



ال خطة التنفيذية

2024-2028

-STRATEGY-





القسم الاول الخطة التنفيذية

-STRATEGY-



المنظور الاستراتيجي	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السني	الفجوة السنية
منظور أصحاب المصلحة	1 تقديم خدمات وبرامج اجتماعية عالية الجودة تلبى احتياجات المستفيدين، وتعزز استقلاليتهم الذاتية وتحسن جودة حياتهم .	تطوير وتنفيذ برامج وخدمات رعية	توفير مجموعة متنوعة من البرامج والخدمات الاجتماعية التي تلبى احتياجات المستفيدين. يمكن أن تشمل هذه البرامج والخدمات المساعدة المالية والعينية،	• عدد البرامج الرعية	1-1-1	• لجنة التخطيط والتطوير	سني	• 4	• 11 مبادرة	• 6-
		تقييم جودة البرامج والخدمات	وضع نظام لقياس وتقييم جودة البرامج والخدمات التي تقدمها الجمعية عن طريق استطلاعات الرضا لقياس فعالية البرامج والخدمات وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.	• نسبة رضا المستفيدين	1-2-1	• ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين	سني	• 70%	• ٩٠%	• 20%-
		تعزز الاستقلالية الذاتية للمستفيدين	تطوير وتنفيذ برامج وخدمات تعزز استقلالية المستفيدين. قد تشمل هذه البرامج توفير التدريب والتأهيل المهني، والمساعدة في البحث عن فرص عمل، وتقديم الدعم اللازم للمستفيدين لتحقيق أهدافهم الشخصية والمهنية.	• عدد البرامج التمكينية	1-3-1	• لجنة التخطيط والتطوير	سني	• 0	• ٤ مبادرات	• 4-
		تحسين جودة حياة المستفيدين	تحسين جودة حياة المستفيدين عن طريق تقديم الدعم والموارد اللازمة. يمكن أن تشمل هذه الموارد الدعم النفسي والعاطفي والخدمات الصحية والتعليمية، وغيرها من الخدمات التي تعزز رفاهية المستفيدين وتحسن جودة حياتهم.	• عدد برامج جودة الحياة	1-4-1	• لجنة التخطيط والتطوير	سني	• 0	• ٣ مبادرات	• 2-
		توسيع نطاق وصول الخدمات	توسيع نطاق وصول الخدمات والبرامج والأنشطة والمشاريع لتشمل كافة فئات المستفيدين ومناطقهم.	• نسبة الفئات المستهدفة • نسبة المستفيدين الاجمالية	1-5-1 1-5-2	• ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين • ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين	سني سني	• 50% • 90%	• 1٠٠% • 1٠٠%	• 50%- • 10%-
		تعزز التواصل والمشاركة المجتمعية	تشجيع المستفيدين على المشاركة في صنع القرار وتقديم ملاحظاتهم واقترحاتهم بشأن البرامج والخدمات عن طريق تنظيم جلسات واجتماعات مفتوحة للتواصل معهم وفهم احتياجاتهم وتطلعاتهم .	• عدد الاجتماعات مع المستفيدين • معدل نمو المشاركة في البرامج والأنشطة • معدل الاستبيانات للمستفيدين لكل برنامج	1-6-1 1-6-2 1-6-3	• وحدة العلاقات العامة والإعلام • ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين • ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين	نصف سني سني سني	• 0 • 0 • 0	• مرة واحدة • 1٠% • ٢	• 2- • 10%- • 2-
		الشراكات والتعاون	بناء شراكات مع المنظمات الاخرى والجهات المتخصصة لتعزيز تبادل المعرفة والخبرات وتعزيز توفير الخدمات للمستفيدين في جميع المجالات.	• عدد البرامج بالشراكة مع جهات أخرى • نسبة تفعيل البرامج في الشراكات الموقعة	1-7-1 1-7-2	• وحدة التشاركيات • وحدة التشاركيات	سني سني	• 2 • 20	• 1٠ • 1٠٠%	• 8- • 70-



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

المنظور الاستراتيجي: منظور أصحاب المصلحة																	
الهدف الاستراتيجي: (١) تقديم خدمات وبرامج اجتماعية عالية الجودة تلبي احتياجات المستفيدين، وتعزز استقلاليتهم الذاتية وتحسن جودة حياتهم .																	
الهدف التفصيلي: تحقيق تقدم ملموس في حياة المستفيدين من خلال تقديم خدمات اجتماعية عالية الجودة تلبي احتياجاتهم، وتعزز استقلاليتهم الذاتية وتحسن جودة حياتهم على مختلف الجوانب.																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرا ت الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
مبادرة الناس للناس	مساعدا ت الزواج	تنفيذ برامج تهدف إلى تلبية احتياجات المستفيدين من خلال البرامج الرعوية والإغاثية والتنمية المبنية على دراسة احتياجات المستفيدين الرعوية والتنمية	400	مليون ريال بمعدل (250 الف ريال/ سنة) بواقع (10 الاف / مستفيد)				الجمعية الجهات المانحة المسؤولية المجتمعية صندوق دعم الجمعيات الداعمين	الجمعيات المماثلة المتطوعين الجهات الحكومية ذات العلاقة القطاع الخاص	• حصر الاحتياجات الرعوية • تصنيف الاحتياجات وفق المبادرات الرعوية المستهدفة • حصر المستفيدين بحسب الفئات المستهدفة لكل مبادرة • تنفيذ البرامج والمشاريع • قياس الأثر • إعداد التقارير الدورية	1-1-1 1-2-1 1-3-1 1-4-1 1-5-1 1-5-2 1-6-1 1-6-2 1-6-3 1-7-1 1-7-2	لجنة التخطيط والتطوير	الادارة التنفيذية	• وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين • وحدة التسويق والعناية بالداعمين • الإدارة المالية	• بناء خطط تسويقية ملائمة للمستهدفات الخاصة بالبرامج والمشاريع بغية كل عام	• ضعف الميزانيات لتنفيذ البرامج والمشاريع	
	مساعدة سداد الاديان		80	800 الف ريال بمعدل (200 الف ريال /سنة) بواقع (10 الاف/مستفيد)													
	مساعدة سداد فواتير الكهرباء		80	120 ألف ريال بمعدل بمعدل (30 الف ريال /سنة) بواقع (1500 ريال / مستفيد)													
	مساعدة الاجهزة الكهربائية		40	400 ألف ريال بمعدل بمعدل (100 الف ريال /سنة) بواقع (10 آلاف ريال / مستفيد)													
	الكسوة الشتوية سنويا		جميع المستفيدين	مليون ريال ريال بمعدل (250 الف ريال/ سنة)													
	تفريخ كربة		80	400 الف ريال بمعدل (100 الف ريال /سنة) بواقع بواقع (5000 الاف /مستفيد)													
	الحالات الطارئة (سند)		80	240 الف ريال بمعدل (60 الف ريال /سنة) بواقع بواقع (3000 الاف /مستفيد)													
	مساعدة ام الايتام و الايتام والمطلقات		53	212 الف ريال بمعدل (53 الف ريال /سنة) بواقع بواقع (1000 /مستفيد)													
	مساعدة أصحاب الهمم بالاجهزة الطبية		40	60 ألف ريال بمعدل (15 الف ريال /سنة) بواقع (1500 ريال / مستفيد)													
	مبادرة انقلني (لنقل المستفيدين الذين لا يملكون وسيلة نقل)		عدد 2 سيارة أنيسة ركاب	160 ألف ريال بمعدل (80 الف ريال للسيارة الواحدة)													
	مساعدة اسر السجناء		40	60 ألف ريال بمعدل (15 الف ريال /سنة) بواقع (1500 ريال / مستفيد)													
مبادرة يسر	السلة الغذائية للمستفيدين	تنفيذ برامج تهدف إلى المساهمة في تلبية احتياجات المستفيدين الغذائية	جميع المستفيدين	3.3 مليون بمعدل (825 ألف ريال /سنة) بواقع (250 ريال / سلة)													
	السلة الرمضانية للمستفيد		جميع المستفيدين	300 ألف ريال بمعدل (75 ألف ريال /سنة) بواقع (250 ريال / سلة)													
	سحور اهلينا علينا للمستفيد شهر رمضان		جميع المستفيدين	180 ألف ريال بمعدل (45 ألف ريال /سنة) بواقع (150 ريال / مستفيد)													
	سلة المتعافين الرضائية		200	60 ألف ريال بمعدل (15 ألف ريال /سنة) بواقع (300 ريال / سلة)													
	إفطار صائم		800	288 ألف ريال بمعدل (72 ألف ريال /سنة)													
	سقيا مرابط		10000 كرتون	100 ألف ريال بمعدل (25 ألف ريال /سنة) بواقع (625 كرتون / 3 اشهر)													
				25%													





البعـد الاستراتيجي	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور أصحاب المصلحة	بناء علاقات قوية مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة.	تحليل وتقييم الشركاء المحتملين	إجراء دراسات وتحليلات لتحديد المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة المحتملة التي تشترك في قيم وأهداف الجمعية الخيرية.	• معدل نمو العدد الاجمالي للمتبرعين • معدل نمو العدد الاجمالي للجهات الداعمة • معدل نمو العدد الاجمالي للشركاء	• 2-1-1 • 2-1-2 • 2-1-3	• وحدة التسويق العناية بالداعمين • وحدة التسويق العناية بالداعمين • وحدة التسويق العناية بالداعمين	• سنوي • سنوي • سنوي	• 5% • 5% • 5%	• 20% • 15% • 10%	• -15% • -10% • -5%
		تطوير استراتيجية جذب المتبرعين	وضع استراتيجية شاملة لجذب المتبرعين وتحفيزهم للمساهمة المالية والموارد الأخرى لدعم أنشطة الجمعية الخيرية.	• معدل نمو عدد المتبرعين الجدد	• 2-2-1	• وحدة التسويق العناية بالداعمين	• سنوي	• 5%	• 30%	• -25%
		تعزيز التواصل والعلاقات	بناء وتعزيز علاقات قوية مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة من خلال توفير قنوات اتصال فعالة وتنظيم فعاليات ومناسبات لتعزيز التواصل وتعزيز الانخراط.	• نسبة المتبرعين المتكررين • نسبة المتبرعين الذين يوصون بالمنظمة للآخرين	• 2-3-1 • 2-3-2	• وحدة التسويق العناية بالداعمين • وحدة التسويق العناية بالداعمين	• سنوي • سنوي	• 40% • 15%	• 60% • 30%	• -20% • -15%
		تطوير برامج مخصصة لشركاء	تطوير برامج خاصة تستهدف المتبرعين والمؤسسات الداعمة وتقديم فوائد ومكافآت متنوعة تعزز الانخراط والتعاون المستدام.	• عدد الأنشطة والبرامج التي تقدمها الجمعية للشركاء • نسبة المتبرعين الذين يشاركون في الأنشطة والبرامج	• 2-4-1 • 2-4-2	• وحدة التسويق العناية بالداعمين • وحدة التسويق العناية بالداعمين	• ربع سنوي • سنوي	• 0 • 0	• 2 • 30%	• -2 • -30%
		تقييم الأداء وتعزيز الشراكات الناجحة	تحليل أداء وتأثير الشركاء الحاليين وتعزيز الشراكات الناجحة من خلال توفير الدعم والتشجيع المستمر وتعزيز التواصل لتحقيق الأهداف المشتركة.	• معدل النمو في اجمالي التبرعات • مستوى الرضا لدى المتبرعين	• 2-5-1 • 2-5-2	• وحدة التسويق العناية بالداعمين • وحدة التسويق العناية بالداعمين	• سنوي • سنوي	• 15% • 90%	• 30% • 100%	• -15% • -10%
		تطوير استراتيجية لاستدامة العلاقات	وضع استراتيجية طويلة الأمد للاستدامة وتعزيز العلاقات مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة، بما في ذلك توجيه الجهود نحو بناء علاقات طويلة الأمد والتفاعل المستمر.	• عدد الشراكات الموقعة. • نسبة التفعيل العامة لكل اتفاقية.	• 2-6-1 • 2-6-2	• وحدة الشراكات • وحدة الشراكات	• سنوي • سنوي	• 3 • 60%	• 6 • 85%	• -3 • -25%



