



رؤية
VISION
2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

الخطّة التشغيلية

جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في حي السر بالطائف

2024 م





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



المحتويات

الموضوع	الصفحات
التمهيد	٤ - ٦
المصطلحات الإجرائية للخطة التشغيلية	٧ - ٨
الميثاق الإستراتيجي للجمعية	٩ - ١٠
ملخص بيانات الخطة التشغيلية	١١
الخطة التشغيلية حسب الأهداف الإستراتيجية	١٢ - ٢٠



التهييد



التهميد

تسعى الكيانات المتطورة إلى العمل على التحسين المستمر في أدائها وطريقة إدارتها لمواردها؛ وذلك لتحقيق أعلى عائد ممكن من النواتج. ويُعدُّ التخطيط من أهم الأدوات التي تستخدمها هذه الكيانات لتحقيق الأهداف التي ترنو إلى تحقيقها. فبمقارنة بسيطة بين الكيانات التي تعتمد التخطيط أداة أساسية لتنظيم الأعمال وقياس معدل النجاح في تحقيق أهدافها، وبين الكيانات التي تعتمد مبدأ التسيير التقليدي للأعمال (حتى وإن كان بعشوائية) نجد أن (الاقتصاد وعدم الهدر في الموارد البشرية والمالية)، و(تعظيم مخرجات الأعمال)، دائماً من نصيب الكيانات التي تخطط لأعمالها.



وإن مؤسسات القطاع الثالث (الخيري) لا تقل أعمالها أهميةً في المجتمع عن مؤسسات القطاع الاستثماري أو الحكومي، لذا كان ينبغي أن يكون له حظ وافر من تسخير أدوات التخطيط المتنوعة، التي تساعد على تحليل واقعه، وتحديد أولوياته، ووضع أهدافه، وبناء مؤشرات أدائه، واغتنام الفرص وتجنب التهديدات.

وقد أدركت جمعية الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات في حي السر بالطائف هذا الأمر، فعملت على بناء ميثاق إستراتيجي، حددت فيه رؤيتها ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية وقيم عملها، ثم انبثقت عنه الخطط التشغيلية السنوية، والتي تترجم الأهداف الإستراتيجية للجمعية إلى مبادرات ومشروعات وبرامج يتأزر العاملون فيه والمتطوعون على تنفيذها وفق الخطة الزمنية الموضوعت لها.



وبين أيدينا " الخطة التشغيلية لعام ٢٠٢٤ م " حيث يمر إعدادها وتنفيذها ومتابعتها وفق نموذج خاص من خلال الخطوات التالية:

١. بناء الخطة التشغيلية واعتمادها.
٢. إعداد الإطار التنفيذي والبطاقات التشغيلية للنشاطات.
٣. تنفيذ النشاطات.
٤. إصدار التقارير الدورية.
٥. مناقشة التقارير الدورية وتحسين مسار العمل.

والله الموفق



المصطلحات الإجرائية للخطة التشغيلية



المصطلحات الإجرائية للخطة التشغيلية

١. **الميثاق الإستراتيجي:** هو رؤية الجمعية ورسالتها وأهدافها الإستراتيجية وقيم عملها، التي تعاهد منسوبوها على الوصول إليها وممارستها وتمثلها بشكل منتظم ومستمر في نشاطاتها وإجراءاتها جميعها.
٢. **الرؤية:** هي طموحات الجمعية وآمالها والحال التي تُريد أن تكون عليه مستقبلاً.
٣. **الرسالة:** هي المهمة أو الدور العام والدائم للجمعية.
٤. **الأهداف الإستراتيجية:** هي النتائج المرغوب تحقيقها في فترة زمنية بعيدة، عبر الخطط التشغيلية المستمرة.
٥. **قيم العمل:** هي مجموعة الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تركز عليها علاقات العمل في الجمعية، وتُسهم في توجيه سلوك العاملين فيها لأداء مهامهم وتحقيق رسالتهم.
٦. **الخطة التشغيلية:** هي الخطط التفصيلية لإدارات الجمعية، التي تسعى إلى تحقيق أهدافها الإستراتيجية، وفق نشاطات ومؤشرات أداء محددة، خلال عام ميلادي واحد.
٧. **الرقم المرجعي:** هو الرمز الرقمي الخاص بكل نشاط على حدة، وهو مكون من ثلاثة أرقام؛ حيث يُشير الرقم في اليمين إلى تصنيف الأهداف الإستراتيجية، والرقم في الوسط إلى تسلسل النشاط في كل هدف رئيس، أما الرقم على اليسار فيشير إلى تصنيف الإدارة.
٨. **النشاطات:** هي مجموعة المبادرات أو الأعمال أو المشروعات أو البرامج التشغيلية اللازم تنفيذها لتحريك المؤشرات الإستراتيجية وبالتالي تحقيق الأهداف.
٩. **المؤشرات والمعايير:** هي المقاييس والقراءات التي تُستخدم للتأكد من تحقق الحد الأدنى من الأداء المطلوب.
١٠. **نسب الإنجاز:** هو توزيع تنفيذ نشاطات الخطة عبر عام ميلادي كامل، بحيث يتم توزيع نسب الإنجاز على أربعة أرباع زمنية، مدة كل ربع ثلاثة أشهر، بشكل يتناسب ونوعية كل نشاط ومنطقية التوزيع.
١١. **الإدارة المسؤولة:** هي الإدارة الإستراتيجية أو المشروع النوعي ضمن الهيكل التنظيمي للجمعية، المعنية بتنفيذ النشاط بشكل مباشر بوصفه نشاطاً ضمن اختصاصاتها.



