

الخطة الاستراتيجية

رؤية الجمعية

التميز والريادة وفق معايير الجودة الشاملة ، بتحقيق شراكات ناجحة بين المانح والمستفيد ، وتقديم الخدمات الاجتماعية ذات المستوى العالي .

مؤشرات تحقيق الرؤية :

١. تطبيق نظام الجودة الشاملة في الجمعية والحصول على شهادات اعتمادات الجودة .
٢. شعور الموظفين بالأمان الوظيفي .
٣. انتشار روح المنافسة بين أفراد المنظمة .
٤. تطوير بيئة العمل .
٥. تحوّل الجمعية إلى النظام الإلكتروني .
٦. زيادة الإيرادات الثابتة والأوقاف الجيدة للجمعية .
٧. الاستدامة المالية .
٨. الاحتراف الإعلامي والقوة في انتشاره .
٩. تغيير الصورة الذهنية عن الجمعية .
١٠. التطوير المستمر للموظفين .
١١. انخفاض نسبة المحتاجين من الجمعية باكتفائهم ذاتياً .
١٢. أن تكون الجمعية هدفاً للمانحين .

رسالة الجمعية :

جمعية خيرية ذات قيادة فاعلة ، تهض بالخدمات الاجتماعية وتقدمها بأساليب تواكب التطور العالمي في تلبية حاجة المجتمع .

الخطة الاستراتيجية

أهم القيم

١. الأمانة .
٢. الإتقان .
٣. التطوير المستمر .
٤. المسؤولية .
٥. الإبداع .
٦. رضى المستفيد .
٧. الانتماء للجمعية .

الأهداف الاستراتيجية للجمعية

١. تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية .
٢. تحقيق موارد مالية ثابتة وأمنة .
٣. تأهيل وتطوير الموارد البشرية في الجمعية .
٤. تأهيل المستفيدين لسوق العمل .

الخطة الاستراتيجية

الأهداف الاستراتيجية لإدارة الجمعية

١. تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية .
٢. تحويل الجمعية إلى إدارة إلكترونية .
٣. مواكبة مجلس الإدارة للتطور بالعمل الخيري .

مؤشرات تحقيق الهدف الأول : تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية

العدد أو النسبة العالية	المؤشرات	الهدف
٣٥ %	نسبة الأنظمة الإجرائية المكتوبة	تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية
٣٠ %	نسبة الأخطاء في المعاملات	
٢ %	نسبة الأخطاء في المعاملات المالية	
٧٥ %	نسبة اللوائح الجاهزة	
٢ دورتين في السنة	عدد البرامج التدريبية التخصصية للموظفين	
٧ خطابات في السنة	عدد خطابات الشكر والتشجيعية الحاصلة عليها الجمعية	
-	عدد الاعتمادات للجودة الحاصلة عليها الجمعية	
٤ مشاريع في السنة	عدد المشاريع (المبتكرة - الابداعية - الممييزة - الجديدة) المطروحة من الجمعية	
٩٠ %	نسبة المعاملات المنجزة في وقتها لكل موظف في الأسبوع	
٨٠ %	نسبة اكتمال تجهيزات بيئة العمل	

الخطة الاستراتيجية

تحليل (SWOT) لهدف الأول : تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
التكلفة العالية لتطبيق الجودة (الوقت ، الجهد ، المال)	وجود جهات مانحة لجوائز الجودة	عدم وضوح مفهوم الجودة لدى موظفي الجمعية	خبرة الجمعية في اشتراطات الجهات المانحة
	حصول بعض الجمعيات الخيرية على الجودة	عدم وجود متخصصين في طرح مشاريع جديدة	قناعة إدارة الجمعية في تطبيق الجودة
	وجود جهات مساعدة لتطبيق الجودة		الكفاءة العالية لدى الموظفين

الأهداف المرحلية لهدف الأول : تطبيق الجودة الشاملة في الجمعية

التكلفة التقريبية	جهة التنفيذ	المشاريع والمبادرات	الهدف المرحلي
٣٠٠٠٠ ريال	إدارة الجمعية + فريق الجودة	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء فريق لتطبيق الجودة . • إقامة لقاءات تثقيفية لتطبيق الجودة . • إقامة دورات تدريبية لتطبيق الجودة . • الاطلاع على الخبرات السابقة لتطبيق الجودة . • حصر الجهات المانحة للجودة . • الاطلاع على شروط ومتطلبات الجودة من قبل الجهات المانحة . 	التهيئة الأولية لتطبيق الجودة
١٢٠٠٠٠ ريال	إدارة الجمعية + فريق الجودة	<ul style="list-style-type: none"> • التنسيق مع شركات تساهم في الحصول على الجودة . • التعاقد مع أفضل شركة تمنح الجودة . • البدء في تنفيذ متطلبات الحصول على الجودة . 	العمل على تطبيق الجودة
-	إدارة الجمعية	<ul style="list-style-type: none"> • تكليف الفريق بالمتابعة ورفع التوصيات كل أربعة أشهر 	متابعة التنفيذ
١٥٠,٠٠٠ ريال		المجموع	

