



مؤسسة
الملك خالد
KING KHALID
FOUNDATION



وثيقة الخطة الاستراتيجية

جمعية حارف للأسر المنتجة

النسخة الثالثة

2020 م

1442 هـ

المحتويات

٢	المقدمة
٤	أولاً : الخارطة الاستراتيجية
٤	رؤيتنا:
٤	رسالتنا:
٤	الأهداف الاستراتيجية:
٥	الخارطة الاستراتيجية:
٧	ثانياً : نموذج العمل
٩	ثالثاً : تحليل الأثر الاستراتيجي
١١	رابعاً : تحليل احتياجات الأطراف ذات العلاقة
١٢	الموظفون
١٢	المتطوعون
١٣	القطاع الخيري
١٣	المجتمع
١٣	وزارة الموارد البشرية
١٤	المستفيدون
١٤	الجهات المانحة
١٥	الأسواق الحرفية
١٥	الإعلام
١٦	الجهات التطويرية
١٦	الهيئات العالمية
١٨	خامساً : مصفوفة مؤشرات الأداء
٢٣	سادساً: بطاقات الأداء

المقدمة

يساعد التخطيط الاستراتيجي في تنظيم عمل المنظمات الخيرية وتحويلها إلى عمل مؤسسي مبني على رؤية واضحة وتوجهات استراتيجية محددة، للوصول إلى أفضل النتائج والمساهمة بطريقة احترافية في التنمية المجتمعية.

ومن هذا المنطلق وبرعاية كريمة من مؤسسة الملك خالد فقد نفذت (جمعية حارف للأسر المنتجة) ورش عمل ولقاءات تطويرية لبناء خطتها الاستراتيجية للسنوات الثلاث القادمة، بالتعاون مع الجهة الاستشارية مجموعة بناء الطاقات. وقد تم عقد (٦) ورش عمل لمدة (٣٠) ساعة، وعقد اجتماع تمهيدي مع فريق العمل لتقييم الجمعية وتحليل الوضع الحالي والتطلعات المستقبلية.

وقد تم تطبيق عدد من الأدوات التحليلية لتقييم الوضع الراهن للجمعية وتطلعات الأطراف ذات العلاقة وتحليل الأثر الاستراتيجي الذي ترغب الجمعية بتحقيقه.

ثم قام الفريق الاستشاري عبر ورش العمل بتصميم الرؤية الاستراتيجية للجمعية والرسالة المؤسسية والقيم الحاكمة وتحديد الأهداف الاستراتيجية للثلاث سنوات القادمة، وتصميم مؤشرات الأداء الرئيسية والمبادرات التنفيذية.

وقد شارك بفعالية أعضاء مجلس الإدارة والفريق التنفيذي بالجمعية من خلال ورش العمل المقامة واللقاءات النقاشية المنفذة، كما تم استطلاع آراء الأطراف ذات العلاقة بالجمعية في ورشة خاصة لتحليل تطلعاتهم.

وتستعرض هذه الوثيقة في صفحاتها المناقشات التي تمت مع المشاركين ونتائج الأدوات التحليلية، سائلين المولى عز وجل أن يبارك في جهود القائمين على هذه الجمعية المباركة، وأن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم.

والله ولي التوفيق والسداد

أولاً : الخارطة الاستراتيجية

حارث



أولاً : الخارطة الاستراتيجية

رؤيتنا:

جمعية متخصصة في تطوير الحرف اليدوية بالمنطقة الشرقية.

