

الخطة الاستراتيجية لجمعية ترتيل لتحفيظ القرآن بمدينة جدة



مقدمة

استكمالاً لمسيرة تحفيظ القرآن الكريم بمنطقة مكة المكرمة وانطلاقاً من الايمان بضرورة العمل المؤسسي قامت جمعية ترتيل لتحفيظ القرآن بالعمل مع جدارات للاستشارات الإدارية تحت قيادة المهندس / مهنا بن محمد العصيمي بإعداد استراتيجية بدأ العمل عليها يوم (الثلاثاء) 1442/11/19 هـ. الموافق 2021/06/29 م من خلال مجموعة من ورش العمل بمقر الجمعية وتم الانتهاء منها يوم الاثنين 1443/03/05 هـ . الموافق 2021/10/11 م ونتج عنها خطة استراتيجية لمدة (3) للأعوام (2022-2023-2024) وتم تنفيذها على خمسة مراحل بمشاركة القيادات والعاملين بالجمعية. نتمنى أن نكون قد وفقنا في دعم مسيرة الجمعية نحو آفاق العمل المؤسسي

مراحل العمل:

1. المرحلة الأولى: جمع المعلومات.
2. المرحلة الثانية: تحليل وتشخيص المعلومات.
3. المرحلة الثالثة: تصميم الغايات والأهداف الاستراتيجية.
4. المرحلة الرابعة: تصميم الأهداف التكتيكية.
5. المرحلة الخامسة: تصميم الخطة التشغيلية.

الفريق المشارك:

ت	الاسم	الصفة
١	صاحب السمو الملكي الأمير / سعد بن فهد بن سعد آل سعود	رئيس مجلس الإدارة
٢	الأستاذة / خديجة دخنة	نائبة رئيس مجلس الإدارة
٣	الأستاذة / أماني هوساوي	المسؤولة المالية بمجلس الإدارة
٤	الأستاذة / آلاء مربعي	عضوة مجلس الإدارة
٥	الأستاذ / عبيد الله العوفي	مدير إدارة الجودة والتميز المؤسسي
٦	الأستاذة / آسيا فتيني	المشرفة التعليمية
٧	الأستاذ / محمد الداير	مدير مكتب رئيس مجلس الإدارة



المرحلة الأولى: مرحلة جمع المعلومات



أولاً: معلومات الوضع الحالي:

أ- المشاكل: ما هي أهم المشاكل التي تواجهها منظماتكم في الوضعية الحالية على كل المستويات؟

١	غياب التخطيط	٢	قلة التبرعات
٣	عدم وجود خطه استراتيجيه	٤	عدم وجود الدعاية الكافية للجمعية
٥	عدم وجود موارد ماليه ثابتة	٦	غياب الاعلام
٧	عدم وجود موارد ماليه ثابتة	٨	موظف موارد بشرية
٩	نقص الموارد الماليه	١٠	تغير دائم في قرارات الجمعية
١١	ضعف البرامج	١٢	عدم تفعيل البرامج عبر السوشل ميديا
١٣	حادثة الجمعية	١٤	عدم تفعيل السوشل ميديا لصالح الجمعيه
١٥	غياب الاصول اثابته	١٦	لا يوجد منهجيات
١٧	قلة الموارد	١٨	السوشل ميديا
١٩	غياب الاصول اثابته	٢٠	عدم وجود موارد مالية ثابتة
٢١	غياب الاعلام	٢٢	غياب المشاركة المجتمعية
٢٣	قلة عدد الموظفين	٢٤	برامج للجمعية
٢٥	نقص في عدد المتطوعات	٢٦	غياب المشاركة المجتمعية
٢٧	عدم تفعيل دور الجمعيه المجتمعي	٢٨	قلة الاداء
٢٩	قله الموارد الثابته	٣٠	نقص خبره أعضاء الفريق
٣١	المبنى وعدم كفاية الغرف	٣٢	عدم توفر امكان لإقامة البرامج
٣٣	عدم وجود خطط للجمعية	٣٤	قلة عدد الموظفين
٣٥	قلة الموارد البشرية	٣٦	غياب الحوكمه
٣٧	السوشل مديا	٣٨	لا يوجد المسابقات
٣٩	قلة الموارد البشرية	٤٠	عدم وجود الخبرات اللازمة
٤١	غياب الموارد المالية ثابتة وشبه ثابتة	٤٢	عدم تفعيل الموقع
٤٣	عدم مشاركة الأعضاء بالافكار والمقترحات	٤٤	كوادر تجيد العمل
٤٥	عدم تفعيل البرامج والانشطة	٤٦	عدم تفعيل الموقع
٤٧	قلة البرامج والانشطه	٤٨	عدم تجاوب المستفيدين
٤٩	قله في عدد الموظفين	٥٠	لا توجد خطه واضحه في العمل
٥١	غياب الاعلام	٥٢	عدم وجود لجنة لتطوير البرامج
٥٣	قلة البرامج والمشروعات	٥٤	تشقت وقله كفاءة ادارة الجمعيه
٥٥	عدم تعاون المستفيدين	٥٦	غياب التأسيس الصحيح في الاتجاه الصحيح
٥٧	لا يوجد مبنى للجمعية	٥٨	عدم وجود ارقام ثابتة للجمعيه
٥٩	عدم تعاون المستفيدين	٦٠	عدم وجود برامج داعمة

ب- الحلول: ما هي أهم الحلول التي يمكن لمنظمتكم تبنيها لمواجهة تلك المشاكل المذكورة؟

١	وضع منسق اعلامي ومسوقين	٢	اضافة متطوعين للجمعية
٣	مشاركه أعضاء الفريق بجميع القرارات	٤	تدريب وتطوير أعضاء الفريق
٥	نسى ان تكون للجمعية اصول ثابتة لحل مشكلة قلة الموارد المالية	٦	تجهيز كادر لتطوير البرامج والأنشطة
٧	استحداث اصول ثابتة	٨	تفعيل السوشل ميديا
٩	الدخل الثابت	١٠	التعامل الجيد مع المستفيد والحل الاسرع
١١	نبداء في نشاطات الجمعيه	١٢	دعم مالي لتفعيل البرامج
١٣	استقطاب كفاءات جيدة للجمعية	١٤	ايجاد مصادر مالية ثابتة
١٥	تفعيل السوشل ميديا	١٦	استحداث اصول مالية متغيرة
١٧	إعادة هيكله الوظائف الداخلية	١٨	تنمية الموارد البشرية
١٩	تفعيل السوشل ميديا	٢٠	استحداث اصول مالية متغيرة
٢١	وضع البرامج وطلب آراء المستفيدين	٢٢	العمل بروح الفريق
٢٣	تفعيل السوشل ميديا لتعريف بالجمعيه واهدافها	٢٤	وضع خطه واضحه وقرارات ثابتة للجمعيه
٢٥	توظيف موظف خاص لتفعيل برامج السوشل ميديا	٢٦	استقطاب المتطوعين والمتطوعات بالجمعية لسد ثغرة نقص الكادر
٢٧	المشاركة المجتمعيه اكثر	٢٨	زياده عدد الموظفين الأكفاء
٢٩	وجود الحوكمه الصحيحه	٣٠	زياده في عدد الاعضاء
٣١	نوجد برامج لتنشيط الجمعيه	٣٢	ايجاد ارقام تخص الجمعيه
٣٣	العمل على نشر الجمعيه والدعاية لها	٣٤	العمل على انجاز الحوكمة
٣٥	وجود دعم مالي	٣٦	استكمال اجراءات الوزارة
٣٧	ايجاد مقر اوسع	٣٨	ايجاد برامج
٣٩	وجود دعم مالي	٤٠	استكمال اجراءات الوزارة
٤١	توفير موارد مالية	٤٢	نفل السوشال ميديا
٤٣	طرح انشطه وبرامج هادفه للحصول على سمعة طيبه	٤٤	عمل خطة استراتيجيه وتشغيليه للجمعية
٤٥	تجهيز دور كامل لتفعيل البرامج والانشطة	٤٦	تفعيل البرامج والانشطة
٤٧	دعم البرامج والانشطه وتنويعها	٤٨	تنظيم برامج خاصة بالجمعية
٤٩	وجود كادر في المكان الصحيح والمسمى الصحيح	٥٠	تفعيل البرامج والانشطة



