



الخطة التشغيلية

جمعية خدمات الشباب بالسليل

2021 - 2022

الخطة التشغيلية للعام ٢٠٢١-٢٠٢٢

تعمل الخطط التشغيلية كأداة تحريك أساسية للمؤسسات للسير بها نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية التي رسمتها، وتأتي في عملية التخطيط كمحطة تشترك فيها كل الأدوات المساعدة للسير بالمؤسسة نحو الطريق السليم الصحيح.

تتكون الخطط التشغيلية من عدد من البنود الرئيسية ومن أهمها:

١) (لاجراءات ٢) (المنفذين ٣) (الزمن ٤) المبادرات والبرامج والمشاريع (٥) المؤشرات وتهدف الخطط التشغيلية لتحديد الأهداف الإجرائية التي تحقق الأهداف الاستراتيجية بمؤشرات وزمن واضح، وكذلك توضح الخطة التشغيلية مدى القدرة التي تمتلكها المؤسسات لتحقيق تلك الأهداف وتبين الاحتياجات والموارد التي تحقق ذلك. عند تنفيذ الخطة التشغيلية ينبغي التنبه للتالي:

١. رسم الخطة الزمنية بشكل متوزي بحيث يتم تحقيق المؤشرات مع كل ربع سنوي
٢. الاجتماعات الدورية لمتابعة تحقيق المؤشرات
٣. إشراك فريق العمل بشكل متوازي بحيث تتوزع المهام والأهداف فيما بينهم بحسب الاختصاص
٤. أن تكون المشاريع والمبادرات الدورية مرتبطة بشكل مباشر للإدارة المعنية ويتم تفويض صلاحيتهم التنفيذية بالكامل على أن تتحقق المؤشرات المرجوة منها
٥. توزيع الأهداف الإجرائية بشكل متسلسل زمنياً لتحقيق المؤشرات المطلوبة
٦. رفع التقارير الدورية من قبل الإدارات المعنية للإدارة العليا حتى تتحقق المؤشرات بشكل ربع سنوي
٧. تكاتف الإدارات فيما بينها جميعاً لتحقيق المؤشرات وإن لم يكونوا ملاكاً للمؤشر أو المبادرة
٨. مراجعة المؤشرات كل ربع سنة وتغييره في حال كانت المؤشرات غير منطقية سواء كانت صعبة أو سهلة التحقيق

الهدف الاستراتيجي: تعزيز ثقة الشباب بأنفسهم وصقل مواهبهم

الهدف التشغيلي: صناعة ٤ منتجات إعلامية ونشرها للمستفيدين

مؤشرات التحقيق: الوصول ٨٠٠٠ مستفيد من الشباب

مالك المؤشر: إدارة البرامج والمبادرات

الأهداف الإجرائية	التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ	المساندة
ورشة عمل لبناء أفكار إعلامية مبتكرة		الربع الأول	٨ أفكار إعلامية	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تحديد ٤ منتجات كبرى وبناء ملفاتها التسويقية		الربع الأول	ملف تسويقي يستهدف الداعمين	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ١		الربع الأول	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ١		الربع الثاني	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٢		الربع الثاني	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٢		الربع الثاني	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٣		الربع الثالث	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٣		الربع الثالث	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٤		الربع الرابع	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٤		الربع الرابع	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تحديد مبادرات ٢٠٢١ الإعلامية		الربع الرابع	عدد ١٢ مبادرة	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة

الهدف الاستراتيجي: بناء المبادرات والملتقيات الشبابية والمجتمعية النوعية

الهدف التشغيلي: تنفيذ 3 مبادرات جماهيرية تستهدف الشباب

مؤشرات التحقيق: تنفيذ 3 مبادرات جماهيرية + استهداف 1500 شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

