

الكتيب التدريبي

لمهارات تنظيم الحملات

الوحدة ١٠

حشد الموارد

الدعم، التبرعات، المتطوعون



إنّ إيجاد الموارد المالية والمادية والبشرية التي يحتاج إليها حزبك السياسي أو فريق حملتك الانتخابية يثير تحديات جمة. لذلك، يعمل معظم المرشحين والأحزاب جاهدين على جمع مصادر القوة اللازمة لهم، خاصةً في سنة انتخابية، حيث يشتدّ الطلب على الموارد.

بالنسبة إلى المرشحين، يكشف جمع التبرعات لأهداف سياسية عن مهارة ترفع رصيدهم في نظر قادة أحزابهم، وتمكّنهم من تنظيم حملات انتخابية قوية، والتأثير على قادة الرأي، والتواصل مع عدد أكبر من الناخبين. أما الأحزاب السياسية، فترى في جمع التبرعات مهارة ضرورية، لا لخوض معارك انتخابية من موقع قوة وحسب، بل للاستثمار في تطويرها وإنمائها في السنوات الفاصلة بين انتخابات وأخرى.

لا يكتفي المرشح والحزب السياسي الناجح باكتساب مهارة جمع التبرعات وحسب، بل يعرف أيضاً كيف يحصد ويدير أنواع أخرى من الموارد، مما يعني إيجاد مناصرين مستعدين لتقديم الخدمات أو السلع المادية عوض الأموال، وكذلك استقطاب متطوعين يعرضون مهاراتهم وأتعابهم دون أي مقابل.

تتوسّع هذه الوحدة في المهارات والتقنيات المطلوبة لاستقطاب الموارد وإدارتها، مستعرضةً المواضيع التالية:

١. مختلف أشكال الدعم
٢. قواعد جمع التبرعات لأهداف سياسية
٣. دور جامع التبرعات
٤. تحديد المانحين المحتملين
٥. أدوات وتقنيات جمع التبرعات
٦. الموارد مقابل العائدات
٧. فنّ طلب المساهمة

مختلف أشكال الدعم

في النظام الديمقراطي، إنّ المرشح أو الحزب السياسي الذي يفوز في الانتخابات هو من يحظى بأكبر قدر من الدعم من الناخبين على شكل أصوات.

إلا أنّ الأصوات ما هي إلا أحد أشكال الدعم اللازمة للحملات. برأيك، ما أشكال الدعم الأخرى التي يقدمها الأشخاص إلى الحملات أو الأحزاب؟ عدّد قدر ما تشاء من أشكال الدعم التي تخطر في بالك:

يبدأ بناء الدعم بخطوة بسيطة للغاية، غالباً ما تقتصر على حضور أي نشاط ينظّمه فريق الحملة أو المرشح، للانتقال بعدها إلى خطوات أهم شأنًا. عاين المراحل المتعاقبة أدناه:



في هذه الحالة، ينخرط المناصر في حزب سياسي أو حملة، بمجرد الإقدام على التصويت، ثم يفعل مشاركته تدريجياً في مرحلة لاحقة. هكذا بدأ ناشطون كُثُر في الأحزاب السياسية والحملات مسيرة عملهم السياسي، قبل أن يزيد التزامهم بها.

يقدم الفرد أي شكل من أشكال الدعم إلى حزب سياسي، أو مرشح، أو حملة معيّنة، لسببين رئيسيين:

1. يقدم الدعم رغبةً منه
2. يقدم الدعم بناءً على طلب أحدهم

يتولى فريق الحملة مهمة تحديده الأشخاص الذين يدعمون المرشح، أو سيصوتون له، ثم تشجيعهم على صعود سلّم المشاركة، معززاً مستوى الدعم والالتزام لديهم. وبذلك، تؤمّن الحملة المتطوعين، كما الموارد المادية والمالية اللازمة لها.

قواعد جمع التبرعات لأهداف سياسية

تشيع عدة أفكار خاطئة حول سبل جمع التبرعات لأهداف سياسية. لذلك، من الضروري إيضاح هذه الأفكار الخاطئة، أو «خرافات جمع التبرعات لأهداف سياسية» قبل الغوص في الوسائل الفعلية لجمع التبرعات.

يطالعك في ما يلي بعض الأحجية حول جمع التبرعات لأهداف سياسية. ففي الجانب الأيمن من الصفحة تَرِد أقوال غير صحيحة عن جمع التبرعات، بينما تظهر في الجانب الأيسر صور ترمز إلى هذه الأقوال. طابق كل صورة مع خرافة جمع التبرعات التي ترمز إليها، راسماً خطأً يربط القول في الجانب الأيمن بالصورة المناسبة في الجانب الأيسر.

لا يتبرع إلا الأثرياء للمرشحين السياسيين.



إذا طلبت المال من أحدهم، سأتير غضبه.



جمع التبرعات هو مسألة مال لا أكثر.



قلما يهتمني القانون ما دام الأمر سيبقى سرّاً.