ت- العقبات: ما هي أهم العقبات التي تحول دون تطبيق تلك الحلول المذكورة وتمنع المنظمة من التطوير؟

الاداء الفني في الدورات	٠٢	غياب الاعلام	٠١
التبرعات	٠٤	تأثير كورونا على البرامج والانشطة	٠٣
ايجاد استدامة ماليه	٠٦	قلة الموارد المالية	٠٥
عدم وجود لوائح ثابتة من وزارة الشؤون الاسلاميه	٠٨	قلة الموارد الماليه والاصول	٠٧
عدم وجود الكفاءة	٠١٠	القياده الداخليه	٠٩
عدم وجود لوائح ثابتة من وزارة الشؤون الاسلاميه	٠١٢	الوزاره	٠١١
توقف الانشطه والبرامج بسبب المرض	٠١٤	انجاز متطلبات مركز التنمية	٠١٣
الوزاره وقراراتها الصعبه المتغيره	٠١٦	غياب الاصول الثابته	٠١٥
عدم توظيف موارد بشريه	٠١٨	عدم وجود خطة استراتيجيه	٠١٧
التبرعات الخارجيه	٠٢٠	غياب الاصول الثابته	٠١٩
تكوين علاقات خارجيه تفيد الجمعيه	٠٢٢	الوزاره لم توفر الدعم	٠٢١
تفعيل عمل الموظفين وانجازهم	٠٢٤	غياب التبرعات بسبب الغلاء	٠٢٣
عدم فهم الحوكمه	٠٢٦	عدم القدره على التوسع الداخلي	٠٢٥
عدم موارد ثابتة	٠٢٨	اشتراطات وزارة العمل والتنمية	٠٢٧
عدم فهم الحوكمه	٠٣٠	السمعه الداخليه والخارجيه	٠٢٩
غياب الاعلام	٠٣٢	الدعم	٠٣١
المستفيدين عدم فهم	٠٣٤	توظيف خيرات تفيد الجمعيه	٠٣٣
الاعلام	٠٣٦	غياب الاعلام	٠٣٥
تأثير جائحة كورونا على الانشطة والبرامج	٠٣٨	مركز التنمية واجرا: ته	٠٣٧
	٠٤٠	عدم وجود برامج وميزانية منظمه	٠٣٩



ث- الدعائم: ما هي أهم الدعائم الذاتية التي تمتلكها المنظمة بحيث تستطيع التغلب على تلك العقبات التي تمثل أوراق رابحة بالرغم من وجودها؟

وجود الامير في الجمعية وتوفر مورد مالي متغير	٠١	٠٢	التصريح ونطاق الجمعية
اسم صاحب سمو الأمير	٠٣	٠٤	وجود الامير رئيس الجمعية
وجود فريق عمل متعاون	٠٥	٠٦	وجود مبنى لإدارة الجمعية
وجود صاحب السمو الملكي بالجمعيه	٠٧	٠٨	وجود الامير رئيس الجمعية
وجود صاحب سمو ملكي	٠٩	٠١٠	ترخيص الجمعية لمنطقة مكة المكرمة
العلاقات الوثيقه	٠١١	٠١٢	السهوله في التعامل
وجود سمو الامير	٠١٣	٠١٤	تحقيق أهداف الجمعية
الترخيص لتحفيظ القران الكريم	٠١٥	٠١٦	استقطاب اكبر عدد من الدور والمراكز
وجود رئيس مجلس الادارة	٠١٧	٠١٨	التشاور التعاون
الترخيص لتحفيظ القران الكريم	٠١٩	٠٢٠	الدعم المالي
توفر التشاور مع فريق العمل التعاون	٠٢١	٠٢٢	تخصص الجمعية
ترخيص على مستوى مكة	٠٢٣	٠٢٤	توفر تراخيص للدور
حصول الجمعية على الترخيص من وزارة التنمية	٠٢٥	٠٢٦	مقر ثابت للجمعية
تعزيز مبدأ الثقة والتعاون بين فريق العمل	٠٢٧	٠٢٨	توفر تراخيص للدور
العلاقات وثيقه من اصحاب القرار	٠٢٩	٠٣٠	



ج- الوسائل: ما هي الوسائل التي يتم الاعتماد عليها لتحسين العمل من معدات أو منشآت أو إجراءات أو تقنيات وبرمجيات أو أي أمور عينية؟؟

التقنيه الحديثه والتكنولوجيا والاساليب الحديثه	٠٢	وجود المقر والاثاث	٠١
انشاء منصة تعليمية	٠٤	الموقع والمقر المجهز	٠٣
تفعيل المشاركة المجتمعيه بشكل اوسع على مستوى المملكة	٠٦	ان شاء قاعات خاصة بالدورات	٠٥
المنصه و وجود اسمي لدى الجمعيه في المكان الصحيح وعلاقتي الشخصيه	٠٨	استثمار الدعم الحالي في اصول ثابتة ودائمه	٠٧
المقر	٠١٠	وجود مقر رسمي للجمعيه	٠٩
وجود موقع ومنصه للجمعيه	٠١٢	الاجهزه	٠١١
وجود المقر والاثاث	٠١٤	مقر الجمعيه	٠١٣
الخطة الاتراثيجه	٠١٦	وجود موقع الجمعيه	٠١٥
وجود المقر والاثاث	٠١٨	تحديد أهداف الجمعيه	٠١٧
تفعيل المنصه التعليميه والموقع	٠٢٠	وجود موقع الجمعيه	٠١٩

ج- الخطوة الأولى: ما هي الخطوة الأولى التي تقترح القيام بها من وجهة نظرك في اتجاه تحقيق الرؤية؟

البدء بعمل الخطة واعد الأهداف	٠١
اكتب الخطة وتحدد الأهداف ووظيفه كل واحد بالفريق	٠٢
تجهيز خطة تشغيله للعام ١٤٤٣ والعمل بها مع بداية العام	٠٣
تحديد الأهداف والخطة الاستراتيجيه	٠٤
الأهداف	٠٥
تحديد الأهداف	٠٦
وضع خطة لتطوير الجمعيه	٠٧
تحديد الأهداف	٠٨
وضع خطة لتطوير الجمعيه	٠٩



ثانياً: معلومات الوضع المستهدف:

أ- الرؤية المستقبلية: ما هي الرؤية أو الصورة الذهنية الأولية التي تتمناها لمنظمتك في المستقبل، في غضون من (٣ إلى ٥ سنوات)؟

١.	جمعيه رائده و متميزة وقوده في تعليم القران الكريم واصوله
٢.	اتكون جامعيه ذو امتثال جيد وذو شفافية عالية وتستهدف جميع المستفيدين والمواكبة مع رؤية ٢٠٣٠
٣.	التميز ورفع اسم الجمعية
٤.	التميز والارتقاء والعطاء المتجدد للجمعية بتقنيات حديثة لتحفيز الجيل لمحبة حفظ القران الكريم
٥.	أن تحقق الجمعية جميع الأهداف التي تسعى اليها
٦.	ان تكون ذو شفافية تامه ووضوح أكثر وان لم يسبق أحد الجمعيات عملت هي وجميع كوادرها بهذي الشفافية التامة ولا اري خلفي اي عقبه مرتت بها بل أفضل الاستثمار الى الاستمرار والرقي لصعود الى الاعلى
٧.	ان تكون جمعية ترتيل اهم جمعية مميزة في المملكة العربية السعودية
٨.	تخدم جميع فئات المجتمع في إطار كتاب الله وسنة رسوله ويمتناول الجميع
٩.	طموحنا عنان السماء منافسة كبرى الجمعيات الذين سبقونا في هذا المجال والله ولي التوفيق

