سياسة جمع التبرعات

جمعية داء الأمعاء الالتهابي — الإصدار الأول 2026م

المادة الأولى: الغرض

تنظم هذه السياسة أنشطة الجمعية في طلب التبرعات وتنمية مواردها: قنواتها، وتخطيط الحملات واعتمادها، وأخلاقيات الطلب والتواصل مع المتبرعين، وتكاليف جمع الأموال، والشراكات مع القطاع الخاص، وحماية بيانات المتبرعين والمستفيدين؛ بما يضمن جمع الموارد بطرق مشروعة وشفافة تحفظ كرامة المرضى وثقة المجتمع. أما قبول ما يرد من موارد وتسجيلها والتصرف فيها فتنظمه «سياسة التعامل مع التبرعات والهبات والوصايا والأوقاف».

المادة الثانية: النطاق والمرجعية

تسري على كل نشاط تطلب فيه الجمعية -أو من يمثلها- تبرعاً أو دعماً من الأفراد أو المنشآت، بأي وسيلة. وتستند إلى نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية ولائحته التنفيذية، والأنظمة والضوابط الصادرة عن المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي والجهات المختصة في جمع التبرعات، واللائحة الأساسية للجمعية، ونظام حماية البيانات الشخصية، ونظام مكافحة غسل الأموال ونظام مكافحة الإرهاب وتمويله، وتُقرأ مع سياسة التعامل مع التبرعات، وسياسة الإنفاق على البرامج والأنشطة، وسياسة الخصوصية، وسياسة تعارض المصالح.

المادة الثالثة: التعريفات

المصطلح	المعنى
جمع التبرعات	كل نشاط يهدف إلى حث الأفراد أو المنشآت على تقديم تبرع أو دعم للجمعية.
الحملة	نشاط جمع تبرعات محدد الهدف والمدة والمبلغ المستهدف والقنوات.

حالة التبرع	احتياج محدد (مريض أو برنامج أو مشروع) يُعرض في متجر التبرعات على موقع الجمعية بمبلغ مستهدف.
الشراكة المجتمعية	دعم تقدمه منشأة ضمن مسؤوليتها الاجتماعية مقابل إبراز مشاركتها دون منفعة تجارية مباشرة.
تكلفة جمع الأموال	كل ما تنفقه الجمعية على جمع التبرعات: التسويق، والإعلانات، ورسوم بوابات الدفع، والمطبوعات، ونصيب العاملين المختصين.

المادة الرابعة: المبادئ العامة

1. **المشروعية:** لا يُجمع إلا عبر القنوات النظامية وبعد الموافقات اللازمة.
2. **الصدق:** تُعرض الاحتياجات كما هي دون مبالغة أو تهويل، ويُبيَّن للمتبرع الغرض الذي سيُصرف فيه تبرعه.
3. **الكرامة:** تُصان كرامة المرضى وخصوصيتهم في كل رسالة أو صورة أو قصة.
4. **حرية المتبرع:** لا ضغط ولا إلحاح ولا استدرار للعاطفة بأساليب مضللة، ويحق للمتبرع رفض التواصل في أي وقت.
5. **الشفافية:** يُفصح عن نتائج الحملات وأوجه صرفها وتكاليفها.
6. **الكفاءة:** تُجمع الأموال بأقل تكلفة ممكنة بما يوجّه أكبر قدر منها إلى المستفيدين.

المادة الخامسة: قنوات جمع التبرعات المعتمدة

القناة	الضوابط
متجر التبرعات على موقع الجمعية (بوابة الدفع الإلكتروني)	القناة الرئيسة؛ لكل حالة صفحة تبين الاحتياج والمبلغ المستهدف والمحقق، ويُغلق باب التبرع للحالة عند اكتمال مبلغها أو انتهاء مدتها.

الحسابات البنكية للجمعية	تُعلن في القنوات الرسمية فقط، مع حساب مستقل للزكاة، وبيان واضح لطريقة تحديد الغرض.
المنصات الوطنية والرسمية المرخصة لجمع التبرعات	وفق شروط كل منصة، وتُطابق تحويلاتها مع سجلات الجمعية.
الاستقطاع الشهري والتبرعات الدورية	بموافقة المتبرع الموثقة وبوسائل بنكية أو إلكترونية، مع تمكينه من الإيقاف في أي وقت.
الشراكات المجتمعية والمنح	باتفاقيات مكتوبة وفق المادة التاسعة.
الفعاليات الخيرية	بعد الحصول على التصاريح اللازمة، ويُجمع فيها إلكترونياً.

المحظور: جمع التبرعات النقدية في الأماكن العامة أو بالصناديق أو بالتجول، أو عبر حسابات شخصية لأي فرد، أو عبر منصات غير مرخصة، أو باسم الجمعية من أي شخص أو جهة غير مفوَّضة كتابياً، إلا ما تجيزه الأنظمة بتصاريحه.

