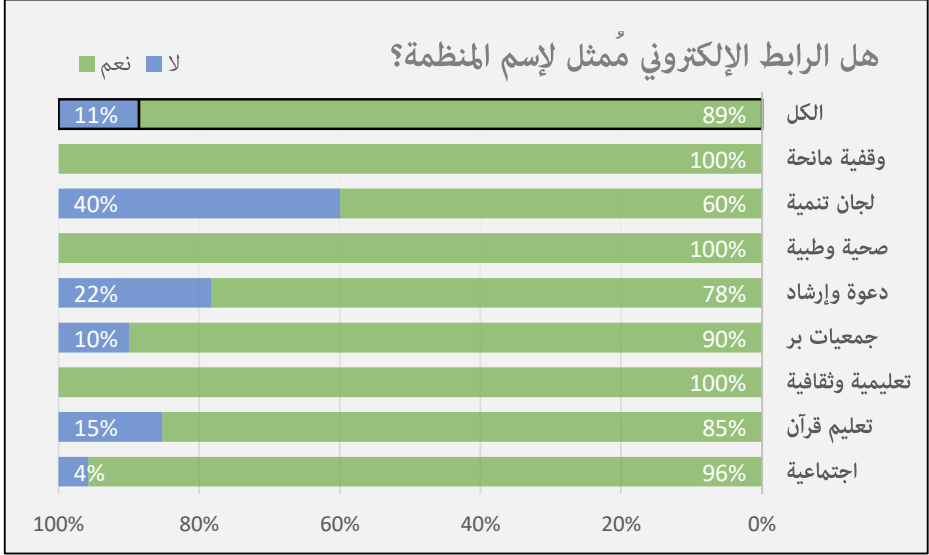


الفصل الأول:

رابط الموقع الإلكتروني

١. تمثيل الرابط لاسم المنظمة:

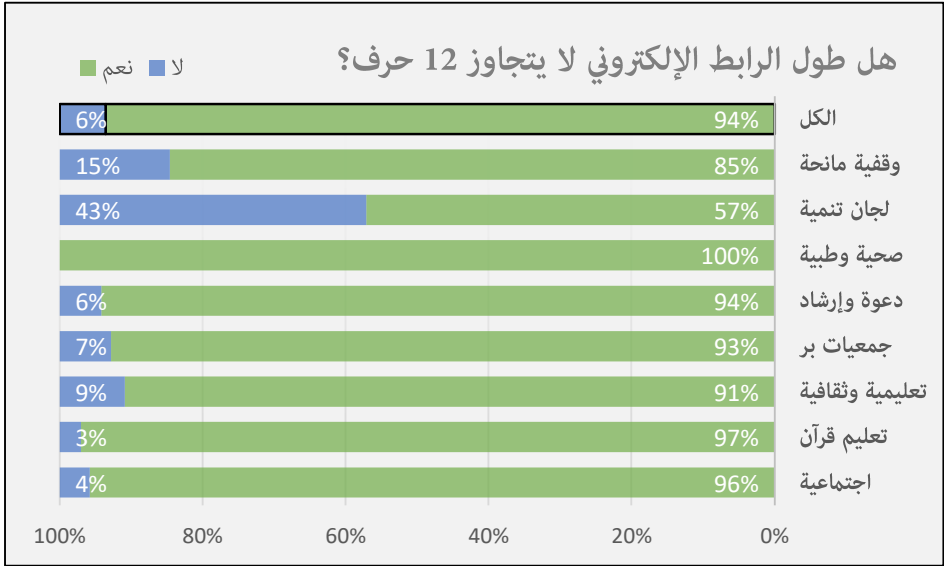
أول ما يواجه المستخدم أو المتبرع عند محاولته الوصول لأي جهة هو عنوان الرابط الإلكتروني. ولذلك تحرص كثير من الجهات على اختيار اسم يوافق اسمها أو يعبر عن طبيعة نشاطها، لزيادة موثوقية المنظمة وتعزيز صورتها لدى متصفح الموقع.



- حوالي ٩٠% من مواقع المنظمات المشمولة بالدراسة تحمل رابطاً يمثل اسم المنظمة.
- قاد هذه النسبة كل من المنظمات التعليمية والثقافية، الصحية، والمنظمات المانحة، حيث أن جميع هذه المنظمات كان لها رابط إلكتروني ممثل لاسم المنظمة وطبيعة نشاطها.
- من كل عشر مواقع للجان تنمية، هناك أربعة مواقع بروابط لا تمثل اسم اللجنة أو طبيعة نشاطها.

٢. طول الرابط الإلكتروني:

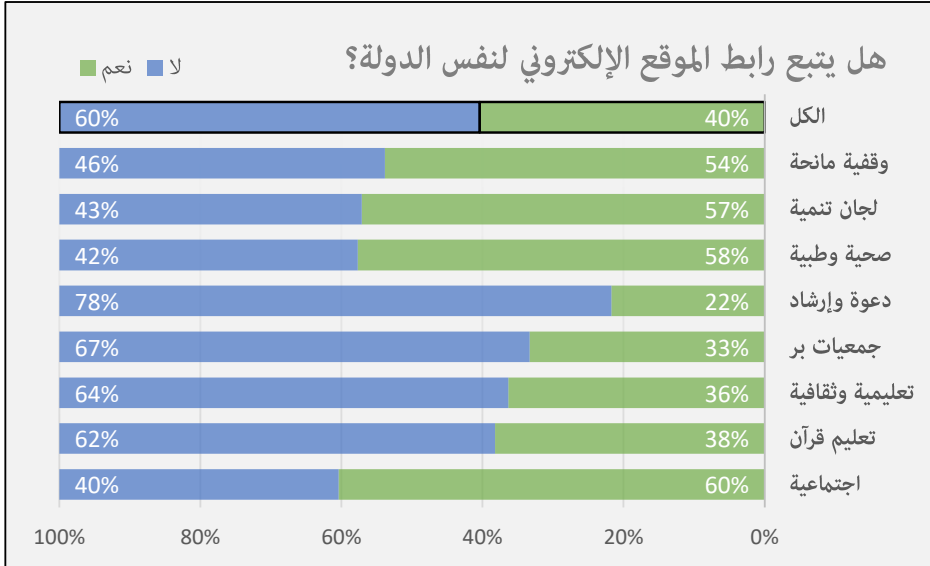
كلما كان رابط المنظمة الإلكتروني مختصراً وبسيطاً ودالاً على اسم المنظمة كلما كان أسهل للحفظ والاستذكار، لذلك حرصت الدراسة على تقييم طول الرابط الإلكتروني للمنظمات باختيارها لـ ١٢ حرفاً كحد مقبول لطول الرابط.



- يوجد حوالي ٦% من منظمات القطاع الخيري يتجاوز طول الرابط الإلكتروني عن ١٢ حرفاً.
- بلغت عدد المنظمات الصحية التي تمتلك رابطاً طوله أقل من ١٢ حرفاً ما نسبته ١٠٠%.
- لجان التنمية الاجتماعية تعاني من سوء في اختيار طول الرابط بنسبة ٥٨% من إجمالي المنظمات.
- لاختيار اسم مناسب لموقع منظمك ننصح بالرجوع إلى مقال "٤ خطوات هامة قبل اختيارك لنطاق موقعك الإلكتروني" <http://www.mozn.ws/7386>

٣. تبعية الرابط الإلكتروني للدولة:

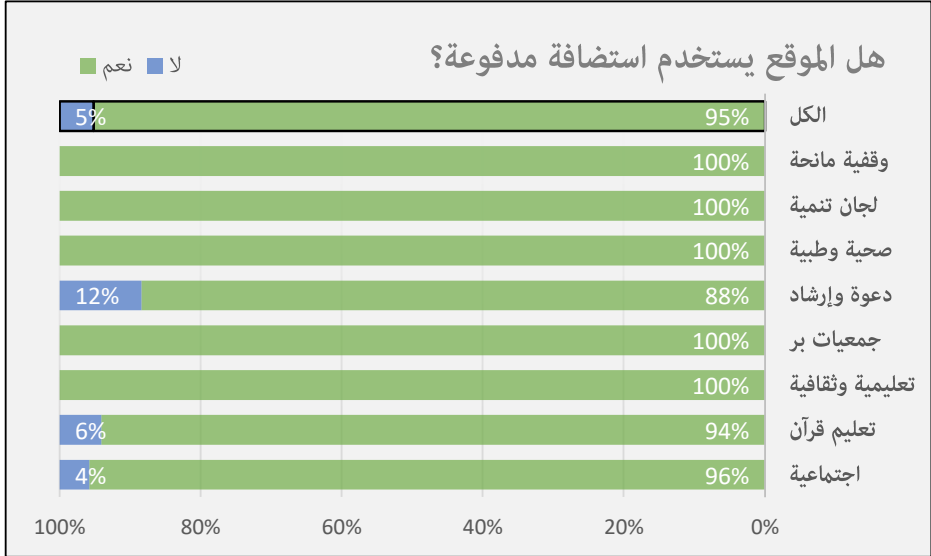
الروابط الإلكترونية التي تمتلك رمز الدولة في آخرها تأخذ الطابع الرسمي بشكل أكبر من غيرها، فتزيد بذلك ثقة المتبرع والمستفيد. خاصة أن الحصول على هذا الأمر أصبح أمراً سهلاً للمنظمات الرسمية في الدولة.



- تمكنت ٤٠ % فقط من المنظمات لمشمولة بالدراسة تمكنت من الحصول على رابط إلكتروني خاص تابع للدولة.
- أعلى نسبة حصول على رابط إلكتروني خاص بدولة المنظمة كانت في المنظمات الاجتماعية و الصحية على حد سواء ، بينما لا تتجاوز النسبة الربع في منظمات الدعوة و الارشاد.
- بشكل عام، تبعية الرابط الإلكتروني لدولة المنظمة ليس بالأمر الشائع لدى المنظمات الخيرية السعودية حتى الآن.

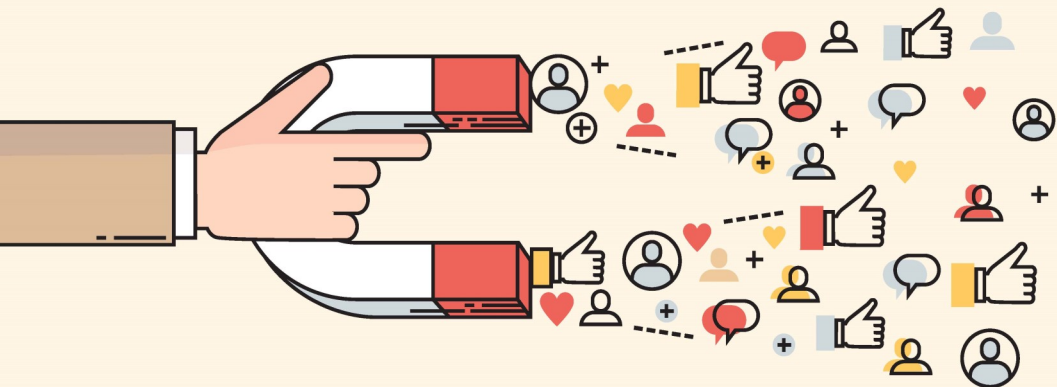
٤. الاستضافة الخاصة:

نحاول في هذا السؤال معرفة نسبة المواقع التي تستخدم استضافات مجانية لمواقعها، فالاستضافات المجانية مغرية في سهولة تركيب المواقع عليها، ولكنها سيئة في استغلال هذه المواقع لأغراض دعائية وغيرها.



