



اسم المشروع

إستيراد

رقم المجموعة

اعداد

أسماء الطلاب + الأرقام الأكاديمية

نفل الدوسري : 2021204272

عبدالله الدوسري: 2021206420

عبدالرحمن المالك: 2021206419

عبداللطيف القحطاني: 2021206269

أحمد الخردلي: 2021203938

عبدالحميد الحمد: 2021203983

محمد الحربي: 2021206622

يوسف الحمد: 2021204243

بإشراف/ د. وليد سليمان

الفصل الدراسي الثاني

1443هـ - 2022 م

فهرس المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
الغلاف	1
فهرس المحتويات	2
فهرس الجداول	3
قائمة الاشكال	4
محتويات المشروع بأكمله	5-83
التوصيات	84
الملخص	84-85
المراجع	86-88

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
8-11	ميثاق المشروع	1
13-14	نموذج PMO	2
15	سجل أصحاب المصلحة	3
23-24	نموذج SWOT	4
27	قنوات الاتصال	5
31-29	قنوات ونماذج اشكال الاتصال	6
33	مصفوفة تقييم أصحاب المصلحة	7
36	نموذج RACI	8
58	هيكل WBC	9
59	قائمة الأنشطة و الوظائف	10
61	مخطط جانت	11
69	إدارة القيمة المكتسبة	12
74	الجدول الزمني للمشروع	13
78	تحديد المخاطر والفرص	14
80	التحليل النوعي للمخاطر	15
81	مصفوفة التحليل النوعي للمخاطر	16
82	استراتيجية الاستجابة للمخاطر	17
83	مصفوفة تقييم مشاركة اصحاب المصلحة	18

قائمة الاشكال

رقم الشكل	اسم الشكل	رقم الصفحة
1	الهيكل التنظيمي	11
2	شبكة التأثير / الاهتمام	16
3	رسم تخطيطي منطقي (سجل أصحاب المصلحة)	17
4	BCA	40
5	القيد الثلاثي	47
6	تطوير هيكل تقسيم العمل	49
7	الهيكل الهرمي لاهداف المشروع	52
8	تطوير المخطط المنطقي	60
9	نموذج SIPOC & LSHIKAWA	66-67
10	هيكل توزيع التكاليف	68

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 التجميل 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 أثنى 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 للتعلم مع 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 زمنيا

5- ما هو الموعد النهائي وهل هو واقعي؟

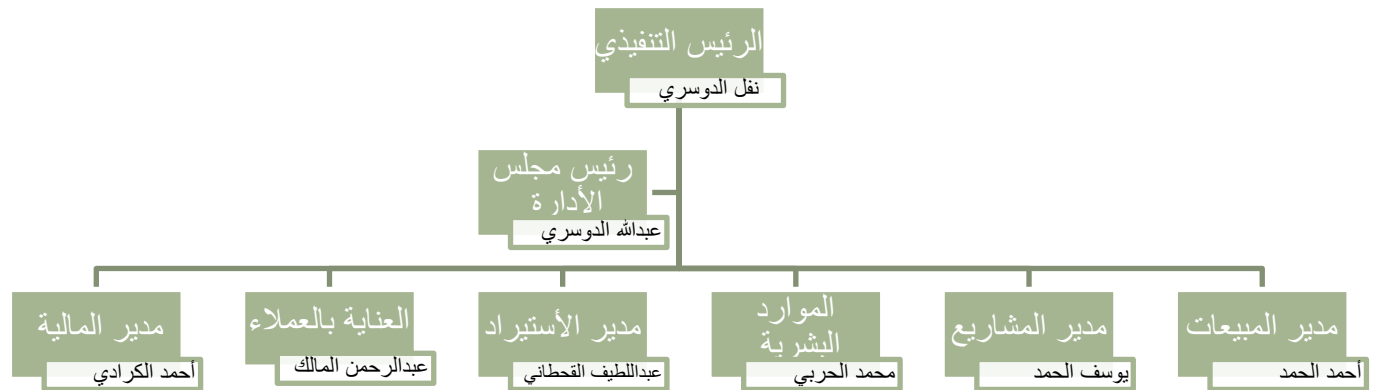
1.1.5

7

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	27/6/2022		
اتسقاط العملاء	27/6/2022	27/7/2022		
انشاء موقع الكتروني	27/7/2022			
المرحة 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 الخطورة
موارد البنية التحتية للمشروع و تكنولوجيا المعلومات مثل (الشبكات والحواد م)	خطرة
حماية أمن المعلومات (جدار الحماية)	خطرة
القضايا والأصدا رات (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 أى نواقص
عبدلطيف الشحطاني	مدير قسم الاستيراد :الحرص على التواصل مع الشركات المصنعة 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 احمد	امدير المبيعات : يعمل على توسيع نطاق المبيعات بالملكة
يوسف احمد	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 معاً في التسويق والموظفين مشاركين في جعل منتجات الشركة تصل للعملاء بأفضل صورة و يعمل الموظفون في قسم التوريد على خطة تطوير المنتجات و استيراد المنتجات الجديدة و تختلف الأقسام من شركة إلى أخرى ولكن يتم تصميمها دائماً 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.

2.1.1

EPMO-TEM-01		ميثاق المشروع		
م	عنوان المبادرة	نوع المبادرة	المالك	المنصب
	شركة استيراد	مشروع	نفل سعد الدوسري	المدير التنفيذي
تاريخ البداية	تاريخ النهاية	حالة المبادرة	الميزانية المعتمدة	قضية الأعمال
2/5/2022	3/8/2022	نشط	1,000,000	تنفيذ شركة استيراد جديدة
وصف المشروع		تبرير المشروع		
عمل شركة استيراد وتصدير تنفيذ البنية التحتية اعداد المستودعات الاية الأستيراد طريقة التسويق طريق الدفع نقاط البيع		يتطلع فريقنا الى استيراد منتجات تجميل فريدة من نوعها ونوصيلها الى الزبائن بجودة عالية وفي وقت قصير وذلك عن طريق وضع برنامج للبيع بالتجزئة في مخازن عناية والكثير من الوكلاء في السوق ونسعى الى عمل موقع اكتروني لعرض وبيع المنتجات		
اهداف بطاقة الأداء المتوازن المعينة				
رقمنة نظام مبيعات التجزئة				
المنافع المتوقعة	الحدود	الأستهداف		
تعزيز الشركة	456	421		
رفع مبيعات الشركة	234	80%		
رفع ولاء عملاء الشركة	864	980		
رفع جودة العملاء في الشركة	499	189		

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

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 اصحاب المصلحة	المنظمة او المجموعة	الدور او المسمى الوظيفي	الرياض	أرقام الهواتف	عنوان البريد الإلكتروني	اتصالات البريد	أرسال التعليقات والملاحظات
الأسم كامل	داخلي / خارجي	لاعب رئيسي / ابقى على اطلاع / تلييت احتياجاتهم	اسم المنظمة او المجموعة التي ينتمي لها اصحاب 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 اصحاب المصلحة	جهات الاتصال معرفة
نفل الدوسري	داخلي	لاعب رئيسي	الادارة العليا	المسؤول	مقر الشركة	537788417	na@gmail.com		
عبدالله الدوسري	داخلي	لاعب رئيسي	الادارة العليا	مالك المشروع	مقر الشركة	587633321	ab@gmail.com		
عبداللطيف القحطاني	داخلي	ابقه 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 الكرادتي	داخلي	ابقه على اطلاع	المدير المالي	مسؤول مبيعات	مقر الشركة	555753321	jjlk@gmail.com		
احمد الحمد	داخلي	ابقه 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	5854555321	abaa@gmail.com		
محمد الحربي	داخلي	ابقه على اطلاع	موارد بشرية	مسؤول الموظفين	مقر الشركة	587778921	abd@gmail.com		

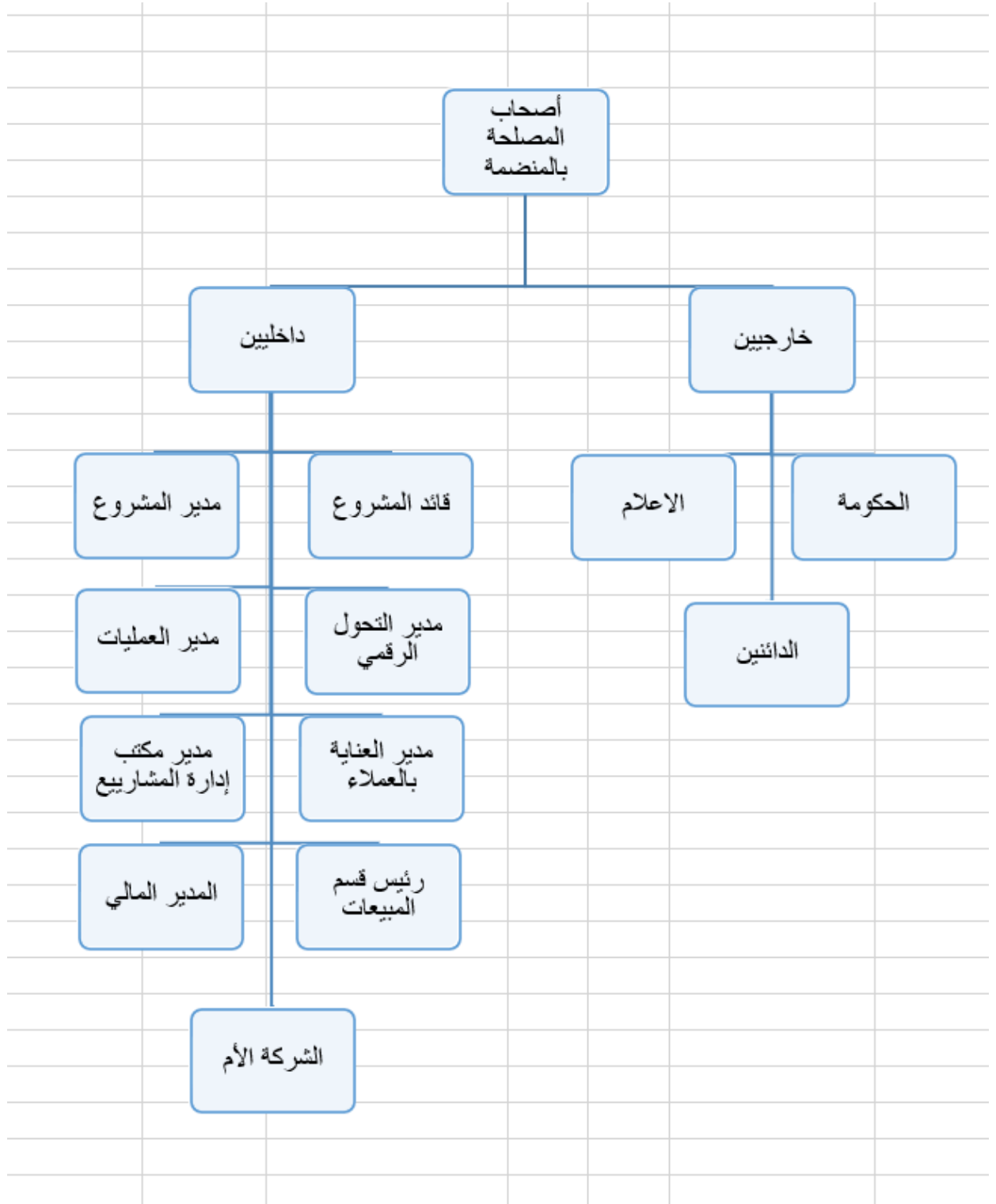
2.2.2

التأثير والاهتمام :

			كبير
	- إدارتهم عن قرب - ممول المشروع. - مدير المشروع. - مدير التحول الرقمي.	- الإبقاء عليهم سعادة - مدير مكتب إدارة المشاريع. - المدير المالي.	التأثير
	- الإبقاء عليهم مطلعين - مدير العمليات. - رئيس قسم المبيعات.	- متابعتهم - مدير العناية العملاء. - المدير المناوب للعناية بالعملاء.	
	كبير	صغير	صغير
	الفائدة		

2.2.3

المخطط المنطقي :



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.

(أوستيوزانيينا 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 عليها 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 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 أيضاً صورة إيجابية مميزة عن المنظمة من خلال تفاعل الموظفين 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 ومكافآت للموظفين مما يؤدي إلى تحفيز الموظفين داخل المنظمة ، مما يجعلهم أكثر قدرة على العمل بشكل أفضل طريق.	تظهر هذه السلوكيات في العمل لعدة أسباب منها: العمل وضغوط الإدارة للوصول إلى الإنتاجية المطلوبة أو تحقيق 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 والبطء

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 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 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 والبطالة.

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.

3.3.1

اصحاب المصلحة	المنصب	المسمى وظيفي	الآلية التواصل	التأثير	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:0585455321 E:abaa@gmail.com	منخفض	داخلي
احمد الحمد	المدير المالي	المدقق على المدخلات والمخرجات والارباح	ج:0555753321 E:hahb@gmail.com	عالي	داخلي
يوسف الحمد	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 مخلف 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 أدوات الاتصال على الانترنت
رسائل البريد الإلكتروني	يتم إرسال الرسائل الإلكترونية من مستخدم كمبيوتر واحد إلى مستلم واحد أو أكثر عبر الانترنت
رسائل مكتوبة	تحويل الرسائل من أفكار إلى نموذج مكتوب لإرساله إلى أطراف أخرى
جداول البيانات	ملف إلكتروني يتم فيه ترتيب البيانات في الصفوف والأعمدة 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 و وضع خطه التنميه	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 إلا أن 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			•		
وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية					

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
قرار	نقاط البيع	R,A	R	I	C,I
	خفض 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 يدافع 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. أيضاً ، في أي منظمة معينة ، قد تحصل بعض المشاريع على أكثر من التمويل الكافي قد يحصل الآخرون على اعتماداً 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 أيضاً التحكم في التكاليف أثناء مرحلة التنفيذ.