ب- الدعائم: ما هي أهم الدعائم أو القواعد التي يجب أن نمتلكها لتحقيق تلك الرؤية؟

١.	تطوير الاصول الثابته والدعم الاداري الكامل بكل نواحيه	٢.	توسيع الفئه المستهدفه
٣.	رئيس جامعيه ترتيل	٤.	الدعم المالي للجمعيه
٥.	العلاقات مع الجهات المهمه	٦.	المقر وجوده اكبر دعامه وان التصريح لتحفيظ القران الكريم
٧.	التوسع في نطاق الجمعية	٨.	حصول الجمعية على تراخيص لمنطقة مكة المكرمة
٩.	البرامج المستهدفة والتي تحقق رؤية الجمعية	١٠.	انا اكون بكل ما امتلكه من قوه تجاه عملي واسمي يكون لكتاب الله
١١.	نطاق الجمعيه والتوسع بها	١٢.	حصول الجمعية على مقر وموقع
١٣.	حصول الجمعية على تراخيص من الوزارة	١٤.	راس مال يساعد في تحقيق تلك الرؤيه
١٥.	نطاق الواسع في الجمعيه	١٦.	نطاق الجمعية وأهدافها



ت- الوسائل: ما هي الأدوات الملموسة أو وسائل العمل التي يجب توفيرها أو تطويرها أو العادات والطرق؟

الاستفادة من الدور للتغذية للبرامج والمشروعات	.٢	الدعم المادي واللوجستي	.١
التوسع في البرامج والأنشطة	.٤	مقر الجامعيه	.٣
ان يكون لها كيان خاص بها داخل الجمعيه	.٦	الاجهزه	.٥
وجود اجهزة حاسوب	.٨	وجود برنامج لذوي الاحتياجات الخاصة لحفظ القرآن الكريم المقرأة	.٧
توسع داخل المملكه	.١٠	تغير موقع الجمعيه الى موقع جديد ذو مساحه اوسع	.٩
مكاتب تعريفية	.١٢	ان يكون لها فروعها داخل المملكه وخارجه	.١١
تطوير الكادر الاداري	.١٤	ايجاد موقع الكتروني متخصص في الدعاية	.١٣
الامتثال في القرارات الصحيحه	.١٦	مقر اكبر لاقامه الدورات	.١٥
البرامج والاهداف	.١٨	موقع انترنت ومنصة	.١٧
وجود موقع الجمعيه والمنصة التعليمية	.٢٠	زياده نسبة الدعاية والاعلان	.١٩
إعداد قاعات خاصة بالإجتماعات والبرامج التدريبية	.٢٢	الشفافيه والمصداقيه	.٢١
البرامج والمكاتب الفرعيه	.٢٤	المبنى	.٢٣
وجود برامج خاصة بالجمعيه	.٢٦	خدمه جميع فئات العمر	.٢٥
	.٢٨	أعمال تجارية	.٢٧



ث- المخاطر: ما هي أهم المخاطر المتوقعة التي يجب الانتباه لها أو إعطائها أهمية خاصة والتي من الممكن أن تواجهنا في طريق تحقيق الرؤية والتغيير المطلوب؟

١	قرارات الوزراء المفاجئة	٢	البنوك
٣	القرارات المفاجئة من الوزراء	٤	غياب الدعم للجمعيات الناشئة من الوزارة
٥	قرارات الحكومه والوزاره المتغيرة	٦	عدم الالتزام بشروط الترخيص الممنوح للجمعية
٧	عدم الالتزام معايير الحوكمه والشفافية	٨	واتمنا ان تكون الشفافية والافصاح على نسبه متميزه
٩	استقبال التبرعات الغير معروفة المصدر	١٠	عدم وجود موظفين علي قدر المسؤولية
١١	غياب المعايير الحوكمه والشفافية	١٢	إغلاق وتشديد من قبل الوزارات
١٣	العمل بالانظمة الخاصة بالوزارة	١٤	الأمثال للأمر لدى الوزارة
١٥	عدم التزام الجمعيه بتطبيق الحوكمه والشفافية	١٦	اوبئة او امراض مثل كورونا
١٧	عدم تطبيق الجمعية من تطبيق الحوكمة	١٨	السرعة وانعدام الثقه
١٩	عدم التزام الجمعيه بتطبيق معايير الحوكمة والشفافية	٢٠	عدم التزام الجمعيه بتطبيق الحوكمة
٢١	قله الموظفين او كثرتهم	٢٢	تأخر الموافقات لفتح التقنيات وتأخر الموافقه لعمل البرامج والمشروعات من جهات المشرفه
٢٣	قلة التبرعات	٢٤	عدم التقيد بقرارات وزارة العمل
٢٥	تأخر فتح الحسابات من البنوك	٢٦	ان يكون جميع قراراتي لا تواجهها عقبات ابدأ
٢٧	عدم الالتزام بمعايير الحوكمة والشفافية	٢٨	عدم وجود خطط مدروسة
٢٩	اتمنا يكون الالتزام والامتثال بنسه عاليه	٣٠	عدم تطبيق المعايير
٣١	عدم وجود موارد مالية	٣٢	المنهجية الصحيحة
٣٣	تأثير كورونا على المجتمع	٣٤	ضعف الموارد الماليه
٣٥	الشفافية	٣٦	الدعم للبرامج



ج- إدارة المخاطر: ما هي أهم الإجراءات أو التدابير الواجب اتباعها للتعامل مع تلك المخاطر بحيث نكون مستعدين لها عند وقوعها؟

١. اعداد خطه استراتيجيه كامله	٢. تطبيق المعايير
٣. جمع جميع البيانات الصحيحه	٤. معايير جودة البرامج
٥. الالتزام بالقرارات واتباعها	٦. الالتزام بالقرارات الصادره
٧. زيارة الجهة المعنيه لأخذ الموافقات	٨. انت تكون البيانات والمستندات ذو شفافيه ووضوح
٩. التحقق من حسابات التبرعات الواردة في حساب الجمعيه	١٠. تحديث الخطه الاستراتيجيه
١١. الامتثال والافصاح الصحيح	١٢. توظيف موظف ناجح لإدارة الموقع لنشره
١٣. بناء ادارة قوية	١٤. التقيد بشروط الترخيص الممنوح للجمعيه
١٥. راس مال مجهد للاستخدام عند الحاجه	١٦. وجود جميع التقارير
١٧. تأدية المهام بدقة	١٨. وجود موارد مالية
١٩. الدعم المادي والاصول الثابته للبرامج والانشطه	٢٠. تنفيذ الخطه الإستراتيجية
٢١. تنفيذ قرارات الوزاره	٢٢. المنهجية الصحيحه
٢٣. روح التعاون والثقه	٢٤. التعاون والثقه المطلقه بين اعضاء الجمعيه
٢٥. التزام بمعايير الحوكمه	٢٦. لصراف المال الصحيح لدوره الصحيحه
٢٧. الالتزام بمعايير الحوكمة والشفافية	٢٨. استكمال اجراءات الحوكمة
٢٩. وجود الملفات الازمه والتقارير	٣٠. عمل منصة تعليمية وإضافة جميع الدور للعمل عليها
٣١. كادر تعليمي	٣٢. إعطاء اولوية ل سوشل ميديا
٣٣. الوضوح والشفافيه	٣٤. جمع كل محضر يتم الاجتماع به
٣٥. الشفافية الدقة	٣٦. فريق عمل مستعد
٣٧. استكمال اجراءات الحوكمة	٣٨. عدم تعارض المصالح
٣٩. وجود محضر في كل اجتماع ينعقد	٤٠. الالتزام بقرارات وزارة العمل
٤١. الحفاظ على الاصول الماليه	٤٢. الموازنه الخاصه بالجامعيه
٤٣. العمل على خطة الاستراتيجية وزيادة الموظفين	٤٤. وجود رعاية للجمعيه

٢- نقاط الضعف: ما هي أهم نقاط الضعف المتوقعة الواجب التغلب عليها لتحقيق الرؤية المنشودة؟