جمع التبرعات هو أشبه بالتسول أو عمل مخزٍ.



لا حاجة للسعي وراء المانحين؛ هم سيأتون إلينا!



إذا كانت هذه الخرافات الشائعة حول جمع التبرعات غير صحيحة، فما الصحيح إذاً؟ ثمة قواعد وحقائق هامة يجب مراعاتها عند البحث في آلية تزويد حزبك بموارد جديدة.

الخرافة	الحقيقة
لا يتبرع إلا الأثرياء للمرشحين السياسيين.	<ul style="list-style-type: none"> ليس الأثرياء وحدهم الذين يبذلون رغبة في منح الأموال لأهداف سياسية. في عدة بلدان، يتبرع الأشخاص الأقل دخلاً بأعلى نسبة من إيراداتهم. يمكن جمع مبلغ مالي ضخم بتبرعات صغيرة.
إذا طلبت المال من أحدهم، سأتبرع غصبه.	<ul style="list-style-type: none"> نخشى أحياناً أن يشعر أحدهم بالإهانة إذا سألناه المساهمة في حزبنا السياسي أو حملتنا، أو نعتبر أنفسنا ملزمين بأن نؤدّي له خدمة مقابل المساهمة التي قدّمها. في الواقع، حين تطلب من أحدهم المساهمة في حزبك، إنما تطلب منه القيام بدور قيادي، أو بدعم الرؤيا التي يرسمها حزبك أو فريق حملتك للبلد والمستقبل. غالباً ما يشعر هذا الشخص بالفخر حينما يُطلب منه أداء هذا الدور.
جمع التبرعات هو مسألة مال لا أكثر.	<ul style="list-style-type: none"> المال مهم، إنما ليس الأهم. إذا كان أحد المناصرين يعجز عن تقديم المال، فيجوز أن يتسنى له توفير مكتب، أو لوازم مكتبية، أو أجهزة كمبيوتر، أو خدمات الطباعة، أو مكيفات هوائية، أو خدمة الإنترنت، أو وسائل النقل، أو لوازم الحّمّام، أو المأكولات والمشروبات، إلخ، أو استضافة أحد نشاطات الحزب أو المرشحين.
قلما يهتمني القانون ما دام الأمر سيبقى سراً.	<ul style="list-style-type: none"> يشكك الناخبون بالعلاقة القائمة بين المال والعمل السياسي، وبصراحة، الأجدى بهم أن يفعلوا. يجب أن يتّسم كل عمل تقوم به، بصفته جامع تبرعات لأهداف سياسية، بطابع قانوني وأخلاقي. إطلع على القانون مستعِلاً عن الآتي: من يقدم تبرعات، كم يقدم، متى، وما المبلغ الذي يجب الإفصاح عنه. في ظل غياب القانون أو عدم وضوحه، حدد معايير الخاصة على أسس نزيهة، وتقيّد بها. إسأل نفسك دوماً: كيف أشعر لو علمت الصحف بهذا الخبر (أو علمت أُمي بما حصل)؟

- ليس جمع التبرعات ضرباً من التسول والاستجداء، ولا يجوز اعتباره عملاً مثيراً للخزي أو الخجل.
- يشكّل جمع التبرعات لأهداف سياسية شكلاً من أشكال التسويق المتخصص الذي يربط رؤياً الحزب بأفراد يرغبون في تجسيد هذه الرؤيا وتحقيقها.
- يتمحور جمع الأموال لدعم العمل السياسي حول تشجيع الأشخاص على المشاركة في الأحداث السياسية التي تؤثر على كل مكونات المجتمع. لذلك، لا يجوز اعتبار الطلب منهم توسيع استثمارهم في المستقبل السياسي لبلادهم مسألة محرّجة أو مريكة، إنما مبعث فخر لهم.

جمع التبرعات هو أشبه بالتسول أو عمل مخز.

- قلما تجد الأموال سبيلها إلى فريق حملتك من تلقاء ذاتها.
- يتطلب هذا النوع من التسويق المتخصص الأبحاث والتوعية لتحديد الجهات المانحة المحتملة، والتواصل معها مباشرة.
- السبيل الوحيد لجمع التبرعات هو الطلب من هذه الجهات المساهمة بها!

لا حاجة للسعي وراء المانحين؛ هم سيأتون إلينا!

دور جامع التبرعات

ليست مسألة جمع التبرعات مسألة مال وحسب، بل يؤدي جامع التبرعات دوراً بارزاً في تحديد مصادر الدعم التي يمكن أن يحصل عليها فريق الحملة أو الحزب. وسبل إبلاغ المناصرين بمدى أهمية مشاركتهم في الحملة. ومساهماتهم القيّمة. يساعد هذا النوع من التواصل الفريق أو الحزب على الانطلاق من القاعدة الشعبية.

إلا أنّ مهمة جامع التبرعات لا تقتصر على رصد مصادر التمويل والمساهمات العينية وحسب، (رغم أهمية هذا الشقّ من عمله)، إنّما يساعد الأحزاب السياسية، والمرشّحين، ومنظّمي الحملات، على تعزيز قدراتهم في مجال التماس الدعم.

