



جمعية التنمية الاهلية بالملاحة

سياسة جمع التبرعات



أولاً : أهداف السياسة:

١. تحديد سياسات جمع التبرعات
٢. يحقق الحوكمة المطلوبة للجمعية.
٣. التعريف بالمبادئ والإرشادات الخاصة لجمع الموارد المالية من مختلف المصادر

ثانياً : مجال التطبيق:

١. مجلس الإدارة.
٢. الموظف
٣. المانح والمتبرع
٤. أملاك واستثمارات الجمعية.

ثالثاً : السياسات ذات العلاقة:

١. سياسة التواصل مع المستفيدين.
٢. سياسة إدارة الشراكات.
٣. سياسة مكافحة تمويل الإرهاب.
٤. سياسة مكافحة غسل الأموال.
٥. سياسة جمع التبرعات

رابعاً : أدوار مجلس الإدارة في تحقيق السياسة

١. تطوير سياسات فعالة
٢. الموارد اللازمة لدعم وتنفيذ استراتيجية الجمعية لتحقيق الاستدامة المالية.
٣. إيجاد أوقاف ومشاريع استثمارية للجمعية واستقطاب المتبرع لها ودراسة المخاطر المتعلقة بهاء ومن ثم تطوير البرامج اللازمة لإدارة هذه المخاطر على جميع المستويات.





٤. وضع مؤشرات أداء لإدارة الأوقاف لزيادة الإيرادات والمحافظة عليها لتكون مصدر دخل دائم للجمعية.

٥. بناء الاستثمارات الآمنة وتنمية الإيرادات يحقق الاستدامة المالية للجمعية.

٦. تعزيز الشراكات الحالية وبناء شراكات استثمارية في ضوء الاحتياجات المؤسسية

٧. الاشراف على تطبيق الأنظمة والتشريعات الرسمية المتعلقة بالتبرعات وأوجه الصرف المالي المختلفة.

٨. تطوير ومراقبة تنفيذ سياسات إدارة المخاطر المتعلقة بالموارد المالية المختلفة.

٩. تطوير مؤشرات مالية رئيسية لمتابعة تنمية الموارد المالية.

خامساً : أدوار الإدارة المالية في جمع التبرعات وتنمية الموارد ..

تقوم الإدارة المالية بمهمة جمع التبرعات وتنمية الموارد المالية للجمعية لتغطية الموازنة العامة وتحقيق أهداف الجمعية الاستراتيجية؛ ولأجل تحقيق هذا الهدف تلتزم بالتالي:

١. استخدام كافة الوسائل المشروعة في جمع التبرعات والمتوافقة مع قوانين وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية.

٢. استخدام جميع الأموال التي تم جمعها في الأغراض الذي 'جمعت من أجلها وذلك خلال الفترة الزمنية التي اتفق عليها.

٣. التواصل الفعال مع المانح والمتبرع والجهات الرسمية وتعزيز الثقة مع الجمعية وتوضيح إنجازات وخدمات وأنشطة الجمعية.

٤. توفير قنوات متعددة وإبداعية كالمتبرع والمانح وشرائعهم من تقديم التبرعات المالية

٥. بناء وتسويق برامج ومشاريع نوعية وفق احتياجات المستفيدين والمتبرعين.

٦. تطوير التسويق الالكتروني والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق برامج ومشاريع الجمعية.

٧. الاستفادة من التجارب التسويقية الناجحة والمراسلات الجيدة في التسويق.





٨. تطبيق نظام محاسبي معترف به لتتبع حركة التبرعات ومراقبتها وإعداد تقارير دقيقة في حينه ونشرها علناً؛ متضمنة المبالغ التي تم جمعها وكيفية إنفاقها والنسبة الصافية المخصصة للهدف أو للنشاط.

