إشراق

الجمعية السعودية لاضطراب فـرط الحركة وتشتت الانتباه

SAUDI ADHD SOCIETY

مسجلة بالمركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي برقم (474)

سياسة التسويق وتنمية الموارد المالية

بيان التعديل			
رقم التعديل	التاريخ	رقم الصفحة	ملخص التعديل

إعداد	مراجعة	اعتماد
الأستاذة نبال بنت عبدالعزيز الهذيل مدير الجودة والتميز المؤسسي	الأستاذة نوال بنت محمد الشريف المدير التنفيذي	سمو الأميرة نوف بنت محمد بن عبدالله رئيس مجلس الإدارة

سياسة التسويق وتنمية الموارد المالية

المقدمة

إيمانًا من جمعية إشراق بأهمية الاستدامة المالية باعتبارها أحد المكنات الرئيسة لتحقيق رسالتها وأهدافها التنموية، وسعيًا إلى تنويع مصادر الدخل، وتعزيز كفاءة استقطاب الموارد، وتنظيم الممارسات التسويقية والتمويلية وفق إطار مؤسسي منضبط، فقد تم إعداد هذه السياسة لتنظيم أعمال التسويق وتنمية الموارد المالية في الجمعية.

وتهدف هذه السياسة إلى بناء منهج مؤسسي واضح لإدارة المنتجات التمويلية، وتسويق البرامج والمشاريع، واستقطاب التبرعات والمنح والرعايات، وإدارة العلاقة مع المانحين، وضمان سلامة التحصيل المالي والامتثال للأنظمة والتعليمات المنظمة لعمل الجمعيات الأهلية في المملكة العربية السعودية.

كما تؤكد الجمعية التزامها بمبادئ الشفافية، والنزاهة، وحماية حقوق المانحين، وحسن استخدام الموارد، والامتثال الكامل للأنظمة ذات العلاقة.

الباب الأول: الأحكام العامة

مادة (1): الاسم

يسمى هذا المستند: سياسة التسويق وتنمية الموارد المالية

مادة (2): الهدف

تهدف هذه السياسة إلى:

تنظيم أعمال التسويق وتنمية الموارد المالية داخل الجمعية، وتحديد الأدوار والمسؤوليات والضوابط المنظمة لاستقطاب الموارد المالية، بما يحقق الاستدامة المالية ورفع كفاءة الإيرادات وتقليل المخاطر التشغيلية والتنظيمية.

مادة (3): نطاق التطبيق

تسري أحكام هذه السياسة على:

- مجلس الإدارة
- اللجان ذات العلاقة
- الإدارة التنفيذية
- إدارة تنمية الموارد المالية
- إدارة الاتصال المؤسسي
- الإدارات المالكة للبرامج والمشاريع
- الموظفين والمتعاونين والمتطوعين المشاركين في الأنشطة التسويقية والتمويلية

مادة (4): المرجعيات النظامية

تستند هذه السياسة إلى:

- نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية
- اللائحة التنفيذية للنظام
- تعليمات المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي

- أنظمة جمع التبرعات ذات العلاقة
- اللائحة الأساسية للجمعية
- اللائحة المالية
- لائحة الصلاحيات المالية والإدارية
- سياسات الامتثال ومكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب
- سياسات حماية البيانات والخصوصية

مادة (5): التعريفات

1. **تنمية الموارد المالية:** كافة الأنشطة والممارسات التي تهدف إلى استقطاب الموارد المالية وغير المالية لدعم برامج الجمعية.
2. **التسويق:** الأنشطة الهادفة إلى الترويج لبرامج الجمعية ومشاريعها ومنتجاتها التمويلية.
3. **المنتج التمويلي:** أي منتج أو مبادرة أو حملة تهدف إلى استقطاب دعم مالي.
4. **الدعم المقيد:** أي موارد مخصصة لغرض محدد من قبل المانح.
5. **الحملة التمويلية:** نشاط زمني محدد لجمع الموارد عبر قنوات معتمدة.
6. **المانح:** أي فرد أو جهة تقدم دعماً مالياً أو عينياً للجمعية.

