

مخرجات لقاء الموارد المائية بمكة المكرمة

٢٧-٢٨ محرم ١٤٣٨هـ

بمكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالتنعيم



بسم الله الرحمن الرحيم

مخرجات

لقاء تنمية الموارد المالية للمؤسسات الخيرية

٢٧-٢٨ محرم ١٤٣٨هـ

بالمكتب التعاوني للدعوة والإرشاد ونوعية الجاليات بالتنعيم



مقترحات تنمية للمؤسسات الخيرية في ظل الأوضاع الحالية

أ.د. عبدالله بن هادي القحطاني

١. ترشيد الإنفاق وإعادة التدوير وتقليل الهدر المالي (الهدرة).
٢. التحول للتقنية والاعتماد عليها ما أمكن.
٣. التركيز على المشروعات النوعية ذات التكلفة القليلة والمردود الأكبر.
٤. تفعيل الشراكات مع الشركات والمؤسسات العامة والخاصة.
٥. تنويع وتوسيع مصادر الدخل مصادر الدخل.
٦. استثمار التقنيات الحديثة في التسويق، مثل: متجر زمزم.
٧. تقليل قيمة أسهم الدعم، لزيادة شريء المتبرعين. (تبرع بريال مثلاً).
٨. تفعيل جانب التبرعات العينية من الشركات والمؤسسات ذات الصلة بالمنتج المطلوب.
٩. تنفيذ حملات مدفوعة الأجر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
١٠. دعم المشاريع من المستفيدين. (مثل: استيفاء رسوم الاشتراك بحلقات التحفيظ).
١١. تخصيص ٢٠٪ من وقت العاملين في أعمال التنمية المالية.
١٢. الاستفادة في العملية التسويقية من قواعد بيانات الموظفين والمتعاونين في وسائل التواصل الاجتماعي (كل موظف يرسل على القروبات التي لديه مثلاً).
١٣. الاستفادة من الامكانات المتاحة، مثل قاعات المدارس.. الخ.

نماذج لمشروعات تنمية ناجحة للمؤسسات الخيرية

١. تحويل حقيبته الكتب من المجانية إلى البيع.
٢. صناعة دليل تسويقي احترافي. (دغدغة مشاعر المدير التنفيذي في الشركات)
٣. الدخول في الاستثمار مع الشركات والمطاعم.
٤. الاستثمار العقاري. (تأخير مبنى مدرسي)
٥. مشروع الروضات القرآنية.
٦. وقف المدن التجارية. (طلب وقف أحد محلات المجمعات التجارية أو الصناعية للمكتب).
٧. تفعيل الاستقطاع الشهري باختيار الموظف المؤهل، وتشجيع المستقطع لتسويق استقطاعات أخرى، مثل: برنامج ضاعف أجرك.
٨. تنفيذ بطاقات الإهداء الإلكتروني. (هدية الوالدين وغيرهما من خلال بطائق الوقف أو كفالة الأيتام في مناسبات الأعياد)
٩. وقف السبيل في مكة المكرمة. (وقف سجل تجاري ثم تكوين مجلس نظارة، والدخول في الأبراج بصفة تاجر)
١٠. تحويل عمل الإدارات التنفيذية إلى مشاريع. (الإدارة بالمشروع)
١١. برنامج هلالتك تهدي المئات. (الاستفادة من الهللات المتبقية بالتنسيق مع المتاجر)
١٢. تفعيل العضويات (٥٠٠/٢٥٠) وهكذا، ومنها عضوية كفيل المسلم الجديد.
١٣. استقطاع موظفي الشركات والجهات الحكومية والأهلية.
١٤. برنامج بطاقات الخدمات والتخفيض.
١٥. برنامج حصالة الأسرة. (يتم إعطاء الأسرة حصالة، لتعاد بعد فترة مليئة بتبرعات أفراد الأسرة للجهة الخيرية)
١٦. رعاية البرامج الخاصة، مثل برنامج: ميراث النبوة ونحوه.
١٧. برنامج (فيزا) جمعية إنسان، يذهب منه ١٥٪.

(تحويل المشاريع الخيرية إلى شركات وقفية)