الخطة الاستراتيجية

مؤشرات تحقيق الهدف الثاني : تحويل الجمعية إلى إدارة الكترونية

العدد أو النسبة العالية	المؤشرات	الهدف
• ٩٥ %	• نسبة المعاملات الورقية	• تحويل الجمعية إلى إدارة الكترونية
• ٨٥ %	• نسبة المكاتب المؤهلة	
• ١٥ %	• نسبة الحصول على المعلومات الكترونيا	
• ٥٠٠٠ زائر في السنة	• عدد الزيارات لموقع الجمعية الكترونيا	
• ١	• عدد التطبيقات الالكترونية	
• ١٠٠ %	• نسبة اطلاع الإدارة على كامل المعلومات	
• ١٠ %	• نسبة توفر الخدمات الكترونيا	

تحليل (SWot) للهدف الثاني : تحويل الجمعية إلى إدارة الكترونية

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
عدم تجاوب المجتمع مع النظام الالكتروني للجمعية	توجّهات مؤسسات الدولة للنظام الالكتروني	ضعف تجاوب الموظفين للتغيير	وجود قسم تقنية المعلومات
التجسس الإلكتروني عبر الموظف أو الهاكرز أو المنظمات	استيعاب أكبر عدد من المستفيدين في آن واحد	عجز قسم الحاسب الآلي لتغطية البرامج المطلوبة	الخبرة الالكترونية لدى الموظفين
شلل المنظمة عند تعطل مزود خدمة الإنترنت أو خلل الشبكة	إلغاء التعلق بالمكان		عدم المركزية في الإدارة
	إمكانية الاستفادة من توظيف أفراد الأسر المحتاجة للعمل عن بعد		الخبرة الالكترونية لدى الموظفين
	تعزيز خصوصية المحتاج وارتياحه لعدم ترده للجمعية		

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الثاني : تحويل الجمعية إلى إدارة الكترونية

الهدف المرحلي	المشاريع والمبادرات	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
تأهيل وتدريب موظف للجمعية على الإدارة الإلكترونية	<ul style="list-style-type: none"> - تعزيز ثقافة الإدارة الإلكترونية لدى الموظفين وتحفيز الأقسام المبادرة باختيار موظف الشهر عبر ضوابط يتفق عليها . - تحديد حاجات الموظفين لتطبيق النظام الإلكتروني . - إقامة حملات تثقيفية وتشجيعية لموظفي الجمعية لتطبيق الإدارة الإلكترونية . - إقامة برامج لتدريب الموظفين على الإدارة الإلكترونية . - التعاون بين الجمعية والمنظمات الأخرى في استخدام وتطبيقات الإدارة الإلكترونية . 	إدارة الجمعية + قسم تقنية المعلومات + قسم التدريب والتطوير	٦٠,٠٠٠ ريال
تهيئة بيئة الجمعية للنقلة الإلكترونية	<ul style="list-style-type: none"> - بناء الإدارة الإلكترونية قانونيا عبر مكاتب استشارية معتمدة . - توفير التجهيزات للأقسام لتطبيق الإدارة الإلكترونية . - تطوير قسم تقنية المعلومات ليواكب النقلة الإلكترونية . - تغيير النمط السائد في الجمعية إلى الإدارة الإلكترونية . - تحويل جميع معلومات وبيانات الجمعية إلى النظام الإلكتروني . - تهيئة المجتمع والمستفيدين لتقبله تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجمعية . 	إدارة الجمعية + قسم المشتريات + قسم تقنية المعلومات + قسم العلاقات والإعلام	٨٠,٠٠٠ ريال
تطبيق نظام الإدارة الإلكترونية في الجمعية	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد يوم لتدشين الإدارة الإلكترونية الكاملة في الجمعية . - التدرج في تحول الجمعية إلى الإدارة الإلكترونية - تحديد مدة زمنية للانتقال من نظام العمل السائد . - المتابعة الإلكترونية وقياس نسبة الإنجاز لدى الأقسام . - تعزيز جانب الأمن في نظام المعلومات . - تطوير المواقع الإلكترونية لتواكب تحول الجمعية للنظام الإلكتروني . 	إدارة الجمعية + قسم تقنية المعلومات + قسم شؤون الموظفين	٢٠,٠٠٠ ريال
المجموع			
			١٦٠,٠٠٠ ريال

الخطة الاستراتيجية

الأهداف الإستراتيجية لقسم تنمية الموارد المالية

١. تحقيق موارد مالية ثابتة وآمنة .
٢. عقد شراكات (طويلة المدى) مع الجهات المانحة والشركات التجارية .
٣. زيادة الموارد المالية من الزكاة والتبرعات العامة .

