

اسم المشروع

إستيراد

رقم المجموعة

اعداد

أسماء الطلاب + الأرقام الأكاديمية

نفل الدوسري : 2021204272
عبدالله الدوسري: 2021206420
عبدالرحمن المالك: 2021206419
عبداللطيف القحطاني: 2021206269
أحمد الكراي: 2021203938
عبدالحميد الحمد: 2021203983
محمد الحربي: 2021206622
يوسف الحمد: 2021204243

بإشراف/ د.
الفصل الدراسي الثاني
1442هـ - 2021 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرس المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل

1.1.1

الرسالة :

تقديم أفضل المنتجات من المستحضرات التجميل والعناية بالجسم بحيث تلبي كافة احتياجات وتوقعات العملاء بشكل مستمر

1.1.2

الرؤية :

أن تكون الشركة رائدة في مجال مستحضرات الجميل والعناية بالجسم على مستوى المملكة ودول الخليج

1.1.3

الأهداف:

1- التركيز على العميل والوفاء بمتطلباته باستمرار.

2- وضع أهداف قابلة للقياس وتتوافق مع رؤية الشركة.

3- تطوير خصائص الأداء للعمليات والمنتجات

كما أن الشركة تدرك جيدا أن العاملين هم أثمن ما لديها ، وتضمن أنهم على قدر كافي من الوعي لأهمية الوفاء بمتطلبات العملاء ودورهم الهام في تحقيق أهداف ورؤية الشركة.

1.1.4

مبدئيًا اكتب الهدف الذي تفكر فيه؟

هدف : انشاء شركة استيراد منتجات فريدة من نوعها

محدد

1- لماذا تريد ان تنشئ شركة ؟ من يحتاج إلى أن يتم تضمينه؟ متى ترغب في فعل ذلك؟

نريد انشاء شركة استيراد مستحضرات التجميل وادخال علامة تجاريه جديدة في السوق السعودي وتوجيه فريق تطوير ادارة الاعمال لرؤية مدى رغبة العملاء بهذا النوع من المنتجات وذلك في الربع الاول من العام القادم .

قابل للقياس

2- كيف يمكنك قياس التقدم ومعرفة ما إذا كنت قد التقيت بنجاح

هدفك؟

من خلال بيع منتجاتنا في السوق وتحقيق نسبة ربح 25 %

قابل للتحقيق

3- هل تمتلك المهارات المطلوبة لتحقيق الهدف؟ إذا لم يكن كذلك ، هل يمكنك الحصول عليها؟ ما هو الدافع وراء هذا الهدف؟ هو مقدار

الجهد المطلوب على قدم المساواة مع ما سيحققه الهدف؟

سنقوم بإجراء مسح للسوق بشكل منتظم للتعرف على متطلبات السوق وعمل شراكة ذكية مع شركات توصيل وتوزيع المنتجات على المحلات التجارية لنشر وتوسيع نطاق البيع .

ذو صلة

4- لماذا أضع هذا الهدف الآن؟ هل تتماشى مع الأهداف العامة؟

تقديم مشروع استيراد منتجات تجميل فريدة في سوق المملكة العربية السعودية وتحسين تجربة العملاء عند الطلب من خلال الهاتف المحمول ونقاط البيع .

مقيدة زمنياً

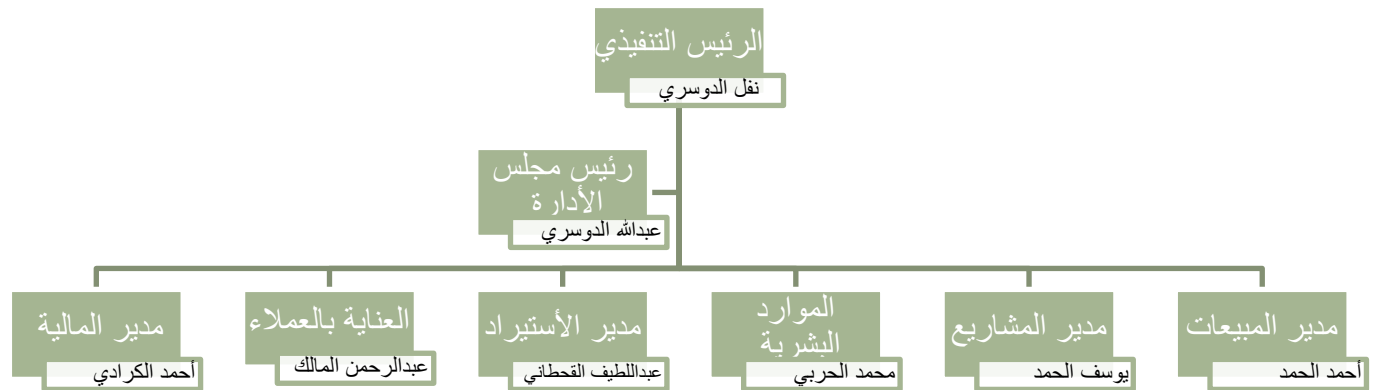
5- ما هو الموعد النهائي وهل هو واقعي؟

من أجل تحقيق زيادة بنسبة 25% في حصة السوق ، سنحتاج إلى البدء في عملية الاستيراد بحلول الربع الأول من العام القادم ويجب أن يستمر لمدة عام لتحقيق الهدف.

