

****



المقدمة :

مما لاشك فيه ان العمل الخيري يقوم عليه رجال وهبوا كل طاقاتهم وعلاقاتهم بل وحياتهم في سبيل القيام بدور الوسيط والمرشد والصمام الذي تعبر عبره الصدقات الزكوات والتبرعات من شريحة من المجتمع الى شريحة اخرى فهم دائما في سعي دائم لحث الناس على التكافل والتراحم والقيام نيابة عن المحسنين بالبحث عن المحتاجين والفقراء واعطائهم ما جادت بهم اعمال الخير،

وما حدث من تطور هائل في الامة من وسائل التقنية وتأطر المنظمات الخيرية في مؤسسات ومنظمات جمعية منظمة ومخططة وهادفة كان لزماً على افرادها ان يسعوا دائما للمواكبة التطور في تطوير مهاراتهم وأساليبهم والعمل كفريق واحد وتخطيط جاد لزيادة وتنمية المصادر المالية للجمعيات والمنظمات ومن هنا جاءت هذه الدورة لتقدم الحلول والاقتراحات والاساليب المناسبة التي يجب على منسوبي الجمعيات الخيرية ان يتقنوها لتحقيق الاهداف المرجوة من ذلك ،،

|  |
| --- |
| **التعارف**  **اكتب عن نفسك**  **الاسم .................................................................................**  **العمر....................................................................................**  **المؤهل العلمي.........................................................................**  **الوظيفة...................................................................................** |

**التوقعات** ؟

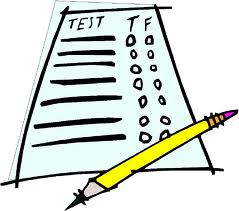
**.من يستفيد من هذا البرنامج ؟ انت ؟ الجمعية ؟ المجتمع ؟** ..........................................................................

.............................................................................

..........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

|  |
| --- |
| فهرس المحتويات |
| **مهارات هامة في التسويق الخيري :**   * **مهارات اكتساب وتغيير العادات .** * **التعرف على انماط الشخصية .** * **مهارات الاتصال .**   **مفاهيم ومصطلحات التسويق والمنظمة الخيرية :**   * **التسويق –المزيج التسويقي الخيري .** * **المنظمات الربحية .** * **المقارنة بين المنظمات الربحية والغير ربحية .** * **اهمية المنظمة الخيرية.** * **مفهوم خدمة الداعمين .**   **جمــــــــــــــــــــــــــــع التبرعات:**   * **مفهوم جمع التبرعات** * **عملية جمع التبرعات** * **لماذا تتبرع المنظمات والناس .** * **لماذ نجمع المال والتبرعات .** * **مصادر جمع التبرعات .** * **سمات ومواصفات رجل التسويق الخيري.**   **وسائل جمع التبرعات والاخطاء ،من هو المتبرع :**   * **وسائل جمع التبرعات** * **من هو المتبرع** * **كيف تحافظ على المتبرع مدى الحياة.** * **الاخطاء القاتلة في جمع التبرعات .** |

نموذج قبل التدريب



|  |
| --- |
| اسم المتدرب :..............................................  الوظيفة :.................................................  السن :....................................................  المنطقة:.................................................. |

|  |
| --- |
| اختبار تحديد لمستوى مهارات المشاركين لبرنامج تنمية موارد الجمعيات الخيرية |

|  |
| --- |
| أسم المدرب : |

الدرجه

|  |
| --- |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة الاولى**  **1** | * لماذا حضرت هذه الدورة . * كيف تساعدك هذه الدورة على التغيير. * تغيير وتعديل السلوك . * من سيغير حياتك . * عوامل اكتساب العادات . * الصورة الذهنية . * نموذج تغيير العادات . * العادات الواجب اكتسابها. |

|  |  |
| --- | --- |
| **كيف تساعدك هذه الدورة على التغير؟**  .................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  **من المسئول عن تغيير حياتك ؟**  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  ......................................................................................  **كيف نحافظ على روح الإيجابية تجاة كل مرحلة من مراحل التغيير؟**  **البرمجة الايجابية للاوعي من خلال:**   * الكلمات المحفزة والايجابية . * مراقبة الافكار ودعم الايجابية منها . * ...................................... * ...................................... * ...................................... |  |

|  |
| --- |
| **تغيير وتعديل السلوك !** |

* التجربة
* الخبرة العملية المتولدة عن الممارسة التطبيقية .
* القناعات والايحاءات .
* الاصدقاء .
* البيئة.

**أضف خبرتك:**

................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**كيف ترى نفسك ؟**

.............................................................................................................................................................

.............................................................................................................................................................

............................................................................................................................................................

.............................................................................................................................................................

............................................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................

**الصورة الذهنية / هي الطريقة التب يستطيع الانسان ان يدرك ويفهم ويفسر العالم من حوله**

**اوهي الفكرة التي يكونها الشخص عما يدور حوله**

..

كيفية اكتساب عادة ؟

**يقول البرفسور الراحل جيمس :الظاهر ان الفعل يتبع الشعور ،ولكن الحقيقة هي ان الفعل والشعور يسيران معا ،وبتنظيم الفعل الذي يكون تحت سيطرة الارداة فانه يمكننا تنظيم الشعورة بصورة مباشرة ،ومن ثم فالطريق الى البهجة والسرور حتى لوكانت مفتقدة ،هي التي تعمل بمرح وان تتصرف وتتكلم كما لوان البهجة متحققة فعلاً))**

مارس العادة شكلياً ،سوف تكتسبها جوهريا

العادة وليدة التكرار والوعي

يقول ارسطو/ (العادة وليدة التكرار)

أي ان التكرار هو العامل المباشر في اكتساب العادة ،بينما الإرادة والوعي والاهتمام هو العام المتمم ،وبناء على ذلك نستنتج ان العادة هي قدرة مكتسبة على اداء عمل ما بطريق اليه بخيث تجعل صاحبها قادر على القيام بردود افعال لا تقتضي منه جهداً في التكيف ولا تثير لديه اضطرابا ً ،بل تسهل عليه القيام بأعمال تخدم مصلحة معينه. فالعادة هي سلوك مكتسب عن طريق التعلم ،وهذا السلوك المكتسب اذا ما رسخ في الذات اصبح سلوكا آلياً.

عوامل اكتساب العادة

**KSN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| المعرفة  KnowleEge | الرغبة  Skills | المهارات  NttituEes |
| تصور ذهني نظري حول ما يتعين عليك القيام به | كيفية القيام بهذا الامر | الدافع أي الحاجة الى القيام بهذا الامر |

اذا لم تغير ما تفعله دائما..

فلن تتغير النتائج التي تحصل عادة

نموذج التغيير

قــرر

لاحظ

قــرر

ابد بملاحظة سلوكك بشكل واع

فنحن في اغلب الاحيان نؤدي الاشياء افعل ما يلزم من اجل التغيير كأن

دون التفكير بها.  تقرر ان تتحكم بعصبتيك

استوعب

تعلم

قــرر

تعلم مهارات جديدة من خلال القراءة والتدريب استوعب بحطوات بسيطة مع المواظبة

فإحداث التغيير مرة واحدة اصعب من المعالجة على خطوات

واظب

مــارس

مارس السلوك الجديد يوميا حتى يصبح كن منضبطاً وواصل عملك حتى الانجاز

عادة وجزءً من حياتك فيحل السلوك الجديد محل القديم فبالمواظبة يصبح التغيير دائماً

التعلم من خلال التعليم

عندما يتبادل الناس المعرفة مع الاخرين ،فانهم يمارسون التعلم من خلال التعليم

****

الشخص الاول

يتبادل المعرفة مع شخص اخر



الشخص الثاني

ينقل المعرفة الى شخص ثالث باستخدام الخطوات التالية :افهم ،حلل طبق



الشخص الثالث يتلقى معرفة ذات قيمة مضافة

ورشة عمل تطبيقية للمجموعات

* ماهي العادات التي تحتاج الى تغيير:

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

..................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

...........................................................................................................................................................................................

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة الثانية**  **2** | * انماط الشخصية . * مفهوم انماط الشخصية . * تمييز الشخصية . * نموذج هيرمن . * النظام التمثيلي. |

****أنماط الشخصية

**تعريف الشخصية بادون "..** الشخصية هي الميول الثابتة عند الفرد التي تنظم عملية التكيف بينه وبين بيئته"

* **برت** " هي ذلك النظام الكامل من الميول والاستعدادات الجسيمة والعقلية الظاهرة نسبيا، التي تعد مميزا خاصا للفرد، والتي يتحدد بمقتضاها أسلوبه الخاص في التكيف مع البيئة المادية والاجتماعية"

الشخصية

* هي مجموعة من الصفات الجسدية و النفسية(موروثة و مكتسبة) والعادات و التقاليد و القيم و العواطف متفاعلة كما يراها الآخرون من خلال التعامل في الحياة الاجتماعية

تمييز الشخصية

**الدوافع – العادات – الميول – العقل – العواطف – الآراء و العقائد و الأفكار – الاستعدادات – القدرات – المشاعر و الاحاسيس – السمات**

