

تآلف

آمعفة آفسر الزواآ والرعاة الأسرفة 'تآلف'

الآطة الاسآراففة

2030 | 2026

الآمعفة الآفرفة لآفسر الزواآ والرعاة الأسرفة بعنفزة
(تآلف)

مقدمة

تتضح أهمية الخطة الاستراتيجية للجمعية من خلال المزايا والمنافع المتنوعة المخطط تحقيقها .

إن أحد الفروق الجوهرية في بيئة الاعمال الناجحة والرائدة والأخرى المتعثرة هو بناء خطة استراتيجية متكاملة، وتتوجه بكافة أنشطتها لتحقيق أهداف استراتيجية تم تحديدها بعناية فائقة وفق أسس وقواعد مهنية صحيحة، وترجمتها إلى خطط وبرامج ومشاريع تنفيذية موجهة للمستفيدين وفق موازنات تقديرية دقيقة.

وبذلك تم تحديد التالي:

عدد المبادرات الاستراتيجية

٤٧

عدد الاهداف الاستراتيجية

٩

عدد القضايا الرئيسية

٩

فريق العمل

لجنة بناء الخطة الاستراتيجية

تتكون لجنة بناء الخطة الاستراتيجية لجمعية عنيزة لتيسير الزواج من

رئيس اللجنة الأستاذ : عبدالرحمن عبدالعزيز الجطيلي

وكل من :

م	الاسم	الوظيفة	الدور	مجاله في الخطة
١	عبدالله صالح السلوم	علاقات عامة والاعلام	عضو	
٢	الوليد حمد الزيد	الجودة	عضو	

مرجعيات الخطة الاستراتيجية

◆ استندت الخطة الاستراتيجية للجمعية على المرجعيات التالية :

- 1- نتائج تحليل واقع الجمعية باستخدام أساليب تحليل عالمية .
- 2- مخرجات ورش العمل والحلقات النقاشية داخل الجمعية .
- 3- طموحات وتوقعات أصحاب المصلحة في الجمعية .

المنهجية

◆ استناداً على تلك المرجعيات ، تم إعداد الخطة الاستراتيجية للجمعية من خلال منهجية محددة تضمنت ما يلي :

- 1- استخدام أساليب وأدوات تحليل عالمية مثل تحليل ريز و التحليل الرباعي وتحليل بيستل
- 2- إجراء لقاءات مع بعض أعضاء مجلس الإدارة وتنظيم ورش عمل وحلقات نقاش لكافة العاملين بالجمعية .

التحليل الرباعي للبيئة الداخلية والخارجية

للتعرف على الفرص والتحديات أمام الجمعية ولتحديد وتوصيف ما لدى الجمعية من نقاط قوة وأوجه ضعف باستخدام أسلوب التحليل الرباعي ، تم إتباع المنهجية التالية :

- إعداد قائمة بالعناصر التي تتضمنها كل من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للجمعية وتوزيعه على أصحاب المصلحة عبر نموذج تم ارساله بالواتس اب .
- تعبئة استبانة لتطوير قائمة عناصر البيئة الداخلية والخارجية.
- وبناء على التحليل الذي تم من خلال ورش العمل مع فريق التخطيط الاستراتيجي تم الحصول على المخرجات التالية للخطة الاستراتيجية.

التعريف بالجمعية

جمعية متخصصة في كل ما من شأنه بناء الأسرة المسلمة الصالحة وتحقيق التكافل الاجتماعي وإقامه شراكة حقيقية سامية يناهدي بها الإسلام بين الرجال والمرأة.

وهي مسجلة تحت مضلة المركز الوطني و وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية برقم (428)

أصحاب المصلحة

الجهات غير الربحية بعنيزة

الجهات الحكومية ذات العلاقة

المركز الوطني لدعم القطاع الغير ربحي

المجتمع المحلي

المقبلين والمقبلات على الزواج

المتطوعين

الإعلاميين المتطوعين

الجمعية العمومية

مجلس الإدارة

الموظفين

المكونات الرئيسة للخطة الاستراتيجية



الرؤية

جمعية رائدة في تكوين الاسرة ورعايتها
واستقرارها والمساهمة التنموية

الرسالة

نعمل على تألف الأسرة وتقديم المساعدات للمقبلين
على الزواج واصلاح ذات البين والتوعية الثقيفية
للمساهمة في التنمية المجتمعية بخصوصية ومهنية