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

المنظور الاستراتيجي: منظور أصحاب المصلحة																	
الهدف الاستراتيجي: (٢) بناء علاقات قوية مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة.																	
الهدف التفصيلي: بناء علاقات قوية ومستدامة مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة، مما يسهم في تعزيز قدرة الجمعية الخيرية على تحقيق رسالتها وتلبية احتياجات المستفيدين.																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
• مبادرة تواصل	تعمل المبادرة على تعزيز روابط الاتصال بالداعمين من أجل تقوية العلاقة بينهم وبين الجمعية وتعزيز ثقتهم بها مما يضمن استمرار الدعم المقدم منهم	1. تعزيز التواصل الفعال والمستمر مع الداعمين. 2. تعزيز ثقة الداعمين في قدرة الجمعية على إدارة الموارد بشكل فعال وتحقيق النتائج المرجوة. 3. توفير التقارير الدورية للداعمين. من خلال تزويدهم بمعلومات مفصلة حول تقدم المشاريع والأنشطة مما يظهر صورة إيجابية لأعمالها. 4. التعبير عن الامتنان والتقدير للداعمين. 5. توفير فرص المشاركة المباشرة للداعمين في المشاريع والبرامج. 6. تعزيز استمرارية الدعم المقدم من الداعمين. 7. ارتفاع احتمالية توصية الداعمين بالجمعية لجهات داعمة أخرى.	٣ فئات	ضمن المصاريف التشغيلية للجمعية	55%	15%	15%	15%	الجمعية	-	1. تحليل وتقييم العلاقات الحالية مع الداعمين وشركاء النجاح من خلال استطلاعات الرأي أو المقابلات الشخصية لفهم مدى رضاهم وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين. 2. وضع خطة محكمة لتعزيز الاتصال بالداعمين وشركاء النجاح. و تحديد الموارد المطلوبة وتوزيع المهام بين أعضاء الفريق المسؤول عن تنفيذ المبادرة. 3. توفير محتوى قيم وجذاب للداعمين وشركاء النجاح. يمكن ذلك من خلال إنشاء نشرات إخبارية منتظمة تحتوي على أخبار المشاريع والتحديات والنجاحات. كما يمكن إنشاء محتوى متنوع مثل القصص الشخصية والفيديوهات الملهمة التي تبرز أثر الدعم وتعزز الروابط العاطفية. 4. تشجيع الداعمين وشركاء النجاح على المشاركة والتفاعل الاجتماعي مع الجمعية على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي لتمكينهم من التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم. 5. تنظيم حفل سنوي لتكريم الشركاء المتميزين والداعمين . 6. ا تقييم نتائج المبادرة وتقييم فعالية الإجراءات المتخذة.	2-1-1 2-1-2 2-1-3 2-2-1 2-3-1 2-3-2 2-4-1 2-4-2 2-5-1 2-5-2	وحدة العلاقات العامة والاعلام	وحدة العلاقات العامة	• الإدارة التنفيذية • وحدة التسويق والعناية بالداعمين	• تراجع أعداد الجهات الممولة للجمعية • صعوبة الوصول لبعض الجهات • عدم زيادة أعداد الجهات الممولة للجمعية و الداعمين لها	• معرفة اهتمامات وتوجهات جميع الجهات و تقديم أنشطة تتناسب معها بالإضافة إلى التواصل الدائم معهم • البحث عن طرق بديلة للتواصل معهم أو زيارة المقر الرسمي لها • تصميم حملات تسويقية لأنشطة ومشاريع الجمعية لجذب التبرعات والدعم
• مبادرة الشراكات النوعية	تعمل المبادرة على عمل شراكات نوعية مع جهات حكومية وخاصة يمكن الاستفادة منها في تعزيز تحقيق الاهداف الاستراتيجية للجمعية ورسلاتها في رعاية ودعم وتمكين المستفيدين	1. توفير مصادر إضافية للتمويل والموارد للجمعية 2. توسيع نطاق عمل الجمعية وزيادة تأثيرها في المجتمع. 3. تحسين الخدمات والبرامج باستفادة الجمعية من الخبرات والممارسات الجيدة للشركاء . 4. تعزيز التوعية والتثقيف في المجتمع بشأن القضايا الاجتماعية والتحديات التي تواجهها الجمعية والمستفيدين.	24	ضمن المصاريف التشغيلية للجمعية	25%	25%	25%	25%	الجمعية	جهات الشراكة	1. تحليل الاحتياجات والتحديات التي تواجه الجمعية والمستفيدين. وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تعزيز والموارد التي يمكن توفيرها من خلال الشراكات النوعية. 2. تحديد الجهات الحكومية والخاصة التي تتعامل مع قضايا مماثلة أو لديها مصالح مشتركة في مجال رعاية ودعم المستفيدين. 3. إنشاء قنوات اتصال فعالة مع الشركاء المحتملين. وتقديم عروض واجتماعات لمناقشة فرص التعاون وتحديد المشاريع المشتركة التي يمكن تنفيذها. 4. وضع اتفاقيات الشراكة مع الجهات الحكومية والخاصة. مع تحديد الأهداف والمسؤوليات المشتركة. وتحديد آليات التنفيذ والمتابعة. 5. وضع خطط تنفيذ محددة وبتنظيم الفرق والموارد اللازمة وبإجراء تقييم دوري لتقييم تقدم المبادرة وضمان تحقيق النتائج المرجوة. 6. توثيق وترويج نتائج المبادرة والشراكات النوعية المحققة باستخدام وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية والمناسبات العامة للتواصل مع الجمهور وزيادة الوعي بالإنجازات وقيمة التعاون والشراكة. 7. متابعة أداء المبادرة وقياس تأثيرها على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للجمعية ورسلاتها. وبتحليل النتائج وتعديل الخطط والممارسات حسب الحاجة لتحسين الأداء وتعزيز النتائج.	1-7-1 1-7-2 2-6-1 2-6-2	وحدة العلاقات العامة والاعلام	وحدة التشاركيات	• الإدارة التنفيذية • وحدة التسويق والعناية بالداعمين	• صعوبة تحقيق التوافق الاستراتيجي وإيجاد جهات حكومية أو خاصة تتماشى مع رؤية وأهداف الجمعية • تحقيق التوازن بين المصالح ورؤية الفوائد المشتركة. • القيود المالية والموارد اللازمة لتنفيذ الشراكات.	• توسيع نطاق البحث لاستكشاف فرص جديدة ومحتملة لتحديد الجهات التي تتوافق مع أهداف الجمعية. • توضيح القيمة المضافة التي ستوفرها الجمعية للجهة الحكومية أو الخاصة، وتقديم أمثلة عن الشراكات الناجحة السابقة. • استكشاف فرص التمويل المشترك مع الجهات الحكومية أو الخاصة المعنية، والبحث عن برامج تمويل خارجية أو منح تدعم هذه الشراكات.



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور أصحاب المصلحة	3 تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي.	تحليل الصورة الذهنية الحالية	إجراء دراسة وتحليل للصورة الذهنية الحالية للجمعية لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي، وتحديد النقاط القوية والضعف والفرص والتحديات.	• معدل تكرار القياس والتحليل	3-1-1	وحدة العلاقات العامة والإعلام	ربع سنوي	1	4	-3
		وضع استراتيجية الاتصال والتواصل	وضع استراتيجية شاملة لتعزيز الصورة الذهنية للجمعية، تشمل استخدام وسائل الاتصال المناسبة وتطوير مواد تسويقية جذابة وفعالة.	• عدد الاستراتيجيات الاعلامية • عدد قنوات الاتصال والتواصل	3-2-1 3-2-2	وحدة العلاقات العامة والإعلام وحدة العلاقات العامة والإعلام	سنوي سنوي	1 2	4 6	-3 -4
		تطوير المحتوى والقصص الناجحة	تطوير محتوى إعلامي وتوعوي يعكس نجاحات وإنجازات الجمعية وتأثيرها الإيجابي على المجتمع، بالإضافة إلى تقديم قصص نجاح وشهادات من المستفيدين والشركاء.	• نسبة نمو المحتوى الاعلامي	3-3-1	وحدة العلاقات العامة والإعلام	سنوي	10%	50%	-40%
		تنظيم فعاليات تواصل وتوعية	تنظيم فعاليات وأنشطة تواصل وتوعية تهدف إلى تعزيز الوعي وتعريف أصحاب المصلحة بأهداف وبرامج الجمعية وتوسيع قاعدة الدعم.	• عدد الفعاليات والأنشطة الخاصة بتعزيز الوعي	3-4-1	وحدة العلاقات العامة والإعلام	ربع سنوي	0	16	-16
		الاستجابة للملاحظات والمقترحات	تطوير آليات استجابة فعالة لملاحظات ومقترحات أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي، واعتماد ممارسات تشاركية للاستماع والتفاعل معهم.	• نسبة التفاعل مع الملاحظات والمقترحات • متوسط الوقت الزمني للتفاعل	3-5-1 3-5-2	وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين	ربع سنوي ربع سنوي	10% 3 يوم	100% 1 يوم	-90% 2- يوم
		قياس وتقييم الاستراتيجيات المستخدمة	تحديد مؤشرات لقياس وتقييم تأثير استراتيجية تعزيز الصورة الذهنية، مثل مستوى الاعتراف والثقة والرضا لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي.	• مستوى النمو في تحقق استراتيجية الوعي • مستوى النمو في تحقق استراتيجية المشاركة • مستوى النمو في تحقق استراتيجية الولاء	3-6-1 3-6-2 3-6-3	وحدة العلاقات العامة والإعلام وحدة العلاقات العامة والإعلام وحدة العلاقات العامة والإعلام	سنوي سنوي سنوي	60% 0% 30%	90% 15% 60%	-30 -15% -30%



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

منظور الاستراتيجي: منظور أصحاب المصلحة																	
هدف الاستراتيجي: (٣) تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي .																	
هدف التفصيلي: تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي، وبالتالي يمكن أن يزيد من التفاعل والدعم والمشاركة في أنشطة الجمعية وتحقيق أهدافها بفعالية.																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
مبادرة واعي	تعمل المبادرة على تسليط الضوء على جهود الجمعية في تنفيذ مشاريعها وتحقيقها لإنجازات متميزة في مجالها. بهدف تعزيز العلامة الاجتماعية للجمعية وبناء ثقة الجمهور تجاهها، وضمان الدعم المستدام لها.	- تسليط الضوء على المشاريع والإنجازات - بناء الثقة لدى الجمهور وتعزيز التعاطف مع قضاياها وأهدافها. - جذب الدعم المستدام للجمعية، من خلال تعزيز الوعي بأهدافها وإثراء مساهماتها في المجتمع. - تعزيز مشاركة المتطوعين في أعمال وبرامج الجمعية. - استقطاب الكفاءات الوظيفية المميزة بناءً على الصورة الذهنية الجيدة للجمعية. - زيادة فاعلية أصحاب المصلحة مع الجمعية وأنشطتها.	المستفيدين واصحاب المصلحة	20,000 ريال	25%	25%	25%	25%	الجمعية	شركات التسويق والمستشارين المتطوعين	1.تحديد الهدف الرئيسي للمبادرة. ويمكن أن يكون الهدف تسليط الضوء على إنجازات الجمعية وبناء الثقة أو جذب الدعم المستدام. 2.وضع خطة تنفيذ مفصلة للمبادرة. يجب تحديد الأنشطة المحددة التي ستتم في إطار المبادرة، وتحديد الموارد المطلوبة مثل البشرية والمالية والتكنولوجية. 3.تعيين فريق مؤهل وذو خبرة لتنفيذ المبادرة. يتضمن ذلك تحديد المسؤوليات وتوزيع المهام بين أعضاء الفريق. 4.إعداد مواد تسويقية وإعلانية، وتنظيم فعاليات توعوية أو مؤتمرات، وإنشاء حملات إعلامية، وتنفيذ استراتيجيات التواصل مع الجمهور. 5.تقييم أداء المبادرة ونتائجها بانتظام وفق مؤشرات الاداء. 6.التواصل المستمر مع الجمهور وشركاء الجمعية لنشر نتائج المبادرة وتأثيرها	3-1-1 3-2-1 3-2-2 3-3-1 3-4-1 3-5-1 3-5-2 3-6-1 3-6-2 3-6-3	وحدة العلاقات العامة والإعلام	وحدة العلاقات العامة والإعلام	الإدارة المالية - وحدة التسويق والعناية بالداعمين وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين	- نقص الموارد المالية للمبادرة . - قلة المشاركة أو الاهتمام من الجمهور بشكل كافٍ - قد يواجه المبادرة منافسة من مبادرات أخرى في نفس المجال. - ضعف التخطيط وإدارة المشروع - تغير الظروف الخارجية	- توسيع قاعدة الدعم المالي أو التعاون مع شركاء استراتيجيين. - تحسين استراتيجيات التواصل والتسويق للمبادرة. - تميز المبادرة وتسلط الضوء على نقاط قوتها والفوائد التي تقدمها بطرق مبتكرة. كما يمكن التعاون مع الجهات المتشابهة وتكوين شراكات لتعزيز التأثير المشترك. - يجب تخصيص الوقت والجهود اللازمة لوضع خطة تنفيذ مفصلة ومراقبة مستمرة للتقدم وإدارة المخاطر بشكل فعال. - تطوير استراتيجيات مرنة للتكيف مع هذه التغيرات وتحديث الخطط والتوجهات عند الحاجة.



