

جمعية العلاج الآمن
Safe Medical Care Org

مسجلة في وزارة العمل والتنمية الاجتماعية برقم ١٣٥٦



الخطة الاستراتيجية

لجمعية العلاج الآمن

٢٠٢١-٢٠٢٥ م

المملكة العربي السعودية - محافظة جدة

يونيو: ٢٠٢٢م



الفهرس

الصفحة	البيان
٢	الفهرس
٣	أهداف الخطة الاستراتيجية التنموية
٤	الواقع الحالي للجمعية (البيئة الداخلية)
٧	تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات SWOT
٨	التحليل باستخدام نموذج (PESTEL)
٩	رؤية الجمعية
٩	الرسالة
٩	القيم
١٠	الاهداف الاستراتيجية
١١	الخطة الاستراتيجية وتطبيقها عبر الزمن



أهداف الخطة الاستراتيجية التنموية

لقد تلخصت أهداف وجود خطة تنموية استراتيجية لجمعية العلاج الآمن بالاتي:

- تشخيص الوضع الراهن للجمعية.
- للمجالات التنموية الرئيسية والفرعية .
- إعداد رؤية تنموية تعبر عن تطلعات، وأمال الجمعية ضمن اطار زمنى لمدة محددة.
- تطوير، وتوثيق السياسات التنموية الرئيسية نحو مختلف القضايا ذات الأولوية.
- تحديد الأهداف ، وترجمتها إلى برامج ومشاريع قابلة للتنفيذ؛ وذلك بالمشاركة مع مؤسسات أفراد المجتمع المدني.
- تعزيز، وتطبيق مفاهيم الإدارة الرشيدة مما يحقق المشاركة المجتمعية، والنزاهة، والشفافية، والمساءلة، والعدالة للجميع.
- وضع خطة تنفيذ رباعية، وسنوية للسنة الأولى، واضحة وموثقة وضمن اطار زمنى معلوم وتقديرات دقيقة.

الواقع الحالي للجمعية (البيئة الداخلية)

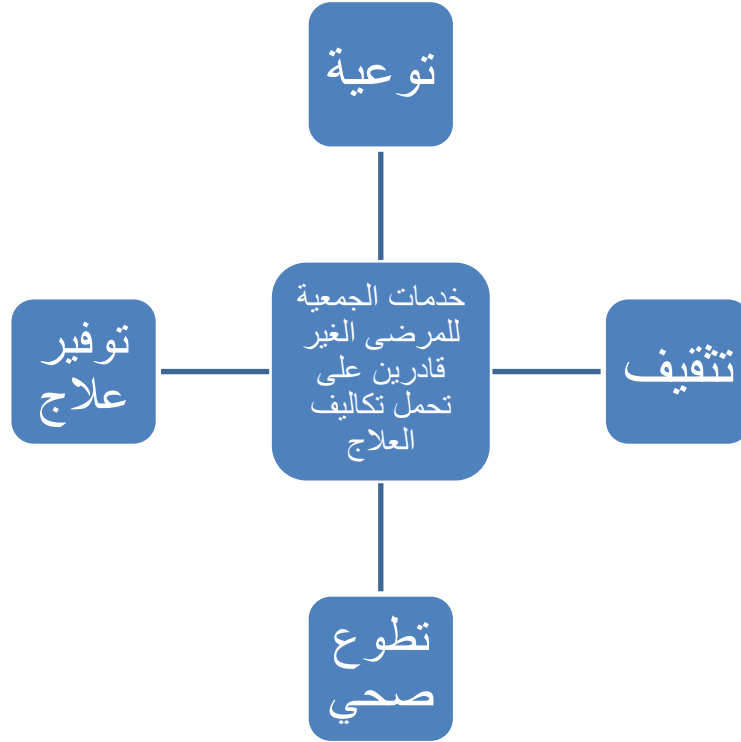
☒ ملخص عن الجمعية

هي جمعية خيرية صحية مسجلة بوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية برقم ١٣٥٦ وتهتم بتقديم خدمات العلاج والتوعية والتثقيف الصحي للمرضى الغير قادرين على تحمل تكاليف العلاج في محافظة جدة في المملكة العربية السعودية.

☒ القيم

- احترام إنسانية المريض.
- الاستدامة والتميز.
- المصداقية والشفافية.
- الجودة والدقة في الاداء.

