



المملكة العربية السعودية
وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية
مركز التنمية الاجتماعية بالدمام
جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في
الصناعية الثانية بالدمام - ترخيص (٣٢٦٨)

الخطة الإستراتيجية

٢٠٢٠

الرسالة والرؤية والقيم

رؤيتنا :

صرح مؤسسي رائد في الدعوة بمبادرات نوعية ومؤثرة.

| | | |
|-------------|----------------------|--|
| بيان الرؤية | بناء والمجتمع | نعتني بالانتشار الدعوي والاهتمام بتنوع البرامج والمشاريع بما يناسب فئات المجتمع المختلفة وشرائحه وفق منهجية بنائية تراكمية الأثر . |
| | مبادرات نوعية ومؤثرة | برامجنا نابعة من احتياجات الفئات المستهدفة ومقدمة بأساليب متجددة وأدوات معاصرة تتناسب معهم لاحداث أثر مستدام . |

رسالتنا :

الدعوة الى الله بالحسنى لنشر الإسلام وتعزيز القيم عبر الوسائل المختلفة من خلال دعاة متخصصين وشراكة فاعلة

| | | |
|--------------|-----------------------|---|
| بيان الرسالة | وسائل وشراكات | انطلاقاً من واجبنا الأول في القيام بواجب الدعوة نهتم بتنوع الوسائل الدعوية وتطوير التقنية في جميع جوانبها وبناء الشراكات الفاعلة مع أفراد المجتمع ومؤسساته بما يتوافق مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ في تكوين مجتمع حيوي راسخ في قيمه ومعمّر في بيئته . |
| | شراكات متخصصة | نهتم باختيار الشراكات المتخصصة والنوعية للقيام بالواجبات الدعوية والإدارية والمالية والعمل على الارتقاء بها. |
| | فهم الواقع والمستجدات | نهتم بمواكبة المتغيرات والفهم العميق للواقع والاحتياجات لفئات المجتمع والتعامل معها بدرجة عالية من المرونة . |

قيمنا

| | | | | | |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------|----------------|
| تجاه الجمعية | تجاه المستفيد | تجاه الداعمين | تجاه كوادرنا | تجاه خدماتنا وآليات عملنا | الجهات الرسمية |
| بالاحترافية | بالابداع | المصداقية | العمل الجماعي | التطوير والجودة | الشفافية |

الأهداف الاستراتيجية والمؤشرات

منظور المستفيدين

| 1 التعريف بالإسلام وترسيخ العقيدة والقيم لدى الجاليات . | | | |
|---|--|--|--|
| م | الهدف | الهدف الجزئي | رقم المؤشر |
| | | إيصال دعوة الإسلام للجاليات الغير مسلمة، و التفاعل مع المجتمع المسلم وزرع القيم عبر الوسائل المختلفة . | |
| الوزن النسبي | مؤشر الاداء | رقم المؤشر | الهدف الجزئي |
| 20% | عدد المسلمين الجدد | 1-1 | دعوة غير المسلمين للإسلام |
| 20% | عدد المسلمين الجدد المجتازين لبرنامج المسلم الجديد | 1-2 | متابعة المسلمين الجدد |
| 10% | عدد البرامج والقيمة المقدمة. | 1-3 | نشر قيم الإسلام الوسطي بين الجاليات المسلمة |
| 20% | عدد البرامج المقدمة باستخدام التقنية. | 1-4 | تطويع التقنية في الدعوة |
| 10% | عدد البرامج المقدمة للنخب من الجاليات. | 1-5 | إقامة المبادرات والفعاليات الخاصة بالنخب |
| 20% | عدد البرامج المقدمة لتصحيح العقيدة للجاليات. | 1-6 | إقامة البرامج والفعاليات لترسيخ العقيدة الصحيحة. |

| 2 تأهيل الدعاة والائمة وتفعيل المصليات في الشركات . | | | |
|---|--|--|---|
| م | الهدف | الهدف الجزئي | رقم المؤشر |
| | | تأهيل كوادر علمية ذات منهج علمي شرعي وفق الكتاب والسنة . | |
| الوزن النسبي | مؤشر الاداء | رقم المؤشر | الهدف الجزئي |
| 40% | عدد الدعاة المجتازين لبرامج التأهيل الدعوي | 2-1 | تفعيل البرامج التأهيلية لإعداد الدعاة والائمة والمؤذنين |
| 30% | عدد المصليات التي تم تغطيتها ببرامج دعوية. | 2-2 | استثمار المصليات في الشركات لإقامة البرامج |
| 30% | عدد البرامج التي تم تقديمها في الجوامع. | 2-3 | تفعيل الجوامع في نطاق عمل المكتب |