القيم

المكونات الرئيسية

كل ما تعتبره الجمعية ذا قيمة ويطبق خلال ثلاث سنوات

الصدق - الوضوح - الحوكمة
الالتزام بالتشريعات والقوانين وقيم المجتمع

الشفافية

الجودة والسرعة والانجاز وفق المعايير
بكفاءات مدربة ومهارات عالية

المهنية

الحفاظ على الخصوصية للمستفيد

السرية

القضايا الرئيسية

الهدف الاستراتيجي		القضايا الاستراتيجية	م
تنمية الدافع للمقبلين والمقبلات على الزواج وتأهيلهم	1	1. الزواج	
السعي والتوفيق والحد من النزاعات الزوجية	2	2. المساعدات	
تعزيز الثقافة الايجابية من خلال التوعية والارشاد الاسري	3	3. التدريب	
تحقق التميز المؤسسي ورفع كفاءة الكادر الوظيفي	4	4. تنمية الموارد	
التحسين المستمر لجودة برامج واجراءات الجمعية	5	5. الاعلام	
تنمية الموارد وتحقيق الاستدامة المالية للجمعية	6	6. الرعاية الأسرية	
بناء صورة ذهنية متميزة وداعمة لبرامج ومشاريع وانشطة الجمعية	7	7. الجودة	
تعزيز منظومة العمل التطوعي ورفع كفاءتها واستدامتها	8	8. التطوع	
دعم استقرار الأطفال نفسيًا واجتماعيًا من خلال برامج شمل الأسرة	9	9. الموارد البشرية	

الاهداف الاستراتيجية

البرامج	الهدف الاستراتيجي	م
تأهيل المقبلين على الزواج	تنمية الدافع للمقبلين والمقبلات على الزواج وتأهيلهم	1
تأهيل المقبلات على الزواج		
١١. الاعانات النقدية المقطوعة		
الدعم العيني من الجهات المانحة		
الدعم النقدي المسترد	السعي والتوفيق والحد من النزاعات الزوجية	2
استقبال حالات الإصلاح الأسري		
استقبال القضايا المحولة من الجهات المعنية		
التوفيق بين الراغبين بالزواج	تعزيز الثقافة الايجابية من خلال التوعية والارشاد الاسري	3
تقديم زيارات اسرية		
تقديم الاستشارات الاسرية		
تقديم البرامج التوعوية للأسرة		
تقديم الدورات التدريبية الأسرية والتربوية	تحقيق التميز المؤسسي ورفع كفاءة الكادر الوظيفي	4
التطوير المؤسسي		
توفير بيئة عمل سليمة وعملية للموظفين لرفع رضاهم.	التحسين المستمر لجودة برامج و إجراءات الجمعية	5
توفير برامج ودورات تطويرية لرفع أداء الموظفين.		
اسغلال نقاط القوة و تحسين نقاط الضعف		
تقليل المخاطر الداخلية والخارجية		
تحسين البرامج والمشاريع والإجراءات وتحديثها.		

الاهداف الاستراتيجية

<p>تنمية ايرادات الجمعية</p> <p>تنمية الأصول الثابتة للجمعية</p> <p>المتابعة مع الجهات المانحة .</p> <p>تنمية ايرادات المتجر الإلكتروني.</p> <p>تقديم الزيارات الميدانية للجهات والداعمين</p> <p>رفع اعطب المشاريع للجهات المانحة لتقليل المصروفات.</p> <p>ولاء الداعمين واستدامة العطاء.</p>	تنمية الموارد وتحقيق الاستدامة المالية للجمعية	6
<p>المشاركة في الفعاليات والمعارض الخارجية</p> <p>الحملات الإعلامية والتوعوية</p> <p>بناء الشراكات الإعلامية والمجتمعية.</p> <p>الإعلانات الرقمية</p> <p>نشر النغطية الإعلامية للبرامج ومشاريع الجمعية على موقع الجمعية</p>	بناء صورة ذهنية متميزة وداعمة لبرامج ومشاريع وانشطة الجمعية	7
<p>رفع نسبة رضا المتطوعين</p> <p>عدد استقطاب وتسجيل المتطوعين</p> <p>إتاحة الفرص التطوعية</p> <p>تفعيل المشاركة التطوعية</p>	تعزيز منظومة العمل التطوعي ورفع كفاءتها واستدامتها	8
<p>الرؤية والتوجيه للمستفيدين (شمل)</p> <p>الحضانة الإرشادية والتأهيلية (شمل)</p> <p>الزيارات والمتابعة لأصحاب المبيت (شمل)</p>	دعم استقرار الأطفال نفسيًا واجتماعيًا من خلال برامج شمل الأسرية	9