☒ خدمات الجمعية

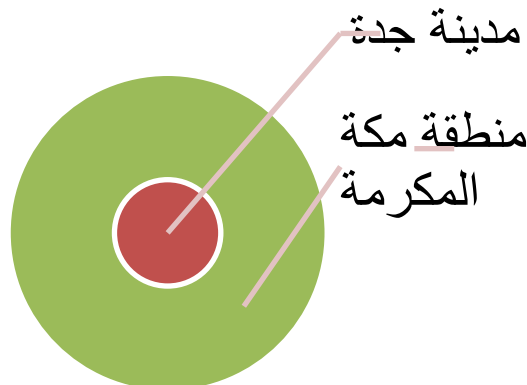


☒ الفئات التي يستهدفها النادي

العمر	الجنس	القدرة على الدفع	المنطقة المستهدفة	الفئة الرئيسية
أطفال شباب كبار سن	ذكر أنثى	لمن ليس لديهم القدرة على تحمل تكاليف العلاج	تستهدف المرضى في محافظة جدة	المرضى

☒ المنطقة المستهدفة

تستهدف جمعية العلاج الآمن تقديم الخدمات بشكل خاص في مدينة جدة والواقعة في منطقة مكة المكرمة.

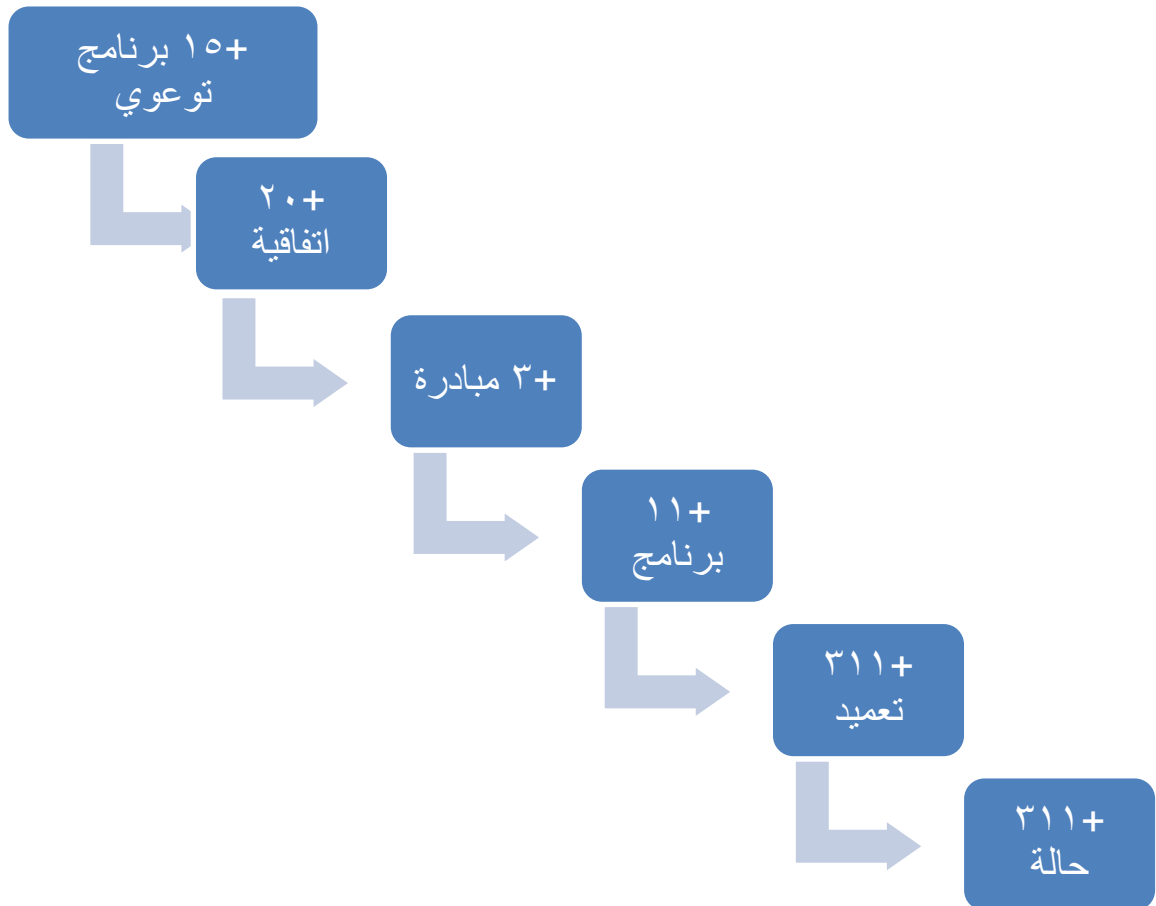


✕ عدد الاشخاص في محافظة جدة (المجتمع)



