



مقدمة

الغرض من توليد الدخل هو تقديم أنشطة مدرة للدخل للمنظمة والمجتمع، وضمان تحقيق الاعتماد الاقتصادي على الذات. يوفر هذا النهج الأدوات المالية والتدريب الذي يمكن رواد الأعمال من بناء أعمال تجارية، ودعم الأسر، وتحقيق تحول إيجابي في مجتمعاتهم. على سبيل المثال، توجد منظمات تقدم منًّا ابتدائية لأكثر المقتربات استدامة، لدعم إنشاء مثل هذه المبادرات.

في معظم البلدان النامية، اعتمدت الجمعيات الوطنية للصم (NADs) بشكل رئيسي على الدعم الخارجي لضمان استمراريتها. على سبيل المثال، وفقاً لتقرير بحثي، فإن جميع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة في إفريقيا تقريباً (بما في ذلك الجمعيات الوطنية للصم في إفريقيا) ليس لديها استراتيجيات لجمع التبرعات (88٪)، مما جعلها تعتمد على الوصول إلى التمويل بشكل متقطع. وقد كانت التبرعات الداخلية والمتطوعون المصادر الرئيسية للموارد مقارنةً بالمنح الخارجية التي شكلت فقط ستة بالمئة من هذه الموارد. كما أظهر البحث أن ما يقرب من 80٪ من الأموال التي تم الحصول عليها تُخصص للبرامج التي يحددها المتبرعون.

جمع التبرعات المطلي يعد سبباً مهيناً وتحملاً لاستدامة الجمعية الوطنية للصم (NAD)، ليس فقط في البلدان النامية، بل على مستوى العالم. التحدي الرئيسي أمام القيادة التنظيمية هو تطوير قدراتها الذاتية. ينبغي عليهم بناء قدراتهم في جمع التبرعات أو تعبئتها الموارد: تعلم أساسيات مهارات جمع التبرعات. يجب على القادة وأعضاء المجلس التنفيذي والإدارة إدراج جميع جوانب جمع التبرعات في عملية التخطيط الاستراتيجي للمنظمة. اكتساب مهارات جمع التبرعات سيجعل المنظمة في وضع أفضل للبحث عن التمويل في بيئتها الخاصة، وفي القرى، والمجتمعات، والمناطق، والأقاليم، وعلى المستوى الوطني.

جمع التبرعات

المبادئ الأساسية لجمع التبرعات

مثل العديد من المجالات، يعتبر جمع التبرعات عملية معقدة ويعتمد على الظروف ويحتاج إلى نهج مهني مستمر بالإضافة إلى التخطيط والبحث المستمر. جمع التبرعات هو فن طلب الدعم بالطريقة الصحيحة. إنه فن تحديد المتبرع المناسب وإرضائه بما تقوم به أو تحاول القيام به. يجب أن تجري بعض الأبحاث حول المتبرعين المحتملين وتحدد الأشخاص والأخلاقيات والسمات والمواصفات والأساليب الالزمة لتحقيق برنامج ناجح لجمع التبرعات. فيما يلي بعض النصائح المهمة المتعلقة بجمع التبرعات:

- يجب أن تطلب.
- استخدم العاطفة الإنسانية - تبنّ نهجاً شخصياً.
- كن معروفاً كشخص أو منظمة إيجابية - أنشئ صورة إيجابية، واكتسب المصداقية، وحافظ على العلاقات العامة.
- اتبع ما يريدونه: إذا كانوا يعملون في مجال الزراعة، فقد لا يكون من المنطق تقديم مشروع يتعلّق بالتعليم.
- هم لا يعرفونكم يجب أن يقدموا، اطلب مبلغًا محدداً.
- قل شكرًا.



قبل أن تبدأ، من المهم أن تعرف نفسك ومنظمتك. بصفتك أفراداً ومنظمة، يجب عليك تحليل نقاط قوتك وضعفك. بالإضافة إلى ذلك، من الضروري فهم من هم المتبرعون المحتملون وما الذي يرغبون فيه. المتبرعون هم أشخاص مثل الأفراد: هم المجتمعات التجارية، الشركات، المؤسسات الكبرى، أو الكنائس، المساجد، المنظمات غير الحكومية، المنظمات المجتمعية، الأمانات، والمؤسسات الخيرية. عندما تفهم متبرعيك وما يهتمون، ستتمكن من التواصل معهم بطريقة ذات مغزى وملائمة.

