

نموذج تصميم مبادرة نوعية

مذكرة تطبيقية

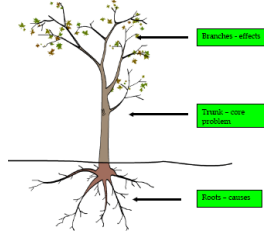
تقديم: د. وليد بن عبد الله الوليدي

أولاً: المشكلة والفئة المستهدفة والفكرة الأولى

في حالات الطوارئ مثل الحوادث، فقدان الوعي، أو النوبات الصحية المفاجئة، يكون الوصول السريع والدقيق إلى المعلومات الطبية الحيوية (مثل فصيلة الدم، الأمراض المزمنة، أو التحسس من الأدوية) أمراً بالغ الأهمية لإنقاذ حياة الشخص. ولكن في أغلب الحالات، يتعذر على الطاقم الطبي أو المسعفين معرفة هذه المعلومات في الوقت المناسب، مما يؤدي إلى تأخير أو أخطاء في التدخل الطبي، قد تُسبب مضاعفات خطيرة أو حتى الوفاة.	المشكلة المحددة: اكتب المشكلة التي تريد معالجتها من خلال المبادرة، وضح المشكلة بحيث تكون محدّدة المعالم
• المرضى المصابون بأمراض مزمنة (مثل السكري، القلب، الصرع، الربو...) • كبار السن • الأطفال الذين يعانون من حالات صحية خاصة • المسافرين والحجاج والمعتزمون • عموم أفراد المجتمع في حالات الطوارئ أو الحوادث	الفئة المستهدفة: حدّد الفئة المستهدفة بدقة
“بطاقة حياة” هي بطاقة ذكية، مادية أو رقمية، تحتوي على معلومات صحية أساسية وفورية للشخص، مثل فصيلة الدم، الأمراض المزمنة، الحساسية من الأدوية، قائمة الأدوية المستخدمة، وأرقام التواصل في حالات الطوارئ. تُستخدم هذه البطاقة من خلال مسح QR Code أو لمس NFC، ليتمكن الطاقم الطبي أو المسعف من الوصول السريع للمعلومات الحرجة التي تُسهم في إنقاذ حياة المريض. تُصمم بطاقة “حياة” لتكون سهلة الحمل (كبلستيكية، سوار، أو ملصق على الجوال)، وتُربط اختياريًا بملف طبي رقمي متكامل. كما يمكن أن تُدمج في الهوية الوطنية أو تطبيقات الصحة الرقمية لتعزيز التكامل والاستدامة.	فكرة المبادرة: قم بصياغة فكرة المبادرة بشكل واضح تعطي صورة مكتملة عن فكرة مبادرتك من خلال قراءة فكرة المبادرة

ثانيًا: مرحلة التحليل

أ/ تحليل المشكلة:



بعدما تم التعريف بـ "المشكلة" وتحديد "الفئة المستهدفة" بدقة؛ يمكننا تحليلها لنعرف مدى تعقيدها، ومسبباتها، وآثارها.
تستطيع ذلك عن طريق: استخدام نموذج (تحليل شجرة المشكلات) كما في الأسفل، ارسم العلاقة بين الأسباب.
بعد إكمالها راجع المسببات الواردة في أسفل الشجرة، وابحث عن الأدوار التي تستطيع القيام بها مع الجامعة.

الآثار

زيادة احتمالية الوفاة أو المضاعفات في الحالات الحرجة
لعدم توفر المعلومات الحيوية في الوقت المناسب

ارتفاع نسبة الأخطاء الطبية بسبب الجهل
بالحالة الصحية أو الحساسية من أدوية معينة

تأخير في تقديم الإسعافات أو العلاج المناسب
مما يؤدي إلى تدهور حالة المريض

المشكلة

تأخر أو فشل وصول المعلومات الطبية الأساسية عن
المريض في حالات الطوارئ يعرّض حياته للخطر
ويُعيق التدخل الطبي المناسب

الأسباب

اعتماد الطواقم الطبية على السؤال
المباشر أو إفادات المرافقين (اللي قد
يكونون غريبين أو غير مطلعين)