نموذج هيرمن

| **الرقم** | **الفئة** | **العبـــــــــــــــــــــــارة** | **نعم** | **لا** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **N** | **حرصي على الدقة والحقائق قد يجعلني في نظر الآخرين جاف المشاعر** |  |  |
| **2** | **S** | **أعمل مع الآخرين عن طيب نفس من أجل هدف مشترك** |  |  |
| **3** | **N** | **أدرك الأرقام وأعي دلالاتها ولي القدرة على حسابها وتطويعها لما أرغب** |  |  |
| **4** | **S** | **لدي القدرة على توقع احتياجات الآخرين ومن ثم مراعاتها** |  |  |
| **5** | **E** | **أدرك الكثير من الأشياء بالحدس والبديهة دون التفكير العميق فيها** |  |  |
| **6** | **W** | **حذر وحريص وأهتم بالعواقب كثيرا** |  |  |
| **7** | **S** | **أجمل اللحظات هي اللحظات التي أسعد فيها الآخرين** |  |  |
| **8** | **E** | **أتحمس للأهداف وأكرس لها وقتي وجهدي كله** |  |  |
| **9** | **N** | **أستطيع أن أحدد سبب المشكلة عند حدوثها وأحللها ثم أجد لها الحل المناسب** |  |  |
| **10** | **W** | **لا يمكن أن أصبر على الفوضى بل أرتب وأنظم كل الأمور والأشياء الخاصة والعامة** |  |  |
| **11** | **S** | **لدي القدرة على تنميه العلاقات مع الآخرين والمحافظة عليها والتواصل معها** |  |  |
| **12** | **E** | **المال عندي للإنفاق ويصعب علي جمعه** |  |  |
| **13** | **N** | **لست بخيلا ولكني لا أصرف شياً من مالي إلا بعد تحليل ودراسة متأنية** |  |  |
| **14** | **E** | **أكره الروتين وأحب التغيير دائماً** |  |  |
| **15** | **W** | **أحافظ على أغراضي و وممتلكاتي بطريقه منظمة ومرتبه** |  |  |
| **16** | **E** | **يقول بعض الناس عني ( أنت مندفع ولا يمكن توقع أفعالك )** |  |  |
| **17** | **N** | **أعتبر نفسي أسير بوضوح إلى هدفي الذي قررته** |  |  |
| **18** | **W** | **أنفذ الأمور دائما خطوه بخطوه وأتمتع بالدقة في عملي** |  |  |
| **19** | **S** | **أعتبر أن علاقتي الطيبة مع الآخرين هي أعز ما أملك** |  |  |
| **20** | **W** | **أميل للفعل أكثر من ميلي للتأمل والتفكير والتنظير** |  |  |
| **21** | **S** | **مستعد للخدمة وتقديم نفسي للآخرين متي احتاجوا إلى ذلك** |  |  |
| **22** | **N** | **أجد نفسي أفكر وأستنتج بعيداً عن العاطفة والمشاعر** |  |  |
| **23** | **W** | **يعتمد عليّ الآخرون ويثقون في إنجازي وإخلاصي** |  |  |
| **24** | **S** | **أحب التحدث مع الآخرين عن مشاعري وقصصي** |  |  |
| **25** | **E** | **تستهويني الأفكار غير الاعتيادية والتي يسميها الآخرون أفكار مجنونة** |  |  |
| **26** | **N** | **لدي قدرة عالية على تعليل الأحداث واستنتاج آثارها المنطقية** |  |  |
| **27** | **W** | **لدي القدرة على مواصلة العمل حتى إنجازه** |  |  |
| **28** | **S** | **أجيد بث الحماس في همم الآخرين** |  |  |
| **29** | **N** | **أمتلك معرفه مميزة بالمواضيع العلمية والتقنية** |  |  |
| **30** | **S** | **أعتبر نفسي عطوفا ولطيفا وآنس بالآخرين وأساعدهم متي احتاجوا** |  |  |
| **31** | **E** | **أحب العمل في أكثر من شيء في وقت واحد** |  |  |
| **32** | **S** | **أراقب وجوه الآخرين لا إراديا عندما يتحدثون إلى** |  |  |
| **33** | **E** | **كثيرا ما تراودني الأفكار الجديدة** |  |  |
| **34** | **W** | **لا أحب أن يقاطع أحد نمطي الروتيني** |  |  |
| **35** | **W** | **أشعر بارتياح أثناء أدائي لأعمال التصنيف والترتيب والتنظيم** |  |  |
| **36** | **E** | **أهتم عادة بالصورة العامة ولا أدقق في التفاصيل** |  |  |
| **37** | **N** | **أعتقد أن العمل أهم بكثير من المشاعر الإنسانية** |  |  |
| **38** | **N** | **يفضل الآخرون أن أتولي زمام القيادة** |  |  |
| **39** | **W** | **أدون التزاماتي الاجتماعية في مفكرتي الخاصة وأحرص على القيام بها** |  |  |
| **40** | **E** | **أتمتع بروح الدعابة التي قد توقعني في مشاكل** |  |  |
| **41** | **E** | **أميل في حكمي على الأشياء على حدسي وتوقعاتي أكثر من ميلي إلى الدقة والتحليل** |  |  |
| **42** | **W** | **أفضِّل تعليمات محددة على أن يترك الأمر بلا تعليمات محددة وواضحة** |  |  |
| **43** | **S** | **يصفني الناس بأني عاطفي** |  |  |
| **44** | **W** | **يصفني الناس بأني حريص ( أو ) حذر ( أو ) منضبط** |  |  |
| **45** | **E** | **يصفني الناس بأني مغامر** |  |  |
| **46** | **N** | **يصفني الناس بأني حازم ( أو ) عقلاني** |  |  |
| **47** | **W** | **أحب معرفة التفاصيل وخطوات أي عمل سأقوم به** |  |  |
| **48** | **E** | **لا أحب الأنظمة والقوانين وأشعر بأنها تقيدني** |  |  |
| **49** | **S** | **أحب الشعر ( أو ) القصص ( أو ) التواصل مع الآخرين** |  |  |
| **50** | **N** | **أشعر بأنه يجب أن تنفذ القوانين والعقوبات بحزم وبدون عاطفة أو مجاملات** |  |  |
| **51** | **N** | **لا أحب الأشياء المحتملة أو التي لا يمكن توقع نتائجها ( غير مضمونة )** |  |  |
| **52** | **S** | **أحب مساعدة الآخرين وإعطائهم من وقتي ومالي وجهدي** |  |  |
| **53** | **W** | **أحب التخطيط المفصّل لأي عمل سأقوم به** |  |  |
| **54** | **E** | **عند شرائي لجهاز جديد أحاول تشغيله بنفسي دون اللجوء إلى كتيب التشغيل** |  |  |
| **55** | **S** | **أحب الاستماع لمشاكل الآخرين ومساعدتهم** |  |  |
| **56** | **N** | **لدي القدرة في التعامل مع الأرقام ( أو ) الحسابات** |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **النتيجة** | | | |
| N | W | S | E |
|  |  |  |  |

###### الملخص المرئي

N

**E**

**S**

**W**

**المهارات**

**علاقات العملاء، التعليم،**

**الاتصال، توقع الحاجات،**

**توعية الفريق، المبادئ الأخلاقية**

**النمط**

**مهتم بالآخرين، ودود، اجتماعي.**

**عاطفي، متميز بالصفات الانسانية.**

**يمكن أن يظهر**

**شديد الحساسية، غير مناسب للأعمال**

**التجارية، عاطفي، انفعالي**

**المهارات**

**التنظيم ، التنفيذ، الدقة،**

**الإدارة، التخطيط العملياتي،**

**المهام العملية، الإكمال**

**.**

**النمط**

**دقيق، منهجي، إجرائي، اعتمادي،**

**قابل للتنبؤ، منظم، يراعي التفاصيل، "منفذ**"

f

يمكن أن يظهر

صياد أخطاء، يميل للرئاسة،ملازم للعمل،

ممل

**المهارات**

**التجديد، الرؤية، التفكير**

**العرضي، الجمع بين الشئ**

**ونقيضه، الشمولية،**

**التخطيط الاستراتيجي للتغيير**

**النمط**

**استكشافي، تخيلي، مغامر، تجريبي، فني**

**يمكن أن يظهر**

**غير مركز، مندفع، عاجل، غافل عن التوقيتات النهائية، غامض، يميل للخروج عن الموضوع والاستنتاج غير المترابط، "التخمين".**

**المهارات**

**التحليل ، التقييم،**

**الحسابات، التقنيات، الدراسات**

**المالية ودراسات الجدوى،**

**التقديرات الحرجة**

**النمط**

**عقلاني، متعمق، دقيق منطقي، جازم**

**يمكن أن يظهر**

**ثابت، غير مندفع، بارد ودقيق الحسابات، قصير الأجل، محدود بالحاجة للإثبات أوالشرح**

**النمط التمثيلي:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البصري** | **الحسي** | **السمعي** |
| هم الأشخاص الذين يدركون العالم من خلال حاسة الابصار، وتبني أحكامهم ورؤاهم للأمور من نافذة البصر | هم الأشخاص الذين يدركون العالم من خلال الإحساس (الشم، اللمس، الذوق) ويحكمون على الأمور من إحساسهم | هم الأشخاص الذين يدركون العالم من خلال السماع ويخزنون الأحداث والخبرات من خلال الأصوات المسموعة |

التعرف على النظام التمثيلي  
B.A.G.E.L Model

الوقفة Body Poster  
إشارات الوصول Accessing Cues  
الايماءات Gesture  
حركة العينين Eye Movements  
اللغة Language

* **الوقفة Body Poster  
  البصري:** ميل إلى الخلف، الرأس والأكتاف إلى أعلى  
  السمعي: ميل إلى الأمام مع ثبات، الرأس يميل لأحد الجانبين  
  الحسي: ميل أكبر إلى الأمام، الرأس والأكتاف إلى أسفل

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **إشارات الوصول**  **Accessing Cues** | **التنفس** | **النبرة** | **الإيقاع** |
| **البصري** | **سريع وقصير** | **حلقية مرتفعة** | **سريع** |
| **السمعي** | **تنفس حجابي** | **طبقات متموجة** | **موزون** |
| **الحسي** | **بطيء عميق** | **نبرة منخفضة** | **بطيء** |

**الايماءات Gesture  
البصري:** فوق مستوى العين   
السمعي: على مستوى الأفق  
الحسي: اسفل الرقبة

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة الثالثة**  **3** | * الاتصال . * عناصر الاتصال. * اهمية الاتصال. * انواع الاتصالات. * مراحل عملية الاتصال. * معوقات الاتصال. |

|  |
| --- |
| **الاتصــــــــــــــــــــــــال** |

**تعريف الاتصال**

**يوجد للاتصال أكثر من تعريف ولكن هناك تعريف في نظري أنه يعتبر شامل ويغطي كافة نواحي الاتصال حيث أن الاتصال :**

**( هو عملية إنتاج ونقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر من شخص إلى شخص آخر بقصد التأثير فيه وإحداث الاستجابة المطلوبة )[[1]](#footnote-1)( 1 ) .**

**ولابد في عملية ااتصال من أمرين هاميين هما:**

1. **أن تتأكد أن من تتحدث اليه فهم المقصود**
2. **أن تتأكد أن المستقبل قبل المقصود**

**عناصر الاتصال**



**أهـمـيـة الاتصـال :**

**يقضي الفرد الجزء الأكبر من حياته اليومية في التعامل مع المنظمات سواءً كانت في شكل مدارس أو جامعات أو في شكل منظمات أعمال أو مصانع أو مستشفيات أو أجهزة حكومية أو نواد اجتماعية ورياضية ، وهذا التعامل لا يمكن أن يتم إلا عن طريق الاتصال وحيث أن العلمية الإدارية هي وسيلة الإدارة في إنجاز الأهداف فإن ممارسة وظائف هذه العملية من تخطيط وتنظيم وإعداد للأفراد وتوجيه ورقابة لن تتم ما لم تتوفر البيانات والمعلومات ونقلها إلى مراكز اتخاذ القرار ويقتضي ذلك ممارسة عملية الاتصال .**

|  |
| --- |
| انواع الاتصالات |

تنقـسـم الاتصــالات إلى نوعين :

1] اتصالات رسمية :

وهو ذك النظام الذي تخضع فيه الاتصالات لقواعد وإجراءات محددة رسمياً ومثبتة وبصورة مكتوبة ورسمية .