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور العمليات الداخلية	4 أتمتت وتطوير الأنظمة والإجراءات الإدارية لزيادة فعاليتها وجودتها.	زيادة الكفاءة	يهدف الهدف الاستراتيجي إلى تحسين الكفاءة العامة للأنظمة والإجراءات الإدارية. من خلال التطوير والتحسين، يمكن تحقيق تبسيط العمليات وتقليل الوقت والمجهود اللازمين لإنجاز المهام المختلفة.	• الوقت التقديري لتنفيذ العمليات الإدارية	• 4-1-1	• وحدة العمليات الادارية	• ربع سنوي	• 5	• 1 أيام عمل	• 4-
		تحسين جودة الخدمة	بواسطة تطوير الأنظمة والإجراءات الإدارية. يمكن تحسين جودة الخدمة التي يقدمها المؤسسة للعملاء أو المستفيدين. يمكن تحقيق ذلك من خلال تحسين سرعة ودقة الاستجابة وتبسيط العمليات لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل.	• نسبة رضا الموظفين عن الأنظمة والإجراءات الإدارية • نسبة رضا المتبرعين والعملاء عن الأنظمة والإجراءات الإدارية	• 4-2-1 • 4-2-2	• وحدة العمليات الادارية • وحدة العناية بالداعمين	• سنوي • سنوي	• 60% • 80%	• 90% • 95%	• 30%- • 15%-
		توحيد الأنظمة والعمليات	تحسين رضا الموظفين: من خلال تحسين الأنظمة والإجراءات الإدارية. يمكن تحسين بيئة العمل وتسهيل العملية اليومية للموظفين. يمكن تحقيق ذلك من خلال تبسيط العمليات، وتقديم التدريبات والدعم اللازم للموظفين، وتطوير أدوات وتقنيات تسهل عملهم.	• نسبة اكتمال الأدلة الاجرائية	• 4-3-1	• وحدة العمليات الادارية	• السنة الأولى	• 20%	• 100%	• 80%-
		تعزيز الشفافية والمسؤولية	من خلال تحسين الأنظمة والإجراءات الإدارية، يمكن تعزيز الشفافية والمسؤولية داخل المؤسسة. يمكن تحقيق ذلك من خلال توثيق الإجراءات وتعزيز العمل الجماعي وتوزيع المسؤوليات بشكل واضح وتوفير آليات لقياس الأداء وتقديم التقارير.	• نسبة الامتثال للأنظمة والإجراءات الإدارية	• 4-4-1	• لجنة التدقيق والمراجعة الداخلية	• سنوي	• 95%	• 100%	• 5%-
		تعزيز التكنولوجيا والابتكار	من خلال التحسين والتطوير الإداري، يمكن تعزيز استخدام التكنولوجيا وتبني الابتكارات في المؤسسة. يمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام تقنيات جديدة وأساليب حديثة لتحسين العمليات وتحقيق التحول الرقمي.	• نسبة اكتمال أتمتت العمليات الادارية	• 4-5-1	• وحدة تقنية المعلومات	• السنة الأولى	• 40%	• 100%	• 60%-



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

الهدف الاستراتيجي: منظور العمليات الداخلية																	
الهدف الاستراتيجي: (٤) أتمتت وتطوير الأنظمة والإجراءات الإدارية لزيادة فعاليتها وجودتها.																	
الهدف التفصيلي: تطوير البنية الرقمية لتسهيل خدمات الجمعية و إجراءاتها الداخلية ومواكبة تغيرات وتطورات المجتمع																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
مبادرة تصميم تطبيق او نظام لخدمة المستفيدين عن بعد	تعمل الجمعية من خلال المبادرة على مواكبة تغيرات المجتمع بالعمل على تطوير بنيتها الرقمية التي ستساعد على تسريع إجراءاتها الداخلية و تسهيل تقديم خدماتها	- سرعة وسهولة تنفيذ الإجراءات - تسهيل وصول المستفيدين لخدمات الجمعية دون تحمل عناء الانتقال. - زيادة نسبة رضا المستفيدين والموظفين - زيادة الامتثال للأنظمة والاجراءات الادارية.	جميع المستفيدين	40,000 ريال	100%	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير	الجمعية والجهات المانحة	الشركات التقنية والمستشارين المتطوعين	1- حصر الإجراءات والعمليات المراد تطويرها 2- حصر الأقسام المستهدف تطوير أعمالها للرقمية 3- اختيار الأدوات والأجهزة الرقمية 4- تحديد البرامج التي ستساعد في التطور الرقمي 5- تحديد الميزانية المالية 6- إعداد فريق تقني متخصص مشرف على البرامج الرقمية 7 - تدريب الموظفين على استخدام البرامج والوسائل الرقمية 8 - إعداد تقارير إدارية وفنية لقياس أداء الجمعية في ظل التطور الرقمي 9 - المتابعة والتقييم	4-1-1 4-2-1 4-2-2 4-3-1 4-4-1 4-5-1	لجنة التخطيط والاطوير	وحدة تقنية المعلومات	الادارة المالية الادارة التنفيذية وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين وحدة العمليات الادارية	عدم اعتماد ميزانية البرامج من قبل مجلس الإدارة	البحث عن برامج أقل تكلفة وتمويل اضافي من الشركاء والداعمين
	تعمل الجمعية من خلال المبادرة على تسريع إجراءات الاعمال الادارية ونسهيل متابعتها وقياس الانجاز بشكل مستمر وفعال	- تسهيل قياس تحقق الاهداف الاستراتيجية والتشغيلية - تسهيل قياس أداء الموظفين بالجمعية - تسريع اكمال اجراءات الاعمال الادارية. - زيادة نسبة رضا المستفيدين والموظفين - زيادة الامتثال للأنظمة والاجراءات الادارية.	جميع العمليات الادارية	20,000 ريال	100%	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير			-	عدم قدرة المستفيدين على التعامل مع البرامج الرقمية				الاستعانة بمقاطع الفيديو التي تشرح استخدام الانظمة الالكترونية وضرورة تبسيط هذه الانظمة للاستخدام	



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور العمليات الداخلية	5 اطلاق حملات تسويقية لبرامج وأنشطة الجمعية وإصدار التقارير الدورية.	الوصول للجمهور المستهدف	تحديد الجمهور المستهدف لبرامج وأنشطة الجمعية، وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم واهتماماتهم. يمكن استخدام الأبحاث والاستطلاعات للحصول على معلومات تساعد في تحديد الجمهور المستهدف بدقة.	• معدل النمو في الوصول إلى الجمهور المستهدف	5-1-1	وحدة التسويق والعناية بالداعمين	سنوي	15%	33%	-18%
		تطوير استراتيجية التسويق	وضع استراتيجية تسويقية شاملة تستهدف الجمهور المستهدف. تشمل هذه الاستراتيجية تحديد القنوات المناسبة للتواصل مع الجمهور المستهدف، ووضع رسائل وحملات تسويقية فعالة لجذب انتباههم وإثارة اهتمامهم.	• عدد استراتيجيات التسويق المستخدمة	5-2-1	وحدة التسويق والعناية بالداعمين	سنوي	2	4	-2
		إعداد المواد التسويقية الرقمية	إعداد مواد تسويقية فعالة وجذابة لبرامج وأنشطة الجمعية، مثل بروشورات ومنشورات ومواد ترويجية أخرى. يجب أن تكون هذه المواد مبنية على استراتيجية التسويق المحددة وتحتوي على معلومات وصور تعكس القيم والرؤية للجمعية.	• نمو عدد المواد التسويقية الرقمية • أنواع المواد التسويقية الرقمية	5-3-1 5-3-2	وحدة التسويق والعناية بالداعمين وحدة التسويق والعناية بالداعمين	سنوي سنوي	5% 2	33% 6	-28% -4
		تنفيذ حملات التسويق	تنفيذ حملات تسويقية موجهة للجمهور المستهدف، باستخدام القنوات المناسبة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والأحداث العامة، والإعلانات المدفوعة. يجب تنظيم الحملات بشكل منهجي ومتناسق وقياس نتائجها لتقييم فعالية الحملات وإجراء التحسينات اللازمة.	• عدد الحملات التسويقية • عدد منصات التسويق	5-4-1 5-4-2	وحدة التسويق والعناية بالداعمين وحدة التسويق والعناية بالداعمين	ربع سنوي ربع سنوي	0 1	4 4	-4 -3
		إصدار التقارير الدورية	إعداد وإصدار تقارير دورية توضح نتائج وإنجازات برامج وأنشطة الجمعية. تشمل هذه التقارير معلومات حول الأهداف المحققة، والمشاركة والاستجابة من قبل الجمهور المستهدف، وتقييم فعالية الحملات التسويقية المنفذة.	• عدد التقارير لكل برنامج • عدد التقارير السنوية • نسبة الدقة والاكتمال وفق معيار نشر النتائج	5-5-1 5-5-2 5-5-3	وحدة الاحصاءات والتقارير وحدة الاحصاءات والتقارير لجنة التدقيق والمراجعة الداخلية	سنوي سنوي سنوي	0 0.50 56%	28 1 100%	-28 -0.5 -44%



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

بعد الاستراتيجي: نظور العمليات الداخلية																	
هدف الاستراتيجي: (5) نظور حملات تسويقية لبرامج وانشطة الجمعية واصدار التقارير الدورية.																	
هدف التفصيلي: إعداد خطط تسويقية تدعم مجال عمل الجمعيةا و تسوق لخدماتها للحصول على الدعم الكافي لتنفيذ الخطط وتحقيق النتائج المطلوبة																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
مبادرة نحن هنا	من خلال المبادرة تعمل الجمعية على إعداد خطط تسويقية تدعم مجال عملها و تسوق لخدماتها للحصول على الدعم الكافي لتنفيذ الخطط وتحقيق النتائج المطلوبة	الحصول على الدعم المالي الكافي لتنفيذ البرامج والأنشطة وتحقيق أهداف ورسالة الجمعية تسويق و تنفيذ أعمال الجمعية بأعلى مستوى	الداعمين والمتبرعين	100,000 ريال	25,000 ريال	25,000 ريال	25,000 ريال	25,000 ريال	الجمعية - الداعمين - الجهات الداعمة	شركات التسويق	1 - حصر شروط ومتطلبات إعداد الخطة التسويقية . 2 - تحديد ميزانية الخطط 3 - تحديد أهداف الخطط والنتائج المتوقعة منها 4 - دراسة المخاطر والعقبات المستقبلية لهم 5 - تحديد فريق متخصص للإشراف على الخطط و الاستجابة السريعة للطلبات والتعديلات 6 - اعتماد الخطط 7 - البدء في تنفيذها 8 - المتابعة والتقييم 9 - قياس الأثر	5-1-1 5-2-1 5-3-1 5-3-2 5-4-1 5-4-2 5-5-1 5-5-2 5-5-3	لجنة تنمية الموارد والاستثمار	وحدة التسويق والعناية بالداعمين	• وحدة العلاقات العامة والإعلام • لجنة تنمية الموارد المالية • الإدارة المالية	• عدم الحصول على الدعم الكافي للخطط • حدوث انحرافات أثناء تنفيذ الخطط • بطء الاستجابة لطلبات الجهات المشرفة	• عرض النتائج المتوقعة للخطط و ما تحدثه من أثر إيجابي للجمعية ,والأهداف المحددة لها لإقناع الجهات الداعمة بتقديم الدعم لتنفيذها • دراسة الخطط بدقة قبل تنفيذها و متابعتها و تقييمها بشكل مستمر بعد التنفيذ • التواصل المستمر مع الجهات المشرفة والاستعداد الدائم للاستجابة لطلبات المطروحة منهم