صعوبة الوصول إلى الملف الطبي
الإلكتروني خارج بيئة المستشفى

عدم حمل الأشخاص لأي وثائق
صحية تعريفية معهم بشكل دائم

عدم وجود سجل طبي واضح
ومتاح فورًا عند الحاجة

المريض غير قادر على الكلام
أو فاقد للوعي أثناء الطوارئ

ضعف الوعي لدى المصابين بأمراض
مزمنة بأهمية حمل ما يُثبت حالاتهم

عدم وجود منصة موحدة تربط بين
الهوية الشخصية والسجل الطبي

بعض المرضى لا يعرفون تفاصيل
حالتهم أو أسمائهم التجارية للأدوية

عدم وجود ثقافة مجتمعية حول أهمية
حمل معلوماتك الطبية الأساسية

غياب حلول موحدة وسريعة لعرض
المعلومات الطبية في الحالات العاجلة

عدم وجود أدوات أو أنظمة
داعمة للمسعفين خارج
المستشفيات لقراءة بيانات

ازدحام الطوارئ أو ضغوط
الوقت تجعل الطاقم غير قادر
على التحقيق الكامل قبل التدخل

تعدد اللغات وعدم القدرة على التواصل
مع بعض المسعفين أو المرضى الأجانب

عدم استخدام التقنيات الذكية مثل
NFC أو QR في السجلات الصحية

الاعتماد على أنظمة صحية
غير مترابطة بين المنشآت

ب/ تحليل البيئة عبر أداة (SWOT):

عناصر القوة في المبادرة	عناصر الضعف في المبادرة
١- فكرة إنسانية قابلة لإنقاذ الأرواح. ٢- تستهدف جميع فئات المجتمع، خاصة الأكثر عرضة للخطر. ٣- سهولة الفهم والاستخدام حتى لغير المتخصصين. ٤- قابلة للتنفيذ بتقنيات متوفرة (QR, NFC, قاعدة بيانات). ٥- يمكن ربطها بالأنظمة الصحية الحالية (مثل تطبيق صحي) ٦- تحترم الخصوصية إذا صممت بطريقة مشفرة وأمنه ٧- مرنة: يمكن أن تكون بطاقة، سوار، ملصق أو تطبيق.	١- تعتمد على التزام الأفراد بحملها بشكل دائم. ٢- قد تواجه مقاومة بسبب التخوف من مشاركة البيانات الصحية. ٣- تتطلب تحديث مستمر للبيانات عند تغيير الحالة الطبية. ٤- تحتاج بنية تحتية رقمية متكاملة للربط بين الأنظمة. ٥- فئة غير رقمية (مثل كبار السن) قد لا تستخدمها بكفاءة.
الفرص المتاحة والممكنة للمبادرة	التحديات والمخاطر المحيطة بالمبادرة
١- التكامل مع المبادرات الحكومية للتحويل الرقمي في الصحة. ٢- إمكانية اعتمادها رسميًا من قبل الجهات الصحية أو الإسعافية. ٣- فتح شراكات مع مستشفيات، الهلال الأحمر، أو شركات التأمين. ٤- إطلاقها كجزء من الهوية الوطنية أو "محفظة الجوال". ٥- فرصة توعية مجتمعية كبيرة حول الصحة الوقائية والطوارئ. ٦- إمكانية استخدامها دوليًا للمسافرين أو الحجاج.	١- مخاوف الخصوصية وسوء استخدام البيانات. ٢- عدم تعاون بعض الجهات الطبية أو ضعف الربط بينها. ٣- إهمال المستخدمين لتحديث بياناتهم أو فقدان البطاقة. ٤- احتمال تعرض البطاقات للتلف أو الفقد. ٥- ضعف الوعي المجتمعي بأهمية وجود معلومات طبية مع الشخص.

ويمكنك من خلال تحليل (SWOT) القيام بالتالي على الأقل:

- ١- تعظيم عناصر قوتك باستثمار الفرص المتاحة.. وقد تجد في هذين العنصرين فرصتك (للبناء على الأصول).
- ٢- تقليص عناصر ضعفك باستثمار نقاط القوة والفرص كلما أمكن ذلك.