3- الخلافات الشخصية

في كثير من الأحيان ، يولد الصراع ببساطة من تصادم الشخصيات. لقد عملنا جميعاً مع شخص فركنا بطريقة خاطئة ، مما يجعل من السهل جداً الاختلاف مع وجهة نظره أو رفض آرائه تماماً. هذا ليس بالضرورة أمراً سيئاً. 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 موقفًا 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 تمامًا 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



5.1.1

توزيع الموارد البشرية على المهام :

توزيع الموارد البشرية حسب الاحتياجات وحسب الخطط الاستراتيجية, كل نشاط يوضع له الموارد البشرية اللازمه لانتهاء النشاط والمهمه, تحتاج لتخصيص ووضع الموارد البشرية معرفة مدى توفرها. يشمل توافر الموارد البشرية

معلومات حول الموارد التي يمكن استخدامها و المدة المتاحة لاستخدامها والمطلوبات اللازمة لتوفيرها . اختيار الموارد البشرية الجيدة تساعد على تحقيق الاهداف وتحقيق افضل النتائج و لتحقيق ذلك يجب توفر الجو المناسب للابداع والانجاز والابتكار واقناع الاشخاص المناسبة للموافقة بان يكونوا جزء من الفريق .

إتبع الخطوات الخمس التالية لتعيين الموارد البشرية المناسبة:

الخطوة الاولى : وضع خطة زمنية

تحدد مراحل المشروع بناء على منهجية المشروع.

تحديد مدة كل مرحلة بـالمشروع وتحديد معالم واضحة لقياس التقدم لكل مرحلة

تحديد المهام الرئيسية لكل مرحلة للعمل لانجازها

الخطوة الثانية : تعيين موارد المشروع

بعد انجاز الخطة الزمنية نعمل على تعيين الموارد المطلوبة لاكمال المهام واختيار فريق العمل على حسب المعرفة والخبرة اللازمة لانجازها

الخطوة الثالثة: العمل على الموارد المتاحة

بعد اتمام المهام الاولى والثانية المتعلقة بالخطة الزمنية وتحديد الموارد يكون العمل على التحقق من توفر الموارد اللازمة

الخطوة الرابعة: تخصيص الموارد

ينظر لوضع المؤسسة وقدراتها قد تضطر لطلب الموارد الغير متاحة لمؤسستك

الخطوة الخامسة: مراقبة الجدول الزمني للمشروع

يمكن لأي تغيير بالجدول الزمني أن يؤثر على خطة تعيين الموارد لهذا يجب مراقبة ومتابعة أي تغيير على الجدول الزمني لتخاذ الإجراءات اللازمة بالوقت المناسب .

5.1.2

التعاقب السريع و ضغط الجدول (Fast tracking & crashing)

التتابع أو التعاقب السريع

في حالة تأخر المشروع عن الجدول الزمني المحدد لأسباب منها ضعف الأداء أو قلة الموارد أو عدم توفرها بالوقت المناسب من الأسباب أيضا ضعف التواصل بين مديري المشاريع والموظفين لذلك من الخيارات المتاحة لحل مشكلة التأخير هي التتابع أو التعاقب السريع وهي عبارة عن عمل المهام مختلفة لا تأثر على بعض بنفس الوقت في حالة أنه لايزال من الممكن إنجاز المهام ضمن خطوط الأساس والمواعيد النهائية المحددة وتتم على النحو التالي

-إضافة أنشطة داخل المشروع

يتضمن المشروع سلسلة من الأحداث أو الإجراءات لتحقيق أهداف المشروع .ستتم كتابة كل العمليات مرة أخرى والتأكد من عدم التخلي عن أي مهام

-تنظيم قائمة الأنشطة حسب التسلسل المناسب

بعد الخطوة السابقة ، سيتم ترتيب المهام داخل المشروع بالتتابع.

-تحديد العمليات المستقلة

يمكنه تقصير الجدول الزمني إلى مستوى كبير .ومع ذلك ، لا يمكن الجمع بين جميع عمليات المشروع أو تداخلها . في هذه الخطوة ،سيتم تحديد المهام المستقلة.

-تنظيم أرقام الجدول

بعد تحديد المهمة والدراسات المستقلة ، سيكون الجدول الزمني أعيد تنظيمها من خلال أداء مهمتين في وقت واحد .
سيكون الجدول الزمني محدث بحيث يكون جميع الفريق والموظفين في المشروع على دراية بالتغييرات ، وتنفيذ
المهام وفقاً لذلك وتحقيق الجدول الزمني

ضغط الجدول الزمني

الوقت الذي يقرر فيه فريق المشروع زيادة التكاليف والموارد لتقليل الوقت المستغرق لإكمال مهام المشروع .
للمضي قدماً في ضغط الجدول الزمني ، وضعها أولاً أن يكون الاستثمار بالسعر الجديد .قد يؤدي هذا إلى النتيجة
المرجوة لضغط الجدول .على عكس التتابع او التعاقب السريع لا تزيد التكلفة بل تزيد من المخاطر.يتم عملها حسب
الخطوات التالية

-تحليل جدول المسار

تحديد المهام التي يمكن أن تساهم في تقصير الجدول الزمني عند استخدام هذه التقنية .عند القيام بذلك ، يمكن استخدام
طريقة (CPM) لتقييم أهمية المهمة وقياس مسارها الحرج.

-تحديد المهام التي يمكن ضغطها

الخطوة التالية هي تحديد المهام التي يمكن تسريعها إذا كانت هناك موارد إضافية مخصصة لهم.قد تشمل الموارد
الإضافية في المشروع القوى العاملة والعمال والمواد ، الوقت ورأس المال.

-حساب مكونات المهمة

إنه مقياس لمقدار الوقت الذي يمكن اختصاره قد نحتاج إلى وقت لقضاءه في التحول ، مثل نقل المعرفة ، والوقت
الإضافي الموارد للوصول ، والعديد من الظروف الأخرى.

- تحديد الطريقة الأقل تكلفة

الهدف الرئيسي لضغط الجدول الزمني هو تقصير المشروع الجدول الزمني مع الحد الأدنى من التكاليف الإضافية .
في الخطوات السابقة ، تم تحديد العديد من المهام التي يمكن أن تكون ان نقل من مدة تنفيذها.

-توفير الميزانية وتحديث جدول المهام

الخطوة الأخيرة هي تحديث المهام المجدولة بالإضافة إلى توفير الميزانية اللازمه لانجاز المهام

5.2.1

وضع القواعد العامة لعملية التفاوض

القواعد العامة للمفاوضات هي:

- كن صبوراً
- كن ايجابيا
- كن مستعدا
- تجميع المعلومات

5.2.2

خطط التفاوض

خطة(1)

التفاوض مع العميل على مدة تمديد العقد و القيمة المالية للتغيرات في نطاق المشروع طلب العميل تغييرات في حجم المشروع و قام مدير المشروع بتحليل تأثيرها على الجدول الزمني والتكلفة ، والتغيرات تحتاج 40 يومًا للتنفيذ ، بتكلفة 50000 ريال سعودي ،طلب العميل تخفيض في فترة التمديد وتكلفة التغييرات.

استراتيجيات التفاوض المخطط استخدامها مع العميل:

- 1- التحمل: الصبر وعدم التهور حتى يتحقق الهدف ، على أساس حكم" الرجل الذي يبدأ الضرب كان سيعترف بأنه ليس لديه أفكار أخرى."
- 2 -الصمت:الصمت يعبر عن الثقة والانضباط والهدوء .إنها استراتيجية فعالة .تحدث أقل واستمع أكثر.
- 3 - وضع الحدود :وضع حد و شرط أدنى لا يمكن أن يكون تم تجاوزه كشرط لبدء التفاوض.
- 4 - الربط(قدوة):(الحديث عن حالات مشابهة في السابق المشاريع والعميل وافق على ما يتم عمله يجري التفاوض عليه حاليا.
- 5 - غلاف الكشف :في نهاية عملية التفاوض ، حدد ملف نقاط للتركيز عليها ثم تحديد الأفضل الفوز بالبدائل.

خطة (2)

التفاوض مع مدير الموارد البشرية بالشركة حول توريد الموارد البشرية للمشروع تستثمر الشركة حاليًا مواردها البشرية في 11 المشاريع ، وبعد تحديد الموارد البشرية لمشروع ، تم طلب هذه الموارد من الموارد البشرية للشركة مدير ، لكنه طلب تقليل العدد لينشغل مع مشاريع أخرى. استخدام خطط استراتيجيات التفاوض مع مدير الموارد البشرية:

1. التحمل: الصبر وعدم التهور حتى يتحقق الهدف وليس التسرع في الموافقة على آراء الطرف الآخر بالموافقة بشرط التفكير والبحث أم لا.
2. - بحكم الواقع: اقناع الشركة بأهمية المشروع لما لها من قيمة القيمة المالية عالية وكذلك الرغبة في كسب العميل
3. الانسحاب الهادئ: للحصول على معلومات من الطرف الآخر عن المشاريع الحالية واحتياجاتهم.
4. لتناسخ: طرح أسئلة كثيرة على الطرف الآخر لتوضيح أعمقها مهم لأن هذا يضيق الفجوة مع الطرف الآخر
5. تحديد الحدود: وضع حدًا أدنى لعدد الموارد لبدء المشروع.
6. مفترق طرق: طرح العديد من جوانب المشروع ، مثل النطاق والوقت والميزانية ، الجودة والمخاطر والتواصل وربط عدد وكفاءة الموارد بهذه الجوانب، لإجبار الطرف الآخر على رؤية مجموعة واسعة من القضايا.

خطط التفاوض مع مدير الموارد البشرية:

1. التحمل: الصبر وعدم التهور حتى يتحقق الهدف وليس التسرع في الموافقة على آراء الطرف الآخر بالموافقة بشرط التفكير والبحث أم لا.
- 2- الواقعيه: اقناع الشركة بأهمية المشروع لما لها من قيمة القيمة المالية عالية ، وكذلك الرغبة في كسب العميل
- 3- الحصول على معلومات من الطرف الآخر عن المشاريع الحالية واحتياجاتهم.
- 4-التناسخ: طرح أسئلة كثيرة على الطرف الآخر لتوضيح أعمقها مهم لأن هذا يضيق الفجوة مع الطرف الآخر.
- 5-تحديد الحدود: وضع حدًا أدنى لعدد الموارد لبدء المشروع.
- 6-مفترق طرق: طرح العديد من جوانب المشروع ، مثل النطاق والوقت والميزانية ، الجودة والمخاطر والتواصل، وربط عدد وكفاءة الموارد بهذه الجوانب، لإجبار الطرف الآخر على رؤية مجموعة واسعة من القضايا.

6.1.1 : القيد الثلاثي

نموذج يمثل العلاقة بين نطاق المشروع والوقت

والتكلفة. يتم تمثيلهم عادة على النحو التالي:

1. النطاق: يحدد أهداف ونتائج ومهام المشروع ،

يحدد العمل لتحقيق النتائج المرجوة. يجب تحديد الأولويات

والموارد المخصصة بكفاءة.

2. الوقت: يسمى الجدول الزمني ويتضمن تواريخ البدء والانتها

للمهام ، المواعيد النهائية لجميع النتائج.

3. التكلفة: الميزانية التي يتم إعدادها للمشروع وهي الأساس

للتحكم في التكلفة ويتضمن بيانات التكلفة لمشاريع مماثلة ،

تحصيل أسعار جميع السلع الضرورية المستخدمة في المشروع

وأجور العمالة ، وتقدير المخاطر المتوقعة.

الجودة:

الجودة هي مركز مثلث المشروع. الجودة تؤثر على كل منهما

أحد جوانب المثلث وأي تغييرات تجريها على أي جانب من جوانب

من المحتمل أن يؤثر المثلث على الجودة. الجودة ليست أحد العوامل

المثلث إنها نتيجة ما فعلته في الوقت المناسب ، والمال

والنطاق.



6.1.2 : قائمة عوامل نجاح المشروع:

العوامل النفسية لنجاح المشروع:

1. الجدية والطموح: من أجل الوصول إلى التطلعات العالية فهو كذلك

ضرورية للتخطيط ثم تحديد طرق تحقيقها.

2. التميز: نسعى للتميز في هذا المجال بإضافة خاص

طرق نجاحها.

3. توقع النجاح واستبعاد الفشل: لدينا ثقة عالية

في قدرتنا على النجاح في هذا المشروع.

عوامل النجاح الإداري للمشروع:

1. التخطيط: المشروع لديه خطة تحدد حالة

المشروع في الوقت الحاضر ، وإلى أين تتجه في المستقبل ، والتي يساعد في وضع أعضاء الفريق على الطريق الصحيح. طالما أنهم يعرفون أهداف المشروع ، يتوقع منهم العمل على تحقيق هذه الأهداف.