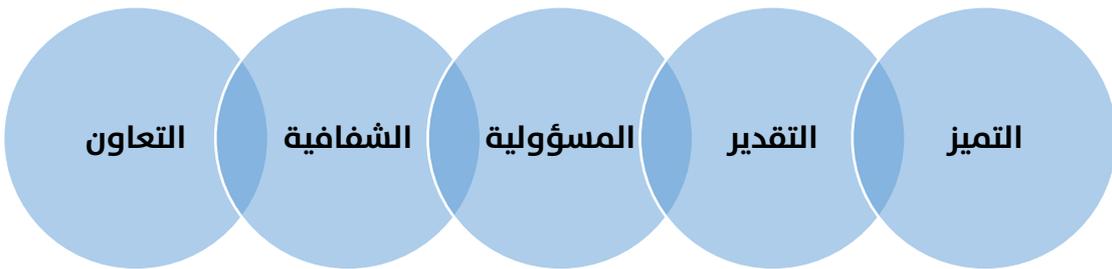
رسالتنا:

تنمية الموروث الحرفي المحلي وتحسين جودته من خلال برامج تأهيلية وريادية للحرفيين بكفاءات متخصصة وشراكات مجتمعية.

الأهداف الاستراتيجية:

1. تحسين جودة المنتجات الحرفية.
2. تقديم برامج تأهيلية للحرفيين والأسر المنتجة.
3. بناء علامة تجارية بارزة للجمعية.
4. إقامة شراكات مجتمعية فاعلة في المجال الحرفي.
5. تطوير البنية المؤسسية الملائمة لاحتياجات الجمعية.
6. استقطاب الكفاءات الوظيفية والتطوعية والخبرات المتخصصة.
7. إيجاد موارد مالية متنوعة ومتنامية.

قيمنا:





الخارطة الاستراتيجية:



ثانياً : نموذج العمل

حارث



ثانياً : نموذج العمل

<p>الشراكات الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • الجهات الحكومية ذات العلاقة. (وزارة الثقافة - وزارة السياحة - وزارة التعليم - وزارة الموارد البشرية) • الجهات والمراكز التدريبية المتخصصة. • المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني. • شركات المسؤولية الاجتماعية. • لجان التنمية الاجتماعية ومراكز الأحياء والجمعيات الأهلية. • الجهات التمويلية للمشاريع الصغيرة (البنوك - الصناديق الحكومية والمجتمعية). • هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة. 	<p>الأنشطة الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • الإدارة المؤسسية والتقنية. • تنمية الموارد المالية. • إدارة علاقات المستفيدين. <p>الموارد الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • الأصول الوقفية والاستثمارية. • الأصول الفكرية والمعرفية للجمعية. 	<p>القيمة المقدمة</p> <ul style="list-style-type: none"> • التأهيل المتكامل للحرفيين. • تطوير المشاريع الحرفية. • استدامة الحرف المهنية اليدوية. 	<p>العلاقات مع المستفيدين</p> <ul style="list-style-type: none"> • بيئات حاضنة للحرفيين. • منظومة حوافز مادية ومعنوية. • الأدلة التعريفية. • المعارض والملتقيات التعريفية. • جوائز التميز الحرفي. • عضويات حارف. <p>قنوات الاتصال مع المستفيدين</p> <ul style="list-style-type: none"> • منصة إلكترونية. • منصات التواصل الاجتماعي. • مقر الجمعية. • قنوات الاتصال الرقمي (واتساب). • مركز اتصالات المستفيدين. 	<p>فئات المستفيدين</p> <ul style="list-style-type: none"> • الحرفيون. • الموهوبون في المجال الحرفي. • عموم المجتمع.
<p>هيكل التكاليف</p> <ul style="list-style-type: none"> • التكاليف التأسيسية. • المصروفات التشغيلية الثابتة. • مصروفات المشاريع والمبادرات. • المصروفات التسويقية والإعلامية 	<p>مصادر الإيرادات</p> <ul style="list-style-type: none"> • تبرعات الفردية والمؤسسية. • الجهات المانحة. • اشتراكات العضويات. • رسوم البرامج التدريبية. • الدعم الحكومي. • إيرادات الأسواق والممتلكات الحرفية. • الأوقاف والصناديق الاستثمارية. • المتجر الإلكتروني للجمعية. 			