| 3 إقامة البرامج الدعوية والتوعوية والأنشطة المجتمعية المؤثرة | | | |
|--|--|--|---|
| م | الهدف | الهدف الجزئي | رقم المؤشر |
| | | توعية المستفيدين بالقيم وتقديم برامج ترفيهية مركزة مصحوبة بمحتوى قيمى فعال يستثمر فيه طاقة الشباب. | |
| الوزن النسبي | مؤشر الاداء | رقم المؤشر | الهدف الجزئي |
| 30% | عدد البرامج الرياضية والترفيهية المقدمة. | 3-1 | إقامة البرامج الرياضية والترفيهية المشمرة. |
| 15% | عدد الدراسات الميدانية لقياس احتياجات المستفيدين. | 3-2 | المساهمة في معالجة السلوكيات السلبية والمشاكل الاجتماعية. |
| 25% | عدد البرامج المقدمة لمعالجة السلوكيات. | 3-3 | إقامة البرامج التطويرية والمهارية للعاملين في الشركات. |
| 30% | عدد البرامج التطويرية الشبابية التي تم تقديمها للمستفيدين. | 3-4 | إقامة المناشط الدعوية المتنوعة. |

منظور العمليات الداخلية

| 4 تطوير العمل المؤسسي بالجمعية . | | | |
|----------------------------------|--|--|---|
| م | الهدف | الهدف الجزئي | رقم المؤشر |
| | | الارتقاء بالعمل الداخلي للجمعية للوصول للموسسية. | |
| الوزن النسبي | مؤشر الاداء | رقم المؤشر | الهدف الجزئي |
| 20% | عدد النظم واللوائح التي تم تطويرها في الجمعية. | 4-1 | مراجعة الخطة الاستراتيجية باستمرار والعمل على تنفيذها |
| 20% | عدد شهادات الجودة والتميز التي حصلت عليها الجمعية. | 4-2 | اعداد الخطط التشغيلية ومتابعة تنفيذها. |
| 30% | نسبة رضا المستفيدين داخلياً وخارجياً. | 4-3 | مراجعة وتفعيل اللوائح والانتظمة في الجمعية |

| | | | | |
|---|------------------------|-----|--|-----|
| 4 | حوسبة العمل في الجمعية | 4-4 | عدد التجارب الناجحة التي تم نقلها للجمعية. | 30% |
|---|------------------------|-----|--|-----|

| 5 إبراز أنشطة وبرامج الجمعية اعلامياً . | | | | |
|--|---|------------|--|--------------|
| إبراز مشاريع وفعاليات الجمعية عبر وسائل الاعلام المختلفة . | | | | |
| م | الهدف الجزئي | رقم المؤشر | مؤشر الاداء | الوزن النسبي |
| 1 | المشاركة الفاعلة في وسائل الاعلام المختلفة | 5-1 | عدد المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعية | 20% |
| 2 | التواصل الفعال مع الداعمين واطهار برامج الجمعية | 5-2 | عدد القنوات الاعلامية التي تعرض برامج المكتب | 20% |
| 3 | استثمار وسائل التواصل الاجتماعي في ابراز أنشطة الجمعية. | 5-3 | عدد برامج وسائل التواصل الاجتماعي التي تم تفعيلها. | 20% |
| 4 | ايراز إنجازات ومناشط الجمعية عبر التقارير المختلفة. | 5-4 | عدد الاصدارات التي تم إصدارها في الجمعية. | 20% |
| 5 | دعوة المؤثرين لزيارة الجمعية وإطلاعهم على انشطته | 5-5 | نسبة تفاعل المؤثرين مع برامج وأنشطة الجمعية | 20% |