2. تحفيز الفريق: الأداة الوحيدة لتحقيق النجاح بشرط ذلك

فريق العمل يتسم بالكفاءة ويعمل بجد وحماس في نفس الوقت ، ومن ثم يجب على مدير المشروع العمل على تحفيز له أعضاء الفريق دائمًا ، وإخبارهم بتقدمهم والإنجاز ، وليس عن سلبيات أدائهم هذا سيضعهم على الطريق الصحيح ، ويضاعف تصميمهم.

3. تجنب الانحراف عن التوقعات من أكثرها شيوعًا

أسباب فشل المشروع هو عدم التوافق بين ما تعتقده

نتائج الأعمال وتقدير العميل لها ، لذلك من أجل

لتجنب هذا الموقف ، علينا أن نتفق بشكل حاسم على ما هم في الواقع تريد ، وماذا ستقدم. بالنسبة لهم.

4. إدارة المخاطر: وضع خطة للمخاطر المحتملة التي ستكون

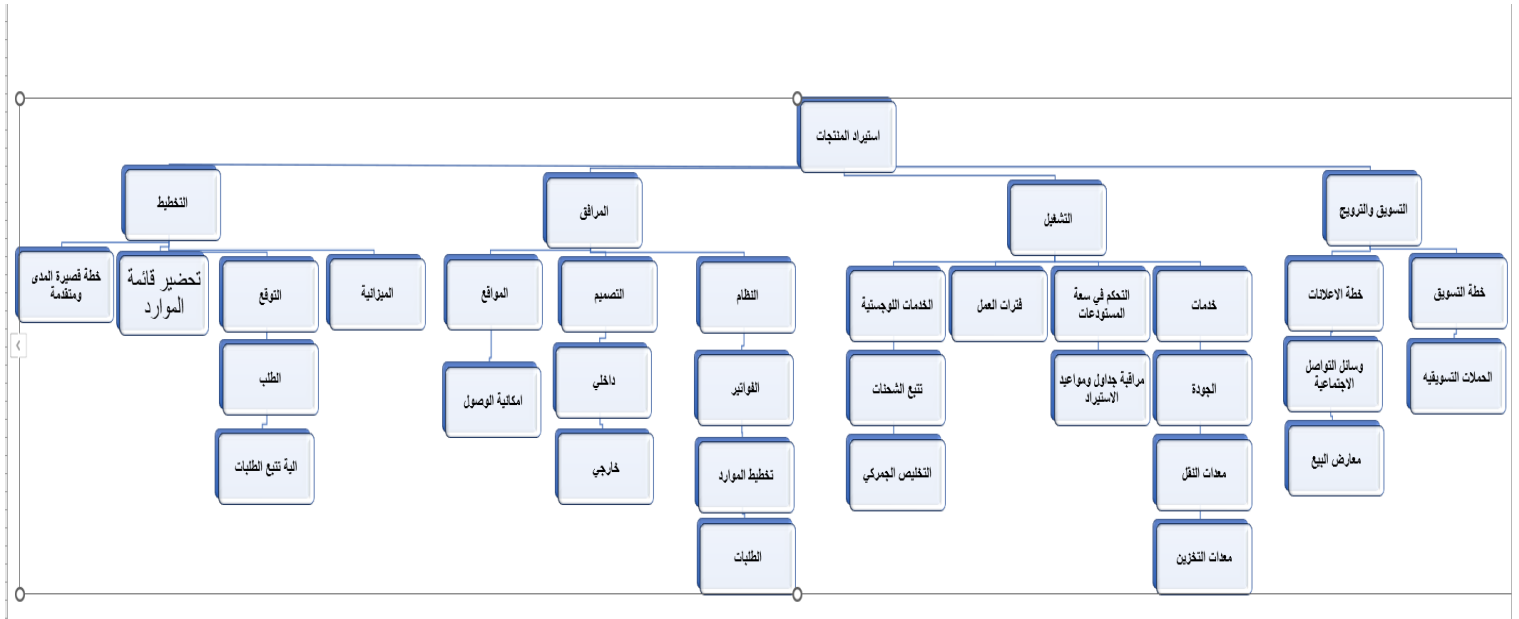
يسهل علينا التعامل معها عند حدوثها ، وبالتالي سنكون كذلك

قادرة على تقليل الضرر إلى أقصى حد ممكن.

6.1.3

تطوير هيكلية تقسيم العمل

ودليلها لتوضيح ذلك :



6.2.1: مصفوفة تتبع المتطلبات

مصفوفة تتبع المتطلبات (RTM) تربط متطلبات المنتج

إلى النواتج. يضمن أن التغييرات والتعديلات المستقبلية

معالجة جيدة ومحددة بوضوح (S. Chandramouli، 2011).

تعمل مصفوفة تتبع المتطلبات على تحسين إدارة النطاق

العملية ، وتساعد في عملية التحكم وإدارة الجودة ، كما أنها أ

عملية توثيق العلاقة بين الأولي

المتطلبات والمنتج أو الخدمة المنتجة (ProjectManagement.com، 2021).

لإنشاء RTM ، يجب تحديد متطلبات فريدة وواضحة وهي جزء من كل عنصر مهم في المشروع. مصفوفة تتبع كل منها

شرط ضمان المراجع المتسقة والفريدة من نوعها خلال

العملية برمتها ويخلق علاقة بين كل من العمليات

(Project-Management.com، 2021).

حقل جدول RTM:

Req #: رقم المتطلب ؛ قائمة RTM بترتيب رقمي

والتجميع حسب الوظيفة.

الاسم: اسم المتطلب ووصفه.

RFP #: طلب تقديم العروض (RFP) ؛ تحديد المتطلبات

رقم في RFP.

DDD #: مستند تعريف التسليم ؛ استخدم طلب تقديم العروض

رقم المتطلب كمرجع لـ DDD الذي تم إنشاؤه لـ

المتطلبات.

PPT #: أرقام المهام والمهام الفرعية لمشروع MS

المرتبطة بالشرط.

TS #: اختبار رقم البرامج النصية لعملية الاختبار الفعلية.

التحقق: سجل إكمال عملية التوقيع.

6.2.2

: الطرق المستخدمة في جمع المتطلبات ستكون مجموعة المتطلبات مفصلة وواضحة ودقيقة و
محدد جيدا. لذلك ، بعد تجميع قائمة المتطلبات كل متطلب سيكون له غرض فريد ومحدد بوضوح.
الطرق الفريدة التي استخدمناها في جمع المتطلبات هي:

48

1- العصف الذهني

لنعد جلسات العصف الذهني مع فريق المشروع ومديري المشاريع والمفتاح
أصحاب المصلحة لتحديد أكبر عدد ممكن من المتطلبات.

2- تحليل الوثيقة

من خلال مراجعة المتطلبات على الوثائق التاريخية المماثلة
نظام المشاريع.

3- مجموعة التركيز

من خلال جمع الأشخاص الذين يمثلون المستخدمين والعملاء
الحصول على ردود الفعل. يمكن جمع الملاحظات حول الاحتياجات / الفرص /
مشاكل لتحديد المتطلبات. أيضا للتحقق من صحة وصقل بالفعل
المتطلبات التي تم الحصول عليها.

4- مقابلة

من خلال المقابلات مع أصحاب المصلحة للتعرف على منظور كل منهم
الشخص الذي تمت مقابلته ، حتى يتمكن من تقييم مدخلاتهم ومعالجتها بشكل صحيح لتشكيل
المتطلبات.

5- الملاحظة

من خلال مراقبة المستخدمين لتحديد تدفق العملية والخطوات ونقاط الألم و

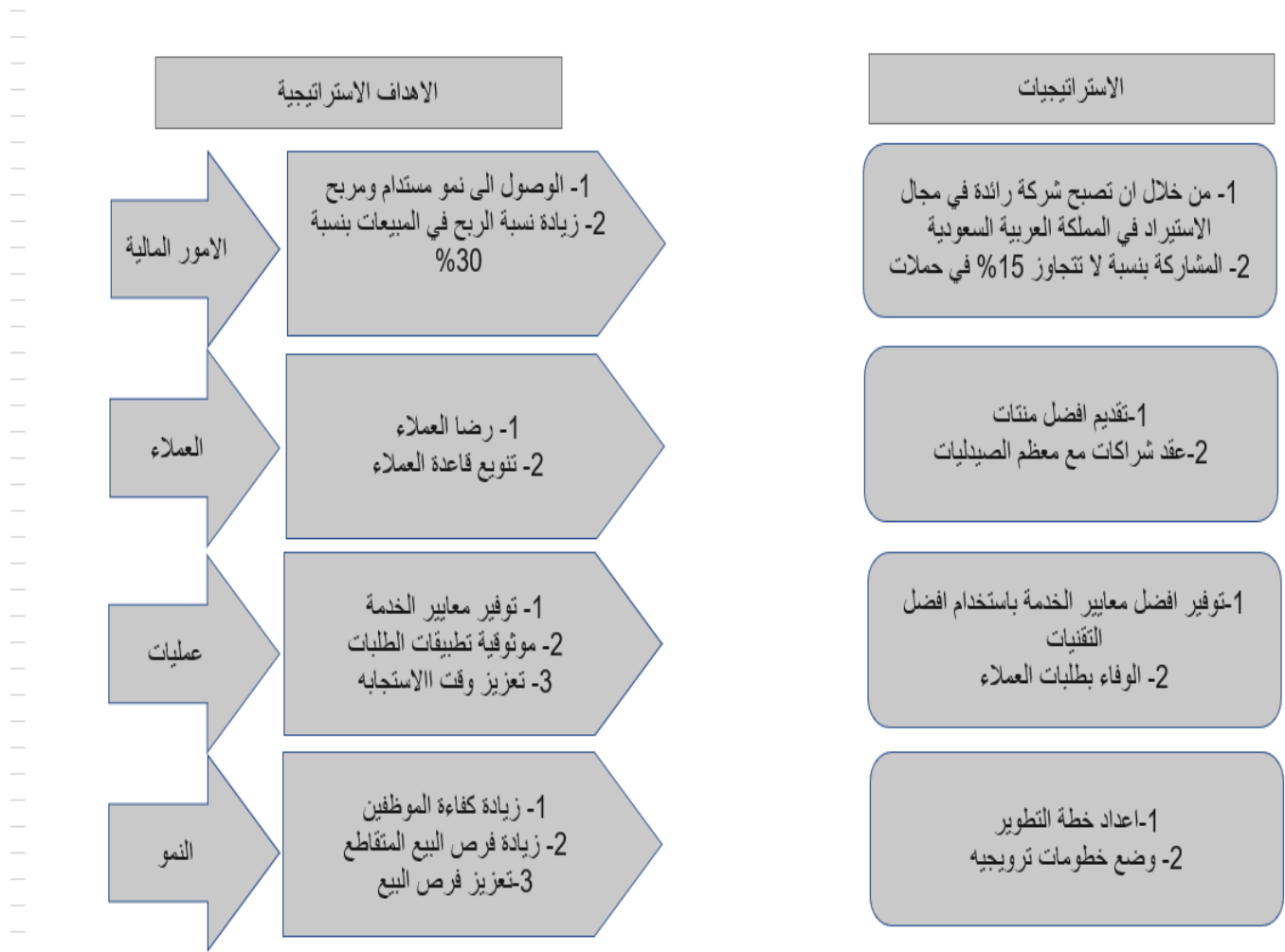
فرص التحسين وصقل المتطلبات.

6- ورش عمل المتطلبات (التعاونية)

من خلال إشراك الأطراف تتعاون لتوثيق المتطلبات.

6.2.3

الهيكل الهرمي لأهداف المشروع المرتبطة بالأستراتيجية :



7.1.1

تطوير وتحديد وإعداد بيان النطاق:

يحتوي بيان النطاق على العناصر التالية

-بيان النطاق

-هدف المشروع

-الإنجازات

-معلما

-متطلبات تقنية

-التحديد والاستثناءات

بيان النطاق:

النظام المقترح هو، اختيار المنتجات التجميلية الرائدة بالعالم واحضارها لسوق المحلي ، ويكون عبر تطبيق وموقع على الانترنت وتقديم الطلبات عبر الانترنت. بالإضافة إلى ذلك ، يتوفر للعملاء خيار الدفع مقابل طلباتهم إما عبر الإنترنت أو عند توصيل طلباتهم إلى منزلهم ، حسب الرغبة. علاوة على ذلك ، متجر مستحضرات تجميل شامل لجميع متطلبات الطلب ، التطبيق يبيع التطبيق المنتجات. هذا التطبيق بمثابة متجر شامل لمنتجات التجميل. يمكن للمستخدمين شراء المنتجات من متجر باستخدام هذا التطبيق في القليل من البساطة خطوات ، وسيحصل العمل على أمر سهل. سيقوم التطبيق بربط جميع المنتجات في منصة واحدة ب خدمة المستخدمين وسيقوم بتوصيل العملاء مباشرة لذلك ، ستركز العمل على إعدادالمنتجات بطريقة تكون عالية الجودة . أي اختيارات يقوم بها العملاء يمكن الوصول إليها من قبل المتجرعلى الفور - وسيقوم فريق العمل بالمتابعة بإنجاز الطلب في حدود معينة الإطار الزمني.حتى يتم التوصيل الشخص المخصص لموقع العميل واسم العميل و يتم إخطار حالة الفاتورة بالحزم. يمكن للعملاء استخدام التطبيق للنشر تقييمات الخدمة ، والتي يمكن للمستخدمين الآخرين رؤيتها والنظر فيها تقرير ما إذا كنت تريد استخدامها بأنفسهم أم لا.