١. ضعف الموارد المالية	٢. اخذ دورات تثقيفية
٣. الدعم المالي	٤. زياده تكاليف ماديه على الجمعية
٥. قلة التبرعات	٦. كفاة العاملين
٧. غياب الاستدامه الماليه	٨. عدم وجود قسم موارد بشريه
٩. عدم وضع خطة استراتيجيه	١٠. قلت المنافسه
١١. عدم وجود الدعم الازم للدورات	١٢. عدم وجود قسم الموارد البشريه
١٣. ان تكون يد واحده	١٤. غياب الأصول الثابته
١٥. توظيف من ليس لديهم خبرة	١٦. إهمال برامج السوشل ميديا وعدم تفعيلها
١٧. تعدد الموارد	١٨. ضعف الموارد البشريه
١٩. التسرب الوظيفي بين الموظفين	٢٠. التركيز على المادية
٢١. قلت الموظفين	٢٢. توسيع موقع الجمعية لإحضار زيادة الموظفين
٢٣. قلة عدد الموظفين في الجمعيه	٢٤. عد الالتزام ومتابعه وتنفيذ قرارات الوزاره
٢٥. قلة البرامج والمشروعات	٢٦. ضعف الموارد الماليه
٢٧. عدم اعداد خطة تشغيليه	٢٨. قلة الأهداف للجمعية
٢٩. اهداف تتعارض مع مصلحه الجميع	٣٠. عدم تنفيذ المشاريع على ارض الواقع
٣١. لا بد من المشاركة الاجتماعيه	٣٢. ضعف الاعلام بالجمعيه
٣٣. قلة عدد الموظفين	٣٤. ضعف الاتجاه الإعلامي
٣٥. وجود برامج تشجع الداعمين	٣٦. التقيد بالانظمة
٣٧. المخالفات الاداريه على الجمعيه من قبل الوزاره	٣٨. عدم التميز
٣٩. العلاقات ذات صلته قويه	٤٠. عدم تفعيل البرامج والانشطة التي تم اعدادها مسبقاً
٤١. ضعف الاداره	٤٢. قله الموظفين او كثرتهم
٤٣. غياب الإعلام حيث غير معروفه الجمعيه	٤٤.



المرحلة الثانية: مرحلة تحليل وتشخيص المعلومات

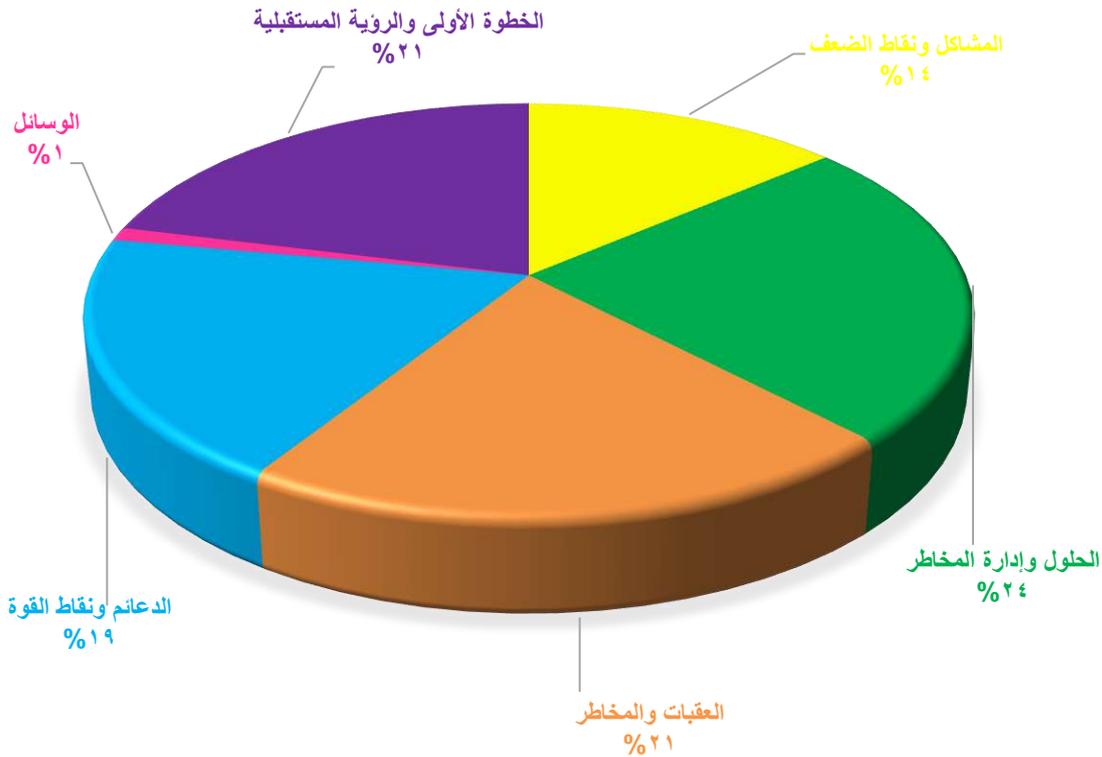


تم تحليل وتشخيص المعلومات وكانت النتائج على النحو الآتي:
١. التحليل الموضوعي:

أولاً: مجال التخطيط والمنهجيات:

التركيب	احتل مجال التخطيط والمنهجيات الترتيب رقم (١) في سلم الأولويات بمجموع (٩٥) بطاقة
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (مقارنة) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ غياب الوسائل، مع وجود رؤية جيدة بهذا المجال.

مجال التخطيط والمنهجيات

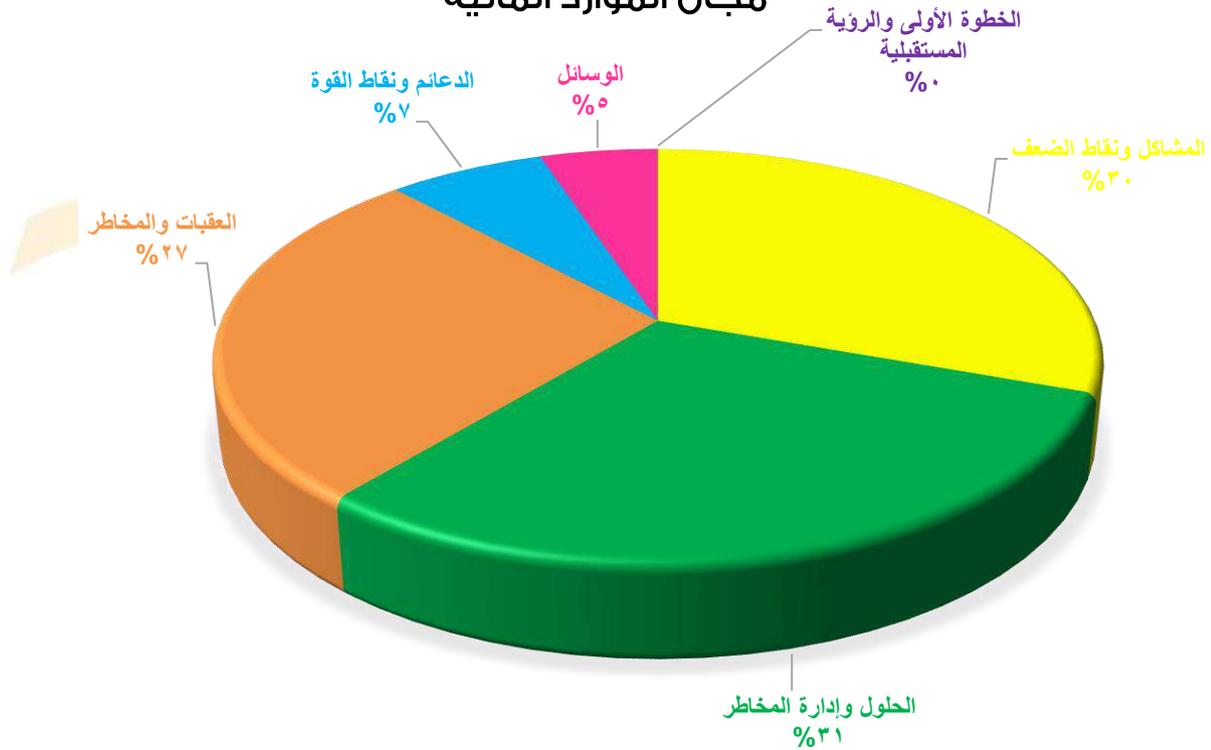


ثانياً: مجال الموارد المالية:

التركيب	احتل مجال الموارد المالية رقم (٢) في سلم الأولويات بمجموع (٥٤) بطاقة
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (أكثر) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل بسيطة، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.



