دراسة قياس رضا أصحاب المصلحة

لجمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

٢٠٢٢م

إعداد
مركز مكين القدرات

فهرس المحتويات

المحتوى	رقم الصفحة
الملخص التنفيذي	٣
مقدمة	٥
الهدف من الدراسة	٧
محددات الدراسة	٧
منهجية الدراسة	٨
أدوات الدراسة	٩
استطلاع قياس رضا المستفيدين	١٥
استطلاع قياس رضا العاملين	٥٣
استطلاع قياس رضا المتطوعين	١١٥
استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة	١٤٩
استطلاع قياس رضا الشركاء	١٦٣
استطلاع قياس رضا المتبرعين والداعمين	١٧٥
استطلاع قياس رضا أفراد المجتمع	٢٠٣

الملخص التنفيذي

هدفت الدراسةُ الحالية إلى استطلاع قياس رضا أصحاب المصلحة بجمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية (المستفيدون، العاملون، المتطوعون، مزودي الخدمة والشركاء، المتبرعون والداعمون، وأفراد المجتمع)، واعتمدت الدراسة لتحقيق أهدافها على عدد (٧) استبياناتٍ متنوعةِ الأسئلةِ ما بين المُغلقةِ والمفتوحة، واستخدمتِ الدراسةُ المنهجَ الوصفيَّ التحليليَّ، وقد جاء ملخص النتائج وفقًا للمحاور التالية: محور المستفيدين، بلغ المعدل العام لرضا المستفيدين عن طبيعة الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم وفقًا لاحتياجاتهم (٨٥٪)، وبلغ المعدل العام لتقييم خدمة جمعية زمزم المقدمة من ١٠٠ درجة (٨٣٪)، وبلغ معدل الرضا عن تشجيع المستفيد لغيره للاستفادة من خدمات جمعية زمزم (٩٦٪)، وبلغ معدل الرضا عن التواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلةٍ صحيةٍ تُواجه المستفيدَ مُستقبلًا (٩٥٪)، وبلغ معدل الرضا العام عن مستوى تقييم المستفيد لسمعة جمعية زمزم في المجتمع (٨٨٪)، وبلغ معدل الرضا العام عن المدة الزمنية التي يستغرقها المستفيدُ للحصول على الخدمة (٨٥٪)، وبلغ المعدل العام لرضا المستفيدين عن إجراءات التقدم للحصول على الخدمة من جمعية زمزم (٨٨٪)، وفي محور العاملين بلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال القيادة والإدارة (٦٩٪)، كما بلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي (٧٧٪)، وبلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية (٦١٪)، وبلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة التِّقْنِيَّة والمعلوماتية (٧٦٪)، وبلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي (٦٢٪)، وبلغت استطلاع رضا العاملين

في جمعية زمزم في مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين (٧٠٪)، وبلغت استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظرهم (٦٩٪)، وبالنسبة لمحور المتطوعين فقد بلغ معدل الرضا عن مستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم (٩٣٪)، ومعدل الرضا والرغبة في تكرار المُشاركة بالفُرصِ التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفرصة الحالية (٩٩٪)، ومعدل الرضا عن توفير الفرص التطوعية في جمعية زمزم والفرص التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل (٨٥٪)، ومعدل الرضا عن التطوع في جمعية زمزم بشكلٍ عامٍ (٨٨٪)، وبالنسبة لمحور مزودي الخدمة ، فقد بلغ معدل الرضا العام لمزودي الخدمة عن التعامل مع جمعية زمزم (٨٦٪)، وفي محور الشركاء بلغ معدل الرضا العام للشركاء عن التعامل مع جمعية زمزم (٩٢٪)، وفي محور المُتبرعين والداعمين بلغت استطلاع الرضا عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم للمستفيدين (٩٠٪)، واستطلاع الرضا عن قيام جمعية زمزم باطلاع الشركاء على التقارير والإنجازات بشكلٍ مناسبٍ (٩٠٪)، واستطلاع الرضا عن تجاوب جمعية زمزم مع المقترحات والطلبات بشفافيةٍ ووضوحٍ (٨٩٪)، واستطلاع الرضا عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المتبرعين والداعمين (٨٩٪) وفي محور رضا أفراد المجتمع بلغت استطلاع الرضا عن جمعية زمزم لدى أفراد المجتمع (٨٥٪).

مقدمة

تُمثِّل قياساتُ الرأي ومستوى الرضا للمستفيدين والوقوف على مؤشراته مُرتكَزًا أساسيًّا في توجيه صانعي القرار في أي مُؤسَّسةٍ أو مُنظَّمةٍ إلى الاتجاه الصحيح، كما تأتي قياسات الرأي على أنواعٍ منها: القياس القَبْلِيُّ والذي يهدف إلى التعرف على ردود الأفعال المُتوقَّعة تجاه أي قرارٍ ذي تأثيرٍ مباشرٍ على أفراد المجتمع؛ لتفادي رفض الجمهور لتبعات القرار أو عدم تقبُّلِه له في أي مرحلةٍ من مراحل تطبيقه، وبالتالي عدم تحقيق الغايات الكلية من وراء اتخاذ القرار المَعْنِي.

ومنها قياسات الرأي وتحديد استطلاع الرضا عن الخدمات المُقدَّمةِ من الشركات والمؤسسات والبلديات وغيرها؛ رغبةً في التطوير والتحسين المُستمِرَّيْنِ لتلك الخدمات؛ لذا فقد أصبحت مراكزُ الاستطلاع وقياس مستوى الرضا واستطلاع الرضا في الشركات والمؤسسات الكبرى من الأذرع المُهمة لصانعي القرار في تلك المؤسسات، ويعتقد البعضُ أن سر نجاح المؤسسات والشركات الكبرى والجمعيات الناجحة يكْمُنُ في تفعيل استطلاعات قياس مستوى الرضا.

وتنحو جمعيةُ زمزم الصحية التطوعية الخيرية هذا المنْحى المحمود، للتعرُّف على استطلاع رضا وقياس رأي أصحاب المصلحة الذين يتعاملون معها عن قُربٍ رغبةً منها في التطوير والتحسين المُستمريْنِ لتلك الخدمات وصولًا إلى استطلاع عاليةٍ من جودة الأداء، وقد جاءت هذه الدراسة في هذا السياق للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما استطلاع رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم المُقدَّمة لهم؟
- ما استطلاع رضا العاملين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم؟
- ما استطلاع رضا المتطوعين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم؟
- ما استطلاع رضا الداعمين والمتبرعين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم؟
- ما استطلاع رضا الشركاء ومزودي الخدمة عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم؟
- ما طبيعة رأي المجتمع عن خدمات جمعية زمزم؟

الهدف من الدراسة:

تهدف الدراسةُ إلى التعرُّفِ على استطلاع الرضا وقياسِ رأي أصحاب المصلحة المستفيدين من خدمات جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية، وتقديمِ التوصيات لتطوير تلك الخدمات في ضوءِ رغبةِ أصحاب المصلحة، وتتحدَّد الأهدافُ إجرائيًّا في التالي:

- تحديد استطلاع الرضا عن خدمات جمعية زمزم لدى المستفيدين.
- التعرف على استطلاع رضا العاملين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم.
- بيان استطلاع رضا المتطوعين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم.
- تحديد استطلاع رضا الداعمين والمتبرعين عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم.
- التعرف على استطلاع رضا الشركاء ومزودي الخدمة عن الخدمات التي تُقدِّمها جمعية زمزم.
- تحديد طبيعة رأي المجتمع عن خدمات جمعية زمزم.

مُحدّدات الدراسة:

المحددات البشرية: يتحدَّدُ إطارُ عمل هذه الدراسةِ البشريِّ في أصحاب المصلحة التي تستهدفهم جمعية زمزم (عاملين، مستفيدين، متطوعين، داعمين، شركاء، مزودي الخدمة، النخب المجتمعية).

المحددات الزمانية: تجرى الدراسة في العام الدراسي ٢٠٢٢/٢٠٢٣ ميلادية.

المحددات المكانية: نطاق عمل جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية (منطقة مكة المكرمة).

المحددات المنهجية: تقتصر الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

إجراءات الدراسة الميدانية:

١- منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسةُ على المنهج الوصفيِّ الذي يهدف إلى وصف الظواهر أو الأحداث أو الأشياء المعينة، وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع [١].

٢- مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمعُ الدراسة أصحابَ المصلحة الذين تتعامل معهم جمعية زمزم، ونعرض لفئات العيِّنَة ومحددات اختيارها وفقًا للمنهج العلمي في الجدول التالي:

جدول (١)

مجتمع وعينة الدراسة

م	فئة العينة	عدد مجتمع الدراسة بالتقريب	عدد عينة الدراسة	النسبة المئوية من مجتمع الدراسة
١	المستفيدون	٦٠٠٠	٦٨٢	٪١١,٣٦
٢	العاملون	١٦٦	١٠٦	٪٦٣,٨٥
٣	المتطوعون	١٠٠٠	١٧٠	٪١٧
٤	الشركاء ومزودي الخدمة	٤٥	١٦	٪٣٥,٥٥
٥	المتبرعون والداعمون	٢٥٠	٦٠	٪٢٤,٤
٦	أفراد المجتمع	١٠٠٠٠	٣٥٥	٪٣,٥٥

(١) المحمودي، محمد سرحان(٢٠١٩) مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء.

٣- أدوات الدراسة:

شملت أداةُ الدراسة سبعة استبياناتٍ متعددةِ المحاور، ومتنوعة في طريقة طرح أسئلتها للتعرف على استطلاع رأي أصحاب المصلحة لجمعية زمزم، ويمكن وصف الاستبيانات كالتالي:

أولًا: استبيان رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان:** قياس رضا المستفيدين عن الخدمات التي تقدمها جمعية زمزم.
- **وصف الاستبيان:** يتكون الاستبيان من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية للمستفيدين، والتي شملت (الجنس- الجنسية – الحالة الاجتماعية – مكان السكن – الوظيفة - المؤهل العلمي – نوع الخدمة)، والجزء الثاني هو عبارة عن أسئلة الاستبيان، والتي تقيس رأي المستفيدين في (كون الخدمة المُقدَّمة تفي باحتياجات المستفيد الصحية. تقييم مستوى الخدمة المقدَّمة من ١٠٠ درجة. مدى تشجيعهم للآخرين للاستفادة من الخدمات الصحية التي تقدمها جمعية زمزم. الرغبة في التواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلة صحية أخرى تُواجِه المستفيد. مستوى تقييم المستفيد لمستوى سمعة جمعية زمزم في المجتمع. المدة الزمنية التي استغرقتها الخدمة المقدمة من جمعية زمزم. مستوى رضا المستفيدين عن إجراءات التقدم للخدمة)، وكان لكل محورٍ من هذه المحاور الاستجاباتُ المناسبةُ له، والمحور الأخير الخاص بمستوى الرضا تكون من ١٢ فقرة لها خمس استجابات.

ثانيًا: استبيان قياس رضا العاملين عن جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان:** قياس رضا العاملين بجمعية زمزم عن جمعية زمزم.
- **وصف الاستبيان:** تكوَّن الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية للعاملين والتي اشتملت على (الجنس – الفئة العُمْريَّة – سنوات الخبرة بجمعية زمزم – المسمَّى الوظيفي – طبيعة العمل داخل جمعية زمزم) والجزء الثاني تكوَّن من عدة محاور هي:

- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال القيادة والإدارة.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة التِّقْنِيَّة والمعلوماتية.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين.
- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظر العاملين.

وقد شمل الاستبيان على مجموعة من الأسئلة المفتوحة وهي:

١. قياس رضا العاملين من حيث التفكير في إيجاد فرصة عمل أخرى خارج جمعية زمزم.
٢. قياس آراء العاملين حول نقاط القوة التي تتمتَّع بها جمعية زمزم.
٣. قياس آراء العاملين حول نقاط الضعف بجمعية زمزم.
٤. قياس رضا العاملين لتلبية احتياجاتهم من قِبَلِ إدارة جمعية زمزم.
٥. قياس رضا العاملين لتحسين الأداء داخل جمعية زمزم.
٦. قياس رضا العاملين لتحسين الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع.

وجميع هذه المحاورِ كان لها استجاباتٌ خُماسيَّةٌ ما عدا محورَ **(التفكير في إيجاد فرصة عمل أخرى خارج جمعية زمزم) ثنائي الاستجابة " نعم - لا" ومحوري نقاط القوة والضعف كانت الاستجابة مفتوحة.**

ثالثًا: استبيان قياس رضا المتطوعين عن جمعية زمزم

- الهدف من الاستبيان: قياس رضا المتطوعين عن جمعية زمزم.
- وصف الاستبيان: تكوَّنَ الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية للمتطوعين، والتي اشتملت على (الجنس – التخصص – العمر – الجنسية - السكن (المدينة) - الحالة الوظيفية) والجزء الثاني تكوَّنَ من أسئلةٍ مفتوحةٍ هي:
  - ما طبيعة التطوع الذي قدَّمْتَهُ في جمعية زمزم؟
  - ما تقييمك لمستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم؟
  - ما مدى رغبتُك في تكرار المشاركة بالفُرص التَّطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفرصة الحالية؟
  - ما طبيعة الفرص التطوعية التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل؟ وتلاها فقرات الاستبيان والاستجابة لها خماسية وفق مقياس ليكرت.

رابعًا: استبيان قياس رضا المتبرعين والداعمين عن تعاملهم مع جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان:** قياس رضا المتبرعين والداعمين عن تعاملهم مع جمعية زمزم في ضوء بعض المتغيرات.
- **وصف الاستبيان: تكوَّنَ الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية للمتبرعين والداعمين، والتي اشتملت على البيانات الديمغرافية (طبيعة المتبرع - المنطقة التابع لها مدينة المتبرع -عدد مرات التبرع)، ثم أسئلة مُغلقةٌ وهي:**
  - ما الوسيلة المُفضَّلة لديك لتقديم التبرع لجمعية زمزم؟
  - ما البرامج والخدمات الصحيةُ التي تتبرَّع لها؟
  - ما الطريقةُ المناسِبةُ المفضَّلَة للتواصل معك؟

وسؤالان مفتوحان هما:

١- ما أبرز احتياجات جمعية زمزم لتطوير منظومة التعامل مع الداعمين والمتبرعين من وجهة نظرك؟

٢- ما أبرز المبادرات التي ترغب أن تنفذها جمعية زمزم في الفترة القادمة؟

والجزء الثاني تكوَّنَ من أسئلة الاستبيان عن مستوى الرضا، والاستجابةُ عنها رباعيةٌ وفقَ مقياس ليكرت.

خامسًا: استبيان قياس رضا مزودي الخدمة عن تعاملهم مع جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان:** قياس رضا مزودي الخدمة لدى جمعية زمزم.
- **وصف الاستبيان:** تكوَّنَ الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية لمزودي الخدمة، والتي اشتملت على البيانات الديمغرافية (المدينة - طبيعة مزود الخدمة - عدد سنوات الشراكة مع جمعية زمزم).

والجزء الثاني تكَوَّنَ من أسئلة الاستبيان عن مستوى الرضا، والاستجابةُ عنها خُماسيةٌ وفقَ مقياس ليكرت.

سادسًا: استبيان قياس رضا الشركاء عن تعاملهم مع جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان السادس:** قياس رضا الشركاء مع جمعية زمزم.
- **وصف الاستبيان السادس:** تكوَّنَ الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية للشركاء، والتي اشتملت على البيانات الديمغرافية (قطاع العمل - المدينة - عدد سنوات الشراكة).

والجزء الثاني تكوَّنَ من أسئلة الاستبيان عن مستوى الرضا، والاستجابةُ عنها خماسيةٌ وفقَ مقياس ليكرت، وتلاه ثلاثة أسئلة مفتوحة هي:

- ما أبرز نقاط القوة التي تراها في الشراكة مع جمعية زمزم؟
- ما الأمور التي تحتاج إلى تحسين في مجال الشراكة مع جمعية زمزم؟
- ما المقترحات والمبادرات التي يمكن أن تُحسِّن من مستوى الشركة مستقبلًا مع جمعية زمزم؟

سابعًا: استبيان قياس رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم

- **الهدف من الاستبيان:** قياس رأي المجتمع والجمهور عن جمعية زمزم.
- **وصف الاستبيان:** تكوَّنَ الاستبيانُ من جزأين: الأول البيانات الديمغرافية لأفراد المجتمع والتي اشتملت على البيانات الديمغرافية (المدينة – الجنس- المستوى التعليمي – العمر- طبيعة الوظيفية - القرب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم - الوسيلة التي تُتابع من خلالها أخبار وأنشطة جمعية زمزم).

والجزء الثاني تكوَّن من أسئلةِ الاستبيان عن مستوى الرضا، والاستجابة عنها خماسيةٌ وفق مقياس ليكرت، وتلاه سؤالٌ مفتوح هو:

- ما مقترحاتك لتطوير وتحسين الصورة الذهنية للجمعية لدى المجتمع؟

تصحيح الاستبيان:

- تتدرج الإجابةُ عن فقرات الاستبيان التي لها استجابةٌ خماسيةٌ وفق مقياس ليكرت إلى خمسة استطلاع هي: موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة، وتأخذ درجات ٥، ٤، ٣، ٢، ١، على الترتيب، والعكس في العبارات السلبية.
- فقرات الاستبيان الأخرى تنوعت الاستجابة فيها حسب نوع كل فقرة كما سيأتي في عرض النتائج.

- خطوات بناء الاستبيان: سار فريق الدراسة على الخطوات الآتية لإعداد الاستبيان:

١ - **أعدَّ فريقُ الدراسة الاستبيانات:** في صورتها الأولية، ومن ثَمَّ عرضها على قسم الدراسات في جمعية زمزم لإبداء الملاحظات.

٢- تم تعديل الملاحظات التي أبداها قسم الدراسات بجمعية زمزم.

٣- عقدت (٣) مجموعات تركيز لمراجعة وتدقيق الاستبيان في ضوء هدف الدراسة وكذلك من حيث:

- مدى وضوح العبارات ومناسبتها لِما وُضعت لقياسه.

- مدى مناسبة العبارات لأفراد عينة الدراسة.
- مدى وضوح صياغة العبارات.

وقد قام فريق الدراسة من التحقُّقِ من قدرة الاستبيانات السابقة على قياس ما وضعت لقياسه، ومدى ثبات نتائجها من خلال التحقُّق من الثبات بحساب معامل ألفا كرونباخ.

٤- التحقق من ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وُضِعَ لقياسه، وذلك من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ:

جدول (٢)

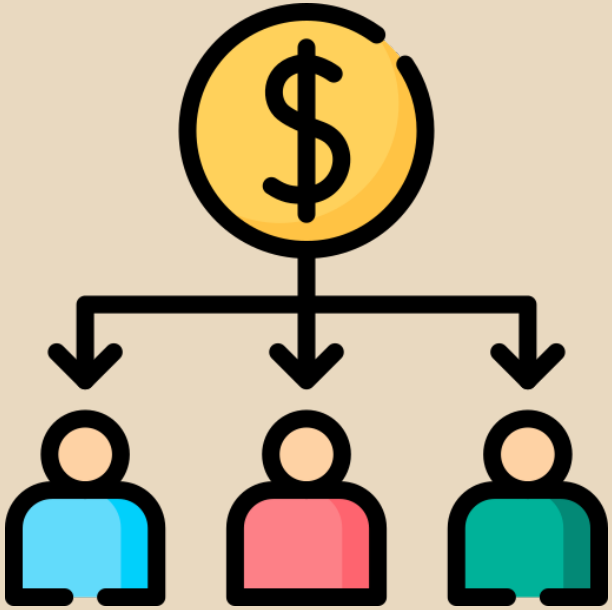
معامل ألفا كرونباخ لاستبيانات قياس الرضا

م	الاستبانة	معامل ألفا كرونباخ
١	استبيان رضا المستفيدين	٠,٩٤
٢	استبيان رضا العاملين	٠,٩٣
٣	استبيان رضا المتطوعين	٠,٩١
٤	استبيان رضا مزودي الخدمة	٠,٨٢
٥	استبيان رضا الشركاء	٠,٨٩
٦	استبيان رضا المتبرعين والداعمين	٠,٨٧
٧	استبيان رأي أفراد المجتمع	٠,٨٩

يتضح من الجدول السابق تمتع أدوات الدراسة بمعاملِ ثباتٍ مرتفعٍ جدًا مما يجعل فريق الدراسة في النتائج التي يمكن الحصول عليها من تطبيق أدوات الدراسة.

وفيما يلي عرض النتائج.

أولاً: استطلاع قياس رضا المستفيدين من جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية



ملخص استطلاع قياس رضا المستفيدين

المعدل العام لرضا المستفيدين عن طبيعة الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم وفقًا لاحتياجاتهم:	٨٥٪
المعدل العام لتقييم خدمة جمعية زمزم المقدمة من ١٠٠ درجة:	٨٣٪
معدل الرضا عن تشجيع المستفيد لغيره للاستفادة من خدمات جمعية زمزم:	٩٦٪
معدل الرضا عن التواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلةٍ صحيَّةٍ تُواجه المُستفيد مُستقبلاً:	٩٥٪
معدل الرضا العام عن مستوى تقييم المستفيد لسمعة جمعية زمزم في المجتمع:	٨٨٪
معدل الرضا العام عن المدة الزمنية التي يستغرقها المستفيدُ للحصول على الخدمة:	٨٥٪
المعدل العام لرضا المستفيدين عن إجراءات التقدم للحصول على الخدمة من جمعية زمزم:	٨٨٪
معدل الرضا العام	٨٤٪

استطلاع قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم، قام فريقُ الدراسة بتحليلِ الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان المستفيدين عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية والنسبة المئوية لاستجابات المستفيدين لكل مُفردةٍ من مفردات الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا ومعدل النسبة العامة، ونعرض النتائج في التالي:

أولاً: توصيف عينة المستفيدين

١- توصيف عينة المستفيدين من حيث الجنس:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب الجنس كما هو مُوضَّح في الجدول التالي:

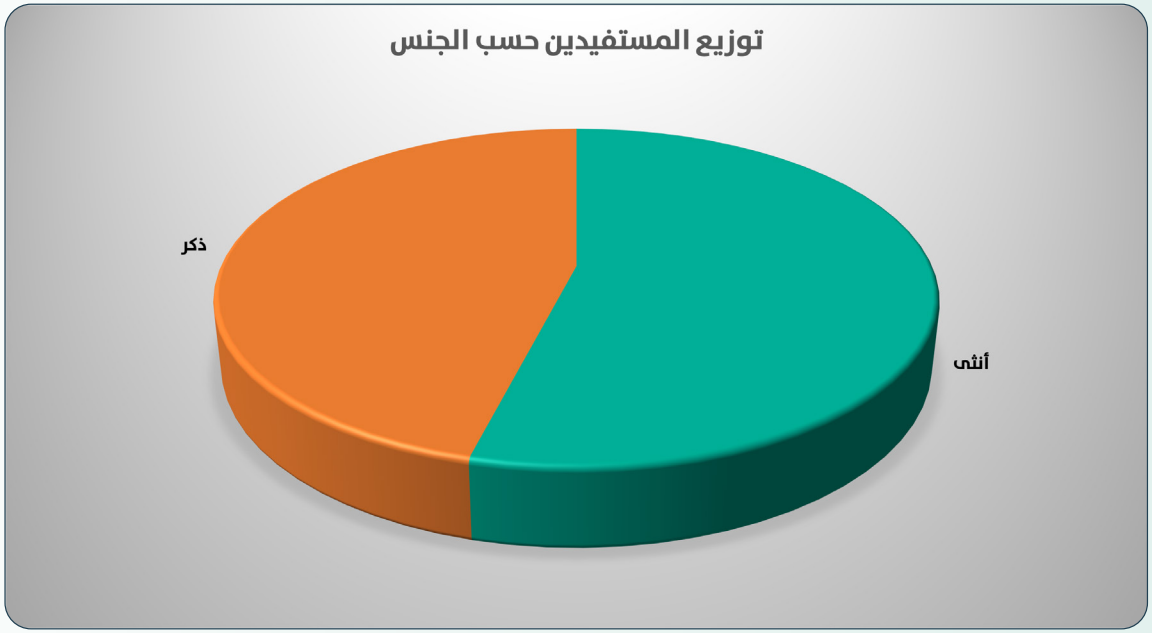
جدول (٣)

توزيع المستفيدين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٣٦٨	٥٤٪
أنثى	٣١٤	٤٦٪
الإجمالي	**٦٨٢**	**١٠٠٪**

شكل (١)

توزيع المستفيدين حسب الجنس



٢- توصيف عينة المستفيدين حسب الجنسية:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب الجنسية، كما هو مُوضح في الجدول التالي:

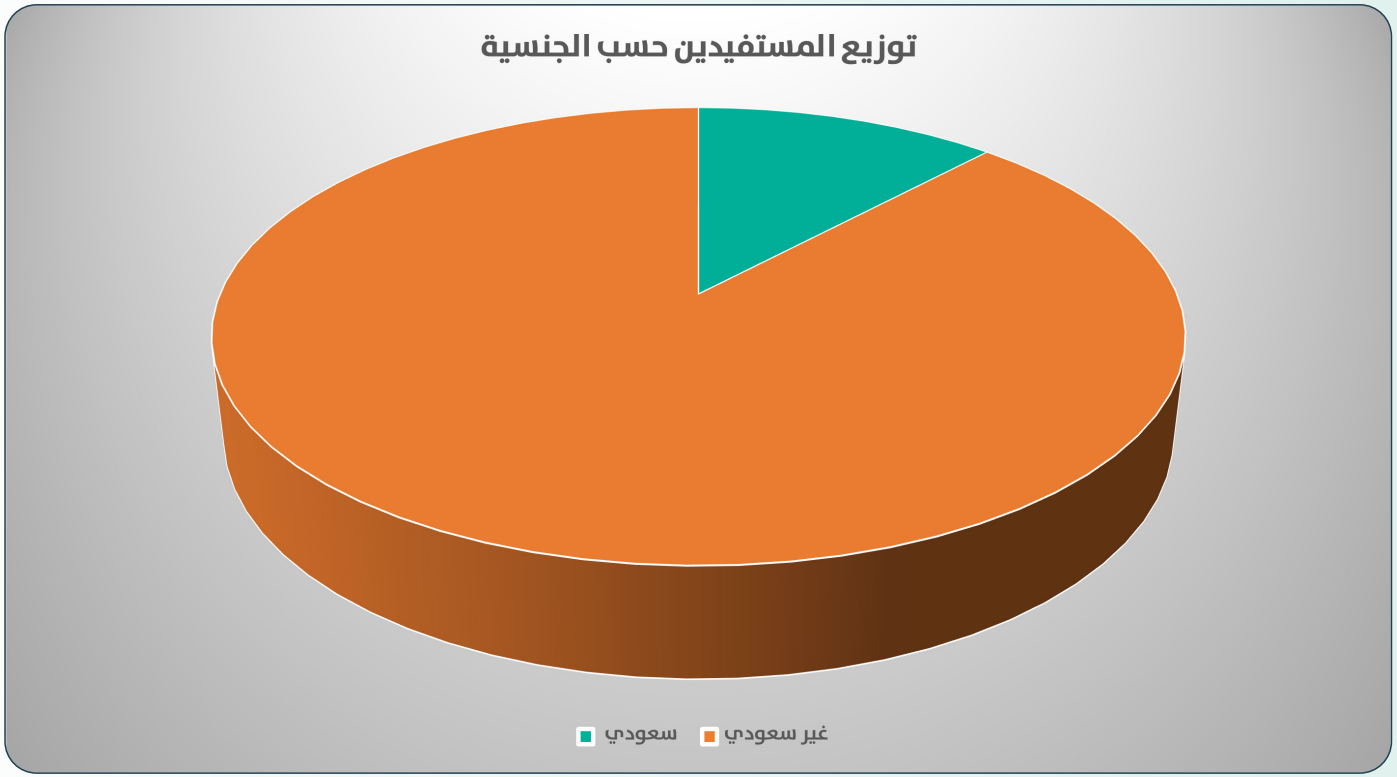
جدول (٤)

توزيع المستفيدين حسب الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
سعودي	٨٤	٪١٢
غير سعودي	٥٩٨	٪٨٨
الإجمالي	٦٨٢	٪١٠٠

شكل (٢)

توزيع المستفيدين حسب الجنسية



٣- توصيف عينة المستفيدين حسب الحالة الاجتماعية:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب الحالة الاجتماعية، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

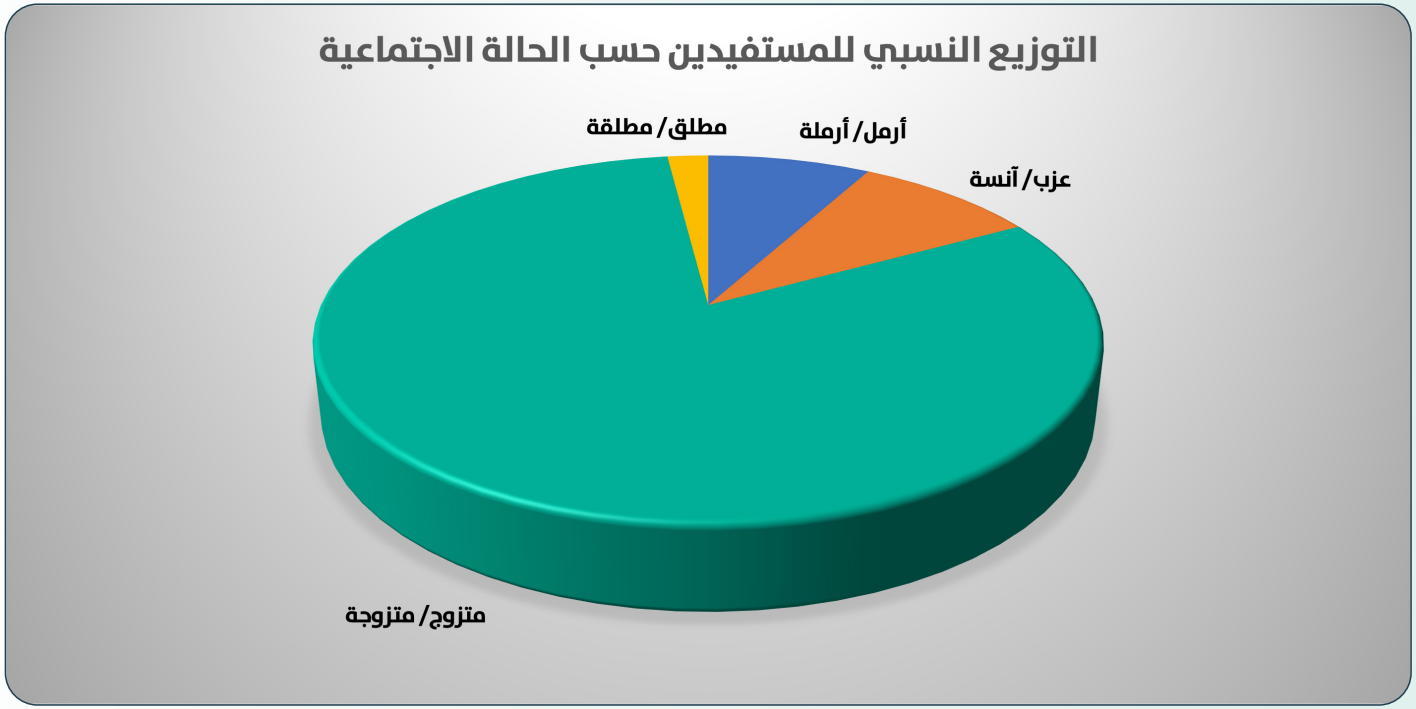
جدول (٥)

التوزيع النِّسْبي للمستفيدين حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
أرمل/ أرملة	٥٧	٨٪
عَزَب/ آنسة	٦٠	٩٪
متزوج/ متزوجة	٥٥٣	٨١٪
مُطلَّق/ مُطلَّقة	١٢	٢٪
الإجمالي	**٦٨٢**	**١٠٠٪**

شكل (٣)

توزيع المستفيدين حسب الحالة الاجتماعية



٤- توصيف عينة المستفيدين حسب الفئة العُمْريَّة:

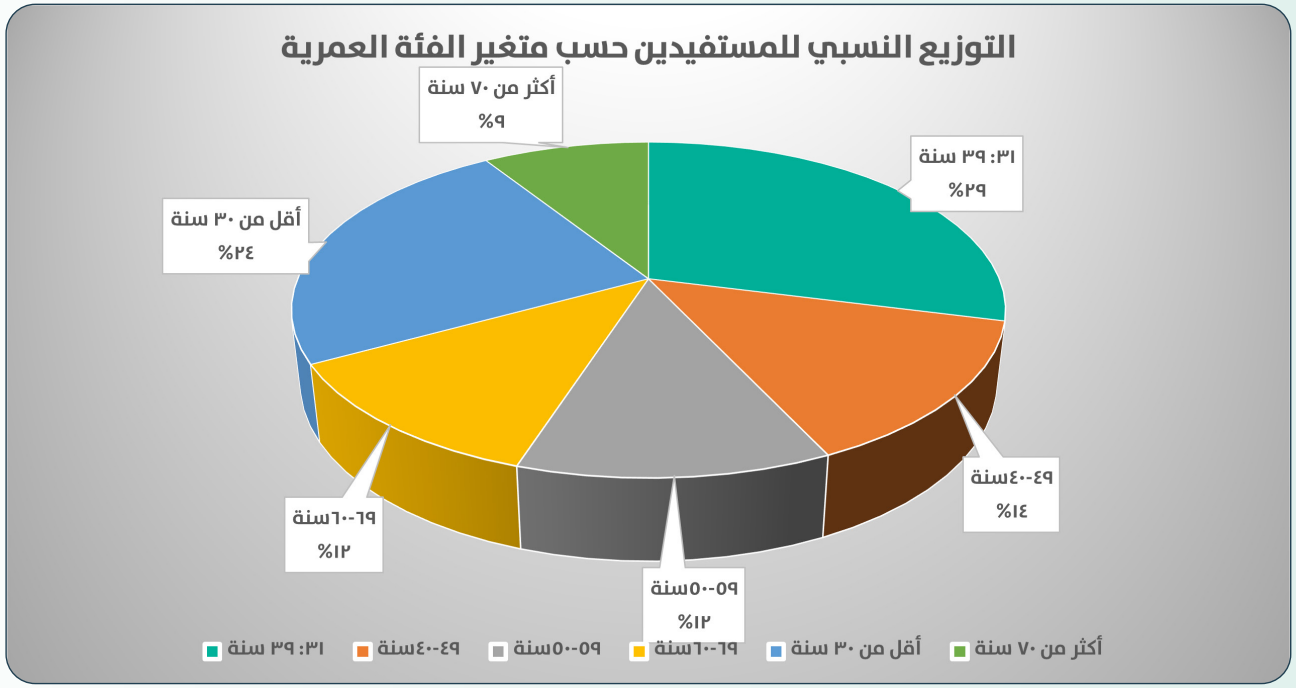
قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب الفئة العُمْريَّة، كما هو مُوضَّح في الجدول التالي:

جدول (٦)

التوزيع النِّسبي للمستفيدين حسب الفئة العُمْريَّة

الفئة العُمْريَّة	التكرار	النسبة
أقل من ٣٠ سنة	١٦٥	٢٤٪
٣١: ٣٩ سنة	١٩٩	٢٩٪
٤٠ - ٤٩ سنة	٩٧	١٤٪
٥٠ - ٥٩ سنة	٧٩	١٢٪
٦٠ - ٦٩ سنة	٨٤	١٢٪
أكثر من ٧٠ سنة	٥٨	٩٪
الإجمالي	**٦٨٢**	**١٠٠٪**

شكل (٤)
توزيع المستفيدين حسب الفئة العُمْريَّة



٥- توصيف عينة المستفيدين حسب المدينة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب المدينة، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

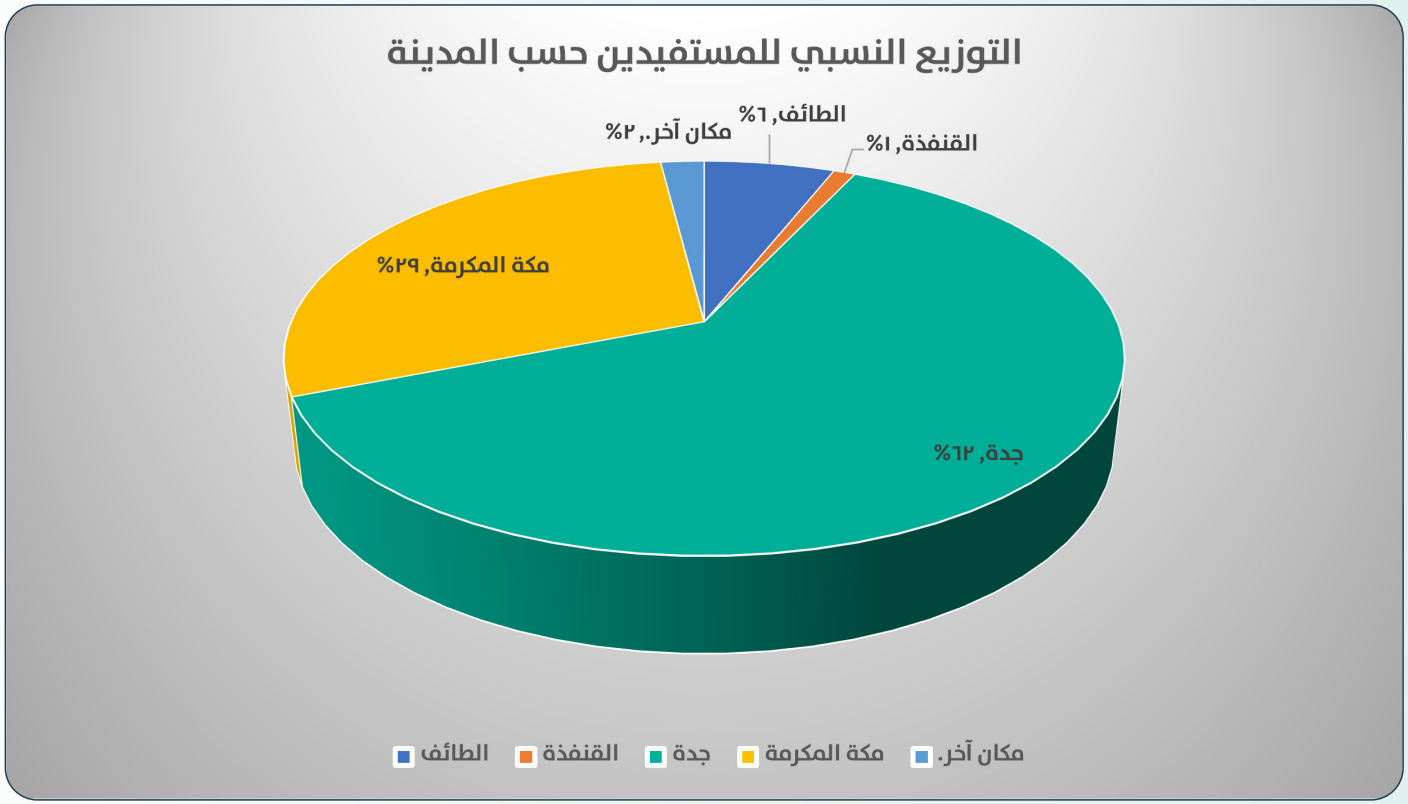
جدول (٧)

التوزيعُ النِّسْبيُّ للمستفيدين حسب المدينة

المدينة	التكرار	النسبة المئوية
الطائف	٤٠	٦٪
القُنفذة	٥	١٪
جدة	٤٢٢	٦٢٪
مكة المكرمة	٢٠٠	٢٩٪
مكان آخر	١٥	٢٪
الإجمالي	**٦٨٢**	**١٠٠٪**

شكل (٥)

توزيع المستفيدين حسب المدينة



٦- توصيف عينة المستفيدين حسب الوظيفة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب الوظيفة، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

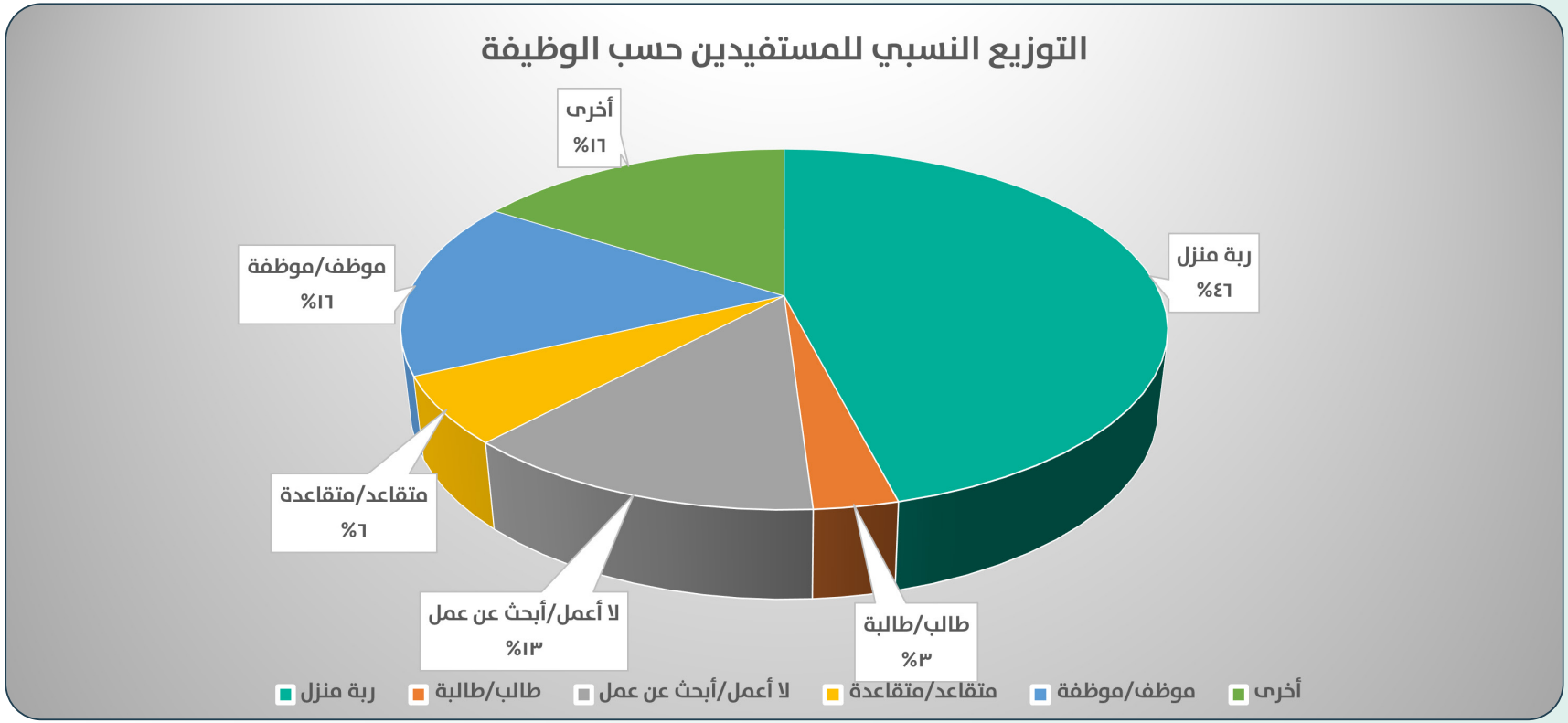
جدول (٨)

التوزيعُ النِّسْبيُّ للمستفيدين حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
ربة منزل	٣١٧	٪٤٦
طالب/ طالبة	١٨	٪٣
لا أعمل/ أبحث عن عمل	٨٧	٪١٣
متقاعد/ متقاعدة	٤٠	٪٦
موظف/ موظفة	١٠٩	٪١٦
أخرى	١١١	٪١٦
الإجمالي	**٦٨٢**	**٪١٠٠**

شكل (٦)

توزيع المستفيدين حسب الوظيفة



٧- توصيف عينة المستفيدين حسب المؤهل العلمي:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب المؤهل العلمي، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

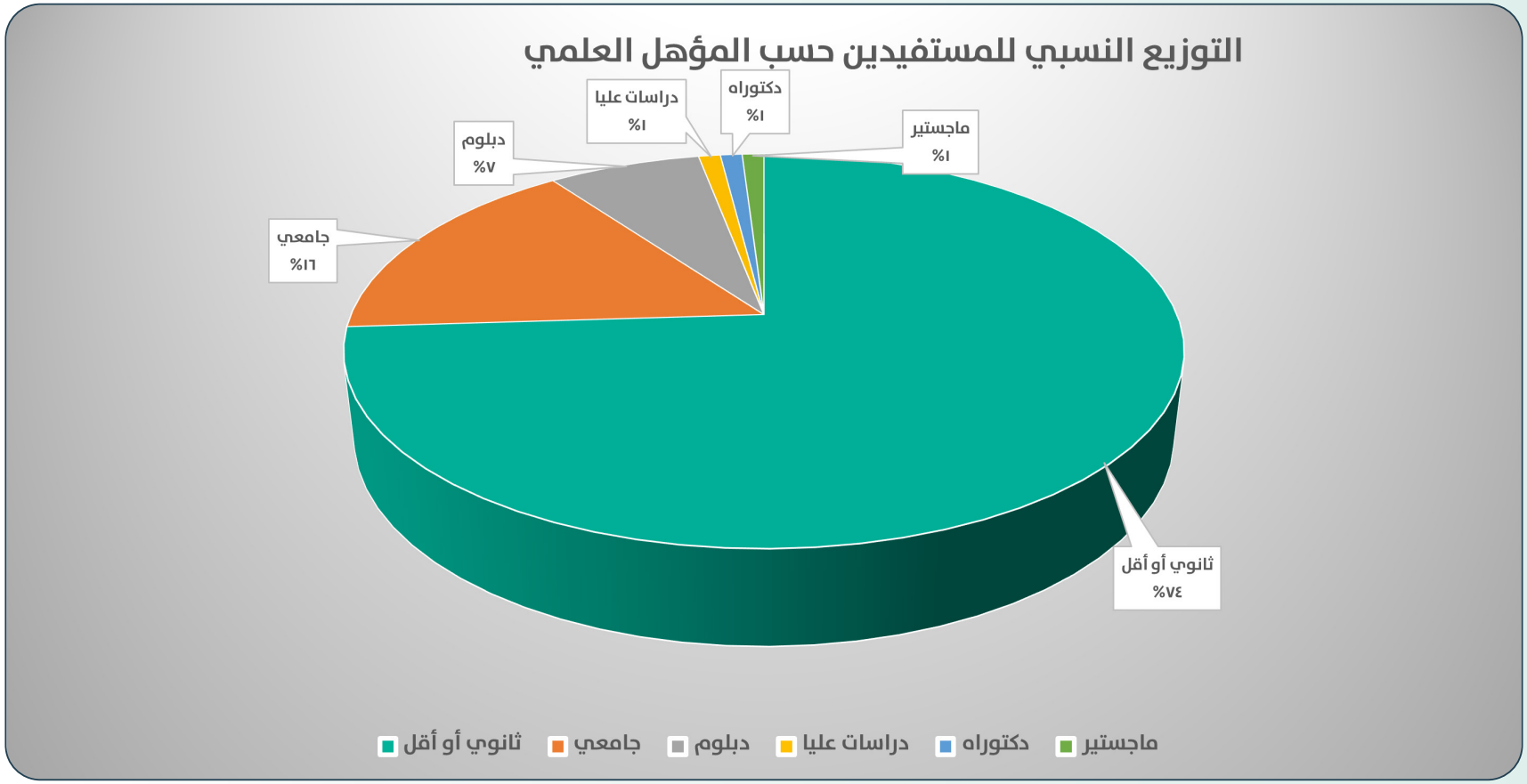
جدول (٩)

التوزيعُ النِّسْبيُّ للمستفيدين حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل	٥٠٧	٪٧٤
جامعي	١١٠	٪١٦
دبلوم	٤٨	٪٧
دراسات عليا	٦	٪١
دكتوراه	٤	٪١
ماجستير	٧	٪١
الإجمالي	**٦٨٢**	**٪١٠٠**

شكل (٧)

توزيع المستفيدين حسب المؤهل العلمي



٨- توصيف عينة المستفيدين حسب نوع الخدمة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستفيدين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم حسب نوع الخدمة، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

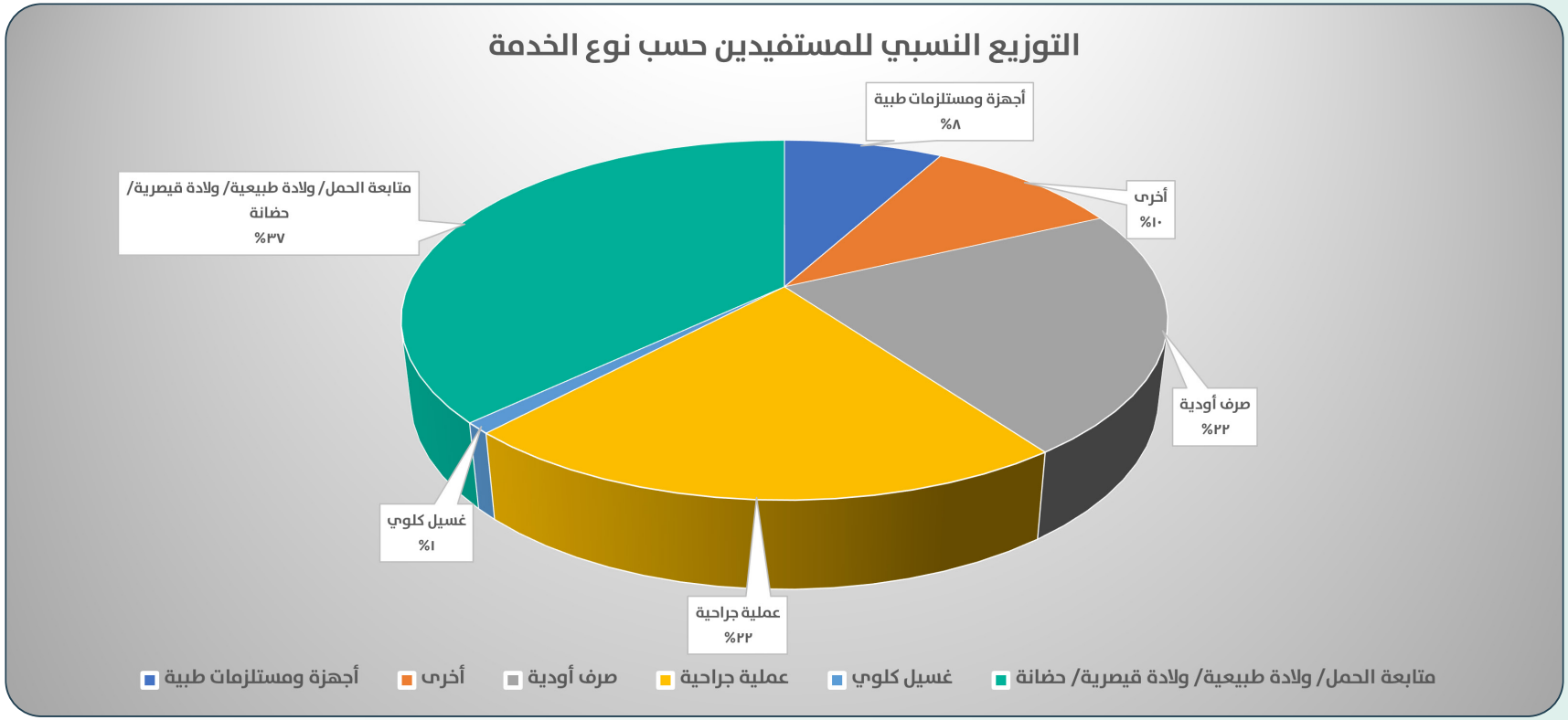
جدول (١٠)

التوزيعُ النِّسْبيُّ للمستفيدين حسب نوع الخدمة

نوع الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
أجهزة ومستلزمات طبية	٥٧	٨٪
صرف أدوية	١٥٠	٢٢٪
عملية جراحية	١٥٣	٢٢٪
متابعة الحمل/ ولادة طبيعية/ ولادة قيصرية/ حضانة	٢٥٢	٣٧٪
غسيل كلوي	٣	١٪
أخرى	٦٧	١٠٪
الإجمالي	**٦٨٢**	**١٠٠٪**

شكل (٨)

توزيع المستفيدين حسب نوع الخدمة



المحور الأول: استطلاع قياس رضا المستفيدين عن طبيعة الخدمة المُقدَّمة:

شمل المحور الأول لاستبيان استطلاع قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم ستة أسئلةٍ مفتوحةٍ مُتنوعةٍ في استجاباتها وفي تدرجها، وقد قام فريق الدراسة بحساب التكرارات الحسابية، لكل مُفرَدةٍ على حِدَةٍ، وكذلك حساب متوسط ونسبة الرضا العام للمُفردة كما في العرض التالي.