مؤشرات تحقيق الهدف الأول : تحقيق موارد مالية ثابتة وآمنة .

العدد أو النسبة الحالية	المؤشرات	الهدف
١٢ ٪ وقف	عدد الأوقاف	تحقيق موارد مالية ثابتة وآمنة
٢ مشروع	عدد المشاريع التجارية مثل (الروضة – مشروع السقيا وتحلية المياه)	
٢,٥ ٪ من الميزانية	نسبة الاستقطاع	

الخطة الاستراتيجية

تحليل (SWOT) للهدف الأول : تحقيق موارد مالية ثابتة وآمنة

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
تأخر الإجراءات النظامية	احتساب الزكاة المدفوع للجمعية نظاماً	التأخر في الإقدام نحو الفرص المواتية وعدم استغلالها	الخبرة في إدارة الموارد المالية
تأخر قرارات مجلس الإدارة فيما يخص النمو المالي أو المبادرات الرائدة في الاستدامة المالية	الدعم الكبير من قبل الجهات المانحة	عدم وجود قسم لإدارة تنمية الموارد المالية	وجود نماذج كبيرة وجبارة في تنمية الموارد المالية
	الثقة الكبيرة من قبل المجتمع في الجمعية	افتقار مجلس الإدارة للكفاءات الاقتصادية والمالية	العلاقة الجيدة بين الجمعية ورجال الأعمال
	مناسبة عدد المستفيدين من المحتاجين لمداخل الجمعية ووعي رجال الأعمال بفضائل الأوقاف	عدم التخطيط وعدم رسم سياسة مالية من قبل المجلس	وجود فرص كبيرة للاستدامة المالية
	التعاون غير المحدود والكبير من لدن الدوائر الحكومية وغير الحكومية	عدم الإحساس بالمسؤولية من قبل أعضاء مجلس الإدارة وأخذ العضوية على أنها تشريف فقط ، أو أنها مؤسسة تجارية خاصة له !	
اتجاه الجمعيات إلى الاكتفاء الذاتي ، يجعل المانحين يحجمون عن مد يد العون للجمعيات المختلفة عن النهوض في هذا الجانب	عدم وجود منافس بنفس النشاط	عدم توعية أعضاء الجمعية العمومية في انتخاب الكفاءات لا الأسماء	تعاون القطاع الخاص التجاري مع الجمعيات الخيرية
		مشاريع الجمعية وطموحات المجتمع أكبر بكثير من واقع مجلس الإدارة	
		عدم وعي أعضاء الجمعية العمومية بدورهم تجاه سلبية مجلس الإدارة في جلب الموارد المالية	
		الاقتصار على الأساليب التقليدية في تنمية الموارد المالية	
		عدم منافسة القطاع الخاص في جلب الموارد المالية	

للتواصل معنا ..

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الأول : تحقيق موارد مالية ثابتة وآمنة

التكلفة التقريبية	جهة التنفيذ	المشاريع والمبادرات	الهدف المرحلي
رواتب الموظفين + ٣٠٠٠ ريال تكلفة ورش العمل كل سنة + ١٠٠٠٠ ريال للدورات التدريبية كل سنة	إدارة الجمعية + مجلس الإدارة	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء قسم لإدارة وتنمية الموارد المالية . • إعداد لائحة بأعمال القسم . • تعيين مدير متميز مع إعطاءه راتباً مغرياً . • تكوين لجنة استشارية مالية واقتصادية من مجموعة من القامات في تنمية الموارد المالية. • إقامة ورش عمل لخصر أهم الأفكار في تنمية الموارد . • تطوير آليات وطرق جديدة في جلب المورد المالي الدائم . • محاكاة الشركات الكبرى في إعطاء الثقة وتقسيم المهام في قسم الموارد المالية . • تطوير من هم على دفة قيادة القسم بدورات خاصة . 	تطوير قسم الموارد المالية
قيمة الزيارات ٢٠٠٠ ريال لكل سنة	قسم الموارد المالية	<ul style="list-style-type: none"> • حصر رجال الأعمال والجهات التي تدعم الأوقاف والمشاريع الخيرية . • إعداد ملف كامل بمرفقاته لإقامة وقف أو مشروع سنوي . • إعداد جدول لزيارات التجار ورجال الأعمال من قبل مجلس الإدارة . • تسويق البرامج الحاسوبية والأفكار التجارية الخيرية للجمعيات الخيرية . • الاستفادة من تجارب وخبرات الجمعيات الأخرى . 	تنمية الفرص الاستثمارية للجمعية
رواتب موظفي القسم + تكلفة الاستشارات + قيمة إنشاء المشاريع	إدارة الجمعية + قسم الموارد المالية	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء قسم لإدارة وتطوير المشاريع تابع لقسم تنمية الموارد المالية . • إعداد لائحة وأنظمة خاصة بقسم المشاريع . • تعيين مدير مؤهل لإدارة المشاريع . • عقد استشارات تجارية مع رجال الأعمال والشركات المانحة . • إنشاء مشروع تجاري تابع للجمعية كل سنة . • تقديم دراسة تطويرية لمشروعين قائمة كل سنة . 	تنمية وتطوير مشاريع الجمعية
١٥,٠٠٠ ريال		المجموع	