على سبيل المثال، قد يرغبون في:

- أن يكونوا سعداء
- أن ينتموا
- أن يحققوا تغييراً إيجابياً
- أن يبدأوا أو يوقفوا أو يقضوا على شيء ما
- أن يُنظر إليهم كأشخاص/منظمات تساهمن في المجتمع
- أن يسمعوا منك
- أن يتحدثوا إليك

عند السعي للحصول على التبرعات، من المهم أن لا تعرض المنظمة صورة أعضائها كأشخاص في حاجة إلى الإحسان. بدلاً من ذلك، يجب أن تنقل رسالة واضحة بأن الأشخاص الصم إما أنهم يسعون إلى أن يكونوا مستقلين اقتصادياً، أو أنهم يريدون تحقيق ذلك، لكنهم يواجهون عوائق اجتماعية وتواصلية وبدنية. لذلك، تسعى المنظمة للحصول على المساعدة في التغلب على تلك العوائق لتمكين أعضائها منعيش حياة منتجة كمواطنين كاملين.

عند القيام بأنشطة جمع التبرعات، تعتبر العيادي التالية مهمة:

- يجب أن لا تستمر المصطلحات المتعلقة بجمع التبرعات والجهود الترويجية ذات الصلة في تعزيز الصور السلبية للأشخاص الصم، مثل تصويرهم كأشخاص بؤساء، معتمدين، أو عاجزين، أو تعزيز سلوك تمييزي تجاههم.
- يجب أن تقدم أنشطة جمع التبرعات صوراً إيجابية للأشخاص الصم.
- يجب أن يشارك الأشخاص الصم في أنشطة جمع التبرعات فقط إذا كانت الموارد التي يتم جمعها سُوجهة إلى برامج ستساعدهم على الاندماج في المجتمع.
- يجب أن لا تخلق الترويج لجمع التبرعات الانطباع بأن تقديم المال هو الطريقة الوحيدة لمساعدة الأشخاص الصم.

دورة جمع التبرعات

يبدأ جمع التبرعات الاحترافي بـ:

- أولاً، يجب عليك اكتساب معرفة بعيادي التسويق:
 - يجب على كل شخص يعمل في جمع التبرعات في الجمعية الوطنية للصم تطبيق مزيج السوق.
 - ينبغي عليهم تصميم و اختيار منتج (خدمات) جيد أو ذي صلة يستهدف العملاء.
 - يجب تحديد أسعار تنافسية لجذب المشترين أو العملاء.
 - يجب ترويج المنتج أو الخدمات لجذب جمهور أوسع.
 - يجب الوصول إلى جميع الأماكن (توزيع) لخدمة السوق المستهدف أو العملاء باستمرار.



- إعداد بيان حالة جمع التبرعات.
- مراجعة خطة المنظمة الاستراتيجية طويلة الأمد، وبيان الغرض والأهداف.
- إعداد قائمة الاحتياجات والأنشطة (إعداد الميزانية).
- تطوير خطة لجمع التبرعات، وتنفيذها، ومراقبتها، وتقديرها.
- إعادة التخطيط والعودة إلى الدورة.

تطوير استراتيجية لجمع التبرعات

أول ما يجب القيام به هو تحديد احتياجاتك المالية للبقاء والتطوير المستقبلي للمنظمة. للبقاء، ينبغي عليك مناقشة احتياجاتك المالية الحالية وإعداد ميزانية يمكن استخدامها للسنوات 5-2 القادمة. بالنسبة للتطوير المستقبلي للمنظمة، يجب على منظمتك تناول الأسئلة التالية:

- ما الذي ترغب في القيام به والذي لا تقوم به حالياً؟
- ما هي الخدمات أو المشاريع المستقبلية التي تود تنفيذها؟ وما هي العواقب إذا لم تقم بتشغيل هذه الخدمات؟
- هل يمكن لهذا الأشخاص من مساعدة أنفسهم؟
- هل ما تقترح القيام به هو وسيلة فعالة لمعالجة الحاجة؟
- هل تقوم منظمات أخرى بأعمال مماثلة؟ إذا كان الأمر كذلك، هل يجب عليك الدخول في تعاون معها؟

ناقش هذه القضايا مع مديرك وزملائك الآخرين لضمان أن لديك حالة واضحة للتوسيع. قم بإعداد ميزانية، باستخدام مشروعك السابق كدليل.

أنواع مختلفة من جمع التبرعات

بعجرد أن تعرف مقدار الأموال التي تحتاج إلى جمعها وسبب الحاجة إليها، تحتاج إلى تحديد كيفية جمع المبلغ الكامل. ما هي الأساليب التي ستستخدمها لتحقيق هدفك هذا العام؟ وما هي الخطط للسنة القادمة؟ والسنة التي تليها؟ توجد طرق مختلفة للحفاظ على دخل مستدام وجمع الأموال الالزمة لتشغيل منظمتك.

