



المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد  
وتوعية الجاليات بشرق جدة

# الخطة الاستراتيجية

للمكتب التعاوني للدعوة والإرشاد  
وتوعية الجاليات بشرق جدة

للأعوام

1440 - 1441 - 1442 هـ

مركز القطاع الثالث للتدريب  
Third Sector Training Center



إعداد











# الخطة الاستراتيجية

رقم الوثيقة: CO-SP-01-01

رقم الإصدار: 1.0

تاريخ الإصدار: 1440-2-25 هـ

إعداد: مركز القطاع الثالث للتدريب

اعتماد: المكتب التعاوني بشرق جدة



## فهرسة المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات	م
17	الميزات التنافسية	10
17	عوامل النجاح الرئيسية	11
17	الوظائف والمرافق الحيوية	12
18	أصحاب المصلحة	13
20	مجالات العمل	14
22	الأهداف الاستراتيجية	15
23	الأهداف التمكينية	16
24	الهيكل التنظيمي العام	17
25	دليل الأهداف والمؤشرات	18

رقم الصفحة	المحتويات	م
8	شكر وتقدير	1
9	كلمة رئيس مجلس الإدارة	2
10	الملخص التنفيذي	3
12	نموذج العمل	4
13	الخريطة الاستراتيجية	5
14	رسالتنا	6
15	رؤيتنا	7
15	قيمنا	8
16	المستفيدون والأثر المطلوب	9

# شكر وتقدير

شكر وتقدير لشريكنا مركز القطاع الثالث للتدريب  
في تنفيذ مشروع التطوير الاستراتيجي بالمكتب

سعادة المهندس سعد بن عبدالله القرشي  
**خبير التخطيط الاستراتيجي والأداء المؤسسي**

سعادة الأستاذ محمود سالم أبو حصيرة  
**خبير التطوير الإداري**

سعادة الأستاذ أيوب مشتاق أحمد  
**مساعد مستشاري المشروع**

سعادة المهندس حاتم حمدي فرج  
**مدير المشروع**

ولرئيس وأعضاء فريق التخطيط الاستراتيجي في المكتب  
وجميع من شارك في إنجاز المشروع.

**المكتب التعاوني بشرق جدة**



# كلمة رئيس مجلس الإدارة

الحمد لله تعالى القائل ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾  
فطلت 33.

والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وعلى آله وصحبه والتابعين  
وبعد:

فالدعوة إلى الله تعالى من أعظم القربات، وأجل الأعمال التي يؤديها المسلم  
في دنياه، ويحتسبها ذخراً في آخراه.

ولعظم هذه الرسالة سعى العاملون بالمكتب، وأهل

الاستشارة، والخبرة، لاستثمار كافة السبل المتاحة للدعوة إلى

الله، بل وابتكار وسائل وأساليب جديدة لإيصال هذه الرسالة العظيمة.

ومن هذا المنطلق قرر منسوبو المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات

بشرق جدة بناء خطة استراتيجية للمكتب للأعوام الثلاثة القادمة؛ وفق منهجية علمية

وخطوات ثابتة ومدروسة، راجين رضا الله تعالى، ومنطلقين من الرسالة العظمى التي تحملها المملكة

العربية السعودية لإعلاء راية التوحيد، وسعيّاً لتسخير الطاقات والإمكانات من أجل بناء خطة استراتيجية ناجحة بعون الله تعالى.

وإنه ليسعدنا أن نضع بين أيديكم عرضاً للخطة الاستراتيجية للمكتب التعاوني من خلال هذه الورقات التالية.

سائلين الله تعالى التوفيق والفلاح وأن يجعل هذه الخطة مباركة ينفع بها الإسلام والمسلمين، والله من وراء القصد.

## رئيس مجلس الإدارة

الشيخ : د. علي بن مقبول العمري



## المخلص التنفيذي

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الخلق وسيد المرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، والتابعين وتابع التابعين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

لقد أعدت هذه الوثيقة وفق ما تم التوصل إليه من اتفاق قيادات ومنسوبي «المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بشرق جدة» عقب عدد من ورش العمل، وبناءً على تحليل نتائج استبانات ودراسة واقع المكتب، وبيئته الداخلية والخارجية، ومن خلال كل ذلك تم استشراف مستقبل المكتب خلال الأعوام الثلاثة القادمة بمشيئة الله تعالى.

وتعتبر هذه الوثيقة الموجّه الرئيس لمسار العمل في المكتب؛ من خلال تحديد الفئات المستفيدة، والرؤية والرسالة والقيم، والأهداف الاستراتيجية والتمكينية؛ مما يساعد في تحديد الأولويات والبرامج والأنشطة؛ ولذا يمكن إجمال أهداف هذه الوثيقة الاستراتيجية فيما يلي:

- تركيز الاستفادة من موارد وإمكانات المكتب المالية والبشرية وحسن استثمارها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وبما يخدم المستفيدين.
- إعطاء تصور واضح لأصحاب المصلحة عن المكتب وما يمكن أن يقوموا به لتطوير وتحسين الأداء وزيادة فاعليته في المجتمع لتحقيق الدور الأساس.
- التركيز على الجوانب التي يتميز بها المكتب عن أمثاله من المكاتب التعاونية ذات نفس النشاط الدعوي.
- معرفة مدى تقدم وتطور العمل والأداء، وقرب أو بعد دور القائمين والمنفذين في تحقيق الاستراتيجيات المرسومة.
- قياس مدى تحقق الأهداف الاستراتيجية من خلال منهجية "بطاقة الأداء المتوازن".
- التركيز على السياسات والتميز المؤسسي وتحقيق الاستدامة والمفاهيم والنظم الإدارية الحديثة ومراعاتها عند تنفيذ الخطة الاستراتيجية.

نسأل الله تعالى التوفيق والإعانة لتحقيق أعلى عائد بأفضل الإمكانيات، وأن يبارك الله في الجهود التي بذلت لأجل تحقيق المصالح المرجوة والنفع العام الذي يرنو إليه قيادات ومنسوبي المكتب، وأن تُسهم هذه الوثيقة في تطوير وتحسين الأداء والعمل، مع الحفاظ على قيم وأخلاقيات العمل، وأن تزيد من تمكين العاملين في البذل والعطاء.

# نموذج العمل

## شرائح العملاء من الذين نساعدهم؟



المجموعة الأولى: 60%

الجاليات غير المسلمة  
الجاليات المسلمة  
الفتيات

المجموعة الثانية: 25%

الدعاة  
الشباب  
طلاب العلم

المجموعة الثالثة: 15%

عموم المجتمع

## علاقات العملاء كيف نتفاعل؟



العلاقات المباشرة  
المساعدة الشخصية  
العلاقات التشاركية  
المشاركة في تطوير العمل

## قنوات التوزيع كيف يعرفوننا؟ وكيف نوفر القيمة؟



المساجد  
مقر المكتب  
المعارض الدعوية  
الشركات الخاصة  
الدوائر العسكرية  
الحرمان الشريفان  
المشاعر المقدسة  
المطبات المتنقلة  
الجلسات الشبابية  
القنوات الإعلامية  
الموقع الإلكتروني  
المتجر الإلكتروني  
وسائل التواصل الاجتماعي  
التطبيقات الإلكترونية

## القيم المقترحة كيف نساعد؟



دعاة مؤثرون دعوية  
دعوة الجاليات غير المسلمة  
لاعتناق الإسلام والثبات عليه  
جاليات مسلمة  
أصحاب عقيدة صحيحة  
فتيات يتخلين بالقيم الإسلامية  
ترسيخ القيم الإسامية  
لدى الشباب  
طلاب وطالبات علم  
فاعلين وإيجابيين  
ترسيخ القيم الإسلامية  
لدى فئات المجتمع

## الأنشطة الرئيسية ما الذي نفعله؟



التطوير والتحسين المستمر  
صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة  
إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية  
نمذجة عمليات وخدمات ومنتجات الوسائل الدعوية  
بناء الشراكات الاستراتيجية الفاعلة  
تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي  
ترشييد واستثمار الموارد  
استقطاب وتفعيل المتطوعين

## الموارد الرئيسية من نحن؟ وماذا نملك؟



مرافق وأوقاف المكتب  
بنيية تقنية متطورة  
فريق مؤهل ذو خبرة  
الموارد المالية الكافية والمستدامة  
معرض الوسائل الدعوية (50 لفة)  
سمعة المكتب المتميزة

## الشركاء الرئيسيون من يساعدنا؟



العلماء والمشايخ  
شركات الحج والعمرة  
المكاتب التعاونية المماثلة  
المؤسسة العامة للتدريب  
الجامعات (خدمة المجتمع)  
الفرق التطوعية  
المتطوعون  
شركات التقنية  
وزارة التعليم  
معاهد ومراكز التدريب والاستشارات  
شركة كفاءات

## هيكل التكاليف ما الذي نعطيه؟



تنفيذ البرامج والمشاريع  
تصميم وإدارة الموقع والمتجر الإلكتروني  
تصميم وإدارة التطبيقات  
إنتاج وطباعة الوسائل الدعوية  
الدعاية والإعلان / التسويق  
الأبحاث والدراسات  
الصيانة والتشغيل للمرافق  
رواتب العاملين

## تدفق الإيرادات ما الذي نجنيه؟



استثمار الأراضي والأوقاف  
دعم مشاريع وبرامج المكتب  
مبيعات المنتجات  
تبرعات الداعمين  
الاستقطاعات  
السهوبات

## الخريطة الاستراتيجية

### الرسالة



نحن مؤسسة خيرية تعاونية دعوية، تدعو إلى الإسلام وترشد إلى الحق ببرامج نوعية مؤثرة وأساليب تقنية متطورة ومتنوعة، من خلال فريق عمل إبداعي في بيئة جاذبة

### الرؤية



بيت خبرة دعوي في الأساليب والوسائل الدعوية

#### الفئات المستهدفة

#### الأثار المراد إحداثها على الفئات المستفيدة

عموم المجتمع	طلاب وطالبات العلم	الشباب	الدعاة	الفتيات	الجاليات المسلمة	الجاليات غير المسلمة
ترسيخ القيم الإسلامية لدى فئات المجتمع.	طلاب وطالبات علم فاعلين وإيجابيين.	شباب يتحلوا بالقيم الإسلامية.	دعاة مؤهلون علميًا ومهاريًا ومؤثرون دعويًا.	فتيات يتحلين بالقيم الإسلامية.	أصحاب عقيدة صحيحة.	اعتناق الإسلام والثبات عليه.