وتنقسم إلي :

1. اتصالات هابطة من مدير المدرسة إلى المدرسين والطلاب.
2. اتصالات صاعدة من الطلاب إلى المدرسين أو مدير المدرسة .
3. اتصالات أفقية بين الطلبة أنفسهم .

2] اتصالات غير رسمية :

وتكون فيها الاتصالات خاضعة لقواعد وإجراءات غير رسمية وتتم خلال قنوات خارجة عن القنوات الرسمية المحددة مثل الالتقاء خارج المدرسة [[2]](#footnote-2)(1) .

**طــرق الاتصــــالات**

**تتم عملية الاتصال بطرق عديدة يمكن تصنيفها بإحدى طريقتين :**

1. **الاتصال المباشر وغير المباشر .**
2. **الاتصال الشفهي والكتابي .**

1] الاتصال المباشر وغير المباشر :

**ويتم ذلك عن طريق :**

1. **الاتصال الشخصي : مباشرة وجهاً لوجه بين شخصين .**
2. **استخدام الهاتف : وهو مباشر ولكن ليس وجهاً لوجه .**
3. **الاستخدام اللاسلكي : وهو استخدام رموز برقية في نقل الرسالة من الراسل إلى المستقبل .**
4. **استخدام وسائل الإعلام "جرائد– مجلات– منشورات – لوحات إعلانية " .**
5. **الاتصال الصوري : وهو استخدام الصور والنماذج بمختلف أنواعها لنقل الأفكار من المرسل إلى المستلم .**
6. **الاتصال التلفزيوني : وهو مزيج تتوفر فيه خصائص الاتصال المباشر وغير المباشر حيث يمكن المستقبل من رؤية المرسل والتعرف على مشاعره وآرائه ولكن المرسل لا يتمكن من رؤية المستقبل والتحدث إليه وجهاً لوجه.**

2] الاتصال الشفهي والكتابي :

**يعتبر الاتصال كتابياً إذا كانت الرسالة قد دونت بالرموز إلا بجدية أو الرياضية عند نقلها من المرسل إلى المستقبل ، أما إذا نقلت الرسالة بطريق الهواء دون أن تدون فإنها رسالة شفوية .**

**\* لا نستطيع أن نقول أن إحدى الطريقتين أفضل من الأخرى لأن الذي يحدد ذلك هو الموقف .**

**مــراحـل عـمـلـيـة الاتصــال**

**تمر عملية الاتصال بعدة مراحل نوضحها في الرسم البياني التالي :**

**الراسل المرسل إليه**

ترجمة معنى

الرســـالة

استــــــلام

الرســـــالة

قنوات الاتصال

شفوية وغير شفوية

صيـــــاغـة

الرســــــالة

معنى أو فكرة

يرام أن تنقل

**مـــعـلـومــات**

1. **فكرة أو معنى يراد أن ينقل .**

**تأتي الفكرة بصورة تعرض الراسل لمعلومات معينة أو ملاحظته لشيء ما**

1. **صياغة الرسالة :**

**أي هل سيتم صياغة الرسالة بشكل شفوي أو كتابي أو إشارة .**

1. **قنوات الاتصال :**

**الهواء – الهاتف – البريد – والبرقية حسب أهمية الرسالة .**

1. **استلام الرسالة :**

**حيث يتم قراءة أو رؤية أو سماع الرسالة بواسطة المرسل إليه .**

1. **ترجمة معنى الرسالة :**

**يجب أن يفهم المرسل إليه المعنى بنفس الفهم أو المعنى الذي يريده المرسل إليه ويعتمد ذلك على طبيعة عمل وخبرة كل منهما .**

1. **المعلومات المرتدة :**

**يجب أن يحصل الراسل على معلومات من المرسل إليه نفيد أن ترجمة المرسل إليه للرسالة تحمل نفس المعنى الذي رغبه الراسل وفي حالة حدوث خطأ يتم اتخاذ الإجراءات التصحيحية .**

|  |
| --- |
| **معوقات الاتصال** |

**أولاًً: المعــوقــات الشخـصـيـة :**

**وهي مجموعة المؤثرات التي ترجع إلى المرسل والمستقبل في عملية الاتصال وتحدث فيها أثراً عكسياً وتشمل :**

**" الإنطواء – حبس المعلومات – المبالغة في الاتصال – الضغط على المرؤوسين القصور في مهارات الاتصال– تشويه المعلومات– سوء العلاقات بين الأفراد...."**

**ثانياً: المعوقات التنظيمـيــة :**

1. **عدم وجود هيكل تنظيمي .**
2. **عدم كفاءة الهيكل التنظيمي .**
3. **قصور سياسة نظام الاتصال .**
4. **التداخل بين التنفيذ والاستشارة .**
5. **عدم وجود إدارة للمعلومات .**
6. **القصور في ربط المنظمة بالبيئة الخارجية .**

**ثالثاً: المعـوقـات البيئـيـة :**

1. **مشكلة الألفاظ واختلاف مدلولاتها .**
2. **الموقع الجغرافي .**
3. **الإفراط في طلب البيانات والمعلومات من قبل أجهزة الرقابة .**
4. **عدم كفاية وكفاءة أدوات الاتصال .**

كيف يمكن ان نحسن من من طريقة الاتصال:

1. **.................................................................................**
2. **..................................................................................**
3. **..................................................................................**
4. **..................................................................................**
5. **..................................................................................**
6. **..................................................................................**
7. **..................................................................................**
8. **.................................................................................**
9. **..................................................................................**
10. **..................................................................................**

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة الرابعة**  **4** | * مفهوم التسويق الخيري. * اهمية التسويق الخيري. * مصطلحات هامة . * المنظمة الخيرية . * اهمية المنظمة الخيرية . * ورشة عمل . * المتطوع . * ماذا يريد المتطوع من الجمعية ؟وماذا تريد الجمعية من المتطوع ؟وماذا يريد المتبرع من المتطوع؟ |

**مفهوم التسويق الخيري**

**ما هو التسويق ؟**

**التسويق الخيري**

**عملية تبادلية ووظيفة مستمرة تكاملية لخلق منافع ورفاهية للمتبرع والمستهلك والمجتمع**

* **عملية تبادلية:** تقوم بإعطاء منافع ذات قيمة وأخذ منافع ذات قيمة: فتأخذ المنظمة من المتبرع تبرعه وتعطيه المنظمة الشعور بالراحة والطمأنينة أو الأجر من الله أو الطمأنينة أو الشعور بأنه أدى ما عليه.
* **وظيفة مستمرة:** لا تنتهي بخدود معينة كما كان يعتقد سابقاً، لا عند تسليم المنتجات ولا عند الاستهلاك: ولذا ينبغي أن يستمر تواصل المؤسسة مع المتبرع بإعطائه التقارير والشكر والخدمات التي توصل له الشعور الذي يريده.
* **وظيفة متكاملة**: من حيث التكامل بين أنشطة التسويق ومن حيث التكامل بين الأنشطة التسويقية والأنشطة الأخرى: فلا بد أن يكون هناك تكامل بين الأنشطة التسويقية الخيرية، فمثلاً لا بد من التكامل بين المنتج وسعره وطريقة ترويجه والناس الذين يقدمونه، كما أنه لا بد من التكامل بين التسويق الخيري وحقيقة العمل وقدرة المؤسسة على تنفيذ ما تعد به متبرعيها.
* **وظيفة لخلق المنافع**: من أجل إشباع حاجات ورغبات الإنسان تقوم بتقديم منافع زمانية ومكانية وحيازة وغيرها: إذ لابد من خلق منافع للمتبرع ترضيه كما لا بد من خلق منافع للمستفيدين ترضيهم ولابد أيضاً من أن يكون المبلغ كافياً لتقديم الخدمة.
* **وظيفة تخلق الرفاهية**: للمستهلك وللمجتمع، فهي توعي المستهلك وتشبع رغباته وتهتم بمشاعره وإحساسه وحاجاته وتهتم برفاهية المجتمع ككل وتوعيته وما يصلح له: فالشعور بالرضا والراحة لا يعادلها شعور، والمتبرع إنما يشتري هذا الشعور أو الأجر من الله، أو كما يقول أحد كتاب الإدارة المشهورين:"إن ما تقدمه المؤسسات غير الربحية الأمريكية للمتطوعين لديها قد يكون أكثر أهمية مما تقدمه لمتلقي الخدمات التي تقدمها".
* اهمية التسويق الخيري :

التنمية الحقيقية للمنظمات لتحقيق اهدافها.

يشجع على الابتكار والنمو

ارتباط نجاح المنظمات بقدرتها التسويقية

اضف خبرتك :

.............................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

مصطلحات هامه:

المنظمة الربحية /............................................................................

المنظمة غير الربحية/........................................................................

المتبرع-الداعم/................................................................................

المستفيد/.........................................................................................