بنهاية هذه المرحلة:

- ١- تكون مسببات المشكلة واضحة ومحددة، ثم يستطيع فريق العمل تحديد المجالات التي سيعمل عليها وفق قدرات المنظمة.
- ٢- تستطيع صياغة أهداف المبادرة بطريقة سهلة بواسطة الصياغة الإيجابية للتعبيرات الواردة في شجرة المشكلات على مستوى (الآثار).
- ٣- بعد هذه المرحلة المفترض أن الصورة الكلية اكتملت، فاملاً الجدول التالي وفقاً لما سبق:

ثالثاً: صياغة العناصر الأساسية

اسم المبادرة	بطاقة حياة – لأن كل ثانية تفرق
فكرة المبادرة بصورتها المكتملة والنهائية	مبادرة تهدف إلى تصميم بطاقة ذكية (بشكل سوار، بطاقة، أو ملصق) تحتوي على معلومات طبية أساسية وفورية للفرد مثل فصيلة الدم، الأمراض المزمنة، الأدوية المستخدمة، والحساسية من الأدوية، بالإضافة إلى رقم تواصل للطوارئ. يتم قراءة البيانات باستخدام QR Code أو تقنية NFC من قبل المسعفين أو الطاقم الطبي في الحالات الطارئة، مما يساهم في إنقاذ حياة المصاب وتقديم التدخل الطبي المناسب بسرعة ودقة. يمكن ربط البطاقة اختياريًا بتطبيق إلكتروني أو ملف طبي رقمي، مع إمكانية دمجها مستقبلاً في الهوية الوطنية أو تطبيقات الصحة الرسمية.
الأهداف التفصيلية	عن طريق عكس شجرة المشكلات وتحويلها إلى شجرة الأهداف: ١- تسريع عملية الوصول للمعلومات الطبية الحرجة في حالات الطوارئ. ٢- تقليل الأخطاء الطبية الناتجة عن غياب البيانات الصحية. ٣- تعزيز وعي المجتمع بأهمية حمل معلوماتهم الصحية الشخصية. ٤- دعم التحول الرقمي في القطاع الصحي وربط الأفراد بأنظمتهم الطبية.
الفئة المستهدفة	أصحاب الأمراض المزمنة – كبار السن – ذوو الاحتياجات الصحية الخاصة – المسافرين والحجاج والمعتمرون – عامة أفراد المجتمع في حالات الطوارئ
مبررات المبادرة	عن طريق آثار المشكلة وصياغتها هنا بأسلوب مبررات المبادرة: ١- وجود حالات طبية طارئة تتطلب تدخلاً فورياً دون توفر معلومات كافية عن المصاب. ٢- ضعف قدرة المسعفين أو الطاقم الطبي على التعرف على الحالة الصحية للمريض في وقت قصير. ٣- ازدياد الحوادث اليومية التي تتطلب معلومات طبية فورية لإنقاذ الأرواح. ٤- الحاجة إلى حل عملي ومرن يسهل حمله ويعمل بدون اتصال دائم بالإنترنت.

مؤشرات النجاح	١- عدد البطاقات أو الأساور الموزعة أو المستخدمة. ٢- عدد الجهات الطبية أو الإسعافية المتعاونة مع المبادرة. ٣- قياس رضا المستخدمين والطاقم الطبي عن سرعة ودقة الوصول للمعلومات.
أنشطة المبادرة	١- تصميم البطاقة الذكية وإنشاء النموذج الأولي (Prototype). ٢- التعاون مع الجهات الصحية لتجربة المبادرة ميدانيًا. ٣- حملة توعوية إعلامية لتثقيف المجتمع بأهمية البطاقة.
مراحل المبادرة	١- مرحلة التخطيط: دراسة الاحتياج، تطوير النموذج، وبناء قاعدة البيانات. ٢- مرحلة التنفيذ التجريبي: إطلاق نسخة تجريبية بالشراكة مع المستشفيات أو الإسعاف. ٣- مرحلة التوسع: تعميم البطاقة على نطاق أوسع وتطوير التطبيق المصاحب.
مدة المبادرة	٦ أشهر (٣ أشهر تطوير + ٣ أشهر تطبيق تجريبي وتقييم)
القيمة المضافة	١- تحسين سرعة الاستجابة الطبية في المواقع الحرجة. ٢- تقليل التكاليف الناتجة عن التدخلات الطبية الخاطئة. ٣- تعزيز ثقة الأفراد بالأنظمة الصحية ودعم الأمن الصحي الرقمي.
متطلبات التنفيذ	١- دعم تقني لتصميم البطاقة وقراءة البيانات (QR/NFC). ٢- شراكة مع جهات صحية أو إسعافية معتمدة. ٣- منصة إلكترونية بسيطة لإدارة وتحديث البيانات.