الخطة الاستراتيجية

مؤشرات تحقيق الهدف الثاني : عقد شراكات (طويلة المدى) مع الجهات المانحة والشركات التجارية

العدد أو النسبة العالية	المؤشرات	الهدف
١٠ مشاريع	عدد المشاريع المنفذة عن طريق الشراكات	عقد شراكات (طويلة المدى) مع الجهات المانحة والتجارية
١٧ شراكة	عدد الشراكات التي تم عقدها	
٤ شراكات	عدد الشراكات التي لم يتم توقيعها	
٢ من الشراكات	عدد الشراكات التي عرضها المانح مباشرة	
٤ % من نسبة الميزانية	نسبة الموارد المالية من الشراكات	
٣ شراكات	عدد الشراكات الكبيرة (١% توفير من ميزانية الجمعية)	

تحليل (SWOT) للهدف الثاني : عقد شراكات (طويلة المدى) مع الجهات المانحة والشركات التجارية

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
فوات بعض العروض المنافسة بسبب توقيع الالتزام بالعقود الموقعة مع الشريك المنافس	رغبة الجهات المانحة لعقد الشراكات	عدم متابعة عقود الشراكات	الخبرة السابقة في مجال الشراكات
تأخر الإجراءات والأنظمة الإدارية من قبل الوزارة	كثرة الجهات الراغبة في الشراكة	عدم عرض التقارير للطرف الآخر حول الشراكة	قوة قسم الإعلام
	تنوع مجالات الشراكة	عدم التغطية الإعلامية للشراكات	كثرة المشاريع القابلة للشراكة
	الشراكات تعتبر ثقافة جديدة تسعى إليها المنظمات	عدم وجود صياغة قانونية لعقود الشراكة	سهولة ويسر التواصل مع المانحين
	التوجه العالمي لدعم خدمة المجتمع		مكانة الجمعية العالية لدى الجهات المانحة
	التعاون الكبير من قبل الدوائر الحكومية لتسهيل إجراءات الشراكات		
	التحفيز الكبير من قبل الجهات المانحة لكل ما هو جديد في مجال الشراكات		
	التعاون الكبير من قبل الجهات التعليمية والمعاهد التعليمية		

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الثاني : عقد شراكات (طويلة المدى) مع الجهات المانحة والشركات التجارية

الهدف المرحلي	المشاريع والمبادرات	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
الارتقاء بالجمعية لتكون جالبة للمانحين	<ul style="list-style-type: none"> - إعداد وتأهيل فريق خاص للتواصل مع المانحين . - الارتقاء لرغبة المانحين بالتجديد في الشراكات وعدم إنزالهم للطرق التقليدية . - التواصل الدائم مع المانحين وإمدادهم بكل جديد حول الشراكات . - إنشاء جناح خاص بالمانحين . - إعداد دراسة لكل مشروع ووضع مجسمات جميلة للمشروع. - التغطية الإعلامية القوية عند إبرام عقود الشراكات . 	<ul style="list-style-type: none"> + إدارة الجمعية قسم الموارد المالية + قسم الإعلام 	<ul style="list-style-type: none"> ٣٠٠٠ ريال للتدريب + ١٠٠٠٠ ريال للتجهيزات
النهوض بالشراكات التعليمية والتدريبية لدى الجمعية عبر إسهاماتها في مجال التعليم والتدريب	<ul style="list-style-type: none"> - حصر مقدمي الشراكات من الجهات الحكومية وغيرها. - إبرام عقود شراكات مع جهات مانحة تُعنى بإنشاء أندية الأحياء النوعية (موهوبين - أطفال - فتيان) . - إنشاء مركز تدريبي لتقديم البرامج التدريبية . 	<ul style="list-style-type: none"> + إدارة الجمعية قسم الموارد المالية + قسم التدريب 	<ul style="list-style-type: none"> ١٥٠٠٠ ريال تكلفة المركز التدريبي
تطوير الأنظمة والآليات لعقد الشراكات	<ul style="list-style-type: none"> - عقد شراكة استشارية لتطوير وصياغة عقود الشراكات قانونياً - إعداد وصياغة المشاريع لتكون قابلة للشراكة - حصر وتسويق البرامج والمشاريع التي تحتاج إلى شراكات - دراسة وتصنيف مجالات الشركات القابلة للشراكة - دقة وجودة التنفيذ في مشاريع الشراكات 	<ul style="list-style-type: none"> + مجلس الإدارة + إدارة الجمعية قسم الموارد المالية 	<ul style="list-style-type: none"> ١٥٠٠٠ ريال
المجموع			٤٣,٠٠٠ ريال