أ – تعريف المنظمة:

**تعددت تعاريف المنظمة وفق الاتجاهات المختلفة للمدارس الإدارية:**

**- فعرفت من قبل أصحاب الاتجاه الاجتماعي: على أنها تنظيم اجتماعي يحتوي على فعاليات ونظم اجتماعية محددة متخصصة**.

- وعرفت من الجانب الوظيفي: **بأنها عملية تهدف إلى توجيه وتوظيف جهود عدد من الأفراد لتحقيق هدف معين**.

- وعرفها أصحاب الاتجاه الهيكلي: **أنها تنظيم هيكلي يحدد بشكل دقيق مواقع عمل الأفراد والجماعات في المنظمة**.

- وعرفها أصحاب المدرسة السلوكية بأنها: **نشاط إنساني موجه لتحقيق هدف أو أهداف محددة**.

- واهتم كتاب الإدارة الحديثون بالمنظمة بجميع جوانبها فقالوا: إن المنظمة نظام تعاوني يقوم على **أساس تعاون شخصين أو أكثر من أجل تحقيق هدف معين، وهي تمثل نظاماً مفتوحاً، وترى نظرية النظم أن المنظمة يجب أن تدرس ككل مع الأخذ في الاعتبار العلاقات المتداخلة بين أجزائها وعلاقة المنظمة ببيئتها وعرفها بعضهم بأنها: مجموعة من الناس يعملون معاً خلال مدة من الزمن لتحقيق هدف أو غرض مشترك.**

**وتختلف المنظمة عن المجتمع بأنها توجد لغاية مقصودة ،ولا تبنى على أساس الطبيعة النفسية والحاجات البيولوجية للناس، كما أن المنظمات متخصصة وتعرف من خلال مهامها، وهي التي تشكل المجتمعات بمختلف تخصصاته في المجتمعات الحديثة، والمنظمة تقوم لتحقيق أهداف غالباً ما يكون المستفيد منها خارج المنظمة أما المجتمع والعائلة فهما موجودان لذاتهما.**

**وفي الوقت الذي يعتبر فيه المجتمع والحي والعائلة مؤسسات محافظة، تحاول باستمرار أن تمنع التغيير أو على الأقل أن تبطئ فيه، يلاحظ أن المنظمات تعتبر عاملاً لعدم الاستقرار أي أنها تصمم لتكون قادرة على التغير بشكل مستمر وقادرة على الإبداع والتخلي حتى عن نفسها**.

ب – المنظمة الخيرية**:**

**تختلف الأسباب الداعية إلى تكوين المنظمات حسب الحاجة التي أنشئت المنظمة من أجلها، وبالتالي يمكن تصنيف المنظمات من حيث الحاجة لاستهداف الربح إلى نوعين:**

**النوع الأول: منظمات ربحية: تستهدف الربح وتسعى إليه وأقيمت من أجله، وقد تغلق لو زادت مصاريفها ونفقاتها على مقدار الدخل الذي تحصل عليه ما لم تدعم مادياً.**

**النوع الثاني: منظمات غير ربحية: لا تستهدف الربح ولم تنشأ من أجله وإنما أنشئت من أجل حاجات أخرى لفئات مختلفة في المجتمع ويمكن تمييز نوعين من المنظمات غير الربحية**:

أ) المنظمات الخيرية: **وهي المنظمات التي تعنى بحاجات الذين لا يستطيعون سد حاجتهم بأنفسهم سواء كانت الحاجة مادية أو صحية أو تعليمية أو غير ذلك، وتقوم على التبرعات والهبات**.

ب) المنظمات غير الربحية وغير الخيرية: **وهي التي تعنى بحاجات الذين لهم الهواية نفسها أو يشاركون في النشاط الاجتماعي أو الرياضي نفسه، مثل النوادي الرياضية ومنظمات هواة جمع الطوابع وما شابه ذلك، وتقوم على الاشتراكات وأحياناً الهبات**.

المقارنة بين المنطمات الربحية وغير الربحية :

|  |  |
| --- | --- |
| المنظمات غير الربحية | المنظمات الربحية |
| **لا تملك رأس مال ولا أصول ابتدائية وإنما توهب لها** | **تملك رؤوس أموال وأصول ابتدائية** |
| **ليس لها ملاك وإنما لها أمناء** | **لها ملاك ومساهمون** |
| **لا تستهدف الربح ولا تسعى إليه** | **تستهدف الربح وتسعى إليه** |
| **ليس فيها أرباح ولا خسائر** | **لها دورة مال (أرباح وخسائر)** |
| **يعمل فيها متطوعون كثر** | **لا يعمل فيها متطوعون غالباً** |

المقارنة بين المنطمات الخيرية وغير الخيرية :

|  |  |
| --- | --- |
| المنظمات غير الربحية وغير الخيرية | المنظمات الخيرية |
| **تخدم أعضاءها** | **غالبا ما تخدم غير أعضائها** |
| **تكثر فيها الاشتراكات والرسوم** | **يكثر فيها التبرعات والهبات** |
| **تجمع ذوي الرغبات والميول المشتركة** | **تجمع الناس بالأهداف والقيم ولو اختلفت رغباتهم الأخرى** |

**أضف خبرتك :**

ما أهمية المنظمة الخيرية :

........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

..................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

****

**مفهوم خدمة الداعمين**

**هي مجموعة من المهام والأنشطة التي تهدف الى تعزيز مستوى الرضا عند المتبرع والمتبرع ،بأن الخدمة المقدمة نالت رضاه.**

**وبتعريف أخر :هي العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات الداعمين والمتبرعين من خلال تقديم خدمة ذات جودة ملائمة ينتج عنها رضاهم .**

**ماذا يريد الداعمين والمتبرعون ؟**

* **وجود موظف يعتمد عليه؟**
* **التواصل الفعال ؟**
* **إشعارهم بالأهمية والاحترام ؟**
* **بذل الجهد؟**
* **إعطاء الخيارات ؟**
* **المرونة والبساطة ؟**
* **سرعة تنفيذ الخدمة ؟**
* **تحقق الرضا؟**

****

دورة التواصل السيئ

**1**

**قلة المعرفة بالمشاريع**

**2**

**التواصل في الاوقات الخاطئة**

**3**

**نبرة صوت غير متزنة ولغة جسد مربكة**

**4**

**ضعف المتابعة معه**

**5**

**عدم الوضوح مع المتبرع**

**“جدارات الفشل “**

****

**1**

**المعرفة التامة بالمشاريع**

**2**

**سرعة الاستجابة**

**للعميل والمتبرع**

**3**

**نبرة الصوت متزنة ولغة الجسد واضحة**

**4**

**ايجاد الحلول**

**واستيعاب احتياجات المتبرع**

**5**

**التميز في المتابعة**

**“جدارات النجاح“**

**ور شة عمل**

**اسئلة للمجموعات**

|  |  |
| --- | --- |
| **المجموعة (أ)** | **المجموعة (ب)** |
| **ماهي مصادر جمع التبرعات ؟**  **لماذا يمتنع الناس عن التبرع؟** | **ماهي وسائل جمع التبرعات ؟**  **ماهي الاخطاء التي تقع فيها الجمعيات الخيرية** |
| **المجموعة (ج)** | **المجموعة (د)** |
| **لماذا يتبرع الناس؟**  **ماهي الاخطاء التي يقع فيها رجال جمع التبرعات ؟** | **لماذا نجمع المال والتبرعات؟**  **ماهي انواع التبرعات المتاحة؟** |

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة الخامسة**  **5** | * مفهوم جمع التبرعات. * جمع التبرعات علم ام فن . * لماذا يتبرع الناس . * لماذا يمتنع الناس عن العطاء. * لماذا نجمع المال والتبرعات . * داوفع العطاء –هرم ماسلوا. * مصادر جمع التبرعات. |

* **مفهوم جمع التبرعات :**

جمع التبرعات وظيفة تعتبر من الوظائف المهمة التي تقوم بها المنظمات الدعوية والخيرية. لأنه بدون القيام بعملية جمع التبرعات بطريقة فعالة، فإن المنظمات الخيرية لن تتمكن من القيام بدورها المطلوب حيث أن وجود المواد المالية الكافية هو أساس قيام المشروعات الخيرية. وهذه الأموال لا يمكن أن تحصل عليها المنظمة إلا من خلال الاتصال بالمحسنين ومحاولة إقناعهم بأهمية وضرورة التبرع من أجل أن تؤدي المنظمة الخيرية رسالتها التي قامت من أجله.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **وظيفة** | **اساس** | **وضرورة** |

**اضف خبرتك ...........................................................................................................................................................................................................................................................................**

**عملية جمع التبرعات هلي علم ام فن .........................................................................................**

**.................................................................................**

لماذا يتبرع الناس؟ 

### لماذا يتبرع الناس

**إن من طبائع النفس البشرية حب الخير والعطاء، لذلك لابد من معرفة الدوافع وراء هذا العطاء حتى نتمكن من الإجابة عن هذا السؤال:**

#### الدافع الديني:

* **الأجر والثواب من الله عز وجل.**
* **التطهر من الخطايا.**
* **تزكية النفس ليبارك الله للمتبرع في أمواله.**
* **الخوف من الله عز وجل.**
* **وقاية النفس من الشح والبخل والأنانية لقول الله تعالى: وَمَن يُوقَ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُوْلَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ .**
* **وقاية النفس من مصارع السوء والآفات، إلى غير ذلك مما ذكرناه في فوائد الصدقات للفرد والمجتمع**

#### الدافع النفسي:

* **الشعور بالذنب وتأنيب الضمير لعدم قدرتهم على مساعدة المحتاجين من نساء وأطفال عند حدوث النكبات والحوادث.**
* **حب التقدير من الآخرين مقابل التبرع، وأن ينظر إليه المجتمع على أنه عضو نافع فيه.**
* **حب تخليد ذكراه بعد موته مقابل التبرع ( السمعة والشهرة ).**
* **الخوف من المرض والحسد، إيمانًا منه أن تبرعه سيدفع عنه المرض والحسد.**

#### الدافع المادي:

**الاستفادة من التبرع في إعفائه من بعض ضرائبه المستحقة للدولة.**

#### الدافع الاجتماعي:

**قد يتبرع الشخص نتيجة الضغوط التي يتعرض لها من قبل:**

* **الأهل والأصدقاء والأقارب.**
* **من المجتمع نفسه.**
* **من حفلات جمع التبرعات، ولا سيما إذا كانت شخصيته مرموقة.**

