



جامعة الجميع الذكية
EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

Everyone's Smart University

Project (Spring 2021)

Student Name	 عبدالهادي عايد فرج العمري	اسم الطالب
Students I.D	 2021200463	الرقم الجامعي

Section

Master

Date

Thursday
18 / 03 / 2021.

Course Code

(PMG510)

Project Risk Management

Instructions:

المخاطر في مشروع إنشاء متجر الكتروني

1- المقدمة : introduction

المشروع بصفة عامة هو : مجموعة من المعالم أو المراحل أو الأنشطة أو المهام التي تدعم جهدًا لإنجاز شيء ما. وهو مؤقت بطبيعته ؛ وله تاريخ بداية ونهاية محددة ؛ يقدم منتج أو خدمة أو نتيجة فريدة ؛ وتكتمل عندما يتم تحقيق أهدافها وغاياتها وتوقيعها من قبل أصحاب المصلحة أو عند إنهاء المشروع .



1.1 Online store - المتجر الإلكتروني

يدل على موقع أو منصة لبيع وشراء الخدمات والسلع والمنتجات عن طريق شبكة الإنترنت، وقد ازداد أعداد المتاجر الإلكترونية والتجارة عن طريق الإنترنت بشكل كبير خلال السنوات الماضية، ويتم بيع منتجات وسلع متنوعة وفي مجالات واسعة في هذه المتاجر .

مشروع المتجر الإلكتروني سيكون مشروع ناجح متى ما وجدت الفكرة الجيدة والفكرة هنا اقصد بها السلعة التي سيتخصص بها متجرك , فمنها سنتطرق إلى عالم المال والاعمال .

<https://aait.sa> . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 25 04 , 2021 ، من أوامر الشبكة.

2 - ادارة مخاطر المشروع : project risk management

يعرف معهد ادارة المخاطر – IRM المخاطر على أنها : مزيج من احتمال وقوع الحدث وما يترتب عليه من عواقب .
كما يعرف الخطر على انه : فرصة أو احتمالية لخطر (فقدان ، إصابة ، جروح... إلخ) وجميعها تؤدي إلى نتائج سلبية ،
ولكن أحياناً الخطر يؤدي إلى نتائج موجبة . (1) (المنهج الدراسي)

تعتبر إدارة المخاطر عنصر أساسي من عناصر الادارة والمسائلة في المنظمات، وبما أنها تساعد على الاستعداد الأفضل للمستقبل والتعامل مع حالات عدم اليقين، فإنه لا يمكن فصلها عن آليات تحديد الأولويات والتخطيط الاستراتيجي .

وكون أن إدارة المخاطر تساعد على تقليل المخاطر المفاجئة ، وتحديد الفرص، والحفاظ على استدامة الاعمال، من خلال الاستقرار المستمر للمستقبل واختلاق أحداث وسيناريوهات « توقع الاسوأ » ، فإنه من المهم الإشارة إلى أن المخاطر والفرص عاملان لا ينفصلان على الرغم من اختلاف تعريفهما. حيث تركز أدوات إدارة المخاطر الفعالة لتحديد المخاطر على الفرص بقدر ما تركز على المخاطر، علماً أن الاخفاق في رصد الفرص المتاحة لتحقيق أهداف الجهة هو خطر في حد ذاته. وينبغي التأكيد أن إدارة المخاطر لا تضمن إمكانية تحديد جميع المخاطر الهامة والتصدي لها وتحقيق الاهداف وإنما تعزز تلك الامكانية . (إعداد الإدارة العامة للحكومة والمخاطر والالتزام، 2021)

3- مرحلة تخطيط المشروع : Project planning phase

يتم في هذه المرحلة وضع الخطط اللازمة لكافة مراحل المشروع ، وقد تم الاجتماع بصفتي مديراً للمشروع مع راعي المشروع وفريق العمل وتم وضع النقاط الاساسيه و المهمة في دورة حياة المشروع ، حيث تم تقديم دراسات الجدوى وبدأ فريق المشروع بالتخطيط لمتطلبات انشاء هذا المشروع . وقد تم التخطيط لإنشاء المتجر الإلكتروني وتم اعتماد ما تم الوصول اليه في هذه المرحلة . وقد تضمنت هذه المرحلة التخطيط لمخاطر المشروع والتي من المحتمل حدوثها في أي وقت حيث تعتبر عملية تقييم المخاطر ومراقبتها خلال جميع مراحل المشروع ضرورة قصوى .