١- الخدمة المُقدَّمة تفي باحتياجاتي الصحية.

جدول (١١)

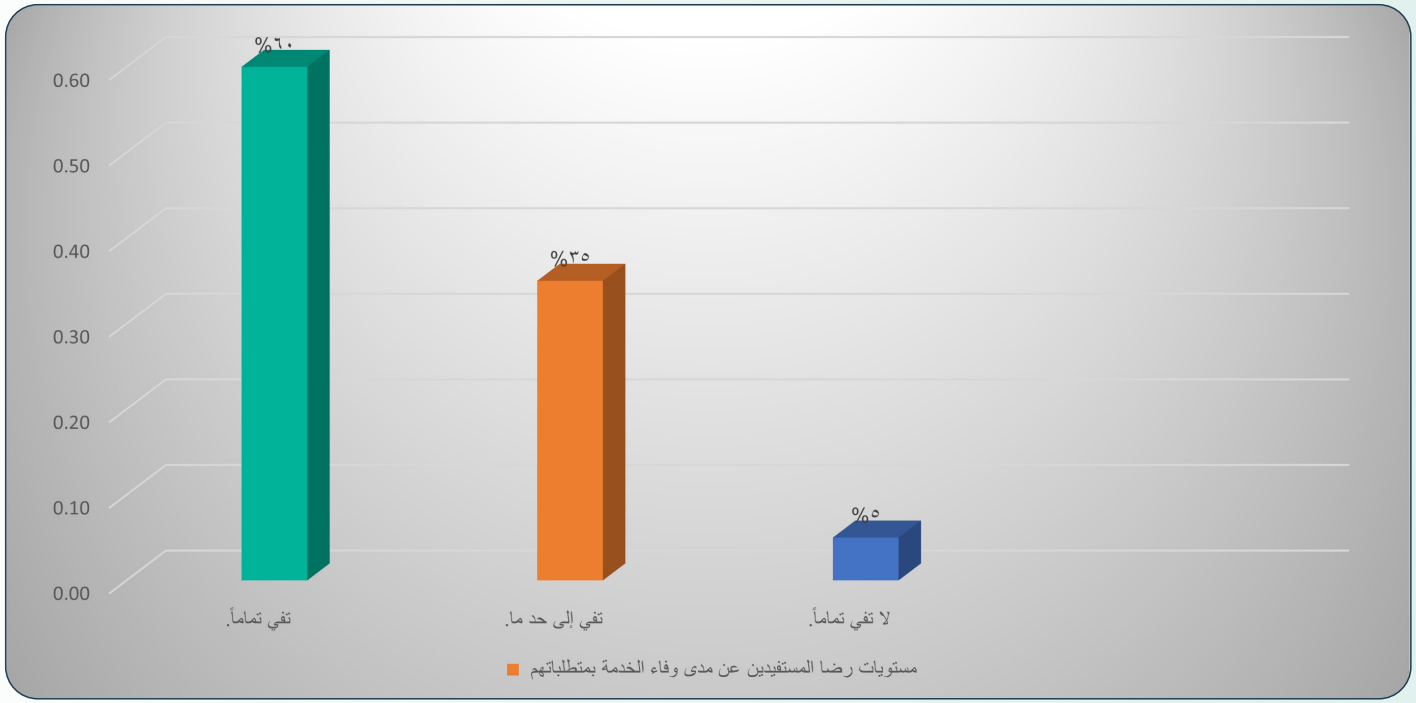
مستويات رضا المستفيدين عن مدى وفاء الخدمة بمتطلباتهم

الخدمة المقدمة تفي باحتياجاتي الصحية	التكرار	نسبة الرضا
تفي تمامًا	٤٠٥	٪٦٠
تفي إلى حدٍّ ما	٢٤١	٪٣٥
لا تفي تمامًا	٣٦	٪٥
الإجمالي	٦٨٢	٪١٠٠,٠٠
متوسط الرضا العام ٢,٥٤		
نسبة الرضا العام ٨٥٪		

يُلاحظ من الجدول السابق أن متوسط الرضا العام عن الخدمة بلغ (٢,٥٤)، بنسبة رضا عام(٨٥٪)، وعلى مستوى الاستجابات للمفردة وُجدَ أنَّ (٦٠٪) من عينة المستفيدين أشاروا إلى أن الخدمة المقدمة إليهم من جمعية زمزم تفي تمامًا بمتطلباتهم، وأن (٣٥٪) أشاروا أن الخدمة التي قُدِّمت لهم تفي إلى حدٍّ ما، في حين أن (٥٪) فقط من أشاروا إلى أن الخدمة التي حصلوا إليها لا تفي بمتطلباتهم، وقد أشار غالبُ المستفيدين في مقترحاتهم لتحسين خدمات جمعية زمزم إلى أهمية زيادة الدعم المُقدَّم وخفض قيمة التحمُّل التي يتحملها المستفيد، والشكل التالي يُوضح ترتيب ذلك.

شكل (٩)

مستويات رضا المستفيدين عن مدى وفاء الخدمة بمتطلباتهم



يُفسِّر فريق الدراسة ما ورد في الشكل السابق بأن الخدمات التي تُقدمها جمعية زمزم للمستفيدين ما زالت في حدودها المعقولة حيث أشار (٦٠٪) من المستفيدين أنها تفي تمامًا بمتطلباتهم، و(٣٥٪) يرون أنها تفي إلى حدٍّ ما رغم الظروف الاقتصادية ومشكلات التمويل والاستدامة التي يُعاني منها القطاع الخيري.

٢- كيف تُقيِّمُ مستوى الخدمة المقدمة من ١٠٠درجة؟

جدول (١٢)

تقييم مستوى الخدمة من ١٠٠ درجة

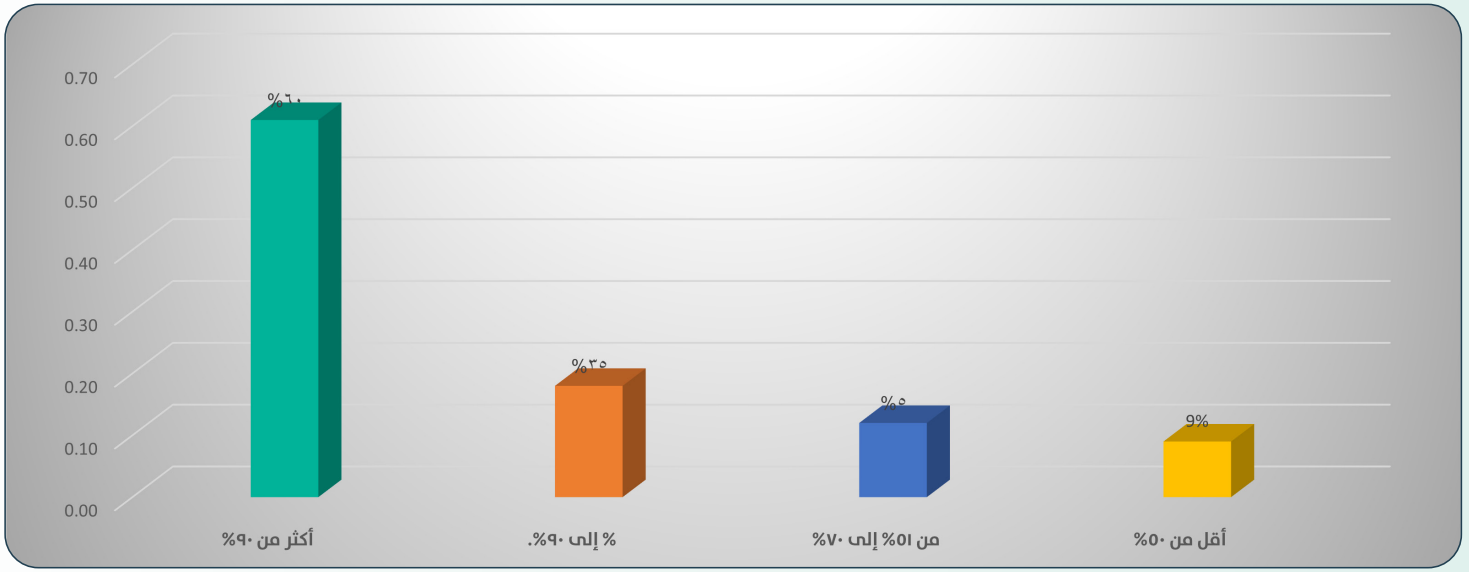
كيف تُقيِّمُ مستوى الخدمة المقدمة من ١٠٠درجة؟	التكرار	نسبة الرضا
أقل من ٥٠٪	٦١	٩٪
من ٥١٪ إلى ٧٠٪	٨٧	١٢٪
٧١٪ إلى ٩٠٪	١٢٠	١٨٪
أكثر من ٩٠٪	٤١٤	٦١٪
الإجمالي	٦٨٢	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٣٠		
نسبة الرضا العام ٨٣٪		

يُلاحظ من الجدول السابق أن متوسط تقييم المستفيدين للخدمة المقدمة من جمعية زمزم بلغ (٣,٣٠) بنسبة رضا عام (٨٣٪) وعلى مستوى الاستجابات للمُفردة وُجد أن (٦١٪) من عينة المستفيدين قيَّموا الخدمة المقدمة لهم من (١٠٠) درجة، بأكثر من ٩٠ درجة، وأن (١٨٪) قيَّموا الخدمة بدرجاتٍ من (٧١ إلى ٩٠) درجة، في حين أن (١٢٪) من المستفيدين قيَّموا الخدمة بدرجاتٍ من (٥١ إلى ٧٠) وأن (٩٪) من المستفيدين قيَّموا الخدمة بأقل من (٥٠) درجة.

والشكل التالي يُوضح تقييم الخدمة من وجهة نظر المستفيدين.

شكل (١٠)

تقييم مستوى الخدمة من ١٠٠ درجة



يفسر فريق الدراسة النتائج الواردة في الشكل السابق؛ بالجهود المتواصلة التي تبذلها جمعية زمزم لتحسين الخدمة المُقدَّمة للمستفيد، حيث إن (٦١٪) من المستفيدين يُقيِّمون الخدمة بأكثر من (٩٠٪) وهي نسبة عالية، إلا أن استمرار الجهود لتحسين الخدمة وزيادة نسبة الدعم للمستفيد وخفض قيمة التحمل في العلاج، والتعاون مع بعض المستشفيات ذات الأداء المميز يرفع من نسبة الرضا والتقييم للجمعية بشكلٍ أكبر.

٣- هل تُشجِّعُ غيركَ للاستفادة من الخدمات الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم؟

جدول (١٣)

هل تُشجع غيرك للاستفادة من الخدمات الصحية التي تُقدمها جمعية زمزم؟

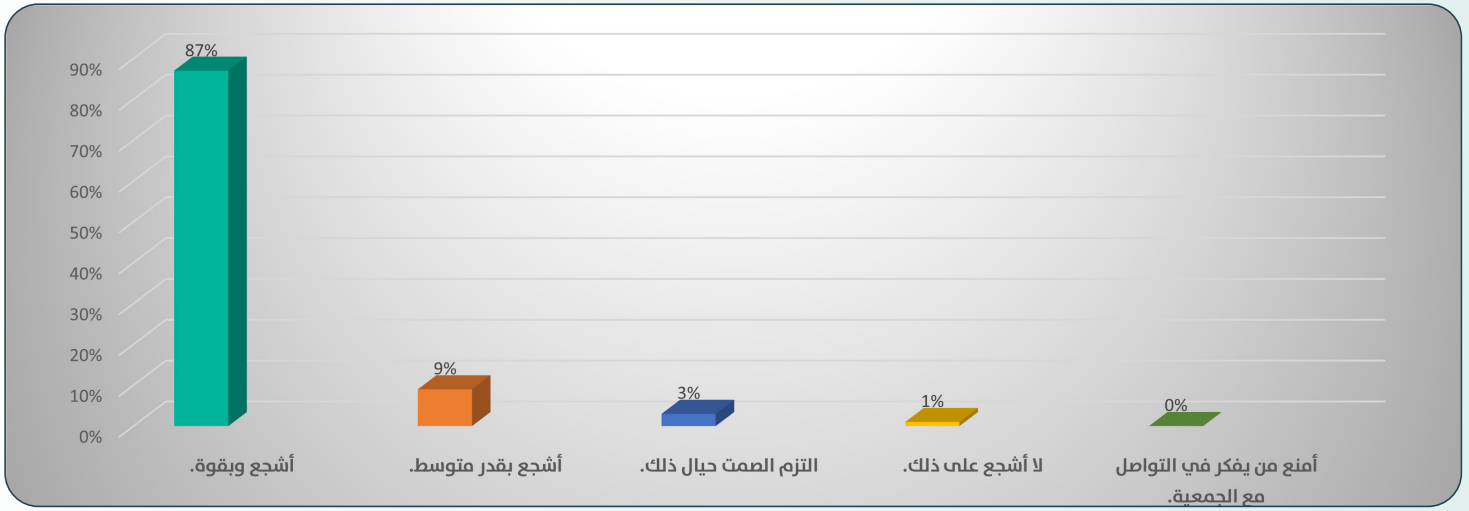
كيف تُقيِّمُ مستوى الخدمة المقدمة من ١٠٠درجة؟	التكرار	نسبة الرضا
أُشجِّعُ وبقوةٍ.	٥٩٢	٨٧٪
أُشجِّعُ بقدرٍ متوسطٍ.	٦٣	٩٪
ألتزم الصمتَ حيال ذلك.	١٩	٣٪
لا أُشجِّعُ على ذلك.	٨	١٪
أمنع من يُفكّر في التواصل مع جمعية زمزم.	٠	٠٪
الإجمالي	٦٨٢	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٤,٨٢		
نسبة الرضا العام ٩٦٪		

يُلاحظ من الجدول السابق أن متوسط الرضا العام في هذه المُفردة بلغ (٤,٨٢) بنسبة رضا عام (٩٦٪) وعلى مستوى الاستجابات للمُفردة وُجد أن (٨٧٪) من عينة المستفيدين يُشجع وبقوةٍ التعامل مع جمعيةِ زمزمَ، وأن (٩٪) يُشجع بشكلٍ متوسط، وأن (٣٪) يلتزم الصمت حيال ذلك، وأن (١٪) لا يشجع التعامل مع جمعية زمزم، ولا يوجد من يمنع التعامل مع جمعية زمزم.

والشكل التالي يُوضح ترتيب مستويات رضا المستفيد لتشجيع غيره للاستفادة من خدمات جمعية زمزم.

شكل (١١)

هل تشجع غيرك للاستفادة من الخدمات الصحية التي تُقدمها جمعية زمزم؟



يُفسر فريق الدراسة النتائج التي وردت في الشكل السابق بإقبالَ المستفيد على خدمات جمعية زمزم، والثقةَ الكبيرةَ في التعامل معها، ورغبته في تشجيعَ الآخرين للتعامل معها في مشكلاتهم، وهذا يحمل إدارة جمعية زمزم والعاملين فيها مسؤولية كبيرة للحفاظ والاستمرار على نفس المستوى من الثقة والتميز.

٤- هل ستتواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلةٍ صحيَّةٍ أخرى تُواجِهك؟

جدول (١٤)

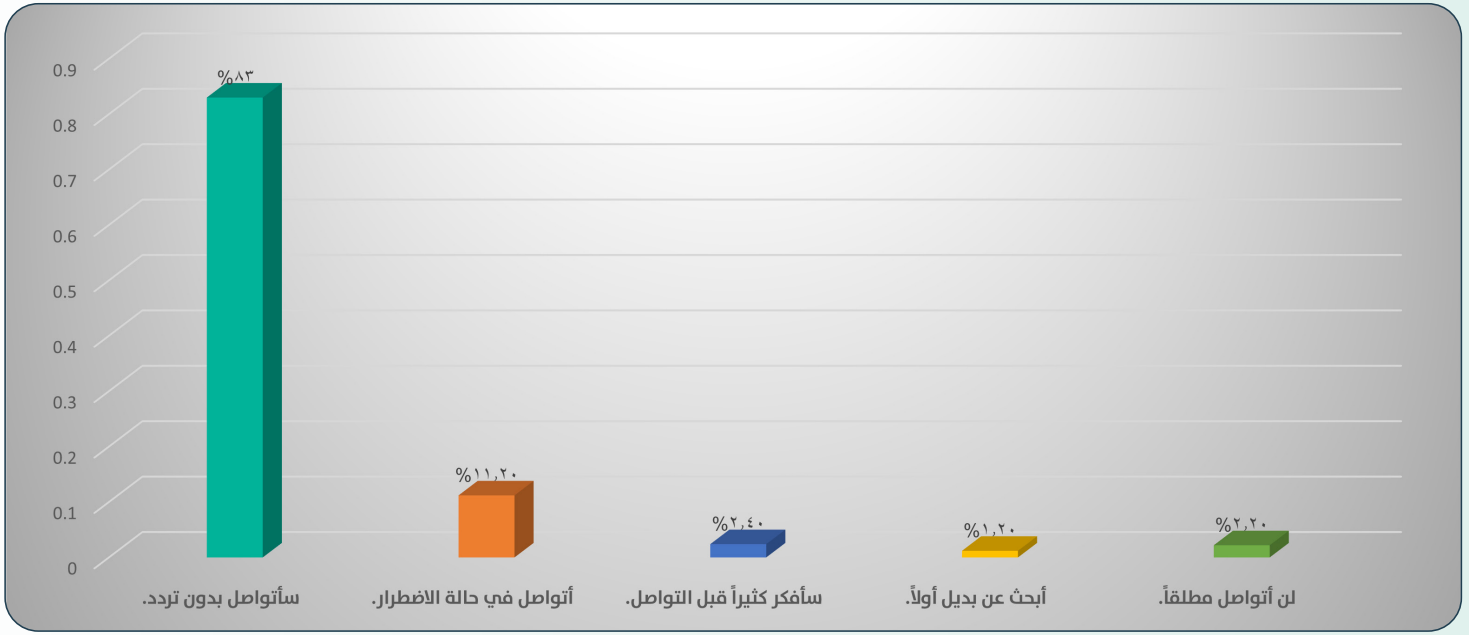
هل ستتواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلة صحية أخرى تواجهك؟

هل ستتواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلة صحية أخرى تواجهك؟	التكرار	نسبة الرضا
سأتواصل بدون تردد.	٥٦٩	٨٣٪
أتواصل في حالة الاضطرار.	٧٨	١١,٢٪
سأفكر كثيرًا قبل التواصل.	١٦	٢,٤٪
أبحث عن بديل أولًا.	٨	٢,١٪
لن أتواصل مُطلقًا.	١١	٢,٢٪
الإجمالي	٦٨٢	١٠٠٪
متوسط الرضا العام ٤,٧٤		
نسبة الرضا العام ٩٥٪		

يُلاحظ من الجدول السابق أن متوسط الرضا العام عن رغبة المستفيد في التواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلة صحية أخرى مستقبلاً بلغ (٤,٧٤) بنسبة رضا عام (٩٥٪) وعلى مستوى الاستجابات للمفردة وُجد أن (٨٣٪) من عينة المستفيدين أشاروا إلى التواصل مع جمعية زمزم بدون تردد عند وُقوع أي مشكلةٍ صحيَّةٍ لهم في المستقبل، وأن (١١,٢٪) أشاروا إلى التواصل في حال الاضطرار فقط، وأن (١,٢٪) أشاروا إلى إمكانية البحث عن بديل أولًا، وأن (٢,٢٪) أشاروا إلى عدم التواصل مُطلقًا في حال واجهته مشكلةٌ صحيَّةٌ. والشكل التالي يُوضّح ذلك.

شكل (١٢)

هل ستتواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلةٍ صحيَّةٍ أخرى تُواجهك؟



يُفسرُ فريق الدراسة النتائج التي وردت في الشكلُ السابقُ أهمية خدمات جمعية زمزم التي تقدمها في نطاقها الجغرافي، وإلى الثقةَ الكبيرة في أدائها والرغبة في التواصل معها في حال وجدت أي مشكلة صحية لدى المستفيد، ويفسر هذا أيضاً بمصداقية الجمعية مع المستفيدين، وكونها جمعية رائدة في هذا المجال.

٥- ما مستوى تقييمك لمستوى سمعة جمعية زمزم في المجتمع؟

جدول (١٥)

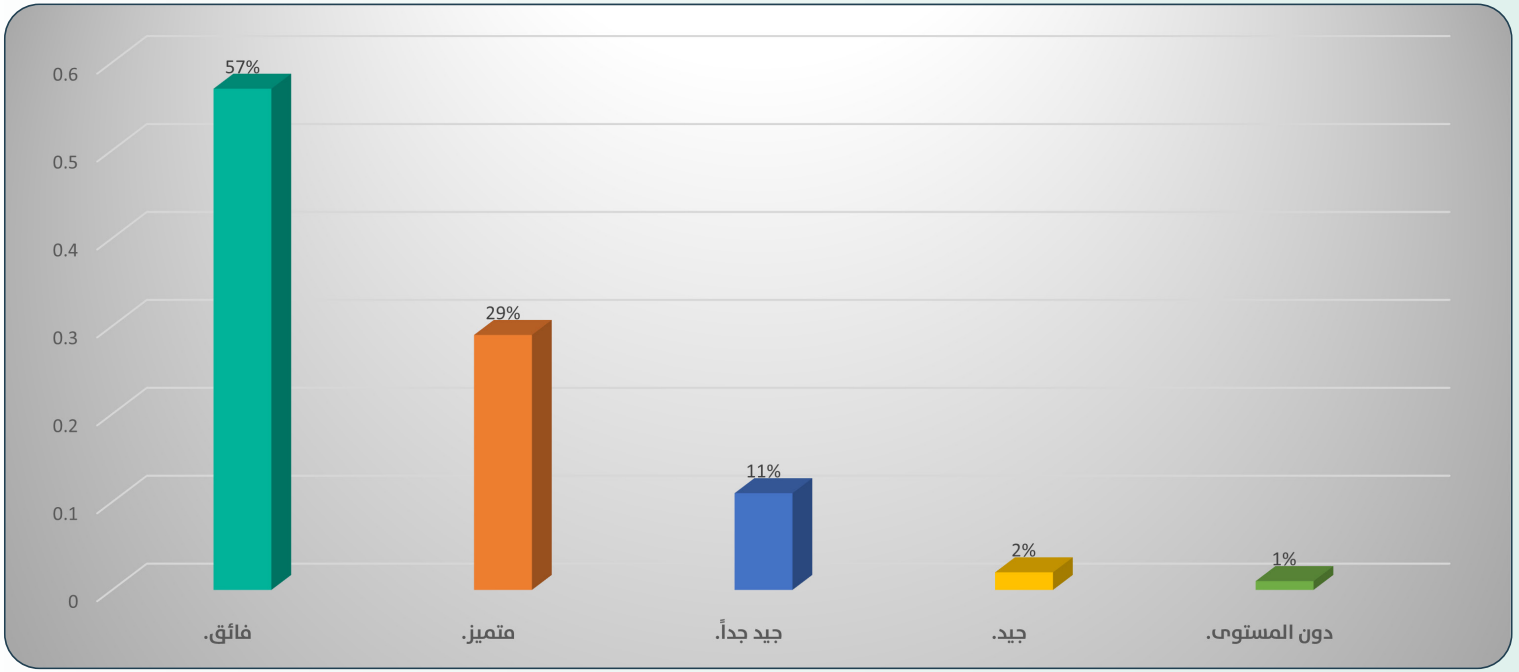
ما مستوى تقييمك لمستوى سُمعةِ جمعية زمزم في المجتمع؟

هل ستتواصل مع جمعية زمزم في أي مشكلة صحية أخرى تواجهك؟	التكرار	نسبة الرضا
فائق.	٣٩٠	٥٧٪
متميز.	١٩٥	٢٩٪
جيد جدًا.	٧٣	١١٪
جيد.	١٧	٢٪
دون المستوى.	٧	١٪
الإجمالي	٦٨٢	١٠٠٪
متوسط الرضا العام ٤,٣٨		
نسبة الرضا العام ٨٨٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن سُمعة جمعية زمزم في المجتمع بلغ (٤,٣٨) بنسبة رضا عام (٨٨٪)، وعلى مستوى الاستجابات للمُفردة وُجِدَ أن (٥٧٪) من عينة المستفيدين أشاروا إلى أن سمعة جمعية زمزم فائقة، وأن (٢٩٪) أشاروا أنها متميزة، وأن (١١٪) أشاروا أنها جيدة جدًا، وأن (٢٪) أشاروا إلى كونها جيدة، وقد أشار (١٪) من المستفيدين إلى أنها دون المستوى، والشكل التالي يُوضِّح ذلك.

شكل (١٣)

ما مستوى تقييمك لمستوى سُمعة جمعية زمزم في المجتمع؟



ويفسر فريق الدراسة النتائجُ في الشكل السابق بتمتُّع جمعية زمزم بسمعةٍ طيِّبةٍ وصورةٍ ذهنيةٍ فائقةٍ ومميزةٍ لدى المستفيدين، وهذا لا شك أنه نتاج جهود مبذولةٍ وتميزٍ للعاملين في جمعية زمزم وإدارتها، ونوصي بمزيدٍ من تدريب موظفي الاستقبال، والذين يتعاملون مع المستفيدين بحُسن الاستقبالٍ والتعاملٍ مع المستفيد، وسوف تتزايد النسبة في السنوات القادمة.

٦- ما المدة الزمنية التي استغرقتها الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم؟

جدول (١٦)

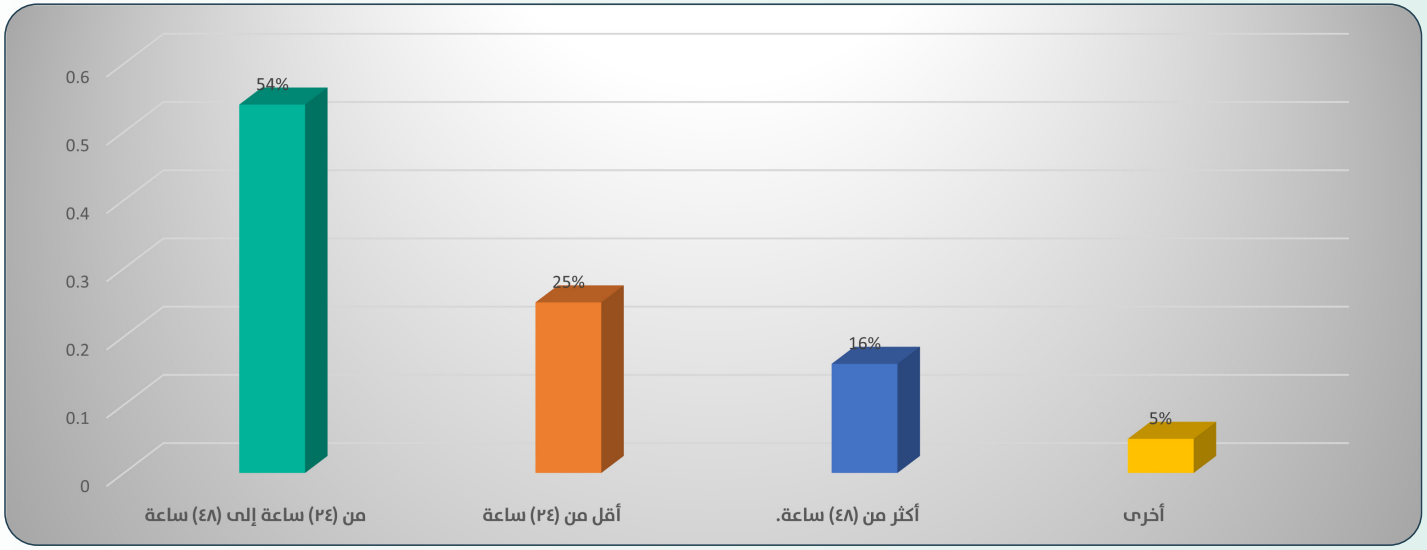
المدة الزمنية التي استغرقتها الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم

المدة الزمنية التي استغرقتها الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم	التكرار	نسبة الرضا
من (٤٢) ساعة إلى (٨٤) ساعة.	٣٧١	٥٤٪
أقل من (٤٢) ساعة.	١٦٨	٢٥٪
أكثر من (٨٤) ساعة.	١٠٨	١٦٪
أخرى.	٣٥	٥٪
الإجمالي	٦٨٢	١٠٠٪
متوسط الرضا العام ٢,٩٩		
نسبة الرضا العام ٧٥٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن المدة الزمنية التي تستغرقها الخدمة المُقدَّمة بلغ (٢,٩٩) بنسبة رضا عام (٧٥٪)، وعلى مستوى الاستجابات للمُفْرَدةِ وُجِدَ أن (٢٥٪) من عينة المستفيدين أشاروا إلى حصولهم على الخدمة في أقل من (٢٤) ساعة، وأن (٥٤٪) أشاروا أنهم حصلوا على الخدمة ما بين (٢٤) ساعة إلى (٤٨) ساعة، وأن (١٦٪) أشاروا إلى حصولهم على الخدمة بعد أكثر من (٤٨) ساعة، وأن (٥٪) أشاروا إلى أخرى وهو ما يعني زيادة المدة عمَّا سبق.

شكل (١٤)

المدة الزمنية التي استغرقتها الخدمة المُقدَّمة من جمعية زمزم



ويفسر فريق الدراسة هذه النتائج بأن الوقت المستغرق في الرد على الطلب والحصول على الخدمة منطقي وطبيعي جداً، وأن ما يزيد عن نصف المستفيدين تستغرق طلباتهم أقل من ٤٨ساعة، والتأخير عن البعض قد يرجع إلى عملية التدقيق والتحقق من الأوراق الثبوتية للمستفيد المتقدم لطلب الخدمة وأحقيته في الخدمة من عدمه، والشكل التالي يُوضِّح ذلك.

المحور الثاني: استطلاع قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم:

للتعرف على نتائج استطلاع قياس رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها بحساب متوسطات الرضا الحسابية والنسبة المئوية لاستجابات المستفيدين لكل مُفردة من مفردات الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا لكل محور، ومعدل النسبة العامة لكل محور على حدة، ونعرض النتائج في التالي:

جدول (١٧)

مستوى رضا المستفيدين عن إجراءات التقدم للخدمة

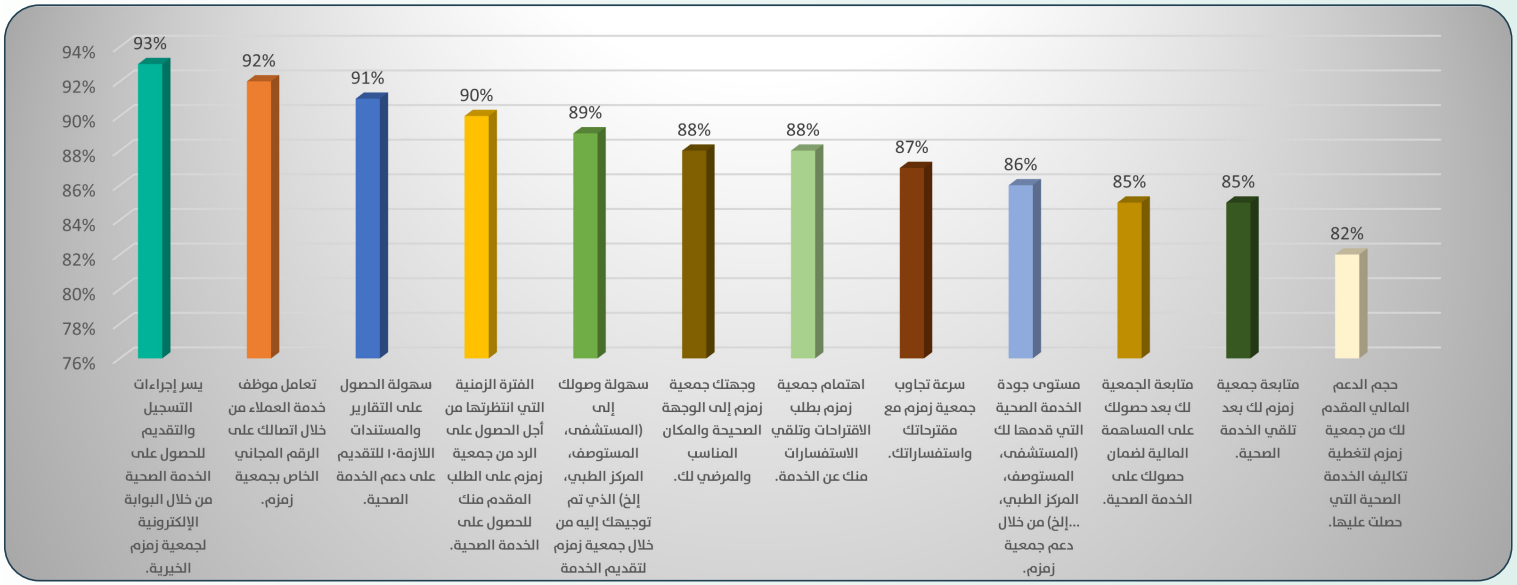
م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	يُسْرُ إجراءاتِ التسجيلِ والتقديمِ للحصول على الخدمة الصحية من خلال البوابة الإلكترونية لجمعية زمزم.	٤٨٩	٪٧٢	١٦٣	٪٢٤	١٥	٪٢	١٠	٪١	٥	٪١	٤,٦٤	٪٩٣
٢	تعامُل موظف خدمة العملاء من خلال اتصالك على الرقم المجاني الخاص بجمعية زمزم.	٤٧٤	٪٧٠	١٥٧	٪٢٣	٤١	٪٦	٧	٪١	٣	٪٠	٤,٦٠	٪٩٢
٣	سهولة الحصول على التقارير والمستندات اللازمة ١٠ للتقديم على دعم الخدمة الصحية.	٤٣٥	٪٦٤	١٩٧	٪٢٩	٣٣	٪٥	١٠	٪١	٧	٪١	٤,٥٣	٪٩١
٤	الفترة الزمنية التي انتظرتها من أجل الحصول على الرد من جمعية زمزم على الطلب المُقدَّم منك للحصول على الخدمة الصحية.	٣٩٦	٪٥٨	٢٤٠	٪٣٥	٢٨	٪٤	١٢	٪٢	٦	٪١	٤,٤٨	٪٩٠

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٥	سهولة وصولك إلى (المستشفى، المستوصف، المركز الطبي، إلخ) الذي تم توجيهك إليه من خلال جمعية زمزم لتقديم الخدمة الصحية لك.	٣٩٤	٥٨٪	٢١٦	٣٢٪	٥٣	٨٪	١٠	١٪	٩	١٪	٤,٤٣	٨٩٪
٦	**وجهتك جمعية زمزم إلى الوجهة الصحيحة والمكان المناسب والمرضي لك.**	٣٨٣	٥٦٪	٢٢٨	٣٣٪	٤٨	٧٪	١٣	٢٪	١٠	١٪	٤,٤١	٨٨٪
٧	اهتمام جمعية زمزم بطلب الاقتراحات وتلقي الاستفسارات منك عن الخدمة.	٣٦٣	٥٣٪	٢٢٠	٣٢٪	٧٥	١٣٪	١٢	٤٪	١٢	٢٪	٤,٤٢	٨٨٪
٨	سرعة تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتك واستفساراتك.	٣٤٥	٥١٪	٢٢٨	٣٣٪	٨٧	١٣٪	١١	٤٪	١١	٢٪	٤,٣٣	٨٧٪
٩	مستوى جودة الخدمة الصحية التي قدمها لك (المستشفى، المستوصف، المركز الطبي، ...إلخ) من خلال دعم جمعية زمزم.	٣٥٤	٥٢٪	٢٢٥	٣٣٪	٦١	٩٪	٢٩	٤٪	١٣	٢٪	٤,٢٩	٨٦٪
١٠	**متابعة جمعية زمزم لك بعد حصولك على المساهمة المالية لضمان حصولك على الخدمة الصحية.**	٣٣٢	٤٩٪	٢٣٦	٣٥٪	٧٥	١١٪	٣٠	٤٪	٩	١٪	٤,٢٥	٨٥٪
١١	متابعة جمعية زمزم لك بعد تلقي الخدمة الصحية.	٣٣٩	٥٠٪	٢٢١	٣٢٪	٨٦	١٣٪	٢٤	٤٪	١٢	٢٪	٤,٢٥	٨٥٪
١٢	حجم الدعم المالي المقدم لك من جمعية زمزم لتغطية تكاليف الخدمة الصحية التي حصلت عليها.	٢٥٨	٣٨٪	٢٩١	٤٣٪	٨٥	١٢٪	٢٦	٤٪	٢٢	٣٪	٤,٠٨	٨٢٪
	معدل الرضا العام	٤,٣٩											
	نسبة الرضا العام	٨٨٪											

من الجدول السابق نُلاحظ أن معدل الرضا العام لدى المستفيدين عن إجراءات التقديم للحصول على الخدمة في جمعية زمزم بلغ (٤,٣٩) بنسبة رضا عام تبلغ (٨٨٪)، كما يُلاحظ أن مُفردة **"يُسْر إجراءات التسجيل والتقديم للحصول على الخدمة الصحية من خلال البوابة الإلكترونية لجمعية زمزم "** حصلت على أعلى المتوسطات حيث بلغ معدل الرضا (٤,٦٤) ونسبة مئوية للرضا (٩٣٪)، ومفردة: **"تعامَلَ موظفُ خدمة العملاء من خلال اتصالك على الرقم المجاني الخاص بجمعية زمزم"** حيث بلغ معدل الرضا (٤,٦٠) ونسبة الرضا (٩٢٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت مفردة: **"سهولة الحصول على التقارير والمستندات اللازمة للتقديم على دعم الخدمة الصحية"** حيث بلغ معدل الرضا (٤,٥٣) ونسبة الرضا (٩١٪)، وجاءت مفردة: **"الفترة الزمنية التي انتظرتها من أجل الحصول على الرد من جمعية زمزم على الطلب المُقَدَّم منك للحصول على الخدمة الصحية"** في الترتيب الرابع بمعدل رضا (٤,٤٨) ونسبة رضا (٩٠٪). كما جاءت مفردة: **"سهولة وصولك إلى (المستشفى، المستوصف، المركز الطبي، إلخ) الذي تم توجيهك إليه من خلال جمعية زمزم لتقديم الخدمة الصحية لك"** في الترتيب الخامس بمتوسط رضا (٤,٤٣) ونسبة رضا (٨٩٪)، في حين جاءت مفردة: **"حجم الدعم المالي المقدم لك من جمعية زمزم لتغطية تكاليف الخدمة الصحية التي حصلت عليها"** في أقل مستويات الرضا بمعدل رضا (٤,٠٨) وبنسبة رضا (٨٢٪)، والشكل التالي يُوضِّح ترتيب تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (١٥)

نسبة رضا المستفيدين عن خدمات جمعية زمزم وإجراءات التقديم لها



ويفسر فريقُ الدراسةِ حصولَ فقرة **"يُسْر إجراءات التسجيل والتقديم للحصول على الخدمة الصحيَّة من خلال البوابة الإلكترونية لجمعية زمزم "** على المستوى الأول نتيجة لسهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني، وتشابه طرق التسجيل فيه مع تطبيقات الهاتف الأخرى، وأن معظم الناس يتعاملون مع هذه التطبيقات والمواقع نتيجة لتوافر الأجهزة الذكية لدى معظم الناس، ويرجع حصول فقرة **"حجم الدعم المالي المقدم لك من جمعية زمزم لتغطية تكاليف الخدمة الصحية التي حصلت عليها"** على أقل مرتبة رغم ارتفاع الدعم المالي المقدم بالفعل؛ نتيجة لارتفاع أسعار الخدمات الطبية بالمملكة، وتأثُّر كثيرٍ منها بالأزمة الاقتصادية، وتحتاج جمعية زمزم لمواكبةِ ذلك أولًا بأولٍ لسدِّ هذه الفجوة، كما تحتاج إلى ابتكار طرقٍ فعَّالةٍ لاستدامة الموارد المالية.

مقترحاتك لتحسين إجراءات التقدم للخدمة الصحية بجمعية زمزم؟

تم توجيه تساؤلٍ للمستفيدين عن مقترحاتهم لتحسين إجراءات التقدُّم للخدمة الصحية بجمعية زمزم الصحية، وقد جاءت المقترحاتُ وتكراراتها كما في الجدول التالي:

جدول (١٨)

مقترحاتُ المستفيدين لتحسين الخدمة

م	المقترح	التكرار	النسبة
١	زيادة الدعم المقدَّم للمستفيد ومراعاة الظروف المادية للمتقدم بعد دراسة الحالة.	٢٢	٢٢٪
٢	سرعة اتخاذ الإجراءات، وتحسين سرعة الرد على الطلبات والخطابات بشكلٍ أسرع.	١١	١١٪
٣	تقليل نسبة التحمُّل من قيمه العلاج وزيادة نسبة الخصم خصوصًا على التحاليل والأشعة.	٩	٩٪
٤	سرعة صرف الأدوية في مدةٍ وجيزةٍ وعدم صرف الأدوية البديلة، وسهولة الوصول للصيدلية.	٨	٨٪
٥	صيانة الموقع الإلكتروني وتطويره بشكلٍ مستمرٍّ لضمان سرعة التقديم على الخدمة.	٧	٧٪
٦	إدخال أكثر من مستشفى ومستوصف ضمن جمعية زمزم، والتعاون مع عيادات صحية أكثر خصوصًا بمنطقة مكة المكرمة.	٥	٥٪
٧	تدريب موظفي وموظفات الاستقبال على حُسنِ الردِّ والمرونة في التعامل مع المستفيد.	٣	٣٪
٨	المتابعة المستمرة من قِبَلِ جمعية زمزم والتواصل مع المريض بعد الحصول على الدعم.	٣	٣٪

م	المقترح	التكرار	النسبة
٩	إلغاء شرط تجديد الإقامة ودعم أصحاب الإقامات المنتهية.	٣	٣٪
١٠	تقييم المستشفيات التي تتعامل معها جمعية زمزم وإيقاف التعاون مع المستشفيات التي تحصل على تقييم أقل.	٣	٣٪
١١	وضع آليةٍ للحدِّ من استغلال العديد من المستشفيات للمستفيد وعدم تجاوز حدِّ الدعم المُقدَّم من جمعية زمزم.	٣	٣٪
١٢	دراسة حالات أصحاب الأمراض المُزْمِنَة والتعامل معهم بشكلٍ يُناسِب حالتهم المرضية وحاجتهم للعلاج.	٣	٣٪
١٣	المزيد من الفروع للجمعية لتغطي غالبَ مُدنِ المملكة.	٢	٢٪
١٤	النظر بعين الاعتبار وتسهيل الإجراءات وزيادة الدعم لذوي الاحتياجات الخاصة.	٢	٢٪
١٥	عدم تحديد (قيصري أو طبيعي) في حالات الولادة.	٢	٢٪
١٦	تقديم المزيد من التسهيلات لكبار السن وخصوصًا في حاله انتهاء الإقامة.	٢	٢٪
١٧	إلغاء طلب عرض السعر يدوي من الصيدلية وتقديمه أونلاين.	٢	٢٪
١٨	تحديث أرقام الهواتف لعدم وصول رسائلِ جمعية زمزم لكثيرٍ من الأرقام بسبب تعليقٍ في النظام.	٢	٢٪
١٩	إمكانية تقسيط المبالغ للمستفيد على دفعات مراعاةً لظروفه.	٢	٢٪

م	المقترح	التكرار	النسبة
٢٠	توفير الأجهزة للمرضى وخصوصًا أصحاب الأمراض المزمنة.	١	١٪
٢١	إنشاء بطاقةِ خصمٍ للأفراد والعوائل يستفيد منها المجتمع، خاصةً العائلات الفقيرة.	١	١٪
٢٢	توفير عياداتٍ لعلاج الأسنان.	١	١٪
٢٣	إطلاق تطبيقٍ باسم (جمعية زمزم) يدعم الهواتف النقالة يُمكن للمستفيد التقدُّم للخدمة من خلاله.	١	١٪
٢٤	منح المستفيدِ المبلغ كاملًا في حال استحقاقه لدعم أقل من ٥٠٠٠ ريال.	١	١٪
٢٥	زيادة المبادرات المجتمعية للوصول إلى كافة شرائح المجتمع بخدماتٍ متنوعةٍ.	١	١٪

يلاحظ من الجدول السابق أن مقترح زيادة الدعم المقدَّم للمستفيد ومراعاة الظروف المادية للمتقدم بعد دراسة الحالة، جاء في مقدمة مقترحات المستفيدين حيث حصل على تكرار (٥٥) بنسبة مئوية (٣٢٪)، يليه مقترح سرعة اتخاذ الإجراءات، وتحسين سرعة الرد على الطلبات والخطابات بشكلٍ أسرع بتكرار (٢٥) ونسبة مئوية (١٥٪)، ومقترح تقليل نسبة التحمُّل من قيمه العلاج وزيادة نسبة الخصم خصوصًا على التحاليل والأشعة، ومقترح تقليل نسبة التحمُّل من قيمه العلاج وزيادة نسبة الخصم خصوصًا على التحاليل والأشعة بتكرار(٢٠) ونسبة مئوية(١٢ ٪) .

التوصيات:

- ضرورة إعادة النظر في التعاون مع بعض المستشفيات التي تتعاون معها جمعية زمزم، حيث أشار غالبُ المستفيدين إلى سُوءِ التعاملِ، وذكروا مستشفياتٍ بعَيْنِهَا.
- إيجاد آليةٍ لتقييمِ أداءِ المستشفيات والمستوصفات، وربط استمرار التعاون معها من قِبَلِ جمعية زمزم بتقييم الأداء السنوي.
- توسيع دائرة التعاون مع الصيدليات، واتخاذ إجراءاتٍ لسرعة صرف العلاج للمستفيد.
- النظر في مقدار الدعم الذي يحصل عليه المستفيد بناءً على دراسةِ الحالةِ الاجتماعيةِ والاقتصاديةِ.
- علاج مشكلات الموقع الإلكتروني، وصيانته بشكلٍ مستمرٍ.
- ضرورة إيجاد طريقةٍ لسرعة الرد والاستجابة للمستفيد، سواء بالقبول أو الرفض.
- إنتاج فيديو توضيحي يشرح طريقةَ التسجيل للخدمة على غِرارِ ما تُقدِّمُه وزارة العدل عبر موقعها.
- زيادة مدة ساعات العمل بجمعية زمزم على أن يكون لمدة ٢٤ ساعة، أو على الأقل تكون هناك فترة مسائية.
- التخفيف من الإجراءات والاشتراطات والتقارير التي تُطْلَبُ من المستفيد للحصول على الخدمة.