الاهداف الاستراتيجية

البرامج	الغايات المستهدفة خلال السنوات					مؤشر النتائج	الهدف الاستراتيجي	م
	2030	2029	2028	2027	2026			
تأهيل المقبلين على الزواج	٦٠٠	٥٥٠	٥٠٠	٤٦٠	٤٢٠	عدد المستفيدين من الدورات المقبلين على الزواج	تنمية الدافع للمقبلين والمقبلات على الزواج وتأهيل	١
تأهيل المقبلات على الزواج	١٤٠٠	١٣٠٠	١٢٠٠	١١٠٠	١٠٠٠	عدد المستفيدين من الدورات المقبلات على الزواج		
الاعانات النقدية على الزواج	١٨٠	١٧٥	١٧٠	١٦٥	١٦٠	عدد المستفيدين من المساعدات		
الدعم العيني من الجهات المانحة	٥٠	٤٥	٤٠	٣٥	٣٠	عدد المساعدات العينية		
الدعم النقدي المسترد	٥٠	٤٥	٤٠	٣٥	٣٠	عدد المسفيدين من القروض		
استقبال حالات الإصلاح الأسري	٢٢٥	٢١٥	٢٠٠	١٩٦	١٩٠	الإصلاح	السعي والتوفيق والحد من النزاعات الزوجية	٢
استقبال القضايا المحولة من الجهات المعنية	٦٥	٦٠	٥٨	٥٥	٥٢	القضايا المحولة		
التوفيق بين الراغبين بالزواج	٣٥	٣٠	٢٩	٢٥	٢٠	سعي والتوفيق		
تقديم زيارات اسرية	٣٧	٣٥	٣٢	٢٧	٢٠	الزيارات الاسرية	تعزيز الثقافة الايجابية من خلال التوعية والارشاد الاسري	٣
تقديم الاستشارات اسرية	٤٦٠٠	٤٥٥٠	٤٥٠٠	٤٣٥٠	٤٢٠٠	عدد الاستشارات الاسرية		
تقديم البرامج التوعوية الاسرية	٩	٨	٧	٦	٥	عدد البرامج التوعوية		
تقديم الدورات التدريبية الأسرية والتربوية	٢١	٢٠	١٩	١٨	١٧	عدد البرامج التطويرية		

البرامج	الغايات المستهدفة خلال السنوات					مؤشر النتائج	الهدف الاستراتيجي	م
	2030	2029	2028	2027	2026			
التطوير المؤسسي	%٩٧	%٩٦	%٩٦	%٩٥	%٩٥	نسبة الحوكمة	تحقيق التميز المؤسسي ورفع كفاءة الكادر الوظيفي	٤
توفير بيئة عمل سليمة وعملية للوظفين لرفع رضاهم	%٩٥	%٩٢	%٩٠	%٨٨	%٨٥	نسبة رضا الموظفين		
توفير برامج ودورات تطويرية لرفع أداء الموظفين	٣٠	٢٥	٢٢	١٨	١٥	عدد الموظفين الحاصلين على البرامج التطويرية		
	٣٠	٢٥	٢٢	١٨	١٥	عدد البرامج التطويرية للموظفين		
استغلال نقاط القوة وتحسن نقاط الضعف	%٩٢	%٩٠	%٨٨	%٨٦	%٨٥	نسبة رضا أصحاب المصلحة	التحسين المستمر لجودة برامج واجراءات الجمعية	٥
تقليل المخاطر الداخلية والخارجية	%٩٢	%٩٠	%٨٨	%٨٥	%٨٠	تقليل المخاطر		
تحسين البرامج والمشاريع والإجراءات وتحديثها	٢٥	٢٠	١٥	١٣	١٢	التحسينات والتحديثات		
تنمية ايرادات الجمعية	٨٠٠٠٠٠	٧٠٠٠٠٠	٦٠٠٠٠٠	٦٠٠٠٠٠	٥٥٠٠٠٠	الإيرادات	تنمية الموارد وتحقيق الاستدامة المالية للجمعية	٦
تنمية الأصول الثابتة للجمعية	٤٨٥٣٣٠	٤٨٥٣٣٠	٤٨٥٣٣٠	٤٨٥٣٣٠	٤٨٥٣٣٠	ايرادات الاستثمار		
المتابعة مع الجهات المانحة	٧٥٠٠٠	٦٥٠٠٠	٥٥٠٠٠	٤٥٠٠٠	٣٥٠٠٠	ايرادات الجهات المانحة		
تنمية ايرادات المتجر الإلكتروني	٩٥٠٠٠	٨٥٠٠٠	٧٥٠٠٠	٦٥٠٠٠	٥٥٠٠٠	ايرادات المتجر الالكتروني		
تقديم الزيارات الميدانية للداعمين	١٤	١٢	١٠	٨	٥	عدد الزيارات الميدانية		
رفع اغلب المشاريع للجهات المانحة لقليل المصروفات	١٨	١٥	١٢	٨	٥	عدد المشاريع المرفوعة		
ولاء الداعمين واستدامة العطاء	٤٠	٣٢	٢٤	١٦	٨	عدد الداعمين المتكررين		