#### المستفيدون

تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة	تميز القيم الدينية لدى الفتيات ومهارتها	تأهيل الدعاة علميًا	غرس القيم الهادفة لدى الشباب
دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم	بناء طلاب وطالبات علم فاعلين في الدعوة إلى الله	نشر القيم والمبادئ الإسلامية وترسيخها في المجتمع	

#### أصحاب المصلحة

تميز القيم	المعمل	تحقيق التميز المؤسسي
الولاء	على إحداث الأثر لدى الفئات المستفيدة	

#### البعد المالي

ضمان استدامة (مصادر دخل ثابتة قابلة للنمو)	تحقيق الاستدامة المالية	تنويع مصادر الدخل
--	-------------------------	-------------------

#### العمليات الداخلية

التطوير والتحسن المستمر	صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة	إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية	نمذجة عمليات وخدمات ومنتجات الوسائل الدعوية	بناء الشراكات الاستراتيجية الفاعلة	تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي	ترشيد واستثمار الموارد	استقطاب وتفعيل المتطوعين
-------------------------	---------------------------------------	---------------------------------	---	------------------------------------	---	------------------------	--------------------------

#### التعلم والنمو

توليد الأفكار وصناعة البرامج	إدارة المشاريع الاحترافية	الاستدامة	التسويق	المتابعة والقياس	التواصل الفعال
------------------------------	---------------------------	-----------	---------	------------------	----------------

#### بيئة العمل

تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة	تطوير بيئة عمل تقنية متطورة
-------------------------------	-----------------------------

- الثقافة المؤسسية والإدارية والتنظيمية ومعدلات التدريب والتربية للعاملين
- البناء القيمي
- الإبتقان
  - الشفافية
  - الإبداع
  - التعاون
  - الانتماء
  - الاحترام
  - التطوير
  - المصداقية
  - الانضباط

## رسالتنا :

نحن مؤسسة خيرية تعاونية دعوية، تدعو إلى الإسلام وترشد إلى الحق ببرامج نوعية مؤثرة وأساليب تقنية متطورة ومتنوعة، من خلال فريق عمل إبداعي في بيئة جاذبة.



### مؤسسة خيرية تعاونية دعوية

مؤسسة خيرية لها شخصيتها الاعتبارية المستقلة تعمل في مجال الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة، وتوعي المسلمين بأمور دينهم، وتحضهم على دعوة غيرهم وفق منهج السلف الصالح، تحت إشراف وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد وتعليماتها.



### ترشد إلى الحق

نشر العلم النافع، وتبصير المسلمين بأمور دينهم عقيدة وعبادة ومعاملة وأخلاقاً، وتحقيق الطاعة لله والطاعة لرسوله صلى الله عليه واله وسلم وأولي الأمر، وإحياء السنة، ونشرها، وإماتة البدعة، والتحذير منها، وربط الناس بمنهج السلف الصالح.



### مؤثرة

برامج تلبي احتياجات ورغبات المستفيدين وتترك أثراً مستداماً في نفوسهم.



### تدعو إلى الإسلام

نحافظ على الفطرة، بدعوة الناس إلى العقيدة الإسلامية الصحيحة ومفهومها، وحمايتها، ودعوة غير المسلمين لاعتناق الإسلام وتعريفهم به، وبيان محاسنه لهم، وتصحيح المفاهيم المغلوطة عنه، ورعاية من يدخلون في الإسلام، وتعليمهم أصوله، والاعتناء بهم، والتواصل معهم.



### فريق عمل إبداعي

تنمية روح الإبداع والابتكار في فريق العمل، وتمكينه من الأدوات والمهارات اللازمة لتطوير أفعاله، وقدراته على حل المشكلات.



### متطورة

مواكبة التطور التقني واستثماره في تقديم الخدمات.



### بيئة جاذبة

بيئة عمل يتوافر فيها المعايير والسمات المطلوبة للمحافظة على الكوادر واستقطاب كوادر مميزة أخرى، مما يمكن من أداء العمل بشكل مميز.



### أساليب تقنية

استثمار إمكانات التواصل والاتصال التقني، في تقديم الخدمات، وفق عمل مؤسسي متقن.



### برامج نوعية

برامج تُراعي الالتزام بالتميز في تصميم وبناء المبادرات وتنفيذها.



### متنوعة

أساليب متعددة تراعي تنوع وتعدد المستفيدين.

## رؤيتنا : بيت خبرة دعوي في الأساليب والوسائل الدعوية.

### بيت خبرة دعوي

بيت للخبرة الدعوية في جوانب الأساليب والوسائل الدعوية، من خلال خبرة طويلة ومبادرات نوعية نمذجها كأفضل ممارسات في مجال التخصص بكل احترافية واقتدار.

### الأساليب والوسائل الدعوية

نعمل من خلال أفكار وأساليب ووسائل احترافية وإبداعية متجددة؛ لتقديم محتوى دعوي مميز، تضمن تحقيق أهداف المكتب الاستراتيجية.

**قيمنا :** يلتزم المكتب بجميع منسوبيه بقيمه الراسخة في جميع أنشطته ومع جميع المعنيين، وتتأكد بعض القيم بما يتناسب مع المعنيين كل في موقعه، ومع ذوي الاختصاص على النحو التالي:

#### التطوير



الاستمرارية في تقييم العمل والاستفادة من التغذية الراجعة لتطوير أساليب العمل والمبادرات للوصول بها إلى درجات عالية من التميز.

#### الشفافية



نشر تقارير الأداء الدعوي والمؤسسي والمالي للمعنيين وأصحاب المصلحة بكل مصداقية ووضوح، مع ضمان دقة المعلومات.

#### الإلتقان



القيام بالعمل المراد إنجازه، والالتفاء منه بأفضل صورة وعلى أتم وجه، ويكون ذلك ببذل الجهد، والبعد عن التراخي في العمل.

#### المصداقية



تبني فريق العمل الالتزام بالحقائق والوقائع فيما يعرضه وينشره بعيداً عن التضخيم.

#### التعاون



المساعدة التي يقدمها فريق العمل بالمكتب لبعضهم البعض من أجل تحقيق أهدافه.

#### الإبداع



ابتكار أفكار ومبادرات تحقق النتائج بدرجة عالية وجهد أقل.

#### الانضباط



الالتزام بالقواعد واللوائح الرسمية (العامة والخاصة)، ولوائح المكتب، ويكون ذلك نابعاً من الفرد نفسه وإحساسه بالمسؤولية الشخصية تجاه عمله.

#### الاحتساب



تبني فريق العمل الاحتساب منها له في حياته العملية؛ وإخلاص النية لوجه الله تعالى، بحيث يكون مبتغاه من العمل الثواب الأخروي.

#### الانتماء



ارتباط وتمسك الموظف/ الموظفة بالمكتب؛ مما يدفعه لإنجاز أعماله ومهامه بكفاءة وفاعلية.

## المستفيدون والأثر المطلوب : يقدم المكتب التعاوني بشرق جدة خدماته وفق تصنيف الفئات ونسب التركيز (تركيز ضخ الموارد وتقديم الخدمات)، بما يحقق الأثر المطلوب تحقيقه لكل فئة مستفيدة على النحو التالي:

الأثر المطلوب إحداثه	توضيح أشمل للفئة المستفيدة	فئة المستفيدين
أصحاب عقيدة صحيحة اعتناق الإسلام والثبات عليه فتيات يتحلين بالقيم الإسلامية	الجاليات العربية وغير العربية جميع الجاليات الوافدة، والتركيز على هذه الجاليات (الفلبينية النيبالية - الهندية - السنغالية - التركية - الحبشية - السريلانكية) ما بين 15 إلى 30 سنة	الجاليات المسلمة الجاليات غير المسلمة الفتيات
<b>نسبة التركيز 60 %</b>		
دعاة مؤهلون علمياً ومهارياً ومؤثرون دعويّاً شباب يتحلوا بالقيم الإسلامية طلاب وطالبات علم فاعلين وإيجابيين	الدعاة والداعيات من العرب وغيرهم ما بين 15 إلى 30 سنة طلاب وطالبات العلم من العرب وغيرهم	الدعاة الشباب طلاب وطالبات العلم
<b>نسبة التركيز 25 %</b>		
ترسيخ القيم الإسلامية لدى فئات المجتمع	خاصة (رجال الأمن - النساء "فوق 30 سنة" - الأطفال - كبار السن - الآباء - منسوبو الشركات والدوائر الحكومية)	عموم المجتمع
<b>نسبة التركيز 15 %</b>		



## الوظائف والمرافق الحيوية

- الشؤون الدعوية
- دعوة الجاليات
- الوسائل الدعوية
- التقنية الحديثة
- الأبحاث والدراسات الدعوية
- التأهيل والتدريب



## أصحاب المصلحة : أصحاب المصلحة هم جميع المعنيين ممن يهمهم ويعينهم أمر المكتب، من غير المستفيدين "العميل الخارجي"، ومن غير فريق العمل "العميل الداخلي". وهم على النحو التالي:

أصحاب المصلحة	ماذا يريدون منا؟	ماذا نريد منهم؟
الأمانة	الالتزام بالأنظمة واللوائح   الإسهام في تحقيق رؤية المملكة 2030   تنفيذ مبادرات	تسهيل وتسريع الإجراءات   تشريعات جديدة تساعد المكتب
وزارة الشؤون الإسلامية	الالتزام بالأنظمة واللوائح   الإسهام في تحقيق رؤية المملكة 2030	تسهيل وتسريع الإجراءات   تشريعات جديدة تساعد المكتب
وزارة العمل والتنمية الاجتماعية	الالتزام بالأنظمة واللوائح   الإسهام في تحقيق رؤية المملكة 2030	تسهيل وتسريع الإجراءات   تشريعات جديدة تساعد المكتب
التأمينات الاجتماعية	الالتزام بالأنظمة واللوائح   الانتظام في دفع المستحقات	تسهيل وتسريع الإجراءات   تشريعات جديدة تساعد المكتب
مجلس الإدارة	الشفافية   تحقيق الأهداف   تزويدهم بالتقارير   تحقيق الاستدامة المالية   التطوير المستمر	سرعة الإجراءات المالية   عدم التغيرات في ما تم اعتماده مسبقاً   اعتماد ميزانية كافية   دعم المكتب مالياً   الدعم المعنوي
المؤسسات المانحة	تنوع البرامج   تزويدهم بالتقارير   جودة التنفيذ   التركيز على تحقيق الأثر   تبني المبادرات التي لديهم	زيادة الدعم   خدمات استشارة   رعاية البرنامج (تخفيف الإجراءات - الاشتراطات)
الداعمون	تنوع البرامج   تزويدهم بالتقارير   جودة التنفيذ	زيادة الدعم   خدمات استشارة   رعاية البرنامج



## أصحاب المصلحة

أصحاب المصلحة	ماذا يريدون منا؟	ماذا نريد منهم؟
وزارة الصحة	إرسال الدعاء للجاليات تزويدهم بالوسائل الدعوية	تسهيل الوصول للموظفين من الجاليات (داخل المستشفيات والمراكز الصحية)
الأمانة	الالتزام بالأنظمة واللوائح	تسهيل وتسريع الإجراءات
الجهات	الالتزام بالأنظمة واللوائح	تسهيل الوصول للموقوفين (الجاليات) في قسم الترحيل والتوقيف
شركة الكهرباء	الالتزام بالأنظمة واللوائح	تسهيل وتسريع الإجراءات
الدوائر العسكرية (الممرور الأمن الدبلوماسي، الدوريات الأمنية، الشرطة ، الدفاع المدني)	إرسال الدعاء للجاليات تزويدهم بالوسائل الدعوية	تسهيل الوصول للمستفيدين
مؤسسة النقد	الالتزام بالأنظمة واللوائح	تسهيل وتسريع الإجراءات
البنوك	الالتزام بالأنظمة واللوائح	تسهيل وتسريع الإجراءات
القطاع الخاص (الشركات والمؤسسات)	إرسال الدعاء للجاليات تزويدهم بالوسائل الدعوية تجديد المسلمين الجدد	تسهيل الوصول للمستفيدين



## مجالات العمل

اعتمد المكتب أربعة مجالات رئيسية للعمل، بمثابة مسارات وخطوط إنتاج للتوجهات الرئيسة، والأطر العامة لإيضاح خطوط العمل لعموم العاملين والمعنيين، بما يحقق احتياجات المستفيدين ورضا أصحاب المصلحة، ويحقق الأهداف الاستراتيجية والتمكينية.

### المجال الأول: الدعوة

يندرج تحت مجال الدعوة خمسة مجالات فرعية وهي:  
**المجال الفرعي الأول:** دعوة الجاليات المسلمة.  
العمل على تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة.

المجال الفرعي الثاني: دعوة الجاليات غير المسلمة.

دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم (اعتناق الإسلام والثبات عليه).

المجال الفرعي الثالث: الدعوة النسائية.

العمل على تعزيز القيم الدينية لدى الفتيات من خلال إيجاد محاضن دعوية آمنة.

المجال الفرعي الرابع: الدعوة الشبابية.

غرس القيم الهادفة لدى الشباب ليكونوا أصحاب قيم إسلامية عبر وسائل دعوية متميزة.

المجال الفرعي الخامس: الدعوة العامة.

نشر القيم والمبادئ الإسلامية وترسيخها في المجتمع من خلال أساليب جاذبة، وكذلك تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي.

### **المجال الثاني: صناعة الوسائل الدعوية**

صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة من خلال أفكار وأساليب احترافية وإبداعية متجددة، تضمن تحقيق أهداف المكتب الاستراتيجية.

### **المجال الثالث: التدريب والتأهيل**

تأهيل الدعاة علمياً ومهارياً عن طريق تحليل الاحتياجات التدريبية وصناعة برامج تطويرية تحقق أهداف التدريب.

### **المجال الرابع: الأبحاث والدراسات الدعوية**

إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية؛ لتطوير صناعة المحتوى الدعوي بشكل احترافي وإبداعي.



## الأهداف الاستراتيجية

- |    |  |
|----|--|
| 1س | دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم              |
| 2س | تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة       |
| 3س | تعزيز القيم الدينية لدى الفتيات                  |
| 4س | تأهيل الدعاة علمياً ومهارياً                     |
| 5س | غرس القيم الهادفة لدى الشباب                     |
| 6س | بناء طلاب وطالبات علم فاعلين في الدعوة إلى الله  |
| 7س | نشر القيم والمبادئ الإسلامية وترسيخها في المجتمع |
| 1ص | تعزيز الولاء لدى أصحاب المصلحة                   |
| 2ص | العمل على إحداث الأثر لدى الفئات المستفيدة       |
| 3ص | تحقيق التميز المؤسسي                             |
| 1م | تحقيق الاستدامة المالية                          |
| 2م | تنويع مصادر الدخل                                |



## الأهداف التمكينية

- |    |   |    |   |
|----|---|----|---|
| 1ل | التطوير والتحسين المستمر                      | 7ل | ترشيد واستثمار الموارد                          |
| 2ل | صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة         | 8ل | استقطاب وتفعيل المتطوعين                        |
| 3ل | إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية               | 9ت | استقطاب وتأهيل فريق العمل على المهارات المطلوبة |
| 4ل | نمذجة عمليات وخدمات ومنتجات الوسائل الدعوية   | 2ت | تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة                   |
| 5ل | بناء الشراكات الاستراتيجية الفاعلة            | 3ت | تطوير بنية تقنية متطورة                         |
| 6ل | تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي | 4ت | بناء وتعزيز القيم الجوهرية                      |

# الهيكل التنظيمي العام





# دليل الأهداف والمؤشرات

للمكتب التعاوني بشرق جدة

للأعوام

1440-1441-1442هـ

رقم الوثيقة: CO-SP-02-01

رقم الإصدار: 1.0

تاريخ الإصدار: 1440-2-25 هـ

إعداد: مركز القطاع الثالث للتدريب

اعتماد: المكتب التعاوني بشرق جدة



## تعليمات الدليل

01

02

03

04

05

### يقدم

شروحات مفصلة لكل مفردة من مفردات الأهداف الاستراتيجية ومؤشرات الأداء المعتمدة.

### يضمن

بإذن الله عدم تضارب الأفهام وحيال الأهداف والمؤشرات.

### يسهم

ففي وضع سياسات وتصورات حول أساليب وطرق تحقيق الأهداف.

### يوضح

ما الذي يهم المؤسسة قياسه في كل هدف وهي خطوة مهمة لتحديد المؤشرات.

### يحدد

مؤشرات الأداء الرئيسة لقياسات الأداء ويشرحها بتفصيل يساعد الجهة المسؤولة على بناء آلية للرمد والقياس، وتطوير مبادرات لتحريكه نحو المستهدفات.



## الخريطة الاستراتيجية

### الرسالة



نحن مؤسسة خيرية تعاونية دعوية، تدعو إلى الإسلام وترشد إلى الحق ببرامج نوعية مؤثرة وأساليب تقنية متطورة ومتنوعة، من خلال فريق عمل إبداعي في بيئة جاذبة .

### الرؤية



بيت خبرة دعوي في الأساليب والوسائل الدعوية

**الفئات المستهدفة**  
**الأثار المراد إحداثها على الفئات المستفيدة**

<b>الجياليات غير المسلمة</b>	<b>الجياليات المسلمة</b>	<b>الفتيات</b>	<b>الدعاة</b>	<b>الشباب</b>	<b>طلاب وطالبات العلم</b>	<b>عموم المجتمع</b>
اعتناق الإسلام وثبات عليه.	أصحاب عقيدة صحيحة.	فتيات يتحلين بالقيم الإسلامية.	دعاة مؤهلون علميًا ومهاريًا ومؤثرون دعويًا.	شباب يتحلوا بالقيم الإسلامية.	طلاب وطالبات علم فاعلين وإيجابين.	ترسيخ القيم الإسلامية لدى فئات المجتمع.

