

التخطيط الإستراتيجي

- ببساطة - تحديد اتجاه مؤسسة - منظمة - مجتمع ما في المرحلة المقبلة.
- (إلى أين تتجه المؤسسة - المنظمة - المجتمع؟ وكيفية الوصول إلى تلك النقطة؟)

النموذج العام للتخطيط الاستراتيجي
حسب نظرية Pfeffer



مراحل عملية التخطيط الإستراتيجي

١. تعيين مجموعة لإدارة عملية التخطيط الإستراتيجي.
٢. يمكن الإستعانة بمستشار خارجي للمساعدة.
٣. الحصول على الموافقة على عملية التخطيط، المسؤوليات، الإطار الزمني ... الخ.
٤. تجميع المعلومات.
٥. مراجعة الرؤيا، الرسالة، النجاحات والإخفاقات.
٦. تحليل المعلومات.
٧. الخروج بخطة أولوية.
٨. مراجعة الخطة مع المعنيين والتعديل.
٩. مراجعة نهائية.
١٠. تنفيذ الخطة الإستراتيجية.
١١. مراجعة التنفيذ والتعديل حسب الحاجة (Continuous Process).

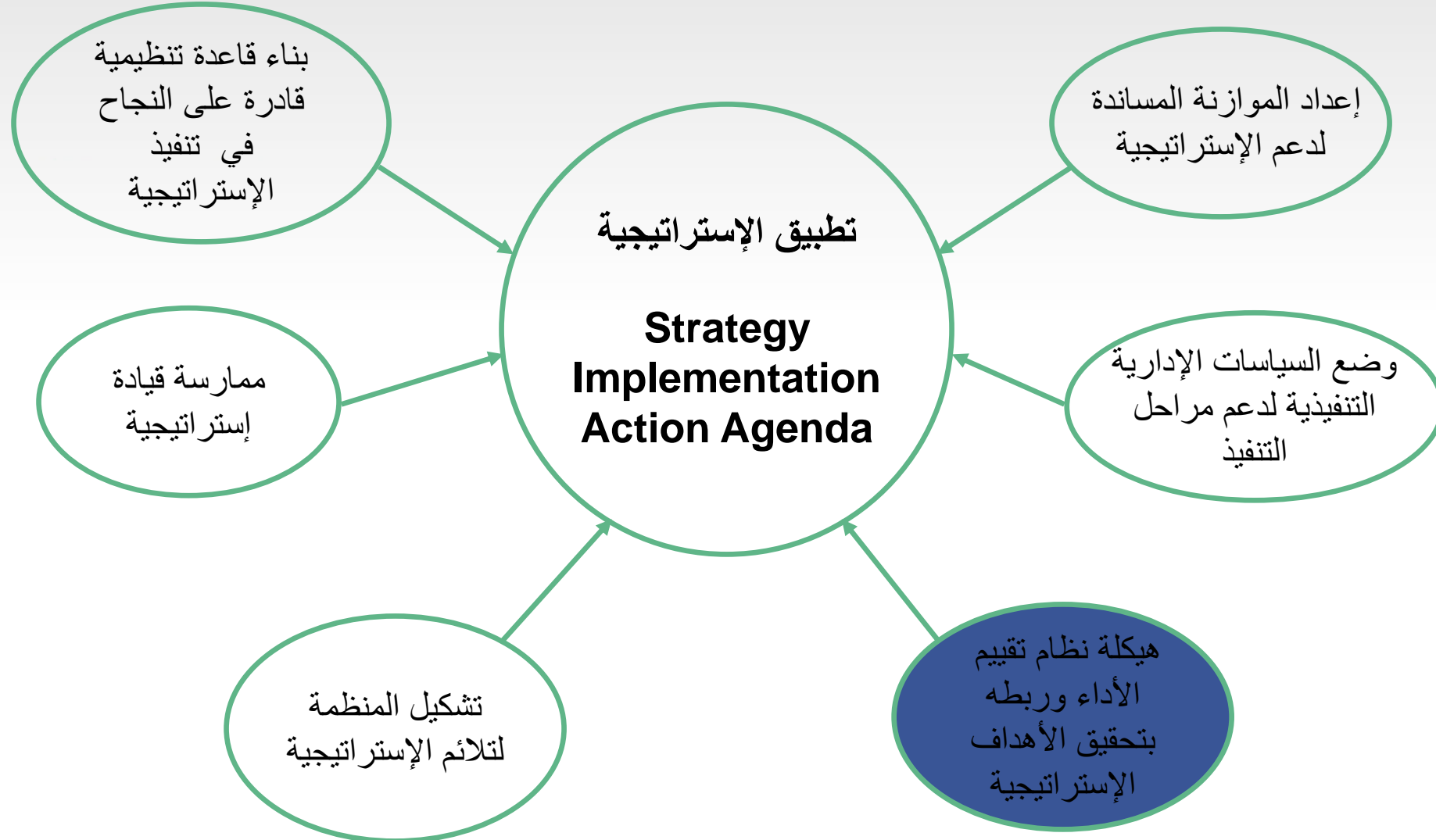
الأهداف الإستراتيجية (Strategic Goals)