المادة السادسة: تخطيط الحملات واعتمادها

1. تُعدّ خطة سنوية لتنمية الموارد ضمن الخطة التشغيلية والموازنة، تحدد الحملات الرئيسة ومستهدفاتها وتكاليفها.
2. تُعدّ لكل حملة بطاقة (الملحق 1) تتضمن: الهدف والغرض الذي ستُصرف فيه الحصيلة، والمبلغ المستهدف، والمدة، والقنوات، والجمهور، والرسائل والمواد، والميزانية، والفريق، ومؤشرات النجاح.
3. تُعتمد الحملة من المدير التنفيذي إذا كانت ضمن الخطة والموازنة، ومن المجلس إذا كانت خارجها، **ولا تُطلق قبل الحصول على موافقة المركز** متى كانت الأنظمة تتطلبها.
4. تُعتمد حالات التبرع في المتجر من المدير التنفيذي بعد التحقق من الاحتياج والمستندات وتقدير المبلغ بدقة، ويُراجع المشرف المالي حالات المبالغ الكبيرة.

5. لا تُجمع تبرعات لغرض محدد ثم تُصرف في غيره إلا بموافقة المركز، ولا يُدخل فائض حملة في الأوقاف أو الاستثمار إلا بموافقة الجمعية العمومية؛ ويُفصح مسبقاً عن مصير الفائض في صفحة الحملة.
6. تُطلب الزكاة بقناة ورسالة مستقلتين، ويُبيَّن أنها تُصرف لمستحقيها من المرضى المحتاجين وفق أحكامها.

المادة السابعة: أخلاقيات الطلب والمحتوى

1. لا تُنشر صورة مريض أو اسمه أو تفاصيل حالته الصحية التي تكشف هويته إلا بموافقته الكتابية المسبقة (أو موافقة وليه)، ويُفضَّل عرض الحالات دون ما يكشف الهوية.
2. لا يُستخدم الأطفال أو المرضى في مواقف مهينة أو مثيرة للشفقة على نحو يمس كرامتهم.
3. تُراجع المعلومات الطبية الواردة في المواد من مختص قبل نشرها.
4. لا تُقدَّم وعود للمتبرعين بنتائج لا تملكها الجمعية، ولا يُنسب لها إنجاز لم تحققه.
5. تُرسل رسائل الحث على التبرع عبر الرسائل النصية وواتساب والبريد لمن وافق على تلقيها فقط، مع وسيلة واضحة لإلغاء الاشتراك، وبما يتوافق مع اشتراطات المنصات وفئات رسائلها.
6. تُراجع مواد كل حملة من المدير التنفيذي قبل نشرها.

المادة الثامنة: تكاليف جمع الأموال

1. تُسجَّل جميع تكاليف جمع الأموال في حساباتها (مصاريف جمع الأموال 44)، ومنها رسوم بوابات الدفع، ونصيب العاملين المختصين وفق سياسة تحميل المصروفات.
2. لا تتجاوز تكلفة الحملة (15%) من حصيلتها المتوقعة إلا بموافقة المجلس، ويُتابع المؤشر سنوياً ضمن مؤشر الأنشطة المساندة في معيار السلامة المالية.
3. **لا تُدفع عمولات نسبية من التبرعات** لأي شخص أو جهة؛ ويجوز التعاقد بأجر ثابت لخدمات التسويق والتصميم وفق أحكام الشراء.

4. لا تُموَّل تكاليف جمع الأموال من الزكاة أو من التبرعات المقيّدة إلا بإذن المتبرع الصريح.

المادة التاسعة: الشراكات مع القطاع الخاص والرعايات

1. تُقبل الشراكات المجتمعية والرعايات من المنشآت التي يتوافق نشاطها مع قيم الجمعية ورسالتها الصحية، ويُعتذر عما يتعارض معها.
2. تُوثَّق الشراكة باتفاقية تحدد قيمة الدعم وغرضه، وحدود استخدام اسم الجمعية وشعارها، وطريقة إبراز الشريك، ومدة الشراكة.
3. لا يتضمن إبراز الشريك تزكية لمنتجاته أو أدويته أو خدماته، ولا يُمنح أي شريك حق التأثير في قرارات الجمعية أو اختيار المستفيدين أو الوصول إلى بياناتهم.
4. تُطبَّق سياسة تعارض المصالح على أي شراكة مع منشأة لعضو في الجمعية العمومية أو المجلس أو الإدارة التنفيذية أو أقاربهم.
5. الدعم المقدم من شركات الأدوية والأجهزة الطبية يُقبل لبرامج التوعية والدعم العامة فقط، ولا يرتبط بالترويج لمنتج بعينه.

المادة العاشرة: حماية بيانات المتبرعين

1. تُجمع بيانات المتبرعين بقدر الحاجة وتُستخدم للأغراض المعلنة فقط (الإيصال، والشكر، والتقارير، والتواصل بموافقتهم)، وفق نظام حماية البيانات الشخصية وسياسة الخصوصية.
2. لا تُباع بيانات المتبرعين أو تُشارك مع أي جهة إلا وفق النظام.
3. لا يُعلن اسم متبرع أو قيمة تبرعه إلا بموافقته، ويُحترم طلب من يرغب في إخفاء هويته.
4. يُقيَّد الوصول إلى بيانات المتبرعين في النظام بالمختصين فقط.

