



جمعية آمال للتنمية الأسرية
Amaal Association for Family Development

المملكة العربية السعودية
الرياض

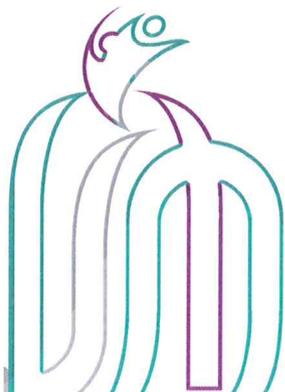
جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
مسجلة بوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

برقم 011

الرقم :
التاريخ :
الموضوع :
المرفقات :

رؤية
2030
الجمهورية العربية السعودية
ROYAUME DE SAUDIE ARABIE

لائحة تنمية الموارد المالية



0 1 7 2 2 1 9 5 9 5
0 5 0 2 5 5 4 0 4 0
info@amaal.org.sa

www.amaal.org.sa

Amaalosariyah (50925) الرمز (61311)

SA45800000209608010009552 مصرف الراجحي



جمعية آمال للتنمية الأسرية
Amaal Association for Family Development

المملكة العربية السعودية
جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط

مسجلة بوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

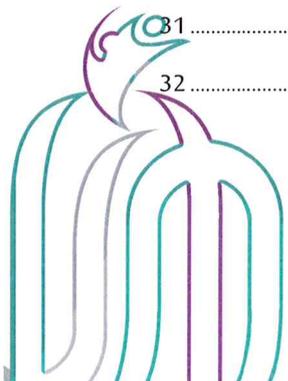
برقم 071

الرقم :
التاريخ :
الموضوع :
المرفقات :

رؤية
VISION
2030
الجمهورية العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

جدول المحتويات

3	تمهيد
15	الفصل الأول / السياسات العامة
15	الجزء الأول / مقدمات اللانحة
17	الجزء الثاني / السياسات الخاصة بأدوار مجلس الإدارة في تنمية الموارد المالية
17	الجزء الثالث / السياسات الخاصة بإدارة تنمية الموارد المالية ومسؤولي تنمية الموارد (جامعي التبرعات)
20	الجزء الرابع / السياسات الخاصة بحقوق المانحين
21	الجزء الخامس / السياسات الخاصة بالمنحة (التبرع)
22	الجزء السادس / السياسات الخاصة بحقوق الجمعية
22	الجزء السابع / السياسات الحكومية الخاصة بعملية جمع التبرعات
23	الفصل الثاني / العضويات
23	الجزء الأول / السياسات الخاصة بشروط وأنواع العضوية وأشكال الانتفاع
24	الجزء الثاني / السياسات الخاصة بفقدان عضوية الجمعية العمومية
24	الجزء الثالث / السياسات الخاصة باستعادة عضوية الجمعية
24	الجزء الرابع / السياسات الخاصة بحقوق العضوية
25	الجزء الخامس / السياسات الخاصة واجبات العضوية
25	الجزء السادس / إجراءات تطوير وتسجيل العضوية
26	الفصل الثالث حملات كبار المتبرعين
26	الجزء الأول / السياسات المادة
27	الجزء الثاني / عمليات وإجراءات حملة زيارة كبار المتبرعين
29	الفصل الرابع: الأوقاف
29	الجزء الأول / تعريف الأوقاف
29	الجزء الثاني / السياسات العامة للأوقاف
30	الجزء الثالث / استقطاب وتنمية الموارد المالية للأوقاف
31	الجزء الرابع / التوثيق
31	الجزء الخامس / إدارة الأملاك (المقصود بإدارة هنا العملية وليس مسعى هيكل إداري)
32	الجزء السادس / إدارة الاستثمار (المقصود بإدارة هنا العملية وليس مسعى هيكل إداري)



0 1 7 2 2 1 9 5 9 5
0 5 0 2 5 5 4 0 4 0
info@amaal.org.sa

www.amaal.org.sa
ص.ب. (50925) الرمز (61311) Amaalosariyah
SA45800000209608010009552 مصرف الراجحي



جمعية آمال للتنمية الأسرية
Amaal Association for Family Development

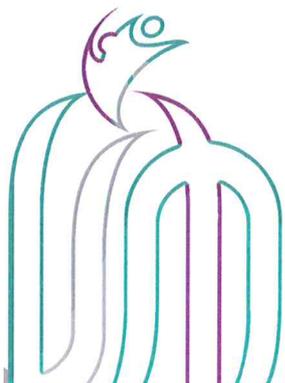
المملكة العربية السعودية
جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
مسجلة بوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

برقم 011

الرقم :
التاريخ :
الموضوع :
المرفقات :

رؤية
VISION
2030
الهيئة العامة للغذاء والدواء
SAGDA

40	الفصل الخامس: التسويق و الاستثمار
41	الجزء الأول / النطاق
41	الجزء الثاني / المصطلحات
42	الجزء الثالث / مهام إدارة التسويق والاستثمار
42	الجزء الرابع / السياسات الخاصة بإدارة التسويق والاستثمار
42	الجزء الخامس / سياسات الحوافز المالية لإدارة التسويق
45	الفصل السادس ملاحق النماذج
46	نموذج رقم 1/1
47	نموذج رقم 1/2
48	نموذج رقم 1/4
49	نموذج رقم 1/5
50	نموذج رقم 2/1
51	نموذج رقم 2/2
54	نموذج رقم 2/3
57	نموذج رقم 3/1
58	نموذج رقم 3/2
59	نموذج رقم 4/1
60	نموذج رقم 5/1
61	نموذج رقم 5/2



0 1 7 2 2 1 9 5 9 5
0 5 0 2 5 5 4 0 4 0
info@amaal.org.sa

www.amaal.org.sa
Amaalosariyah (61311) الرمز (50925) ص.ب
SA4580000209608010009552 مصرف الراجحي

مقدمة حول متطلبات أساسية لجمع التبرعات

تمهيد:

عملية جمع التبرعات عملية تخصصية مثلها مثل سائر الأعمال التخصصية تحتاج إلى متطلبات وأدوات للقيام بها، كما تعد في الدول المتقدمة مهنة من المهن، وتخصص من التخصصات، وجامع التبرعات مثله مثل النجار أو الرسام أو الأخصائي النفسي أو الاجتماعي أو الطبيب، يحتاج في مزاولة عمله إلى أدوات ومتطلبات، الفرق بين الطبيب الجيد والطبيب الرديء، هو مدى توفر هذه المتطلبات والأدوات.

كلما توفرت متطلبات المهنة مثل: الإعداد الجيد، وطاقم التمريض المتمكن، وتوفر الأجهزة التي تساعد الطبيب على التشخيص الجيد مثل الأشعة والمختبر، أدى الطبيب مهنته بشكل أفضل، كذلك الحال في عملية جمع التبرعات، كلما توفرت المتطلبات والأدوات الضرورية أدى ذلك إلى نجاحها وتحقيق الأهداف المرجوة منها.

ولكن يجب التأكيد إلى أن الوضع المثالي لعملية جمع التبرعات لا يتوفر في معظم الأحيان المعظم الجمعيات والمؤسسات الخيرية. ولكن هل يعني عدم توفر الوضع المثالي لعملية جمع التبرعات عدم القيام بها؟

الإجابة على هذا السؤال بطبيعة الحال "لا" ولكن يجب أن ندرك أنه كلما توفرت هذه المتطلبات والأدوات كانت عملية جمع التبرعات أقرب إلى النجاح، وأقرب إلى تحقيق الأهداف المرسومة لها.

مدى توفر أدوات ومتطلبات جمع التبرعات قضية نسبية، وحين نتطرق في هذا الفصل لأدوات ومتطلبات جمع التبرعات سنحاول أن نطرح النموذج المثالي، والأخذ من هذا النموذج المثالي يتوقف على إمكانيات المؤسسة أو الجمعية الخيرية.

فجمعية خيرية في قرية لا يمكن أن تتوفر لها عادة الإمكانيات التي تتوفر لجمعية خيرية في مدينة كبيرة الحجم، وجمعية أو مؤسسة خيرية لم يمض على تأسيسها إلا سنوات معدودة لا يتوفر لها في معظم الأحيان ما يتوفر لجمعية أو مؤسسة مضى على تأسيسها العديد من السنوات.

هناك عوامل كثيرة تؤثر في إمكانيات الجمعيات والمؤسسات الخيرية ومدى توفر أدوات ومتطلبات جمع التبرعات. سيحاول هذا الفصل إلقاء الضوء على أدوات ومتطلبات جمع التبرعات والتي تتمثل في التالي:

أولاً: الجهاز البشري.

ثانياً: المهارات.

ثالثاً: التقنية والتجهيزات

أولاً: الجهاز البشري:

المقصود هنا بالجهاز البشري مجموعة القوى البشرية أو الأفراد الذين تحتاجهم عملية جمع التبرعات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وسواء الذين تحتاجهم في جميع مراحلها أو أولئك الذين تحتاجهم في أحد مراحلها.

أن الوضع المثالي هو ان تلجأ المؤسسة او الجمعية على المحترفين في جمع التبرعات نظير مبالغ مادية محددة، يتولى كل منهم مهام محددة حسب مجال احترافهم، ولكن هذا الوضع النموذجي مع الأسف بعيد المنال من القدرة المالية لمعظم المنظمات غير الربحية بما فيها الجمعيات والمؤسسات الخيرية، وفي ظل غياب الإمكانيات المالية، التي يمكن من خلالها توظيف المحترفين في جمع التبرعات.

يمكن للمؤسسات والجمعيات الخيرية أن تستفيد من العاملين في المؤسسة او الجمعية، ويفضل الاستعانة بواحد او اكثر من المتخصصين في جمع التبرعات، كما يمكن للجمعية أن تسند اكثر من مهمة لكل عضو من أعضائها.

نظراً للفرق الكبيرة بين الجمعيات الخيرية من ناحية اعداد العاملين فيها والمهام التي يقومون بها، فإن الحديث عن الجهاز البشري في الجمعيات والمؤسسات الخيرية يجب ان يأخذ في الاعتبار هذا التفاوت، ولكن على الرغم من التفاوت، يمكن تحديد العاملين في المؤسسات والجمعيات الخيرية الذين يمكن أن يسهموا في عملية جمع التبرعات على النحو التالي:

أ- المدراء.

ج- أعضاء مجلس الإدارة.

د- الاستشاريون.

هـ - الموظفون.

1 - المدير

المدير الجيد هو الذي يختار الشخص المناسب الذي يمثل الجمعية للتعامل مع المتبرع المناسب كما يجب على المدير العام الا ينفرد بالقضايا الرئيسية من عملية جمع التبرعات بعض المدراء النشطين يعمل بجهد مفرط وبحماس يجعله ينفرد بعملية جمع التبرعات وهذا السلوك من قبل بعض المدراء العامين يؤدي بهم الى الارهاق الوظيفي والذي يؤدي بدوره الى ان تنحسر حدة هذا النشاط والحماس من ناحية ومن ناحية اخرى يؤدي هذا السلوك الاداري الى تهميش العاملين الاخرين ويعيق اكتسابهم الخبرات الضرورية لعملية جمع التبرعات مما يؤثر في المستقبل الجمعية على المدى الطويل يجب على المدير ان يثق ويشجع ويرشد العاملين والمتطوعين على المساهمة الفعالة في جمع التبرعات.

2 - مجلس الادارة.

على الرغم من أن مجالس الادارة عادة ما تنقسم الى لجان فرعية تتولى كل لجنة مهام معينة الا أن عملية جمع التبرعات يجب أن تكون القاسم المشترك بين جميع اعضاء الجمعية حيث يجب أن يسهم كل عضو من أعضاء مجلس الادارة في

عملية جمع التبرعات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر اما الاعضاء المسؤولين مسئولية مباشرة عن عملية جمع التبرعات فهم أعضاء لجنة جمع التبرعات المنبثقة من اعضاء مجلس الادارة وتتضمن مهام هذه اللجنة في المهام التالية:

أ- جمع الهبات الرئيسية من الأفراد والمسؤولين في المؤسسات الداعمة للعمل الخيري.

ب - تدريب اعضاء مجلس الادارة الجدد على عملية جمع التبرعات من خلال اصطحابهم لحضور الاجتماعات بالمتبرعين.

ج - مساعدة وارشاد الاعضاء الجدد على كتابة خطابات الدعم الموجة الى المتبرعين المحتملين سواء اكانوا أفرادا أو مؤسسات.

د- المساعدة في التخطيط لعملية جمع التبرعات.

هـ - تولي الاشراف على بعض عمليات جمع التبرعات الخاصة.

و- تمثيل الجمعية في النشاطات والمناسبات الاجتماعية.

ز- تزويد الجمعية بأسماء وعناوين المتبرعين المحتملين والمؤسسات الداعمة ممن يعرفهم سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

ح - انشاء برامج لجمع التبرعات في الجهات التي يعملون بها والجماعات التي يرتبطون بها.

ط - تنسيق مهام الاعضاء الجدد.

ك - مقابلة او مهاتفة او مكاتبة المتبرعين من اجل شكرهم على تبرعهم

3 - المجلس الاستشاري لتنمية الموارد " لجنة الاستثمار":

مع التقدم السريع والتغيرات التي تشهدها المجتمعات المعاصرة في مجال العمل الخيري بشكل عام وجمع التبرعات بشكل خاص، اصبحت الجمعيات والمؤسسات الخيرية في حاجة ماسة إلى الخبرات المتنوعة التي تعزز وتقوي من ادائها لذلك لجأت بعض الجمعيات والمؤسسات الخيرية الى تأسيس ما يسمى بالمجلس الاستشاري.