غنيّ عن القول إنّ الحزب السياسي أو فريق الحملة الذي تخونه القدرة على الطلب يحدّ من إمكانيات الدعم التي يحصل عليها. لذلك، يتولى جامع التبرعات عدة وظائف بارزة في الحملة، إذ يقوم مقام:

- ← وسيط يربط مصالح الجهات المانحة بحاجات الحملة
- ← سفير يمثّل الوجه الإعلاني للحملة أو الحزب
- ← موظف تسويق يؤدي دور مندوب مبيعات، ويروّج لفوائد دعم الحزب أو الحملة
- ← مسؤول عن التنظيم يجد طريقةً لتشجيع المناصرين من مختلف المستويات، على الاستثمار في الحملة
- ← باحث يتحرّى عن أماكن تواجد المناصرين والمستثمرين
- ← واضع الخطط يضع خطة مفصلة بشأن المبلغ المالي الذي يتوقع أن يجمعه فريق الحملة أو الحزب، وسبل جمعه (الاستراتيجية)، والكلفة المترتبة على جمعه (الميزانية)، والفترة المتوقعة لجمعه (الجدول الزمني)
- ← مدير مالي يساعد فريق الحملة على إقامة نوع من التوازن بين ما يطمح إلى إنجازها وما يقوى فعلياً على إنجازها

قد يكون جامع التبرعات متطوعاً أو مساعداً جديراً بالثقة، أو عضواً من أعضاء الفريق يتقاضى أجراً. ولكن، أيّاً كانت صفته، فهو يشكّل جزءاً هاماً من هذا الفريق.

إذا كانت مهمة جامع التبرعات تتمحور حول التفتيش عن مناصرين محتملين، وتشجيعهم، وإحياء مناسبات وما شابهها من نشاطات لحشد التبرعات، ومواصلة العمل مع المانحين، يبقى المرشّح أو قائد الحزب، في مطلق الأحوال، أكثر شخص مؤهّل للتقدم شخصياً بطلب الدعم.

رصد المانحين المحتملين

تسعى عملية جمع التبرعات لأهداف سياسية إلى إطلاع المانحين المحتملين بكل وضوح ودقة على كيفية مشاركتهم في تجسيد الرؤيا التي يحددها فريق حملتك أو حزبك، وكيفية دعم الجهود الآيلة إلى تحقيقها. وبالتالي، حين يتشارك المانحون معك بهذه الرؤيا، وتنامي لديهم رغبة في تحقيق الإنجازات الموعود بها للبلد أو لأبناء مجتمعهم، يسهل عليهم أن يربطوا حاجاتهم الخاصة بصحة تمويل فريق الحملة أو الحزب. فأين تجد هؤلاء الأشخاص؟

الخطوة الأولى: قم بالعصف الذهني

تبدأ مسيرة البحث عن المانحين المحتملين بتحديد المنظمات أو الأفراد الذين يتشارك معهم الحزب، أو مرشحوه، القيم أو المثل العليا أو الرؤيا أو المواقف ذاتها. سيفاجئك مدى سهولة القيام بهذه الخطوة، التي تبدأ بعملية العصف الذهني، أي جمع المعلومات بعد التفكير ملياً في بعض الأسئلة والأفكار المتعلقة بهوية المانحين المحتملين.

أطرح على المرشح والمسؤول الحزبي الاسئلة الواردة أدناه.

- من يعرفك؟ من يرضى عنك؟
- ما القضايا التي تدافع عنها؟ ومن غيرك يؤمن بأهميتها؟
- ما هي إنجازاتك المهنية التي تثير اهتمام الآخرين أو تؤثر فيهم؟
- ما هي إنجازاتك الشخصية التي تثير اهتمام الآخرين أو تؤثر فيهم؟
- من هم حلفاؤك السياسيون؟
- ما المنظمات التي تنتسب إليها؟
- من هم قادة المجتمع المحلي الذين يؤيدون عملك؟
- ما الروابط العائلية التي تفيد منها عند جمع التبرعات؟

أضف إلى هذه الأسئلة أداة العصف الذهني الواردة في الرسم البياني أدناه. فيستعرض هذا الرسم الفئات التي يتوزع عليها معظم المانحين مبدئياً:



يتبيّن من الرسم البياني أنّ المانحين يتوزعون على ست فئات أساسية، وهي:

<ul style="list-style-type: none"> • يتعيّن على المرشحين وقادة الحزب أن يقدموا شخصياً مساهمة مالية إلى حملتهم أو الحزب على التوالي. • يصعب عليهم إقناع الآخرين بضرورة تقديم مساهمات إذا لم يقوموا بالمثل. 	<p>المرشحون وقادة الحزب</p>
<ul style="list-style-type: none"> • يتعيّن على المرشحين وقادة الحزب أن يبحثوا ضمن دائرة معارفهم الخاصة، بمن فيهم أفراد عائلاتهم، وأصدقائهم، وزملائهم المقربون في العمل. • لرصد المانحين المحتملين. • يتميّ هؤلاء الأشخاص نجح المرشح أو قائد الحزب، لعلاقتهم الشخصية به. • رسالة حملة جمع التبرعات: «مساهمتمكم مهمة بالنسبة لي». 	<p>المعارف الشخصية</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● تضم هذه الفئة المانحين الذين يشاركون حزبك، أو مرشحيه، القضايا ذاتها، أو يدافعون عن الآراء ذاتها. ● يجوز أن يندرج تحت هذه الفئة الأشخاص الذين يتشاركون الخصائص التراثية أو الخلفية ذاتها، أو الجماعة المحلية. ● رسالة حملة جمع التبرعات: «نحن نتشارك القيم والرؤيا ذاتها». 	<h3>أصحاب العقيدة والرأي</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ● غالباً ما يقف قادة المجتمع المحلي، حتى البعيدين منهم عن الساحة السياسية، إلى جانبك، إذا شعروا بأنك ستكون خير ممثل لاحتياجات هذا المجتمع. ● فكّر ملياً في قادة القطاعات المدنية، أو الأكاديمية، أو الدينية، أو قطاع الأعمال، الذين قد يرغبون في دعم القيادات السياسية التي تعمل لخير هذه القطاعات أيضاً. ● رسالة حملة جمع التبرعات: «نتطلع إلى تحقيق الأهداف ذاتها لهذه الجماعة». 	<h3>القيادات</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ● قد لا يرضى بعض المانحين كثيراً عن حزبك أو مرشحك. ولكن، بما أنهم يشعرون باستياء أكبر تجاه الحزب أو المرشح الذي تخوض المعركة ضده، فيريدون أن يضمنوا وجودك في موقع قوة لإحراق الهزيمة بخصمك. ● رسالة حملة جمع التبرعات: «نحن أقوياء؛ ويمكننا خوض المعركة ضدهم». 	<h3>المانحون الناقمون</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ● يرغب عدة مانحين في توطيد علاقاتهم بأي طرف سيتولى مقاليد السلطة، طمعاً بحماية مصالحهم الخاصة إلى حد كبير. ● يربطون مصالحهم بالالتزامات العامة التي تتعهد بها، كفريق حملة أو مرشح. ● يعتمد الأشخاص أو المنظمات في هذه الدائرة بوجه عام إلى تقديم مساهماتهم في مرحلة متأخرة من الحملة الانتخابية، بانتظار معرفة إلى أي مرشح تميل الدفعة. ● رسالة حملة جمع التبرعات: «سيكون النصر حليفنا، ونتفهم مشاكلكم». 	<h3>أصحاب النفوذ</h3>

يتبيّن من السهمين الزرقاوين على جانبي الرسم البياني أنه يلزمك المزيد من الوقت والجهد لتوطيد العلاقة مع كل فئة من فئات المانحين، كلما تقدمت صعوداً من عمق الدائرة إلى الخارج.



الخطوة الثانية: أعدّ لائحة بالمانحين المحتملين

عند القيام بتمرين العصف الذهني لتحديد المانحين المحتملين. بادر إلى إعداد قائمة بالمنظمات والأشخاص الذين يخطر في بالك عند مناقشة الأسئلة الواردة أدناه، والإجابة عنها، مضمّناً إياها أسماءهم ومعلومات عن وسائل الاتصال بهم. من المفيد جداً أن تطلب من قادة الحزب والمرشحين حضور جلسات العصف الذهني أو التخطيط. مزودين بملف البيانات ذات الصلة وبلائحة معارفهم. بما فيها:

- جداول العمل الحالية والسابقة، أو دفتر اليومية، أو برنامج الأعمال اليومية
- قائمة بأرقام الهواتف الخلية
- قائمة أعضاء المؤسسات المهنية
- قائمة الموظفين أو أعضاء فريق العمل
- سجل "رولودكس" أو دفتر العناوين
- أعضاء النوادي
- لائحة عناوين البريد الإلكتروني
- أسماء أفراد العائلة

كن واضحاً وشاملاً قدر الإمكان عند جمع هذه المعلومات كلها. متوخياً كتابة الأسماء بشكل صحيح؛ ومحدداً أنسب طريقة للتوجه إلى الأشخاص. وأفضل وسيلة للاتصال بكل شخص وارد اسمه في اللائحة.

الخطوة الثالثة: حدّد المبلغ المناسب أن تطلبه

فور الانتهاء من إعداد لائحة رئيسية بالمانحين المحتملين. يجدر بك أن تتحرّى في المرحلة التالية عن نوعية (وكمية) المساهمة التي تطلبها من كل شخص. وعن أفضل وسيلة للتقدم بطلبك.

