

## فوائد من قراءة مختصر كتاب جمع التبرعات لإحداث التغيير الاجتماعي (كيم كلاين) ترجمة المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد)

فوائد جمعيتها من خلال قراءة الكتاب واحببت إفادة الإخوة المتخصصين في جمع التبرعات وفقهم الله

أولاً : فوائد متنوعة :

١. منح القطاع الخاص لا يمكنها أن تحل مكان التمويل الحكومي ، ولا يمكن للقطاع الذي لا يستهدف الربح حل المشكلات الاجتماعية الكثيرة التي أوجدتها - أو فاقمت منها- السياسات العامة .
٢. (إن كل فكرة هامة بشأن التغيير الاجتماعي مصدرها هو القطاع الذي لا يستهدف الربح ) رجل الإدارة الملهم بيتر دروكر .
٣. المنظمات الدينية في أمريكا لا يُطلب منها أن تذكر في ملفاتها ٩٠ % من التبرعات ! ( وإن كان بعضها يفعل ذلك طواعية) .
٤. الفرق بين بذل الوقت وبذل المال :
  - الوقت ليس هو المال؛ فنحن جميعاً لدينا نفس القدر من الوقت ، لكن كل منا يختلف اختلافاً شاسعاً من حيثما يملكه من مال . والوقت مورد غير قابل للتجديد - عندما يمر يوم لا يمكنك أن تستعيده . أما المال فهو مورد متجدد فأنت تكسبه، وتنفقه ، وتكسب المزيد منه . وفي النهاية نادراً ما يشعر الناس بالتهيب من سؤال شخص للتبرع بوقته لكن معظم الناس يتهيبون تماماً سؤال شخص ما للتبرع بماله ، رغم أن الوقت عند كثيرين هو أثمن مواردهم .
٥. بعض المنازعات إيجابية :
  - ذكر ((كارل ماثياسن)) -وهو عضو مجلس إدارة مُحَنِّك ، ومستشار لمنظمات تعمل في مجال التغيير الاجتماعي - في كتابه (( اعترافات عضو مجلس إدارة )) : شعوري الخاص عندما أذهب إلى اجتماع لمجلس الإدارة ، ولم يمر خلال هذا الاجتماع أي وقت أشعر فيه بالتوتر ، وتسارع ضربات القلب ، مما يولد الإحساس بوجود خطر ما ، إذا افتقدت تلك المشاعر في اجتماعين أو ثلاثة متتالية ، فإن ذلك يعني وجود خطأ ما في المنظمة! .
٦. جورج بيلسبوري-جامع التبرعات المعروف- ( رغم أن المال لا يمكنه شراء التغيير الاجتماعي، إلا أن التغيير الحقيقي لا يمكن أن يحدث بدونهُ ) .

٧. لدى ((سول آينسكي)) - إحدى أهم الشخصيات في التنظيم الاجتماعي في القرن العشرين - قاعدة صارمة للتنظيم ، والتي تنطبق كذلك على مجال جمع التبرعات: (( لا تقم أبداً بعمل لشخص ما يمكنه أن يقوم به بنفسه ))

٨. ساعة واحدة من التخطيط يمكن أن توفر ثلاث ساعات من العمل. لكن الحقيقة النهائية، والأكثر أهمية، هي أن التخطيط ليس بديلاً عن العمل .

ثانياً: فوائد متخصصة :

١. يتصور كثيرون من أعضاء مجلس الإدارة والموظفين بأجر أن تعيين مدير تنمية سيعفيهم من الكثير من مهام جمع التبرعات. ((لندفع أجراً لشخص ما للقيام بذلك حتى نقوم نحن بالعمل الفعلي )) قول شائع ، بل ينطوي على هلاك . لا بد في البداية من تذكر أن جمع التبرعات عمل فعلي، وهو عمل لا بد أن يندمج في تفعيل برنامجك اليومي وجهودك التنظيمية.

٢. المنظمة التي يتم تمويلها عن طريق قاعدة عريضة من المانحين الأفراد تكون في وضع أقوى لتأييد التغيرات الهيكلية التي لا بد لمجتمعنا ان يقوم بها .

٣. جميع استراتيجيات جمع التبرعات الناجحة تركز في النهاية على العلاقة بالناس ، بينما تركز المنح التي تقدمها الشركات على معرفة شخص ما في الشركة يرعى قضيتك من خلال نظامهم .