مسؤولية التنفيذ		مؤشرات الأداء	فترة التنفيذ	التكاليف	الأهداف الإجرائية
المساندة	الأساسية				
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	عدد 6 مبادرات جماهيرية	الربع الأول		ورشة عمل بناء المبادرات
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	3 مبادرات منمجة	الربع الأول		نمذجة المبادرات
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	3 خطط تسويقية للمبادرات للدعم	الربع الأول		تحديد 3 مبادرات وتجهيز ملفها التسويقي
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع اتفاقيات	الربع الأول		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 1
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الأول		تنفيذ المبادرة 1 + توثيقها ونشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع الاتفاقيات	الربع الأول		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 2
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	الربع الثاني		قياس أثر المبادرة 1
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الثاني		تنفيذ المبادرة 2 + توثيقها + نشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع الاتفاقيات	الربع الثاني		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 3
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	الربع الثالث		قياس أثر المبادرة 2
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الثالث		تنفيذ المبادرة 3 + توثيقها + نشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	الربع الثالث		قياس أثر المبادرة 3
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	نمذجة المبادرات المعتمدة	الربع الرابع		اعتماد مبادرات 2021

الهدف الاستراتيجي: بناء المبادرات والملتقيات الشبابية والمجتمعية النوعية

الهدف التشغيلي: تنفيذ 3 مبادرات شبابية

مؤشرات التحقيق: تنفيذ 3 مبادرات شبابية + استهداف 600 شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

مسؤولية التنفيذ		مؤشرات الأداء	فترة التنفيذ	التكاليف	الأهداف الإجرائية
المساندة	الأساسية				
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	عدد 6 مبادرات شبابية	الربع الأول		ورشة عمل بناء المبادرات
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	3 مبادرات منمذجه	الربع الأول		نمذجة المبادرات
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	3 خطط تسويقية للمبادرات للدعم	الربع الأول		تحديد 3 مبادرات وتجهيز ملفها التسويقي
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع اتفاقيات	الربع الأول		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 1
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الأول		تنفيذ المبادرة 1 + توثيقها ونشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع الاتفاقيات	الربع الأول		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 2
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	الربع الثاني		قياس أثر المبادرة 1
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الثاني		تنفيذ المبادرة 2 + توثيقها + نشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	توقيع الاتفاقيات	الربع الثاني		إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة 3
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	الربع الثالث		قياس أثر المبادرة 2
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	الربع الثالث		تنفيذ المبادرة 3 + توثيقها + نشرها إعلاميا
إدارة العلاقات العامة	إدارة البرامج	نمذجة المبادرات المعتمدة	الربع الرابع		اعتماد مبادرات 2021

الهدف الاستراتيجي: صناعة البيئات الترفيهية

الهدف التشغيلي: بناء دراسة لمحضر ترفيهي شبابي وتصميم ملفه التسويقي

مؤشرات التحقيق: دراسة جدوى وملفها التسويقي

مالك المؤشر:

مسؤولية التنفيذ		مؤشرات الأداء	فترة التنفيذ	التكاليف	الأهداف الإجرائية
المساعدة	الأساسية				
مشرف الجودة والحوكمة	المدير التنفيذي	كراسة شروط ومواصفات محكمة	الربع الأول		التعاقد مع مستشار لكتابة مواصفات كتابة دراسة الجدوى (كراسة الشروط والمواصفات)
إدارة التسويق والشراكات	مشرف الجودة والحوكمة	ملف بالجهات المتميزة ذات العلاقة	الربع الأول		البحث عن جهة تنفيذ لدراسة الجدوى
إدارة التسويق والشراكات	مشرف الجودة والحوكمة	ملف الدراسة الفنية	الربع الأول		دراسة فنية ومالية لتنفيذ الحاضنة
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	حفل إطلاق المبادرة	الربع الأول		توقيع اتفاقية تنفيذ دراسة الجدوى
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	ملف المقارنة والمرجعية وتطلعات أصحاب المصلحة	الربع الثاني		تحليل الواقع من خلال المقارنات المرجعية + تطلعات أصحاب المصلحة
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	استراتيجية متكاملة	الربع الثالث		بناء استراتيجية الحاضنة
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	الموازنة المالية	الربع الثالث		بناء الموازنة التأسيسية والتشغيلية
مشرف الجودة والحوكمة	المدير التنفيذي	تحكيم الدراسة	الربع الرابع		اعتماد الدراسة
إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات	خطة الحملة التسويقية	الربع الرابع		تسويق المبادرة والبحث عن الداعمين