الباب الثاني: الحوكمة والأدوار والمسؤوليات

مادة (6): مسؤوليات مجلس الإدارة

يتولى مجلس الإدارة:

- اعتماد التوجهات العامة لتنمية الموارد
- اعتماد المنتجات التمويلية الجوهرية
- اعتماد المبادرات ذات الأثر المالي المرتفع
- متابعة الأداء العام للاستدامة المالية

مادة (7): مسؤوليات الإدارة التنفيذية

تتولى الإدارة التنفيذية:

- اعتماد الخطط التشغيلية
- الإشراف على تنفيذ مستهدفات الإيرادات
- اعتماد الحملات التشغيلية وفق الصلاحيات المعتمدة

مادة (8): مسؤوليات وحدة التسويق

تتولى الإدارة المختصة:

- إعداد الخطط السنوية
- تطوير المنتجات التمويلية
- تنفيذ الحملات
- إدارة المانحين
- رفع التقارير

- تحقيق المستهدفات المالية

مادة (9): مسؤوليات الإدارات المالكة للمشاريع

تلتزم الإدارات المالكة للمشاريع بتوفير وثائق المشاريع والبيانات التشغيلية وقياس الأثر لضمان جاهزية المشاريع للتسويق.

الباب الثالث: التخطيط وتنويع الموارد

مادة (10): التخطيط السنوي

تعد الإدارة المختصة خطة سنوية تشمل:

- المستهدفات المالية
- مصادر الدخل
- المنتجات التمويلية
- الحملات
- الفرص التمويلية
- المخاطر
- مؤشرات الأداء

مادة (11): تنويع مصادر الدخل

تعمل الجمعية على تنويع مواردها من خلال:

- التبرعات العامة
- التبرعات المقيدة
- المنح
- الرعايات
- الأوقاف
- الحملات الموسمية
- المتجر الإلكتروني
- التبرع الدوري
- المبادرات الإيرادية المسموح بها نظامًا

الباب الرابع: تسويق المشاريع والمنتجات التمويلية

مادة (12): جاهزية المشروع للتسويق

لا يجوز تسويق أي مشروع إلا بعد:

- اعتماد وثيقة المشروع
- اعتماد الميزانية
- تحديد الأثر المتوقع
- وضوح مؤشرات الأداء

مادة (13): تطوير المنتجات التمويلية

يجب قبل إطلاق أي منتج جديد:

- إجراء دراسة جدوى
- تقييم المخاطر
- تحديد التكلفة والعائد
- الحصول على الموافقات اللازمة

مادة (14): المواد التسويقية

يجب مراجعة واعتماد كافة المواد التسويقية قبل استخدامها لضمان دقة المحتوى وعدم التضليل.

الباب الخامس: الحملات واستقطاب الموارد

مادة (15): الحملات التمويلية

لا يجوز إطلاق أي حملة إلا بعد:

الحصول على التراخيص النظامية، وتحديد الهدف المالي، وخطة التنفيذ، وقنوات التحصيل.

مادة (16): استقطاب المانحين

تلتزم الجمعية ببناء قاعدة بيانات للمانحين وإدارة العلاقات معهم بشكل مهني ومستدام.

الباب السادس: التحصيل وإدارة الأموال

مادة (17): ضوابط التحصيل

تتم جميع عمليات التحصيل عبر القنوات الرسمية المعتمدة فقط، ويحظر التحصيل الشخصي بأي شكل.

مادة (18): الأموال المقيدة

تلتزم الجمعية باستخدام الأموال المقيدة في الأغراض المحددة لها فقط.

الباب السابع: التقارير والشفافية

مادة (19): التقارير

تلتزم الإدارة المختصة بإعداد تقارير دورية عن الإيرادات، والحملات، والمانحين، ونتائج المنتجات التمويلية.

مادة (20): الإفصاح والشفافية

تلتزم الجمعية بالإفصاح المالي وفق الأنظمة المعتمدة وحماية حقوق المانحين.

الباب الثامن: المخاطر والامتثال

مادة (21): إدارة المخاطر

تلتزم الجمعية بتحديد وإدارة المخاطر المرتبطة بالتسويق وتنمية الموارد.

مادة (22): المحظورات

يحظر:

- جمع التبرعات غير المرخصة
- تقديم معلومات مضللة
- استغلال اسم الجمعية
- تجاوز الصلاحيات
- إساءة استخدام بيانات المانحين

الباب التاسع: قياس الأداء والتحسين

مادة (23): مؤشرات الأداء

تقيس الجمعية الأداء من خلال:

نمو الإيرادات، تنوع الموارد، كفاءة الحملات، الاحتفاظ بالمانحين، والعائد على التكلفة.

مادة (24): المراجعة الدورية

تراجع هذه السياسة بشكل دوري لضمان تطويرها وتحسينها.

الباب العاشر: الأحكام الختامية

مادة (25):

فيما لم يرد به نص، يرجع إلى الأنظمة واللوائح المعتمدة.

مادة (26):

تسري هذه السياسة من تاريخ اعتمادها من صاحب الصلاحية.

اعتماد مجلس الإدارة

تم اعتماد سياسة التسويق وتنمية الموارد المالية في اجتماع مجلس الإدارة رقم (2026-2) المنعقد يوم السبت بتاريخ 2026/5/16م الموافق 1447/11/29هـ.