✕ الانجازات

يمكن تحديد الانجازات من خلال ما يلي:



تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات SWOT

<p>❖ نقاط الضعف:</p> <ul style="list-style-type: none">· ضعف في التسويق.· ضعف الوصول إلى داعمي الأعمال.· محدودية في توفير قاعدة بيانات.	<p>❖ نقاط القوة:</p> <ul style="list-style-type: none">· توفر فريق عمل متخصص ويعمل بشكل متوائم ومتوافق ضمن الفريق.· الشراكة مع عدد من المؤسسات العاملة في مجالات مختلفة ومنها العامة والخاصة.
<p>نقاط الضعف</p>	<p>نقاط القوة</p>
<p>SWOT</p>	
<p>❖ التهديدات</p> <ul style="list-style-type: none">· ضعف في تغطية النفقات المالية.• ضعف الوصول إلى الجهات المانحة.• الطلب المتزايد من المحتاجين للخدمات العلاجية مما يشكل ضغط في تحقيق ذلك وفق الامكانيات المتاحة.	<p>❖ الفرص</p> <ul style="list-style-type: none">· توفر المحسنين من أفراد ومؤسسات خاصة وعامة بشكل كبير.· التوافق مع رؤية المملكة ٢٠٣٠.· الانفتاح الكبير في استخدام مواقع الانترنت.· سهولة استخدام التحويلات البنكية داخل المملكة.

التحليل باستخدام نموذج (PESTEL)

يمكن تحليل البيئة الخارجية للجمعية من خلال استخدام نموذج (PESTEL) كما يلي:



خلاصة تحليل PESTEL أن جميع العوامل المختلفة هي في مصلحة الجمعية وتتماشى الجمعية مع توجهات السياسة العامة في المملكة وحسب رؤية ٢٠٣٠ مما يقلل توفر العوائق في أقل تواجدها الامر الذي يجعل ذلك حافزا مؤثرا ايجابيا في تطوير الجمعية.

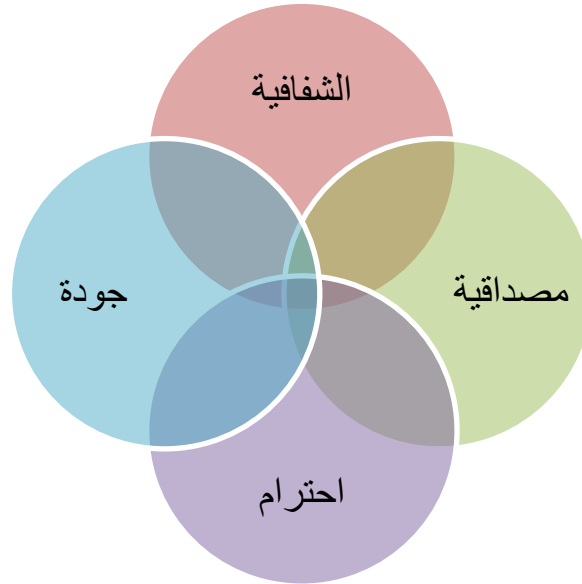
☒ رؤية الجمعية

تقدم الخدمات للمرضى المحتاجين للعلاج في محافظة جدة بكوادر بشرية مؤهلة وتقنيات حديثة وشراكة استراتيجية وموارد مالية مستدامة

☒ الرسالة

تقدم رعاية صحية واجتماعية امنة عبر شراكات مجتمعية متكاملة.

☒ القيم



☒ الاهداف الاستراتيجية

التسويق للجمعية
وإظهار خدماتها
المقدمة للمجتمع

التميز والاستدامة في
تقديم الخدمات الطبية
والصحية للمستفيدين

الوصول إلى مجتمع
واعي صحيا

بناء علاقات مع
المستفيدين والمجتمع
واظهار صورة ايجابية
عن الجمعية

تفعيل برامج التطوع
الصحي.