مخرجات المشروع				
الوصف (تسليمات/المرحلة الرئيسية)	تاريخ البدء	تاريخ الانتهاء	التكلفة المتوقعة	موافقة الشركات
المرحلة 1				
بدء المشروع وتسليم الوثائق	12/3/2022	14/3/2022	650000	
جاهزية المستودعات	14/3/2022	16/3/2022		
تطوير عملية الأستيراد	16/3/2022	19/3/2022		
موافقة وزارة التجارة	19/3/2022	21/3/2022		
بدء عملية الأستيراد	21/3/2022	13/4/2022		
ملئ المستودعات بالمنتجات	13/4/2022	20/4/2022		
بدء عملية نشر المنتجات	20/4/2022	29/4/2022		
اتسقطاب العملاء	29/4/2022	27/6/2022		
انشاء موقع الكتروني	27/6/2022			
المرحلة 2				
خدمة عملاء			3500000	
خدمات ما بعد البيع				
العمل على نشر المنتجات في مناطق اخرى				
توفير منتجات على طلب العملاء				

مخاطر المبادرات (مستوى عالي)	
الوصف	مدي العتورة
موارد البنية التحتية للمشروع و تكنولوجيا المعلومات مثل (الشبكات والحوادث)	خطرة
حماية أمن المعلومات (جدار الحماية)	خطرة
القضايا والأصداوات (مدي الاستقرار)	خطرة
تأخر الشركة في توفير المتطلبات الأساسية	خطرة
فريق المشروع	المسؤوليات والمسؤوليات الرئيسية
نفل الدوسري	راعي المشروع الموافقة على قرارات ميزانية المشروع والموافقات المتعلقة بالمشروع
عبدالله الدوسري	المدير التنفيذي :الحرص على تمويل المشروع وعدم وجود أي نواقص
عبدلطيف الشحطاني	مدير قسم الاستيراد :الحرص على التواصل مع الشركات المصدرة واستيراد المنتجات بجودة عالية
عبدالرحمن المالك	المدير الفني : التأكد من ان جميع العمليات تلي عمليات النظم الاساسه
احمد الكراي	المدير المالي : الحرص على التمويل وتسجيل جميع المعلومات المالية
احمد الحمد	امدير المبيعات : يعمل على توسيع نطاق المبيعات بالملكة
يوسف الحمد	كدير المشروع :ضمان المواعيد النهائية للمشروع ضمان الجودة ضمان جاهزية المستودات
محمد الحربي	مدير الموارد البشرية : جدولة اوقات العمل للموظفين

اصحاب المصلحة والتوقعات			
اصحاب المصلحة		التوقعات	
نفل الدوسرى		راعي المشروع : التأكد من وجود وسيلة اعلام فعالة لتحسين عائد الاستثمار يتم تحقيق الاشراف على الفوائد واستعادة الاعمال والحفاظ على ربحيتها وقيمتها في محطة الشركة	
عبدالله الدوسرى		مدير المشروع واخصائي القوات الرقمية : يحرص على رفع مستوى الجودة وتطبيق منهجية التحول الرقمي	
عبداللطيف القحطاني		مدير قسم الاستيراد : التأكد من استيراد البضائع والحرص على وصولها بجودة عالية تناسب متطلبات العميل	
عبدالرحمن المالك		رعاية العملاء : تزويد جميع التقارير والخدمات والمميزات والمراقبة ... الخ لرفع المستوى	
احمد الكرادى		المدير المالي : يعزز النظام بجودة عالية للعمليات والتقارير المالية ويجعلها رقمية	
احمد الحمد		مدير المبيعات : يساعد على رفع نسبة المبيعات	
يوسف الحمد		مدير المشروع : التنبؤ بان المشروع قد تم توثيقه والابلاغ عنه بشكل فعال من قبل مدير المشروع	
محمد الحربي		مدير قسم المازد البشرية : الحرص على استقطاب الایذ العاملة التي ستقود المشروع الى النجاح	
اللجنة التوجيهية للمشروع		الادوار والمسؤوليات الرئيسية	
نفل الدوسرى , عبدالله الدوسرى ,عبداللطيف القحطاني		القرارت والموافقة	
عبدالرحمن المالك , احمد الحمد		الموافقة على تعيين المشروع وقبوله	
نفل الدوسرى , عبدالله الدوسرى		القبول النهائي	
يوسف الحمد		تقييم اداء المشروع	
الموافقة على الميثاق			
مسؤل التمويل		مدير المشروع	
الاسم	التوقيع	الاسم	التوقيع
نفل الدوسرى		عبدالله الدوسرى	



1.2.2

التقسيم حسب وظائف العمل

ينظم التقسيم الوظيفي الموظفين على أساس الوظيفة أو مجموعة المهارات. يعمل مندوبي المبيعات والمسوقين معًا في التسويق والموظفين مشاركين في جعل منتجات الشركة تصل للعملاء بأفضل صورة و يعمل الموظفين في قسم التوريد على خطة تطوير المنتجات و استيراد المنتجات الجديدة و تختلف الأقسام من شركة إلى أخرى ولكن يتم تصميمها دائمًا على هذا النحو ويعمل الموظفون مع آخرين يشاركونهم مهارات أو وظائف مماثلة.

1.2.3

نموذج PMO:

أفضل نموذج مكتب لإدارة المشاريع لهذا المشروع هو

توجيه PMO. المشروع هو "شركة استيراد"

الذي يحتاج إلى مستوى عالٍ من الالتزام خلال العمل ولذلك. الشركة تتطلب مكتب PMO لإدارة المشروع مباشرة مع ارتفاع الاحترافية. يجب على مدير المشروع كتابة تقارير دورية عن المشروع بينما يزود مكتب إدارة المشاريع مدير المشروع بالخبرة المطلوبة والاستشارات والموارد.

مخرجات المشروع				
الوصف(تسليمات/المرحلة الرئيسية)	تاريخ البدء	تاريخ الانتهاء	التكلفة المتوقعة	موافقة الشركات
المرحلة 1				
بدء المشروع وتسليم الوثائق	12/3/2022	14/3/2022	650000	
جاهزية المستودعات	14/3/2022	16/3/2022		
تطوير عملية الاستيراد	16/3/2022	19/3/2022		
موافقة وزارة التجارة	19/3/2022	21/3/2022		
بدء عملية الاستيراد	21/3/2022	13/4/2022		
ملئ المستودعات بالمنتجات	13/4/2022	20/4/2022		
بدء عملية نشر المنتجات	20/4/2022	29/4/2022		
اتسقاطاب العملاء	29/4/2022	27/6/2022		
انشاء موقع الكتروني	27/6/2022			
المرحة 2				
خدمة عملاء			3500000	
خدمات مابعد البيع				
العمل على نشر المنتجات في مناطق اخرى				
توفير منتجات على طلب العملاء				

