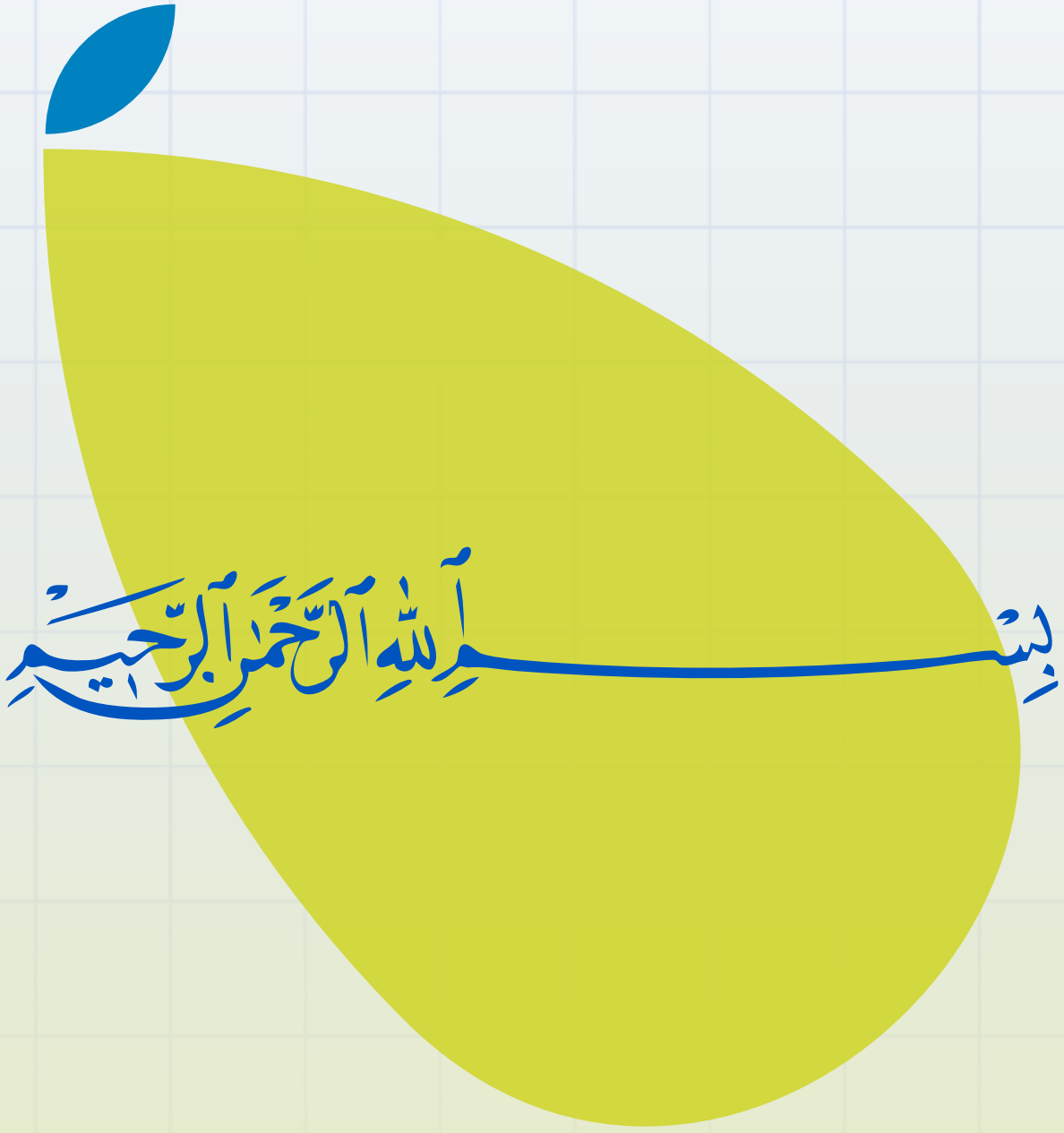
رحلة في عقل
المتبرع السعودي

mustadam | مستدام


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

مستدام

أحد منتجات نوهـاو المتخصص
في تقـديم الحلـول التسـويقية
للمنظمات غير الربحية

mustadam | مستدام

المقدمة

يعد القطاع غير الربحي شريكًا تنمويًا واقتصادياً في المسيرة السعودية؛ ويضطلع بدور محوري في رؤية 2030؛ إذ يتمتع بملاءة مالية ضخمة تشكل أصولاً بأكثر من ربع تريليون ريال و إيرادات سنوية تجاوزت سقف 8 مليارات ريال منذ بداية العقد الجاري. والمؤشرات مستمرة في الارتفاع.

تماشياً مع أهمية هذا القطاع الذي تحرص الحكومة على تمكينه.؛ إيمانًا بدوره وأثره الفعال على الأصعدة الاجتماعية والتنموية والاقتصادية،؛ يأتي هذا التقرير ليركز على أحد أهم عوامل نجاح القطاع غير الربحي وهو: تحليل سلوك المتبرعين

أهمية تحليل سلوك المتبرعين

ينطلق هذا التقرير من حقيقة هامة هي أن الأفراد والشركات الفردية من أهم الروافد المالية للقطاع غير الربحي. في ضوء هذه الحقيقة؛ تبرز أهمية فهم المتبرع وتحليل سلوكه باعتباره أول مدخلات العملية التسويقية لجمع التبرعات؛ لأنه المستهدف منها.

ولذا فإنه من الأهمية تحديد السمات الشخصية للمتبرعين وتتبع دوافعهم النفسية والدينية والاجتماعية؛ ورصد العوامل المؤثرة على سلوكهم الخيري. بغية الاستفادة من هذه المعطيات لابتكار منتجات خيرية تتماشى مع تفضيلات المتبرعين وتلبي احتياجاتهم.

ولتحسين تجربة المتبرع وتشجيعه على تكرار تبرعه وتحويله إلى سفير مجتمعي للعمل الخيري؛ يحتاج القطاع غير الربحي أيضًا إلى تحليل محطات رحلة التبرع؛ بدءًا من التفكير بالتبرع؛ مرورًا بتحديد أوجه الإنفاق؛ واختيار جهة التبرع؛ وتحديد طريقة الدفع؛ وصولا إلى استلام سند القبض ثم متابعة أثر التبرع.

محطات الرحلة

تمر الرحلة بأربع محطات رئيسة؛ هي في الواقع مراحل اتخاذ قرار التبرع

إدراك الحاجة

البحث

التبرع

التقييم

أولاً

إدراك الحاجة

لماذا يتبرع السعوديون

دوافع التبرع

دينية

ثـواب اللـه وتزكـــية المـال ودفع البلاء

نفسية

الشعـــــور بتأنيـب الضميـر لعـدم مسـاعدة المحتاجيـن أو التقصيـر فـــــي دوره فـي المجتمع

اقتصادية

تعزيـز التكافـل الاجتماعـي وتقليـل الفجـوة الاقتصاديـة بين طبقات المجتمع

ديمغرافية

مسـتوى الدخـــــل ومـكان الإقامة

اتصالية

الإعلان وحملات التبرع

اجتماعية

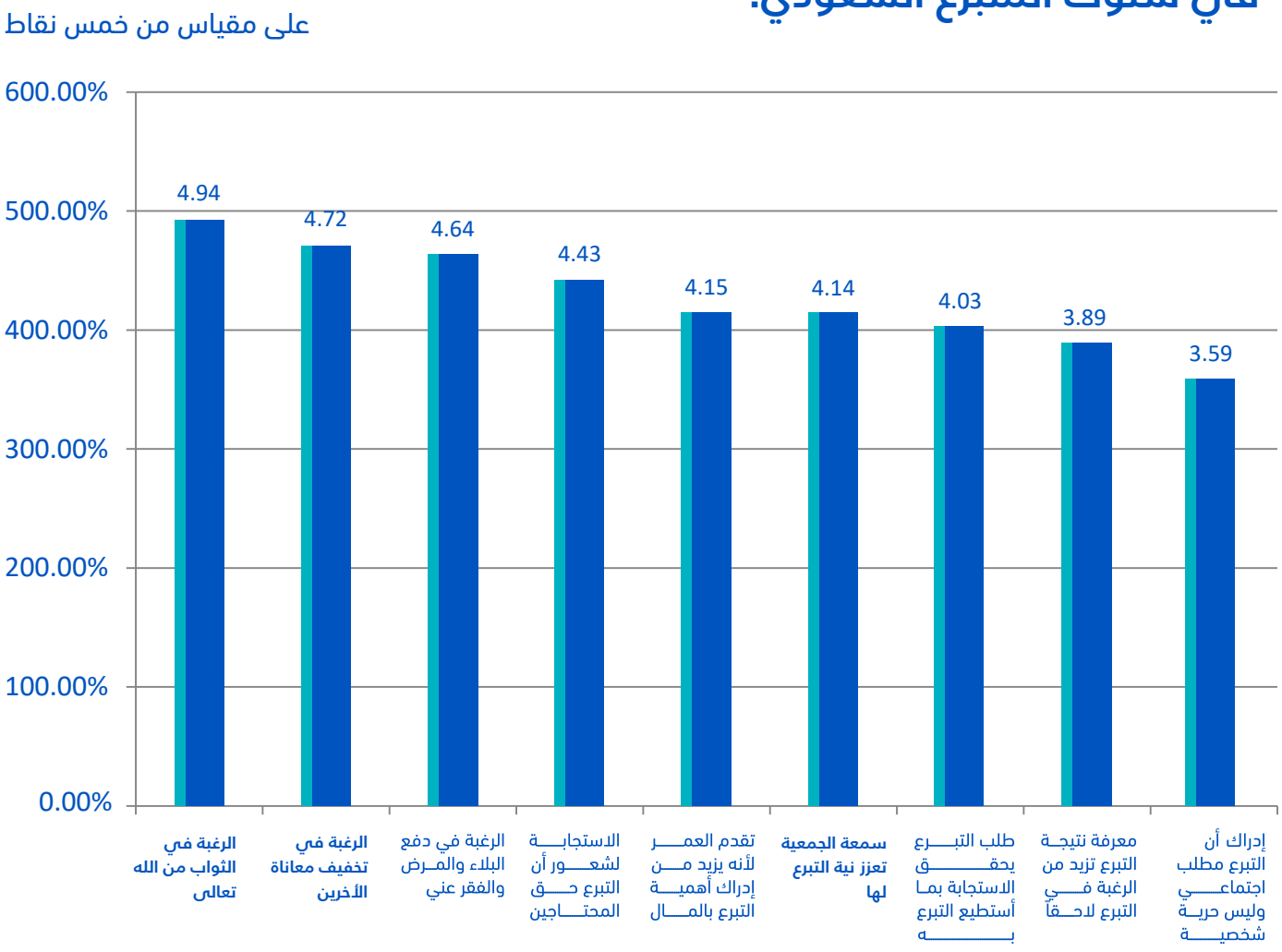
القيـم والأعـراف والضغـوط الاجتماعية

الدوافع الأكثر تحفيزا للمتبرعين السعـوديين

أقوى الدوافع التي تحفز السعوديين على التبرع هي:

رجاء الثواب من الله تعالى (4.94 من 5)
تليها الرغبة فـي تخفيف معاناة الآخرين (4.72 من 5)
الرغبة في دفع البلاء عن المتبرع (4.56 من 5).

يوضح الرسم البياني التالي بقية الرغبات التي تؤثر في سلوك المتبرع السعودي:



أهم المعايير المؤثرة في التبرع

1. المعايير الاجتماعية (3.82 من 5)
2. المعايير الثقافية (3.81 من 5)
3. المسؤولية الأخلاقية (3.62 من 5)

(درجة المعايير على مقياس من خمس نقاط)

المعايير المؤثرة في التبرع

أولاً المعايير الاجتماعية

1. (تبرعي أمر سري بيني وبين اللّه؛ أجتهد في عدم إفشائه)؛ (4.60 من 5.00).
2. (الذين يهمني رأيهم يشجعونني على التبرع) (3.92 من 5.00).
3 (التبرع مطلب اجتماعي وليس حرية شخصية) (3.59 من 5.00).
4 (التبرع بالمال محل استغراب بعض الفئات الاجتماعية المؤثرة) (3.18 من 5.00).