**المستفيدين**  
**اجتذاب المستفيدين وكسب رضاهم وتلبية احتياجاتهم**

تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة | تعزيز القيم الدينية لدى الفتيات ومهاريًا | تأهيل الدعاة علميًا الهادفة | غرس القيم الحميدة لدى الشباب | نشر القيم والمبادئ الإسلامية وترسيخها في المجتمع | دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم | علم فاعلين في الدعوة إلى الله | بناء طلاب وطالبات علم فاعلين في الدعوة إلى الله

**أصحاب المصلحة**  
**تمظيم المنفعة وتحقيق الرضا**

تميز | الولاء | الأثر لدى المؤسسة | العمل على إحداث الأثر لدى الفئات المستفيدة | تحقيق التميز المؤسسي | المصلحة

**البعد المالي**  
**ضمان استدامة اقتصادية (مصادر دخل ثابتة قابلة للنمو)**

تحقيق الاستفادة المالية | تنويع مصادر الدخل

**العمليات الداخلية**  
**الإجراءات والوسائل الأكثر تحقيقاً لرضا المستفيدين وأصحاب المصلحة والاستدامة المالية**

التطوير والتحسين المستمر	صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة	إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية	نمذجة عمليات وخدمات ومنتجات الوسائل الدعوية	بناء الشراكات الاستراتيجية الفاعلة	تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي	ترشيد واستثمار الموارد	استقطاب وتفعيل المتطوعين
--------------------------	---------------------------------------	---------------------------------	---	------------------------------------	---	------------------------	--------------------------

**التعلم والنمو**  
**الثقافة المؤسسية والإدارية والتنظيمية ومعدلات التدريب والتربية للعاملين**

**المهارة والمعرفة**  
**توليد الأفكار وصناعة البرامج وإدارة المشاريع الاحترافية**

**بيئة العمل**  
**تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة | تطوير برتنية تقنية متطورة**

**البناء القيمي**  
**بناء وتعزيز القيم الجوهرية**

الإتقان | الشفافية | الإبداع | التعاون | الانتماء | الاحترام | التطوير | المصداقية | الانضباط

## س1 دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم

### الإدارة المسؤولة

توعية  
الجاليات

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### ومتابعتهم

رعاية من يدخلون في  
الإسلام، وتعليمهم  
أصوله، والاعتناء بهم،  
والتواصل معهم.

### للإسلام

لاعتناق  
الاسلام

### غير المسلمين

جميع الجاليات  
الوافدة، والتركيز على  
(الفلبينية - النيبالية  
الهندية - السنغالية  
التركية - الحبشية  
السيرلانكية)

### دعوة

التعريف بالإسلام،  
وبيان محاسنه لهم،  
وتصحيح المفاهيم  
المفلوطة عنه.

### صيغة المؤشر

عدد المبلّغين بالإسلام من كل جالية  
نسبة معتنقي الإسلام من عدد المبلّغين من كل جالية  
عدد البرامج الدعوية المنفذة لرعاية المسلمين الجدد

### رمز المؤشر

س1-1  
س1-2  
س1-3

### ماذا نريد أن نقيس

المبلّغين بالإسلام  
معتنقني الإسلام  
برامج رعاية المسلمين الجدد

## س1-1 عدد المُبلِّغين بالإسلام من كل جالية

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

مُبلِّغ

الهدف الاستراتيجي

س1 دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

إحصاء عدد من تم تبليغهم الاسلام وتعريفهم به من كل جالية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد المبلِّغين بالإسلام من كل جالية

## س1-2 نسبة معتقي الإسلام من عدد المبلغين من كل جالية

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س1 دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

إحصاء نسبة معتقي الاسلام من الذين تم تبليغهم به من كل جالية .

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(عدد معتقي الإسلام من كل جالية ÷ مجموع المبلغين من تلك الجالية) × 100

## س1-3 عدد البرامج الدعوية المنفذة لرعاية المسلمين الجدد

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

س1 دعوة غير المسلمين للإسلام ومتابعتهم

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

احصاء عدد البرامج الدعوية المنفذة للرعاية والاعتناء والتواصل بالمسلمين الجدد.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

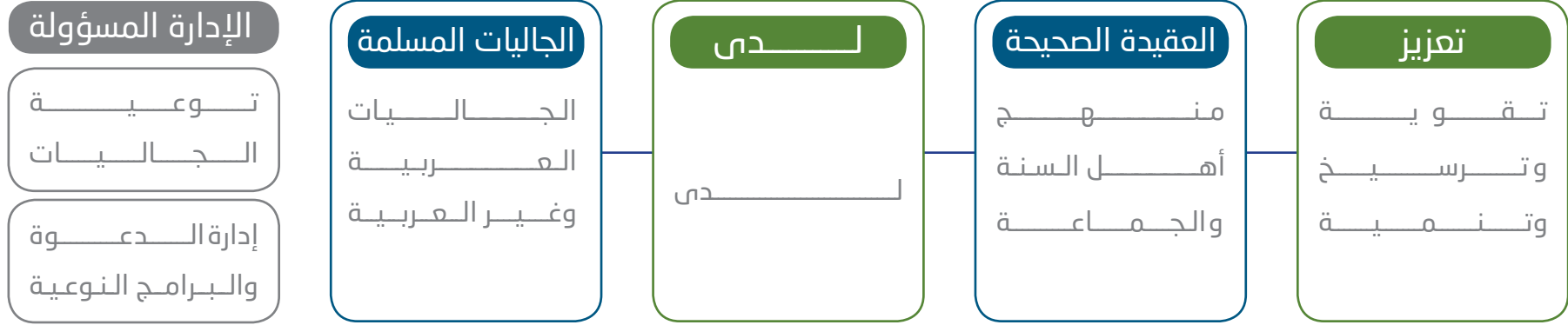
وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع البرامج الدعوية المنفذة



## س2 تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة



### صيغة المؤشر

عدد المستفيدين من البرامج الدعوية من كل جالية  
نسبة اجتياز المستفيدين للبرامج الدعوية المنفذة لكل جالية  
نسبة الأثر المتحقق في المستفيدين من البرامج  
الدعوية المنفذة لكل جالية

### رمز المؤشر

س 1-2  
س 2-2  
س 2-3

### ماذا نريد أن نقيس

المستفيدون من البرامج الدعوية  
اجتياز المستفيدين للمبادرات  
الأثر المتحقق للمستفيدين

## س2-1 عدد المستفيدين من البرامج الدعوية من كل جالية

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

مستفيد

الهدف الاستراتيجي

س2 تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المستفيدين من البرامج الدعوية المعتمدة في المبادرات الاستراتيجية من كل جالية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد المستفيدين من البرامج الدعوية من كل جالية

## س2-2 نسبة اجتياز المستفيدين للبرامج الدعوية المنفذة لكل جالية

### دورية القياس

(حسب مدة البرنامج)

### وحدة القياس

% نسبة مئوية

### الهدف الاستراتيجي

س2 تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة

### التراكمية

غير تراكمي

### شرح المؤشر

قياس نسبة اجتياز المستفيدين من البرامج الدعوية المنفذة لكل جالية من خلال معايير محددة.

### القطبية

+

### مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

### مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

### معادلة القياس

(عدد المجتازين من كل جالية  
مجموع المستفيدين من تلك  
الجالية)  $\times 100$

## س2-3 نسبة الأثر المتحقق في المستفيدين من البرامج الدعوية المنفذة لكل جالية

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س2 تعزيز العقيدة الصحيحة لدى الجاليات المسلمة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة الأثر المتحقق في المستفيدين من البرامج الدعوية المنفذة لكل الجالية ويتم ذلك من خلال استبانة قياس الأثر.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبيان

## س3 تعزيز القيم الدينية لدى الفتيات

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### لدى الفتيات

من عمر  
15 سنة  
حتى عمر  
30 سنة

### الدينية

القيم الواردة  
ففي  
الكتاب والسنة

### القيم

مجموعة من  
الاخلاق والآداب  
والثوابت الشرعية

### تعزيز

تقوية  
وترسيخ  
وتنمية

### صيغة المؤشر

عدد القيم التي تم العمل على تعزيزها  
عدد الفتيات المستفيدات من الفعاليات المحققة للهدف  
نسبة الأثر المُحقق من القيم لدى المستفيدات

### رمز المؤشر

س3-1  
س3-2  
س3-3

### ماذا نريد أن نقيس

القيم المنفذة  
المستفيدات من الفعاليات  
تأثير القيم

## س3-1 عدد القيم التي تم العمل على تعزيزها

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

قيمة

الهدف الاستراتيجي

س3 تعزيز القيم الدينية لدى  
الفتيات

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد القيم التي تم تنفيذ برامج من أجل تعزيزها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع القيم التي تم تعزيزها

## س3-2 عدد الفتيات المستفيدات من الفعاليات المحققة للهدف

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

مستفيدة

الهدف الاستراتيجي

س3 تعزيز القيم الدينية لدى  
الفتيات

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

احصاء عدد الفتيات المستفيدات من الفعاليات المحققة  
للهدف

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد المستفيدات من  
الفعاليات المنفذة

## س3-3 نسبة الأثر المحقق من القيم لدى المستفيدات

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س3 تعزيز القيم الدينية لدى  
الفتيات

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة الأثر المحقق من القيم لدى المستفيدات من  
البرامج المنفذة من خلال استخدام استبانة قياس الأثر.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة



## س4 تأهيل الدعاة علميا ومهاريًا

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### ومهارياً

اكتساب الدعاة  
المهارات اللازمة التي  
تمكنهم من الدعة  
الى الله التأثير  
في نفوس المدعوين

### علمياً

اكتساب الدعاة  
الحد اللازم من  
العلوم الشرعية

### الدعاة

الدعاة  
والداعيات  
من العرب وغيرهم

### تأهيل

إعداد  
وتهيئة  
وتطوير

### صيغة المؤشر

عدد الخريجين من البرامج العلمية والمهارية  
مستوى التأثير العلمي والمهاري على الداعية  
عدد البرامج المنفذة لتأهيل الدعاة

### رمز المؤشر

س 1-4  
س 2-4  
س 3-4

### ماذا نريد أن نقيس

الخريجون من البرامج العلمية والمهارية  
الأثر  
البرامج التأهيلية للدعاة

## س4-1 عدد الخريجين من البرامج العلمية و المهارة

دورية القياس

(حسب مدة البرنامج)

وحدة القياس

خريج

الهدف الاستراتيجي

س4 تأهيل الدعاة علميًا ومهاريًا

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الخريجين من البرامج العملية والمهارة المعتمدة في عملية تأهيل الدعاة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد الخريجين من البرامج

## س4-2 مستوى التأثير العلمي و المهاري على الداعية

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س4 تأهيل الدعاة علميًا ومهاريًا

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

نسبة التأثير التي حققتها البرامج العلمية والمهارية على الداعية بعد اكتمال البرامج .