الميثاق الإستراتيجي للجمعية



الميثاق الإستراتيجي للجمعية

الرؤية:

دعوة الناس إلى دين الله بالحكمة والموعظة الحسنة وتوعية المسلمين بأمور دينهم وفق منهج السلف الصالح .

الرسالة:

الهداية لدين الله انطلاقاً من حديث المصطفى صلى الله عليه وسلم " لنن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من حمر النعم "

الأهداف الإستراتيجية:

- ١ - المحافظة على الفطرة بدعوة الناس إلى العقيدة الإسلامية الصحيحة ، وتعليم الناس أمور دينهم وفق كتاب الله وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم .
- ٢ - تطوير وتنويع الوسائل الدعوية وتفعيل دور طلبة العلم وأئمة المساجد في الدعوة إلى الله .
- ٣ - دعوة غير المسلمين للدخول إلى الإسلام وتعريفهم به ، وبيان محاسنه وتصحيح المفاهيم المغلوطة عنه .

قيم العمل:

١. **المؤسسية:** نعمل على رفع كفاءة الأداء وتحسين المخرجات، بما يحقق أهدافنا كاملة، فنسعى إلى توزيع المهام والأدوار بين العاملين، وتوفير الإمكانيات اللازمة لاتخاذ القرار المناسب، بالإضافة إلى تشكيل فرق العمل والإدارات المتخصصة التي تعمل على تطوير العمل وتحسينه بصورة مستمرة.



ملخص بيانات الخطة التشغيلية

الرقم المرجعي	الهدف الاستراتيجي	عدد الأنشطة	نسبة الإنجاز			
			الربع ١	الربع ٢	الربع ٣	الربع ٤
١	العناية بالعلم الشرعي ونشره بين المسلمين	٣	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥
٢	الارتقاء بالثياب تعزيز مبادرات العمل التطوعي	٥	%٥٠	%٢٠	%١٥	%١٥
٣	العناية بالجاليات المسلمة غير العربية وتعليمهم أمور دينهم	٣	%٨.٣	%٣١.٦	%٢١.٧	%٣٨.٤
٤	تعريف غير المسلمين بالإسلام ودعوتهم للدخول فيه	٣	%٠	%١٦.٧	%٣٣.٣	%٥٠
٥	تطوير الجوانب التنظيمية والموارد المالية والبشرية للجمعية	٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥



الخطة التشغيلية حسب الأهداف الإستراتيجية



(الهدف الإستراتيجي الأول)
العناية بالعلم الشرعي ونشره بين المسلمين

الإدارة المسؤولة	نسبة الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
التعليم	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	٤٨	عدد مرات التنفيذ	الكلمات الدعوية الأسبوعية في المساجد للمسلمين العرب	٢ / ١ / ١
التعليم	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	١٢	عدد مرات التنفيذ	الدروس الشهرية للمسلمين العرب	٢ / ٢ / ١
الإدارة النسائية	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	١٢	عدد مرات التنفيذ	الدروس النسائية الشهرية	٤ / ٣ / ١



(الهدف الإستراتيجي الثاني)