اهداف المشروع:

انشاء شركة استيراد منتجات فريدة من نوعها

استيراد منتجات تجميلية عالية الجودة وتوفيرها بأفضل الطرق واسرعها

يجب أن يكون هناك تطبيق سهل الاستخدام ويساعد العملاء على المقارنة بين مختلف المستخدمين المنتجات والعروض. يقوم العميل بتسجيل الدخول وتسجيل الملف الشخصي بعنوان التسليم يتصفح مستخدمو التطبيق قائمة المنتجات في التطبيق عند اختيار المنتج المفضل ، يقوم المستخدم بتقديم طلب يقوم المستخدم بالدفع النهائي بمجرد تأكيد الطلب ينتبع المستخدم التسليم والوقت والموقع عند استلام الطلب النهائي ، قد يختار المستخدم مراجعة المنتج والخدمة

أداء عالي وسرعة

يجب أن يقوم التطبيق بتحميل البيانات بسرعة للتواصل مع نظام الواجهة الخلفية لتوفيرها المعلومات التي يريدها المستخدم.

نظام تتبع عالي الدقة

يجب أن يوفر التطبيق معلومات في الوقت الفعلي حول الطلب خطوة بخطوة.

البحث :

يجب أن يكون العملاء قادرين على البحث والمقارنة البحث يكون على حسب السعر والتقييمات والمراجعة

الطلب:

يجب أن تمكن هذه الميزة العملاء من إضافة عناصر إلى سلة التسوق وإزالتها. يجب أن يكونوا قادرين أيضًا على الإلغاء أو إعادة الترتيب متى رغبوا في ذلك.

المفضلة:

يجب السماح للعملاء بوضع علامة على مفضلاتهم وحفظها ، مما يجعل إعادة ترتيب أو طلب شيء نفذ من المخزون في السابق أمرًا سهلاً للغاية.

بيانات الدفع:
جعل المدفوعات سريعة وآمنة

القوائم:
لتشجيع العملاء على طلب الشراء عبر الإنترنت وبناء قاعدة عملاء مخلصين. يفضل العملاء توفير المال مع الخصومات وهذا هو سبب هذه الميزة

متطلبات تقنية:
يجب أن يعطي التطبيق الأولوية لهذه الميزات من أجل توفير تجربة مستخدم ممتازة وتحقيق النجاح. تسجيل بسيط. حماية عالية. خيارات دفع متنوعة. تقدير وقت التسليم. تعقب النظام. التقييمات والأسعار. تصميم ملفت. محرك البحث الرائع.

العاملين:
إدارة الطلبات اليومية. إدارة طلب المبيعات. إدارة المجتمعات والمنطقة أو المنطقة إدارة الجدول الزمني للتسليم. متعدد اللغات دعم الموظفين.

رأي العميل:
يجب أن يكون العملاء قادرين على مشاركة ملاحظاتهم حول الخدمات المقدمة أغراض التنمية متطلبات كود الصناعة الإلزامية:
كود معايير الصحية رمز خدمة العملاء أو حقوقهم. سياسة الشركة في توصيل المنتجات في الوقت المحدد. طرق الدفع.

7.1.2

تطوير وتعريف وشرح المفاهيم :زحف النطاق مع الأمثلة

عادة ما يكون المشروع حدثاً لمرة واحدة .يحتوي كل مشروع على خطة ، مقسمة إلى حزم عمل أو أنشطة ، وميزانية تكلفة مخصصة ، ووقت إغلاق متوقع. يتم تقسيم كل مشروع إلى مكونات أصغر .إنها إحدى أدوات إدارة المشاريع القيمة التي تحتوي على وصف مفصل لحزم العمل ، بما في ذلك نطاق العمل .يسهل التخطيط وكذلك جدولة خطة المشروع .يجب إكمال الأنشطة قبل إغلاق المشروع.

هذا يساعد على تحديد كل العمل الذي يتعين القيام به .يساعد في تقسيم التسليمات بترتيب هرمي يبدأ من التفاصيل ذات المستوى العالي إلى المستوى المنخفض .تمت جدولة كل نشاط من البداية إلى النهاية .يمكن أن تؤثر الاختلافات في نطاق المشروع على الجدول الزمني والميزانية ، وبالتالي قد تؤثر على نجاح المشروع. زحف النطاق عقبة في إدارة المشروع حيث أن زحف النطاق هو النمو المستمر غير المنضبط في نطاق المشروع . يحدث ذلك عندما يتم تحديد خط الأساس لنطاق المشروع من قبل فريق المشروع ولم يتم توثيقه جيداً. يمكن أن يحدث زحف النطاق لعدة أسباب ، بما في ذلك:

فجوة الاتصال بين الأطراف المشاركة في المشروع .تنفيذ التغيير الضعيف في المشروع .عندما يكون هناك تعقيدات في المشروع .يؤدي الفهم الضعيف لنطاق المشروع الأصلي إلى استمرار النمو غير المنضبط .مدير المشروع غير المناسب غير قادر على إدارة المشروع بشكل صحيح. زحف النطاق ليس بالضرورة عائقاً ؛ ومع ذلك ، إذا لم تتم إدارتها بشكل مناسب ، يمكن أن تتسبب التغييرات المستمرة في حدوث مشكلة كبيرة في استكمال المشروع وزيادة نجاحه. مثال زحف النطاق:

تتوقع أن تستغرق هذه الوظيفة 150 ساعة موزعة على شهر واحد. قررت أيضاً تعيين مصمم UX قائم على المشروع لأنك تريد التركيز على النهاية الخلفية للنظام. في منتصف مرحلة تطوير المشروع ، ينضم مدير مشروع جديد إلى الفريق ويطلب ملاحظات حول المشروع الذي بدأته بالفعل. اتضح أن مالكي المنتج يريدون إضافة ميزات جديدة إلى التطبيق ، مثل القدرة على إرسال إشعارات الدفع عبر WhatsApp أو مشاركة صور المنتجات والمراجعات عبر Instagram. بعد الاجتماع ، ستحتاج إلى العودة إلى لوحة الرسم للتوصل إلى بعض الأفكار للحصول على موافقة مدير المشروع الجديد ، وستنتهي رسائل البريد الإلكتروني ذهاباً وإياباً حول هذا الأمر إلى استيعاب جزء كبير من الساعات المتبقية.

7.1.3

توضيح إدارة تحليل المنتج:

يعد تحليل المنتج للمشروعات التي تتضمن منتجًا كسلمة أداة لتحديد النطاق الذي يعني عمومًا طرح أسئلة حول منتج وتشكيل إجابات لوصف الاستخدام والخصائص والجوانب الأخرى ذات الصلة لما سيتم بناؤه أو تصنيعه. تحليل المنتج هو أداة فعالة في إدارة المشاريع. يتم استخدامه في تحديد ما إذا كان المنتج الذي سيتم تسليمه سيكون فعالاً في جذب العميل المستهدف. من الضروري ملاحظة أن كل مجال تطبيق لديه بشكل عام طرق مقبولة أكثر لإنشاء منتج جيد يمكن طرحه في السوق. لا يزال تحليل المنتج يتضمن مجموعات مختلفة من الأدوات لتحليل النتيجة. تشمل هذه التقنيات تحليل الأنظمة ، وتفكيك المنتج ، وهندسة النظام ، وتحليل المتطلبات ، وتحليل القيمة ، وهندسة القيمة.

كيف تكتب تحليل المنتج :

كتابة تحليل المنتج هو تحديد الهدف النهائي. هل تبحث عن تحليل جودة أو وظائف منتج مقابل منتج آخر؟ هل تحاول تنفيذ أو تحسين التصميم؟ تبحث لخفض التكاليف من السيناريو الحالي؟ فهم الرسالة المنقولة لمعرفة ما إذا كانت تتطابق مع ما يفعله المنتج؟ بمجرد تحديد الهدف لهذا المنتج ، التحليل ، يمكن للمرء أن يبدأ في تشكيل مجموعة من الأسئلة للحصول على الإجابات المناسبة. إذا لم تكن متأكدًا من أين تبدأ ، فهناك العديد من قوالب تحليل المنتجات وأمثلة تحليل المنتج عبر الإنترنت. بعد تلقي هذه الإجابات ، قم بتوثيق النتائج في تقرير تحليل المنتج لتحديث منتجك الحالي أو إرساله أو تغييره أو تغييره بشكل طفيف.

7.2.1

تطوير قائمة الوظائف أو الأنشطة المضمنة في كل حزمة عمل في هيكل تجزئة العمل:

يتم تحديد العمل في أدنى مستوى لهيكل تقسيم العمل الذي يمكن من أجله تقدير التكلفة والمدة وإدارتها.

تعريف النشاط:

جزء متميز مجدول من العمل المنجز أثناء المشروع. لذلك ، باختصار ، هيكل تجزئة العمل هي تحليل نطاق العمل بأكمله. أدنى مستوى لها هو "حزمة العمل". حزمة العمل ، بدورها ، تتحلل لتشكيل "أنشطة". بعبارة بسيطة ، يمكننا القول أن سلسلة الأنشطة تخلق حزمة عمل ".

قائمة الوظائف والأنشطة:

SR#	Task Name	WBS	Planned Start Date	Actual Start Date	Planned Finish Date	Actual Finish Date	# Days
1	Planning	1	2/1/2022	2/2/2022	3/2/2022	28/03/2022	39 days
2	Set short & long term plan	1.1	2/1/2022	2/2/2022	6/1/2022	6/2/2022	3 days
3	Preparing list of materials	1.2	9/1/2022	9/2/2022	13/01/2022	13/02/2022	3 days
4	Forecasting	1.3	9/1/2022	9/2/2022	27/01/2022	27/02/2022	13 days
5	Demand	1.3.1	9/1/2022	9/2/2022	20/01/2022	20/02/2022	8 days
6	Back to back	1.3.2	23/01/2022	23/02/2022	27/01/2022	27/02/2022	3 days
7	Budgeting	1.4	30/01/2022	27/02/2022	31/01/2022	28/03/2022	22 days
8	Facilities	2	1/2/2022	29/03/2022	8/3/2022	12/5/2022	33 days
9	Locations	2.1	1/2/2022	29/03/2022	3/2/2022	31/03/2022	3 days
10	Accessibility	2.1.1	1/2/2022	29/03/2022	3/2/2022	31/03/2022	3 days
11	Design	2.2	6/2/2022	3/4/2022	10/2/2022	20/04/2022	14 days
12	Outdoor	2.2.1	6/2/2022	3/4/2022	8/2/2022	7/4/2022	5 days
13	Indoor	2.2.2	8/2/2022	10/4/2022	9/2/2022	17/04/2022	6 days
14	Interior	2.2.3	10/2/2022	18/04/2022	10/2/2022	20/04/2022	3 days
15	System	2.3	13/02/2022	21/04/2022	8/3/2022	12/5/2022	16 days
16	Billing	2.3.1	13/02/2022	21/04/2022	17/02/2022	24/04/2022	16 days
17	ERP	2.3.2	20/02/2022	25/04/2022	3/3/2022	5/4/2022	9 days
18	Orders	2.3.3	6/3/2022	8/5/2022	8/3/2022	12/5/2022	5 days
19	Operations	3	9/3/2022	15/05/2022	31/03/2022	2/6/2022	15 days
20	Logistics	3.1	9/3/2022	15/05/2022	13/03/2022	18/05/2022	4 days
21	Shipments tracing	3.1.1	9/3/2022	15/05/2022	10/3/2022	17/05/2022	3 days
22	Clearance	3.1.2	13/03/2022	18/05/2022	13/03/2022	18/05/2022	1 day
23	Working periods	3.2	14/03/2022	19/05/2022	16/03/2022	19/05/2022	1 day
24	Restaurant capacity control	3.3	17/03/2022	22/05/2022	21/03/2022	26/05/2022	5 days
25	Reservation and appointments control	3.3.1	17/03/2022	22/05/2022	21/03/2022	26/05/2022	5 days
26	Services	3.4	22/03/2022	29/05/2022	31/03/2022	2/6/2022	5 days
27	Food	3.4.1	22/03/2022	29/05/2022	24/03/2022	31/05/2022	3 days
28	Vibes	3.4.2	27/03/2022	1/6/2022	27/03/2022	1/6/2022	1 day
29	Quality	3.4.3	28/03/2022	2/6/2022	31/03/2022	2/6/2022	1 day
30	Marketing & Promotions	4	3/4/2022	5/6/2022	14/04/2022	16/06/2022	10 days
31	Advertisement plan	4.1	3/4/2022	5/6/2022	7/4/2022	9/6/2022	5 days
32	Social media	4.1.1	3/4/2022	5/6/2022	6/4/2022	8/6/2022	4 days
33	Word of mouth	4.1.2	7/4/2022	9/6/2022	7/4/2022	9/6/2022	1 day
34	Marketing plan	4.2	10/4/2022	12/6/2022	14/04/2022	16/06/2022	5 days
35	Marketing campaigns	4.2.1	10/4/2022	12/6/2022	14/04/2022	16/06/2022	5 days

