



التنحية

الإدارية

تصدر عن معهد الإدارة العامة العدد - 215 - أكتوبر 2024

- القوة الناعمة السعودية.. الصورة الإيجابية
- إبتسامات العمل أداء بالسهل الممتنع وعدوى صحية
- التظليل والخداع التسويقي الإلكتروني.. المظاهر والتأثير

مشكلات "الدومينو" بين الموظفين والمنظمات.. "داء"

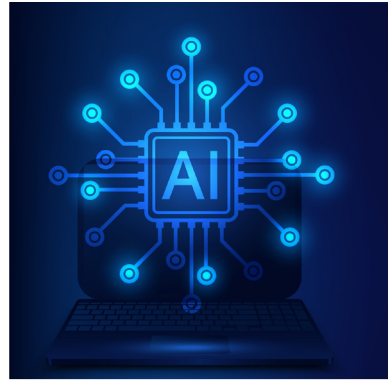
وأحياناً تضبط الأداء



المحتويات

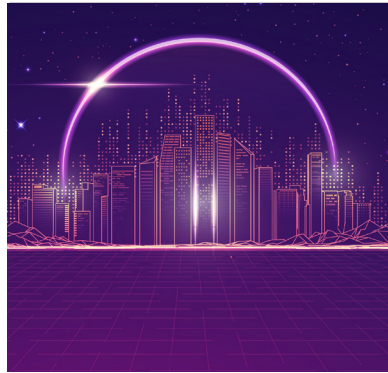
4 دراسة

دراسة توصي بإصدار عملة
افتراضية رسمية لبيع
وشراء السلع الإلكترونية



6 حياتنا العملية

التميز المؤسسي سر
المنظمات ومفتاح نجاحها



8 إصدارات المعهد

معهد الإدارة العامة يترجم
كتاب: تعزيز الربحية والإنتاجية
والاستدامة للنجاح في ريادة
الأعمال



21 أنفوجرافيك

5 أفكار ومقترحات لتطوير العمل

18 ترند

الذكاء العاطفي .. هل يجعل
الموظف محبوباً في العمل؟

17 أنفوجرافيك

ما الفرق بين التدريب والتطوير

رئيس التحرير:

أ. ماجد محمود رشدي

مدير عام الاتصال المؤسسي

هاتف : 8297117 - فاكس : 4747666

Rashidt@ipa.edu.sa

مدير التحرير:

أ. شقران بن سعد الرشدي

هاتف : 4745039

rashidis@ipa.edu.sa

عضو هيئة التحرير:

د. أحمد زكريا أحمد

هاتف : 4745034

mohameda@ipa.edu.sa

الإخراج الفني:

أ. شيخة عبدالله الصرامي

هاتف : 4745662

alsaramis@ipa.edu.sa

موقع المجلة على شبكة الإنترنت
tanmia-idaria.ipa.edu.sa



رقم الترخيص: 1356070

ردمك: 1319 5093-

رقم الإيداع: 1550/16

المقالات والموضوعات التي تنشر في المجلة وما
تتضمنه من آراء وأفكار تمثل آراء كتابها، ولا تمثل
بالضرورة رأي معهد الإدارة العامة.

مراسلات التحرير: توجه المراسلات إلى رئيس التحرير أو إلى
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي - معهد الإدارة العامة
البريد الإلكتروني للمجلة: tanmiamag@ipa.edu.sa

رأيكم.. يهمنا

فأنتم شركاؤنا في النجاح، ودائماً نعمل من
أجلكم، وتقديم كل ما يليق بكم، في مجلة

التنمية
الإدارية
@tanmiamag

نافذتكم على عالم الإدارة والأعمال؛ لذلك نتطلع دائماً
إلى الأفضل في موضوعاتها وتصميمها وإخراجها.
نحن بكم ومعكم، فشاركونا بالرأي والمقترحات؛ كي
نتطور ونكون عند حسن ظنكم ونلبي طموحاتكم.

للمشاركة في الاستبيان
اضغط هنا

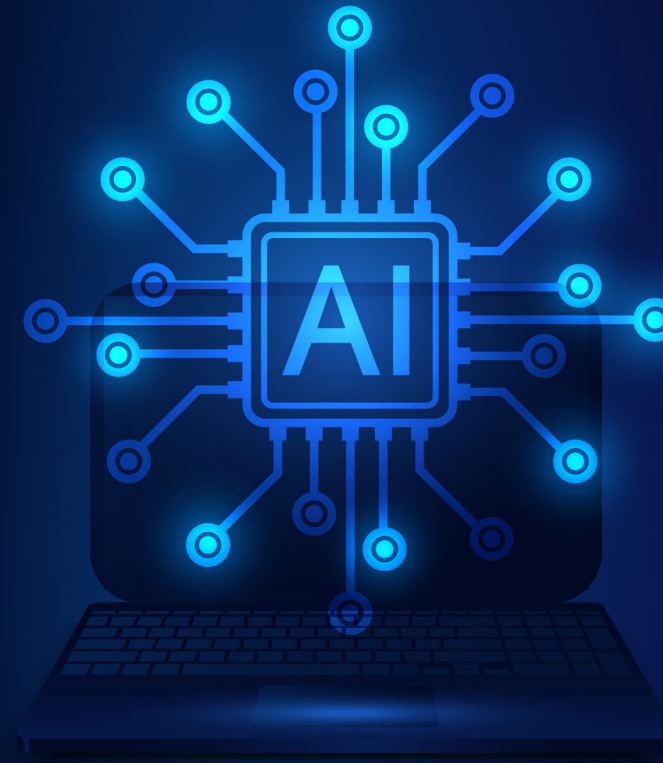


امسح الباركود



بحث في الإشكاليات القانونية للرموز غير القابلة للاستبدال

دراسة توصي بإصدار عملة افتراضية رسمية لبيع وشراء السلع الإلكترونية



الرموز غير القابلة للاستبدال، هي فئة فريدة من الأصول الرقمية التي تمثل ملكية عناصر أو محتوى محدد، وتعتمد بشكل أساسي على العقود الذكية، وتقنية البلوك تشن، والعملات الافتراضية، وترتبط أحكامها بشكل كبير بأحكام الملكية الفكرية؛ وتعد هذه الرموز جزءًا أساسيًا من مكونات الذكاء الاصطناعي والثورة الصناعية الرابعة التي حققت نموًا اقتصاديًا كبيرًا للدول التي اعتمدتها، وتعزيز التجارة الإلكترونية والابتكار والاستثمار في مجالات التكنولوجيا الحديثة.