تحقيق الاستدامة
المالية

بناء نظام جودة
وحوكمة لتحقيق رؤية
ورسالة وقيم والجمعية

الهدف الاستراتيجي												مؤشر الاداء الرئيسي					
٢) التسويق للجمعية وإظهار خدماتها المقدمة للمجتمع												الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المجتمع المحلي					
التنفيذ بالشهر												مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١						
												<ul style="list-style-type: none"> انتاج محتوى خلال الشهر متعدد على الاقل ٥٠ محتوى شهريا. انجاز اعلان ممول عدد ٢ على الاقل. 	تسويق مجتمعي	المسوق الالكتروني		<ul style="list-style-type: none"> العمل على صناعة محتوى متعدد الأشكال (فيديو ، صور ، انفو جرافيك، مسابقات، اعلانات، تغطية، فعاليات، طلبات الدعم، وغيرها..... تحديد مواقع التواصل التي سيتم النشر عليها وتحمل اسم الجمعية. تحديد مواعيد نشر المحتوى. تحديد الشكل النهائي للمخرج. تحديد اللغة التي سيتم النشر فيها للغة المستهدفة. 	صناعة المحتوى على مواقع الانترنت
												<ul style="list-style-type: none"> الوصول إلى زيارة ٣٠٠ مؤسسة خلال السنة . التشبيك مع ٥٠٪ من المؤسسات المزارة. 	زيارات	المدير التنفيذي + العلاقات العامة + العلاقات الخارجية		<ul style="list-style-type: none"> تحديد زي موحد لافراد الجمعية. تحديد بوسترات موحدة على السيارات الخاصة بالجمعية 	الشكل الخارجي لأفراد الجمعية

الهدف الاستراتيجي																	
مؤشر الاداء الرئيسي																	
٣) بناء علاقات مع المستفيدين والمجتمع واظهار صورة ايجابية عن الجمعية																	
علاقات قوية ومتزايدة مع مؤسسات المجتمع المحلي																	
التنفيذ بالشهر																	
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي
												<ul style="list-style-type: none"> • انشاء قاعدة بيانات عن الفئة المستفيدة جاهزة يتوفر فيها ٢٠٠٠٠ شخص على الاقل.. 	<ul style="list-style-type: none"> • دراسات حالة للمستفيدين المتقدمين. 	<ul style="list-style-type: none"> • العلاقات العامة + فريق مشرفي الخدمة الاجتماعية+ اللجنة الصحية. 		<ul style="list-style-type: none"> • جمع معلومات عن الواقع الصحي في مدينة جدة. 	<ul style="list-style-type: none"> • انشاء قاعدة بيانات عن الفئة المستفيدة
											<ul style="list-style-type: none"> • توفير ٥٠٠ دراسة حالة جاهزة للتدخل وتقديم المساعدة خلال السنة 	<ul style="list-style-type: none"> • تجهيز دليل وقاعدة بيانات عن المستفيدين في جدة. 		<ul style="list-style-type: none"> • جمع معلومات عن الحالات التي تحتاج إلى تدخل وتقديم المساعدة. 			
											<ul style="list-style-type: none"> • انشاء ورشة عمل واحدة على الاقل شهريا. 	<ul style="list-style-type: none"> • انشاء ورشات عمل . 		<ul style="list-style-type: none"> • جمع معلومات عن المستشفيات والمراكز الصحية. 			

التنفيذ بالشهر												مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١						
												<ul style="list-style-type: none"> • انشاء محتوى يضم مجموعة متنوعة من المحتوى يصل في الحد الأدنى شهريا الى ٥٠ محتوى متنوع. • الوصول لمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي ١٠٠٠٠٠٠ متابع على تويتر وانسستجرام . 	<p>فعاليات مرتبطة بأعمال اخرى ضمن الخطة</p>	<p>العلاقات العامة + التسويق</p>		<ul style="list-style-type: none"> • العمل على صناعة محتوى متعدد الاشكال (فيديو، صور ، اعلان، انفوجرافيك، تحليل، اخبار، مسابقات احصاءات، فعاليات، انجازات، اعلانات ، وغيرها.....) • نشر وتسويق المحتوى. • انشاء وتنسيق الفعاليات المختلفة. • نشر المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعية. • استخدام التسويق الالكتروني من خلال مواقع الجمعية في عمل ابداعي هادف جاذب. 	<p>انشاء محتوى</p>
												<ul style="list-style-type: none"> • انجاز ٢ ورشات ارشادية خلال الشهر. • جذب المزيد من المتابعين. 	<p>العلاقات الثنائية</p>	<p>العلاقات العامة + الوحدات المتخصصة</p>		<ul style="list-style-type: none"> • تحديد أهم المشاكل الصحية في المجتمع ولها تأثير كبير على المجتمع المحلي. • تحديد الفئة المستهدفة. • التنسيق المستمر مع الجهات المختلفة. 	<p>ورشات عمل ارشادية</p>