2.1.2

التحقق من نموذج القائمة لمراحل المشروع

1- المشروع والبدء فية - بدء المشروع - ميثاق المشروع	2- تعريف المشروع والتخطيط - النطاق والميزانية - جدول توزيع العمل - خطة تواصل - ادارة المخاطر	3- اطلاق المشروع وتنفيذه - الحاله والتتبع - التوقعات - جودة المؤشرات - الاداء	4- اداء المشروع والتحكم به - الاهداف - المخرجات - الجوده - تتبع الاداء والتكلفه	5- اغلاق المشروع - الابلاغ عن المشاكل - انتهاء المشروع
---	--	---	---	--

2.2.1

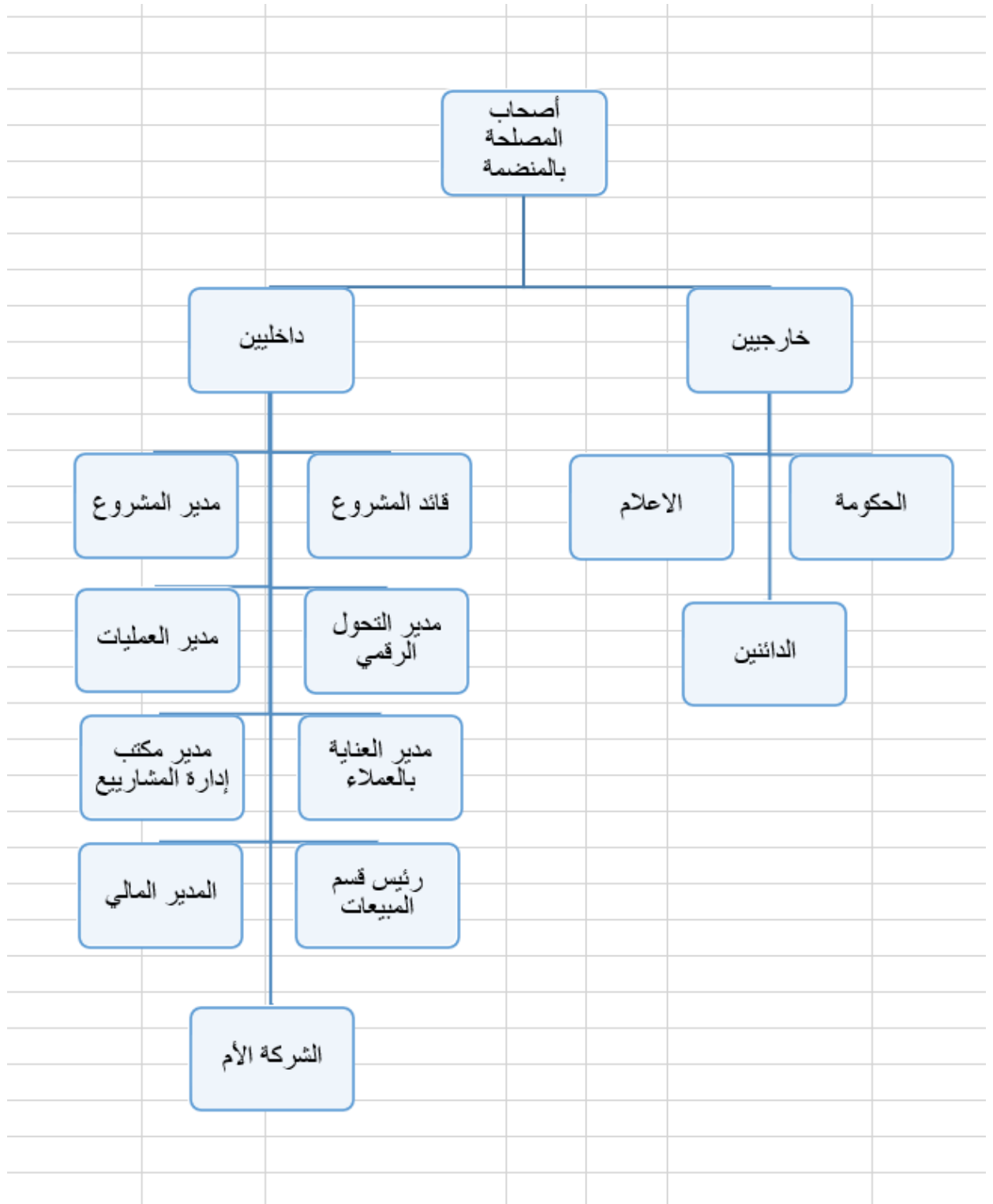
اصحاب المصلحة :

اسم صاحب المصلحة	الفئة	مجموعة تحليل أصحاب المصلحة	المنظمة او المجموعة	الدور او المسمى الوظيفي	الرياض	أرقام الهواتف	عنوان البريد الإلكتروني	اتصالات البريد	أرسال التعليقات والملاحظات
الاسم كامل	داخلي / خارجي	لاعب رئيسي/أبقي على اطلاع /تلبية احتياجاتهم	اسم المنظمة او المجموعة التي ينتمي لها أصحاب المصلحة	المسمى الوظيفي او الدور الذي يشغله صاحب الشركة	عنوان الاتصال الرئيسي	أرقام هواتف الاتصال	x@x.com	تم ارسال سجل الرسائل وأرقام الهواتف إلى أصحاب المصلحة	جهات الاتصال معرفة
نفل الدوسري	داخلي	لاعب رئيسي	الإدارة العليا	المسؤول	مقر الشركة	537788417	na@gmail.com		
عبدالله الدوسري	داخلي	لاعب رئيسي	الإدارة العليا	مالك المشروع	مقر الشركة	587633321	ab@gmail.com		
عبداللطيف القحطاني	داخلي	أبقه على اطلاع	مدير قسم الاستيراد	مدير مشروع	مقر الشركة	588885321	aabb@gmail.com		
عبدالرحمن المالك	داخلي	تلبية احتياجاتهم	مدير قسم العناية بالعملاء	محلل فني	مقر الشركة	555525321	hhhb@gmail.com		
احمد الكرادى	داخلي	أبقه على اطلاع	المدير المالي	مسؤول مبيعات	مقر الشركة	555753321	jjlk@gmail.com		
احمد الحمد	داخلي	أبقه على اطلاع	مدير المبيعات	المدقق على المدخلات والمخرجات والارباح	مقر الشركة	588878521	llkl@gmail.com		
يوسف الحمد	داخلي	لاعب رئيسي	مدير المشاريع	مدير الجودة	مقر الشركة	585455321	abaa@gmail.com		
محمد الحربي	داخلي	أبقه على اطلاع	موارد بشرية	مسؤول الموظفين	مقر الشركة	587778921	abd@gmail.com		

2.2.2

التأثير والاهتمام :





2.3.1

. ثقافة الشركة

تتمحور قيم وثقافة شركتنا حول جدوى الأعمال والتوجيه الذي يحركه العملاء والمشاركة الفعالة للموظفين.