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور العمليات الداخلية	6 وضع معايير جودة محددة للخدمات والبرامج المقدمة ومراقبة الأداء وقياس الأثر باستمرار لضمان تحقيق هذه المعايير.	معيار الارتباط	قياس ارتباط أهداف الجمعية وبرامجها وأنشطتها مع أصحاب المصلحة مما يضمن التناسق والتناغم في أداء الأعمال.	- نسبة توافق البرامج والأنشطة مع احتياجات الفئات المستهدفة. - نسبة توافق البرامج والأنشطة مع رؤية 2030 - نسبة توافق البرامج والأنشطة مع سياسة الجهات المانحة والمتبرعين. - نسبة توافق البرامج والأنشطة مع النواحي التنموية للمجال الخيري.	6-1-1 6-1-2 6-1-3 6-1-4	- لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير	- سنوي - سنوي - سنوي - سنوي	50% 70% 40% 0%	100% 100% 100% 100%	50%-30% 30%-60% 60%-0%
		معيار الكفاءة	إنشاء نظام مراقبة متكامل لمراقبة أداء الخدمات والبرامج وفقاً للمعايير المحددة. يتضمن ذلك تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) وتوجيهات وإجراءات لقياس وتقييم الأداء بانتظام.	- نسبة دقة المؤشرات المستخدمة لقياس المخرجات - نسبة ملائمة المدخلات من حيث الكم والكيف والجودة لتنفيذ الأنشطة و الفعاليات - نسبة ملائمة مخرجات المشاريع مع التكلفة	6-2-1 6-2-2 6-2-3	- اللجنة التنفيذية - اللجنة التنفيذية - لجنة التدقيق والمراجعة	- سنوي - سنوي - سنوي	20% 15% 90%	100% 100% 100%	80%-80% 80%-10%
		معيار الفاعلية	تحديد إجراءات لتحسين الأداء وتحقيق المعايير المحددة. يمكن ذلك من خلال تحليل البيانات واستخدام تقنيات إدارة الجودة مثل PDCA (Plan-Do-Check-Act) لتحديد المجالات التي يمكن تحسينها وتطويرها.	- نسبة تحقيق الأهداف باستعمال مؤشرات القياس الموجودة . - نسبة تحقيق التغيير والتنمية والفوائد المخطط لها للفئات المستهدفة . - نسبة صحة الفرضيات والمخاطر المحتملة للمشاريع.	6-3-1 6-3-2 6-3-3	- لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير - لجنة ادارة المخاطر	- سنوي - سنوي - سنوي	20% 30% 0%	100% 100% 100%	80%-70% 70%-100% 100%-%
		معيار الأثر	تنفيذ تقييم الأثر لقياس النتائج والتأثير الفعلي للخدمات والبرامج. يشمل ذلك تحليل البيانات وتقييم تأثير الخدمات والبرامج على الجمهور المستفيد والمجتمع بشكل عام.	- نسبة تحقق الأثر الاقتصادي للبرامج والأنشطة على المستفيدين. - نسبة تحقق الأثر الاجتماعي للبرامج والأنشطة على المستفيدين. - نسبة المساهمة في التطوير والنمو لأصحاب المصلحة.	6-4-1 6-4-2 6-4-3	- لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير - لجنة التخطيط والتطوير	- سنوي - سنوي - سنوي	10% 30% 10%	100% 100% 100%	90%-70% 70%-90%
		معيار الاستدامة	تعزيز ثقافة الجودة داخل المؤسسة وتعزيزها لاستدامة الجمعية من خلال التوعية والتدريب وتشجيع المشاركة والمساهمة.	- نسبة الاستدامة التكنولوجية . - نسبة الاستدامة المؤسسية.	6-5-1 6-5-2	- وحدة تقنية المعلومات - وحدة العمليات الادارية	- سنوي - سنوي	40% 40%	100% 100%	60%-60%



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

البعد الاستراتيجي: منظور العمليات الداخلية																	
الهدف الاستراتيجي: (٦) وضع معايير جودة محددة للخدمات والبرامج المقدمة ومراقبة الأداء وقياس الأثر باستمرار لضمان تحقيق هذه المعايير.																	
الهدف التفصيلي: وضع معايير جودة محددة، ومراقبة الأداء، وقياس الأثر بشكل مستمر للتأكد من تحقيق هذه المعايير.																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
برنامج الجودة وقياس الأثر	تتضمن هذه المبادرة مجموعة من الأنشطة والإجراءات التي تساهم في ضمان جودة الخدمات والبرامج وقياس تأثيرها على المستهدفين واصحاب المصلحة بشكل عام.	- توفير خدمات وبرامج عالية الجودة. - ضمان تحقيق الاهداف من خلال وضع معايير جودة محددة، ومراقبة الأداء، وقياس الأثر بشكل مستمر. - تنفيذ البرامج من خلال توجيه الموظفين وتطبيق المعايير، ومراقبة الأداء.	جميع الانشطة والبرامج للجمعية	10000 ريال	100%	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير	تحسين وتطوير	الجمعية الجهات المانحة	الجهات الاستشارية المختصة والاستشاريين المتطوعين	1. تحديد أهداف ومخرجات المبادرة بشكل واضح ومحدد. 2. تعيين فريق متخصص ومؤهل لتنفيذ المبادرة. يتألف الفريق من أفراد من مختلف الأقسام المعنية بالجودة والأداء والقياس وقد يشمل أعضاء من الإدارة العليا. 3. إجراء تقييم شامل للحالة الحالية للخدمات والبرامج المقدمة. 4. وضع معايير جودة محددة وقابلة للقياس وفقاً لأهداف المبادرة. يجب أن تتضمن هذه المعايير مؤشرات الأداء الرئيسية التي يمكن قياسها ومراقبتها. 5. توزيع المعايير والإجراءات على الخدمات والبرامج المشمولة في المبادرة. يجب توفير التدريب والتوجيه للموظفين المعنيين بتنفيذ البرنامج لضمان فهمهم للمعايير وقدرتهم على تطبيقها بشكل صحيح. 6. إنشاء نظام فعال لمراقبة وقياس الأداء والأثر. يتضمن ذلك تحديد المؤشرات الرئيسية وآليات جمع البيانات وتحليلها وتقييم الأداء وتقييم الأثر. 7. تحليل البيانات المجمعة وتقييم الأداء وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين. يجب اتخاذ التدابير اللازمة لتحسين الأداء وتحقيق الأهداف المحددة. 8. تنفيذ تقييمات دورية لقياس الأثر وتقييم تحقيق الأهداف. يجب استخدام نتائج التقييم لتحسين الخدمات والبرامج وضمان تحقيق أعلى مستويات الأثر الممكنة.	6-1-1 6-1-2 6-1-3 6-1-4 6-2-1 6-2-2 6-2-3 6-3-1 6-3-2 6-3-3 6-4-1 6-4-2 6-4-3 6-5-1 6-5-2	لجنة التخطيط والتطوير	وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين	- الادارة التنفيذية - لجنة التدقيق والمراجعة - لجنة ادارة المخاطر - وحدة تقنية المعلومات - وحدة العمليات الادارية	- مقاومة التغيير - نقصاً في الموارد المالية والبشرية والتقنية اللازمة - عدم التزام مجلس الادارة بتنفيذ المبادرة ودعمها بشكل كامل	- مشاركة واشراك الموظفين في عملية صنع القرار وتطوير الإجراءات الجديدة - البحث عن شركاء وجهات خارجية يمكنهم تقديم الدعم والمساعدة في تنفيذ المبادرة - توضيح فوائد المبادرة وأهميتها لمجلس الإدارة وربطها بأهداف المؤسسة الاستراتيجية. وتوفير تقارير الأداء المنتظم للإدارة العليا بخصوص تنفيذ المبادرة وتقديمها.



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور العمليات الداخلية	7 استقطاب المتطوعين للمساهمة في برامج وأنشطة الجمعية.	انشاء وحدة التطوع بالجمعية	إجراء تحليل شامل لاحتياجات الجمعية من المتطوعين، وتحديد البرامج والأنشطة التي تتطلب مساهمة المتطوعين. يمكن استخدام استبيانات ومقابلات للتفاعل مع الأعضاء الحاليين وفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم.	• انشاء وحدة تطوع ضمن هيكله الجمعية • نسبة اكمال سياسات واجراءات التطوع بالجمعية	• 7-1-1	• لجنة التخطيط والتطوير • لجنة التخطيط والتطوير	• الربع الثاني/السنة الاولى • الربع الثالث/ السنة الاولى	• 0 • 0	• 1 • 100%	• 1- • 100%-
		تطوير استراتيجية الاستقطاب	وضع استراتيجية واضحة لاستقطاب المتطوعين، بما في ذلك وسائل التواصل والتسويق المناسبة. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات، والفعاليات المجتمعية، وشبكات العمل التطوعي.	• عدد المتطوعين المسجلين • نسبة المتطوعين النشطين • نسبة النمو في عدد المتطوعين	• 7-2-1 • 7-2-2 • 7-2-3	• وحدة التطوع • وحدة التطوع • وحدة التطوع	• سنوي • سنوي • سنوي	• 0 • 0 • 0	• 50 • 80% • 10%	• 50- • 80%- • 10%-
		إنشاء برامج تطوعية جذابة للمتطوعين	تطوير برامج وأنشطة جذابة وملائمة لاحتياجات واهتمامات المتطوعين. يجب أن تكون هذه البرامج ذات طابع مناسب وتوفر فرصاً للمتطوعين للمساهمة وتطوير مهاراتهم والاستفادة من تجربة التطوع.	• عدد الفرص التطوعية	• 7-3-1	• وحدة التطوع	• ربع سنوي	• 0	• 12	• 12-
		تحقيق عائد مؤسسي واقتصادي للجمعية	خلق بيئة تطوعية إيجابية ومشجعة تساعد في جذب المتطوعين والحفاظ عليهم. يمكن تحقيق ذلك من خلال توفير اتصال مستمر واحترافي مع المتطوعين، وتوفير فرص للتواصل والتعاون بين المتطوعين وأعضاء الفريق، وتوفير بيئة عمل محفزة وممتعة.	• نسبة نمو العائد الاقتصادي لمشاركة المتطوعين • نسبة نمو عائد الاستدامة المؤسسية بأثر التطوع	• 7-4-1 • 7-4-2	• الادارة المالية • وحدة العمليات الادارية	• سنوي • سنوي	• 0% • 0%	• 10% • 10%	• 10%- • 10%-
		توفير التدريب والتوجيه	تقديم التدريب المناسب والتوجيه للمتطوعين لتزويدهم بالمهارات والمعرفة اللازمة لأداء مهامهم بفعالية. يمكن أن يشمل هذا التدريب توجيهات حول الجمعية والبرامج ومتطلبات العمل التطوعي.	• عدد البرامج العامة للمتطوعين • عدد البرامج التخصصية للمتطوعين	• 7-5-1 • 7-4-2	• وحدة التطوع • وحدة التطوع	• ربع سنوي • ربع سنوي	• 0 • 0	• 8 • 4	• 8- • 4-
		تكريم وتقدير المتطوعين	تقدير وتكريم المتطوعين لدورهم ومساهماتهم القيمة في برامج وأنشطة الجمعية. يمكن أن تشمل هذه الإجراءات توفير شهادات تقدير وفعاليات تكريمية للمتطوعين.	• نسبة نمو عدد الساعات التطوعية الممنوحة • عدد المتطوعين المكرمين • نسبة رضا المتطوعين عن تجربتهم	• 7-6-1 • 7-6-2 • 7-6-3	• وحدة التطوع • وحدة العلاقات العامة والاعلام • وحدة التطوع	• سنوي • ربع سنوي • سنوي	• 0% • 0 • 0%	• 10% • 12 • >90%	• 10%- • 12- • 90%-