د. جمال الشطي

لماذا نحول أنشطتنا ومشروعاتنا إلى مؤسسات أو شركات وقفية؟

١. لتقليل المصروفات المالية.
٢. لتحويل الأنشطة من وضع الصرف المالي إلى الانتاج والإيراد.
٣. رفع مستوى جودة العاملين باستقطاب الأكفاء الماهرين.
٤. رفع مستوى المنتج المقدم، وتحقيق الجودة والنوعية.
٥. تحقيق الأمان المستقبلي للعمل الخيري، في حال إذا حدث أي طارئ للمؤسسة الخيرية.
٦. تعزيز الاقتصاد المحلي، بفتح مجال للتوظيف يتوافق مع رؤية ٢٠٣٠.
٧. إضافة منتوجات تعزز من قيم المجتمع وتتوافق مع المبادئ والمثل الإسلامية.
٨. القدرة على اختراق مواقع جديدة لا يمكن الوصول إليها إلا بصفة تاجر، مثل: (مكتبة دار التعريف بالإسلام) الخدمات للمطارات ونحوها.
٩. القدرة على التحالف وتعزيز الشراكات مع الشركات والجهات التي لا يمكن للمؤسسة الخيرية أن تتحالف معها.
١٠. فتح آفاق جديدة محلية وأقليمية ودولية لتحقيق رؤى وأهداف وقيم المؤسسة الخيرية.
١١. كسب عملاء جدد لدعم أهداف المؤسسة الخيرية.
١٢. تجاوز حالة الركود والتوقع إلى الانفتاح المدروس والمنضبط.
١٣. تجاوز العشوائية التي تسيطر على الكثير من المؤسسات الخيرية.
١٤. إضفاء الوضع النظامي والإطار القانوني لكثير من الأنشطة.
١٥. سهولة فتح وإدارات الحسابات المالية.
١٦. ضمان استمرارية العمل الخيري لآمد طويلة بإذن الله.

متى نحول مشروعاتنا إلى شركات وقفية؟

١. إذا توفرت العوامل والمقومات المادية والبشرية.
٢. إذا تضخم حجم الإنفاق على الأيدي البشرية العاملة، وزادت المصاريف بشكل كبير.
٣. إذا قلت الاستفادة من العاملين في المجال الخيري، وصار هناك فرصة استثمارهم خارج إطار المؤسسة الخيرية.
٤. إذا توفر الكادر المناسب لإدارة المشروع باقتدار وحرفية عالية.
٥. إذا حصل الاقتناع بالفكرة داخل مجلس الإدارة.
٦. إذا توفرت فرصة الدخول كشريك مع شركة أو مؤسسة تجارية ناجحة.
٧. إذا حصلت الخشية من توقف المؤسسة الخيرية لأي سبب كان، وصار موضوع حماية أموال المحسنين وتوجيهها الوجهة الشرعية مطلباً.
٨. إذا توفرت المقومات النظامية الحالية، أو الاستثناءات النظامية، قبل توقفها.
٩. إذا تضافر التأييد من مسؤولي المؤسسة على مبادرة التحويل.
١٠. في حال القدرة على الحصول على صيغ وبنود تحويلية أخرى كالقروض.
١١. عند توفر فرصة الحصول على قروض كبيرة، وصادف توفر فرص استثمارية متميزة.
١٢. إذا اضطررت إلى التحويل بسبب الأنظمة والآليات.
١٣. إذا أثبتت الدراسات والتنبؤات بجدوى التحويل.
١٤. إذا سمحت البيئة الداخلية للمؤسسة بتحويلها، ولم تتأثر الأنشطة الأصلية لها بسبب التحويل.
١٥. إذا وجدت استثمار من خارج المكتب من رجال الأعمال.

(ملاحظة مهمة : ليس كل مشروع يمكن تحويله إلى مؤسسة أو شركة وقفية)

كيف نحول مشروعاتنا إلى شركات وقفية؟

يتم تحويل المشروعات إلى شركات وقفية بأحد الطرق التالية:

باسم المؤسسة الخيرية.

٢. باسم أحد الأشخاص، ومن ثم يتم تحويلها إلى مجلس نظارة وقفي.

٣. باسم مؤسسة تجارية لا ربحية.

٤. الدخول كشريك مع جهة موثوقة.

٥. الاستعانة بأحد الداعمين، بحيث يكون الدعم منه، (الترخيص منه)

والإدارة من المؤسسة.

(فائدة):

هناك فرص لدى الجهات الحكومية والجامعات وغيرها يمكن الدخول إليها والاستثمار بها،

في حال التحويل على شركات وقفية. مثل: (جمعية اعانة المرضى)