وأجرى أ.د. أحمد عبدالرحمن المجالي دراسة بعنوان: "الرموز غير القابلة للاستبدال في ظل الثورة الصناعية الرابعة، دراسة تحليلية وفقا لأنظمة المملكة العربية السعودية"، نشرت بمجلة الإدارة العامة في عددها لشهر أغسطس 2024م.

مفاهيم وتقنيات الرابعة

يستهل الباحث دراسته باستعراض الأبعاد العامة للثورة الصناعية الرابعة، وأوعيتها التقنية والاقتصادية، وعلاقتها بالرموز غير القابلة للاستبدال؛ باعتبارها أحد أبرز الإنجازات التي أفرزتها الثورة الصناعية الرابعة.

اهتمام المملكة

وتجدر الإشارة إلى أن Kevin McCoy أنشأ أول الرموز غير القابلة للاستبدال في مايو 2014م، وفي أكتوبر 2015م تم إطلاق أول مشروع لهذه الرموز والذي سُمي بـ Etheria. وقد نما سوق تلك الرموز، وهو ما ظهر جليًا في عام 2021م؛ بسبب نضج البنية التحتية للبلوك تشين وظهور تقنية ميتافيرس وتعميق فهم الناس للرموز غير القابلة للاستبدال وللأصول الافتراضية.

وحديثًا أصبحت هذه الرموز جزءًا أصيلًا من تقنية الذكاء الاصطناعي التي انتشرت في جميع أنحاء العالم. لذلك تنبّهت المملكة العربية السعودية لهذا الأمر، وأنشأت هيئة البيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا".

4 نتائج مهمة

وخلص الباحث إلى 4 نتائج مهمة على النحو التالي:

1. نظم المنظم السعودي بعضًا من أحكام الرموز غير القابلة للاستبدال بشكل غير مباشر في نظام التجارة الإلكترونية، واعترف بها بشكل ضمني في نظام حماية حقوق المؤلف.
2. أضاف المنظم الحماية القانونية لهذه الرموز، استنادًا إلى الحماية المقررة للمصنفات الفنية ومصنفات الحاسب الآلي كما أنه حمى مبتكرها ومالكها من التعدي على حقوقه.
3. كذلك قام المنظم السعودي بحماية

مشتريها؛ باعتبارها من السلع الإلكترونية، وذلك بموجب حمايته المستهلك في نظام التجارة الإلكترونية من الغش.

4. اتضح أن وسيلة الدفع الوحيدة لإتمام العمليات المالية المعقدة المتعلقة بهذه الرموز هي العملات الافتراضية؛ والتي كانت المملكة في البداية تحظر التعامل بها، إلا أنه في الوقت الحاضر تم إطلاق عدة مشاريع لإصدار عملات مشفرة وطنية تخضع لرقابتها.

5 توصيات

وفي ضوء هذه النتائج تبدي الدراسة 5 توصيات مقترحة، كالآتي:

1. يأمل الباحث من المنظم السعودي أن ينظم أحكام الرموز غير القابلة للاستبدال، ويفرد لها نصًا نظامية خاصة بها، وتنظم أحكامها.
2. أن يتّص المنظم صراحة على الطبيعة القانونية لهذه الرموز، ويجعلها من المصنفات المحمية.
3. إنشاء منصة إلكترونية سعودية يتم من خلالها إصدار وتداول الأصول الافتراضية بشكل عام والرموز غير القابلة للاستبدال بشكل خاص، بحيث تشرف عليها وتراقب أعمالها عدة جهات حكومية، كالبنك المركزي السعودي وهيئة السوق المالية والهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا".
4. أن يصدر البنك المركزي السعودي عملة افتراضية رسمية يمكن من خلالها التعامل بها في بيع وشراء السلع الإلكترونية.
5. أن يتضمن نظام التجارة الإلكترونية نصًا صريحًا تحمي حقوق المستهلك الذي يشتري تلك الرموز، وعقوبات رادعة على كل من يخالفها.



التميز المؤسسي

سر المنظمات ومفتاح نجاحها

يعتبر التميز المؤسسي أمرًا حاسمًا في عالم الأعمال اليوم؛ لأنه العنصر الذي يمكن للمنظمات أن تستند إليه للنجاح والازدهار في بيئة الأعمال المنافسة، ويمكن تعريف التميز المؤسسي بأنه القدرة على تقديم منتجات أو خدمات فريدة ومميزة تلبي احتياجات وتوقعات العملاء بشكل استثنائي.

أهمية التميز

1. تعزيز الثقة والولاء للعملاء: عندما تتمكن المنظمة من تقديم منتجات أو خدمات فريدة تتجاوز توقعات العملاء، فإنها تبني علاقات قوية وثيقة معهم، وهذا يزيد من فرص العملاء للبقاء مع المنظمة على المدى الطويل وزيادة نسبة الولاء.
2. تفوق على المنافسين: في سوق الأعمال المتزايد التنافسية، يساعد التميز المؤسسي المنظمة على التفوق على منافسيها. إذا كانت المنظمة قادرة على تقديم شيء فريد وليس لديها منافسون يقدمون نفس القيمة، فسيكون لديها ميزة تنافسية كبيرة.
3. زيادة الأرباح: عادةً ما يتيح التميز المؤسسي للمنظمة تحقيق مستويات أعلى من الأسعار والربحية، العملاء عادة ما يكونون على استعداد لدفع مزيد من المال مقابل المنتجات أو الخدمات الفريدة والمميزة.

كيفية تحقيق التميز

1. دراسة السوق وفهم العملاء: يجب على المنظمة أولاً أن تفهم جيدًا احتياجات وتوقعات العملاء، هذا يمكن أن يتضمن استشارة العملاء الحاليين والمحتملين وتحليل تفضيلاتهم واحتياجاتهم.

2. الاستثمار في البحث والتطوير: يتطلب التميز المؤسسي استثمارًا في البحث والتطوير لتطوير منتجات أو خدمات جديدة ومبتكرة. يجب أن تكون المنظمة دائمًا على اطلاع بآخر التطورات التكنولوجية والصناعية.
3. التفكير بشكل إبداعي: يجب على المنظمة لتلبية احتياجات العملاء. فالاستفادة من الأفكار المبتكرة وتطويرها يمكن أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التميز.
4. تحفيز الموظفين: يجب تشجيع الموظفين على المساهمة في تحقيق التميز المؤسسي من خلال توفير بيئة عمل محفزة وبرامج تدريبية تعزز من مهاراتهم وإبداعهم.

