

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

نجاح المشاريع في شركة أرامكو السعودية التكامل بين التسويق الداخلي وإدراؤه الوقت والتحول الرقمي

أسم الطالب

محمد سليم جلال

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

3.....	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
4.....	2.1. المقدمة:
5.....	2.2. المتغير المستقل
5.....	2.3. المتغير التابع
6.....	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
7.....	2.5. الخاتمة
8.....	قائمة المراجع

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يشهد عالم الأعمال المعاصر اليوم تسارعاً غير مسبوق في وتيرة التغيير، مما فرض على المؤسسات الكبرى، وفي مقدمتها شركة أرامكو السعودية، ضرورة تبني رؤى استراتيجية استثنائية لضمان استدامة نجاح مشاريعها العملاقة. فلم يعد نجاح المشاريع في بيئة تنافسية شديدة التعقيد محكوماً بالمعايير الفنية والمالية التقليدية فحسب، بل أصبح مرهوناً بقدرة المؤسسة على خلق منظومة عمل منسجمة ومتناغمة من الداخل. وفي هذا السياق، تبرز الحاجة الملحة لاستكشاف العلاقة التبادلية بين أدوات التمكين الحديثة؛ حيث يُنظر إلى التسويق الداخلي باعتباره النبض الحي الذي يعزز ولاء العاملين، ويوحد جهودهم، ويزيل الحواجز بين الإدارات المختلفة عبر قنوات تواصل فعّالة ومؤثرة.

وإلى جانب ذلك، تأتي إدارة الوقت لتمثل الشريان الحاكم الذي يضبط الإيقاع التشغيلي، ويضمن توجيه الجهود البشرية والفنية بدقة متناهية وفق الجداول الزمنية المخططة ودون أي هدر في الطاقات. غير أن هذا التناغم لم يكن ليكتمل لولا الثورة التقنية التي أحدثها التحول الرقمي، والذي أتاح بيئة عمل ذكية، مرنة، ومتراصة، تمكن صانعي القرار من تتبع سير العمليات اللحظية واتخاذ القرارات في توقيتاتها المثالية. من هنا، تكتسي هذه الدراسة أهميتها البالغة، إذ تسعى للغوص في أعماق هذا التداخل المعرفي والعملي، لتجيب عن التساؤل الجوهرى حول أثر التكامل بين التسويق الداخلي وإدارة الوقت والتحول الرقمي في صناعة نجاح المشاريع في شركة أرامكو السعودية، مقدمة بذلك قراءة تحليلية عميقة تلامس واقع التميز المؤسسي على أرض الواقع.

2.2. المتغير المستقل

مثل المتغير المستقل في هذا البحث الركيزة الأساسية والمحرك الرئيس لكل العمليات التطويرية، ويتمثل في حزمة متكاملة من العناصر الاستراتيجية والتقنية وهي: **التسويق الداخلي، إدارة الوقت، والتحول الرقمي** . وتتجلى أهمية هذا المتغير في كونه يمثل "البنية التحتية الفكرية والعملية" التي تعتمد عليها شركة أرامكو السعودية لتحديث بيئة أعمالها؛ فالتسويق الداخلي يعمل على بناء ثقافة تنظيمية واعية ومحفزة تشجع الأفراد على تبني الأهداف المؤسسية بشغف، بينما تتولى إدارة الوقت تنظيم استثمار الجهود البشرية وتأطيرها ضمن أطر زمنية محكمة وفعالة. ويأتي التحول الرقمي ليُثوِّج هذين العنصرين عبر توفير الأنظمة الذكية، والمنصات الرقمية المتقدمة، وأتمتة العمليات، مما يمنح هذه المنظومة القدرة على التفاعل السريع والمرن مع المتغيرات المستمرة في قطاع الطاقة والصناعة.

2.3. المتغير التابع

يمثل المتغير التابع في هذا الدراسة جوهر الغاية البحثية وهو نجاح المشاريع في شركة أرامكو السعودية. ولا يقتصر مفهوم النجاح هنا على مجرد إنجاز المشروع ضمن ميزانيته المحددة، بل يتجاوز ذلك ليقيس المدى الذي تصل إليه الشركة في تحقيق أهداف مشاريعها الاستراتيجية، الهندسية، والتشغيلية بأعلى مستويات الجودة والكفاءة والاستدامة. يعكس هذا المتغير مدى قدرة المنظومة ككل على تحويل الخطط الطموحة إلى إنجازات ملموسة تخدم تطلعات الشركة وتعزز مكانتها العالمية الرائدة، مما يجعله المحك الحقيقي لتقييم كفاءة الأداء المؤسسي.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تستند الفكرة الجوهرية لهذه الدراسة إلى فرضية محورية مفادها وجود علاقة ارتباط وتأثير قوية، طردية، وذات دلالة عميقة بين المتغير المستقل (التسويق الداخلي، إدارة الوقت، والتحول الرقمي) وبين المتغير التابع (نجاح المشاريع في شركة أرامكو السعودية). فكلما نجحت الشركة في هندسة تكامل ذكي ومرن يربط بين رسائل التسويق الداخلي المحفزة، وممارسات إدارة الوقت الدقيقة، والقدرات الهائلة للتحويل الرقمي، كلما تضاعفت فرص نجاح مشاريعها.