ثالثاً : تحليل الأثر الاستراتيجي

حارث



ثالثاً : تحليل الأثر الاستراتيجي

<ol style="list-style-type: none"> ١. المساهمة في تحسين جودة المنتجات الحرفية اليدوية. ٢. تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للفئات المستفيدة. ٣. إيجاد سوق حرفي عصري في المنطقة الشرقية. ٤. تحسين الوعي المجتمعي نحو الأعمال والمهن الحرفية اليدوية. 	<p>الأثر</p>
<ol style="list-style-type: none"> ١. تأهيل ٣٠ حرفي خلال السنة الأولى. ٢. تقديم أربعة برامج توعوية للصناعة الحرفية. ٣. استقطاب خمسين موهوباً في مجالات الصناعة الحرفية اليدوية. ٤. إنشاء العلامة التجارية للجمعية وخطوط إنتاجها. 	<p>النتائج</p>
<ol style="list-style-type: none"> ١. تقديم البرامج التأهيلية والتطويرية. ٢. تطوير وتسويق منتجات الحرفيين. ٣. تقديم برامج التوعية بالصناعة الحرفية. ٤. تقديم برامج اكتشاف واستقطاب الموهوبين. ٥. تصميم منتجات العلامة التجارية للجمعية. 	<p>المخرجات</p>
<ol style="list-style-type: none"> ١. استكمال المتطلبات النظامية لتأسيس الجمعية. ٢. استقطاب كفاءات وخبرات متخصصة في المجال الحرفي. ٣. عقد شراكات في المجال الحرفي. ٤. توفير مقر ملائم للجمعية، والبنية التحتية للتدريب. ٥. إيجاد مصادر تمويلية للجمعية. 	<p>المدخلات</p>
<ol style="list-style-type: none"> ١. عدم وجود جمعية متخصصة في المجال الحرفي والأسر المنتجة بالمنطقة الشرقية. ٢. اهتمام المؤسسين بالعمل الحرفي والأسر المنتجة. ٣. التحديات التشغيلية التي تواجه الصناعات الحرفية. 	<p>المبررات</p>

رابعاً : تحليل احتياجات الأطراف ذات العلاقة

حارث



رابعاً : تحليل احتياجات الأطراف ذات العلاقة



الموظفون

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> المشاركة في تحقيق أهداف وخطط الجمعية. تنمية الولاء والانتماء للجمعية. 	<ul style="list-style-type: none"> تحسين مستوى الاستقرار الوظيفي. وضع سياسات وإجراءات واضحة في العمل. وضع آليات فاعلة للتحفيز. منح الصلاحيات للموظف. العمل على تحقيق مؤشرات السعادة المؤسسية. تطوير المسار الوظيفي والمهني. تقديم برامج تدريبية تلائم الاحتياج الوظيفي والمهني.

المتطوعون

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> الالتزام بالعمل التطوعي. امتلاك المتطوع للتخصص والمهارات المطلوبة. تقديم العمل التطوعي بكفاءة وفعالية. تفاعل المتطوع مع المنصة الوطنية للتطوع. 	<ul style="list-style-type: none"> وضع آليات لقياس اتجاهاتهم التطوعية. تحديد آليات للعمل التطوعي. توفير بيئة عمل تطوعية ملائمة. استقطاب المستفيدين من البرامج التدريبية. تسجيل الفرص التطوعية والمتطوعين وساعات العمل التطوعي الفعلية.

القطاع الخيري

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> • تبادل الخبرات والبيانات. • المساهمة في استقطاب الحرفيين والكفاءات المتخصصة لخدمة أهداف الجمعية. 	<ul style="list-style-type: none"> • الشفافية والوضوح. • تبادل الممارسات بين الجهات الخيرية. • بيان أهداف الجمعية ومشاريعها. • إقامة الشراكات الفاعلة بين الجهات الخيرية.

المجتمع

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> • المشاركة المجتمعية في الحفاظ على الحرف اليدوية. • الاهتمام بنشر مفاهيم جودة الحرف اليدوية. • دعم الصناعات والمنتجات الحرفية. 	<ul style="list-style-type: none"> • المساهمة في رفع المستوى الاقتصادي للأفراد. • مساندة الحرفيين في اكتساب المهارات. • تطوير الصناعة الحرفية التراثية.