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

البعد الاستراتيجي: منظور العمليات الداخلية																		
الهدف الاستراتيجي: (٧) استقطاب المتطوعين للمساهمة في برامج وأنشطة الجمعية.																		
الهدف التفصيلي: استقطاب المتطوعين للمساهمة في برامج وأنشطة الجمعية.																		
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي	
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						المساندة	الأساسية			
مبادرة إنشاء وحدة التطوع	هي مبادرة تسعى إلى إنشاء فريق مكرس للعمل التطوعي داخل الجمعية . مما يعزز القدرات التطوعية وتوفير الدعم اللازم لتنظيم وتنفيذ الأنشطة الخيرية والمشاريع المختلفة التي تقوم بها الجمعية.	• تعزيز قدرة الجمعية الخيرية على تنظيم الأنشطة التطوعية بشكل فعال • زيادة الوعي والمشاركة المجتمعية في الأعمال الخيرية • تنمية مهارات المتطوعين الشخصية والاجتماعية . من خلال التعلم والتدريب المستمر • دعم الجمعية في تنظيم برامجها وأنشطتها. • تحقيق الاثر الاقتصادي والاجتماعي للتطوع على أنشطة وبرامج الجمعية	200	10000 ريال	25%	25%	25%	25%	الجمعية الجهات المانحة	الفرق التطوعية	1. تحديد أهداف ومهام وحدة التطوع . وتحديد الموارد المطلوبة مثل البنية التحتية والمالية والموظفين. 2. عمل الدليل الاجرائي ووصف المهام لوحدة التطوع. 3. اختيار المتطوعين بناءً على مهاراتهم واهتماماتهم وقدرتهم على تحمل المسؤولية. 4. تنظيم دورات تأهيلية وتدريبية لتطوير مهارات المتطوعين وتأهيلهم للقيام بالمهام المطلوبة 5. تنظيم وجدولة الأنشطة التطوعية وفقاً لبرامج وأنشطة الجمعية 6. تنظيم اجتماعات منتظمة لمتطوعين لمشاركة الخبرات وتقديم التقارير ومناقشة التحديات والتوجيهات. 7. وثيق وتسجيل الأنشطة التطوعية والإنجازات والتقارير المالية والإحصائيات المتعلقة بها. 8. القياس والتقييم المستمر والتحسين وفقاً للنتائج.	7-1-1 7-2-1 7-2-2 7-2-3 7-3-1 7-4-1 7-4-2 7-5-1 7-4-2 7-6-1 7-6-2 7-6-3	لجنة التخطيط والتطوير	• وحدة العمليات الادارية • وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين • وحدة العلاقات العامة والاعلام • الادارة التنفيذية • وحدة العمليات المالية	وحدة التطوع	1. نقص المتطوعين نتيجة لعدم وعي الناس ، أو عدم توافر الوقت أو الاهتمام لديهم. 2. نقص في الموارد المالية والمادية المطلوبة لتنفيذ الأنشطة التطوعية. 3. قد يحدث عدم توافق بين أعضاء فريق التطوع أو حدوث صراعات أو خلافات بينهم. 4. قد يواجه المتطوعون خطر الإصابة أو التعرض للمخاطر المهنية أثناء تنفيذ المهام التطوعية. 5. قد يواجه فريق التطوع تحديات قانونية أو تنظيمية فيما يتعلق بإجراءات التطوع والمسؤولية المدنية.	1. توسيع حملات التوعية والترويج للمبادرة، والتواصل مع المؤسسات المحلية والمدارس والمجتمعات لجذب المزيد من المتطوعين. يمكن أيضاً توفير مرونة في الجدولة وتنظيم الأنشطة لتناسب مختلف الجداول الزمنية والاهتمامات. 2. بحث الشراكات مع المؤسسات المحلية والشركات للحصول على الدعم المادي والموارد. يمكن أيضاً استخدام الموارد المتاحة بشكل فعال والتخطيط الجيد للموارد المتاحة. 3. تشجيع التواصل المفتوح بين أعضاء الفريق وحل المشكلات بشكل فوري. يمكن أيضاً تعزيز روح الفريق والتعاون من خلال النشاطات والفعاليات التي تعزز الترابط بين أعضاء الفريق. 4. توفير بيئة عمل آمنة وصحية للمتطوعين. ينبغي توفير التدريب والتوجيه اللازم للمتطوعين للتعامل مع المخاطر المحتملة واتباع إجراءات السلامة والوقاية. يجب توفير المعدات الواقية اللازمة والتأكد من تطبيق إجراءات السلامة المناسبة أثناء تنفيذ الأنشطة. 5. يجب الالتزام بالقوانين واللوائح المحلية المتعلقة بالتطوع والعمل الخيري. ينبغي الحصول على الإرشاد القانوني اللازم وضمان توافر التراخيص والتصاريح اللازمة لتنفيذ الأنشطة. يجب أيضاً وضع سياسات وإجراءات داخلية واضحة للتعامل مع المسؤولية المدنية وحماية حقوق المتطوعين والمستفيدين.	



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	مؤد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور النمو	استقطاب الكادر البشري التخصصي المميز.	تحديد الاحتياج من الكادر التخصصي	إجراء تحليل شامل لاحتياجات المؤسسة من الكادر البشري التخصصي، وتحديد المهارات والخبرات المطلوبة للمناصب الشاغرة. يمكن استخدام مقابلات ومراجعات للوظائف الحالية وفهم متطلبات العمل والتخصصات المطلوبة.	• نسبة نمو الكفاءات البشرية المتخصصة من الاعداد الاجمالي للموظفين	8-1-1	وحدة العمليات الادارية	سنوي	20%	33.33%	-13%
		وضع استراتيجية التوظيف	وضع استراتيجية واضحة لاستقطاب الكادر التخصصي المميز، بما في ذلك وسائل التواصل والتسويق المناسبة. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجية استخدام مواقع التوظيف عبر الإنترنت، وشبكات المهنية، والعلاقات المؤسسية، والإعلانات المستهدفة.	• نسبة نمو عدد الكفاءات البشرية المتخصصة والمميزه التي تم استقطابها	8-2-1	وحدة العمليات الادارية	سنوي	20%	33.33%	-13%
		تطوير برامج جاذبة للكادر التخصصي	تطوير برامج ومزايا تنافسية تجذب الكادر التخصصي المميز وتحفزه على التحاقه بالمؤسسة. يمكن أن تشمل هذه البرامج البيئة العمل المحفزة، والتدريب والتطوير المهني، وفرص الترقية والتطوير المهني.	• نسبة نمو عدد المتقدمين المتخصصين على الفرص الوظيفية المعلنة	8-3-1	وحدة العمليات الادارية	سنوي	5%	20%	-15%
		تحسين عملية التوظيف	تحسين عملية التوظيف لكي تكون أكثر فعالية وفعالية في جذب الكادر التخصصي المميز. يمكن أن تشمل هذه التحسينات تبسيط إجراءات التوظيف، وتحسين تجربة المتقدمين، وتقليل الفترات الزمنية لاتخاذ القرارات.	• المعدل الزمني للاستقطاب والتعيين	8-4-1	وحدة العمليات الادارية	سنوي	3 أشهر	شهر واحد	-200%
		توفير بيئة عمل جاذبة	خلق بيئة عمل جاذبة وملائمة للكادر التخصصي المميز. يمكن تحقيق ذلك من خلال توفير فرص التطوير المهني، والمرونة في العمل، والثقافة المؤسسية المحفزة والتعاونية.	• نمو معدل المحافظة على الكفاءات البشرية المتخصصة والمميزه	8-5-1	وحدة العمليات الادارية	سنوي	75%	>90%	-15%



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

الهدف الاستراتيجي: منظور النمو													
الهدف الاستراتيجي: (أ) استقطاب الكادر بشري التخصصي المميز.													
الهدف التفصيلي: استقطاب الكادر البشري من المؤهلين في تخصصاتهم للمساهمة انجاز اعمال الجمعية ونجاح برامجها وأنشطتها .													
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4					
مبادرة استقطاب التدريب التعاوني من جهات التعليم والتدريب مبادرة تمهير	استقطاب المتدربين في برنامج التدريب التعاوني وبرنامج تمهير من المؤهلين في تخصصاتهم للمساهمة انجاز اعمال الجمعية ونجاح برامجها وأنشطتها وتوظيف المتميزين منهم.	- تعزيز التعاون مع المؤسسات التعليمية - توظيف الكفاءات الشابة تطوير القدرات والمهارات - تعزيز الوعي والمشاركة - تعزيز الانتماء والولاء للجمعية - التأكد من كفاءة الموظفين قبل توظيفهم	40	لا يوجد	25%	25%	25%	25%	لا يوجد	الكلية التقنية جامعة الملك خالد صندوق هدف	8-1-1 8-2-1 8-3-1 8-4-1 8-5-1	وحدة العمليات الادارة	- قلة الاهتمام والتسجيل - عدم توافر الموارد الكافية - تحديات التوظيف والاختيار - عدم تحقيق أهداف التدريب
الاجراء التصديحي	المخاطر المحتملة	مسؤولية التنفيذ	المساندة	الأساسية									
- التعاون مع المؤسسات التعليمية لتعزيز المبادرة وتوعية الطلاب بها - التعاون مع المؤسسات التعليمية لاستخدام المرافق والموارد المتاحة لديهم - وضع إجراءات واضحة ومنهجية لعملية التوظيف والاختيار، بما في ذلك مقابلات شخصية واختبارات لتقييم مهارات المتقدمين. - تصميم برنامج تدريب مهني محدد ومنهجي يستهدف تطوير مجموعة متنوعة من المهارات العملية للطلاب وتوفير مرشدين ومشرفين مؤهلين لمساعدة الطلاب في تطوير مهاراتهم وتحقيق أهدافهم.	- قلة الاهتمام والتسجيل - عدم توافر الموارد الكافية - تحديات التوظيف والاختيار - عدم تحقيق أهداف التدريب	- وحدة العلاقات العامة - وحدة التشاركيات	وحدة العمليات الادارة	8-1-1 8-2-1 8-3-1 8-4-1 8-5-1									