عوامل نجاح منتجات الشركات الوقفية

١. التفريغ التام للعمل.
٢. التخصص. (لابد أن يعطى المشروع لمختص)
٣. علو الهمة ، واختيار مجلس نظارة بقلب داعية وعقل تاجر.
٤. وجود خطة استراتيجية واضحة المعالم. (توفر الرؤية الواضحة للتطوير).
٥. تحديد الضوابط بدقة متناهية.
٦. معرفة حجم الشركة ، وحجم النشاط بموضوعية تامة.
٧. التدرج بالعمل ، وإعطاء الأولوية للمنتج للمؤسسة الخيرية ، ثم للمؤسسات الخيرية الأخرى ثم للمؤسسات الخارجية ، بحيث لا يتأثر على أداء وجودة الخدمة المقدمة لدى المؤسسة الخيرية الأصلية.
٨. التدرج بالتوظيف وعدم الإغراق بالموظفين حتى لا يتسبب في الترهل الوظيفي ويتفاقم حجم الإنفاق.
٩. توفير الميزانية للمشروعات الجديدة عن طريق التبرع لتخفيف حجم الإنفاق.
١٠. العناية بأخلاقيات العمل وقيم المؤسسة ونوعية الموظفين.
١١. اختيار المدير الكفاء ، صاحب الفكر والفهم والخبرة والحماس.
١٢. اختيار عاملين ماهرين يمكنهم تطوير المنتج إلى الأفضل والأجود..
١٣. البدء بتطوير الموجود المتوفر ، ثم الانتقال إلى الجديد.
١٤. أهمية تأسيس العمل بشكل احترافي ، وعدم الانشغال ببنيات الطريق.
١٥. عدم تقمص الشركة حجماً أكبر من الحجم الطبيعي ، إلا وفق خطة استراتيجية واضحة ، تعرف من خلالها أين أنت ، وإلى أين ستجهد؟
١٦. الحذر من توظيف العاملين في الجهات الخيرية إلا بعد تغيير مفهوم الفكر الخيري من أذهانهم تماماً إلى الفكر التجاري المحض.

(حكمة) : التفاؤل وكسر الحواجز والجرأة المدروسة عوامل نجاح بإذن الله ، فكر صح واعمل صح ،

وأبعد العوائق والحدود عن طريقك .

هل يمكن لعدة جهات مماثلة أن تتشارك في مشروع، كمطبعة أو مطعم أو مشروع حج أو

عمرة؟

١. نعم يمكن بين اصحاب النشاط الواحد، وأمكن الاستفادة من الموظفين في كلا الجهتين.
٢. يتم عمل ميزانية من المؤسستين الشريكتين، ثم تحول الميزانية على اسهم، ثم يتم تكوين مجلس نظارة، ثم عمل عقود لبيع للمنتج.
٣. ولكن قد يكون التميز في التفرد، لاسيما إذا كانت المؤسسة الخيرية ذات ملاءة مالية يمكنها من التفرد.
٤. ويوصى هنا: أن يكون هناك نظام مستقل، وضوابط دقيقة، ومجلس نظارة مشتركة، ورئيس منتخب، وحبذا يكون من خارج المؤسستين المتشاركتين.
٥. ولا بد من الدخول في المشروع كمساهمين وليس كملاك. فقط
٦. ومن الغريب أننا نرضى بالشراكة مع الآخرين، ولانرضى بالشراكة مع بعضنا كجهات ومؤسسات خيرية.

(فائدة):

سبب الفشل والخلاف دائماً هو عدم وضع الضوابط بدقة.

فوائد من تجربة جمعية زمزم في الشراكة المجتمعية أ.فهد الزهراني

١. النصائح الذهبية للدكتور عبدالرحمن السمييط:
 - ❖ اعمل بخطة استراتيجية، (وكم من عمل أعيد بناؤه بسبب عدم البدء بالخطة الاستراتيجية).
 - ❖ أعط العاملين في القطاع الخيري حق المثل وزيادة، (خذ المؤهلين، واستقطب الأقوياء).
 - ❖ لا تعتمد على المتطوعين، (وإنما اجعلوهم كإضافة جميلة لعملك الخيري).
٢. الشراكة كقيمة:
 - بعد ٢٠ عاماً ستكون جمعية زمزم جمعية ملهمة بإذن الله.
٣. أهمية تجويد العمل الداخلي قبل الشراكات.
٤. كان منتج زمزم:
 - ❖ تخصيص برامج خاصة للشراكات.
 - ❖ عمل كتيب المسؤولية الاجتماعية.
٥. ليس التحدي في عمل الشراكة نفسها، وإنما في استمرارها بنفس الوهج.
٦. متطلبات الاستمرار: التقارير. الزيارات. تقارير الأداء. قياس الأثر.
٧. لا بد أن يكون همك مع الشريك: كيف تسعده؟ كيف تشعره أنك لا تجد مثلي؟
٨. لا بد من التفكير في تنمية الشراكة، بحيث تخرج بأكبر قدر من الفائدة لمؤسستك، وحتى يشعر الشريك بأثر الشراكة معك، وأنه ينمو معك.
٩. تحقيق رغبات الشريك مطلب، والتنبؤ بها قبل الطلب فن.
١٠. جميع الجهات تبحث عن الأجود، ولذا ا طرح منتجك بميزة تنافسية.
١١. عمل كتيب خاص بشعار المؤسسة الشريكة والداعمة يشعرها بصدق الشراكة.
١٢. وأحياناً نضيف بالكتيب الخاص بنا بعض منجزات الجهة الشريكة، ونبارك لهم أعمالهم، (طبعاً فيما لا يتعارض مع مبادئ وقيم المؤسسة الخيرية).
١٣. لا بد وأن تظهر العمل الخيري بأنه قوي ومتماسك ومنظم.
١٤. تتم دراسة توجهات الشركات والمؤسسات من خلال ما يصدر عنهم من تقارير رسمية ومن خلال التواصل الفعال، قبل عملية التشبيك.
١٥. لا بد من مسايرة توجهات المؤسسة إلا إذا وجدت صاحب القرار فيمكنك حينئذ طرح رأيك عليه.