ثانيًا: استطلاع قياس رضا العاملين في جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص استطلاع رضا العاملين

أ- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال القيادة والإدارة:	٦٩٪
ب- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي:	٧٧٪
ج- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية:	٦١٪
د- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة التِّقْنِيَّة والمعلوماتية:	٧٦٪
ه- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي:	٦٢٪
ز- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين:	٧٠٪
ح- مستويات رضا العاملين في جمعية زمزم عن الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظرهم:	٦٩٪
معدل الرضا العام للعاملين:	٧٢٪

استطلاع قياس رضا العاملين في جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا العاملين في جمعية زمزم، قام فريقُ الدراسة بتحليلِ الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان العاملين عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية والنسبة المئوية لاستجابات العاملين لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا لكل محورٍ، ومعدل النسبة العامة لكل محورٍ على حِدَةٍ، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عَيِّنَة العاملين:

١- توصيف عينة العاملين من حيث الجنس:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين في جمعية زمزم حسب الجنس كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

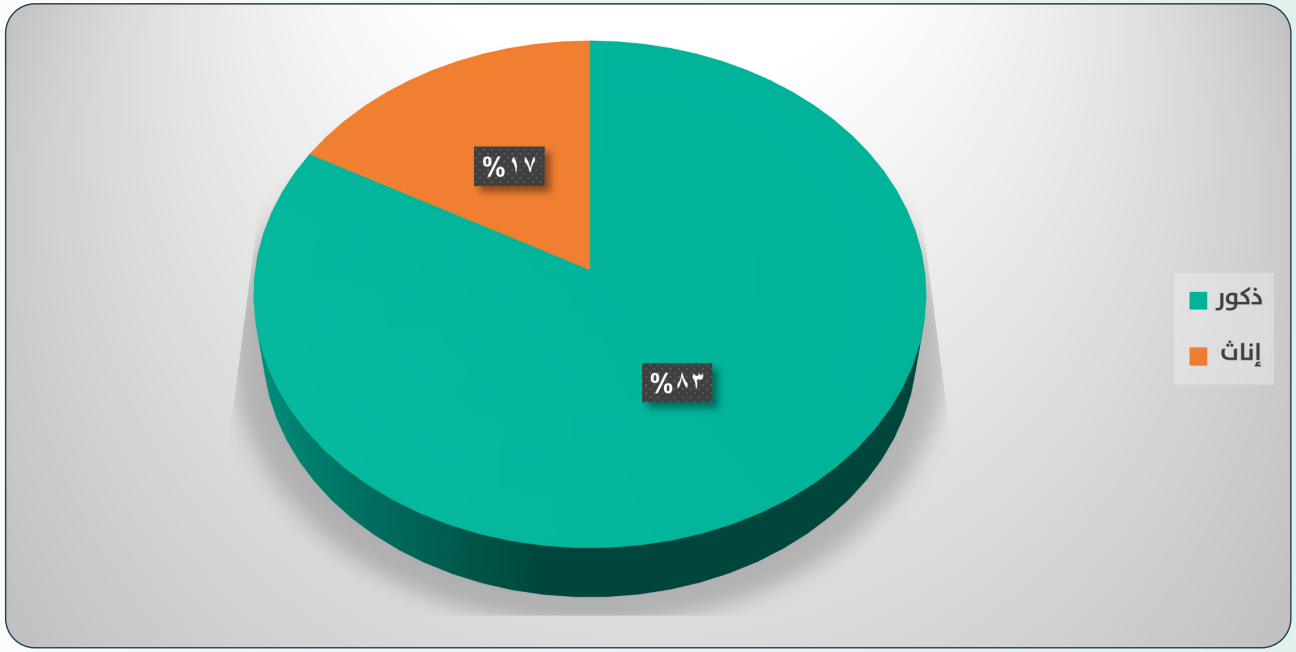
جدول (١٩)

توزيع عينة العاملين من حيث الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٨	٪١٧
أنثى	٨٨	٪٨٣
الإجمالي	**١٠٦**	**٪١٠٠**

شكل (١٦)

توزيع عينة العاملين من حيث الجنس



٢- توصيف عيِّنَة العاملين من حيث الفئة العُمْريَّة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين في جمعية زمزم حسب الفئة العُمْريَّة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

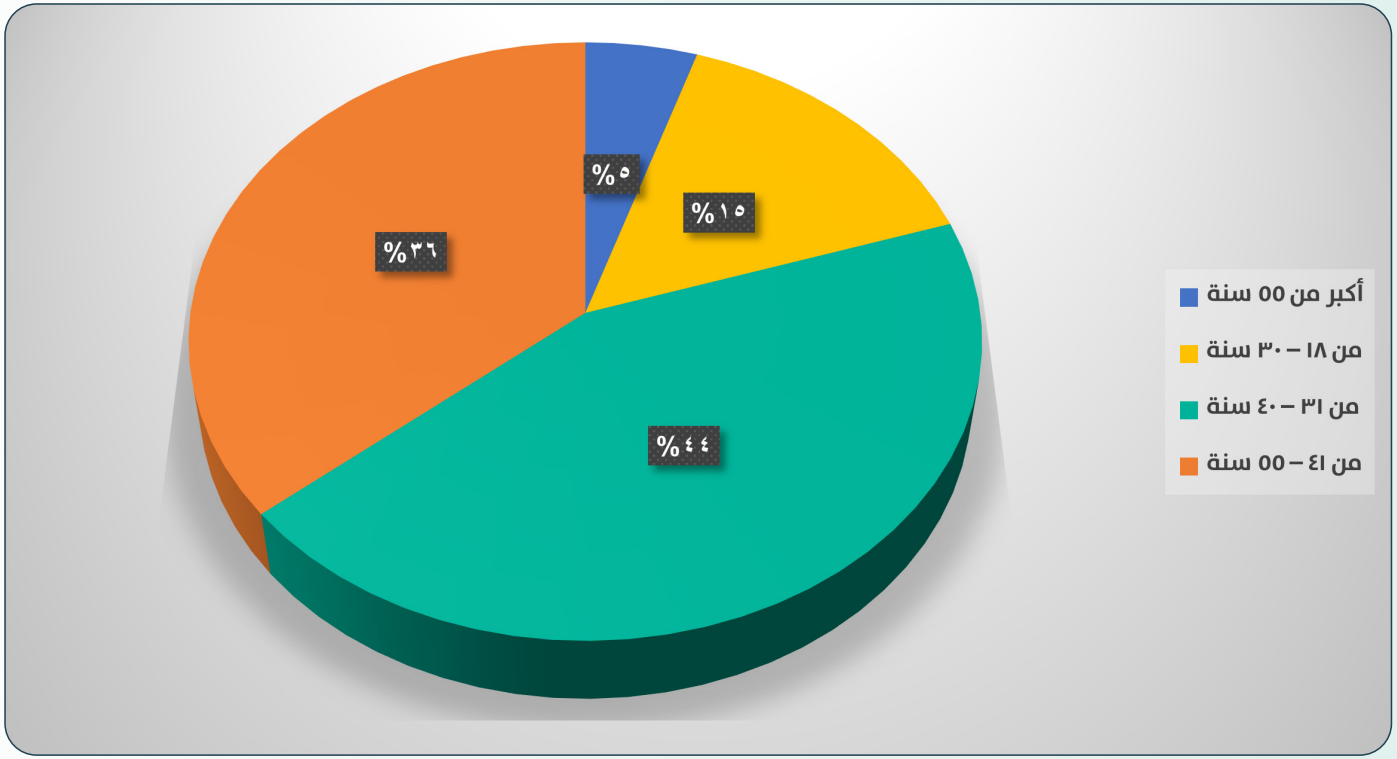
جدول (٢٠)

توزيع العاملين حسب الفئة العُمْريَّة

الفئة العُمْريَّة	التكرار	النسبة المئوية
من ١٨ – ٣٠ سنة	١٦	٪١٥
من ٣١ – ٤٠ سنة	٤٧	٪٤٤
من ٤١ – ٥٥ سنة	٣٨	٪٣٦
أكبر من ٥٥ سنة	٥	٪٥
الإجمالي الكلي	١٠٦	٪١٠٠

شكل (١٧)

توزيع العاملين حسب الفئة العُمْريَّة



٣- توصيف عينة العاملين من حيث سنوات الخبرة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين في جمعية زمزم حسب سنوات الخبرة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

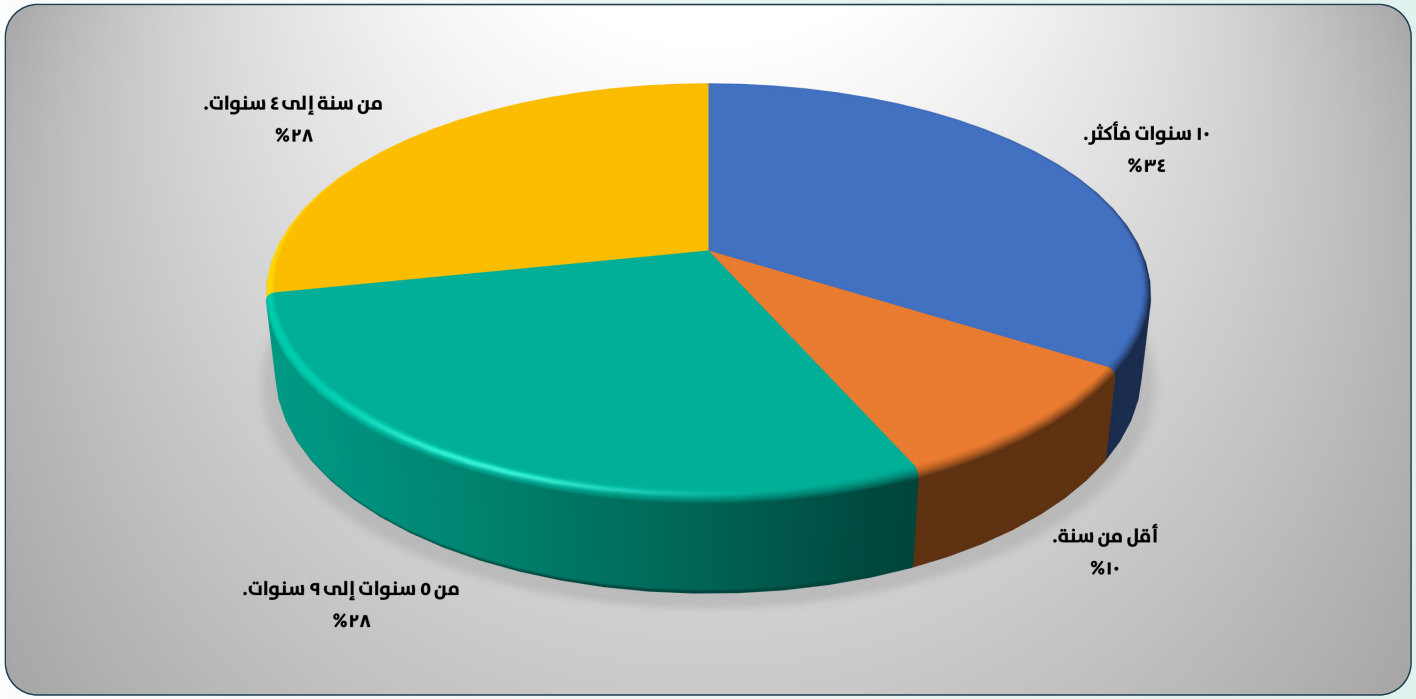
جدول (٢١)

توزيع العاملين على حسب سنوات الخبرة

عدد من سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
.أقل من سنة	١٠	٤.٪٩
من سنة إلى ٤ سنوات.	٣٠	٪٢٨,٣
من ٥ سنوات إلى ٩ سنوات.	٣٠	٪٢٨,٣
١٠ سنوات فأكثر.	٣٦	٪٣٤
الإجمالي	**١٠٦**	**٪١٠٠**

شكل (١٨)

توزيع العاملين حسب سنوات الخبرة



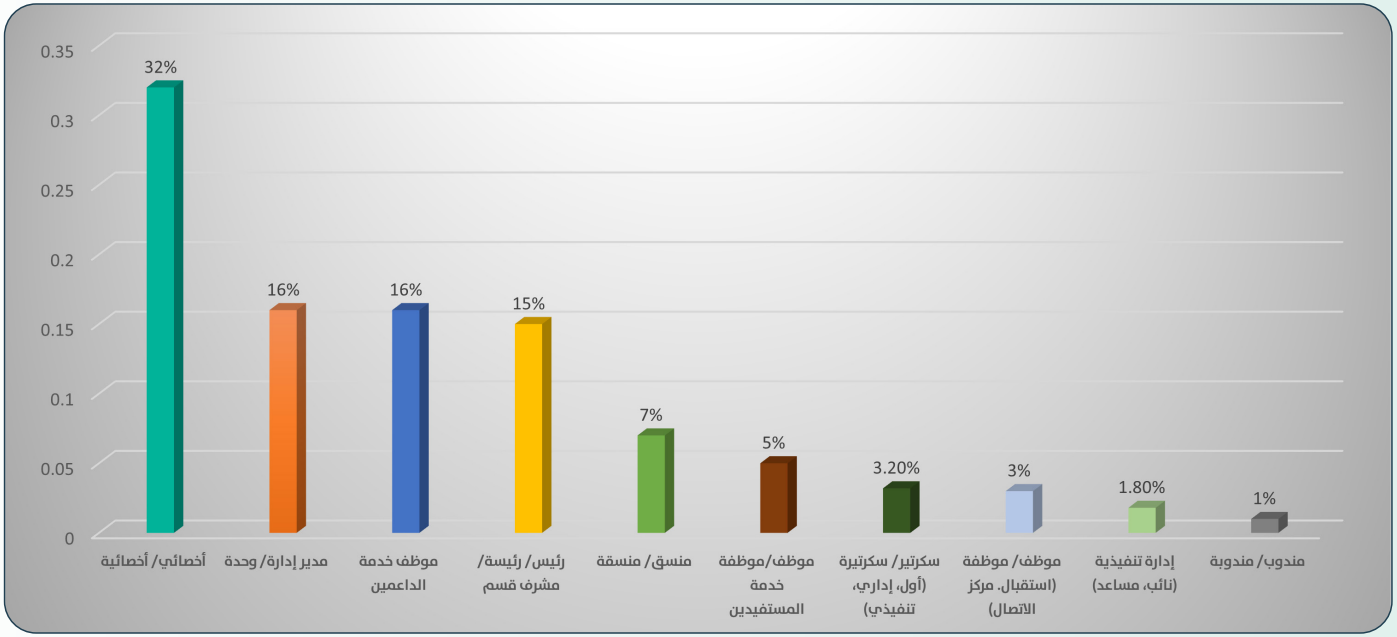
٤- توصيف عينة العاملين من حيث المُسَمَّى الوظيفي:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين في جمعية زمزم حسب المسمى الوظيفي كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٢)
توزيع العاملين حسب المسمى الوظيفي

المُسمَّى الوظيفي للعاملين	التكرار	النسبة
مدير إدارة/ وحدة.	١٧	٪١٦
إدارة تنفيذية (نائب، مساعد).	٢	٪١,٨
رئيس/ رئيسة/ مشرف قسم.	١٦	٪١٥
أخصائي/ أخصائية.	٣٤	٪٣٢
مُنسِّق/ منسقة.	٧	٪٧
سكرتير/ سكرتيرة (أول، إداري، تنفيذي).	٤	٪٣,٢
موظف خدمة الداعمين.	١٧	٪١٦
موظف/ موظفة (استقبال. مركز الاتصال).	٣	٪٣
موظف/ موظفة خدمة المستفيدين.	٥	٪٥
مندوب/ مندوبة.	١	٪١
الإجمالي	**١٠٦**	**٪١٠٠**

شكل (١٩)
توزيع العاملين على حسب المسمى الوظيفي



٥- توصيف عينة العاملين من حيث طبيعة العمل داخل الجمعية:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين حسب طبيعة العمل داخل جمعية زمزم، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

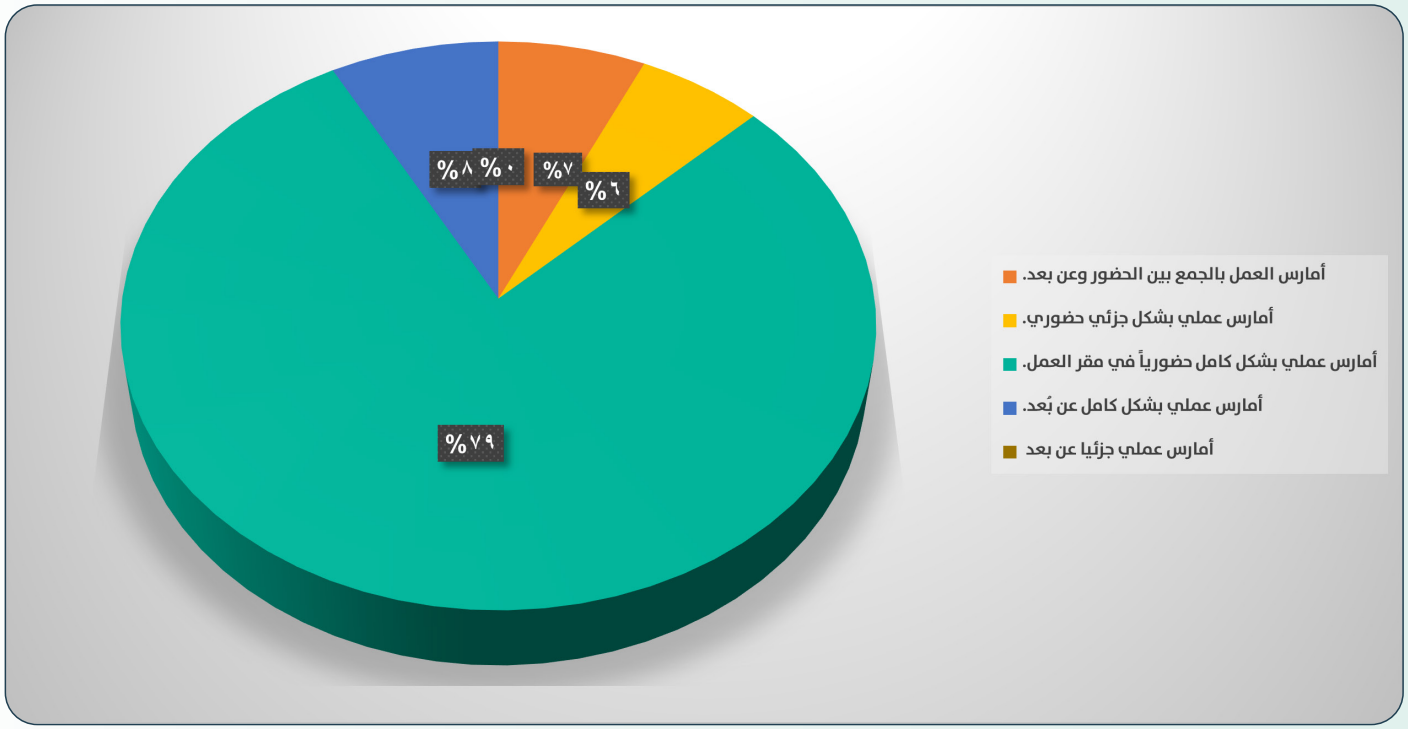
جدول (٢٣)

توزيع العاملين حسب طبيعة العمل داخل الجمعية حضوري/ عن بعد

طبيعة العمل داخل جمعية زمزم حضوري/ عن بعد	التكرار	النسبة المئوية
أُمارس عملي بشكلٍ كاملٍ حضوريًّا في مقر العمل.	٨٥	٧٩٪
أُمارس عملي بشكلٍ جزئيٍّ حضوريٍّ.	٦	٦٪
أُمارس العمل بالجمع بين الحضور وعن بُعْدٍ.	٧	٧٪
أُمارس عملي بشكلٍ كاملٍ عن بُعْدٍ.	٨	٨٪
أُمارس عملي جُزئيًّا عن بُعْدٍ	٠	٠٪
الإجمالي	**١٠٦**	**١٠٠٪**

شكل (٢٠)

توزيع العاملين حسب طبيعة العمل داخل الجمعية حضوري/ عن بعد



ثانيًا: استطلاع قياس رضا العاملين في جمعية زمزم حسب محاور الاستبيان:

أ- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال القيادة والإدارة:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال القيادة والإدارة وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٤)

استطلاع الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مجال القيادة والإدارة

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تحرص إدارةُ جمعية زمزم على بناء علاقاتٍ جيِّدةٍ مع كافة أصحاب المصلحة.	٢٥	٢٤٪	٤٦	٤٣٪	٢٢	٢١٪	٧	٧٪	٦	٦٪	٣,٧٣	٧٥٪
٢	تحرص إدارةُ جمعية زمزم على ضمانِ المرونةِ للتعامل مع التغيرات الطارئة بفاعليةٍ.	٢٤	٢٣٪	٤٩	٤٦٪	١٩	١٨٪	٧	٧٪	٧	٧٪	٣,٧٢	٧٤٪
٣	تلتزم قيادةُ جمعية زمزم بتطبيقِ معاييرِ الجودةِ والتميُّزِ في إدارة جمعية زمزم وبرامجها.	٢٤	٢٣٪	٤٤	٤٢٪	١٩	١٨٪	١٥	١٤٪	٤	٤٪	٣,٦٥	٧٣٪
٤	يتميَّزُ مجلسُ إدارة جمعية زمزم بالفاعلية المستمرة.	٢٧	٢٥٪	٣٧	٣٥٪	٢٢	٢١٪	١٢	١١٪	٨	٨٪	٣,٥٩	٧٢٪
٥	تُشْرِكُ جمعيةُ زمزم العاملين في التطويرات والتغييرات التي تتطلبها مُستجدات الأعمال والمهام في جمعية زمزم.	٢٢	٢١٪	٣٢	٣٠٪	٣٢	٣٠٪	١٢	١١٪	٢٢	٢١٪	٣,٥٨	٧٢٪

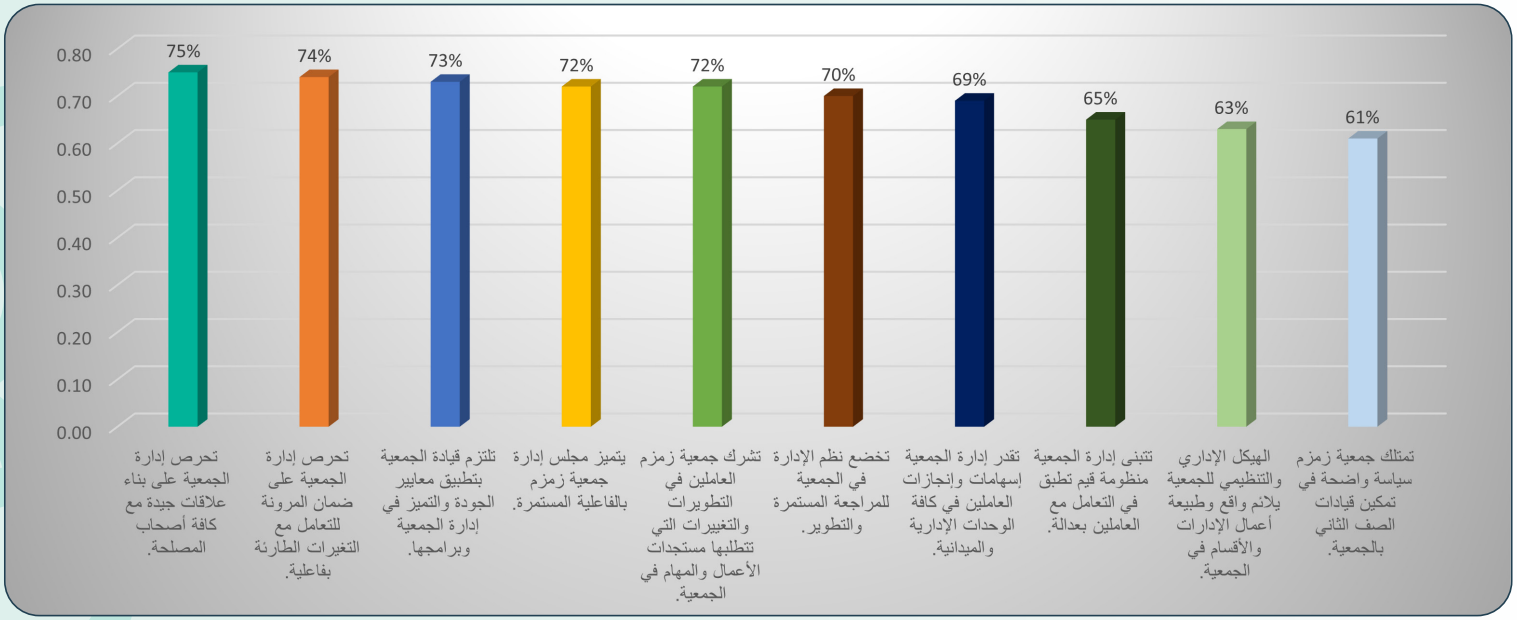
م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٦	**تخضع نظم الإدارة في جمعية زمزم للمُراجعة المستمرة والتطوير.**	٢٣	٪٢٢	٣٤	٪٣٢	٢٩	٪٢٧	١٢	٪١١	٨	٪٨	٣,٤٩	٪٧٠
٧	تُقدِّر إدارةُ جمعية زمزم إسهاماتِ وإنجازاتِ العاملين في كافة الوحدات الإدارية والميدانية.	٢٢	٪٢١	٣٢	٪٣٠	٣٢	٪٣٠	١٢	٪١١	٨	٪٨	٣,٤٥	٪٦٩
٨	تتبنى إدارةُ جمعية زمزم منظومةَ قيمٍ تُطَبَّقُ في التعامل مع العاملين بعدالةٍ.	١٨	٪١٧	٣٨	٪٣٦	١٩	٪١٨	١٤	٪١٣	١٧	٪١٦	٣,٢٥	٪٦٥
٩	الهيكل الإداري والتنظيمي للجمعية يُلائم واقعَ وطبيعةَ أعمال الإدارات والأقسام في جمعية زمزم.	١٦	٪١٥	٢٧	٪٢٥	٣٣	٪٣١	١٨	٪١٧	١٢	٪١١	٣,١٦	٪٦٣
١٠	**تمتلكُ جمعيةُ زمزم سياسةً واضحةً في تمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم.**	١٩	٪١٨	٢١	٪٢٠	٢٨	٪٢٦	٢٤	٪٢٣	١٤	٪١٣	٣,٠٧	٪٦١
	معدل الرضا العام	٣,٤٧											
	نسبة الرضا العام	٪٦٩											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم عن مجال القيادة والإدارة بلغ متوسط (٣,٤٧) بنسبة رضا عام تبلغ (٦٩٪)، كما يُلاحظ أن مُفْرَدة " **تحرص إدارة جمعية زمزم على بناء علاقات جيدة مع كافة أصحاب المصلحة**" حصلت على أعلى المتوسطات، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٧٣) ونسبة مئوية للرضا (٧٥٪)، ومفردة: "**تحرص إدارة جمعية زمزم على ضمان المرونة للتعامل مع التغيرات الطارئة بفاعلية**"، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٧٢) ونسبة الرضا (٧٤٪). وفي الترتيب

الثالث جاءت مُفردة "تلتزم قيادة جمعية زمزم بتطبيق معايير الجودة والتميز في إدارة جمعية زمزم وبرامجها"، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٦٥) ونسبة الرضا (٧٣٪)، وجاءت مُفردة "يتميز مجلس إدارة جمعية زمزم بالفاعلية المستمرة" في الترتيب الرابع بمعدل رضا (٣,٥٩) ونسبة رضا (٧٢٪)، كما جاءت مفردة: "تُشْرِكُ جمعية زمزم العاملين في التطويرات والتغييرات التي تتطلبها مُستجدات الأعمال والمهام في جمعية زمزم" في نفس المستوى بمتوسط رضا (٣,٥٨) ونسبة رضا (٧٢٪)، في حين جاءت مفردة: "تمتلك جمعية زمزم سياسةً واضحةً في تمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم في أقلِّ استطلاع الرضا" بمعدل رضا (٣,٠٧) وبنسبة رضا (٦١٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيبَ تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (٢١)

نسبة رضا العاملين في مفردات مجال القيادة والإدارة



يُفسر الشكل السابق لنتائج مجالِ القيادةِ والإدارةِ نسبة رضا العاملين عن أن مجلس إدارة جمعية زمزم يتمتع بالفاعلية المستمرة والمرونة في التعاطي مع المستجدات والمواقف الطارئة ما زالت في حدودها العالية، وقد جاءت هذا النتائج متوافقة مع ما ورد من استجابات العاملين في مواطن قوة جمعية زمزم، كان من بينها وجود مجلس إدارةٍ فاعلٍ، والمرونة في الإدارة بتكرار (٩)، وفي نفس السياق اتفق غالبية العاملين على أن جمعية زمزم تحتاج إلى تَبَنِّى مبادراتٍ، ووضعِ خِططٍ لتمكين قيادات الصف الثاني في جمعية زمزم في المستقبل، حيث إن مُفردة **"تمتلك جمعية زمزم سياسة واضحة في تمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم"** في أقل استطلاع الرضا بمتوسط (٣,٠٧) بنسبة رضا (٦١٪)، وقد جاءت هذه النتائج مُتَّفِقةً مع ما أشار إليه معظمُ المشاركين في الاستجابة للاستبيان أنَّ من نقاطِ ضعف جمعية زمزم ضعفَ برامجَ وإجراءاتِ تمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم.

ب- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال التخطيط الاستراتيجي وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٥)

استطلاع الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أوافق بشِدَّةٍ		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تهتم قيادة جمعية زمزم بتوضيح رسالة جمعية زمزم ورؤيتها المستقبلية.	٣٩	٣٧٪	٥٢	٤٩٪	٨	٨٪	٤	٤٪	٣	٣٪	٤,١٧	٨٣٪
٢	توضح جمعية زمزم معالم خطتها الاستراتيجية (أهداف ومؤشرات ومستهدفات) للعاملين.	٢٧	٢٥٪	٥٧	٥٤٪	١٢	١١٪	٤	٤٪	٦	٦٪	٤,٠١	٨٠٪
٣	تُطبِّق جمعية زمزم منهجيةً واضحةً في متابعة إنجازاتِ تطبيقِ الخطة التشغيلية والاستراتيجية.	٢٧	٢٥٪	٥٦	٥٣٪	١٣	١٢٪	٥	٥٪	٥	٥٪	٤,٠١	٨٠٪
٤	تُطبق جمعية زمزم آليةً وطريقةً لمتابعة ومراجعة الأداء الاستراتيجي.	٢٢	٢١٪	٥٤	٥١٪	٢٠	١٩٪	٧	٧٪	٣	٣٪	٣,٩١	٧٨٪
٥	تقوم جمعية زمزم بتفعيل وبمراجعة استراتيجيتها وتحديثها بشكلٍ مستمرٍّ.	٢١	٢٠٪	٥٤	٥١٪	٢٢	٢١٪	٦	٦٪	٣	٣٪	٣,٩٠	٧٨٪

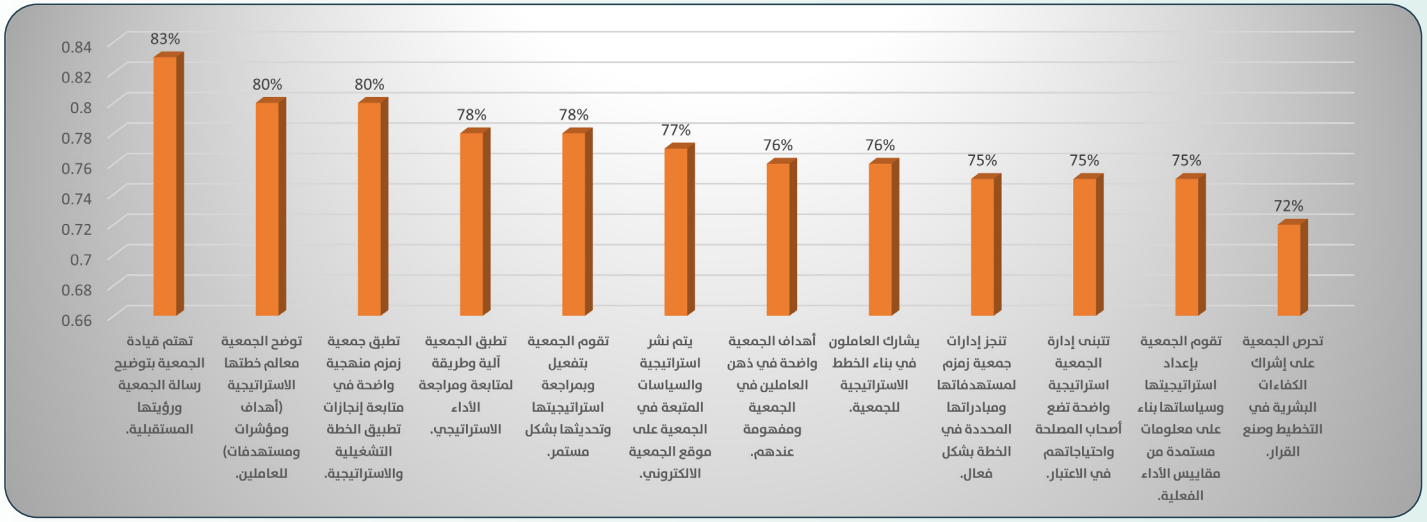
م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٦	**يتم نشر استراتيجية السياسات المُتبعة في جمعية زمزم على موقع جمعية زمزم الإلكتروني.**	١٩	٪١٨	٤٨	٪٤٥	٣٣	٪٣١	٣	٪٣	٣	٪٣	٣,٨٣	٪٧٧
٧	أهداف جمعية زمزم واضحةٌ في ذهن العاملين في جمعية زمزم ومفهومةٌ عندهم.	٢٦	٪٢٥	٤٣	٪٤١	٢٢	٪٢١	٩	٪٨	٦	٪٦	٣,٨١	٪٧٦
٨	يشارك العاملون في بناء الخطط الاستراتيجية للجمعية.	٢٥	٪٢٤	٤٥	٪٤٢	١٩	٪١٨	١٣	٪١٢	٤	٪٤	٣,٨١	٪٧٦
٩	تُنجز إدارات جمعية زمزم لمستهدفاتها ومبادراتها المحددة في الخطة بشكلٍ فعَّال.	١٨	٪١٧	٤٥	٪٤٢	٣٤	٪٣٢	٦	٪٦	٣	٪٣	٣,٧٦	٪٧٥
١٠	**تتبنى إدارة جمعية زمزم استراتيجيةً واضحةً تضع أصحاب المصلحة واحتياجاتهم في الاعتبار.**	٢٤	٪٢٣	٤٣	٪٤١	٢٢	٪٢١	١٢	٪١١	٥	٪٥	٣,٧٦	٪٧٥
١١	**تقوم جمعية زمزم بإعداد استراتيجيتها وسياساتها بناءً على معلوماتٍ مُستمدَّةٍ من مقاييس الأداء الفعلية.**	٢٠	٪١٩	٤٣	٪٤١	٣٠	٪٢٨	١٠	٪٩	٣	٪٣	٣,٧٤	٪٧٥
١٢	**تحرص جمعية زمزم على إشراك الكفاءات البشرية في التخطيط وصُنع القرار.**	١٩	٪١٨	٤٣	٪٤١	٢٥	٪٢٤	١٠	٪٩	٩	٪٨	٣,٦٠	٪٧٢
	معدل الرضا العام	٣,٨٦											
	نسبة الرضا العام	٪٧٧											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم في مجال التخطيط الاستراتيجي (٣,٨٦)، بنسبة رضا عام تبلغ (٧٧٪)، كما يُلاحظ أن مفردة: **"تهتم قيادة جمعية زمزم بتوضيح رسالة جمعية زمزم ورؤيتها المستقبلية"** حصلت على أعلى المتوسطات، حيث بلغ متوسط الرضا (٤,١٧) ونسبة مئوية للرضا (٨٣٪)، ومفردتي **"توضح جمعية زمزم معالم خطتها الاستراتيجية (أهداف ومؤشرات ومستهدفات) للعاملين، وتطبق جمعية زمزم منهجيةً واضحةً في متابعة إنجازات تطبيق الخطة التشغيلية والاستراتيجية"**، حيث بلغ معدل الرضا عن كلٍّ منهما (٤,٠١) ونسبة الرضا (٨٠٪).

وفي الترتيب الثالث جاءت مُفردة **"تُطبق جمعية زمزم آليةً وطريقةً لمتابعة ومراجعة الأداء الاستراتيجي"** بمتوسط رضا (٣,٩١)، ونسبة رضا (٧٨٪)، تليها مباشرة مُفردة **"تقوم جمعية زمزم بتفعيل وبمراجعة استراتيجيتها وتحديثها بشكلٍ مستمرٍّ"** حيث بلغ معدل الرضا (٣,٩٠)، ونسبة الرضا (٧٨٪)، كما جاءت مُفردة **"يتم نشر استراتيجية السياسات المتبعة في جمعية زمزم على موقع جمعية زمزم الإلكتروني"** في الترتيب الخامس بمتوسط رضا (٣,٨٣)، ونسبة رضا (٧٧٪)، في حين جاءت مُفردة **"تحرص جمعية زمزم على إشراك الكفاءات البشرية في التخطيط وصُنع القرار"** في أقل استطلاع الرضا في هذا المجال بمتوسط (٣,٦٠) بنسبة رضا (٧٢٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (٢٢)

نسبة الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مُفردات مجال التخطيط الاستراتيجي



يُفسر الشكل السابق لنتائج مجال التخطيط الاستراتيجي وُجودَ نسبة رضا عالية بين العاملين أنَّ قيادة جمعية زمزم تهتم بتوضيح رسالة جمعية زمزم ورؤيتها المستقبلية، وقد جاءت هذا النتائج مُتَّفِقةً مع ما ورد من استجابات العاملين في مواطن قوة جمعية زمزم كان من بينها تبنِّي التخطيط الاستراتيجي ووضوح الرؤية والرسالة للجمعية بتكرار (٧)، واستكمالًا لاستطلاع الرضا الأقل لدى العاملين جاءت مفردة: **"تحرص جمعية زمزم على إشراك الكفاءات البشرية في التخطيط وصنع القرار"**، ويتسق ذلك مع نتائج المحور السابق، والتي أشارت إلى حاجة جمعية زمزم إلى تمكين قيادات الصف الثاني في جمعية زمزم، وربما يأتي إشراك الكفاءات في التخطيط وصنع القرار من وجوه تمكينهم كقياداتٍ للجمعية في المستقبل.

كما أن هذه النتائج تُفسر أن وُجودَ جمعيةِ زمزم كجمعيةٍ صحيَّةٍ رائدةٍ في المملكة العربية السعودية لم يأتِ من فراغٍ وإنما من جهدٍ وتخطيطٍ ووضوحٍ في الرؤية والرسالة للجمعية، ويتبقَّى أن تنقل هذه الخبرات والإمكانات لدى قيادات جمعية زمزم إلى الصف الثاني لتستمر الأجيالُ في جمعية زمزم على نفس النهج والطريقة.

ج- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال الموارد البشرية وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٦)

استطلاع الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أوافق بشِدَّةٍ		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تُقدم جمعية زمزم تأمينًا طبيًّا مُناسبًا للعاملين.	٣٧	٣٥٪	٤٠	٣٨٪	١٤	١٣٪	٩	٨٪	٦	٦٪	٣,٨٨	٧٨٪
٢	تتميز أوقات وساعات العمل في جمعية زمزم بالمرونة.	٢٧	٢٥٪	٣٣	٣١٪	٢١	٢٠٪	١٢	١١٪	١٣	١٢٪	٣,٤٦	٦٩٪
٣	تقوم إدارة جمعية زمزم بتخطيط وتطوير نظم إدارة الموارد البشرية بشكلٍ مُتواصلٍ.	١٨	١٧٪	٣٢	٣٠٪	٢٧	٢٥٪	١٧	١٦٪	١٨	١٧٪	٣,٣١	٦٦٪
٤	تستقطب جمعية زمزم أصحابَ الخبرة والمهارة والمؤهلات العلمية المناسبة.	١٦	١٥٪	٢٩	٢٧٪	٣٨	٣٦٪	١٥	١٤٪	٨	٨٪	٣,٢٨	٦٦٪
٥	تُطبق جمعية زمزم معاييرَ التقييم السنوي لأداء العاملين بشفافيةٍ.	١٣	١٢٪	٣٥	٣٣٪	٢٨	٢٦٪	١٩	١٨٪	١١	١٠٪	٣,١٩	٦٤٪
٦	**تحرص جمعية زمزم على الاستثمار الأمثل للكفاءات البشرية الموجودة لديها.**	١٨	١٧٪	٢٣	٢٢٪	٣٤	٣٢٪	١٨	١٧٪	١٣	١٢٪	٣,١٤	٦٣٪

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٧	تقوم جمعية زمزم بتنويع إشراك العاملين في اللجان المؤقتة وفِرَق العمل التي يتم تشكيلها داخليًا.	١٤	٪١٣	٢٧	٪٢٥	٣٢	٪٣٠	٢١	٪٢٠	١٢	٪١١	٣,٠٩	٪٦٢
٨	تنتهج إدارة جمعية زمزم قِيمَ العدالة والشفافية في تقييم أداء العاملين فيها.	١٣	٪١٢	٣١	٪٢٩	٢٥	٪٢٤	١٩	٪١٨	١٨	٪١٧	٣,٠٢	٪٦٠
٩	دائمًا ما تهتم جمعية زمزم بمعرفة احتياجات منسوبيها في العمل.	١٢	٪١١	٣١	٪٢٩	٢٤	٪٢٣	٢٢	٪٢١	١٧	٪١٦	٢,٩٩	٪٦٠
١٠	**تحرص جمعية زمزم على تلقِّي المقترحات من العاملين وتنفيذها.**	٩	٪٨	٢٨	٪٢٦	٤٠	٪٣٨	١٤	٪١٣	١٥	٪١٤	٣,٠٢	٪٦٠
١١	**تبذل جمعية زمزم جُهودًا لتعزيز الشعور بالأمان الوظيفي للعاملين في جمعية زمزم.**	١٧	٪١٦	٢٤	٪٢٣	٢٦	٪٢٥	١٦	٪١٥	٢٣	٪٢٢	٢,٩٦	٪٥٩
١٢	**الوصف الوظيفي والأهداف الوظيفية واضحةٌ بالنسبة لجميع العاملين.**	١٥	٪١٤	٢٨	٪٢٦	٢١	٪٢٠	١٥	٪١٤	٢٧	٪٢٥	٢,٩٠	٪٥٨
١٣	**مستوى الرواتب في جمعية زمزم يتناسب مع طبيعة العمل والخبرات.**	١٣	٪١٢	٢٢	٪٢١	٢٦	٪٢٥	١٦	٪١٥	٢٩	٪٢٧	٢,٧٥	٪٥٥
١٤	**يتم مكافأة العاملين المُميَّزين من قبل إدارة جمعية زمزم بأسلوبٍ مُنظَّمٍ.**	١٤	٪١٣	١٣	٪١٢	٢٩	٪٢٧	٢١	٪٢٠	٢٩	٪٢٧	٢,٦٤	٪٥٣

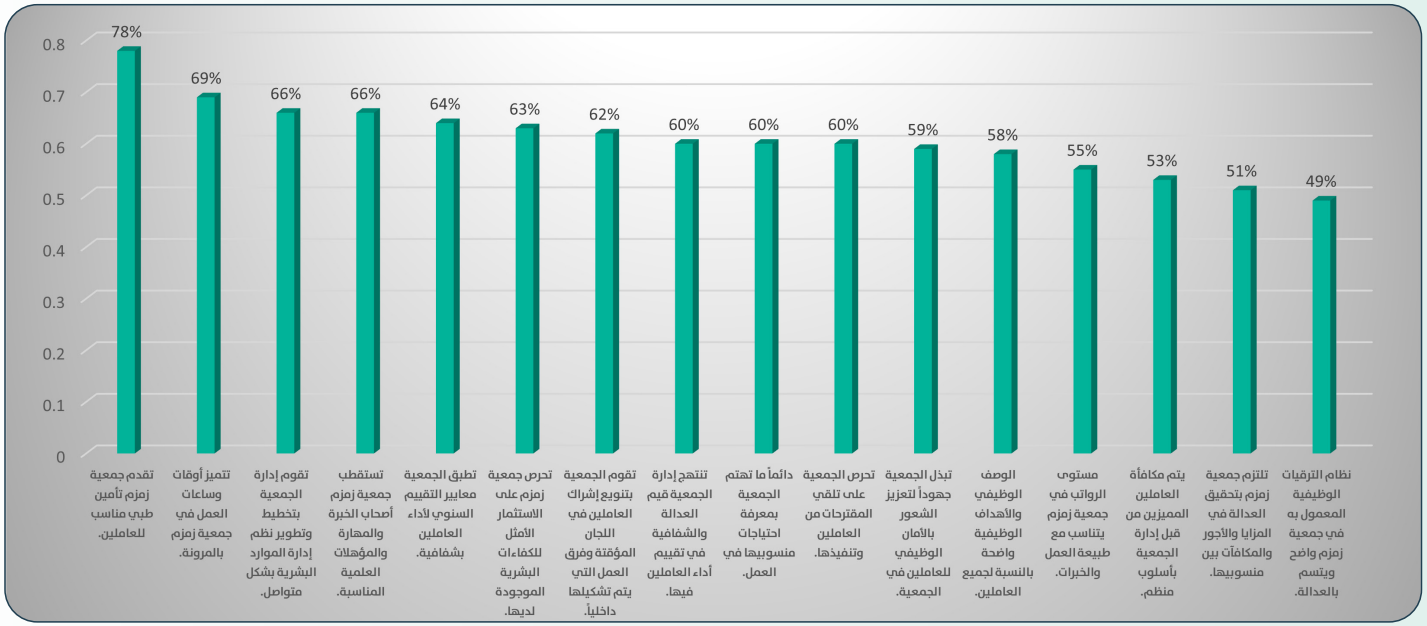
م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١٥	تلتزم جمعية زمزم بتحقيق العدالة في المزايا والأجور والمكافآت بين منسوبيها.	١٢	٪١١	١٥	٪١٤	٢٧	٪٢٥	١٩	٪١٨	٣٣	٪٣١	٢,٥٧	٪٥١
١٦	نظام الترقيات الوظيفية المعمول به في جمعية زمزم واضحٌ ويتَّسمُ بالعدالة.	٩	٪٨	١٧	٪١٦	٢٢	٪٢١	٢٣	٪٢٢	٣٥	٪٣٣	٢,٤٥	٪٤٩
	معدل الرضا العام	٣,٠٤											
	نسبة الرضا العام	٪٦١											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم في مجال الموارد البشرية (٣,٠٤)، بنسبة رضا عام تبلغ (٦١٪)، كما يُلاحظ أنَّ مُفْردةَ **"تُقدم جمعية زمزم تأمينًا طبيًّا مُناسبًا للعاملين"** حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٣,٨٨)، ونسبة مئوية للرضا (٧٨٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مُفْردة **"تتميَّز أوقات وساعات العمل في جمعية زمزم بالمرونة"**، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٤٦)، ونسبة الرضا (٦٩٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت مُفْردة **"تقوم إدارة جمعية زمزم بتخطيط وتطوير نُظم إدارة الموارد البشرية بشكلٍ مُتواصلٍ"**، بمتوسط رضا (٣,٣١)، ونسبة رضا (٦٦٪)، تليها مباشرة مُفْردة **"تستقطب جمعية زمزم أصحاب الخبرة والمهارة والمؤهلات العلمية المناسبة"**، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٢٨)، ونسبة الرضا (٦٦٪)،

كما جاءت مُفْردة "تُطبِّق جمعية زمزم معاييرَ التقييم السنوي لأداء العاملين بشفافيةٍ" في الترتيب الخامس بمتوسط رضا (٣,١٩)، ونسبة رضا (٦٤٪)، في حين جاءت مُفْردة "نظام الترقيات الوظيفية المعمول به في جمعية زمزم واضحٌ ويتَّسم بالعدالة" في أقل استطلاع الرضا في هذا المجال بمتوسط (٢,٤٥)، بنسبة رضا (٤٩٪)، وهي من أقل معدلات الرضا على الإطلاق في محور العاملين؛ مما يجعل جمعية زمزم تُولي اهتمامًا بدراسة هذا الموضوع، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (٢٣)

نسبة الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مُفردات مجال الموارد البشرية



يتضح من الشكل السابق وجود نسبة عالية من الرضا بين العاملين في أن أهم مُميزات نظام الموارد البشرية هو وجودُ نظامِ تأمينٍ طبيٍّ قويٍّ، كما تجدر الإشارة إلى أهمية إعادة النظر في طريقة ونظام عمل الموارد البشرية حيث إن هذا المجال هو أقل المجالات في معدلات الرضا بين العاملين، وكذلك في معدلات الرضا بين المجالات، وقد يرجع ذلك إلى الظروف المالية التي تمر بها جمعية زمزم، والتي اتضحت أيضًا من خلال استجابات العاملين أنفسهم في انخفاض استطلاع الدعم التي كانت تُقدَّم للمستفيد، وأن من أبرز التحديات التي تُواجه الجمعيات كنقاطِ ضعفٍ وعواملِ خطرٍ هو تحقيق الاستدامةُ الماليةُ.

ويفسر فريقُ الدراسة انخفاضَ الرضا في هذا المجال من قبل العاملين بالظروف الاقتصادية التي يمر بها القطاع الثالث والجمعيات الخيرية من تحديات على مستوى الاستدامة المالية، والمصاريف التشغيلية، وغيرها من أعباء، ولعل هذا ما حدا بالدولة إلى إنشاء مركزِ تطويرِ القطاعِ غير الربحيِّ في الفترة الأخيرة، وصندوق دعم الجمعيات، ومنصة إحسان لدعم القطاع غير الربحي.

د- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة التقنية والمعلوماتية:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال البيئة التِّقْنية والمعلوماتية، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٧)

استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة التِّقْنيَّة والمعلوماتية

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بِشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بِشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تتسم إجراءاتُ أمن المعلومات (الحماية من الاختراق، الحماية من الفيروسات، النسخ الاحتياطي للبيانات) المُطبَّقة في زمزم بالفاعلية والكفاءة.	٣٧	٣٥٪	٥٢	٤٩٪	١٤	١٣٪	١	١٪	٢	٢٪	٤,١٣	٨٣٪
٢	تبذل جمعية زمزم جهودَها في أتمتة أعمالها وإجراءاتها بشكلٍ مستمرٍّ.	٣٥	٣٣٪	٥٣	٥٠٪	١٢	١١٪	٢	٢٪	٤	٤٪	٤,٠٧	٨١٪
٣	تتسم إجراءات الصيانة التقنية بالكفاءة والفعالية.	٣١	٢٩٪	٦٠	٥٧٪	٩	٨٪	٤	٤٪	٢	٢٪	٤,٠٢	٨٠٪
٤	تتسم الأنظمة التقنية الداخلية بالكفاءة بشكلٍ عامٍّ.	٢٨	٢٦٪	٤٩	٤٦٪	٢٢	٢١٪	٤	٤٪	٣	٣٪	٣,٨٥	٧٧٪

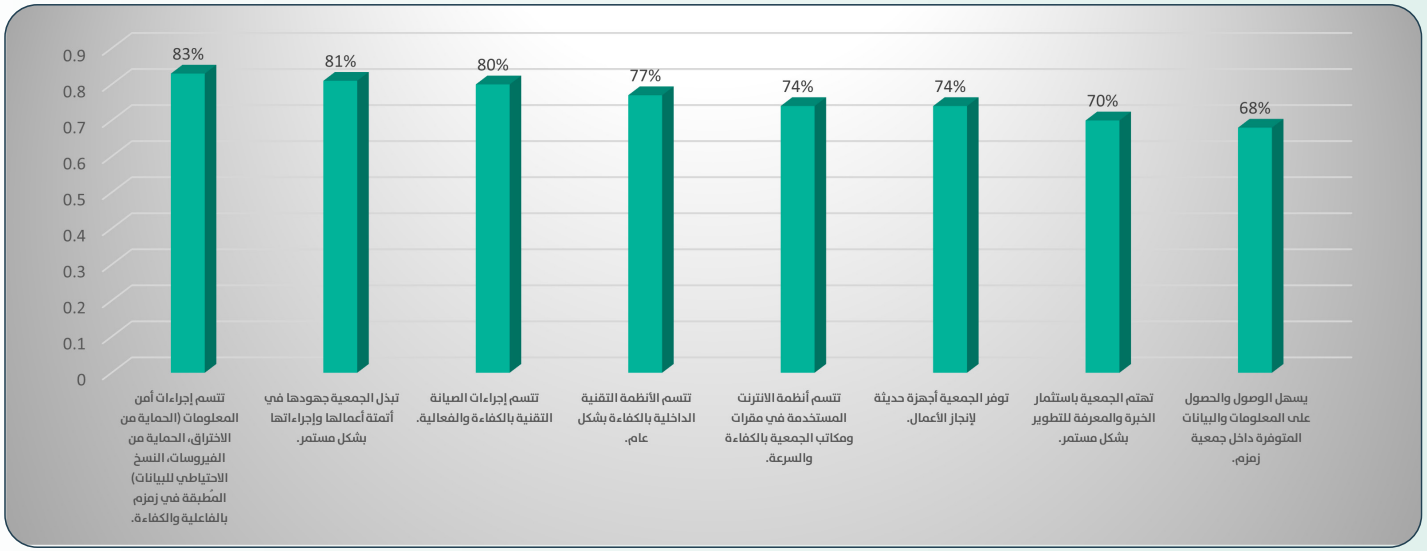
م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق	لا أُوافق بشِدَّةٍ		
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٥	تتسم أنظمة الانترنت المستخدمة في مقرات ومكاتب جمعية زمزم بالكفاءة والسرعة.	٢٥	٢٤٪	٤٩	٤٦٪	٢٢	٢١٪	٨	٨٪	٢	٢٪	٣,٦٩	٧٤٪
٦	**تُوفِّر جمعية زمزم أجهزةً حديثةً لإنجاز الأعمال.**	٣٠	٢٨٪	٤٥	٤٢٪	١٧	١٦٪	٨	٨٪	٦	٤٪	٣,٦٩	٧٤٪
٧	تهتم جمعية زمزم باستثمار الخبرة والمعرفة للتطوير بشكلٍ مستمرٍّ.	١٧	١٦٪	٤٩	٤٦٪	٢٩	٢٧٪	٩	٨٪	٢	٢٪	٣,٥١	٧٠٪
٨	يسهُل الوصولُ والحصول على المعلومات والبيانات المتوفرة داخل جمعية زمزم.	٢١	٢٠٪	٤٣	٤١٪	٢٧	٢٥٪	١٤	١٣٪	١	١٪	٣,٤٠	٦٨٪
	معدل الرضا العام	٣,٧٩											
	نسبة الرضا العام	٧٦٪											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم عن البيئة التقنية والمعلوماتية (٣,٧٩)، بنسبة رضا عام تبلغ (٧٦٪)، كما يُلاحَظ أنَّ مُفْردةَ **"تتسم إجراءات أمن المعلومات (الحماية من الاختراق، الحماية من الفيروسات، النسخ الاحتياطي للبيانات) المُطبقة في زمزم بالفاعلية والكفاءة"** حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٤,١٣)، ونسبة مئوية للرضا (٨٣٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مفردة: **"تبذل جمعية زمزم جهودها في أتمتة أعمالها وإجراءاتها بشكلٍ مستمرٍّ"**، حيث بلغ معدل الرضا (٤,٠٧)، ونسبة الرضا (٨١٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت مُفْردة **"تتسم إجراءات الصيانة التقنية بالكفاءة**

والفعالية" بمعدل رضا (٤,٠٢)، ونسبة رضا (٨٠٪)، كما جاءت مُفْردة "تتسم الأنظمة التقنية الداخلية بالكفاءة بشكلٍ عامٍّ" في الترتيب الرابع بمعدل رضا (٣,٨٥)، ونسبة رضا (٧٧٪)، في حين جاءت مُفْردة "يسهُل الوصولُ والحصول على المعلومات والبيانات المتوفرة داخل جمعية زمزم" في أقل استطلاع الرضا في هذا المجال بمتوسط (٣,٤٠)، بنسبة رضا (٦٨٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (٢٤)

نسبة الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مُفردات مجال البيئة التقنية والمعلوماتية



يتضَّح من الشكل السابق، ومن عرض نتائج مجال البيئة التقنية والمعلوماتية وجود نسب رضا عالية بين العاملين على أن إجراءاتِ أمنِ المعلومات (الحماية من الاختراق، الحماية من الفيروسات، النسخ الاحتياطي للبيانات) المُطبقة في زمزم تتسم بالفاعلية والكفاءة، وهذا يتفق مع ما أشار إليه العاملون من أن النظام التقني في جمعية زمزم هو أهم نقاط القوة التي تُميِّز جمعية زمزم بتكرارٍ بلغ (١٤) إلا أن هناك إشارةٌ في نقاط الضعف إلى تأخُّر أتْمَتَةِ بعض الموضوعات أو المجالات داخل جمعية زمزم حتى الآن.