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	موعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
منظور النمو	9 دعم البحث والتطوير، ونشر المعرفة والمهارات بين موظفي الجمعية.	تصميم الاحتياج التدريبي بناء على الاحتياج الوظيفي للموظفين ويدعم تحقيق أهداف المنظمة.	تطوير وتنفيذ برنامج تدريب متخصص يهدف إلى تعزيز المعرفة والمهارات لدى موظفي الجمعية في مجالات البحث والتطوير. يجب أن يتم تصميم هذا البرنامج بطريقة تناسب احتياجات الموظفين ويوفر فرصاً لتوسيع المعرفة وتنمية المهارات المطلوبة.	- عدد الدورات التدريبية العامة التي تم تقديمها للموظفين - عدد الدورات التدريبية التخصصية التي تم تقديمها للموظفين	9-1-1 9-1-2	- وحدة العمليات الادارية - وحدة العمليات الادارية	- سنوي - سنوي	0.75 0.50	12 6	11.25- 5.5-
		زيادة فاعلية الموظفين	تشجيع ثقافة البحث والابتكار داخل الجمعية من خلال توفير بيئة داعمة وتحفيزية. يمكن تنفيذ ذلك عن طريق تعزيز التواصل والتعاون بين الموظفين وتخصيص موارد لتمويل الأفكار الابتكارية والأبحاث الجديدة.	- نسبة عدد الموظفين الذين شاركوا في الدورات التدريبية - مستوى الأثر على الأداء الوظيفي	9-2-1 9-2-2	- وحدة العمليات الادارية - وحدة العمليات الادارية	- سنوي - سنوي	25% 15%	100% 80%	75%- 65%-
		إجراء التحسينات اللازمة لنظام التدريب	تخصيص موارد مالية وبنيّة تحتية لدعم الأنشطة البحثية والتطويرية داخل الجمعية. يمكن ذلك عن طريق زيادة الميزانية المخصصة للبحث والتطوير وتوفير المعدات والأدوات اللازمة للباحثين والموظفين المشاركين في هذا المجال.	- نسبة تغيير سلوك الموظفين من حيث الثقة والمشاركة. - نسبة تطور الأداء.	9-3-1 9-3-2	- وحدة العمليات الادارية - لجنة التخطيط والتطوير	- سنوي - سنوي	20% 20%	90% 80%	70%- 60%-
		زيادة الرضا الوظيفي	تشجيع التواصل وتبادل المعرفة بين الموظفين من خلال إنشاء منصات ومناسبات للمناقشة والتبادل العلمي. يمكن تنظيم ورش عمل ومؤتمرات داخلية ومشاركة الموظفين في فعاليات خارجية ذات صلة لتبادل الخبرات والمعرفة.	- معدل رضا المتدرب - معدل الاحتفاظ بالموظف بعد التدريب	9-4-1 9-4-2	- وحدة العمليات الادارية - وحدة العمليات الادارية	- سنوي - سنوي	60% 75%	>90% 100%	30%- 25%-



((بطاقة مبادرات تحقيق الهدف الاستراتيجي))

البعد الاستراتيجي: منظور النمو																	
الهدف الاستراتيجي: (٩) دعم البحث والتطوير، ونشر المعرفة والمهارات بين موظفي الجمعية.																	
الهدف التفصيلي: بناء وتأهيل قدرات و مهارات فريق العمل بمنحهم دورات تدريبية وورش عمل تتناسب مع احتياجاتهم التدريبية والوظيفية																	
المبادرة	وصف المبادرة	أهداف المبادرة	العدد المستهدف	الميزانية التقديرية	الوزن السنوي				الجهات الممولة	الجهات المشاركة	آلية التنفيذ	مؤشرات الأداء المرتبطة	ملكية المبادرة	مسؤولية التنفيذ		المخاطر المحتملة	الاجراء التصحيحي
					السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4						الأساسية	المساندة		
مبادرة تطوير	تعمل المبادرة على بناء وتأهيل قدرات و مهارات فريق العمل بمنحهم دورات تدريبية وورش عمل تتناسب مع احتياجاتهم التدريبية والوظيفية	1 - امتلاك الجمعية فريق عمل مميز 2 - زيادة كفاءة خدمات وأنشطة الجمعية 3 - ارتفاع معدل الإنتاجية	موظفي الجمعية	60,000 ريال	25%	25%	25%	25%	الجمعية الجهات المانحة وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي	جهات التدريب الحكومية والاهلية	1 - إنشاء قائمة بيانات الموظفين المستهدفين 2 - حصر الاحتياجات الوظيفية لفريق العمل 3 - تحديد نوعية المواد التدريبية 4 - اختيار أماكن التدريب و معرفة مدة تنفيذ و استمرار الدورات التدريبية وورش العمل 5 - تحديد ميزانية التدريب واعتمادها 6 - وضع جدول زمني لمواعيد التدريب مع تنسيقها مع مواعيد العمل الأساسية 7 - البدء في الدورات التدريبية وورش العمل 8 - متابعة استجابة الموظفين للتدريبات 9 - تقييم مستوى تطور مهارات الموظفين قبل وبعد الدورات التدريبية 10 - عقد ورش عمل ربعية لنقل المعرفة لبقية أعضاء فريق العمل	9-1-1	لجنة التخطيط والتطوير	وحدة العمليات الادارية	الإدارة التنفيذية الإدارة المالية إدارة العلاقات العامة والإعلام	عدم موافقة مجلس الإدارة على التفرغ للتدريبات ارتفاع تكاليف بعض الدورات التدريبية عدم استجابة فريق العمل للتدريبات	الاستفادة من الدورات التدريبية عن بعد خارج أوقات العمل الحصول على خصومات جيدة للبرامج التدريبية والحصول على تمويل للتدريب من الجهات المانحة. تحفيز فريق العمل وتشجيعهم على التعلم وتطوير مهاراتهم قبل بدء الدورات التدريبية
												9-1-2					
												9-2-1					
												9-2-2					
												9-3-1					
												9-3-2					
												9-4-1					
												9-4-2					



الأولوية الاستراتيجية	الهدف الاستراتيجي	الاهداف التنفيذية	وصف الهدف التنفيذي	مؤشرات الاداء الرئيسية	كود المؤشر	ملكية المؤشر	مؤعد القياس	خط الاساس	المستهدف السنوي	الفجوة السنوية
المنظور المالي	استحداث وتطوير مصادر الإيرادات المالية للجمعية وتحسين كفاءة الانفاق والاستدامة المالية.	تنمية الإيرادات الحالية للجمعية	تطوير وتنويع مصادر الإيرادات المالية للجمعية من خلال استكشاف فرص جديدة للتمويل. يمكن اتخاذ إجراءات مثل زيادة عدد الأعضاء أو الزبائن، وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة، واستكشاف فرص التمويل الخارجية مثل الشراكات مع المنظمات ذات الصلة أو الحصول على تمويل من الجهات الحكومية أو الشركات الخاصة.	• نمو الإيرادات الرئيسية	• 10-1-1	• لجنة الموارد المالية والاستثمار	• سنوي	• 8%	• <8%	• 0
		تحسين كفاءة الإنفاق	تحليل ومراجعة عمليات الإنفاق الحالية وتحسين كفاءتها. يمكن تنفيذ إجراءات لتقليل التكاليف المباشرة وغير مباشرة مثل المراجعة الدورية للعقود والاتفاقيات التجارية، وتحسين عمليات الشراء والتوريد، وتنفيذ أنظمة محاسبة ومراقبة مالية فعالة.	• كفاءة جمع التبرعات • نسبة مصاريف البرامج • نسبة المصاريف الإدارية • نسبة مصاريف جمع التبرعات	• 10-2-1 • 10-2-2 • 10-2-3 • 10-2-4	• الادارة المالية • الادارة المالية • الادارة المالية • الادارة المالية	• سنوي • سنوي • سنوي • سنوي	• 100% • 10% • 10% • 15%	• >100% • >10% • >10% • >15%	• 0% • 0% • 0% • 0%
		تحسين الشفافية المالية	زيادة مستوى الشفافية في إدارة الموارد المالية للجمعية. يمكن تطبيق مبادئ ومعايير المحاسبة الدقيقة وإجراء تقارير مالية دورية توضح توزيع الإيرادات والمصروفات والاستثمارات.	• نسبة تحقق المعيار المالي في الحوكمة	• 10-3-1	• لجنة التدقيق والمراجعة الداخلية	• سنوي	• 68%	• >95%	• -28%
		تطوير استراتيجية الاستدامة المالية	وضع استراتيجية طويلة الأجل لتحقيق الاستدامة المالية للجمعية. يجب تحديد خطة للحفاظ على توازن الموارد المالية وتخصيص الأموال بشكل فعال، وتنفيذ سياسات التوفير والاستثمار المناسبة، وتوسيع قاعدة الأعضاء والمتبرعين لضمان استمرارية التمويل.	• نسبة رأس المال العامل • نمو مصاريف البرامج	• 10-4-1 • 10-4-2	• لجنة الموارد المالية والاستثمار • لجنة الموارد المالية والاستثمار	• سنوي • سنوي	• 0.5% • 4%	• <1% • <8%	• -0.5% • -4%





القسم الثاني الهيكـل التنظيمي

-STRATEGY-







القسم الثالث مؤشرات الأداء

-STRATEGY-



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
1 تقديم خدمات وبرامج اجتماعية عالية الجودة تلبي احتياجات المستفيدين، وتعزز استقلاليتهم الذاتية وتحسن جودة حياتهم	1-1-1	نتائج/ كمي	عدد البرامج الرعوية	عدد البرامج الرعوية والإغاثية والتنموية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	حصر المشاريع والإنجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	1-2-1	نتائج/ وصفي	نسبة رضا المستفيدين	قياس وتقييم جودة البرامج والخدمات التي تقدمها الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المستفيدين	تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر - استطلاعات رضا المستفيدين	ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين
	1-3-1	نتائج/ كمي	عدد البرامج التمكينية	عدد البرامج التي توفر التدريب والتأهيل المهني بجانب المساعدة في البحث عن فرص عمل	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	حصر المشاريع والإنجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	1-4-1	نتائج/ كمي	عدد برامج جودة الحياة	عدد برامج الدعم النفسي والعاطفي والخدمات الصحية والتعليمية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	حصر المشاريع والإنجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	1-5-1	عمليات/ كمي	نسبة الفئات المستهدفة	نسبة تغطية فئات المستفيدين خلال العام	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	حصر المشاريع والإنجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين
	1-5-2	عمليات/ كمي	نسبة المستفيدين الاجمالية	نسبة تغطية كامل المستفيدين ببرامج وأنشطة الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	حصر المشاريع والإنجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين
	1-6-1	عمليات/ كمي	عدد الاجتماعات مع المستفيدين	جلسات واجتماعات مفتوحة للتواصل مع المستفيدين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	نصفي	المستفيدين -الجمعية	استطلاعات رضا المستفيدين - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	1-6-2	نتائج/ كمي	معدل نمو المشاركة في البرامج والأنشطة	مشاركة المستفيدين في صنع القرار وتقديم ملاحظاتهم واقتراحاتهم بشأن البرامج والخدمات	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المستفيدين -الجمعية	استطلاعات رضا المستفيدين - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين
	1-6-3	مدخلات/ كمي	معدل الاستبيانات للمستفيدين لكل برنامج	عدد استطلاعات الرضا للمستفيدين لقياس فعالية البرامج والخدمات وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المستفيدين -الجمعية	تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	ادارة الجودة والعناية بالمستفيدين
	1-7-1	مخرجات/ كمي	عدد البرامج بالشراكة مع جهات أخرى	عدد الشراكات مع المنظمات الاخرى والجهات المختصة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الشركاء - الجمعية	حصر الشراكات الموقعة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة التشاركيات
	1-7-2	عمليات/ كمي	نسبة تفعيل البرامج في الشراكات الموقعة	نسبة البرامج في الاتفاقيات الموقعة ومدى تفعيلها	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الشركاء - الجمعية	حصر الشراكات الموقعة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة التشاركيات