جدوى الأعمال:

تتعلق جدوى الأعمال بالأداء المالي والاستقرار من أجل:

1- رأس مال كاف للمنافسة.

2- توسيع قاعدة عملائنا.

التوجه الذي يحركه العملاء:

1- جميع استثمارات الأعمال والخطة الإستراتيجية تتمحور حول العميل.

2- المشاركة الفعالة للموظفين

3- رضا موظفينا هو أولوية بالنسبة لنا، وتعزيز دعمهم لاستمرارية العمل.

2.3.2

الثقافة والقيم

تحدد الشركة الناجحة بيان قيم واضح من خلال فهم الأهداف. تعكس قيم الشركة شخصيتها ومعاييرها ومبادئها التي يجب على الموظفين الالتزام بها. أولاً ، نحتاج إلى اختيار القيم الأساسية ، ثم نقوم بتشكيل الأعمال من حولها. تعمل القيم عندما يعيش كل موظف في الشركة ويمارس عمله.

أمثلة على القيم:

- مجتمع
- الأسرة
- الخيرية / التطوع
- أمانة
- اندماج
- الضيافة
- الإبداع
- الجودة
- التناسق
- العمل كفريق واحد
- الاحترام

إن امتلاك قيم قوية يمكنه أن يساعد في اتخاذ القرار ، وتوضيح الرؤية ، ومعرفة تفاصيل المشكلة التي تريد حلها. كما ويمكنها قيادة أعمال جديدة ، وتحفيز الموظفين، وتعزيز انتماءهم للشركة.

3.1.1

"تحديد سلوكيات شخصية لأصحاب المصلحة الذين يمكنهم التأثير على المشروع
يمكن تصنيف سلوك أصحاب المصلحة إلى ثلاث فئات:

1- التهديد التنافسي

2- الإمكانيات التعاونية

3- السلوك الملحوظ

3.1.2

1-تهديد تنافسي

وصف

هذا هو سلوك أصحاب المصلحة في التهديد التنافسي. التهديد التنافسي هو
مواجهة لم تحدث بعد ولكن لديها القدرة على القيام بذلك في
مستقبل. بعبارة أخرى ، هناك خطر مرتبط ب
القدره التنافسيه. التهديد التنافسي ، مثل أي خطر آخر ، لديه احتمال
وتأثير ، ويمكن تخفيفه أو القضاء عليه. المدرجة أدناه هي
الفئات الأساسية للتهديد التنافسي.

أسباب كيفية القضاء عليها

بسبب الديناميكيات التنافسية ، تتأثر الاستراتيجية منذ منافسيك
الاستجابة للتخطيط التشغيلي الذي تقوم به داخل الصناعة ، و

يجب أن تتفاعل مؤسستك مع متطلباتهم بحذر. (I. M. et al., 2013)

هناك العديد من الطرق للقضاء على هذا السلوك:

ألف - تحسين المنتجات والخدمات

ب. زيادة خدمات العملاء

جيم - تجربة حملة تسويقية جديدة

د. البحث عن جمهور مستهدف جديد

2- الإمكانيات التعاونية

وصف

مشاركة شخصين أو أكثر أو منظمات مع

الهدف المتمثل في تحقيق هدف مشترك مفيد للطرفين

المعنيه. عمل جماعي أو حالة من الأشخاص الذين يعملون أو يتصرفون

يشار إلى معا من أجل هدف أو منفعة مشتركة على أنها عمل تعاوني.

(أوستيوزانينا ومولوكوفا ، 2020)

أسباب كيفية القضاء عليها

تعاون الأفراد لنفس الدوافع مثل الكائنات الحية الأخرى:

ميزة فورية ، وصلة وراثية ، والمعاملة بالمثل. (إ.م. وآخرون،

2013) ومع ذلك ، يتعاون البشر لأسباب فريدة بالنسبة لهم ،

مثل إشارات الصدق (المعاملة بالمثل غير المباشرة)، واختيار المجموعة الثقافية، و

الأسباب المتعلقة بالتطور الثقافي.

هذا هو السلوك الأكثر فائدة للمنظمة. لا يمكن لهذا السلوك

يتم القضاء عليها لأن هذا يساعد المنظمات على النمو في السوق

3- السلوك الملحوظ

وصف

هو التركيز العلمي على كيفية تواصل الأفراد مع بعضهم البعض في المجموعات التي تعرف باسم السلوك الملحوظ. هذا هو الهدف من بحوث السلوك التنظيمي لتطبيق مبادئها من أجل

تحسين الكفاءة التي تدير بها الشركات عملياتها. (إ. م. وآخرون، 2013) أسباب كيفية القضاء عليهما من المهم جعل الأداء في الوظيفة. يزيد من فرص العمل الرضا هذا هو السبب في أنه مهم جدا.

من بين مجالات أبحاث السلوك الملاحظة التي يتم متابعتها هي تلك التي تهدف إلى تعزيز أداء العمل ، وتعزيز السعادة الوظيفية ،

دعم الابتكار، وتشجيع القيادة من بين أمور أخرى.

الأنشطة الفردية مثل إعادة هيكلة المجموعات، ومراجعة الأجور يتم الدعوة إلى الأنظمة أو تغيير أساليب تقييم الأداء من قبل كل منظمة بطريقتها الفريدة

3.1.3

نموذج SWOT

تحليل SWOT هو رؤية قابلة للتنفيذ لأعمالنا. يحلل العوامل الداخلية نقاط القوة والضعف والعوامل الخارجية

الفرص والتهديدات (Andrews)، R.، 2019، (SCHULFER)، S.، 2021).