وتجدر الإشارة إلى أهمية إتاحة المعلومات المناسبة للعاملين وتيسير الوصول إليها؛ لتسهيل إجراءات اتخاذ القرار داخل جمعية زمزم في حدود ما تسمح به اللوائحُ والقوانينُ داخلَ جمعية زمزم، وعلى العاملين تفَهُّم ذلك، ويمكن أن تُعقَد الندواتُ والورشُ التي تُنمِّي من مستوى تفهُّم العاملين لعدم إتاحة معظم المعلومات والبيانات في جمعية زمزم للجميع.

وفيما يلي عرضٌ لنتائج المجال التالي.

هـ- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي:

قام فريقُ الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال البيئة والتواصل الداخلي، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٢٨)

استطلاع الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بِشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بِشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تُقدم جمعيةُ زمزم البرامجَ الاجتماعيةَ المناسبةَ لمنسوبيها.	٢٦	٢٥٪	٤٩	٤٦٪	١٧	١٦٪	١٣	١٢٪	١	١٪	٣,٩٩	٨٠٪
٢	تحرص جمعية زمزم على عقد لقاءاتٍ واجتماعاتٍ اجتماعيةٍ لمنسوبيها.	٣٤	٣٢٪	٤٥	٤٢٪	١٨	١٧٪	٧	٧٪	٢	٢٪	٣,٥٨	٧٢٪
٣	تتَّسم إجراءاتُ إنجاز معاملات العاملين في جمعية زمزم بالوضوح والمرونة.	١٨	١٧٪	٣٩	٣٧٪	٢٣	٢٢٪	١٦	١٥٪	١٠	٩٪	٣,٣٣	٦٧٪
٤	تتجاوب جمعية زمزم مع شكاوى ومقترحات منسوبيها.	١٨	١٧٪	٢٦	٢٥٪	٣٦	٣٤٪	١٦	١٥٪	١٠	٩٪	٣,٣٥	٦٧٪
٥	تخضع بيئة العمل المكانية للصيانة والتحديث المستمر.	٢٠	١٩٪	٤٤	٤٢٪	٣٠	٢٨٪	٩	٨٪	٣	٣٪	٣,٣٢	٦٦٪

م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق	لا أُوافق بشِدَّةٍ		
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٦	يتَّسم التواصل الداخلي بين العاملين في جمعية زمزم فيما يخص العمل بالفاعلية.	١٥	٪١٤	٣٨	٪٣٦	٢٣	٪٢٢	١٨	٪١٧	١٢	٪١١	٣,٢٢	٪٦٤
٧	تتَّسم خدمةُ الضيافة في جمعية زمزم بالجودة.	٢٧	٪٢٥	٣١	٪٢٩	٢٦	٪٢٥	١٥	٪١٤	٧	٪٧	٣,١٤	٪٦٣
٨	تحرص جمعيةُ زمزم على عدم إشغال منسوبيها بمهامَ وأعمالٍ خارجَ خطتهم التشغيلية السنوية.	١٨	٪١٧	٣٣	٪٣١	١٦	٪١٥	٢٥	٪٢٤	١٤	٪١٣	٣,١٧	٪٦٣
٩	تحرص جمعية زمزم على تمتع منسوبيها بالإجازات السنوية في أوقاتٍ مُناسبةٍ ولا تتعارض مع إنجاز الأعمال والاحتياجات العائلية لمنسوبيها.	٣٤	٪٣٢	٥٠	٪٤٧	١٤	٪١٣	٤	٪٤	٤	٪٤	٣,١٢	٪٦٢
١٠	تُعدُّ التجهيزاتُ المكتبيةُ في مقرات جمعية زمزم من حيث (المكتب، الفروع، قاعات الاجتماعات، إلخ) مناسبة.	٢٣	٪٢٢	٥٠	٪٤٧	٢٣	٪٢٢	٧	٪٧	٣	٪٣	٣,٠٥	٪٦١
١١	تحرص الإدارةُ على نظافة المباني والمكاتب والمرافق ومتابعة الأعمال الدقيقة في ذلك.	٢٨	٪٢٦	٥١	٪٤٨	١٨	٪١٧	٨	٪٨	١	٪١	٣,٠٠	٪٦٠
١٢	تهتم جمعية زمزم بمشاركة منسوبيها في تحسين أساليب وطرق العمل.	١٥	٪١٤	٤٠	٪٣٨	٢٩	٪٢٧	١٤	٪١٣	٨	٪٨	٢,٩٩	٪٦٠

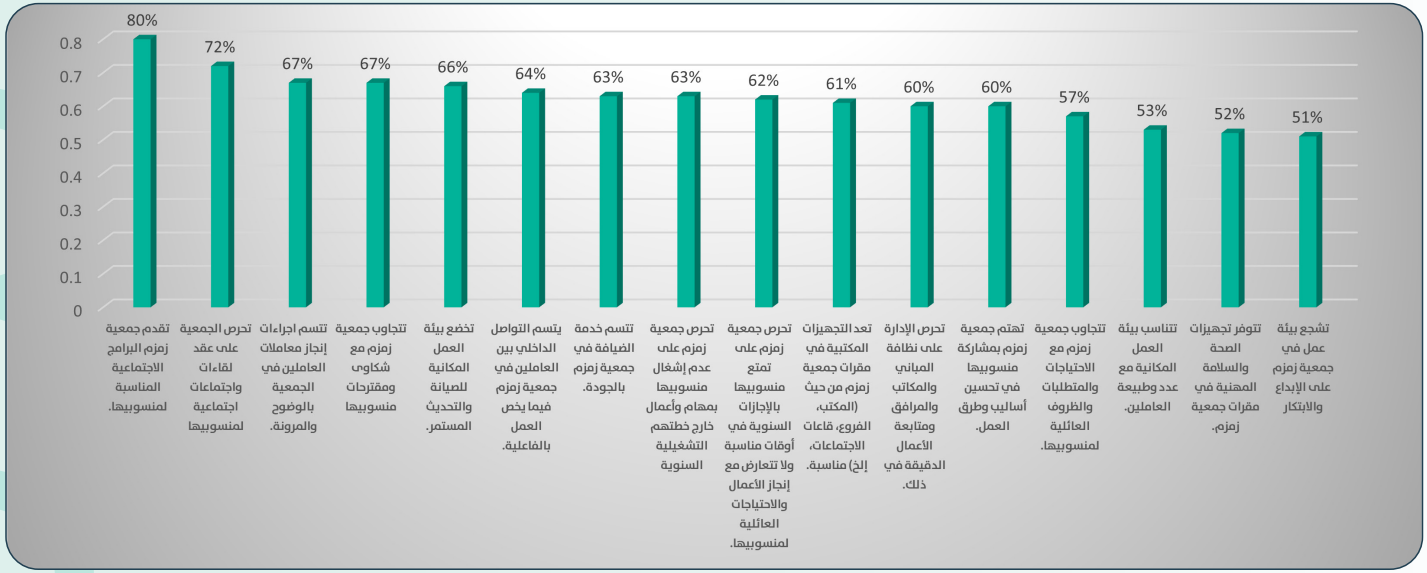
م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق	لا أُوافق بشِدَّةٍ		
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١٣	تتجاوب جمعيةُ زمزم مع الاحتياجات والمتطلبات والظروف العائلية لمنسوبيها.	٢١	٪٢٠	٤٨	٪٤٥	٢٢	٪٢١	٩	٪٨	٦	٪٦	٢,٨٦	٪٥٧
١٤	تتناسب بيئةُ العمل المكانيَّة مع عدد وطبيعة العاملين.	٢٠	٪١٩	٥٣	٪٥٠	١٨	٪١٧	١٢	٪١١	٣	٪٣	٢,٦٦	٪٥٣
١٥	تتوفَّر تجهيزاتُ الصحةِ والسلامةِ المهنيةِ في مقرات جمعية زمزم.	٢٢	٪٢١	٤٧	٪٤٤	٢٥	٪٢٤	١٠	٪٩	٢	٪٢	٢,٦٢	٪٥٢
١٦	تُشجِّع بيئةُ العمل في جمعية زمزم على الإبداع والابتكار.	١٣	٪١٢	٤٢	٪٤٠	٢٧	٪٢٥	١٥	٪١٤	٩	٪٨	٢,٥٤	٪٥١
	معدل الرضا العام	٣,١٢											
	نسبة الرضا العام	٪٦٢											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم في مجال البيئة والتواصل الداخلي (٣,١٢)، بنسبة رضا عام تبلغ (٦٢٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في المجال نجد أنَّ مُفْردة **"تُقدم جمعيةُ زمزم البرامجَ الاجتماعيةَ المناسبة لمنسوبيها"** حصلت على أعلى مُعدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٣,٩٩)، ونسبة مئوية للرضا (٨٠٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مُفردة **"تحرص جمعية زمزم على عقد لقاءاتٍ واجتماعاتٍ اجتماعية لمنسوبيها"** حيث بلغ معدل الرضا (٣,٥٨)، ونسبة الرضا (٧٢٪).

وفي الترتيب الثالث جاءت مُفْردة "تتجاوب جمعية زمزم مع شكاوى ومقترحات منسوبيها" بمعدل رضا (٣,٣٥)، ونسبة رضا (٦٧٪)، وتليها مباشرة في نفس الترتيب مُفْردة "تتَّسم إجراءاتُ إنجاز مُعاملات العاملين في جمعية زمزم بالوضوح والمرونة" بمعدل رضا (٣,٣٣)، ونسبة رضا (٦٧٪)، في حين جاءت مُفْردة " تُشجِّع بيئةُ العملِ في جمعية زمزم على الإبداع والابتكار" في أقل استطلاع الرضا في هذا المجال بمتوسط (٢,٥٤)، بنسبة رضا (٥١٪)، مما يُشير إلى ضرورة تحسين البيئة الداخلية بما يسمح بالإبداع والابتكار داخل جمعية زمزم في ضوء أهداف ورؤية جمعية زمزم ورسالتها، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيبَ تلك المفردات وفقاً لنسب الرضا.

شكل (٢٥)

نسبة الرضا للعاملين في جمعية زمزم في مفردات مجال البيئة والتواصل الداخلي



يتضَّحُ من الشكل السابق ومن عرض نتائج مجال البيئة والتواصل يتضح وجود نسب رضا عالية بين العاملين على أنَّ الجانب الإنسانيَّ والترفيهيَّ للعاملين يحتل حيِّزًا جيدًا في تعامل جمعية زمزم مع المنسوبين وأُسرِهِم، حيث إن مفردة: "تُقدم جمعيةُ زمزم البرامج الاجتماعية المناسبة لمنسوبيها" حصلت على أعلى معدلات الرضا، إلا أنه يُلاحظ التفاوُت بين مفردات هذا المحور في معدلات ونسبة الرضا بشكلٍ عامٍّ، حيث إن أعلى المعدلات جاء بـ(٨٠٪)، وأقل المعدلات جاء بـ(٥١٪)، مما يُشكِّل تحدِّيًا أمام إدارة جمعية زمزم في إعادة ترتيب وتنظيم البيئة الداخلية، وتعميق التواصل الداخلي بشكلٍ أعْمقَ في الفترات القادمة.

و- استطلاع رأي العاملين من حيث التفكيرُ في إيجاد فرصةِ عملٍ أخرى خارج جمعية زمزم:

قام فريقُ الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للعاملين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا العاملين في جمعية زمزم، بالإجابة على تساؤل التفكير في البحث عن عملٍ خارج جمعية زمزم كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

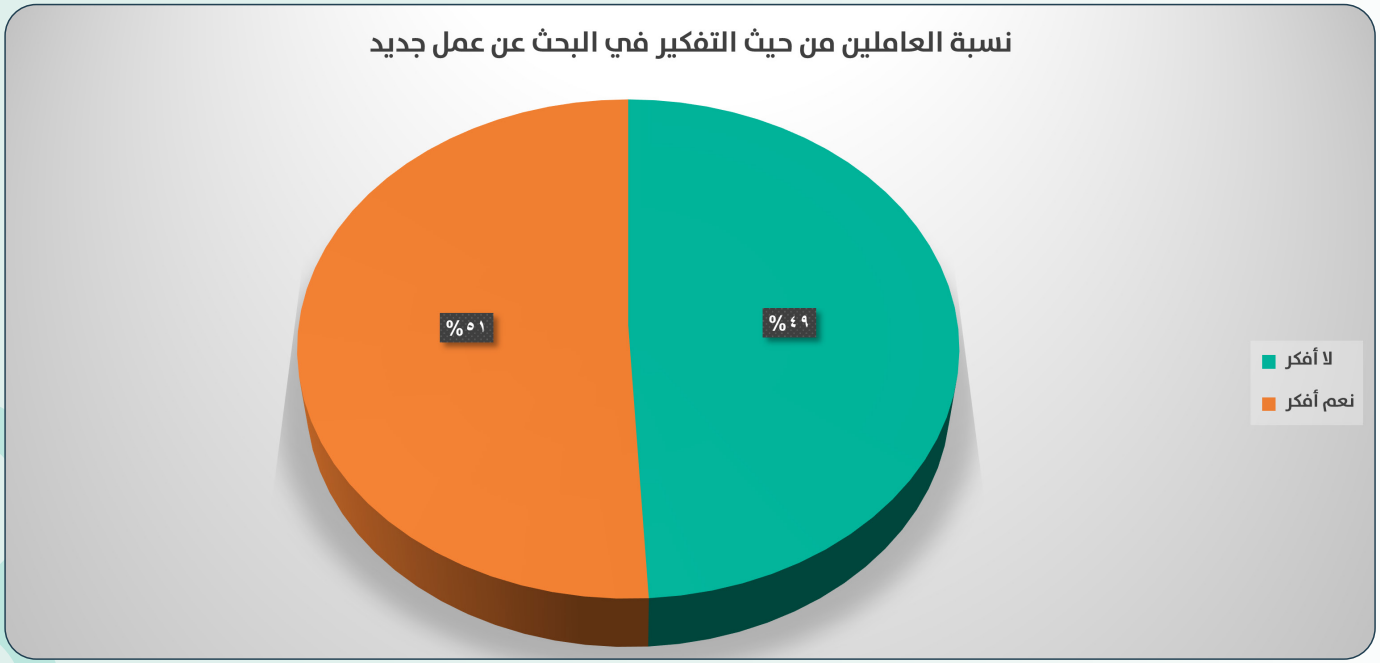
جدول (٢٩)

أُفكِّرُ في البحث عن فرصة عمل خارج جمعية زمزم

أُفكِّر في البحث عن فرصة عمل خارج جمعية زمزم	التكرار	النسبة المئوية
لا	٥٢	٤٩٪
نعم	٥٤	٥١٪
الإجمالي	**١٠٦**	**١٠٠٪**

من الجدول السابق نجد أنَّ حوالي (٤٩٪) من العاملين لا يُفكِّرون في البحث عن عملٍ آخرَ خارج جمعية زمزم، وأنَّ (٥١٪) يُفكرون في البحث عن فرصةٍ بديلةٍ، ولذلك يجب النظر في تحسين أوضاع العاملين داخل جمعية زمزم، وتلبية بعض متطلباتهم، والشكل التالي يُوضِّحُ ما ورد في الجدول السابق.

شكل (٢٦)



يتضح من الشكل السابق ارتفاعُ نسبة العاملين الذين يُفكرون في إيجاد فرصة عملٍ بديلةٍ عن العمل في جمعية زمزم، وبالتالي على القائمين على شأن الإدارة في جمعية زمزم النظرُ بعين الاعتبار للأسباب التي أبداها العاملون ودفعتهم إلى التفكير في البحث عن عمل بديل. والجدول التالي يُوضح تلك الأسباب وتكراراتها.

جدول (٣٠)

أسباب تفكير بعض العاملين في البحث عن فرصةِ عملٍ خارج جمعية زمزم

م	المفردة	التكرار	النسبة
١	عدم الشعور بالرضا الوظيفي والأمان الوظيفي.	١٧	٢٠٪
٢	ضعف الرواتب وكونها لا تكفي الحاجة ولا تتناسب مع سنوات الخبرة.	١٦	١٩٪
٣	الافتقار إلى العدالة والمساواة في الأجور والمكافآت بين الموظفين، وضعف تقدير الكفاءات.	٨	١٠٪
٤	عدم وضوح سُلَّم الترقيات وافتقاره إلى العدالة.	٧	٨٪
٥	ضعفُ بيئة العمل وعدمُ مُناسبتها للعاملين.	٦	٧٪
٦	البحث عن الاستقرار الوظيفي والنفسي.	٥	٦٪
٧	الحاجة إلى التطوير والتغيير للأفضل وكسر روتين العمل وتحسين الدخل.	٤	٥٪
٨	طُولُ الدوام والعملُ تحت ضغطٍ والتحدياتُ الإدارية وكثرةُ الأعمال خارج المهام الوظيفية.	٣	٤٪
٩	الحاجة إلى المرونة في الدوام.	٢	٢٪
١٠	ضعف وُجود الموضوعية في التعامل مع الموظفين من قبل بعض القيادات.	٢	٢٪
١١	التغييرات الهيكلية في جمعية زمزم بشكلٍ مستمرٍّ وغير ثابتٍ وخاصة في المديرين.	٢	٢٪

م	المفردة	التكرار	النسبة
١٢	الرغبة في تحسين وتطوير الذات، وتطوير المهارات العملية.	٢	٢٪
١٣	عدم وجود نظامٍ تحفيزيٍّ للفاعلين والمبدعين.	٢	٢٪
١٤	ضعفُ إشراكِ العاملين في الخطط والتطوير.	٢	٢٪
١٥	البُعد عن الهدف الأساسي وهو خدمة المستفيدين.	١	١٪
١٦	عدم استقرار الوضع المالي والاستدامة المالية للجمعية.	١	١٪
١٧	ضعف خِططِ وإجراءات تمكين القيادة من الصف الثاني.	١	١٪
١٨	ضعف التواصلِ الفعَّالِ مع الموظفين من قِبَل إدارة الموارد البشرية.	١	١٪
١٩	الرتابة والروتين وثباتُ طريقة التعامل وعدم التجديد.	١	١٪
٢٠	في حالة وجود الأفضل والفرصة المناسبة.	١	١٪

يلاحظ من الجدول السابق أن من أبرز أسباب التفكير في البحث عن فرص عمل بديلة هو عدم الشعور بالرضا الوظيفي والأمان الوظيفي بتكرار (١٧) ونسبة مئوية (٢٠٪)، ويليه ضعف الرواتب وكونها لا تكفي الحاجة ولا تتناسب مع سنوات الخبرة بتكرار(١٦) ونسبة مئوية (١٩٪) وجاء بعد ذلك سبب الافتقار إلى العدالة والمساواة في الأجور والمكافآت بين الموظفين، وضعف تقدير الكفاءات بتكرار(٨) ونسبة مئوية (١٠٪)، وبعد ذلك عدم وضوح سُلَّم الترقيات وافتقاره إلى العدالة(٧) ونسبة مئوية(٨٪)، ويليه ضعفُ بيئة العمل وعدمُ مُناسبتها للعاملين بتكرار(٦) ونسبة مئوية(٧٪).

ز- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٣١)

استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تتوفَّر في جميعة زمزم وحدةٌ خاصةٌ بالتطوير والتدريب.	٣٣	٣١٪	٥١	٤٨٪	١٢	١١٪	٨	٨٪	٢	٢٪	٣,٩٩	٨٠٪
٢	تتبع جمعيةُ زمزم منهجية وآلية عملها في تحديد الاحتياجات التدريبية لمنسوبيها.	٢١	٢٠٪	٤٧	٤٤٪	٢٧	٢٥٪	١٤	١٣٪	٧	٧٪	٣,٨٦	٧٧٪
٣	تهتم جمعية زمزم بالتعرف على الاحتياجات التدريبية والتطويرية للعاملين.	٢٩	٢٧٪	٤٣	٤١٪	١٩	١٨٪	٨	٨٪	٧	٧٪	٣,٧٥	٧٥٪
٤	ينعكس انتسابي في جمعية زمزم عليَّ بالإيجاب.	٢١	٢٠٪	٤٦	٤٣٪	٢٤	٢٣٪	٩	٨٪	٦	٦٪	٣,٦٣	٧٣٪
٥	تتطور مهاراتُ وخبراتُ العاملين في جمعية زمزم بشكلٍ مُتسارعٍ مقارنةً بالجمعيات الأخرى.	٢١	٢٠٪	٣١	٢٩٪	٣١	٢٩٪	١٥	١٤٪	٨	٨٪	٣,٤٠	٦٨٪
٦	تُنظِّم جمعيةُ زمزم برامجَ تأهيليَّةً لمنسوبيها.	١٥	١٤٪	٤٠	٣٨٪	٢٧	٢٥٪	١٥	١٤٪	٩	٨٪	٣,٣٥	٦٧٪

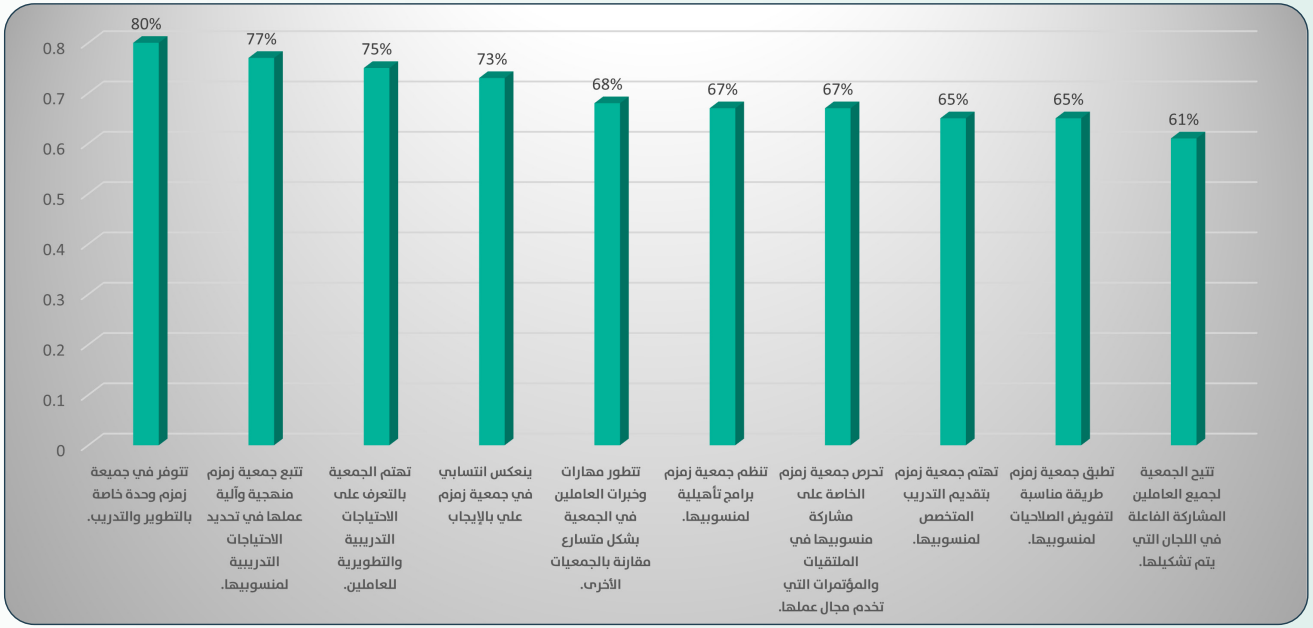
م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق	لا أُوافق بشِدَّةٍ		
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٧	تحرص جمعية زمزم الخاصة على مشاركة منسوبيها في المُلتقيات والمؤتمرات التي تخدم مجال عملها.	١٦	٪١٥	٤٠	٪٣٨	٢٧	٪٢٥	١١	٪١٠	١٢	٪١١	٣,٣٥	٪٦٧
٨	تهتم جمعية زمزم بتقديم التدريب المتخصص لمنسوبيها.	١٨	٪١٧	٣٤	٪٣٢	٢٢	٪٢١	٢٠	٪١٩	١٢	٪١١	٣,٢٥	٪٦٥
٩	تُطبق جمعيةُ زمزم طريقةً مناسبةً لتفويض الصلاحيات لمنسوبيها.	١٤	٪١٣	٣٦	٪٣٤	٣٢	٪٣٠	١٣	٪١٢	١١	٪١٠	٣,٢٧	٪٦٥
١٠	**تتيح جمعية زمزم لجميع العاملين المشاركةَ الفاعِلةَ في اللجان التي يتم تشكيلها.**	١٢	٪١١	٢٣	٪٢٢	٤١	٪٣٩	١٩	٪١٨	١١	٪١٠	٣,٠٦	٪٦١
	معدل الرضا العام	٣,٤٩											
	نسبة الرضا العام	٪٧٠											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم عن مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين (٣,٤٩)، بنسبة رضا عام تبلغ (٧٠٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في المجال نجد أنَّ مُفْردة **"تتوفَّر في جميعة زمزم وحدةٌ خاصة بالتطوير والتدريب"** حصلت على أعلى معدلات الرضا، حيث بلغ معدل الرضا (٣,٩٩)، ونسبة مئوية للرضا (٨٠٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مُفردة **"تتبع جمعية زمزم منهجيةَ وآليةَ عملِهَا في تحديد الاحتياجات التدريبية لمنسوبيها"** حيث بلغ معدل الرضا (٣,٧٥)، ونسبة الرضا (٧٧٪). وفي الترتيب الثالث جاءت مُفْردة **"تهتم جمعية زمزم بالتعرف على الاحتياجات التدريبية والتطويرية للعاملين"** بمعدل رضا (٣,٧٥)، ونسبة رضا (٧٥٪)، وفي الترتيب الرابع جاءت مُفْردة **"ينعكس انتسابي في جمعية زمزم عليَّ بالإيجاب"** بمعدل رضا (٣,٦٣)، ونسبة رضا (٧٣٪)، وجاءت مفردة **" تتطور مهارات وخبرات العاملين في جمعية زمزم بشكلٍ**

مُتسارعٍ مقارنة بالجمعيات الأخرى" في الترتيب الخامس بمعدل رضا (٣,٤٠)، ونسبة رضا (٦٨٪)، في حين جاءت مُفْردة "تهتم جمعية زمزم بتقديم التدريب المتخصص لمنسوبيها" في أقل استطلاع الرضا بمتوسط (٣,٢٧)، بنسبة رضا (٦٥٪)، وتليها مباشرة مفردة: "تطبق جمعية زمزم طريقةً مناسبةً لتفويض الصلاحيات لمنسوبيها" (٣,٢٥)، بنسبة رضا (٦٥٪)، في حين جاءت مفردة: "تتيح جمعية زمزم لجميع العاملين المشاركةَ الفاعِلَةَ في اللجان التي يتم تشكيلها" كأدنى المفردات حصولًا على معدلات الرضا بمعدل رضا (٣,٠٦)، ونسبة رضا (٦١٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات.

شكل (٢٧)

نسبة رضا العاملين في مجال التدريب والتطوير الشخصي



يتضح من الشكل السابق، ومن عرض نتائج مجال التدريب والتطوير الشخصي للعاملين وُجود وحدةٍ مختصةٍ بالتدريب في جمعية زمزم، وذات مجهود واضح في مجال تدريب وتطوير العاملين، إلا أنها تحتاج إلى التركيز على البرامج التدريبية المُتخصصة، والتدريب الميداني على رأس العمل، من خلال تفويض الصلاحيات وإتاحة المشاركة في اللجان التي يتم تشكيلها وخصوصًا أن بعض العاملين أشاروا أنَّ وجود اللجان الفرعية بجمعية زمزم يُعدُّ من نقاط القوة التي تُميز جمعية زمزم.

ح- استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظرهم:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى العاملين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان في مجال الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظر العاملين، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام في هذا المجال كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٣٢)

استطلاع رضا العاملين في جمعية زمزم عن مجال الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع من وجهة نظر العاملين

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	يُعبر أفرادُ المجتمع عن تقديرهم للعاملين في جمعية زمزم.	٢٢	٢١٪	٥٥	٥٢٪	٢٤	٢٣٪	٢	٢٪	٣	٣٪	٣,٨٦	٧٧٪
٢	تبذل جمعية زمزم جهودًا مُثمرةً في تعريف المجتمع بأنشطتها وبرامجها.	١٩	١٨٪	٥٤	٥١٪	٢١	٢٠٪	٩	٨٪	٣	٣٪	٣,٧٣	٧٥٪
٣	يشعر العاملون بالفخر لكونهم يعملون في جمعية زمزم.	٢٩	٢٧٪	٣٧	٣٥٪	٢٨	٢٦٪	٧	٧٪	٥	٥٪	٣,٧٤	٧٥٪
٤	تتصف الصورة الذهنيةُ الإيجابيةُ عن جمعية زمزم في السنتين الأخيرتين بالثبات.	٣٢	٣٠٪	٢٧	٢٥٪	٢٨	٢٦٪	١١	١٠٪	٨	٨٪	٣,٦٠	٧٢٪
٥	يُبرِزُ الحضورُ الإعلاميُّ للجمعية جهودَهَا بشكلٍ إيجابيٍّ في وسائل الإعلام.	١٨	١٧٪	٤٩	٤٦٪	٢٠	١٩٪	١٧	١٦٪	٢	٢٪	٣,٦٠	٧٢٪
٦	تتميز جمعية زمزم باتباع ممارساتٍ وأساليبَ صديقةٍ للبيئة في كل شؤونها.	١١	١٠٪	٣٢	٣٠٪	٤٣	٤١٪	١٤	١٣٪	٦	٦٪	٣,٢٦	٦٥٪

م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٧	يُقدِّر العاملون طريقةَ استغلال جمعية زمزم لمواردها بفعالية.	١٣	٪١٢	٢٨	٪٢٦	٤٣	٪٤١	١٣	٪١٢	٣	٪٣	٣,١٦	٪٦٣
٨	يتحدث العاملون فيما بينهم عن جمعية زمزم وبرامجها بشكلٍ إيجابيٍّ.	١٨	٪١٧	٢٣	٪٢٢	٣٢	٪٣٠	١٩	٪١٨	١٤	٪١٣	٣,١١	٪٦٢
٩	زيادة عدد الجمعيات الصحية لم يُقلِّل من ريادة جمعية زمزم في السنوات الأخيرة.	٨	٪٨	٣٢	٪٣٠	٢٩	٪٢٧	٢٩	٪٢٧	١٤	٪١٣	٣,٠٨	٪٦٢
	معدل الرضا العام	٣,٤٦											
	نسبة الرضا العام	٪٦٩											

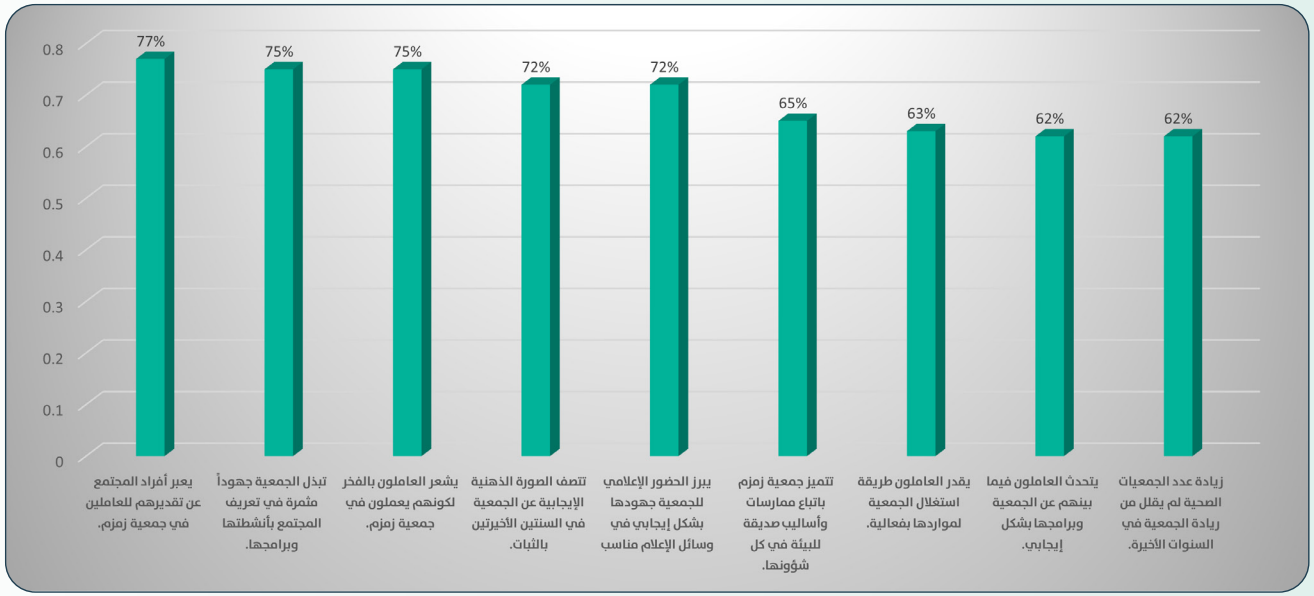
من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى العاملين في جمعية زمزم عن مجال الصورة الذهنية لجمعية زمزم من وجهة نظر العاملين بلغ (٣,٤٦)، بنسبة رضا عام تبلغ (٦٩٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في هذا المجال نجد أنَّ مُفْردة "**يعبر أفراد المجتمع عن تقديرهم للعاملين في جمعية زمزم**" حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٣,٨٦)، ونسبة مئوية للرضا (٧٧٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مفردة: "**يشعر العاملون بالفخر لكونهم يعملون في جمعية زمزم**" حيث بلغ معدل الرضا (٣,٧٤)، ونسبة الرضا (٧٥٪). تليها مباشرة مُفْردة "**يشعر العاملون بالفخر لكونهم يعملون في جمعية زمزم**" بمعدل رضا (٣,٧٣)، ونسبة الرضا (٧٥٪).

وفي الترتيب الثالث جاءت مُفردتا: "**تتصف الصورة الذهنية الإيجابية عن جمعية زمزم في السنتين الأخيرتين بالثبات**"، ومفردة:

"يُبرز الحضور الإعلامي للجمعية جهودَها بشكلٍ إيجابيٍّ في وسائل الإعلام" بنفس معدل ونسبة الرضا (٣,٦٠) و(٧٢٪). في حين جاءت مفردة: "يتحدث العاملون فيما بينهم عن جمعية زمزم وبرامجها بشكل إيجابي" كأدنى المفردات حُصولًا على معدلات الرضا بمعدل رضا (٣,١١)، ونسبة رضا (٦٢٪)، كما تأتي معها مُفْردة "زيادة عدد الجمعيات الصحية لم يُقلِّل من ريادة جمعية زمزم في السنوات الأخيرة" في نفس الترتيب بمعدل رضا (٣,٠٨)، ونسبة رضا (٦٢٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات.

شكل (٢٨)

نسبة رضا العاملين في مجال الصورة الذهنية لجمعية زمزم من وجهة نظر العاملين



يتضح من الشكل السابق أن تعبير أفراد المجتمع عن تقديرهم للعاملين في جمعية زمزم جاء بمعدلات رضا عالية، حيث أن مُفْردة "يعبر أفراد المجتمع عن تقديرهم للعاملين في جمعية زمزم" وكانت في أعلى استطلاع الرضا في هذا المجال، ويؤيد ذلك ما أشار إليه العاملون إلى أن من أهم نقاط قوة جمعية زمزم هو تمتعها بسمعةٍ قويةٍ بين أفراد المجتمع بتكرار (١٥)، ويؤكد هذا ما أشارت إليه النتائج أيضًا في اتصاف الصورة الذهنية الإيجابية عن جمعية زمزم في السنتين الأخيرتين بالثبات، وقد يُبرر هذا الثبات بوجود جمعياتٍ صحيةٍ متخصصةٍ برزت على الساحة في السنوات الأخيرة، ولكنها لم تصل بعدُ إلى حد التأثير على سمعة جمعية زمزم، ورغم ما يمكن أن يُقدَّم من مبررات في هذا المجال إلا أنه يجب أن يحظى مجال تحسين الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع بشكل مستمر باهتمام وعناية أكثر من إدارة الجمعية في المستقبل.

ك- استطلاع آراء العاملين حول نقاط القوة التي تتمتع بها جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤالٍ مفتوحٍ لدى العاملين عن أبرز نقاط القوة في جمعية زمزم من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٣٣)

نقاط القوة في جمعية زمزم من وجهة نظر العاملين

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
الصورة الذهنية للجمعية	سُمعةُ جمعية زمزم وشهرتها.	١٥	١٤٪
	أسبقيةُ جمعية زمزم وتخصصها في المجال الصحي.	١١	١٠٪
	المصداقية وثقة المجتمع في جمعية زمزم.	٢	٢٪
	خدمة ضيوف الرحمن والقوافل الطبية.	٢	٢٪
	مكاتب التعريف كونها تسهم في التعريف بجمعية زمزم.	١	١٪
	نشاط جمعية زمزم المُمَيَّزُ جدًا في مجالها.	١	١٪
	البرامج التوعوية النوعية والقوية التي تُقدِّمها جمعية زمزم في المجال الصحي.	١	١٪
	موقع جمعية زمزم في مكة المكرمة.	١	١٪

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
التخطيط الاستراتيجي	تَبَنِّي التخطيط الاستراتيجي ووضوح الرؤية والرسالة للجمعية.	٧	٧٪
	تنوع الخدمات وجودتها وشمولها لجميع الجنسيات.	٤	٤٪
	استمرار الدعم رغم ما تمر به جمعية زمزم من ظروف.	٣	٣٪
	قُدرة جمعية زمزم التسويقية.	١	١٪
	العلاقات المتميزة بالأطراف ذات العلاقة.	١	١٪
	الإسهام الاجتماعي للجمعية.	١	١٪
	الاستدامة وقياس الأثر.	١	١٪
القيادة والإدارة	مجلس إدارةٍ فاعلٌ وتمتعه بالمرونة.	٩	٩٪
	وجود قاعدة فكرية صلبة ومؤسسية نشأت عليها جمعية زمزم، وقوة الشخصيات التي أسستها.	٣	٣٪
	إدارة الوقف المتميزة والمتنوعة.	٢	٢٪
	التطوير والتحديث المستمر ومواكبة تطلعات المجتمع.	٢	٢٪
	التنظيم والشفافية.	٢	٢٪
	النظرة الجيدة لإدارة الأعمال والتروِّي في اتخاذ القرار.	١	١٪
	الإسهام الاجتماعي للجمعية.	١	١٪
	الوفاء لمؤسس جمعية زمزم.	١	١٪

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
البيئة التقنية والمعلومات	التِّقْنيَّة والنظام التِّقْني.	١٤	٪١٣
الموارد البشرية	الكوادر البشرية المتميزة ذات الخبرة والكفاءة.	٩	٪٩
	الترابط والتماسك وتعاون الموظفين فيما بينهم.	٤	٪٤
	الموارد البشرية المتميزة.	١	٪١
	وُجود اللجان الفرعية بجمعية زمزم.	١	٪١
	اهتمام جمعية زمزم بمنسوبيها وتقديمُ برامجَ تطويرٍ للموظفين مما يزيد من إنتاجية الموظف.	١	٪١
	إخلاص وتفاني منسوبي جمعية زمزم والحرص على خدمة المستفيد.	١	٪١
	الاهتمام بصرف الرواتب الشهرية بصفةٍ منتظمةٍ.	١	٪١

يلاحظ من الجدول السابق أن مجال الصورة الذهنية للجمعية جاء في مقدمة المجالات في نقاط القوة وجاءت مفردة **"سُمعةُ جمعية زمزم وشهرتها"** أولاً بتكرار (١٥) ونسبة (١٤٪) وفي نفس المجال تأتي نقطة قوة **"أسبقيةُ جمعية زمزم وتخصصها في المجال الصحي"** بتكرار (١١) ونسبة (١٠٪). ثم يأتي مجال البيئة التقنية والمعلومات في الترتيب الثاني بمفردة **"التِّقْنيَّة والنظام التِّقْني بتكرار (١٤) ونسبة (١٣٪)، ثم مجال القيادة والإدارة بمفردة" مجلس إدارةٍ فاعلٌ وتمتعه بالمرونة"** بتكرار (٩) ونسبة (٩٪)، ومجال الموارد البشرية بمفردة الكوادر البشرية المتميزة ذات الخبرة والكفاءة بتكرار (٩) ونسبة (٩٪).

ل- استطلاع آراء العاملين حول نقاط الضعف في جمعية زمزم من وجهة نظر العاملين:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤالٍ مفتوحٍ لدى العاملين عن أبرز نقاط الضعف في جمعية زمزم من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٣٤)

نقاط الضعف في جمعية زمزم من وجهة نظر العاملين

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
القيادة والإدارة	ضعف الوضوح والشفافية وعدم وجود إجراءاتٍ واضحةٍ.	٤	٤٪
	التردُّد والتباطؤ في اتخاذ القرار وضعف التفاعل في صناعة القرار.	٤	٤٪
	قياداتٌ لها سنواتٌ طويلةٌ في إدارة جمعية زمزم ومحاربة التغيير.	٤	٤٪
	ضعف الاستجابة والتردد في استثمار الفُرص المُثمرة للجمعية وضعف استثمار الأوقاف بالشكل الأمثل.	٣	٣٪
	عدم دخول جمعية زمزم في منصةِ إحسان والمنصات الحكومية حتى الآن.	٣	٣٪
	اهتزازُ مبدأ العدالة والمساواة في الأجور عند القيادة.	٢	٢٪
	عدم التفويض من مدراء الإدارات وتركيز الاهتمام على المديرين دون الموظفين من ناحية الرواتب والتدريب.	١	١٪

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
التخطيط الاستراتيجي	عدم وجودِ خطةٍ إعلاميةٍ للنشر مقارنة بالجمعيات الأخرى.	٤	٤٪
	ضعف دعم المستفيد وتراجع قيمة الدعم مُؤخرًا.	٤	٤٪
	ضعفُ إجراءات وخطط تحقيق الاستدامة المالية.	٤	٤٪
	ضعف التخطيط وسوء التنظيم.	٣	٣٪
	عدم استفادة جمعية زمزم من مبالغ القيمة المضافة في هيئة الزكاة والدخل.	١	١٪
الموارد البشرية	الحاجة إلى وجود نظامِ الحوافز والمكافآت وزيادة الرواتب وعدم وجود العلاوات السنوية.	٦	٧٪
	تَدَنِّي الرواتبِ وضعف البدلات والمكافآت ونظام الحوافز.	٣	٣٪
	ضعف الاهتمام بتأهيل وتنميةِ قدرات قيادات الصف الثاني.	٣	٣٪
	بُطء سير المعاملات الإدارية عامةً والمالية خصوصًا.	٣	٣٪
	ضعف التسويق الاحترافي المعتمد على الخطة التشغيلية والتخطيط السليم.	٣	٣٪
	ضعف الاستغلال الأمثل للثروة البشرية من الموظفين في زمزم.	١	١٪
	عدم استثمار الموظفين المُبدعين وتدريبهم وتأهيلهم وإشراكهم في فعاليات محلية دولية ذات ارتباطٍ بطبيعة العمل.	١	١٪

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
الصورة الذهنية	عدم التركيز على جوانب التحسين والتطوير المُتعلق بالمستفيد.	١	١٪
	وجود جمعياتٍ ومنصاتٍ منافسةٍ في نفس المجال في الفترة الأخيرة.	١	١٪
	عدم استقبال المستفيدين عند الحضور لمقر جمعية زمزم.	١	١٪
	تراجع الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع في الفترة الأخيرة.	١	١٪
البيئة والتقنية المعلوماتية	التأخر في إكمال أتمتة بعض العمليات في جمعية زمزم.	١	١٪
	ضعف بعض البرامج التِّقنية الخارجية في بعض الإدارات مثل برامج المالية والعُهَد.	١	١٪
	الخلط في الأرقام بين المستفيدين صحيًّا والمستفيدين من التوعية الصحية أو برامج الإسعافات الأولية ودمج الأرقام.	١	١٪
التدريب والتطوير الشخصي	ضعف الاهتمام بالتدريب والتطوير، والتعرف على الاحتياج التدريبي للموظفين.	٥	٥٪
	الحاجة لتطوير نظام الموارد البشرية واستقطاب الكوادر بناءً على معاييرَ واضحةٍ.	٥	٥٪

المجال	المفردة	التكرار	النسبة
البيئة والتواصل الداخلي	ضعف التواصل والتنسيق الداخلي في جمعية زمزم.	١٢	٪١٣
	تقسيم قطاع تنمية الموارد لإداراتٍ وأقسامٍ بشكلٍ يتعارضُ مع طبيعة العمل والداعمين والداعمات.	١	٪١
	عدم وجود إدارةٍ تعنى باحتياجات الموظف النفسية والاجتماعية وإدارة علاقات الموظفين.	١	٪١
	كثرة الإدارات والوحدات والأقسام والمدراء وقلة الأخصائيين والموظفين.	١	٪١
	عدم وجود قسمٍ لشكوى المستفيد.	١	٪١
	عدم وجود قسمِ متابعةِ الفواتير بعد الخدمة.	١	٪١

يلاحظ من الجدول أن مجال البيئة والتواصل الداخلي يأتي على رأس عوامل الضعف بمفردة **"ضعف التواصل والتنسيق الداخلي في جمعية زمزم** (١٢) (١٣٪)، ثم مجال الموارد البشرية بمفردة **" الحاجة إلى وجود نظامِ الحوافز والمكافآت وزيادة الرواتب وعدم وجود العلاوات السنوية"** بتكرار (٦) ونسبة (٧٪)، ثم يأتي بعد مجال التدريب والتطوير الشخصي بمفردتي **"ضعف الاهتمام بالتدريب والتطوير، والتعرف على الاحتياج التدريبي للموظفين"** و**"الحاجة لتطوير نظام الموارد البشرية واستقطاب الكوادر بناءً على معاييرَ واضحةٍ"** بتكرار (٥) ونسبة (٥٪).

م- استطلاع آراء العاملين حول أبرز احتياجات جمعية زمزم لتحسين أدائها:

قام فريق الدراسة بتوجيهِ سؤالٍ مفتوحٍ لدى العاملين عن أبرز احتياجات جمعية زمزم لتحسين أدائها من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٣٥)

أبرز احتياجات جمعية زمزم لتحسين أدائها من وجهة نظر العاملين

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
القيادة والإدارة	تفعيل دور الإدارة التنفيذية وسرعة تنفيذ قراراتها بحسم.	٣	٥٪
	زيادة تركيز القيادات على تحقيق الاستدامة المالية للجمعية، وتحسين وضع الذراع الاستثماري لزمزم.	٢	٣٪
	زيادة مساحة التواصل بين القيادات والموظفين لتفهُّم طبيعةِ اتخاذ بعض القرارات.	٢	٣٪
	إنشاء وحدةِ مراجعةٍ لقياسِ أداء الموظفين.	١	٢٪
	إعادة هيكلة بعض الإدارات ذاتِ الأعمالِ المُتقاربة تحت إدارةٍ واحدةٍ.	١	٢٪

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
الموارد البشرية	تحسين إدارة الموارد البشرية وخصوصًا في مجال الرواتب والترقيات والمكافآت ومرونة الدوام.	٨	٪١٣
	استقطاب كوادر متخصصة في إدارة الأزمات والتعامل مع المخاطر ووجود خطةٍ للتعامل مع الطوارئ.	٥	٪٨
	إقرار لائحة داخلية لتقييم أداء الموظفين وتفعيل مبدأ الثواب والعقاب وتنفيذها على أرض الواقع.	٤	٪٦
	وضع خطةِ عملٍ عاجلةٍ للحدِّ من تسرُّب الموظفين ونشر الأمان الوظيفي المُحقِّقِ للآمال.	٣	٪٥
	إعادة توزيع الصلاحيات وتوصيف المهام الوظيفية للموظفين.	١	٪٢
الموارد البشرية	الحاجة إلى وجود نظامِ الحوافز والمكافآت وزيادة الرواتب وعدم وجود العلاوات السنوية.	٦	٪٧
الصورة الذهنية	التواصل مع المجتمع بشكلٍ أكثرَ فعالية وتحسين عملية التسويق للجمعية.	٥	٪٨
	التركيز على فئات المستفيدين بشكلٍ أكبرَ وتجويد الخدمة ورفع قيمة الدعم.	٥	٪٨
	استغلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين الأداء الإعلامي من خلال مُتخصِّصين.	٢	٪٣

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
التخطيط الاستراتيجي	الاهتمام بتنفيذ الخطة الاستراتيجية للجمعية على أرض الواقع ومتابعة ذلك.	٢	٣٪
التدريب والتطوير الشخصي	بناءٌ احترافيٌّ لقياس الاحتياج التدريبي، وتفعيل التدريب المتخصِّص ورعاية المواهب.	٢	٣٪
	تعميق الثقافة في جانب العمل الخيري والإنساني والابتكار في البرامج والتجديد.	٢	٣٪
	تعميق ثقافة العمل المؤسسي في نفوس العاملين والتحسين المستمر لبيئة العمل.	١	٢٪
	استقطاب مختصٍّ اجتماعيٍّ نفسيٍّ يُساعد على حل العقبات التي تُواجه جمعية زمزم وتحسين أداء الموظفين.	١	٢٪
البيئة والتواصل الداخلي	إعادة النظر في بعض السياسات ومراجعة الأنظمة الداخلية واتباع سياسات تمكين الموظفين.	٨	١٣٪
	رسم منهجيةٍ لتحسين التواصل الداخلي وقوةِ التواصل بين الإدارة والصف الأول وتلبيةِ احتياجاتهم.	٤	٦٪
	تكليف فريقٍ يختصُّ بعمل مسحٍ ميدانيٍّ للحالات الصحية المرفق بياناتها بالموقع ومراجعة المستشفيات وتقييم مستوى الخدمة المُقدَّمة.	١	٢٪
	وضع نظامٍ لتحسين سير الطلبات ومتابعته، ووضع حدٍّ زمنيٍّ أقصى للمعالجة.	١	٢٪

يلاحظ من الجدول السابق أن احتياجات العاملين كان من أبرزها احتياج "تحسين إدارة الموارد البشرية وخصوصًا في مجال الرواتب والترقيات والمكافآت ومرونة الدوام" بتكرار (٨) بنسبة (١٣٪) في مجال الموارد البشرية وكذلك احتياج "**إعادة النظر في بعض السياسات ومراجعة الأنظمة الداخلية واتباع سياسات تمكين الموظفين**" في مجال البيئة والتواصل الداخلي، وفي المرتبة الثانية جاء احتياج "**استقطاب كوادر متخصصة في إدارة الأزمات والتعامل مع المخاطر ووجود خطةٍ للتعامل مع الطوارئ**" بتكرار (٥) ونسبة مئوية (٨٪) وفي نفس المرتبة كل من "**التواصل مع المجتمع بشكلٍ أكثرَ فعالية وتحسين عملية التسويق للجمعية**" و"التركيز على فئات المستفيدين بشكلٍ أكبرَ وتجويد الخدمة ورفع قيمة الدعم". في مجال الصورة الذهنية.