| 6 إقامة الشراكات المجتمعية الفاعلة مع الأفراد والمؤسسات | | | | |
|---|---|------------|---|--------------|
| عقد شراكات فاعلة مع مؤسسات المجتمع المختلفة وإشراك المتطوعين والنخب والمتخصصين في فعاليات الجمعية | | | | |
| م | الهدف الجزئي | رقم المؤشر | مؤشر الاداء | الوزن النسبي |
| 1 | عقد شراكات مع المؤسسات الماتحة | 6-1 | عدد اتفاقيات الشراكة التي تم عقدها مع الماتحين. | 20% |
| 2 | عقد شراكات مع شركات المسؤولية المجتمعية | 6-2 | عدد اتفاقيات الشراكة التي تم عقدها مع الشركات. | 20% |
| 3 | عقد شراكات مع الجهات المماثلة | 6-3 | عدد الشراكات الفاعلة التي تم استثمارها مع الجهات الخيرية. | 20% |
| 4 | عقد شراكات تدريبية مع المؤسسات التدريبية والتطويرية | 6-4 | عدد الشراكات الفاعلة التي تم استثمارها مع المؤسسات التطويرية. | 10% |
| 5 | إشراك المتطوعين في برامج الشراكات | 6-5 | عدد المتطوعين المسجلين في المكتب. | 20% |
| 6 | تنفيذ برامج تخصصية بمشاركة النخب والمتخصصين. | 6-6 | عدد البرامج التخصصية المنفذة. | 10% |

| منظور التطور والنمو | | | | |
|---|--|------------|--|--------------|
| 7 استقطاب الكوادر المتخصصة واستثمار مهاراتها | | | | |
| استقطاب الكوادر المتخصصة في مجالات عمل الجمعية وذات احترافية في التعامل مع المستفيدين | | | | |
| م | الهدف الجزئي | رقم المؤشر | مؤشر الاداء | الوزن النسبي |
| 1 | دراسة الاحتياج الوظيفي واستقطاب الكوادر المميزة في مجالاتها. | 7-1 | عدد عمليات المتابعة المالية والإدارية للاداء | 30% |
| 2 | دراسة الاحتياج التدريبي وإقامة الدورات التدريبية للموظفين. | 7-2 | عدد البرامج التدريبية والتأهيلية | 20% |
| 3 | إقامة البرامج الاجتماعية والتحفيزية. | 7-3 | عدد البرامج الاجتماعية والتحفيزية | 25% |
| | | 7-4 | نسبة الالتزام بساعات الدوام | 25% |

المنظور المالي

تحقيق الاستدامة المالية وتنويع مسارات الدعم .

8

الاكتفاء الذاتي للجمعية

| الوزن النسبي | مؤشر الاداء | رقم المؤشر | الهدف الجزئي | م |
|--------------|---|------------|---|---|
| 20% | نسبة الالتزام بالموازنة المعتمدة | 8-1 | استقطاب وتطوير كادر الموارد المالية | 1 |
| 20% | نسبة الزيادة في الإيرادات العامة للمكتب | 8-2 | تفعيل الشراكة مع الجهات المانحة والداعمين | 2 |
| 20% | قيمة دخل الاوقاف | 8-3 | إقامة اوقاف خاصة بالجمعية | 3 |
| 15% | نسبة الزيادة في عوائد الاستثمارات | 8-4 | اقامة مشاريع استثمارية | 4 |
| 20% | قيمة الدخل من التسويق الالكتروني . | 8-5 | تفعيل التسويق الالكتروني | 5 |
| 10% | قيمة الاستقطاعات الشهرية | 8-6 | استهداف الداعمين الأفراد. | 6 |