الإرتقاء بالشباب وتعزيز مبادرات العمل التطوعي

الإدارة المسؤولة	نسبة الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
التعليم	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	% ٢٥	٤٨	عدد مرات التنفيذ	لقاء أسبوعي ودعوة الشباب لعشاء وإقامة عدد من المسابقات	٢ / ١ / ٢
التعليم	-	-	% ٢٥	% ٧٥	٥٠	عدد المشاركين	دوري رياضي رمضاني	٢ / ٢ / ٢
العمل التطوعي	% ٥٠	% ٥٠	-	-	١٥	عدد المشاركين	مبادرة تطوعية لجمع الكتب القديمة	٥ / ٣ / ٢
العمل التطوعي	-	-	% ٢٥	% ٧٥	١٥٠٠	عدد الوجبات	مبادرة تطوعية للمساهمة في إفطار الصائمين	٥ / ٤ / ٢
العمل التطوعي	-	-	% ٢٥	% ٧٥	٣٠٠	عدد السلات	مبادرة تطوعية لتوزيع سلات رمضان للأسر المحتاجة	٥ / ٥ / ٢



(الهدف الإستراتيجي الثالث)

العناية بالجاليات المسلمة غير العربية وتعليمهم أمور دينهم

الإدارة المسؤولة	نسبة الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
دعوة الجاليات	٢٥ %	٢٥ %	٢٥ %	٢٥ %	٤٨	عدد مرات التنفيذ	لقاء أسبوعي مع الجاليات المسلمة وإقامة عشاء	٣ / ١ / ٣
دعوة الجاليات	٤٠ %	٤٠ %	٢٠ %	-	١٠	عدد مرات التنفيذ	برنامج العمرة	٣ / ٢ / ٣
دعوة الجاليات	٥٠ %	-	٥٠ %	-	٢	عدد مرات التنفيذ	برنامج زيارة المدينة المنورة	٣ / ٣ / ٣



(الهدف الإستراتيجي الرابع)
تعريف غير المسلمين بالإسلام ودعوتهم إلى الدخول فيه

الإدارة المسؤولة	نسبة الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
دعوة الجاليات	٥٠ %	٥٠ %	-	-	٣٠	عدد الكتيبات المطبوعة	طباعة عدد من الكتيبات التعريفية بعدة لغات للتعريف بالإسلام	٣ / ١ / ٣
دعوة الجاليات	٥٠ %	٥٠ %	-	-	٣٠	عدد الفيديوهات المصممة	تصميم عدد من مقاطع الفيديو للتعريف بالدين وساحته بعدة لغات	٣ / ٢ / ٣
دعوة الجاليات	٥٠ %	-	٥٠ %	-	٢	عدد مرات التنفيذ	دعوة عدد من الجاليات الغير مسلمة لزيارة مقر الجمعية	٣ / ٣ / ٣



(الهدف الإستراتيجي الخامس)

تطوير الجوانب التنظيمية والموارد المالية والبشرية للجمعية

الإدارة المسؤولة	نسب الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
الشؤون الإدارية	-	-	%٥٠	%٥٠	١٣	عدد السياسات	مراجعة سياسات الجمعية من الناحية القانونية وتعديلها	١/١/٥
الشؤون الإدارية	-	-	%٥٠	%٥٠	٤	عدد اللوائح	مراجعة لوائح الجمعية الأساسية من الناحية القانونية وتعديلها	١/٢/٥
الشؤون الإدارية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٤	عدد تقارير المراجعة	مراجعة عقود الشراكة لدى الجمعية مع الجهات المختلفة من الناحية القانونية	١/٣/٥
الشؤون الإدارية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢	عدد العقود	إجازة التعاقدات التجارية للجمعية لتنفيذ المشروعات والأعمال	١/٤/٥
الشؤون الإدارية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٨	عدد العقود	مراجعة عقود منسوبي الجمعية (دائم وجزئي) من الناحية القانونية وتعديلها	١/٥/٥
الأوقاف والموارد المالية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٥٠٠٠٠	العائد الاستثماري	متابعة استثمارات الأوقاف القائمة	٦/٦/٥
الأوقاف والموارد المالية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٧٠٠٠٠٠	التكلفة المتوقعة	استكمال مشروع الوقف تحت الإنشاء والبدء في تاجيره	٦/٧/٥
الأوقاف والموارد المالية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٠٠٠٠٠٠	الإيراد المالي	توفير الموارد المالية لنشاطات الجمعية الدعوية	٦/٨/٥
الأوقاف والموارد المالية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٠	نسبة الإيراد العيني	توفير الموارد العينية لنشاطات الجمعية المختلفة	٦/٩/٥
دعوة الجاليات	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٠	عدد المستهدفين	تنفيذ برنامج تطوير دعاة الجاليات	٣/١٠/٥
الإدارة النسائية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٨	عدد الدورات	تنفيذ برنامج الدورات التطويرية لمنسوبات الإدارة النسائية	٤/١١/٥
التعليم	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٤	عدد التقارير	استضافة المواقع الموسوعات والنسخ الاحتياطي	٢/١٢/٥