اضف خبرتك :لماذا يمتنع الناس عن العطاء

**..................................................................................................................................................................**

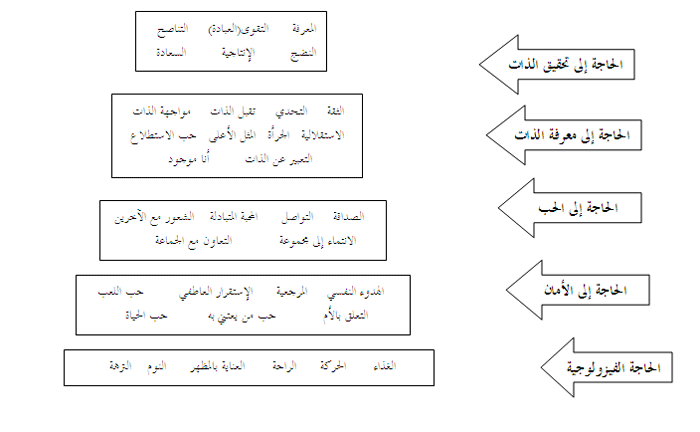
**الجانب التنظيمي اساسي ام ثانوي في عملية جمع التبرعات ؟**

**...................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**الاطار النظري للدوافع عند الناس؟**

**...................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................**

**هرم ما سلو للاحتياجات**

****هرم ما سلو للاحتياجات الانسانية "نظرية في التحفيز الإنساني"

هي نظرية سيكولوجية اقترحها أبراهام ماسلو في ورقة نشرها في 1943 بعنوان :

يرى فيها أن الناس عندما يحققون احتياجاتهم الأساسية يسعون إلى تحقيق احتياجاتذات مستويات أعلى، كما يرتبها هرم ماسلو.

تقول هذه النظرية أن الإنسان يعمل من أجل تحقيق خمس حاجات رئيسية لديه هي:

تحقيق الذات، التقدير، الاحتياجات الاجتماعية، الأمن والسلامة، والاحتياجات الفيزيولوجية.

ويتم إشباع هذه الحاجات على مراحل بحيث يندفع الفرد لإشباع إحداها فإذا فرغ منها

وأشبعها انصرف إلى الثانية وهكذا.  
هرم ماسلو للحاجات الانسان

لماذا نجمع المال والتبرعات 

.........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

...............................................................................................................

**1-     زيادة حجم المصادر المتاحة التي تساعد على تحقيق أهداف الجمعية .**

**2-    توفير السيولة النقدية لتطوير الجمعية .**

**3-    خلق مصادر مستمرة من الدخل على المدى الطويل .**

**4-    يساعد جمع التبرعات على بناء جمعية قوية وناححة وقادرة على مواجهة المستقبل.**

* **مصادر جمع التبرعات :**

****

## أ) مصادر حث عليها الإسلام.

ب) **الجهات المانحة. وتشتمل على:**

**1) مؤسسات حكومية.**

**2) مؤسسات المجتمع المدني.**

**3) جهات مانحة**

## أ- مصادر تمويل حث عليها الإسلام

### وهي تشتمل على:

### (1) الزكاة.

### (2) الصدقات.

### (3) الوقف.

### (4) الكفارات والفدية.

### (5) النذور

### (6) الأضاحي والهدي.

### (7) الهبات والهدايا.

### (8) النفقة الواجبة.

### (9) فضل الزاد.

### (10)القرض الحسن.

### (11)إطعام الطعام (الوليمة ــ العقيقة).

### (1) الزكــاة:

وهي الركن الثالث من أركان الإسلام والتي من أجلها قاتل سيدنا أبوبكر رضي الله عنه مانعيها. والزكاة هي الحل الأمثل لجميع مشاكل الفقر حيث قال : إن الله افترض في زكاة الأغنياء ما يكفي الفقراء وإن فقراء أمتي يجوعون ويعرون بمنع أغنيائهم الزكاة وإن الله ليحاسبهم على هذا حسابًا شديدًا ويعذبهم عذابًا أليمًا. ولذلك وجب على فاعلي الخير أن يجتهدوا ما استطاعوا في حث الناس على إخراج زكاتهم سواء زكاة عروض تجارة أو زروع أو غيرها. ومع الحث على إخراج الزكاة تكون الدراسة الدقيقة لمجالات الصرف يقول تعالى: إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاء وَالْمَسَاكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ (التوبة: 60).

### (2) الصدقـات:

وفي المال حق آخر غير الزكاة، فالصدقة قد حث عليها الإسلام في مواطن عدة من كتاب الله وسنة رسوله ، فقد وصف الله المؤمنين دومًا بقوله: وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ (البقرة:3) وحثنا الرسول قائلاً: صدقة السر تطفئ غضب الرب([[3]](#footnote-3))، وحثنا الحق تبارك وتعالى عليها علنًا وسرًا إِن تُبْدُواْ الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِن تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاء فَهُوَ خَيْرٌ لُّكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنكُم مِّن سَيِّئَاتِكُمْ وَاللّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (البقرة:271). والصدقة قد تخرج تطوعية من الفرد أو بعد تحفيز له وقد كان يحفز المسلمين على الصدقة في مواطن عدة منها: حين جاءه قوم من مضر ظاهر عليهم آثار الفقر، فدعا الرسول المسلمين إلى التبرع لهم بل والمسارعة في ذلك حتى يقتدي بهم الناس وقال: من سن في الإسلام سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها بعده من غير أن ينقص من أجورهم شيء([[4]](#footnote-4))، ودعا إلى التبرع في مواطن كثيرة منها في غزوة العسرة وغيرها.

### (3) الوقف:

والوقف من المجالات المهمة التي حرص الإسلام على تحبيب الناس فيها يقول : إذا مات بن آدم انقطع عمله إلا من ثلاث: صدقة جارية،. أو علمٍ يُنتفع به، أو ولدٍ صالحٍ يدعو له([[5]](#footnote-5)) ويقول إِنَّ مِمَّا يَلْحَقُ الْمُؤْمِنَ مِنْ عَمَلِهِ وَحَسَنَاتِهِ بَعْدَ مَوْتِهِ عِلْمًا عَلَّمَهُ وَنَشَرَهُ وَوَلَدًا صَالِحًا تَرَكَهُ وَمُصْحَفًا وَرَّثَهُ أَوْ مَسْجِدًا بَنَاهُ أَوْ بَيْتًا لابْنِ السَّبِيلِ بَنَاهُ أَوْ نَهْرًا أَجْرَاهُ أَوْ صَدَقَةً أَخْرَجَهَا مِنْ مَالِهِ فِي صِحَّتِهِ وَحَيَاتِهِ يَلْحَقُهُ مِنْ بَعْدِ مَوْتِهِ([[6]](#footnote-6))،. وقد كان الصحابة يوقفون، فقد اشترى عثمان بئر رومية وجعله وقفًا للمسلمين،. وكذلك وقف عمر أرضًا له بخيبر، وظل هذا الوقف ساريًا في الأمة حتى وقت قريب، وإحياء الوقف وإيجاد صور قانونية له أمر مهم للعمل الخيري لأنه يمثل مصدرًا ثابتًا من مصادر التمويل.

### (4) الكفارات والفدية:

وهي مجموعة من الأحكام يؤديها من وقع في خطأ ما، ومنها كفارة اليمين والظهار، والمواقعة في رمضان، وفيها فدية الإفطار في رمضان لمن له عذر. ولو تخيلنا بلدًا بها "100.000 نسمة" يقع يمين مائة واحد منهم يوميًا أى 1 في الألف وإذاكانت كفارة اليمين إطعام عشرة مساكين أو كسوتهم لصار مجموعة الوجبات اليومية "100×10=1000" وجبة فلو قلنا أن نسبة من لا يجدون طعام يومهم 10% أى عشرة آلاف فمعنى ذلك أن هذا البند فقط يوجد قوت 10% من المعدومين في هذه القرية، فإذا أخذنا بقية البنود من الكفارات والفدية وسنن الإطعام لحلت مشكلة المعدمين الذين لايجدون طعامهم ولا كسوتهم.

### (5) النذور:

يقول تعالى ــ مادحًا المؤمنين ــ: يُوفُونَ بِالنَّذْرِ وَيَخَافُونَ يَوْمًا كَانَ شَرُّهُ مُسْتَطِيرًا (الإنسان: 7). والنذر عبادة قديمة لها ضوابطها في شرع الإسلام منها ما يكون نذر طاعة يبتغي به وجه الله. وإن كان في هذه الأيام نذور تصل إلى ملايين الجنيهات للأولياء وهذه نذور فيها معصية، فمن باب أولى أن نوجه هذه النذور إلى أمور الطاعة والتي تشمل إطعام وكسوة الفقراء ومن على شاكلتهم والتعبد بالنذر والوفاء به أمر يجب أن نحييه في الناس، فلعل نذرًا مقبولاً يدخل صاحبه الجنة يقول تعالى: يُوفُونَ بِالنَّذْرِ وَيَخَافُونَ يَوْمًا كَانَ شَرُّهُ مُسْتَطِيرًا (الإنسان: 7).

### (6) الأضاحي والهدي:

والأضحية هي إحدى السنن المؤكدة في الإسلام جعلها الله تعالى توسعة على الأهل وطعمة للمساكين. وسواء ثلث الصدقة أو جلود الأضاحي فكل منهما باب من أبواب التوسعة على الفقراء، ولذا لزم الإفادة من هذا الباب في إطعام الفقراء أو تدبير مال لهم من خلال بيع جلود الأضاحي وتوزيعها. والهدي المذبوح في الحرم يعود إلى الفقراء المسلمين من خلال هيئات الإغاثة والجمعيات الخيرية، ولذلك لابد من الاهتمام بهذا الجانب كمصدر من مصادر إطعام المساكين.

### (7) الهبات والهدايا:

#### الهبة شرعًا: هي تمليك الإنسان ماله لغيره في الحياة بلا عوض. وهو إما:

أ) إبراء وهو هبة الدين ممن هو عليه.