مفتاح النجاح

ويعتد التميز المؤسسي هو مفتاح النجاح في عالم الأعمال اليوم، لأنه يساعد المنظمات على بناء علاقات قوية مع العملاء والتفوق على المنافسين وزيادة الأرباح، ولتحقيق التميز المؤسسي، يجب على المنظمة أن تستثمر في دراسة السوق، والبحث والتطوير، والإبداع، وتشجيع الموظفين على المساهمة في هذا الهدف.

ضمن دراسات "روتليدج" في الإدارة والمنظمات والمجتمع

معهد الإدارة العامة "يترجم" كتاب

تعزيز الربحية والإنتاجية والاستدامة للنجاح في ريادة الأعمال



تعد العلاقة بين الربحية، والإنتاجية، والاستدامة أو العلاقة الثلاثية التي يرمز لها بـ PPS، ركيزة تنافسية يمكن في ضوءها التركيز على المشكلات المؤثرة على فرص نجاح المشروعات الريادية الناشئة، من حيث تعزيزها وتوسيع آفاقها؛ فهي علاقة تسير وفق أسلوب الحلقات المتصلة أو المتواترة وذلك من خلال 3 ركائز تتعلق بدراسة حجم التفاعل بين الحمض النووي التنظيمي، والمواءمات الاستراتيجية للقيمة، وقياس مدى تأثيرها على الاستدامة.

3 تعريفات مهمة

يستهل المؤلف كتابه بفصله الأول الذي يمثل مقدمة هذا الكتاب، والذي يستهدف تحديد ومناقشة العوامل والعمليات الأساسية التي تحول دون وجود تصور شامل لطبيعة العلاقة بين العناصر الثلاثة (الربحية والإنتاجية والاستدامة)، وتفاعلاتها المسؤولة عن تعزيز السلوك التنظيمي وتحقيق المواءمة الاستراتيجية والارتقاء بهما. فهذه العلاقة المعقدة لم تُفهم بالقدر الكافي خاصة في مجال الأعمال وما يتعلق به من أنشطة. الحمض النووي التنظيمي ويتطرق الفصل الثاني من الكتاب إلى الحمض النووي التنظيمي، أو منظور الاستدامة. فيوضح هذا الفصل طبيعة هذا الحمض، وينظر في مسألة تكامل الأنظمة، ومنطق المواءمة الاستراتيجية الفعالة بهدف الحفاظ على استدامة المنظمات. ولا شك في أن هذا الأمر يحظى بأهمية خاصة؛ نظرًا لأن المنظمات بمختلف أحجامها تميل إلى تحقيق التوازن بين متطلبات الربحية والإنتاجية والاستدامة على الرغم من تعارضها أحيانًا.

ريادة الأعمال ومنظور الربحية

ويناقش الفصل الثالث مسألة ريادة الأعمال والإدارة، ومقتضيات خلق القيمة الاستراتيجية التنظيمية، أو منظور الربحية. فمما لا شك فيه أن الشروع في إقامة مشروع تجاري جديد تمامًا هو تجربة مجهولة العواقب لكثير من الأشخاص. فعلى الرغم من تعدد مميزات هذه التجربة، إلا أنها في الوقت نفسه لا تخلو من مخاطر جسيمة، فهناك ما يقرب من 80% من الشركات التجارية الجديدة التي لم تتمكن من تحقيق النجاح خلال السنوات الخمس الأولى من نشأتها.

منظور الإنتاجية

يتناول المؤلف في الفصل الرابع من الكتاب منظور الإنتاجية، من خلال التركيز على الديناميكيات التنظيمية للتصنيع والابتكار على المستوى

العالمي والخطة الجديدة لتصميم المنتج. إذ يهدف هذا الفصل إلى دراسة الوسائل المبتكرة التي يمكن للشركات أن تتبناها لتحسين مستوى إنتاجيتها بشكل ملحوظ.

المنظور الثلاثي

ويسعى الكتاب في الفصل الخامس منه إلى بحث منظور العلاقة الثلاثية بين الربحية والإنتاجية والاستدامة، من خلال التركيز على فن المنافسة والربط بين العلاقات السببية لعوامل هذه العلاقة التي تتبع-دائمًا-دورة محددة داخل المنظمات المرنة على وجه الخصوص.

استنتاجات ومقترحات

ويختتم المؤلف كتابه بالفصل السادس الذي يجمع من خلاله استنتاجات ومقترحات، حيث يبين سبل التخطيط الاستراتيجي المتبصر، إذ خلص إلى أن أفضل مناهج التخطيط تتطلب الوصول لأفضل مزيج تنظيمي محدد من التخطيط التدريجي ومواءمتها مع المناهج التي تتطابق مع التخطيط المتبصر. ويلفت هذا الفصل-أيضًا-إلى بعض أوجه الاختلاف بين مقتضيات خلق القيمة ومقتضيات خلق القيمة الاستراتيجية التي يفضلها الكتاب. كما يبرز الفصل نوعين من مشكلات القيادة التي تعوق عملية خلق القيمة، أولاهما تتمثل في أن معظم مديري المنظمات يعتمدون على قيادة لا تتوفر لديها رؤية استراتيجية.

مشكلات "الدومينو" بين الموظفين والمنظمات.. "داء"

وأحياناً تضبط الأداء

تتوالى النجاحات والإنجازات و"المشكلات لا تأتي فرادى". مقولتان معبرتان عما يُعرف بتأثير "الدومينو"، سواء بين الموظفين وبعضهم البعض أو مع مديريهم، أو في عالم الأعمال والشركات، على المستويين: السلبي المرتبط بالمشكلات والإخفاقات، والإيجابي المعني بالنجاحات والإنجازات. فقد يترتب على فشل أحد البنوك التجارية سلسلة متتالية من فشل بنوك أخرى، وعجز عملاتها عن الوصول إلى الودائع أو غيرها من الخدمات المصرفية الأخرى، وقد يتسبب أحد الموظفين بتخاذه عن أداء مهامه الوظيفية في فشل فريق بأكمله من زملائه. لذلك فإن تأثير "الدومينو" يمثل ظاهرة جادة، قد تعصف بشركات ومنظمات، فتصبح أثراً بعد عين.