ثانياً المعايير الثقافية

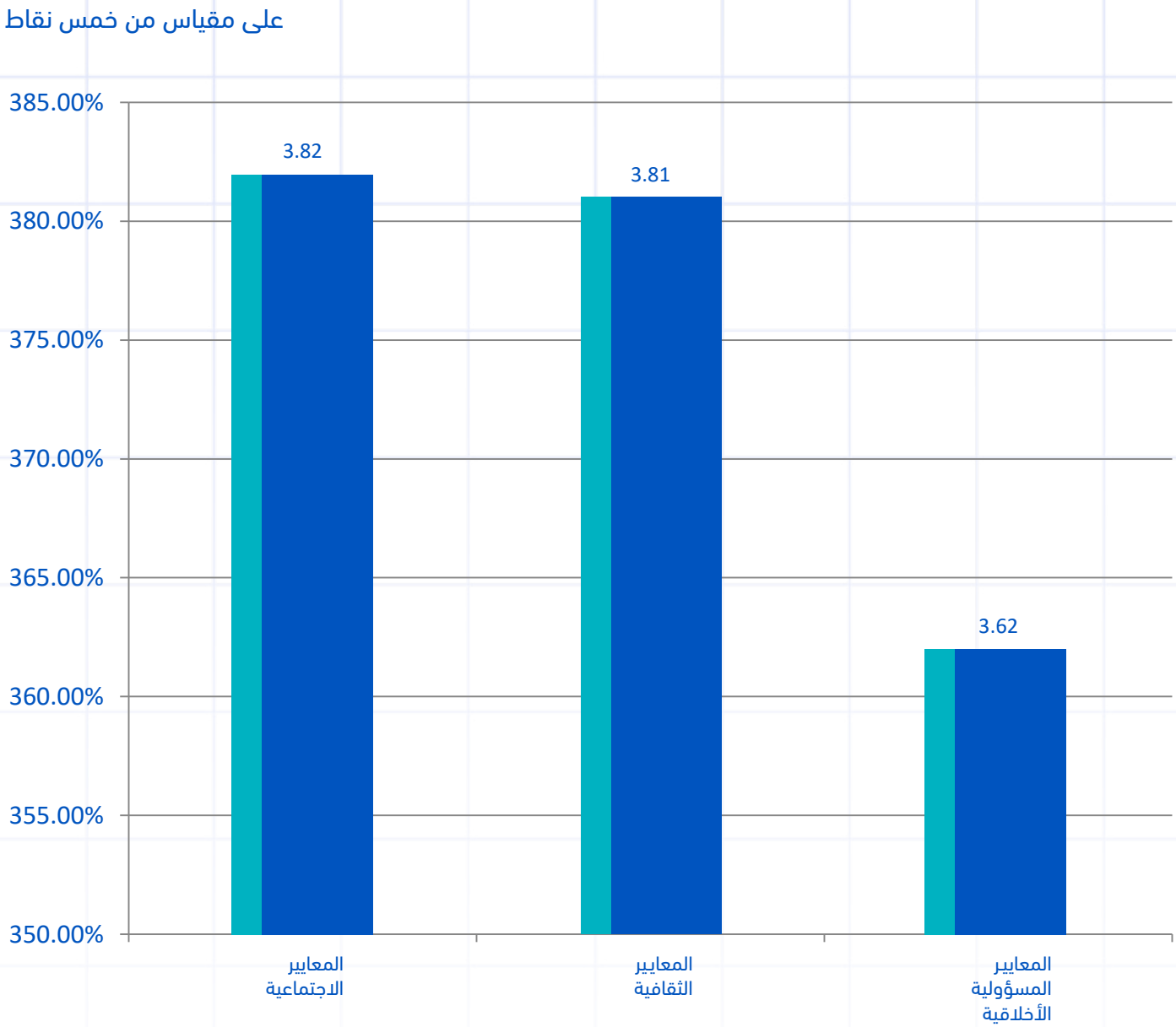
1. (التبرع النقدي عادة حسنة في مجتمعنا) (4.05 من 5.00) .
2. (توجد مناشط ثقافية تعزز الرغبة في التبرع النقدي) (3.56 من 5.00).

ثالثاً المسؤولية الأخلاقية

1.(كلما تقدم بي العمر أدركت أهمية تبرعي بالمال) (4.15 من 5.00).
2. ومؤشر (لدي ثقة بقدرتي على التبرع مهما كان وضعي المالي) (3.91 من 5.00).
3. أما مؤشر (من الواجب عليّ التحدث إلى أسرتي عن تبرعاتي) (2.79 من 5.00).

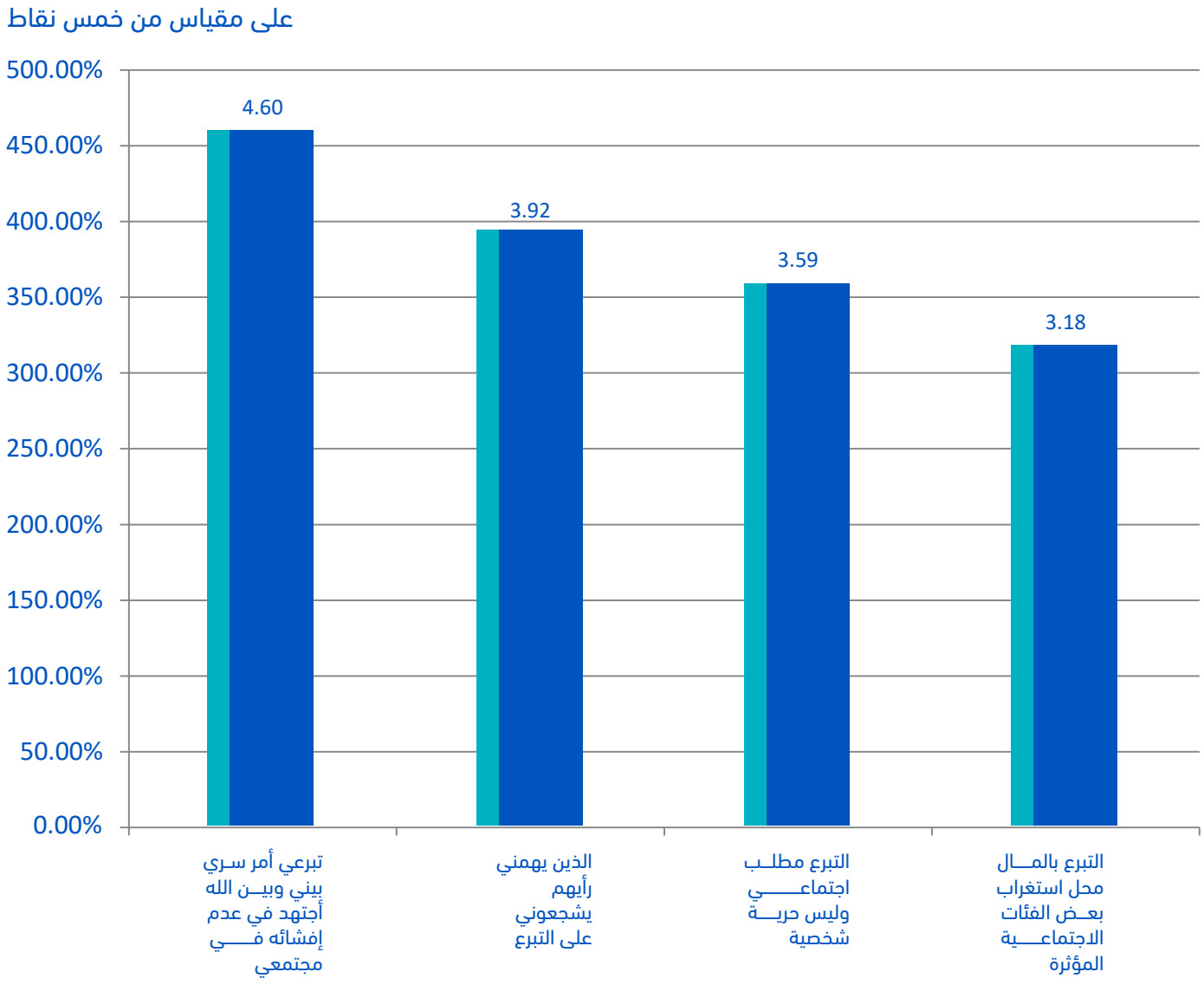
المعايير المؤثرة في التبرع

أكثر المعايير المؤثرة فى تبرعات السعوديين هى المعايير الاجتماعية (3.82 من 5) تليها العايير الثقافية (3.81 من 5) ثـم معايير المسؤولية الأخلاقية (3.62 من 5)؛ حسبما يظهر في الرسم البيـاني



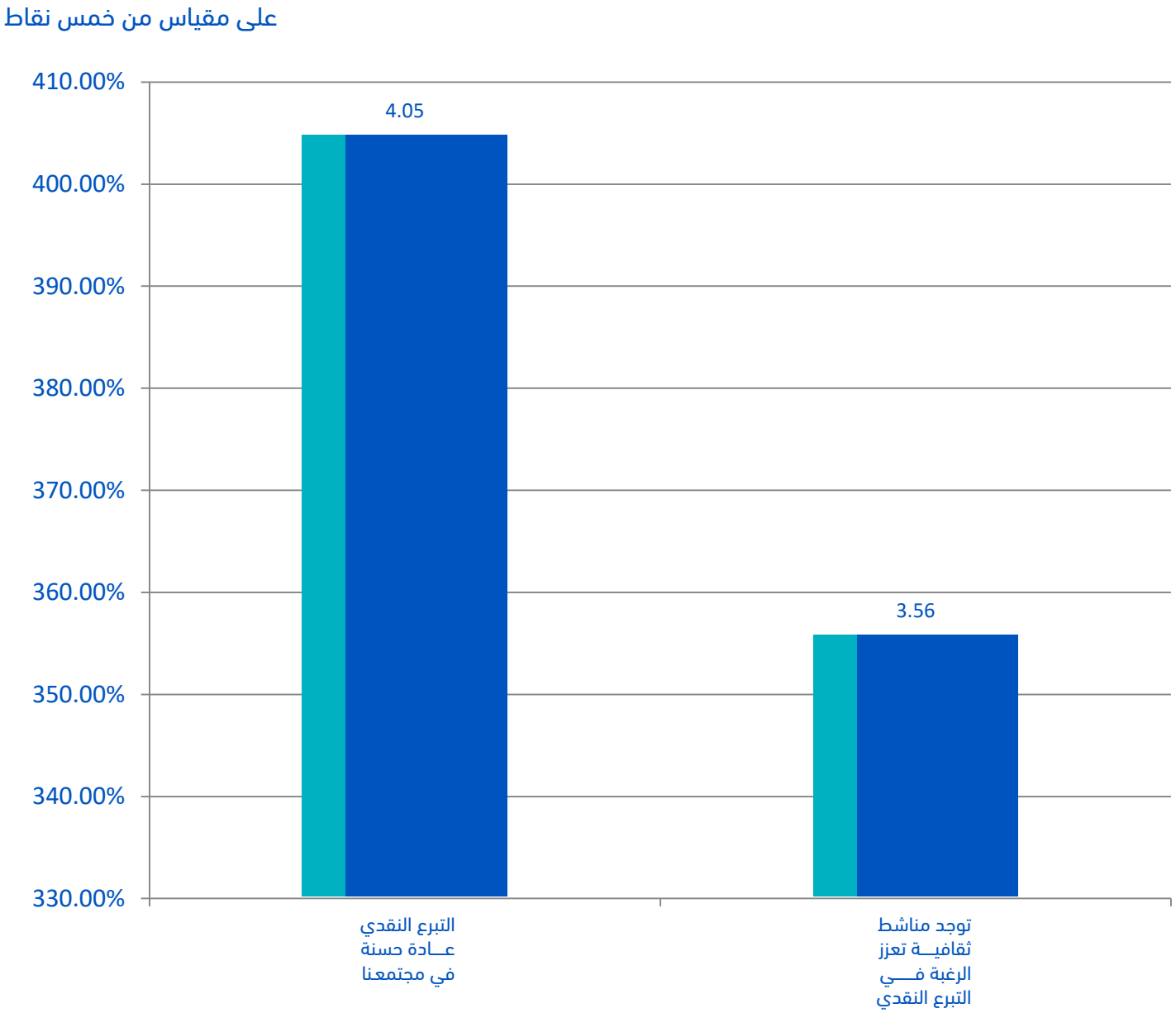
المعايير الاجتماعية المؤثرة في التبرع

يعد الغالبية العظمى من السعوديين (4.60 من 5) تبرعهم أمرًا سريًا بينهم وبين الله يجتهدون في عدم إفشائه؛ لكنهم في الوقت ذاته يشجعون من يهتمون بأمرهم على التبرع (3.92 من 5).



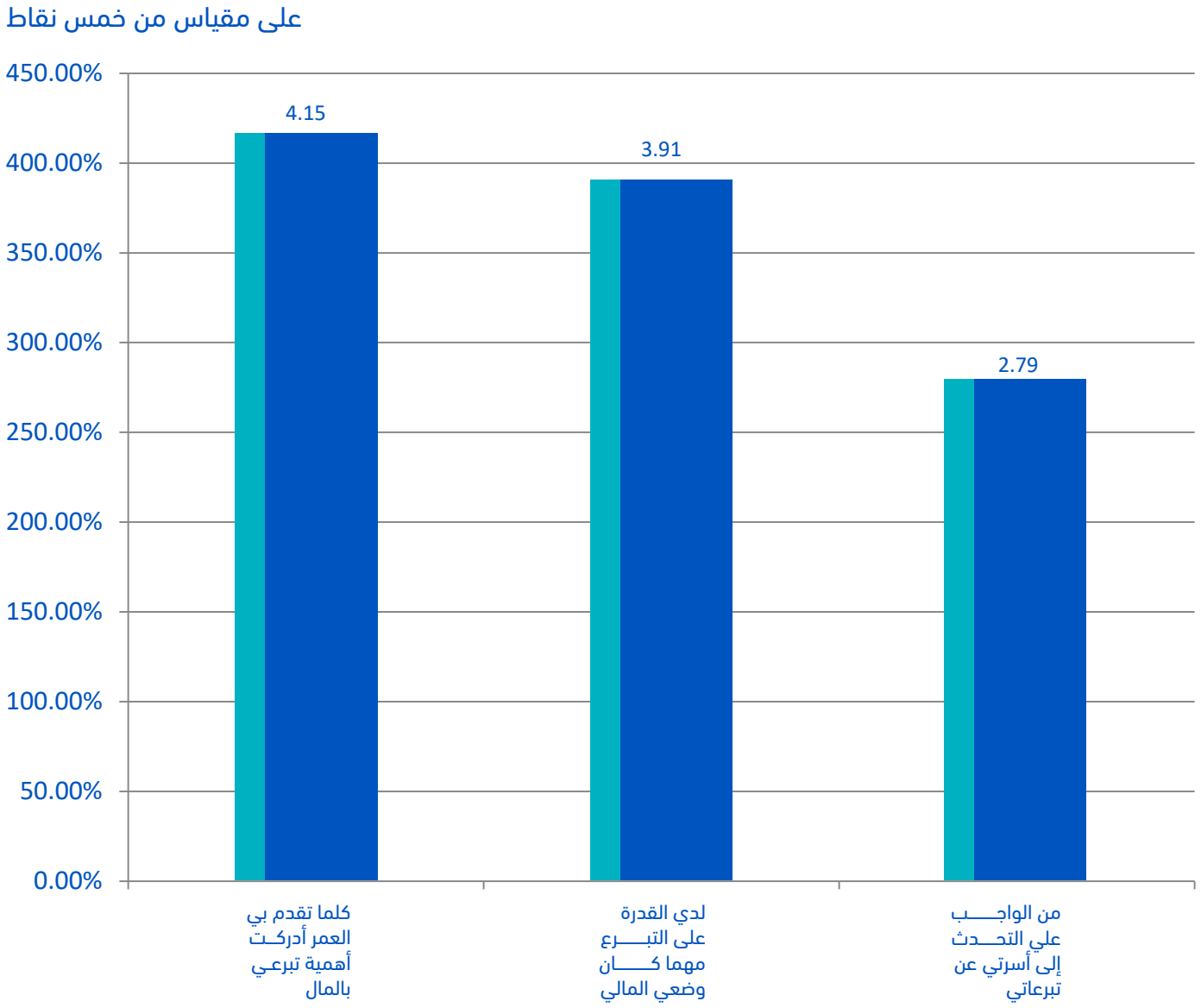
المعايير الثقافية المؤثرة في التبرع

اعتياد المجتمع السعودي على التبرع من أكثر المحفزات الثقافية المؤثرة في سلوكيات المتبرعين (4.05 من 5)؛ تليها المناشط الثقافية التي تعزز الرغبة في التبرع النقدي (3.56 من 5) حسبما يظهر في الرسم البياني التالي:



معايير المسؤولية الأخلاقية المؤثرة في التبرع

- التقدم بالعمر من العوامل المؤثرة بقوة في سلوكيات المتبرعين السعوديين (4.15 من 5).
- يثق غالبية السعوديين بقدرتهم على التبرع مهما كان وضعهم المالي (3.91 من 5).
- يوضح الرسم البياني التالي أهم معايير المسؤولية الأخلاقية المؤثرة في سلوك المتبرع السعودي:



أهم المحفزات التي تشجع السعوديين على التبرع

- انتشار روح الإيثار في المجتمع
- الوعي بحاجة المستفيدين
- ارتفاع العوائد المادية والنفسية للمتبرع
- مجال التبرع
- حملات التبرع
- تقليل تكلفة التبرع
- فنيات الإقناع
- طلب التبرع

ثانياً

البحث

البحث والموازنة بين البدائل

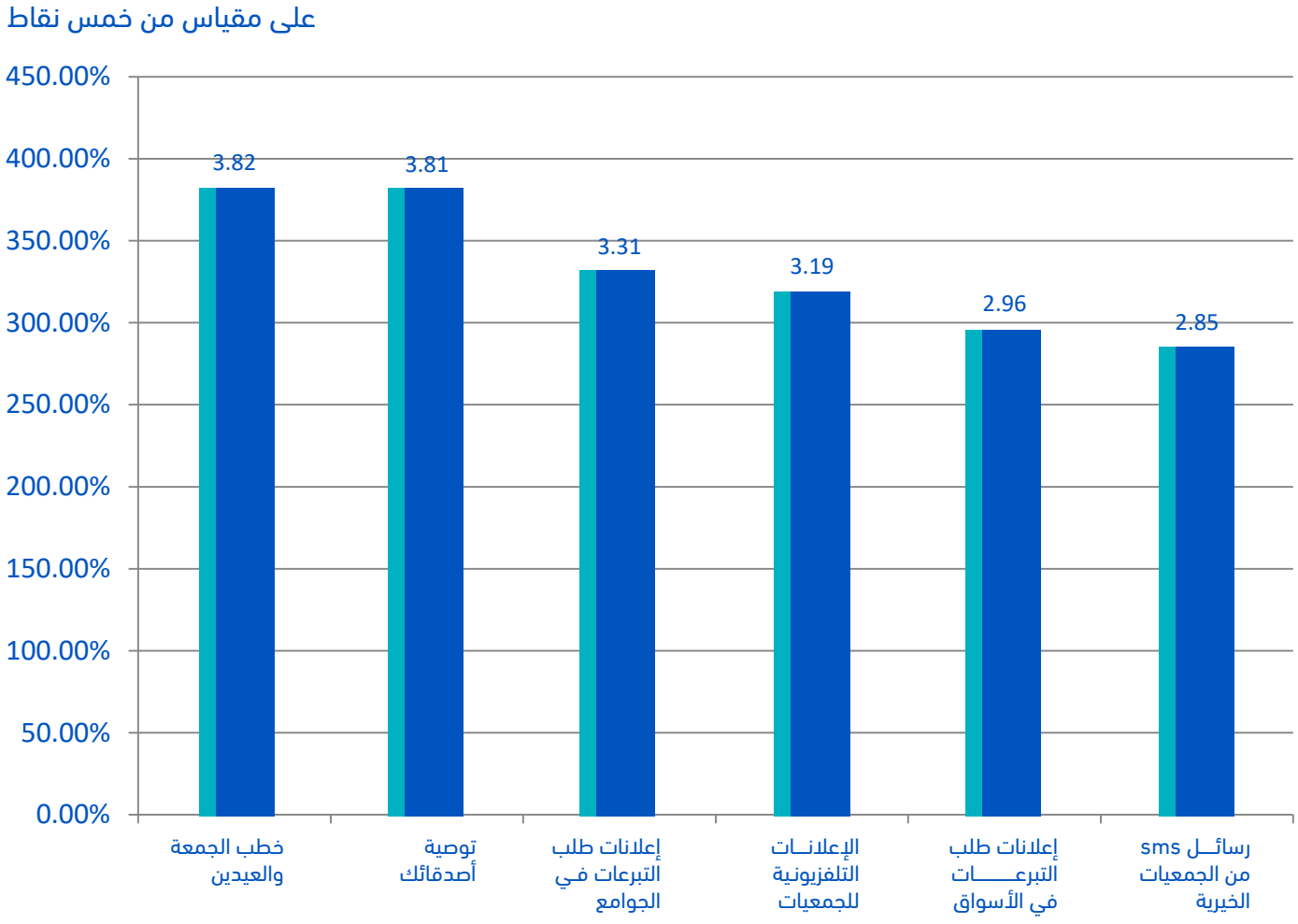
تأثير الوسائل التقليدية لطلب التبرع

. أكثر الوسائل التقليدية تأثيرًا في المتبرعين هي خطب الجمعة (3.82 من 5) وتوصيات الأصدقاء (3.81 من 5).

. تجذب إعلانات طلب التبرعات في الجوامع (3.31 من5) والإعلانات التلفزيونية للجمعيات (3.19 من5)

. أقل الوسائل التقليدية لطلب التبرع تأثيرًا هي الرسائل القصيرة من الجمعيات الخيرية (2.85 من 5).

يوضح الرسم البياني التالي مدى تأثير الوسائل التقليدية لطلب التبرع على سلوك المتبرعين السعوديين:

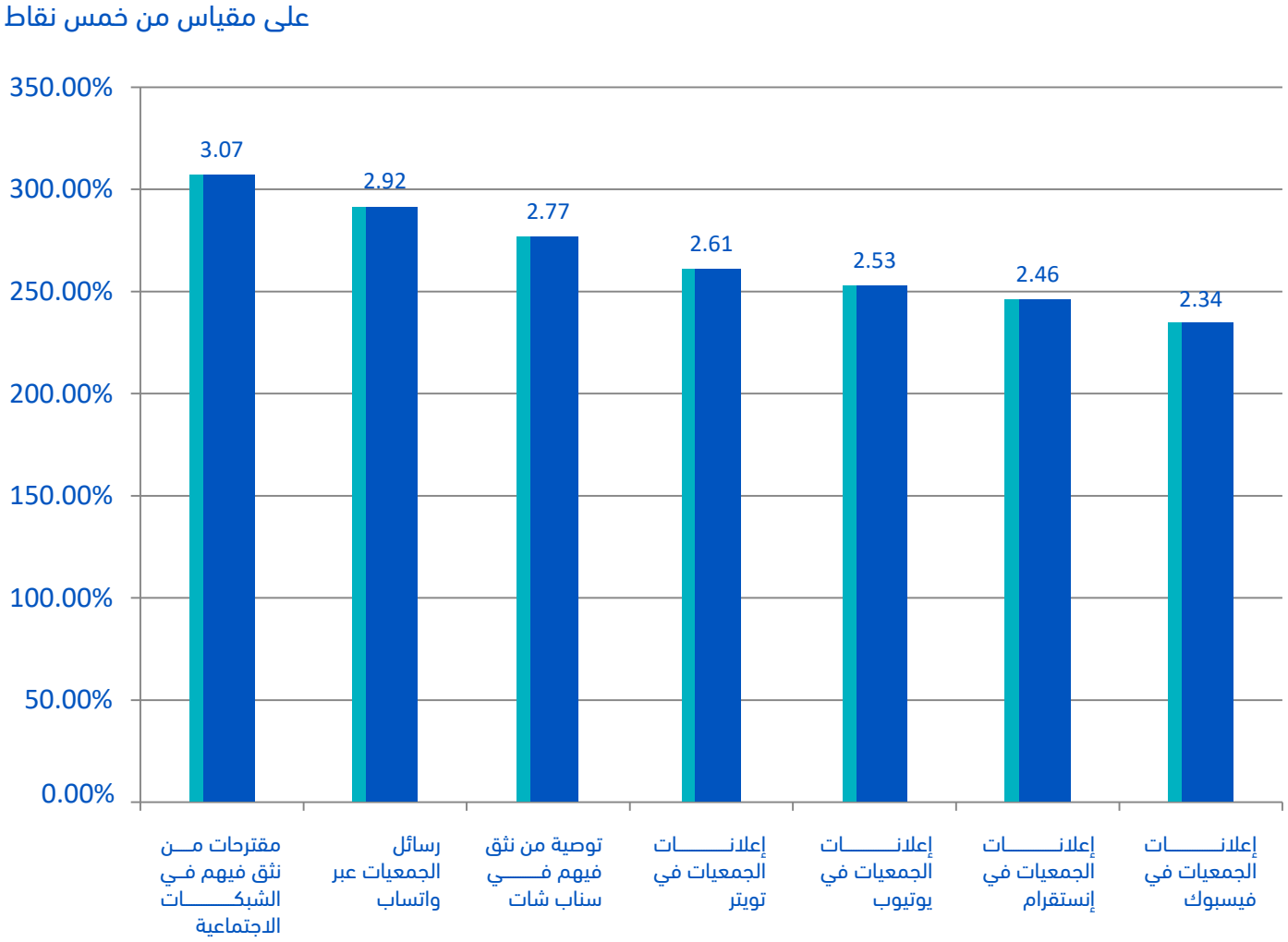


تأثير الوسائل الحديثة لطلب التبرع

. الوسائل الحديثة الأكثر تأثيراً على المتبرعين هي: مقترحات الوثوق بهم في الشبكات الاجتماعية (3.07 من 5)؛ ورسائل الجمعيات عبر الواتس آب (2.92).

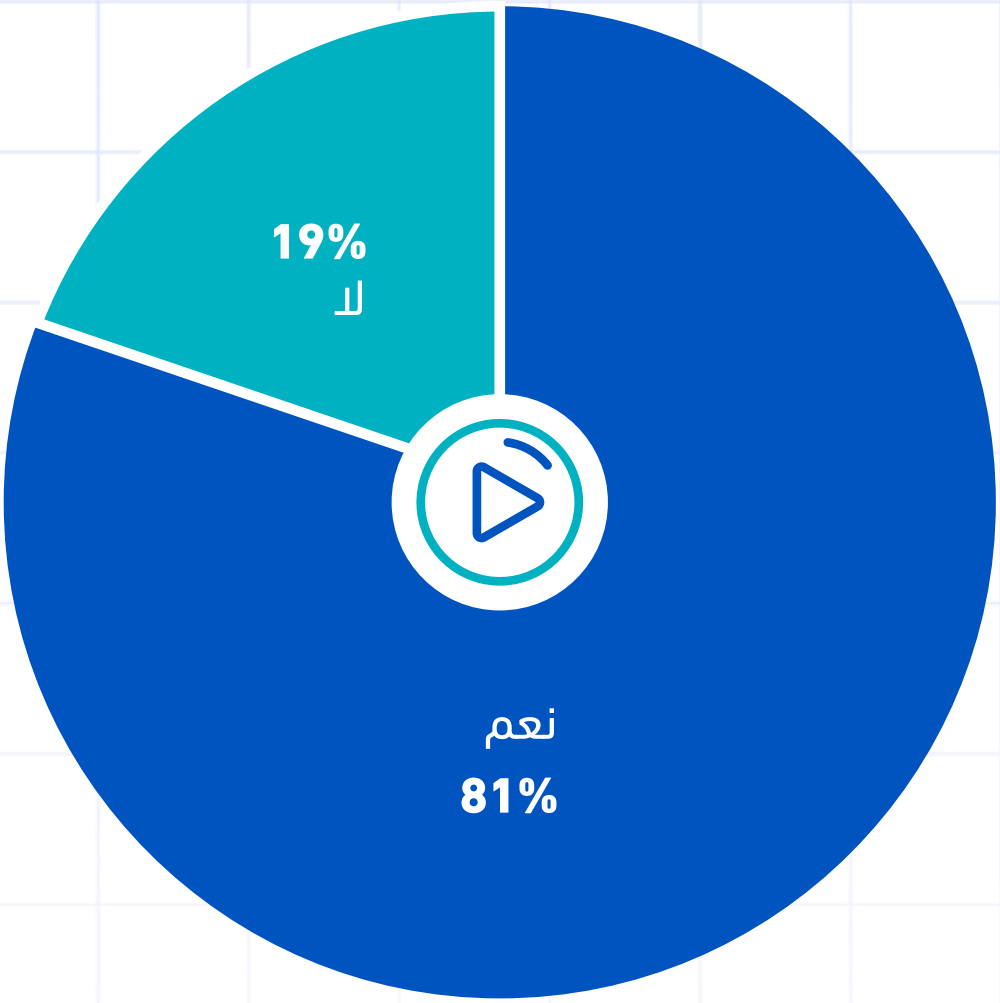
. تأثير متوسط التوصيات الموثوق بهم في سناب شات (2.27 من5) و إعلانات الجمعيات في تويتر (2.61 من 5).