الخطة الاستراتيجية

مؤشرات تحقيق الهدف الثالث : زيادة الموارد المالية من الزكاة والتبرعات العامة

العدد أو النسبة الحالية	المؤشرات	الهدف
٣٠ %	نسبة مورد الزكاة من الميزانية	زيادة الموارد المالية من الزكاة والتبرعات العامة
٣٧ %	نسبة التبرعات العامة من الميزانية	
٢٠ %	نسبة المتبرعين من خارج المنطقة	
٦ مواسم	عدد الحملات الموسمية	

تحليل (SWOT) للهدف الثالث : زيادة الموارد المالية من الزكاة والتبرعات العامة

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
عدم إفصاح المستفيد عن أحقيته للزكاة	ثقة المجتمع بالجمعية	عدم وجود قسم خاص بكبار المتبرعين والمتبرعات	كون الجمعية أكبر حاضن للزكاة والتبرعات
وجود بعض الطرح المشوه لجهود الجمعية	فرضية الزكاة في الإسلام	عدم تأهيل موظفي قسم تنمية الموارد	وضوح ودقة آلية الجمعية في صرف الزكاة والتبرعات
وجود المنافس	ترغيب الشرع في الزكاة والصدقات العامة	عدم وجود برامج جاهزة للتسويق	تنوع مصارف الزكاة والتبرعات لدى الجمعية

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الثالث : زيادة الموارد المالية من الزكاة والتبرعات العامة

التكلفة التقريبية	جهة التنفيذ	المشاريع والمبادرات	الهدف المرحلي
١٥٠٠٠ ريال سنوياً	إدارة الجمعية + قسم الموارد المالية + قسم العلاقات والإعلام + قسم التدريب	<ul style="list-style-type: none"> - إعداد وتأهيل فريق خاص للحملات الموسمية. - تجهيز المشاريع الإعلامية للحملات. - الاستفادة من أبرز التجارب الإعلامية. لدى الجهات الأخرى. - تنوع الوسائل الإعلامية للحملات الموسمية. - إعداد نموذج لكتابة تقارير مفصلة بعد نهاية كل حملة إعلامية . - التعاون والتواصل مع فرق إعلامية للاستفادة منهم - إقامة ورش عمل لاستقطاب الأفكار الإعلامية الجديدة - استضافة المؤثرين للاستفادة منهم في نشر أنشطة الجمعية - التأكيد على جودة تنفيذ المشاريع لمستوى الحملات الإعلامية . - إعداد أفكار يسهل من خلالها التبرع . 	تطوير مستوى أداء الحملات الموسمية
١٠٠٠٠ ريال سنوياً	إدارة الجمعية + قسم الموارد المالية + قسم العلاقات والإعلام	<ul style="list-style-type: none"> - إعداد موظف خاص بكبار المتبرعين . - إنشاء قاعدة بيانات خاصة بكبار المتبرعين . - رسم برنامج تواصل لهم . - كتابة تقرير خاص للمتبرع عن كل مشروع . - دعوتهم لحضور مناسبات الجمعية وافتتاح مشاريعها. - إقامة حفلات خاصة لتكريمهم لمن يرغب منهم . - العناية بخطابات الشكر الموجه لكبار المتبرعين . - الاستفادة من تجارب الجهات الأخرى في التعامل مع كبار المتبرعين . - التفاعل مع كبار المتبرعين في مناسباته الخاصة والعامة . 	تحسين مستوى التواصل بين كبار المتبرعين والجمعية
١٠,٠٠٠ ريال	إدارة الجمعية + قسم الموارد المالية + قسم العلاقات العامة الإعلام + قسم تقنية المعلومات	<ul style="list-style-type: none"> - استقطاب المؤثرين لاطلاعهم على أنشطة الجمعية (خطباء ، إعلاميين .. الخ) . - استقطاب الناقدین لاطلاعهم على أنشطة الجمعية . - التفعيل والاستفادة من الأنظمة الداعمة لصرف زكاة التجار للجمعيات الخيرية . - وضع برامج للاستفادة من زكاة (عروض التجارة ، التقسيط.. الخ) ومن ليس له علاقة بمصلحة الزكاة والدخل. - استقطاب بعض الكُتَّاب لكتابة حالات فقر مؤثرة ترعاها الجمعية . 	استغلال الجوانب المؤثرة في تحصيل الزكاة والتبرعات
٣٥,٠٠٠ ريال	المجموع		