ب) صدقة وهي هبة ما يراد به ثواب الآخرة.

ج) هدية وهي ما يلزم الموهوب له أن يعوضه.

وقد حث الرسول على الهدية فقال: تهادوا تحابوا ([[7]](#footnote-7))، وحث على قبول الهدية فقال: **مَنْ عُرِضَ لَهُ شَيْءٌ مِنْ غَيْرِ أَنْ يَسْأَلَهُ فَلْيَقْبَلْهُ فَإِنَّمَا هُوَ رِزْقٌ سَاقَهُ اللَّهُ إِلَيْهِ**([[8]](#footnote-8))، وقد حث على قبول الهدية ولو شيئًا صغيرًا فقال: **لَوْ أُهْدِيَ إِلَيَّ كُرَاعٌ لَقَبِلْتُ وَلَوْ دُعِيتُ عَلَيْهِ لأَجَبْتُ**([[9]](#footnote-9))، وهذا الباب باب الهبة والهدية يفتح للمسلم آفاقًا في العطاء وخاصة لأولئك الذين لا يسألون الناس إلحافًا. فكم من مستور الحال يشكو إلى الله فقره وهو غني في أعين الناس، فمثل هؤلاء تكون الهدية والهبة إعانة لهم وحفظًا لمشاعرهم في نفس الوقت.

### (8) النفقة الواجبة:

إن الله عز وجل علّم المسلمين أن المال ماله وَأَنفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ (الحديد: 7)، آتُوهُم مِّن مَّالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ (النور: 33). ولهذا فإن كل ضعيف موكول بقوي يحمل عنه ضعفه. ولذلك كان الأبوان المسنان في رقبة أبناءهم كذلك المرأة المطلقة أو الأرملة أو العجوز أو العانس، فكل أولئك في نفقة أقربائهم من الأقرب فالأبعد، ولهذا تفصيله في كتب الفقه ولكن أن نذكر الناس بهذه الفريضة ونحيي هذه الحقوق يجعلنا نوجد حلاً لعدد ليس قليل من أصحاب الحاجات وكثير ما هم.

### (9) فضل الزاد:

إن فضل الزاد لو أحسن الإفادة منه لاكتفى بسببه الكثير. فكم من موائد عامرة تفيض عن الجالسين إليها! وكم من جياع يفتشون عن بقايا الطعام في المزابل والنفايات! وكم من غاد ورائح في حُلل وآخر يضرب البرد في أضلعه! ويروى أن الرافعي زار رجلاً صديقًا له فوجده مريضًا بسبب إسرافه في تناول الطعام فخرج من عنده فوجد رجلاً يشكو الجوع، فقال الرافعي: لو أخذ ذاك ما يكفيه وأعطى هذا لما اشتكى الاثنان.

ولذلك فرسولنا الكريم حث على إنفاق فضل الزاد فقال مَنْ كَانَ مَعَهُ فَضْلُ ظَهْرٍ فَلْيَعُدْ بِهِ عَلَى مَنْ لا ظَهْرَ لَهُ وَمَنْ كَانَ لَهُ فَضْلٌ مِنْ زَادٍ فَلْيَعُدْ بِهِ عَلَى مَنْ لا زَادَ لَهُ قَالَ فَذَكَرَ مِنْ أَصْنَافِ الْمَالِ مَا ذَكَرَ حَتَّى رَأَيْنَا أَنَّهُ لا حَقَّ لأَحَدٍ مِنَّا فِي فَضْلٍ ([[10]](#footnote-10))،. وفضل الزاد يشمل الملبس والمطعم وغيرهما.

### (10) القرض الحسن:

يخبر أنه وجد على ساق العرش مكتوبًا **الصَّدَقَةُ بِعَشْرِ أَمْثَالِهَا وَالْقَرْضُ بِثَمَانِيَةَ عَشَرَ فَقُلْتُ يَا جِبْرِيلُ مَا بَالُ الْقَرْضِ أَفْضَلُ مِنْ الصَّدَقَةِ قَالَ لأَنَّ السَّائِلَ يَسْأَلُ وَعِنْدَهُ وَالْمُسْتَقْرِضُ لا يَسْتَقْرِضُ إِلا مِنْ حَاجَةٍ**([[11]](#footnote-11))، ولمن أراد أن يضرب في جميع أبواب الخير بسهم فلابد ألا يفوته ثواب القرض الحسن، حيث هذا الباب يفي بحاجات قطاع عريض من الناس، فرب صاحب حاجة يلجأ إلى الربا، لأن بابًا من أبواب الخير – وهو القرض الحسن – قد أغلق دونه، وإيجاد صور للقرض الحسن منها صناديق خاصة به أو مال موقوف لهذا الغرض أو سلوك فردي لمن عندهم سعة من الرزق أمر مطلوب كإحدى وسائل تنمية الموارد المالية لسد حاجات الناس.

### (11) إطعام الطعام (( الوليمة ـ العقيقة )):

وإطعام الطعام على عمومه قربى إلى الله تعالى يقول : أَفْشُوا السَّلامَ وَأَطْعِمُوا الطَّعَامَ وَصَلُّوا وَالنَّاسُ نِيَامٌ تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ بِسَلامٍ([[12]](#footnote-12))،. ومما يؤثر عن إطعام الطعام قصة إبراهيم عليه السلام مع ضيفه – حيث كان لا يأكل إلا مع ضيف لشدة كرمه – فدعا إبراهيم ضيفه للإسلام فأبى الضيف فأبى إبراهيم أن يؤاكله وطرده، فكان عتاب الله لإبراهيم لأنه منع طعامه عن كافر رغم أن الله لم يمنع رزقه عنه. وقد تنوعت سنن إطعام الطعام من سنة تتعلق بمناسبة كالوليمة والعقيقة وغيرها أو سنة قرى الضيف وثوابها أو إطعام الطعام عمومًا كخلق يتخلق به المسلمون. ولذا لابد أن يضع المهتمون بعمل الخير هذا المجال نصب أعينهم كوسيلة من وسائل تعميق الأواصر وسد الاحتياج والقضاء على الجوع.

ماسبق بعض المصادر التى حث عليها الإسلام لتمويل العمل الخيري بشتى صنوفه وأنواعه، فعلينا أن ندرس كل مصدر على حده نعرف أحكامه الشرعية وكيف ندعو الناس إلى تطبيقه في صور عملية مقترحة.وكيف نفيد الفقراء أصحاب الحاجة من هذه المصادر.

## ب - الجهات المانحة

### (1) المؤسسات الحكومية و الجهات الرسمية:

أقام الرسول دولة الإسلام في المدينة وكان من مهماته كرسول قائد وكحاكم لدولة الإسلام أن يرعى المساكين، فكان يتعهد المساكين والفقراء والمرضى وغيرهم، وتعلم الخلفاء من بعده هذا السلوك ولذا كان عمر يفرض العطايا من بيت مال المسلمين لأصحاب الحاجات وقصته المعروفة مع اليهودي الذي كان يسأل الناس، حيث رفع عنه وعن أمثاله الجزية وفرض لهم عطاءً من بيت مال المسلمين، وظل المسلمون على هذا وأخذ الغرب من المسلمين نظامهم وتأسست الدول الحديثة على معنى الضمان الاجتماعي وتباينت النظم الحكومية في وسائل وطرق ضمانها لحقوق الفقراء.

**وفي النظام المعاصر عدة نظم تحتاج إلى بيان وتوضيح لتكون باب رحمة لأصحاب الحاجات ومن هذه النظم والقوانين:**

أ) قسم البر في الأوقاف (مرفق "1")

ب) بعض الخدمات في التأمينات.

ج) قسم الضمان في الشئون الاجتماعية (مرفق "2").

د) لجان الزكاة في بنك ناصر.

هـ) الأقسام الاجتماعية في الإدارات المختلفة … وغيرها.

وهذه القوانين تحتاج إلى توضيح وتدريب ومتابعة حتى يصل الحق إلى مستحقيه.

#### -الدعم من الجهات الرسمية:

كما أن الجهات الرسمية المختلفة يُمْكِنَها دعم العمل الخيري حيث إنه من المعروف أن الدولة مكونة من مؤسسات ووزارات متعددة، فيمكن أن تستفيد المؤسسة الخيرية من كل وزارة على حسب تخصصها، فمثلاً:

* يمكن الاستفادة من خطوط الطيران بعدد من التذاكر المجانية أو المخفضة سنويًا لموظفي المؤسسة الخيرية لإرسالهم في مهمات رسمية لمتابعة مشاريعها في الخارج، أو إرسال الدعاة لنشر دين الله، أو الأطباء لمعالجة المرضى، وغيرها من المهمات. كذلك يمكن الاستفادة من خدمات الشحن المجاني التي عادة ما ترهق كاهل المؤسسات الخيرية لا سيما في الكوارث.
* ويمكن الاستفادة من مؤسسة الجمارك في إعفاء المؤسسة الخيرية من الجمارك في حالة استيرادها للبضائع لصالح المؤسسة الخيرية،
* وكذلك الاستفادة من وزارة الأوقاف في دعمها بما فيه مصلحة المؤسسة الخيرية، والاستفادة من أموال القصر واليتامى باستثمارها في مشاريع خيرية حتى لا تأكلها الزكاة.

وهذا الباب من أبواب الخير لجمع التبرعات في المؤسسات الخيرية للأسف شبه معطل، لأن بعض المؤسسات الخيرية تتهيب طرق باب الجهات الرسمية، فتضيع عليها فرص دعم كبير لصالح المؤسسة الرسمية بنسبة كبيرة من الدعم. لذلك يجب الاهتمام بهذا الأمر، وعدم التهيب من طرقه، والاستفادة من الخدمات المتوافرة لدى الجهات الرسمية.

### (2) جهات خارجية:

تشجع بعض الحكومات في الدول الغربية العمل الخيري وتدعمه ماديًا ومعنويًا، ويختلف هذا الدعم من دولة إلى أخرى.فمثلاً الحكومة الكندية تتكفل بـ"70%"من المشروع في حالة تأمين القائمين عليه لـ "30%" من المبلغ المطلوب لإتمام المشروع،. وفي بعض الدول الأسكندنافية توفر الحكومات "80%" من تكلفة المشروع، سواء أكانت مدرسة أم ملجأ للأيتام أم غيرها، على أن يؤمن القائمون على المشروع "20%" من المبلغ المطلوب. ولو بحثنا في باقي دول العالم المتقدمة لوجدنا فرصًا مشابهة كثيرة في دعم المشاريع الخيرية.