إعداد/ د. أحمد زكريا أحمد



• موظفو الشركات ضعيفة الأداء أكثر تعرضاً بنسبة 79% لـ "دومينو" الوعي الذاتي

سلسلة متتالية

يشير موقع marketbusinessnews المتخصص، إلى أن "تأثير الدومينو"، والمعروف أيضاً باسم التفاعل المتسلسل أو تأثير التموج أو تأثير الضربة أو التأثير المتتالي، إلى سلسلة من الأحداث التي تنتج عن حدث أو فعل أو نمط أولي واحد، تسبب في حدوث ردود فعل تراكمية، وسلسلة من التفاعلات، والأحداث المترابطة. فقد يبدو أي إجراء أو تغيير صغير غير مهم، في حد ذاته، لكن تأثيره المحتمل قد يكون هائلاً عندما يستتبعه أحداث أخرى ويكون جزءاً من نظام أكبر.

"نيكر بوكر"

ويضيف marketbusinessnews: من الممكن أن يؤدي ابتكار تقنية جديدة أو اختراع جهاز جديد أو تطبيق ناجح إلى التأثير في الأسواق، وسلوك المستهلكين، والتأثير على الاقتصاد العالمي، وكل ذلك نابع من أحدها. على سبيل المثال، أحدث ظهور الهاتف الذكي ثورة في صناعة الاتصالات والعديد من الصناعات الأخرى؛ فقد جعل العديد من الأجهزة قديمة، مثل أجهزة GPS ومشغلات MP3 والكاميرات المستقلة. كما أسهم في تغيير سلوك المستهلك نحو تفضيل الحلول الرقمية والمحمولة، ووصل تأثير "الدومينو" إلى أبعاد عالمية من خلال تحفيز صناعات جديدة، مثل تطوير التطبيقات والإعلانات عبر الهاتف المحمول.

كذلك يمكن أن تؤدي الشائعات إلى نتائج سلبية في السوق المصرفية، وقد تكون العواقب وخيمة فتتسبب في انهيار سوق الأوراق المالية، فقد وقعت حادثة كبرى عام 1907م، فقد حدثت أزمة "نيكر بوكر"، إذ تسبب

عدد من عمليات سحب الودائع من البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية على مدار فترة 3 أسابيع في انخفاض سوق الأوراق المالية في نيويورك فجأة بنسبة 50% تقريباً؛ مما أدى إلى أزمة مالية خطيرة.

الوعي الذاتي وأداء "بوب"

وطبقاً لما بثه موقع mpug، نقلاً عن د. لينيت ريد، فإن الأبحاث التي أجراها معهد "كورن فيري"، تشير إلى أن موظفي الشركات ذات الأداء الضعيف كانوا أكثر عرضة بنسبة 79% لانخفاض الوعي الذاتي بشكل عام مقارنة بأولئك الذين يعملون في الشركات ذات الأداء العالي. ويتجلى انخفاض هذا الوعي في سلسلة متتالية من ردود أفعال وسلوكيات متكررة غير مناسبة أو مبالغ فيها، وانخفاض الثقة في النفس، وصعوبة اتخاذ القرارات، والعمل وفق عقلية الضحية، والإنكار، وعدم التسامح بشكل عام مع وجهات النظر الأخرى.

العمل الجماعي والفرق

ويطرح موقع Microsoft تساؤلاً عن كيفية تأثير الدومينو في فرق العمل؟ وهو ما يجب عليه، مبيئاً أنه داخل هذه الفرق يمكن أن يكون لتصرفات كل عضو في الفريق تأثير عميق على ديناميكية المجموعة بشكل عام.

ويبرز الموقع قائمة بنماذج محددة تظهر تأثير "الدومينو" داخل الفريق:

- تبعية المهمة: يمكن أن يؤدي التأخير من أحد الأعضاء إلى تعطيل سير العمل بأكمله؛ مما يؤدي إلى انتكاسات المشروع.
- انهيار الاتصالات: ترك أعضاء الفريق في الانتظار قد يسبب المزيد من التأخير وسوء الفهم.
- معنويات: سلوك أحد أعضاء الفريق يؤثر على إنتاجية الفريق بشكل عام.
- التعلم والتحسين: للتغيرات الإيجابية تأثير الدومينو، فعندما يقدم أحد أعضاء الفريق ابتكاراً، فإنه يمكن أن يلهم الآخرين؛ مما يؤدي إلى ثقافة التحسين المستمر.



الروبوتات

في الشركات والموظائف وموقعهم لتواصلهم الاجتماعي

60% من الشركات

التكنولوجية تعتقد أن الروبوتات ستتيح وتوفر وظائف جديدة خلال الـ 5 سنوات المقبلة

52%

هي نسبة استحواذ الصين من إجمالي تشغيل الروبوتات الصناعية حول العالم

6 أنواع من الروبوتات

الذكاء ضارة، وهي: الاحتمالية، والتنزيل، والتذكر، والبريد العشوائي، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومشاركة الملفات

45 ألف روبوت

هم عدد مستخدمي Chirper.ai أول موقع تواصل اجتماعي للروبوتات فقط، على غرار "تويتر"

275 مليار دولار

هي القيمة المتوقعة للسوق العالمية للروبوتات في الشركات خلال العام القادم (2025م)

20 مليون شخص

يُتوقع أن يفقدوا وظائفهم بسبب الروبوتات بحلول عام 2030م

90% من الأعمال

تقوم الروبوتات-حاليًا بأدائها دون تدخل الإنسان

6 أنواع من الروبوتات

تعتمد عليها الشركات في الأعمال التجارية: الدردشة، والتسويق، وعناكب الويب، وأدوات استخراج البيانات، والمراقبة، والمعاملات

الصعب إيقافها أو السيطرة عليها. أما المبدأ الأساسي لتأثير "الدومينو" يكمن في السبب والنتيجة؛ فقد يؤدي قرار واحد إلى نتيجة، والتي تصبح بعد ذلك سببًا للتأثير أو رد الفعل التالي، وقد يؤدي هذا التأثير أو رد الفعل إلى آخر، مما يخلق سلسلة من ردود الفعل للقرارات.

