



الخطة الإستراتيجية

لجمعية البر الخيرية بمركز السرح

(٢٠٢٣م - ٢٠٢٤م - ٢٠٢٥م - ٢٠٢٦م)



الحمد لله وكفى، والصلاة والسلام على عبده المصطفى، نبينا محمدٍ وعلى آله وصحبه ومن اقتفى.. وبعد:

إن وضوح الرؤية المستقبلية والتخطيط الاستراتيجي العلمي أساس نجاح العمل المؤسسي، وفي حال كان هذا العمل اجتماعياً خيراً كما في جمعية البر الخيرية بمركز السرح فإن الاهتمام بجانب التخطيط الاستراتيجي يجب أن يتم بأفضل ما يمكن؛ لتحقيق متطلبات مستفيدي مركز السرح بشكلٍ خاص، والإسهام في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ لمتطلبات التنمية الاجتماعية بشكلٍ عام.

وتأتي هذه الخطة الاستراتيجية لجمعية البر الخيرية بمركز السرح لوضع الأهداف والسياسات، وتحديد الإجراءات، وإعداد الميزانيات التخطيطية، ووضع برامج العمل والجدول الزمنية الخاصة بالتنفيذ؛ ومن هذا المنطلق تم وضع هذه الخطة للأعوام (٢٠٢٣م — ٢٠٢٦م) للعمل على تحقيقها بمشيئة الله تعالى.



الرؤية: التميز والريادة في العمل الخيري .

الرسالة: مساعدة واعانة المستفيدين من خلال تقديم مختلف المشاريع والأنشطة التي تسهم في تطوير الخدمة والرقي بها .

القيم: (١) الشفافية.

(٢) الخصوصية.

(٣) المساواة.

(٤) النزاهة.

(٥) روح التعاون.

(٦) الالتزام.

(٧) المبادرة.



فريق العمل

أولاً: اللجنة الإدارية: وتضم كلاً من:

- ١) عبدالغني علي احمد (رئيساً)
- ٢) علي فاضل علي (نائباً للرئيس)
- ٣) محمد صالح سعيد (عضو)
- ٤) علي يحي (عضو)

ثانياً: لجنة البحث : وتضم كلاً من:

- ١) عبدالغني علي احمد (رئيساً)
- ٢) علي يحي علي عضو
- ٣) خالد عبدالله عوض (عضو)
- ٤) مها عبدالرحمن (عضو)

ثالثاً: لجنة مالية : وتضم كلاً من:

- ١) عبدالغني علي احمد (رئيساً)
- ٢) حسن صالح حسن (عضو)
- ٣) محمد سعيد حمدان (عضو)



تحليل بيئة العمل (SWOT)

نقاط الضعف	نقاط القوة
<p>(١) ضعف موارد الجمعية المستدامة.</p> <p>(٢) ضعف الجانب الإعلامي في إبراز دور الجمعية ومهامها.</p> <p>(٣) عدم تملك مبنى خاص للجمعية.</p>	<p>(١) حوكمة سياسات وأدلة ولوائح وقرارات العمل.</p> <p>(٢) الانسجام والتناغم بين إدارة الجمعية ومجلس الإدارة.</p> <p>(٣) توفر أنظمة وبرامج إلكترونية لتسهيل العمل.</p> <p>(٤) الدقة في إجراءات المعاملات المالية.</p>
التحديات	الفرص
<p>(١) الهجرة من المنطقة؛ مما يقلل من فرص الدعم.</p> <p>(٢) التأثيرات الاقتصادية.</p> <p>(٣) ضعف التسويق لدعم برامج الجمعية واحتياجات المستفيدين.</p> <p>(٤) ضعف دعم الوزارة لبرامج الجمعية.</p> <p>(٥) ضعف دعم الجهات المشرفة على الجمعية في تقديم البرامج التطويرية.</p>	<p>(١) توفر بعض جهات ومنصات الدعم.</p> <p>(٢) تفعيل دور الشراكة المجتمعية.</p> <p>(٣) استثمار المناسبات والاجتماعات ووسائل التواصل الاجتماعي في التعريف بدور الجمعية ومهامها.</p> <p>(٤) إمكانية خلق فرص تطوعية لدعم الجمعية في تنفيذ العديد من برامجها وخططها.</p>



