جمعية عناية بالمسلمين الجدد
NEW MUSLIMS CARE ASSOCIATION

تحت إشراف المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي

رقم التسجيل ٣٢٦

تقرير الأداء الاستراتيجي

للعام ٢٠٢٤م

الملخص التنفيذي:

لما للعناية بالمسلم الجديد من الأهمية حيث تقوم مكاتب دعوة الجاليات بدعوة الجموع الغفيرة من الجنسيات المختلفة التي وفدت إلى هذه البلاد . حفظها الله . والتي دخل الإسلام منهم عدد يفوق الآلاف ولله الحمد، ولكن الكثير منهم تبقى حاجته لتعلم ما يحتاجه من أمور دينه وما يجعلهم بإذن الله ثابتين عليه داعين إليه بما تعلموه ودرسوه

حيث تقوم الجمعية بواجباتها بالدعوة إلى الله وتعليم المسلمين الجدد ما يتوجب أن يعرفوه عن دينهم من خلال الدروس التي تقام في الجمعية ونشر التوعية الدينية عبر المنصات الالكترونية ووسائل التواصل الحديثة بالمحتوى المرئي والصوتي والمقروء للمسلمين وغير المسلمين للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجاليات المستهدفة الذين لا يمكنهم الحضور إلى مقر الجمعية عبر وسائل التقنية الحديثة وذلك لرفع الوعي الديني ومحاربة البدع ونشر العقيدة الصحيحة.

خلال عام 2024م حرصت الجمعية أن تقوم بتنفيذ العديد من المبادرات والمشاريع التي تسهم في تحقيق أهداف خطتها الاستراتيجية، وقد نتج عن ذلك أن بلغت النسبة المتوسطة لإنجاز مناظير بطاقة الأداء المتوازن (95%)، وفي التفصيل تحققت المناظير على النحو التالي:

- محور العملاء:

يسهم هذا المحور في إبراز مدى رضا مستفيدي الجمعية وقد بلغ متوسط الإنجاز (92%)

وهذا المنظور مخصص لقياس مدى تحقق الأهداف الاستراتيجية التالية:

١. تعليم المسلمين أصول دينهم وتعميق روابط الأخوة فيما بينهم (100%).
٢. دعوة غير المسلمين للدخول في الإسلام، وتعريفهم به، وبيان محاسنه لهم (100%).
٣. نشر العلم النافع، وتبصير المسلمين بأمور دينهم عقيدة وعبادة معاملة واخلاقا (100%).
٤. تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام ورد الشبهات المثارة عليه (94%)
٥. استخدام التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى، ونشر العلم الشرعي (85%)

- المحور المالي:

منظور المحور المالي يقيس مدى تحقق هدف الاستدامة المالية، وقد أظهرت النتائج أن هذا المحور تحقق بنسبة (25%) وتعتبر هذه النسبة متدنية جداً مقارنة لما هو مخطط له.

- العمليات الداخلية:

خمسة من الأهداف الاستراتيجية لها دورها في تحقيق هذا المحور، وحيث أنها تحققت بنسب متفاوتة فقد أظهرت النتائج أن متوسط الإنجاز لمحور العمليات الداخلية بلغت (61%)

نسب تحقق الأهداف الاستراتيجية:

١. تطوير المنظومة الإعلامية في الجمعية (79%)
٢. بناء صورة فاعلة للجمعية في المجتمع (77%)
٣. تعليم المسلم الجديد (100%)
٤. بناء شراكات استراتيجية فاعلة (20%)
٥. تحقيق التميز المؤسسي (30%)

- محور التعلم والنمو:

بلغت نسبة تحقق هذا المنظور (90%) وتمثله الأهداف الاستراتيجية التالية:

١. بناء المهارات والمعارف المطلوبة لدى فريق العمل (100%)
٢. بناء بيئة عمل تقنية ومهنية ومحفزة (80%)

بناءً على ذلك فإن نسبة الانحراف في تحقق الأهداف الاستراتيجية بلغت (28%)، وبالتالي فإن الجمعية يتوجب عليها العمل على معالجة مسببات الانحراف حيث يعد أبرزها ما يتعلق بكل من المحور المالي ومحور العمليات الداخلية.