الإدارة المسؤولة	نسب الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
الشؤون الإدارية	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٤	عدد التقارير	تطوير الموقع الإلكتروني للجمعية	١ / ١٣ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٠	عدد الملفات	إعداد الملفات التسويقية لمشاريع الجمعية المقدمة للجهات المانحة	٧ / ١٤ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢٠	عدد الجهات	التقديم والمتابعة للجهات المانحة	٧ / ١٥ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٦	عدد المشروعات	رفع المشروعات على منصات التبرع الحكومي	٧ / ١٦ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢٠.٠٠٠	إجمالي التبرعات	تطوير وتسويق المتجر الإلكتروني	٧ / ١٧ / ٥
التواصل والتسويق	%٥٠	-	%٥٠	-	٢	عدد المشروعات المبتكرة	تسويق مشروعات مبتكرة	٧ / ١٨ / ٥
التواصل والتسويق	-	-	%١٠٠	-	١٥٠.٠٠٠	إجمالي مبلغ الحملة	تنفيذ حملة تسويقية لكفالة حجاج الجمعية	٧ / ١٩ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٥	عدد الطلبات المرفوعة	تنفيذ برنامج شراكات الدعم العيني	٧ / ٢٠ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢	عدد الأخبار	تغطية وتوثيق أخبار الجمعية	٧ / ٢١ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٢٥	عدد التحديثات	متابعة وتحديث الموقع الإلكتروني للجمعية	٧ / ٢٢ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢	عدد التقارير	متابعة التقرير المالي والإداري للأركان الإعلامية	٧ / ٢٣ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٠	عدد الزيارات	زيارات ميدانية لجهات مانحة وفاعلي خير	٧ / ٢٤ / ٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٤٥٠	عدد المواد المنشورة	تنفيذ برنامج النشر اليومي في وسائل التواصل الاجتماعي	٧ / ٢٥ / ٥



الإدارة المسؤولة	نسب الإنجاز				المعيار	المؤشر	النشاطات	الرقم المرجعي
	الربع ٤	الربع ٣	الربع ٢	الربع ١				
دار الإسلام	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٤	عدد التقارير	التطوير التقني لموقع دار الإسلام والموسوعات وتطبيقاتها	٧/١٣/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٠	عدد الملفات	إعداد الملفات التسويقية لمشاريع الجمعية المقدمة للجهات المانحة	٩/١٤/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢٠	عدد الجهات	التقديم والمتابعة للجهات المانحة	٩/١٥/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٦	عدد المشروعات	رفع المشروعات على منصات التبرع الحكومي	٩/١٦/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢٠,٠٠٠	إجمالي التبرعات	تطوير وتسويق المتجر الإلكتروني	٩/١٧/٥
التواصل والتسويق	%٥٠	-	%٥٠	-	٢	عدد المشروعات المبتكرة	تسويق مشروعات مبتكرة	٩/١٨/٥
التواصل والتسويق	-	%١٠٠	-	-	٨٢٥,٠٠٠	إجمالي مبلغ الحملة	تنفيذ حملة تسويقية لكفالة حجاج الجمعية	٩/١٩/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٥	عدد الطلبات المرفوعة	تنفيذ برنامج شراكات الدعم العيني	٩/٢٠/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢	عدد الأخبار	تغطية وتوثيق أخبار الجمعية	٩/٢١/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٢٥	عدد التحديثات	متابعة وتحديث الموقع الإلكتروني للجمعية	٩/٢٢/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	١٢	عدد التقارير	متابعة التقرير المالي والإداري للأركان الإعلامية	٩/٢٣/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٢٤	عدد المنتجات الجديدة	تطوير مبيعات المعرض والأركان الإعلامية	٩/٢٤/٥
التواصل والتسويق	%٢٥	%٢٥	%٢٥	%٢٥	٣٠٠٠	عدد المواد المنشورة	تنفيذ برنامج النشر اليومي في وسائل التواصل الاجتماعي	٩/٢٥/٥



انتهت الخطبة