• نقاط القوة: ما هي الأشياء المميزة في استيراد مستحضرات التجميل ؟

لماذا يختار الأشخاص شركتنا ؟

• نقاط الضعف: أين يكافح هذا العمل؟

لماذا لا مزيد من الناس يختارون الاستيراد ؟

• الفرص: ما هي التدابير التي يمكن اتخاذها للتحسين؟

كيف يجذب المزيد من الناس؟

• التهديدات: ما هي التدابير التي يمكن أن تسقط أعمالنا ؟

ما هي الأسباب يجذب أقل الناس؟

نقاط القوة	نقاط الضعف
قائمة فريدة من نوعها	التوصيل فقط
تصنيف عالي عبر الإنترنت	نقاط بيع متوزعة
الولاء للعلامة التجارية	تكلفة التسليم
قوة التسعير	أنواع مماثلة من المنتجات
معرفة محلية أفضل	ارتفاع تكلفة الاستيراد
	منتج جديد في السوق
	الحصول على التمويل

النزاهة الشخصية	السلوكيات التي تتعارض مع النزاهة الشخصية:
الأخلاق هي عدد من المبادئ والقيم التي يمتلكها الشخص	تظهر هذه السلوكيات في العمل لعدة أسباب منها: العمل وضغوط الإدارة للوصول إلى الإنتاجية المطلوبة

من أجل تنظيم سلوكه البشري. هناك أهمية كبيرة للالتزام بأخلاقيات العمل والنزاهة في العمل ، مثل الارتقاء بأخلاقيات الموظفين والتي يؤدي إلى زيادة التفاعل فيما بينهم من أجل إنتاج أفضل ويعكس أيضًا صورة إيجابية مميزة عن المنظمة من خلال تفاعل الموظفين مع بعضهم البعض ومروسيهم. يؤدي الالتزام بالنزاهة والأخلاق في العمل إلى زيادة النزاهة في إدارة السلوك والجهد والوقت. النزاهة في العمل لها دور في إنهاء الظلم من حيث الترقيات ومكافآت للموظفين مما يؤدي إلى تحفيز الموظفين داخل المنظمة ، مما يجعلهم أكثر قدرة على العمل بشكل أفضل طريق.	أوتحقيق الهدف والموظف غير مهتم. صعوبة الحياة الحالية وضعف رواتب الموظف يلجأ إلى طرق أخرى لكسب المال. إعطاء الأولوية للمصالح الشخصية للفرد على المصلحة العامة. ومن الأمثلة على هذه السلوكيات: الاحتيال والمضايقة والبلطجة
---	--

3.2.1

الأخلاق هي عدد من المبادئ والقيم التي يمتلكها الشخص من أجل تنظيم سلوكه البشري.

هناك أهمية كبيرة للالتزام بأخلاقيات العمل والنزاهة في العمل ، مثل الارتقاء بأخلاقيات الموظفين ، مما يؤدي إلى زيادة التفاعل بينهم من أجل إنتاج أفضل ، كما يعكس صورة إيجابية مميزة للمؤسسة من خلال الموظفين. التفاعل مع بعضهم البعض ومروستهم.

يؤدي الالتزام بالنزاهة والأخلاق في العمل إلى زيادة النزاهة في إدارة السلوك والجهد والوقت.

النزاهة في العمل لها دور في إنهاء الظلم من حيث الترقيات والمكافآت للموظفين ، مما يؤدي إلى تحفيز الموظفين داخل المنظمة ، وجعلهم أكثر قدرة على العمل بطريقة أفضل.

السلوكيات التي تتعارض مع النزاهة الشخصية:

تظهر هذه السلوكيات في العمل لعدة أسباب منها: ضغوط العمل والإدارة للوصول إلى الإنتاج أو تحقيق الهدف ، والموظف غير مهتم.

صعوبة الحياة الحالية وضعف الرواتب ، لذلك يلجأ الموظف إلى طرق أخرى لكسب المال.

إعطاء الأولوية للمصالح الشخصية للفرد على المصلحة العامة. ومن أمثلة هذه السلوكيات: الاحتيال والمضايقة والبلطجة.

3.2.2

تحليل التأثير المالي والاجتماعي والفني من هنا أثر هذه السلوكيات على الجوانب الاجتماعية والمالية و

سيتم تحليل المستويات الفنية على الصعيد الاجتماعي الخروج عن اللوائح وعدم احترامها ويؤدي الأشخاص في العمل إلى تشويه أهداف الشخص في الحياة الصحية ، يهدر الاحتمالات ويضلل ويضعف شخصية الفرد ، ويسود القلق والتوتر والخوف على إتمام أي مهام أو الأعمال التي تساهم في تحسين المجتمع.

على الصعيد المالي ، يؤدي فقدان النزاهة في العمل إلى ضعف الإنتاجية.

يؤدي الافتقار إلى الشغف أو التمكن من العمل عالي الجودة إلى ضعف جودة المنتج وبالتالي زيادة المصاريف وتقليل الأرباح وهو أحد الأهداف للشركة .

على المستوى الفني ، يتأثر الموظفون في اتخاذ قراراتهم من خلال التغييرات في إجراءات العمل والسياسات والاستراتيجيات مما يؤدي إلى المقاومة وضعف القيادة وبالتالي قلة الإبداع والخوف للابتكار وتحديد أولويات الأساسيات فقط.