سادساً : المبادئ الأخلاقية لجمع التبرعات ..:

وفقاً للإعلان الدولي للمبادئ الأخلاقية الأساسية لجمع التبرعات يتكون الإعلان من خمسة مبادئ أخلاقية تهدف إلى تطوير 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 ينبغي توظيفها في جميع عمليات جمع التبرعات هي :

- الأمانة: ويجب على فريق التسويق التزام الأمانة والصدق في جميع الأوقات وفي جميع الظروف من أجل المحافظة على ثقة الجمعية؛ كما يجب عدم تضليل أو غش المانحين أو المستفيدين بأي صورة من الصور.
- الاحترام: يجب على فريق التسويق احترام سمعة مهنيتهم؛ والجمعية التي يعملون بها؛ كما يجب احترام كرامة المانحين والمستفيدين على حد سواء.
- السلامة: يجب على فريق التسويق الوضوح التام فيما يتعلق بمسؤولياتهم تجاه ثقة .. الجمعية ويجب عليهم الإفضاح على أي شكل من أشكال تعارض المصالح سواء أكان واقعاً أو محتملاً. كما يجب عليهم تجنب سوء التصرف سواء في الجانب الشخصي أو المهني.
- التعاطف: يجب على فريق التسويق أن يعملوا بشكل يعزز أهدافهم؛ ويشجع الآخرين التزام استخدام المعايير المهنية؛ كما يجب عليهم احترام الخصوصية وحرية الاختيار والاختلاف بكل أنواعه.





- الشفافية: يجب على فريق التسويق إعداد تقارير واضحة التي يقومون بهاء وخاصة مما يتعلق بالتبرعات وكيفية إدارتها أو التصرف فيها وجميع التكاليف والمصروفات المرتبطة بعملية جمع التبرعات.

سابعاً : مصادر التبرعات المالية في الجمعية ..:

تستقبل الجمعية التبرعات المالية بعد الحصول على التراخيص المطلوبة من الجهات المختصة للموارد التالية:

- دعم البرامج والمشاريع من المؤسسات المانحة وأفراد المجتمع.
- الشراكات الاستراتيجية.
- معارض استقبال التبرعات المرخصة.
- الاستثمارات الآمنة.
- دعم رجال الأعمال.

ثامناً : سياسات الاستثمارات في إدارة أموال أوقاف الجمعية:

- تحديد أهداف استثمارية مناسبة تقي من أخطار التقلبات الاقتصادية الحادة.
- الموازنة بالحاجة إلى الأمان والحاجة إلى النمو.
- مراقبة أداء ونتائج الاستثمارات.
- تعديل السياسات الاستثمارية وفقاً لنتائج الاستثمار. وتغير ظروف السوق؛ وتغير الاحتياجات.
- تحديد الهيكل الإداري لإدارة الاستثمار من حيث شكل الإدارة وعدد أعضائها. تنوع مكونات المحفظة الاستثمارية لأصول الوقف وبخاصة الصناديق الوقفية.
- تنوع أنشطة الوقف الاستثماري فلا يقتصر نشاطه على قطاع اقتصادي واحد.
- تحديد أصول الوقف؛ وتحديد نسبة كل أصل عقارات» أسهم؛ نقد ... إلخ؛ بحيث تناسب أسلوب الاستثمار المتبع.





- التعامل مع النقود الثابتة أصول استثمارية؛ فلا تستخدم في تغطية النفقات الجارية؛ بل تستثمر ويستخدم العائد في تمويل الإنفاق الجاري.

تاسعاً : إدارة أملاك الجمعية ..:

المقصود بإدارة الاملاك هي إدارة جميع الأملاك العينية الوقفية للجمعية من مباني أو عقارات او معدات أو غيرها وتختص الإدارة المالية إجمالاً بالمهام التالية:

- تشغيل الأملاك.
- صيانة الأملاك،
- متابعة الإيرادات وتحصيلها.
- التقييم المالي للأملاك.

عاشراً : سياسات عامة ..:

- 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.
- الموافقة على برامج تنمية الموارد المالية تتم عن طريق إدارة تنمية الموارد المالية في الجمعية.

الحادي عشر: مسؤولية فريق التسويق فيما يتعلق بالتبرعات ..:

- أن يتم قبول التبرع إذا كان اختيارياً من قبل المتبرع؛ وينسجم مع أهداف الجمعية.
- يكون العائد من التبرع أعلى من كلفة الحصول عليه.
- يصرف التبرع في الوجهة أو الغاية التي يرغبها المتبرع إذا نص على ذلك.

الثاني عشر: سياسة فريق التسويق ..:

- احترام فريق التسويق حقوق المتبرع من خلال تزويده بالسرعة الممكنة بجميع المعلومات المتعلقة بكيفية التصرف في التبرعات.
- ألا تستخدم وسائل جمع التبرعات أو محتوياتها؛ للحط من كرامة المستفيد.