المجلس الاستشاري عبارة عن مجموعة من الأفراد من ذوي التخصصات والخبرات المتنوعة الذين يمكن أن يقدموا نوعا من النصح والارشاد والتوجيهات العامة للجمعية الخيرية وتحديد ما يجب أن تقوم به التحسين أداؤها بشكل عام وفي موضوع جمع التبرعات بشكل خاص، وعادة لا يجتمع هذا المجلس الا مرات معدودة من كل عام وقد لا يجتمع الا اذا كانت هناك ضرورة يحددها المدير العم او مجلس ادارة الجمعية.

وعادة ما يتم اختيار اعضاء المجلس الاستشاري في ضوء حاجات الجمعية لنوع النصيحة او الارشاد المطلوب والتي يأتي في مقدمتها الجانب العلمي او المعلوماتي او الاحترافي او فيما يتعلق بتعزيز اسهام المجتمع المحلي او ما يتعلق بسبل الاتصال بالأثرياء والمشهورين والمؤثرين وغير ذلك من القضايا التي تحتاج فيها الجمعية ارشادا او نصحنا او توجيها.

على الرغم من أن مهام أعضاء المجلس الاستشاري لا تتجاوز النصح والارشاد الا انهم يمكن أن يلعبوا دورا مهما في عملية جمع التبرعات متى ما توطدت أواصر العلاقة بينهم وبين الجمعية وأمنوا بأهدافها، وذلك من خلال دعوتهم إلى المشاركة في حملات جمع التبرعات بطريقة لا تخل بواجباتهم والتزاماتهم، مثل المشاركة في استقبال كبار المتبرعين والمشاركة في التحدث في حفلات جمع التبرعات أو المشاركة في الندوات والينابة عن الجمعية في جمع الهيئات الكبيرة.

ويجب على الجمعية أو المؤسسة الخيرية من أجل الاستفادة القصوى من أعضاء المجلس الاستشاري اتباع التالي:

أ- محاولة معرفة نقاط القوة في كل عضو من أعضاء المجلس الاستشاري وسبل الاستفادة منها في عملية جمع التبرعات.

ب - أن تضع الجمعية توصيفا واضحا لمهام المجلس الاستشاري ومهام كل عضو من أعضائه على حدة.

ج - محاولة ربطه بالجمعية من خلال اطلاعه على أهداف ونشاطات ومشروعات الجمعية وخططها المستقبلية.

وعلى الرغم من أهمية المجلس الاستشاري إلا أنه ليس ضرورة قصوى للجمعيات الخيرية خاصة إذا كان بين أعضاء مجلس الإدارة من لهم خبرة ودراية بعملية جمع التبرعات.

4 - الموظفون:

تحتاج الجمعيات الخيرية دائما إلى موظفين يقومون ببعض الأعمال الروتينية أو الأعمال الفنية والادارية أو المالية ويوقف عدد الموظفين ونوعيتهم على نشاطات الجمعية خاصة ما يتعلق بعملية جمع التبرعات إذا كان العائد من جمع التبرعات كبيرا فلا بد للجمعية من توظيف عدد أكبر من الموظفين الذين تحتاجهم الجمعية في أداء مهامها المختلفة وخاصة ما يتعلق بالتبرع والمتبرعين، تحتاج الجمعية إلى موظفين معينين بشكل دائم والذين تنحصر مهامهم في التالي:

- التعامل مع الخطابات والمكالمات الواردة إلى أو الصادرة من الجمعية.

- متابعة البريد الإلكتروني واتخاذ القرارات بشأن هذه الخطابات.

- إدخال وتحديث البيانات الخاصة بالمتبرعين والمتبرعين المحتملين في قاعدة البيانات الخاصة بالجمعية.

- كتابة التقارير عن حالة التبرع والمتبرعين.

- تولى مهام ارسال خطابات الشكر للمتبرعين أولا بأول.

اضافة إلى ذلك يمكن أن تسند الأعمال الروتينية اليومية إلى المتطوعين لإنجاز بعض هذه الأعمال ولكن هذا لا يعني الاستغناء عن الموظفين الدائمين أو المؤقتين، ويتوقف هذا الأمر على عدة اعتبارات كحجم الأعمال الواجب أداءها وعلى أعداد المتبرعين والمتبرعين المحتملين. وكذلك على التوسع في الأهداف أو المشروعات التي تقوم بها الجمعية.

ففي حالات الجمعيات الصغيرة يمكن الاعتماد على المتطوعين بدرجة كبيرة، ولكن يجب أن نؤكد أن عدم وجود أو قلة الموظفين الرسميين الملائمين لحاجات الجمعية قد يلحق بها الضرر، ويفقدها الكثير من الفرص في كسب المتبرعين والمؤيدين

لها لذلك ففضية حجم الموظفين بخضع بالدرجة الأولى لتقييم أعضاء مجلس الإدارة الذي ينبغي أن يبني على معطيات منطقية وواقعية في ضوء مسيرة الجمعية وخططها المستقبلية.

إضافة إلى ذلك يعتبر الجانب الإعلامي في غاية الأهمية لتسويق أهداف الجمعية للمجتمع العام فلا يقتصر على رسائل الشكر التي تبعثها الجمعية للمتبرعين يجب أن تكون للجمعية الخيرية وسائل إعلامية مختلفة لإيصال الأعمال الخيرية التي أنجزتها والمشاريع التي نفذتها ليس فقط للمتبرعين ولكن للجمهور بشكل عام، هذا الإجراء من شأنه أن يزيد في إعداد المتبرعين والمناصرين للجمعية الخيرية.

الصور المعبرة والتقارير الرصينة والأفلام كلها وسائل مهمة لإيصال رسالة الجمعية إلى الجمهور، من هذا المنطلق فإنه من المفيد جدا أن يكون لدى الجمعية موظف مؤهل للقيام بهذه المهام الإعلامية وإذا كانت الجمعية كبيرة وقادرة ماليا فإنه من الأفضل تخصيص مكتب إعلامي يتولى هذه المهام سواء أكان من يعمل به موظفين محترفين أو متطوعين على دراية بهذه المهام.

ثانياً: المهارات

تتطلب عملية جمع التبرعات بعض المهارات الشخصية في جامع التبرعات وهناك من يذهب إلى القول أن الناس يتبرعون من أجل خاصية مؤثرة في جامع التبرعات وليس للقضية التي يجمع من أجلها التبرعات، وعلى الرغم أن في هذه المقولة شيء من الصحة إلا أنها لا تقل من أهمية القضية التي من أجلها تجمع التبرعات، فعندما يتعلق جمع التبرعات ببعض القضايا الجمعية الملحة نجد أن ذلك من أهم دوافع التبرع.

شخصية جامع التبرعات تظل مهمة فبعض السمات في بعض الأفراد تجعلهم أكثر تأثراً من سواهم بعض هذه السمات تولد مع الفرد، وتزداد قوة ووضوحاً مع المران والخبرة، ولكن يجب أن نؤكد أن كل فرد من الأفراد يملك سمات معينة قد تكون مؤثرة في جمهور معين ولكن لا يكون لها نفس التأثير مع جمهور آخر، كما أن بعض الأفراد يملك سمة أو خاصية أو قدرة معينة قد تكون ذات تأثير على نجاحه في عملية جمع التبرعات فمثلاً القدرة على الكتابة قد تكون موجودة بشكل ممتاز في أحد الأفراد، ولكنه لا يملك القدرة على المحادثة الهاتفية أو المقابلة الشخصية بشكل جيد كما هي الحال في قدرته على الكتابة في حين ينجح أفراد آخرون في المقابلات الشخصية والهاتفية ولكنهم لا يستطيعون أن يصيغوا خطاباً مؤثراً ومقنعاً ويمكن توجيهه للمتبرعين المحتملين. من هذا المنطلق يجب على الجمعية أو المؤسسة الخيرية أن تستفيد بأقصى درجة ممكنة من جميع منسوبيها من عاملين ومتطوعين من خلال التركيز على جوانب القوة فيهم وتوجيه مهامهم في حدود قدراتهم واستعداداتهم وتنمية القدرات الأخرى، التي يمكن أن تنعكس على عملية جمع التبرعات بقدر المستطاع.

هناك بعض السمات المهمة التي تميز جامع التبرعات الناجح لعل أهم هذه السمات هي:

- سمة النزعة الاجتماعية والاهتمام بالآخرين والتي تتمثل في قدرة الفرد على الانخراط في العلاقات الاجتماعية المتنوعة بيسر وسهولة، هذه الخاصية أو السمة التي تمكن الفرد من التقرب إلى الآخرين وخلق علاقات اجتماعية جيدة معهم لا يكفي في عملية جمع التبرعات، العمل داخل المكاتب وبين جدران الجمعية، المطلوب من جامعي التبرعات أن يكونوا قادرين على

الوصول والتفاعل مع مختلف الفئات الاجتماعية وخلق نوع من الروابط المتينة بين أفراد المجتمع المحلي بصفة خاصة وأفراد المجتمع بشكل عام وبين المؤسسة أو الجمعية والتي يمكن أن تتمخض عن فوائد جمة ليس في ما يخص فضية التبرعات بل يتجاوز ذلك إلى خلق جمهور من المتعاطفين مع الجمعية وأهدافها وداعمين لنشاطاتها ومشاريعها.

- الخاصية أو القدرة الثانية تتمثل في القدرة على الكتابة المؤثرة سواء لخطابات الدعوة إلى التبرع أو الخطابات شكر المتبرعين أو الخطابات طلب المنح من المؤسسات والشركات الداعمة للعمل الخيري كذلك كتابة التقارير الصحفية أو غيرها من المهام التي تتطلب الكتابة الجيدة.

ثالثاً: التقنية والتجهيزات:

أصبحت التقنية والتجهيزات المكتبية ضرورة من ضرورات العمل الإداري سواء كان ذلك في مجال التجارة والصناعة أو في قطاع الخدمات المختلفة، ولا يختلف الحال مع عملية جمع التبرعات التي تحتاج إلى مقومات العمل الإداري من معطيات التقنية والتجهيزات المكتبية حتى تستطيع الجمعيات والمؤسسات الخيرية أن تؤدي مهامها على أكمل وجه ممكن وتمثل احتياجات جمع التبرعات في ما يتعلق بالتقنية والتجهيزات بالتالي:

1 - المكان المجهز:

مهما كان حجم الجمعية فإنه من الأفضل أن يكون هناك مكتب خاص بالعاملين في جمع التبرعات يحتوي على مناضد مناسبة وخزائن لحفظ الأوراق، وأماكن المقابلة للمتبرعين الذين يفضلون الوقوف على عمل الجمعية ومعرفة نشاطاتها. هذه التجهيزات تساعد القائمين على جمع التبرعات من القيام بمهام أعمالهم المكتبية كإجراء المكالمات الهاتفية وكتابة الخطابات، وإعداد مشاريع الدعم وإرسال الرسائل البريدية وغير ذلك من المهام المتعلقة بعملية جمع التبرعات والتي تتطلب مكاناً ملائماً لإنجاز هذه المهام بشكل جيد وعلى أي حال في مكتب جمع التبرعات في الجمعيات الخيرية من ناحية حجمه ما يتطلب من تجهيزات يعتمد بالدرجة الأولى على حجم الجمعية أو المؤسسة الخيرية من ناحية برامجها وخططها المستقبلية، كما يعتمد على حجم الداعمين لها من الأفراد والمنظمات، إضافة إلى الحالة المالية لها.

2 - وسائل الاتصال المناسبة:

دون وسائل الاتصال الحديثة يصعب على الجمعية أن تحقق أهدافها من عملية جمع التبرعات فهي من ناحية إحدى وسائل جمع التبرعات وهي من ناحية ثانية وسيلة الاتصال بالمتبرعين والمتبرعين المحتملين ومتابعة حالة التبرعات كما أنها الوسيلة الأسهل التي من خلالها يتم استقبال مكالمات المتبرعين والمتبرعين المحتملين والاجابة على تساؤلاتهم واستفساراتهم.

فإعلان عن الجمعية والدعاية لها في وسائل الإعلام المختلفة كالتلفاز والمجلات والصحف والنشرات أو على مواقع الإنترنت لا يؤدي دوره إذا لم يكن هناك وسيلة للاتصال ومن أهم وسائل الاتصال الهاتف والهاتف الجوال ومن المفيد جداً استخدام الهاتف المجاني كما يمكن تزويد الهاتف بالرد الآلي والذي يمكن من خلاله تسجيل الرسائل والواردة الذي يساعد العاملين في الجمعية على عدم تفويت المكالمات التي قد تكون مهمة وإذا أمكن أن يخصص للرد على المكالمات الواردة للجمعية شخص أو

أكثر من المتطوعين فإن مردود ذلك أفضل على عمل الجمعية بشكل عام وعلى عملية جمع التبرعات بشكل خاص حيث يمكن توجيه المتصل للشخص المناسب.

ولكن إذا تعذر ذلك فمن الممكن الاستفادة من نظام الرد الآلي على أن يكون معدا بطريقة مفيدة مثل توجيه المتصل إلى أرقام أخرى، أو تزويد المتصل بمعلومات عامة مفيدة.

إضافة إلى ذلك يجب تزويد مكتب جمع التبرعات بالفاكس والذي يساعد العاملين في جمع التبرعات من استلام وإرسال رسائل الفاكس وكذلك البريد الإلكتروني.

ومن المهم بالنسبة للجمعية بصفة عامة ومكتب جمع التبرعات متابعة كل جديد في عالم المعلومات والاتصالات ومحاولة الاستفادة القصوى من هذه التقنيات.

3- أجهزة الحاسب الآلي والبرامج المناسبة:

أصبح الحاسب الآلي ضرورة من ضرورات العمل الفعال سواء أكان ذلك في مجال التعليم أو التجارة أو الزراعة أو في مجال قطاع الخدمات أو في مجال المنظمات غير الربحية فاستخدام الحاسب الآلي بطريقة فعالة يوفر الجهد والوقت والمال، ويسهل إلى حد كبير عمل الجمعيات الخيرية بصفة عامة وعملية جمع التبرعات بصفة خاصة.