البرامج	الغايات المستهدفة خلال السنوات					مؤشر النتائج	الهدف الاستراتيجي	م
	2030	2029	2028	2027	2026			
المشاركة في الفعاليات والمعارض الخارجية	١٢	١١	١٠	٩	٨	عدد المشاركة الخارجية	بناء صورة ذهنية متميزة وداعمة لبرامج ومشاريع وانشطة الجمعية	٧
الحملات الإعلامية والتوعية	٣	٣	٣	٣	٣	عدد الحملات		
بناء الشراكات الإعلامية والمجتمعية	٧	٦	٥	٤	٣	عدد الشراكات		
الإعلامية الرقمية	١٨٠	١٧٥	١٧٠	١٦٠	١٥٠	عدد الإعلانات في وسائل التواصل الاجتماعي		
نشر التغطية الإعلامية للبرامج ومشاريع للجمعية على موقع الجمعية	٦٠	٥٥	٥٠	٤٥	٤٠	عدد الأخبار المنشورة في الموقع الإلكتروني		
رفع نسبة رضا المتطوعين	%١٠٠	%٩٨	%٩٧	%٩٦	%٩٥	نسبة رضا المتطوعين	تعزيز منظومة العمل التطوعي ورفع كفاءتها واستدامتها	٨
عدد استقطاب وتسجيل المتطوعين	٧٠٠	٦٠٠	٥٠٠	٤٠٠	٣٠٠	عدد المتطوعي		
إتاحة الفرص التطوعية	٣٥٠	٣٠٠	٢٥٠	٢٠٠	١٥٠	عدد الفرص المدوحة للتطوع		
تفعيل المشاركة التطوعية	١٥٠٠٠	١٤٥٠٠	١٤٠٠٠	١٣٥٠٠	١٣٠٠٠	عدد الساعات التطوعية		
الرؤية والتوجيه للمستفيدين (شمل)	٤٢	٣٩	٣٥	٣٢	٢٨	الرؤية داخل شمل	دعم استقرار الأطفال نفسيًا واجتماعيًا من خلال برامج شمل الاسرية	٩
الحضانة الإرشادية والتأهيلية (شمل)	٦٥	٥٥	٤٥	٣٠	٢٢	حضانة (شمل)		
الزيارات والمتابعة لأصحاب المبيت (شمل)	١٥٥	١٤٨	١٣٥	١٢٠	١١٠	زيارات أصحاب المبيت (شمل)		

المخاطر

من المتوقع أن يواجه تنفيذ الخطة الاستراتيجية بعض المخاطر المحتملة والتي يمكن أن تعيق تحقيق الأهداف الاستراتيجية ومن ثم رؤية ورسالة الجمعية ولذا تم الاستعداد بآليات للتعامل مع تلك المخاطر وتتناول ذلك من خلال الجدول التالي:

المخاطر المرتبطة بالخطة الاستراتيجية

آلية التحكم بالمخاطر	مستوى الخطر			وصف المخاطر	مجال المخاطر
	منخفض	متوسط	مرتفع		
تنفيذ برامج تدريب وتطوير مستمرة.				الخفаз مستوى المهارات والمعرفة لدى بعض الموظفين مما يؤثر على الإنتاجية و جودة العمل.	ضعف كفاءات بعض الموظفين
تقييم الأداء بشكل دوري لمعرفة الضعف و معالجته.					
توضيح المهام للموظفين ومتابعة الإجراءات وتعديل أي التحرفات.				غموض في توزيع المهام والمسؤوليات يؤدي إلى تداخل أو تقصير في العمل.	عدم وضوح بعض المهام لبعض الأقسام
وضع خطة واضحة للمحتوى الإعلامي يشمل فيه النشر في الموقع الإلكتروني.				قلة تحديث ونشر المحتوى على الموقع الإلكتروني الرسمي للجمعية و بعض وسائل التواصل الاجتماعي.	ضعف الوصول الإعلامي
إيجاد حلول لزيادة التبرعات وتنويع مصادر الدخل وزيادة الشراكات مع الجهات المانحة.				الاعتماد على جهة أو جهات قليلة في تمويل الجمعية دون تنويع.	الاعتماد على مصادر دخل محدودة
توظيف في المجالات الذي يوجد فيها نقص سواءً توظيف جزئي او كامل.				وجود نقص موظفين في أقسام مهمة يعيق تنفيذ المهام بكفاءة.	نقص الكوادر البشرية في بعض الأقسام الحيوية

منهجية آلية تقييم الخطة استراتيجياً

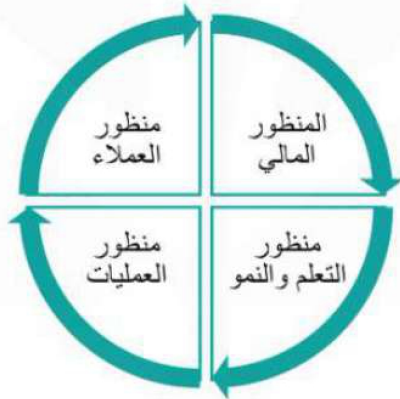
اعتمدت هذه الخطة منهجية بطاقة الأداء المتوازن في الإعداد والتنفيذ والتقييم وبناء على ذلك، فقد انطلقت الخطة في أربعة مناظير هي مناظير بطاقات الأداء المتوازن.

1 منظور العملاء والمستفيدين) يهدف إلى الوفاء باحتياجات العملاء والمستفيدين وتلبية رغباتهم عن طريق تقديم الخدمات بالجودة والكفاءة المطلوبة، وبما يحقق رضاهم عن خدمات الجمعية ويعزز انتماءهم لها.