الخطة الاستراتيجية

مؤشرات تحقيق الهدف الرابع : عقد وتفعيل الشراكات الاستراتيجية مع الأفراد والمنظمات

العدد أو النسبة الحالية	المؤشرات	الأهداف
٣٠ شراكة	عدد الشراكات	عقد وتفعيل الشراكات
١٨ نشاط	عدد الأنشطة بالشراكات	الاستراتيجية مع الأفراد
١٠,٧٠٠ ريال	نسبة الإيرادات	والمنظمات

تحليل (SWOT) للهدف الرابع : عقد وتفعيل الشراكات الاستراتيجية مع الأفراد والمنظمات

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
ضعف ثقافة بعض المعنيين بأضرار التدخين <input type="checkbox"/>	تفاعل الجهات المجتمعية والأفراد مع المركز <input type="checkbox"/>	عدم وجود إجراءات مكتوبة لعقد الشراكات <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> العلاقات الاجتماعية
منافسة الجمعيات على استقطاب الداعمين <input type="checkbox"/>	وجود الجهات المانحة <input type="checkbox"/>	عدم وجود بيانات وإحصاءات <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> الخبرة في عقد الشراكات
قلة الداعمين	احتياج بعض الجهات لخدمات المركز <input type="checkbox"/>	عدم وجود موظف مختص بالعلاقات العامة <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> السمعة الحسنة للمركز
<input type="checkbox"/> توقف الشراكات	تحالف جهات مكافحة التدخين مع المركز <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> القوة الإعلامية
	اعتماد الشهادات التطوعية لدى الجهات الحكومية <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> الخبرة في بناء البرامج لعقد الشراكة <input type="checkbox"/>
	المناسبات الموسمية <input type="checkbox"/>		
	الاستفادة من أنظمة الدولة الممانعة للتدخين <input type="checkbox"/>		

الخطة الاستراتيجية

الهدف المرحلي الرابع : عقد وتفعيل شراكات استراتيجية مع الأفراد والمنظمات

الهدف المرحلي	المبادرات والمشاريع	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
تحسين جانب التمثيل الاجتماعي للمركز	تعيين موظف مختص بالعلاقات العامة	إدارة الجمعية + إدارة مركز صفاء	-
بعث الشراكات المتوقفة وتفعيل الشراكات الجارية	كتابة آليات عقد الشراكات	إدارة المركز + قسم التوعية والإعلام	-
	استيفاء متطلبات المؤسسات المانحة	إدارة الجمعية + إدارة المركز	-
	جدولة الشراكات وتفعيلها باستمرار	قسم الإعلام	-
المجموع			

الخطة الاستراتيجية

الأهداف الإستراتيجية للجنة الأسر المحتاجة

١. تطوير آلية العمل والتعامل مع المستفيد .

٢. تأهيل وتطوير الكوادر البشرية في اللجنة .

٣. تأهيل المستفيدين لسوق العمل .

مؤشرات تحقيق الهدف الأول : تطوير آلية العمل والتعامل مع المستفيد

العدد أو النسبة العالية	المؤشرات	الهدف
١٥ مراجع	عدد المراجعين للجنة	تطوير آلية العمل والتعامل مع المستفيد
٤ برامج	عدد البرامج المنفذة في أوقات محددة . (اختلاف مواعيد حلول الإيجار للمستفيد)	
٣ أشهر	نسبة الوقت في قبول ملف المستفيد من عدمه . (نسبة عدد الملفات المتأخرة أو الموقفة بسبب التجديد	
٧٠ % من الملفات	نسبة الملفات المحددة من قبل المستفيدين	
٢٠ %	نسبة استخدام التقنية في عمل اللجنة	
٥٠ %	نسبة تفاعل المستفيدين مع طلبات اللجنة	

تحليل (swot) للهدف الأول : تطوير آلية العمل والتعامل مع المستفيد

نقاط القوة	نقاط الضعف	الفرص	التحديات
قسم التقنيات	بعض التجاوزات لبرنامج اللجنة	قبول المجتمع للتطوير الالكتروني	ثقافة المستفيدين متدنية
تقبل الموظفين لتطوير آلية العمل	عدم تفعيل اللجنة النسائية	تفاعل كثير من الدوائر الحكومية مع اللجنة	عدم تفاعل بعض الدوائر الحكومية مع اللجنة
وجود برنامج حاسوبي قابل للتطوير	مراجعة المستفيدين بلا مواعيد مسبقة	إمكانية الاستفادة من الجمعيات الخيرية والمؤسسات المانحة	
ممارسة اللجنة لتطبيق الصلاحيات	اللائحة قديمة وتحتاج تطوير	اعتماد بطاقة البركة لدى الجمعيات الخيرية	
وجود لوائح عمل	عدم حصر المشكلات التي تواجه اللجنة		
ميزانية مناسبة للبرامج			