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة القياس

## س4-3 عدد البرامج المنفذة لتأهيل الدعاة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

س4 تأهيل الدعاة علميًا ومهاريًا

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد البرامج التي تم تنفيذها لتأهيل الدعاة في الجوانب العلمية والمهارية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد البرامج التأهيلية المنفذة

## س5 غرس القيم الهادفة لدى الشباب

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### الشباب

من عمر  
15 سنة  
حتى عمر  
30 سنة

### لدى

لدى

### القيم الهادفة

مجموعة  
من  
الاخلاق والآداب  
والثوابت الشرعية

### غرس

بنناء  
وتأسيس

### صيغة المؤشر

عدد الشباب المستهدفين من الفعاليات المحققة للهدف  
عدد القيم التي تم العمل على غرسها  
نسبة الأثر المحقق من غرس القيم لدى المستفيدين

### رمز المؤشر

س5-1  
س5-2  
س5-3

### ماذا نريد أن نقيس

المستفيدون من الفعاليات  
عدد القيم التي تم غرسها  
تأثير القيم

## س5-1 عدد الشباب المستهدفين من الفعاليات المحققة للهدف

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

مستفيد

الهدف الاستراتيجي

س5 غرس القيم الهادفة لدى الشباب

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المستفيدين من البرامج المنفذة لغرس القيم الهادفة لدى الشباب

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد المستفيدين من البرامج المنفذة

## س5-2 عدد القيم التي تم العمل على غرسها

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

قيمة

الهدف الاستراتيجي

س5 غرس القيم الهادفة لدى الشباب

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد القيم التي تم تنفيذها واستهدفت الشباب

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد القيم التي تم العمل على غرسها

## س5-3 نسبة الأثر المُحقق من غرس القيم لدى المستفيدين

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س5 غرس القيم الهادفة لدى الشباب

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة الأثر المتحقق من غرس القيم لدى الشباب من خلال استخدام استبانة قياس الأثر.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبيان  
(متوسط نسبة الأثر المتحقق = إجمالي  
نسب الاستبانة ÷ عدد المستفيدين)



## س6 بناء طلاب وطالبات علم فاعلين في الدعوة إلى الله

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### في الدعوة إلى الله

تعليم العلم  
الشرعي ونشره  
في المجتمع

### فاعلين

مؤثرون  
في  
المجتمع

### علم

العلم الشرعي  
وفق منهج  
السلف الصالح

### طلاب وطالبات العلم

طلاب وطالبات  
العلم الحاصلين  
على الحد الأدنى  
من العلم الشرعي

### بناء

تأسيس  
وإيجاد

### صيغة المؤشر

عدد الخريجين من البرنامج العلمي  
عدد البرامج البنائية العلمية والمهارية المنفذة  
نسبة الفاعلين في نشر العلم من الخريجين

### رمز المؤشر

س6-1  
س6-2  
س6-3

### ماذا نريد أن نقيس

طلاب وطالبات العلم الخريجين  
البرامج البنائية المنفذة  
فاعلية الطلاب في نشر العلم بعد التخرج

## س6-1 عدد الطلاب المُتخرجين من البرنامج العلمي

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

متخرج

الهدف الاستراتيجي

س6 بناء طلاب علم فاعلين  
في الدعوة إلى الله

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

عدد طلاب العلم الذين تخرجوا من البرنامج البنائي بنجاح  
(معدل: 60%) حسب المدة المقررة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع عدد الطلاب المتخرجين  
من البرنامج البنائي

## س6-2 عدد البرامج البنائية العلمية المنفذة

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

س6 بناء طلاب علم فاعلين  
في الدعوة إلى الله

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد البرامج العلمية البنائية (التأسيسية) التي تم تنفيذها  
لطلاب العلم خلال المدة المقررة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموعة عدد البرامج العلمية  
البنائية

## س6-3 نسبة الفاعلين في نشر العلم من الخريجين

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س6 بناء طلاب علم فاعلين  
في الدعوة إلى الله

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة الفاعلين في نشر العلم الشرعي من خلال  
المبادرات والفعاليات والبرامج العلمية التي ينفذونها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(مجموع عدد الفاعلين ÷ مجموع  
عدد الخريجين) × 100

## س7 نشر القيم والمبادئ الإسلامية وترسيخها في المجتمع

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### في المجتمع

عامّة الناس،  
خاصّة  
(رجال الأمن-النساء "فوق  
30 سنة"-الأطفال-كبار  
السن-الآباء-منسوبو  
الشركات والدوائر الحكومية)

### ترسيخها

غرسها  
وتثبيتها

### المبادئ الإسلامية

التوجيهات  
الإسلامية

### القيم

مجموعة  
من  
الأخلاق والآداب  
والثوابت الشرعية

### نشر

إشاعة  
وتعميم

### صيغة المؤشر

عدد القيم والمبادئ الإسلامية التي تم نشرها  
نسبة الأثر المتحقق من غرس القيم في المجتمع

### رمز المؤشر

س7-1

س7-2

### ماذا نريد أن نقيس

القيم والمبادئ الإسلامية  
أثر القيم والمبادئ في المجتمع

## س7-1 عدد القيم والمبادئ الاسلامية التي تم نشرها

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

قيمة / مبدأ

الهدف الاستراتيجي

س7 نشر القيم والمبادئ  
الإسلامية وترسيخها في المجتمع

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد القيم والمبادئ التي تم نشرها وغرسها من خلال البرامج  
والمشاريع المنفذة .

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع القيم والمبادئ التي تم  
نشرها وغرسها

## س7-2 نسبة الاثر المتحقق من غرس القيم في المجتمع

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

س7 نشر القيم والمبادئ  
الإسلامية وترسيخها في المجتمع

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

نسبة الاثر الذي تم تحقيقه في المجتمع من خلال البرامج  
والمشاريع المنفذة لغرس القيم، خلال استبانة قياس الأثر.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ص 1 تعزيز الولاء لدى أصحاب المصلحة

### الإدارة المسؤولة

العلاقات العامة  
والتسويق

### لدى

حسب البيان  
ففي وثيقة  
الخطة الاستراتيجية

### الولاء

انتمائه ورضاه عما يتم  
تقديمه من المكتب، واختيار  
المكتب كشريك في تعاملاته

### تعزيز

تقوية  
وترسيخ  
وتنمية

### صيغة المؤشر

نسبة تفاعل أصحاب المصلحة مع المكتب  
عدد البرامج التي نفذت لتعزيز الولاء لدى أصحاب المصلحة

### رمز المؤشر

ص 1-1  
ص 1-2

### ماذا نريد أن نقيس

أثر أصحاب المصلحة على المكتب  
البرامج/الوسائل المقدمة لأصحاب المصلحة



## ص1-1 نسبة تفاعل أصحاب المصلحة مع المكتب

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ص1 تعزيز ولاء أصحاب المصلحة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

نسبة تفاعل أصحاب المصلحة مع المكتب (نفس المؤشر)

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ص1-2 عدد البرامج التي نفذت لتعزيز الولاء لدى أصحاب المصلحة

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

ص1 تعزيز ولاء أصحاب المصلحة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

احصاء عدد البرامج التي تم تنفيذها لتعزيز الولاء لدى أصحاب المصلحة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع البرامج التي قدمت لأصحاب المصلحة

## ص 2 العمل على إحداث الأثر لدى الفئات المستفيدة

### الإدارة المسؤولة

توعية  
الجاليات

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

الوسائل الدعوية

### الفئات المستفيدة

حسب الفئات المعتمدة  
من  
أصحاب المصلحة

### على إحداث الأثر

تحقق المظاهر  
المعتمدة للأثر

### العمل

تقديم وتنفيذ

### صيغة المؤشر

عدد البرامج المقدمة للفئات المستفيدة  
نسبة تحقق المظاهر المعتمدة للأثر  
عدد الوسائل الدعوية المقدمة لأصحاب المصلحة

### رمز المؤشر

ص 1-2

ص 2-2

ص 2-3

### ماذا نريد أن نقيس

البرامج المقدمة للفئات المستفيدة  
الأثر الذي أُحدث على الفئات المستفيدة  
الوسائل الدعوية

## ص 1-2 عدد البرامج المقدمة للفئات المستفيدة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

ص 2 العمل على إحداث الأثر  
لدى الفئات المستفيدة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

احصاء البرامج المنفذة للفئات المستفيدة لإحداث الأثر  
المنصوص عليه في الاستراتيجية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

- ❖ إدارة توعية الجاليات
- ❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية
- ❖ إدارة الوسائل الدعوية
- ❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع البرامج المقدمة للفئات  
المستفيدة

## ص 2-2 نسبة تحقق المظاهر المعتمدة للأثر

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ص 2 العمل على إحداث الأثر  
لدى الفئات المستفيدة

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

مدى تحقق المظاهر المعتمدة والتي تدل على تحقق الأثر

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

- ❖ إدارة توعية الجاليات
- ❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية
- ❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق
- ❖ إدارة الأوقاف والاستثمار

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ص 2-3 عدد الوسائل الدعوية المقدمة لأصحاب المصلحة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