**وقبل أن تدعم الحكومات الغربية المشروعات المختلفة تطلب تزويدها بالمعلومات التالية:**

أ. عنوان المشروع.

ب. موقعه.

ج. نوع الحقل الذي يعمل فيه ( صحة – تعليم – تدريب مهني – إغاثة … إلخ ).

د. جهة التنفيذ والاتصال ( في البلد المستفيد ).

هـ. نبذة تاريخية عن الجهة المنفذة ( تأسيسها – اتصالاتها – مشاريعها – أهدافها – إدارتها ).

و. خبرة الجهة المتقدمة بالمشروع في الميدان ( الجهة الخيرية الكندية – مكتب الرابطة ).

ز. خلفية المشروع.

ح. أهداف المشروع.

ط. مواقع المشروع ( إذا كان له أكثر من مركز ).

ك. المستفيدون من المشروع.

ل. المشكلات التي سيعمل المشروع على حلها والمخاطر المتوقعة.

م. وصف المشروع.

ن. إدارة المشروع.

س. مدة المشروع.

ع. جدول التنفيذ.

ف. النتائج المتوقعة.

ص. أثر المشروع على فئات محددة ( النساء – الأيتام – الناشئة – البيئة ).

خ. التقييم.

ر. التكاليف ( مقدار المبلغ الذي تم جمعه – المبلغ المطلوب لإكمال المشروع ).

### (3) مؤسسات المجتمع المدني:

#### الجمعيات المركزية:

توجد جمعيات ذات نشاط مركزي وتقوم بأعمال خدمية على مستوى القطر كالجمعية الشرعية حيث بها نشاط كفالة أيتام، وزواج اليتيمات، ومشروع المسلم المعوق، ومشروع طالب العلم وغيرها من المشاريع والتي لها نشاط ملحوظ وجيد يمكن الإفادة منه. وتوجد جمعيات أخرى لها خدمات متعددة مثل: جمعية الأورمان والتى تقوم بعمل مشاريع صغيرة، وجمعية مصطفي محمود وغيرها.

|  |  |
| --- | --- |
| **الوحدة السادسة**  **6** | * وسائل جمع التبرعات . * قواعد طلب التبرع . * الاخطاء القاتلة في جمع التبرعات . * فن خدمة المتبرعين . * كيف تحافظ على المتبرع مدى الحياة . |

**وسائل جمع التبرعات : **

**1)الاتصالات الشخصية المباشرة،** وهي التي تحدث وجها لوجه، وهي الأكثر فعالية؛ حيث إن هناك العديد من الأسئلة التي قد يطرحها المانح، والتي تجد لها إجابة في اللقاء مع المستفيد.  
  
**2- حملات طرق الباب Knock at the Door. ،** حيث يتم ومن خلال المتطوعين طرق أبواب المواطنين ودعوتهم للمشاركة في التبرع لغايات وأهداف معينة.  
  
**3- التبرع من خلال الحملات في الشوارع والأسواق،** حيث يقومون بالوقوف عند إشارات السيارات ومفترق الطرق ويجمعون بحصالاتهم ما يجود به المتبرعون.  
  
**4- الخطابات الشخصية** التي تأخذ الصفة الشخصية البحتة التي يجب إعدادها بدقة متناهية، وتجيب عن جميع الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المانح.  
 **5- الاتصالات التليفونية** التي تنقل رسالة المؤسسة ببساطة ويسر وتأخذ صفة غير رسمية مع الجهة، سواء أكان فردا أم أسرة، ويتم فيها طلب الدعم والمساندة منهم.  
  
**6- المناسبات الخاصة:** كالأعياد أو في رمضان، أو المناسبات التي أصبحت متعارفا عليها أو عيد الأم، أو يوم كبار السن وخلاف ذلك، حيث يتم إعداد ترتيب للاتصال بالمانحين.  
  
**7- الدعوة للتبرع بوساطة الإعلان بوسائل الإعلام المختلفة**، ويتطلب ذلك اعتماد وسائل ذكية لافتة للانتباه في الإعلان بالإضافة إلى البساطة. ومن أمثلة ذلك الإعلان الذي كان يبث من أحد التلفزيونات العربية لجمعية ترعى المعوقين، وكان يحمل عبارة بسيطة تشير إلى أن عمل الجمعية في مجال الإعاقة، يعقبه عبارة واحدة: "وأنا أيضا لي نصيب من زكاتكم". ومثال آخر لمؤسسة تطوعية كانت تقوم ببناء مستشفى للسرطان، وكان الإعلان الذي يبث في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون يحمل عبارة بسيطة هي: "نحن نقوم ببناء مركز للسرطان، ساعدونا لإتمامه".  
  
**8- الدعوة للإسهام في تغطية نفقات الخدمة**، كما هو الحال في الدعوة لكفالة اليتيم، أو تغطية تكاليف علاج مريض أو تغطية نفقات تعليم طالب جامعي، أو تكاليف رعاية طالب معاق.  
  
**9- الحفلات السنوية** التي تقيمها المنظمات التطوعية التي يدعى إليها الميسورون والمقتدرون والمهتمون بعمل الخير. وتقام في العادة في إحدى القاعات الكبرى، حيث يجتمع الجميع ويقدمون تبرعا للجمعية بالإضافة إلى رسوم المشاركة. وهناك حفلات أخرى، بالإضافة إلى الحفلات السنوية كأن يكون ذلك حفل إفطار تقشفيا، وقد تأتي الحفلة السنوية ضمن مفهوم موائد الخير الذي يتم فيه تبرع الأغنياء لإقامة موائد إفطار في رمضان للفقراء والمحتاجين.  
  
**10- مقترحات المشاريع** خاصة عندما تقوم المنظمة التطوعية بتقديم المقترحات المتعلقة بطلب تبرع لإنشاء مشروع أو تكملته، أو تشغيل مشروع طبي أو تعليمي أو اجتماعي. وقد أصبح إعداد المشاريع وصياغتها من أهم الوسائل المعتمدة خاصة من المنظمات المانحة لتقديم الدعم أو مواصلته والمتعلقة بتنفيذ المشاريع الخيرية.  
  
**11- الاشتراكات ورسوم العضوية** التي تعد ضمن الدخول التي تعتمدها المؤسسة التطوعية في تأمين دخل لإدامة أعمالها، وزيادة الاشتراكات ضرورة ماسة؛ حيث إن قاعدة العضوية المتسعة تسهم من خلال هذه العضوية في الوصول إلى العديد من المانحين والراغبين في الإسهام في دعم أعمال الخير.  
  
**12- الأسواق الخيرية والبازارات** التي تقيمها المنظمات التطوعية بهدف تسويق منتجاتها كإحدى الوسائل المتاحة لجمع التبرعات.  
  
**13- المعارض الفنية،** وهي لا تختلف عن الأسواق الخيرية والبازارات، ويسهم في العادة الفنانون برسوماتهم وأعمالهم الفنية بحيث يخصص العائد لأعمال المنظمة التطوعية.  
  
**14- بطاقات المناسبات؛** حيث تلجأ المنظمة التطوعية إلى طباعة بطاقات للمناسبات كالأعياد والمناسبات الوطنية وتقوم ببيعها بحيث تعود واردات هذا البيع على أعمال المنظمة.  
  
**15- دكاكين وأسواق الخير** التي تلجأ إليها المنظمات التطوعية خاصة في المناسبات التي من أهمها شهر رمضان المبارك؛ فتقوم المنظمة بتسويق منتجاتها أو الاستفادة من الذين يشاركون في عرض بضائعهم في هذه الأسواق، وتكون الفوائد التي تحققها هذه الأسواق في الغالب كبيرة.  
  
**16- الاستقطاعات الشهرية؛** حيث يتم دعوة الراغبين في دعم المنظمة إلى تخصيص مبالغ معينة من رواتبهم يتم اقتطاعها شهريا من الراتب مباشرة، وتحويلها إلى المنظمة التطوعية.  
  
**17- الحملات البريدية** التي يتم بوساطتها توجيه رسائل متضمنة قسائم يتم تعبئتها ويرفق بها الدعم الذي يقدمه الفرد في حالة رغبته في تقديم الدعم أو التبرع.  
  
**18- الحملات الإعلامية** للدعوة إلى دعم المنظمة التطوعية، وذلك عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة.  
  
**19- المزادات الخيرية؛** حيث يتم في أثناء الحفل السنوي، أو أي مناسبة تقوم بها المنظمة التطوعية، بيع بعض المجوهرات أو الملابس الوطنية أو الشعبية.  
 **20- حصالة الخير** وتوضع في الأسواق أو المدارس، وتستهدف جمع التبرعات من الراغبين في ذلك. وقد تم في الأردن توزيع آلاف الحصالات على الأطفال في المدارس ضمن مشروع القرش الخيري، الذي يدعو المواطنين إلى الإسهام يوميا بقرش واحد، على أساس أن القرش هو أصغر فئة في العملة.  
  
**21- ترويج الاسم،** ويتم ذلك بالإنفاق مع المؤسسات التجارية أو الصناعية بحيث يتم الإشارة إلى المؤسسة التطوعية، وأن جزءا من مبيعات هذه المؤسسة سوف يخصص للعمل الخيري.  
  
**22- طابع الخير والكوبونات** التي تقوم بطباعتها المنظمة التطوعية، وتعمل على تسويقها لصالحها.  
  
23- المسيرات والمسابقات الرياضية على جميع المستويات أو أي نشاطات أخرى مشابهة.