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الأول : تطوير آلية العمل والتعامل مع المستفيد

الهدف المرحلي	المشاريع والمبادرات	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
تقليص عدد المراجعين للجنة	- التحول لنظام الكتروني في التعامل مع المراجعين - الحد من الخدمات المباشرة - توعية المستفيدين بطبيعة النظام الالكتروني	لجنة الأسر + إدارة الجمعية + قسم التقنيات	-
تنفيذ البرامج في الوقت المحدد	- جدولة البرامج في أوقات محددة - تقنين البرامج من حيث أهمية إنجازها - ربط نظام البرنامج المالي بقسم المالية	لجنة الأسر بالتعاون مع قسم المالية + قسم التقنيات	-
الحد من المشكلات المتعلقة بالنظام	- حصر المشكلات - إقامة ورش عمل لطرح الحلول - اعتماد النظام الالكتروني	لجنة الأسر	-
الاستفادة من خبرات الجمعيات الخيرية والمؤسسات المانحة	- اعتماد الزيارات - التواصل مع المؤسسات المانحة وبيوت الخبرة	إدارة الجمعية + لجنة الأسر	٢٥٠٠ ريال لكل زيارة
تفعيل استمرارية التواصل مع الدوائر الحكومية ذات العلاقة بعمل اللجنة	- دعوة مدراء الدوائر - تكريم المتعاونين - زيارتهم - إبراز الجهات المتعاونة	لجنة الأسر + إدارة الجمعية	٤٠٠٠ ريال لكل زيارة
تفعيل لجنة الأسر للقسم النسائي	- تفعيل النظام الالكتروني في القسم النسائي - إكمال الطاقم النسائي - تدريب الموظفين - توجيه المستفيدات للقسم النسائي	إدارة الجمعية + لجنة الأسر + القسم النسائي + قسم التقنيات	رواتب الموظفين الجدد

الخطة الاستراتيجية

٦,٥٠٠ ريال

المجموع

مؤشرات تحقيق الهدف الثاني : تأهيل وتطوير الكوادر البشرية في اللجنة

العدد أو النسبة الحالية	المؤشرات	الهدف
٣ دورات	عدد الدورات التدريبية	تأهيل وتطوير الكوادر البشرية في اللجنة
١٠ %	نسبة حدوث المشكلات	
١٥ %	نسبة الاستفسارات عن العمل	
٣ مبادرات	عدد المبادرات التطويرية عن العمل	
٣ %	نسبة الأخطاء الواردة في العمل	
٤٥ معاملة شهرياً	عدد المعاملات المنجزة	
٤٥ شهرياً	عدد الزيارات الميدانية	
لا يوجد	عدد المحفزات	

تحليل (SWOT) للهدف الثاني : تأهيل وتطوير الكوادر البشرية في اللجنة .

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
محدودية ثقافة المستفيد	وجود مراكز تدريب مدعومة	عدم وجود استقرار في الإدارة	قوة قسم التدريب
	تعاون الجمعيات الأخرى	ضعف الحوافز والرواتب	خبرة الموظفين
	عقد شراكات مع المؤسسات التجارية لتقديم حوافز للمتميزين	بيئة العمل غير المناسبة	وجود برنامج الكتروني
		عدم تحديث إجراءات العمل	تألف الموظفين
		قلة الموظفين	استعداد الموظفين للتدريب
			دعم الجمعية اللامحدود للجنة

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الثاني : تأهيل وتطوير الكوادر البشرية في اللجنة .

الهدف المرحلي	المشاريع والمبادرات	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
تدريب الموظفين حسب احتياجاتهم التدريبية	إقامة دورات تدريبية كل أربعة أشهر	لجنة الأسر + قسم التدريب	٦٠٠٠ ريال سنوياً
اعتماد ورش العمل في التطوير	إقامة ثلاث ورش عمل سنوياً لكل المهام	لجنة الأسر + قسم التدريب	-
السعي إلى اعتماد حوافز	- إعداد لائحة للحوافز واعتمادها من مجلس الإدارة - إشراك أهل الموظف بالحوافز	إدارة الجمعية + لجنة الأسر	عند اعتماد مجلس الإدارة
التعاون مع المراكز التدريبية الأخرى والجمعيات	- حصر المراكز والجمعيات المتعاونة - التواصل معهم - عقد شراكات لتطوير العمل	لجنة الأسر + قسم التدريب	-
استقرار العمل الإداري	- البحث عن شخصية قيادية مناسبة لطبيعة العمل - تكليف مدير للجنة	إدارة الجمعية	راتب مميز
إعداد مقر جديد مناسب للجنة	- تهيئة المكان - نقل اللجنة إلى المقر الجديد - إشعار المستفيدين	إدارة الجمعية + لجنة الأسر	١٠,٠٠٠ ريال
مناسبة عدد الموظفين لمهام اللجنة	- حصر الأعمال باللجنة - جدولة الأعمال اليومية - حصر المجالات التي تحتاج لتطوير - العناية في اختيار الموظف المناسب	إدارة الجمعية + لجنة الأسر	رواتب الموظفين
المجموع			١٦,٠٠٠ ريال