يتوزع المانحون مبدئياً على ثلاث فئات. تبعاً للمبلغ العام الذي يجوز أن تطلبه منهم. بحسب اعتقادك:

أصحاب المِنح الصغيرة	وهم من تطلب منهم قدرًا قليلاً من المال أو الموارد المادية
أصحاب المِنح المتوسطة	وهم من تطلب منهم قدرًا متوسطاً من المال أو الموارد المادية
أصحاب المِنح الكبيرة	وهم من تطلب منهم قدرًا كبيراً من المال أو الموارد المادية

يبقى المبلغ المالي الذي تطلب من كل فئة المساهمة به مرهوناً بالأوضاع الاقتصادية المحلية، وحجم الإيرادات، ومدى شيوع ثقافة المِنح المقدمة لأهداف سياسية التي يستغرق انتشارها وقتاً طويلاً. فكّر ملياً بكل عامل من هذه العوامل. محدداً مبلغاً معيّنًا لكل فئة من فئات المانحين. أو مبلغاً معيّنًا ستطلب من كل شخص مدرج على لائحتك المساهمة به.

لا تستخف بمفعول المِنح المتواضعة. ولا تنس أن الأشخاص الذين يساهمون بمبلغ صغير في حملتك هم أيضاً يستثمرون في نجاحك؛ وسيصوتون لك، مستدرجين آخرين ربما للقيام بالمثل. فالمنح المتواضعة المتراكمة تجمع مبلغاً كبيراً، وتظهر الدعم الشعبي بطريقةٍ تعجز عنها المنح الضخمة. افترض على سبيل المثال أن المرشح (أ) جمع مبلغ ٥ آلاف دولار أميركي من مانحين اثنين، بينما حصل المرشح (ب) على مبلغ ٣٥٠٠ دولار من ٢٠٠ مانح. صحيحٌ أن المرشح الأول كسب مبلغاً أكبر، ولكن الثاني حصد بالطبع دعماً أكبر.

النشاط ١: تحديد المانحين المحتملين

إستخدم المعلومات المتوافرة لديك لإعداد لائحة بالمانحين المحتملين، مصنفاً كلاً منهم ضمن فئة أصحاب المنح الصغيرة، أو المتوسطة، أو الكبيرة، بناءً على المعلومات التي حصلت عليها.

قيمة المساهمة المحتملة

الإسم

أدوات وتقنيات جمع التبرعات

تشير أدوات وتقنيات جمع التبرعات إلى النشاطات والوسائل التي يلجأ إليها المرشحون والأحزاب السياسية لجمع المال. فتشمل مثلاً رسوم العضوية، وبيع اليانصيب، والمزاد العلني، وتنظيم عشاء لتوزيع الجوائز، وتنظيم مؤتمرات، ومسيرات برعاية جهات معيّنة، وما إليها.

تتوافر أدوات لا تُعد ولا تُحصى لجمع التبرعات. لا بل يتبنّى عدد من الأحزاب السياسية والمرشحين مقاربات مبتكرة للغاية عند جمع المال. ولكن، يجدر بك أن تختار مقاربتك وفقاً لفعاليتها (قارن حجم الجهد الذي ستبذله بقيمة المبلغ المالي الذي ستحصده)، ومدى نجاحها في استمالة مانحيك المحتملين.

استعرض المنظمات التي تحتاج باستمرار إلى جمع المال، على حدّ علمك. فقد تشمل المنظمات غير الحكومية المحلية، والمؤسسات الخيرية، والمؤسسات الدينية، والمدارس، والتنظيمات السياسية الأخرى، وما شابهها. كيف تتدبّر أمرها لجمع المال؟ وما الوسائل التي تعتمد عليها لهذه الغاية؟ وإذا كنت في الماضي قد اضطررت إلى جمع مبلغ من المال لهدف معيّن، فكيف تدبرت أمرك؟

عدّ لائحة بجميع تقنيات جمع المال التي تخطر في بالك:

تقنيات جمع المال

تشمل تقنيات جمع المال المتعارف عليها ما يلي:

البيع بالمزاد العلني في المزاد العلني، يعرض المنظّمون بيع مجموعة قيّمة من مقتنيات تبرع بها أشخاص، كقطع فنية، أو ملابس، أو عشاء في مطعم فخم، أو إقامة في فندق، وما شابهها، داعين المانحين المحتملين إلى المزايدة على سعرها في معرض حفل أو عشاء ينظّم لهذا الغاية.

اليانصيب أو التومبولا

لتنظيم يانصيب أو تومبولا، يحصل الحزب أو فريق الحملة من أشخاص متبرعين على مجموعة هدايا من مختلف الأسعار. ثم يعمد إلى بيع أكبر قدر ممكن من البطاقات لتوزيعها. يجوز إجراء سحب اليانصيب أو التومبولا في معرض أي حفل، أو يجوز تنظيم هذا السحب في معرض حفل مخصص لجمع التبرعات.

رسوم

ومستحقات الأعضاء

إجمع الرسوم من أعضاء الحزب في فترات معيّنة (أي كل شهر، أو ثلاثة أشهر، أو سنة)، متوخياً حديد عدة مستويات للعضوية، تبعاً لمداخل الأعضاء وقدرتهم على الدفع. أما إذا كان حزبك ينوي فرض رسوم العضوية، فعليه أن يحصلها بانتظام.