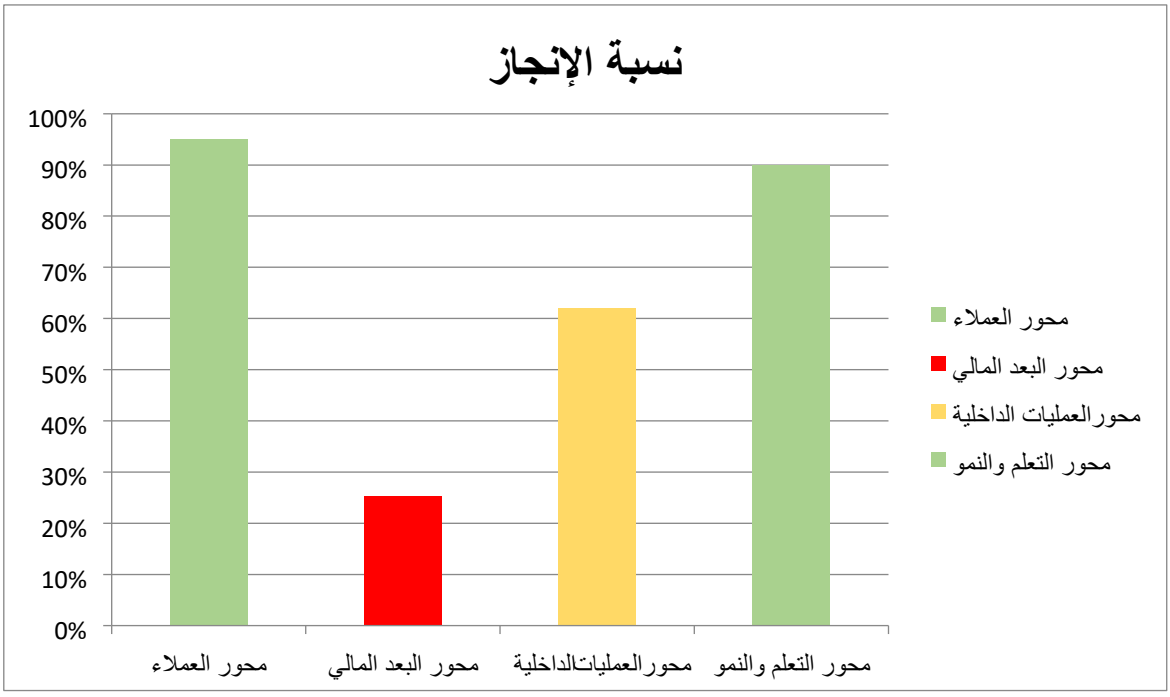
والله ولي التوفيق،،،

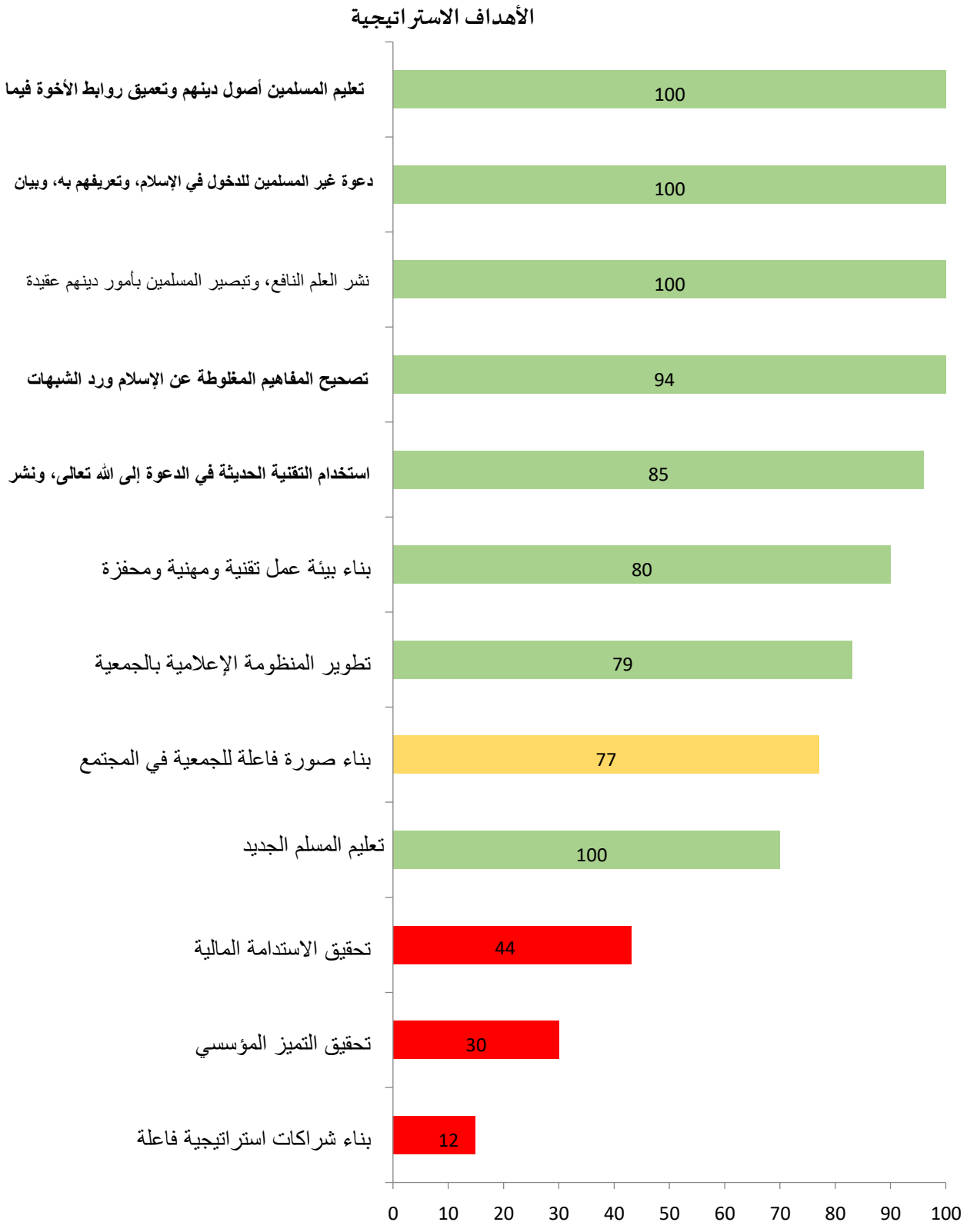
ملخص التقييم حسب مناظير بطاقة الأداء المتوازن:

دلالة الألوان في التقرير

أداء متميز يفوق 80%　　أداء متوسط أعلى من 60%　　أداء منخفض أقل من 60%

المنظور	نسبة الإنجاز
محور العملاء	%92
محور البعد المالي	%25
محور العمليات الداخلية	%61
محور التعلم والنمو	%90
متوسط الإنجاز	%62

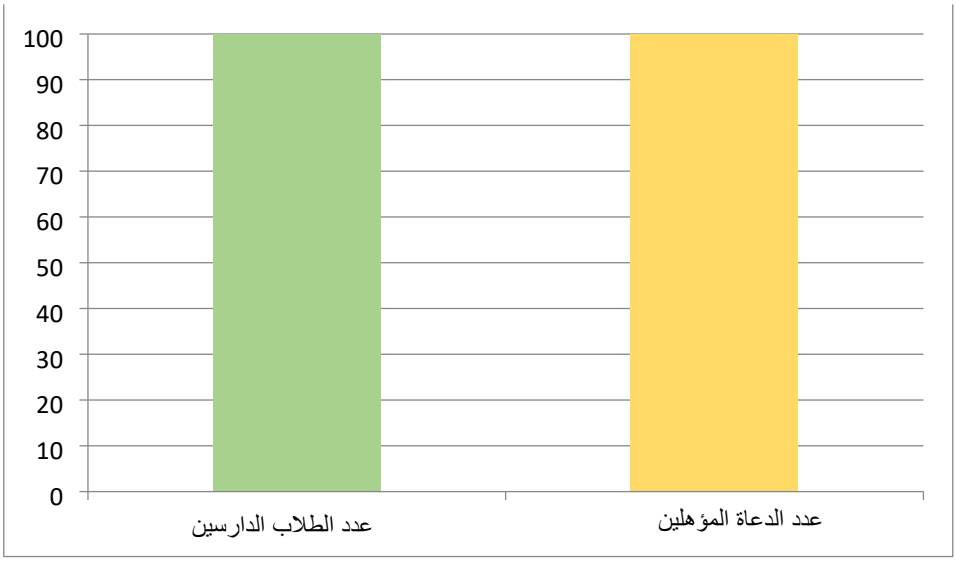



الأهداف الاستراتيجية
تعليم المسلمين أصول دينهم وتعميق روابط الأخوة فيما
100
دعوة غير المسلمين للدخول في الإسلام، وتعريفهم به، وبيان
100
نشر العلم النافع، وتبصير المسلمين بأمور دينهم عقيدة
100
تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام ورد الشبهات
94
استخدام التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى، ونشر
85
بناء بيئة عمل تقنية ومهنية ومحفزة
80
تطوير المنظومة الإعلامية بالجمعية
79
بناء صورة فاعلة للجمعية في المجتمع
77
تعليم المسلم الجديد
100
تحقيق الاستدامة المالية
44
تحقيق التميز المؤسسي
30
بناء شراكات استراتيجية فاعلة
12
0
10
20
30
40
50
60
70
80
90
100

محور العملاء

المحور: العملاء

الهدف: ع1: تعليم المسلمين أصول دينهم وتعميق رو ابط الأخوة فيما بينهم



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ع 1-1 عدد الطلاب المستهدفين	201	201	%100
ع 1-1 عدد الدعاة المؤهلين للدعوة	15	15	%100

التحليل:

- تم تنفيذ البرنامج التعليمي للمسلم الجديد والذي يتكون من ثلاث مستويات كل مستوى ثلاثة أشهروتم اختيار(١٥) طالب متميزلبرنامج تأهيل الدعاة

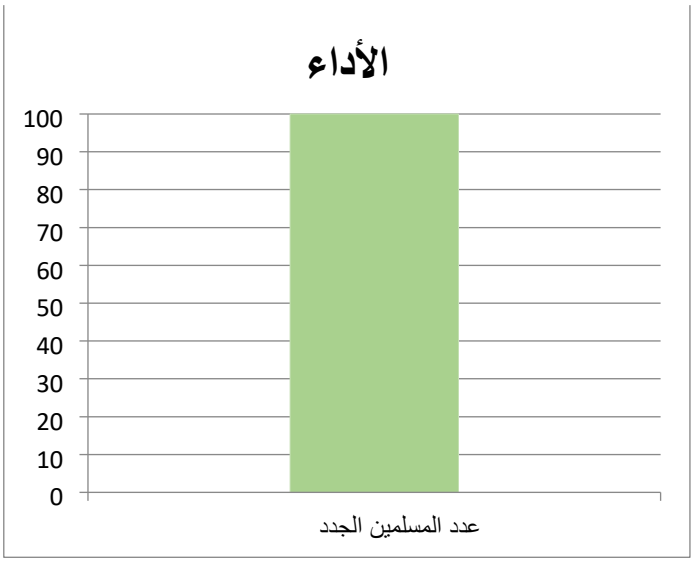
201 من الدعم المالي

التوصيات:

- التعريف بالبرنامج التعليمي للمسلمين الجدد و أنشطة الجمعية عامة.
- إبرام الشراكات مع الجهات ذات العلاقة.