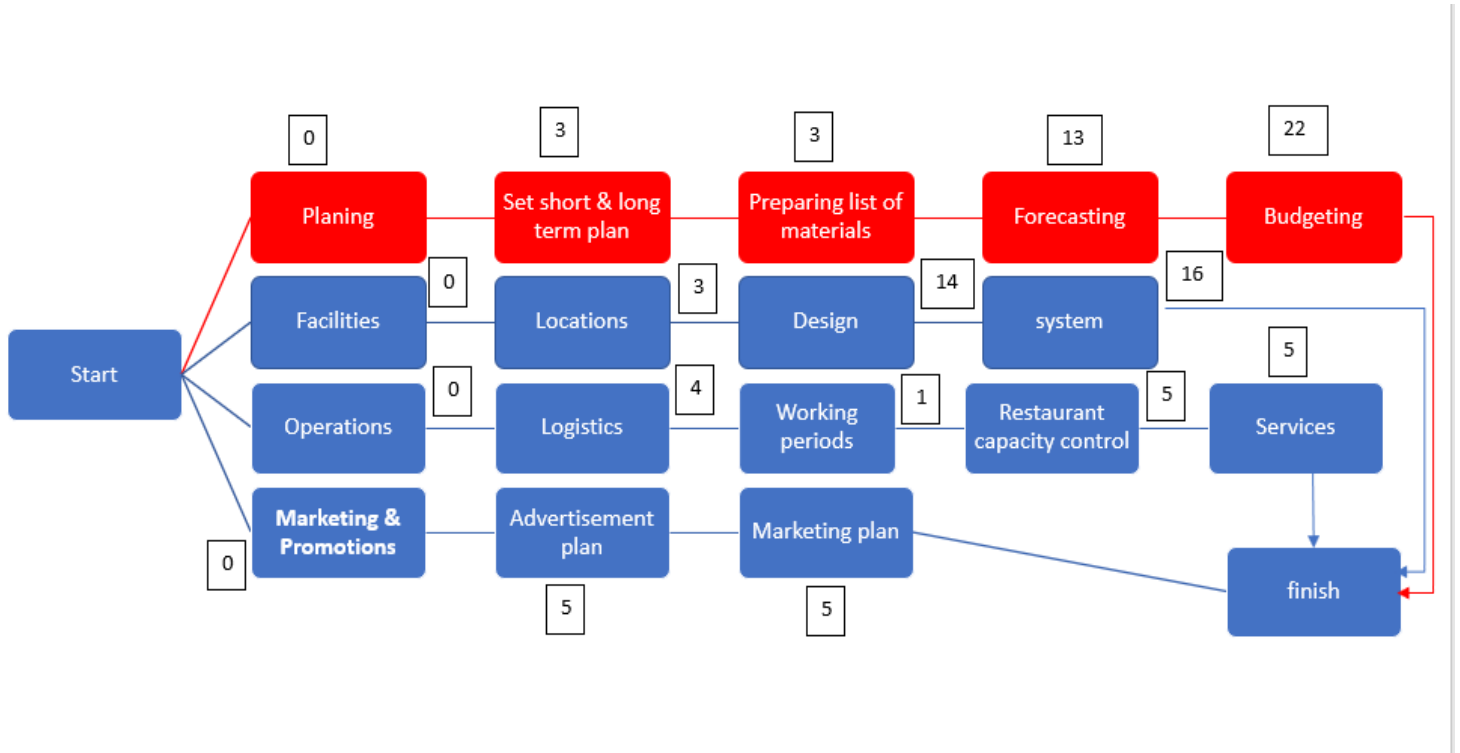
7.2.2

توضيح العلاقات بين الأنشطة:

Category	Task Name	WBS	Relationship with other
Function	Facilities	2	Core to start
	Marketing & Promotions	4	
	Operations	3	
	Planning	1	
Process	Advertisement plan	4.1	Can't work without defining the Function
	Budgeting	1.4	
	Design	2.2	
	Forecasting	1.3	
	Locations	2.1	
	Logistics	3.1	
	Preparing list of materials	1.2	
	Restaurant capacity control	3.3	
	Services	3.4	
	Set short & long term plan	1.1	
	System	2.3	
	Working periods	3.2	
Module	Accessibility	2.1.1	Can't work without defining the process
	Back to back	1.3.2	
	Billing	2.3.1	
	Clearance	3.1.2	
	Demand	1.3.1	
	ERP	2.3.2	
	Food	3.4.1	
	Indoor	2.2.2	
	Interior	2.2.3	
	Orders	2.3.3	
	Outdoor	2.2.1	
	Quality	3.4.3	
	Reservation and appointments control	3.3.1	
	Shipments tracing	3.1.1	
	Vibes	3.4.2	

7.2.3

تطوير المخطط المنطقي لأنشطة المشروع وتحديد المسار الحرج:



7.2.4

قم بإعداد مخطط جاننت ونموذج المعالم:



7.3.1

توضيح نموذج Deming للجودة:

عجلة ديمينج أو دورة ديمينج، pdca تم تطويرها في عام 1947 من قبل ويليام إدواردز ديمينج Edwards deming الذي يعتبر من الأب الروحي للجودة، وكان مستشارًا للعديد من الشركات الناجحة، بما في ذلك شركة جنرال إلكتريك الأمريكية وشركة تويوتا اليابانية .

يعتبر ديمينج أحد أسباب نجاح وتفوق اليابان في مجال الجودة، كما وتعد عجلة ديمينج إحدى المفاهيم الأساسية في التحسين المستمر .

ما هو مفهوم دورة ديمينج deming cycle - ؟

عجلة الجودة أو عجلة ديمينج deming wheel أو ما تُسمى أيضاً باسم عجلة pdca، تتألف أربع مراحل وهي (خطط - اعمل - افحص - نفذ)، والتي تستخدم لتحسين العمليات والخدمات والمنتجات بطريقة منظمة وممنهجة في عمليات التحسين المستمر في الشركة.

متى نستخدم عجلة ديمينج deming cycle ؟

رباعية ديمينج يمكن تطبيقها في أي نوع أو حجم من الأعمال، على سبيل المثال:

-احتاجها رائد الأعمال عند بدء مشروع جديد.

-تطوير تصميم جديد لمنتج أو خدمة.

- تحديد خطة العمل المتجددة.

-جمع البيانات وتحليلها من أجل التحقق من المشاكل والقيام بحلها حسب الأولوية

-تنفيذ أي تغيير على الخطط.plan

-التحسين المستمر.

مراحل عجلة ديمينج: pdca

إن عجلة الجودة التي تتضمن أربع مراحل، تعتبر أحد أدوات تحقيق إدارة الجودة الشاملة في الشركات، وفيما يلي شرح لمراحل عجلة ديمينج لجودة التحسين المستمر:

1 -التخطيط: هو المرحلة الأولى من مراحل تطبيق منهج عجلة ديمينج للجودة الشاملة، ولتتم هذه المرحلة بالشكل الأمثل، يجب تصميمها على ثلاث مراحل وهي) وضع الأهداف الذكية – اختيار الإجراءات المناسبة لتحقيق الأهداف – تحديد معايير قياس نجاح الوصول للأهداف وتطبيق دورة الجودة.(

2 -التطبيق :تكون هذه المرحلة بإجراء دراسة للمنتج أو الخدمة على مستوى صغير ومحدد، واختبار نتائج تطبيق الأهداف التي وضعت في المرحلة الأولى من مراحل عجلة ديمينج مع تسجيل النتائج وإنشاء تقارير رسمية بها خلال بداية دورة ديمينج.cycle deming

3 -التحقق :تتضمن هذه المرحلة مراجعة التقارير ومقارنة النتائج بين المرحلتين الأولى والثانية لتطبيق دورة ديمينج.

4 -التنفيذ : بعد مقارنة النتائج في المراحل الأولى من عجلة ديمينج تأخذك هذه الخطوة للبدء بتنفيذ الإجراءات الأفضل وذلك للحصول على نتائج ذات جودة عالية وتحقيق النجاح والتميز.

مبادئ ديمينج لتحسين الجودة:
وضع ديمينج أربعة عشر مبدأ تهدف لبناء منظومة عمل متكاملة ترتقي بجودة الأداء في الشركة، فيما يلي المبادئ التي تركز عليها فلسفة ديمينج:

1 - يؤكد ديمينج على أهمية صياغة الأهداف الأساسية ومجانستها مع الأهداف الثانوية مما يؤدي إلى تحسين منتجات وخدمات الشركة.

2 - تصميم برامج التحسين والتطوير من خلال عجلة ديمينج (pdca خطط – اعمل – افحص – نفذ).

3 -جودة دورة الاستراتيجيات منذ بداية تصميمها، هي من أساسيات عجلة ديمينج.pdca

4 - توصي آلية ديمينج للتحسين المستمر بأن جودة التسعير أهم من ارتفاعها أو انخفاضها.

5 - اعتماد تدريب الموظفين لرفع كفاءتهم كاستثمار وليس كتكلفة إضافية.

6 -التواصل الفعال والمنفتح مع الموظفين.

7 -التنسيق بين القادة الإداريين والمشرفين والموظفين في العمل.

8 -العمل كفريق وحل المشكلات بطريقة جماعية.

9 -اعتماد الطرق الإحصائية للتحسين المستمر بجميع المراحل.

10 -رفع الأداء من خلال التشبيك الفعال بين الموظفين ومشرفيهم.

11 -ربط نجاح الإنتاج بالجودة وليس الكمية.

12 -إتاحة الأدوات والإمكانات اللازمة لإشعار الموظفين بالراحة والإنتاجية.

13 -مواكبة التقدم التكنولوجي من خلال توفير فرص التعلم المستمر.

14 -التزام هيكلية الشركة كاملة بدءاً من الإدارة العليا بتطبيق معايير الجودة في عجلة ديمينج هو من أهم أساسيات التحسين المستمر.

إيجابيات عجلة ديمينج: deming cycle

إن التحسين المستمر هو عجلة الجودة التي تتضمن الكثير من الإيجابيات التي ستحفرك على تطبيق عجلة ديمينج في نظام تحسين العمل في شركتك، من هذه الإيجابيات:

-الاستمرار في تحسين عجلة الجودة خلال المراحل الأربعة. pdca

-الجميع جزء من عملية تحقيق الجودة الشاملة.

-قابلية التطبيق غير محدودة، حيث يمكن البدء ببساطة بأي مرحلة من مراحل عجلة ديمينج.

-تستخدم في حل مشاكل إدارة الجودة الشاملة Total Quality Management وقيادة الأعمال وفي عمليات تصنيع المنتجات، بما يتوافق مع الإنتاج.

-اختبار التغيير أو الإجراءات المراد تنفيذها على نطاق صغير مما يقلل التكلفة.

سليبيات عجلة ديمينج: deming cycle

من المهم معرفة سليبيات عجلة ديمينج deming لتفاديها خلال رحلتك في وضع استراتيجيات التحسين، فيما يلي أهم هذه السليبيات:

- لا مجال للأخطاء، فبعد تطبيق المراحل والبدء بالتنفيذ، تفترض عجلة ديمينج deming المثالية في النتائج النهائية.
- لا تكون عجلة ديمينج deming فعالة في حالة الطوارئ، فهي غير مواتية إذا لزم تنفيذ الإجراءات السريعة.
- تأخذ عجلة ديمينج deming وقتاً طويلاً في تطبيق دورة المراحل الأولى قبل أخذ الإجراء في التنفيذ.
- تركز عجلة ديمينج deming على النتائج أكثر من العمليات.
- التركيز في تطبيق المراحل يكون على العمل الجماعي، مما يجعل التقييم الفردي صعب للموظفين.

وهكذا نجد أن فلسفة عجلة ديمينج تتحور في مراحل الإدارة الشاملة pdca حول التركيز على جودة العمل بشكل كامل في الشركة وتحسين أداء الموظفين، وليس فقط على جودة المنتجات .