جمع التبرعات من القاعدة الشعبية

تجمع هذه التبرعات حين تجمع مبالغ مالية ضخمة إلى متوسطة من مساهمات متواضعة. يشمل هذا النشاط بيع بعض مواد الحملة أو الحزب، كالقمصان القطنية، والحقائب، والملصقات، والأزرار؛ أو بيع المأكولات في حفل محلي؛ أو تنظيم لقاء حول فنجان شاي أو قهوة. وقد شاع اليوم استخدام خدمة الإنترنت في عدة بلدان (حيثما تتواجد البنية التحتية الضرورية)، كإحدى أوجه الوسائل لجمع هذا النوع من التبرعات.

اللقاءات حول فنجان قهوة أو اللقاءات المنزلية

تُنظّم هذه اللقاءات في إطار غير رسمي، حيث يستضيف أحد أعضاء الحزب أو مناصريه عدداً محدوداً من الأصدقاء، و/أو أفراد العائلة، و/أو الجيران، و/أو زملاء العمل، إما في دارته أو في مكان آخر مريح. يستغل الضيف هذا اللقاء لتعريف ضيوفه على المرشح أو الحزب.

عشاء مشترك (يشارك فيه كل ضيف بطبق من تحضيره) أو نزهة

يبيع فريق الحملة أو الحزب بطاقات لجمع المال في مآدب العشاء هذه، حيث يُحضر كل مشارك طبقاً من تحضيره أو أي مأكولات أخرى، لتغطية تكاليف الطعام.

حفل لتوزيع الجوائز

يعتبر هذا الحفل مبدئياً من أكثر النشاطات كلفة، حيث يبيع الحزب بطاقات لكبار المانحين، ويستغل الحزب هذا الحدث لتوزيع جوائز أو تكريم بعض أبناء المجتمع الذين تتطابق أعمالهم أو قيمهم مع الرؤيا الحزبية.

حفل فني أو راقص

تشكّل الحفلات الفنية أو الراقصة، أو المناسبات الاجتماعية على أشكالها، وسيلة مسلية لجمع مبلغ مقبول من المال، والتواصل مع مانحين جدد أو شباب.

المهرجانات المحلية

تقيم بعض الأحزاب السياسية مهرجانات محلية، احتفالاً بمناسبة أو ذكرى خاصة، فتجمع المال من خلال استئجار أكشاك أو طاوولات للشركات أو المنظمات، لبيع الأطعمة والسلع. فتكون هذه المهرجانات مناسبة لاستقطاب أعضاء جدد، ولإدراج أشكال أخرى من جمع الأموال، كاليانصيب.

الطلب الشخصي

يقتصر على طلب المال مباشرةً من أحد الأشخاص عند الالتقاء به وجهاً لوجه.

تكرار الطلب

أي طلب المال مجدداً من شخص سبق له أن قدّم مساهمة مالية للحزب أو المرشح.

الوقت المخصص للاتصالات/ الاتصالات الهاتفية

يعمد الكثير من المرشحين وقادة الأحزاب إلى تخصيص بعض الوقت أسبوعياً للاتصال بمانحين محتملين. طلباً لمساهماتهم. يجوز الاستفادة من هذا الوقت لتوطيد العلاقة مع أفراد قد لا يساهمون من المرة الأولى، إنما يتجاوبون مع الوقت.

الرسائل

في البلدان التي تنعم بنظام فعال للخدمات البريدية والمصرفية، يمكن أن يرسل المرشحون أو الأحزاب رسائل إلى مانحين محتملين إما طلباً للمال أو لدعوتهم إلى حضور مناسبات بغرض جمع المال.

البريد الإلكتروني والإنترنت

كثُر استخدام هاتين الوسيلتين كأداتين ناجعتين لجمع المال من القواعد الشعبية، في بلدان تنعم بالبنية التحتية الضرورية لتيسير التبرع عبر الإنترنت.

اللجان المالية

تكوّن هذه اللجان من أعضاء يلتزمون بالتبرع، وكذلك بجمع مبلغ محدد من المال سنوياً لمصلحة الحزب أو مرشحين معيّنين. وتضم هذه اللجان عادةً أعضاء يتمتعون بشبكة واسعة من المعارف، أو مناصرين مرموقين تحظى أعمالهم بتقدير خاص.

المؤتمرات والمنتديات

تنظّم غالبية الأحزاب مؤتمرات أو منتديات تضم عدة محاورين، ويتحدث فيها مسؤولون حزبيون ومناصرون بارزون عن قضايا تشغل اهتمام الناس. يجوز أن تفرض هذه المؤتمرات سعراً لبطاقة الدخول أو رسم تسجيل. كما يجوز أن ينظّم الحزب خلالها نشاطات لجمع الأموال، كالاتقاء حول فنجان قهوة بغرض التشبيك، أو رفع أسعار بطاقات أي حفل عشاء، أو سحب يانصيب.