١٦. مخاطبة المشاعر من أهم المهمات.
١٧. لا بد وأن توضح للشريك الأثر الاجتماعي لكل نشاط أنت تقدمه بالشراكة معه.
- ٠ حتى لانهضم حق جمعياتنا وبالتالي لانهضم حق المتبرع والشريك).
١٨. من الضرورة أن تعرف كيف تقدم كامل الأثر للمتبرع، وعند قياس الأثر الاجتماعي يتضخم الأثر الإيجابي.
١٩. كل أثر لا بد وأن يتحول على ريال (أثر المستفيد النفسي والأسري والاجتماعي والاقتصادي) (مثال: المريض كان لديه سائق وكان يقضي كذا ساعة يومياً في المشفى... الخ، والآن استغنى عن السائق وتقلص تواجدته بالمستشفى إلى أيام أقل وعمت البهجة في نفوس أسرته... الخ)
٢٠. مفهوم قياس الأثر الاجتماعي كبير جداً.
٢١. الشراكة الحقيقية ليست جمع المال فقط، بل هي شراكة مستدامة، وعلاقة مستمرة لا تنقطع.
٢٢. كيف تزاخم المؤسسات الأخرى؟ كيف تصل للشعور بأن الشريك قد عقد صفقة كبيرة معك؟! كيف تشعره إنك تريد نفعه؟
٢٣. عمل الشراكات مع الجهات الكبرى يسهل عليك شراكات الجهات الصغرى.
٢٤. لا تخطيء فتعمل كل شيء حتى ترضي العميل، فهذا ليس بمقدورك؟ ولا بد أن تحكمك مبادئك وقيمك وأهدافك..
٢٥. احذر توجهات الداعمين غير المتوقعة.
٢٦. نحن في عصر الجمعيات التخصصية وانتهى عصر الكوكتيل.
٢٧. لن يكون لك أثر إذا كنت جمعية كوكتيل.
٢٨. طريقة الاستهداف: صياغة المبادرة بشكل رائع، ربط العلاقة، الزيارات المركزة لمقابلة أصحاب القرار.

٢٩. طريقة الاستهداف: صياغة المبادرة بشكل رائع، ربط العلاقة، الزيارات المركزة لمقابلة أصحاب القرار.
٣٠. لا بد وأن يشعر الشريك بأنه يتعامل مع جهة محترفة.
٣١. استقطب كفاءاتك من شركات ودوائر حكومية لا من جهات خيرية.
٣٢. اعط الموظف صلاحيات ما يستطيعه من عمل.
٣٣. تعامل مع موظفيك كقيادات.
٣٤. الصناعة الأولية للخطط الاستراتيجية من قبل مدراء الأقسام وعينة من المستفيدين؛ جميلة ورائعة.

توصيات اللقاء

١. التأكيد على استمرارية هذا اللقاء ولو مرة واحدة في كل فصل دراسي، وتكون التكلفة على المشاركين.
 ٢. حث الجهات المشاركة في القروب على تقديم مشروعات نوعية للتسويق، وتكون صالحة للمحاكاة. (بدائل جديدة)
 ٣. تشكل لجنة من أعضاء المجموعة لايزيد عددهم عن سبعة، للعناية بتطوير الموارد المالية للجهات الخيرية.
 ٤. العمل على تحويل المشروعات إلى منتجات وقفية وتفعيل الشراكات بين الجهات الخيرية والدعوية والمانحين والقطاع الخاص والدوائر الحكومية.
 ٥. إنشاء موقع الكتروني تفاعلي يخدم الموارد المالية.
 ٦. زيارة الجهات المتميزة في جانب التنمية المالية في الداخل والخارج للاستفادة منها ومن خبراتها.
- لتوفير المصروفات التشغيلية للقروب يتحمل كل عضو ١٠٠ ريال شهرياً.

والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

إشراف
أ. أحمد الحرايبي

إدارة
أ. إبراهيم الشهري

تنفيذ
أ. هاني الشريف

تنسيق
أ. ثابت الزنبق

تحرير
أ. أحمد أبو الخير

مع خالص الدعاء لكم بالتوفيق والسداد

ولا تنسونا من صالح دعائكم ☐

١٤٣٨/٠٢/٠١ هـ