اصحاب المصلحة	المنصب	المسمى وظيفي	الاية التواصل	التاثير	الفئة
نفل الدوسري	المدير التنفيذي	المسؤول	ج:0537788417 E:na@gmail.com	عالي	داخلي
عبدالله الدوسري	رئيس مجلس الادارة	مالك المشروع	ج:0587633321 E:ab@gmail.com	متوسط	داخلي
عبداللطيف القحطاني	مدير قسم الاستيراد	مدير مشروع	ج:0588885321 E:abd@gmail.com	عالي	داخلي
عبدالرحمن المالك	مدير قسم العناية بالعملاء	محلل فني	ج:0555525321 E:aabb@gmail.com	منخفض	داخلي
احمد الكراي	مدير المبيعات	مسؤول التوزيع	ج:05854555321 E:abaa@gmail.com	منخفض	داخلي
احمد احمد	المدير المالي	المدقق على المدخلات والمخرجات والارباح	ج:0555753321 E:hahb@gmail.com	عالي	داخلي
يوسف احمد	مدير المشاريع	مدير الجودة	ج:0588878521 E:jjjk@gmail.com	متوسط	داخلي
محمد الحربي	موارد بشرية	مسؤول الموظفين	ج:0587778921 E:llkl@gmail.com	عالي	داخلي

3.3.2

الاتصالات الشخصية والتواصل الفعال

ما هو الاتصال الشخصي؟

الاتصال الشخصي هو بين شخص لآخر. شخصي الاتصالات هي مصادر ليس لديها سجل يستطيع القارئ التمكن من قد تكون الاتصالات الشخصية رسائل خاصة ومذكرات ورسائل بريد إلكتروني المقابلات الشخصية أو المحادثات الهاتفية.

شخصي الاتصالات مذكورة فقط في النص ولا يتم تضمينها في قائمة المراجع ،

حيث يتعذر على الآخرين استرجاع المعلومات.

ما هي الاتصالات الفعالة؟

التواصل هو عنصر حيوي لمشروع جيد الإدارة.

هناك مجموعتان رئيسيتان من الأشخاص الذين يحتاج معهم مدير المشروع لضمان التواصل الواضح والفعال ، وأصحاب المصلحة وفريق المشروع.

ومن ثم ، لضمان تطبيق التواصل الفعال طوال الوقت المشروع بأكمله والتغلب على التحديات مدير المشروع يجب أن تتضمن خطة اتصال في مرحلة التخطيط لـ مشروع. عند عمل خطة اتصال ، سيقوم مدير المشروع بذلك يجب أن تسأل الأسئلة التالية:

• ما هو نوع الاتصال المطلوب؟

(إدارة الاجتماعات ، اجتماعات الفريق ، تقارير الإدارة ، سجلات المشروع)

• من الذي يجب التواصل معه؟ (الأطراف الفاعلة)

• ما مدى تكرار الاتصال المطلوب؟ (كم مرة)

• ما الذي يجب توصيله؟ (التقارير ، محاضر الاجتماعات ، التفاصيل أو الملخص)

يمكن اعتماد شكل من أشكال خطة الاتصال الموحدة.

ومع ذلك ، لكي تكون خطة الاتصال فعالة وكفؤة ، يجب أن تكون كذلك قابل للتكيف ومناسب لجميع أصحاب المصلحة. كما هو موضح في (PMBOK®Guide) - الإصدار الخامس ،

"وسائل الاتصال الفعال أن المعلومات مقدمة بالتنسيق الصحيح ، في الوقت المناسب ،

للجمهور المناسب ، والتأثير المناسب. فعالة الاتصال يعني توفير المعلومات المطلوبة فقط "

ومن ثم ، يتعين على مدير المشروع أن يصمم خطة الاتصال وفقاً لكل مشروع. يجب الحفاظ على الخطة و

تحديثها طوال دورة حياة المشروع إذا كانت هناك أية تغييرات

3.3.3

قنوات ونماذج اشكال الاتصال:

نماذج الاتصال	التعريف
نموذج خطي	عملية الاتصال في اتجاه واحد حيث يرسل المرسل رساله الى المتلقي
نموذج مزدوج	اتصال ثنائي الاتجاه ينقل فيه الطرفان المعلومات
نموذج تفاعلي	المشاركون في المناصب كمرسلين ومستلمين ويولدون معنى عن طريق ارسال رسائل وتلقي الملاحظات
انواع الاتصالات	التعريف
اتصالات شخصية	يتواصل الفرد داخل نفسه الفرد هو المرسل
اتصالات شخصية	تبادل المعلومات بين شخصين او اكثر
وسائل الاعلام الجماهيرية	مشاركة المعلومات من خلال المنصات للتواصل مع اطراف متعددة
متعدد الثقافات	التواصل بين الناس من خلف الثقافات

قنوات الاتصال	التعريف
وجها لوجه محادثات	تبادل المعلومات حيث يحضر كل من المرسل والمستقبل والقدرة على التفاعل ورؤية لغة الجسد وتعبيرات الوجه
المؤتمرات الافتراضية	يمكن للأطراف مناقشة المصالح المشتركة من خلال استخدام ادوات الاتصال على الانترنت
رسائل البريد الالكتروني	يتم ارسال الرسائل الكترونيا من مستخدم كمبيوتر واحد الى مستلم واحد او اكثر عبر الانترنت
رسائل مكتوبة	تحويل الرسائل من افكار الى نموذج مكتوب لارساله الى اطراف اخرى
جداول البيانات	ملف الكتروني يتم فيه ترتيب البيانات في الصفوف والاعمدة لاستخدامها في العمليات الحسابية والتحليل وتقديمها وتقطيعها

3.3.4

الاتصال	الهدف	متوسط	تكرار	الجمهور
اجتماع الافتتاحي	مقدمه المشروع والاهداف ومراجعته الاهداف	في المنزل	مرة واحدة	مدير المشروع والفريق واصحاب المصلحة
اجتماع المشروع	مراجعته حاله المشروع	في المنزل/افتراضي	اسبوعي	مدير المشروع والفريق
القضايا الفنية والتطوير	مناقشته ومراجعته قضايا المشروع ووضع خطه التنمية	في المنزل/افتراضي	عند الحاجة	مدير المشروع والفريق
تقرير حاله المشروع	تقارير لقياس وتوثيق تقدم المشروع	الايميل	اسبوعي	مدير المشروع والفريق
تقرير حاله المشروع/ربع سنوي	عرض تقدم المشروع	في المنزل/افتراضي	ربع سنوي	مدير المشروع واصحاب المصلحة
الموافقات	الحصول على الموافقات الاي معاملات جديدة	الايميل/توقيع	عند الحاجة	مدير المشروع والفريق واصحاب المصلحة

3.3.5

تقديم 3 سيناريوهات لنماذج اتصال خاطئة

السيناريو 1

تحديث خطة إدارة المشروع تم إجراء تحديثات على الجدول الزمني للمشروع والتدفقات النقدية بدون موافقة العميل ثم إبلاغها شفهيًا.