- أغلب مواقع المنظمات الخيرية السعودية تستخدم استضافات مدفوعة خاصة بها.
- أكثر من ٩٠% من المنظمات التي كانت تستخدم استضافة مجانية كانت تعتمد على خدمة (BlogSpot)
- ١٢% من مواقع مكاتب الدعوة والإرشاد تعمل على استضافات مجانية.

”الموقع يسوّق لك طوال
الوقت. لن تجد موظفاً يقوم
بذلك من أجلك“

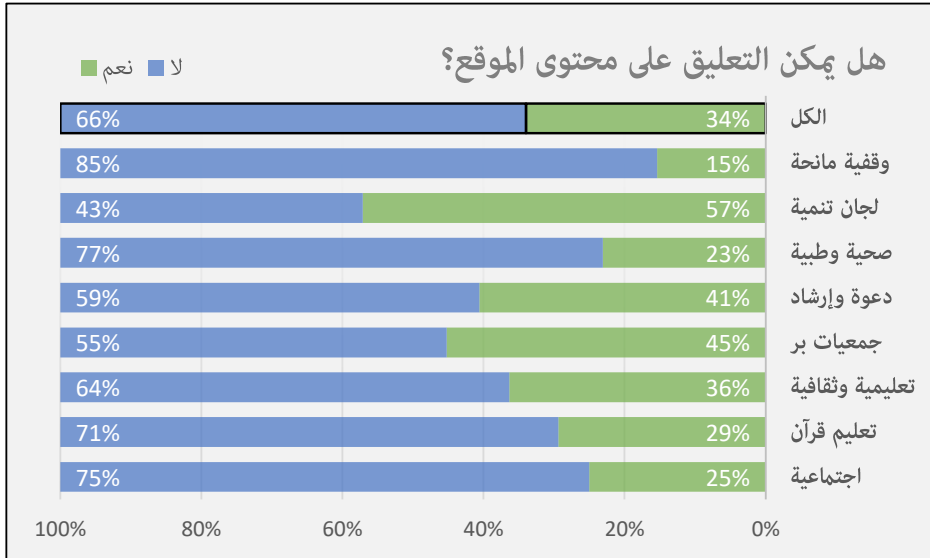


الفصل الثاني:

التواصل والتفاعل مع الجمهور

٥. التعليق على محتوى الموقع:

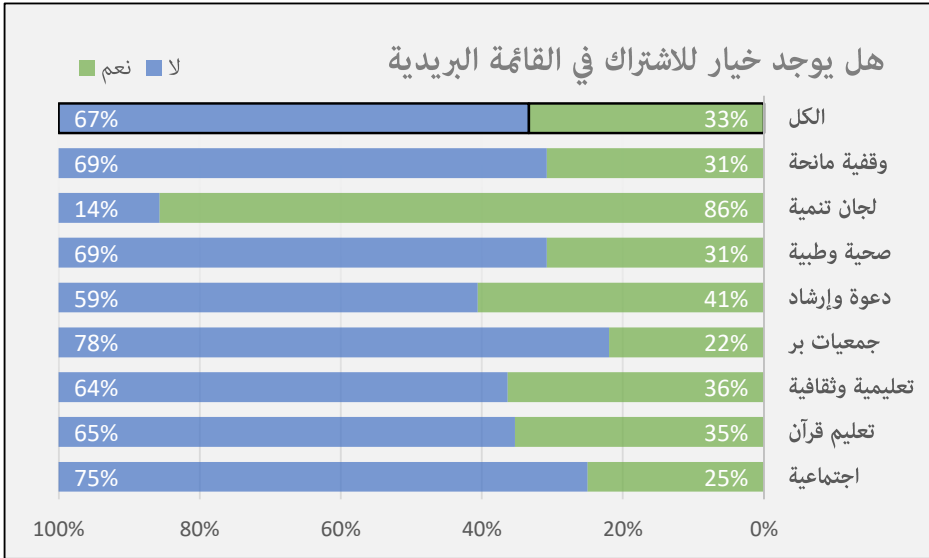
إن حرصك على نشر آخر الأخبار والمحتوى في موقعك علامة جيدة، لكن هذا لا يكفي لوحده؛ فأنت حتماً ترغب بسماع رأي الزوار ومعرفة آرائهم وتعليقاتهم على أخبار منظمتك. فهل قمت فعلياً بتفعيل خاصية التعليق على المحتوى في موقعك؟



- في نسبة مفاجئة نجد أن ٦٦% من مواقع المنظمات الخيرية السعودية ألغت أو لم تفعل خاصية التعليق في موقعها الإلكتروني.
- نجد أن ٨٥% من المؤسسات المانحة قامت بإلغاء خاصية التعليق في مواقعها الإلكترونية، في حين أن لجان التنمية هي أكثر من قامت بإتاحة تعليقات الزوار.