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
2 بناء علاقات قوية مع المتبرعين والمؤسسات الداعمة والجهات ذات العلاقة.	2-1-1	عمليات/كمي	معدل نمو العدد الاجمالي للمتبرعين	قياس نسبة التزايد في عدد المتبرعين للجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	قوائم المتبرعين لفترات القياس	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-1-2	عمليات/كمي	معدل نمو العدد الاجمالي للجهات الداعمة	قياس نسبة التزايد في عدد الجهات المانحة مثل المؤسسات والصناديق الخيرية والجهات الحكومية الداعمة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	قوائم الجهات الداعمة والمانحة لفترات القياس	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-1-3	عمليات/كمي	معدل نمو العدد الاجمالي للشركاء	قياس نسبة التزايد في عدد الجهات الشريكة عبر اتفاقيات الشراكة المجتمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	قوائم الجهات الشريكة واتفاقيات الشراكة لفترات القياس - تقارير الانجازات - تقارير قياس الاثر	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-2-1	عمليات/كمي	معدل نمو عدد المتبرعين الجدد	قياس نسبة التزايد في عدد المتبرعين الذين لم يسبق لهم التبرع للجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	قوائم المتبرعين لفترات القياس	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-3-1	عمليات/كمي	نسبة المتبرعين المتكررين	قياس نسبة عدد المتبرعين الذين سبق لهم التبرع للجمعية للعدد الاجمالي من المتبرعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	قوائم المتبرعين لفترات القياس	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-3-2	مخرجات/كمي	نسبة المتبرعين الذين يوصون بالمنظمة للآخرين	قياس نسبة المتبرعين الذين يعطون توصيات لحد الاخرين للتبرع للجمعية لقناعتهم بما تقدمه الجمعية للعدد الاجمالي من المتبرعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - المتبرعين والشركاء	قوائم المتبرعين لفترات القياس - استطلاعات رأي المتبرعين	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-4-1	عمليات/كمي	عدد الأنشطة والبرامج التي تقدمها الجمعية للشركاء	قياس العدد الاجمالي للبرامج والأنشطة الموجهة للداعمين والشركاء لتوثيق العلاقات معهم	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	نصفي	الجمعية - المتبرعين والشركاء	حصر المشاريع والانجازات المنفذة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-4-2	مخرجات/كمي	نسبة المتبرعين الذين يشاركون في الأنشطة والبرامج	قياس نسبة تفاعل الشركاء ومشاركتهم في او مع برامج الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - المتبرعين والشركاء	قوائم المتبرعين لفترات القياس - استطلاعات رأي المتبرعين	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-5-1	نتائج/كمي	معدل النمو في اجمالي التبرعات	قياس الزيادة في التبرعات المباشرة للجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	القوائم المالية لحسابات التبرعات	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-5-2	نتائج/وصفي	مستوى الرضا لدى المتبرعين	قياس وتقييم رضا المتبرعين والجهات الداعمة عن اداء الجمعية في تنفيذ البرامج والأنشطة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المتبرعين والشركاء	قوائم المتبرعين لفترات القياس - استطلاعات رأي المتبرعين	وحدة التسويق العناية بالداعمين
	2-6-1	نتائج/كمي	عدد الشراكات الموقعة	قياس عدد الشراكات المجتمعية مع الجهات الداعمة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الشركاء	حصر الشراكات الموقعة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة الشراكات
	2-6-2	مخرجات/كمي	نسبة تفعيل العامة لكل اتفاقية	قياس مستوى تفعيل الاتفاقيات	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الشركاء	حصر الشراكات الموقعة - تقارير الإنجازات - تقارير قياس الأثر	وحدة الشراكات



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
3 تعزيز الصورة الذهنية للجمعية لدى أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي .	3-1-1	مدخلات/كمي	معدل تكرار القياس والتحليل	قياس تكرار دراسة وتحليل للصورة الذهنية الحالية للجمعية بشكل ربع سنوي	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - أصحاب المصلحة	دراسة وتحليل للصورة الذهنية الحالية للجمعية	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-2-1	مدخلات/كمي	عدد الاستراتيجيات الاعلامية	قياس الاستراتيجيات الاعلامية المستخدمة لتعزيز الصورة الذهنية للجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	نتائج دراسة وتحليل للصورة الذهنية الحالية للجمعية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-2-2	عمليات/ كمي	عدد قنوات الاتصال والتواصل	قياس قنوات الاتصال والتواصل المستخدمة لتعزيز الصورة الذهنية للجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	نتائج دراسة وتحليل للصورة الذهنية الحالية للجمعية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-3-1	عمليات/ كمي	نسبة نمو المحتوى الاعلامي	نسبة نمو المحتوى الاعلامي والتوعوي الذي يعكس نجاحات وإنجازات الجمعية وتأثيرها الإيجابي على المجتمع	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - أصحاب المصلحة	تقارير الحملات الاعلامية-قصص نجاح وشهادات من المستفيدين والشركاء.	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-4-1	عمليات/ كمي	عدد الفعاليات والانشطة الخاصة بتعزيز الوعي	قياس عدد الفعاليات والانشطة الخاصة بتعريف أصحاب المصلحة بأهداف وبرامج الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - أصحاب المصلحة	تقارير الحملات الاعلامية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-5-1	عمليات/ كمي	نسبة التفاعل مع الملاحظات والمقترحات	قياس الاستجابة الفعالة لملاحظات ومقترحات أصحاب المصلحة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - أصحاب المصلحة	تقارير الملاحظات - استطلاعات الرأي- تقارير الانجاز	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-5-2	عمليات/ كمي	متوسط الوقت الزمني للتفاعل	قياس الوقت الزمني للاستجابة الفعالة لملاحظات ومقترحات أصحاب المصلحة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - أصحاب المصلحة	تقارير الملاحظات - استطلاعات الرأي- تقارير الانجاز	وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين
	3-6-1	مخرجات/وصفي	مستوى النمو في تحقق استراتيجية الوعي	قياس تأثير استراتيجية تعزيز الصورة الذهنية.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	أصحاب المصلحة	تقارير الحملات الاعلامية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة الجودة والعناية بالمستفيدين
	3-6-2	مخرجات/وصفي	مستوى النمو في تحقق استراتيجية المشاركة	قياس تحقق استراتيجية تعزيز مشاركة أصحاب المصلحة.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	أصحاب المصلحة	تقارير الحملات الاعلامية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة العلاقات العامة والإعلام
	3-6-3	مخرجات/وصفي	مستوى النمو في تحقق استراتيجية الولاء	قياس تحقق استراتيجية ولاء أصحاب المصلحة للجمعية.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	أصحاب المصلحة	تقارير الحملات الاعلامية - الخطة الاعلامية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة العلاقات العامة والإعلام



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
4 أتمتت وتطوير الأنظمة والإجراءات الإدارية لزيادة فعاليتها وجودتها.	4-1-1	مدخلات/كمي	الوقت التقديري لتنفيذ العمليات الإدارية	قياس الوقت اللازم لإنجاز المهام	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	4-2-1	نتائج/وصفي	نسبة رضا الموظفين عن الأنظمة والإجراءات الإدارية	قياس رضا الموظفين عن سرعة ودقة الاستجابة وتبسيط العمليات الادارية	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	موظفي الجمعية	تقارير الانجاز - استبيانات الرضا	وحدة العمليات الادارية
	4-2-2	نتائج/وصفي	نسبة رضا المتبرعين والمستفيدين عن الأنظمة والإجراءات الإدارية	قياس رضا المتبرعين والمستفيدين عن سرعة ودقة الاستجابة وتبسيط العمليات الادارية	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المتبرعين والمستفيدين	تقارير الانجاز - استبيانات الرضا	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	4-3-1	مخرجات/وصفي	نسبة اكتمال الأدلة الاجرائية	قياس اكتمال الادلة الخاصة بوصف العمليات الادارية وتبسيطها	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	السنة الأولى	الجمعية	الادلة الاجرائية - تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	4-4-1	نتائج/كمي	نسبة الامتثال للأنظمة والإجراءات الإدارية	قياس الالتزام بتطبيق الادلة الاجرائية وتوثيق الإجراءات وتعزيز العمل الجماعي وتوزيع المسؤوليات	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	الادلة الاجرائية - تقارير الانجاز	لجنة التدقيق والمراجعة الداخلية
	4-5-1	نتائج/كمي	نسبة اكتمال أتمتت العمليات الادارية	قياس تحويل الاعمال الادارية الى من ورقية الى الكترونية باستخدام تقنيات جديدة وأساليب حديثة لتحسين العمليات	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	السنة الأولى	الجمعية	الادلة الاجرائية - تقارير الانجاز	وحدة تقنية المعلومات



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
5 اطلاق حملات تسويقية لبرامج وانشطة الجمعية واصدار التقارير الدورية.	5-1-1	عمليات/كمي	معدل النمو في الوصول إلى الجمهور المستهدف	تحديد الجمهور المستهدف لبرامج وأنشطة الجمعية، وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم واهتماماتهم	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-2-1	مدخلات/كمي	عدد استراتيجيات التسويق المستخدمة	تحديد القنوات المناسبة للتواصل مع الجمهور المستهدف	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-3-1	عمليات/كمي	نمو عدد المواد التسويقية الرقمية	قياس عدد المواد التسويقية الفعالة والجاذبة لبرامج وأنشطة الجمعية، مثل البروشورات والمنشورات والمواد ترويجية أخرى	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-3-2	مدخلات/كمي	انواع المواد التسويقية الرقمية	تحديد انواع المواد التسويقية الفعالة والجاذبة لبرامج وأنشطة الجمعية	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-4-1	عمليات/كمي	عدد الحملات التسويقية	تحديد الحملات التسويقية الموجهة للجمهور المستهدف، باستخدام القنوات المناسبة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والأحداث العامة، والإعلانات المدفوعة	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-4-2	مدخلات/كمي	عدد منصات التسويق	تحديد قنوات التواصل المستخدمة في الحملات التسويقية	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربعي	الجمعية - الجمهور المستهدف	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة التسويق والعناية بالداعمين
	5-5-1	مخرجات/كمي	عدد التقارير لكل برنامج	تحديد التقارير الدورية التي توضح نتائج وإنجازات كل برنامج	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير البرامج - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة الاحصاءات والتقارير
	5-5-2	مخرجات/كمي	عدد التقارير السنوية	تحديد التقارير الدورية التي توضح نتائج وإنجازات برامج وأنشطة الجمعية	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	التقارير السنوية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة الاحصاءات والتقارير
	5-5-3	نتائج/كمي	نسبة الدقة والاكتمال وفق معيار نشر النتائج	قياس اشتمال التقارير على معلومات حول الأهداف المحققة، والمشاركة والاستجابة من قبل الجمهور المستهدف، وتقييم فعالية الحملات التسويقية المنفذة.	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	التقارير السنوية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التدقيق والمراجعة الداخلية



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
6 وضع معايير جودة محددة للخدمات والبرامج المقدمة ومراقبة الأداء وقياس الأثر باستمرار لضمان تحقيق هذه المعايير.	6-1-1	عمليات/كمي	نسبة توافق البرامج والأنشطة مع احتياجات الفئات المستهدفة.	قياس ارتباط البرامج والأنشطة مع احتياجات الفئات المستهدفة	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-1-2	عمليات/كمي	نسبة توافق البرامج والأنشطة مع رؤية 2030	قياس ارتباط البرامج والأنشطة مع رؤية 2030	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - وزارة الموارد البشرية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-1-3	عمليات/كمي	نسبة توافق البرامج والأنشطة مع سياسة الجهات المانحة والمتبرعين.	قياس ارتباط البرامج والأنشطة مع سياسة الجهات المانحة والمتبرعين	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - المتبرعين والمانحين	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-1-4	عمليات/كمي	نسبة توافق البرامج والأنشطة مع النواحي التنموية للمجال الخيري.	قياس ارتباط البرامج والأنشطة مع النواحي التنموية للمجال الخيري.	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية - وزارة الموارد البشرية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-2-1	عمليات/كمي	نسبة دقة المؤشرات المستخدمة لقياس المخرجات	قياس كفاءة المؤشرات من حيث الدقة	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	اللجنة التنفيذية
	6-2-2	عمليات/كمي	نسبة ملائمة المدخلات من حيث الكم والكيف والجودة لتنفيذ الأنشطة و الفعاليات	قياس كفاءة المؤشرات من حيث تناسب المدخلات	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	اللجنة التنفيذية
	6-2-3	مخرجات/كمي	نسبة ملائمة مخرجات المشاريع مع التكلفة	قياس كفاءة المؤشرات من حيث تناسب المخرجات مع التكلفة	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التدقيق والمراجعة
	6-3-1	مخرجات/كمي	نسبة تحقيق الأهداف باستعمال مؤشرات القياس الموجودة .	قياس فاعلية تحقيق الاهداف	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-3-2	نتائج/كمي	نسبة تحقيق التغيير والتنمية والفوائد المخطط لها للفئات المستهدفة .	قياس فاعلية تحقيق التغيير المخطط له	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-3-3	عمليات/كمي	نسبة صحة الفرضيات والمخاطر المحتملة للمشاريع.	قياس فاعلية صحة الفرضيات والمخاطر المتوقعة	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-4-1	نتائج/كمي	نسبة تحقق الأثر الاقتصادي للبرامج والأنشطة على المستفيدين.	قياس الاثر الاقتصادي لانشطة الجمعية على المستفيدين	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-4-2	نتائج/كمي	نسبة تحقق الأثر الاجتماعي للبرامج والأنشطة على المستفيدين.	قياس الاثر الاجتماعي لانشطة الجمعية على المستفيدين	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-4-3	نتائج/كمي	نسبة المساهمة في التطوير والنمو لأصحاب المصلحة.	قياس الاثر التنموي لانشطة الجمعية على المستفيدين	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	لجنة التخطيط والتطوير
	6-5-1	مخرجات/كمي	نسبة الاستدامة التكنولوجية .	قياس اعتماد الجمعية تقنيا على مهارات موظفيها	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة تقنية المعلومات
	6-5-2	مخرجات/كمي	نسبة الاستدامة المؤسسية .	قياس اعتماد الجمعية اداريا على مهارات موظفيها	المؤشر المستهدف - المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الحملات التسويقية - تقارير الانجاز - تقارير قياس الأثر	وحدة العمليات الادارية