فعملية جمع التبرعات تحتاج إلى عمليات كثيرة وإجراءات فعالة من أجل سهولة البحث في قوائم المتبرعين والمتبرعين المحتملين، وفي كتابة التقارير سواء ما يخص إدارة المؤسسة أو ما يخص المتبرعين.

تحتاج عملية جمع التبرعات إلى تطوير برامج حاسوبية خاصة تصمم من أجل أغراض محددة ولعل أهم البرامج الحاسوبية التي تحتاجها عملية جمع التبرعات هي قاعدة بيانات المتبرعين وتشمل هذه القاعدة عادة على مجموعة من البيانات والمعلومات المتعلقة بالمتبرعين:

ويمكن أن تشمل هذه القاعدة البيانات التالية:

▪ رقم الملف:

▪ اسم المتبرع:

▪ وظيفة المتبرع:

▪ عنوان المتبرع:

▪ صندوق البريد:

▪ السكن:

▪ العمل:

▪ وسائل الاتصال:

▪ الهاتف:

▪ الهاتف الجوال:

▪ الفاكس:

▪ البريد الإلكتروني:

- بطاقة معلومات عن التبرع

التبرع	التاريخ	مقدار التبرع	طريقة الدفع			غرض التبرع
الاول			نقد	شيك	بطاقة تحويل	عام خاص
الثاني			نقد	شيك	بطاقة تحويل	عام خاص
الثالث			نقد	شيك	بطاقة تحويل	عام خاص
الرابع			نقد	شيك	بطاقة تحويل	عام خاص

- كما يجب أن تزوده هذه الأنظمة ببرامج بحث يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة. سواء عن طريق اسم المتبرع أو مقدار التبرع أو الغرض من التبرع أو وسيلة التبرع. كما يجب أن يساعد هذا البرنامج البحثي في تصنيف البيانات حسب حجم التبرعات وأغراضها أو وسائلها، أو غير ذلك ما يؤدي بالتالي إلى فعالية عملية جمع التبرعات وزيادة عملية الضبط الضرورية للشفافية والمحاسبية.

- إضافة إلى ذلك فإن توفر خدمة الانترنت والبريد الإلكتروني يسهل استخدام قاعدة البيانات، سواء في مراسلة المتبرع من أجل الدعوة إلى التبرع. أو من أجل إرسال التقارير الدورية عن إنجازات الجمعية لجميع المتبرعين.

4 - توفير وسائل الدفع المختلفة:

في ضوء تطور الأساليب والوسائل والمعاملات المالية والبنكية. يجب على الجمعية أن تجعل من عملية التبرع عملية سهلة وذلك من خلال إتاحة جميع وسائل الدفع الممكنة، مثلما يستخدم أسلوب الدفع من خلال النقد والشيكات، يجب أن تتوفر الوسائل الحديثة مثل أجهزة الدفع من خلال بطاقات الصراف الآلي والبطاقات الائتمانية. والتحويل الإلكتروني. كل ذلك يساعد المتبرعين على سرعة ومرونة تحويل تبرعاتهم إلى حساب الجمعية.

ويجب على الجمعية أن تأخذ في الاعتبار جميع الاحتياطات اللازمة لتجعل عملية التحويل أو الدفع عن طريق البطاقات آمنة وسرية إلى أقصى حد ممكن.

❖ مجالات الدعم الذي يمكن تحويله إلى قيمة مالية تصب في تنمية الموارد المالية:

فالموارد المالية لا تقتصر على الدعم المالي فقط، بل يمتد مفهومها إلى مختلف أنواع الدعم المادي والمعنوي، وقد رمنا في بيان تلك المجالات التفصيل بعض الشيء، لا لقصده سوى فتح بعض الآفاق التي قد تغيب أمام ناظري العاملين في الجمعية، والحاجة ستبقى دوماً أم الاختراع..

الدعم المالي

تقديم مبالغ مالية للجمعية، كدعم عام للأنشطة، أو كدعم المشاريع محددة. وقد يكون بشكل دوري أو استقطاع شهري أو عبارة عن مبلغ مقطوع وهو المعمول به حالياً في.

الدعم العيني

بتوفير الاحتياجات العينية المختلفة التي ترغبها الجمعية، أياً كان نوعها، بشرائها من الأسواق أو بتوفيرها من قبل الجهة المانحة في حال كانت تملك مصانع أو محلات تجارية أو غيرها - وكذلك يمكن الاستفادة من بعض الجهات التي تحرص على تغيير أجهزتها ومعداتها، بعد فترة من الزمن، دون أن يكون الحق بالأجهزة والمعدات ما يقلل من جودة أدائها، كالحافلات وأجهزة الحاسب والطابعات والسنترالات وملحقاتها.

الدعم بالتدريب والتأهيل:

عند وجود حاجة تقوم الجهات المانحة بتحمل تكاليف دورات تدريبية أو تأهيلية موجهة للعاملين في الجمعية الرفع مستوى الأداء لديهم، أو تكون موجهة للمستفيدين من أنشطة الجمعيات الخيرية، من فقراء ومحتاجين. بالدفع لمراكز التدريب أو تقديمها مباشرة من الجهة المانحة إذا كان لديها كفاءات مؤهلة أو كان لديها مراكز تدريب.

الدعم بتدبير الأنظمة والقيود:

عن طريق الجهات المختصة بوضع الأنظمة والقوانين، ومحاولة استثناء للجمعيات الخيرية من بعض الشروط التنظيمية والتكاليف المالية بصورة لا تخل بالنظام العام.

الدعم بالموظفين:

حيث تقوم الجهة المانحة بتفريغ بعض موظفيها المؤهلين للقيام بخدمة الجمعية وأداء بعض المهام التي يتقنونها والتي تحتاجها الجمعية.

الدعم بالمرافق:

وذلك بالسماح للجمعية أن تستفيد من بعض مرافق الجهة المانحة، وفي الأوقات التي لا تكون مشغولة فيها، الإقامة أنشطتها وبرامجها المختلفة.

الدعم بالإعلان والإعلام:

بمنح الجمعية مساحة إعلانية في الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة، وكذلك تسليط الأضواء عليها وإبراز دورها الذي تقوم به، وجعل الجمعية جزءاً لا يتجزأ من المجتمع وتبنيها والدفاع عنها ومنحها الرعاية والحماية.

الدعم بالاستشارات:

بتقديم الاستشارات بمختلف أنواعها (الإدارية، الهندسية، الاقتصادية) للجمعية، وفق ما تحتاجه ويرفع من مستواها.

الدعم بالأفكار:

بتقديم الأفكار والاقتراحات وفتح الآفاق للجمعية والقائمين عليها، خصوصاً في الجوانب التي لم تتمكن الجمعية من الاطلاع عليها، والتي غالباً ما تكون بمبادرات ذاتية دون طلب مسبق منها.

الدعم بالخصومات والتخفيض:

منح الجمعية تخفيضات على السلع والخدمات التي قد تحتاجها لأداء عملها، أو تقديمها للفئة المحتاجة والتي تستهدفها الجمعية.

الدعم بالقرض الحسن:

إقراض الجمعية الخيرية قرضاً حسناً دون أخذ فوائد عليه، لإقامة أعمالها وأنشطتها، ويكون التسديد ميسر وعلى مدى يتناسب مع ميزانية الجمعية.

الدعم بالتقسيط:

تيسير حصول الجمعية على الخدمات والسلع عن طريق الدفع بالتقسيط المريح والمتناسب مع الإمكانيات المالية للجمعية، مع الحرص الشديد على الالتزام بالسداد حسب المتفق عليه.

الدعم بالإعارة:

إعارة الجمعية للأدوات والممتلكات التي تحتاجها في فترة محددة دون مقابل.

الدعم الصحي:

بتوفير الرعاية الصحية للجمعية، سواء للقائمين عليها، أو للمستفيدين من نشاطها من المحتاجين، عن طريق تقديم العمل الصحي المباشر أو التأمين الصحي المفتوح.

الدعم بالأبحاث والدراسات:

إعداد الأبحاث والدراسات لحساب الجمعية أو اطلاعها على نتائج دراسات تمت سابقاً، خصوصاً تلك الدراسات والأبحاث التي لا تتمكن الجمعية من تنفيذها بنفسها لضعف الخبرات والإمكانات.

الدعم بتبادل الخبرات والتجارب:

إتاحة الفرصة للجمعية للاطلاع على التجارب المماثلة في الداخل والخارج، ومحاولة الإفادة من جوانب التميز وتلافي جوانب الضعف، وقد يكون ذلك عن طريق عقد الملتقيات أو عقد الندوات وغيرها.

الدعم بالمشاركة في رعاية الأنشطة والفعاليات:

دعم الجمعية برعاية الأنشطة والمشاريع التي تقيمها، وخصوصا تلك الجماهيرية منها، بمختلف أنواع الرعاية.

الدعم بالاشراف المحاسبي:

التدقيق المحاسبي على الحركة المالية للجمعية دون مقابل والسعي في إصدار القوائم المالية.

الدعم بالمشاركة الاستثمارية:

الدخول مع الجمعية في شراكة مالية، بالاستثمار في المشاريع المختلفة التي تقدمها الجمعية أو تقترحها الجهة المانحة، بما يحقق الربح والعائد المالي لكلا الطرفين.

الدعم بالمعلومات:

إطلاع الجمعية على المعلومات المختلفة التي تحتاجها في رسم سياساتها وأداء أعمالها على الوجه الأكمل.

الدعم بالشفاعة الحسنة:

تزكية الجمعية والتعريف بها، عند من يمكنه المساهمة في دعمها بالوسائل المختلفة، ومحاولة بناء جسور التواصل والثقة بينهم.

الدعم بالشكر والتقدير:

المساهمة في رفع معنويات منسوبي الجمعية، بالشكر والثناء، وإشعارهم بالوقوف معهم والاعتزاز بهم، عن طريق وسائل الاتصال المختلفة أو عن طريق وسائل الإعلام أو الهدايا أو الزيارات المتبادلة.

السياسات العامة لتنمية الموارد المالية

أولاً: السياسات الأخلاقية (الإعلان الدولي للمبادئ الأخلاقية الأساسية لجمع التبرعات)

والهدف الأساس من هذا الإعلان هو السعي الحثيث والمدرّوس لتطوير وتحسين عملية جمع التبرعات على المستوى الدولي، مما يؤدي إلى التزام العاملين في مجال جمع التبرعات بالممارسات الصحيحة التي تحقق أكبر قدر ممكن من المسؤولية والشفافية والفعالية التي يجب أن تلتزم بها عملية جمع التبرعات، هذا الإعلان أيضاً محاولة لتوحيد العاملين في جميع التبرعات في الأخذ بأهم الأسس والمبادئ على المستوى العالمي.

يتضمن هذا الإعلان خمسة مبادئ أخلاقية ينبغي توظيفها في جميع عمليات جمع التبرعات هي:

- 1 - الأمانة: ويجب على جامعي التبرعات التزام الأمانة والصدق في جميع الأوقات وفي جميع الظروف من أجل المحافظة على ثقة الجماهير، كما يجب عدم تضليل أو غش المانحين أو المستفيدين بأي صورة من الصور.
- 2 - الاحترام: يجب على جامعي التبرعات احترام سمعة مهنتهم، والجمعية التي يعملون بها، كما يجب احترام كرامة المانحين والمستفيدين على حد سواء.
- 3 - السلامة: يجب على جامعي التبرعات الوضوح التام فيما يتعلق بمسؤولياتهم تجاه ثقة الجماهير، ويجب عليهم الإفصاح على أي شكل من أشكال تعارض المصالح سواء أكان واقعاً أو محتملاً، كما يجب عليهم تجنب سوء التصرف سواء في الجانب الشخصي أو المهني.
- 4- التعاطف: يجب على جامعي التبرعات أن يعملوا بشكل يعزز أهدافهم، ويشجع الآخرين التزام استخدام المعايير المهنية، كما يجب عليهم احترام الخصوصية وحرية الاختيار والاختلاف بكل أنواعه.
- 5 - الشفافية: يجب على جامعي التبرعات إعداد تقارير واضحة عن الأعمال التي يقومون بها، وخاصة مما يتعلق بالتبرعات وكيفية إدارتها أو التصرف فيها، وجميع التكاليف والمصروفات المرتبطة بعملية جمع التبرعات.