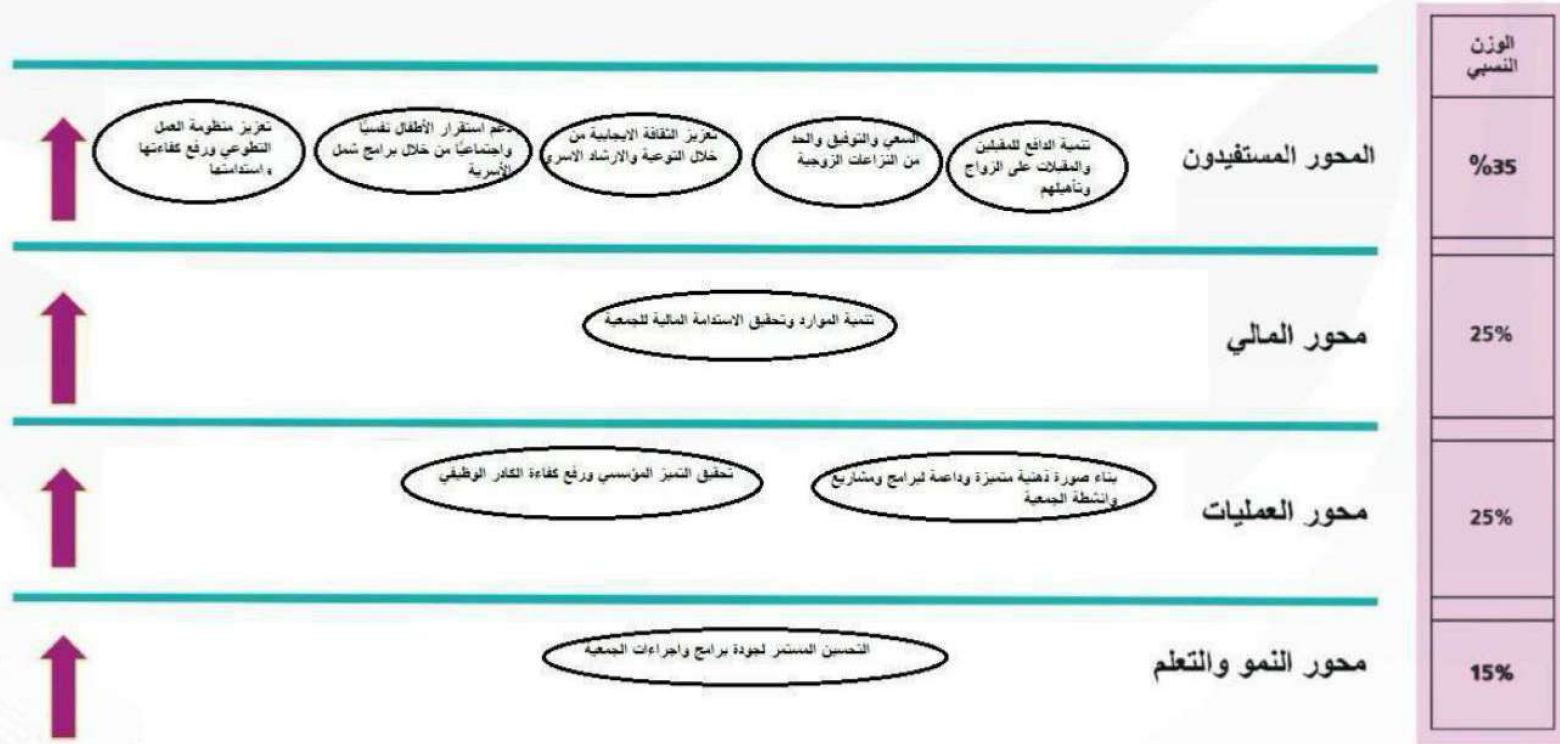
2 المنظور المالي: يعبر عن جميع الأمور والأهداف المالية الخاصة بالجمعية مثل زيادة الإيرادات من إيرادات مقيدة وغير مقيدة وأوقاف وكذلك التحكم بالمصروفات سواء العامة أو التشغيلية أو مصاريف الأوقاف، وما يتعلق بالتدفق النقدي والسيولة المتوفرة.

3 منظور العمليات وهو يعبر عن فعالية الوحدات التنظيمية والموارد البشرية، وفقاً لكفاءة أنظمة الجمعية وتقسيماتها الداخلية، وطبيعة الأداء والانجاز المحقق، وطرق تفاعل هذه العناصر مع بعضها البعض.

4 منظور التعلم والنمو وهذا المنظور يعبر عن آليات بناء وتطوير قدرات الجمعية من موارد بشرية وبيئة عمل وأجهزة ومعدات وتحديثها باستمرار.



بطاقة الأداء المتوازن



الموازنة المالية الكلية للخطة الاستراتيجية خمس سنوات

يوضح الجدول التالي ملخص الإنفاق التقديري على مبادرات الجمعية
لتطبيق الخطة الاستراتيجية خلال الفترة من 2026 الى 2030 على نحو التالي:

أولوية المبادرات	الفترة	القيمة المالية
التكلفة التقديرية لمبادرات ذات الأولوية	2026	3,000,000
التكلفة التقديرية لمبادرات ذات الأولوية	2027	3,000,000
التكلفة التقديرية لمبادرات ذات الأولوية	2028	3,000,000
التكلفة التقديرية لمبادرات ذات الأولوية	2029	3,000,000
التكلفة التقديرية لمبادرات ذات الأولوية	2030	3,000,000
التكلفة الاجمالية		15,000,000