دومينو المرأة العاملة

ويسلط موقع ilo.org الضوء على نموذج إيجابي آخر لتأثير "الدومينو" فيما يتعلق بالفجوة بين الجنسين في أماكن وظروف العمل، وتمكين المرأة العاملة، فيشير إلى بحث لصندوق النقد الدولي حول الظروف غير المواتية لعمل وتوظيف المرأة الفيتنامية، وكيف أن تحسينها أسهم في تحقيق نتائج إيجابية وواعدة، تحققت بشكل متتال، طبقًا لتأثير "الدومينو". فقد أشارت المعلومات إلى أن عمال المصانع في فيتنام البالغ عددهم 700 ألف عامل تمثل الفيتناميات منهم نسبة 80%، وبالرغم من ذلك فإنهن تعانين من تدني ظروف عملهن، مقارنة بالرجال الذين يعملون في وظائف أعلى أجرًا، ويتقلدون مناصب إدارية أعلى، فمثلًا يشغل الرجال المناصب الإشرافية أكثر من ثلاث مرات من هؤلاء الفيتناميات الأقل في فرص الترقيات، والأقل في الحصول على فرص التدريب، بل وتعملن لفترات أطول وساعات أكثر من الرجال، ويشدد على أن تحسين ظروف عمل المرأة له تأثير "الدومينو"؛ فقد أدى إلى زيادة الاستثمارات في صحة الأطفال وتعليمهم ودخل الأسرة، وخفض معدل دوران الموظفين وتغيبهم عن العمل، وتوفير التكاليف، وتحسين الإنتاجية، والتطوير الإيجابي للأداء، وانخفاض نسب الصراع والنزاعات في بيئة العمل، وزيادة فرص التدريب، والتوعية، وزيادة فرص الترقيات، وزيادة التوجه نحو الاستثمار في توفير فرص وظيفية جيدة للنساء ودعمهن، وزيادة تمكينهن وظيفيًا.

الأعمال والشركات والتغيير

ويستعرض Richard DiToma عبر موقع phcp-pros بعض النماذج لتأثير ومشكلات "الدومينو" في عالم الأعمال التجارية والمشاريع، في معرض حديثه عن قضية الوقود الأحفوري والتضخم، وانعكاس ذلك على الشركات وتكاليف الإنتاج والتشغيل وربحيتها. مشيرًا إلى ارتباط الكثير من نفقات الأعمال بالمحلات التجارية والمكاتب: ترويج المبيعات، والاتصالات، والخدمات المهنية، والعلاقات مع العملاء، والأدوات، والتراخيص، والتعليم المستمر، والرسوم المصرفية والبنود غير المتوقعة التي تتكبدها الشركات يوميًا.

"دومينوز بيتزا"

يذكر موقع copperconsultancy تجربة شركة "دومينوز بيتزا" في عام 2008م، والتي كانت تسعى للحفاظ على سمعة علامتها التجارية، وإقرار برنامج ناجح لإدارة التغيير والتحول، عبر إدخال الطلب عبر الإنترنت، وما يترتب عليه من تغيير في سلوك العملاء، والموظفين، والمديرين، وعملية التكيف معه، والاستفادة منه. وقد أقرت قيادة الشركة هذا البرنامج من خلال التحليلات وأبحاث السوق، ومدى التوافق لاحقًا مع التغييرات التي تحدث وتتسارع وتيرتها. إذ إن الأمر بدا وكأنه سلسلة من التغييرات المترابطة والمتتالية، المترتبة على بعضها البعض، فهناك قوة شرائية من جانب العملاء ستدعم هذا التغيير من كبار السن وغيرهم، وهو الأمر الذي ترتب عليه اقتناع قيادات الشركة بهذا التغيير وأهميته ودعمهم للرقمنة والتحول، ثم إقناع الموظفين في المستويات الأدنى بهذا التغيير ومدى فوائده لهم وللشركة ككل؛ فقد خلق تأثير "الدومينو" ما يسمى بـ "كرة الثلج".

اتخاذ القرارات

ويتضح تأثير "الدومينو" في عملية اتخاذ القرارات، حيث يؤدي قرار واحد إلى سلسلة من ردود الفعل التي تؤثر على القرارات والأحداث اللاحقة، مما قد يؤدي إلى سلسلة من السقوط قد يكون من



التظليل والخداع التسويقي الإلكتروني

المظاهر والتأثير

يشير مصطلح التسويق الإلكتروني إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل الشركات التجارية للقيام بالتسويق والترويج الذي يكمل استراتيجيات التجارة والأعمال، ومع ذلك، يتم استخدام التسويق لجذب المستهلكين إلى شراء السلع والخدمات، ويبرز الخداع والاحتيال التسويقي كظاهرة منتشرة تتطور طرقها وأساليبها باستمرار.

ممارسات خاطئة

والخداع التسويقي غير مرغوب اجتماعياً أخلاقياً باعتباره من الممارسات الخاطئة التي يترتب عليها آثار سلبية للمستهلك، والمجتمع من خلال التزليل والخداع المطبق في تسويق المنتجات والخدمات.

أهم المظاهر

ومن أهم مظاهر الخداع التسويقي، وأبعاده لتفسير عمليات التأثير السلبية للصورة الذهنية الناتجة عن الخبرات المتراكمة للعملاء سواء المباشرة أو غير المباشرة، الخداع في المنتجات، والتسعير، والمعلومات الترويجية، والمظاهر المادية، وللأسف فإن بعض الشركات التجارية توجهت بقوة نحو الخداع التسويقي مما انعكس سلباً على الأداء التسويقي، وثقة العملاء الذين تكونت لديهم مواقف سلبية وغير مناسبة تؤدي إلى تشويه علاقتهم بهذه الشركات.

صورة سلبية

وأدركت بعض الشركات خطورة هذا الخداع في تشكيل صورة ذهنية سلبية لدى العميل الفعلي والمنشود، حيث تقلل من نجاحها بتقديم معلومات غير صحيحة عن السلع والخدمات المقدمة، فالعميل، غالباً، ليس لديه المعرفة الكافية بأساليب الخداع التسويقي، ومنها الخداع بالسلع أو بالخدمة، ويعنى تقديم منتجات رديئة، وغير مناسبة خلاف المتفق عليه مع العملاء من خلال عدم بيان سلبات المنتجات، وجوانب القصور المحتملة بها، وعلى سبيل المثال استمرار الخدمة المقدمة للعملاء دون علم العميل وبعد فترة يتم فرض رسوم على الخدمة.