المادة الحادية عشرة: العلاقة مع المتبرعين

1. يُشكر كل متبرع ويُرسل له إيصال، ويُطلع على أثر تبرعه بتقارير دورية للحملات والحالات.

2. يُرد على استفسارات المتبرعين وشكاواهم خلال خمسة أيام عمل.
3. لا يقبل العاملون والمتطوعون هدايا شخصية من المتبرعين، ويُبلَّغ عن أي عرض من هذا النوع.
4. يُتعامل مع المتبرعين الكبار والدائمين بخطة تواصل تحفظ استمرار العلاقة دون إلحاح.

المادة الثانية عشرة: المتطوعون والممثلون

لا يجمع أحد التبرعات باسم الجمعية إلا بتفويض كتابي محدد المدة والغرض والقناة، ويُوجَّه المتبرعون دائماً إلى القنوات الرسمية للجمعية، ولا يستلم المتطوع أو الممثل أي مبلغ بيده أو في حسابه الشخصي.

المادة الثالثة عشرة: مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب

تُطبَّق مؤشرات الاشتباه المعتمدة في دليل الإجراءات المالية على التبرعات الواردة من الحملات، ويُتحقق من المتبرعين بالمبالغ الكبيرة أو غير المعتادة، ولا يُقبل تبرع مجهول المصدر أو مشروط بتوجيهه لطرف بعينه خارج سياسات الجمعية.

المادة الرابعة عشرة: التقارير والإفصاح

1. يُعدّ لكل حملة تقرير ختامي خلال 30 يوماً من انتهائها يبين: الحصيلة حسب القناة، والتكلفة ونسبتها، وعدد المتبرعين، وأوجه الصرف المخططة والفعلية.
2. يُعرض على المجلس ربع سنوياً تقرير بالموارد المجموعة ومصادرها وتكلفة جمعها.
3. تُنشر نتائج الحملات والحالات المكتملة وإحصاءات التبرعات على موقع الجمعية دون كشف هوية المتبرعين أو المستفيدين.

المادة الخامسة عشرة: الأدوار والمسؤوليات

الجهة	المسؤولية
مجلس الإدارة	اعتماد السياسة وخطة تنمية الموارد والحملات خارج الخطة، ومتابعة التقارير.

المدير التنفيذي	اعتماد الحملات وحالات التبرع والمواد داخل الخطة، والحصول على الموافقات النظامية، وضمان الالتزام بالسياسة.
مسؤول تنمية الموارد والإعلام	تخطيط الحملات وتنفيذها، وإعداد المحتوى، والعلاقة مع المتبرعين والشركاء، وتقارير الحملات.
المشرف المالي	مراجعة الحالات ذات المبالغ الكبيرة، ومتابعة تكلفة جمع الأموال.
المحاسب	مطابقة الحصيلة مع القنوات، وتسجيل الموارد وتكاليف جمعها، وإصدار الإيصالات.

المادة السادسة عشرة: المراجعة والاعتماد

تُراجع هذه السياسة كل سنتين أو عند تغيّر الأنظمة المنظمة لجمع التبرعات، ولا تُعدَّل إلا بقرار من مجلس الإدارة، ويُعمل بها من تاريخ اعتمادها، وتُنشر في صفحة اللوائح والسياسات.

رقم قرار مجلس الإدارة:	تاريخ الاعتماد: ...../...../.....
رئيس مجلس الإدارة: التوقيع:	المدير التنفيذي: التوقيع: .....

الملحق (1): بطاقة الحملة

اسم الحملة	
الغرض الذي تُصرف فيه الحصيلة	
نوع المورد المطلوب	☐ غير مقيّد ☐ مقيّد لغرض الحملة ☐ زكاة
المبلغ المستهدف	
المدة	من ...../...../..... إلى ...../...../.....
القنوات	☐ متجر التبرعات ☐ الحساب البنكي ☐ منصة مرخصة ☐ شراكة ☐ فعالية
الجمهور المستهدف	
الميزانية ونسبتها من المستهدف	..... ريال (.....%)
مصير الفائض (يُفصح عنه للمتبرعين)	
موافقة المركز (عند الاقتضاء)	رقم/تاريخ: .....
موافقات مرضى الحالات المعروضة	☐ موجودة ☐ لا يُعرض ما يكشف الهوية
المسؤول عن الحملة	
الاعتماد	المدير التنفيذي: ..... / المجلس (خارج الخطة): .....

الملحق (2): قائمة تحقق قبل نشر محتوى جمع التبرعات

م	البند	متحقق
1	الاحتياج حقيقي وموثق، والمبلغ المطلوب مقدّر بدقة	☐
2	الغرض ومصير الفائض واضحان للمتبرع	☐
3	لا صورة أو بيانات تكشف هوية مريض دون موافقته الكتابية	☐
4	المعلومات الطبية مراجعة من مختص	☐
5	لا مبالغة ولا أسلوب ضغط أو تضليل	☐
6	القنوات المذكورة رسمية ومعتمدة فقط	☐
7	الرسائل الجماعية لمن وافق على تلقيها، مع وسيلة إلغاء	☐
8	الموافقات النظامية للحملة مستوفاة	☐