خطأ ، لأن هذا التحديث يتطلب اتصال كتابي رسمي ، لأنه تحديث في ركن أساسي من المشروع فهو له خطة الإدارة ، لأن هذا التحديث سيؤثر على جميع جوانب مشروع.

سيناريو (2)

إجراء تغيير في عقد المشروع تم طلب تغيير من استشاري المشروع بشكل غير رسمي ، فيما يتعلق بتغيير في جزء من نطاق المشروع ، وكان التغيير نفذت من جانب المقاول دون إجراء تقييم شامل لـ تغيير في الجدول الزمني للمشروع والميزانية ، ثم إظهار السلبية تأثير التغيير على تكاليف المشروع ومدته الا ان استشاري المشروع رفض تحمله العميل هذه الفترة الإضافية والتكاليف الإضافية بسبب عدم وجود توثيق يتم التغيير رسميًا بموافقة رسمية من العميل ، وهذا النمط خاطئ لأن أي تغيير في المشروع يتطلب شكلي الاتصال الكتابي المكتوب الرسمي من أجل الحفاظ على الحقوق لجميع أطراف المشروع.

سيناريو (3)

أبلغ أحد أعضاء فريق المشروع عن ضعف الأداء الفني لـ المرة الأولى طلب استلام عمل من استشاري المشروع لسوء الحظ تم رفض أداء أحد أعضاء فريق المشروع ، وذلك تم إخطار العضو رسميًا كتابي رسمي عن أدائه الفني الضعيف ، وهذا النمط هذا خطأ ، لأنها المرة الأولى التي يخطئ فيها هذا العضو في الأداء أثناء المشروع ، وكان يجب أن يكون قد تم تنبيهه بشكل شفهي غير رسمي الطريقة ، والأسلوب الرسمي المكتوب يستخدم عندما يتكرر ضعف الأداء.

3.3.6

مصفوفة تقييم أصحاب المصلحة :

الاسم	غير مدرك	مقاومة	محايد	داعم	قيادة
أسم العميل				●	
أسم المكتب				●	
أسم المدير التنفيذي					●
أعضاء الفريق					●
استخدم الباحثون حول العمل	●				
أصدقاء العمل والهيئات الحكومية	●				
أسم مدير أخصائي قسم			●		

4.1.1

أسلوب القيادة التحويلية / البصرية:

إن نهج القيادة هو الذي يسبب التغيير في موظفي المنظمة ، لأنه يؤدي إلى تغيير قيم وإيجابي في الموظفين. كما يتم تمثيلها في تطوير الموظفين إلى قادة ، حيث إنها الدافع والروح المعنوية للموظفين. أسلوب القيادة يفكر باستمرار خارج الدائرة ويعطي الفرص لتجربة عدة احتمالات لتحقيق الأهداف الممكنة. من الممكن العمل مع منسوبي المؤسسة بكل سهولة ويسر والتواصل مع المستفيدين بشكل واضح فهو يخلق روح التعاون والمنافسة والإنجاز المستمر

4.1.2

- 1- أسباب تفضيل هذا النموذج
- 2- زيادة فرص تحقيق أهداف المنظمة.
- 3- جعل التواصل أوضح وأسهل.
- 4- تطوير الموظفين وتحويلهم إلى قادة دوليين.
- 5-رفع مستوى جودة العاملين

4.1.3

خمس طرق تحفيز فريق المشروع:

- 1- بيئة العمل اللطيفة: -

توفير بيئة عمل ممتعة آمنة وصحية ومحفزة وتعزز التعاون داخل الفريق مما يجعلهم يشعرون بالرضا ويشجعهم على السعادة ليكونوا منتجين ومفكرين مبتكرين.

- 2- تقديم خطة التنمية الفردية (IDP):

يجب تزويد كل عضو في الفريق بخطة تطوير فردية لتحديد نوع التدريب الضروري الذي يحتاجونه للمضي قدماً في حياتهم المهنية. يمثل IDP فرصة لتعلم مجموعة جديدة من المهارات والتعرف على أحدث التقنيات لمشروع المطعم الافتراضي.

3- دعم وتشجيع الإبداع: دع كل عضو في الفريق يشعر بالقوة من خلال فرصة اقتراح أفكار جديدة ، ثم فكر بشكل أكبر وحقق ذلك. امنحهم فرصة لبدء أفكارهم المبتكرة الجديدة وإيجاد طرق إبداعية لحل المشكلات. ينبغي النظر في الاعتراف الشهري لـ "Outbox Thinker".

4- أن تكافأ:

إنشاء نظام للمكافآت والتقدير من الثناء الإيجابي للفريق على أساس الإنجاز والأداء لإلهام الفريق حيث يمكنهم رؤية تقدمهم نحو أهداف الشركة.

5- تحديد التوقعات الواضحة:

يجب أن يفهم كل عضو في الفريق ما يفترض أن يفعله في المشروع. يجب أن يعتمد التوقع على القدرات الفردية لكل عضو ومجال خبرته ومهاراته. اشرح أيضاً كيف يتناسب المشروع الافتراضي مع الأهداف الإستراتيجية للشركة.

4.2.1

المسؤول	مدير المشروع	مدير الاستيراد	مدير المستودع	مدير التسويق والمبيعات
اختيار المنتجات	R,C	A,I	I	C
نقاط البيع	R,A	R	I	C,I
خفظ التكاليف	R	A	I	C,I

4.3.1

الصراع والأزمة

نزاع

الصراع هو الموقف الذي تتداخل فيه مصالح أو احتياجات أو أهداف أو قيم أصحاب المصلحة في المشروع مع بعضها البعض.

التعريف العام للأزمة :

الأزمة هي أي حدث أو فترة من شأنها أن تؤدي أو قد تؤدي إلى وضع غير مستقر وخطير يؤثر على الفرد أو المجموعة أو المجتمع بأكمله. الأزمات هي تغيرات سلبية في الشؤون الإنسانية أو البيئية ، خاصة عندما تحدث بشكل مفاجئ ، دون سابق إنذار أو بدون سابق إنذار.