المحور: العملاء

الهدف: ع 2: دعوة غير المسلمين للدخول في الإسلام، وتعريفهم به، وبيان محاسنه لهم



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ع 2-1 عدد المسلمين الجدد	80	195	%+100

التحليل:

- تم تنفيذ 663زيارة ميدانية لعدد من الشركات والمؤسسات للدعوة وكان من نتائجها اسلام عدد من العمالة
- ساهم تفاعل الدعاة وجودة برامج الدعوة إلى تحقيق المستهدف بشكل كبير.

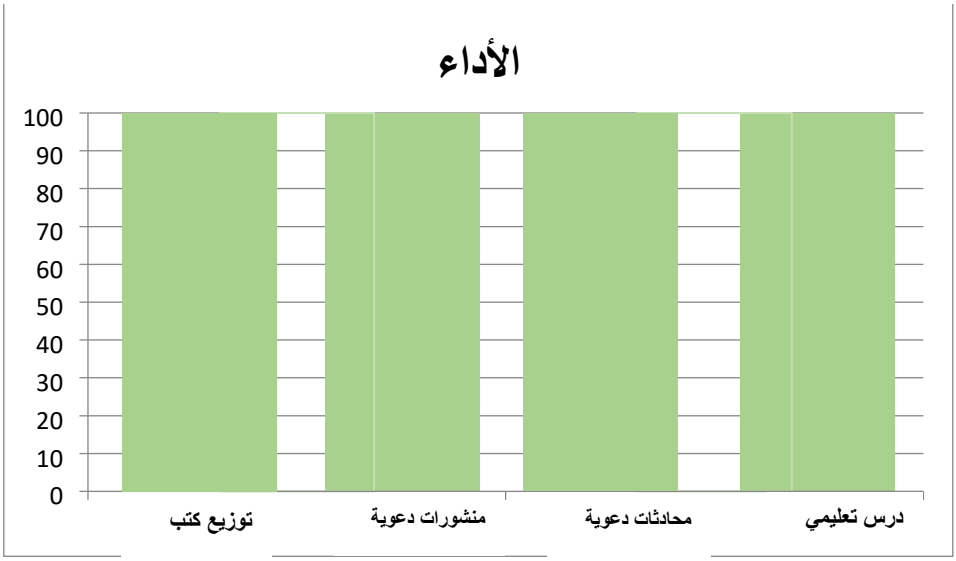
التوصيات:

- زيادة عدد الدعاة.
- القيام بزيارات أكثر بعد زيادة اعداد الدعاة لنشر الفائدة والدعوة.

المحور: العملاء

الهدف: ع 3: نشر العلم النافع، وتبصير المسلمين بأمور دينهم عقيدة وعبادة معاملة واخلاقا

ع 4: تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام ورد الشبهات المثارة عليه



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ع 3-1 عدد الدروس التعليمية	1036	1036	%100
ع 3-2 عدد المحادثات الدعوية	3000	3411	%+100
ع3-3 عدد المنشورات الدعوية	1400	1625	%+100
ع3-4 توزيع الكتب	4700	5826	%+100

التحليل:

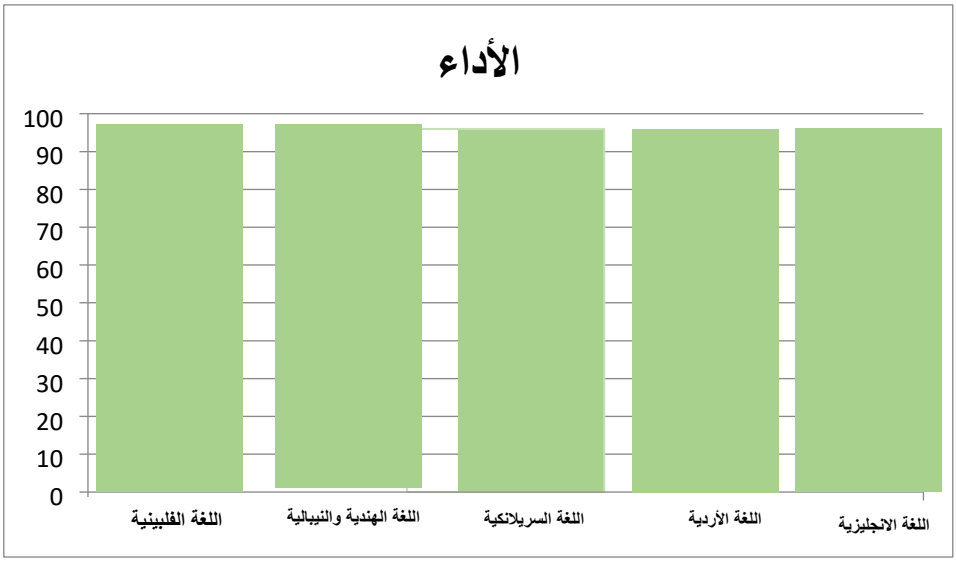
- تم إقامة 1036 درس في سكن العمال بمختلف الشركات والمؤسسات.
- تم عمل 3411 محادثة دعوية للمسلمين الجدد وغير المسلمين عبر وسائل التواصل.
- تم توزيع عدد 1625مطوية ومنشور دعوي.
- تم توزيع عدد 5826كتاب .