ولتقريب هذه العلاقة واقعياً، فإنه على سبيل المثال عند تنفيذ مشروع ضخم لتطوير إحدى المنشآت الصناعية في أرامكو، فإن تفعيل "التسويق الداخلي" يضمن الالتزام وحماس فرق العمل وفهمهم لأهداف المشروع، بينما تتولى "إدارة الوقت" جدولة المهام بدقة، ويأتي "التحول الرقمي" عبر المنصات الذكية لربط هذه الفرق لحظياً ومتابعة الإنجاز؛ هذا التكامل الفعّال يساهم بشكل مباشر في كسر الجزر العازلة بين الإدارات، وتقليص الهدر الزمني والتشغيلي إلى أدنى حد ممكن، وتسريع وتيرة اتخاذ القرار، مما يفضي في نهاية المطاف إلى تحقيق قفزات نوعية في كفاءة إنجاز المشاريع ووصولها إلى أهدافها الاستراتيجية بكل اقتدار.

2.5. الخاتمة

على مشارف الختام لهذه الدراسة، ومما تم عرضه واستعراضه في ثنايا فصولها، يتكشف لنا بوضوح أن رحلة نجاح المشاريع في شركة أرامكو السعودية لا تقف عند حدود الموارد الضخمة والخطط الهندسية فحسب، بل تقاس بقدرة المنظومة على خلق انسجام استثنائي يربط بين الروح التنظيمية الدافعة المتمثلة في التسويق الداخلي، والانضباط الحازم للبرامج الزمنية عبر إدارة الوقت، والقفزات الذكية التي يتيحها التحول الرقمي. إن هذا التلاحم المنهجي بين الإنسان، والوقت، والتقنية، يمثل المعادلة الصعبة التي تتحطم عندها التحديات وتُبْنى بها أمجاد الاستدامة المؤسسية.

وإذ تطوي هذه الدراسة صفحاتها، فإنها تؤكد أن الاستثمار الأمثل في الكوادر البشرية وتطوير بيئة العمل الداخلية لم يعد ترفاً إدارياً، بل هو الركيزة الحقيقية لتعزيز القدرة التنافسية في قطاع الطاقة العالمي. كما أن مواكبة أحدث تقنيات الثورة الصناعية الرابعة تظل الضمانة الأكيدة لتقليل الهدر التشغيلي وتحقيق أعلى عائد استثماري للمشاريع المستقبلية. وإذ نضع بين أيدي المهتمين وصناع القرار هذه النتائج، فإننا نأمل أن تسهم في رسم مسارات استراتيجية جديدة ترفع من كفاءة الأداء، وتفتح نافذة رحبة أمام الباحثين لإثراء المكتبة العربية بدراسات ميدانية أعمق تساند تطلعات التميز المؤسسي المستدام.

قائمة المراجع

قائمة المراجع العربية:

أحمد، ع. (٢٠٢٠). أثر التسويق الداخلي على كفاءة الأداء التشغيلي. *المجلة الدولية للإدارة والمشروعات*، ١٥ (٣)، ٦٧-٤٥.

https://ijbm.journals.ekb.eg/article_2020.html

بوعزيز، ع.، وعثمانية، ح. (٢٠١٩). تأثير ممارسات التسويق الداخلي الرقمي على الالتزام التنظيمي للكوادر البشرية. *مجلة الدراسات الإدارية والتكنولوجية*، ٧ (٢)، ٣٥-١٢.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/91522>

الصفار، ع. م. ع. (٢٠٢٤). أثر استراتيجيات الريادة في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة تطبيقية على شركة أرامكو في المملكة العربية السعودية. *رماح للبحوث والدراسات*، (٩٦)، ٤٤٢-٤١١.

<https://search.mandumah.com/Record/1452390>

مسعودي، أ. (٢٠٢٢). أثر إدارة الوقت والانضباط الذاتي على الأداء الوظيفي ونجاح المشاريع: دراسة حالة تطبيقية [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة ورقلة، الجزائر.

<http://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/2214>

موقع شركة أرامكو السعودية الرسمي (2026). لمحة عامة عن الاستدامة والابتكار الهندسية وإدارة-من

[https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[energy/circular-carbon-](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAA](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[CdmdUWduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsA](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[KF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

[yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB](https://www.aramco.com/en/sustainability/climate-and-energy/circular-carbon-economy?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=&utm_content=&gad_source=1&gad_campaignid=20405367560&gbraid=0AAAAACdmduUZ0H4arPFjG9imdp_7QA&gclid=Cj0KCQjw7eXTBhDBARIsAKF-w46PGI6ghxtfTviO19s5zAnawdiExf95DRg-yvY3Q9hQKyRd4vd0KBcaAvbHEALw_wcB)

Akhmatdinov, A. (2020). *Changing the business model of a big oil company while shifting of priorities and purposes of internal and external conditions on the example of Saudi Aramco* [Master's thesis, Higher School of Economics]. HSE Research Repository.

<https://www.hse.ru/en/edu/vst/2020/aramco-thesis>

Gounaris, S. (2008). The notion of internal market orientation and employee job satisfaction: Some preliminary evidence. *Journal of Services Marketing*, 22(1), 68-90.

<https://doi.org/10.1108/08876040810854291>

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (2008). Putting the service-profit chain to work in digital organizations. *Harvard Business Review*, 10(4), 118-126.

<https://hbr.org/2008/07/putting-the-service-profit-chain-to-work>

Kerzner, H. (2017). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling* (12th ed.). John Wiley & Sons.

<https://www.wiley.com/en-ae/Project+Management:+A+Systems+Approach+to+Planning,+Scheduling,+and+Controlling,+12th+Edition-p-9781119165361>

Shaheen, S., Lubna, N., & Farooqi, Y. A. (2016). Impact of time management systems on the performance of employees in mega projects. *Science International*, 28(4), 4721-4725.

<http://www.sci-int.com/pdf/636251412.pdf>

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096386871830177X>