

תכנית אסטרטגית:

אסטרטגיה עסקית היא גיבוש דרך פעולה של יחידה עסקית תוך התייחסות לסביבה ולעצמה וזאת במטרה לסייע לארגון בקביעת מטרותיו, בבחירת דרכי פעולה ובמימושן. כמו כן, כדי לקבוע אסטרטגיה יש להחליט על כיוונים מרכזיים בפעילויות העתידיות של הארגון.

חזון החברה:

חזון החברה הוא להוביל בתחום קיצור זמני נסיעות רכבי החרום ובפרט בהקטנת זמן ניווד ממוקד אירוע החירום למקום הנדרש בדרך הקצרה והיעילה ביותר.

מטרות:

1. הפחתת זמני הגעה לאירועים ב30 אחוז – כחצי שנה לאחר סיום המיזם, רכב הצלה יגיע למקום האירוע הנדרש בכ30 אחוז פחות מהזמן הנוכחי. זאת באמצעות פתיחת הרמזורים (אור ירוק) במקומות הנדרשים ובמינימום חסימות צירים המשפיעים על כלל הרכבים.
2. הורדת מקרי מוות ב15 אחוז - בעקבות עיכובים בהגעת צוותי החרום הנגרמים מפקקים בכבישים מתרחשים מקרי מוות רבים, לדוגמא: התקפי לב, חוסר יכולת למנוע התאבדויות בזמן, השתלטות על שריפות לפני התפתחותם וכו'. וכך, ע"י הגעת צוותי הצלה במהירות המרבית יהיה ניתן להפחית את מקרי המוות לפחות ב - 15%.

יעדים:

1. בניית תוכנה לצמצום עמידה בפקקים – בחינת מפות הרמזורים ובחינה מהם הרמזורים שמעכבים את הגעת רכבי החרום. בניית התוכנה תמשך כ3 חודשים.
2. בניית תוכנה לאופטימיזציה של נסיעה בזמן קצר – שימוש בפלטפורמה דומה ל WAZE שתדע לחשב את המסלול הקצר, בהתחשבות בכך שפתיחת רמזורים מפחיתה את עיכובי התנועה. משך זמן הפיתוח יימשך כחודש כאשר יש שימוש באפליקציית WAZE.
3. התחברות לשליטה ברמזורים לצורך אופטימיזציה - חישוב אילו רמזורים משתלם לפתוח על מנת לקצר את זמני ההמתנה ולהגיע לשליטה מלאה על הכבישים ללא גרימת תאונות נוספות. בנוסף כאשר מתרחשים תאונות ייפתחו מעברי חרום במנהרות ובכבישים ראשיים. משך זמן הפיתוח יימשך כ6 חודשים כולל התקנת מכשירי איתור בכלל הרמזורים.
4. הכנסת כלל חברות הצלה המרכזיות בארץ לתוכנית – בשלב הראשוני, ביצוע המיזם על חברת מגן דוד אדום ולאחר כ3 חודשים מתיקוף ולמידת הפיילוט, הכנסת התוכנית לכלל רכבי הצלה (משטרה, מכבי אש) בארץ.

קו מנחה אסטרטגי:

אסטרטגיה גנרית:

האסטרטגיה הגנרית היא אסטרטגיה של **הובלה בבידול** כלומר, החברה תיצור תוכנה שתתאים לקהל היעד, תוך התחשבות במבנה הגאוגרפי של ישראל וזאת על מנת לתת מענה לחולים אשר זקוקים להגעה מהירה מנקודה לנקודה ברחבי הארץ. פלח השוק העיקרי שהחברה מתמקדת בו הוא כוחות ההצלה של מדינת ישראל. רכבים אלו צריכים להגיע במהירות לנקודה אליה הוזמנו במהירות המרבית. התנאי העיקרי לצורך הצלחת הפרויקט שלנו הוא הצלת חיים והורדת זמני ההגעה לנקודות הקריאה.

כמו כן, כאשר החברה המפתחת אסטרטגיה המותאמת לארגונים ספציפיים מטרתה העיקרית היא לגרום לחברות ההצלה להיות תלויות וזקוקות לה וכך יצליחו לשמר אותם לטווח ארוך.

יתרון תחרותי – קיימים מספר יתרונות לפתרון הנ"ל לחברות ההצלה

- 1. הצלת חיי אדם** – הייעוד העיקרי של חברות ההצלה הוא להציל חיים ככל הניתן, אולם בשעות הלחץ ובערים בהם יש ריכוזי אוכלוסייה לרוב חברות ההצלה לא מצליחות להגיע ליעד בזמן ולעבור את עומסי התנועה שנובעים גם מרמזורים. הפיתוח שהחברה מציעה נותן פתרון למקרים הללו שרכבי ההצלה עומדים בפקקים וברמזורים, ללא יכולת להתקדם לכיוון האירוע או בחזרה ממנו. כאשר יש מענה לכך חברות ההצלה יכולים להתייעל ולהציל יותר חיי אדם.
- 2. מיזם ייחודי המותאם לצורכי הלקוח** – בישראל כל הזמן נבחנים פתרונות לצורך קיצור זמני הגעה ממקום למקום בשעות העומס. הייחודית של המיזם הוא ההתמקדות בפלח השוק של רכבי החרום, היתרון שהחברה מעניקה הוא פתרון למציאת נתיבים פתוחים לבתי חולים ולמוקדים מרכזיים בעלי ביקוש גבוה לרכבי חרום.

גורמים קריטיים להצלחה ומיצוב – קיימים מספר גורמים המחייבים את ההצלחה:

- 1. קיצור זמני הנסיעה** - ככל שנפחית את זמני הנסיעה כך הצלחת הפרויקט תהיה גדולה יותר ותמצב את המיזם. ואפילו בהמשך יהיה ניתן להרחיב את המיזם לפתרון הפקקים גם לכלל האוכלוסייה. אך כאשר אחוז קיצור זמני הנסיעה יהיה נמוך (פחות מ-5%) המיזם לא יהיה רלוונטי וההשקעה לא רלוונטית מצד הרשויות.
- 2. מציאת נתיבים אופטימליים** - יש למצוא נתיבים נכונים שאכן יקצרו את משך הנסיעה, ככל שנקצר יותר את הנסיעה ונמצא את הנתיבים הפתוחים יותר כך ההצלחה תהיה גדולה יותר.
- 3. מפות עדכניות** - ככל שהמפות במשרד התחבורה יהיו עדכניות יותר, כך רמת הדיוק יהיה גבוה יותר. אולם, כאשר יבוצע תכנון ובפועל המפה לא תואמת למציאות, תכנון הפרויקט יפגע.