ن- استطلاع آراء العاملين حول احتياجات جمعية زمزم لتعزيز صورتها الذهنية:

قام فريق الدراسة بتوجيهِ سؤالٍ مفتوحٍ لدى العاملين عن أبرز احتياجات جمعية زمزم لتعزيز صورتها الذِّهنية من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٣٦)

أبرز احتياجات جمعية زمزم لتعزيز صورتها الذهنية في المجتمع

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
١	تحسين الظُّهُور الإعلاميِّ للجمعية والاعتماد على مُتخصِّصين في التسويق الإعلامي، واستثمار وسائل التواصل بشكلٍ أمثلَ.	١٢	٪١٩
٢	تطوير التعامل مع المستفيد وزيادةُ الدعم المُقدَّم له وإتاحة التقديم عبر الموقع وفي مقرات جمعية زمزم.	٨	٪١٣
٣	التعامل بموضوعيةٍ مع مُشكلات الموظفين وتحسين سُبُلِ التواصل مع قياداتهم العليا.	٦	٪١٠
٤	تحسين أحوال العاملين والموظفين ورفع قُدراتهم وكفاءتهم في التعامل مع المستفيد.	٥	٪٨
٥	توسيع دائرة الشراكات مع الجهات ذاتِ العِلاقة وتكثيف التعاون مع القطاع الحكومي.	٤	٪٦
٦	تحسين مستوى الثقافة المُؤَسَّسِيَّةِ والعمل التطوعي لدى العاملين، وثقافة تقدير المستفيد.	٣	٪٥

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
٧	تولِّي إدارة العلاقات العامة زمامَ مخاطبة المجتمع بدلًا من إدارة التسويق.	٣	٥٪
٨	التركيز على تنفيذ الخطة الاستراتيجية للجمعية بشكلٍ فعَّالٍ، وتحقيق هدفها الرئيسي.	٢	٣٪
٩	التوسع في المناطق والفروع، وتقييم أداء مُزوِّدي الخدمة بشكلٍ مستمرٍّ.	٢	٣٪
١٠	العمل على تعزيز مفهوم الصحة لدى الناس ونشر التثقيف الصحي في المجتمع.	٢	٣٪
١١	زيادة التعريف بجمعية زمزم للمجتمع على جميع الاستطلاع والقطاعات المجتمعية.	٢	٣٪
١٢	ترشيد الوضع المالي لتحسين الصورة الخارجية للجمعية وتحقيق الاستدامة المالية.	٢	٣٪
١٣	نشر التقارير والأرقام التي تُحقِّقها زمزم للمتبرعين والداعمين، وتسهيل وصول ذلك بشكلٍ مباشرٍ.	٢	٣٪
١٤	تدريبُ وتطويرُ قياداتِ الصفِّ الثاني وتوظيف كوادر مُؤهَّلةٍ ذاتِ كفاءةٍ عاليةٍ.	٢	٣٪
١٥	التواجدُ في جميع المنصات الخيرية، والمشاركةُ في الفعاليات الخيرية والمؤتمرات والمعارض الخيرية بشكلٍ مستمرٍّ.	٢	٣٪
١٦	الاستفادة من الدعم والخدمات التي تُقدمها جمعية إحسان.	١	٢٪
١٧	تحسين مستوى الخدمات الإلكترونية بشكلٍ أكبرَ وتسهيل ذلك للمستفيد.	١	٢٪
١٨	الاعتماد على صانعي المحتوى في كتابةِ ونشرِ محتوًى جاذبٍ على مِنصَّات جمعية زمزم.	١	٢٪

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
١٩	متابعة خدمة المستفيد بشكلٍ أكبرَ وقياسُ الأثرِ لكل حالة.	١	٢٪
٢٠	تحسين عمليات التواصل المباشر مع المستفيدين من خدمات جمعية زمزم واستثمار وسائل التواصل.	١	٢٪
٢١	إيجاد آليةٍ للتعامل مع أصحاب الإقامات المُنتهية وخدمتهم.	١	٢٪

يلاحظ من الجدول السابق أن مقترح تحسين الظُّهُور الإعلاميِّ للجمعية والاعتماد على مُتخصِّصين في التسويق الإعلامي، واستثمار وسائل التواصل بشكلٍ أمثلَ جاء في الترتيب الأول بتكرار (١٢) بنسبة (١٩٪)، وجاء مقترح تطوير التعامل مع المستفيد وزيادةُ الدعم المُقدَّم له وإتاحة التقديم عبر الموقع وفي مقرات جمعية زمزم في الترتيب الثاني بتكرار (٨) ونسبة(١٣٪)، ومقترح التعامل بموضوعيةٍ مع مُشكلات الموظفين وتحسين سُبُلِ التواصل مع قياداتهم العليا في الترتيب الثالث بتكرار(٦) ونسبة (١٠٪).

ف- استطلاع آراء العاملين حول أبرز احتياجات جمعية زمزم لتلبية احتياجاتهم:

قام فريق الدراسة بتوجيهِ سؤالٍ مفتوحٍ لدى العاملين عن أبرز احتياجات جمعية زمزم لتلبية احتياجاتها من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٣٧)

أبرز احتياجات جمعية زمزم لتلبية احتياجات العاملين

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
١	تحسين مستوى الأُجور والمكافآت والعلاوات السنوية بشكلٍ يتناسب مع غلاء الأسعار.	١٥	٢٤٪
٢	تحسين بيئةِ العمل في جمعية زمزم بشكلٍ مستمرٍّ، وتلبيةُ احتياجات العاملين المادية والنفسية والاجتماعية وغيرها.	١٠	١٦٪
٣	تحسين مستوى التواصل بين المسؤولين والعاملين وحل المشكلات الطارئة أولًا بأولٍ.	٨	١٣٪
٤	إنشاءُ وتفعيلُ صندوق الشكاوى والمقترحات والتعامل مع شكاوى العاملين بحسمٍ وفاعليةٍ.	٥	٨٪
٥	تفعيل برنامج التطوير والتدريب للعاملين ورفع كفاءتهم في تخصصاتهم.	٣	٥٪
٦	تطوير عمل الموارد البشرية من حيث التوصيف الوظيفي والترقيات والسُّلَّم الوظيفي وعمليات الاستقطاب للكوادر المميزة.	٣	٥٪
٧	المزيد من الشفافية والحَوْكَمة والتطوير والتمكين في ضوء رؤية ٢٠٣٠م.	٣	٥٪

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
٨	تفعيل نتائج استطلاع قياس رضا العاملين والعمل بالتوصيات الواردة فيه، ونشر النتائج للعاملين.	٤	٦٪
٩	الاهتمام بالجوانب الترفيهيةِ والاجتماعيةِ للعاملين وأُسَرِهم بشكلٍ دوريٍّ.	٤	٦٪
١٠	تحسين مستوى التواصل الداخلي مع العاملين وزيادة مستوى تفهُّمِهم لقرارات الإدارة العليا.	٢	٣٪
١١	زيادة فاعلية مجلس الإدارة في التركيز على رؤية جمعية زمزم ورسالتها وهدفها الأساسي.	٢	٣٪
١٢	تحديث أجهزة الحاسب وتوفيرُ الاحتياجات التِّقْنِيَّة المُخصَّصَة للعاملين بعد دراسة الاحتياج.	٢	٣٪
١٣	تنمية قيم الولاء والانتماء لدى العاملين ورفع كفاءتهم الذاتية.	١	٢٪

يلاحظ من الجدول السابق أن مقترح تحسين مستوى الأُجور والمكافآت والعلاوات السنوية بشكلٍ يتناسب مع غلاء الأسعار جاء في الترتيب الأول بتكرار (١٥) بنسبة (٢٤٪)، وفي الترتيب الثاني جاء مقترح تحسين بيئةِ العمل في جمعية زمزم بشكلٍ مستمرٍّ، وتلبيةُ احتياجات العاملين المادية والنفسية والاجتماعية وغيرها بتكرار (١٠) بنسبة (١٦٪)، في الترتيب الثالث مقترح تحسين مستوى التواصل بين المسؤولين والعاملين وحل المشكلات الطارئة أولًا بأولٍ. بتكرار (٨) بنسبة (١٣٪). ومقترح إنشاءُ وتفعيلُ صندوق الشكاوى والمقترحات والتعامل مع شكاوى العاملين بحسمٍ وفاعليةٍ في الترتيب الرابع بتكرار (٥) بنسبة (٨٪).

التوصيات:

- تحسينُ بيئةِ العمل في جمعية زمزم بشكلٍ مستمرٍّ، وتلبية احتياجات العاملين المادية والنفسية والاجتماعية وغيرها.
- تحسين مستوى التواصل الداخلي مع العاملين، وزيادةُ مستوى تفهُّمِهم لقرارات الإدارة العليا.
- إيجاد سياسةٍ واضحةٍ ومبادراتٍ فاعلةٍ لتمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم.
- إشراك الكفاءات البشرية في التخطيط وصُنعِ القرار بشكلٍ أكثرَ عُمقًا.
- وضع نظامٍ ثابتٍ وواضحٍ لنظام الترقيات يتَّسمُ بالعدالة والشفافية.
- تسهيل الحصولِ على المعلومات والبيانات الخاصة بتسيير الأعمال والقرارات بما يتَّفِقُ مع اللوائح والقوانين المنظمة.
- تبَنِّي مبادراتٍ ابتكاريةٍ لرعاية الموهوبين والمُبدعين من العاملين.
- تعميق وتحسين أساليب التواصل الداخلي في جمعية زمزم بين العاملين وقياداتهم.
- تحسين إدارة الموارد البشرية وخصوصًا في مجال الرواتب والترقيات والمكافآت ومرونة الدوام.
- استقطاب كوادر متخصصة في إدارة الأزمات والتعامل مع المخاطر ووجود خطةٍ للتعامل مع الطوارئ.
- تفعيل اللائحة الداخلية وتنفيذها على أرض الواقع وتقييم أداء الموظف بشكل مستمر.
- إعادة توزيع الصلاحيات وتوصيف المهام الوظيفية للموظفين.
- تفعيل وحدةِ التدريبِ والتطوير بشكلٍ أكثرَ تركيزًا على تنمية قُدرات العاملين التخصصية.
- الاهتمامُ بالعملية الإعلاميّةِ والتسويق الاحترافي للإبقاء وترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية في المجتمع.

ثالثًا: استطلاع قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص استطلاع قياس رضا المتطوعين

معدل الرضا عن مستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم	٪٩٣
معدل الرضا والرغبة في تكرار المشاركة بالفُرَص التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفُرصة الحالية	٪٩٩
معدل الرضا عن توفير الفرص التطوعية في جمعية زمزم والفرص التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل	٪٨٥
معدل الرضا عن التطوع في جمعية زمزم	٪٨٨
معدل الرضا العام للمتطوعين	٪٨٨

استطلاع قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا المُتطوِّعين في جمعية زمزم، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان المتطوعين عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية، والنسبة المئوية لاستجابات المتطوعين لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عينة المتطوعين

١- توصيف عينة المتطوعين من حيث الجنس:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب الجنس كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

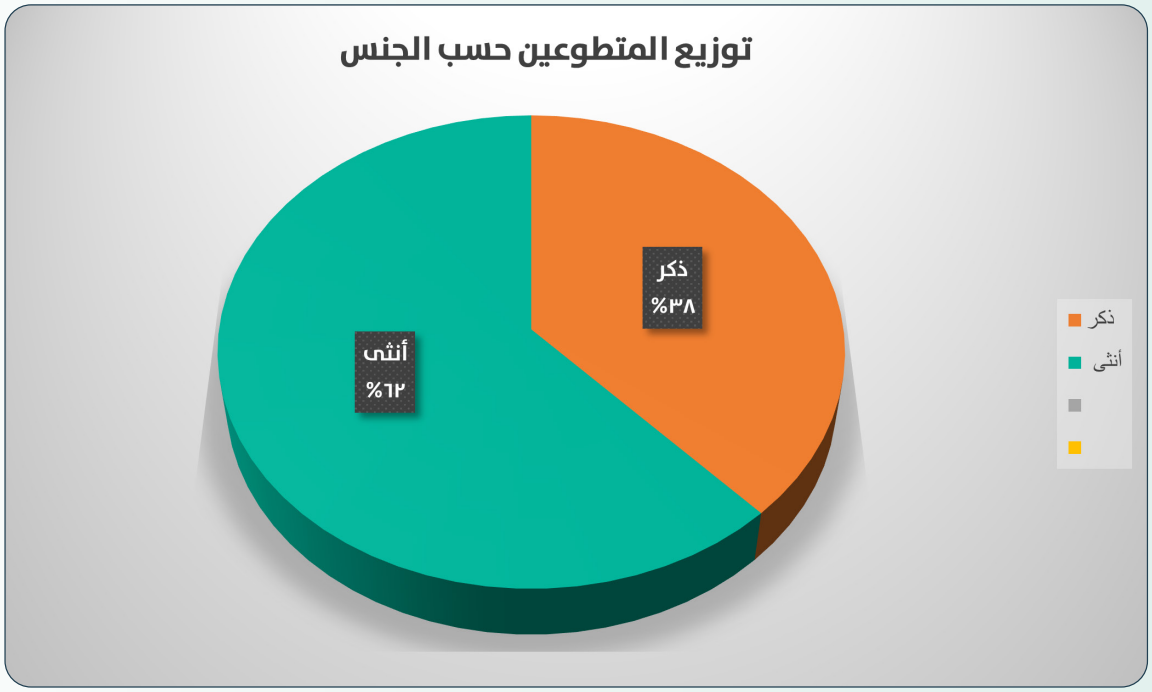
جدول (٣٨)

توزيع المتطوعين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٦٥	٣٨٪
أنثى	١٠٥	٦٢٪
الإجمالي	**١٧٠**	**١٠٠٪**

شكل (٢٩)

توزيع المتطوعين حسب الجنس



٢- توصيف عينة المتطوعين من حيث التخصص:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب التخصص كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

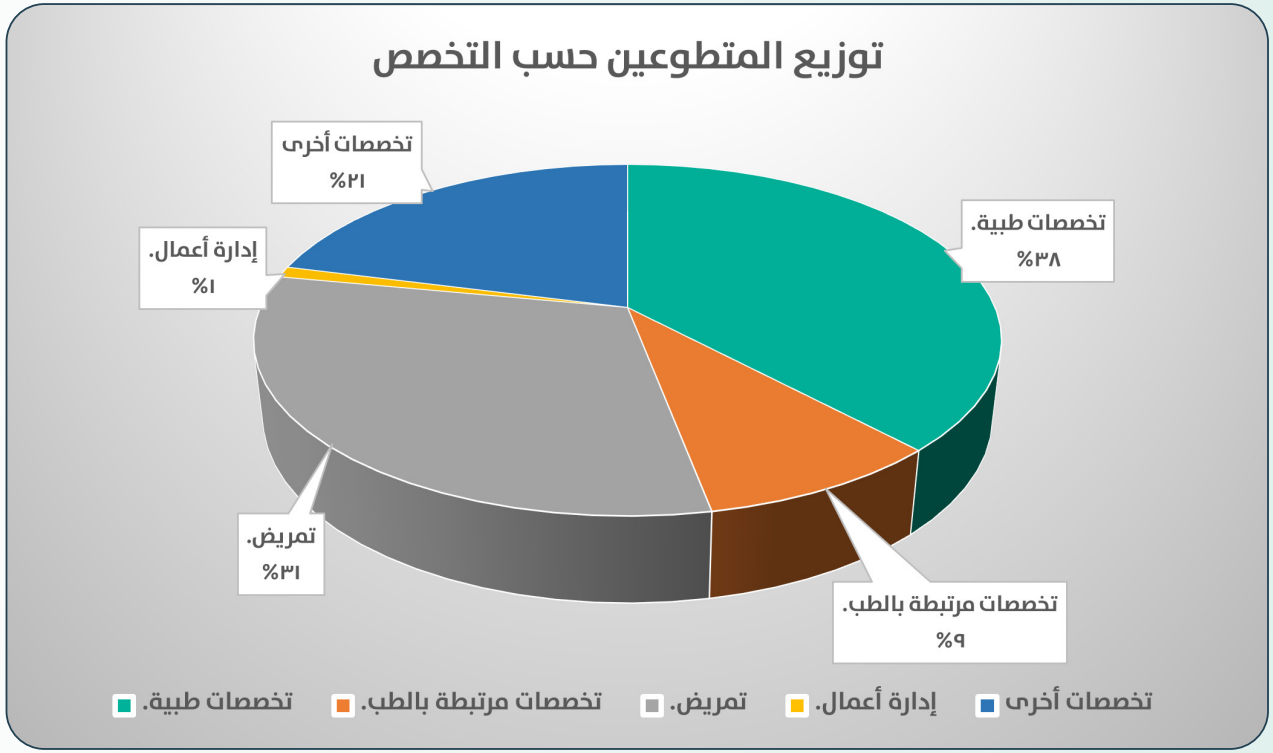
جدول (٣٩)

توزيع المتطوعين حسب التَّخصُّص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
تخصصات طبيَّةٌ	٦٥	٣٨٪
تخصصاتٌ مُرتبطةٌ بالطب.	١٦	٩٪
تمريض	٥٢	٣١٪
إدارة أعمال	٢	١٪
تخصصاتٌ أخرى	٣٥	٢١٪
الإجمالي	١٧٠	١٠٠٪

شكل (٣٠)

توزيع المتطوعين حسب التخصُّص



٣- توصيف عيِّنَة المتطوعين من حيث الفِئَة العُمْريَّة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب الفئة العُمْريَّة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

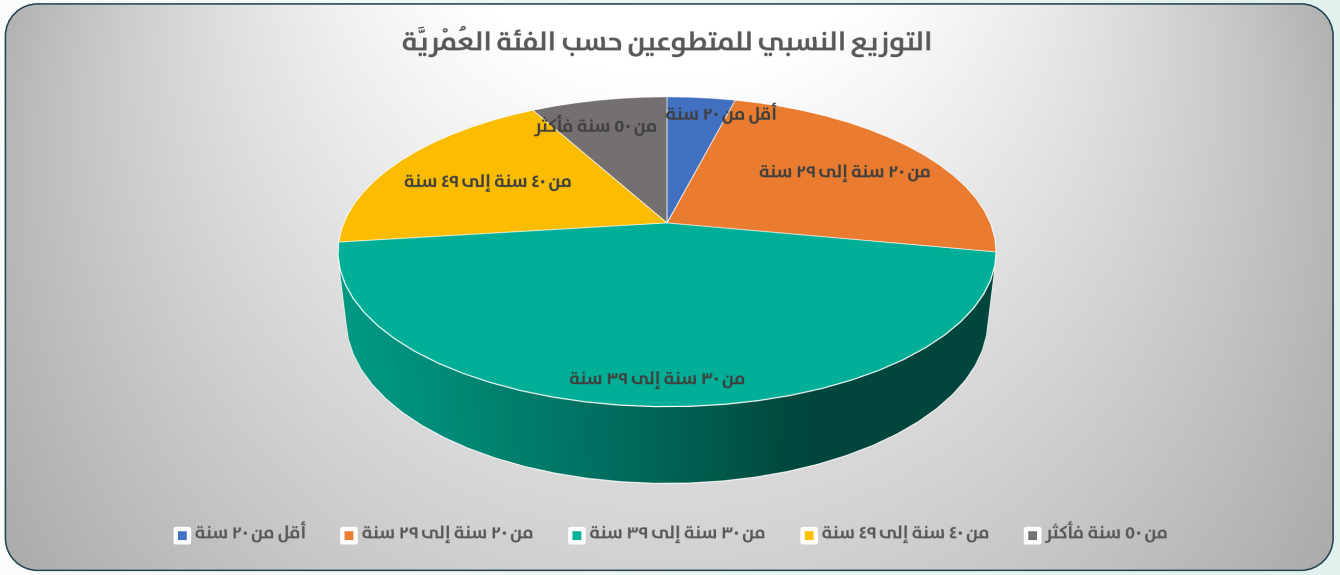
جدول (٤٠)

توزيع المتطوعين حسب الفئة العُمْريَّة

الفئة العُمْريَّة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٢٠ سنة	٧	٤٪
من ٢٠ سنة إلى ٢٩ سنة	٤١	٢٤٪
من ٣٠ سنة إلى ٣٩ سنة	٧٦	٤٥٪
من ٤٠ سنة إلى ٤٩ سنة	٣٣	١٩٪
من ٥٠ سنة فأكثر	١٣	٨٪
الإجمالي	**١٧٠**	**١٠٠٪**

شكل (٣١)

توزيع المتطوعين حسب الفئة العُمْريَّة



٤- توصيف عينة المتطوعين من حيث الجنسية:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب الجنسية كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

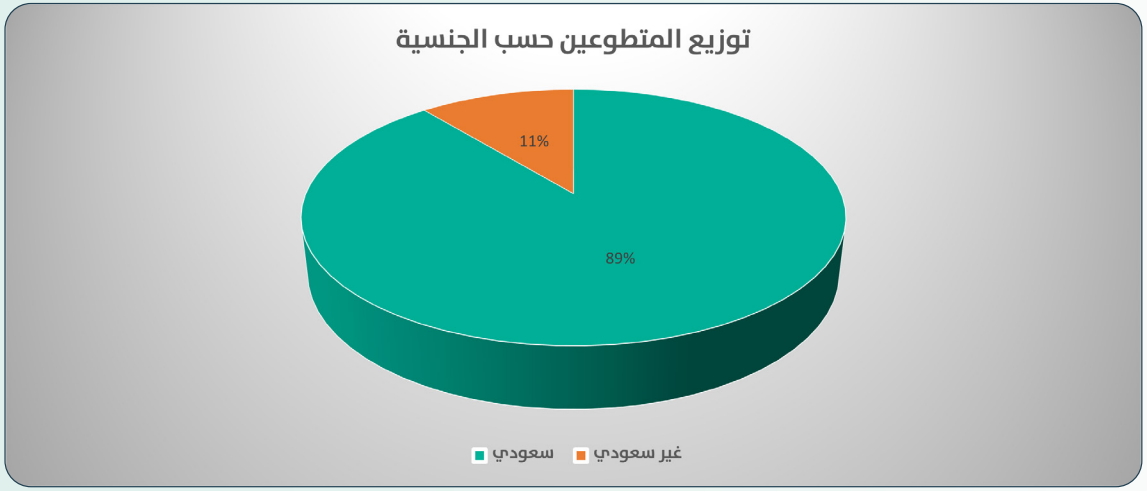
جدول (٤١)

توزيع المتطوعين حسب الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
سعودي	١٥١	٨٩٪
غير سعودي	١٩	١١٪
الإجمالي	**١٧٠**	**١٠٠٪**

شكل (٣٢)

توزيع المتطوعين حسب الجنسية



٥- توصيف عينة الدراسة من حيث السكن/ المدينة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب السكن / المدينة، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

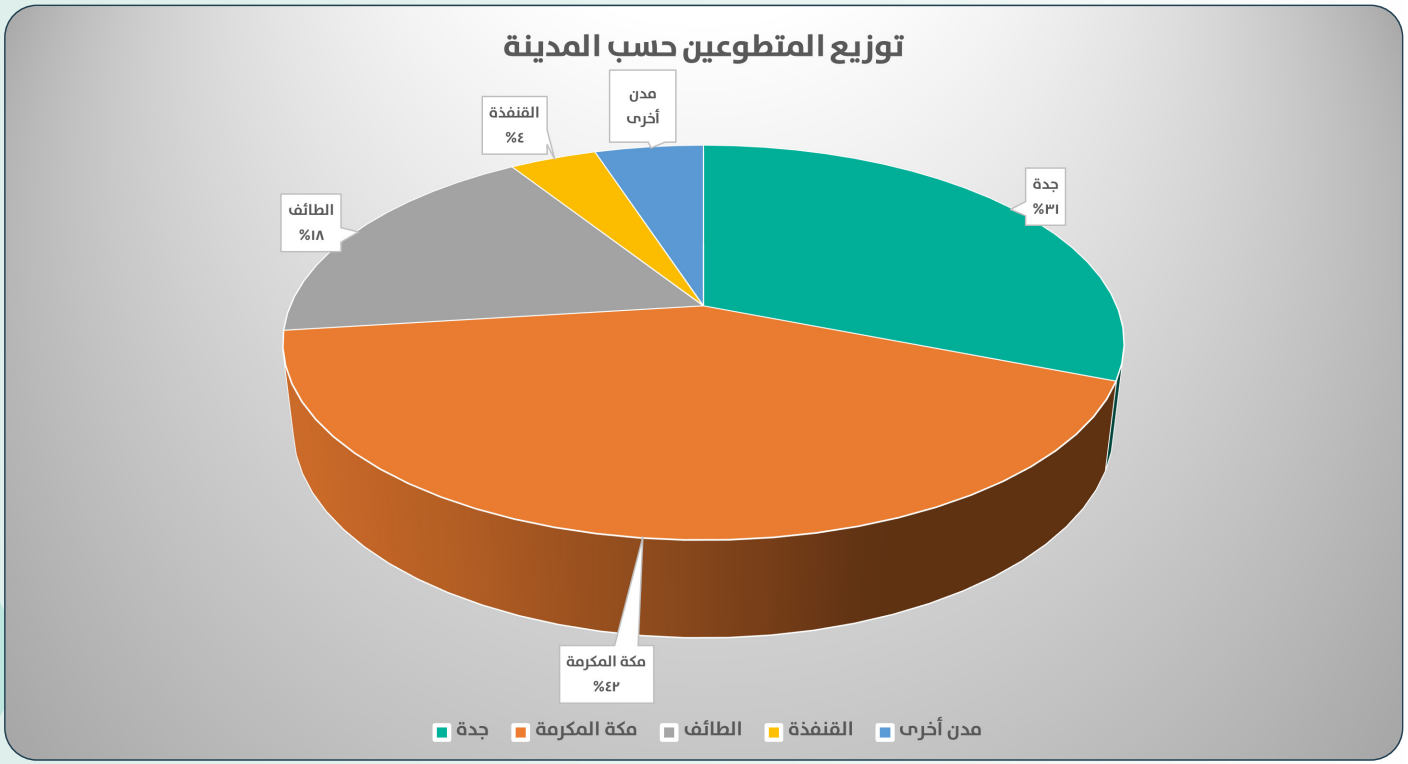
جدول (٤٢)

توزيع المتطوعين حسب السكن/ المدينة

السكن/ المدينة	التكرار	النسبة المئوية
جدة	٥٣	٣١٪
مكة المكرمة	٧٢	٤٢٪
الطائف	٣١	١٨٪
القنفذة	٦	٤٪
مدن أخرى	٨	٥٪
الإجمالي	**١٧٠**	**١٠٠٪**

شكل (٣٣)

توزيع المتطوعين حسب المدينة



٦- توصيف عينة الدراسة من حيث الوظيفة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمتطوعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المتطوعين في جمعية زمزم حسب الوظيفة، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

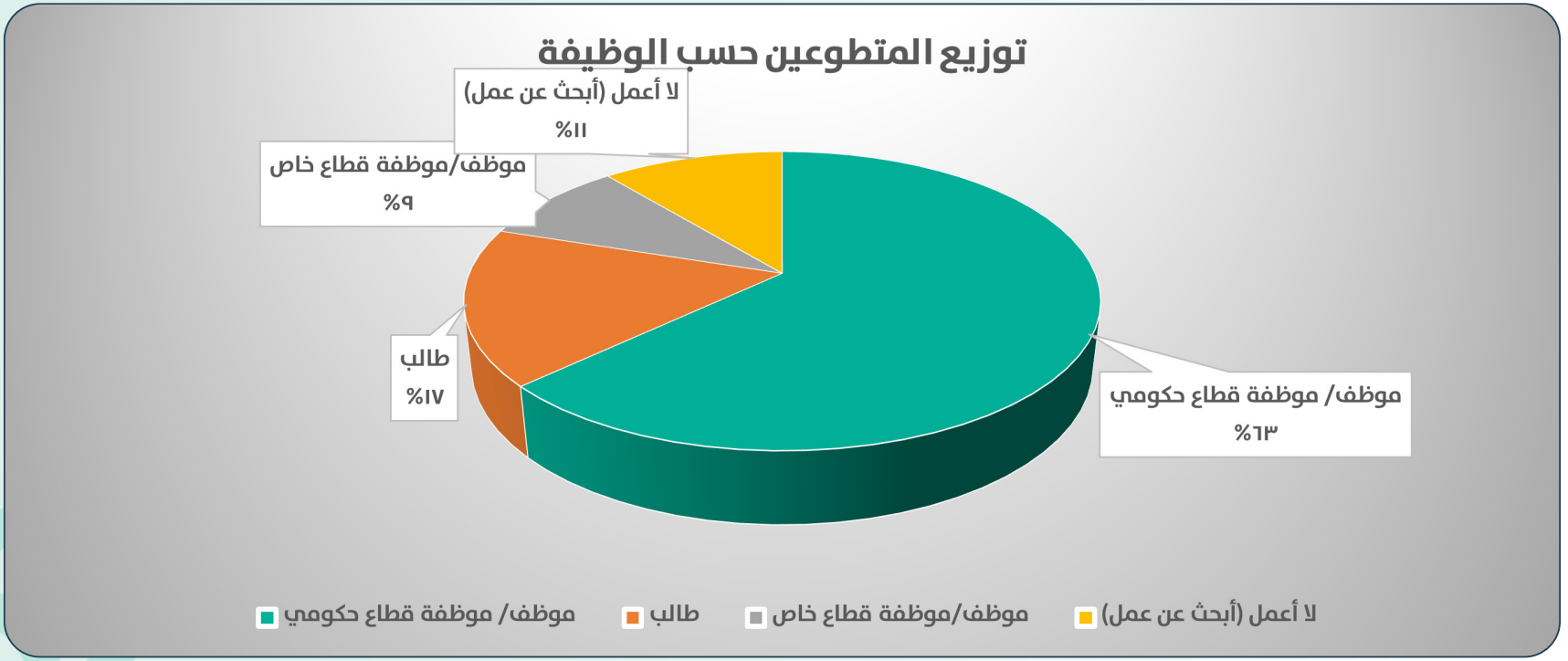
جدول (٤٣)

توزيع المتطوعين حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
موظف/ موظفة قطاع حكومي	١٠٧	٦٣٪
طالب	٢٩	١٧٪
موظف/موظفة قطاع خاص	١٥	٩٪
لا أعمل (أبحث عن عمل)	١٩	١١٪
الإجمالي	**١٧٠**	**١٠٠٪**

شكل (٣٤)

توزيع المتطوعين حسب الوظيفة



ثانيًا: استطلاع رضا المتطوعين عن التعامل مع جمعية زمزم:

١- ما طبيعة التطوع الذي قدَّمْتَهُ في جمعية زمزم؟

قام فريق الدراسة باستخدام التكرارات للتعرف على طبيعة التطوع الذي قدَّمَهُ المتطوعون في جمعية زمزم للإجابة عن هذا التساؤل، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٤٤)

طبيعة التطوع في جمعية زمزم

م	طبيعة التطوع	التكرار	النسبة
١	المشاركة في برامج قياس العلامات الحيوية.	٨٢	٢١٪
٢	الجولات الطبية داخل المدن.	٤٣	١١٪
٣	المشاركة في برامج التوعية الصحية.	٣٦	٩٪
٤	القوافل الطبية في القرى النائية.	٣٤	٩٪
٥	المشاركة في برامج الإسعافات الأولية.	٣٣	٨٪
٦	إدخال بياناتٍ ومعلوماتٍ في المنصات الخاصة بجمعية زمزم.	١٩	٥٪
٧	التطوع الطبي على رأس العمل.	١٤	٤٪
٨	جمع البيانات من المستَهْدَفِينَ في الدراسات التي تُنفِّذها جمعية زمزم.	١٣	٣٪
٩	تقديم التدريب الصحي والطبي المتخصص.	١٠	٣٪

م	طبيعة التطوع	التكرار	النسبة
١٠	تقديم الاستشارات الطبية عن طريق الهاتف.	٩	٢٪
١١	كتابة تغريداتٍ صحيةٍ توعويةٍ للمجتمع.	٨	٢٪
١٢	مراجعة التقارير الطبية للمستفيدين.	٦	٢٪
١٣	توصيل أدويةٍ ومستلزماتٍ طِبيَّةٍ للمستفيدين.	٦	٢٪
١٤	صناعة وترويج محتوى إعلامي.	٦	٢٪
١٥	زيارة المرضى المُنوَّمِينَ بالمستشفيات.	٥	١٪
١٦	جمع التبرعات.	٥	١٪
١٧	التقييم الميداني للخدمات التي تقدمها المستشفيات لمستفيدي جمعية زمزم.	٥	١٪
١٨	إعداد وتنفيذ الدراسات والأبحاث في المجال الصحي.	٣	١٪
١٩	أخرى.	٦٠	١٥٪

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ المشاركة في برامج قياس العلامات الحيوية هو أكثر البرامج التي انتسب لها المتطوعون حيث جاءت في الترتيب الأول بتكرار (٨٢) بنسبة (٢١٪)، والجولات الطبية داخل المدن في الترتيب الثاني بتكرار (٤٣) ونسبة (١١٪)، والمشاركة في برامج التوعية الصحية في الترتيب الثالث بتكرار (٣٦) بنسبة (٩٪)، والقوافل الطبية في القرى النائية في الترتيب الرابع بتكرار (٣٦) بنسبة (٩٪)، والمشاركة في برامج الإسعافات الأولية في الترتيب الخامس بتكرار (٣٣) بنسبة (٨٪)، وإدخال بياناتٍ ومعلوماتٍ في المنصات الخاصة بجمعية زمزم بتكرار(١٩) بنسبة(٥٪).

٢- ما تقييمك لمستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم؟

قام فريق الدراسة باستخدام التكرارات ونسبة الرضا ومتوسط الرضا العام للتعرف على مستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم من التساؤل ما تقييمك لمستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم؟ كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٤٥)

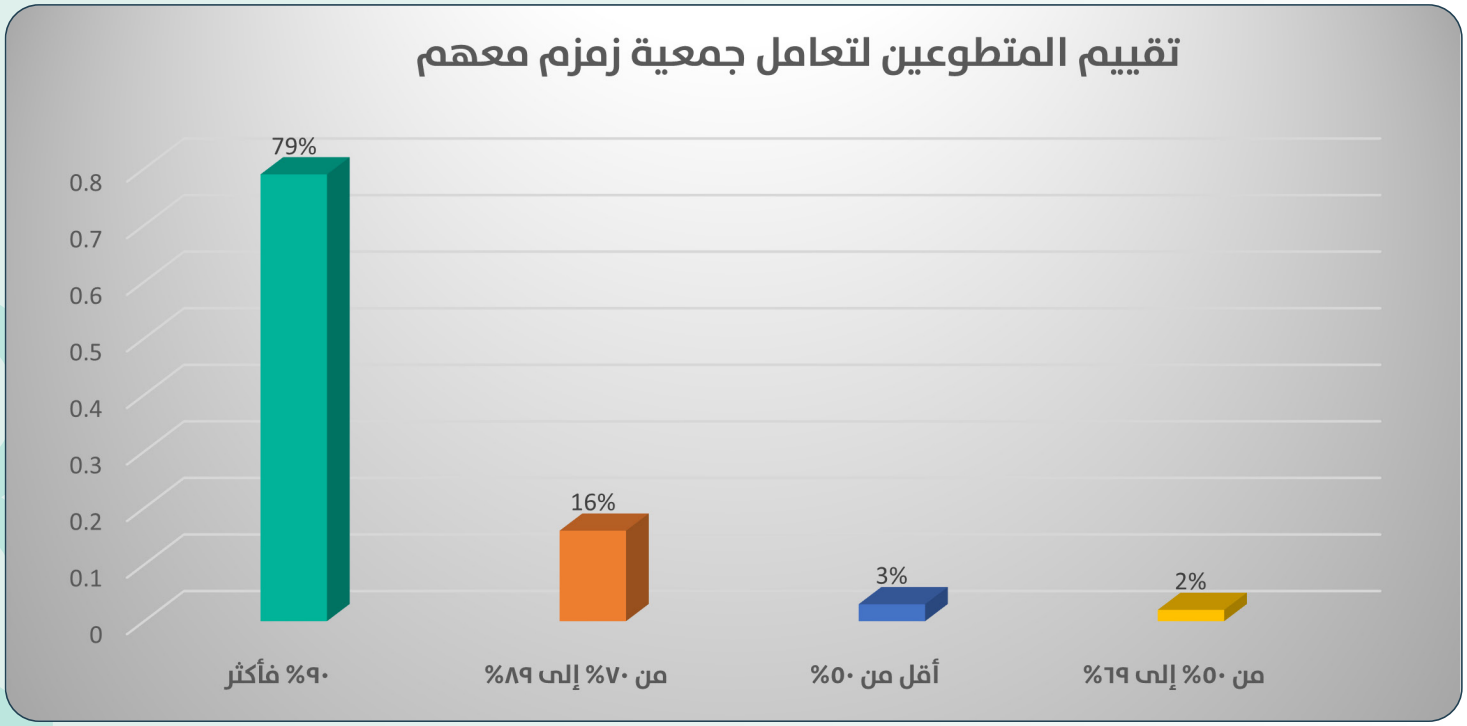
ما تقييمك لمستوى التعامل مع المتطوعين في جمعية زمزم؟

رضاك عن قيام جمعية زمزم باطلاعكم على إنجازاتها وتقاريرها بشكل مناسب	التكرار	نسبة الرضا
٩٠٪ فأكثر	١٣٤	٧٩٪
من ٧٠٪ إلى ٨٩٪	٢٧	١٦٪
أقل من ٥٠٪	٥	٣٪
من ٥٠٪ إلى ٦٩٪	٤	٢٪
الإجمالي	١٧٠	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٧١		
نسبة الرضا العام ٩٣٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن تعامل جمعية زمزم مع المتطوعين بلغ (٣,٧١)، ونسبة الرضا العام عن تعامل جمعية زمزم مع المتطوعين (٩٣٪)، حيث تم تقييم التعامل بأكثر من ٩٠٪ من (٧٩٪) من المستجيبين على مقياس رضا المتطوعين، في حين أن ٣٪ فقط من أشاروا إلى تقييم بأقل من ٥٠٪، كما في الشكل التالي:

شكل (٣٥)

تقييم المتطوعين لمستوى لتعامل جمعية زمزم معهم



من الشكل السابق نجد أن تقييم غالب المتطوعين لطريقةِ تعامُلِ جمعية زمزم معهم تزيد عن (٩٠٪)، بنسبة ٧٩٪، وهو ما يُفسر الطريقةَ الجيدةَ والاحترافيةَ التي تتعامل بها جمعية زمزم مع المتطوعين، وقد أشار بعض المتطوعين إلى ضرورة وأهمية تدريبهم على الأعمال التي يُؤدونها قبل الشروع في التطوع.

٣- ما مدى رغبتك في تكرار المُشاركة بالفُرص التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفُرصة الحالية؟

قام فريق الدراسة باستخدام التكرارات ومتوسط الرضا العام للتعرف على مدى رغبة المتطوع في تكرار المشاركة بالفرص التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفرصة الحالية، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٤٦)

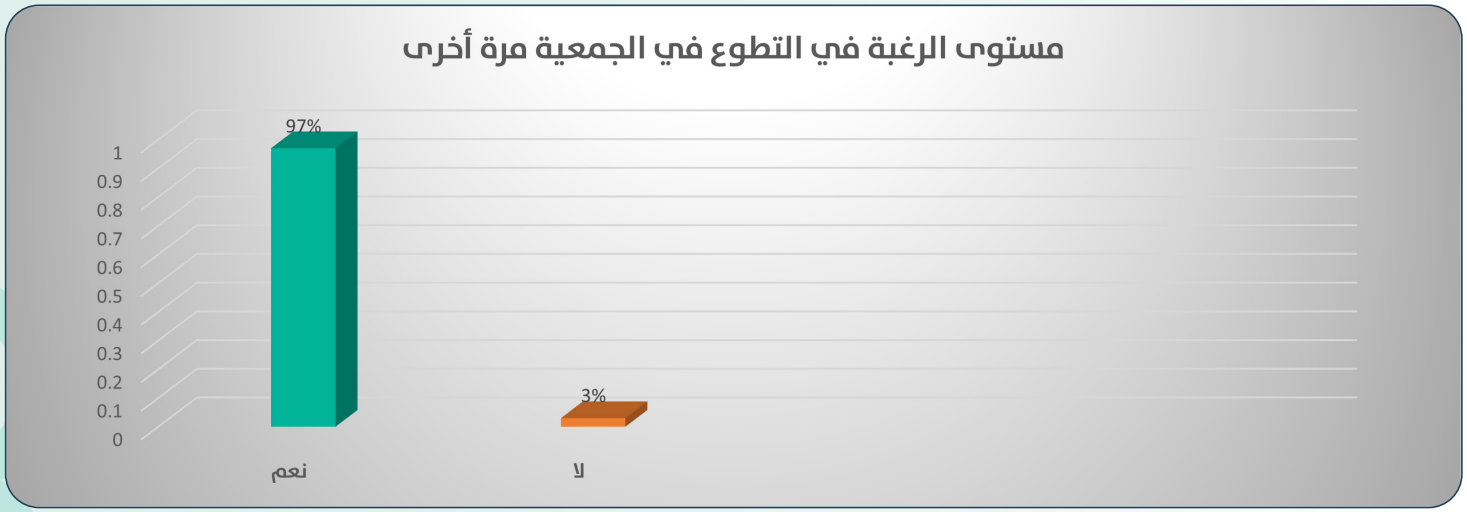
ما مدى رغبتك في تكرار المشاركة بالفُرص التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفرصة الحالية؟

ما مدى رغبتك في تكرار المشاركة بالفُرص التطوعية مع جمعية زمزم أو الاستمرار في الفرصة الحالية؟	التكرار	نسبة الرضا
نعم	١٦٥	٧٩٪
لا	٥	٣٪
الإجمالي	١٧٠	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ١,٩٧		
نسبة الرضا العام ٩٩٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن تعامل جمعية زمزم مع المتطوعين بلغ (١,٩٧)، ونسبة الرضا العام عن تعامل جمعية زمزم مع المتطوعين (٩٩٪)، حيث أشار (٩٧٪) من المستجيبين على تلك المُفْردة بالرغبة في تكرار التطوع، في حين أن ٣٪ فقط أشاروا إلى عدم الرغبة، كما في الشكل التالي:

شكل (٣٦)

مستوى الرغبة في التطوع في جمعية زمزم مرة أخرى



من الشكل السابق نستخلص أنَّ هذه النتيجة مُتَّسقة تمامًا مع ما ورد من تقييم للمتطوعين لطبيعة التعامل معهم من قِبل جمعية زمزم، وبالتالي فإن (٩٧٪) من المتطوعين يفكرون في تكرار التجربة مرة أخرى، وهو ما يُشكِّل نقطةَ قوةٍ لدى جمعية زمزم يجب الحفاظ عليها والاستفادة منها بشكلٍ جيدٍ في المستقبل.

٤- ما طبيعة الفُرص التطوعية التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل؟

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للتعرف على طبيعة الفرصة التطوعية التي يرغب المتطوعون في الالتحاق بها في المستقبل كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٤٧)

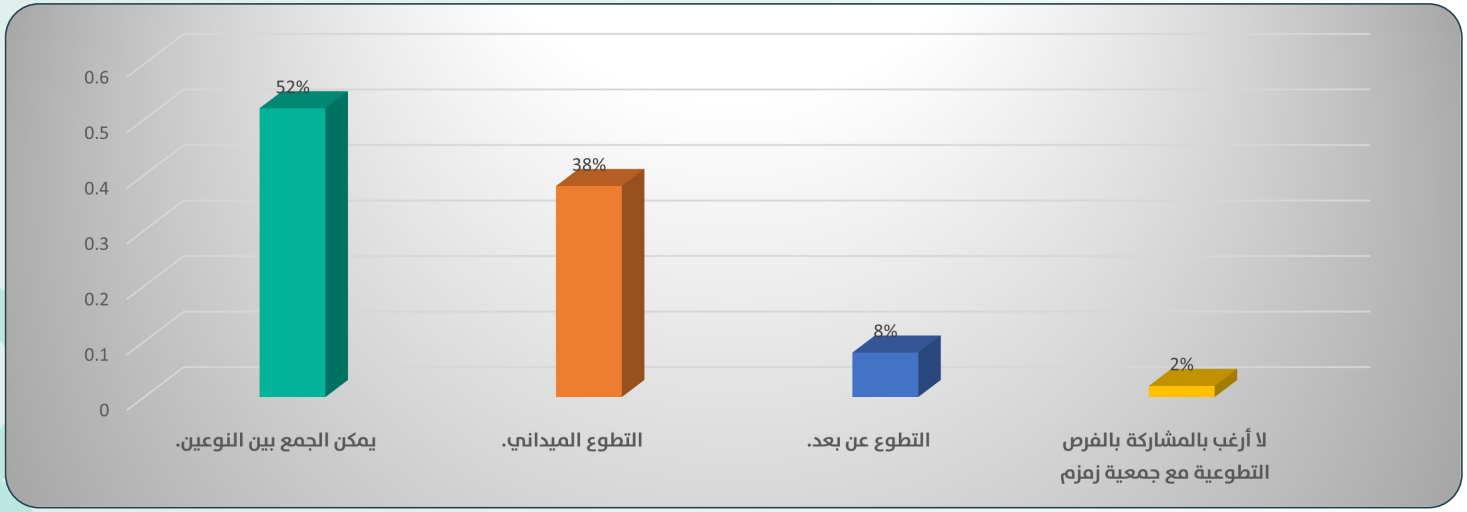
ما طبيعة الفُرص التطوعية التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل؟

ما طبيعة الفرص التطوعية التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل؟	التكرار	نسبة الرضا
يمكن الجمع بين النوعين.	٨٩	٥٢٪
التطوع الميداني.	٦٤	٣٨٪
التطوع عن بُعْدٍ.	١٣	٨٪
لا أرغب في المشاركة بالفرص التطوعية مع جمعية زمزم.	٤	٢٪
الإجمالي	١٧٠	١٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٤٠		
نسبة الرضا العام ٨٥٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن الالتحاق بفرصٍ تطوعيَّةٍ في المستقبل مع جمعية زمزم بلغ (٣,٤٠)، ونسبة الرضا العام (٨٥٪)، وقد تنوعت استجابات المتطوعين بين التطوع الميداني (٣٨٪) و(٨٪) اختاروا التطوع عن بُعْدٍ في حين أن (٥٢٪) أشاروا إلى إمكانية الجمع بين النوعين كما في الشكل التالي:

شكل (٣٧)

طبيعة الفُرص التطوعية التي ترغب في الالتحاق بها في المستقبل



من الشكل السابق نستخلص أنَّ رغبة معظم المتطوعين الجمع بين النوعين في التطوع الميداني وعن بُعْدٍ، وبالتالي يمكن في الفترة القادمة أن تتيح لهم فرصة الجمع بين النوعين إن أمكن، وتعظيم استفادة جمعية زمزم من هذه الرغبة، وإن دلَّ ذلك فإنما يدل على فاعلية الشباب المتطوع في جمعية زمزم وفاعلية جمعية زمزم في استثمار هؤلاء الشباب والبنات.

٥- استطلاع رضا المتطوعين عن التطوع في جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة بحساب المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى المتطوعين في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان وحساب معدل (متوسط) الرضا العام ونسبة الرضا العام، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٤٨)

استطلاع رضا المتطوعين عن التطوع في جمعية زمزم

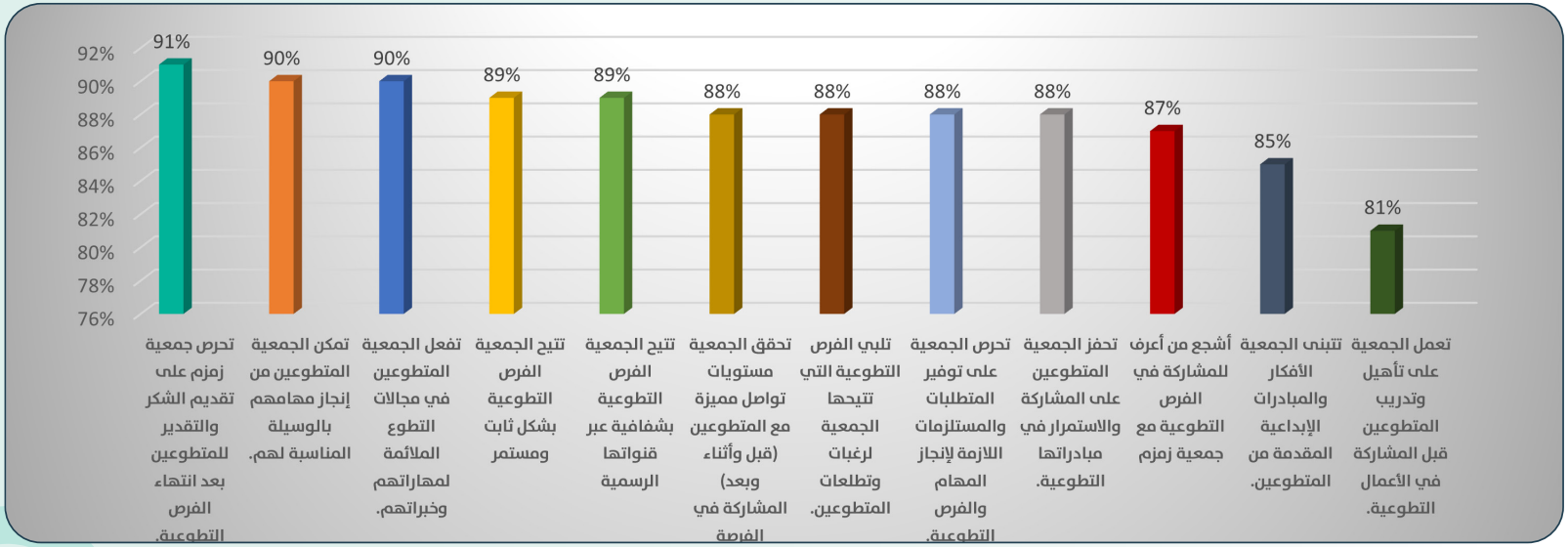
م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بِشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بِشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تحرص جمعيةُ زمزم على تقديم الشكر والتقدير للمتطوعين بعد انتهاء الفُرص التطوعية.	١٠٨	٦٤٪	٥٢	٣١٪	٦	٤٪	٣	٢٪	١	١٪	٤,٥٥	٩١٪
٢	تُمكِّنُ جمعية زمزم المتطوعين من إنجاز مهامهم بالوسيلة المناسبة لهم.	١٠٣	٦١٪	٥٤	٣٢٪	٨	٥٪	٤	٢٪	١	١٪	٤,٤٩	٩٠٪
٣	تُفعِّل جمعية زمزم المتطوعين في مجالات التطوع الملائمة لمهاراتهم وخبراتهم.	١٠٠	٥٩٪	٥٨	٣٤٪	٦	٤٪	٥	٣٪	١	١٪	٤,٤٨	٩٠٪
٤	تُتيح جمعية زمزم الفُرصَ التطوعيَّةَ بشكلٍ ثابتٍ ومستمرٍّ.	١٠٠	٥٩٪	٥٤	٣٢٪	٨	٥٪	٧	٤٪	١	١٪	٤,٤٤	٨٩٪
٥	تتيحُ جمعية زمزم الفُرص التطوعية بشفافيةٍ عبر قنواتها الرسمية.	١٠١	٥٩٪	٥٣	٣١٪	١١	٦٪	٥	٣٪	٠	٠٪	٤,٤٧	٨٩٪
٦	**تحقُّق جمعية زمزم استطلاع تواصلٍ مميزةً مع المتطوعين (قبل وأثناء وبعد) المشاركة في الفُرصة التطوعية.**	١٠١	٥٩٪	٥١	٣٠٪	٧	٤٪	٩	٥٪	٢	١٪	٤,٤١	٨٨٪

٧	تُلبي الفُرص التطوعية التي تُتيحها جمعية زمزم رغبات وتطلعات المتطوعين.	٩٣	٪٥٥	٦٠	٪٣٥	١١	٪٦	٥	٪٣	١	٪١	٤,٤١	٪٨٨
٨	تحرص جمعية زمزم على توفير المتطلبات والمستلزمات اللازمة لإنجاز المهام والفُرص التطوعية.	٩٩	٪٥٨	٥٢	٪٣١	١٢	٪٧	٦	٪٤	١	٪١	٤,٤٢	٪٨٨
٩	تُحفِّز جمعية زمزم المتطوعين على المشاركة والاستمرار في مبادراتها التطوعية.	١١٣	٪٦٤	٤٠	٪٢٤	١٢	٪٧	٣	٪٢	٢	٪١	٤,٣٨	٪٨٨
١٠	**أشجع من أعرف للمشاركة في الفُرص التطوعية مع جمعية زمزم.**	١١٣	٪٦٤	٤٢	٪٢٥	٨	٪٥	٣	٪٢	٣	٪٢	٤,٣٦	٪٨٧
١١	تتبنَّى جمعية زمزم الأفكارَ والمبادراتِ الإبداعيةَ المُقدَّمةَ من المتطوعين.	٨٣	٪٤٩	٥٠	٪٢٩	٣٢	٪١٩	٤	٪٢	١	٪١	٤,٢٤	٪٨٥
١٢	تعمل جمعية زمزم على تأهيل وتدريب المتطوعين قبل المشاركة في الأعمال التطوعية.	٧٧	٪٤٥	٥٠	٪٢٩	٢٤	٪١٤	١٦	٪٩	٣	٪٢	٤,٠٧	٪٨١
معدل الرضا العام		٤,٣٩											
نسبة الرضا العام		٪٨٨											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى المتطوعين في جمعية زمزم بلغ (٤,٣٩)، بنسبة رضا عام تبلغ (٨٨٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في هذا المجال نجد أنَّ مُفْردة "تحرص جمعية زمزم على تقديم الشكر والتقدير للمتطوعين بعد انتهاء الفُرص التطوعية" حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٤,٥٥)، ونسبة مئوية للرضا (٩١٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مفردة: "تمكِّنُ جمعية زمزم المتطوعين من إنجاز مهامهم بالوسيلة المناسبة لهم"، حيث بلغ معدل الرضا (٤,٤٩)، ونسبة الرضا (٩٠٪). تليها مباشرة مُفْردة "تُفعِّل جمعية زمزم المتطوعين في مجالات التطوع الملائمة لمهاراتهم وخبراتهم" بمعدل رضا (٤,٤٨)، ونسبة الرضا (٩٠٪). وفي الترتيب الثالث جاءت مفردة: "تتيح جمعية زمزم الفُرص التطوعية بشفافية عبر قنواتها الرسمية" بمعدل رضا (٤,٤٧)، ونسبة الرضا (٨٩٪)، ومفردة: "تتيح جمعية زمزم الفُرص التطوعية بشكل ثابتٍ ومستمرٍّ" بمعدل رضا (٤,٤٤)، ونسبة الرضا (٨٩٪). في حين جاءت "تعمل جمعية زمزم على تأهيل وتدريب المتطوعين قبل المشاركة في الأعمال التطوعية" كأدنى المفردات حُصولًا على معدلات الرضا بمعدل رضا (٤,٠٧)، ونسبة رضا (٨١٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات.