- أهمية تحديد المخاطر قبل المشروع :

في التعامل مع المتاجر الإلكترونية الشهيرة لا يوجد ما يدعوا للقلق تجاه هذا الموضوع ، حيث أنها تتمتع بمصداقية عالية في مجال البيع والشراء عبر الإنترنت ، حيث يمكنك الاطمئنان إلى كافة التعاملات التجارية التي من الممكن إنجازها مثل موقع أمازون أو موقع سوق أو أي من المواقع المعروفة عالمياً ، وذلك لأن مكانة هذه الشركات لا تسمح لها بالقيام بأي تلاعب من هذا النوع ، أما الأسماء الجديدة وغير المعروفة في عالم التجارة الإلكترونية فمن الممكن ان تظهر فيها الكثير من المشاكل أو الاخطار .

وقد تم رصد عدد من المخاطر المحتملة حدوثها اثناء مراحل تنفيذ المشروع نذكر منها مايلي ::

3.1- مخاطر الالتزام : Compliance risk

هناك العديد من مخاطر الالتزام الداخلية والخارجية والتي يجب الوفاء بها مثل القوانين التجاريه او الأمنيه المعمول بها دولياً و محلياً مثل متطلبات تأسيس او انشاء المتجر او الاستيراد او أنواع المنتجات التي يسمح لها بالدخول ...

3.2- المخاطر السيبرانية : Cybersecurity risks

- ومن ابرز المخاطر السيبرانية للتجارة الإلكترونية بشكل عام .

3.2.1- صعوبة التحقق من موثوقية المتجر الإلكتروني .

3.2.2- الوقوع ضحية لإختراق المتجر و تسرب البيانات الشخصية والبنكية .

3.2.3- التعرض لسرقة البيانات الشخصية أو البنكية من قبل المتجر وبيعها لأطراف أخرى .

3.2.4- سرقة الأموال من خلال انتحال هوية متجر الكتروني معروف .

3.3- المخاطر التكنولوجية : Technological risks

مثل تعطل النظام أو أحد الانظمة المشغلة للمتجر الالكتروني أو طرق الدفع أو طرق التأكد والتواصل .

3.4- الاحتيال : fraud

وهو ما قد يحصل بقصد من قبل الموردين الخارجيين مثل , عدم توفر المنتج و إنخفاض الجودة .

3.5- الشحن : Shipping

مثل التأخير و الأعطال المصاحبة لعمليات الشحن والخدمات اللوجستية العديدة ووصول البضائع في وقتها المحدد .

3.6- مخاطر السمعة : Reputation risk

(مخاطر المنتجات او الأداء) الفشل في تأمين منتجات ذات جودة عالية و قيمه سوقيه مناسبة وكذلك خدمات ما بعد البيع هي من اهتم النقاط التي ينبني عليها السمعة و التي قد تؤدي الى فشل المشروع منذ البدايه .

3.7- مخاطر اجتماعية : Social risks

وهي ما يتعلق برأي الآخرين و ردة فعلهم حيال المنتجات المبذوعه إلكترونياً .

3.8- قوة المنافسه في السوق : Market competition

وجود المنافسين في السوق هو أمر حيوي و إيجابي لتعزيز الخدمات المقدمه للمستهلكين , وفي نفس الوقت سيكون لها تأثير سلبي اذا فقد المتجر شيء من قوته لأي سبب كان .

4- المنهجية : methodology

4.1- تحديد احتمالية حدوث الخطر : Likelihood

المستوى	الوزن	الاحتمالية	الوصف
مرتفع جدا	5	75% فأكثر	احتمال عالي لحدوثه .
مرتفع	4	74 - 60% %	احتمال كبير لحدوثه .
متوسط	3	59 - 45% %	احتمال متوسط لحدوثه .
ضعيف	2	44 - 10% %	احتمال ضعيف لحدوثه .
نادر الحدوث	1	اقل من 10 %	نادراً ما يحدث .

4.2- تحديد تأثير حدوث الخطر : impact

المستوى	الوزن	التأثير	الوصف
كبير جدا	5	71 % فأكثر	تأثير كبير جدا للعمل يتطلب تدخل الإدارة .
كبير	4	70 - 51 % %	تأثير كبير على الأهداف المهمة يتطلب تدخل الإدارة .
متوسط	3	50 - 31 % %	تأثير متوسط على الأهداف التشغيلية يتطلب مراجعة الإدارة .
منخفض	2	30 - 11 % %	تأثير منخفض يمكن التعامل معه من قبل ادارة القسم .
غير مؤثر	1	اقل من 10 %	تأثير لا يذكر يمكن التعامل معه باجراء روتيني .

4.3- الجدول التالي يوضح نتيجة مصفوفة الخطر .

