

ربط الموضوعات: مراجعة عامة

إن تدبير التمويل نهج وليس علماً، فهد يحتاج وقتاً والتزاماً وموارد ويتطلب أفضل ما لدينا، فمدير التمويل يرتدي قبعات عديدة ويوازن بين مهام ومتطلبات عديدة في نفس الوقت. ويحتاج هذا الدور إلى مهارات بشرية وتنظيمية كبيرة على حد سواء، ويحتاج قبل كل شيء إلى استقامة والتزام صادق لوضع مصلحة المانح في المقام الأول.

قد يحقق العطاء الجاد حلم إنسان، ويمكن أن يقدم فرصة لعائلة كي تحيي ذكرى عزيز عليها، يحافظ على إرث عائلي مهم، أو يحدث فرقاً واضح المعالم في حياة الآخرين، ويمكن أن يترك أثراً باقياً في حياة إنسان.

إن درجة عالية من المرونة والاستجابة والإصرار هي أمور حاسمة في نجاح تدبير التمويل، لذا على المنظمة غير الربحية (المؤسسة الخيرية) أن تدرك أنّ العوامل الأساسية في تدبير التمويل اثنان: الأول أن الناس يتبرعون للناس. والثاني أن الناس يتبرعون عندما يطلب منهم ذلك. تمثل العلاقات الشخصية أساساً في عملية تدبير التمويل، ومن ثم يفترض أن تلقى هذه العلاقات رعاية وتطويراً خلال فترة طويلة من الزمن.

يجب على المنظمة الربحية أن تبني نجاحها في تدبير التمويل ليس على تحقيق الأهداف المالية فقط، ولكن أيضاً على مقدار تكريس الانتشار والمصدقية للمنظمة، وبقدر الفعالية في تحديد وتحفيز المانحين وعمل مواءمة بين اهتماماتهم وفرص عطائهم،

ولعل الأكثر أهمية في ذلك الموضوع قياس النجاح بمقدار تطوير المنظمة لعلاقات ذات مغزى ومتبادلة الفائدة مع المانحين من الأفراد والمؤسسات والشركات.

ولضمان بقاء واستمرار الحياة للمنظمة الخيرية، يجب بناء أساس مالي قوي ورصين بما يجذب قاعدة متنامية من المانحين. يعتبر التركيز على نشاطات تدبير التمويل المخطط لها جيداً وذات الأوجه المتعددة أمراً حاسماً، لذا يجب الانتباه إليه وتكريس الموارد الكافية لتحديد ورعاية شبكة من الأفراد والشركات والمؤسسات المانحة، وخاصة أولئك الذين يشكلون احتمال هدايا كبيرة. يجب أن يكون مدبرو التمويل على علم بأن الناس يتبرعون بدافع من أسباب متعددة ومعقدة. ولعل إشراك المانحين المحتملين بطرق جادة مع المؤسسة الخيرية يعد أمراً أساسياً ومهماً، بنفس مقدار أهمية المبادرة بطلبات التبرع المنظمة والمدروسة، والأفراد الذين يتطوعون للعمل مع المؤسسة الخيرية هم الأكثر احتمالاً للمساهمة وعلى أعلى المستويات. كذلك فإن الإيمان القوي بقضية المؤسسة الخيرية أمر مهم، وتأسيساً على ذلك يمكن أن تؤدي المشاركة إلى تعميق المعرفة بالمؤسسة الخيرية وإيمان أكبر بقضيتها.

سوف يعتمد نجاح المنظمات الخيرية في تدبير التمويل في السنوات القادمة على فهمها واستجابتها المخططة بطريقة جيدة للمتغيرات الديموغرافية (الجغرافية - البشرية). على المنظمات غير الربحية أن تحدد النقاط التي ترغب في الوصول إليها، مع إشراك أفراد ربما لم يكونوا معنيين بالعمل الخيري. وهذه الإستراتيجية (الخطة) على وجه التحديد تعني إشراك أكبر عدد من المجتمع (الناس)، ففي الولايات المتحدة الأمريكية على وجه التحديد سيكون أولئك الناس أمريكيين من أصل أسباني وأمريكيين من أصل إفريقي وكذلك أمريكيين من أصل آسيوي بجانب العنصر النسائي. لا بد أيضاً من التنبه لأنماط عطاء فريد قد يكون مرهوناً بمجموعات فرعية محتملة من الناس مثل الطفرة في المواليد وتغير اتجاهات وشروط الوضع الاقتصادي.