يوضح الرسم البياني التالي مدى تأثير الوسائل الحديثة لطلب التبرع على سلوك المتبرعين السعوديين:



استخدام الفيديو في حملات التبرع

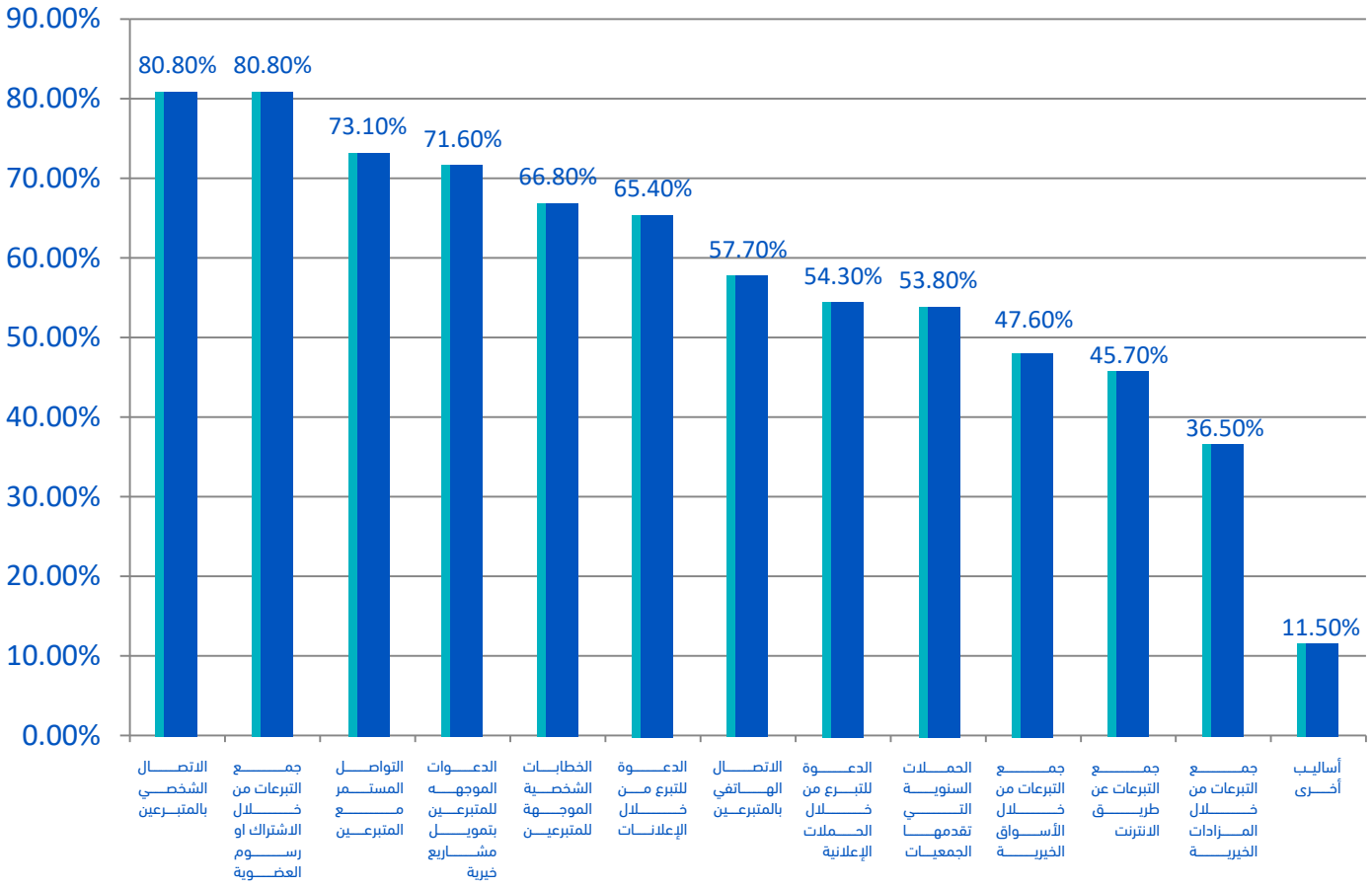
يفضل أغلبية السعوديين حملات التبرع التي تحتوي على مقاطع فيديو:



أفضل أساليب جمع التبرعات

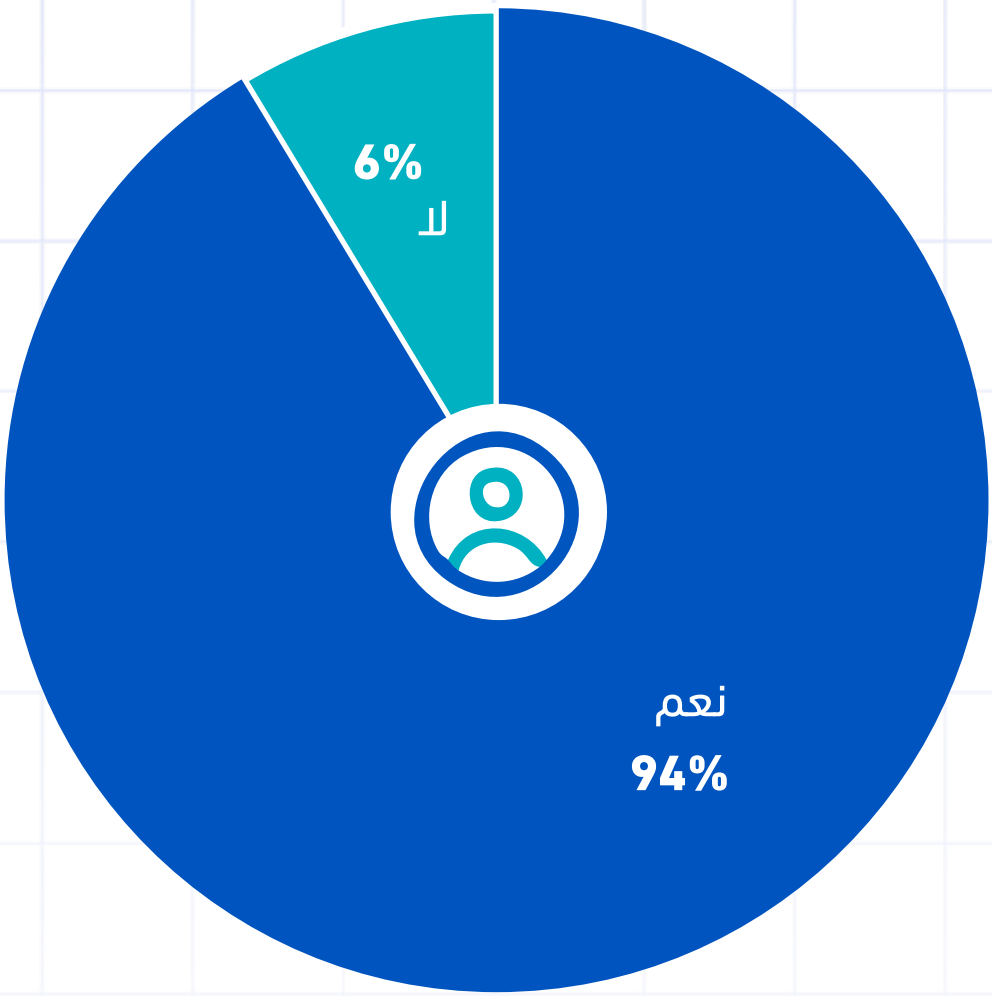
. أفضل أساليب جمع التبرع في نظر السعوديين هـــي: الاتصال الشخصي بالمتبرعين؛ وجمع التبرعات من خلال الاشتراكات أو رسوم العضوية و الاستقطاعات الشهرية من رواتب المتبرعين.

. يستعرض الرسم البياني التالي آراء المتبرعين حول أهم الأساليب التي يجب على الجمعيات الخيرية استخدامها للحصول على التبرعات:



أهمية تعريف المتبرع بتفاصيل المشروع

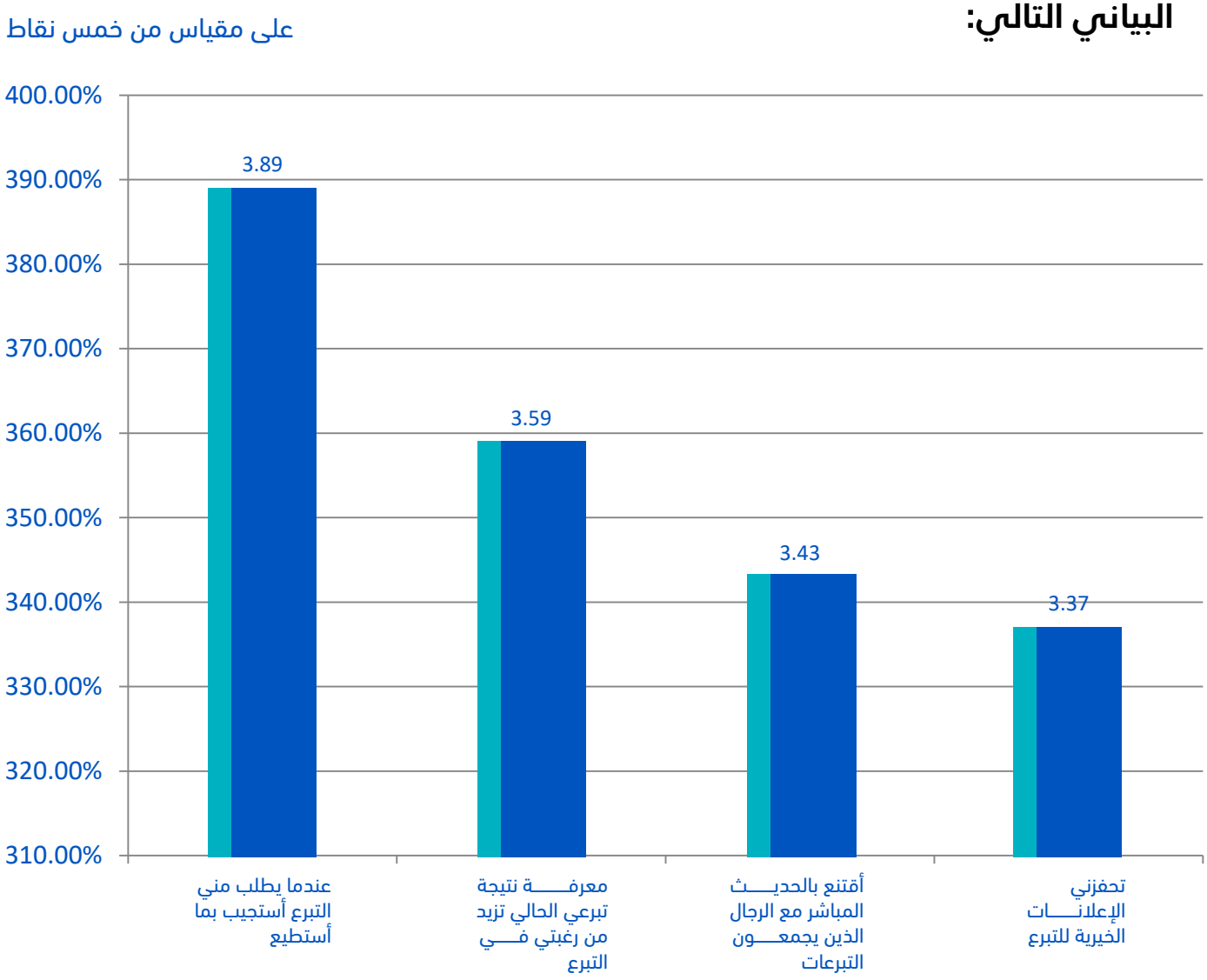
تفضل الأغلبية الساحقة من السعوديين معرفة تفاصيل المشروع قبل التبرع :



استجابة السعوديين لطلبات التبرع

. يستجيب غالبية السعوديين (3.89 من 5) لطلبات التبرع؛ وتزيد رغبتهم في التبرع إذا أحيطوا علما بالأثر الذي تحدثه تبرعاتهم (3.59 من 5).

. الحوار المباشر مع المسؤول عن جمع التبرعات (3.43 من5) وإعلان التبرع للجمعيات الخيرية (3.37 من 5) له أثر إيجابي على استجابة السعوديين لطلبات التبرع؛ كما يظهر في الرسم البياني التالي:



أهمية التواصل مع المتبرعين

أبرز الوسائل التي تحفز السعوديين على التبرع:

80.80%

الاتصال الشخصي بالمتبرعين.

73.10%

التواصل المستمر مع المتبرعين لتعزيز ثقتهم في إدارة الجمعية وخدماتهـــا

66.80%

الخطابات الشخصية الموجهة للمتبرعين.

57.70%

الاتصال الهاتفي بالمتبرعين

العوامل المؤثرة في سلوكيات المتبرعين.