وزارة الموارد البشرية

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> • تقديم الدعم المالي. • تيسير الإجراءات ومتطلبات العمل. 	<ul style="list-style-type: none"> • تطبيق معايير الحوكمة. • الالتزام بتحقيق أهداف الجمعية.

المستفيدون

متطلبات الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> • الالتزام بتطوير المنتجات الحرفية. • الاستفادة من الخدمات والبنية التحتية المقدمة من الجمعية. • التعاون الفعال مع الجمعية. 	<ul style="list-style-type: none"> • التطوير في المجال الحرفي. • تقديم التمويل والدعم المالي. • توفير حاضنات وورش العمل. • دعم استكمال الإجراءات الحكومية. • تسويق منتجات الحرفيين. • توفير منافذ البيع. • توفير الآلات والأدوات الحديثة. • تطوير الابتكارية لمنتجات الأسر المنتجة. • تطوير منتجات الأسر المنتجة. • تطوير آليات التسعير. • تحسين مساهمة المنتجات الحرفية في الاقتصاد المحلي.

الجهات المانحة

متطلبات الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> • تقديم الدعم المادي واستمراريته. • الدعم التطويري والتأهيلي للجمعية. • تبادل الخبرات. 	<ul style="list-style-type: none"> • وضوح أهداف الجمعية. • تحديد احتياجات الجمعية والجهات المستفيدة. • قياس أثر برامج الجمعية المشاريع والمستفيدين. • إبراز إنجازات الجمعية والجهات المتعاونة معها. • إعداد التقارير الدورية عن البرامج. • توثيق الممارسات المؤسسية في التنفيذ.

الأسواق الحرفية

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> التسويق والتعريف بالجمعية وإبراز جهودها. تيسير إجراءات التسويق والبيع. تسريع الإجراءات الحكومية للحرفيين. 	<ul style="list-style-type: none"> تقديم منتجات ذات جودة عالية. تمكين الحرفيين. إيجاد جهات منظمة وقنوات اتصال ما بين الأسواق الحرفية والحرفيين.

الإعلام

متطلبات الجمعية من الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> إبراز جهود الجمعية وفعاليتها في المواقع الإعلامية. الشفافية والمصداقية. مساهمة الاعلام في المسؤولية الاجتماعية. تطوير المنظومة الإعلامية والتسويقية مع الجمعية بالتعاون مع السفراء المؤثرين. التعامل المتوازن مع وظائف التسويق. 	<ul style="list-style-type: none"> الشفافية والمصداقية. تزويد الجهات الإعلامية بالمعلومات والتقارير الكافية.

الجهات التطويرية

متطلبات الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> تحسين جودة المعامل الحرفية. إشراك الحرفيين في المبادرات الحرفية. الاسهام في استدامة الحرف اليدوية وتجديدها وتوريثها. 	<ul style="list-style-type: none"> تقديم دورات تدريبية متخصصة في المجال الحرفي. إيجاد مسارات تدريبية متخصصة في المعاهد المهنية. إعداد بحوث تطويرية في المجال الحرفي. توفير معامل متخصصة في المجال الحرفي. ربط الحرفيين بالمصانع والمعامل المحلية. تأمين المواد الأولية للحرفيين. تطوير تقنيات إعادة تدوير الحرف. إبراز المواد الأولية المحلية في المملكة.

الهيئات العالمية

متطلبات الأطراف ذات العلاقة	متطلبات الأطراف ذات العلاقة من الجمعية
<ul style="list-style-type: none"> دعم الجمعية بالخبرات وأفضل الممارسات. إبراز جهود الجمعية ودورها. عقد لقاءات وورش عمل. تبادل الخبرات مع المتخصصين في الهيئات العالمية. مواءمة الخبرات العالمية وفق الاحتياجات المحلية. 	<ul style="list-style-type: none"> التحديد الواضح لأهداف الجمعية. بيان خطة الجمعية. تحديد قنوات الاتصال. تقديم معلومات متكاملة وواضحة عن الجمعية. توفير فرص عمل في المشاريع المشتركة.