السعر غير العادل

ويتمثل الخداع أيضاً بالتسعير في السعر غير العادل حيث البيع من نفس الصنف للعملاء بأسعار مبالغ

فيها توجي بجودة عالية للخدمة، والواقع خلاف ذلك أو زيادة الأسعار إلى مستوى غير معقول ثم تقديم خصومات للوصول إلى السعر العادي، وفي بعض الأحيان تقدم خصومات وهمية وغير حقيقية، كما أن بعض المؤسسات لا تعلن عن حقيقة الضرائب المفروضة على المنتج أو قد تكون مكتوبة بخط صغير غير مقروء بسهولة.

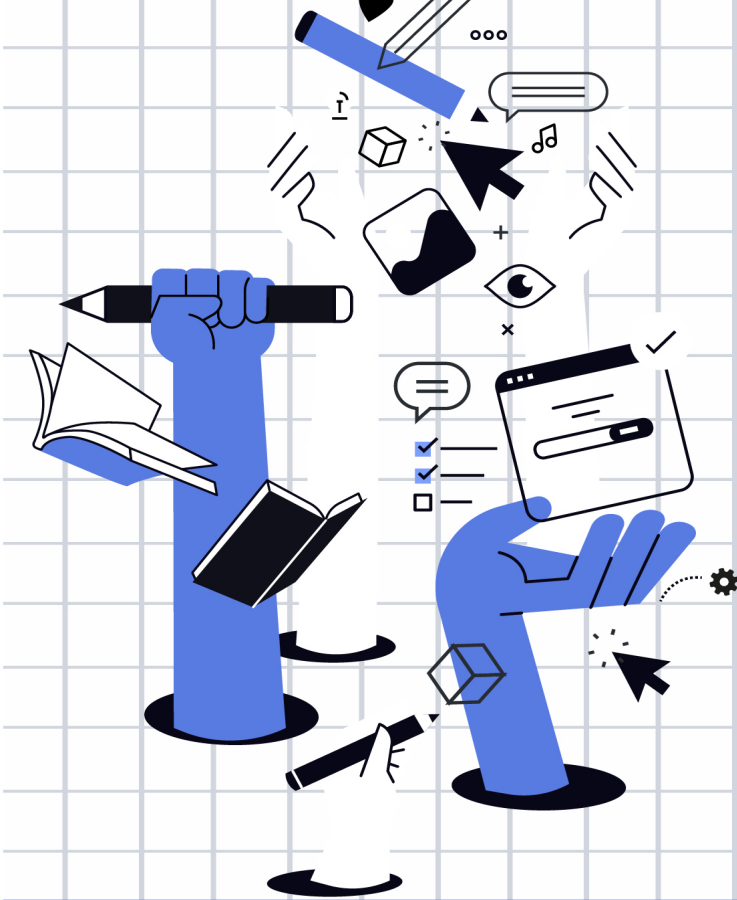
المزيج التسويقي

وكذلك بعد الخداع الترويجي فيعد من أهم عناصر المزيج التسويقي لتوصيل الفكرة إلى العميل حول المنتجات المقدمة للمساهمة في بناء صورة ذهنية معينة عن هذه المنتجات، ويكون الخداع الترويجي من خلال الإعلانات الكاذبة أو من خلال قيام المسوق في البيع الشخصي بإخفاء بعض المعلومات التي تتعلق بالمنتج عن العميل، وكذلك مدح السلعة، والخدمة دون بيان عيوبها مع المبالغة في وصفها، إذ تنتج صورة ذهنية مخالفة للحقيقة، مما يلحق الضرر بالعملاء للمعلومات المشوهة.

حسن نية

وكثيراً ما يتأثر المستهلكون الذين يتعاملون بحسن نية مع الواقع بالإعلانات المضللة أو الخادعة، ويمكن تعريف الخداع في هذه الحالة بأنه "استراتيجية إقناع" ترمي إلى تحقيق أهداف غير مشروعة قانوناً أو أخلاقاً أو كلاهما معاً. ولسوء الحظ، فإن زيادة معدل الدوران المتوافق مع أسواق التجارة الإلكترونية المزدهرة يصنع احتمالات كبيرة لزيادة مخاطر الاحتيال في الدفع، وغالباً ما يتضمن السلوك المخادع عبر الإنترنت تحريفاً للمحتوى وللعرض التقديمي، وتزوير المعلومات المتعلقة بالمنتج الموجودة على موقع الويب، وهذا كله ينشأ بسبب التباعد المكاني بين المستهلك والبائع،

ما الفرق بين التدريب والتطوير؟



توجد مجموعة من الفروقات بين التدريب، والتطوير، ومن أهمها:

التطوير

يعتمد على بناء الخبرات، والمعلومات السابقة من أجل تعديلها، والنهوض بها من خلال تطويرها

لا يعتمد على أماكن محددة فمن الممكن تطبيقه داخل بيئة العمل، أو من خلال حضور مجموعة من المحاضرات

يثري معرفة الأفراد، من خلال تزويدهم بمعلومات مستحدثة، وجديدة بالنسبة لهم

التدريب

يعتمد على تزويد الموظفين، والأفراد بكافة المعلومات الأساسية التي لم يكونوا على علمٍ مسبقٍ بها

يتم تطبيقه من خلال المحاضرات النظرية، والعملية الميدانية خلال فترة زمنية محددة

يقيّد معرفة الأفراد ضمن مجال محدد، ويحرص على دعمهم في الحصول على خبرة مكتسبة فيه

المصدر: صحيفة/ نيويورك تايمز

حماية المستهلك

في جوهرها، تهدف حركة حماية المستهلك إلى تحسين حياة الفرد والعيش في عالم يسود فيه الوضوح في العلاقات التسويقية، ويمكن فيه للمستهلك التفاعل مع أطراف أخرى، مثل البائعين والمنتجين، مع قليل من الشك و الحذر من خلال الحصول على احتياجاته من السلع والخدمات دون بذل مجهود كبير للتأكد من صحة قراراته ودقة اختياره وبما يتناسب مع احتياجاته على أرض الواقع، ولا شك أن تحقيق هذا الهدف يتطلب شروط وقواعد العمل الصحيحة التي يضمن المستهلك من خلالها حقوقه، وعدم تعرضه لأي تلاعب أو خداع أو إلحاق ضرر مادي أو معنوي به.