وسيلة

الهدف الاستراتيجي

ص 2 العمل على إحداث الأثر  
لدى الفئات المستفيدة

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

عدد المنتجات من الوسائل الدعوية المقدمة لدعم أصحاب  
المصلحة من خلال البرامج المقامة لديها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الوسائل الدعوية  
المقدمة لأصحاب المصلحة

## ص 3 تحقيق التميز المؤسسي

### الإدارة المسؤولة

وحدة  
الاستراتيجية

### المؤسسي

المؤصل وهو العمل المبني  
على أسس وقواعد واجراءات  
محددة لا يرتبط بأشخاص

### التميز

الترتيب

### تحقيق

الوصول  
إلى النسبة  
المستهدفة

### صيغة المؤشر

درجة مطابقة معايير التميز المؤسسي  
عدد جوائز التمييز المؤسسي التي تم الحصول عليها

### رمز المؤشر

ص 1-3

ص 2-3

### ماذا نريد أن نقيس

مطابقة معايير التميز المؤسسي  
الجوائز المكتسبة

## ص 1-3 درجة مطابقة معايير التميز المؤسسي

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

درجة

الهدف الاستراتيجي

ص 3 تحقيق التميز المؤسسي

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

مجموعة معايير التميز الأوروبي (EFQM) يتم من خلاله قياس أداء المكتب وذلك عن طريق استبيان قياس التميز المؤسسي

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ وحدة إدارة الاستراتيجية

مسؤول القياس

إدارة العامة للمكتب

معادلة القياس

عدد المعايير المطبقة ودرجته



## ص 2-3 عدد جوائز التمييز المؤسسي التي تم الحصول عليها

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

جائزة

الهدف الاستراتيجي

ص 3 تحقيق التميز المؤسسي

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الجوائز التي تم حصدها من خلال المشاركة في جوائز التميز المؤسسي

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ وحدة إدارة الاستراتيجية

مسؤول القياس

إدارة العامة للمكتب

معادلة القياس

مجموع الجوائز التي تم الحصول عليها

## م 1 تحقيق الاستدامة المالية

### الإدارة المسؤولة

العلاقات العامة  
والتسويق

الوقت  
والاستثمار

### الاستدامة المالية

تغطية الإيرادات  
المالية الثابتة  
للمكتب  
للموازنة التشغيلية السنوية

### تحقيق

الوصول إلى النسبة المستهدفة

### صيغة المؤشر

عدد المصادر المالية الثابتة الجديدة  
إجمالي إيرادات المكتب من الموارد المالية الثابتة الحالية  
إجمالي إيرادات المتحققة من تكلفة مصادر الدخل  
الثابتة الجديدة

### رمز المؤشر

م-1-1  
م-1-2  
م-1-3

### ماذا نريد أن نقيس

تنوع المصادر المالية الثابتة/ المستدامة  
إيرادات الموارد المالية الثابتة  
نمو الإيرادات الثابتة

## م1-1 عدد المصادر المالية الثابتة الجديدة

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

مصدر

الهدف الاستراتيجي

م1 تحقيق الاستدامة المالية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المصادر المالية الثابتة  
(العمائر - المستودعات - و الاوقاف) التي تم استحداثها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق  
❖ إدارة الاوقاف و الاستثمار

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

إجمالي المصادر المالية الثابتة  
الجديدة

## م 1-2 إجمالي إيرادات المكتب من الموارد المالية الثابتة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

ريال

الهدف الاستراتيجي

م 1 تحقيق الاستدامة المالية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

الإيرادات الموارد المالية الثابتة  
(العمائر - المستودعات - الاوقاف)

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق  
❖ إدارة الاوقاف و الاستثمار

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموعة إيرادات المكتب من  
المصادر المالية الثابتة الجديدة

## م3-1 إجمالي الإيرادات المتحققة من تكلفة مصادر الدخل الثابتة الجديدة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

ريال

الهدف الاستراتيجي

م1 تحقيق الاستدامة المالية

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

إجمالي الإيرادات المتحققة لتغطية التكلفة المطلوبة لسد  
الاحتياج المالي لمصادر الدخل الثابتة الجديدة  
(العماير - المستودعات - الاوقاف)

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

اجمالي الإيرادات المحصلة من  
التكلفة المطلوبة

## م 2 تنويع مصادر الدخل

### الإدارة المسؤولة

العلاقات العامة  
والتسويق

الوسائل  
الدعوية

### الدخل

الإيراد العيني  
أو المالي

### مصادر

(غير الثابتة)  
المنابع أو الموارد  
(المؤسسات المانحة ،  
التجار ، استقطاع الخ...)

### تنويع

عدد

### صيغة المؤشر

عدد مصادر الدخل الجديدة  
نسبة إيراد كل مصدر إلى إجمالي الإيرادات المالية  
للمكتب الحالية و الجديدة

### رمز المؤشر

م 1-2  
م 2-2

### ماذا نريد أن نقيس

عدد مصادر الدخل  
دخلك كل مصدر

## م 1-2 عدد مصادر الدخل الجديدة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

مصدر

الهدف الاستراتيجي

م 2 تنويع مصادر الدخل

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المصادر الجديدة التي يتحقق من خلالها الإيرادات العينية والمالية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الوسائل الدعوية  
❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع مصادر الدخل

## م2-2 نسبة إيراد كل مصدر إلى إجمالي الإيرادات المالية للمكتب

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

م2 تنويع مصادر الدخل

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة الإيرادات المالية من كل مصدر بالنسبة لإجمالي الإيرادات للمكتب

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(إيرادات كل مصدر ÷ إجمالي إيرادات المكتب) × 10%



## ل1 التطوير والتحسين المستمر

### الإدارة المسؤولة

الموارد البشرية

التقنية

### المستمر

عملية مستمرة ودائمة  
للمدخلات والمخرجات

### التحسين

الوصول  
الى الارتقاء الكامل  
عن طريق  
تحسين العمليات  
الانتاجية للمكتب

### التطوير

الارتقاء  
بالعمليات  
والمنتجات والخدمات

### صيغة المؤشر

عدد العمليات والاجراءات التي تم تحسينها و تجويدها  
في بيئة العمل  
نسبة أتمته الاجراءات الادارية

### رمز المؤشر

ل1-1

ل2-1

### ماذا نريد أن نقيس

عدد العمليات والاجراءات  
الاجراءات الادارية

## ل1-1 عدد العمليات والاجراءات التي تم تحسينها و تجويدها في بيئة العمل

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

عملية/ إجراء

الهدف الاستراتيجي

ل1 التطوير والتحسين المستمر

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عمليات وإجراءات بيئة العمل التي تم تطبيق معايير الجودة عليها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموعة العمليات التي تم تحسينها وتجويدها

## ل1-2 نسبة أتمته الاجراءات الادارية

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل1 التطوير والتحسين المستمر

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة أتمته الاجراءات الادارية من لوائح وأنظمة ونماذج

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة التقنية

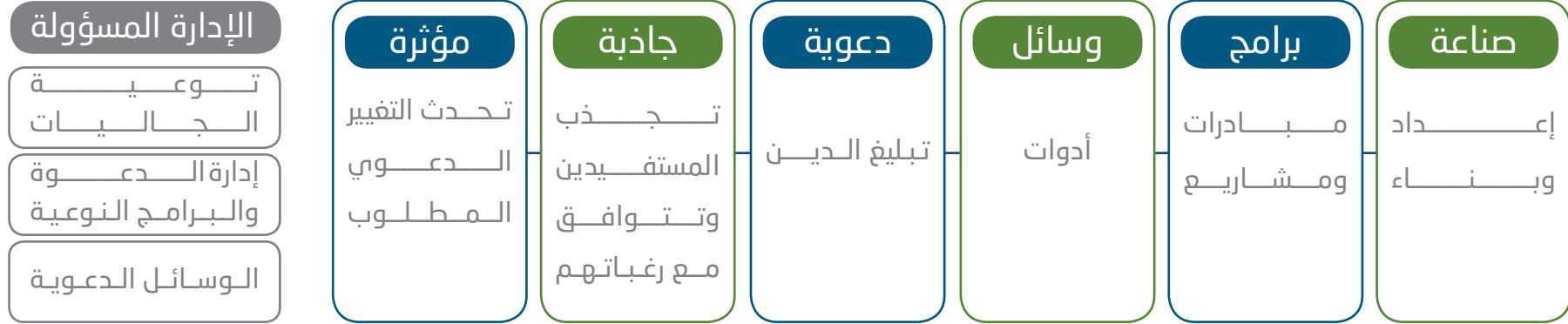
مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(مجموع الإجراءات الإدارية)  
المأتمته ÷ مجموع الإجراءات  
الإدارية) × 100

## ل2 صناعة برامج ووسائل دعوية جاذبة ومؤثرة



### صيغة المؤشر

عدد البرامج الجاذبة والمؤثرة الجديدة  
عدد الوسائل الدعوية المستحدثة  
نسبة جاذبية البرامج الجديدة للمستفيدين

### رمز المؤشر

ل2-1  
ل2-2  
ل2-3

### ماذا نريد أن نقيس

البرامج المنتجة تكون ذات طابع جاذب ومؤثر  
الوسائل الدعوية المستحدثة  
مدى جاذبية البرامج الجديدة للمستفيدين

## ل2-1 عدد البرامج الجاذبة والمؤثرة الجديدة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

ل2 صناعة برامج ووسائل دعوية  
جاذبة ومؤثرة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد البرامج التي تم صنعها ونتاجها وفقاً لمعيار الجاذبية  
و التأثير.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع البرامج الجاذبة والمؤثرة  
والجديدة

## ل2-2 عدد الوسائل الدعوية المستحدثة

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

وسيلة

الهدف الاستراتيجي

ل2 صناعة برامج ووسائل دعوية  
جاذبة ومؤثرة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الوسائل والادوات التي تم بناءها وصناعتها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الوسائل الدعوية المستحدثة