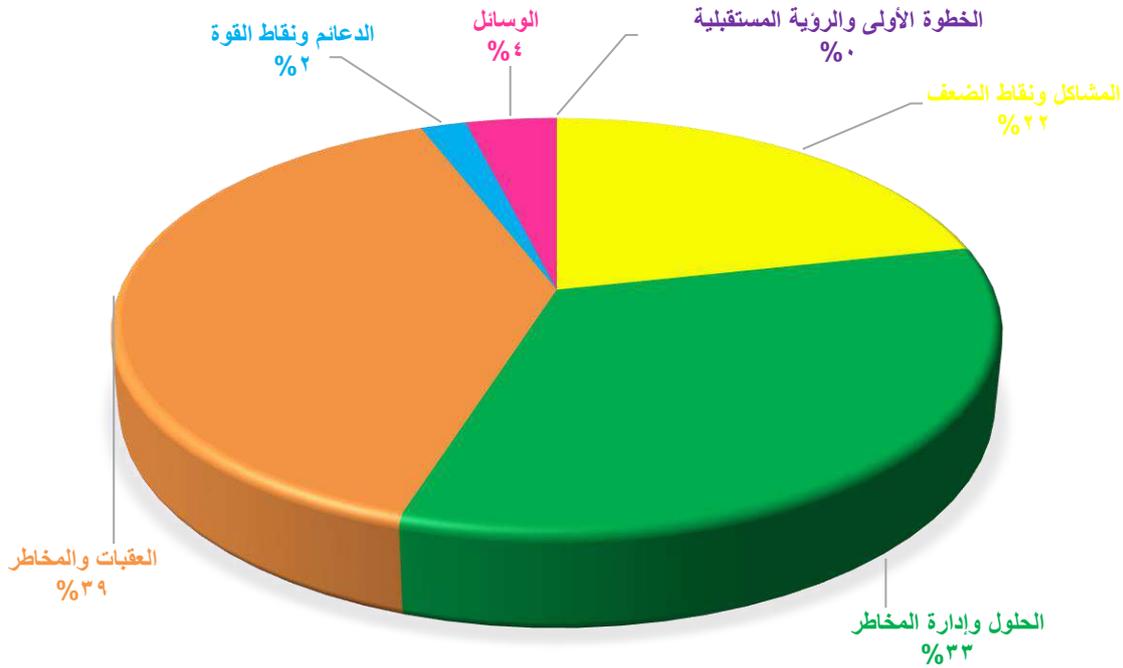
مجال الموارد المالية



ثالثاً: مجال الثقافة والسلوك التنظيمي:

التركيب	احتل مجال الثقافة والسلوك التنظيمي الترتيب رقم (٣) في سلم الأولويات بمجموع (٥١) بطاقة
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (أكثر) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل محدودة جداً ، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.

مجال الثقافة والسلوك التنظيمي

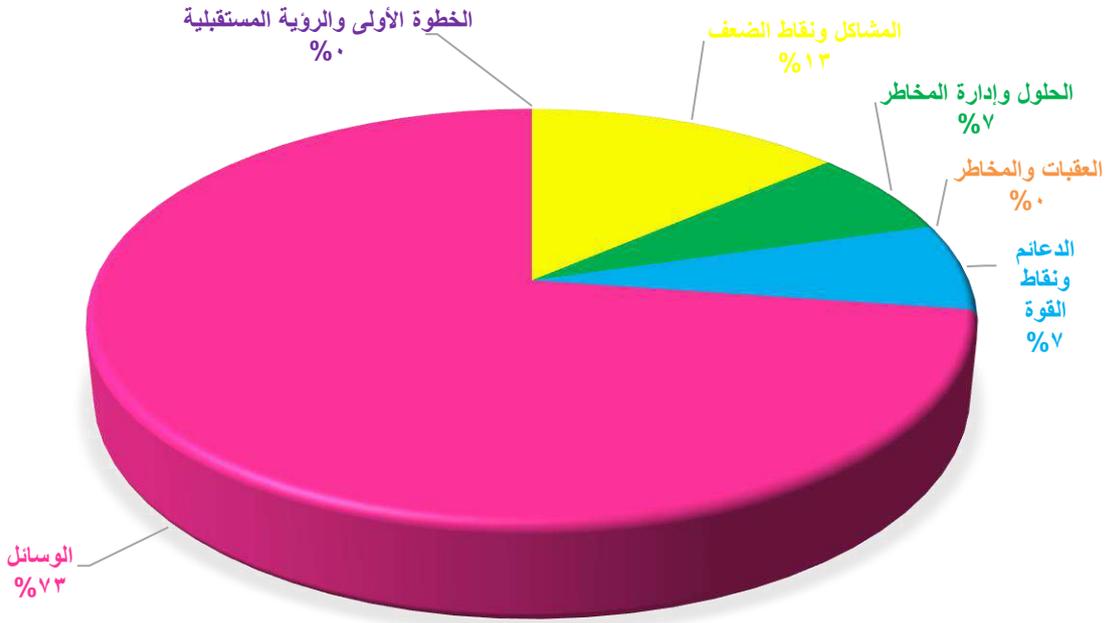


رابعاً: مجال البنى التحتية والأصول الثابتة:

التركيب	احتل مجال البنى التحتية والأصول الثابتة الترتيب رقم (٤) في سلم الأولويات بمجموع (٤٣) بطاقة
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (أقل) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل كثيرة جداً ، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.



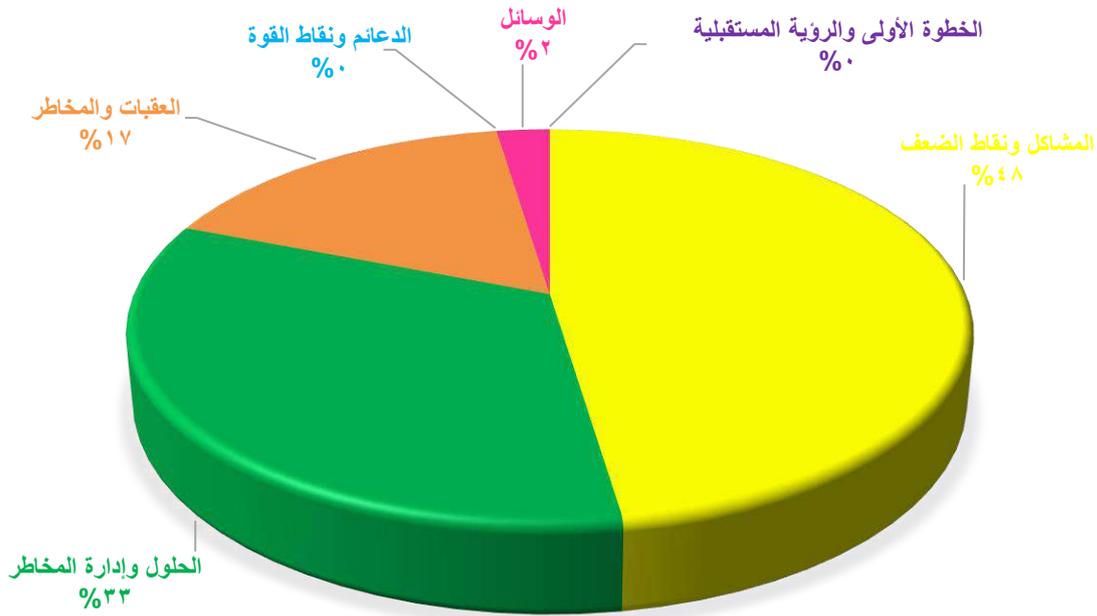
مجال البنى التحتية والأصول الثابتة



خامساً: مجال الموارد البشرية:

التركيب	احتل مجال الموارد البشرية الترتيب رقم (٤) في سلم الأولويات بمجموع (٤٢) بطاقة
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (أكثر) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل قليلة جداً ، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.