الأهداف الاستراتيجية

- ١) تحقيق موارد مالية متنامية ومستدامة.
- ٢) تعزيز ثقافة الادخار والوعي المالي للمستفيدين.
- ٣) تأهيل المستفيدين للاكتفاء الذاتي.
- ٤) تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية.
- ٥) تطوير منظومة العلاقات العامة والإعلام.



تحقيق موارد مالية متنامية ومستدامة.			الهدف الاستراتيجي	
مؤشر الإنجاز	المشروع أو البرنامج		الأهداف الفرعية	
مبنى للجمعية على الأقل	إنشاء وحدات تجارية وسكنية على أرض الجمعية	١	استثمار أرض الجمعية	١
تحقيق (٥٠) دعم	طلب الدعم من الداعمين المحليين ومنصات الدعم المتوفرة	٢	الاستفادة من الداعمين المحليين ومنصات الدعم المتوفرة.	٢
توقيع عقود شراكات مع (٤) جمعيات خيرية	شراكات مع جمعيات خيرية	٣	إقامة شراكات متنوعة وفعالة.	٣
منشورًا تسويقيًا ل (٥) برامج	منشورات تسويقية متنوعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	٤	التسويق باحتراف لدعم برامج الجمعية وخطتها.	٤



تعزيز ثقافة الادخار والوعي المالي للمستفيدين.			الهدف الاستراتيجي
مؤشر الإنجاز	المشروع أو البرنامج	الأهداف الفرعية	
تنفيذ (٥) دورات تدريبية حول ثقافة الادخار والوعي المالي	دورات تدريبية للمستفيدين حول ثقافة الادخار والوعي المالي	١	إقامة دورات تدريبية للمستفيدين حول ثقافة الادخار والوعي المالي.

تأهيل المستفيدين للاكتفاء الذاتي			الهدف الاستراتيجي
مؤشر الإنجاز	المشروع أو البرنامج	الأهداف الفرعية	
تأهيل (١٠) أسر للاكتفاء الذاتي	تأهيل المستفيدين للاكتفاء الذاتي	١	تأهيل بعض أسر المستفيدين من الحاجة إلى الاكتفاء الذاتي.



تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية.			الهدف الاستراتيجي	
مؤشر الإنجاز	المشروع أو البرنامج		الأهداف الفرعية	
توظيف باحثين، وباحثتين	توظيف باحثين/ باحثات يصلون للمستفيدين في بيوتهم.	١	استثمار المناسبات والاجتماعات ووسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية.	١
(١٠) فرص تطوعية لأفراد المجتمع	إيجاد فرص تطوعية لأفراد المجتمع لدعم الجمعية في تنفيذ برامجها وخططها.	٢		



تطوير منظومة العلاقات العامة والإعلام.			الهدف الاستراتيجي	
مؤشر الإنجاز	المشروع أو البرنامج		الأهداف الفرعية	
تنفيذ دورتين حول العلاقات العامة والإعلام	دورات تطويرية حول العلاقات العامة والإعلام	١	التحاق لجنة العلاقات العامة والإعلام بدورات تخصصية في مجال عملهم.	١
(٢٠) تفاعل سنوياً على وسائل التواصل الاجتماعي	تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي	٢	تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة بكفاءة وفعالية.	٢

الاعتماد:-

اعتمد مجلس إدارة الجمعية دليل السياسات والإجراءات المالية والمحاسبية في الاجتماع السادس بتاريخ ٢٠٢٣/١٠/٠٤ م للدورة الخامسة للمجلس