خامساً : مصفوفة مؤشرات الأداء

حارث

خامساً : مصفوفة مؤشرات الأداء

تحسين جودة المنتجات الحرفية		الهدف الاستراتيجي الأول
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. مستوى رضا العملاء عن جودة المنتجات الحرفية. ٢. عدد المنتجات المطورة وفق معايير الجودة	تصميم معايير جودة المنتجات الحرفية.	١
	إعداد دراسة لتقييم مستوى جودة المنتجات المحلية الحرفية.	٢
	ملائمة المنتجات الحرفية مع السوق	٣
	وجود منهجيات علمية لاستثمار الموارد المتاحة للصناعات الحرفية.	٤
	استقطاب الخبراء والباحثين في مجالات تطوير المنتجات الحرفية اليدوية.	٥
	إنشاء معامل لتصميم وتطوير المنتجات الحرفية اليدوية.	٦
	أليات تحفيز وتكريم وتقدير لذوي الأداء المتميز في المجالات ذات العلاقة بالصناعات الحرفية اليدوية. (جائزة حارف)	٧

تقديم برامج تأهيلية للحرفيين والأسر المنتجة		الهدف الاستراتيجي الثاني
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. عدد البرامج التأهيلية للأسر المنتجة ٢. عدد الأسر المنتجة المستفيدة من البرامج	إنشاء قاعدة بيانات متكاملة عن الحرفيين بالمنطقة.	١
	تنفيذ برامج توعوية حقوقية للحرفيين.	٢
	تنفيذ برامج تدريبية لتطوير وتأهيل الحرفيين.	٣
	إيجاد مقر ملائم لتنفيذ برامج التأهيل الحرفي.	٤
	تصميم أدلة وكتيبات متخصصة في التأهيل الحرفي.	٥
	وجود أدلة جدارات ومواصفات للحرفيين والموهوبين.	٦
	منصة التدريب الحرفي.	٧

بناء علامة تجارية بارزة للجمعية		الهدف الاستراتيجي الثالث
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. عدد المشترين لمنتجات "حارف". ٢. عدد منتجات العلامة التجارية.	جودة منتجات العلامة التجارية.	١
	تقديم أسعار تنافسية متوسطة المستوى.	٢
	وجود خطة تسويقية فاعلة للعلامة التجارية.	٣
	تنوع الأسواق المستهدفة للعلامة التجارية.	٤
	مواصفات احترافية للعلامة التجارية.	٥
	وجود مرونة عالية في القنوات التسويقية للعلامة التجارية.	٦
	استهداف قطاع واسع من العملاء.	٧
	الإبداع والابتكارية في العلامة التجارية ومنتجاتها.	٨
	مساهمة العلامة التجارية في تحسين الصورة الذهنية عن الجمعية.	٩

إقامة شركات مجتمعية فاعلة في المجال الحرفي		الهدف الاستراتيجي الرابع
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. عدد عقود الشركات مع الجهات ذات العلاقة.	وضوح آلية ومعايير إقامة الشركات الفاعلة.	١
	قاعدة بيانات واسعة للشركاء المحتملين محلياً وإقليمياً وعالمياً.	٢
	وجود عقود واضحة للشركات.	٣
	وجود وحدة متخصصة للشركات.	٤
	تنوع الشركات في المجال الحرفي.	٥
	فاعلية الشركات المشتركة مع الجهات.	٦
	وجود خطة تسويقية للشركات.	٧
	حضور فاعل للجمعية في الملتقيات ذات العلاقة بالعمل الحرفي.	٨
	مواكبة الجمعية للمستجدات في المجال الحرفي.	٩