## ل2-3 نسبة جاذبية البرامج الجديدة للمستفيدين

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل2 صناعة برامج ووسائل دعوية  
جاذبة ومؤثرة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

مدى/ مستوى جذب البرنامج والوسيلة التي تم استحداثها  
للمستفيدين

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ل3 إعداد الأبحاث والدراسات الدعوية

### الإدارة المسؤولة

إدارة الدعوة  
والبرامج النوعية

### الدراسات الدعوية

مصادر  
علمية نظرية  
المرتبطة  
بمجال العمل الدعوي

### الابحاث

مصادر علمية  
نظرية وعملية  
المرتبطة  
بمجال العمل الدعوي

### إعداد

تجهيز  
وتحضير  
وتنفيذ

### صيغة المؤشر

عدد الأبحاث والدراسات الدعوية التي تم إعدادها وإنجازها  
عدد الابحاث المنجزة والمحكمة

### رمز المؤشر

ل3-1  
ل3-2

### ماذا نريد أن نقيس

الابحاث والدراسات الدعوية



## ل3-1 عدد الأبحاث والدراسات الدعوية التي تم إعدادها وإنجازها

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

بحث / دراسة

الهدف الاستراتيجي

ل3 إعداد الأبحاث والدراسات  
الدعوية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الأبحاث والدراسات الدعوية التي أعدها المكتب أو  
أشرف على تنفيذها أو دعمها و تم الانتهاء منها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الأبحاث والدراسات  
الدعوية التي أنجزت

## ل2-3 عدد الابحاث المنجزة والمحكمة

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

بحث / دراسة

الهدف الاستراتيجي

ل3 إعداد الأبحاث والدراسات  
الدعوية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الأبحاث والدراسات الدعوية التي أعدها المكتب أو  
أشرف على تنفيذها أو دعمها و تم الانتهاء منها

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية

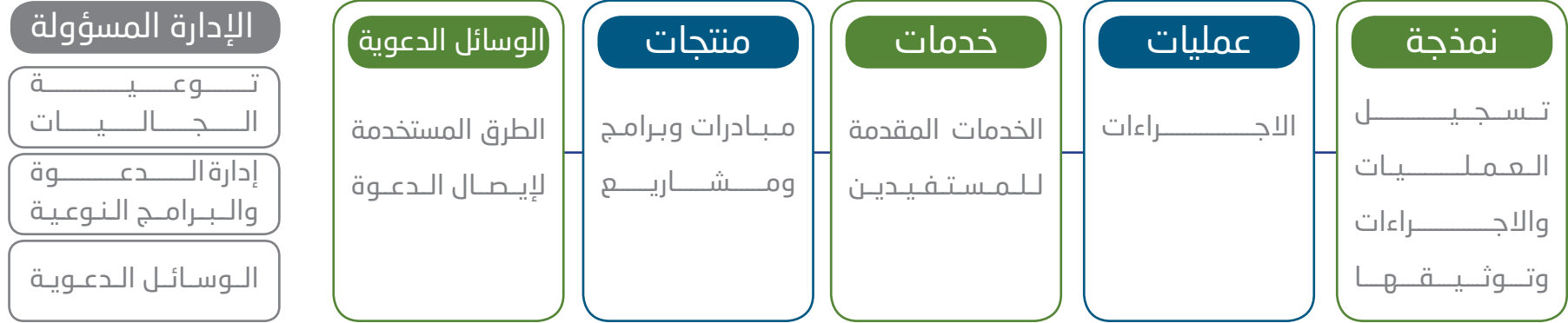
مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الأبحاث والدراسات  
الدعوية التي أنجزت

## ل4 نمذجة عمليات وخدمات ومنتجات الوسائل الدعوية



### صيغة المؤشر

عدد العمليات التي تمت نمذجتها  
عدد الخدمات والمنتجات التي تمت نمذجتها  
نسبة تطبيق معايير النمذجة على العمليات والخدمات والمنتجات

### رمز المؤشر

ل4-1  
ل4-2  
ل4-3

### ماذا نريد أن نقيس

العمليات الإجرائية للوسيلة تم نمذجتها  
الخدمات والمنتجات التي تم نمذجتها  
تطبيق معايير النمذجة في الوسائل الدعوية

## ل4-1 عدد العمليات التي تمت نمذجتها

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

عملية

الهدف الاستراتيجي

ل4 نمذجة عمليات وخدمات  
ومنتجات الوسائل الدعوية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد العمليات الإجرائية التي تم نمذجتها في الوسائل الدعوية

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع العمليات التي تم نمذجتها

## ل2-4 عدد الخدمات والمنتجات التي تمت نمذجتها

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

خدمة / منتج

الهدف الاستراتيجي

ل4 نمذجة عمليات وخدمات  
ومنتجات الوسائل الدعوية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المنتجات والخدمات التي تم نمذجتها واعدادها من  
الوسائل الدعوية في المكتب.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الخدمات والمنتجات  
التي تمت نمذجتها

## ل4-3 نسبة تطبيق معايير النمذجة على العمليات والخدمات والمنتجات

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل4 نمذجة عمليات وخدمات  
ومنتجات الوسائل الدعوية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة تطبيق معايير النمذجة الخاصة بالمكتب على  
العمليات والخدمات والمنتجات

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة توعية الجاليات  
❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية  
❖ إدارة الوسائل الدعوية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(عدد المعايير المطبقة ÷ معايير  
النمذجة) × 100

## ل5 بناء الشراكات الاستراتيجية الفاعلة

### الإدارة المسؤولة

العلاقات العامة  
والتسويق

### الفاعلة

المؤثرة  
ويحقق الأهداف  
التي بنيت عليها الشراكة

### الشراكات الاستراتيجية

اتفاقيات  
ومذكرات تعاون مشتركة  
مع الجهات التي  
ترغب في الاستفادة  
من خدماته على المدى البعيد

### بناء

إنشاء  
تأسيس  
إيجاد  
تطوير

### صيغة المؤشر

عدد الشراكات الاستراتيجية التي أبرمت  
نسبة الشراكات الفاعلة

### رمز المؤشر

ل5-1  
ل5-2

### ماذا نريد أن نقيس

الشراكات الاستراتيجية التي تمت  
الفعالية

## ل5-1 عدد الشراكات الاستراتيجية التي أبرمت

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

شراكة

الهدف الاستراتيجي

ل5 بناء الشراكات الاستراتيجية  
الفاعلة

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

عدد الشراكات التي أبرمها المكتب لتبادل المنفعة مع  
أصحاب المصلحة والشركاء التنفيذ

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الشراكات الاستراتيجية  
التي أبرمت



## ل5-2 نسبة الشراكات الفاعلة

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل5 بناء الشراكات الاستراتيجية  
الفاعلة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

الشراكات المبرمة والتي يتحقق فيها معايير الفاعلية إلى  
إجمالي الشراكات

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(الشراكات الفاعلة ÷ إجمالي  
الشراكات) × 100

## ل6 تفعيل الدور الإعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي

### الإدارة المسؤولة

العلاقات العامة والاعلام

### وسائل التواصل الاجتماعي

تفعيل منصات/ الصفحات الإلكترونية للمكتب وإبراز خدمات وأنشطة المكتب وكذلك عمل فعاليات تجذب المجتمع

### العقيدة الصحيحة

تواجد المكتب في وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمقروء (برامج- لقاءات - أخبار - .....

### تفعيل

تنشيط إبراز ثقة ووية

### صيغة المؤشر

عدد مشاهد الجمهور الإعلامي  
عدد الوسائل الإعلامية التي تم تفعيلها  
نسبة تفاعل الجمهور مع كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي

### رمز المؤشر

ل6-1  
ل6-2  
ل6-3

### ماذا نريد أن نقيس

الجمهور الإعلامي  
الوسائل الإعلامية  
التفاعل الاجتماعي في كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي

## ل6-1 عدد مرات الظهور الإعلامي

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

ظهور

الهدف الاستراتيجي

ل6 تفعيل الدور الإعلامي  
ووسائل التواصل الاجتماعي

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

عدد مرات الظهور الإعلامية في وسائل الإعلام وشبكات  
التواصل الاجتماعي

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

إجمالي مرات الظهور الإعلامي

## ل6-2 عدد الوسائل الإعلامية التي تم تفعيلها

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

وسيلة

الهدف الاستراتيجي

ل6 تفعيل الدور الإعلامي  
ووسائل التواصل الاجتماعي

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

عدد وسائل الإعلام التي تم تفعيلها (عدد وسائل الإعلام  
التي تم تفعيلها من خلال ( الاخبار المنشورة - عدد  
المشاهدات - عدد الإعجابات )

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الوسائل التي تم  
تفعيلها

## ل6-3 نسبة تفاعل الجمهور مع كل وسيلة من وسائل التواصل

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل6 تفعيل الدور الإعلامي  
ووسائل التواصل الاجتماعي

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة تفاعل الجمهور لكل وسيلة من وسائل التواصل  
الاجتماعي للمعالجة والتطوير

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة العلاقات العامة والتسويق

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة إحصاءات وسائل التواصل  
الاجتماعي

## ل7 ترشيد واستثمار الموارد

الإدارة المسؤولة

المالية

الموارد

الاصول  
والادوات المالية والعينية

استثمار

استغلال  
واستفادة

ترشيد

توفير  
واقتران

صيغة المؤشر

نسبة التوفير في المصروفات

رمز المؤشر

ل7-1

ماذا نريد أن نقيس

التوفير المتحقق من الموارد

## ل7-1 نسبة التوفير في المصروفات

دورية القياس

سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل7 ترشيد واستثمار الموارد

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة التوفير المحددة %10 من عملية الترشيد والاستثمار في الموارد المالية والعينية .