الفصل الأول : السياسات العامة

الجزء الأول : مقدمات اللائحة

نطاق اللائحة	(1)	المادة
صُممت هذه اللائحة الحوكمة سياسات وإجراءات تنمية الموارد المالية للجهة للعمل بها داخل المملكة العربية السعودية ضمن نطاق اللوائح المنظمة لعمل الجمعية من مصدر ترخيصها الرسمي أو الجهات التنظيمية الأخرى في المملكة العربية السعودية وفقا للنظم الرسمية والأعراف		
الهدف من اللائحة	(2)	المادة
التأكيد أن عمليات تنمية الموارد المالية للجهة تسيير وفقا للقوانين والسياسات المنظمة للعمل بها في المملكة العربية السعودية. التأكيد أن عملية تنمية الموارد المالية في الجهة الخيرية تتم من عمليات وإجراءات واضحة وشفافة التأكيد أن عملية تنمية الموارد المالية هي عملية مستدامة ومستمرة مبنية على علاقات طويلة المدى وتصرف إيراداتها في الاتجاه المخصص لها.		
التعريفات الرئيسية لللائحة:	(3)	المادة
الموارد المالية: هي الموارد النقدية أو غير النقدية، الثابتة أو المنقولة وما في حكمها والتي دخلت إلى حسابات الجمعية كأمانة تصرف في المصارف المخصصة لها وفق نظامها الأساسي. المستفيد: الجهة أو الشخص الذي يستلم التبرع أو المنحة. المستفيد النهائي: مجموعة الأفراد أو الجمعيات الذين يستفيدون من خدمات الجمعية ورث أو وصية: وعد بالتبرع يعد به شخص قبل وفاته ويصبح نافذا بعدها. الوقف: حبس أصل للجمعية وتسييل منفعتة لصالح مستفيديها. الزكاة: مقدار محدد من المال حسب شروطه الشرعية يتبرع به المتبرع ويجب صرفه في أنواع محددة. الصدقة: دفع مقدار من المال يقوم به المتبرع لصالح الجمعية الصدقة العامة (التبرع العام): دفع مقدار من المال يقوم به المتبرع لصالح الجمعية		

<p>دون تحديد مصرفه.</p> <p>الصدقة المخصصة (التبرع المخصص): دفع مقدار من المال يقوم به المتبرع لصالح الجمعية مع تحديد مصرفه.</p> <p>الرعاية: هي عبارة عن مبلغ مالي نقدي أو غير نقدي تقدمه جهة اعتبارية مانحة مقابل حصولها على عوائد غير نقدية ومعنوية واضحة ومحددة.</p> <p>المانح (المتبرع): الشخص أو الجهة الاعتبارية التي تقوم بدفع أموال نقدية أو غير نقدية لصالح الجمعية.</p> <p>كبار المانحين: المانح الذي يستطيع تقديم تبرعات تزيد قيمتها عن 300.000 ريال.</p> <p>تبرع رئيسي (للمصاريف التشغيلية): التبرع الذي تزيد قيمته عن 300.000 ريال في حال كان من المصاريف التشغيلية.</p> <p>تبرع رئيسي (للمشاريع): التبرع الذي تزيد قيمته عن 20 % من قيمة المشروع.</p> <p>(إدارة / قسم) تنمية الموارد المالية: هي الإدارة أو القسم المسؤول عن تنمية الموارد المالية في الجمعية.</p> <p>التزام بالتبرع: وعد بالتبرع من مانح يتم تسليمه للجمعية وفقا لمواعيد محددة.</p> <p>المستهدف المالي: مبلغ مالي تضعه الجمعية كهدف لإدارة تنمية الموارد المالية لتحقيقه من أجل تغطية مصاريف الجمعية التشغيلية ومصاريف المشاريع.</p> <p>المانح المستهدف: المانح الذي تضعه إدارة تنمية الموارد المالية ضمن عدد من المانحين الذين تستهدف التواصل معهم بغرض دعم الجمعية.</p> <p>التقدير: مجموعة العمليات والأنشطة التي تقوم بها الجمعية للتعبير عن شكرها للمانح بسبب دعمه للجمعية.</p> <p>المصاريف التشغيلية: هي المصاريف التي يتم صرفها على الجوانب الإدارية غير المباشرة لخدمات المستفيد النهائي.</p> <p>مصاريف المشاريع: هي جميع المبالغ التي تصرف على المستفيدين بأي شكل كان نقدي أو غير نقدي أو المصاريف الإدارية المباشرة لخدمة المستفيد النهائي.</p>		
<p>يجب أن تكون الجمعية ذات ترخيص ساري الفاعلية قبل البدء في عملية تنمية الموارد المالية</p>	(4)	المادة

المادة	(5)	يجب على الجمعية أن يكون لديها حساب بنكي مفعّل يقبل الإيراد والصرف.
المادة	(6)	تتجنب الجمعية جميع أشكال تضارب المصالح أثناء عمليات تنمية الموارد المالية.
المادة	(7)	تتم جميع عمليات تنمية الموارد المالية وفقاً لأعلى المعايير الأخلاقية المتعارف عليها.

الجزء الثاني : السياسات الخاصة بأدوار مجلس الإدارة في تنمية الموارد المالية

المادة	(8)	الموافقة على خطة تنمية الموارد المالية تتم عن طريق مجلس إدارة الجمعية أو من يفوضه.
المادة	(9)	جميع عمليات تنمية الموارد المالية يجب أن تتم الموافقة عليها مسبقاً من مجلس إدارة الجمعية.
المادة	(10)	يجب على مجلس الإدارة اعتماد ميزانية مخصصة لإدارة تنمية الموارد المالية.
المادة	(11)	في حال وجود أي تواصل خارجي لتنمية الموارد المالية فإنه يجب أن يكون مجلس الإدارة أو من يفوضه على إحاطة بذلك.
المادة	(12)	جميع عمليات طلب الموارد المالية من المانحين يجب أن تكون موجهة من رئيس مجلس الإدارة أو الأمين العام أو من يفوضه.
المادة	(13)	جميع عمليات صرف الموارد المالية يجب أن تتم الموافقة عليها من قبل مجلس إدارة الجمعية.

الجزء الثالث : السياسات الخاصة بإدارة تنمية الموارد المالية ومسؤولي تنمية الموارد (جامعي التبرعات).

المادة	(14)	عمليات تنمية الموارد في الجمعية ليست عمليات مقتصرة على إدارة تنمية الموارد المالية ولكنها الجهة المسؤولة عنها
المادة	(15)	مسؤولو تنمية الموارد المالية للجمعية جزء رئيسي من صورة الجمعية لدى الآخرين لذا يجب العناية باختيارهم عناية دقيقة
المادة	(16)	لا تجوز مشاركة أي عضو من خارج الجمعية في عملية تنمية الموارد إلا بعد موافقة مجلس الإدارة أو من يفوضه موافقة خطية وفق نظام عمليات وإجراءات واضح المعايير.
المادة	(17)	الموافقة على برامج تنمية الموارد المالية تتم عن طريق إدارة تنمية الموارد المالية في

		الجمعية.
المادة	(18)	<p>مسؤولية جامعي التبرعات فيما يتعلق بالتبرعات</p> <p>أ- يتم قبول التبرع إذا كان اختيارياً من قبل المتبرع، وينسجم مع أهداف الجمعية</p> <p>ب- يكون العائد من التبرع أعلى من كلفة الحصول عليه</p> <p>ج- يصرف التبرع في الوجهة أو الغاية التي يرغبها المتبرع إذا نص على ذلك</p>
المادة	(19)	<p>العلاقة بالمساهمين (ذوي العلاقة)</p> <p>أ- احترام جامعي التبرعات حقوق المتبرع من خلال تزويده بالسرعة الممكنة بجميع المعلومات المتعلقة بكيفية التصرف في التبرعات.</p> <p>ب - الحفاظ على سرية المتبرع وتقدير رغباته.</p> <p>ج- احترام جامعي التبرعات حقوق المستفيد، والمحافظة على كرامته.</p> <p>د- ألا تستخدم وسائل جمع التبرعات أو محتوياتها، للحط من كرامة المستفيد.</p>
المادة	(20)	<p>المسؤولية المعلوماتية:</p> <p>أ- استخدام جامعي التبرعات فقط المعلومات العامة الصادقة والصحيحة وغير المضللة، والتي تحترم كرامة المستفيد.</p> <p>ب- على جامعي التبرعات احترام قوانين حماية المعلومات في جميع الأوقات.</p> <p>ج- على جامعي التبرعات عدم تسريب أو استخدام المعلومات الخاصة بالمانحين التي تم جمعها بواسطة الجمعية إلا في أغراضها.</p> <p>د- عند رغبة المانح أو المتبرع حذف اسمه من قائمة المتبرعين لدى الجمعية، يجب الإسراع في تحقيق رغبته دون إعاقة أو تأخير.</p>
المادة	(21)	<p>التقارير الادارية: التمويل وتكلفة جمع التبرعات:</p> <p>أ- على جامعي التبرعات أن يؤكدوا أن جميع التبرعات المنقولة والمحسوبة والمقيدة والتي تقع ضمن مهامهم شفافة وواضحة بأقصى قدر ممكن، وأن يكونوا على استعداد للمحاسبة في أي وقت فيما يدخل في اختصاصهم من أعمال.</p> <p>ب- أن يشجعوا الجمعية أن تكون تقاريرها منسجمة مع معايير الأساليب المحاسبية الوطنية أو الدولية.</p>

<p>ج- على جامعي التبرعات أن يقدموا تقارير دورية تتسم بالدقة والمصداقية لجميع المساهمين والمسؤولين عن جمع التبرعات، على أن تقدم هذه التقارير في وقت معقول.</p> <p>د- على جامعي التبرعات أن يكونوا واضحين لجميع المساهمين عن تكلفة جمع التبرعات والمصروفات والرسوم وكيف تم تحديدها وتخصيصها.</p> <p>هـ- على جامعي التبرعات أن يوضحوا أي اتفاق على أي نوع من التعويضات لجميع العاملين في المؤسسة التي يعملون لها أو لصالحها أو المتبرعين أو المستفيدين متى طلب منهم ذلك.</p>		
<p>المدفوعات والتعويضات:</p> <p>أ) على جامعي التبرعات تقديم خدماتهم، على أساس راتب شهري أو برسوم محددة.</p> <p>ب) أن لا يقبل جامعي التبرعات أي نوع من العطايا أو الامتيازات عند ما يفاوضون لاتخاذ قرارات نيابة عن الجمعية.</p> <p>ج) على جامعي التبرعات أن لا يسعوا أو يقبلوا مالا أو متاعاً من مزودي الخدمات أو البضائع كمكافئة للأعمال التجارية التي يتم الارتباط بها مع مزودي الخدمة او البضائع.</p>	(22)	المادة
<p>الالتزام بالقوانين الوطنية:</p> <p>أ- أن يبدي جامعو التبرعات اعتراضهم عندما لا تلتزم الجمعية التي يعملون من أجلها بالقوانين الوطنية.</p> <p>ب- على جامعي التبرعات عدم الانخراط في أي نشاطات تتعارض مع الالتزامات القانونية التي يعملون فيها أو يعملون لمصلحتها.</p> <p>ج- على جامعي التبرعات أن يمنعوا حدوث أي نوع من أنواع المخالفات أو التجاوزات سواء أكانت جنائية أو سوء استخدام لنشاطاتهم المهنية.</p>	(23)	المادة

الجزء الرابع : السياسات الخاصة بحقوق المانحين.

إعلام المانح برسالة الجمعية والأسلوب الذي تعتمزم المنظمة سلوكه لاستخدام الموارد الممنوحة وقدرتها على استخدامات التبرعات على نحو فعال للأغراض المقصودة منها.	(24)	المادة
إعلام المانح بهوية جميع العاملين بمجلس إدارة الجمعية، ودورهم المحوري في الإشراف على المسئوليات والصلاحيات.	(25)	المادة
يجب أن تتضمن عمليات تنمية الموارد الحد الأدنى من (إعلام المانحين باستلام التبرع - الشكر والتقدير - الاستخدام الأمثل لمبلغ التبرع) بعد استلام التبرع.	(26)	المادة
للمانح حق الاطلاع على ميزانيات الجمعية الحالية والسابقة.	(27)	المادة
التأكد من ضمان استخدام المنحة على النحو المتفق عليه.	(28)	المادة
ضرورة تقديم الشكر والتقدير بالشكل اللائق والمناسب للمانح.	(29)	المادة
التعامل مع المعلومات المتعلقة بمنحهم ومعالجتها باحترام وسرية وبما لا يتعارض مع السياسات والقوانين العامة.	(30)	المادة
إعلام المانح بهوية ممثلي الجمعية في جمع التبرعات سواء من المتطوعين أم من موظفي الجمعية أم من المتعاونين مدفوعي الأجر.	(31)	المادة
أن تكون جميع العلاقات مع الأفراد الممثلين للجمعية مهنية واحترافية وتعبر عن الاحترام المتبادل	(32)	المادة
إتاحة الفرصة لأسمائهم أن تُحذف حسب رغبتهم من قوائم المواد البريدية التي تنوي المنظمة مشاركتها بشكل دوري أو متقطع.	(33)	المادة
حرية طرح الأسئلة والاستفسارات المتعلقة بالجمعية وتلقي إجابة فورية وصادقة وصرحة.	(34)	المادة
العلاقة مع المانحين والمتبرعين للجمعية هي علاقة طويلة ومستمرة يجب العناية بها.	(35)	المادة

الجزء الخامس : السياسات الخاصة بالمنحة (التبرع)

المادة	(36)	تنقسم المنح (التبرعات) إلى نوعين رئيسيين من حيث أوجه الصرف ولا يحق للجمعية صرفها إلا حسب اختيار المانح أ- تبرعات مخصصة. ب- تبرعات غير مخصصة. (عامة).
المادة	(37)	تنقسم التبرعات (المنح) إلى نوعين رئيسيين من حيث نوع التبرع أ- تبرعات نقدية. ب- تبرعات عينية (المذكورة في مقدمة اللائحة في أنواع المنح والتبرعات)
المادة	(38)	تنقسم التبرعات من حيث نوع الأداء الشرعي إلى ثلاثة أنواع: أ- الزكاة ويجب أن تصرف في أوجه الاستحقاق المنصوص عليها شرعا. ب- الصدقات ويجب صرفها وفقا للمادة (36) ج- الأوقاف ويجب صرفها وفقا لللائحة الأوقاف المعتمدة من الجمعية.
المادة	(39)	لا يحق للجمعية التسويق لأي تبرع لصالح مشروع إلا بعد أخذ الموافقات اللازمة لذلك وفقا للأنظمة المرعية في الدولة.
المادة	(40)	يحق للمتبرع إلغاء التبرع في أي لحظة ودون سابق إعلام. واستعادتها في حال عدم صرف المبلغ حسب المنصوص عليه في الاتفاق بينه وبين الجمعية.
المادة	(41)	يجب أن يتم تسجيل جميع الموارد المالية النقدية أو غير النقدية لدى الإدارة المالية للجمعية فور دخولها وقبل أن يتم عليها أي إجراء آخر.
المادة	(42)	وجوب وجود نظام معلومات محدث ومستمر عن الموارد المالية وجميع إجراءاتها وحالتها الراهنة.
المادة	(43)	لا تقبل الجمعية أي تبرعات من جهات تمارس أنشطة تضر بالمجتمع ضررا متفاقا عليه (مثل شركات التبغ).
المادة	(44)	لا تقبل الجمعية أي أموال مشكوك في مصادرها.
المادة	(45)	لا تقبل التبرعات النقدية التي تزيد عن خمسين ألف ريال إلا بإجراءات خاصة تحددها إدارة تنمية الموارد المالية
المادة	(46)	جميع التبرعات على شكل تجهيزات يجب أن تتضمن فواتير بقيمتها حال التبرع ومقدمة من قبل المتبرع
المادة	(47)	يجب أن تكون التبرعات العقارية مقيمة في حال التبرع من مكتب تقييم معتمد ويثبت تقييمها في حضر خاص بذلك.