٤. يجب إدراك أن عدداً قليلاً من الناس هم الذين يمنحون المال من دون سؤال ؛ لذا فليكن شعاركم الدائم ( للحصول على التبرعات فإن على شخص ما أن يطلب من شخص آخر التبرع بالمال) ، وفي الدراسات التي تم فيها سؤال الأشخاص عن سبب تقديمهم المنحة الأخيرة قال حوالي ٨٠ في المئة منهم : ((لأن شخصاً ما طلب مني ذلك)) .

٥. أهم حقيقتين تعلمتهما عن عملية جمع التبرعات

- أن معظم التبرعات التي تُمنح للمنظمات غير الربحية تأتي من الأفراد.
- أن الغالبية العظمى ممن يمنحون الهبات ليسوا من الأثرياء.

٦. للأسف لا يوجد استراتيجية واحدة لجمع التبرعات مؤكدة النجاح تماماً مجربة وصادقة .

٧. هدف جمع التبرعات هو زيادة عدد المتبرعين :

• يعني أنك - أحياناً - سوف تباشر استراتيجية جمع التبرعات التي لا تسفر عن جمع التبرعات في السنة الأولى ، مثل : البريد المباشر ، أو لعدة سنوات مثل : الهبة بوصية .

٨. أهداف ثلاثة لكل مانح : أمام كل منظمة خيرية أهداف ثلاثة فيما يتعلق بماضيها :

- الهدف الأول: الوصول بهذا الشخص إلى أن يكون مانحاً ملتزماً - أن يقدم أكبر منحه يمكنه أو يمكنها تقديمها على أساس سنوي.(وعادة ما تأتي هذه المنحة من دخل المانح السنوي)
- الهدف الثاني: أن يقوم أكبر عدد ممكن من المانحين بتقديم منح لرأس المال أو لأية حملة خاصة أخرى.

- الهدف الثالث: أن يتذكر كل مانح المنظمة في وصيته، أو يقوم بعمل نوع من الترتيبات لاستفادة المنظمة من ممتلكاته.
- ٩. إن عملية تحويل الناس من غير المانحين إلى مانحين ، ثم إلى مانحين معنادين ، و مانحين ملتزمين هو محور التركيز في تخطيط الصندوق السنوي .
- ١٠. ثلاثة أنماط من الاستراتيجيات في التعامل مع المانحين هي :
  - i. **الاكتساب** : الغرض الأساسي لهذه الاستراتيجيات الحصول على أفراد لم يقدموا منحاً ومنها المناشدة بالبريد المباشر ، والطلب عبر شبكة الإنترنت، أو أثناء مناسبات معينة .
  - ii. **الاحتفاظ بالمانحين** : تسعى هذه الاستراتيجيات لجعل المانحين يقدمون منحة للمرة الثانية أو الثالثة .
  - iii. **الترقية أو زيادة المنح** : تهدف هذه الاستراتيجيات إلى دفع المانحين لتقديم منح أكبر مما قدموا سابقاً .
- ١١. دورة المانحين :
  - i. المانحون: تقديم المنحة بحافز. **استراتيجية الاكتساب**
  - ii. مانح معناد : تقديم المنح كاعتياد . **استراتيجية الاحتفاظ**
  - iii. مانح ملتزم : المنح من منطلق الالتزام . **استراتيجية الترقية**
- ١٢. معظم من يقدمون منحة للمرة واحدة لا يكررون ذلك مرة أخرى، وثلاثا من يتبرعون للمرة الثانية سوف يستمرون في التبرع للمرة الثالثة .
- ١٣. ما هي المخاوف بشأن طلب التبرعات :
  - i. **المخاوف التي يستبعد حدوثها**: (الشخص سوف يؤدي). (سوف أموت بأزمة قلبية أثناء المناشدة )
  - ii. **المخاوف التي يمكن تجنبها بالتدريب والإعداد** : ( لا أعرف ماذا أقول. (أنا لا أعرف حقائق الأشياء) ، ( الشخص الذي أطلب منه سوف يظن أنني أحمق )
  - iii. **المخاوف التي تحدث أحياناً بالتأكيد** ( الشخص سيقول لا ) .
- ١٤. استثمار المناسبات الخاصة في جمع التبرعات : للمناسبات الخاصة ثلاثة أهداف :
  - i. تحقيق دعاية وشهرة للمنظمة.
  - ii. تعزيز رؤية المنظمة.
  - iii. جمع تبرعات (جديدة).
- ١٥. المنظمة واحتياجاتها المالية:
- لكل منظمة ثلاثة أنواع من الاحتياجات المالية
  - i. **التمويل السنوي**: المال الذي تحتاجه كل عام ، وبالنسبة لمعظم الجماعات القاعدية، يستغرق جمع هذه الأموال كل الوقت الذي تخصصه لجمع التبرعات