خصائصها:

- محددة (Specific)
- تخضع للقياس (Measurable)
- يمكن تقييمها وملاحظتها (Assessable)
- يمكن تحقيقها بالاستناد إلى المصادر المتوفرة والنهج الإداري (Achievable)
- يمكن تطويعها خاصة في حالات التغيير المفاجئ (Adaptable)
- مترابطة مع بعضها البعض (Connected)
- تدعم رسالة ورؤية المؤسسة (Supportive)
- مقبولة من ناحية التكلفة، الوقت ... الخ (Acceptable)
- مقاسة بالنسبة لوقت ما (Timely)
- تطور قدرات العاملين عليها (Extending Capabilities)
- واقعية (Realistic)
- تكافئ من يعمل على تحقيقها (Rewarding)

تطبيق وتنفيذ الإستراتيجية

Tasks in Implementing the Strategy



المكونات ذات العلاقة بالتخطيط الإستراتيجي

- عمل الفريق
- الرؤيا
- الرسالة
- القيم
- تقييم الوضع القائم
- PESTDL PEEST PEST
- تحليل سوات SWOT
- 7 S ANALYSIS

الرؤيا والرسالة

○ الرؤيا تمثل واقعاً بعيد المدى لا نلمسه حالياً قد نصله أو لا نصله ولكنه وضع مستقبلي نحلم بالوصول إليه.

○ الرسالة أكثر واقعية وتساعدنا في التعرف على الطرق والوسائل التي ستقودنا إلى تحقيق الرؤيا.

رؤيتنا :

متعلم متميز ، مدرسة فاعلة ، إدارة منافسة

قيمنا :

المبادرة ، التكامل ، العدالة ، الشفافية ،
العامل المؤسسي ، التميز ، المنافسة .

رسالتنا :

تقديم تعليم متميز في بيئة عمل جاذبة
وأمنة ، ترتقي بالمهارات والقدرات ، وتشجع
على الإبداع ؛ لإعداد متعلمين قادرين على
التفاعل مع الحياة ومساهمين في تحقيق
رؤية المملكة ٢٠٣٠.

(أن نصبح) الشركة العالمية الرائدة المفضلة في مجال الكيماويات

القيمة التي نقدمها

الازدهار

نسعى إلى تحقيق ربحية مستدامة ونمو مرن، وإيجاد ميزة تنافسية.

أن نقدم ما بوسعنا وأكثر

- النمو
- التنافسية
- الابتكار
- شراكات قيمة
- علاقات قوية مع الزبائن

كوكب الأرض

نسهم في الجهود العالمية الرامية إلى حماية الكوكب من أجل أجيال اليوم والغد.

أن نكون جزءاً من الحل

- الفرص البيئية
- تغير المناخ
- الموارد الطبيعية
- الكفاءة

الثروة البشرية

نحرص على مشاركة وتحفيز موظفينا والمجتمعات التي نعمل فيها، والتعاون من أجل تحقيق أثر آمن ومستدام.

أن نكون مؤثرين

- الصحة
- المنظمة والثقافة
- المجتمعات
- الأخلاقيات والنزاهة

صياغة الرسالة

	(١) من نحن (الهوية)
ما هي القضايا الإجتماعية، السياسية، الاقتصادية والإنسانية ... الخ التي نود العمل أو التطرق إليها. ملاحظة (لا نذكر هنا برامج تفصيلية ونترك الموضوع بعموميته حيث أنه من السهل تغيير البرامج وأصعب تغيير الأهداف).	(٢) ماذا نفعل ولمن؟
نتطرق إلى الفلسفة والقيم والثقافة التي تحكم أهداف ونهج المؤسسة.	(٣) لماذا نفعل هذا؟



مثال على صياغة الرسالة

نحن في (الهوية Identity).

نقوم بعمل ... (طبيعة عملنا Business).

كي ... (السبب Purpose).

وذلك من خلال ... (القيم Values).

للانتباه

١. التخطيط الإستراتيجي ليس بالعملية السهلة
٢. التخطيط الإستراتيجي يحتاج إلى جهد ووقت
٣. العوامل التي تؤدي إلى خطة ضعيفة تشمل:
 - الافتراضات الخاطئة
 - التوقعات المتفائلة جداً والغير واقعية
 - ضعف في تحليل المخاطر (Risk Analysis)
 - ضعف في التحليل SWOT, PEST, 7S