٦. القائمة البريدية:

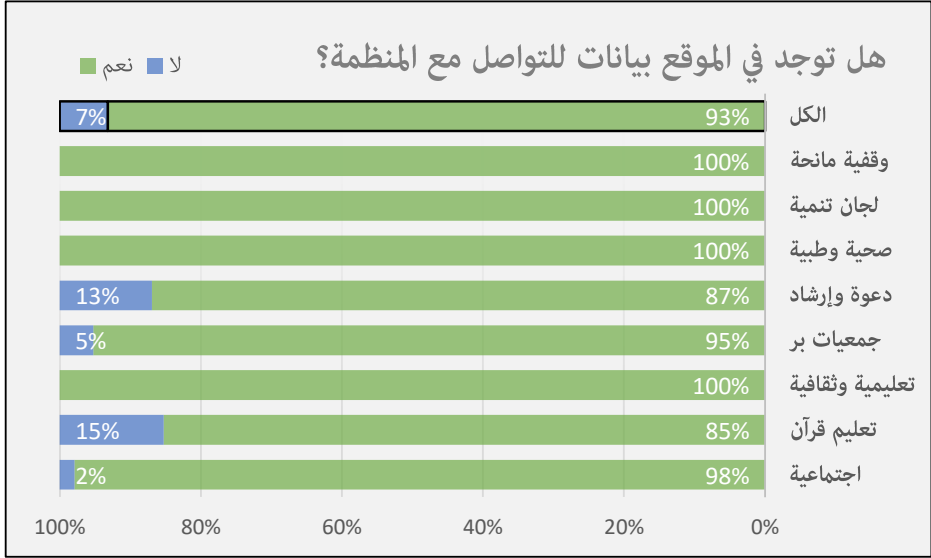
المستخدم لن يتصفح موقعك يومياً -وهذا أمر طبيعي في معظم الحالات- لكن ماذا لو رغبت بالتواصل معه لنشر خبر مهم أو الإعلان عن حدث خاص؟ إن وجود قائمة بريدية لزوار موقعك يساعدك بشكل كبير في التواصل معهم والوصول لهم وقت الحاجة، كما أن إرسالك لرسالة دورية تشرح فيها آخر الأخبار والانجازات سيُبقي المستخدم قريباً منك ويدفعه للعودة لزيارة موقعك.



- ٦٧٪ من المنظمات لا تملك نشرة بريدية خاصة بالموقع.
- تفردت لجان التنمية بقيادة المقدمة، حيث بلغت نسبة وجود خيار الاشتراك في القائمة البريدية ٨٦٪.
- جمعيات البر كانت الأقل تزويداً بالخدمة بنسبة بلغت ٢٠٪ فقط.
- في حال قررت البدء بإنشاء نشرة بريدية ننصحك بالرجوع إلى مقال "١٠ خطوات لكتابة نشرتك البريدية" <http://www.mozn.ws/5407>

٧. بيانات التواصل:

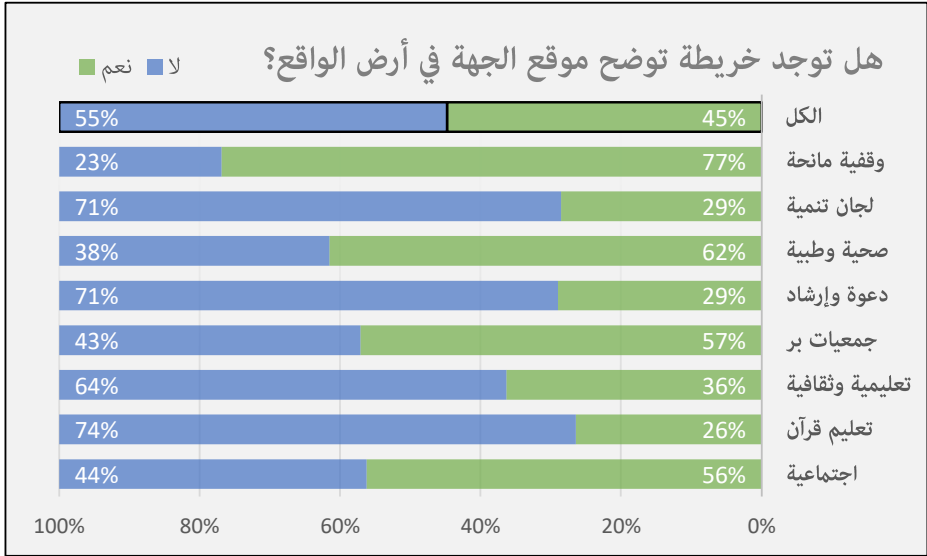
بعد وصول الشخص لموقعك قد يرغب بالتواصل مع المنظمة بشكل مباشر للتعرف على أنشطتها بشكل أكبر أو الإجابة على بعض الاستفسارات، إن وجود بيانات التواصل بارزة في الموقع خطوة أساسية لا غنى عنها لأي موقع.



- ٩٣% من المنظمات حددت طرق التواصل مع جمهورها وذكرتها في الموقع الإلكتروني.
- كانت النسب قليلة ، لكن تركزت معظم نسب عدم التواصل مع الجمهور في جهات تعليم القرآن و الدعوة و الارشاد.