م	الخطر	احتمالية الخطر	تأثير الخطر	مستوى الخطر / 25	الإجراءات الوقائية
1	مخاطر الالتزام	2	3	6	L تطبيق الإجراءات المطلوبة أولاً بأول
2	المخاطر السيبرانية	3	5	15	H استخدام برامج حماية على مستوى عالي
3	المخاطر التكنولوجية	3	4	12	M استخدام برامج حماية عالية المستوى
4	الاحتيال	3	4	12	M تطبيق الإجراءات الأمنية الاحترازية مسبقاً
5	الشحن	2	3	6	L اختيار الوكيل الموثوق والمعروف
6	مخاطر السمعة	3	5	15	H وضع برنامج حماية للمستهلكين
7	مخاطر اجتماعية	2	3	6	L تضمين سياسة المتجر لبرامج التوعية و التثقيف الاجتماعي
8	المنافسة السوقية	3	4	12	M دراسة السوق المنافس ومواكبة التغيير

4.4- القيمة النقدية المتوقعة (EMV) Expected monetary value

الخطر RISK	احتمالية حدوث الخطر P	تأثير تكلفة الخطر ic	ميزانية الطوارئ P*IC
مخاطر الالتزام	30%	6000\$	1800\$
المخاطر السيبرانية	50%	15000\$	7500\$
المخاطر التكنولوجية	50%	12000\$	6000\$
الاحتيال	50%	12000\$	6000\$
الشحن	30%	6000\$	1800\$
مخاطر السمعة	50%	15000\$	7500\$
مخاطر اجتماعية	30%	6000\$	1800\$
المنافسة السوقية	50%	12000\$	6000\$
المجموع		84000\$	38400\$

- يتم التعامل مع جميع هذه المخاطر وفق ما تقتضيه الحاجة من تقليل الاثر و الاحتماليه و استخدام المتحكمات و الضوابط الوقائية للحد من الخسائر قدر الامكان .

5 - دراسات علمية سابقة : literature review

5.1- دراسة بعنوان : حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية

هدفت الدراسة الى انه : بناء على ما سبق يتبين لنا أن حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية باعتباره مناخا افتراضيا، يجمع العديد من الوسائل والمسائل التقنية التي تقتضي سرعة المعالجة وتكوين عالي لمنظومة التجارة الإلكترونية، يجعل من هذه الأخيرة عملية تواجه العديد من العوائق والتحديات التقنية منها وغير التقنية التي تكاد تجعل هذا النمط من التجارة يكاد يكون شبه مستحيل في المجتمعات غير المتحكمة في الوسائط والتطبيقات التكنولوجية في التعاملات التقنية .

وبناء على ما تقدم فإنها توصي بالاتي :

وعليه يقتضي تفعيل حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية جملة من الآليات التي تجعلها ممكنة التطبيق، منها الآليات السياسية والتي من خلالها يوجه السلوك العام نحو اعتماد واحترام الضوابط المتضمنة للتعاملات الإلكترونية، كما يقتضي الأمر التحين والتحكم والتبسيط للجوانب الإدارية والقانونية في التجارة الإلكترونية ، لتعزيز انخراط المنظومة الاجتماعية في الانخراط والتفاعل الإيجابي . (عبدالنصر، 2019)

5.2- دراسة بعنوان : التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول

وقد اوضحت الدراسة بأنه : أصبحت التجارة الإلكترونية تطرح الكثير من التحديات بالنسبة للدول العربية خاصة ضعيفة الدخل رغم أن التجارة الإلكترونية ما هي إلا عملية شراء وبيع للسلع والخدمات عبر شبكات حاسوبية إلا أنها تتطلب الكثير من الوسائل المادية والمعنوية، فبالإضافة إلى البنية التحتية الإلكترونية فهي تتطلب أيضا حرصا كافيا من المشرع في ضمان حقوق المتعاملين سواء الباعة من خلال ضمان حماية حقوق الملكية أو المتسوقين على الويب من خلال ضمان حقوقهم باعتبارهم مستهلكين .

واوصت الدراسة بما يلي : وباعتبار أن الدول العربية تمل جزءاً هاماً من هذا العالم فيجب عليها بذل الجهود الكافية لتطوير المعاملات الإلكترونية بالشكل الذي يكفل لها مكانتها في هذا العالم المتغير، ومن ضمن المتطلبات التي يجب توفيرها ما يلي :

أ - توفير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

ب - توفير المقومات التشريعية اللازمة لتسهيل حرية التجارة الإلكترونية .

ج - تدريب الكوادر البشرية لتنظيم الأعمال الإلكترونية .