بطاقة الأداء للجمعية

| الجهة المالكة | | | | | | نسبة المؤشر | المؤشر | رقم المؤشر | نسبة الهدف | الأهداف العامة | رقم الهدف | نسبة المنظور | المنظور |
|-----------------|----------------|--------------------------|--------------------|-------------------|----------------|-------------|---|------------|------------|---|-----------|--------------|------------------|
| تقنية المعلومات | وحدة المنظوعين | العلاقات العامة والإعلام | الاستدامة والموارد | المالية والإدارية | الشؤون الدعوية | | | | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد المسلمين الجدد | 1-1 | 20% | التعريف بالإسلام وترسيخ العقيدة والقيم لدى الجاليات . | 1 | 35% | المستفيدين |
| | | | | | | 20% | عدد المسلمين الجدد المجتازين لبرنامج المسلم الجديد | 1-2 | | | | | |
| | | | | | | 10% | عدد البرامج والقيمية المقدمة. | 1-3 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد البرامج المقدمة باستخدام التقنية. | 1-4 | | | | | |
| | | | | | | 10% | عدد البرامج المقدمة للنخب من الجاليات. | 1-5 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد البرامج المقدمة لتصحيح العقيدة للجاليات. | 1-6 | | | | | |
| | | | | | | 40% | عدد الدعاة المجتازين لبرامج التأهيل الدعوي | 2-1 | 8% | تأهيل الدعاة والأئمة وتفعيل المصليات في الشركات . | 2 | | |
| | | | | | | 30% | عدد المصليات التي تم تغطيتها ببرامج دعوية. | 2-2 | | | | | |
| | | | | | | 30% | عدد البرامج التي تم تقديمها في الجوامع. | 2-3 | | | | | |
| | | | | | | 30% | عدد البرامج الرياضية والترفيهية المقدمة. | 3-1 | 7% | إقامة البرامج التوعوية والأنشطة المجتمعية المؤثرة | 3 | | |
| | | | | | | 15% | عدد الدراسات الميدانية لقياس احتياجات المستفيدين. | 3-2 | | | | | |
| | | | | | | 25% | عدد البرامج المقدمة لمعالجة السلوكيات. | 3-3 | | | | | |
| | | | | | | 30% | عدد البرامج التطويرية الشبابية التي تم تقديمها للمستفيدين. | 3-4 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد النظم واللوائح التي تم تطويرها في الجمعية. | 4-1 | 6% | تطوير العمل المؤسسي بالجمعية . | 4 | | |
| | | | | | | 20% | عدد شهادات الجودة والتميز التي حصلت عليها الجمعية. | 4-2 | | | | | |
| | | | | | | 30% | نسبة رضا المستفيدين داخلياً وخارجياً. | 4-3 | | | | | |
| | | | | | | 30% | عدد التجارب الناجحة التي تم نقلها للجمعية. | 4-4 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعية | 5-1 | 8% | إبراز أنشطة وبرامج الجمعية اعلامياً . | 5 | 20% | |
| | | | | | | 20% | عدد القنوات الاعلامية التي تعرض برامج المكتب | 5-2 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد برامج وسائل التواصل الاجتماعي التي تم تفعيلها. | 5-3 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد الإصدارات التي تم إصدارها في الجمعية. | 5-4 | | | | | |
| | | | | | | 20% | نسبة تفاعل المؤثرين مع برامج وأنشطة الجمعية | 5-5 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد اتفاقيات الشراكة التي تم عقدها مع المانحين. | 6-1 | 6% | إقامة الشراكات المجتمعية الفاعلة مع الأفراد والمؤسسات | 6 | | |
| | | | | | | 20% | عدد اتفاقيات الشراكة التي تم عقدها مع الشركات. | 6-2 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد الشراكات الفاعلة التي تم استثمارها مع الجهات الخيرية. | 6-3 | | | | | |
| | | | | | | 10% | عدد الشراكات الفاعلة التي تم استثمارها مع المؤسسات التطويرية. | 6-4 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد المنظوعين المسجلين في المكتب. | 6-5 | 10% | استقطاب الكوادر المتخصصة واستثمار مهاراتها | 7 | 10% | التعليم والتطوير |
| | | | | | | 30% | عدد عمليات المتابعة المالية والإدارية للاداء | 7-1 | | | | | |
| | | | | | | 20% | عدد البرامج التدريبية والتأهيلية | 7-2 | | | | | |
| | | | | | | 25% | عدد البرامج الاجتماعية والتحفيزية | 7-3 | | | | | |
| | | | | | | 25% | نسبة الالتزام بساعات الدوام | 7-4 | 35% | تحقيق الاستدامة المالية وتنويع مسارات الدعم . | 8 | 35% | المالي |
| | | | | | | 20% | نسبة الالتزام بالموازنة المعتمدة | 8-1 | | | | | |
| | | | | | | 20% | نسبة الزيادة في الإيرادات العامة للمكتب | 8-2 | | | | | |
| | | | | | | 20% | قيمة دخل الاوقاف | 8-3 | | | | | |
| | | | | | | 15% | نسبة الزيادة في عوائد الاستثمارات | 8-4 | | | | | |

بطاقة الأداء للجمعية

| الجهة المالكة | | | | | | نسبة المؤشر | المؤشر | رقم المؤشر | نسبة الهدف | الأهداف العامة | رقم الهدف | نسبة المنظور | المنظور |
|-----------------|----------------|--------------------------|--------------------|-------------------|----------------|-------------|------------------------------------|------------|------------|----------------|-----------|--------------|---------|
| تقنية المعلومات | وحدة المنظوعين | العلاقات العامة والاعلام | الاستدامة والموارد | المالية والادارية | الشؤون الدعوية | | | | | | | | |
| | | | | | | 20% | قيمة الدخل من التسويق الالكتروني . | 8-5 | | | | | |
| | | | | | | 10% | قيمة الاستقطاعات الشهرية | 8-6 | | | | | |