تطوير البنية المؤسسية الملائمة لاحتياجات الجمعية		الهدف الاستراتيجي الخامس
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. عدد اللوائح المؤسسية والتنظيمية. ٢. نسبة الالتزام بمعايير الحوكمة.	وجود مقر ملائم لمتطلبات إدارة الجمعية.	١
	وجود أوصاف وظيفية ومهام عمل.	٢
	وجود بيئة عمل تلبي احتياجات العمل في الجمعية.	٣
	إنشاء معمل متكامل لتأهيل الحرفيين. (التدريب - التخزين ... إلخ)	٤
	وجود قاعة متعددة الأغراض لاحتياجات الجمعية.	٥
	وجود لوائح وأدلة إجرائية لعمل الجمعية.	٦
	وجود معايير وخطط لتطبيق نظم التميز والحوكمة.	٧

استقطاب الكفاءات الوظيفية والتطوعية والخبرات المتخصصة		الهدف الاستراتيجي السادس
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
١. نسبة الأداء الوظيفي. ٢. عدد المتطوعين الفاعلين للجمعية. ٣. عدد الخبرات المتخصصة العاملة مع الجمعية.	وجود معايير واضحة للاستقطاب والتوظيف.	١
	تنفيذ خطة برامج تدريبية للكفاءات العاملة في الجمعية.	٢
	استقطاب المدربين ذوي الكفاءة العالية والتميز.	٣
	وجود نظام لإدارة وتقييم الكوادر المتخصصة.	٤
	آلية استقطاب فاعلة للمتطوعين والمهتمين بالمجال الحرفي.	٥
	التعاقد مع المؤسسات المتخصصة في تطوير الكوادر البشرية.	٦
	تفعيل أدوار المتطوعين في الجمعية.	٧
	وجود شراكات مع الجمعيات والمؤسسات التطوعية المتخصصة.	٨
	مواكبة الجمعية للمستجدات في المجال الحرفي.	٩

إيجاد موارد مالية متنوعة ومتنامية		الهدف الاستراتيجي السابع
مؤشرات الأداء	عوامل النجاح	م
ا. مجموع الإيرادات المالية السنوية للجمعية.	استقطاب المتبرعين الأفراد.	١
	النمو في عضوات الجمعية.	٢
	وجود صناديق استثمارية ذات عوائد مجزية.	٣
	وجود أوقاف خيرية للجمعية.	٤
	شراكات مع المؤسسات المانحة وشركات المسؤولية الاجتماعية.	٥
	الاستفادة من المبادرات لدعم القطاع الخيري.	٦
	وجود موارد مالية من القنوات التسويقية والبيعية لمنتجات وخدمات الجمعية.	٧
	تقديم برامج وخدمات تأهيلية مدفوعة.	٨
	استثمار الفرص المتاحة في المجال الحرفي.	٩
	قدرة الجمعية على تلبية احتياجاتها في المدى الزمني القصير والمتوسط.	١٠

سادساً : بطاقات الأداء

حارث

سادساً: بطاقات الأداء

الهدف الاستراتيجي الأول: تحسين جودة المنتجات الحرفية					
مؤشر الأداء	عدد منتجات الحرفيين المطورة وفق معايير الجودة	رقم المؤشر	1A	الإدارة	
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب عدد المنتجات المطورة فعلياً.				
مصدر البيانات	تقارير تطوير المنتجات		جامع البيانات		
المستهدف	للدراة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	إعداد دليل جودة المنتجات الحرفية.				
٢	إعداد وتنفيذ آلية منهجية لتطوير منتجات الحرفيين وفق معايير الجودة.				

الهدف الاستراتيجي الأول: تحسين جودة المنتجات الحرفية					
مؤشر الأداء	مستوى رضا العملاء عن جودة المنتجات الحرفية		رقم المؤشر	2A	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	متوسط حساب نتائج معايير رضا العملاء.				
مصدر البيانات	دراسات ميدانية لقياس رضا العملاء		جامع البيانات		
المستهدف	للدراصة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	تنفيذ برامج توعوية وتدريبية على معايير الجودة للحرفيين.				
٢	إعداد دراسة منهجية لقياس مستويات رضا العملاء عن جودة المنتجات الحرفية.				