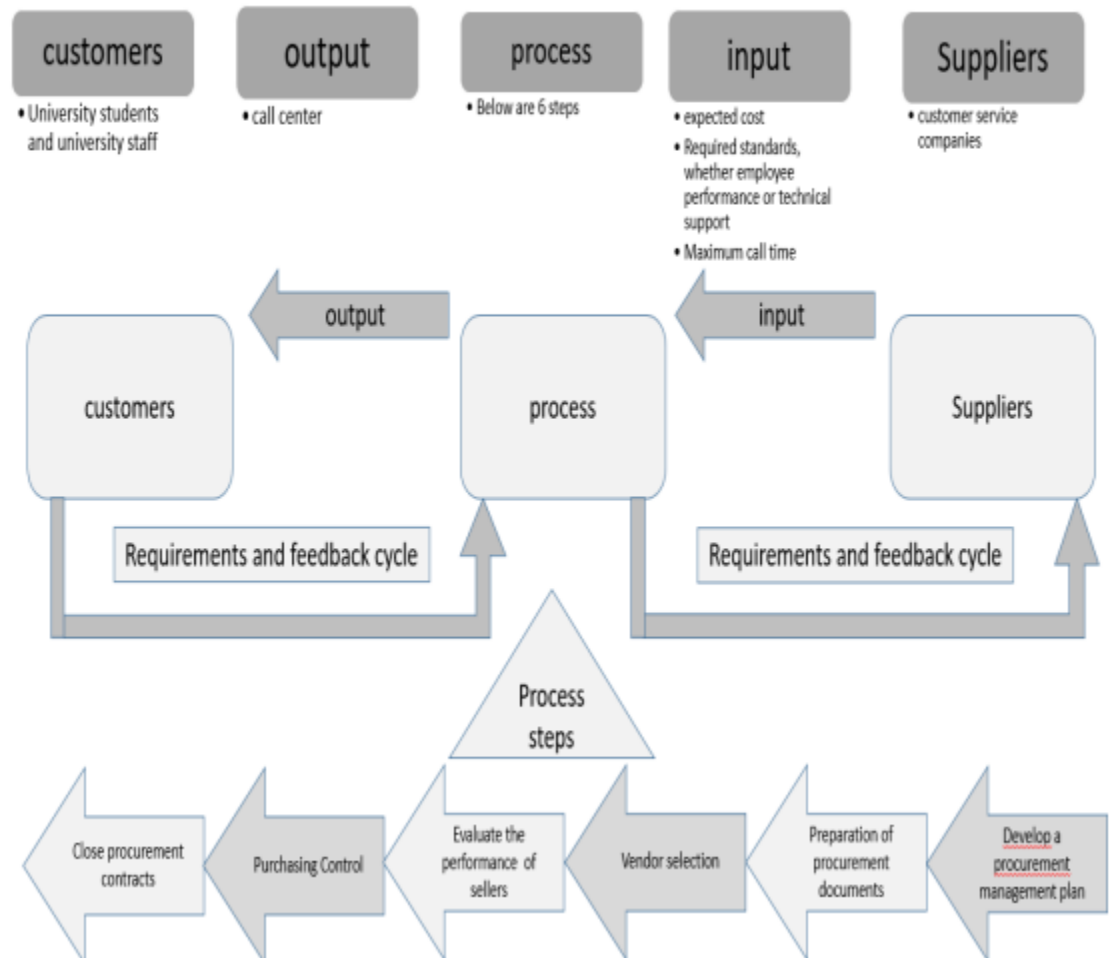
ويمكن تحسين الأداء المتوازي لهذه المكونات الثلاثة: جودة المنتج، جودة تنظيم العمليات، مستوى مؤهلات الموظفين في السماح للشركة بتحقيق تطوير أعمال أسرع وأكثر كفاءة، وذلك بتحديد الجودة من خلال ثلاث فئات مثل :

- 1- درجة تلبية متطلبات العملاء.
 - 2- نمو الأداء المالي للشركة.
 - 3- وزيادة رضا الموظفين عن عملهم.
- ختاماً، إذا كنت مدير في قسم إدارة الجودة احرص على تطبيق المبادئ التي قامت عليها فلسفة ديمينج وتطبيق خطوات عجلة ديمينج الأربعة) خطط - اعمل - افحص - نفذ، (عند القيام بالمعاملات ومراحل إنتاج الخدمات والتعامل مع الموظفين.

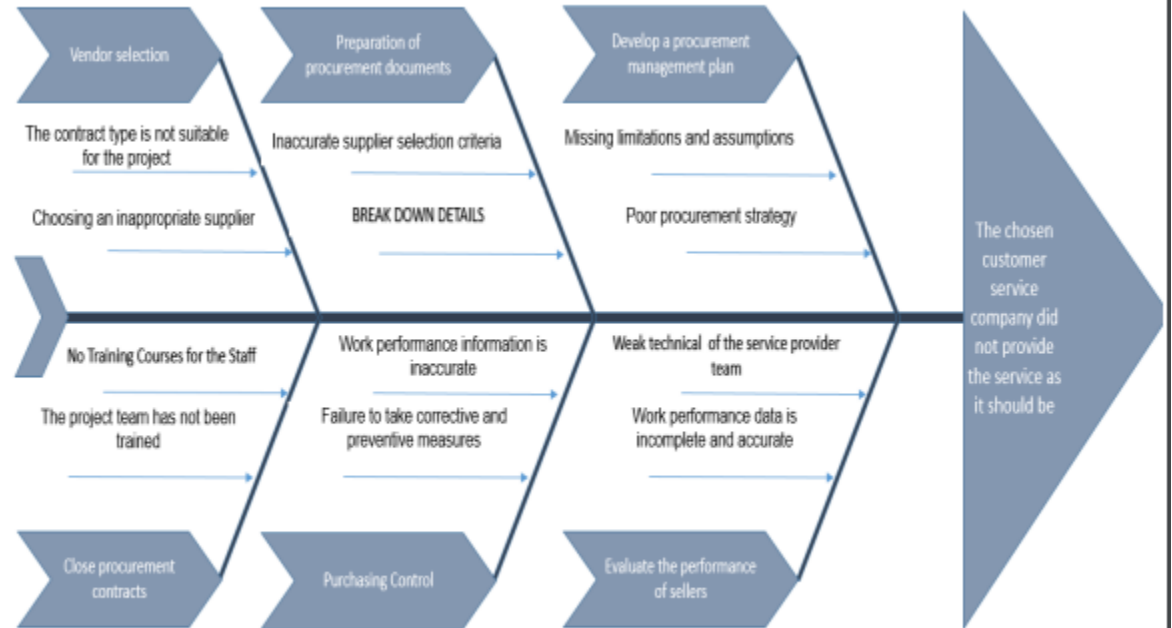
7.3.2

نماذج SIPOC و Ishikawa

تطوير نموذج SIPOC لإحدى مشاكل مخرجات المشروع

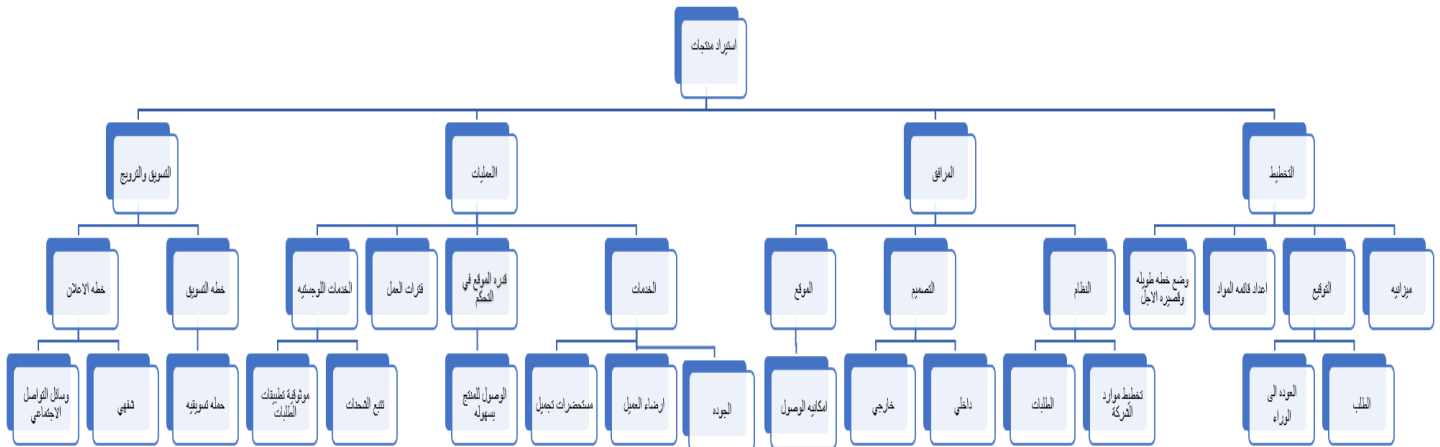


تطوير نموذج ISHIKAWA لأحد المخرجات مشاكل المشروع:



8.1.1

1- هيكل توزيع التكاليف :



2- ادارة القيمة المكتسبة :

12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	تكلفة اجماليه		
			3000	7000		3000				5000	2000	20000	التخطيط	1
					1000			1500			500	3000	ميزانيه	1.1
	1000	500	1500			2000					3000	8000	التوقيع	1.2
						1600			2500		2500	6600	اعداد قائمه المواد	1.3
					1000			2000			5000	8000	وضع خطه طويله وقصيره الاجل	1.3.1
											5500	5500	الطلب	1.3.2
					500				6000			6500	العوده الى	1.4
					500		2000			5000		7500	الوراء	2
			500		1300			700			2000	4500	المرافق	2.1
10000			10000				5000				30000	55000	النظام	2.1.1
		1200		1000			500				6000	8700	تخطيط موارد الشركه	2.2
								5200				5200	الطلبات	2.2.1
				1600					5000			6600	التصميم	2.2.2
											21000	21000	داخلي	2.2.3
											32000	32000	خارجي	2.3
			1500			8000						9500	الموقع	2.3.1
				500	2000				3000			5500	امكانيه الوصول	2.3.2
			6500									6500	العمليات	2.3.3
48000											50000	98000	الخدمات	3
		11000		10000		30000			40000		20000	110000	الجوده	3.1
							40000		30000		7400	77400	ارضاء العميل	3.1.1
				50000							100000	150000	مستحضرات تجميل	3.1.2
		6000				5000			10000			21000	قدره الموقع في التحكم	3.2
	20000			10000			20000				5550	55550	الوصول للمنتج بسهوله	3.3
			800			3000					2000	5800	فترات العمل	3.3.1
	10000					6500				20000		36500	الخدمات اللوجستيه	3.4
		500				2000					3000	5500	تنبيح الشحنات	3.4.1
		5000		3000			2000			10000		20000	موثوقية تطبيقات الطلبات	3.4.2
2000					5000			5000	10000			22000	التسويق والترويج	3.4.3
			5000			5000					500	11500	خطه التسويق	4
20000		5000		25000		10000		20000		8000	850	88850	حمله تسويقيه	4.1
5300		12000			28000			21000			9000	75300	خطه الاعلان	4.1.1
	3000					2000						5000	شفهي	4.1.2
									1000			1000	وسائل التواصل الاجتماعي	4.2
										2000		2000	التسويق في الصيدليات	4.2.1
85300	34000	41200	28800	103,100	39300	78100	69500	55400	107500	50000	307800			
1,000,000	914,700	880,700	839,500	810,700	707,600	668,300	590,200	520,700	465,300	357,800	307800			

شرح مفهوم تسوية الموارد والتسوية

تسوية الموارد:

تم تعديل استغلال الموارد بعد تاريخ البدء والانتهاء للأنشطة سواء كانت مادية أو بشرية لتحقيق التوازن بين الطلب على الموارد المتاحة في الوقت الحاضر.

تجانس الموارد:

الاستخدام الأمثل للموارد للتحكم في أنشطة جدول المشروع للاستفادة من الموارد البشرية والمادية الموضوعة في مرحلة عملية التخطيط لتجنب إضاعة الوقت أو التأخير أو حتى طلب موارد جديدة.

9.2.1

تطوير عملية تنفيذ المشتريات واختيار المقاول:

تتضمن إدارة إمداد المشروع ثلاث عمليات أساسية:

1. وضع خطة إدارة المشتريات.

2. إجراءات الشراء.

3. مراقبة المشتريات.

تطوير خطة إدارة المشتريات:

أثناء مرحلة تخطيط المشروع وبعد تحديد نطاق المشروع و WBS ، يتم إنشاء خطة إدارة المشتريات للمشروع ، حيث يتم تحديد ما سيتم شراؤه من المصادر الخارجية وما سيتم توفيره من أصول الشركة (تحليل التصنيع أو الشراء) ، يتم بعد ذلك تحديد طريقة الشراء والبائعين المحتملين ، مع الأدوار والمسؤوليات المرتبطة بالمشتريات. ثم يتم وضع استراتيجية شراء لكل مورد مستهدف ، حيث يتم إعداد بيان العمل ، ويتضمن المستندات الفنية ، بما في ذلك مستويات الجودة والأداء ، بتفاصيل كافية حسب طبيعة الصنف ، مع تحديد نوع العقد المناسب. ومكان وطريقة

التسليم ووضع المعايير. تتضمن خطة إدارة المشتريات أيضاً الجدول الزمني لأنشطة المشتريات الرئيسية في المشروع وأي قيود أو افتراضات معروفة خلال هذه المرحلة.

اختر مورداً مثل:

1. القدرة على التسليم في الوقت المحدد.
2. الأداء السابق للمورد.
3. القدرة التقنية والجودة.
4. فهم الاحتياجات.
5. عدد سنوات الخبرة في العمل.

إجراءات الشراء:

خلال هذه العملية ، يتم استلام عروض الموردين ، ويتم تطبيق معايير الاختيار المحددة مسبقاً ، ويتم تحديد البائع الذي حصل على أعلى تصنيف. إرساء العقد معه متضمناً الشروط العامة والخاصة:

بيان العمل:

-برنامج.

-قيمة العقد وطريقة ومراحل السداد.

-الضمانات المطلوبة وشروطها وأحكامها.

-الغرامات بأنواعها.

-كيفية إدارة التغييرات.

-آلية إنهاء العقد.

-آلية حل النزاعات.

التحكم بالمشتريات:

تتم هذه العملية خلال مرحلة المراقبة والتحكم في المشروع ، حيث يتم متابعة تنفيذ نطاق وبنود العقد وقياس وتقييم أداء البائع مع الإدارة. أي تغييرات (مطالبات) واتخاذ الإجراءات التصحيحية والوقائية لضمان تحقيق أهداف

المشروع ، بالإضافة إلى الإدارة المالية لمدفوعات البائعين أثناء مرحلة التنفيذ ، ثم استلام الأعمال المنجزة والتأكد من استيفاء المتطلبات الفنية والجودة ، ثم الانتهاء الفاتورة النهائية (مستخرج نهائي) للبائع وإغلاق العقد.