التوصيات:

- التواصل مع الشركات والمؤسسات الأخرى لترتيب الزيارات الميدانية.
- عمل شراكات مع الجهات التي تدعم طباعة المطبوعات الدعوية الورقية والرقمية.

المحور: العملاء

الهدف: ع5: استخدام التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى، ونشر العلم الشرعي



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ع 3-1 الدعوة من خلال الصفحات الدعوية للجمعية	%90	98%	%98

التحليل:

- عدد المستفيدين من الصفحات التعليمية الدعوية باللغة الفلبينية 601697
- عدد المستفيدين من الصفحات التعليمية الدعوية باللغة الهندية والنيبالية 220281
- عدد المستفيدين من الصفحات التعليمية الدعوية باللغة السريلانكية 138841
- عدد المستفيدين من الصفحات التعليمية الدعوية باللغة الأردية 160517
- عدد المستفيدين من الصفحات التعليمية الدعوية باللغة الإنجليزية 158145

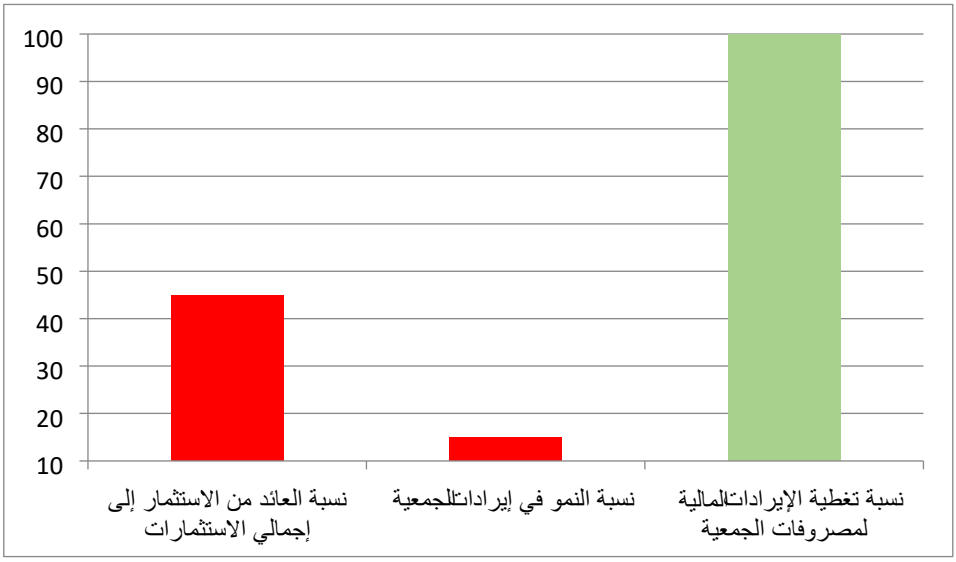
التوصيات:

- زيادة عدد الصفحات التعليمية لتشمل مزيد من اللغات الأخرى.

محور البعد المالي

المحور: البعد المالي

الهدف: م1: تحقيق الاستدامة المالية



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
م 1-1 نسبة العائد من الاستثمار إلى إجمالي الاستثمارات	%18	%2.97	%16.5
م 1-2 نسبة النمو في إيرادات الجمعية	%33	%5.06	%15
م 1-3 نسبة تغطية الإيرادات لمصروفات الجمعية	%85	%100	%100

التحليل:

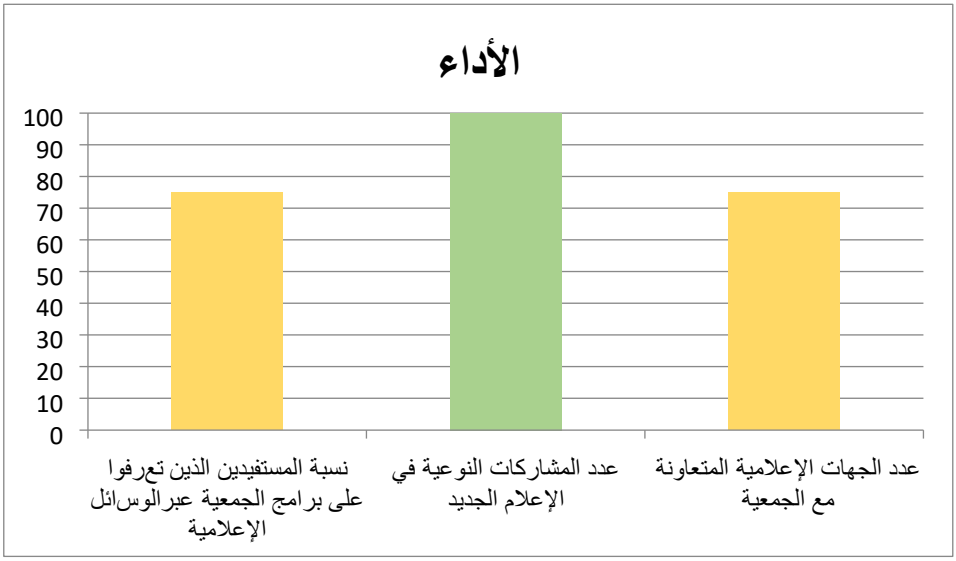
- نسب تحقق الأداء لمؤشرات المحور المالي منخفضة جداً باستثناء نسبة تغطية الإيرادات لمصروفات الجمعية حيث بلغت نسبتها (100%)

التوصيات:

- إعداد دراسات جدوى تبرز الطرق المثلى للاستثمار وزيادة الموارد المالية للجمعية.
- البحث عن استثمارات أخرى لزيادة الاستدامة المالية
- العمل على التسجيل في منصات الدعم الحكومية.