**ii. تمويل رأس المال:** من آن لآخر تحتاج الجماعات لأشياء لا تحتاجها كل عام . أشياء مثل : الحواسب الآلية ، أو نظام هاتفى جديد ، أو أثاث ، أو صيانة، مثل : تغير الأسلاك أو كسوة الأرض بالسجاد، وهذه كلها تعتبر تحسينات رئيسية . كل هذه البنود تتطلب جمع أموال إضافية تفوق ميزانية الجماعة السنوية .

**iii. تدفق ثابت للدخل لضمان الاستقرار المالي** والمساعدة في تخطيط طويل الأجل مثل تمويل الهبة أو الوقف ، ويشار إلى رأس المال الأساسي الذي تم تجنبه لاستثماره عادة على أنه وقف أو هبة.

١٦. تدار حملة رأس المال على أربع مراحل، وهي :

**i.** المرحلة الأولى : ما قبل الحملة؛ وتبدأ عند إعداد بيان الوضع والموافقة عليه .

**ii.** المرحلة الثانية : مرحلة البدء، عندما يعلن عن الحملة ، وتبدأ في البحث عن دعم خارج نطاق دائرة المانحين الداخليين

**iii.** المرحلة الثالثة: تسمى غالباً مرحلة ( التثقيف)؛ وتستمر هذه المرحلة لوقت أطول. هذه المرحلة التي يخرج فيها المناشدون لزيارة المانحين المرتقبين وجمع التعهدات.

**iv.** المرحلة الرابعة : عندما تحقق الحملة من ٨٥ إلى ٩٥ في المئة من غايتها، تبدأ مرحلة ((الختام)) (يطلق عليها أحياناً مرحلة (الذروة)

١٧. الفرق بين جمع التبرعات وتنمية الموارد المالية :

• وصف أحد مديري التنمية الفرق بين جمع التبرعات والتنمية على النحو التالي: (( في عملية جمع التبرعات أنت تقوم بالعمل بما بين يديك من إمكانيات - تحافظ على مسيرة المنظمة ، وأن تكون بلا ديون . وفي التنمية ، أنت تبدأ بما لديك ، وتسعى إلى نموه وازدهاره)).

١٨. جمع المال فعلياً : إذا عرض مستشار ما القيام بجميع مهام جمع التبرعات لك، أدر وجهك له؛ هذا ليس حالاً فعلاً .

١٩. يقول (( جاري ديلجادو )) - جامع التبرعات، والمنظم الخنك:-إن هناك أربع خطوات لجمع التبرعات الناجح :

**i.** التخطيط

**ii.** التخطيط

**iii.** التخطيط

**iv.** تنفيذ الخطة

٢٠. يجب ألا يقوم شخص واحد - فقط - بجمع المال لحملة بأكملها . حتى إذا كان أميناً وناجحاً ، فإنه حين يغادر المنظمة، ستكون الجماعة أغنى بسبب ما جمعه لها، لكنها لم تتسم بالحكمة فيما يتعلق بجمع التبرعات .

٢١. إحصائية الهبات ٢٠٠٥ ( 260.68 ) مليار دولار المصدر ( giving usa 2006 ) :

النسبة المئوية	جهة التبرع
٧٥,٦%	الأفراد
١١,٦%	المؤسسات المانحة
٨%	الوصايا
٤,٨%	الشركات

٢٢. أين تذهب التبرعات في أمريكا المصدر ( giving usa 2006 ):

النسبة المئوية	الجهة
٣٥,٨	المنظمة الدينية
١٤,٨	التعليم
٩,٧	خدمات إنسانية
٨,٧	الصحة
٨,٣	منح المنشآت
٥,٤	خدمة المجتمع العام
٥,٢	فنون ثقافة ، إنسانيات
٣,٤	البيئة والحيوانات
٢,٥	الشؤون الدولية
٦,٢	تبرعات غير محددة

أبو عمار  
١٠ رجب ١٤٣٦ هـ  
@yassertw2011