9.3.1

إعداد جدول الأعمال - دعوة وسجل افتراضي للاجتماع الافتراضي:

يعقد فريق المشروع اجتماعًا افتراضيًا عبر الإنترنت ويناقش خطة المشروع. البريد الإلكتروني للدعوة هو كما يلي:

الموضوع: انطلاق المشروع – استيراد مستحضرات تجميل

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بدأ مشروع استيراد مستحضرات تجميل في الأسابيع الماضية.

نحن الآن جاهزون لبدء المشروع ، الذي تم إعداده بدقة من البداية وحتى من أجل تزويدك بنظرة عامة شاملة عن المشروع ، نود توجيه دعوة لحضور اجتماع إطلاق المشروع.

ما يلي هو ما سنقوم بتغطيته في الاجتماع الافتتاحي:

ملخص المشروع:

كيف سيؤثر هذا النظام الجديد على الأشياء؟ ما هو الهدف النهائي للمشروع؟ ما الذي دفعك لبدء ذلك في المقام الأول؟.

الجدول الزمني للمشروع:

سنوجهك خلال كل مرحلة من مراحل الخطة ، حتى تعرف بالضبط ما يمكن توقعه ومتى. ستكون مستعدًا بشكل أفضل للمستقبل بهذه الطريقة

تنظيم المشروع:

ستلتقي بجميع المشاركين في المشروع. إنها فرصة رائعة لمقابلة زملائك في العمل خلال الأشهر القادمة المسؤولين والأدوار والمهام: سنستعرض مهام وواجبات كل عضو. هذا للتأكد من أن متفق سنخبرك أيضًا بما يتوقعه منك مدير المشروع وبقية فريق المشروع.

الأجوبة على الأسئلة:

كل التفاصيل التي ستحتاجها لتصبح عضوًا ناجحًا في الفريق ، يعد اجتماع الإطلاق أمرًا بالغ الأهمية لأنه يوضح موقعك داخل المشروع ، وواجباتك ، والجدول الزمني لاستكمال الأنشطة المختلفة. نتيجة لذلك ، أطلب بكل احترام مشاركتك. حتى في الوقت الذي أقدر فيه الجداول الزمنية المحمومة للجميع ، ستري أن هذه المبادرة لن تنجح إلا إذا عملنا جميعًا معًا. نتيجة لذلك ، ندعوك للانضمام إلينا! يرجى إعلامي بسهولة إذا كنت غير قادر على الحضور. سيتم إعادة جدولة أولئك الذين لا يستطيعون الوصول إلى هذا الاجتماع. يمكن أيضًا إجراء اجتماع الإطلاق عبر الإنترنت. فيما يلي التفاصيل:

(رابط الاجتماع)

خالص تحياتي، مدير المشروع

جدول أعمال الاجتماع:

الموقع: اجتماع عبر الإنترنت

التاريخ: 1 أغسطس 2022

الوقت: 10:00 مساءً

الحضور: فريق المشروع

تفاصيل الأجندة:

1. حالة المشروع

يبدأ مدير المشروع الاجتماع من خلال عرض نظرة عامة على حالة المشروع.

2. الجدول الزمني للمشروع

CHANGE REQUEST FORM		
Change Description		
Project Name:	Change Name:	Number:
Requested By:	Contact:	Date:
Description of Change:		
Reason for Change:		
Priority [Circle One]: 1. High 2. Medium 3. Low		
Impact on Deliverables:		
Impact of Not Responding to Change (and Reason Why):		
Date Needed:	Approval of Request:	Date:
Change Impact, Alternative, and Recommendations		
Tasks/Scope Affected:		
Cost Evaluation:		
Risk Evaluation:		
Quality Evaluation:		
Additional Resources:		
Duration:		
Additional Effort:		
Impact on Deadline:		
Alternative and Recommendations:		
Comments:		
Sign Offs		
[Circle One]: 1. Accepted 2. Deferred 3. Rejected 4. More Info Requested		
Comments:		
Project Manager Signature:	Date:	
Decision Maker Signature:	Date:	

يناقش الفريق كل مرحلة من مراحل الخطة ، حتى تعرف بالضبط ما يمكن توقعه ومتى.

3. تنظيم المشروع

4. المسؤوليات والأدوار والمهام

يقبل كل عضو في الفريق المسؤوليات والواجبات.

5. الإجراءات المطلوبة

1. مراجعة خطة التنفيذ.

2. إعداد جميع متطلبات التنفيذ.

3. إعداد قائمة المخاطر التي يمكن أن تؤثر على المشروع.

4. شارك التقرير لكل مهمة قبل الاجتماع التالي.

5. تحديد قياس الأداء خلال مراحل التنفيذ والتشغيل.

9.3.2

تحديد قياس الأداء:

بتقرير الأداء يساعد المتخصصين في الفهم بشكل أفضل لوضع المشروع وتحديد مواقع التحسين مع إبقاء أصحاب المصالح متفاعلين مع خطة المشروع. وإن الفهم للنماذج المختلفة لتقارير الأداء يساعدك في أطلاع أصحاب المصلحة على مدى تقدم

المشروع. وفي هذه النقطة نناقش ما هي تقارير الأداء، شرح المزايا الممنوحة، وصف العناصر المختلفة من عملية إعداد التقرير وتقديم قائمة من نماذج تقارير الأداء المختلفة.

ما هي تقارير الأداء؟

تقارير الأداء هي مهمة يتولاها متخصصو إدارة المشروعات والتي تقوم على تحليل تقدم المشروع وأطالع أصحاب المصلحة على توقعات وأوضاع المشروع. وهي تتضمن تجميع وتحليل البيانات المتعلقة بعملية النتائج الشاملة في المشروع ومن خال خطة إدارة التواصل في المشروع والتي تحدد بالتفصيل كمية التقارير التي يجب إعدادها خال عمر المشروع والعناصر المحددة في التقارير وعند العمل على مشروع يمكن جمع تقارير الأداء المختلفة معاً، المقارنة فيما بينهم، واستخلاص المعلومات المناسبة من التقارير السابقة. ويمكن إنشاء تقارير الأداء على شكل ملف نصي، أو مثل جدول بيانات، أو مخطط بياني، أو استخدام تنسيق الصور مثل المخططات والجداول بحيث تكون النتائج سهلة الفهم بالنسبة لأصحاب المصلحة.

مزايا تقارير الأداء:

- يمنح الشفافية

- يقلص مجال الخط

يتتبع الإنتاجية ويظهر معدل الإنتاج ويعطي استنتاجاً داخلياً عن المدة التي يمكن للمتخصصين خلالها من إنهاء المشروع يتبع اللوائح التنظيمية.

عناصر عملية تقارير الأداء:

نموذج التقرير سنقدم عدة عناصر رغم أن العناصر الموجودة في تقارير الأداء تختلف وفقاً لموجودة بشكل شائع خال النماذج المختلفة:

- تحليل تقارير الأداء السابقة: بشكل عام تحتوي تقارير الأداء على تقارير أداء سابقة بحيث يمكن للإدارة من خلالها مقارنة: النتائج، الجودة، ومدة المشروعات ملخص التغيرات: تتضمن تقارير الأداء ملخصاً آلياً تغيرات حصلت في المشروع وسبب كل تغيير. الخطوات التالية: تتضمن تقارير الأداء التحديدات للخطوات التالية التي يجهز أعضاء الفريق اتخاذها في المشروع. التوقعات تقدير المشروع: تقديرات المشروع الحديثة هي جزء من التقارير متضمنةً المالية وإيرادات النتائج. تقديم معلومات أصحاب المصلحة: تقدم تقارير الأداء تفاصيل معينة قد يستفسر عنها أصحاب المصلحة كمعلومات عن المواد الأولية، أعضاء المشروع، والمواعيد النهائية. معلومات أداء العمل: تتضمن هذه المعلومات تفاصيل عن جدول التقدم الزمني للمشروع والتكاليف التي تكبدها المشروع حتى تاريخه بالتقدم قياس أداء العمل: وباستخدامه تستطيع حساب التقدم الحقيقي آلي مشروع مقارنة المخطط له نماذج تقارير الأداء:

تستطيع تسليم تقارير الأداء لأصحاب المصلحة وأعضاء المشروع الآخرين باستخدام البريد أو برامج إرسال متخصص. نقدم هنا النماذج المختلفة لتقارير الأداء التي يمكن إنشاؤها:

تقرير الحالة:

تقرير الحالة يعطي معلومات عن الوضع الحالي لمشروع ما من خال عملية الاستكمال. فهو تفصيلياً عن يظهر إذا كان المشروع ضمن المسار نحو مواعيد النهائي، يعطي ملخصاً المشروع، يسلط الضوء على مواقع التحسين ويضيف أي أهداف حققها المشروع. تستطيع

تقارير الحالة المساعدة في جعل أصحاب المصلحة مدركين للتطوير الشامل والمحدث لدى إبتغيات في المشروع، وهو التقرير الأكثر شيوعاً في إنشاء، ومن الشائع عمل تقارير الحالة بشكل منتظم ضمن فترة المشروع معتمداً على خطة إدارة التواصل في المشروع.

تقرير التقدم:

يتضمن تقرير التقدم كل العمل المنجز في المشروع منذ التقرير الأخير. فهو يحدد المهام التي أنجزتها في مشروع ما حتى الآن ، وأي أهداف خاصة بالمشروع حققتها أو تغييرات في خطط المشروع. تقارير التقدم توثق العمال التي تم إنهاؤها والتي تساعد على قياس النتاجية حيث يمكن مقارنة تقرير تقدم الحالي للمشروع بتقارير التقدم السابقة. تقرير الاتجاه:

تقرير الاتجاه يبحث في المشاكل المتكررة والتي ظهرت خال عدة من تقارير التقدم بحيث يستطيع المختصون تحديد هذه المشاكل وحلها لرفع معدل الإنجاز. فهي تقيم الأداء الحالي للمشروع بأحدث أداء خال فترة زمنية مماثلة. ويمكن إكمال هذه التقارير كل أسبوع، شهراً، أو بالاعتبار المواعيد النهائية. تقارير الاتجاه تظهر ما إذا كان سنة ضمن عمر المشروع أخذاً معدل الإنجاز الشامل للمشروع يتزايد أو يتناقص تقرير التباين:

يقيم الأداء الفعلي لمشروع ما بالأداء المقدر عم المتغيرات المتعلقة بالأداء الزمني بقياس أداء العمل. هذه المتغيرات هي الأداء التخطيطي المجدول زمنياً مقارنةً بتكاليف المشروع التخطيطية. الفعلي وتكاليف المشروع الفعلية مقارنةً تقرير التباين تستطيع تحديد مؤشرات الأداء لمشروع ما والتي تحدد بشكل عام في خطة المشروع ومن ثم رؤية كم من مؤشرات الأداء تلك قد بلغت حتى الآن . مؤشر القياس الأساسي الشائع هو المواعيد النهائية للمشروع. كمثال إذا لم يكتمل المشروع في موعده في المشروع النهائي، عندها قد يظهر التقرير تبايناً كبيراً تقرير التنبؤ:

تظهر تقارير التنبؤ ما يتوقع المختصون حدوثه خال مشروع ما والتنبؤ بنتائج الأداء المستقبلية وتقديم التوقعات الرشادية في المشروع. العناصر المدرجة في تقارير التنبؤ هي: المواعيد النهائية، التكاليف، وجودة المشروع ككل. في تقرير التنبؤ يمكنك أخذ معلومات الوضع الحالي ومقارنتها بنتائج المشروع المتوقعة. تقرير القيمة المكتسبة:

تقرير القيمة المكتسبة يستخدم عمليات رياضية لحساب الأداء . يؤسس المختصون هذه العمليات للتغيرات الموجودة ضمن تقرير الأداء.

9.3.3

تطوير نموذج طلب التغيير:

طلب التغيير هو وثيقة رسمية لتعديل جزء من خدمات المشروع. يرفع العميل طلب التغيير مع الحاجة إلى إضافة أو تغيير في نواتج المشروع. بمجرد تقديم طلب التغيير ، يجب أن تبدأ العملية لضمان تنفيذ الطلب بكفاءة. يتكون نموذج طلب التغيير من ثلاث خطوات. تتم إدارة هذه الخطوات الثلاث بشكل أساسي باستخدام نموذج طلب التغيير الموضح في الجدول. يتكون الهيكل من ثلاثة أقسام. أولاً ، قسم وصف التغيير ، يتضمن هذا الجزء تفاصيل التغيير لسبب الحاجة إلى التغيير. يكمل العميل هذا القسم. ثانياً ، يحتوي قسم أثر التغيير والبدل والتوصيات على تحليل لتأثير التغيير على المشروع والبدائل والتوصيات. يكمل فريق المشروع هذا القسم. ثالثاً ، قسم تسجيلات الأغاني هو قسم الموافقة. يقوم شخص مخول بإكمال هذا القسم للموافقة على التغيير.