محور العمليات الداخلية

المحور:	العمليات الداخلية
الهدف:	د2: تطوير المنظومة الإعلامية في الجمعية



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
1-2 عدد المشاركات النوعية في الإعلام الجديد			
نشر فيديوهات توعوية	100	140	%100
نشر تصاميم إنفو جر افيك تعريفية	150	350	
1-2عدد الجهات الإعلامية المتعاونة مع الجمعية	18	12	%75
1-3نسبة المستفيدين الذين تعرفوا على برامج الجمعية عبر الوسائل الإعلامية	%40	%30	%75

التحليل:

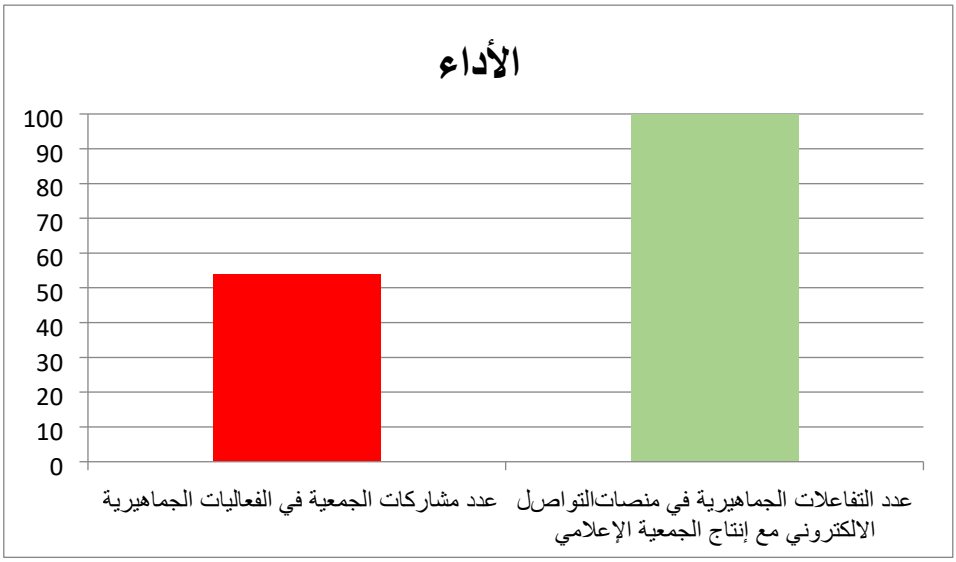
- على الرغم من تحقق مؤشرات تطوير المنظومة الإعلامية في الجمعية بنسب مرتفعة إلا أن الأمر يتطلب من الجمعية بذل المزيد من أجل تعزيز صورتها الإعلامية في المجتمع.

التوصيات:

- العمل على انتاج مواد إعلامية احتر افية تبرز دور الجمعية في خدمة المجتمع و أفراده ونشرها في حسابات الجمعية على منصات التواصل الاجتماعي.
- تعيين أخصائيين إعلاميين لديهم المكانة العالية على العمل والارتقاء بالجانب الإعلامي في الجمعية.

المحور: العمليات الداخلية

الهدف: د3: بناء صورة فاعلة للجمعية في المجتمع



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
د 3-1 عدد التفاعلات الجماهيرية في منصات التواصل الالكتروني مع إنتاج الجمعية الإعلامية			
مشاهدات اليوتيوب	20000	11767	
إعادة تغريد منشورات الجمعية في تويتر	500	658	%75
مشاهدات منشورات الجمعية في فيس بوك	500000	751100	
التصويت على مقياس الرضا بموقع الجمعية	1000	136	
د3-2 عدد مشاركات الجمعية في الفعاليات الجماهيرية	2	3	%+100

التحليل:

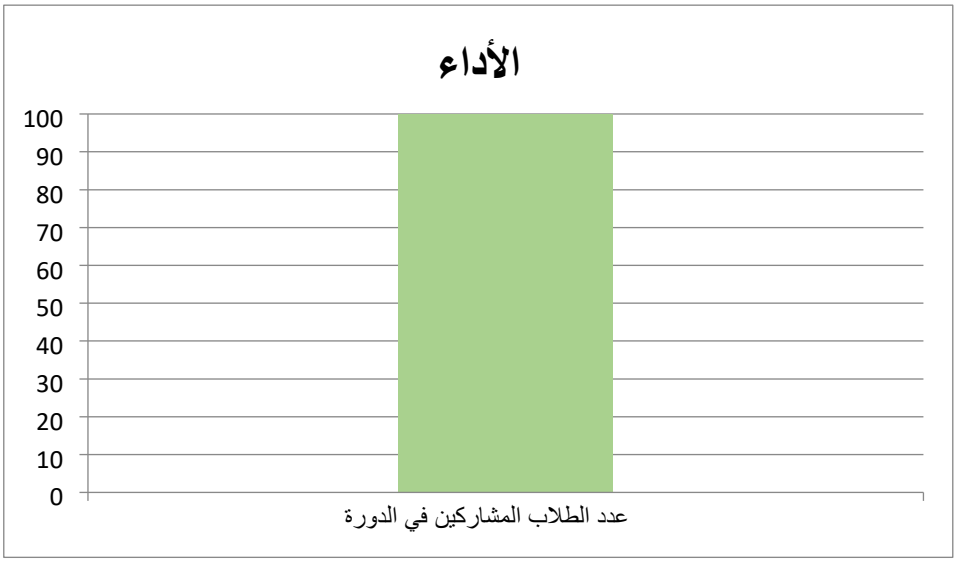
- ارتفاع عدد التفاعلات في منصة توتيروااليوتيوب والفيس بوك تحقق المستهدف بشكل كبيروهذا يعطي مؤشر أن حساب الجمعية يجد تفاعلاً كبيراً وبالتالي على الجمعية التركيز عليه في إيصال رسالتها من خلاله.
- تفاعل المجتمع مع موقع الجمعية ضعيف جداً ويظهر ذلك من خلال قلة عدد المشاهدات.

التوصيات:

- ترويج المواد الاعلامية التي تنتجها الجمعية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- تكثيف التواجد في الفعاليات الجماهيرية بغرض التعريف بالجمعية وخدماتها.

المحور: العمليات الداخلية

الهدف: د 4: المشاركة في البرنامج التعليمي الحضوري بالجمعية



	المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
د 4-1	عدد الطلاب المسجلين	190	201	%+100

التحليل:

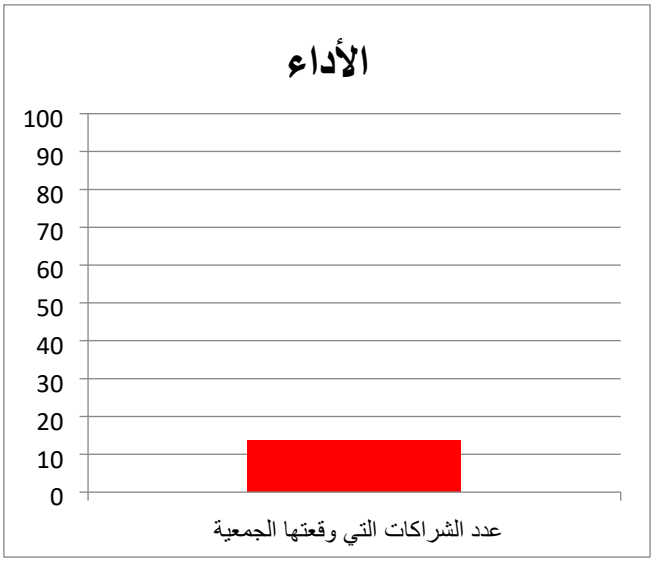
- لقد بلغ عدد الطلاب المسجلين في الدورة التعليمية الحضورية لهذا العام 201 دارس

التوصيات:

- دراسة أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه الجمعية في تقديم هذه الخدمة.

المحور: العمليات الداخلية

الهدف: د5: بناء شراكات استراتيجية فاعلة



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
د 5-1 عدد الشراكات التي وقعتها الجمعية	6	2	%12

التحليل:

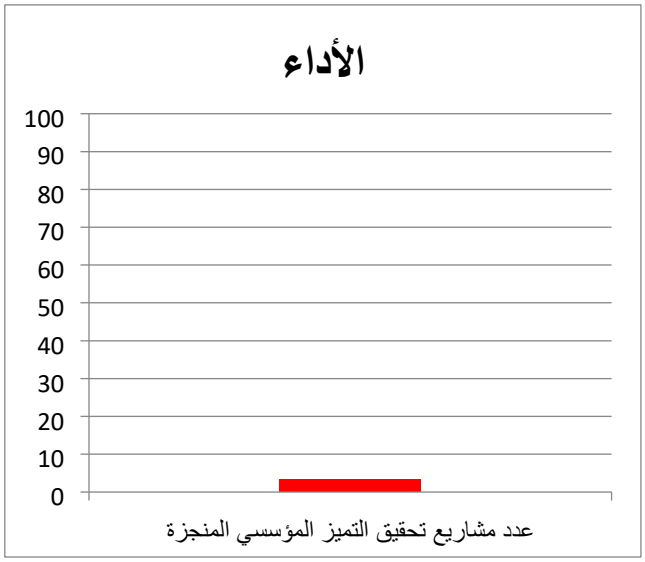
- خلال عام 2024م قامت الجمعية بإبرام 2مذكرات تفاهم، ويعد هذا العدد منخفض جداً حيث من المقرر إبرام (6)شراكات بحد أنى.