* قواعد طلب التبرع:   
  **تزداد فرص المنظمة بالحصول على هذا الدعم إذا ما قامت بالإعداد والتحضير السليمين قبل تقديم طلب الدعم. وفي إطار التحضير الجيد لطلب الدعم على المنظمة أن تقوم بالمهمات التالية:**  
    
  1- اختيار المشروع، **حيث على المنظمة أن تختار مشروعا (تربية أيتام، دعم قرية معينة، مساعدة طلاب،...) يؤدي تنفيذه إلى تحقيق أهدافها وأغراضها، وأن يقدّم هذا المشروع خدمات تحتاجها الفئات المستفيدة من نشاطات المنظمة. فأي جهة ممولة تهتم بأن يكون المشروع الذي ستموله يرتبط بشكل وثيق بتوجهات المنظمة التي قدمته.  
    
  وللتأكد من ذلك، على المنظمة أن تبحث من خلال هيئتها الإدارية والعاملين فيها مدى ارتباط المشروع الذي تسعى إلى البحث عن تمويل له مع رسالتها ورؤيتها وأهدافها والفائدة التي تستفيد منها** الفئات المستهدفة من تطبيق هذا المشروع.  
    
  **2- ماذا ستفعل المنظمة بالأموال؟**  
  **من الأمور التي تسهل حصول المنظمة على الدعم المالي هو وضوحها في تحديد المجالات التي سيتم إنفاق المال فيها، بمعنى أن على المنظمة أن تحدد كافة الجوانب المتصلة بالمشروع والتي ستقوم بإنفاق المال بها، مثلاً سيكون هناك ثلاثة أنشطة في المشروع تحتاج إلى دعم أو أن تنفيذ المشروع يحتاج إلى شراء عدد من أجهزة** **الكمبيوتر وغير ذلك. وبشكل عام كلما كانت المنظمة دقيقة في التحديد كان موقفها أفضل في طلب الدعم.**  
    
  **3- إعداد مقترح المشروع:**  
  **بعد الانتهاء من الخطوتين السابقتين سيكون قد تشكل لدى المنظمة رؤية واضحة حول المشروع والإجراءات والنشاطات التي تندرج في إطاره؛ وهو ما يسهل عملية إعداد مقترح بالمشروع يتضمن كافة النقاط التي تناولتها المنظمة في الخطوتين السابقتين.  
    
  وتكمن أهمية مقترح المشروع في أنه يعطي للجهة الداعمة صورة شاملة عن المشروع وعن إجراءاته والنشاطات التي يسعى لتنفيذها والنتائج المتوقعة منها.**  
    
  **4- البحث عن ممول:**  
  **نعم، البحث عن ممول هو آخر مهمة تقوم بها المنظمة التي تسعى إلى دعم أحد مشاريعها؛ فكل الإجراءات السابقة هي نفسها التي ستقود إلى تحديد الممول (أو مجموعة من الممولين) الذي من الممكن أن يدعم المشروع.  
    
  فبعد الانتهاء من إعداد مقترح المشروع سيكون من السهل على المنظمة أن تبحث عن الممولين الذين يقع هذا المشروع ضمن اهتمامهم ومجالات تخصصهم، كما سيكون لدى المنظمة تصوُّر تقريبي حول حجم التمويل الذي تحتاجه، وبالتالي عليها أن تبحث عن جهات تمويلية تقدم دعما ماليا قريبا من الحجم المتوقع لموازنة المشروع.**



* **من هو المتبرع؟**  
  **يذهب بعض المتخصصين في مجال العمل الخيري إلى أن قطاعات المجتمع الأربعة، التي هي القطاع الأسري بما فيه الأفراد، والقطاع الخاص، والقطاع غير الربحي، والقطاع الحكومي، تشكل مصادر خصبة لتنمية الموارد المالية للجمعيات والمؤسسات الأهلية.  
    
  ويعد القطاع الأسري والأفراد المصدر الرئيس لأغلبية التبرعات في العالم العربي والإسلامي، حيث يميل الأفراد إلى التبرع غالبا بصفتهم كأعضاء أسرة. وأبرز مصادر التمويل المرتبطة بالأفراد والأسر هي: زكاة المال، وزكاة الفطر، والصدقات والتبرعات النقدية، والتبرعات العينية، والأوقاف، والوصايا.  
    
  أما متى تطلب التبرع فبعض المنظمات تقدم طلبات التبرع في نهاية كل سنة، وبعضها الآخر يقدم هذه الطلبات على مدار السنة، ولا نستطيع الوصول إلى توقيت مثالي لتقديم طلبات التبرع، ولكن من المفضل ألا يتم طلب التبرع إلا إذا توفرت لديك صورة واضحة عن مشروع نشاط تخطط المنظمة لتنفيذه؛ فعلى ضوء ذلك بإمكانك** وضع خطة لجمع التبرعات وتنفيذها.



* فن خدمة المتبرعين:   
  **طرق وأساليب في التعامل مع هؤلاء المتبرعين لابد أن تتبعها هذه المنظمات حتى تحوز ثقتهم ورضاهم وبالتالي زيادة واستمرار دعمهم وتبرعاتهم، ومن هذه الأساليب:  
  1- معاملتهم بكرامة واحترام ، من دون تبذل وإهانة للنفس ، والانطلاق من مبدأ الثواب المشترك ، والمنافع المتبادلة بين المتبرع والمنظمة الخيرية.  
  2- أن تفي المنظمات بتوقعاتهم في الأداء وفي تحقيق رغباتهم وتنفيذ وصاياهم.  
  3- الحرص على شعورهم بالنجاح والارتياح أثناء تعاملهم مع المنظمة.  
  4- احترام أوقاتهم وقدراتهم وخبراتهم.   
  5- تقديم مساعدة المنظمة عند حاجتهم إليها.  
  6- إشعارهم بأن المنظمة تقف إلى جانبهم وتقدر جهودهم.  
  7- توفير المعلومات الواضحة والدقيقة عما يطلبونه.  
  8- الالتزام بالمواعيد في تنفيذ الأعمال، وتجنب تحديد المواعيد التي لا تستطيع الوفاء بها.  
  9- ضمان أن أموالهم لا تستخدم إلا في الأهداف المتفق معهم عليها.  
  10- ضمان أن المعلومات الخاصة بتبرعاتهم تعامل بسرية تامة، بالقدر المسموح به** **قانونا.  
  11- تجنب تهميشهم من خلال اتباع الشفافية والوضوح في اطلاعهم على تبرعاتهم ونتائجها، مهما بلغ مقدار الثقة، حتى تحصل المنظمة على المزيد من الثقة والأمان.  
  12- تبشيرهم بالإنجازات التي تسببوا فيها لإدخال السرور على قلوبهم، وبما ساعدوا في تفريج كروب الكثير من الناس.  
  13- الوقوف عند شروطهم المتفق عليها، وعدم الاجتهاد في تجاوزها إلا برضاهم، ولا تحول للمشاريع إلا بموافقتهم ومن غير إلحاح وإحراج لهم لتغيير قناعاتهم.**



* كيف تحافظ على المتبرع مدى الحياة:  
    
  **1- إرسال خطاب شكر فور استلام التبرع.  
  2- إرسال وصل تسلم التبرع قبل أن يطلبه.  
  3- بلِّغه بالإنجازات التي ستنفذ نتيجة تبرعه.  
  4- رد على أسئلته بطريقة موضوعية وسريعة.  
  5- التزم بالوفاء بالوعود التي قطعتها المنظمة على نفسها أمامه، ولو صدرت من أي مسؤول فيها.  
  6- عدم تأخير حل مشكلاتهم أبدا.  
  7- دعوته مع غيره للاتصال بالمنظمة والزيارة الميدانية وافتتاح المشاريع المنفَّذة.  
  8- إشراك المتبرع في مناسبات المنظمة.  
  9- مشاركة المتبرع في مناسباته الخاصة.  
  10- استشارتهم في بعض مشاريع المنظمة.**
* الأخطاء القاتلة في عملية جمع التبرعات:    
  **قد يقع العاملون في المنظمات الخيرية ببعض الأخطاء بقصد أو ربما بغير قصد ، أثناء التعامل مع المتبرعين، وقد تتكرر وتتراكم الأخطاء، مما يؤثر سلبا على سمعتها واستمرار الداعمين في الحماس لدعمها ومساندتها.**

**فيجب على المنظمات الخيرية تفادي ما تستطيع من الوقوع في هذه الأخطاء والحذر من تكرارها، ومن تلك الأخطاء مايلي:  
1- عدم تحديد أهداف واضحة، وإبراز فوائد جلية من وراء جمع التبرعات.  
2- جمع التبرعات لقضايا لا تهم ولا تثير اهتمام الناس أو قضايا منتهية.  
3- المبالغة وعدم الواقعية في ما تطلبه المنظمة من المتبرع.  
4- عدم تحري واختيار الوقت المناسب عند طلب التبرعات.  
5- ظهور المنظمة بمظهر غير المتخصص والمدرك لأبعاد عملها.  
6- أن تكون قيادة جمع التبرعات ضعيفة وهزيلة.  
7- أن تغير المنظمة خطتها واستراتيجيها أثناء حملة جمع التبرعات.   
8- اعتماد المنظمة على شريحة واحدة في تبرعاتها.  
9- عدم التغلغل في أسواق جديدة والاكتفاء بما وصلت إليه المنظمة.  
10- عدم الاستفادة الفعلية من المتطوعين في جمع التبرعات.  
11- عدم مشاركة أعضاء مجلس الإدارة مشاركة فعلية في كل ما يتعلق بالمنظمة.  
12- عدم مراعاة أعراف وتقاليد البيئة والمجتمع.  
13- عدم القيام بالدراسات المستفيضة لعملية جمع التبرعات وأبعاده وخطط عمله.**

**الختام**

**وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى اله وصحبه وسلم**

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. () رواه الترمذي. [↑](#footnote-ref-3)
4. () رواه مسلم. [↑](#footnote-ref-4)
5. () رواه مسلم. [↑](#footnote-ref-5)
6. () رواه ابن ماجة. [↑](#footnote-ref-6)
7. () رواه مالك. [↑](#footnote-ref-7)
8. () رواه الإمام أحمد. [↑](#footnote-ref-8)
9. () رواه الترمذي. [↑](#footnote-ref-9)
10. () رواه مسلم. [↑](#footnote-ref-10)
11. () رواه ابن ماجة. [↑](#footnote-ref-11)
12. () رواه الترمذي. [↑](#footnote-ref-12)