الاستراتيجية التسويقة للجمعية من اجل تحقيق الهدف الاستراتيجي السادس

تتمية الموارد وتحقيق الاستدامة المالية للجمعية

مؤشر الأداء في الكفاءة والتميز

البند	المجال	#
<ul style="list-style-type: none">• دعم الوزارة• النمو في مكونات هيكل الموارد• نسبة النمو في الموارد الذاتية	الإيرادات	1
<ul style="list-style-type: none">• نسبة التوفير في النفقات على الأنشطة• نسبة الترشيد في تكلفة البرامج والمشاريع• نسبة الترشيد في المصروفات	المصروفات	2
<ul style="list-style-type: none">• كفاءة استخدام الأصول .• نسبة استبدال الدعم النقدي محل الدعم العيني• عدد وقيمة الشراكات الاستراتيجية• إنتاجية لجنة الاستثمار	التشغيل	3

الخطوات التسويقية الرئيسية

#	خطوات التسويق	الوصف	قرارات الجمعية التسويقية
1	دراسة الجمهور والمستفيدين	يتم تحليل احتياجات المستفيدين من الجمعية	1. الاستبانة
2	التجزئة/التقسيم والاستهداف وتثبيت صورة البرامج في ذهن المجتمع	تصنيف وتقسيم المستفيدين والمستهدفين	1. الشركات 2. الرعاية 3. الجمهور 4. الشباب 5. التجار
3	المزيج التسويقي	تحديد الادوات التسويقية	1. الإعلان 2. العلاقات العامة 3. التسويق الشخصي 4. التسويق المباشر 5. التسويق المتفاعل 6. رسائل عن طريق الجوال 7. رسائل بريد إلكتروني 8. اعلانات بالشبكة (الانترنت) 9. موقع للجهة على الانترنت
4	التنفيذ		1. الية التطبيق والمتابعة
5	الرقابة للتغذية الراجعة/التقييم للنتائج/المراجعة/التطوير		1. النتائج التسويقية

الادوات التسويقية المزيج التسويقي

م	الأدوات	نسبة الفاعلية %	المبادرات والقرارات	الفئات المستهدفة
١	الإعلان Advertisement	50%	تفعيل الإعلانات بشكل أكبر للوصول إلى نسبة أعلى من المشاهدات وللجمهور	الجمهور - الشركات - المستفيدين
٢	العلاقات العامة Public Relations	45%	تكوين لجنة الاتصال المؤسسي	الشركات - القطاعات - التجار
٣	البيع الشخصي Personal selling	30%	إضافة أعضاء للجنة الاستثمار	الشركات - القطاعات - التجار
٤	التسويق المباشر Direct marketing	30%	تنفيذ زيارات مباشرة	الشركات - القطاعات - التجار
٥	التسويق المتفاعل Interactive Marketing	25%	استخدام قنوات التواصل المختلفة وتفعيلها	الجمهور - الشباب
٦	رسائل عن طريق الجوال Messages via mobile	35%	استخدام الواتس اب	الجمهور - الشباب
٧	رسائل بريد إلكتروني Emails	10%	استخدام البريد الإلكتروني وتفعيله	الشركات - القطاعات - التجار
٨	إعلانات بالشبكة Network Ads	25%	عمل اعلانات مدفوعة	كل الفئات
٩	موقع للجهة على الانترنت A website for the organization	10%	تفعيل الموقع الإلكتروني	كل الفئات

آلية التنفيذ والتواصل والتطوير للخطة الاستراتيجية للجمعية

تتوقف كفاءة وفعالية الخطة الاستراتيجية بدرجة كبيرة على جودة عملية متابعة تنفيذ هذه الخطة ،
ويعتبر سياسة متابعة وقياس الاداء هي المرجع الاساسي باستخدام كافة الأدوات المساعده
لتحقيق ذلك مثل التالي:

#	الآلية	الأدوات
1	أدوات المتابعة والتقييم	1. تقارير المتابعة والانجازات الدورية (ربع سنوية/ سنوية). 2. الاجتماعات الدورية (أسبوعية / شهرية). 3. إشارات الإنذار المبكر المرتبطة بالفجوة بين التخطيط والتنفيذ
2	مصادر المتابعة والتقييم	1. مصادر داخلية 2. الموظفين 3. لجنة الحوكمة 4. لجان العمل
3	مصادر خارجية	1. الفئات المستفيدة 2. الجهات الراعية