بيع الدعايات

تبيع بعض الأحزاب مواد ترويجية، كروزنامة سنوية، تتيح لها أن تبيع ١٢ دعاية على الأقل. وبالتالي، تسمح هذه الوسيلة بعرض منافع ملموسة على المانحين لقاء الدعم الذي يقدمونه.

النشاط ٢: الموارد مقابل العائدات

راجع لائحة التقنيات التي أعدتها في الفقرة السابقة لجمع المال.

برأيك، أي تقنية من التقنيات المذكورة تحقق مبدئياً أعلى نسبة من العائدات (تدرّ أكبر قدر من المال)؟

برأيك، أي تقنية من التقنيات المذكورة تستهلك مبدئياً أعلى نسبة من الموارد (يتطلب تنظيمها أكبر قدر من الجهد)؟

الموارد مقابل العائدات

لست مضطراً بالطبع إلى إحياء حفل موسيقي ضخم، بحضور أشهر نجوم البوب في البلد، ومجهزاً بأعلى التقنيات الضوئية الباهرة، وبأضخم أنظمة الصوت، لمجرد أنك قادر على ذلك. فعملية جمع المال لا تبغي فعلاً أكثر من جمع المال. وبالتالي، إذا كان الحدث الذي تنوي تنظيمه سيستهلك الكثير من الجهد، من دون أن يدرك لك الكثير من المال، فهل يجدر بك فعلاً تنظيمه؟

هنا بيت القصيد. لذلك، يجدر بجميع الأشخاص البارعين في جمع المال لأهداف سياسية، أن يقارنوا باستمرار الموارد المطلوبة لتنفيذ كل جهد من جهود جمع المال (أي الوقت، والأشخاص، والمال، وما إليها) بالعائدات التي سيحققها (أي المبلغ المالي الفعلي أو صافي المدخول الذي يحصده الحزب).

تطالعك أدناه مقارنة نسبة الموارد بنسبة العائدات المحصلة من بعض التقنيات الشائعة لجمع المال. كيف تقرؤها على ضوء التحليل الذي أجرته حول الموارد والعائدات في الفقرة السابقة؟

هل تنطبق هذه المقارنة على الوضع القائم في بلدك؟

ما التقنيات الأخرى التي يصلح تطبيقها في مجال جمع المال؟

موارد عالية/عائدات عالية	موارد عالية/عائدات عالية
الطلب الشخصي	المزاد العلني
تكرار المال	عشاء لتوزيع جوائز
استضافة بعض المناسبات (حيث يتكفل المضيف بتغطية جميع التكاليف)	العضوية: رسوم مباشرة شهرية أو نسبة عالية من المستحقات
الوقت المخصص للاتصالات	تنظيم حفلات ذات بطاقات مرتفعة الأسعار
البريد الإلكتروني والإنترنت (وفقاً للظروف)	اللجنة المالية
موارد عالية/عائدات متدنية	موارد متدنية/عائدات متدنية
عشاء مشترك (يحضر فيه كل مشارك طبقه)	لقاءات منزلية أو حول فنجان قهوة
حفل موسيقي أو راقص	الرسائل
عضوية ذات رسوم متدنية	
سلع: قمصان قطنية، حقائب، أزرار، كتب، وما إليها	

فن طلب المساهمة

تكشف قدرة الشخص على الطلب عن تمتعه بمهارة التفاوض. ففي الحياة السياسية، يستلزم طلب الدعم، سواء المالي، أو المادي، أو السياسي، كفاءة عالية يجدر تنميتها. تذكر أنّ إشراك المناصرين يبدأ بخطوة بسيطة، ليودي في ما بعد إلى التزامات كبيرة. وبالتالي، فإنّ إمكانية الطلب من مناصر الانتقال تدريجياً من موقعه إلى موقع المتطوع، توازي من حيث الأهمية إمكانية الطلب من مانح بارز المساهمة بمبلغ مالي ضخم.

عندما تتقدم بطلب من أحدهم، تكون مقاربتك الخاصة مرهونةً بطبيعة العلاقة التي تربطك به، وكذلك بأسلوب الكلام ووسيلة الاتصال اللذين تستسهل استعمالهما. فبوجه عام، تقتضي هذه العملية اتّباع الخطوات التالية:

١. الاستعداد. حدد سلفاً المبلغ الذي ستطلب من الشخص المساهمة به، بعد أن تفكّر ملياً في الأسباب التي قد تدفعه إلى دعم الحزب أو الحملة. وفي معرض التحزّي عن الروابط الشخصية المحتمل أن جمعه بالمرشح، إجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الخلفية والعلاقات المهنية لهذا الشخص، والعلاقات العائلية، ومعارفه من أيام الدراسة، واهتماماته. أما إذا كنت تطلب الحصول على دعم مالي، فادرس ضمن أي حلقة من حلقات الرسم البياني الدائري يمكن إدراج هذا الشخص.