شكل (٣٨)

استطلاع رضا المتطوعين عن التطوع في جمعية زمزم



من خلال الشكل السابق، وبعد استقراء النتائج في هذا المحور يُوصي الفريقُ إدارةَ جمعية زمزم بضرورة تدريب المتطوعين على الأعمال التي سيقومون بها قبل البدء في العمل وبفترةٍ كافيةٍ حتى يُمكنهم القيامُ بها على أكمل وجهٍ، وخاصةً أن معظم هذه الأعمال حسَّاسةٌ؛ لأنها تخصُّ الإنسانَ وصحَّتَه.

٦- ما أبرز احتياجات جمعية زمزم في مجال التطوع من وجهة نظرك؟

قام فريق الدراسة بتوجيهِ سؤالٍ مفتوحٍ للمتطوعين عن أبرز احتياجات جمعية زمزم في مجال التطوع من وجهة نظرك، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٤٩)

أبرز احتياجات جمعية زمزم في مجال التطوع

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
١	استقطاب مزيدٍ من المتطوعين، وطرح الفُرص التطوعية المناسبة والمتنوعة، وتغيير أسلوب طرح الفُرص والتوسع في التطوع في الأحياء التي لا تصل إليها خدمات جمعية زمزم.	٢٢	٢٢٪
٢	تقديمُ المزيد من الدعم اللوجستي من ناحية الأجهزة والمعدات المطلوبة في التطوع الصحي الميداني.	١١	١١٪
٣	توفير المزيد من التحفيز للمتطوعين سواءً ماديًّا أو معنويًّا، مثل المواصلات للبنات في الأحياء البعيدة.	٩	٩٪
٤	المزيد من التدريب والتأهيل للمتطوعين؛ لتحقيق المرونة والفاعلية الأكبر في التطوع.	٨	٨٪
٥	تكثيف الفُرص التطوعية بشكلٍ عامٍّ طوال السنة وليس في موسمٍ بعَيْنِهِ.	٧	٧٪

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
٦	الاهتمام بالتسويق لمزيد من الانتشار والفائدة على المجتمع، وتكثيف الظهورِ عبر منصات التواصل الاجتماعي، والمزيد من النشر الإعلامي.	٥	٥٪
٧	توفير أجهزة لاب توب، ونظام معلومات المرضى وتحاليلهم السابقة، ومُدخل بيانات مع المتطوع.	٣	٣٪
٨	إفساح المجال للتطوع في دار المُسنين والعجزة والمرضى من كبار السن.	٣	٣٪
٩	العنايةُ المستمرة بالأجهزة ومحتويات الحقائب الإسعافية، وتخفيف الحقائب في الوزن وإكمال الأدوات المطلوبة للإسعافات.	٣	٣٪
١٠	إتاحة فُرص تطوعيّةٍ أكبرَ لمنطقة القنفذة، وتوسيع دائرة عمل جمعية زمزم والتطوع في القرى.	٣	٣٪
١١	إيجاد نظامٍ إلكترونيٍّ لتسجيل الحالات بدلًا من الورقيِّ كي يسمحَ بعدم تكرارِ المستفيد ومعرفة تاريخ الكشف وصرف الدواء.	٣	٣٪
١٢	إصدار الشهادات التطوعيةِ مع تقديم شهادةِ شُكرٍ من جمعية زمزم والاعتماد على المتطوعين الجادِّينَ.	٣	٣٪
١٣	توفير الخدمات الصحية لمزيد من المستفيدين في المجتمع والوصول أكثر للمُتعفِّفينَ.	٢	٢٪

م	الاحتياج	التكرار	النسبة
١٤	التنسيق مع وزارة الصحة والهلال الأحمر لتكاملِ الخدمات المُقدَّمة، وخدمة جميع الدوائر الحكومية مع جمعية زمزم.	٢	٢٪
١٥	تقديم دوراتٍ تدريبيةٍ للمتطوعين قبل أيِّ فرصة تطوعٍ لشرح طريقة الفرصة.	٢	٢٪
١٦	ضرورة وجود مترجمين مُتفرِّغينَ ومحترفين بقَدْرٍ ما.	٢	٢٪
١٧	العناية بالجودة في تقديم الخدمة مع توفير الخدمات بشكلٍ أكبرَ للمستفيد	٢	٢٪
١٨	تبنِّي أفكارٍ ابتكاريَّةٍ، وطرقٍ جديدةٍ لتلبية احتياجات المجتمع.	٢	٢٪
١٩	تأهيل مشرفي الفُرص التطوعية والاعتماد على مشرفاتٍ ذواتِ خبرةٍ.	٢	٢٪
٢٠	تفعيل مختبرٍ مُصغَّرٍ لعمل بعض التحاليل الطبية المُهمَّة.	١	١٪
٢١	تقنين أعداد المستفيدين من المرضى أثناء الجولات الطبية.	١	١٪
٢٢	تكثيف توزيع مياه زمزم على القرى والأحياء والمساجد.	١	١٪
٢٣	توفير أماكنَ خاصّةٍ ومناسبةٍ للمتطوعين بدون مزاحمة مع المصلين.	١	١٪
٢٤	توفير أطباءَ وطاقمِ تمريضٍ لديهم الخبرة الكافية في الإسعافات، وتوفير جميعِ المستلزمات الطبية في الإسعافات والأدوية الإسعافية.	١	١٪

يلاحظ من الجدول السابق أن أبرز احتياجات جمعية زمزم في مجال التطوع جاء على رأسها" استقطاب مزيدٍ من المتطوعين، وطرح الفُرص التطوعية المناسبة والمتنوعة، وتغيير أسلوب طرح الفُرص والتوسع في التطوع في الأحياء التي لا تصل إليها خدمات جمعية زمزم(٢٢) بنسبة (٢٢٪) وتقديمُ المزيد من الدعم اللوجستي من ناحية الأجهزة والمعدات المطلوبة في التطوع الصحي الميداني بتكرار(١١) بنسبة (١١٪) وتوفير المزيد من التحفيز للمتطوعين سواءً ماديًّا أو معنويًّا، مثل المواصلات للبنات في الأحياء البعيدة بتكرار (٩) بنسبة (٩٪) والمزيد من التدريب والتأهيل للمتطوعين؛ لتحقيق المرونة والفاعلية الأكبر في التطوع بتكرار(٨) بنسبة (٨٪) وتكثيف الفُرص التطوعية بشكلٍ عامٍّ طوال السنة وليس في موسمٍ بعَيْنِهِ بتكرار(٧) بتكرار(٧٪).

٧- ما المجالات والفُرص التطوعية التي ترغب من جمعية زمزم إتاحتها في المستقبل؟

قام فريق الدراسة بتوجيهِ سؤالٍ مفتوحٍ للمتطوعين عن أهم المجالات والفُرص التطوعية التي ترغب من جمعية زمزم إتاحتها في المستقبل، وبعد حصر هذه النقاط وحساب تكراراتها جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٥٠)

المجالات والفُرص التطوعية التي ترغب من جمعية زمزم إتاحتها في المستقبل

م	ما المجالات والفُرص التطوعية التي ترغب من جمعية زمزم إتاحتها في المستقبل؟	التكرار	النسبة
١	التطوعُ لرعاية المحتاجين في منازلهم وإعانتهم صحيًّا وماديًّا.	٦	١٠٪
٢	التثقيف الصحيِّ المجتمعيِّ للتوعية بخطر الأمراض (السكري، والضغط)، وتطوع العائلة.	٥	٨٪
٣	التطوع عن بُعْدٍ من خلال تقديم استشاراتٍ طبيةٍ عن بُعْد حسب التخصص (عيادات عن بُعْد).	٥	٨٪
٤	نشر الثقافة والتوعية الصحية في المدارس والدوائر الحكومية.	٥	٨٪
٥	التطوع في موسم الحج وخدمة المعتمرين في مواسم العمرة.	٥	٨٪
٦	الجولات الميدانية وخصوصًا في الأماكن الأكثر احتياجًا.	٤	٦٪
٧	التطوع لرعاية الأيتام وذوي الاحتياجات الخاصة صحيًّا.	٤	٦٪
٨	قياس علامات الحيوية وإعطاء التطعيمات.	٣	٥٪
٩	تقديم الدعم النفسي والاجتماعي للمرضى والمستفيدين.	٣	٥٪

م	ما المجالات والفُرص التطوعية التي ترغب من جمعية زمزم إتاحتها في المستقبل؟	التكرار	النسبة
١٠	تفعيل التطوع في الأيام العالمية مثل متلازمة داون والتوحد والسكري وغيرها.	٣	٥٪
١١	التطوع في أقسام الطوارئ في المستشفيات والعيادات الخاصة.	٣	٥٪
١٢	إجراء الأبحاث الصحية والطبية.	٣	٥٪
١٣	فحص السكر والضغط والسمنة في الأماكن العامة.	٣	٥٪
١٤	تقديم الإسعافات الأولية.	٢	٣٪
١٥	التوعية من أضرار المخدرات.	١	٢٪
١٦	البرمجة وتخصصات الحاسب بشكلٍ عامٍّ.	١	٢٪
١٧	التطوع في إقامة عياداتٍ دوريَّةٍ شهريةٍ مُتنقِّلةٍ.	١	٢٪
١٨	تقديم خدماتٍ لكبار السن والأطفال.	١	٢٪
١٩	نقل ومرافقة المرضى من المنزل إلى المستشفى والعكس.	١	٢٪
٢٠	تدريب وتطوير مهارات العاملين والمتطوعين.	١	٢٪
٢١	توفير بعض التحاليل الروتينية.	١	٢٪
٢٢	توزيع مياه زمزم في المحافظات والقرى التابعة لها.	١	٢٪
٢٣	تكوين فريقٍ تدريبيٍّ مُتخصصٍ يقوم بتدريب المتطوعين وتسليم شهاداتٍ مُعتمَدةٍ للمشاركين.	١	٢٪

يلاحظ من الجدول السابق أن مجال" التطوعُ لرعاية المحتاجين في منازلهم وإعانتهم صحيًّا وماديًّا" حصل على أكثر التكرارات (٦) بنسبة (١٠٪) بينما حصل كل من المجالات: التثقيف الصحيِّ المجتمعيِّ للتوعية بخطر الأمراض (السكري، والضغط)، وتطوع العائلة. والتطوع عن بُعْدٍ من خلال تقديم استشاراتٍ طبيةٍ عن بُعْد حسب التخصص (عيادات عن بُعْد). ونشر الثقافة والتوعية الصحية في المدارس والدوائر الحكومية. والتطوع في موسم الحج وخدمة المعتمرين في مواسم العمرة. على تكرار (٥) ونسبة مئوية (٨٪)، مما يعني أهمية وأولوية تلك المجالات للمتطوعين.

التوصيات:

- تفعيلُ التدريب للمتطوعين في مجالات وفُرص التطوعِ المختلِفَةِ المطروحة بجمعية زمزم قبل الشروع في التطوع.
- تحسينُ وسائل التواصل مع المتطوعين من قِبَلِ المشرفين والمشرفات.
- توفيرُ المواصلات وخصوصًا للبنات في الجولات الميدانية.
- فتحُ فرصٍ ومجالاتٍ تطوعيّةٍ في المجال النفسي والدعم الاجتماعي.
- توفيرُ أجهزةٍ حديثةٍ ومتطورةٍ للمتطوعين في قياس العلامات الحيوية وصيانتها بشكلٍ دوريٍّ.
- إتاحةُ التطوع في مجال البرمجة والحاسب الآلي وتوفير الأدوات اللازمة.
- إتاحةُ فرصٍ تطوعيَّةٍ في مجال كتابة المُحتَوى الطبي ونشره على المجتمع.

رابعًا: استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة

- معدل الرضا العام لمزودي الخدمة عن التعامل مع جمعية زمزم:	٨٦٪

استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان مزودي الخدمة عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية، والنسبة المئوية لاستجابات مزودي الخدمة لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عينة الدراسة من فئة مزودي الخدمة

١- توصيف عينة مزودي الخدمة من حيث المدينة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم حسب المدينة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

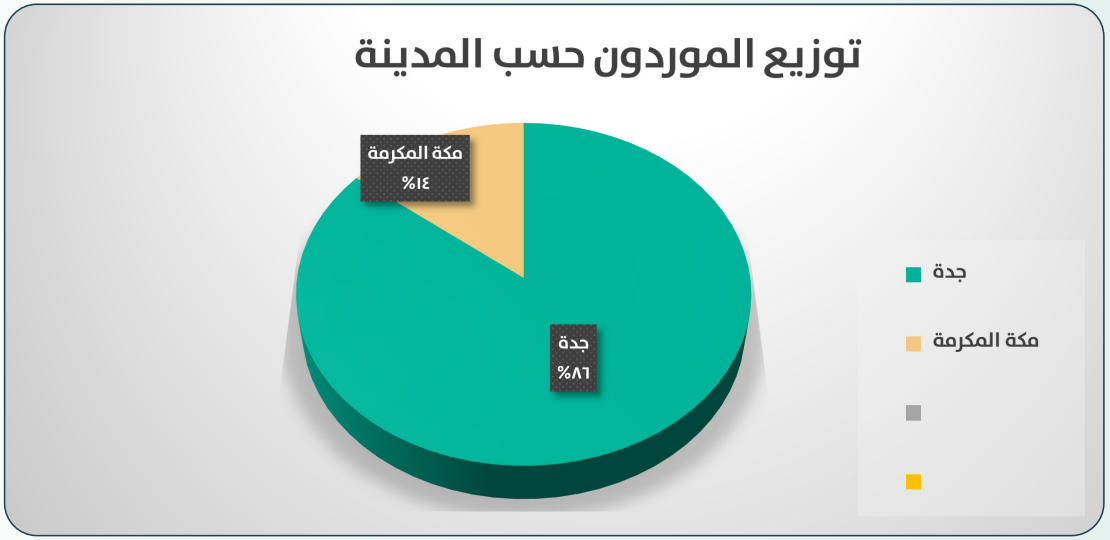
جدول (٥١)

توزيع مزودي الخدمة على حسب المدينة

المدينة	التكرار	النسبة المئوية
جدة	٦	٨٥,٧٪
مكة المكرمة	١	١٤,٣٪
الإجمالي	**٧**	**١٠٠٪**

شكل (٣٩)

توزيع مزودي الخدمة على حسب المدينة



٢- توصيف عينة الدراسة من حيث طبيعة مزود الخدمة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم حسب طبيعة مزود الخدمة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

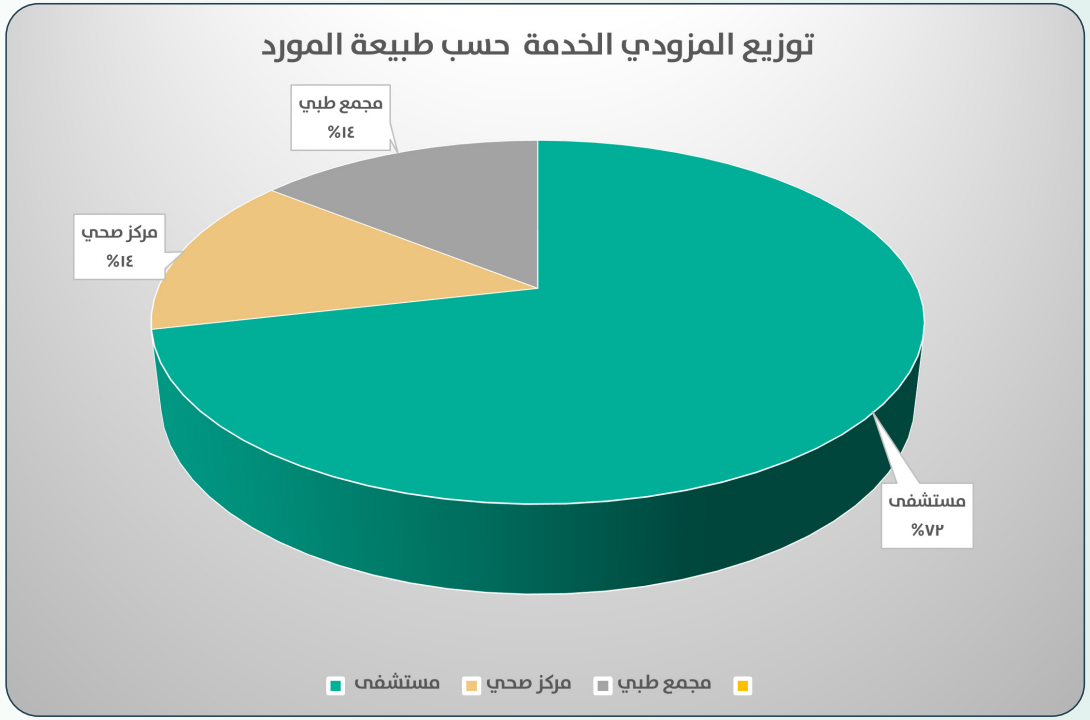
جدول (٥٢)

توزيع مزودي الخدمة حسب طبيعة مزود الخدمة

طبيعة مزود الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
مستشفى	٥	٤,١٧٪
مركز صحي	١	١٤,٣٪
مجمع طبي	١	١٤,٣٪
الإجمالي	**٧**	**١٠٠٪**

شكل (٤٠)

توزيع مزودي الخدمة حسب طبيعة مزود الخدمة



٣- توصيف عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم حسب عدد سنوات الخبرة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

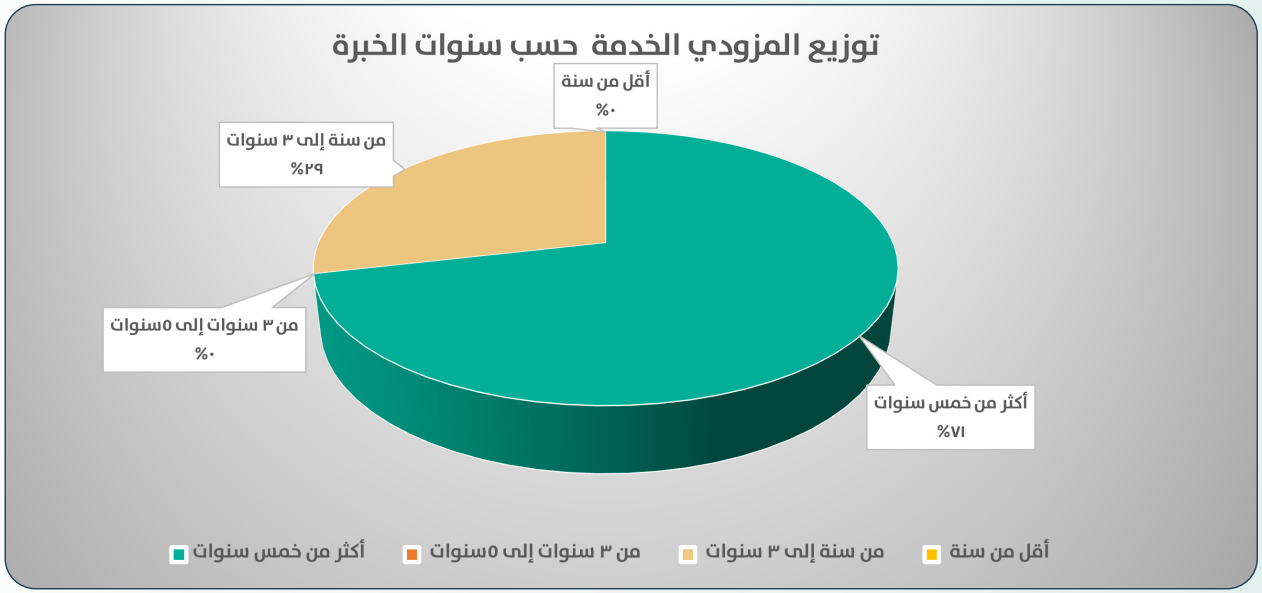
جدول (٥٣)

توزيع مزودي الخدمة حسب طبيعة مزود الخدمة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أكثر من خمس سنوات	٥	٤,١٧٪
من ٣ سنوات إلى ٥ سنوات	٠	٠٪
من سنة إلى ٣ سنوات	٢	٦,٨٢٪
أقل من سنة	٠	٠٪
الإجمالي	**٧**	**١٠٠٪**

شكل (٤١)

توزيع مزودي الخدمة حسب سنوات الخبرة



ثانيًا: استطلاع رضا مزودي الخدمة عن جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى مزودي الخدمة في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان وحساب معدل (متوسط) الرضا العام ونسبة الرضا العام، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٥٤)

استطلاع الرضا مزودي الخدمة عن جمعية زمزم

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	يهتم المسؤولون في جمعية زمزم بالتواصلِ المستمرِّ مع جهة الشراكة.	٤	٥٧٪	٣	٤٣٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٥٧	٩١٪
٢	تلتزم جمعية زمزم بمضمون ومحتوى عقد/ اتفاقية الشراكة بين جهة الشراكة وجمعية زمزم بشكلٍ عامٍّ.	٣	٤٣٪	٤	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٣	تُفعّل جمعية زمزم الأساليب التِّقنية الحديثة في التعامل مع جهة الشراكة.	٣	٤٣٪	٤	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٤	تتجاوب جمعيةُ زمزم مع طلبات واستفسارات جهة الشراكة بشكلٍ مُميَّزٍ.	٣	٤٣٪	٤	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٥	تتحلَّى جمعيةُ زمزم بالشفافية والوضوح في التعامل مع جهة الشراكة.	٤	٥٧٪	٢	٢٩٪	١	٤١٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪

م	المفردات	استطلاع الرضا								معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشدَّة		أُوافق		محايد		لا أُوافق	لا أُوافق بشدَّة		
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
٦	**تحرص جمعيةُ زمزم على استمرار العلاقة والشراكة مع جهة الشراكة في حال تميزها.**	٣	٤٣٪	٤	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٧	أعتزمُ تشجيعَ الجهات الأخرى على الشراكة والتعامل مع جمعية زمزم.	٣	٤٣٪	٤	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٨	أقيم الشراكة والتعاون مع جمعية زمزم بأنها ناجحة.	٤	٤٣٪	٣	٥٧٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٣	٨٩٪
٩	تُوفِي جمعيةُ زمزم بواجباتها ومهامها المنصوص عليها في اتفاقيتها مع جهتكم.	٣	٤٣٪	٣	٤٣٪	١	٤١٪	٠	٠٪	٤,٢٩	٨٦٪
١٠	تتَّخذ جمعيةُ زمزم إجراءاتٍ إداريةً مناسبةً في حال حدث خللٌ في التعاقد.	٢	٢٩٪	٥	٧١٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٢٩	٨٦٪
١١	تلتزم جمعية زمزم بسداد المستحقات المالية المُترتِّبة عليها لصالح جهة الشراكة.	١	١٤٪	١	١٤٪	٥	١٧٪	٠	٠٪	٣,٤٣	٦٩٪
	معدل الرضا العام	٤,٣٢									
	نسبة الرضا العام	٨٦٪									

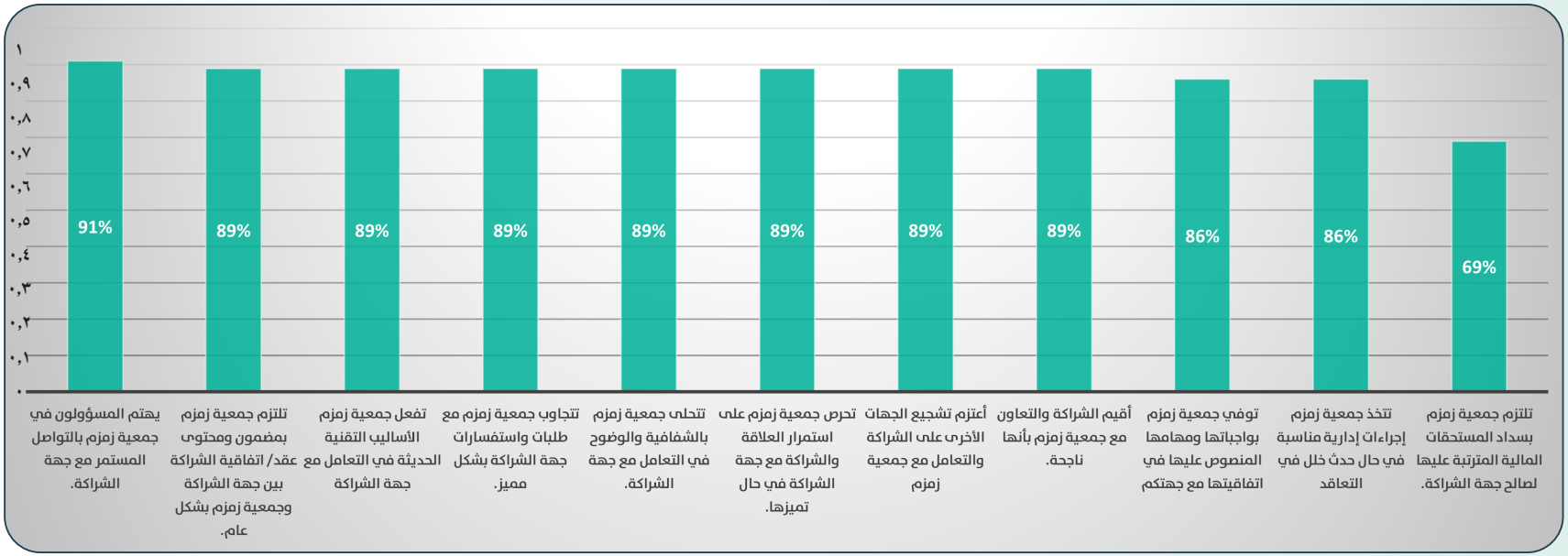
من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى مزودي الخدمة في جمعية زمزم بلغ (٢٣,٤)، بنسبة رضا عام تبلغ (٦٨٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في هذا المجال نجد أنَّ مُفْردة **"يهتم المسؤولون في جمعية زمزم بالتواصل المستمر مع جهة الشراكة"** حصلت على أعلى معدلات الرضا، حيث بلغ معدل الرضا (٧٥,٤)، ونسبة مئوية للرضا (١٩٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مفردة:

"تلتـزم جمعيـة زمـزم بمضمـون ومحتـوى عقـد/ اتفاقيـة الشراكـة بـين جهـة الشراكـة وجمعيـة زمـزم بشـكلٍ عـامٍّ"، ومفـردة: "تُفعِّـل جمعيـة زمـزم الأسـاليبَ التِّقنيـة الحديثـة في التعامـل مـع جهـة الشراكـة" ومفـردة: "تتجـاوب جمعيـة زمـزم مـع طلبـات واستفسـارات جهـة الشراكـة بشـكل مميـز"، ومفـردة: "تتحلَّى جمعيـة زمـزم بالشـفافية والوضـوح في التعامـل مـع جهـة الشراكـة"، ومفـردة: "تحـرص جمعيـة زمـزم عـلى اسـتمرار العلاقـة والشراكـة مـع جهـة الشراكـة في حـال تميزهـا"، ومفـردة: "أعتـزم تشـجيع الجهـات الأخـرى عـلى الشراكـة والتعامـل مـع جمعيـة زمـزم، ومفـردة: "أُقيِّـم الشراكـةَ والتعـاون مـع جمعيـة زمـزم بأنهـا ناجحـة" بمعـدل رضـا (٣٤,٤)، ونسـبة الرضـا (٩٨٪). في حـين جـاءت مفردتـا: "تُـوفي جمعيـة زمـزم بواجباتهـا ومهامهـا المنصـوص عليهـا في اتفاقيتهـا مـع جهتكـم". ومفـردة: "تتَّخـذ جمعيـةُ زمـزم إجـراءاتٍ إداريـةً مناسـبةً في حـال حـدث خلـلٌ في التعاقـد" كأدنى المفـردات حُصـولًا عـلى معـدلات الرضـا بمعـدل رضـا (٩٢,٤)، ونسـبة رضـا (٦٨٪).

ويُفـسر فريـق الدراسـة هـذه النتائـج في ضـوء اهتـمام جمعيـة زمـزم بتحقيـق أعـلى درجـات الشـفافية والجـودة والحوكمـة في التعامـل مـع مـزودي الخدمـة والـشركاء، وكذلـك ارتبـاط هـذه الاتفاقـات والـشراكات بمصلحـة المسـتفيد المبـاشرة الـذي تحـرص جمعيـة زمـزم بشـكلٍ كبـيرٍ عـلى خدمتـه وإفادتـه، والشـكل التـالي يُوضِّـحُ ترتيـب تلـك المفـردات.

شكل (٤٢)

استطلاع رضا مزودي الخدمة عن جمعية زمزم



من الشكل السابق يتضح اهتمام جمعية زمزم الكبير بالتواصل الجيد مع مزودي الخدمة حرصًا على سُمعة جمعية زمزم، علاوة على كون الاتفاقات في الإطار القانوني، وهذا يُفسر درجةَ الالتزام العالية لدى جمعية زمزم في الالتزام بالعقود الموقَّعة والاتفاقات المُبرَمة.

٤- ما مقترحاتك لتحسين مجال تعامل جمعية زمزم مع مزودي الخدمة؟

تم طرح سؤال على مزودي الخدمة عن أهم المقترحات التي يقدمها للجمعية لتحسين التعامل مع مزودي الخدمة، وكانت أهم المقترحات كالتالي:

- سرعة إنهاء المُطالبات المالية لمزودي الخدمة والشركاء.
- الاستمرار على نهج الشفافية والالتزام بما تم الاتفاق عليه في العقود وسداد المستحقات المادية في موعدها.
- المزيد من الحوكمة والشفافية في التعامل مع الشركاء.

خامسًا: استطلاع قياس رضا الشركاء مع جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص استطلاع قياس رضا الشركاء

- معدل رضا الشركاء عن التعامل مع جمعية زمزم:	٪٩٢

استطلاع قياس رضا الشركاء مع جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا الشركاء مع جمعية زمزم، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان الشركاء عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية، والنسبة المئوية لاستجابات الشركاء لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عينة الشركاء.

١- توصيف عينة الشركاء من حيث قطاع العمل:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للشركاء الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا الشركاء في جمعية زمزم حسب قطاع العمل كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

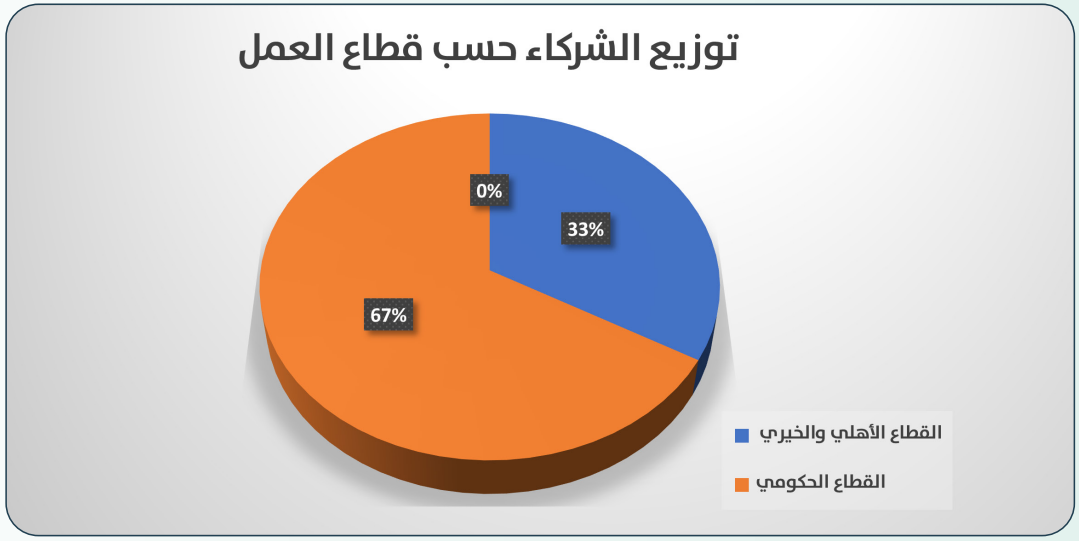
جدول (٥٥)

توزيع الشركاء حسب قطاع العمل

قطاع العمل	التكرار	النسبة المئوية
القطاع الأهلي والخيري	٣	٪٣٣,٣
القطاع الحكومي	٦	٪٦٦,٧
القطاع الخاص	٠	٪٠
الإجمالي	**٩**	**٪١٠٠**

شكل (٤٣)

توزيع الشركاء حسب قطاع العمل



٢- توصيف عينة الشركاء من حيث المدينة.

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للشركاء الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا الشركاء في جمعية زمزم حسب المدينة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

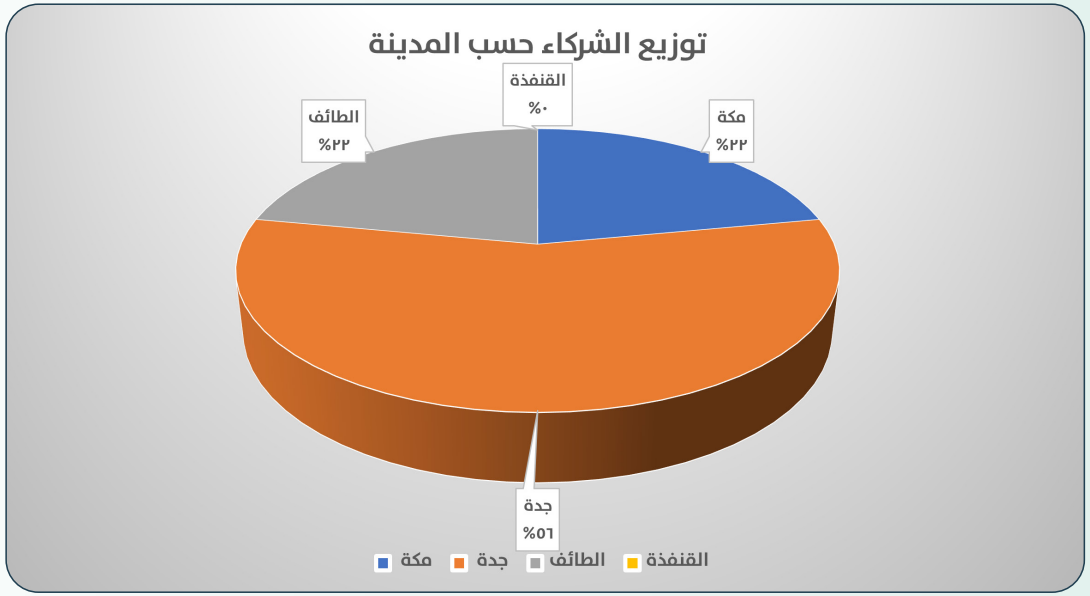
جدول (٥٦)

توزيع الشركاء حسب المدينة

قطاع العمل	التكرار	النسبة المئوية
مكة	٢	٢٢٪
جدة	٥	٥٦٪
الطائف	٢	٢٢٪
القنفذة	٠	٠٪
الإجمالي	**٩**	**١٠٠٪**

شكل (٤٤)

توزيع الشركاء حسب المدينة



٣- توصيف عينة الشركاء من حيث عدد سنوات الشراكة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للشركاء الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا الشركاء في جمعية زمزم حسب عدد سنوات الشراكة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

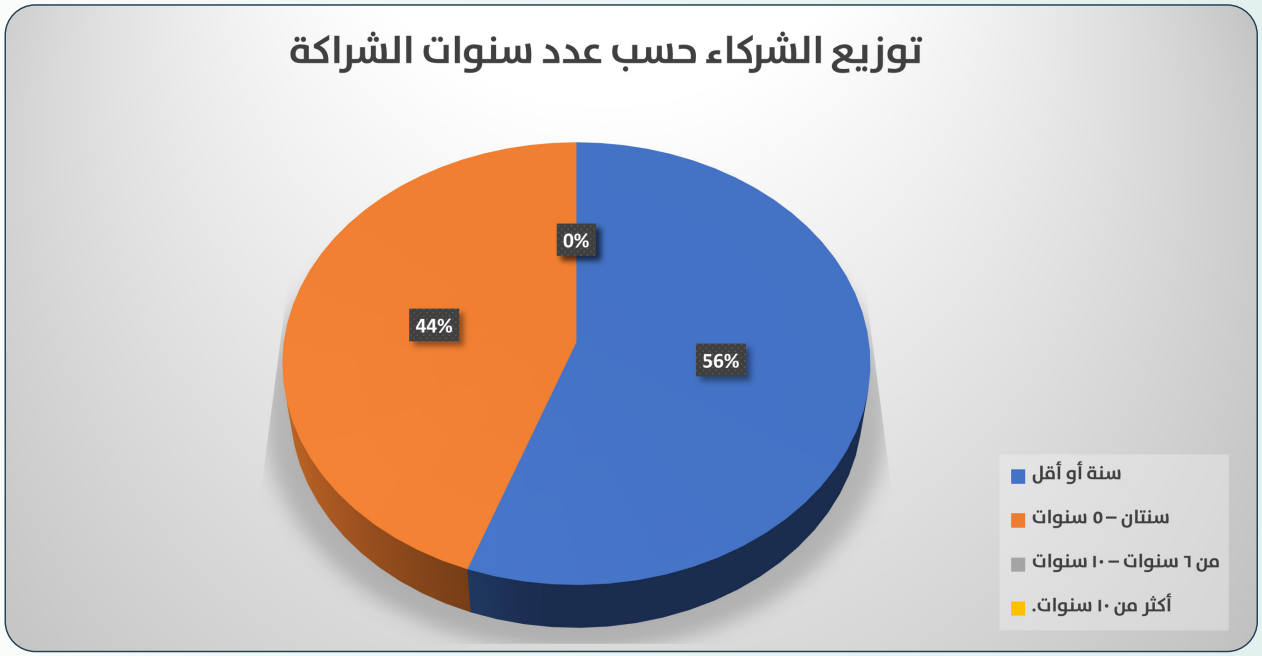
جدول (٥٧)

توزيع الشركاء حسب عدد سنوات الشراكة

عدد سنوات الشراكة	التكرار	النسبة المئوية
سنة أو أقل	٥	٥٥,٥٪
سنتان – ٥ سنوات	٤	٤٤,٥٪
من ٦ سنوات – ١٠ سنوات	٠	٠٪
أكثر من ١٠ سنوات	٠	٠٪
الإجمالي	**٩**	**١٠٠٪**

شكل (٤٥)

توزيع الشركاء حسب عدد سنوات الشراكة



ثانيًا: استطلاع رضا الشركاء عن جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى الشركاء في جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان وحساب معدل (متوسط) الرضا العام ونسبة الرضا العام، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٥٨)

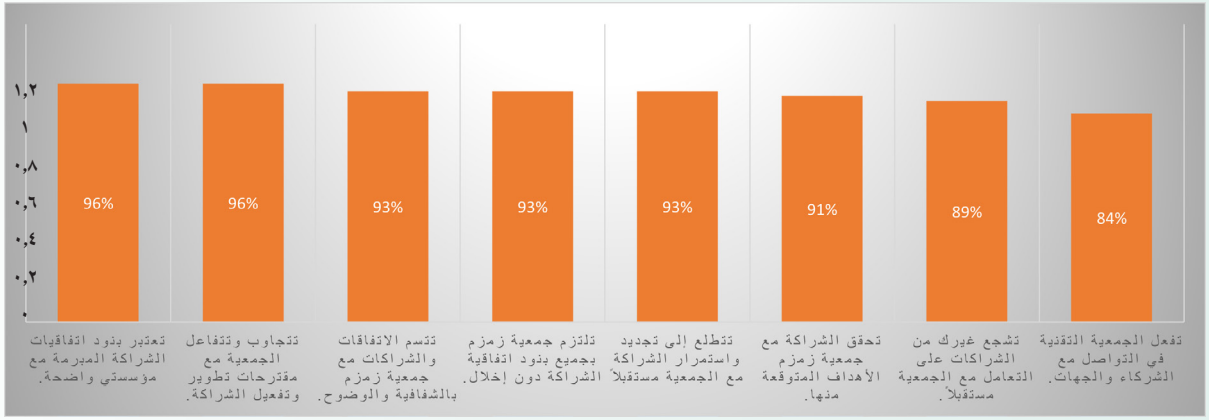
استطلاع رضا الشركاء عن جمعية زمزم

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّةٍ		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّةٍ			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	تُعتبر بنود اتفاقيات الشراكة المُبرمة مع مؤسستي واضحةً.	٧	٧٨٪	٢	٢٢٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٧٨	٩٦٪
٢	تتجاوب وتتفاعل جمعية زمزم مع مقترحات تطوير وتفعيل الشراكة.	٧	٧٨٪	٢	٢٢٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٧٨	٩٦٪
٣	تتَّسم الاتفاقات والشراكات مع جمعية زمزم بالشفافية والوضوح.	٦	٦٧٪	٣	٣٣٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٦٧	٩٣٪
٤	تلتزم جمعية زمزم بجميع بنود اتفاقية الشراكة دون إخلالٍ.	٦	٦٧٪	٣	٣٣٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٦٧	٩٣٪
٥	تتطلع إلى تجديد واستمرار الشراكة مع جمعية زمزم مُستقبلًا	٦	٦٧٪	٣	٣٣٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٦٧	٩٣٪
٦	تُحقق الشراكةُ مع جمعية زمزم الأهداف المُتوقعة منها.	٦	٦٧٪	٢	٢٢٪	١	١١٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٥٦	٩١٪
٧	تُشجع غيرك من الشراكات على التعامل مع جمعية زمزم مستقبلًا.	٥	٥٦٪	٣	٣٣٪	١	١١٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٤٤	٨٩٪
٨	تُفعِّل جمعية زمزم التِّقْنية في التواصل مع الشركاء والجهات.	٤	٤٤٪	٣	٣٣٪	٢	٢٢٪	٠	٠٪	٠	٠٪	٤,٢٢	٨٤٪
	معدل الرضا العام	٤,٦٠											
	نسبة الرضا العام	٩٢٪											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى شركاء جمعية زمزم بلغ (٤,٦٠)، بنسبة رضا عام تبلغ (٩٢٪)، وعلى مستوى المفردات الداخلية في هذا المجال نجد أن مفردتي: « **تُعتبر بنود اتفاقيات الشراكة المُبرمة مع مؤسستي واضحةً**»، ومفردة: «**تتجاوب وتتفاعل جمعية زمزم مع مقترحات تطوير وتفعيل الشراكة**» حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٤,٧٨)، ونسبة مئوية للرضا (٩٦٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت ثلاث مفردات هي: «**تلتزم جمعية زمزم بجميع بنود اتفاقية الشراكة دون إخلالٍ**»، ومفردة: «**تتَّسم الاتفاقاتُ والشراكاتُ مع جمعية زمزم بالشفافية والوضوح**»، ومفردة: «**تتطلع إلى تجديد واستمرار الشراكة مع جمعية زمزم مستقبلاً**» بمعدل رضا (٤,٦٧)، ونسبة رضا (٩٣٪). ومفردة: «**تُحقق الشراكةُ مع جمعية زمزم الأهدافَ المتوقعةَ منها**» في الترتيب الثالث بمعدل رضا (٤,٥٦)، ونسبة الرضا (٩١٪). في حين جاءت مُفْردة: «**تُفعِّل جمعية زمزم التقنية في التواصل مع الشركاء والجهات**» كأدنى المفردات حصولًا على معدلات الرضا بمعدل رضا (٤,٢٢)، ونسبة رضا (٨٤٪). والشكل التالي يوضح ترتيب تلك المفردات.

شكل (٤٦)

استطلاع رضا الشركاء عن جمعية زمزم



يمكن تفسير هذه النتائج في ضوء حرص جمعية زمزم للحفاظ على الصورة الذهنية لها في المجتمع وفي التعامل مع الشركاء، ووجود فريق للتعاقدات وإبرام الشراكات على دراية وخبرةٍ كبيرةٍ في هذا المجال.

٤- ما أبرز نقاط القوة التي تراها في الشراكة مع جمعية زمزم؟

- الالتزام والمصداقية وسرعة الإنجاز وجودة الخدمة، وتُعدُّ بحقٍّ أنموذجًا رائدًا للجمعيات الخيرية الصحية.
- التجاوب والتعاون والتفاعل الواضح.
- سرعة المبادرة والالتزام.

٥- ما الأمور التي تحتاج إلى تحسين في مجال الشراكة مع جمعية زمزم؟

- تفعيل المبادرات والفعاليات طوال العام.
- تحسين آلية التواصل المستمر والفعال مع الجمعية.

٦- ما المقترحات والمبادرات التي يمكن أن تُحسِّنَ من مستوى الشركة مستقبلاً مع جمعية زمزم؟

- تُعدُّ جمعية زمزم بمنهجيتها التطويرية مدرسةً ونموذجًا يُحتذى به.
- تفعيل العلاقات مع الجمعيات والجهات الحكومية.
- تفعيل مبادرات جديدةٍ ومُبتكَرةٍ.
- الاستمرار في تقديم الخدمات بمزيدٍ من الحوكمة والشفافية.