القطبية

-

مسؤول التنفيذ

- ❖ إدارة توعية الجاليات
- ❖ إدارة الدعوة والبرامج النوعية
- ❖ إدارة الموارد البشرية
- ❖ إدارة الأوقاف والاستثمار

مسؤول القياس

الإدارة المالية

معادلة القياس

( المصروفات السابقة  
المصروفات الحالية) ÷ المصروفات  
السابقة) × 100

## ل8 استقطاب وتفعيل المتطوعين

### الإدارة المسؤولة

الموارد البشرية

### المتطوعين

كل فرد يقدم  
جهد بدافع ذاتي  
دون مقابل مادي  
لخدمة المكتب

### تفعيل

إشراك وتمكينه  
وفق صلاحيات محدودة  
لأداء مهام مطلوبة

### استقطاب

جذب  
واهتمام  
ورعاية

### صيغة المؤشر

عدد المتطوعين الذين تم استقطابهم  
عدد المجالات التي تم خدمتها من قبل المتطوعين  
نسبة فاعلية المتطوع في أداء العمل

### رمز المؤشر

ل8-1  
ل8-2  
ل8-3

### ماذا نريد أن نقيس

عدد المتطوعين المستقطبين  
عدد المجالات المخدومة للمكتب  
مدى فاعلية المتطوعين في أداء عملهم



## ل8-1 عدد المتطوعين الذين تم استقطابهم

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

متطوع

الهدف الاستراتيجي

ل8 استقطاب وتفعيل  
المتطوعين

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المتطوعين الذين تم استقطابهم من خلال مشاركتهم  
في تنفيذ مبادرات وبرامج المكتب .

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع المتطوعين الذين تم  
استقطابهم

## ل8-2 عدد المجالات التي تم خدمتها من قبل المتطوعين

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

مجال

الهدف الاستراتيجي

ل8 استقطاب وتفعيل  
المتطوعين

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المجالات التي تم تفعيل المتطوعين فيها وفق قدراتهم

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الموارد البشرية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع المجالات التي تم  
خدمتها في المكتب

## ل8-3 نسبة فاعلية المتطوع في أداء العمل

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ل8 استقطاب وتفعيل  
المتطوعين

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة فاعلية المتطوع في أداء عمله وفق نموذج  
الفاعلية بالمكتب.

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ت 1 استقطاب وتأهيل فريق العمل على المهارات المطلوبة

### الإدارة المسؤولة

الموارد البشرية

### المهارة المطلوبة

المهارات المعتمدة  
وفق وثيقة الخطة  
الاستراتيجية

### فريق العمل

الموظفون

### تأهيل

إعداد  
وتهيئة  
وتطوير

### استقطاب

جلب  
وتوظيف  
وتعيين

### صيغة المؤشر

عدد الكفاءات الذين تم استقطابهم  
عدد المهارات التي تم اكتسابها لفريق العمل  
نسبة أثر برامج التأهيل على أداء فريق العمل

### رمز المؤشر

ت-1-1  
ت-1-2  
ت-1-3

### ماذا نريد أن نقيس

استقطاب الموظفين  
المهارات المكتسبة  
أثر برامج التأهيل على أداء الفريق

## ت1-1 عدد الكفاءات الذين تم استقطابهم

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

كفاءة بشرية / موظف

الهدف الاستراتيجي

ت1 استقطاب وتأهيل فريق العمل على المهارات المطلوبة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد الكفاءات النوعية التي تم استقطابها للعمل ضمن فريق المكتب

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الموارد البشرية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع الكفاءات التي تم استقطابها

## ت1-2 عدد المهارات التي تم اكتسابها لفريق العمل

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

مهارة

الهدف الاستراتيجي

ت1 استقطاب وتأهيل فريق العمل على المهارات المطلوبة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد المهارات المعتمدة في وثيقة الخطة الاستراتيجية التي تم اكتسابها للموظف من خلال التدريب على رأس العمل والدورات المدفوعة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الموارد البشرية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع المهارات التي تم اكتسابها

## ت1-3 نسبة أثر برامج التأهيل على أداء فريق العمل

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ت1 استقطاب وتأهيل فريق العمل على المهارات المطلوبة

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة أثر برامج التأهيل على أداء فريق العمل

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ت2 تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة

الإدارة المسؤولة  
الموارد البشرية

جاذبة  
محفزة  
ومرغبة في الانتاج

إبداعية  
المواكبة  
والابتكار  
والنوعية  
والتميز

عمل  
أساليب  
ومرافق  
وإجراءات  
وأدوات العمل

بيئة  
المكان المحيط  
والمجال  
واللوائح  
والأنظمة

تطوير  
تحسين  
وتجديد

### صيغة المؤشر

عدد البرامج المنفذة لتطوير بيئة العمل  
نسبة تطوير التجهيزات في بيئة العمل  
عدد اللوائح والأنظمة التي تم تطويرها

### رمز المؤشر

ت2-1  
ت2-2  
ت2-3

### ماذا نريد أن نقيس

البرامج المنفذة في تطوير بيئة العمل  
التجهيزات لتحسين بيئة العمل  
الاجراءات والأنظمة الإدارية



## ت2-1 عدد البرامج المنفذة لتطوير بيئة العمل

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

ت2 تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد البرامج والمبادرات المنفذة والتي هدفت لتطوير بيئة العمل

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية  
❖ إدارة التقنية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع البرامج المنفذة لتطوير بيئة العمل

## ت2-2 نسبة تطوير التجهيزات في بيئة العمل

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ت2 تطوير بيئة عمل إبداعية وجاذبة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس ما تم تطويره من التجهيزات في بيئة العمل وفق دراسة احتياج التجهيزات

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية  
❖ إدارة التقنية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(مجموع ما تم تطويره من تجهيزات ÷ مجموع الاحتياجات التجهيزية للمكتب) × 100

## ت2-3 عدد اللوائح و الأنظمة التي تم تطويرها

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

لائحة/ نظام

الهدف الاستراتيجي

ت2 تطوير بيئة عمل إبداعية  
وجاذبة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد اللوائح والأنظمة التي تم تطويرها في بيئة العمل

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الموارد البشرية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموعة اللوائح والأنظمة التي  
تم تطويرها

## ت3 تطوير بُنية تقنية متطورة

### الإدارة المسؤولة

تقنية المعلومات

### متطورة

متقدمة خدمة  
وحدديثة

### بُنية تقنية

توفر التجهيزات  
والبرامج التقنية  
اللازمة للعمل

### تطوير

تحسين  
وتجديد

### صيغة المؤشر

نسبة التطور التقني  
عدد البرامج المطورة  
نسبة فاعلية وجودة البرامج المطورة

### رمز المؤشر

ت3-1  
ت3-2  
ت3-3

### ماذا نريد أن نقيس

البنية التقنية الحالية  
برامج لإدارة عمل المكتب  
جودة البرامج

## ت3-1 نسبة التطور التقني

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ت3 تطوير بُنية تقنية متطورة

التراكمية

تراكمي

شرح المؤشر

مدى مواكبة التقنية الحالية للتطور التقني في (أتمتة العمليات الداخلية - تحديث الإصدارات للبرامج المستخدمة توافر الأجهزة للموظفين) باستخدام الاستبانة المعتمدة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة التقنية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ت3-2 عدد البرامج المطورة

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

برنامج

الهدف الاستراتيجي

ت3 تطوير بنية تقنية متطورة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد البرامج التقنية المنفذة لتحقيق التطور التقني

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة التقنية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموعة البرامج المطورة

## ت3-3 نسبة فاعلية وجودة البرامج المطورة

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ت3 تطوير بنية تقنية متطورة

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس نسبة فاعلية وجودة البرامج التي تم تطويرها في تسهيل إجراءات العمل من خلال تصميم أداة استبانة إلكترونية للمستخدمين

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة التقنية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

نتيجة الاستبانة

## ت4 بناء وتعزيز القيم الجوهرية

### الإدارة المسؤولة

الموارد البشرية

### الجوهوية

المهمة  
والحيوية

### القيم

القيم المعتمدة  
وفق وثيقة الخطة  
الاستراتيجية

### تعزيز

تقوية  
وترسيد  
وتنمية

### بناء

تأسيس  
وإيجاد

### صيغة المؤشر

عدد القيم التي تم تعزيزها في فريق العمل  
نسبة الأثر المتحقق من تمكين القيم لدى المستفيدين

### رمز المؤشر

ت4-1  
ت4-2

### ماذا نريد أن نقيس

القيم التي تم العمل عليها بمبادرات وبرامج  
أثر القيم المتحقق



## ت4-1 عدد القيم التي تم تعزيزها في فريق العمل

دورية القياس

ربع سنوي

وحدة القياس

قيمة

الهدف الاستراتيجي

ت4 بناء وتعزيز القيم الجوهرية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

عدد القيم التي تم استهدافها من خلال البرامج والأنشطة

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

إدارة الموارد البشرية ❖

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

مجموع القيم التي تعزيزها

## ت4-2 نسبة الأثر المتحقق من تمكين القيم لدى المستفيدين

دورية القياس

نصف سنوي

وحدة القياس

% نسبة مئوية

الهدف الاستراتيجي

ت4 بناء وتعزيز القيم الجوهرية

التراكمية

غير تراكمي

شرح المؤشر

قياس مستوى الأثر المتحقق من تمكين القيم وبنائها في نفوس المستفيدين

القطبية

+

مسؤول التنفيذ

❖ إدارة الموارد البشرية

مسؤول القياس

وحدة إدارة الاستراتيجية

معادلة القياس

(قياس القيم المتحققة ÷ القيم المستهدفة) × 100

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