المادة	(48)	في حال وجود تبرعات من النوع الفكري فإنه لا يحق للمتبرع منع الجمعية من استخدامها لدى الغير إلا في حال دون بها اتفاقية حقوق الملكية الفكرية وتخصيص استخدامها لعمل الجمعية فقط.
المادة	(49)	لا يتم إثبات التبرعات الأجلة (الموعود بها) لحين دخولها الصندوق أو الحساب.

الجزء السادس: السياسات الخاصة بحقوق الجمعية

المادة	(50)	يحق للجمعية التأكد من السلامة القانونية للمتبرع والمبلغ المتبرع به وذلك لحماية الجمعية من أي مخاطر محتملة.
المادة	(51)	يحق للجمعية استقطاع نسبة مئوية من التبرعات محددة ومعتمدة من قبل مجلس الإدارة تخصص للمصاريف العمومية والإدارية.
المادة	(52)	يحق للجمعية رفض المنحة أو التبرع في حال وجود أي عوامل من شأنها الإضرار بالجمعية
المادة	(53)	يحق للجمعية رفض طلب استرجاع التبرع أو المنحة في حال صرفها في الوجوه المخصصة.

الجزء السابع : السياسات الحكومية الخاصة بعملية جمع التبرعات

المادة	(54)	لا يسمح للجمعية بإقامة حملة جمع التبرعات إلا بعد الحصول على تصريح من الدولة.
المادة	(55)	أن تقوم الجمعية بتزويد من يباشرون عملية الجمع ببطاقات تعريفية مغلقة، مبين فيها تاريخ إصدارها وانتهائها ومعتمدة من الجمعية، ويلتزم هؤلاء بحمل تلك البطاقات وإبرازها متى طلب منهم ذلك.
المادة	(56)	لا يسمح بأي حال من الأحوال فتح حسابات لهذا الغرض باسم أي شخص مهما كان مركزه.
المادة	(57)	لا يسمح للجمعية استعمال الأموال في غير الغرض الذي جمعت من أجله إلا بموافقة خطية من المتبرع ان كان غرض المتبرع محددًا وان لم يتيسر ذلك فمن وزارة الشؤون الاجتماعية.
المادة	(58)	في حال إقامة حملة جمع التبرعات على كل جهة مصرح لها بجمع التبرعات لمدة محددة فور انتهاء مهمة الجمعية، اعداد تقرير معتمد من احد المحاسبين القانونيين المرخص لهم، تبين فيه حصيلة الجمع ومفردات ايراداته ومصروفاته مؤيدا بالمستندات الدالة على صحته، ورفعها الى الجهة المشرفة خلال مدة الجمع، وإذا كان التصريح غير محدد المدة فيكتفى بإدراج التقرير ضمن الميزانية السنوية.

الفصل الثاني: العضويات

الجزء الأول: السياسات الخاصة بشروط وأنواع العضوية وأشكال الانتفاع

<p>عضوية الجمعية</p> <p>تكون عضوية الجمعية العمومية مفتوحة لأعرض قاعدة ممكنة من سكان المنطقة، ويجب أن تتوفر عضو الجمعية الشروط التالية:</p> <p>أ- أن يكون سعودي الجنسية.</p> <p>ب- أن يكون قد أتم الثامنة عشر من عمره.</p> <p>ج- أن يكون من ذوي السمعة الحسنة.</p> <p>أن يكون غير محكوم عليه بإدانة في جريمة مخلة بالشرف أو الأمانة ما لم يكن قد رد إليه اعتباره.</p> <p>هـ- أن يكون كامل الأهلية المعتبرة شرعا.</p> <p>و- أن يكون قد سدد الحد الأدنى للاشتراك السنوي للجمعية البالغ 500 ريال</p>	(59)	المادة
<p>أ- <u>عضو عامل</u>: وهو العضو الذي شارك في تأسيس الجمعية أو التحق بها بعد قيامها بناء على قبول مجلس الإدارة لطلب العضوية المقدم منه وهذه العضوية قاصرة على (الرجال / النساء) ويكون لهذا العضو حق حضور اجتماعات الجمعية العمومية والتصويت على قراراتها وترشيح نفسه لعضوية مجلس الإدارة وذلك بعد مضي سنة على تاريخ التحاقه بالجمعية ويدفع اشتراكا سنوياً مقداره (500) ريال كحد أدنى.</p> <p>ب- <u>عضو منتسب</u>: هو العضو الذي يطلب الانتساب إلى عضوية الجمعية ويقبل ذلك مجلس الإدارة بعد تحقق الشروط المنصوص عليها بالمادة (4) في نظام مجلس الجمعية عدا شرط السن ولا يكون لهذا العضو حق حضور اجتماعات الجمعية العمومية ولا الترشيح لعضوية مجلس الإدارة ويدفع إشتراكاً سنوياً مخفضاً مقداره (250) ريال كحد أدنى.</p> <p>ت- <u>عضو شرف</u>: وهو العضو الذي تمنحه الجمعية عضويتها نظيراً لما قدمه لها من خدمات جليلة مادية كانت أو معنوية ساعدت الجمعية على تحقيق أهدافها وله حق حضور اجتماعات الجمعية العمومية ومناقشة ما يطرح فيها دون أن يكون له حق التصويت أو الترشيح لعضوية مجلس الإدارة.</p> <p>ث- <u>عضو فخري</u>: وهو العضو الذي تمنحه الجمعية العمومية العضوية الفخرية بمجلس الإدارة، ويكون له حق المناقشة في اجتماعاته ولكن ليس له حق التصويت ولا يثبت بحضوره صحة الانعقاد.</p>	(60)	المادة

الجزء الثاني: السياسات الخاصة بفقدان عضوية الجمعية العمومية

المادة	(61)	الوفاة.
المادة	(62)	الانسحاب من الجمعية بطلب كتابي.
المادة	(63)	إذا ألحق عن عمد بالجمعية أضراراً جسيمة سواء كانت مادية أو معنوية ويعود تقدير ذلك لمجلس إدارة الجمعية.
المادة	(64)	إذا تأخر عن تسديد الاشتراك لمدة ستة أشهر من بداية السنة المالية للجمعية أو بعد إخطاره بخطاب على عنوانه المدون لديها. وفيما عدا الحالتين بالمادة (61 و62) يصدر بفقدان العضوية قرار من مجلس الإدارة.

الجزء الثالث: السياسات الخاصة باستعادة عضوية الجمعية

المادة	(65)	استعادة العضوية
		1- يجوز لمجلس الإدارة إعادة العضوية لمن فقدتها بسبب عدم تسديده الاشتراك السنوي في حالة أدائه المبلغ المستحق عليه. 2- لا يحق للعضو أو ورثته أو لمن فقد عضويته استرداد ما تم دفعه للجمعية من اشتراكات أو تبرعات أو هبات سواء كان ذلك نقداً أو عيناً ومهما كانت الأسباب.

الجزء الرابع: السياسات الخاصة بحقوق العضوية

المادة	(66)	حقوق العضوية
		أ- يحق لكل عضو من أعضاء الجمعية الإطلاع في مقر الجمعية على السجلات الخاصة بمحاضر جلسات الجمعية العمومية، ومجلس الإدارة وقراراتهما، وكذلك القرارات الصادرة عن مدير الجمعية بتفويض من مجلس الإدارة. ب- كما يحق له الإطلاع على الميزانية العمومية ومرفقاتها - في مقر الجمعية - وقبل عرضها على الجمعية العمومية بوقت كاف.

الجزء الخامس: السياسات الخاصة واجبات العضوية

المادة	(67)	واجبات العضوية
		أ- الوفاء بجميع الالتزامات المترتبة على عضويته بالجمعية والقيام بجميع الواجبات المنصوص عليها في هذا النظام واللوائح الداخلية للجمعية. ب- التقيد بقرارات الجمعية العمومية وقرارات مجلس الإدارة ج- إبلاغ الجمعية كتابة بما يطرأ من تعديلات على عنوانه المدون لديها.

الجزء السادس: إجراءات تطوير وتسجيل العضوية

المادة	(68)	تكون إجراءات تطوير وتسجيل العضوية وفقاً للإجراءات التالية:
		أ- تصميم خطة تطوير العضوية. ب- تصميم خطة التواصل مع الأعضاء. ج- التسويق والاستقطاب. د- استقبال الراغبين في العضوية. هـ- التأكد من تطابق شروط اللائحة على العضو الجديد و- اختيار نوع العضوية ز- تعبئة نموذج الطلب. ح - سداد قيمة العضوية وإصدار الإيصال (الفاتورة) ط- إصدار بطاقة العضوية. ي- تحويل الإيصال (الفاتورة) للإدارة المالية. ك- التثقيف الأولي للأعضاء الجدد. ل- تنفيذ خطة التواصل للأعضاء. م- التحضير للانتخابات الدورية.

الفصل الثالث: حملات كبار المتبرعين

الجزء الأول: السياسات

المادة	(69)	المسؤول الرئيس عن العلاقة مع كبار المانحين هو مجلس إدارة الجمعية أو من يمثله.
المادة	(70)	يجب أن يتم إعلام المانح بوصول المنحة خلال ثلاث أيام عمل
المادة	(71)	رسال رسالة شكر للمانح أو زيارة حسب مستوى المنحة من حيث الحجم والتنوع وفقاً للجدول التالي

رقم	المبلغ	رسالة واتساب	بريد الكتروني	رسالة جوال	خطاب شخصي	اتصال مدير تنمية الموارد	اتصال المدير التنفيذي	اتصال الامين العام	اتصال رئيس مجلس الادارة	زيارة الامين/المدير التنفيذي العام	زيارة رئيس مجلس الادارة	زيارة الاعضاء مجلس الادارة	عشاء تكريم شخصي	حفل تكريم
1	499-1	✓	✓											
2	499-500	✓	✓	✓										
3	4999-1000	✓	✓	✓	✓									
4	9999-5000	✓	✓	✓	✓	✓								
5	19999-10000	✓	✓	✓	✓	✓								
6	49999-20000	✓	✓	✓	✓		✓							
7	199999-50000	✓	✓	✓	✓		✓	✓					✓	
8	399000-200000	✓	✓	✓	✓			✓				✓	✓	
9	499999-400000	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	500000 فأعلى	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

الجزء الثاني: عمليات وإجراءات حملة زيارة كبار المتبرعين

	<p>تصميم حملة لزيارة المتبرعين من خلال الإجراءات التالية:</p> <p>1- مراجعة قاعة البيانات واختيار مجموعة من المانحين.</p> <p>2- عرض المجموعة على مجلس الإدارة والتنسيق لزيارتهم.</p>	(72)	المادة
	<p>البحث والتحديد للمانحين من خلال الإجراءات التالية:</p> <p>1- تصنيف المانحين المحتملين وتحديد المانحين المتوقع استجابتهم.</p> <p>2- البحث في التقارير الصادرة عن الجمعيات والمؤسسات العاملة في مجال شبيه لقضيتك، للتعرف على المانحين المهتمين بقضيتك</p> <p>3- البحث باستخدام المصادر الأخرى (انترنت، صحف ومجلات، أدلة إلكترونية أو مطبوعة، العلاقات العامة)</p> <p>4- تحديد البحث ضمن المانحين الذين سبق لهم المنح لقضايا مشابهة لقضيتك،</p> <p>5- البحث في صفات تقييم المانحين</p> <p>6- تصنيف المانحين الذين تم تقييمهم</p>	(73)	المادة
	<p>تحليل المانحين المحتملين كلا على حدة. وترتيب أولوية المانحين للتثقيف، والطلب من خلال الإجراءات التالية:</p> <p>1- استخدام نتائج نموذج التقييم رقم 1/4، وتحديد جميع المانحين الذين حصلوا على نسبة أعلى من 60% للبدء بتحليلهم باستخدام نموذج 2/2</p> <p>2- تعبئة نموذج رقم 2/2 لتحليل المانح. الاكتفاء بتحليل المانحين الحاصلين على 60% فأعلى في نموذج 1/4</p> <p>3- تقسيم المانحين إلى مجموعات بحسب الأولوية باستخدام نموذج رقم 2/3</p>	(74)	المادة
	<p>طلب المنحة من خلال توفير نماذج التقييم المكتملة. وتوفير نماذج تحديد المانحين المحتملين مكتملة من خلال الخطوات التالية:</p> <p>1- يجب أن يكون الطلب مباشراً</p> <p>2- الالتزام بالمصداقية</p> <p>3- اختيار الوقت المناسب</p>	(75)	المادة
	<p>الحصول على الدعم، وتوثيق الاستلام في حالة الاستجابة وتلقي المنحة:</p> <p>1. التأكد من استلام المنحة، وإثبات الاستلام مع تقديم الشكر.</p> <p>2- إرسال تأكيد الاستلام إلى المانح باستخدام نموذج رقم 5/1 خلال وقت لا يتجاوز 48 ساعة من وقت الاستلام.</p>	(76)	المادة