التوصيات:

- تكثيف الجهود من أجل إبرام الشراكات مع الجهات التي يمكن للجمعية الاستفادة من خدماتها وبالمثل تقديم خدمات الجمعية لمنسوبي ومستفيدي تلك الجهة.
- تفعيل الشراكات التي تم إبرامها سابقاً وبالأخص التي من خلالها يتم تنفيذ أهداف الجمعية الرئيسية

المحور: العمليات الداخلية

الهدف: د6: تحقيق التميز المؤسسي



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
د 6-1 مشاريع تحقيق التميز المؤسسي	2	0	%0

التحليل:

- ضمن مشاريع الخطة التشغيلية لعام 2024م تم اعتماد عدد (2) مشاريع ونظراً للموقف المالي فقد تم التوجيه بإيقاف العمل عليها.

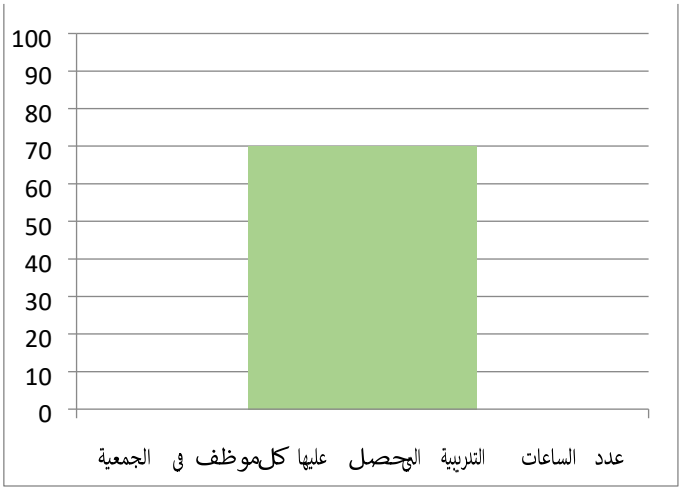
التوصيات:

- البحث والتقديم للمؤسسات الداعمة للتميز المؤسسي

محور النمو والتعلم

المحور: النمو والتعلم

الهدف: ن2: بناء المهارات والمعارف المطلوبة لدى فريق العمل



	المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ن 2-1	عدد الساعات التدريبية التي حصل عليها كل موظف	90	21	%70

التحليل:

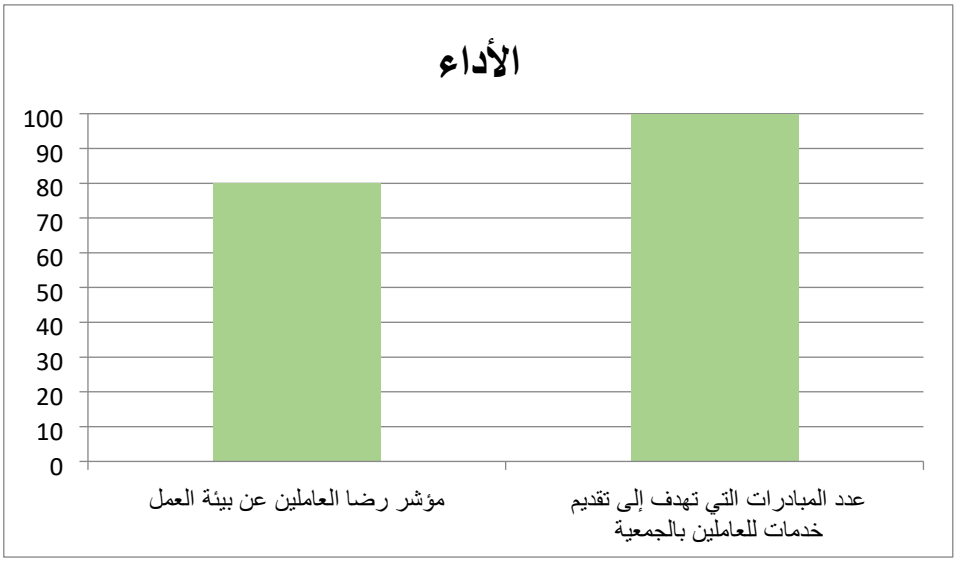
- ساهم الموظفين على المشاركة في البرامج التدريبية عبر المنصات الإلكترونية في تحقق المستهدف بشكل كبير

التوصيات:

- دراسة الاحتياج الفعلي للموظفين ووضع خطة تدريبية تسهم في تحسين أداؤهم الوظيفي.
- إشراك الموظفين في البرامج التدريبية الحضورية وعدم الاكتفاء بالبرامج التدريبية المنعقدة عن بعد.
- إعداد دليل قيادات الصف الثاني حيث يسهم ذلك في تنمية مهاراتهم وصقل مواهبهم.

المحور: النمووالتعلم

الهدف: ن3: بناء بيئة عمل تقنية ومهنية ومحفزة



المؤشرات	المستهدف للفترة	الفعلي للفترة	أداء الفترة
ن 3-1 مؤشر رضا العاملين عن بيئة العمل	%90	%72	%80
ن 3-2 عدد المبادرات التي تهدف إلى تقديم خدمات للعاملين بالجمعية	2	2	%100

التحليل:

- قامت الجمعية خلال عام 2024م بتنفيذ عدة مبادرات موجهة إلى منسوبيها

التوصيات:

- العمل على دراسة المقترحات الواردة من قبل الموظفين والموظفات في استبيان قياس رضا الموظفين والموظفات ووضع مبادرات نوعية جديدة تسهم في زيادة ولاءهم للجمعية وتحسين بيئة العمل مما ينعكس إيجاباً على الانتاجية.