1. الفعاليات

أصبح جمع التبرعات من خلال الفعاليات شائعاً بشكل متزايد في المجتمع غير الربحي. من الإيجابيات أن المتربيعين يكونون أكثر استعداداً للتبرع إذا تمكنا من رؤية الأشخاص خلف الأسماء. بما أن الفعاليات تعتبر عادة ممتعة، فإنها تجذب عادة العديد من الناس. كما تساعد الفعاليات على زيادة وضوح المنظمة وتعزيز علامتها التجارية. وتساهم أيضاً في بناء علاقات مع المتربيعين الرئيسيين، حيث يمكن للمتربيعين والمحتملين التفاعل شخصياً والتعرف أكثر على المنظمة. ومع ذلك، فإن من السلبيات أن الفعاليات تتطلب الكثير من التخطيط التفصيلي، ويمكن أن تفسد بسبب الطقس، أو وجود فعالية منافسة في نفس اليوم، أو عدم حضور الضيوف. هناك أيضاً العديد من التفاصيل الأخرى التي قد يكون لديك القليل من السيطرة عليها.



2. التبرعات عبر الإنترن特

تشير "التبرعات عبر الإنترن特" هنا إلى صفحة تبرعات مخصصة على موقعك الإلكتروني. لذا، تعتبر صفحة التبرعات، إلى جانب منصة التبرعات عبر الإنترن特، أهم شيء يجب الاستثمار فيه إذا كنت ترغب في جذب المתרوعين عبر الإنترن特. تأكيد من أن تجربة المستخدم على موقعك الإلكتروني سهلة وسلسة. إذا تم تنفيذها بشكل صحيح، فإن جمع التبرعات عبر الإنترن特 يكون بسيطًا وسهلاً للمتروعين. التبرع عبر الإنترن特 أسرع وأكثر راحة. ومع ذلك، يجب أن تأخذ في اعتبارك أن الزيادة في حملات التبرعات عبر الإنترن特 وطلبات التبرع يمكن أن تؤدي إلى "إرهاق المتروعين". كما أن الرسوم المتعلقة بمنصات جمع التبرعات عبر الإنترن特 ورسوم معالجة المدفوعات يمكن أن تترافق بسرعة.

3. التمويل الجماعي

التمويل الجماعي يعتمد على تقديم العديد من الأفراد تبرعات صغيرة عادة: 5 دولارات، 10 دولارات، 50 دولاراً، 100 دولار. وقد أصبح هذا النوع من جمع التبرعات شائعاً بين الشركات والمؤسسات غير الربحية على حد سواء. يساعد التمويل الجماعي غالباً المنظمات على الترويج لحملاتها وعلاماتها التجارية. يمكن أن يساعد هذا النوع من التمويل المؤسسات غير الربحية على التعرف على المتروعين المحتملين الذين لم يكونوا ليعرفوا عن هذه المنظمة لو لا ذلك. يتيح التمويل الجماعي للمنظمات الاستفادة من العديد من التبرعات الصغيرة لجمع مبلغ أكبر من المال. ومع ذلك، من بين العيوب أنه إذا لم يكن لدى المنظمة جمهور كبير بالفعل، فقد يستغرق تسويق الحملة وقتاً كبيراً.

4. الدخل المكتسب (رسوم الخدمة ، رسوم الفعاليات، رسوم العضوية ، إلخ.)

فكراً في إنشاء رسوم عضوية لجمع المال. على سبيل المثال، تمتلك الجمعيات الوطنية للصم عادةً العديد من الأعضاء. لنفترض أن لدى منظمتك 1,000 عضو، وكل عضو يتبرع أو يدفع 1 يورو كرسوم عضوية. سيتمكن ذلك من جمع 1,000 يورو في المجموع.

5. إقامة مشروع

يمكن أن يساعد المشروع، إذا تم تطويره بشكل جيد، في جمع أموال كبيرة للجمعية لمعالجة قضايا محددة. يفضل العديد من المتروعين دعم الأنشطة على تغطية تكاليف التشغيل، لذلك يمكن أن يساعد المشروع الجمعية في الحصول على التمويل اللازم لتغطية تكاليف التشغيل الضرورية لتنفيذ المشروع وتشغيل الجمعية نفسها.