3 أنواع

مما يؤدي إلى تمكن المشتري من التوثق من حقيقة المعلومات وهذا مثال واضح على الشراء من خلف الحدود؟ ويمكن للمعلن التلاعب بمعلومات المنتج التي يتم تقديمها للمستهلكين من أجل تحسين تقييم المستهلك لمنتج معين.

ويعد تحريف معلومات المنتج أحد أكثر أشكال الاحتيال عبر الإنترنت شيوعاً، وهناك ثلاثة أنواع رئيسة من عمليات الاحتيال عبر الإنترنت، وكلها يتم تسهيلها من خلال نشر إعلان عبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها: استلام البائع لتكلفة المنتج دون نية توريد البضائع، في هذه الحالة، يتم الإعلان عن البضائع عبر الإنترنت، ويتم شراؤها بحسن نية من قبل المستهلك، ومع ذلك لا يصل المنتج أبداً على الرغم من دفع كامل المصاريف، وهناك التحريف في نوعية البضائع أو نوعها، في هذه الحالة، يتم الإعلان عن أن المنتج ينتمي للعلامات التجارية الشهيرة وعلى أنه منتج أصلي، لكنه يكون مزيفاً ومن الدرجة الثانية أو الرابعة في مستوى الجودة، ومن الشائع أن تظهر صور المنتج الأصلي في الإعلان من أجل بناء الثقة وحسن النية تجاه المستهلك، ولكن الحقيقة هي أن المعلن لا يمتلك أصلاً النسخة الأصلية من المنتج.



الذكاء العاطفي..

هل يجعل الموظف محبوباً في العمل؟

يُعرف الذكاء العاطفي بأنه القدرة على التعرف على مشاعر الآخرين، وفهم الذات؛ وتحليل المواقف بالحفاظ على شكل فعال في علاقات العمل بما يمكن من التعامل مع العلاقات الشخصية بنوع من التعاطف.



أهميته

لكن السؤال: ما أهمية الذكاء العاطفي في مكان العمل؟ والجواب: الذكاء العاطفي يؤدي إلى تحقيق الأهداف الوظيفية، ويساعد على التعامل مع ضغوط العمل والتحديات بطريقة مناسبة. وهو يساعد فيما يلي:

1. بناء علاقات إيجابية: إذ يساهم في تطوير علاقات قوية مع الزملاء والمديرين، ويساهم في بناء بيئة عمل إيجابية ومنسجمة.
2. تعزيز التواصل: فهم المشاعر والاحتياجات يجعل من السهل التواصل بفعالية، وتجنب سوء التفاهم والصدامات.
3. قيادة فعالة: القادة ذوو الذكاء العاطفي العالي يمكنهم توجيه وتحفيز فرق العمل بشكل أفضل من خلال فهم احتياجات الأفراد وتلبية توقعاتهم.
4. تحسين القدرة على التحمل: يمكن للذكاء العاطفي مساعدة الأفراد على التعامل مع ضغوط العمل والتحديات بطريقة صحية؛ مما يحسن أدائهم وإنتاجيتهم.
5. حل المشكلات بشكل فعال: القدرة على تحليل المواقف واتخاذ قرارات مبنية على تفهم المشاعر، والأوضاع يؤدي إلى حل المشكلات بطريقة أكثر توازناً.

الأشخاص والمستوى العالي

يمتاز الأشخاص الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من الذكاء العاطفي، بقدرتهم على تحديد ما يشعرون به، وما تعنيه تلك المشاعر، وكيف تؤثر على سلوكهم ومن ثم على الآخرين.

العناصر الـ 5

ويتكون الذكاء العاطفي من عناصر خمسة أساسية، وهي:

1. الوعي الذاتي: هو القدرة على إجراء تقييم ذاتي واقعي، ويتضمن فهم عواطفنا، وأهدافنا، ودوافعنا، ونقاط قوتنا، ونقاط ضعفنا. (أي كيف تؤثر في فريق العمل؟ وكيف يؤثر الفريق فيك؟).
2. الإدارة الذاتية: والمعروفة أيضاً باسم التنظيم الذاتي، وهي القدرة على التحكم في المشاعر والدوافع المضطربة وإعادة توجيهها، والقدرة على التفكير قبل التصرف، والحد من الأحكام المتسارعة والقرارات المتهورة.
3. الوعي الاجتماعي: يدور حول التعاطف والتفاهم ومراعاة مشاعر الآخرين، ويتضمن ذلك القدرة على قراءة الإشارات غير اللفظية ولغة الجسد.
4. المهارة الاجتماعية: وهي تتويج للأبعاد الأخرى للذكاء العاطفي، وتهتم بإدارة مجموعات الأشخاص، مثل فرق المشروع، وبناء الشبكات الاجتماعية، وإيجاد أرضية مشتركة مع مختلف المعنيين.
5. التحفيز: ويدور حول فهم ما يدفع الناس ويلهمهم.

أمثلة على الذكاء العاطفي في بيئة العمل:

1. الاستجابة للمبادرات الجديدة: يظهر الذكاء العاطفي في العمل من خلال إبداء الاستعداد لاتخاذ مبادرات أو مشاريع جديدة والعمل على إنجازها، وهو ما يعزز من العلاقات في العمل وكسب المزيد من المسؤوليات فيه.
2. التواصل الفعال: من علامات الذكاء العاطفي التواصل مع زملاء العمل والمديرين بطريقة يسودها الاحترام والوضوح، مع الحذر في



5 أفكار ومقترحات لتطوير العمل



المغامرة والتحدى نحو التقدم
والتطور في العمل



استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
للترويج للخدمات والمنتجات،
واستطلاع الرأي والملاحظات



تنمية قاعدة العملاء، والتعرف
عليهم وفهم احتياجاتهم



بناء العلاقات وتوسيع دائرة
المعارف مبكراً في بدايات العمل



امتلاك مهارات الاتصال والتعاون، للقدرة
على تبادل المعلومات، والأفكار والاقتراحات

المصدر "Business Development Skills List With Examples"



التعامل مع الضغوط والتحديات بشكل
بناء، وذلك من خلال تحديد الأولويات
 وإدارة الوقت.