أبرز الوسائل التي تحفز السعوديين على التبرع:

التخطيط لجمع التبرعات

الاعتناء بالعاملين في جمع التبرعات

مشاركة المتطوعين بطرق مهنية في جمع التبرعات

السمعة الحسنة للمنظمة

استخدام الانترنت في جمع التبرعات

ثالثاً

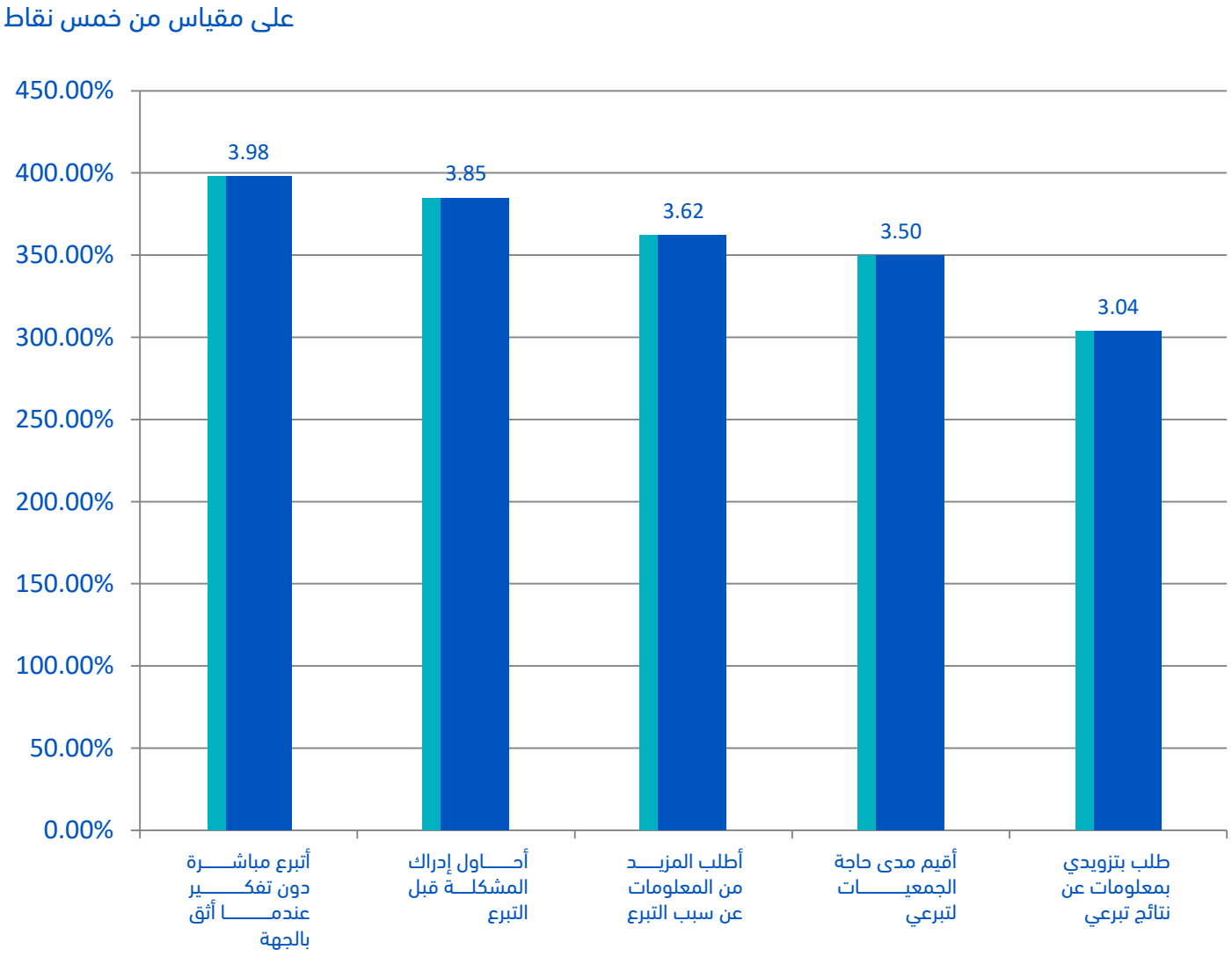
التبرع

مراحل قرار التبرع

. عامل الثقة هو أكثر ما يدفع السعوديين إلى إعطاء أموالهم إلى الجهة التي تطلب التبرع (3.98 من 5).

. تثقيف السعوديين بأبعاد الشكلة (أو الحاجة) من أكثر المحفزات التي تدفعهم إلى التبرع بأموالهم للجمعيات الخيرية (3.85 من 5).

يوضح الرسم البياني التالي أهمية المعلومات للمتبرع السعودي خلال جميع التبرع:

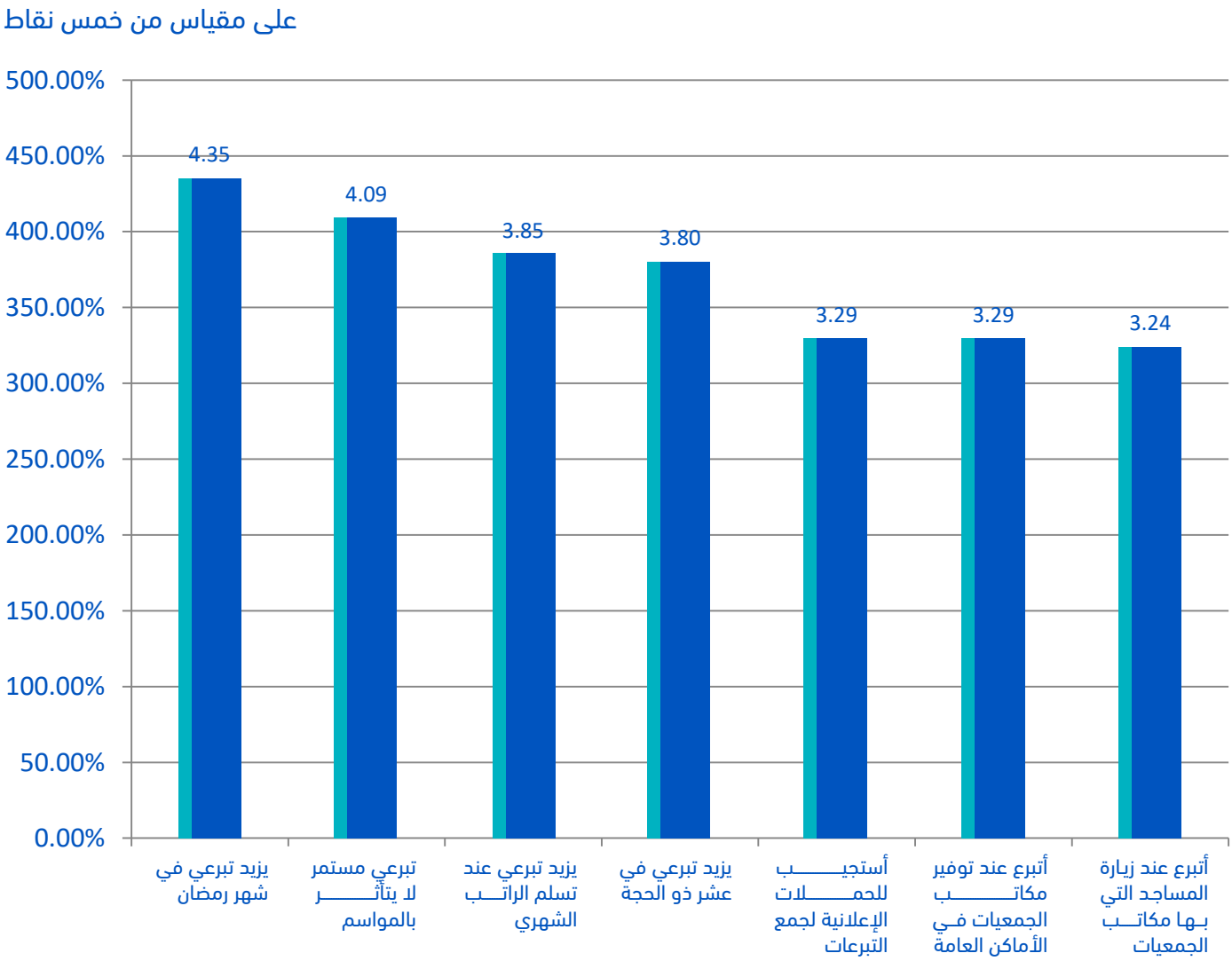


مواسم التبرع

. شهر رمضان هو الموسم الأكثر جذبًا لتبرعات السعوديين (4.35من 5)يليه عشر ذو الحجة (3.80 من5)

. يزيد تبرع السعوديين عند استلام الراتب الشهري (3.85 من 5) وتجاوبًا مع الحملات الإعلامية لجمع التبرعات (3.29 من 5).

يرسم الرسم البياني التالي صورة شاملة للمواسم والأوقات والأماكن التي تشجع السعوديين على التبرع:



مواسم التبرع

يتضح مما سبق أن تبرعات السعوديين تزيد في المناسبات الدينية كشهر رمضان وعشر ذو الحجة؛ كما يزيد إقبالهم على التبرع في أوقات استلام الراتب الشهري. أن المؤشرات تؤكد استمرار هذا التوجه طيلة العام

1. المرتبة الأولى:

(يزيد تبرعي في شهر رمضان)؛ بدرجة موافق جداً ومتوسط مقداره (4.35 من 5.00).

2. المرتبة الثانية:

(تبرعي مستمر لا يتأثر بالمواسم)؛ و (يزيد تبرعي عند استلام الراتب الشهري) و (يزيد تبرعي في عشر ذو الحجة) (3.80 - 4.09 من 5.00)

3. المرتبة الثالثة:

(أستجيب للحملات الإعلامية لجمع التبرعات) و(أتبرع عند توفر مكاتب للجمعيات في الأماكن العامة) و(أتبرع عند زيارة المساجد التي بها مكاتب للجمعيات) (3.24 -3.29 من 5.00).

المواسم الذهبية الثلاثة للتبرع

شهر رمضـــــــان

عشـــــر ذو الحجة

عند استلام الراتب

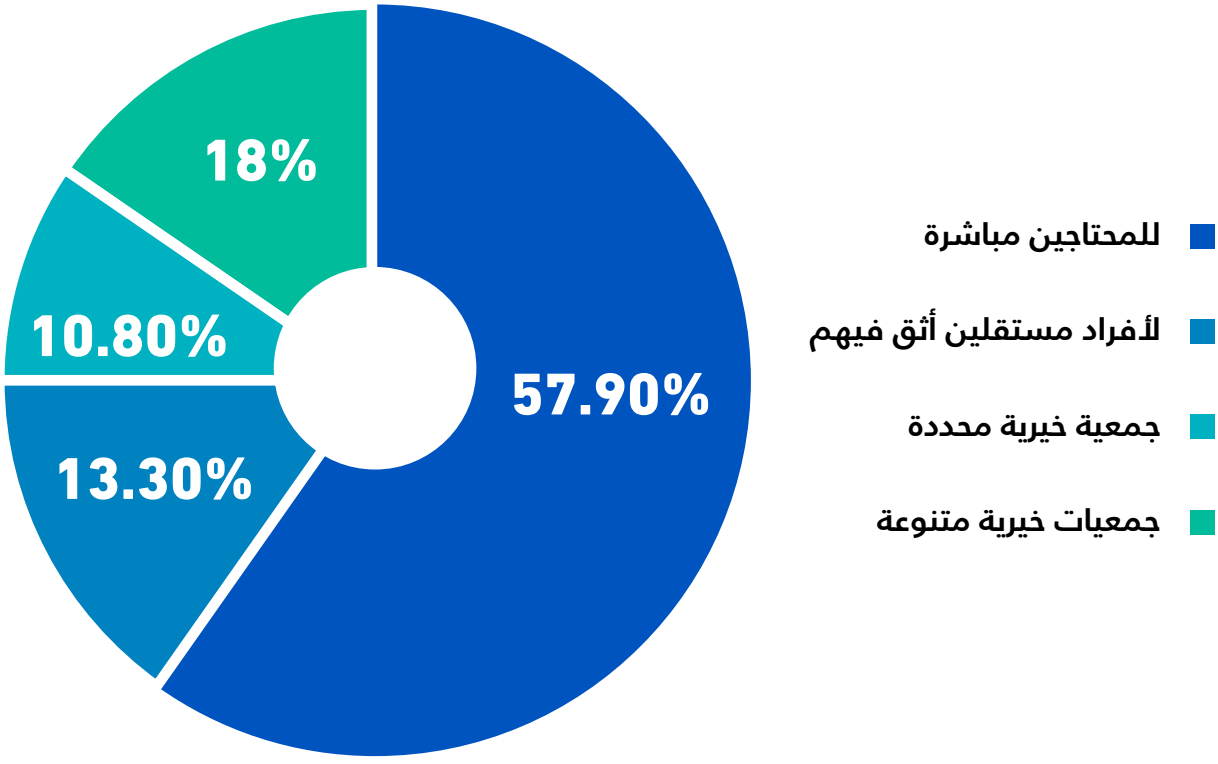
جهات التبرع الذي يفضلها السعوديين

. يفضل الغالبية العظمى من السعوديين التبرع للمحتاجين مباشرة (57.90%).

. الخيار الثاني الأكثر تفضيلاً لدى المتبرعين السعوديين هم الأفراد المستقلين الموثوقين (13.30%).