أهمية المخطط المدرب للدخل

يعتبر برنامج توليد الدخل جزءاً بالغ الأهمية من عملك. إنه مسألة بقاء، حيث يساعدك في تقليل الاعتماد على المساعدات الخارجية أو في توليد الأموال الالزامية للتنمية. كما أنه يمنحك مزيداً من الاستقلالية لمتابعة أهدافك الخاصة.

لا تضع كل البيض في سلة واحدة. من المهم عدم الاعتماد على نوع واحد من المتروعين لأن أولويات المتروعين تتغير من عام آخر، وهذا وضع خطير. الاعتماد المفرط يعني أيضاً أن المترع سيسكون له تأثير أكبر على أهدافك.



نقسم الأمر إلى خطوات أكثر تفصيلاً. قم بإعداد قائمة بالمتربيين الحاليين، بما في ذلك الكبار والصغار، ثم أضف قائمة بالمتربيين المحتملين. من خلال التمرين السابق، سيكون لديك فكرة عن المبلغ الذي تحتاج إلى جمعه وما هي المصادر المحتملة لذلك.

أهمية جمع التبرعات على المدى الطويل

يجب أن تأخذ استراتيجيةك لجمع التبرعات في اعتبارها احتياجاتك القصيرة والطويلة الأجل. قد تحقق نجاحاً كبيراً في جمع المال على المدى القصير، مما يعني أنه يمكنك دفع رواتب موظفيك وما إلى ذلك، مما يمكنك من الاستمرار. ولكن ب مجرد نفاد الأموال، قد تواجه عجزاً. لتجنب هذه المشكلة، تحتاج إلى:

- الحصول على تمويل طويل الأجل من وكالة متربيين: على سبيل المثال، لدى الاتحاد الأوروبي برنامج تمويل مشترك حيث يمكنهم تمويلك لمدة تصل إلى 5 سنوات كحد أقصى، ويكون ذلك بشكل خاص لتفطية نفقاتك العامة.
- تطوير برامج عضوية للمتربيين الأفراد: على سبيل المثال، عند العمل مع المؤسسات الخيرية مثل الجمعيات الوطنية للصم في الشمال العالمي، يمكنك تشغيل برنامج يتيح للأشخاص رعاية متطوع بمبلغ 10 دولارات أمريكية شهرياً، وما إلى ذلك.
- إنتاج وإرسال نداءات سنوية إلى داعميك.

بعد أن تبني قاعدة ثابتة من الداعمين، يجب عليك النظر في إرسال نداء سنوي. إذا كان لديك داعمون، فإن هذه الطريقة فعالة للوصول إليهم. تنظيم فعاليات جمع التبرعات السنوية التي يمكن تكرارها لإنجاح دخل من عام إلى عام. على سبيل المثال، في معظم دول إفريقيا، يعتبر حدث جمع التبرعات خلال عيد الميلاد حدثاً شائعاً. هذا هو الحدث الذي يتكرر في تقاويم معظم الناس، وإذا كانوا يدعمون عدة جمعيات خيرية، فإنهم عادةً ما يذهبون إلى الحدث الذي تنظمه جمعياتهم المفضلة.

كيف يمكنك معرفة هذه المصادر والمتربيين؟

يجب أن تبدأ بإجراء خريطة للمتربيين. الخطوات هي:

1. انظر إلى تجاربك: هذه مؤشر جيد على الأماكن التي من المحتمل أن تنجح فيها. هؤلاء المتربيون يعرفونك بالفعل وأظهروا اهتمامهم والتزامهم بك. من الأسهل دائمًا البناء على دعمك الحالي بدلاً من تطوير دعم جديد.
2. جهات الاتصال داخل منظمتك الخاصة: اجلس مع مجلس الإدارة والموظفين والمتطوعين لديك لترى من تعرفه أو من يمكنك الوصول إليه والذي قد يكون مفيداً لك. ابدأ في بناء علاقاتك معهم.
3. الداعمون الطبيعيون لديك: من يملك مصلحة في المشكلة التي تتعامل معها؟ هل هم من الناس المحليين؟ شبكة دينية؟ الحكومة؟ الأعمال التجارية؟ على سبيل المثال، مع دار الرعاية، يعتبر القطاع الديني نقطة انتلاق جيدة.
4. شارك المعلومات مع زملائك والمنظمات المشابهة: على سبيل المثال، وافقت شركة هوت سبوت للاتصالات في دار السلام، تنزيانيا مؤخراً على توفير خدمة الواي فاي مجاناً لجمعية الصم الوطنية التنزانية، مما يمثل توفيراً كبيراً للجمعية.