تمثل عملية تدبير التمويل الناجحة مخططاً متعدد الأوجه وهذا من طبيعة العملية، ومن ثم تحتاج العملية إلى مزيد من الخطط (الإستراتيجيات) التي تشمل نشاط تأمين الهدايا الكبيرة، بالإضافة إلى نداءات التمويل السنوية المنتظمة. كما تشمل خطة تدبير التمويل المكثفة أيضاً عناصر العطاء المخطط له، والفعاليات الخاصة وإستراتيجيات التسويق المرتبط بقضية. علماً بأنه يجب على المنظمات غير الربحية أن تسعى إلى برنامج عطاء مخطط له مناسب متى توفرت الخبرة الكافية والمساعدة القانونية، وأن تسعى إلى برامج الفعاليات الخاصة بأهداف واضحة وضمائنات، وهذا أيضاً ينطبق على خطط التسويق المرتبطة بقضية. وعلى الرغم من أن التسويق المرتبط بقضية قد يبدو كإستراتيجية جمع تبرعات واعدة بالنسبة للمنظمات غير الربحية والمرجحة للنمو بشكل هام في المستقبل، إلا أنها تحتاج إلى تجربة أو خبرة محددة واستشارة حكيمة لنجاحها. وفي جميع الأحوال ينبغي التذكر بأن الدعم المالي يجب أن يسعى إليه من خلال قاعدة مانحين متنوعة تشمل الأفراد والشركات والمؤسسات.

قبل إطلاق حملة أو برنامج تدبير التمويل، يجب على المنظمة غير الربحية أن تتعهد عملية تقويم للاستعدادات التنظيمية الداخلية والخارجية، ويجب أولاً أن تحدد ما إذا كان مجلس الإدارة متنوعاً وقوياً بطريقة كافية لدعم جهود حملة تدبير التمويل. كما يجب أن تحدد أن المنظمة غير الربحية لا تملك الموارد الكافية سواء البشرية، أو ما يتعلق بالوقت والمال الذي يمكنها من أن تنخرط في حملة تدبير التمويل. بعد ذلك ينبغي إجراء عملية تقييم من نوع آخر يتعلق بالأمر الأخرى المتمثلة في مستوى الدعم المجتمعي المتوقع لحملة تدبير التمويل، ودرجة المنافسة مع المنظمات الأخرى في المجتمع. يفترض ضم هيكل الموظفين في المنظمة غير الربحية، وكذلك المتطوعين الذين سيدعمون حملة تدبير التمويل، من خلال تشكيل لجنة خاصة من مجلس الإدارة أو من خلال ابتكار لجان أو مجموعات أخرى لدعم الجهود، ولعل هرم الهدية المستخدم

(الذي تم مناقشته سلفاً) ومدى توسيعه يمكن أن يساعد في تجديد هدف واقعي وطموح في ذات الوقت لتدبير التمويل.

قضية المنظمة غير الربحية المطلوب دعمها هي أداة أساسية في حملة تدبير التمويل، والقضية المراد دعمها هي عبارة عن بيان أو مستند يشرح حاجة المنظمة للمال ويدفع أو يحفز قارئها للتبرع. إن أهمية القضية لا يمكن تجاهلها، ويجب إعطاؤها اهتماماً كبيراً لكتابة مستند موجز وجذاب ومقنع.

في الختام، ستكون جهود المنظمة غير الربحية لتدبير التمويل أسهل إذا بنيت على بحث احتمال متين. والبحث الجيد سيزود المنظمة غير الربحية بمعلومات حول اهتمامات المانحين المحتملين واحتمالات العطاء. وهذه المعلومات أساسية وفعالة في خطط الرعاية والالتماس.

متى حدد المانحون الذين لديهم القدرة على العطاء واهتمام راسخ بقضية المنظمة غير الربحية بعناية، وشاركوا بطرق هادفة مع المؤسسة الخيرية، وقدم لهم كذلك فرصاً ملاءمة ومدروسة للعطاء، فإن النجاح سيكون هو الحليف في أغلب الأحوال. علماً بأن التجارب أثبتت أن النجاح في تدبير التمويل يولد نجاحاً إضافياً، ويفترض ألا يغيب عن البال أبداً أن تدبير التمويل عملية تحتاج إلى وقت. فإذا سعي نحو العملية بأسلوب تخطيطي جيد، وكرس الوقت وسائر الموارد الأخرى لإنجاز الجهود، فلا شك أن المنظمة غير الربحية ستبني أساساً متيناً يدعمها بطريقة جيدة في المستقبل.