سادسًا: استطلاع قياس رضا المُتبرِّعين والداعمين لجمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص استطلاع قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين

استطلاع الرضا عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم للمستفيدين	٪٩٠
استطلاع الرضا عن قيام جمعية زمزم باطلاعكم على إنجازاتها وتقاريرها بشكلٍ مناسبٍ	٪٩٠
استطلاع الرضا عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتكم وطلباتكم بشفافيةٍ ووضوحٍ	٪٨٩
استطلاع الرضا عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين	٪٨٩
معدل الرضا العام	٪٩٠

استطلاع قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين لجمعية زمزم

للوصول إلى نتائج استطلاع قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين لجمعية زمزم الصحية، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان المُتبرِّعينَ والداعمين عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية والنسبة المئوية لاستجابات المُتبرِّعينَ والداعمين لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عينة الدراسة من المُتبرِّعينَ والداعمين

١- توصيف عينة المُتبرِّعينَ والداعمين حسب طبيعة المتبرع:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لطبيعة المتبرعين الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين لجمعية زمزم حسب طبيعة المتبرع كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

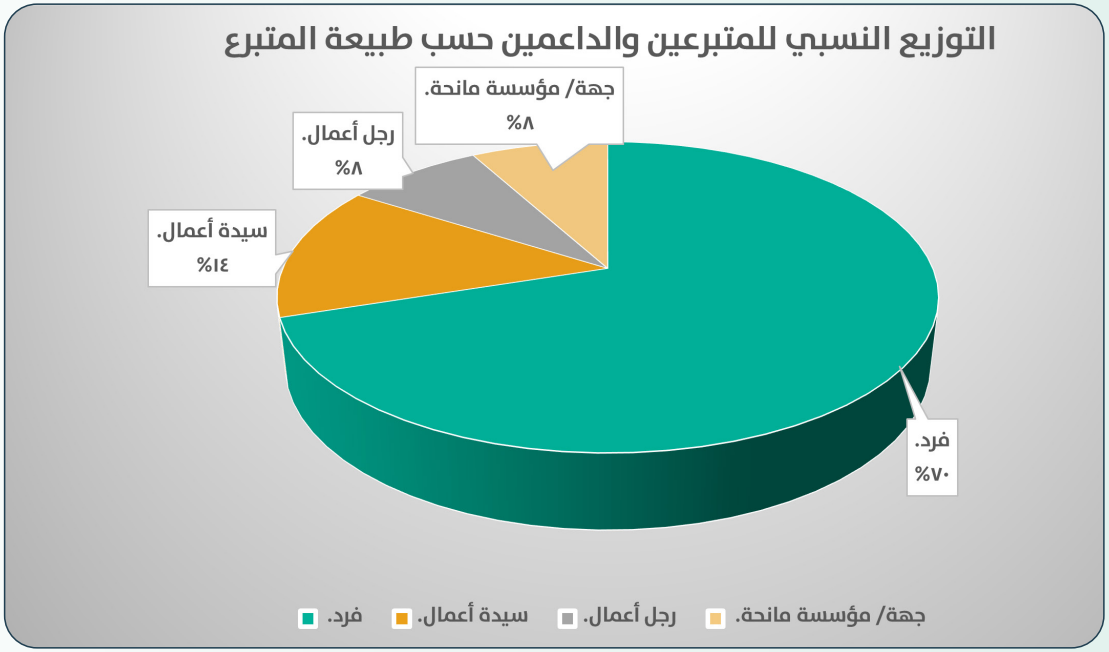
جدول (٥٩)

توزيع عينة المُتبرِّعينَ والداعمين حسب طبيعة المتبرع

طبيعة المتبرع	التكرار	النسبة المئوية
فرد	٤٢	٧٠٪
سيدة أعمال	٨	١٤٪
رجل أعمال	٥	٨٪
جهة/ مؤسسة مانحة	٥	٨٪
الإجمالي	**٦٠**	**١٠٠٪**

شكل (٤٧)

توزيع عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث طبيعة المتبرع



٢- توصيف عَيِّنَة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث المنطقة التابع:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمنطقة التابع لها المتبرعون الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين في جمعية زمزم حسب منطقة المتبرع، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

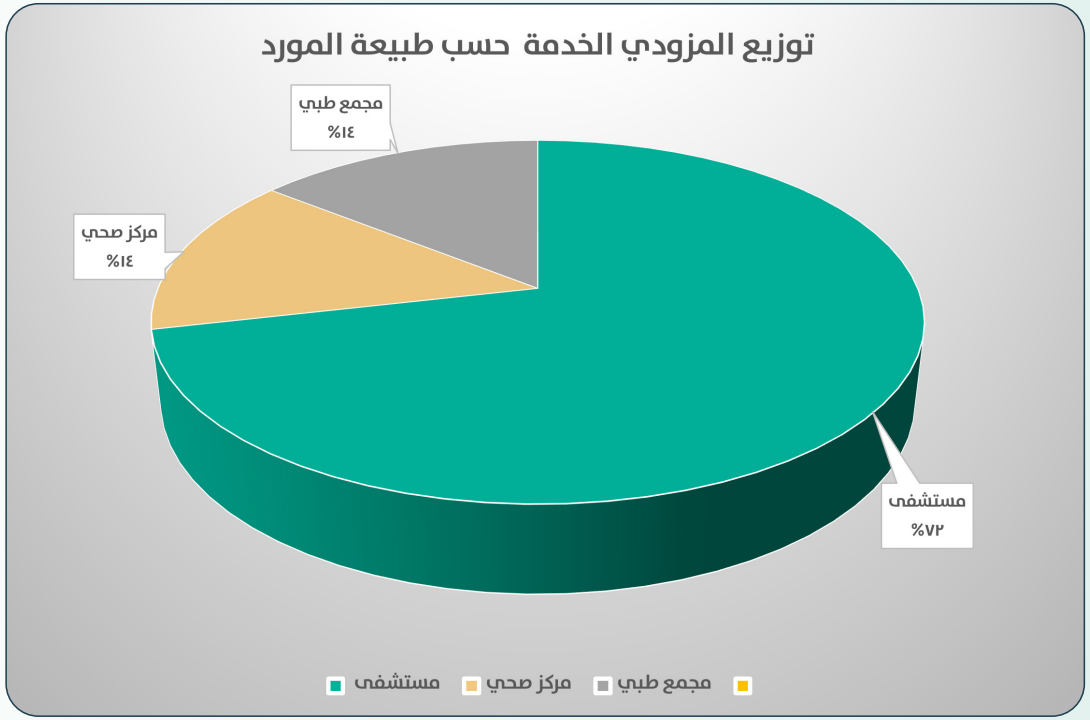
جدول (٦٠)

توزيع العينة من حيث المنطقة التي يتبع المُتبرِّعينَ والداعمين

المنطقة التابع لها المتبرع	التكرار	النسبة المئوية
الغربية	٥١	٨٥٪
الشرقية	٠	٠٪
الجنوبية	٠	٠٪
الشمالية	٠	٠٪
الوسطى	٩	١٥٪
الإجمالي	٦٠	١٠٠٪

شكل (٤٨)

توزيع عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث المنطقة



٣- توصيف عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث عدد مرات التبرع:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا مزودي الخدمة في جمعية زمزم حسب عدد سنوات الخبرة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

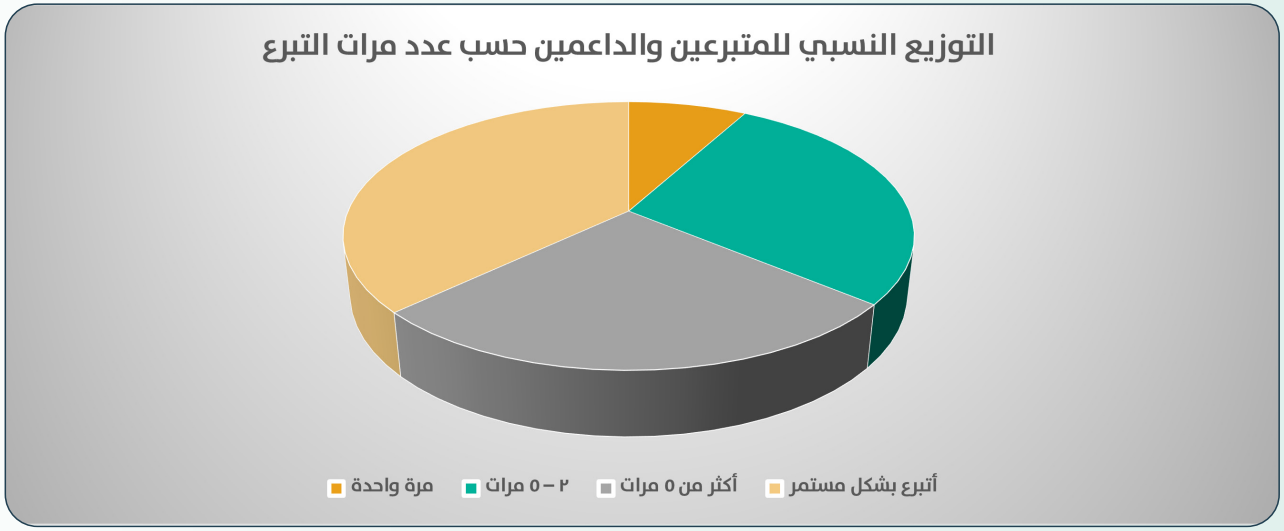
جدول (٦١)

توزيع عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث عدد مرات التبرع

عدد مرات التبرع	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	٥	٨٪
٢ – ٥ مرات	١٧	٢٨٪
أكثر من ٥ مرات	١٦	٢٧٪
أتبرع بشكلٍ مستمرٍّ	٢٢	٣٧٪
الإجمالي	**٦٠**	**١٠٠٪**

شكل (٤٩)

توزيع عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث عدد مرات التبرع



٤- نتائج عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث عدد مرات التبرع:

قام فريق الدراسة بمقارنة التكرارات والنسبة المئوية لمرات التبرع للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين في جمعية زمزم بين مناطق التبرع (الغربية والوسطى) المُتبرعً وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٦٢)

مقارنة بين المنطقة الوسطى والمنطقة الغربية حسب عدد مرات التبرع

عدد مرات التبرع	المنطقة الوسطى		المنطقة الغربية	
	عدد التكرارات	النسبة	عدد التكرارات	النسبة
مرة واحدة	١	٪١١,١١	٤	٪٧,٨
٢ – ٥ مرات	٥	٪٥٥,٥٥	١٢	٪٢١,٨
أكثر من ٥ مرات	٢	٪٢٢,٢٢	١٤	٪٢٧,٤
أتبرع بشكل مستمر	١	٪١١,١١	٢١	٪٤١,١
المجموع	٩	٪١٠٠	٥١	٪١٠٠
النسبة للعينة	٪١٥		٪٨٥	

يظهر من الجدول أن عدد المتبرعين في المنطقة الوسطى بلغ عدد (٩) أفراد بنسبة (١٥٪) من إجمالي المتبرعين وأن عدد المتبرعين في المنطقة الغربية بلغ (٨٥٪) من إجمال المتبرعين، وهذا يدفعنا للقول بأن الجمعية تحتاج لمزيد من الدعم والإعلام بالمنطقة الوسطى وأن نسبة وصول الجمعية لهذه المنطقة غير واضحة بشكل كبير، ونوصي بمزيد من التركيز للوصول لهذه المنطقة بوسائل متنوعة ومختلفة.

كما يظهر من الجدول أن نسبة من يتبرعون بشكل مستمر في المنطقة الغربية بلغ (٢١) من (٥١) ما نسبته (٤١,١٪) وهي نسبة مرتفعة لحد كبير بما يدل على وصول خدمات الجمعية للناس بالمنطقة الغربية وتعرفهم على مجهوداتها واستمرارية دعمهم لها، بينما في المنطقة الوسطى كانت أعلى الاستجابات لخيار من (٢-٥) مرات وهذا يدل على ضعف الوصول للمتبرعين والداعمين في هذه المنطقة من قبل الجمعية.

٥- نتائج عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث الطريقة المفضلة للتبرع:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للطريقة المفضلة للتبرع للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين في جمعية زمزم كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٦٣)

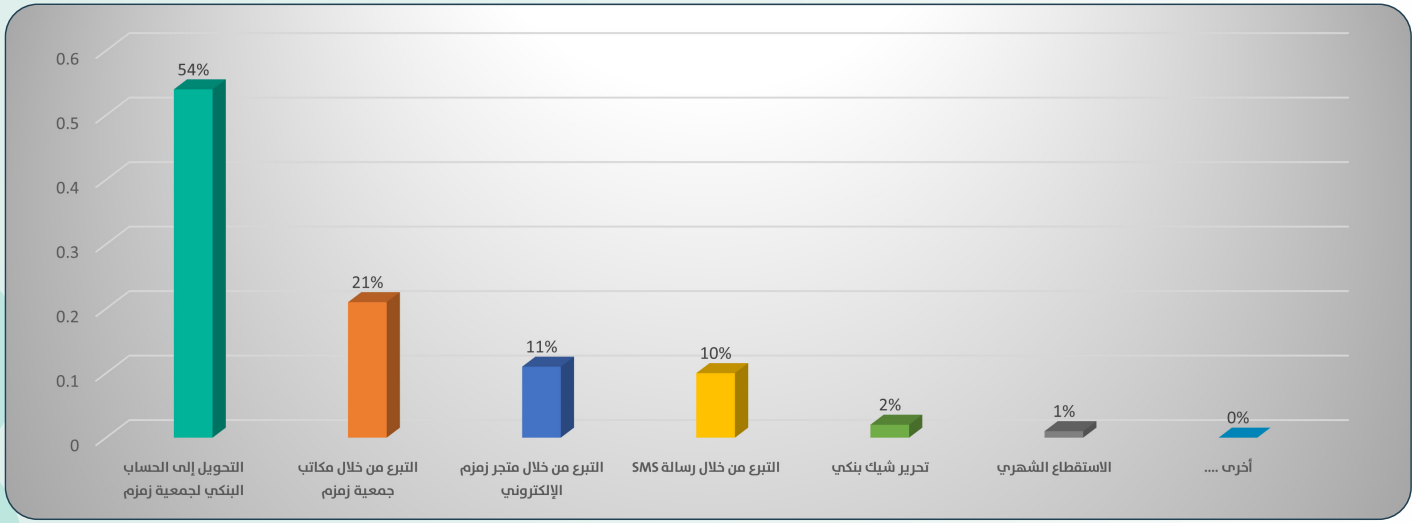
عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث الطريقة المُفضَّلة للتبرع

م	الطريقة المناسبة للتبرع	التكرار	النسبة
١	التحويل إلى الحساب البنكي لجمعية زمزم	٤٨	٥٤٪
٢	التبرع من خلال مكاتب جمعية زمزم	١٩	٢١٪
٣	التبرع من خلال متجر زمزم الإلكتروني	١٠	١١٪
٤	التبرع من خلال رسالة SMS	٩	١٠٪
٥	تحرير شيك بنكي	٢	٢٪
٦	الاستقطاع الشهري	١	١٪
٧	أخرى.	٠	٠٪

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ المُتبرِّعينَ والداعمين يُفضلون التحويلَ إلى الحساب البنكي لجمعية زمزم بنسبة (٥٤٪) يليها مباشرة التبرع من خلال مكاتب جمعية زمزم بنسبة (٢١٪) ثم التبرع من خلال متجر زمزم الإلكتروني بنسبة (١١٪)، يليها التبرع من خلال رسالة (SMS) بنسبة (١٠٪)، أما تحرير شيكٍ بنكيٍّ فجاءت بنسبة (٢٪) وأخيرًا الاستقطاع الشهري (١٪). والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك الوسائل.

شكل (٥٠)

الطريقة التي يُفضلها المتبرعون للتبرع للجمعية



يتبين من الشكل السابق تفضيلُ المُتبرِّعينَ والداعمين للتبرع من خلال التحويل البنكي أو من خلال مكاتب التعريف بجمعية زمزم، ثم التبرع من خلال متجر زمزم الإلكتروني، ونسبة منهم بالرسائل النصية، وهو ما يعني المزيد من العناية بالحملات المُوجَّهة للأفراد للتبرع للجمعية، وتحسين المتجر الإلكتروني للجمعية بشكلٍ مستمرٍّ.

٦- من حيث البرامج والخدمات الصحية التي تتبرع لها:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للبرامج والخدمات الصحية للذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين في جمعية زمزم حسب منطقة المتبرع كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٦٤)

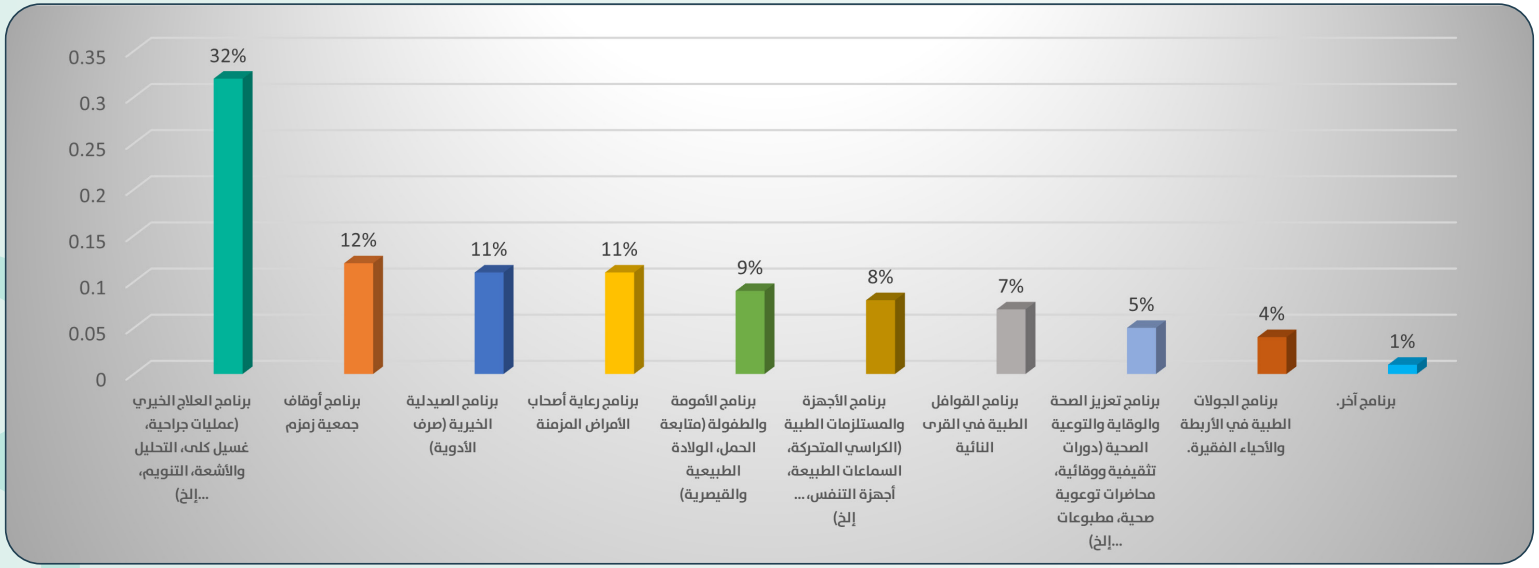
المتبرعون والداعمون من حيث البرامج والخدمات الصحية التي تبرعوا لها

م	البرامج والخدمات الصحية	التكرار	النسبة
١	برنامج العلاج الخيري (عمليات جراحية، غسيل كُلى، التحليل والأشعة، التنويم، ...إلخ).	٥٠	٣٢٪
٢	برنامج أوقاف جمعية زمزم.	١٨	١٢٪
٣	برنامج الصيدلية الخيرية (صرف الأدوية).	١٧	١١٪
٤	برنامج رعاية أصحاب الأمراض المُزمِنة.	١٧	١١٪
٥	برنامج الأُمومة والطفولة (متابعة الحمل، الولادة الطبيعية والقَيْصَريَّة).	١٤	٩٪
٦	برنامج الأجهزة والمستلزمات الطبية (الكراسي المتحركة، السماعات الطبيعة، أجهزة التنفس، ... إلخ).	١٢	٨٪
٧	برنامج القوافل الطبية في القُرى النائية.	١١	٧٪
٨	برنامج تعزيز الصحة والوقاية والتوعية الصحية (دورات تثقيفيَّة ووقائية، محاضرات توْعَويَّة صحية، مطبوعات ...إلخ).	٨	٥٪
٩	برنامج الجولات الطبية في الأربطة والأحياء الفقيرة.	٧	٤٪
١٠	برنامج آخر.	٢	١٪

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ برنامج العلاج الخيري (عمليات جراحية، غسيل كُلى، التحليل والأشعة، التنويم، ...إلخ) جاء على رأس البرامج التي يُفضلها المتبرعون بنسبة (٣٢٪)، ثم برنامج أوقاف جمعية زمزم بنسبة (١٢٪)، ثم برنامج الصيدلية الخيرية (صرف الأدوية) وبرنامج رعاية أصحاب الأمراض المزمنة بنسبة (١١٪)، يليها برنامج الأُمومة والطفولة (متابعة الحمل، الولادة الطبيعية والقَيْصَريَّة) بنسبة (٩٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك البرامج.

شكل (٥١)

المتبرعون والداعمون من حيث البرامج والخدمات الصحية التي تبرعوا لها



يتبيَّن من الشكل السابق إقبالُ المُتبرِّعينَ والداعمين على برامج جمعية زمزم بشكلٍ عامٍّ، وإن كان برنامج العلاج الخيري هو الأكثر استحواذًا على تبرع هذه الفئة، وتُشير هذه النتائج إلى اهتمام المُتبرِّعينَ ببرنامج أوقاف جمعية زمزم مما يُوحي باستشعارهم أهمية الاستدامة المالية، ويمكن للجمعية استثمارُ هذه النقطة في المستقبل.

٧- من حيث وسيلة التواصل المُناسبة للمتبرع:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية من حيث وسيلة التواصل المُناسبة للمتبرع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا المُتبرِّعينَ والداعمين في جمعية زمزم حسب منطقة المتبرع كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٦٥)

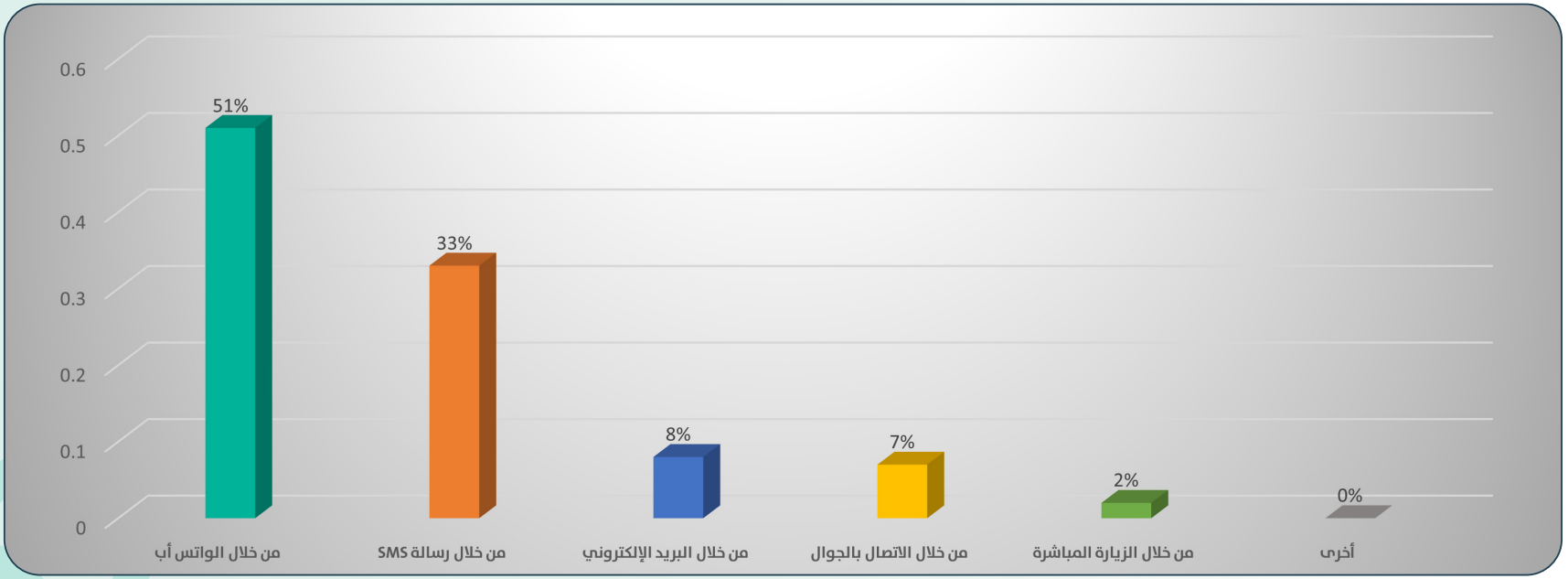
عينة المُتبرِّعينَ والداعمين من حيث وسيلة التواصل المناسبة للمُتبرِّع

وسيلة التواصل المناسبة للمتبرع	التكرار	النسبة
من خلال الواتس أب	٥٤	٥١٪
من خلال رسالة SMS	٣٥	٣٣٪
من خلال البريد الإلكتروني	٨	٨٪
من خلال الاتصال بالجوال	٧	٧٪
من خلال الزيارة المباشرة	٢	٢٪
أخرى	٠	٠٪

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ الوسيلةَ الأولى التي يُفضِّلُها المتبرعون والداعمون في التواصل هي الواتس أب بنسبة (٥١٪)، ثم رسائل (SMS) بنسبة (٣٣٪)، وتأتي بعدهما بقية الوسائل، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك الوسائل.

شكل (٥٢)

تفضيل المُتبرِّعينَ لوسيلة التواصل المناسبة للمتبرع



يتبيَّن من الشكل السابق اهتمامُ فئةِ المُتبرِّعينَ بالتواصل عبر الواتس أب، وأنها وسيلة مُحبَّبةٌ لديهم وسهلةٌ، ولكن في التعاملات الرسمية يُفضل الإيميل الرسمي، علاوة على استخدام الرسائل النصية.

٨- نتائج عينة الدراسة من حيث وسيلة التواصل المُناسبة للمتبرع:

قام فريق الدراسة بمقارنة المنطقة الوسطى والمنطقة الغربية من حيث وسيلة التواصل المناسبة للمتبرع، وكانت الاستجابة من خلال إمكانية اختيار أكثر من خيار من الخيارات التالية (الواتس آب - البريد الإلكتروني - SMS - أخرى). وكانت النتائج كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٦٦)

مقارنة بين المنطقة الوسطى والمنطقة الغربية

طريقة التواصل	المنطقة الوسطى	المنطقة الغربية
	عدد التكرارات	عدد التكرارات
الواتس آب	٥	٤٩
البريد الإلكتروني	٤	٤
SMS	٤	٢٢
الاتصال بالجوال	٠	٧
الزيارة المباشرة	٠	٢
أخرى	١	١

يظهر من الجدول أن (٥) أفراد من تسعة بالمنطقة الوسطى يفضلون التواصل عن طريق الواتس آب و(٤) يفضلون البريد الإلكتروني و(٤) يفضلون رسائل SMS وفرد واحد اختار وسيلة أخرى لم يذكرها بينما في المنطقة الغربية كان عدد من اختار وسيلة التواصل عبر الواتس أب (٤٩) من (٦٠) وعبر رسائل SMS (٢٢) من (٦٠) و (٧) من خلال الاتصال بالجوال و(٤) عبر البريد الإلكتروني وفردان من خلال الزيارة المباشرة وفرد واحد اختار وسيلة أخرى.

ويظهر من تلك النتائج أن التواصل عبر الواتس آب هو أكثر وسائل التواصل مع الجمعية استخداما وذلك لسهولة هذه الطريقة وأنها متاحة لمعظم الداعمين والمتبرعين يليها وسيلة SMS.

ثانيًا: استطلاع رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب مستوى الرضا لدى المُتبرِّعينَ والداعمين لجمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام ونسبة الرضا العام، كالتالي:

١- رضاك عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم للمستفيدين:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤالٍ للمتبرعين والداعمين عن مدى رضاك عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم للمستفيدين، وبحساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسط العام للمفردة جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٦٧)

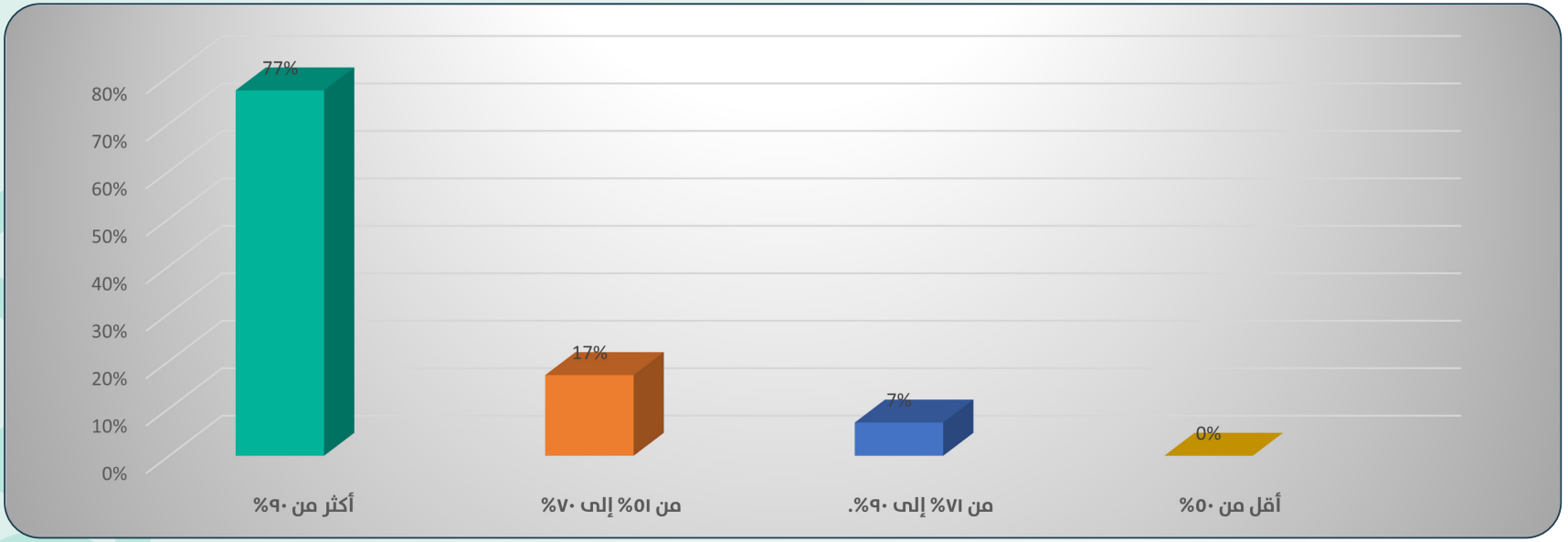
مستوى الرضا عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعيةُ زمزم

رضاك عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم	التكرار	نسبة الرضا
أكثر من ٩٠٪	٤٦	٧٧٪
من ٥١٪ إلى ٧٠٪	١٠	١٧٪
من ٧١٪ إلى ٩٠٪.	٤	٧٪
أقل من ٥٠٪	٠	٠٪
الإجمالي	٦٠	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٦٠		
نسبة الرضا العام ٩٠٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن هذه المفردة (٣,٦٠)، بنسبة رضا (٩٠٪)، وأن ٧٧٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين جاء مستوى رضاهم عن جودة الخدمات والبرامج الصحية التي تُقدِّمها جمعية زمزم بأكثر من ٩٠٪، وجاء مستوى رضا ٧٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين ما بين (٧١٪ إلى ٩٠٪)، وأن ١٧٪ جاء مستوى رضاهم عن جودة الخدمة ما بين (٥١٪ إلى ٧٠٪)، ولا يوجد تقييم أقل من ٥٠٪. كما في الشكل التالي:

شكل (٥٣)

استطلاع رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن جودة الخدمات المُقدَّمة



يُوضّح الشكل السابق أنَّ نسبةَ رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن الخدمات التي تُقدَّم للمستفيد عاليةٌ حيث وصلت إلى ٧٧٪، وهذه النسبة تقترب من نسبة رضا المستفيدين أنفسهم، حيث جاء تقييم ٧٩٪ من المستفيدين بأكثر من ٩٠٪، وهو ما يُشير إلى أن جمعية زمزم بشكلٍ عامٍّ تسير على الطريق الصحيح، وتسعى لتحسين وتجويد الخدمات المقدَّمة بشكلٍ مُستمرٍّ.

٢- رضاك عن قيام جمعية زمزم باطلاعكم على إنجازاتها وتقاريرها بشكلٍ مناسبٍ:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤالٍ للمتبرعين والداعمين للتعرف على مدى الرضا عن قيام جمعية زمزم باطلاعهم على إنجازاتها وتقاريرها بشكلٍ مناسبٍ، وبحساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسط العام للمفردة جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٦٨)

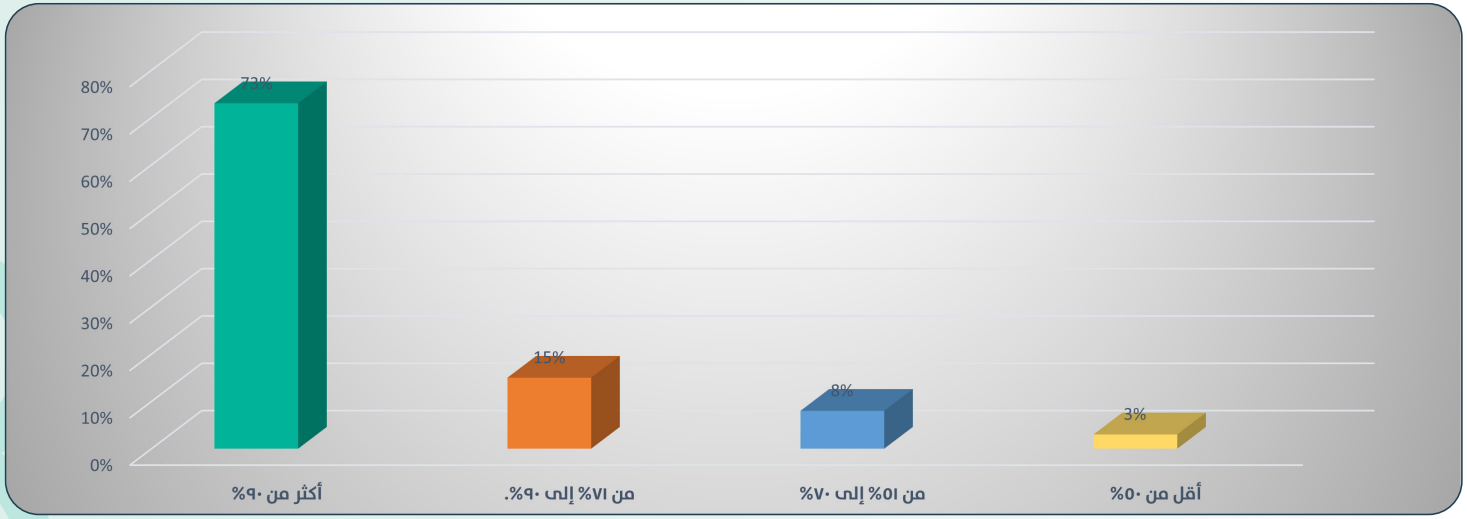
مستوى الرضا عن قيام جمعية زمزم باطلاع المتبرعين والداعمين على التقارير

رضاك عن قيام جمعية زمزم باطلاعكم على إنجازاتها وتقاريرها بشكل مناسب	التكرار	نسبة الرضا
أكثر من ٩٠٪	٤٤	٧٣٪
من ٧١٪ إلى ٩٠٪.	٩	١٥٪
من ٥١٪ إلى ٧٠٪	٥	٨٪
أقل من ٥٠٪	٢	٣٪
الإجمالي	٦٠	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٥٨		
نسبة الرضا العام ٩٠٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن هذه المُفردة (٣,٥٨)، بنسبة رضا (٩٠٪) وأن ٧٣٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين جاء مستوى رضاهم عن قيام جمعية زمزم باطلاعهم على إنجازاتها وتقاريرها بشكلٍ مناسبٍ بأكثر من ٩٠٪، وجاء مستوى رضا ١٥٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين ما بين (٧١٪ إلى ٩٠٪)، كما أن ٨٪ جاء مستوى رضاهم ما بين (٥١٪ إلى ٧٠٪)، و٣٪ فقط كانت استطلاع رضاهم أقل من ٥٠٪، كما في الشكل التالي:

شكل (٥٤)

استطلاع رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن الاطلاع على التقارير والإنجازات



يُفسر فريق الدراسة النتائج السابقة بحرص جمعية زمزم الواضحِ على نشر التقارير والإنجازات والتواصل بشأنها مع المهتمين وأصحاب الشأن، حيث إن نسبة الرضا في هذا الجانب جاءت عاليةً بنسبة ٩٠٪ إلا إن هناك نسبةً أشارت إلى أقل من ٥٠٪ في هذا الشأن، وهم يُشكّلون ٣٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين، ويُمكن بمزيدٍ من الاهتمام والتواصل أن تختفي هذه النسبة البسيطة تمامًا.

٣- رضاك عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتكم وطلباتكم بشفافية ووضوح:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤال للمتبرعين والداعمين عن مدى رضاك عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتكم وطلباتكم بشفافية ووضوح، وبحساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسط العام للمفردة جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٦٩)

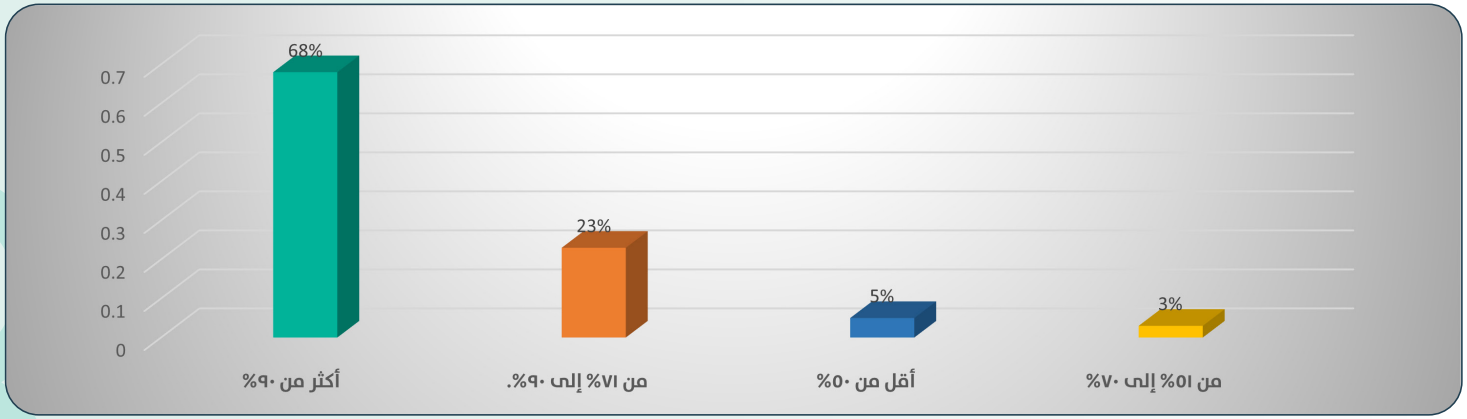
مستوى الرضا عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتكم وطلباتكم بشفافية ووضوح

رضاك عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتكم وطلباتكم بشفافية ووضوح	التكرار	نسبة الرضا
أكثر من ٩٠٪	٤١	٦٨٪
من ٧١٪ إلى ٩٠٪.	١٤	٢٣٪
أقل من ٥٠٪	٣	٥٪
من ٥١٪ إلى ٧٠٪	٢	٣٪
الإجمالي	٦٠	١٠٠,٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٥٥		
نسبة الرضا العام ٨٩٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن هذه المفردة (٣,٥٥)، بنسبة رضا (٨٩٪) وأن ٦٨٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين جاء مستوى رضاهم عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحاتهم وطلباتهم بشفافية ووضوح بأكثر من ٩٠٪، وجاء مستوى رضا ٢٣٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين **ما بين (٧١٪ إلى ٩٠٪)، كما أن ٣٪ جاء مستوى رضاهم ما بين (٥١٪ إلى ٧٠٪)، و٥٪ فقط كانت استطلاع رضاهم أقل من ٥٠٪. كما في الشكل التالي:**

شكل (٥٥)

استطلاع رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن تجاوب جمعية زمزم مع مقترحات وطلبات المُتبرِّعينَ والداعمين



يُفسّر فريق الدراسة تجاوُبَ جمعيةِ زمزم مع مقترحات وطلبات المُتبرِّعينَ والداعمين المميز، بأنه يعكس رغبةَ جمعية زمزم في التطوير والتجديد بشكلٍ مستمرٍّ والوصول إلى مستوًى عالٍ من الحَوْكَمةِ والتميُّز المُؤسَّسي.

٤- رضاك عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين:

قام فريق الدراسة بتوجيه سؤال للمتبرعين والداعمين عن مدى رضاك عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين، وبحساب التكرارات، والنسبة المئوية، والمتوسط العام للمفردة جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٧٠)

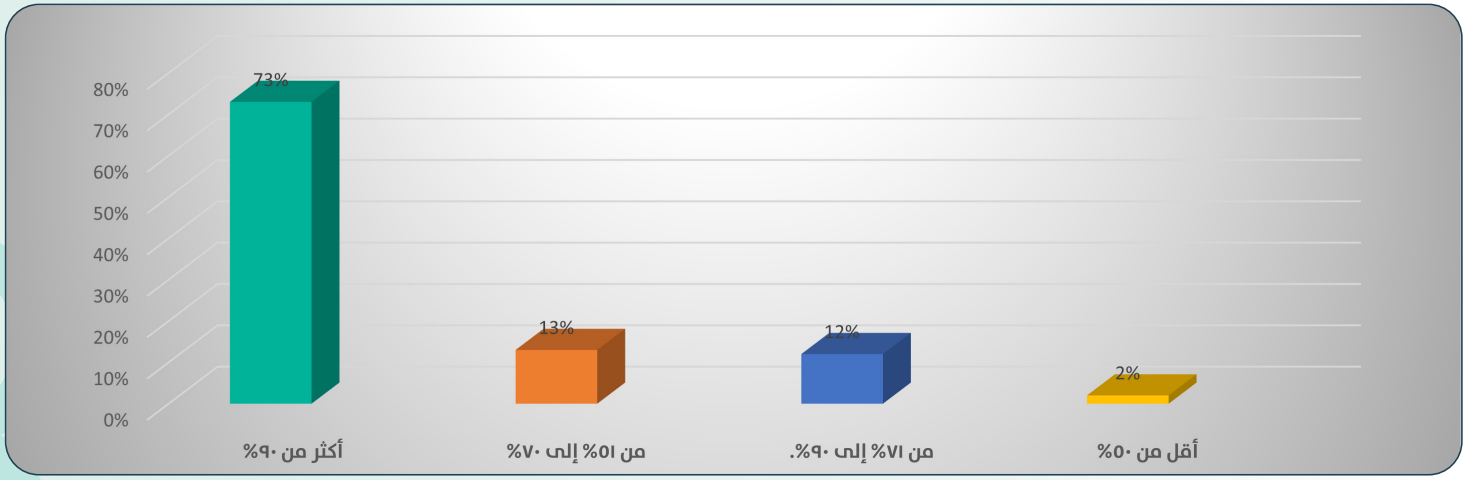
استطلاع الرضا عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين

رضاك عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين	التكرار	نسبة الرضا
أكثر من ٩٠٪	٤٤	٧٣٪
من ٥١٪ إلى ٧٠٪	٨	١٣٪
من ٧١٪ إلى ٩٠٪.	٧	١٢٪
أقل من ٥٠٪	١	٢٪
الإجمالي	٦٠	١٠٠٪
متوسط الرضا العام ٣,٥٧		
نسبة الرضا العام ٨٩٪		

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ متوسط الرضا العام عن هذه المُفردة (٣,٥٧)، بنسبة رضا (٨٩٪)، وأن ٧٣٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين جاء مستوى رضاهم عن الصورة الذهنية للجمعية لدى المُتبرِّعينَ والداعمين بأكثر من ٩٠٪، وجاء مستوى رضا ١٢٪ من المُتبرِّعينَ والداعمين ما بين (٧١٪ إلى ٩٠٪)، كما أن ١٣٪ جاء مستوى رضاهم ما بين (٥١٪ إلى ٧٠٪)، و٢٪ فقط كانت استطلاع رضاهم أقل من ٥٠٪. كما في الشكل التالي:

شكل (٥٦)

استطلاع رضا المُتبرِّعينَ والداعمين عن الصورة الذهنية للجمعية



يرجع فريق الدراسة تمتع الجمعية بصورة ذهنية جيدة عند المُتبرِّعينَ والداعمين، إلى ما تتمتع به الجمعية من شفافية ومصداقية في التعامل مع المُتبرِّعينَ والداعمين، وهذا يُشكِّلُ تحديًا أمام جمعية زمزم في الحفاظ المستمر على هذه الصورة وتحسينها بشكلٍ دائمٍ، وعدم التراجع أو النزول عن هذا المستوى.

٥- ما أبرز احتياجات جمعية زمزم لتطوير منظومة التعامل مع الداعمين والمُتبرِّعينَ من وجهة نظرك؟

تم طرح تساؤلٍ عن أبرز احتياجات جمعية زمزم لتطوير عملية التعامل مع الداعمين والمُتبرِّعينَ من وجهة نظرهم، وكانت النتائج كالتالي:

١- إقامة اجتماعاتٍ دوريَّةٍ عن بُعْدٍ أو حُضوريًّا مع المُتبرِّعينَ والداعمين.

٢- مزيد من السعي للحصول على جوائز التميُّز على مستوى المملكة.

٣- متابعة إرسال التقارير إلى المُتبرِّعينَ والداعمين.

٤- تسهيل عمليات التبرع السريع بدون الحاجة لإدخال بريدٍ إلكتروني ورقمٍ سري.

٥- المزيد من العناية بالناحية الإعلامية والحضور المُكثَّف على منصات التواصل.

٦- الاعتماد على التقارير المصورة للمشروعات القائمة وتطوراتها.

٧- التواصل المستمر مع ذوي الخبرة الطبية والكفاءات الصحية.

٨- توفير العلاج المُتكامل للمرضى دون الحاجة لتقسيم فاتورة العلاج.

٦- ما أبرز المبادرات التي ترغب أن تنفذها جمعية زمزم في الفترة القادمة؟

تم طرح تساؤل عن أبرز المبادرات التي ترغب أن تنفذها جمعية زمزم في الفترة القادمة على المُتبرِّعينَ والداعمين، وكانت النتائج كالتالي:

١. إتاحة فرصٍ تطوعيةٍ لطلاب المدارس الثانوية في خدمات جمعية زمزم المختلفة.

٢. التركيز على المستفيد بشكلٍ أكبرَ وأعْمقَ، وإدخالُ شرائحَ جديدةٍ مثل أصحاب الإقامات المُنتهية.

٣. إدخال إدارة المعرفة المباشرة وغير المباشرة من مسيرة زمزم للقطاع الصحي على المستوَيَيْنِ المحلي والعالمي.

٤. تفعيل دورات الإسعافات الأولية ونشرها في المجتمع والأماكن العامة.

٥. إيجاد آليةٍ لسرعة استقبال وفرز الحالات الخطيرة والمستحقَّة.

٦. التعاون مع الجمعيات الخاصة بالمُسنِّينَ وأُسر السجناء ودور رعاية الأيتام.

٧. الاتفاق مع مراكز التسوق التجاري على اختلاف أنواعها للتبرع بالهللة لصالح جمعية زمزم.

٨. نشر منشوراتٍ طبيةٍ توعويَّةٍ للمجتمع يُسهم فيها كُتَّابُ المحتوى المتخصصون.

٩. عقد الاتفاقيات للتعاون مع الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع.

١٠. إطلاق بودكاست زمزم لاستضافة المتخصصين وتسجيل لقاءات معهم ونشرها بوسائل التواصل.

١١. استهداف وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ مُكثَّفٍ بالتوعية الصحية بوسائل مختلفة.

١٢. تلقي زكاة الأموال للمُشاركة في العلاج الخيري ووقف زمزم.

١٣. التعاون مع مراكز ومستشفيات علاج مرضى السرطان ومرضى الكُلى وخاصة للمقيمين.

١٤. تفعيل فكرة القَرْضِ الحَسَنِ من قِبَلِ جمعية زمزم للمستفيد، ويمكن ردُّه على دفعات.

١٥. مشاركة زمزم في المعارض والملتقيات والأيام العالمية والوطنية التي تتميَّز بالحضور الجماهيري.