الخطة الاستراتيجية

مؤشرات تحقيق الهدف الثالث : تأهيل المستفيدين لسوق العمل

العدد أو النسبة الحالية	المؤشرات	الهدف
٤٠ مستفيد سنوياً	عدد المستفيدين	تأهيل المستفيدين لسوق العمل
٥ برامج سنوياً	عدد البرامج التدريبية	
٣ %	الفائض من ميزانية البرامج للمستفيدين	
وظيفتين سنوياً	عدد الوظائف المقدمة للمستفيدين	
مشروعين سنوياً	عدد المشاريع التأهيلية التي تقيمها الجمعية	
٣ مشاريع سنوياً	عدد المشاريع المدعومة	
صفر	نسبة الموظفين في القطاع الخاص عن طريق الجمعية	

تحليل (SWot) للهدف الثالث : تأهيل المستفيدين لسوق العمل

التحديات	الفرص	نقاط الضعف	نقاط القوة
عدم رغبة المستفيد بالإفصاح عن انتمائه للجمعية	استعداد بعض الأسر للعمل	صعوبة متابعة المستفيدين في استمرارهم بالبرامج	كثرة أفكار البرامج
صعوبة الإجراءات الإدارية	وجود جهة مانحة لتأهيل ودعم الأسر المحتاجة	قلة الموظفين المتخصصين	التجارب السابقة الناجحة
	تقديم البلدية لمبادرات تنفيذ برامج تأهيلية	قلة الكوادر لتنفيذ هذه البرامج	توجه قسم التدريب أن يكون مركزاً معتمداً
	استغلال الخطباء لبيان استحقات الزكاة	عدم التوعية من قبل لجنة الأسر للمستفيدين	استعداد ورغبة الجمعية بدعم الأسر
	تجارب الجمعيات الأخرى		اعتماد حوافز في دعم الأسر المشاركة في مشاريع تجارية من قبل الجمعية

الخطة الاستراتيجية

الأهداف المرحلية للهدف الثالث : تأهيل المستفيدين لسوق العمل

الهدف المرحلي	المشاريع والمبادرات	جهة التنفيذ	التكلفة التقريبية
تفعيل وتطبيق البرامج التنموية للأسر المحتاجة	حصر الأفكار والمشاريع - دراسة الأفكار والمشاريع المناسبة - تطبيق مبادرتين سنويا	لجنة الأسر + إدارة الجمعية	٣٠٠٠٠ ريال سنويا
متابعة المستفيدين في تنفيذ مشاريعهم	- تكليف موظفين للإشراف على تأهيل المستفيدين لسوق العمل - عقد الشراكات مع الجهات الداعمة للمشاريع الصغيرة لدى الأسر المحتاجة	لجنة الأسر	رواتب الموظفين
رفع الوعي لدى المستفيدين بأهمية العمل	عقد دورات - تفعيل إجراء التذكير بأهمية المال للمستفيد - اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية - تفعيل دور الخطباء - اعتماد الحملات الإعلامية لرفع الوعي بأهمية العمل	لجنة الأسر + قسم التدريب + قسم العلاقات العامة	٢٠٠٠٠ ريال
تبني الحوافز والمكافآت للأسر المنتجة	- اعتماد محفز للأسر المنتجة في ميزان قبول الأسر - وضع آلية تنظيمية للحوافز والمكافآت للأسر المنتجة	لجنة الأسر	تكلفة المحفز المعتمد
المجموع			٥٠,٠٠٠ ريال

الخطة الاستراتيجية

جمعية البر الخيرية
بالشهم

مسجلة بوزارة العمل والتنمية الاجتماعية برقم ٣٩١



www.alber.org @alberorg

j.alber.sh@hotmail.com

www.alber.org

منطقة الباحة - بالشهم - قرية الحميد

0 1 7 - 7 2 3 2 3 5 5

2 2 8 8 8 بلجرشي (1009)

0 5 5 4 0 3 7 6 5 0

0 5 3 0 3 0 5 2 1 2 (القسم التسائي)

للتواصل معنا ..