٢. إقامة الروابط. إستخدم الكلام ولغة الجسد والموقع المناسب لإقامة الروابط مع الشخص الذي تلتقي به، في ظل أجواء تبعث على الارتياح. فاحرص أن توضح للشخص الآخر، بلغة جسديك ومقاربتك، أنّ الحديث بينكما لا يجري من طرف واحد؛ وألا تطلب من المانح المال أو أي شكل آخر من أشكال الدعم بشكل مفاجئ.

٣. تسهيل التواصل. اشرح بوضوح إلى المانح ما يلفت انتباهه، مستعرضاً الإنجازات التي تحاول تحقيقها كحزب أو مرشح، وشارحاً له السبل التي تمكّنك من إحداث الفرق المنشود. واضب على نقل رسالة مقتضبة إنما واضحة، من دون الإكثار في الكلام.

٤. توخّي الوضوح. فليكن طلبك واضحاً، إذا كان المال مرادك، فأعلم المانح المحتمل بدقة قيمة المبلغ الذي تريد منه المساهمة به. لا يكفي أن تطلب منه «شيئاً» أو «أي شيء»، بل يجب أن تزوده برقم يستند إليه في عملية التفاوض هذه.

٥. التوقف عن الكلام. ما إن تعرض طلبك بوضوح، توقف عن الكلام بانتظار أن يرد المناصر أو المانح على طلبك، بعد أن يكون قد فكّر به. لا تقلق إذا لزم الصمت لبعض الوقت؛ فهذا أمر طبيعي للغاية. ولكن، إذا حاولت أن تكسر الصمت بأي كلام، فقد تتجه من دن انتباهه إلى خفض سقف مطلبك

متخلياً عن المطلب الأول. من الصعب بالطبع الالتزام بالصمت، لذا ما عليك في هذه اللحظات سوى أن تمرر الوقت باحتساء الماء أو الشاي من كوبك.

٦. الإصغاء ثم الإجابة. قد يصدر عن المانح أربع إجابات محتملة، وأربع ردود عنك.

إذا قال المانح: أنت تقول:

نعم ← عظيم! شكراً!
ربما ← هل تريد معلومات إضافية؟
لا ← هل يهملك المساهمة بمبلغ آخر؟ أو هل يناسبك أن تدعم
الحزب بطريقة أخرى؟
نعم، وإنما بمبلغ أقل ← هل يناسبك أكثر أن تساهم (بمبلغ أقل بقليل)؟

٧. عدم إهمال التفاصيل. إذا التزم الشخص بدفع مبلغ من المال، فاتخذ الترتيبات اللازمة لتسلم المبلغ. مستعلماً عن المكان والزمان. أما إذا كان بحاجة إلى مزيد من التفكير في طلبك، فحدد كيف ستزوده بالمعلومات المطلوبة، وعيّن موعداً للقاء آخر من قبيل المتابعة. إذا وافق المناصر على تعزيز مشاركته في الحملة، فاتخذ الترتيبات اللازمة لتحديد موعد هذه المشاركة وشكلها.

٨. إبداء التقدير. بغض النظر عن ردّ المانح/المناصر، إحرص على أن تشكره على وقته واهتمامه. وتأكد من إرسال كلمة شكر رسمية ومناسبة إلى جميع المناصرين، أياً كانت طبيعة مساهمتهم.

٩. تكرار الطلب. حالما تعرب عن تقديرك إلى مانحك، لا تخش أن تطلب منه مساهمة إضافية، لأنّ المانح الذي سبق أن استثمر في مرشحك أو حملتك، تزيد احتمالات مساهمته مجدداً. لا تتردد في الاستعلام من المناصر، الذي وافق أن يتطوع بالعمل في مقر الحملة أو بالطواف التماساً للتأييد، عن مدى اهتمامه بتعزيز مشاركته، من خلال استضافة نشاط معين لأغراض الحملة.

١٠. البقاء على اتصال. حافظ على علاقات طيبة مع المانحين، والمانحين المحتملين، والمناصرين الذين ساهموا فعلياً في الحملة. لا تكتفِ بالاتصال بهم عند الحاجة إلى خدماتهم، إنما اتصل بهم في مناسبات أو أعياد خاصة، أو لإعلامهم بنشاطات سياسية هامة، أو لإطلاعهم على ما يجري داخل الحزب السياسي.

النشاط ٣: فن الطلب

١. راجع لائحة المانحين المحتملين التي أعدتها في النشاط ١. إختبر منها من تظن أنه قد يردّ إيجاباً على طلب المساهمة. ثم استعد للتوجّه إليه، من خلال صياغة رسالة لهذه الغاية، محددًا قيمة معيَّنة من المال أو الموارد التي تريدها. دوّن أدناه أي نقاط رئيسية تود التحدث عنها.

٢. فكّر في أحد مناصري الحزب أو المرشح، ممن له قدرة على توسيع مشاركته في أعمال الحملة. إستعد للطلب منه زيادة استثماره من حيث الوقت، أو الالتزام، أو الدعم. دوّن أدناه أي نقاط رئيسية تود التحدث عنها.

الملحق ١

الجواب على أحجية قاعدة جمع التبرعات لأهداف سياسية