٨. خريطة موقع المنظمة الجغرافي:

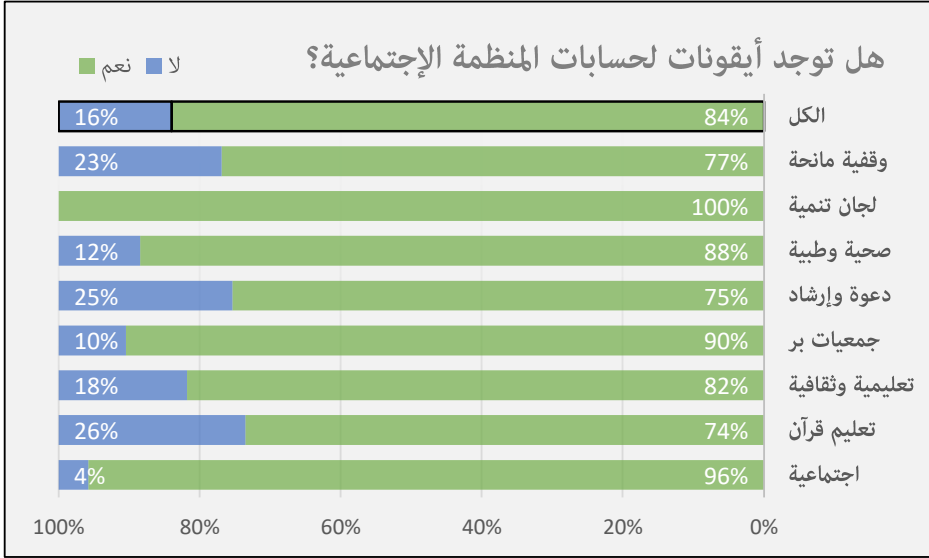
تيسير السبل أمام المستفيدين أو المانحين للوصول إلى مقر منظمتك أو الاتصال بها أو حتى معرفة بعض المعلومات عنها يُعتبر من أهم عوامل الاستقطاب للتعريف بمناشط المنظمة وإتاحة فرص الاستفادة بشكل مباشر لهم.



- ٥٥% من المنظمات الخيرية لم تضمن خريطة لمقرها في الموقع الإلكتروني.
- أكثر من ثلاثة أرباع المنظمات المانحة تضع خريطة لمقرها في موقعها الإلكتروني.
- لفهم أهمية وجود خريطة لمنظمتك في موقعك الإلكتروني ننصح بالرجوع إلى مقال "أبرز الطرق لتسهيل وصول المستفيدين إلى منظمتك" عبر الرابط <http://www.mozn.ws/6139>

٩. أيقونات الشبكات الاجتماعية:

يقضي كثير من الناس أوقات كبيرة في الشبكات الاجتماعية وتبذل كثير من المنظمات الوقت والمال لإدارة حساباتها على هذه المواقع، عند زيارة أحدهم لموقعك الإلكتروني فإنك يجب عليك اغتنام الفرصة لتوجيهه لزيارة حساباتك في الشبكات الاجتماعية، فالمستخدم قد لا يزور موقعك بشكل يومي لكنه حتماً سيقوم بفتح حساباته في الشبكات الاجتماعية بشكل يومي.



- حوالي ٨٥% من المنظمات الخيرية ضمنت أيقونات الشبكات الاجتماعية لمواقعها، النسبة الباقية تنوعت بين مجموعة ضمنت الأيقونات لكنها لا توجه المستخدمين لشبكاتنا الاجتماعية وبين مجموعة لم تقم بإضافة الأيقونات لموقعها.
- في المجمل جاءت قطاعات التعليم والدعوة والمنح متأخرة عن باقي القطاعات وجاءت لجان التنمية متفوقة على نظيراتها في باقي القطاعات.

”هدفك هو أن تصنع محتوى
يجبر الزائر على قراءته، والقارئ
على مشاركته“

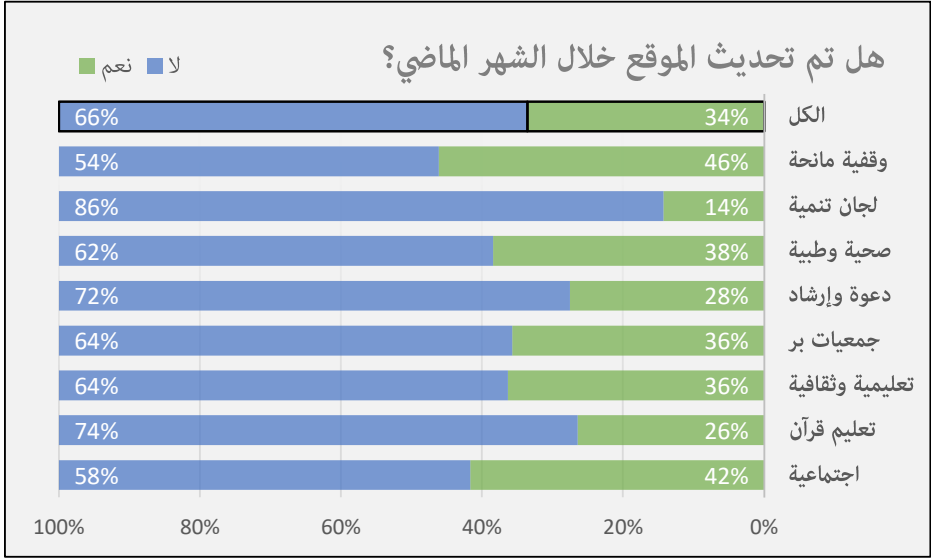


الفصل الثالث:

محتوى الموقع الإلكتروني

١٠. تحديث المحتوى:

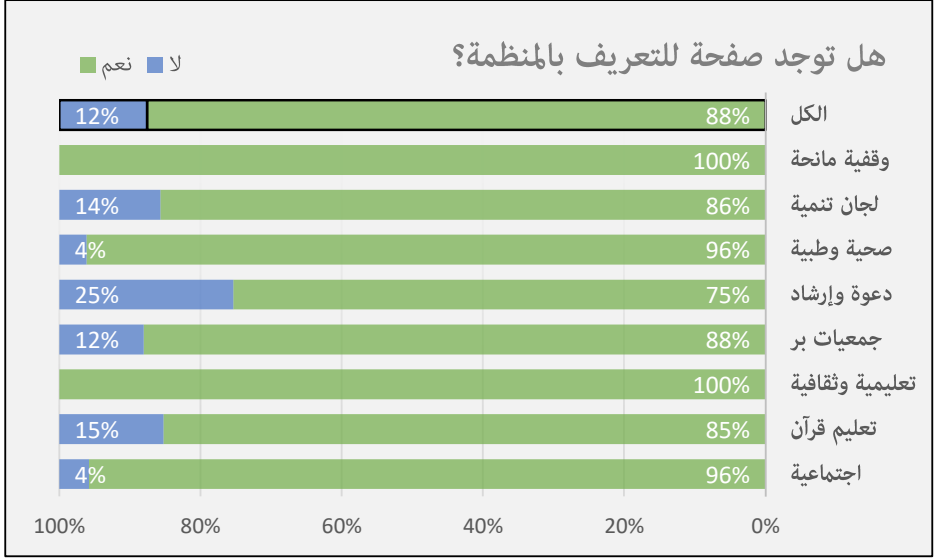
إن موقعاً لا يتجدد محتواه سيخلو من الزائرين بعد فترة، فمن الطبيعي أن يتوقع الزائر محتوىً جديداً في كل زيارة له. حتى لو لم تكن موقعاً متخصصاً في المحتوى فلا ضير من إضافة خبر أو توثيق لحدث في موقعك بين الفترة والأخرى ليشعر الزائر أنه أمام جهة تهتم بموقعها بدل أن يكون الأمر ليس أكثر من أمر تجميلي ومواكبة لموضة "لدينا موقع!".



- من المنظمات المشمولة في الدراسة، فقط ٣٤% منها قامت بتحديث موقعها خلال آخر ٣٠ يوم.
- لم يتجاوز أي تصنيف حاجز الـ ٥٠% وحصلت لجان التنمية على أقل نسبة.
- قد تكون صعوبة التعامل مع نظام إدارة المحتوى أحد أسباب ضعف تحديث الموقع. يمكنك التعرف على أفضل أنظمة إدارة المحتوى واختيار الأنسب لك بزيارة موقع مزن:
- ووردبريس: نظام إدارة المحتوى <http://www.mozn.ws/5561>
- دروبال: نظام إدارة المحتوى <http://www.mozn.ws/5579>

١١. التعريف بالمنظمة:

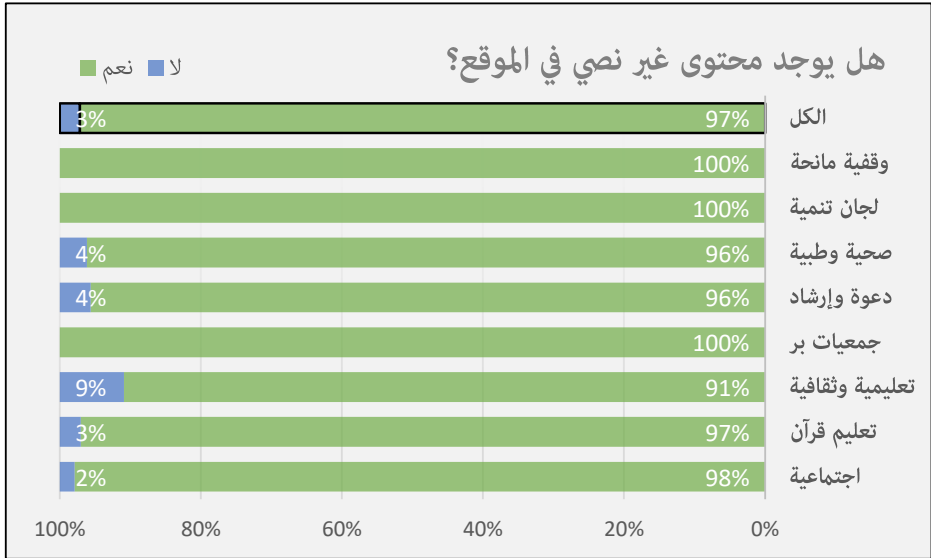
مهما كانت طبيعة عملك فإن وجود صفحة تعريفية بك هو أمر أساسي في أي موقع وليس خيارا تكميليا. إن وجود صفحة تعريف بك او بفريق عملك يدفع الزائر للوثوق أكثر بمنظمتك و التعامل معها بشكل أفضل.