د - نشر ثقافة استخدام الوسائل الإلكترونية . (نبيل، 2018)

5.3- دراسة علمية بعنوان : جرائم التجارة الإلكترونية

- هدفت الدراسة الى توضيح مايلي :

5.3.1- ان تطور جرائم التجارة الإلكترونية أثر سلبا على سرعة انتشار هذه التجاره

5.3.2- الجرائم الإلكترونية تسببت في خرق أنظمة الحماية التي تتمتع بها طرق الدفع الإلكترونية وبالتالي اهتزاز الثقة بها .

5.3.3- جرائم التجارة الإلكترونية زادت من تكاليف الشركات وذلك باضافه تكاليف الحماية الإلكترونية

5.3.4- قضت الجرائم الإلكترونية على نظرية ان العالم في المستقبل سيكون رقمي و الكتروني .

وأوصت الدراسة بما يلي :

أولاً : على المشروع اعادة النظر في بعض التشريعات التي لم تعد تلائم عصر التجارة الالكترونية مثل تعديل القانون التجاري و قانون العقوبات واصدار مدونة تشريعية خاصة بالمعاملات الالكترونية .

ثانيا : الاهتمام أكثر بالبحوث العلمية والتي تهتم بعالم الانترنت خاصة البرامج الموجهة لحماية المعاملات الالكترونية .

(عبدالرحيم، 2008)

5.4- دراسة علمية بعنوان : واقع التسوق الإلكتروني في الجزائر

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التسوق الإلكتروني في الجزائر ، والذي استخدمته العديد من المؤسسات في عرض سلعها وخدماتها عبر ما يعرف بمتاجر التسوق الإلكتروني التي لاقت نجاحا كبيرا في الآونة الأخيرة مثل أمازون ، أيباي .

خلصت الدراسة الى ان الزبون الجزائري يستخدم التسوق الإلكتروني في حياته اليومية عبر متاجر التسوق الإلكتروني والتي تعرف عليها غالبا من مواقع التواصل الاجتماعية والتي يقوم بشراء مختلف السلع منها لأنه يرى أن أسعارها مناسبة، وأهم المخاطر التي تواجه الزبون الجزائري فيها هي تأخر وصول السلع وعدم وصولها أو سرقتها. (بوراي، 2020)

النتائج و المناقشة : results & discussion

تم تقديم هذه الدراسة عن طريق البحث في المواقع الالكترونية واستخلاص أهم النقاط التي يدور حولها موضوع هذا النقاش وكذلك تم التطرق الى الدراسات العلمية السابقة والتي تتحدث عن نفس الموضوع لمقارنة النتائج و استخلاص الفائدة . وبالنظر الى الدراسات العلمية السابقة ومطابقتها مع الوضع الحالي لنا في هذا المشروع أجد بعضاً من التوافق في المعطيات و الطرق المستخدمه او المثبّعه في عملية التخطيط وفي المحصله النهائيه للنتائج المرجوه او الاهداف المخطط لها من مشروع كهذا , وذلك لوجود بعض الاختلافات الزمنية و التطورات الكثيره و المتسارعه اللتي تحدث في يومنا هذا عن ما كان عليه العالم خلال السنوات القليلة الماضيه , حيث انه كل ما زاد التطور و التقدم العالمي كل ما زادت الاخطار وتشددت الانظمة و القوانين من اجل زيادة الحماية و الأمان .

تم بحمد الله و فضله ,,,,

المراجع : references

- (1) المنهج الدراسي لمادة ادارة مخاطر المشروع
<https://aait.sa>. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 25 04 , 2021، من أوامر الشبكة.
- إعداد الإدارة العامة للحكومة والمخاطر والالتزام. (2021). *الدليل الاسترشادي لإدارة المخاطر*. الرياض: وزارة المالية السعودية.
- د . طرشي محمد - و - د . بوفليح نبيل. (2018 , 10 29). التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول. *مجلة اقتصاديات شمال إفريقي*، صفحة 10.
- د. صباح عبدالرحيم - و - د. وهيبة عبدالرحيم. (2008). *جرائم التجارة الإلكترونية*. ورقلة: المركز الجامعي.
- راضية بولقرون / زهرة جامع / زينب بوراي. (2020 , 12 2). واقع التسوق الإلكتروني في الجزائر. *مجلة أوراق اقتصادية*، صفحة 17.
- سالم أقاري - و - حمزة عبدالناصر. (2019 , 4 1). حوكمة مناخ التجارة الالكترونية. *دراسة في العوائق و الآليات*، صفحة 20.