تعريف الأزمة في إدارة المشاريع :

يمكن اعتبار الأزمة مشروعًا مكثفًا وعالي الخطورة يجب إدارته للحصول على النتائج المرجوة. في حالة حدوث أزمة ، تكون النتيجة المرجوة هي تقليل الضرر. يمكن ويجب تطبيق مبادئ الإدارة الفعالة للمشروع في إدارة الأزمات. (PMI)

4.3.2

تقدم 3 سيناريوهات متوقعة لأحداث الصراع

1 معارضة مصالح أصحاب المصالح

يمكن أن ينشأ تعارض المشروع على أعلى مستويات الشركة قبل أن يبدأ المشروع على الإطلاق عندما يكون لدى أصحاب المصلحة وجهات نظر ومصالح متعارضة. على سبيل المثال ، قد يدافع مدير الإنتاج عن منتج بسيط وسهل التصنيع ، بينما يدفع مدير التسويق لمنتج أكثر تعقيدًا يوفر تخصيصًا شاملاً للعملاء. يجب حل هذا النوع من التعارض من أجل الحصول على رؤية موحدة للمشروع قبل أن يبدأ العمل.

الصراع على التكاليف والميزانية في عالم إدارة المشاريع ، تعتبر تكاليف وميزانيات المشروع العمود الفقري لأي مشروع. بدون التمويل المناسب وتخصيص الميزانية المناسب لكل مهمة محددة ، من المرجح أن يفشل المشروع. ومع ذلك ، فإن قيود الميزانية وخفض التكاليف أمر شائع في المشاريع خلال الظروف الاقتصادية الصعبة. أيضًا ، في أي منظمة معينة ، قد تحصل بعض المشاريع على أكثر من التمويل الكافي قد يحصل الآخرون على اعتمادًا على الأولويات - ولكن يزيد من تأجيل النزاعات بين فرق المشروع وقادة المشروع. المفتاح لتقليل التعارضات المتعلقة بتكاليف المشروع والميزانيات هو ضمان الإدارة المناسبة لتكاليف المشروع قبل بدء المشروع. من الضروري أيضًا التحكم في التكاليف أثناء مرحلة التنفيذ.

3- الخلافات الشخصية

في كثير من الأحيان ، يولد الصراع ببساطة من تصادم الشخصيات. لقد عملنا جميعًا مع شخص فركنا بطريقة خاطئة ، مما يجعل من السهل جدًا الاختلاف مع وجهة نظره أو رفض آرائه تمامًا. هذا ليس بالضرورة أمرًا سيئًا.

في الواقع ، يمكن أن تكون الاختلافات إيجابية ويجب الاحتفاء بها لقوتها وتنوعها في الفريق. يصبحون مصدر خلاف فقط إذا فرض شخص ما طريقته في العمل وفعل الأشياء على الآخرين. من الجيد أيضاً أن يكون لديك تحيزات ، لكن يجب أن نكون جميعاً منفتحين على تغيير رأينا ، بشرط وجود حجة مقنعة ، والموقف يتطلب ذلك. إن مفتاح معالجة النزاعات التي تنشأ بسبب الاختلافات في الإدراك هو خلق ثقافة يكون فيها أعضاء فريق المشروع وأصحاب المصلحة قادرين على التعبير عن آرائهم. يجب أن يبذلوا جهداً للاستماع وفهم بعضهم البعض بعقل متفتح.

4.3.3

- الاستراتيجيات المثلى للتعامل مع كل صراع وتحديد

سبب التفضيل.

التعاون - التعاون مع الطرف الآخر لفهم مخاوفهم والتعبير عن مخاوفك في محاولة لإيجاد حل مرضٍ للطرفين تماماً (الفوز).
أفضل تقنية حل النزاعات في الحالات التالية:

1. عند دمج وجهات نظر متعددة
2. إذا تم إشراك أصحاب المصلحة المؤثرين
3. عندما يكون الإجماع مطلوباً
4. إذا كنت ترغب في توزيع المسؤولية ، فهذه تقنية حقيقية لحل المشكلات توفر حلاً للنزاع. إنه يجلب الإجماع والالتزام والمسؤولية المشتركة عن النتيجة. تخلق هذه التقنية موقفاً يربح فيه الجميع ، وتبني ثقة فريقك ، وتكسب الاحترام ، وتؤسس سلطتك.

التسوية - محاولة حل النزاع من خلال تحديد حل يكون مرضياً جزئياً لكلا الطرفين ، ولكنه مرضٍ تماماً لأي منهما. أفضل تقنية حل النزاعات في الحالات التالية:

1. جميع الأطراف المعنية بحاجة للفوز
2. عندما تكون لديك علاقة متساوية مع كلا الطرفين 3. فشلت التقنيات التعاونية والتأثيرية تجلب هذه التقنية نتائج سريعة ، وتقلل من التوتر ، وتحافظ على تهدئة جميع الأطراف حتى تتمكن من إيجاد حل دائم. يمكنك تهدئة الوضع وإعادة النظر فيه لاحقاً.

الإجبار (استخدام القوة) - استخدام السلطة الرسمية أو أي سلطة أخرى تمتلكها لإرضاء مخاوفك بغض النظر عن مخاوف الطرف الذي تتعارض معه. أفضل حل النزاع التقنية في الحالات التالية:

1. عندما نحتاج إلى حل سريع
 2. عندما نعلم أن أحد الأطراف على حق
 3. ليس لدينا وقت للتحقيق
 4. عندما لا يكون الصراع مهماً جداً
 5. عندما لا تكون العلاقة مع أصحاب المصلحة ضرورية
- توفر هذه التقنية حلاً سريعاً. لا يتطلب الأمر أي جهد تقريباً وقد يساعد في ترسيخ سلطتهم.

4.3.4

تحليل السبب الجذري (RCA)
خطوات التحليل:

1. تحديد وتعريف المشكلة وتحديد أعراضها.
2. جمع البيانات حول المشكلة.
3. تحديد العوامل السببية المحتملة ، وتسلسل أحداث المشكلة ، والظروف التي أدت إلى حدوث المشكلة ، باستخدام طريقة

Whys. 5

4. تحديد الأسباب الجذرية للمشكلة.
5. تطوير وتنفيذ الحلول