سابعًا: استطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية

ملخص نتائج قياس رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم

استطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم	٨٥٪
مُعدَّل الرضا العام لدى أفراد المجتمع	٨٧٪

استطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم

للوصول إلى نتائج قياس رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم، قام فريق الدراسة بتحليل الدرجات الخام التي حصل عليها من خلال تطبيق استبيان أفراد المجتمع عن طريق الاستبيان الإلكتروني في تطبيقات جوجل، وذلك من خلال حساب متوسطات الرضا الحسابية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد المجتمع لكل مُفْرَدَةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وكذلك حساب المتوسط الحسابي العام للرضا، ونعرض النتائج في التالي:

أولًا: توصيف عينة الدراسة من أفراد المجتمع

١- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث المدينة:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب المدينة كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

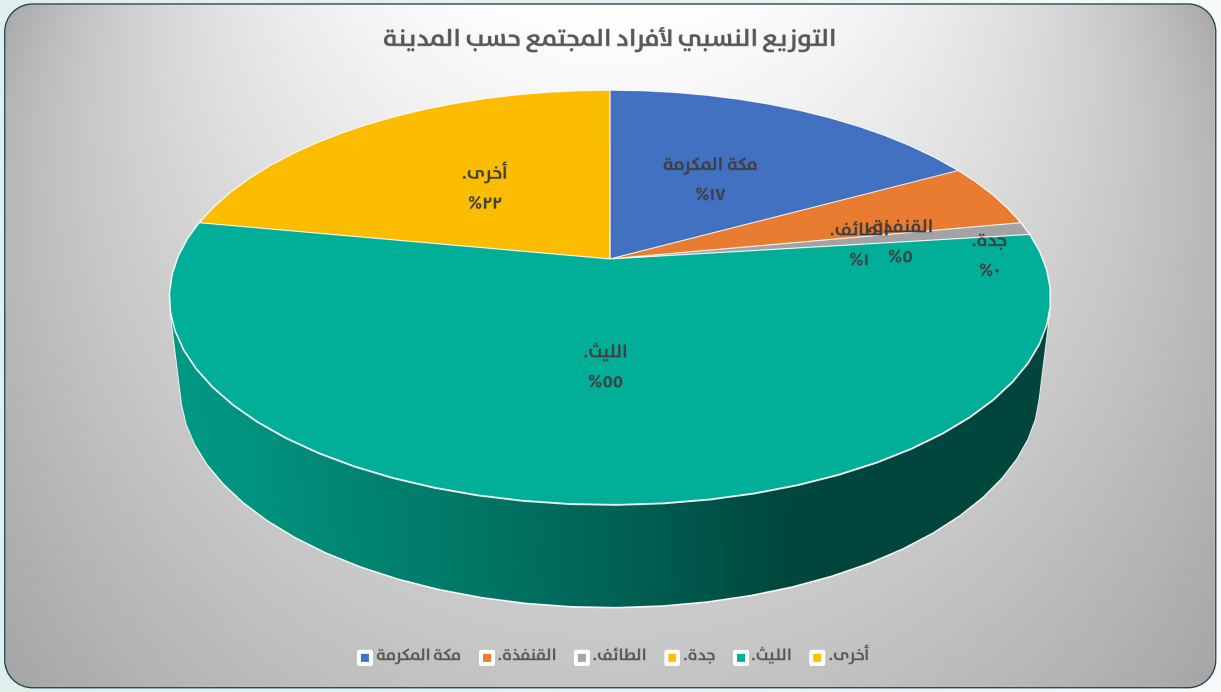
جدول (٧١)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث المدينة

المدينة	التكرار	النسبة المئوية
مكة المكرمة	٧٨	٪١٧
القنفذة	٥	٪٥
الطائف	١٦	٪١
جدة	١٩٥	٪٠
الليث	١	٪٥٥
أخرى	٦٠	٪٢٢
الإجمالي	٣٥٥	**٪١٠٠**

شكل (٥٧)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث المدينة



٢- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث الجنس:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب الجنس، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

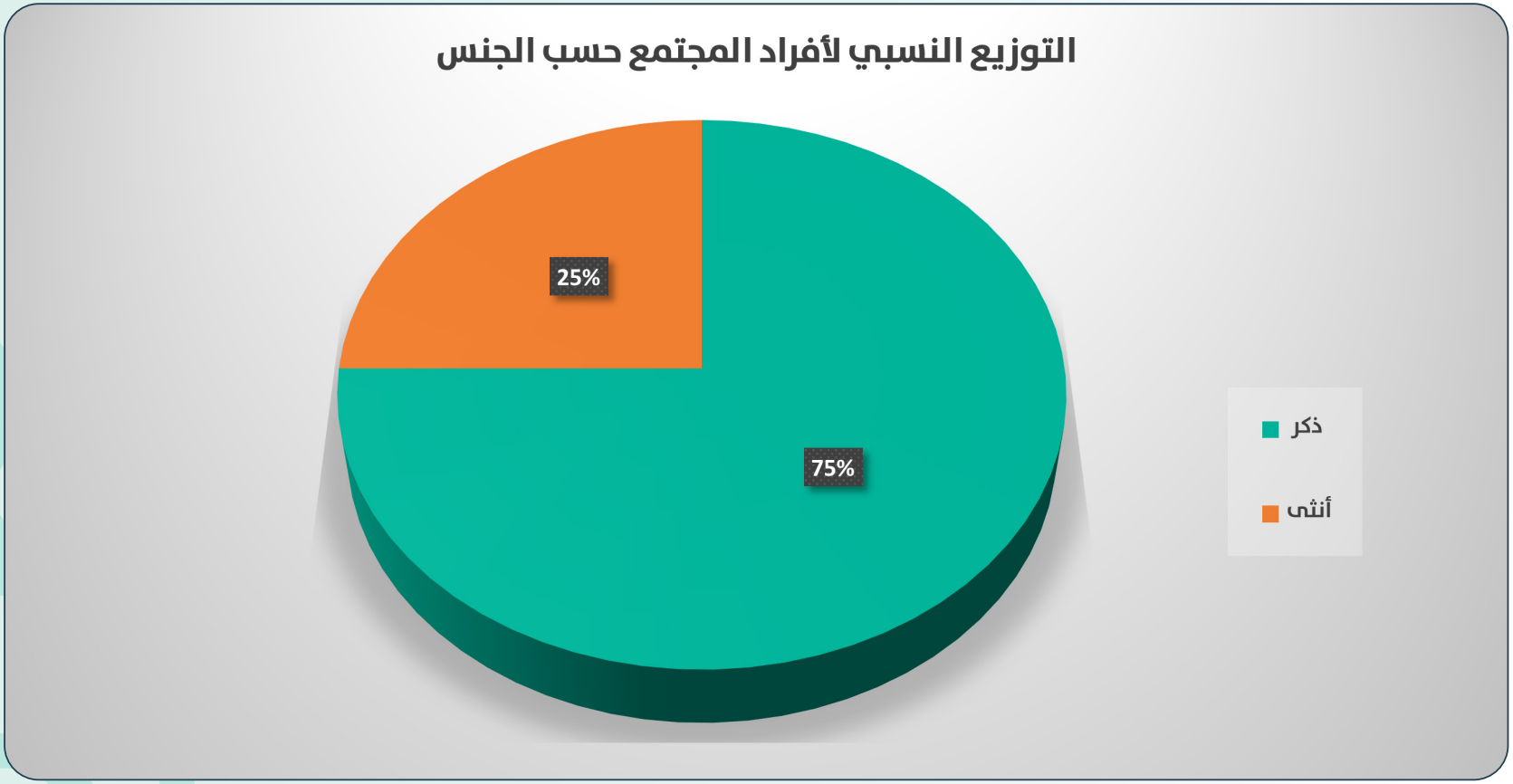
جدول (٧٢)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٢٦٦	٧٥٪
أنثى	٨٩	٢٥٪
الإجمالي	٣٥٥	**١٠٠٪**

شكل (٥٨)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث الجنس



٣- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث المستوى التعليمي:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية للمستوى التعليمي لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب المستوى التعليمي، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

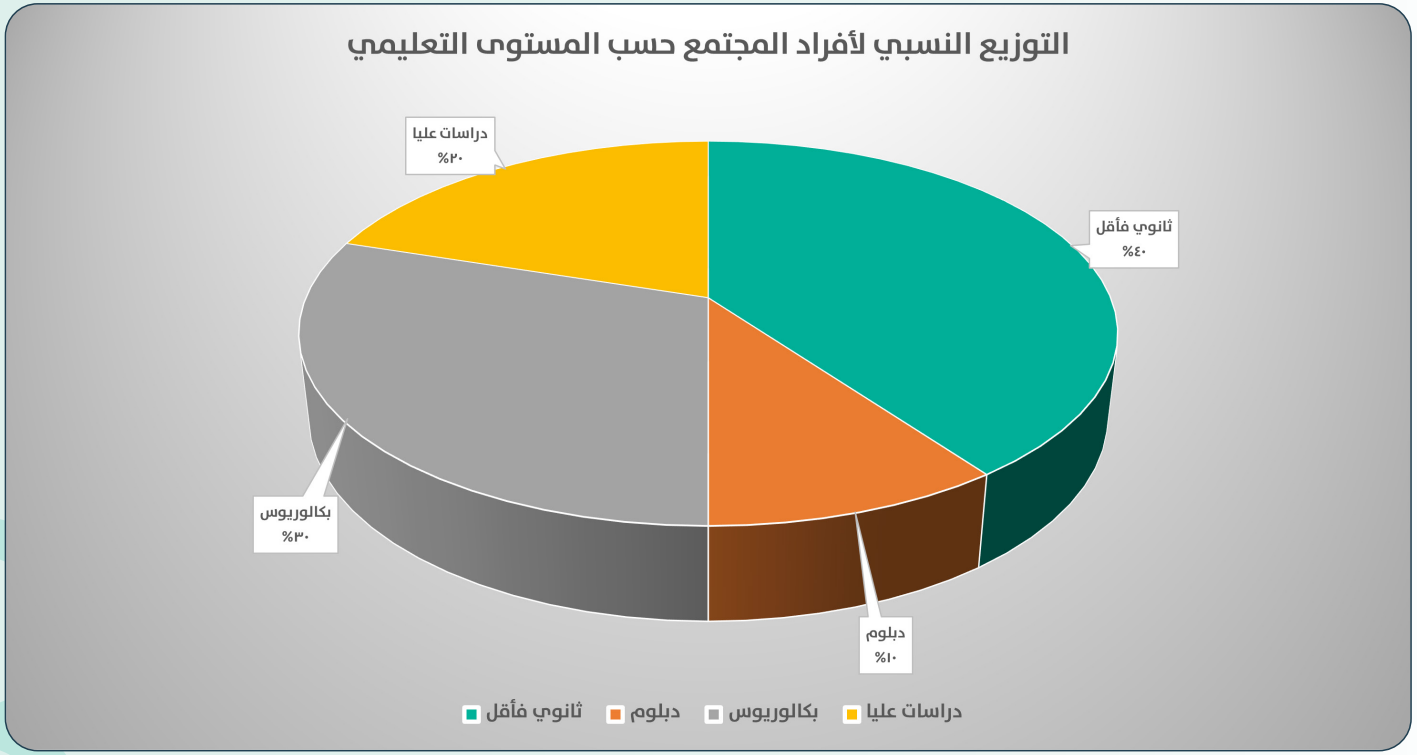
جدول (٧٣)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي فأقل	١٤٢	٪٤٠
دبلوم	٣٧	٪١٠
بكالوريوس	١٠٧	٪٣٠
دراسات عليا	٦٩	٪٢٠
الإجمالي	**٣٥٥**	**٪١٠٠**

شكل (٥٩)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث المستوى التعليمي



٤- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث العمر الزمني:

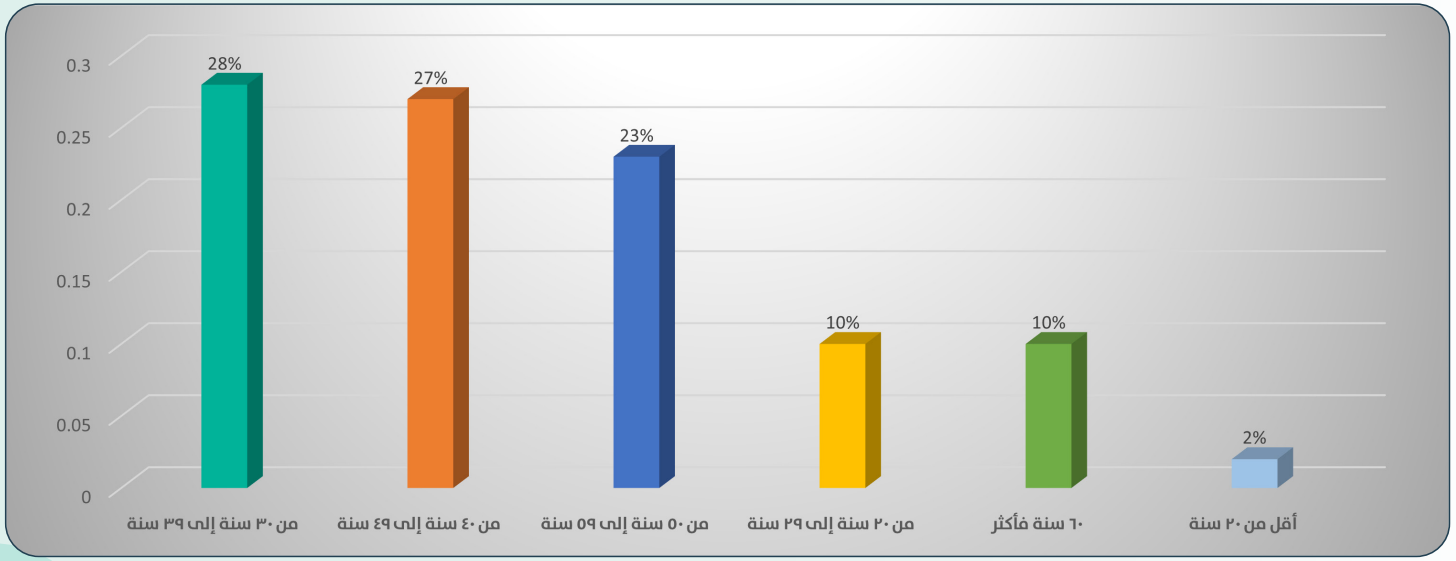
قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب العمر الزمني، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٧٤)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث العمر الزمني

العمر الزمني	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٢٠ سنة	٧	٢٪
من ٢٠ سنة إلى ٢٩ سنة	٣٥	١٠٪
من ٣٠ سنة إلى ٣٩ سنة	٩٨	٢٨٪
من ٤٠ سنة إلى ٤٩ سنة	٩٥	٢٧٪
من ٥٠ سنة إلى ٥٩ سنة	٨٣	٢٣٪
٦٠ سنة فأكثر	٣٧	١٠٪
الإجمالي	**٣٥٥**	**١٠٠٪**

شكل (٦٠)
التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث العمر الزمني



٥- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث القطاع الوظيفي:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب القطاع الوظيفي، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

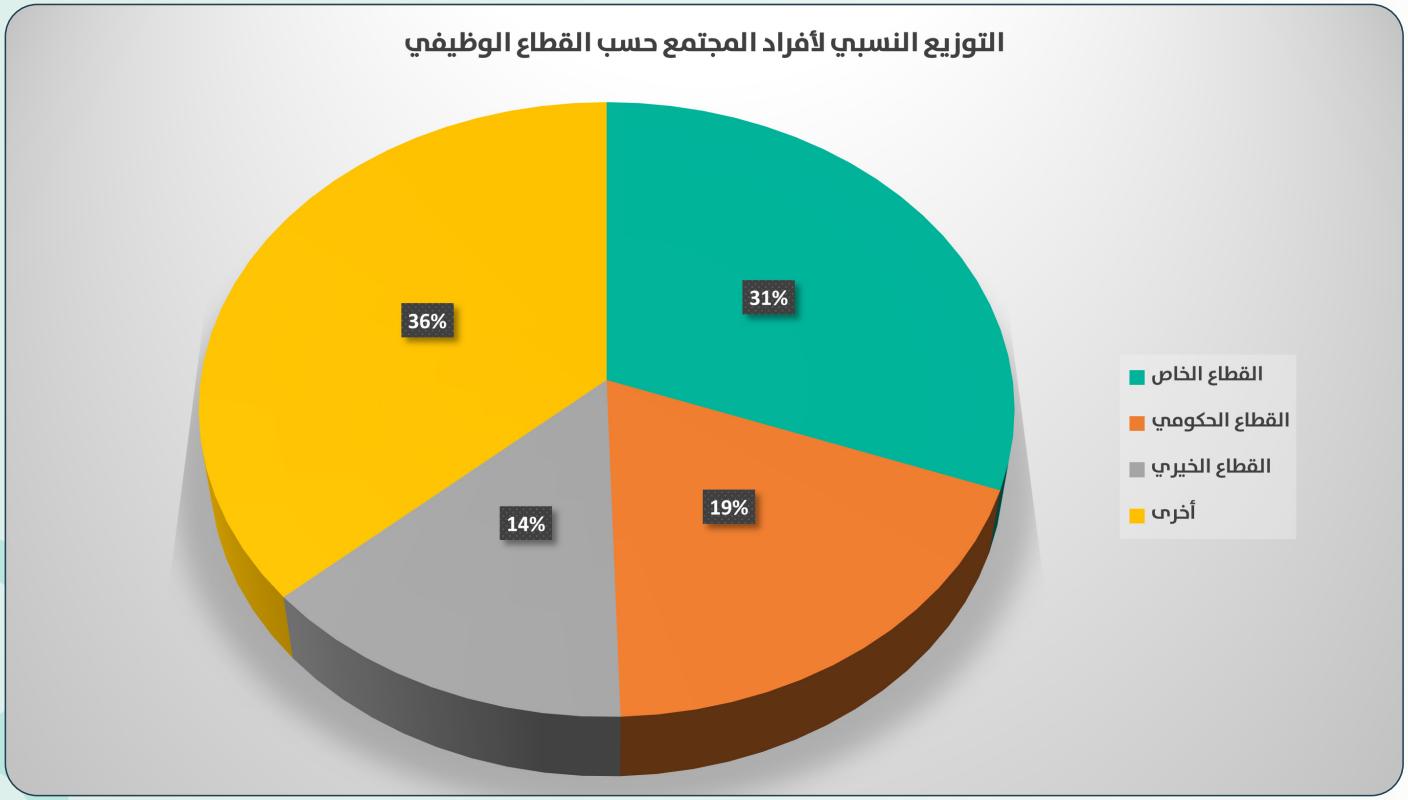
جدول (٧٥)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث القطاع الوظيفي

القطاع الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية
القطاع الخاص	١١١	٪٣١
القطاع الحكومي	٦٦	٪١٩
القطاع الخيري	٤٨	٪١٤
أخرى	١٣٠	٪٣٧
الإجمالي	**٣٥٥**	**٪١٠٠**

شكل (٦١)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث القطاع الوظيفي



٦- توصيف عينة أفراد المجتمع من حيث القرب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب القُرب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

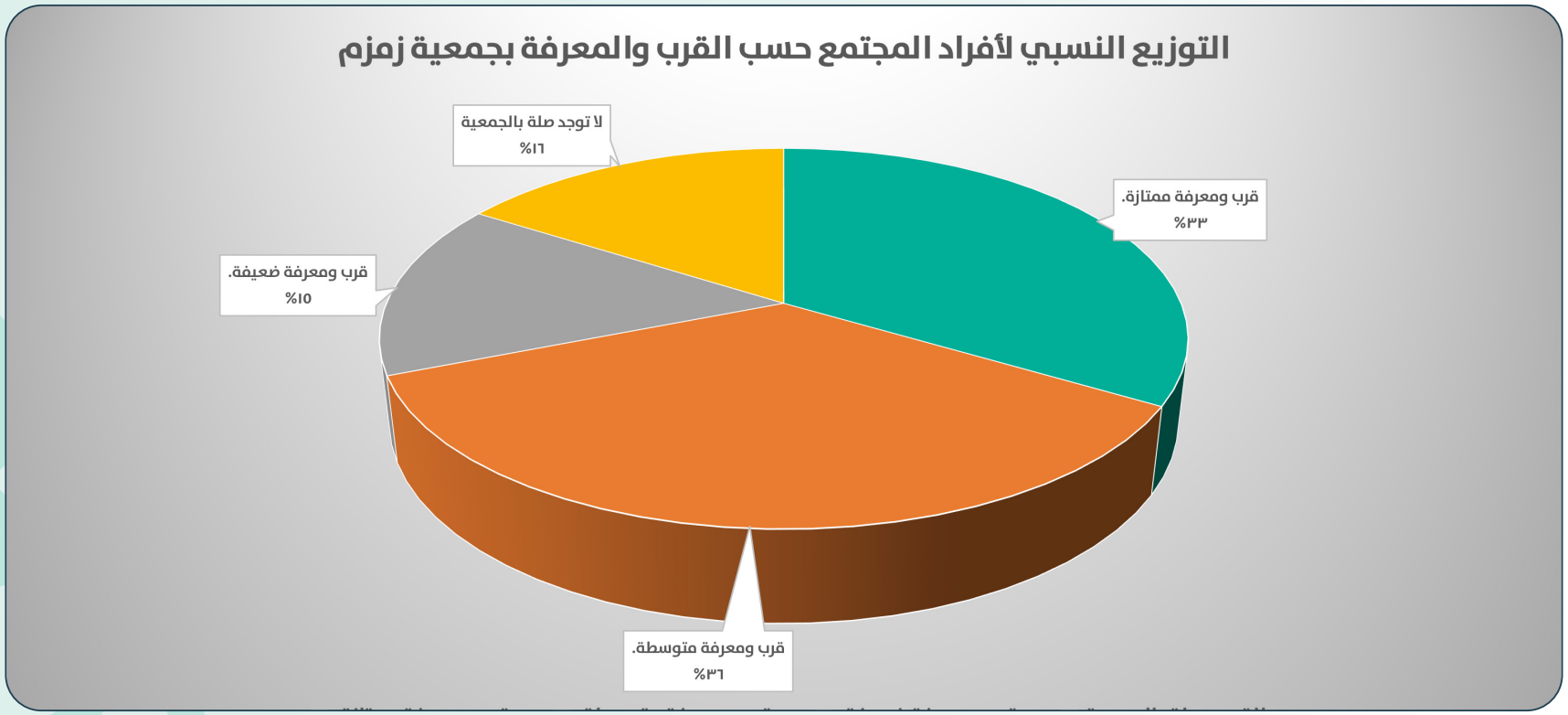
جدول (٧٦)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث القُرب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم

القرب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم	التكرار	النسبة المئوية
قرب ومعرفة ممتازة	١١٩	٪٣٣,٥
قرب ومعرفة متوسطة	١٢٧	٪٣٥,٥
قرب ومعرفة ضعيفة	٥٣	٪١٥
لا توجد صلة بجمعية زمزم	٥٦	٪١٦
الإجمالي	**٣٥٥**	**٪١٠٠**

شكل (٦٢)

التوزيعُ النِّسْبيُّ لأفراد المجتمع من حيث القُرْب والمعرفة ببرامج وخدمات جمعية زمزم



٧- من حيث الوسيلة التي تُتابع من خلالها أخبار وأنشطة جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة بحساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد المجتمع الذين استجابوا لاستبيان قياس رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم حسب الوسيلة التي تُتابِعُ من خلالها أخبارَ وأنشطةَ جمعيةِ زمزم، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٧٧)

الوسيلة التي يُتابع أفرادُ المجتمع من خلالها أخبارَ وأنشطةَ جمعية زمزم

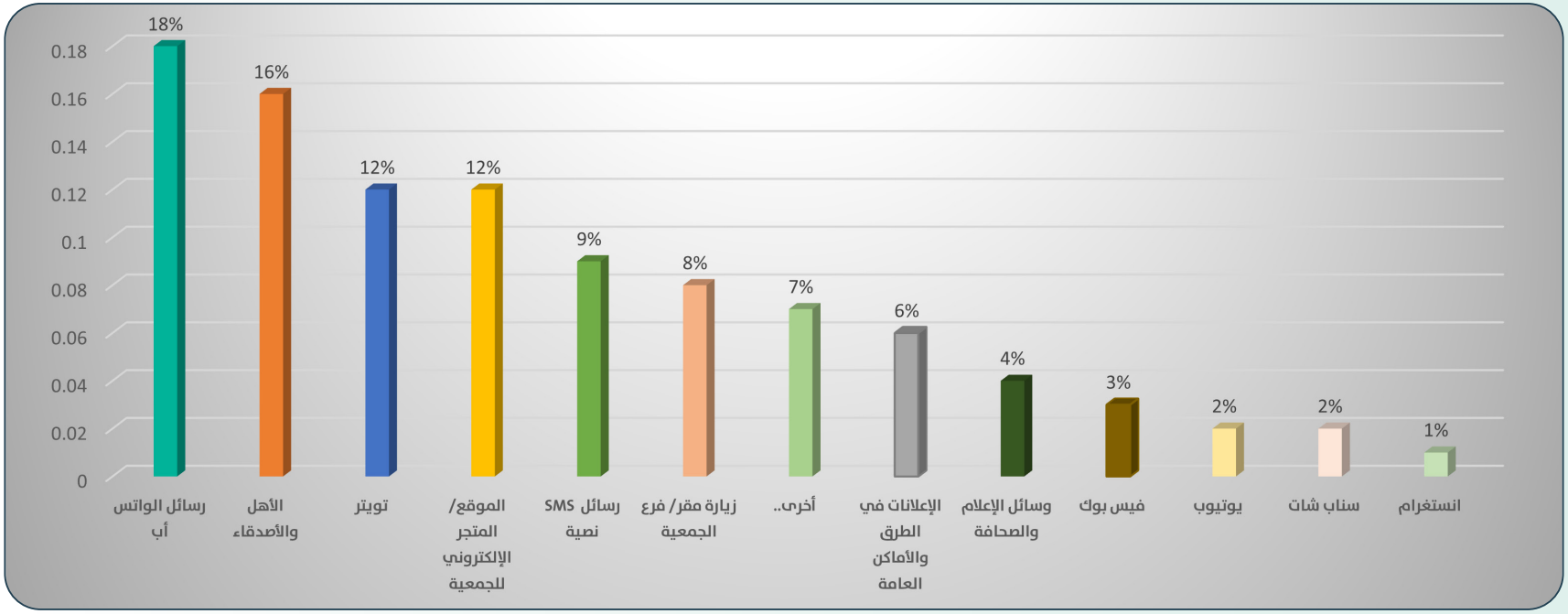
م	الوسيلة التي يُتابع أفراد المجتمع من خلالها أخبار وأنشطة جمعية زمزم	التكرار	النسبة
١	رسائل الواتس أب	١٢٩	٪١٨
٢	الأهل والأصدقاء	١١٣	٪١٦
٣	تويتر	٨٥	٪١٢
٤	الموقع/ المتجر الإلكتروني للجمعية	٨٣	٪١٢
٥	رسائل نصية SMS	٦١	٪٩
٦	زيارة مقر/ فرع جمعية زمزم	٥٩	٪٨
٧	الإعلانات في الطرق والأماكن العامة	٤٤	٪٦
٨	وسائل الإعلام والصحافة	٢٦	٪٤
٩	فيس بوك	١٨	٪٣

م	طبيعة التطوع	التكرار	النسبة
١٠	يوتيوب	١٢	٢٪
١١	سناب شات	١٢	٢٪
١٢	انستغرام	٨	١٪
١٣	أخرى	٥٠	٧٪

يُلاحظُ من الجدولِ السابقِ أنَّ أفراد المجتمع يُتابِعون أخبارَ جمعية زمزم من خلال وسيلة واتس أب في التواصل بنسبة (١٨٪)، ومن خلال الأهل والأصحاب بنسبة (١٦٪)، ثم وسيلتي تويتر والموقع/ المتجر الإلكتروني للجمعية بنسبة (١٢٪)، ثم الرسائل النصية بنسبة (٩٪)، ومن بعدها تأتي بقية الوسائل والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك الوسائل.

شكل (٦٣)

الوسيلة التي يُتابع أفراد المجتمع من خلالها أخبارَ وأنشطةَ جمعية زمزم



يُفسر فريق الدراسة النتائج التي وردت في الشكل السابق بسهولةِ التواصل مع أفراد المجتمع من خلال الواتس أب، وأن السُّمْعة الجيِّدة للجمعية التي تم رصدها لدى المجتمع والفئات الأخرى تُسهِّلُ نقل المعرفة بين الأصدقاء عن جمعية زمزم، كما يُسهم توتير بشكلٍ كبيرٍ في التعريف بجمعية زمزم ثم المتجر الإلكتروني للجمعية، وهذه نقاط قوة من الضروري استثمارُها والتركيزُ على التفاعل مع رُوَّاد المواقع والوسائل الأخرى للوصول إلى المهتمين بها.

ثانيًا: استطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم:

قام فريق الدراسة باستخدام المتوسط الحسابي والتكرارات لحساب لاستطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم في كل مُفْرَدةٍ من مُفْرداتِ الاستبيان، وحساب معدل (متوسط) الرضا العام، ونسبة الرضا العام، كما هو مُوضَّحٌ في الجدول التالي:

جدول (٧٨)

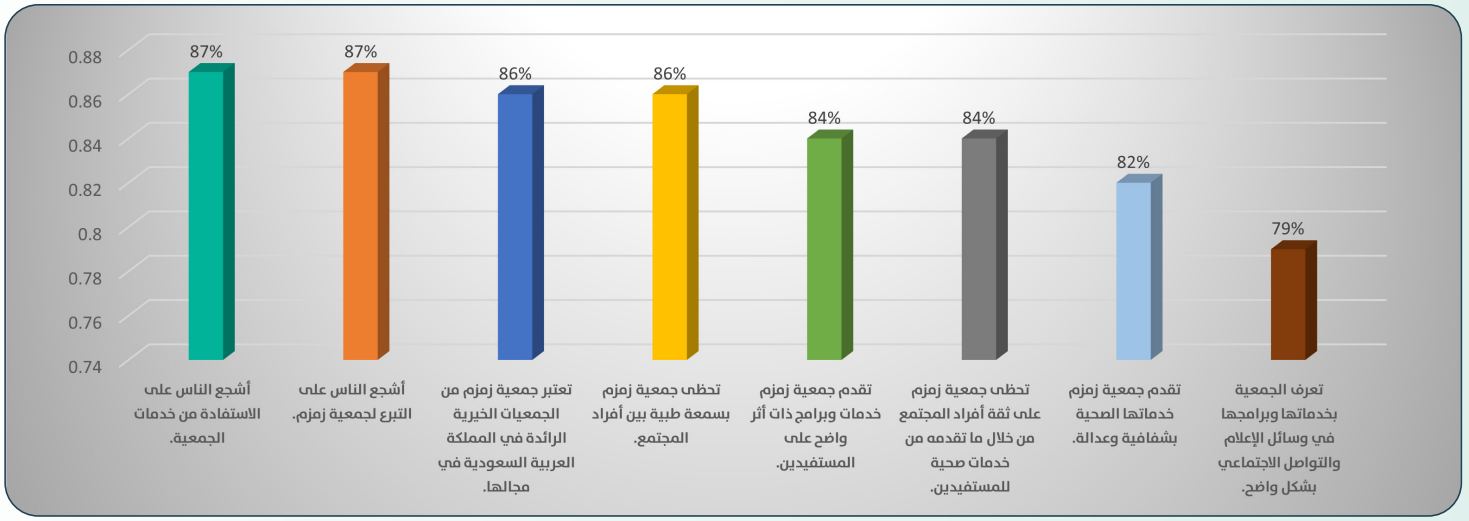
استطلاع رأي أفراد المجتمع عن جمعية زمزم

م	المفردات	استطلاع الرضا										معدل الرضا	نسبة الرضا
		أُوافق بشِدَّة		أُوافق		محايد		لا أُوافق		لا أُوافق بشِدَّة			
		ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪		
١	أُشجِّعُ الناسَ على الاستفادة من خدمات جمعية زمزم.	٢٠٤	٥٧٪	١٠١	٢٨٪	٢٩	٨٪	١٢	٣٪	٩	٣٪	٤,٣٥	٨٧٪
٢	أُشجِّعُ الناسَ على التبرع لجمعية زمزم.	٢١٣	٦٠٪	٨٩	٢٥٪	٣٣	٩٪	٦	٢٪	١٤	٤٪	٤,٣٥	٨٧٪
٣	تُعتبر جمعيةُ زمزم من الجمعيات الخيرية الرائدة في المملكة العربية السعودية في مجالها.	١٩٤	٥٥٪	١١٠	٣١٪	٣١	٩٪	١١	٣٪	٩	٣٪	٤,٣٢	٨٦٪
٤	تحظى جمعيةُ زمزم بسُمعةٍ طبيةٍ بين أفراد المجتمع.	١٩١	٥٤٪	١١٥	٣٢٪	٢٨	٨٪	١٠	٣٪	١١	٣٪	٤,٣١	٨٦٪
٥	تُقدِّم جمعيةُ زمزم خدماتٍ وبرامجَ ذاتِ أثرٍ واضحٍ على المستفيدين.	١٧٧	٥٠٪	١١٥	٣٢٪	٣٩	١١٪	١٢	٣٪	١٢	٣٪	٤,٢٢	٨٤٪
٦	تحظى جمعية زمزم على ثقة أفراد المجتمع من خلال ما تُقدمه من خدمات صحية للمستفيدين.	١٧٣	٤٩٪	١٢٣	٣٥٪	٣٣	٩٪	١٦	٥٪	١٠	٣٪	٤,٢٢	٨٤٪
٧	تُقدم جمعيةُ زمزم خدماتها الصحية بشفافيةٍ وعدالةٍ.	١٦١	٤٥٪	١١١	٣١٪	٥٥	١٥٪	١٢	٣٪	١٦	٥٪	٤,١٠	٨٢٪
٨	تُعرِّف جمعية زمزم بخدماتها وبرامجها في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي بشكلٍ واضحٍ.	١٢٥	٣٥٪	١٣٣	٣٧٪	٦٧	١٩٪	١٨	٥٪	١٢	٣٪	٣,٩٦	٧٩٪
	معدل الرضا العام	٤,٢٣											
	نسبة الرضا العام	٨٥٪											

من الجدول السابق نُلاحظ أنَّ معدل الرضا العام لدى أفراد المجتمع في جمعية زمزم بلغ (٤,٢٣)، بنسبة رضا عام تبلغ (٨٥٪)، وعلى مستوى المُفردات الداخلية في هذا المجال نجد أن مفردتي: "أُشجِّع الناس على الاستفادة من خدمات جمعية زمزم"، ومفردة: "أُشجِّع الناس على التبرع لجمعية زمزم" حصلت على أعلى معدلات الرضا حيث بلغ معدل الرضا (٤,٣٥)، ونسبة مئوية للرضا (٨٧٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت مفردة: "تُعتبر جمعية زمزم من الجمعيات الخيرية الرائدة في المملكة العربية السعودية في مجالها" بمعدل رضا (٤,٣٢)، ونسبة مئوية للرضا (٨٦)، وتليها مباشرة مُفْردة: "تحظى جمعية زمزم بسمعةٍ طيبةٍ بين أفراد المجتمع" بمعدل رضا (٤,٣١)، ونسبة مئوية للرضا (٨٦)، في حين جاءت مُفْردة: "تُعرِّفُ جمعية زمزم بخدماتها وبرامجها في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي بشكلٍ واضحٍ" كأدنى المفردات حُصولًا على معدلات الرضا، بمعدل رضا (٣,٩٦)، ونسبة رضا (٧٩٪)، والشكل التالي يُوضِّحُ ترتيب تلك المفردات.

شكل (٦٤)

استطلاع رضا أفراد المجتمع عن جمعية زمزم



تُفسر النتائجُ التي وردت في الشكل السابق أن من نقاط القوة التي تتمتَّع بها جمعية زمزم هي الصورة الذهنية المُميَّزة في المجتمع، وثقة المجتمع في جمعية زمزم ما زالت قويةً رغم وجود جمعياتٍ صحيَّةٍ خيريةٍ في نفس المجال في الفترة الأخيرة، مما يُشير إلى انتهاج جمعية زمزم لنهجٍ متميِّزٍ في الوصول لأصحاب المصلحة من مستفيدين، وأفرادِ مجتمعٍ، ومتبرعين، وداعمين وغيرهم.

- ما مقترحاتك لتطوير وتحسين الصورة الذهنية للجمعية لدى المجتمع؟

تم طرح تساؤُلٍ ما مقترحاتك لتطوير وتحسين الصورة الذهنية للجمعية في المجتمع على أفراد المجتمع، وجاءت الاستجابات كما في الجدول التالي:

جدول (٧٩)

مقترحات أفراد المجتمع لتطوير وتحسين الصورة الذهنية للجمعية

م	المقترح	التكرار	النسبة
١	تكثيف التَّواصل مع المجتمع بوسائلَ مختلفةٍ ومتنوعةٍ، والمزيد من الظهور الإعلامي.	٢٥	١٨٪
٢	زيادة الدعم المُقدَّم للمستفيد ودعم الخدمات الصحية، وتخفيض نسبة التحمُّل ودعم المقيمين المُنتهيةُ إقاماتُهُم.	١٥	١١٪
٣	المزيد من إجراءات تحسين الأداء والجودة والحَوْكَمَة.	١٢	٩٪
٤	تسهيل إجراءات قبول طلبات المستفيدين، وتوسيع نطاق الخدمات وسرعة الإنجاز.	١٠	٧٪

م	المقترح	التكرار	النسبة
٥	اتِّباع نهج الموضوعية والصدق والعدالة في تقديم الخدمات والمزيد من الشفافية.	٥	٤٪
٦	استغلال اللوحات والشاشات الإعلانية الإلكترونية التي تنتشر في الطرقات للتعريف بجمعية زمزم وخدماتها.	٥	٤٪
٧	العمل على زيادة الوعي الصحي، وتكثيف التثقيف المجتمعي الصحي.	٥	٤٪
٨	التوسع في إنشاء فروعٍ في باقي مدن المملكة ومنطقة مكة المكرمة.	٤	٣٪
٩	تقديمُ الخدمات الصحية المنزلية لكبار السن.	٤	٣٪
١٠	إنتاجُ مقاطع فيديو عن جمعية زمزم وخدماتها ونشرها على المجتمع.	٤	٣٪
١١	نقلُ تجربة جمعية زمزم في الحَوْكَمة والتميُّز المُؤسَّسي إلى الجمعيات الأخرى.	٤	٣٪
١٢	التركيز على تحقيق الاستدامة المالية للجمعية، وتركيز النفقات على الضروريات فقط .	٣	٢٪
١٣	تطويرُ وتدريبُ الكوادر البشرية المنوط بها استقبال الجمهور.	٣	٢٪
١٤	توسيع دائرةِ الشراكات مع الجمعيات الخيرية الأخرى ومؤسسات الوطن الداعمة للعمل الخيري، وتوسيع دائرة المستشفيات التي تُقدِّم الخدمات الصحية بالتعاون مع جمعية زمزم.	٣	٢٪
١٥	ضرورة استفادة جمعية زمزم من الدعم المُقدَّم من منصة إحسان.	٣	٢٪

م	المقترح	التكرار	النسبة
١٦	مزيد من التوسع في التعامل مع الصيدليات، ومنها صيدلية النهدي.	٣	٢٪
١٧	تعزيز الصورةِ الذهنية للجمعية لدى جميع طبقات المجتمع من خلال إظهار أثر عمل جمعية زمزم واستخدام الوسائل المناسبة.	٣	٢٪
١٨	متابعة مشكلات الموقع الإلكتروني وحلها أولًا بأولٍ، وتسهيل إجراءات التعامل معه للحصول على الخدمة بشكلٍ أسرع.	٣	٢٪
١٩	التوسع في تعريف المجتمع بخدمات جمعية زمزم وما تُقدِّمُه من جهودٍ في الأماكن العامة ومراكز التسوق.	٣	٢٪
٢٠	المزيد من الإجراءات لتمكينِ قياداتِ الصفِّ الثاني وتمكينهم.	٢	١٪
٢١	تسهيل المعاملات الصحية للأيتام، وعقد الشراكات مع جمعيات ومراكز رعاية الأيتام.	٢	١٪
٢٢	قياسُ الأثر وإصدارُ ونشرُ تقريرٍ دوريٍّ عن أهم الإنجازات وتسهيلِ وصولها للمجتمع.	٢	١٪
٢٣	إقامةُ الشراكاتِ الدولية واستقطاب أطباء متطوعين أكثر خبرة ومهارة.	٢	١٪
٢٤	الاستعانة بصُنَّاع المحتوى لزيادة النشر وتعميق المحتوى المعرفي للجمعية في المجتمع.	٢	١٪
٢٥	تفعيل دور العلاقات العامة والإعلام للتعريف بجمعية زمزم وخدماتها.	٢	١٪

م	المقترح	التكرار	النسبة
٢٦	المزيد من الاهتمام بالموارد البشرية واحتياجاتهم.	١	١٪
٢٧	تسهيل وتسريع تسديد المستحقات المالية لمُقدِّمي الخدمة.	١	١٪
٢٨	استثمار الفُرص المُقدَّمة للجمعية من جائزة الملك عبد العزيز للجودة وجائزة الملك خالد الخيرية.	١	١٪
٢٩	تفعيل الرسائل النصية عبر شركات الاتصالات لإيصال خُلاصة الخدمات الضخمة التي تقدمها جمعية زمزم كل عام.	١	١٪
٣٠	إعادة النظر في تصميم شعار جمعية زمزم وهُوِيتها بمزيد من الاحترافية.	١	١٪
٣١	المزيد من الاحترافية في تسويق برامج جمعية زمزم على كافة شرائح المجتمع.	١	١٪
٣٢	تصميم مبادراتٍ تُعزّزُ الاستدامةَ المالية للجمعية.	١	١٪
٣٣	إنشاء عضويةٍ مفتوحةٍ لكل أفراد المجتمع، وحسابٍ مُوحَّدٍ للإيداع في كل البنوك السعودية، يبدأ السهم من عشرة ريالات إلى خمسين ريالًا.	١	١٪
٣٤	المتابعة بعد أداء الخدمة للتأكد من أن المحتاج تمت إفادتُهُ وحصل على خدمةٍ جيدةٍ.	١	١٪
٣٥	استفادة جمعية زمزم بشكلٍ أكبرَ من عروضِ وتخفيضاتِ المستشفيات.	١	١٪
٣٦	مساعدة ذوي الاحتياجات بشكلٍ كافٍ.	١	١٪

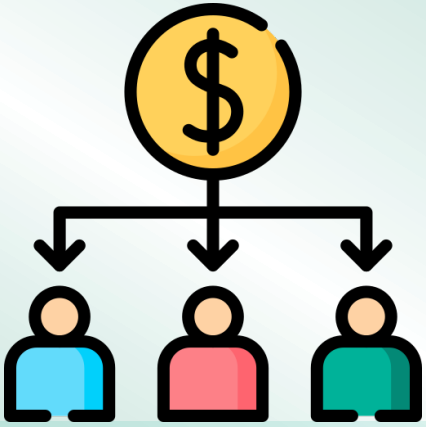
يلاحظ من الجدول السابق أن اقتراح "تكثيف التَّواصل مع المجتمع بوسائلَ مختلفةٍ ومتنوعةٍ، والمزيد من الظهور الإعلامي" حصلت على تكرار (٢٥) بنسبة (١٨٪)، ومقترح "زيادة الدعم المُقدَّم للمستفيد ودعم الخدمات الصحية، وتخفيض نسبة التحمُّل ودعم المقيمين المُنتهِيةُ إقاماتُهُم" جاء بتكرار (١٥) بنسبة (١١٪)، وثالثاً مقترح " المزيد من إجراءات تحسين الأداء والجودة والحَوْكَمَة " بتكرار (١٢) بنسبة (٩٪)، ومقترح" تسهيل إجراءات قبول طلبات المستفيدين، وتوسيع نطاق الخدمات وسرعة الإنجاز" بتكرار (١٠) ونسبة (٧٪).

التوصيات:

- الاستعانةُ بمُتخصِّصين في مجال الإعلام الرقمي وصُنَّاعِ المحتوى، وتكثيفُ الحضور على وسائل التواصل.
- بثُّ روح العمل الخيري، وزيادة طرق المساهمة عن طريق شركات الاتصالات عبر التبرع بالرصيد أو النقاط ونحوه.
- استثمار مراكز التسوق والتجمعات الجماهيرية للتعريف بجمعية زمزم وخدماتها.
- إعادة النظر في مساعدة أصحاب الهُوِيَّات المُنتَهِيَّة وخُصوصًا للحالات "الصعبة أو الطارئة".
- تكثيفُ الدوراتِ والتثقيفِ للموظفين في مجالِ التواصل والتعاملِ الحَسَنِ مع المستفيد.
- استقطابُ الأطباء المتميزين ومساهمتهم في العمل عن طريق التطوع واحتساب الساعات التطوعية.

تم بحمد الله

دراسة قياس رضا أصحاب المصلحة
لجمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية
(الصورة النهائية)



معا للحياة
Together for life

زمزم
zmzm

التغذية الراجعة من مجلس الإدارة على مقترحات وملاحظات أصحاب المصلحة في قياسات الرضا لعام 2022

والتي نوقشت في اجتماع مجلس الإدارة رقم (148-1-6) بتاريخ 2023/12/27

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه، وبعد.
فيتقدم مجلس الإدارة بالشكر الجزيل للإدارة التنفيذية وعلى رأسهم سعادة المدير العام، وكذلك فريق وحدة الدراسات والأبحاث، والجهة الوسيطة المنفذة لاستطلاعات قياس رضا أصحاب المصلحة في جمعية زمزم، على هذا الجهد المبارك والتقرير المميز، كما نشكر جميع الأفراد والجهات من أصحاب المصلحة ممن شاركنا تعبئة هذه الاستبيانات. والشكر لله أولاً وآخراً على النتائج التي تحققت من خلال هذا التقرير المميز.
ويضع مجلس الإدارة توجيهاته حيال ملاحظات فرص التحسين والمقترحات الواردة من كل فئة من فئات أصحاب المصلحة، وتحال للمتابعة من الإدارة التنفيذية.
والله ولي التوفيق.

استطلاع قياس رضا المستفيدين

- معدل الرضا العام 84%
- الصفحات (15 - 52)

#	المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	ضرورة إعادة النظر في التعاون مع بعض المستشفيات التي تتعاون معها جمعية زمزم، حيث أشار غالبُ المستفيدين إلى سُوءِ التعامل، وذكروا مستشفياتٍ بعَيْنِهَا.	للزملاء في إدارة البرامج الصحية وكما كان متبعا من يثبت عليه سوء معاملة لمرضى زمزم يتم إيقاف التعامل معه.
٢	إيجاد آليةٍ لتقييمِ أداءِ المستشفيات والمستوصفات، وربط استمرار التعاون معها من قِبَل جمعية زمزم بتقييم الأداء السنوي.	لمتابعة تفعيل دور الإدارة الطبية.
٣	توسيع دائرة التعاون مع الصيدليات، واتخاذ إجراءات لسرعة صرف العلاج للمستفيد.	للتأكد من الملاحظة والتعامل بناء عليه.
٤	النظر في مقدار الدعم الذي يحصل عليه المستفيد بناءً على دراسةِ الحالةِ الاجتماعيةِ والاقتصاديةِ.	العمل حسب لائحة زمزم وهي تخضع للمراجعة.
٥	علاج مشكلات الموقع الإلكتروني، وصيانته بشكل مستمر.	تحال للتقنية للتأكد والمعالجة.
٦	ضرورة إيجاد طريقةٍ لسرعة الرد والاستجابة للمستفيد، سواء بالقبول أو الرفض.	يحال للمعنيين للتحقق، حيث سياستنا أن يتم خلال 3 أيام عمل بحد أقصى.
٧	إنتاج فيديو توضيحي يشرح طريقةَ التسجيل للخدمة على غِرارِ ما تُقدِّمُه وزارة العدل عبر موقعها.	يتوفر برومو على قناة زمزم في اليوتيوب ويحدّث من فترة لأخرى
٨	زيادة مدة ساعات العمل بجمعية زمزم على أن يكون لمدة ٢٤ ساعة، أو على الأقل تكون هناك فترة مسائية.	للنظر في تمديد ساعات الرد من مركز الاتصال (Call center).
٩	التخفيف من الإجراءات والاشتراطات والتقارير التي تُطْلَبُ من المستفيد للحصول على الخدمة.	ما يطلب حاليًا (تقرير طبي من جهة معتمدة بالحالة والتكلفة + صورة الهوية) فقط، وهذه أساسيات لا يمكن تقديم الخدمة بدون توفرها.

جمعية زمزم الصحية
ZMZM Health Society

إشراف المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي
تصريح (290)

info@zmzm.org | 9200 33377 | zmzm.sa

استطلاع قياس رضا العاملين

معدل الرضا العام 72%

الصفحات (53 - 114)

#	المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	تحسينُ بيئةِ العمل في جمعية زمزم بشكلٍ مستمرٍّ، وتلبية احتياجات العاملين المادية، والنفسية، والاجتماعية، وغيرها.	الإدارة العليا لاهتمامكم.
٢	تحسين مستوى التواصل الداخلي مع العاملين، وزيادةُ مستوى تفهُّمِهم لقرارات الإدارة العليا.	يحال للإدارة التنفيذية لدراسة الاقتراح.
٣	إيجاد سياسةٍ واضحةٍ ومبادراتٍ فاعلةٍ لتمكين قيادات الصف الثاني بجمعية زمزم.	يحال للإدارة التنفيذية لدراسة الاقتراح.
٤	إشراك الكفاءات البشرية في التخطيط وصُنعِ القرار بشكلٍ أكثرَ عُمقًا.	معمول به في زمزم، وينظر في تحسينه.
٥	وضع نظامٍ ثابتٍ وواضح لنظام الترقيات يتَّسمُ بالعدالة والشفافية.	العمل جاري عليه
٦	تسهيل الحصولِ على المعلومات والبيانات الخاصة بتسيير الأعمال والقرارات بما يتَّفقُ مع اللوائح والقوانين المنظمة.	يحال للإدارة العليا لعنايتكم لم يظهر المطلوب.
٧	تبَنّي مبادراتٍ ابتكاريةٍ لرعاية الموهوبين والمُبدعين من العاملين.	يحال للإدارة العليا للتبني والتطوير.
٨	تعميق وتحسين أساليب التواصل الداخلي في جمعية زمزم بين العاملين وقياداتهم.	يحال للقيادات (مهمة).
٩	تحسين إدارة الموارد البشرية وخصوصًا في مجال الرواتب والترقيات والمكافآت ومرونة الدوام.	جاري العمل عليه.
١٠	استقطاب كوادر متخصصة في إدارة الأزمات والتعامل مع المخاطر ووجود خطةٍ للتعامل مع الطوارئ.	الإدارة العليا: اقتراح جيد ينظر فيه.
١١	تفعيل اللائحة الداخلية وتنفيذها على أرض الواقع وتقييم أداء الموظف بشكل مستمر.	جاري العمل عليه.
١٢	إعادة توزيع الصلاحيات وتوصيف المهام الوظيفية للموظفين.	جاري العمل عليه.
١٣	تفعيل وحدةِ التدريبِ والتطوير بشكلٍ أكثرَ تركيزًا على تنمية قُدرات العاملين التخصصية.	يحال للثروة البشرية لعنايتكم.
١٤	الاهتمامُ بالعملية الإعلاميّةِ والتسويق الاحترافي لإبقاء وترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية في المجتمع.	يحال للعلاقات العامة لعنايتكم.

استطلاع قياس رضا المتطوعين

معدل الرضا العام 88%

الصفحات (115 - 148)

#	المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	تفعيلُ التدريب للمتطوعين في مجالات وفُرص التطوعِ المختلِفَةِ المطروحة بجمعية زمزم قبل الشروع في التطوع.	يحال لإدارة التطوع لعنايتكم.
٢	تحسينُ وسائل التواصل مع المتطوعين من قِبَلِ المشرفين والمشرفات.	=
٣	توفيرُ المواصلات وخصوصًا للبنات في الجولات الميدانية.	البرامج الميدانية لتقدير الاحتياج.
٤	فتحُ فرصٍ ومجالاتٍ تطوعيّةٍ في المجال النفسي والدعم الاجتماعي.	خارج التخصص.

#	المقترح	توجيه مجلس الإدارة
٥	توفيرُ أجهزةٍ حديثةٍ ومتطورةٍ للمتطوعين في قياس العلامات الحيوية وصيانتها بشكل دوريّ.	يحال لإدارة التطوع لعنايتكم.
٦	إتاحةُ التطوع في مجال البرمجة والحاسب الآلي وتوفير الأدوات اللازمة.	=
٧	إتاحةُ فرصٍ تطوعيَّةٍ في مجال كتابة المُحتَوى الطبي ونشره على المجتمع.	=

استطلاع قياس رضا مزودي الخدمة

معدل الرضا العام 86%

الصفحات (149 - 162)

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	سرعة إنهاء المُطالبات المالية لمزودي الخدمة والشركاء.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٢	الاستمرار على نهج الشفافية والالتزام بما تم الاتفاق عليه في العقود وسداد المستحقات المادية في موعدها.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٣	المزيد من الحوكمة والشفافية في التعامل مع الشركاء.	يؤخذ بعين الاعتبار.

استطلاع قياس رضا الشركاء

معدل الرضا العام 92%

الصفحات (163 - 174)

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	تفعيل المبادرات والفعاليات طوال العام.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٢	تحسين آلية التواصل المستمر والفعال مع الجمعية.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٣	تُعدُّ جمعية زمزم بمنهجيتها التطويرية مدرسةً ونموذجًا يُحتذى به.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٤	تفعيل العلاقات مع الجمعيات والجهات الحكومية.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٥	تفعيل مبادرات جديدةٍ ومُبتَكَرةٍ.	يؤخذ بعين الاعتبار.
٦	الاستمرار في تقديم الخدمات بمزيدٍ من الحوكمة والشفافية.	يؤخذ بعين الاعتبار.

استطلاع قياس رضا المتبرعين والداعمين

معدل الرضا العام 90%

الصفحات (175 - 202)

فرص التحسين الواردة من المتبرعين والداعمين

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	إقامة اجتماعاتٍ دوريَّةٍ عن بُعْدٍ أو حُضوريًّا مع المُتبرّعينَ والداعمين.	يحال لقطاع التسويق للنظر في الاقتراح.
٢	مزيد من السعي للحصول على جوائز التميُّز على مستوى المملكة.	مدرج ضمن خطة زمزم 2024.
٣	متابعة إرسال التقارير إلى المُتبرّعينَ والداعمين.	يحال للإدارة المعنية للعمل به.
٤	تسهيل عمليات التبرع السريع بدون الحاجة لإدخال بريدٍ إلكتروني ورقمٍ سري.	يحال للإدارة المعنية لدراسة الاقتراح.

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
٥	المزيد من العناية بالناحية الإعلامية والحضور المُكثَّف على منصات التواصل.	يحال لقطاع التسويق للنظر في الاقتراح.
٦	الاعتماد على التقارير المصورة للمشروعات القائمة وتطوراتها.	يحال لقطاع التسويق للنظر في الاقتراح.
٧	التواصل المستمر مع ذوي الخبرة الطبية والكفاءات الصحية.	يحال لقطاع التسويق للنظر في الاقتراح.
٨	توفير العلاج المُتكامل للمرضى دون الحاجة لتقسيم فاتورة العلاج.	يحال لإدارة البرامج الصحية للنظر في الاقتراح.

المبادرات المقترحة من المتبرعين والداعمين

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	إتاحة فرصٍ تطوعيةٍ لطلاب المدارس الثانوية في خدمات جمعية زمزم المختلفة.	يحال لإدارة التطوع للدراسة.
٢	التركيز على المستفيد بشكلٍ أكبرَ وأعْمقَ، وإدخالُ شرائحَ جديدةٍ مثل أصحاب الإقامات المُنتهية.	تقدمنا بورقة عمل واعتمدت توصية رفعت ضمن توصيات المؤتمر الأول للجمعيات الصحية

استطلاع قياس رضا أفراد المجتمع

المعدل العام للرضا 87%

الصفحات (203 - 229)

#	الملاحظة أو المقترح	توجيه مجلس الإدارة
١	الاستعانةُ بمُتخصِّصين في مجال الإعلام الرقمي وصُنَّاعِ المحتوى، وتكثيفُ الحضور على وسائل التواصل .	اقتراح يستحق النظر ، يحال للعلاقات العامة
٢	بثّ روح العمل الخيري، وزيادة طرق المساهمة عن طريق شركات الاتصالات عبر التبرع بالرصيد أو النقاط ونحوه.	مهم، واقتراح يستحق النظر.
٣	استثمار مراكز التسوق والتجمعات الجماهيرية للتعريف بجمعية زمزم وخدماتها.	مهم، واقتراح يستحق النظر.
٤	إعادة النظر في مساعدة أصحاب الهُوِيَّات المُنتَهِيَّة وخُصوصًا للحالات "الصعبة أو الطارئة".	اقتراح يستحق النظر، وقد تقدمنا بورقة عمل واعتمدت توصية رفعت ضمن توصيات المؤتمر الأول للجمعيات الصحية.
٥	تكثيفُ الدوراتِ والتثقيفِ للموظفين في مجالِ التواصل والتعاملِ الحَسَن مع المستفيد.	مهم، واقتراح يستحق النظر.
٦	استقطابُ الأطباء المتميزين ومساهمتهم في العمل عن طريق التطوع واحتساب الساعات التطوعية.	مهم، واقتراح يستحق النظر.