5. دليل الهاتف: ابحث في قسم الأعمال وابحث عن الشركات الكبرى. اتصل بها واسأله إذا كانوا يصدرون تقريراً سنوياً أو معلومات عامة أخرى عن الشركة. اقرأها لمعرفة إذا كانوا يهتمون بالأعمال الخيرية. إذا كان ذلك مناسباً، أضفها إلى قائمة المتبرعين المحتملين.

6. الكتب المرجعية: على الرغم من كونها مكلفة، فإن هذه الكتب تستحق الاستئجار لأنها تحتوي على معلومات عن جميع أنواع المتبرعين، من الكبار إلى الصغار. توفر معلومات عن نوع المنظمات التي تموّلها وحجم العون. يمكن استخدام محرك البحث جوجل مجاناً، ولكن للحصول على معلومات مفيدة، قد تترتب تكاليف.

7. الإنترن特: يمكنك استلهام أفكار من جمعيات الصم حول العالم أو جمعيات أخرى في بلدك. تحقق من مواقعهم الإلكترونية: من أين يحصلون على التمويل؟ أنواع المتبرعين المختلفة.

عند وضع استراتيجية لجمع التبرعات، يجب أن تأخذ في اعتبارك الأنواع المختلفة من المتبرعين: الأفراد والشركات. بالإضافة إلى ذلك، يمكنك التقديم للحصول على منح من الدوائر الحكومية المركزية، والمنظمات غير الحكومية(NGOs)، والصناديق الدولية، والمساعدات متعددة الأطراف (مثل هيئة الأمم المتحدة). فكر في ما إذا كنت منظمة وطنية أم دولية، وما إذا كان ينبغي عليك التركيز على جمع التبرعات داخل بلدك أو خارجه. كما يجب أن تأخذ في اعتبارك الطرق المختلفة التي يمكن أن يساعد بها المتبرعون.

الأفراد

- التبرع النقدي (تبرع لمرة واحدة أو دعم مستمر) - برامج العضوية.
- رعاية فعالية أو نشاط مثل يوم لغة الإشارة أو أسبوع الصم الدولي. على سبيل المثال، في تنزانيا، قام فندق بروتيا كورت يارد برعاية بوفيه لزيادة الوعي حول مجتمع الصم للموظفين الحكوميين البارزين وأفراد المجتمع التجاري في تنزانيا.
- تطوع وتقديم (تنفيذ المهام الإدارية، توزيع النشرات الإخبارية، إلخ).
- تنظيم فعاليات بأنفسهم مثل تنظيم جلسات قهوة لجمع الأموال لصالح منظمتك.
- شراء هدايا مثل بطاقات أو مواد ترويجية مثل القمصان، الأكواب، الشارات.
- بيع الملابس/الكتب المستعملة.
- دعم الفعاليات بشراء التذكرة، وبيع التذكرة لأصدقائهم.

الشركات

- التبرعات النقدية (تبرع لمرة واحدة أو دعم مستمر).
- رعاية فعالية أو نشاط.
- توفير مرافق الشركة مثل قاعات الاجتماعات، أو خدمات الطباعة أو التصميم، أو المساعدة في إرسال البريد، أو استخدام مركبة.
- الدعم العيني - التبرع بمنتجات الشركة أو معدات المكتب.
- الإعارة - عرض عضو من موظفيهم للعمل مع منظمتك.
- تقديم الخبرة أو المشورة.
- الترويج لمنظمتك في كتيبات الشركة أو موادها الدعائية.

من الجيد تطوير قاعدة بيانات للمتبرعين، وقائمة، وملف تعريفي، حتى تتمكن من تحديد المتبرعين المحتملين عندما تقوم بجمع التبرعات أو تخطيط مشروع. يمكن أيضًا تصنيف المتبرعين كما يلي:

1. المنظمات غير الحكومية والمؤسسات الخاصة

أمثلة: أوكسفام (OXFAM)

2. وكالات المساعدات الثنائية (من حكومة إلى حكومة)

أمثلة: وكالة التنمية الدولية الكندية (CIDA)، المساعدات الدولية الدنماركية (DANIDA)

3. المساعدات متعددة الأطراف (تشمل أكثر من حكومتين) من الوكالات الحكومية الدولية

أمثلة: صندوق الأمم المتحدة للطفولة (UNICEF) - الأطفال، الشباب، النساء، منظمة الصحة العالمية (WHO) - الصحة، الرعاية الصحية الأولية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) - المشاريع الصغيرة، الصناعة، الأموال المطابقة لأنشطة المنظمات غير الحكومية.