<p>3- إنشاء ملف خاص للمانح، وإدراج رسالة التأكيد في الملف.</p>		
<p>شكر وتقدير المانح</p> <p>ثمة طرق مختلفة لتقديم الشكر والتقدير للمانح، يمكنك الابتكار لإيجاد وسائل أكثر فاعلية، وأكثر تأثيراً للحالة الخاصة للمانح، وهناك إجراءات عامة يُستحسن اتباعها:</p> <p>1- إرسال رسالة شكر من خلال البريد الإلكتروني، أو طباعتها طباعة فاخرة، وتسليمها يدياً بيد.</p> <p>2- اتصال من أعضاء مجلس الإدارة لتقديم الشكر بشكل مباشر خلال الأسبوع الأول.</p> <p>3- إضافة المانح إلى القائمة البريدية للمنظمة، وعمل إيميل له، وحساب خاص، على دومين وسيرفر الموقع الرسمي.</p> <p>4- في حالة موافقة المانح على الإعلان عن نفسه، قم بكتابة خبر المنحة على الصفحة الرئيسية للموقع الرسمي، وإرسال رابط الخبر للمانح.</p> <p>5- القيام بإرسال خبر المنحة إلى الصحافة المحلية، أو المجلات المتخصصة، وإرسال نسخة من أي أخبار يتم نشرها عن المنحة إلى بريد المانح</p> <p>6- القيام بإدراج نسخة من كل ما يتعلق بخبر المنحة، أو الرسائل والتقارير التي يتم إرسالها للمانح في الملف الخاص به</p> <p>7- المتابعة والإشراف، والتثقيف المستمر، أحد أساليب إظهار التقدير للمانح</p> <p>8- يمكن دائماً إرسال هدية رمزية كنوع من التقدير للمانح، ويمكن أن تكون من منتجات المنظمة إذا كان للمنظمة منتجات صالحة للإهداء</p>	<p>(77)</p>	<p>المادة</p>
<p>المتابعة والإشراف من خلال الخطوات التالية:</p> <p>1- إرسال التقرير الدوري في الوقت المتفق عليه. في حالة كان المانح لديه نموذج معين لكتابة التقارير فيجب اتباعه، خاصة إذا كانت جهة مانحة، وفي حالة كان المانح فرداً، أو لا يفرض نموذجاً معيناً لكتابة التقارير إليه، فيمكن استخدام نموذج رقم 7/1.</p> <p>2- إشراك المانح في بعض ورش العمل، وبعض القرارات التي يتم اتخاذها ضمن خطة إنفاق منحته.</p>	<p>(78)</p>	<p>المادة</p>

الفصل الرابع: الأوقاف

الجزء الأول / تعريف الأوقاف

المادة	(79)	الأوقاف: هي مجموعة من الأصول المحبسة، والمسبلة منفعتها لصالح برامج ومشاريع واحتياجات وخدمات الجمعية.
--------	------	--

الجزء الثاني / السياسات العامة للأوقاف

المادة	(80)	يتم التعامل مع الأوقاف وفقا للأصول الشرعية واللوائح القانونية المعتمدة في الجمعية من قبل مجلس الإدارة والهيئة الشرعية.
المادة	(81)	يختص قسم الأوقاف إجمالاً في الأمور التالية أ- استقطاب التبرعات الوقفية. ب- توثيق الأوقاف ت- إدارة الأملاك الوقفية. ث- إدارة الاستثمارات الوقفية.
المادة	(82)	قسم الأوقاف هو المسؤول أما السلطات العليا في الجمعية عن: أ- رسم السياسات العامة لإدارة واستثمار الأوقاف. ب- وضع اللوائح الكفيلة بتنمية الإيرادات وتحصيلها بصفة منتظمة وصيانة الأوقاف والمحافظة عليها ت- التوصية بالنظم واللوائح الداخلية للأوقاف. ث- إعداد خطط وتقارير الإيرادات والمصروفات السنوية لأموال الأوقاف وحساباتها الختامية. ج- بناء الشراكات مع الجهات الأخرى التي يمكن أن تسهم في الوقف. ح- تصميم المنتجات الوقفية مثل (الصدقة الجارية).

الجزء الثالث: استقطاب وتنمية الموارد المالية للأوقاف

<p>تنمية الموارد المالية للأوقاف: هي مجموعة الأنشطة التي تقوم بها الجمعية لهدف زيادة الإيرادات الخاصة بالأوقاف.</p>	(83)	المادة
<p>أنواع الموارد المالية للأوقاف: أ- موارد نقدية. ب- موارد عينية.</p>	(84)	المادة
<p>الفئات المستهدفة لتنمية الموارد الوقفية أ- فئة الأفراد وتشمل الأفراد المستقلين او المرتبطين بأسر من ذوي الدخل الجيد. ب- فئة رجال الأعمال وتشمل الأفراد والأسر التجارية عالية الدخل. ج- المؤسسات الخيرية المانحة. د- شركات ومؤسسات القطاع الخاص. هـ- القطاع الحكومي.</p>	(85)	المادة
<p>إجراءات تنمية الموارد الوقفية للفئات المستهدفة أ- فئة الأفراد: ويتم ذلك من خلال المنتجات الوقفية والتي يتم تصميمها من قبل قسم الأوقاف. ب- رجال الأعمال: ويتم من خلال المنهجية المستخدمة في الفصل الرابع من هذه اللائحة ت- المؤسسات الخيرية المانحة: ويتم من خلال المنهجية المستخدمة في الفصل الرابع من هذه اللائحة. ث- القطاع الحكومي: ويتم من خلال المنهجية المستخدمة في الفصل الرابع من هذه اللائحة. ج- الشركات ويتم من خلال الإجراءات التالية: 1) تحديد المبالغ المستهدفة من فئة الشركات 2) تصميم الخطة السنوية للشراكة مع القطاع الخاص واعتمادها 3) تحديد معايير الشراكات 4) اختيار جهات الشراكة 5) دراسة الجهات وتحديد نوع الشراكة. 6) زيارة الجهات والتفاوض معها. 7) إعداد الاتفاقيات وتوقيعها. 8) متابعة إيرادات الشراكة. 9) إعداد التقارير 10) تقييم العائد من الشراكة.</p>	(86)	المادة

الجزء الرابع: التوثيق

المادة	(87)	التوثيق هو تقنين العلاقة بين الجمعية والموقف لإضفاء صبغة شرعية قانونية لهذه العلاقة وتنظيمها من أجل حفظ حقوق الطرفين، وتحقيق أفضل النتائج المرجوة من العلاقة
المادة	(88)	الموقفون مساهمون في الوقف لكنهم، لا يباشرون إدارته ولا يختارون الاستثمارات الخاصة به، وإنما يسندون ذلك إلى إدارة الجمعية. فالجمعية يحل محلهم في ذلك.
المادة	(89)	<p>إجراءات التوثيق</p> <p>1- وتكون بإبداء أحد الأفراد أو الجهات رغبته في وقف مال يمتلكه عقاراً أو منقولاً أو مبلغاً نقدياً أو أسهماً أو غير ذلك مما يسوغ وقفه.</p> <p>2- تسليم المتبرع نموذجاً يحتوي على الأوراق الثبوتية المطلوبة منه حسب قرارات الجمعية.</p> <p>3- بعد تعبئة الاستمارة يتم تسليم الموقف فوراً سند باستلام بما أوقفه، وتحديد موعد للاتصال عليه وإخباره بانتهاء إجراءاته وتحديد موعد لحضوره إلى الجمعية لإنهاء باقي إجراءات الوقف.</p> <p>4- يتولى قسم إدارة الأملاك بالجمعية إرسال الأوراق اللازمة لثلاث جهات للتقييم واثمين الوقف إذا كان الوقف بعقار أو منقول يستلزم تثمينه.</p> <p>5- بعد استلام التقييم واثمين للوقف من الجهات المختصة تحدد القيمة الفعلية له، ثم يتم الاتصال على الموقف لتحديد موعد معه لإبلاغه بقيمة الوقف وإنهاء الإجراءات بتوقيعه.</p> <p>6- بعد توقيع الموقف على الأوراق المطلوبة لدى كاتب العدل أو الجهة المختصة يتم تحويل الأوراق كاملة إلى قسم إدارة الأملاك بالجمعية التي بدورها تحدد الاستخدام الأمثل لها.</p> <p>7- يتم تسليم الموقف شهادة شكر على ما قام به من أعمال الخير.</p> <p>8- يتم تسليم الموقف وثيقة الوقف الموثقة قانونياً وشرعياً لحفظ حقوق الطرفين</p>

الجزء الخامس: إدارة الأملاك (المقصود بإدارة هنا العملية وليس مسمى هيكل إداري)

المادة	(90)	المقصود بإدارة الأملاك هي إدارة جميع الأملاك العينية الوقفية للجمعية من (مباني أو عقارات أو معدات أو غيرها)
المادة	(91)	تختص إدارة الاملاك إجمالاً بالمهام التالية أ- تشغيل الاملاك. ب- صيانة الأملاك. ج- متابعة الإيرادات وتحصيلها. د- التقييم المالي للأملاك
المادة	(92)	الإجراءات (المقترحة) لأداء مهام إدارة الأملاك

أ- الصيانة: تكليف شركات صيانة بالمهمة وفقاً لللائحة العقود والمشتريات. ب- التشغيل: تكليف شركات تشغيل بالمهمة وفقاً لللائحة العقود والمشتريات. ت- التقييم: تكليف شركات تقييم بالمهمة وفقاً لللائحة العقود والمشتريات ث- متابعة الإيرادات: وفقاً لللائحة المالية للجمعية.		
--	--	--

الجزء السادس: إدارة الاستثمار (المقصود بإدارة هنا العملية وليس مسمى هيكل إداري)

الاستثمار هو عبارة عن استخدام أموال المتبرعين للوقوف لشراء أصول متنوعة لتحقيق أعلى عائد ممكن ضمن مقدار المخاطر المقبول والموافق عليه من مجلس الإدارة	(93)	المادة
تختص إدارة الاستثمار إجمالاً بالمهام التالية: أ- اقتراح السياسات الاستثمارية وفقاً للمرجوب من نتائج الاستثمار ب- تحديد طرق توزيع الأصول في الأوعية والجهات الاستثمارية ت- البحث عن الفرص والأوعية الشرعية والأمنه للاستثمار. ث- اختيار مديري الاستثمار. ج- تقييم أداء الاستثمارات. ح- رفع التقارير الدورية خ- اقتراح الانفاق السنوي لإدارة الأوقاف وما يتبع لها من صيانة وتشغيل وغيره	(94)	المادة
سياسات اختيار الأوعية الاستثمارية: 1- اختيار الاستثمار المتوافق مع ضوابط الشريعة الإسلامية. 2- اختيار الاستثمار (الشرعي) الآمن والذي تكون نسبة المخاطرة به منخفضة. 3- لا يستثمر الوقف في الأنشطة المرتبطة بالمضاربة بالأسهم. 4- العائد المنتظم: حيث يمنح الاستثمار الذي يتم اختياره أرباحاً شهرية ربع سنوية، نصف سنوية أو سنوية. 5- المرونة: حيث يوفر الاستثمار أكبر مرونة ممكنة لاسترداد المبلغ المستثمر والحصول على سيولة.	(95)	المادة
سياسات الاستثمار في إدارة أموال أوقاف الجمعية: 1- تحديد أهداف استثمارية مناسبة تقي من أخطار التقلبات الاقتصادية الحادة. 2- الموازنة بين الحاجة إلى الأمان والحاجة إلى النمو. 3- مراقبة أداء ونتائج الاستثمارات. 4- تعديل السياسات الاستثمارية وفقاً لنتائج الاستثمار، وتغير ظروف السوق، وتغير الاحتياجات. 5- تحديد الهيكل الإداري لإدارة الاستثمار من حيث شكل الإدارة وعدد أعضائها.	(96)	المادة

<p>6- تنوع مكونات المحفظة الاستثمارية لأصول الوقف وبخاصة الصناديق الوقفية.</p> <p>7- تنوع أنشطة الوقف الاستثمارية، فلا يقتصر نشاطه على قطاع اقتصادي واحد.</p> <p>8- تحديد أصول الوقف، وتحديد نسبة كل أصل (عقارات، أسهم، نقد... إلخ)، بحيث تناسب أسلوب الاستثمار المتبع.</p> <p>9- التعامل مع النقود بمثابة أصول استثمارية، فلا تستخدم في تغطية النفقات الجارية، بل تستثمر ويستخدم العائد في تمويل الإنفاق الجاري.</p>		
<p><u>سياسات الإنفاق من أموال أوقاف:</u></p> <p>يتعين على إدارة الاستثمار اتباع ما يلي:</p> <p>1- عدم استخدام الأصول النقدية في الإنفاق، والإنفاق من عوائد استثمار أصول الوقف.</p> <p>2- وضع سياسة مناسبة يتحقق من خلالها التوازن بين عنصرين: هما تنمية القيمة الحقيقية لأصول الوقف والأخذ بعين الاعتبار عامل التضخم والتقلبات السوقية.</p> <p>3- إنفاق مقدار كاف من عوائد الاستثمار لتغطية جزء معين من النفقات الجارية، أي أن يكون الإنفاق في حدود العائد من استثمار أصول الوقف المحققة حتى لا يؤدي الإنفاق الزائد عن الإيرادات إلى إنفاق أصول الوقف.</p> <p>4- استخدام جزء من الإيرادات لتغطية النفقات الجارية، وإعادة استثمار الجزء الباقي لتنمية أصول الوقف على المدى الطويل</p> <p>5- يتماشى مقدار الإنفاق السنوي مع حجم العائد من استثمار أصول الوقف.</p>	(97)	المادة

الفصل الخامس: التسويق والاستثمار

النطاق: تحدد هذه السياسة المسؤوليات العامة في جمع التبرعات والمسؤوليات المحددة لجامعي التبرعات ومانحها، وفيما يتعلق باستخدام الأموال والمسؤولية عنها.