. تجذب الجمعيات الخيرية المحددة أقل عدد مـن المتبرعين بنسبة (10.80%)وإن كانت الجمعيات الخيرية المتنوعة تجذب نسبة أكبر (18.80%)

يستعرض الرسم البياني التالي أبرز جهات التبرع التي يفضلها السعوديون:



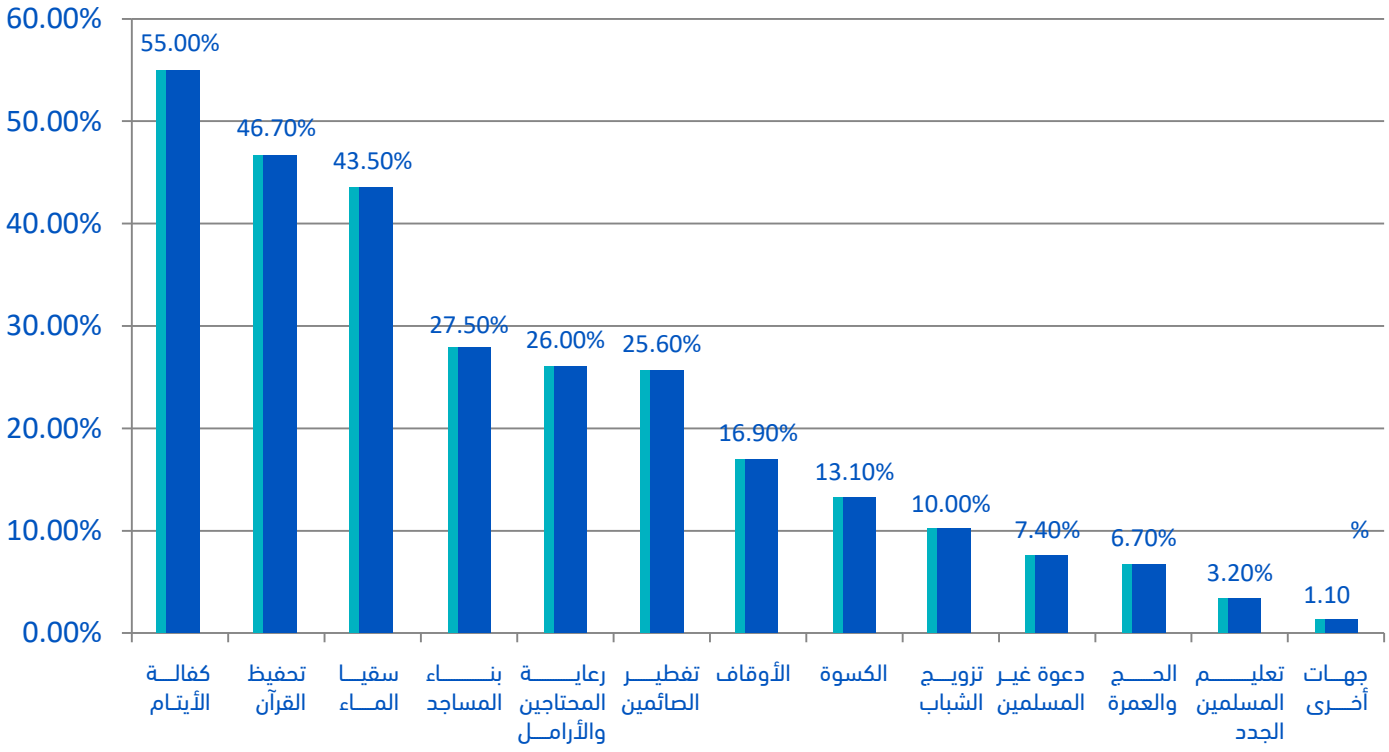
المصارف التي يتبرع لها السعوديون

. كفالة الأيتام هي المصرف الأكثر جذبا لتبرعات السعوديين (55%) يليها تحفيظ القرآن (46.70%) ثم سقيا الماء في المرتبة الثالثة (43.50%).

. ثم يأتي دور ثلاثة مصارف بنسب متقاربة؛ هي: بناء المساجد (27.50%) ورعاية المحتاجين والأرامل (26%) وتفطير الصائمين (25%).

. أما في أسفل قائمة المصارف الأكثر جذبًا لتبرعات السعوديين فيأتي تعليم المسلمين الجدد (3.20%).

يتضمن الرسم البياني التالي القائمة الكاملة لأبرز المصارف التي يتبرع لها السعوديون:



المصارف الذهبية الثلاثة

كفالة الأيتـــــام

تحفيظ القـــــرآن

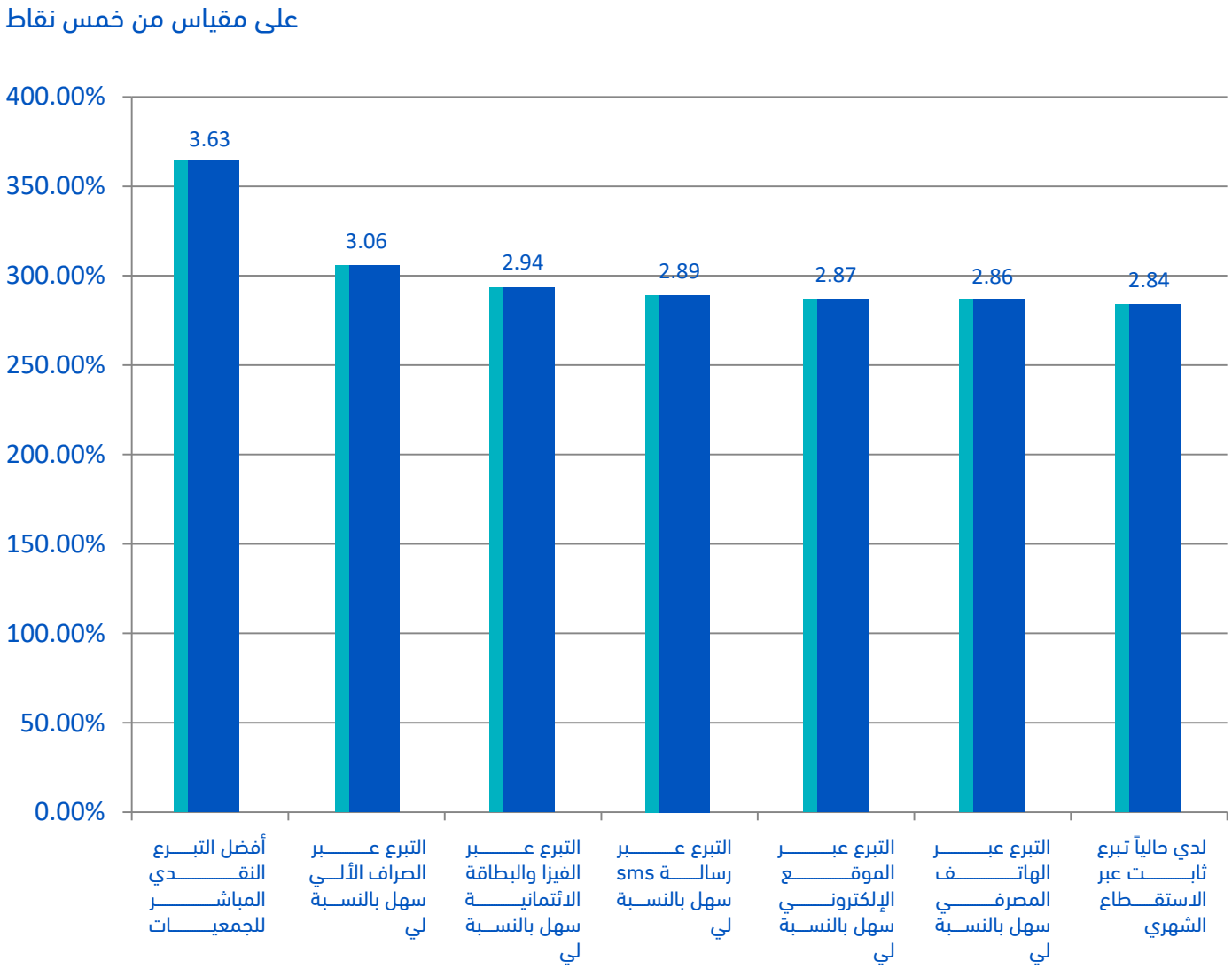
سقيا المـــــاء

وسائل التبرع

. يفضل غالبية السعوديين التبرع النقدي المباشر للجمعيات (3.63 من 5).

. يستسهل كثير من السعوديين التبرع عبر الصراف الآلي (3.05 من 5) وأيضًا عبر الفيزا والبطاقات الائتمانية (2.94 من5)

يرصد الرسم البياني التالي أبرز وسائل التبرع التي يفضلها السعوديون:

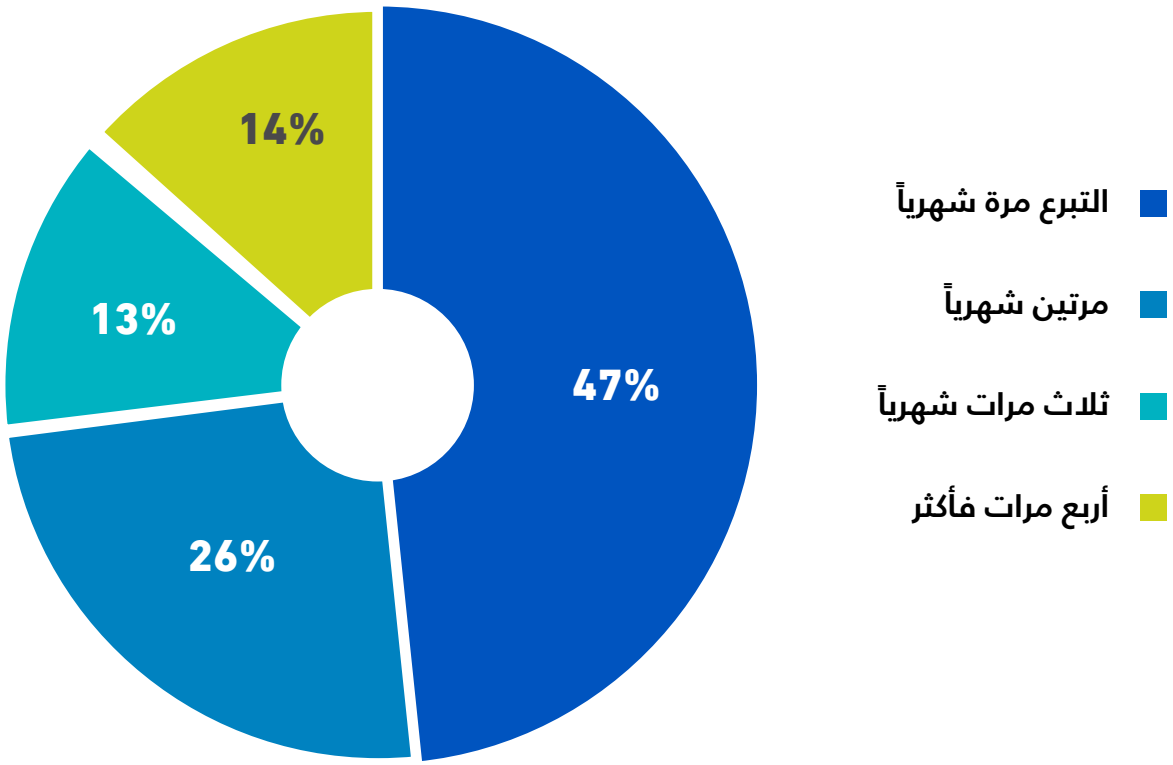


وتيرة التبرع بالمال شهرياً

. التبرع سلوك عام لدى السعوديين، وإن كـــــان يتفاوت بحسب حجم التبرع وعدد مراته وأوقاته.

. يميل أغلب السعوديين إلى التبرع مرة على الأقل شهرياً ويقل الإقبال مع زيادة عدد مرات التبرع.

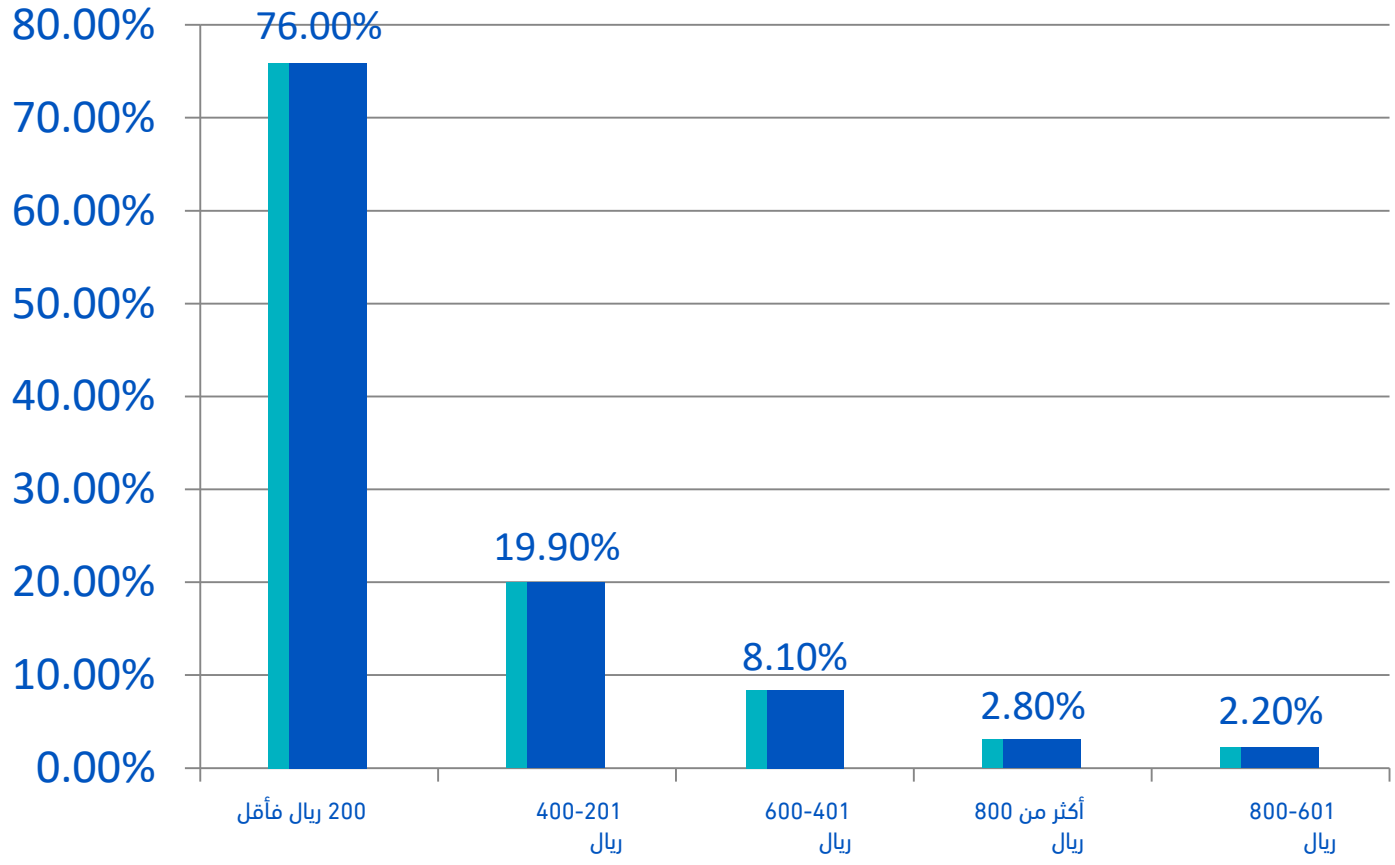
يوضح الرسم البياني التالي مدى إقبال المتبرعين على الباقات الخيرية بحسب وتيرتها الشهرية:



مبلغ التبرع المالي شهرياً

- علاقة عكسية تربط بين مبلغ التبرع وعدد المتبرعين؛ فكلما قل مبلغ التبرع زاد عدد المتبرعين.
- متوسط المبلغ الأكثر جذباً للمتبرعين هو 200 ريال فأقل؛ تليه الشريحة التي تتراوح بين 201 و400 ريال.
- يتراجع الإقبال بوتيرة حادة مع زيادة البلغ ليصل إلى أدنى مستوى عند حدود 601-800 ريال فأكثر.