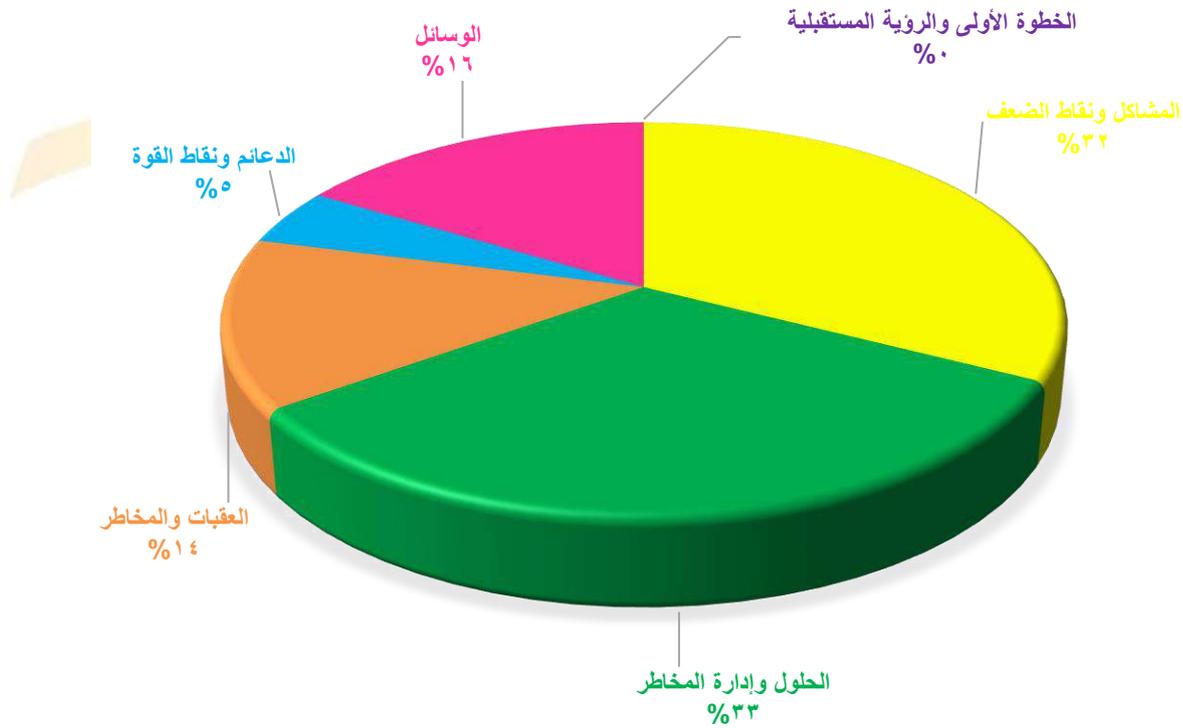
مجال الموارد البشرية



خامساً: مجال الموارد الأخرى:

الترتيب	احتل مجال الموارد الأخرى (الاعلام والتسويق - والشراكات والعلاقات) الترتيب رقم (٧) في سلم الأولويات بمجموع بطاقة (٤٢)
البنية	يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (أكثر) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل قليلة جداً ، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.

مجال الموارد الأخرى

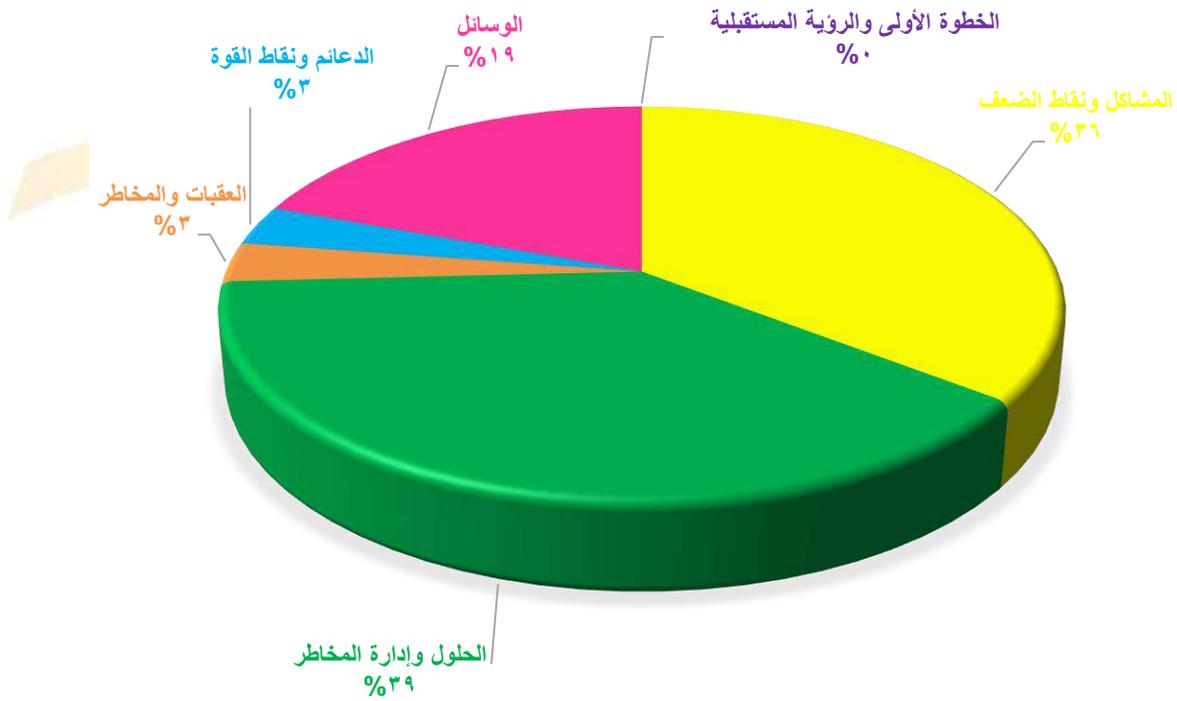


سادساً: مجال المستفيدين:

احتل مجال المستفيدين الترتيب رقم (٦) في سلم الأولويات بمجموع (٣٠) بطاقة	التركيب
يلاحظ في هذا المجال ان نقاط الضعف والاكراهات (تتساوى) من نقاط القوة والفرص، كما يلاحظ توفر وسائل مناسبة، مع عدم وجود أي رؤية بهذا المجال.	البنية



مجال المستفيدين



٢. تحليل المجالات الاستراتيجية:

المجال السابع	المجال الخامس	المجال الخامس	المجال الرابع	المجال الثالث	المجال الثاني	المجال الأول	
المستفيدين	الموارد البشرية	الموارد الأخرى (التسويق والاعلام والشراكات)	البنى التحتية والأصول الثابتة	الثقافة والسلوك التنظيمي	الموارد المالية	التخطيط والمنهجيات	
11	20	14	5	11	16	13	المشاكل ونقاط الضعف
12	14	13	3	17	16	23	الطول وإدارة المخاطر
1	7	6	0	20	15	20	العقبات والمخاطر
1	0	2	3	1	4	18	الدعائم
5	1	7	32	2	3	1	الوسائل
0	0	0	0	0	0	20	الخطوة الأولى الرؤية المستقبلية
30	42	42	43	51	54	95	المجموع
6	5	5	4	3	2	1	الأولويات



المرحلة الثالثة: الغايات والأهداف الاستراتيجية



أولاً: الغايات: رسالة جمعية ترتيل:

ترتيل جمعية خيرية لتحفيظ القرآن الكريم وعلم القراءات، مختصة في إعداد وتأهيل المستفيدين والكوادر والمراكز بهدف ربط المجتمع بكتاب الله وتوسيع شريحة المستفيدين، من خلال الوسائل التقليدية والتقنية الحديثة.