- لا زال هناك منظمة من كل عشر منظمات خيرية بدون صفحة تعريفية بها ،في موقعها الإلكتروني.
- جاءت جهات الدعوة كأقل الجهات احتواء على الصفحة التعريفية بنسبة ٧٥%.
- لمعرفة ما الذي تحتاج أن تضعه في صفحة التعريف بالمنظمة، يمكن قراءة مقال ”عناصر أساسية في مواقع الجهات الخيرية“ <http://www.mozn.ws/214>

١٢. المحتوى غير النصي:

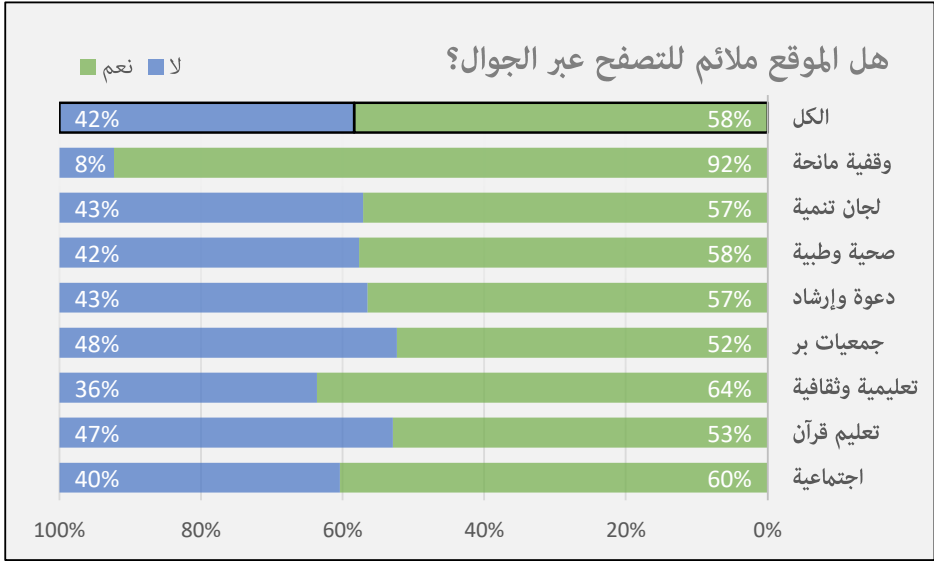
يقولون "رب صورة أبلغ من ألف كلمة" ، إن وجود تنوع في محتوى موقعك يدفع الزائر لقضاء مزيد من الوقت داخل الموقع، وتشعره بأنه جزء من تغطياتك في حال عدم قدرته على حضورها شخصياً. إن انتشار شبكات متخصصة في المحتوى غير النصي هو أكبر دلالة على أهمية وجود محتوى مشابه في موقعك.



- نجحت الجهات في اختبار تنوع المحتوى بنتيجة ٩٧%.
- ننصح بالرجوع إلى مقال " أهم ٦ عناصر لتطوير محتوى موقعك الإلكتروني " <http://www.mozn.ws/7178>

١٣. دعم متصفحات الجوال:

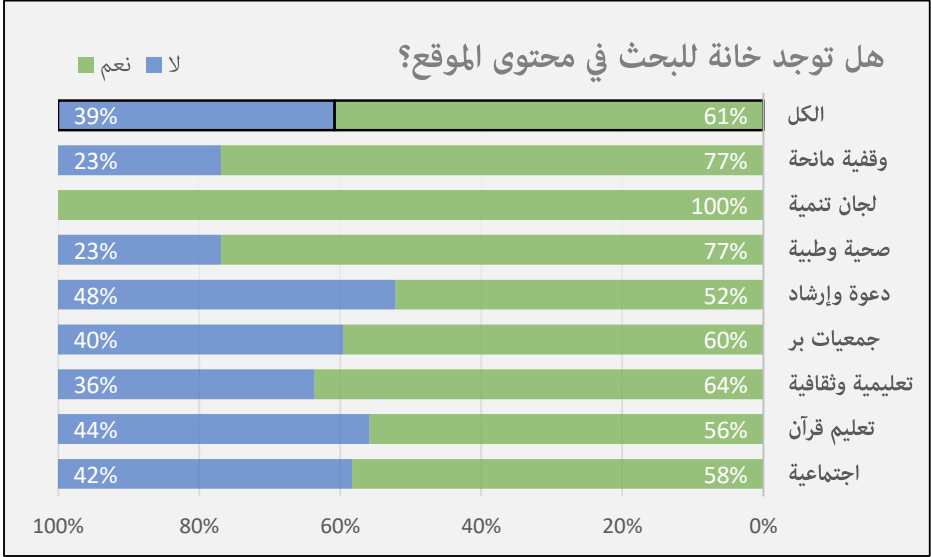
في دراسة نشرت من قبل Tech Impact ، وُجد أن ٨٠% من متصفحي الجوال يغادرون الصفحة إن لم تكن مناسبة لتصفح الجوال.. هذه النسبة تدل على أهمية أن يكون الموقع الإلكتروني ملائماً لتصفح عبر الجوال، وعلى ضرورة بذل الجهد والوقت والمال من أجل الوصول لذلك.



- بنسبة تعتبر قليلة، ٥٨% من المنظمات الخيرية واءمت موقعها ليصبح قابلاً للتصفح عبر الجوال.
- تميزت مواقع المنظمات المانحة عن غيرها بدعمها الممتاز للتصفح عبر الجوال بنسبة ٩٢%.
- إذا ما زلت تتساءل عن أهمية دعم التصفح عبر الجوال فيمكنك الرجوع لمقال ”لماذا لا بد أن يكون موقعك ملائماً لمتصفح الجوال؟“ <http://www.mozn.ws/5528>

١٤. محرك بحث الموقع:

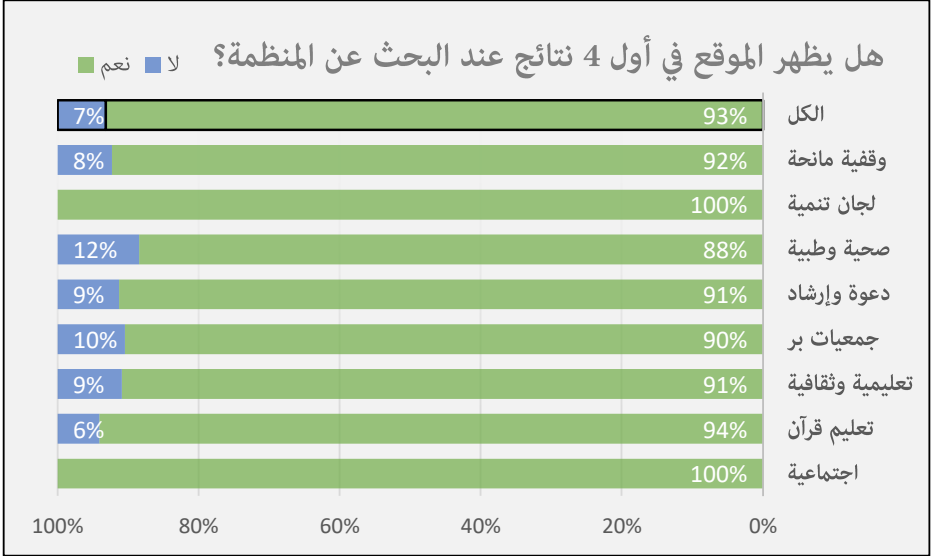
إن وجود محرك البحث في موقعك سيسهل على الزائر البحث عن المعلومة، إذا كانت منظمتك تصنف موقعها كموقع محتوى فإن وجود محرك البحث ضرورة لا بد منها.



- ٣٩% من المنظمات لا تمتلك محرك بحث داخل موقعها. هذه النسبة ليست بالضرورة أن تكون سيئة لأنها قد تكون مواقع لا تعتمد على المحتوى بشكل أساسي مثل المواقع التعريفية.
- كانت لجان التنمية هي المنظمات الوحيدة التي حققت العلامة الكاملة، بينما كانت نسبة المنظمات التعليمية والثقافية ٤٠% وهي نسبة منخفضة بناء على طبيعتها المعتمدة على المحتوى.
- يمكنك زيارة موقع مزن (www.mozn.ws) والبحث عن المواضيع التي تهتمك من خلال ايقونة محرك البحث لفهم أهمية وجود محرك بحث حينما يكون موقعك يعتمد على المحتوى بشكل أساسي.

١٥. سهولة الوصول للموقع من محركات البحث:

إن بذلك الأموال للتسويق لمنظمتك سيدفع الكثير للبحث عنك من خلال محركات البحث، وأنت ترغب فعلاً بأن يرى المتصفح نتيجتك ضمن نتائج البحث الأول وأن يسمع منك ويشاهد انجازاتك من وجهة نظرك أنت، إن ظهور موقعك ضمن نتائج البحث الأولى يحقق لك ذلك كما أن عدم ظهور موقعك ضمن نتيجة البحث في الصفحة الأولى يقلل من فرص زيارة موقعك بشكل كبير.



- في المجمل جاءت نتائج المنظمات بناء على التصنيف متقاربة ومتجاوزة لحاجز الـ ٩٠%.
- إن ظهور موقعك ضمن نتائج البحث الأولى ليس خياراً على الإطلاق. وفي حال رغبتك بتحسين نتيجة بحثك ننصحك بالرجوع إلى مقال "خمس خطوات مهمة لتجعل موقع المنظمة صديقاً حميماً لمحركات البحث" <http://www.mozn.ws/6167>

ملحق: معايير تقييم المواقع

المعيار	شرح المعيار
رابط الموقع الإلكتروني	
تمثيل الرابط لاسم المنظمة	أن يكون الرابط الإلكتروني يمثل المنظمة و يدل عليها.
طول الرابط الإلكتروني	أن لا يزيد طول الرابط الإلكتروني عن ١٢ حرفاً.
تبعية الرابط الإلكتروني للدولة	أن ينتهي الرابط الإلكتروني بـ (.sa).
الاستضافة الخاصة	أن يكون الموقع مستضاف على استضافة مدفوعة.
التواصل والتفاعل مع الجمهور	
التعليق على محتوى الموقع	توفر خاصية الرد في الأخبار أو المقالات أو سجل الزوار.
القائمة البريدية	وجود خانة الاشتراك بالقائمة البريدية من عدمها.
بيانات التواصل	توفر نموذج للتواصل أو أرقام و عنوان بريدي.
خريطة موقع المنظمة الجغرافي	وجود خريطة (Google Map) أو كروكي.
أيقونات الشبكات الاجتماعية	وجود الايقونات من عدمها و ربطها بالحسابات.
محتوى الموقع الإلكتروني	
تحديث المحتوى	أن يكون محتوى الموقع محدثاً خلال آخر ٣٠ يوم.
التعريف بالمنظمة	وجود صفحة أو مقال للتعريف بالمنظمة.
المحتوى غير النصي	وجود محتوى مرئي أو مسموع (صور - فيديو) بجانب المحتوى النصي.
دعم متصفحات الجوال	وجود الدعم للتصفح عبر الجوال من عدمه.
محرك بحث الموقع	وجود خانة للبحث في محتوى الموقع.
سهولة الوصول للموقع من محركات البحث	ظهور الموقع في أول ٤ نتائج عند البحث عنه في محرك بحث Google.



مؤسسة التقنية المباركة
الخبر - المملكة العربية السعودية
البريد الإلكتروني: pr@3zm.org
www.altqniah.com