يوضح الرسم البياني التالي مدى إقبال السعوديين على الباقات الخيرية بحسب مبلغ التبرع المالي:



الباقات الخيرية الأكثر جذباً للمتبرعين

وتيرة التبـــــــرع

مرة شهرياً أو مرتين على الأكثر

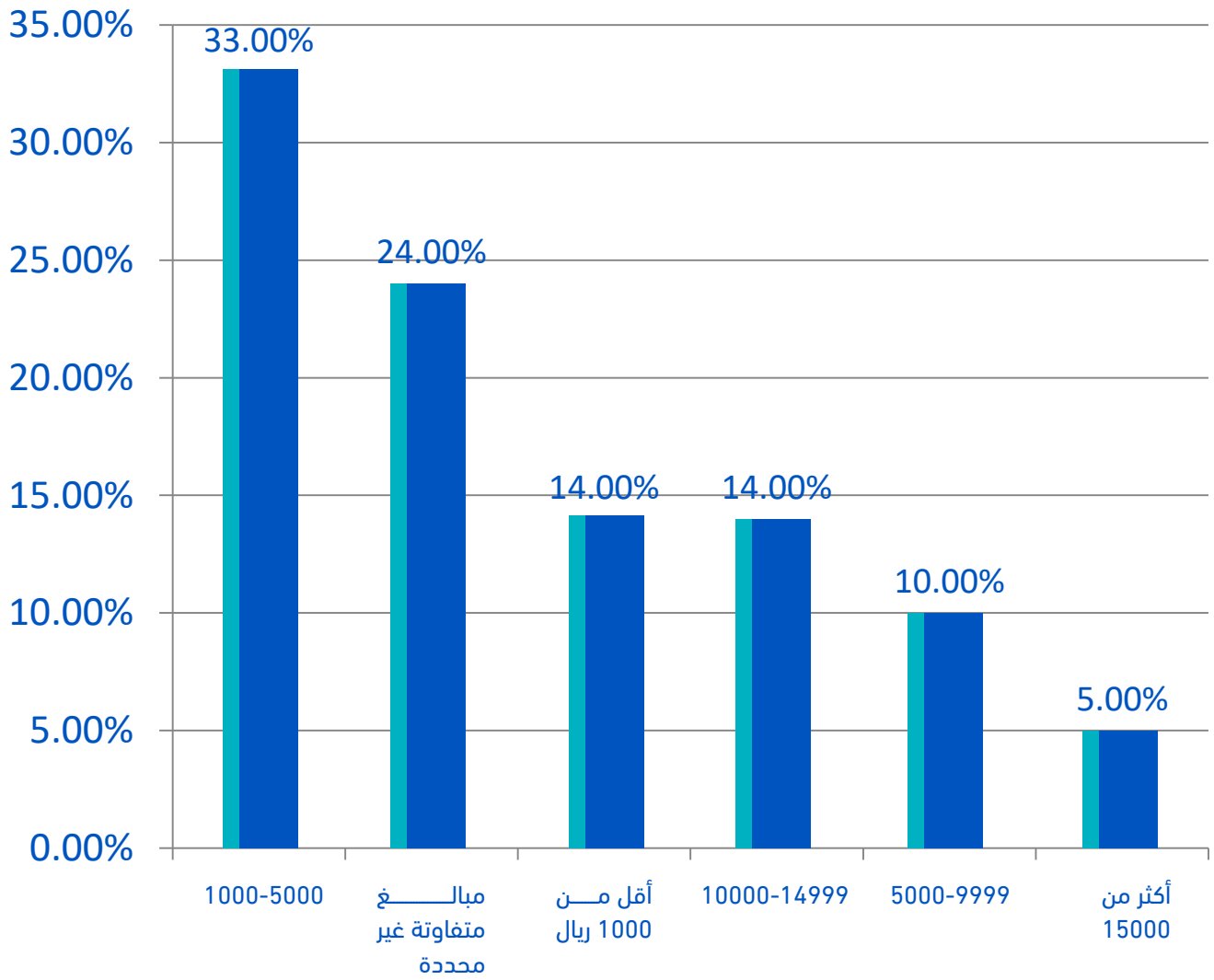
مبلغ التبـــــــرع

200 ريال فأقل ولا يزيد عن 400 ريال

مبلغ التبرع المالي سنوياً

. أكبر شريحة من المتبرعين (33%) تميل إلى التبرع بمبلغ يتراوح بين 1000 و 5000 ريال سنويًا.

يوضح الرسم البياني التالي تفضيلات بقية المتبرعين السعوديين



نصائح ثلاثية
للجمعيات الخيرية

الباقات الخيرية الشهرية
بـ200 ريال وأقل

التواصل الشخصـــــي
أكثر محفـــــزات التبرع

بناء الثقة مـــع المتبرع
تختصر كـــل المسافات

رابعاً

التقييم

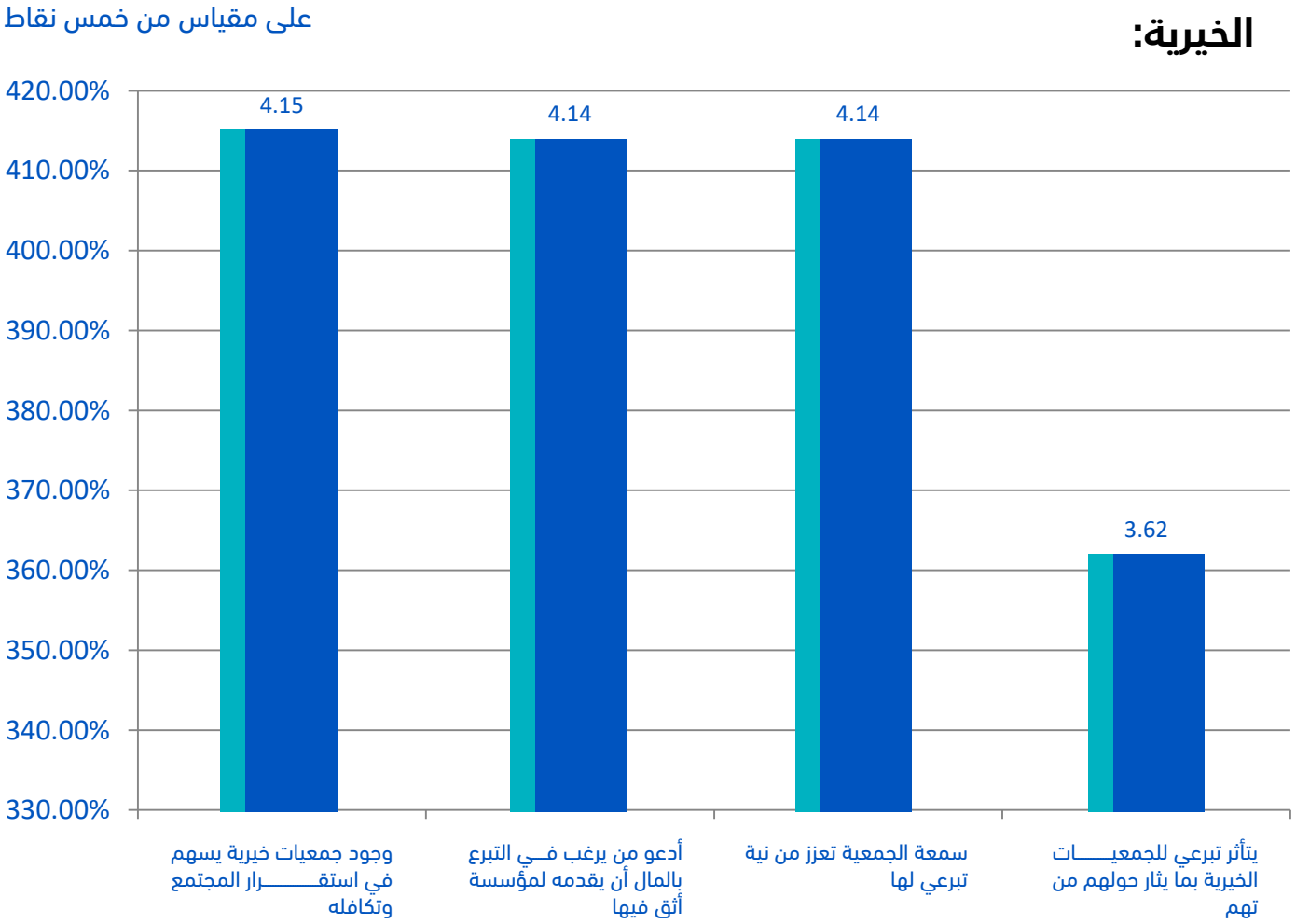
تقييم قرار التبرع

نظرة السعوديين إلى الجمعيات الخيرية

. النظرة الإيجابية للجمعيات الخيرية تهيمن على آراء السعوديين؛ إذ ترى الغالبية العظمى منهم أن الجمعيات تسهم بدورها في استقرار المجتمع وتكاتفه (4.15 من 5).

. يتأثر عدد من المتبرعين (3.62 من 5) بما يثار حول الجمعيات الخيرية من تُهَم مما يلفت الانتباه إلى أهمية التركيز على بناء السمعة المؤسسية.

يوضح الرسم البياني التالي كيف ينظر السعوديون إلى الجمعيات الخيرية:

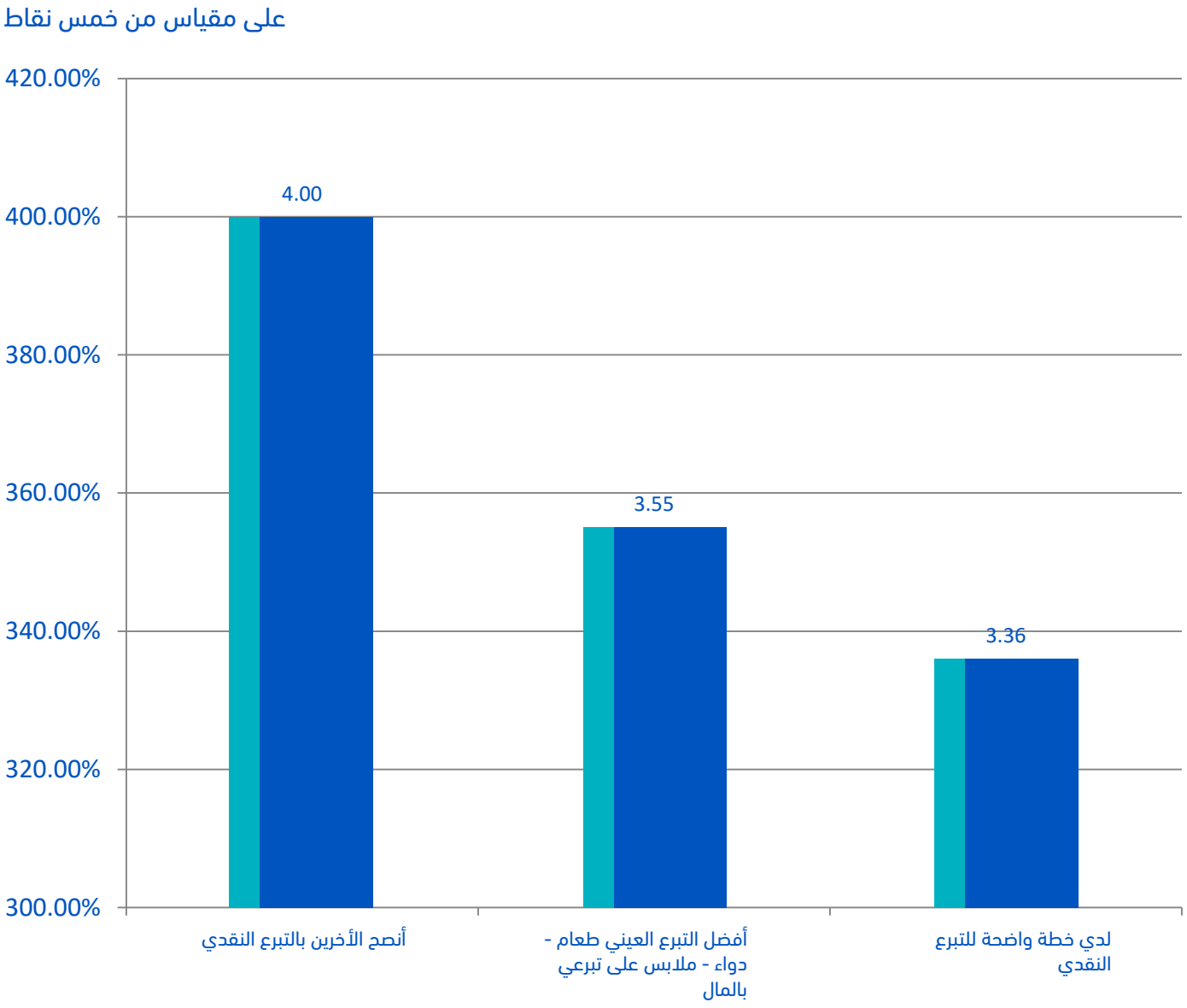


التبرع في حياة السعوديين

. ينصح غالبية السعوديين (4 من 5) الآخرين بالتبرع النقدي.