المصطلحات :

م	المصطلح	التعريف
1	الجمعية	جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
2	اللجنة	لجنة التنمية الاجتماعية بأبها
3	المدير العام	مدير عام جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
4	الإدارة	إدارة التسويق بجمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
5	التبرع العيني	التبرع بمواد أو أصول عينية تستخدم في مقر المركز أو ببرامجها وخدماته
6	التبرع المالي	التبرع للجمعية بالمال بحوالة على حساب الجمعية أو شيك محرر باسم الجمعية أو نقدا يسلم في مقر الجمعية
7	الاستقطاع	التبرع للجمعية بالمال بأمر مستدام شهريا
8	الملف التسويقي	إخراج الخدمات أو البرامج أو المشاريع التي يقدمها الجمعية عبر ملف مصمم أو فيديو تعريفى يعرف بها ويبين تكلفتها وأثرها ويرغب المانحين في دعمها
9	أخصائي التسويق	الموظف المتفرغ بإدارة التسويق بجمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
10	المسوق المتعاقد	الموظف المرتبط بعقد تسويقي مؤقت بإدارة التسويق بجمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
11	المتجر الإلكتروني	المتجر الإلكتروني لجمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط
12	التسويق	عرض برامج وأنشطة وخدمات الجمعية على المانحين بهدف دعمها
13	الإيراد	التبرعات المالية أو التي تتحقق عن طريق المسوق
14	الحافز	المقابل المالي الذي يستحقه المسوق نظير الإيرادات المتحققة من خلاله

مهام إدارة التسويق :

م	المسمى	المهام
1	مدير الإدارة	إدارة وتنظيم أعمال الإدارة ومتابعة خططها وسير أداؤها
2	أخصائي ملفات تسويقية	إعداد المنتجات التسويقية المقروءة والمرئية لكافة الأقسام صياغة وتصميمها إعداد تقارير المنح للمانحين
3	قسم المؤسسات المانحة والمسؤولية المجتمعية	تسويق مشاريع وخدمات وأوقاف واحتياجات الجمعية على المؤسسات المانحة وشركات المسؤولية المجتمعية
4	قسم التجار	تسويق مشاريع وخدمات وأوقاف واحتياجات الجمعية على رجال وسيدات الأعمال
5	قسم الاستقطاع والشراكات	إيجاد مستقطعين لدعم الجمعية وابتكار وتسويق مشاريع تحقق تبرعات مستدامة للجمعية عبر الشراكات و الرعايةات وغيرها
6	قسم التسويق الإلكتروني	تسويق مشاريع وخدمات وأوقاف واحتياجات الجمعية من خلال المتجر الإلكتروني أو الرسائل النصية أو وسائل التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة وفق الأنظمة والتعليمات المعمول بها

السياسات الخاصة بإدارة التسويق والاستثمار:

1. تلتزم إدارة بكافة الأنظمة والتعليمات الرسمية المنظمة لعملية جمع التبرعات في المملكة العربية السعودية .
2. تلتزم إدارة التسويق بتقديم خطة سنوية وموازنة مفصلة لأنشطتها ومشاريعها التسويقية منطلقاً من الأهداف الاستراتيجية للجمعية .
3. تلتزم إدارة التسويق بقياس أداء موظفيها شهرياً وفق نموذج معتمد يبين الأداء والإيرادات .
4. تلتزم إدارة التسويق بإعداد تقرير أداء شهري يبين الإيرادات ونسبة إنجاز الخطة السنوية للإدارة .

سياسة الحوافز المالية لإدارة التسويق :

1. يستحق إداري ومسوقي إدارة التسويق حوافز مالية تصرف لهم من ميزانية الجمعية المخصصة لذلك كل ربع سنة بعد استيفاء المتطلبات التالية :
 - أ. إثبات كافة الإيرادات المالية والعينية نهاية كل ربع سنة وفق الأنظمة والإجراءات والنماذج المعمول بها في الجمعية والتي تعمم عليهم مسبقاً .
 - ب. إغلاق كافة المشاريع التسويقية المرتبطة بعقود مع المانحين قبل استحقاق الحوافز وفق بنود العقود الموقعة مع المانحين . ووفق اشتراطات وتعليمات إدارة التسويق .
 - ت. يشترط لاستحقاق الحافز الربع سنوي أن يحقق مستحق الحافز ما لا يقل عن 40 % من مستهدفه الربع سنوي وفي حالة عدم تحقيقه يعتبر غير مستحقاً للحافز في ذلك الربع .
 - ث. تسلم الحوافز نهاية كل ربع سنة وفق البنود التالية بعد استيفاء البند (أ) و البند (ب) و البند (ت) من سياسة الحوافز المالية :

حوافز الكادر الإداري				
م	الموظف	مصدر التبرع	الحافز الربع سنوي	ملاحظات
1	مدير قسم تنمية الموارد المالية	إجمالي إيرادات الإدارة المالية للربع كاملا	% 1	
2	الكوادر الإدارية	إجمالي إيرادات الإدارة المالية للربع كاملا	%1 لكل موظف	

حوافز العائد الاستثماري			
م	مصدر العائد	الحافز الربع سنوي	ملاحظات
1	استثمار (سنوي/شهري/اسبوعي) متكرر	%10	من عائد أول (سنة/شهر/أسبوع) فقط
2	استثمار (سنوي/شهري/اسبوعي) غير متكرر	%5	

حيث أن المقصود بالاستثمار: المساهمة في تأجير أصل عقاري ، أو جلب مستثمر له.

حوافز أخصائي التسويق المتفرغ			
م	مصدر التبرع	الحافز الربع سنوي	ملاحظات
1	رجال وسيدات الأعمال ومبالغ الرعاية	% 10	
2	الاستقطاع وباقي الهلل وما في حكمها من الإيرادات الشهرية الثابتة	يمنح ثالث إيراد شهري كاملا	
3	المؤسسات المانحة وشركات المسؤولة المجتمعية	% 10	

يشترط تعميم المسوق بطلب التبرع العيني مسبقا كشرط لاستحقاق الحافز من قبل مدير المركز	3 % من قيمتها المقدرة وفق 3 عروض أسعار	التبرعات العينية	4
	5 %	التسويق الإلكتروني	5

حوافز المسوق المؤقت			
ملاحظات	الحافز الربع سنوي	مصدر التبرع	م
يشترط التعاقد المسبق	10 %	رجال وسيدات الأعمال ومبالغ الرعايات	1
يشترط التعاقد المسبق	يمنح ثالث استقطاع كاملا	الاستقطاع وما في حكمه	2
يشترط التعاقد المسبق	10 %	المؤسسات المانحة وشركات المسؤولة المجتمعية	3
يشترط تعميم المسوق بطلب التبرع العيني مسبقا كشرط لاستحقاق الحافز من قبل مدير المركز	2.5 % من قيمتها المقدرة وفق 3 عروض أسعار	التبرعات العينية	4

نموذج رقم 1/5

175 بعد تصنيف المانحين وفقاً لصفات التقييم، يمكن التعامل مع كل مانح محتمل على أساس العلاقة، وهي أهم نقطة في صفات التقييم، لذا يمكن تطبيق إجراءات محددة وفقاً لنوع العلاقة باستخدام هذا النموذج.

الهدف	الاجراءات المطلوبة	نوع العلاقة
التهيئة لأن يكونوا مانحين محتملين بدرجة عالية	تعزيز أو اصر العلاقة وتوثيقها، وإبداء الاهتمام بالتواصل الدائم.	مانحون ضمن دائرة علاقاتك الشخصية، ومستوفون لصفات التقييم، ومستعدون لمنحك.
توسيع دائرة المانحين المحتملين باستخدام قوة العلاقات العامة.	السؤال عن مانحين آخرين ضمن دائرة معارفهم الشخصية.	مانحون خارج دائرة علاقاتك الشخصية، وغير مستعدين لمنحك.
التهيئة لأن يكونوا مانحين محتملين بدرجة متوسطة، الآن أو في المستقبل.	محاولة التقرب إليهم، وإعادة التعرف عليهم لتحويل العلاقة إلى معرفة شخصية.	مانحون لا يعرفونك، ولا تعرفهم، لكن لديهم استعداد لدعم قضيتك.
التهيئة لأن يكونوا مانحين محتملين في المستقبل.	استثمار الوقت والجهد في إقامة علاقات شخصية والتعارف.	

المخرجات المتوقعة من هذه العملية:

- 1- تعبئة نموذج قائمة بالمانحين المحتملين
- 2- تعبئة نموذج المانحين الذين دعموا قضايا شبيهة.
- 3- تعبئة نموذج عناصر تقييم المانحين المحتملين.
- 4- خطة عمل لتطبيق الإجراءات المطلوبة وفقاً لنوع العلاقة مع كل مانح محتمل حصل على أكثر من 60% في نموذج التقييم.

نموذج رقم 2/1

مصادر للبحث بحسب توفرها (حدد كل ما ينطبق)

العلاقة الشخصية	الانترنت
<input type="checkbox"/> التحدث مع الموظفين لدى المانح	<input type="checkbox"/> المذكرات
<input type="checkbox"/> التحدث مع المساعدين الشخصيين	<input type="checkbox"/> كتب متعلقة
<input type="checkbox"/> التحدث مع المستشارين	<input type="checkbox"/> مقالات صحفية
<input type="checkbox"/> التحدث مع أقارب المانح	<input type="checkbox"/> تاريخ العائلة
<input type="checkbox"/> التحدث مع أصدقاء المانح	<input type="checkbox"/> برامج تلفزيونية

نموذج رقم 2/2

تم التقييم بواسطة: الوظيفة:

أولاً: البيانات الشخصية	
صورة المانح أو شعار الجهة المانحة	لقب المانح واسمه الكامل
	مجال العمل / المهنة
	عنوان العمل
تاريخ المانح (مكان الولادة، النشأة، العائلة، مشوار الكفاح)	
كيف تقيم اهتمام هذا المانح بالعمل العام، أو العمل الخيري؟ <input type="checkbox"/> عالي <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعيف	
مستوى التعليم <input type="checkbox"/> ابتدائي <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ثانوي <input type="checkbox"/> جامعي <input type="checkbox"/> اعلى من ذلك	
ما هي العلاقة التي تربطك بهذا المانح؟ <input type="checkbox"/> عمل <input type="checkbox"/> جيرة <input type="checkbox"/> قرابة <input type="checkbox"/> شراكة <input type="checkbox"/> من خلال المسجد <input type="checkbox"/> من خلال الدراسة <input type="checkbox"/> صديق مشترك <input type="checkbox"/> من خلال الأطفال	
ما مدى عمق العلاقة بينك وبين هذا المانح؟ <input type="checkbox"/> اصدقاء جدا <input type="checkbox"/> زملاء عمل <input type="checkbox"/> معرفة عميقة <input type="checkbox"/> معرفة سطحية	
هل يمكنك تقديم هذا المانح إلى فريق عملك واعتباره شريكاً في منطمتك؟ <input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا <input type="checkbox"/> يعتمد على	

ثانياً: التحليل المعلوماتي

				ما هي أهم القضايا التي تشغل اهتمام هذا المانح؟
<input type="checkbox"/> غير متدين	<input type="checkbox"/> متحفظ	<input type="checkbox"/> متدين باعتدال	<input type="checkbox"/> متدين جداً	ما الكلمة التي تصف بها هذا المانح من ناحية الدين؟
لا نعم، مثل ماذا؟				هل سبق له التبرع للعمل الخيري؟
<input type="checkbox"/> المناسبات العامة	<input type="checkbox"/> الندوات الثقافية	<input type="checkbox"/> أمسيات شعرية	<input type="checkbox"/> اجتماعات العمل	وسائل التواصل الاجتماعي مع هذا المانح. (حدد كل ما ينطبق)
<input type="checkbox"/> من خلال صديق	<input type="checkbox"/> حفلات عائلية	<input type="checkbox"/> أخرى	<input type="checkbox"/> شبكات اجتماعية (فيس بوك، تويتر)	
			<input type="checkbox"/> الايميل	
			<input type="checkbox"/> النادي	
			<input type="checkbox"/> العمل	
			<input type="checkbox"/> المسجد	
			<input type="checkbox"/> الاستراحات	
			<input type="checkbox"/> السوق	
ثالثاً: التحليل المالي				
<input type="checkbox"/> عالية <input type="checkbox"/> متوسطة <input type="checkbox"/> ضعيفة				كيف تقيم قدرة هذا المانح على العطاء؟
<input type="checkbox"/> تجارة <input type="checkbox"/> وراثة <input type="checkbox"/> أسهم <input type="checkbox"/> أراضي <input type="checkbox"/> شركات <input type="checkbox"/> عمل لسنوات طويلة				مصادر الثروة لهذا المانح (حدد كل ما ينطبق)
<input type="checkbox"/> غير ذلك				

<p><input type="checkbox"/> من 25.000 الى 250.000</p> <p><input type="checkbox"/> من 250.000 الى 500.000</p> <p><input type="checkbox"/> من 500.000 الى 1000000</p> <p><input type="checkbox"/> من 1000000 الى 10.000000</p> <p><input type="checkbox"/> من 10.000000 الى 20.000000</p> <p><input type="checkbox"/> اعلى من ذلك :</p>	<p>الحد الأقصى للقدره التمويلية</p>
<p><input type="checkbox"/> أسرة</p> <p><input type="checkbox"/> تجارة</p> <p><input type="checkbox"/> صدقات</p> <p><input type="checkbox"/> قضايا ومنظمات</p> <p><input type="checkbox"/> التزامات اخرى:</p> <p>.....</p>	<p>التزامات المانح المالية</p> <p>(كل ما يمكن معرفته عن التزامات المانح تجاه عمل، أو أسرة، أو قضايا أخرى، أو منظمات أو صدقات.)</p>

تحليل المانح

نموذج رقم 2/3

تقييم الأولوية

لنفترض أنك قمت بتحليل 50 مانحاً من الذين انطبقت عليهم عناصر التقييم، وحصلوا في نموذج التقييم 4/1 على أكثر من 60 %، من الضروري بعد تحليل كل مانح على حدة، أنك اطلعت على العديد من البيانات والظروف الخاصة بكل مانح، ويمكنك إجراء تقسيم منطقي يستند إلى عمق معرفتك بأوضاع المانح ومدى استعداداه للمنح، لذلك سنقوم في هذا النموذج بتقسيم المانحين إلى مجموعات منطقية، بحيث يتم التوجه بالعمل والجهد لكل مجموعة بحسب الأولوية، حتى لا يضيع الوقت في تثقيف مانح غير مستعد للعطاء بعد، أو الطلب في وقت غير مناسب.