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
7 استقطاب المتطوعين للمساهمة في برامج وأنشطة الجمعية.	7-1-1	مدخلات/كمي	انشاء وحدة تطوع ضمن هيكله الجمعية	انشاء وحدة التطوع بناء على تحليل شامل لاحتياجات الجمعية من المتطوعين، وتحديد البرامج والأنشطة التي تتطلب مساهمة المتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	الربع الثاني / السنة الاولى	الجمعية	تقارير الانجاز	لجنة التخطيط والتطوير
	7-1-2	عمليات/كمي	نسبة اكمال سياسات واجراءات التطوع بالجمعية	بناء سياسات واجراءات للتطوع بناء على تحليل شامل لاحتياجات الجمعية من المتطوعين، وتحديد البرامج والأنشطة التي تتطلب مساهمة المتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	الربع الثالث / السنة الاولى	الجمعية	الدليل الاجرائي لوحدة التطوع	لجنة التخطيط والتطوير
	7-2-1	عمليات/كمي	عدد المتطوعين المسجلين	قياس عدد المتطوعين بعد تطبيق استراتيجية واضحة لاستقطاب المتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية- المتطوعين	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-2-2	عمليات/كمي	نسبة المتطوعين النشطين	قياس للمتطوعين النشطين الى مجموع المتطوعين الكلي	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية- المتطوعين	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-2-3	مخرجات/كمي	نسبة النمو في عدد المتطوعين	قياس نسبة النمو في عدد المتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية- المتطوعين	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-3-1	مخرجات/كمي	عدد الفرص التطوعية	قياس عدد الفرص التطوعية المصممة لتكون ملائمة لاحتياجات واهتمامات المتطوعين وبرامج الجمعية.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربع سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-4-1	نتائج/كمي	نسبة نمو العائد الاقتصادي لمشاركة المتطوعين	قياس العائد الاقتصادي بعد توفير برامج تطوعية وخلق بيئة تطوعية إيجابية ومشجعة تساعد في جذب المتطوعين والحفاظ عليهم.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير قياس الأثر	الادارة المالية
	7-4-2	نتائج/كمي	نسبة نمو عائد الاستدامة المؤسسية بأثر التطوع	قياس العائد المؤسسي بعد توفير برامج تطوعية وخلق بيئة تطوعية إيجابية ومشجعة تساعد في جذب المتطوعين والحفاظ عليهم.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير قياس الأثر	وحدة العمليات الادارية
	7-5-1	عمليات/كمي	عدد البرامج العامة للمتطوعين	قياس عدد برامج التدريب العامة للمتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربع سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-4-2	عمليات/كمي	عدد البرامج التخصصية للمتطوعين	قياس عدد برامج التدريب التخصصية للمتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربع سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-6-1	مخرجات/كمي	نسبة نمو عدد الساعات التطوعية الممنوحة	قياس عدد ساعات التطوع على منصة التطوع الممنوحة للمتطوعين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية- المتطوعين	تقارير الانجاز	وحدة التطوع
	7-6-2	عمليات/كمي	عدد المتطوعين المكرمين	قياس عدد المتميزين من المتطوعين الذين يتم تكريمهم خلال مناسبة معدة لذلك	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	ربع سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العلاقات العامة والاعلام
	7-6-3	نتائج/وصفي	نسبة رضا المتطوعين عن تجربتهم	نسبة رضى المتطوعين عن الآليات والبرامج والأنشطة التي بها ادارة وحدة التطوع والأنشطة التطوعية بالجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	المتطوعين	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر	وحدة التطوع



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
8 استقطاب الكادر بشري التخصصي المميز.	8-1-1	نتائج/كمي	نسبة نمو الكفاءات البشرية المتخصصة من الاعدد الاجمالي للموظفين	قياس نسبة نمو الكفاءات البشرية المتخصصة من العدد الاجمالي للموظفين بعد اجراء تحليل شامل لاحتياجات الجمعية من الكادر البشري التخصصي، وتحديد المهارات والخبرات المطلوبة للمناصب الشاغرة.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	8-2-1	مخرجات/كمي	نسبة نمو عدد الكفاءات البشرية المتخصصة والمميزه التي تم استقطابها	قياس نسبة نمو الكفاءات البشرية المتخصصة من اجمالي الكفاءات التي تم استقطابها بعد تطبيق استراتيجية واضحة لاستقطاب الكادر التخصصي المميز.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	8-3-1	عمليات/كمي	نسبة نمو عدد المتقدمين المتخصصين على الفرص الوظيفية المعلنة	نسبة نمو عدد المتقدمين المتخصصين بعد تطوير برامج ومزايا تنافسية تجذب الكادر التخصصي المميز	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	8-4-1	عمليات/كمي	المعدل الزمني للاستقطاب والتعيين	قياس الوقت المقدر للاستقطاب والتعيين بعد تحسين عملية التوظيف	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	8-5-1	مخرجات/كمي	نمو معدل المحافظة على الكفاءات البشرية المتخصصة والمميزه	قياس معدل المحافظة على الكفاءات البشرية المتخصصة والمميزه بعد خلق بيئة عمل جاذبة	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
9 دعم البحث والتطوير، ونشر المعرفة والمهارات بين موظفي الجمعية.	9-1-1	نتائج/كمي	عدد الدورات التدريبية العامة التي تم تقديمها للموظفين	قياس عدد الدورات التدريبية العامة بعد تطوير وتنفيذ خطة تدريب مخصصة للموظفين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	9-1-2	نتائج/كمي	عدد الدورات التدريبية التخصصية التي تم تقديمها للموظفين	قياس عدد الدورات التدريبية التخصصية بعد تطوير وتنفيذ خطة تدريب مخصصة للموظفين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	9-2-1	عمليات/كمي	نسبة عدد الموظفين الذين شاركوا في الدورات التدريبية	نسبة عدد الموظفين الذين شاركوا في الدورات التدريبية بعد تطبيق خطة تشجيعية من خلال توفير بيئة داعمة وتحفيزية.	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	9-2-2	مخرجات/وصفي	مستوى الأثر على الأداء الوظيفي	قياس أثر التدريب على اداء الموظفين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز	وحدة العمليات الادارية
	9-3-1	مخرجات/وصفي	نسبة تغيير سلوك الموظفين من حيث الثقة والمشاركة	قياس أثر التدريب على تفاعل ومشاركة الموظفين في أنشطة وبرامج الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	لجنة التخطيط والتطوير
	9-3-2	نتائج/كمي	نسبة تطور الأداء	قياس أثر التدريب على تطوير مهارات الموظفين	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	9-4-1	نتائج/وصفي	معدل رضا المتدرب	قياس رضى الموظفين على تطبيق خطة التدريب واجرائاتها	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية
	9-4-2	مخرجات/كمي	معدل الاحتفاظ بالموظف بعد التدريب	قياس تأثير التدريب على استمرار الموظف في الجمعية	المؤشر المستهدف -المؤشر المتحقق = المتبقي من المستهدف	سنوي	الجمعية	تقارير الانجاز -تقارير قياس الأثر -	وحدة العمليات الادارية



الخطة الاستراتيجية للجمعية الخيرية بظهران الجنوب مؤشرات الأداء



الهدف الاستراتيجي	كود المؤشر	نوع المؤشر	نص المؤشر	وصف المؤشر	طريقة الاحتساب	تكرار المؤشر	مستوى القياس	ادوات القياس	مالك المؤشر
10 استحداث وتطوير مصادر الإيرادات المالية للجمعية وتحسين كفاءة الانفاق والاستدامة المالية.	10-1-1	نتائج/كمي	نمو الإيرادات الرئيسية	يقيس المعيار مدى نمو الإيرادات الأساسية للجمعية الأهلية خلال فترة معينة.	المعادلة نسبة نمو الإيرادات الرئيسية = $\left(\frac{\text{إجمالي الإيرادات الرئيسية } n}{\text{إجمالي الإيرادات الرئيسية } 0} \right)^n \times 100$	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-2-1	نتائج/كمي	كفاءة جمع التبرعات	يقيس هذا المعيار مدى كفاءة الجمعية في جمع التبرعات لصالح أنشطتها واستدامتها، حيث تقيس كفاءة جمع التبرعات مقدار ما تتفقه الجمعية من الأموال لجمع ريال واحد.	المعادلة مصاريف جمع التبرعات = مجموع الإيرادات الناتجة عن جمع التبرعات	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-2-2	نتائج/كمي	نسبة مصاريف البرامج	يقيس هذا المؤشر نسبة المصاريف التي تصرفها الجمعية لتنفيذ البرامج والأنشطة التي تحقق مهامها الرئيسية والتي وجدت من أجلها مقارنة بإجمالي المصاريف التشغيلية.	المعادلة مصاريف البرامج = $100 \times \frac{\text{المصاريف التشغيلية}}{\text{مصاريف البرامج}}$	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-2-3	نتائج/كمي	نسبة المصاريف الإدارية	يقيس المؤشر نسبة المصاريف الإدارية والإهلاك للجمعية مقارنة بإجمالي المصاريف التشغيلية للجمعية خلال عام.	المعادلة الإهلاك+المصاريف العمومية = $100 \times \frac{\text{المصاريف التشغيلية}}{\text{الإهلاك+المصاريف العمومية}}$	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-2-4	نتائج/كمي	نسبة مصاريف جمع التبرعات	يقيم المعيار حجم مصاريف الجمعية على جمع التبرعات ومقارنة بالمصاريف التشغيلية للجمعية حيث يتم قسمة مصاريف جمع التبرعات على مصاريف التشغيلية للجمعية.	المعادلة نسبة مصاريف جمع التبرعات = $100 \times \frac{\text{المصاريف التشغيلية}}{\text{نسبة مصاريف جمع التبرعات}}$	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-3-1	نتائج/كمي	نسبة تحقق المعيار المالي في الحوكمة	هو معيار لتقييم الفاعلية في استخدام المال وقابلية النمو والاستدامة، يتضمن هذا المعيار عدد من المؤشرات التي تستخدم في تغذية المعيار.	متوسط جميع المؤشرات الأخرى	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-4-1	نتائج/كمي	نسبة رأس المال العامل	يقيس المعيار مدى قدرة الجمعية مالياً للحفاظ على مستوى الانفاق على البرامج من صافي الأصول المتوفرة دون الحاجة لدعم إضافي.	المعادلة نسبة رأس المال العامل = $\frac{\text{الأصول الحالية - الخصوم الحالية}}{\text{مجموع المصاريف}}$	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار
	10-4-2	نتائج/كمي	نمو مصاريف البرامج	يقيس المعيار مدى تزايد إنفاق الجمعية على البرامج والأنشطة خلال فترة زمنية معينة.	n = عدد سنوات الفترة التي نريد قياس معدل النمو خلالها. مصاريف البرامج=0 مصاريف البرامج في أول سنة في الفترة التي نريد قياس معدل النمو خلالها. مصاريف البرامج=n مصاريف البرامج في آخر سنة في الفترة التي نريد قياس معدل النمو خلالها.	سنوي	الجمعية	التقارير المالية	لجنة الموارد المالية والاستثمار





الخطة التنفيذية للجمعية الخيرية بظهران الجنوب 2024-2028

-STRATEGY-



www.birdahran.org.sa



brdhran@gmail.com



[@br_dahran](https://twitter.com/br_dahran)



ظهران الجنوب - حي الجنادرية



0534802585



0534606665