- استخدام فريق التسويق فقط المعلومات العامة الصادقة والصحيحة وغير المضللة؛ والتي تحترم كرامة المستفيد.
- على فريق التسويق احترام قوانين المعلومات في جميع الأوقات.
- على فريق التسويق عدم تسريب أو استخدام المعلومات الخاصة بالمانحين التي تم جمعها بواسطة الجمعية إلا في أغراضها.
- على فريق التسويق 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.
- على فريق التسويق أن يكونوا واضح لجميع المساهمين عن تكلفة جمع التبرعات والمصروفات والرسوم وكيف تم تحديدها وتخصيصها.
- على فريق التسويق 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.
- ألا يقبل فريق التسويق أي نوع من العطايا أو الامتيازات عند ما يفاوضون لاتخاذ قرارات على فريق التسويق أن لا يسعوا أو يقبلوا مالا أو متاعاً من مزودي الخدمات أو البضائع كمكافئة للأعمال التجارية التي يتم الارتباط بها مع مزودي الخدمة أو البضائع.
- على فريق التسويق عدم الانخراط في أي نشاطات تتعارض مع الالتزامات القانونية التي يعملون فيها أو يعملون لمصلحتها.
- على فريق التسويق أن حدوث أي نوع من أنواع المخالفات أو التجاوزات سواء أكانت جنائية أو سوء استخدام لنشاطاتهم المهنية.
- إعلام المانح برسالة الجمعية والأسلوب الذي تعتمزم المنظمة سلوكه لاستخدام الموارد الممنوحة وقدرتها على استخدامات التبرعات على نحو فعال للأغراض المقصودة منها.
- إعلام المانح بهوية جميع العاملين ومجلس إدارة الجمعية؛ ودورهم المحوري في الإشراف على المسئوليات والصلاحيات.
- أن تكون جميع العلاقات مع الأفراد الممثل للجمعية مهنية واحترافية وتعبير عن الاحترام المتبادل.





الثالث عشر : سياسة القواعد الخاصة بالتبرعات ..

١. لا يحق للجمعية التسويق لأي تبرع لصالح مشروع إلا بعد أخذ الموافقات اللازمة لذلك وفقا للأنظمة المرعية في الدولة.
٢. يجب أن يتم تسجيل جميع الموارد المالية النقدية أو غير النقدية لدى الإدارة المالية للجمعية فور دخولها وقبل أن يتم عليها أي إجراء آخر.
٣. يجب تحديث المعلومات المالية باستمرار ورفع تقارير مالية شهرية لإدارة الجمعية عن الموارد المالية وجميع إجراءاتها وحالتها الراهنة.
٤. يحق للجمعية استقطاع نسبة مئوية من التبرعات محددة ومعتمدة من قبل مجلس الإدارة تخصص للمصاريف العمومية والإدارية.
٥. تقوم الجمعية بتزويد من يباشرون عملية التسويق ببطاقات تعريفية مغلقة. مبين فيها تاريخ إصدارها وانتهائها ومعتمدة من الجمعية ويلتزم هؤلاء بحمل تلك البطاقات وإبرازها متى طلب منهم ذلك.
٦. لا يسمح بأي حال من الأحوال فتح حسابات لهذا الغرض باسم أي شخص مهما كان مركزه.
٧. لا يسمح للجمعية استعمال الأموال في غير الغرض الذي جمعت من أجله إلا بموافقة خطية من المتبرع ان كان غرض المتبرع محددًا وان يتيسر ذلك فمن الوزارة.





تم اعتماد هذه السياسة من مجلس إدارة جمعية التنمية الأهلية بالملاحة يوم:

الموافق: / / ٢٠٢٣

م	الاسم	التوقيع
١	زكي علي العلي	
٢	جعفر باقر الصايغ	
٣	علي حسين مضيخر	
٤	سعود عبدالعزيز ال درويش	
٥	حسين إبراهيم ال إبراهيم	
٦	محمد علي مضيخر	
٧	حسن عبدرب النبي العلي	
٨	حسين يوسف العبود	
٩	زينب علي اخواهر	
١٠	زينب علي مويس	
١١	فاطمة عبدالله مبيريك	