أهداف هذا النموذج:

- 1- التوصل إلى المانحين الأكثر استعداداً للعطاء الآن.
- 2- تثقيف أولئك الذين يحتاجون إلى المزيد من التوعية بالقضية.
- 3- يمكن تجميد أو الإيقاف الآمن والمؤقت لبعض النشاطات مع بعض المانحين غير المستعدين حالياً لدعمك.

طريقة الاستخدام

تقييم الانجذاب: وهو عمق الصلة، واتصال حبل المودة، والاستعداد للمنح:

- القيمة 3 إذا كان المانح يعتبرك، ويتعامل مع قضيتك ومنظمتك ضمن أهم قضيتين في حياته.
- القيمة 2 إذا كان المانح يعتبرك، ويتعامل مع قضيتك ومنظمتك ضمن أهم 3 إلى 5 قضايا في حياته.
- القيمة 1 إذا كان المانح يعرفك، ويدعمك معنوياً، لكن لا يعتبر قضيتك من أهم قضايا حياته.

<p>القيمة 9 منجذب إليك وقضيتك أولوية أولى أو ثانية له، وسيدعمك.</p>	<p>القيمة 6</p>	<p>القيمة 3</p>	<p>3</p>	<p>تقييم الانجذاب وعمق الصلة</p>
<p>القيمة 6</p>	<p>القيمة 4 منجذب إليك وقضيتك أولوية ثالثة أو خامسة، وقد يدعمك.</p>	<p>القيمة 2 منجذب إليك لكن لا يستطيع دعمك الآن.</p>	<p>2</p>	
<p>القيمة 3</p>	<p>القيمة 2</p>	<p>القيمة 1 يعرفك وتعرفه، ويدعمك معنوياً، لكن لا يستطيع منحك الآن.</p>	<p>1</p>	
<p>3</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>تقييم المرحلة التي يمر بها المانح</p>	

تقييم المرحلة: وهي المرحلة التي يمر بها المانح في حياته، ومجال عمله، وأسرته، إلخ.

- القيمة 3: إذا كان المانح مستقراً في عمله، أولاده قد تخرجوا وكبروا واستقلوا عنه، أو ليس لديه أولاد على الإطلاق، حقق أحلامه، وراضي عن ثروته ووضعه.
- القيمة 2 إذا كان لدى المانح التزامات معينة، لكنها ليست معضلة، الأولاد في دراستهم، ولا تزال لديه بعض الأحلام والإنجازات التي يرغب بتحقيقها لنفسه.
- القيمة 1 إذا كان في مقتبل حياته، أو في بداية عمله التجاري ولم يصل للثروة التي يحلم بها بعد، أولاده لا يزالون صغاراً، والتزاماته كثيرة.

النتائج:

أولاً: القيمة 9: هم المانحين الذين يجب أن تبدأ بهم فوراً، وهم أكثر المرشحين لأن يمنحوك المنحة الكبرى التي تريد.

ثانياً: القيمة 6: تأتي هذه المجموعة من المانحين في المرتبة الثانية في ترتيب الأولوية، يمكن العمل على تثقيفهم وتعميق أواصر العلاقة معهم بعد الانتهاء من المجموعة 9.

ثالثاً: القيمة 4 و3: هذه المجموعة ستحتاج منك إلى بعض الوقت والجهد والانتظار، لكن لا تحذفهم من قائمتك، بل ضعهم دائماً في الاعتبار، لأنهم في النهاية مانحين محتملين بدرجة عالية.

رابعاً: القيمة 2 و1: لا تبذل أو تضيع وقتاً مع هذه المجموعة، فهي بحكم المرحلة التي تمر بها، لن تستطيع منحك في خلال المدى المتوسط القريب، لذلك لا تبدأ أي جهود للتثقيف مع هذه المجموعة إلا بعد الانتهاء من المجموعات السابقة كافة.

نموذج رقم 3/1

أنواع الحركات التثقيفية

الوصف	الحركة
<p>-يمكن أن يكون في منزل المانح، أو في مكتبة.</p> <p>-يمكن أن يكون في مطعم، أو نادي، أو في المسجد.</p> <p>-يمكن أن يكون في مكتبك، في مقر المنظمة.</p>	لقاء شخصي
<p>-يتم دعوة المانح إلى ورشة العمل إذا كانت مناسبة لحضوره.</p> <p>-يمكن تنسيق ورشة عمل خاصة لاستضافة المانح، واستعراض نشاطات المنظمة، واستعراض أسلوب العمل، بهدف تثقيفه وإطلاعها على مسار العمل.</p>	ورشة عمل
<p>-يمكن استثمار الاحتفاليات، أو المناسبات التي ستحتفل فيها المنظمة لدعوة المانح إلى الحضور.</p>	احتفالية
<p>-يمكن ترتيب ندوة واستضافة المانح ضمن المتحدثين عن قضية المنظمة، خاصة إذا كان يدعم قضايا مشابهة.</p>	الندوة
<p>-يمكن استثمار بعض المكالمات الهاتفية في المناسبات لزيادة التعارف الشخصي والسؤال عن الأحوال والتهنئة بالمناسبة الحالية.</p> <p>-المكالمات الهاتفية التي تكون بغرض الدعوة لفعالية، أو ورشة، أو ترتيب لقاء شخصي، يمكن استثمارها لاستقراء انطباع المانح عن المنظمة ومدى تقبله لمجال وأسلوب عملها، وفتح مواضيع للنقل.</p>	المكالمة الهاتفية
<p>-يمكن دائماً إرسال رسائل تثقيفية للمانح عبر الإيميل.</p> <p>-تحتوي رسائل التثقيف على مواد من إنتاج المنظمة، أو مواد متعلقة بمجال العمل.</p> <p>-يمكن إضفاء بعض اللمسات الشخصية على رسائل الإيميل لتعميق أو أواصر العلاقة.</p>	الإيميل
<p>-قم بإضافة المانح إذا كان فرداً، إلى قائمة علاقاتك في الشبكات الاجتماعية للتعرف على أخباره، والتفاعل معه.</p> <p>-قم بالاشتراك في صفحات المانح إذا كان جهة أو مؤسسة للتعرف على آخر الأخبار والنشاطات.</p> <p>-إذا كان لدى المانح موقعاً شخصياً، أو منتدى، قم بدراسة الموقع وفتح مجالات للنقل كلما سنحت فرصة للقاء.</p>	الشبكات الاجتماعية والانترنت

نموذج رقم 4/1

رسالة الطلب لأول مرة، صياغة (أ)

❖ قم بتغيير ما بين الأقواس بما يتناسب مع بيانات المنظمة، وملابسات العمل.

اسم المنظمة والشعار

عنوان الرسالة وموضوعها (طلب دعم أو منحة، مذكرة عرض، موقعة من قبل.....)

التاريخ: / /

سعادة (الأستاذ / المدير / الدكتور)..... حفظه الله،،

عندما بدأنا عملنا في المنظمة، قد كافأنا الله بأن صارت المنظمة من أهم (ثلاث، أربع، خمس) أو (المنظمات الرائدة) في قضية (التنمية الاجتماعية).

بالنسبة لي، (هذه القضية) هي قضية كبرى، نعيش لأجلها، ونبذل كل ما نستطيع من جهود كي أحقق بعض النتائج الإيجابية، التي تعود على المنظمة، وعلى المجتمع، بالفائدة، ولمدى معرفتنا بتحمسك.

(لمثل هذه القضية)، وتسعى إلى إحداث التغيير الإيجابي، وبما أعرفه عنك من حيك للعطاء الإيجابي، وخدمة (هذه القضية) فإن ندعوك لأن تكون كبير المساهمين والداعمين في (حفلنا الخيري لجمع التبرعات) (دعم المنظمة مادياً من خلال منحة مقدارها..... ريال) حيث ستكون في هذه المنحة (هذا الدعم) خير معين لنا على تحقيق رؤيتنا، وإيصال الرسالة التي أعلم أنك تؤمن بما أيضاً، إلى المزيد من الأشخاص الذين يحتاجون إلى (هذا العمل) (هذه التبرعات) (هذه الخدمات).

وكما أن كل عمل قيم في هذا العالم، يستند في النهاية على أشخاص يدعمونه، ويؤمنون بجدواه، فإن منظمنا تتشرف بأن تكون أحد أركانها وداعمها الأساسيين، وهذه (القضية) تحتاج إلى دعمنا جميعاً، بعضنا يبذل جهود الإدارة والتنظيم، والبعض يبذل التمويل بالمال والأفكار.

وأعود لأذكر لك، كم أنا مؤمن بالقضية، وسأبذل كل ما بوسعي من جهد في سبيلها، وأنا في غاية الحماس لأن تشاركني هذا النجاح الذي أدعو الله أن يوفقنا جميعاً إليه.

مع التحية

(الاسم)

(المنصب)

نموذج رقم 5/1

رسالة تأكيد الاستلام، والشكر السريع

(يتم تغيير ما بين الأقواس ليتناسب مع منطمتك وسياق طلبك)

اسم المنظمة والشعار

عنوان الرسالة وموضوعها (تأكيد استلام المنحة، موقعة من قبل.....)

التاريخ: / /

سعادة (الأستاذ / المدير / الدكتور)، حفظه الله،،

نيابة عن فريق عمل (المنظمة) أود أن أرحب بك ضمن أسرتنا، بصفتك داعماً للقضية، ومن المتحمسين لها، وأرغب بإفادتك أنه تم استلام المنحة الخاصة بكم بتاريخ / / وكانت بمقدار (رقماً: xxxxxx) (كتابة xxxxxxxx). وأنت بمثل هذا الدعم، أصبحت أحد الأشخاص الأكثر تأثيراً في تحقيق أهدافنا النبيلة، ونقدر لك هذا الدور الذي تقوم به في دعم (المنظمة).

وأحب إفادتك، بأنه سيصلك خلال (30 يوماً) من الآن، تقرير كامل حول الخطة التفصيلية للإشراف على إنفاق هذه المنحة لتحقيق (الآثار المطلوبة)، كما سيصلك إن شاء الله تقريراً دورياً تفصيلياً كل (6 أشهر) حول تقدم العمل في المنظمة.

لدينا خلال الفترة المقبلة العديد من الفعاليات وورش العمل، لذلك اسمح لي بدعوتك إلى (احتفالية، لقاء، ندوة، ورشة عمل بتاريخ / / في مقر المنظمة / في قاعة خاصة). كما أن لدينا بعض الفعاليات الكبرى السنوية، سنكون أكثر من سعداء بإرسال دعوة خاصة إليك في وقتها، وسنسعد أكثر بحضورك بيننا.

أكرر شكري لك باسمي، وباسم فريق العمل، وفي حالة وجود أي استفسار، أو رغبة بالاطلاع على تقارير العمل في غير المواعيد الدورية المحددة، أرجو ألا تتردد في الاتصال بي على (xxxxxx) وسأكون أنا، أو أحد الزملاء في فريق العمل، أكثر من سعداء بإطلاعك على كل ما ترغب.

شكراً جزيلاً، وجزاك الله خيراً، وجعل الله هذه المنحة في موازين حسناتك.

(الاسم)

(المنصب)

بيانات التواصل:

في حالة الرفض:

الإجراءات:

1- استخدام نموذج رقم 5/2 لتحليل موقف عدم الاستجابة.

2- إنشاء ملف خاص للمانح، وإدراج نموذج التحليل في الملف للرجوع إليه لاحقاً.

نموذج رقم 5/2

الهدف: معرفة سبب وواقع الرفض للمساعدة في تقييم الذات ومعاودة عملية التثقيف مرة أخرى

استجابة المانح الدالة على الرفض	الإجراء المطلوب اتباعه
ليس الان	يجب معرفة الوقت المناسب. خلال بضعة أشهر، أم بعد سنة؟ هل تفضل وقتاً معيناً يمكننا معاودة الطلب منك؟ (في حالة تحديد وقت معين، يبقى هذا المانح في أعلى قائمة المانحين ذوي الأولوية للطلب، وتستمر عملية التثقيف.
ليس انا	يجب معرفة: من؟ هل تشرح مانحاً آخر يمكنه المساعدة؟ (المانحون تربطهم علاقات في العادة)
ليس أنت، ليست القضية	هل كنت تفضل لو كانت القضية مختلفة؟ (بعض المانحين يدعم القضية التي تعمل القضية عليها بشكل عام، لكنه يفضل توجهاً معيناً داخل القضية، وفي هذه الحالة يمكن الاستعانة به في دعم مشروعات متخصصة في المجال الذي يفضله داخل القضية الكبرى)
المنحة كبيرة جداً	رؤيتنا عظيمة، وأهدافنا قيمة، والمشروع يتطلب هذا المبلغ. (ملاحظة: خفض قيمة المنحة يعتبر حالات كثيرة خطوة سلبية، لأنها توصل رسالة إلى المانح مفادها أن المنظمة كانت لتكتفي بمنحة أقل في حين تم طلب المزيد).
سبب اخر	معرفة السبب، ربما خلل ما في حالتك، او في حالة منظمتك

اعتمد مجلس إدارة جمعية آمال للتنمية الأسرية بخميس مشيط هذه اللائحة في الاجتماع رقم (4) بتاريخ 1441/06/17هـ رقم القرار (41/4/1)، وتحل هذه اللائحة محل جميع لوائح تنمية الموارد المالية الموضوعة سابقاً.