رؤية جمعية ترتيل:

بمرونة وشفافية نقوم بتطوير مواردنا وبرامجنا لتحقيق الاستدامة

قيم جمعية ترتيل:

اسم القيمة	تعريفها	تأكيدات إيجابية	التزامات فردية	التزامات مؤسسية	قوانين داعمة
المرونة	هي القدرة على التكيف مع الإجهاد والضغط النفسية في بيئة العمل	تكسب المرونة القدرة على مواجهة التحديات سواء إيجابية او سلبية	قدرة الأفراد على التكيف مع الضغوط	توفير المعنى الحقيقي للمرونة وتوفير تحديات ملائمة تحفزهم على التعلم والتطور	مكافاتهم ومدحهم وتعزيز هذا السلوك
الشفافية	هي المصادقية والنزاهة التي لا تحجب المعلومات	ترسيخ المبدأ وإيجاد الحلول والمبادرات والأنشطة	الوضوح في بيئة العمل	١/ تشجيع التواصل الفعال كمبدأ راسخ لنجاح الجمعية ٢/ الإهتمام بأراء ومقترحات المستفيدين	مكافاتهم ومدحهم وتعزيز هذا السلوك
الإلتزام بروح العمل كفريق	تحقيق الأهداف وإنجاز الأعمال بصورة سريعة وبأقل جهد وقت	نشر بيئة عمل إيجابية ليسود التنافس في الأفكار والبعد عن حب الذات	الإخلاص في العمل ومشاركة افراد الفريق في تحقيق العمل وإنجازة والإيمان بأهمية التعاون	١/ تعزيز إنتاجية الفريق ٢/ توفير الدعم الكامل للفريق ٣/ تحسين بيئة العمل	مكافاتهم ومدحهم وتعزيز هذا السلوك
الإبداع ولإبتكار	هو القدرة على إيجاد مفاهيم جديدة وأفكار وتنفيذها بأسلوب غير مألوف لدى الآخرين	الحرص أن يكون فريق العمل أكثر ابداع يشكل ملحوظ	الحرص على التنوع وتشجيع العمل الجماعي مع التجديد المستمر في بيئة العمل	١/ رفع كفاءة الموظفين ٢/ تحسين جودة المخرجات ٣/ السعي لتطوير نظام الإعلام وتكنولوجيا المعلومات	مكافاتهم ومدحهم وتعزيز هذا السلوك

ثانياً: الأهداف الاستراتيجية:

- عدد الأهداف الاستراتيجية للجمعية: (٦) أهداف استراتيجية
- مدة الاستراتيجية: (٣) سنوات وشهرين
- تاريخ بداية الاستراتيجية: ١ / ١١ / ٢٠٢١ م
- تاريخ نهاية الاستراتيجية: ٣١ / ١٢ / ٢٠٢٤ م

كانت الأهداف الاستراتيجية على النحو الآتي:

١. الهدف الاستراتيجي الأول:
تأمين موارد مالية متنوعة تساهم في تحقيق الاستدامة وتكوين شركات فعالة.
٢. الهدف الاستراتيجي الثاني:
تأمين جميع احتياجات الجمعية من البنى التحتية والأصول الثابتة.
٣. الهدف الاستراتيجي الثالث:
تطوير منظومة الموارد البشرية واستقطاب الكفاءات.
٤. الهدف الاستراتيجي الرابع:
تصميم منهجيات وتطوير كفاءة المنظومة القيادية والإدارية والتشغيلية وتطبيق معايير الحوكمة والشفافية.
٥. الهدف الاستراتيجي الخامس:
تصميم منتجات نوعية وزيادة أعداد المستهدفين في منطقة مكة المكرمة.
٦. الهدف الاستراتيجي السادس:
تحسين ونشر الصورة الذهنية للجمعية وتطوير منتجاتها.



المرحلة الرابعة: الأهداف التكتيكية



الأهداف التكتيكية:

- عدد الأهداف التكتيكية للجمعية: (١٩) هدف
- مدة الأهداف التكتيكية: (١) سنة وشهرين
- تاريخ بداية الأهداف التكتيكية: ١ / ١١ / ٢٠٢١م
- تاريخ نهاية الأهداف التكتيكية: ٣١ / ١٢ / ٢٠٢٢م

كانت الأهداف التكتيكية على النحو الآتي:

رقم الهدف الاستراتيجي	اسم الهدف الاستراتيجي	رقم الهدف التكتيكي	اسم الهدف التكتيكي
1	تأمين موارد مالية متنوعة تساهم في تحقيق الاستدامة وتكوين شراكات فعالة	1-1	تأمين موارد دائمة
		1-2	تأمين موارد شبه دائمة
		1-3	تأمين موارد متغيرة
2	تأمين جميع احتياجات الجمعية من البنى التحتية والأصول الثابتة	2-1	تأمين مقر للجمعية
3	تطوير منظومة الموارد البشرية واستقطاب الكفاءات	3-1	إشغال كامل الوحدات الإدارية بالهيكل
		3-2	تنفيذ برامج تدريبية تخصصية
		3-3	استقطاب المتطوعين
4	تصميم منهجيات وتطوير كفاءة المنظومة القيادية والإدارية والتشغيلية وتطبيق معايير الحوكمة والشفافية	4-1	تصميم منهجيات خاصة بالجمعية
		4-2	تطوير المنظومة القيادية
		4-3	تطبيق معايير الحوكمة
		4-4	تطوير الكوادر التعليمية
		4-5	تطوير المستفيدين من الطلاب والطالبات
5	تصميم منتجات نوعية وزيادة أعداد المستهدفين في منطقة مكة المكرمة	5-1	تطوير وربط الكيانات
		5-2	تطوير برامج نوعية للجمعية
		5-3	تصميم منتجات تسويقية
6	تحسين ونشر الصورة الذهنية للجمعية وتطوير منتجاتها	6-1	إقامة حملات تسويقية تعريفية
		6-2	إقامة حملات تسويقية لبرامج الجمعية
		6-3	إقامة حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية
		6-4	تصميم قواعد بيانات للجمعية



المرحلة الرابعة: الأهداف التشغيلية

جدارات



الأهداف التشغيلية:

- عدد الأهداف التشغيلية للجمعية: (47) هدف
- مدة الأهداف التشغيلية: (١) سنة وشهرين
- تاريخ بداية الأهداف التشغيلية: ١ / ١١ / ٢٠٢١ م
- تاريخ نهاية الأهداف التشغيلية: ٣١ / ١٢ / ٢٠٢٢ م
- جدول الخطة مرفق في ملف **PDF & Excel**