الهدف الاستراتيجي: إعداد القيادات المجتمعية

الهدف التشغيلي: بناء دليل القيادات الواعدة + تنفيذ مرحلة الانتقاء والاختيار

مؤشرات التحقيق: دليل عملي لتنفيذ البرنامج + انتقاء ١٠٠ شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ
					الأساسية المساندة
التعاقد مع مستشار لبناء الشروط والمواصفات			الربع الثاني	كراسة الشروط والمواصفات	مشرف الجودة والحوكمة
البحث عن الجهات ذات العلاقة وإرسال الكراسات لها			الربع الثاني	لائحة بالجهات الراغبة بالتعاقد	مشرف الجودة والحوكمة
التعاقد مع جهة متخصصة بالقيادات			الربع الثالث	حفل إطلاق المشروع	مشرف الجودة والحوكمة
بناء خطة العمل لبناء دليل القيادات الواعدة			الربع الثالث	خطة عمل	إدارة البرامج
تحديد المستهدفين من الشباب وفق معايير الانتقاء المحددة بالدليل			الربع الرابع	عدد ١٠٠٠ من المستهدفين	مشرف الجودة والحوكمة
إرسال استمارة الانضمام للبرنامج			الربع الرابع	إرسال الاستمارة لـ ١٠٠٠ شاب	مشرف الجودة والحوكمة
تحليل نتيجة الاستمارة وتطبيق المعايير			الربع الرابع	تقرير تحليل الاستمارة	مشرف الجودة والحوكمة
مقابلة المستهدفين المنطبقة عليهم معايير الاختيار			الربع الرابع	تقرير نتيجة المقابلات	مشرف الجودة والحوكمة
اختيار ١٠٠ شاب وفق معايير الانتقاء			الربع الرابع	تقرير المنطبقة عليهم المعايير	مشرف الجودة والحوكمة

الهدف الاستراتيجي: تحقيق الاستدامة المالية للأنشطة الشبابية

الهدف التشغيلي: بناء دراسة جدوى الوقف والملف التسويقي للداعمين والمانحين

مؤشرات التحقيق: ملف بدراسة جدوى الوقف وخطته التسويقية

مالك المؤشر: المدير التنفيذي

مسؤولية التنفيذ		مؤشرات الأداء	فترة التنفيذ	التكاليف	الأهداف الإجرائية
المساندة	الأساسية				
مشرف الجودة والحوكمة	المدير التنفيذي	كراسة شروط ومواصفات محكمة	الربع الأول		كتابة مواصفات كتابة دراسة الجدوى (كراسة الشروط والمواصفات)
إدارة التسويق والشراكات	مشرف الجودة والحوكمة	ملف بالجهات المتميزة ذات العلاقة	الربع الأول		البحث عن جهة تنفيذ لدراسة الجدوى
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	حفل إطلاق المبادرة	الربع الأول		توقيع اتفاقية تنفيذ دراسة الجدوى
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	خطة الحملة التسويقية+ مؤشرات الدعم	الربع الثاني		بناء خطة الدعم للوقف وتحديد المستهدفين من الداعمين وبناء مؤشرات الدعم للوقف خلال عام ٢٠٢٠
إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج	ملف الداعمين	الربع الثاني		بناء الملف التسويقي للداعمين والبدء بإرساله لهم
إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات	إرسال الملف للداعمين	الربع الثالث		تسويق الملف والبحث عن الداعمين
إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات	تحديد الداعمين منهم والمحتملين	الربع الثالث		متابعة التواصل مع الداعمين
مشرف الجودة والحوكمة	المدير التنفيذي	تحقيق مؤشرات الدعم والمستهدفات	الربع الرابع		تقرير مؤشرات الدعم والمستهدفات

الخطة التشغيلية

جمعية خدمات الشباب بالسلييل

2021 - 2022

DESIGN

RESEARCH



جمعية خدمات
الشباب بالسلييل

 ShababSul  WWW.YSA.SA
 جمعية خدمات الشباب بالسلييل  Shabsb.Sul@ysa.sa
  Shabab.sul  +966 557600983