توفير الموارد المالية بشكل مستمر دون عجز												مؤشر الاداء الرئيسي									
التنفيذ بالشهر												مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي				
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١										
												<ul style="list-style-type: none"> • ٣٥ زيارة شهرية مختلفة. • تنفيذ ١٠٠ تدخل لمعالجة العديد من الحالات. • توفر قاعدة بيانات تضم ما يزيد عن ١٠٠٠٠ عنوان 	تجهيز المشاريع	العلاقات العامة +التسويق		• تحديد الفئة المستهدفة.	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد اسماء الجمعيات والمؤسسات الغير حكومية في مدينة جدو وعلى مستوى المملكة. • تحديد المؤسسات الحكومية الداعمة وذات العلاقة. • تحديد وجمع معلومات عن الشركات والتجار على مستوى المملكة وفي المدينة بشكل خاص. 	<ul style="list-style-type: none"> • انشاء قاعدة بيانات عن الجهات الداعمة والمانحة 			
											• الوصول بعدد المتبرعين مقارنة					العلاقات العامة +			العلاقات العامة	• زيارات ميدانية للمؤسسات الحكومية ذات العناية.	• انشاء علاقات

												<ul style="list-style-type: none"> • توفير ٢٠ مشروع لعرضها على الممولين. 	العلاقات العامة	<ul style="list-style-type: none"> • البحث المستمر على المحسنين من رجال الأعمال والشركات والمؤسسات الخيرية. • التسويق الفعال والجيد على المتخصص. • الزيارات المستمرة للفئة المستهدفة من رجال أعمال وشركات ومؤسسات حكومية وغير حكومية) في تجنيد واستقطاب الأموال. • الدمج ما بين الفعاليات والتسويق. 						
٦) تفعيل برنامج التطوع الصحي												الهدف الاستراتيجي								
توفير ٢٠٠ متطوع خلال العام												مؤشر الاداء الرئيسي								
التنفيذ بالشهر												مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي			
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١									
												توافق شروط التطوع مع الوزارة.	توفير فرص للتطوع	لعدد ٢٠٠ متطوع خلال السنة .	توفير فرص للتطوع	المدير التنفيذي + العلاقات العامة + شؤون الموظفين + أقسام الجمعية.		الخطوات التشغيلية	<ul style="list-style-type: none"> • توفير معلومات عن التخصصات التي تنتجها الكليات والمعاهد التي تتواءم مع توجهات وأهداف الجمعية. • تحديد التخصصات التي تحتاجها الجمعية. 	استقطاب المتطوعين

الهدف الاستراتيجي												الهدف الاستراتيجي											
مؤشر الاداء الرئيسي												مؤشر الاداء الرئيسي											
توفر نظام جودة عالي ومطبق												توفر نظام جودة عالي ومطبق											
الهدف التشغيلي												الهدف التشغيلي											
الخطوات التشغيلية												الخطوات التشغيلية											
التنفيذ بالشهر												التنفيذ بالشهر											
١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	مؤشرات الأداء	المبادرات	الشخص المسؤول	التكلفة التقديرية	الخطوات التشغيلية	هدف تشغيلي						
												<ul style="list-style-type: none"> ورقة تحديد احتياجات. تحسين الانتاجية بنسبة ٧٠٪ خلال العام. 	العمل بروح الفريق	الموارد البشرية (HR)		<ul style="list-style-type: none"> تحديد الوظائف المطلوبة في الجمعية . تحديد المواصفات الخاصة بكل وظيفة. تقييم الموظفين الحاليين والمقارنة بين ما هو موجود وما هو متوقع. 	تحديد الاحتياجات						