المستوى الاستراتيجي		ت		الاهداف الاستراتيجية		المستوى التكتيكي		المستوى التشغيلي					
						ت	الاهداف التكتيكية	ت	الاهداف التشغيلية				
ت	الاهداف الاستراتيجية	ت	الاهداف التكتيكية	ت	الاهداف التشغيلية	اسم مؤشر الأداء	المستهدف	الإدارة المسؤولة	الإدارات المساندة				
1	تأمين موارد مالية متنوعة تساهم في تحقيق الاستدامة وتكوين شراكات فعالة	1-1	تأمين موارد دائمة	1-1-1	إطلاق حملة لتأسيس وقف يكون ريعه للجمعية	عدد الأوقاف	1	تنمية الموارد المالية	التسويق والاعلام / مجلس الإدارة / الشراكات والعلاقات				
				1-1-2	الحصول على المنحة الحكومية من الوزارة	إجمالي الإيرادات المطلوبة	1692000	مجلس الإدارة	1	تنمية الموارد المالية	مجلس الإدارة		
				1-2-1	فتح كيانات جديدة خاصة بالجمعية	عدد الحملات	3	عدد الشراكات	3	تنمية الموارد المالية	البرامج / التسويق		
				1-2-2	التصريح بكيانات جديدة بالجمعية	عدد الإيرادات المتوقعة	300000	تنمية الموارد المالية	1	تنمية الموارد المالية	مجلس الإدارة		
				1-2-3	توفير دعم الرواتب من صندوق الموارد البشرية	عدد تصاريح الكيانات الجديدة	200	تنمية الموارد المالية	200	تنمية الموارد المالية	مجلس الإدارة		
				1-2-4	الحصول على تخفيض في رسوم الخدمات	إجمالي الإيرادات المتوقعة	1500000	الخدمات المساندة	240000	تنمية الموارد المالية	مجلس الإدارة		
				1-3-1	فتح معارض تعريفية للجمعية	قيمة الدعم المستحق	5	تنمية الموارد المالية	5	تنمية الموارد المالية	مجلس الإدارة		
				1-3-2	تنفيذ برامج تدريبية برسوم للمستفيدين	عدد الإيرادات المتوقعة	1000000	تنمية الموارد المالية	10	تنمية الموارد المالية	البرامج / التسويق		
				1-3-3	بيع منتجات الجمعية	إجمالي الإيرادات المتوقعة	200000	تنمية الموارد المالية	10000	تنمية الموارد المالية	البرامج / التسويق		
				1-3-4	تأمين دعم من الجهات المانحة	إجمالي الإيرادات المتوقعة	300000	تنمية الموارد المالية	10	تنمية الموارد المالية	البرامج / التسويق / مجلس الإدارة		
				1-3-5	تأمين دعم من الشركات ذات المسؤولية المجتمعية	إجمالي الإيرادات المتوقعة	1000000	تنمية الموارد المالية	5	تنمية الموارد المالية	البرامج / التسويق / مجلس الإدارة		
				2	تأمين جميع احتياجات الجمعية من البنى التحتية والأصول الثابتة	2-1	تأمين مقر للجمعية	2-1-1	إطلاق حملة لتأسيس وقف مقر للجمعية بجدة	عدد الأوقاف	1	تنمية الموارد المالية	التسويق والاعلام
								3-1-1	توظيف الكفاءات المتخصصة حسب الشواغر المتاحة	نسبة اشغال الهيكل	100%	الموارد البشرية	الجميع
								3-2-1	تعميم الحدائق التدريبية للعاملين من موظفين ومنطوعين	الانتهاء من تحديد الاحتياجات التدريبية	100%	الموارد البشرية	الجميع
								3-2-2	تنفيذ دورات تدريبية لكل تخصص	عدد الدورات لكل تخصص	2	الموارد البشرية	الموارد البشرية
3-3-1	تصميم برنامج خاص للمنطوعين	الانتهاء من البرنامج	100%					الموارد البشرية	الموارد البشرية				
3-3-2	توظيف الكفاءات المتخصصة حسب الشواغر المتاحة	نسبة اشغال الهيكل	100%					الموارد البشرية	الموارد البشرية				
3	تطوير منظومة الموارد البشرية واستقطاب الكفاءات	3-1	تصميم منهجيات خاصة بالجمعية					4-1-1	تصميم منهجية المالية	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-2	تصميم منهجية البرامج والمستفيدين	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-3	تصميم منهجية العلاقات والشراكات	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-4	تصميم منهجية التسويق والاعلام	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-5	تصميم منهجية تنمية الموارد المالية	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-6	تصميم منهجية إدارة الموارد البشرية	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-1-7	تصميم منهجية الصلاحيات والحدود والقرارات	الانتهاء من المنهجية	100%	الجودة والتميز	مجلس الإدارة
								4-2	تقديم دورات متخصصة في القيادة	عدد الدورات المتخصصة في القيادة	5	الموارد البشرية	الموارد البشرية
								4-3-1	الانضمام بتطبيق معايير الجودة الخاصة بوزارة الموارد البشرية	نسبة الانضمام	100%	مجلس الإدارة	مجلس الإدارة
				5-1-1	استقطاب وتوظيف الخوارج التعليمية	عدد الخوارج المستقطبة	600	الموارد البشرية	الموارد البشرية				
				5-2-1	عدد الطلاب المستفيدين من الطلاب والطالبات	عدد الطلاب المستقطبة	6000	البرامج	البرامج				
				5-3-1	استقطاب مجموعة من الكفاءات المميزة	عدد الكفاءات المستقطبة	200	البرامج	البرامج				
				5-4-1	ربط جميع الكيانات والبرامج بالمنصة التعليمية	عدد الكيانات المرتبطة	200	البرامج	البرامج				
				5-4-2	تصميم أو تطوير برامج نوعية للجمعية	عدد البرامج النوعية	3	البرامج	البرامج				
				4	تصميم منهجيات وتطوير كفاءة المنظومة القيادية والإدارية والتشغيلية وتحقيق معايير الحوكمة والشفافية	4-1	تصميم منهجيات خاصة بالجمعية	6-1-1	تصميم منتجات تسويقية تعريفية	عدد المنتجات	1	التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية
6-1-2	تصميم منتجات تسويقية لبرامج الجمعية	عدد المنتجات	10					التسويق والاعلام	البرامج				
6-1-3	تصميم منتجات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد المنتجات	?????					التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية				
6-2-1	إطلاق حملات تسويقية تعريفية	عدد الحملات التسويقية للجمعية	1					التسويق والاعلام	المالية				
6-3-1	إطلاق حملات تسويقية للبرامج	عدد الحملات التسويقية للبرامج	10					التسويق والاعلام	المالية				
6-4-1	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد الحملات التسويقية لتنمية الموارد المالية	?????					التسويق والاعلام	المالية				
6-4-2	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر مشاهير السوشيال ميديا	عدد المشاهير	10					التسويق والاعلام	المالية				
6-4-3	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر حسابات المناطق في السوشيال ميديا	عدد الحسابات	20					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-1	فائدة بيانات المستفيدين	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-2	فائدة بيانات الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-3	فائدة بيانات مشاهير السوشيال ميديا	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-4	فائدة بيانات حسابات منطقة جدة الطائف مكة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-5	فائدة بيانات الجهات الشريفة والمانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-6	فائدة بيانات البرامج النوعية لدى الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
6-5-7	فائدة بيانات التجار وتخصصاتهم	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%					التسويق والاعلام	المالية				
5	تصميم منتجات نوعية وزيادة أعداد المستفيدين في منطقة مكة المكرمة	5-1	تصميم منهجيات خاصة بالجمعية	6-1-1	تصميم منتجات تسويقية تعريفية	عدد المنتجات	1	التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية				
				6-1-2	تصميم منتجات تسويقية لبرامج الجمعية	عدد المنتجات	10	التسويق والاعلام	البرامج				
				6-1-3	تصميم منتجات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد المنتجات	?????	التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية				
				6-2-1	إطلاق حملات تسويقية تعريفية	عدد الحملات التسويقية للجمعية	1	التسويق والاعلام	المالية				
				6-3-1	إطلاق حملات تسويقية للبرامج	عدد الحملات التسويقية للبرامج	10	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-1	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد الحملات التسويقية لتنمية الموارد المالية	?????	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-2	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر مشاهير السوشيال ميديا	عدد المشاهير	10	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-3	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر حسابات المناطق في السوشيال ميديا	عدد الحسابات	20	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-1	فائدة بيانات المستفيدين	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-2	فائدة بيانات الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-3	فائدة بيانات مشاهير السوشيال ميديا	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-4	فائدة بيانات حسابات منطقة جدة الطائف مكة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-5	فائدة بيانات الجهات الشريفة والمانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-6	فائدة بيانات البرامج النوعية لدى الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-7	فائدة بيانات التجار وتخصصاتهم	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
6	تأمين منتجات نوعية وزيادة أعداد المستفيدين في منطقة مكة المكرمة	6-1	تصميم منهجيات خاصة بالجمعية	6-1-1	تصميم منتجات تسويقية تعريفية	عدد المنتجات	1	التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية				
				6-1-2	تصميم منتجات تسويقية لبرامج الجمعية	عدد المنتجات	10	التسويق والاعلام	البرامج				
				6-1-3	تصميم منتجات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد المنتجات	?????	التسويق والاعلام	تنمية الموارد المالية				
				6-2-1	إطلاق حملات تسويقية تعريفية	عدد الحملات التسويقية للجمعية	1	التسويق والاعلام	المالية				
				6-3-1	إطلاق حملات تسويقية للبرامج	عدد الحملات التسويقية للبرامج	10	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-1	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية	عدد الحملات التسويقية لتنمية الموارد المالية	?????	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-2	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر مشاهير السوشيال ميديا	عدد المشاهير	10	التسويق والاعلام	المالية				
				6-4-3	إطلاق حملات تسويقية لتنمية الموارد المالية عبر حسابات المناطق في السوشيال ميديا	عدد الحسابات	20	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-1	فائدة بيانات المستفيدين	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-2	فائدة بيانات الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-3	فائدة بيانات مشاهير السوشيال ميديا	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-4	فائدة بيانات حسابات منطقة جدة الطائف مكة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-5	فائدة بيانات الجهات الشريفة والمانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-6	فائدة بيانات البرامج النوعية لدى الجهات المانحة	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
				6-5-7	فائدة بيانات التجار وتخصصاتهم	إعداد قاعدة البيانات وتحديثها	100%	التسويق والاعلام	المالية				
6	أهداف استراتيجية	19	هدف تكتيكي	47	هدف تشغيلي								