الهدف الاستراتيجي الثاني: تقديم برامج تأهيلية للحرفيين والأسر المنتجة						
مؤشر الأداء	عدد البرامج التأهيلية المنفذة للأسر المنتجة		رقم المؤشر	1B	الإدارة	
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين		
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل	
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج			
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي		
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للبرامج المنفذة.					
مصدر البيانات	تقارير تنفيذ البرامج التأهيلية.		جامع البيانات			
المستهدف	للدراصة		خط الأساس			
م	المبادرات التنفيذية					
١	إعداد منهجية تصميم وتنفيذ وقياس البرامج التأهيلية والتدريبية.					
٢	إعداد دراسة احتياج تدريبي للبرامج التأهيلية للأسر المنتجة.					
٣	إعداد وتنفيذ خطة تأهيلية وتدريبية سنوية للأسر المنتجة.					

الهدف الاستراتيجي الثاني: تقديم برامج تأهيلية للحرفيين والأسر المنتجة						
مؤشر الأداء	عدد الأسر المنتجة المستفيدة من البرامج التأهيلية		رقم المؤشر	2B	الإدارة	
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين		
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل	
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج			
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي		
طريقة حساب المؤشر	حساب مجموع الأعداد الفعلية المشاركة في البرامج التأهيلية.					
مصدر البيانات	تقارير تنفيذ البرامج التأهيلية.		جامع البيانات			
المستهدف			خط الأساس			
م	المبادرات التنفيذية					
ا	تطوير وتنفيذ آلية حوافز فاعلة لاستقطاب الأسر المنتجة للمشاركة في البرامج التأهيلية.					

الهدف الاستراتيجي الثالث: بناء علامة تجارية بارزة للجمعية				
مؤشر الأداء	عدد منتجات العلامة التجارية	رقم المؤشر	3A	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج	
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للمنتجات المسجلة.			
مصدر البيانات	شهادات التسجيل		جامع البيانات	
المستهدف	للدراصة		خط الأساس	
م	المبادرات التنفيذية			
١	إعداد دليل هوية العلامة التجارية لحارف ومنتجاتها.			
٢	إعداد الدليل الفني لمعايير منتجات العلامة التجارية لحارف.			
٣	إعداد وتنفيذ الخطة السنوية لتطوير وتقديم منتجات العلامة التجارية لحارف.			

الهدف الاستراتيجي الثالث: بناء علامة تجارية بارزة للجمعية					
مؤشر الأداء	عدد المشتريين لمنتجات حارف	رقم المؤشر	3B	الإدارة	
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للمشتريين لمنتجات العلامة التجارية.				
مصدر البيانات	تقارير المبيعات		جامع البيانات		
المستهدف	للدراصة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	إعداد وتنفيذ برنامج تسويقي سنوي للعلامة التجارية ومنتجاتها.				
٢	إنشاء منصة إلكترونية لتسويق المنتجات والخدمات وبيعها.				

الهدف الاستراتيجي الرابع: إقامة شراكات مجتمعية فاعلة في المجال الحرفي					
مؤشر الأداء	عدد عقود الشراكات مع الجهات ذات العلاقة		رقم المؤشر	4A	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب عدد عقود الشراكات المعتمدة.				
مصدر البيانات	تقارير الشراكات		جامع البيانات		
المستهدف	للدراة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	إعداد دليل سياسات وإجراءات إدارة شراكات حارف.				
٢	تنفيذ برنامج الشراكات المجتمعية.				

الهدف الاستراتيجي الخامس: تطوير البنية المؤسسية الملائمة لاحتياجات الجمعية					
مؤشر الأداء	عدد اللوائح المؤسسية المطورة		رقم المؤشر	5A	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للوائح المطورة				
مصدر البيانات	تقارير الجودة.		جامع البيانات		
المستهدف	للدراصة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	إعداد المخطط التطويري للوائح المؤسسية للجمعية وفق احتياجاتها.				
٢	إعداد دليل إجراءات العمل للجمعية.				
٣	إعداد دليل الجودة في الجمعية.				
٤	تطوير النظام التقني للجمعية.				