10.1.1 تحديد المخاطر والفرص

تعريف مخاطر المشروع هو "حدث أو ظرف غير مؤكد يكون له ، في حالة حدوثه ، تأثير إيجابي أو سلبي على هدف المشروع. الخطر له سبب ، وفي حالة حدوثه ، يكون له تأثير ". ونتيجة لذلك ، فإن "مخاطر المشروع هي حدث غير مؤكد قد يحدث أو لا يحدث أثناء المشروع. يمكن أن يكون لمخاطر المشروع تأثير سلبي أو إيجابي على التقدم نحو أهداف المشروع ". لذلك ، يمكن أن تكون مخاطر المشروع إما فرصة أو تهديدًا نتيجة لحدث إيجابي أو سلبي .

التهديدات	قائمة المنتجات
تقييمات سيئة على المنتجات	ادوات التجميل
خسارة العملاء ذوي القيمة العالية	عناية البشرة
فقدان الموردين الجيدين	عناية الشعر
عدم ثقة العملاء	حملات التواصل الاجتماعي
خسر العملاء في المنافسة	زيادة المنتجات
الأنكماش الاقتصادي	تنمية العلامة التجارية محليا
عدم توفر المزيد من الخيارات	الوصول لأكبر شريحة من المجتمع
التخزين السيئ للمستحضرات	خفض الأسعار

10.1.2

سجل مخاطر المشروع :

من خلال تحديد وتحليل المخاطر بشكل صحيح ودقيق ، سينجح مشروعنا.سنقوم في مشروعنا بتحديد المخاطر وتحليلها لتعزيز مشروعنا وتحسينه.هذه المخاطر هي:

الضعف بالية الاستيراد المنتجات :

وجود مشاكل في الاستيراد من الخارج ومشاكل بالشحن لعدم الخبرة السابقة .

عدم وضوح مهام المشروع:

عندما لا يتم تفصيل المهام بشكل صحيح أو يكون هناك نقص في المهام التي تم شرحها مسبقًا على أنها غير ضرورية وثبت خلاف ذلك.

التراخيص:

ضعف المعرفة بإجراءات التراخيص اللازمة لبدء تنفيذ المشروع.

موقع:

صعوبة إيجاد موقع مناسب للتخزين.

الميكانيكا :

أخطاء أثناء التنفيذ في تمديدات دكتات التكييف وعدم توزيعها بالشكل الصحيح بالمستودع .

كهرباء:

عدم كفاية التيار الكهربائي أو ضعف الأسلاك الكهربائية في المستودع .

صعوبة إيجاد نقاط للبيع وسوء التسويق :

عدد محدود من نقاط البيع وضعف فريق التسويق وجهله بالسوق .

مصادر التدريب:

نقص الموارد لتدريب الموظفين.

تقسيم المهام بين الموظفين:

التخصيص الخاطئ للمهام.

10.1.3

التحليل النوعي للمخاطر :

م	عنوان المخاطرة	الوصف	درجة الخطورة	احتمالية الحدوث	تأثير المشروع
1	الضعف بالية الاستيراد المنتجات	وجود مشاكل في الاستيراد من الخارج ومشاكل بالشحن لعدم الخبرة السابقة .	مدير المشروع	5	تأخير البدء في المشروع الى فترات طويلة
2	عدم وضوح مهام المشروع	عندما لا يتم تفصيل المهام بشكل صحيح أو يكون هناك نقص في المهام التي تم شرحها مسبقاً على أنها غير ضرورية وثبت خلاف ذلك.		7	يؤدي الى وقف تنفيذ المشروع وإعادة تنفيذ
3	التراخيص	ضعف المعرفة بإجراءات الترخيص اللازمة لبدء تنفيذ المشروع		4	أخذ تصاريح غير مناسبة مما يؤدي الى تأخير المشروع
4	موقع	صعوبة إيجاد موقع مناسب للتخزين.		3	عدم العثور على موقع مناسب مما يؤدي الى تأخير في تنفيذ المشروع
5	الميكانيكا	أخطاء أثناء التنفيذ في تمديدات دكتات التكيف وعدم توزيعها بالشكل الصحيح بالمستودع .	التشغيل والصيانة	8	الضعف في التبريد مما يؤدي الى تلف المنتجات
6	كهرباء	عدم كفاية التيار الكهربائي أو ضعف الأسلاك الكهربائية في المستودع .		7	زيادة الاحمال الكهربائية مما يؤدي الى انقطاع الكهرباء و تلف المنتجات
7	صعوبة إيجاد نقاط للبيع وسوء التسويق	عدد محدود من نقاط البيع وضعف فريق التسويق وجهله بالسوق .	المبيعات والتسويق	2	التأخر في الحصول على نسب الأرباح المتوقعة
8	مصادر التدريب	نقص الموارد لتدريب الموظفين.	الموارد البشرية	2	ضعف تقبل العمالة للتدريب مما يؤدي الى قلة انتاجية العامل
9	تقسيم المهام بين الموظفين	التخصيص الخاطئ للمهام.	مدير المشروع	6	العشوائية في تقسيم المهام مما يؤدي الى تاخير الاعمال

التأثير	9_10	0	0	0	0	0
	7_8	كهرباء	الميكانيكا	0	عدم وضوح مهام المشروع	0
	5_6	0	الضعف بالية الاستيراد المنتجات	0	0	تقسيم المهام بين الموظفين
	3_4	0	موقع	0	التراخيص	0
	1_2	0	مصادر التدريب	صعوبة ايجاد نقاط للبيع وسوء التسويق	0	0
		1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100
الاحتمال						
الاخضر - منخفض الاصفر - متوسط الاحمر - مرتفع						

10.1.3

استراتيجية الاستجابة للمخاطر :

م	درجة الخطورة	عنوان المخاطرة	الاستجابة للمخاطر	المعنى بالاستجابة	الاحتمال	المراقبة
1	مدير المشروع	الضعف بالية الاستيراد المنتجات	الدراسة السابقة	مدير المشروع	5	الاستعانة بمدراء مشاريع سابقين في نفس المجال
2		عدم وضوح مهام المشروع	وضع خطه واضحه		7	تخطيط المشروع بشكل صحيح وتحديد المهام التي يجب القيام بها قبل بدء المشروع
3		التراخيص	الدراسة السابقة		4	تحديد جميع التراخيص المطلوبة للاستيراد والتخزين قبل البدء في المشروع
4		موقع	اختبار مسبق		3	قبل اختيار موقع التخزين يجب على مدير المشروع اختيار عدة مواقع اخرى
5	التشغيل والصيانة	الميكانيكا	اختبار مسبق	التشغيل والصيانة	8	جلب أيدي عاملة متدربة ومحترفة للحفاظ على سير المشروع
6		كهرباء	اختبار مسبق		7	جلب أيدي عاملة متدربة ومحترفة للحفاظ على سير المشروع
7	المبيعات والتسويق	صعوبة ايجاد نقاط للبيع وسوء التسويق	الدراسة السابقة	المبيعات والتسويق	2	توظيف اشخاص ذوي كفاءات عالية في التسويق والمبيعات
8	الموارد البشرية	مصادر التدريب	البحث المسبق	الموارد البشرية	2	التعاقد مع جهات خارجية متخصصة في تدريب الموظفين
9	مدير المشروع	تقسيم المهام بين الموظفين	وضع خطه واضحه		6	توزيع المهام بالتساوي والعدل بين الموظفين لكل موظف حسب تخصصه

10.2.1

مصفوفة تقييم مشاركة اصحاب المصلحة :

اصحاب المصلحة	غير مدرك	مقاوم	محايد	داعم	قائد
نفل					
عبدالله					
عبداللطيف					
عبدالرحمن					
أحمد					
يوسف					
محمد					

التوصيات :

- 1- تحقق الشركة اهدافها من خلال تعزيز تجربه العملاء في منتجات التجميل والعناية بالبشرة ونقل المجال الى مستوى متميز.
- 2- وكذلك من الافضل الاستثمار في المجال بسبب الطلب العالي على منتجات التجميل والعناية بالبشرة ومستوى الخطر المنخفض فيه.
- 3- قلة المنتجات من نفس النوع وجودة الذي سيتم استيراده في السوق .
- 4- زيادة ارتفاع الطلبات السنوية في السوق على نفس المنتجات .

الملخص :

1. ملخص تنفيذي

تحدد خطة العمل هذه الى انشاء شركة استيراد للمستحضرات التجميلية يتطلب المشروع ١٠٠٠٠٠٠٠ ريال سعودي في لتمويل الانشاء و بدء التشغيل

لتحقيق أرباح صافية موجبة في الشهر الرابع من السنة الأولى للعمليات. تم وضعه كتجربة للاستيراد المستحضرات من دول بجودة عالية تضاهي رغبة العميل في الجودة والسعر المناسب ... إلخ.

يتمتع الموقع بالعديد من المزايا الرئيسية: يوجد عدد قليل جدًا من شركات الاستيراد المنافسة في نفس المنطقة الجغرافية ؛ يتزايد عدد السكان المقيمين ولديهم متوسط دخل مرتفع للأسرة ، ويقع عدد كبير من رجال الأعمال في دائرة نصف قطرها 3 كم. من المتوقع أن يشهد الاستيراد زيادة شهرية في المبيعات بنسبة 5٪ شهرياً.

يدرك الملاك ضرورة التخطيط لرأس المال وأدرجوا تنبؤات مالية مفصلة

في خطة العمل ، بما في ذلك توقعات متطلبات التدفق النقدي للمشروع لمدة 12 شهرًا.

برأس مال أولي لبدء التشغيل يبلغ 250000 ريال ، يتوقع ان المبيعات ستبلغ إجماليها ، 150000 ريال

السنة الأولى من العمليات ، وزادت إلى 251000 ريال في السنة الثانية من العمليات و 288656 ريال في

السنة الثالثة. من المتوقع أن يبلغ صافي الأرباح 136710 ريال في السنة الأولى و 105000 ريال في السنة الثانية

يتوقع الملاك صافي تدفق نقدي قدره 210250 ريال في السنة الأولى ، يرتفع إلى 105055 ريال في الثانية

1.1 أهداف

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.

المراجع :

١- <https://core.ac.uk/download/pdf/77035943.pdf>

٢- اطروحة دكتوراه في إدارة المشاريع (الدليمي، م. حامد عبد حمد)

٣- [/https://www.wrike.com/blog/what-is-requirements-traceability-matrix](https://www.wrike.com/blog/what-is-requirements-traceability-matrix)

٤- [/https://qracorp.com/write-clear-requirements-document](https://qracorp.com/write-clear-requirements-document)

٥- https://www.tutorialspoint.com/business_analysis/business_analysis_requirement_gathering_techniques.htm

٦- [-https://www.safran.com/blog/whats-the-difference-between-qualitative-and-quantitative-risk-analysis](https://www.safran.com/blog/whats-the-difference-between-qualitative-and-quantitative-risk-analysis)

٧- <https://www.safran.com/content/introduction-qualitative-risk-analysis>

٨- [/https://proventuresindia.com/2018/07/13/productanalysis](https://proventuresindia.com/2018/07/13/productanalysis)

٩- [/https://ghbintellect.com/product-analysis](https://ghbintellect.com/product-analysis)

١٠- [/https://www.pmbypm.com/work-package-vs-activity](https://www.pmbypm.com/work-package-vs-activity)

١١- Contributor, T. (2011). change request. SearchCIO
<https://searchcio.techtarget.com/definition/change-request>

P. (2019). Project change management process: Everything you need - ١٢
-to know. PM Tips. [https://pmtips.net/article/project-change
management-process-everything-you-need-to-know](https://pmtips.net/article/project-change-management-process-everything-you-need-to-know)

.Change Request Form. (2021). ProjectManager.Com - ١٤
<https://www.projectmanager.com/templates/change-request-form>

I. M., H., L., A., & S. M., M. (2013). Competative Behaviour of Groundnut in -١٥
Sesame-Groundnut Intercropping System under Varying Poultry Manure Rates and
.Planting Arrangement. Sustainable Agriculture Research, 2(3), 22

Ustyuzhanina, E., & Molokova, E. (2020). Deviant behaviour of stakeholders - ١٦
.in Russian higher education. Upravlenets, 11(1), 70–83

.[https://www.smartsheet.com/blog/essential-guide-writing-smart- goals](https://www.smartsheet.com/blog/essential-guide-writing-smart-goals) -١٧

[/https://templatelab.com/smart-goals](https://templatelab.com/smart-goals) -١٨

-<https://www.sandiego.edu/hr/documents/STAFFGoals> -١٩
PerfPlanningGuide1

-<https://www.sandiego.edu/hr/documents/STAFFGoals> -٢٠
PerfPlanningGuide1

- -٢١
[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9
%85:RAED_ALAHMARI/%D9%85%D9%84%D8%B9%D8%A8](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85:RAED_ALAHMARI/%D9%85%D9%84%D8%B9%D8%A8)

الاسبوع الثامن 16/7	الاسبوع السابع 2/7	الاسبوع السادس 25/6	البريد الإلكتروني	اسم عضو الفريق رباعي باللغة العربية
تم	تم	تم	n.alntifat@gmail.com	نفل
تم	تم	تم	alqhtine1055@outlook.com	عبداللطيف
تم	تم	تم	a.almalik01997@gmail.com	عبدالرحمن
تم	تم	تم	abdullaahayadh@gmail.com	عبدالله
تم	تم	تم	hadba1411@gmail.com	عبد الحميد
تم	تم	تم	a.m.khardali@gmail.com	احمد
تم	تم	تم	joseef322@gmail.com	يوسف
تم	تم	تم	mmbh2993@gmail.com	محمد

[illegible]