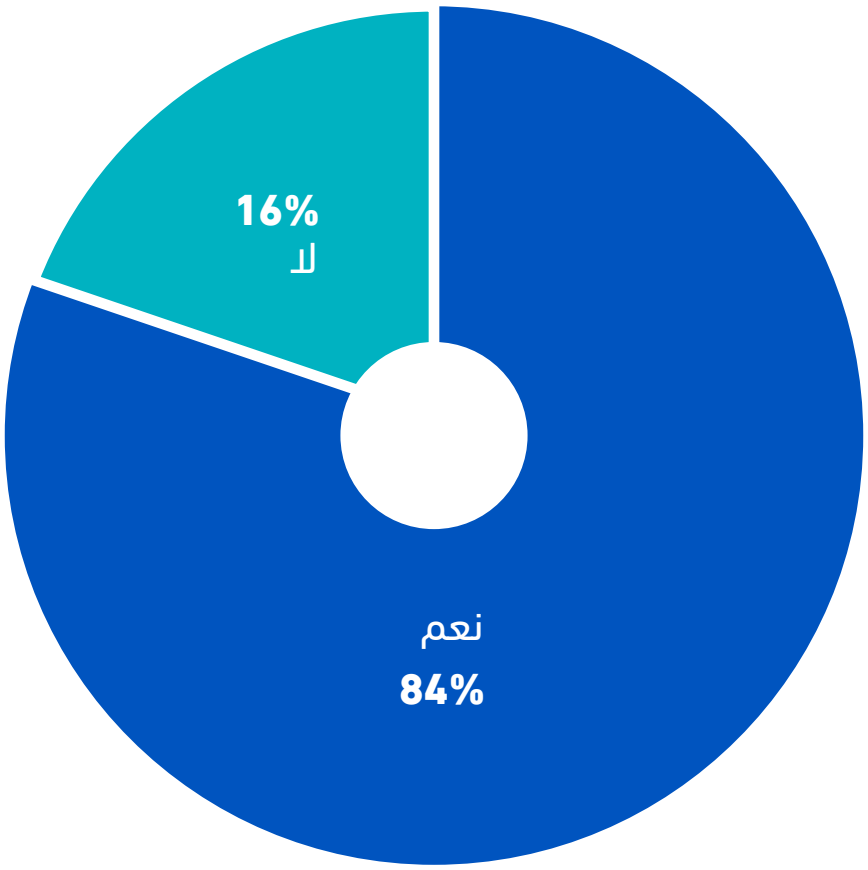
ويفضل كثير منهم (3.55 من 5) التبرع العيني (طعام؛ دواء ملابس).

. يسلط الرسم البياني التالي الضوء على ثلاثة من أبرز السلوكيات التي تهيمن على المتبرعين السعوديين:



أهمية نشر تقارير إنجاز الأعمال الخيرية

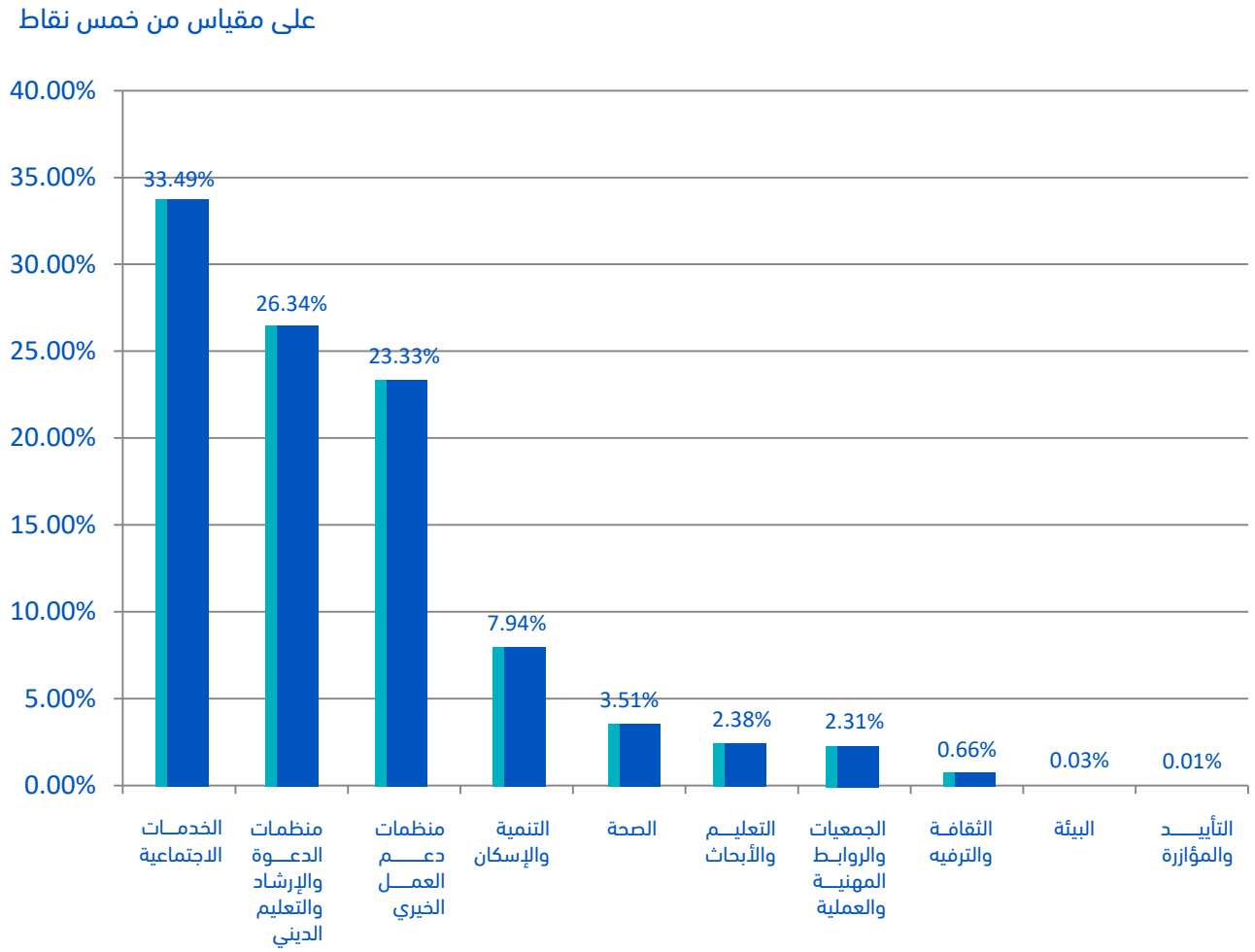
يفضل غالبية السعوديين تلقي تقارير عن إنجاز المشاريع التي ساهموا فيها:



القطاعات المستفيدة من التبرعات

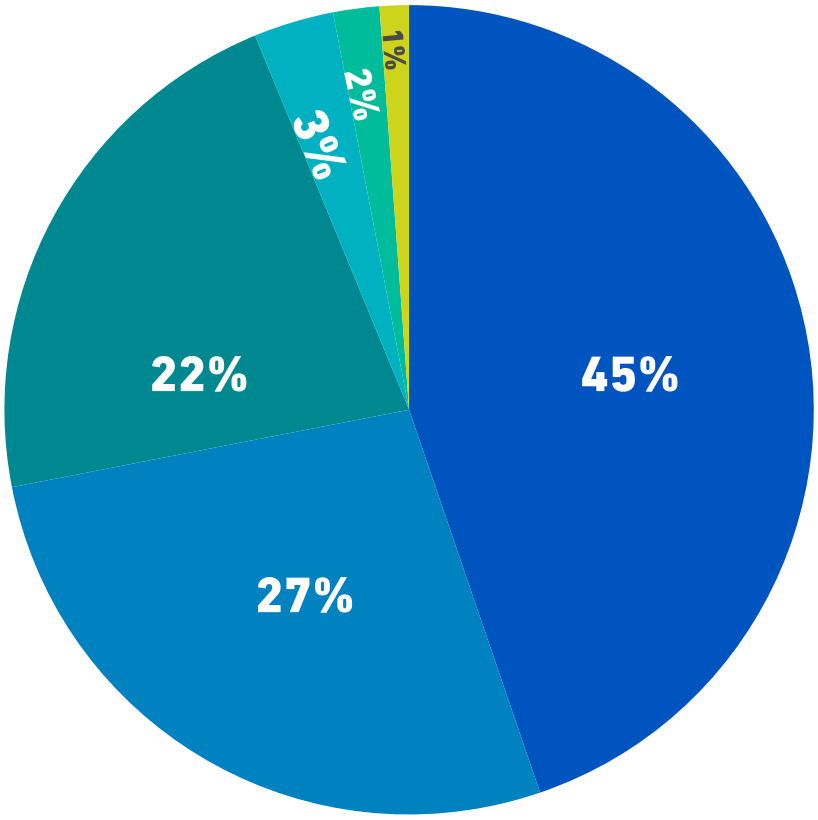
أكثر القطاعات المستفيدة من التبرعات في المملكة هي: الخدمات الاجتماعية, ثم منظمات الدعوة والإرشاد والتعليم الديني ومنظمات دعم العمل الخيري. ويأتي بعد ذلك: التنمية والإسكان ثم الصحة؛ والتعليم والأبحاث.

يستعرض الرسم البياني التالي النسبة التي تحصل عليها أبرز القطاعات من تبرعات السعوديين:



ثغرة في العمل الخيري

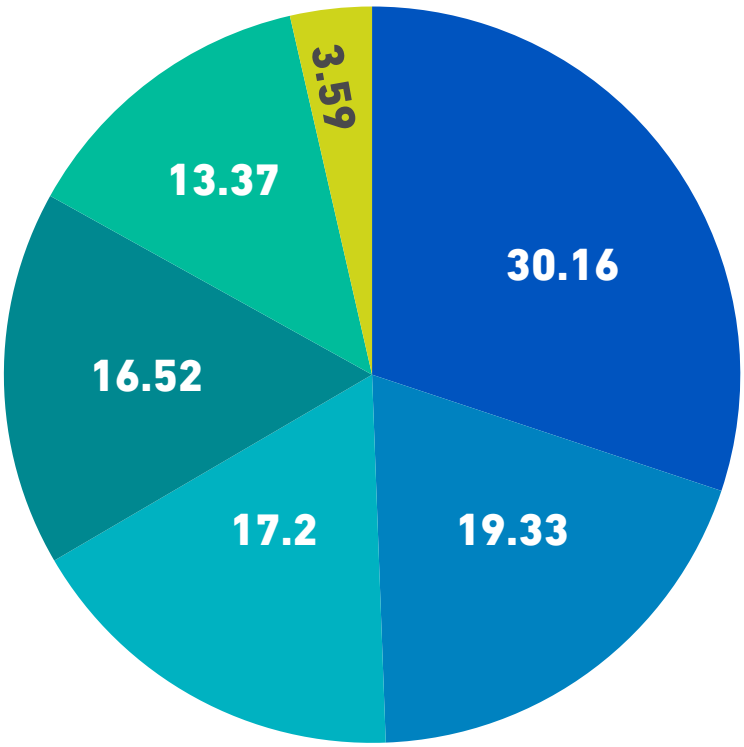
تتركز أغلب المنظمات غيـــــر الربحية في المملكة في نشاط الخدمات الاجتماعية والدعوة والإرشاد مقابـــل تواجد ضعيف للمنظمات غير الربحية العاملة في مجال البيئة والتعليـــــــم والأبحاث والتأييد والمؤازرة والثقافة والترفيه.



منظمات الدعوة والإرشاد
الثقافة والترفيه
البيئة
الخدمات الاجتماعية
التنمية والإسكان
التعليم والأبحاث

التحديات التي تواجه المنشآت غير الربحية

أكبر التحديات التي تواجه المنشآت غير الربحية هـــي: التدفقات المالية, وتوظـــــيف الأيدي العاملة الماهرة؛ والتعـــــامل مع المتطوعيـــن وأيضًا البنوك؛ والإجـــراءات الرقـــــابية واللوائح التشريعية الحكومية. يرصد الرســـم البيانـــي التالـــي الـــوزن النسبي لهذه التحديات الستة:



- تحديات في توظيف الأيدي العاملة.
- تحديات في التدفقات المالية
- نصوص الأنظمة واللوائح التشريعية
- تحديات في التعامل مع البنوك
- صعوبة الحصول على متطوعين
- إجراءات الرقابة من الجهات الحكومية

ثلاثيات ذهبية

نصائح ختامية

نصيحة ثلاثية للجمعيات الخيرية

1 الباقات الخيرية الشهرية ب 200 ريـــــــال فأقـــــــل.

2 بناء الثقة مـــــــع المتبرع تختصر كـــــــــل المسافات.

3. التواصل الشخصي أكثر ما يحفز السعوديين على التبرع.

المحفزات الثلاث الذهبية

ثواب الله تعالـــــــى.

تخفيف معاناة الآخرين.

دفع البلاء عـن المتبرع.

المصارف الثلاث الذهبية

1 كفالة الأيتـام.

2 تحفيظ القرآن.

3 سقيا المـــاء.

المواسم الثلاث الذهبية

1 شهر رمضـــــان.

2 عشـــر ذو الحجـة.

3 عند استلام الراتب.

شكـــراً
لكمـــ

للتواصل والاستفسار
وطلب الاستشارة التسويقية

+966 55 680 2312

mustadam | مستدام