الهدف الاستراتيجي الخامس: تطوير البنية المؤسسية الملائمة لاحتياجات الجمعية				
مؤشر الأداء	نسبة الالتزام بمعايير الحوكمة	رقم المؤشر	5B	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج	
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي
طريقة حساب المؤشر	حساب مجموع مؤشرات تحقيق معايير الحوكمة.			
مصدر البيانات	تقارير الجودة.			
المستهدف	لدراسة			
م	المبادرات التنفيذية			
ا	إعداد دليل الحوكمة للجمعية، وتفعيله وفق معايير مكي.			

الهدف الاستراتيجي السادس: استقطاب الكفاءات الوظيفية والتطوعية والخبرات المتخصصة				
مؤشر الأداء	نسبة الأداء الوظيفي	رقم المؤشر	6A	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج	
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي
طريقة حساب المؤشر	متوسط معايير تقييم الأداء الوظيفي للعاملين في الجمعية.			
مصدر البيانات	تقارير		جامع البيانات	
المستهدف			خط الأساس	
م	المبادرات التنفيذية			
١	إعداد وتفعيل دليل إدارة وتقييم الأداء الوظيفي للعاملين في الجمعية.			
٢	تنفيذ خطة تدريبية سنوية للكفاءات الوظيفية في الجمعية.			



الهدف الاستراتيجي السادس: استقطاب الكفاءات الوظيفية والتطوعية والخبرات المتخصصة					
مؤشر الأداء	عدد المتطوعين الفاعلين في الجمعية		رقم المؤشر	6B	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للمتطوعين الذين شغلوا الفرص التطوعية بالجمعية.				
مصدر البيانات	تقارير التطوع		جامع البيانات		
المستهدف	للدراصة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	تأسيس وحدة التطوع بالجمعية وفق المعيار الوطني لوحدات العمل التطوعي.				
٢	تنفيذ خطة اتصال لاستقطاب الكفاءات التطوعية.				



الهدف الاستراتيجي السادس: استقطاب الكفاءات الوظيفية والتطوعية والخبرات المتخصصة					
مؤشر الأداء	عدد الخبرات المتخصصة في المجال الحرفي والعاملة مع الجمعية	رقم المؤشر	6C	الإدارة	
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب العدد الفعلي للخبرات المتخصصة والتي شاركت في تنفيذ برامج وأنشطة الجمعية.				
مصدر البيانات	تقارير التطوع		جامع البيانات		
المستهدف	للدراة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	بناء قاعدة بيانات كاملة للخبرات المتخصصة في المجال الحرفي.				
٢	تنفيذ خطة اتصال لاستقطاب الخبرات المتخصصة.				

الهدف الاستراتيجي السابع: إيجاد موارد مالية متنوعة ومتنامية					
مؤشر الأداء	مجموع الإيرادات المالية السنوية للجمعية			رقم المؤشر	الإدارة
المحور	الاستدامة	الممكنات	العمليات	المستفيدين	
نوع الوحدة	كمي	نوعي	الاتجاه	قيم أعلى	قيم أقل
نوع المؤشر	مدخلات	مخرجات	نتائج		
دورية القياس	شهري	ربع سنوي	نصف سنوي	سنوي	
طريقة حساب المؤشر	حساب مجموع الإيرادات المالية المتحققة من المصادر المتنوعة				
مصدر البيانات	تقارير المالية		جامع البيانات		
المستهدف	للدراصة		خط الأساس		
م	المبادرات التنفيذية				
١	إعداد دليل تعريفي لحارف.				
٢	إعداد وتنفيذ خطة تسويقية لتنمية الإيرادات المالية للجمعية من مصادر الدعم المحتملة.				
٣	إعداد وتنفيذ خطة سنوية لإقامة فعاليات دورية لمنتجات "حارف" والحرفيين.				
٤	إنشاء لجنة استشارية للاستثمار وتنمية الموارد المالية.				

بناء الطاقات
بناء الطاقات

مؤسسة
الملك خالد
KING KHALID
FOUNDATION



تنفيذ مجموعة بناء الطاقات
بدعم من مؤسسة الملك خالد
2020 م - 1442 هـ