١- قائد المبادرة/مدير المشروع ٢- مصمم تقني/مبرمج ٣- مسؤول علاقات وشراكات مع الجهات الصحية	فريق المبادرة
ما بين ٣٠,٠٠٠ - ٥٠,٠٠٠ ريال (حسب عدد البطاقات، التطوير التقني، الحملات التوعوية)	التكلفة التقديرية
١- دعم من وزارة الصحة أو الجهات الحكومية المختصة. ٢- رعاية من شركات التأمين أو التقنية الصحية. ٣- مساهمات تطوعية أو تمويل من برامج المسؤولية الاجتماعية (CSR).	مصادر التمويل
١- حملة إعلامية بعنوان: “كل ثانية تفرق - احم نفسك ببطاقة حياة” ٢- توزيع البطاقة في الفعاليات والمناسبات الصحية الكبرى. ٣- نشر قصص حقيقية عن أشخاص أنقذتهم البطاقة (Storytelling واقعي).	أفكار تسويقية
بطاقة ذكية (بشكل سوار، بطاقة، أو ملصق) تُحمل عليها معلومات طبية أساسية وفورية للفرد مثل فصيلة الدم، الأمراض المزمنة، الأدوية، والحساسية، إضافةً إلى رقم للطوارئ. يمكن قراءتها باستخدام NFC أو QR دون الحاجة لإنترنت، مما يتيح للفرق الطبية والإسعافية الوصول السريع والأمن للبيانات في حالات الطوارئ. يرافق البطاقة نظام رقمي بسيط يتيح تحديث البيانات باستمرار، مما يجعلها أداة فعالة وداعمة للسلامة الصحية، تسهم في تقليل الأخطاء الطبية وإنقاذ الأرواح، وتُعزز وعي المجتمع بأهمية امتلاك ملف صحي متنقل وفوري.	المخرج النهائي

رابعًا: صناعة خطط المبادرة (هذا الجزء من النماذج الإضافية)

بوصولك إلى هذا الحد صار لديك كافة التفاصيل التي تمكنك من صناعة خطط المبادرة.

ستحتاج على الحد الأدنى إلى:

أ- الخطة التنفيذية.

ب- الزمنية (مخطط جانتي).

ت- خطة التدفقات النقدية.

في **الخطة التنفيذية**؛ أنت تحتاج أن تجيب على خمسة أسئلة لكل نشاط: (ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ بكم؟)، وبطبيعة الحال تستطيع أن تزيد التفاصيل لتحصل على تحكم أعلى ووضوح أكبر. لاحظ أن تفاصيل خطة المبادرة تتناسب وحجم التعقيد فيه والشراكات والموارد المتعلقة به.

في **الخطة الزمنية**؛ تنبه إلى أهمية تحديد وترتيب الأنشطة المتتابعة والمتزامنة ولمعرفة الأعمال الاعتمادية والأعمال المستقلة بذاتها؛ وذلك لضغط الجدول الزمني، وإدارة الموارد المختلفة في المبادرة بطريقة أكثر كفاءة. وبالتالي سيمثل لك ذلك نقطة قوة في التحكم بالقيود الثلاثية في مبادرتك (الزمن، الكلفة، النطاق)، وعدم الوقوع في مصيدة التعثرات المختلفة المحيطة بك.

في **خطة التدفقات النقدية**؛ تستطيع معرفة كم تحتاج؟ ومتى تحتاج؟ حتى تتحكم في مواردك بطريقة صحيحة ومنطقية، كما أنها ستساهم في معالجة قيد (التكلفة) حتى لا تقع في الحرج مع الموردين أو المستفيدين أو حتى المانح نفسه، بل وتستطيع عن طريق هذه الخطة مفاوضة المانح على حجم الدفعات وتوقيتها وفقا للخطة المقترحة.

نموذج مبسط للخطة التنفيذية

المحور	المهام والأنشطة	المسؤول	عدد ونوع المستهدفين	التاريخ	التكلفة	ملاحظات التنفيذ

نموذج مبسط خطة التدفقات النقدية

[illegible]

خامسًا: خطة تسويقية (هذا الجزء من النماذج الإضافية)

خطة تسويقية	
	اسم المبادرة
	حدد جمهورك
	من هم منافسيك
	هدفك التسويقي
	العبرة التسويقية
	الميزة التنافسية
	استراتيجية الخدمة
	استراتيجية الترويج
	الصورة الذهنية

نماذج إضافية (يمكن إضافتها بحسب الحاجة)