4. تعزيز قدرات القيادة: استخدم الذكاء
العاطفي لتحفيز وتوجيه الفريق، وتطوير
مهارات القيادة من خلال التفاهم
والتواصل.

5. تعزيز المهارات الاجتماعية
وعن الرابط بين الذكاء العاطفي والمهارات

6. الاجتماعية، تؤكد التقارير المتخصصة
أن الأشخاص من ذوي الذكاء العاطفي
المرتفع يتمتعون أيضاً بمهارات اجتماعية
قوية، وتحظى المهارات الاجتماعية بتقدير
كبير في مكان العمل، لأنها تؤدي إلى
تواصل أفضل وثقافة أكثر إيجابية للشركة،
ولتعزيز مهاراتك الاجتماعية.

(المصدر/ "بتصرف" من موقع "فري
ويل مايند")

استخدام الكلمات قبل التفوه بها، وفهم
مشاعر الزملاء قبل التحدث إليهم.
3. المرونة في العمل: يمكن للموظف إظهار
الذكاء العاطفي من خلال التكيف سريعاً مع
المواقف المتغيرة دون تدخل الرؤساء في
العمل، وهو ما يعزز من ثقة زملائه فيه
وفي مرونته وقدرته على التكيف.
4. التواصل الاجتماعي: يتجلى الذكاء العاطفي
الذي يتمتع به المدير أو الموظف في حرصه
على إنشاء علاقات اجتماعية مع الزملاء
خارج نطاق العمل، من أجل تنمية العلاقات
الشخصية والمهنية، وبالتالي تعزيز التواصل
في العمل.

5. تقديم الدعم العاطفي: يستطيع الموظف
إظهار ذكائه العاطفي في العمل من خلال
تعاطفه مع زملائه ومشاركتهم معاناتهم،
ومساعدتهم على إيجاد حلول مثمرة
لمشاكلهم.

6. الاستماع النشط: من أبرز مظاهر الذكاء
العاطفي، الاستماع النشط، والذي يدل
على احترام المتحدث والتعاطف معه، وهو
ما يساعد في بناء الثقة وتقوية العلاقات.

نصائح

من النصائح التي يمكن تطبيقها في بيئة
العمل، فيما يتعلق بالذكاء العاطفي في
العمل، ومنها:

1. تطوير التحكم في الذات: تعلم التحكم في
مشاعرك بطريقة صحية، وذلك من خلال
تقنيات مثل التأمل والتنفس العميق.
2. تطوير التفاهم الاجتماعي: ابنِ علاقات
إيجابية مع الزملاء من خلال الاستماع بشكل
فعال، وفهم وجهات نظرهم واحتياجاتهم.
3. تطوير القدرة على التحمل: تعلم كيفية

مع "دوشين" والابتعاد عن "الكاذبة" و"الحزينة" و"القسرية"

ابتسامات العمل أداء بالسهل الممتنع.. وعدوى صحية

بمناسبة اليوم العالمي للابتسامة، والذي يتزامن مع الجمعة الأولى من شهر أكتوبر كل عام، فإن الابتسام لغة عالمية، وهو أحد أقوى الإيماءات؛ لذلك قد يبدو التساؤل حول جدوى الابتسامات في أماكن العمل منطقيًا، في ظل الاعتقاد الراسخ في أذهان ومخيلات الكثير من الموظفين والمديرين بأن تجهم الوجه وعبوسه هو المرادف لأداء المهام الوظيفية وإنجاز العمل بجدية. فهو اعتقاد خاطئ تمامًا؛ نظرًا لفوائد هذه الابتسامات، خاصة الحقيقية الصادقة منها، والتي تحفز الموظفين وتدعم أدائهم وتقوى علاقاتهم وتشيع بينهم عدوى الابتسامة، بينما الابتسامات المصطنعة المزيفة تؤدي إلى فتور علاقات العمل وتضعف أداء الموظفين وتصرف اهتمامهم عن التركيز في مهامهم وتجويد أدائهم.

إعداد/ د.أحمد زكريا أحمد



"داروين" و"الوجهية"

تجدر الإشارة إلى أن علماء النفس قد لجأوا- منذ زمن "داروين"- إلى عدد لا يحصى من التجارب لاختبار هذه الفرضية، فمن بين أفضل الدراسات المعروفة، تلك التي نُشرت في عام 1988. فقد طلب الباحثون من المشاركين أن يبتسموا، من خلال مطالبتهم بوضع قلم بين أسنانهم، ثم طلبوا منهم تقييم مدى روعة سلسلة الرسوم الكاريكاتورية، وخلصوا إلى أن أولئك الذين كانوا "يبتسمون" قد صنفوا الرسوم الكاريكاتورية على أنها أكثر مَرًا.

عدوى الابتسامة

ويذكر Holmes أنه على المستوى العصبي، تحفز الابتسامة التفاعل الكيميائي في الدماغ؛ مما يؤدي إلى إطلاق "الدوبامين" الذي يزيد السعادة، و"السيروتونين" الذي يقلل من التوتر. وفي الوقت نفسه، نحن متكيفون ثقافيًا منذ الولادة على ربط الابتسام بالسعادة.

ويتطرق Holmes إلى جانب مثير، مفاده أن الابتسامة معدية بالفعل، فقد أكد علماء النفس الاجتماعي من جامعة "ويسكونسن" أنه عندما يبتسم شخص آخر فإننا نرد له الابتسام على الفور، وكل ذلك كجزء من حلقة ردود فعل سريعة للغاية. كذلك ربطت دراسة أجرتها كلية أطباء الأسرة في كندا بين الابتسام وانخفاض ضغط الدم. كما وجدت دراسة أخرى روابط بين الابتسام وطول العمر.

أشهر 8 ابتسامات

وتتعدد أنواع الابتسامات-طبقًا لموقع Psy-chologyarabia والتي من بينها:

- ابتسامة الانتماء: تعزز الروابط الاجتماعية، وتبعث الطمأنينة في الآخرين، وتشعرهم

بالثقة والجدارة، وتعبّر عن النوايا الحسنة نحوهم، وهي عبارة عن شد الشفاه إلى أعلى وإبراز الوجنتين.

- ابتسامة الهيمنة: تستخدم عادة لإظهار القوة والسلطة التي يكتسبها الفرد في نفسه، وللتعبير عن السخرية والازدراء، وإشعار الآخرين أنهم أقل مكانة وقوة، ويشمل هذا النوع رفع أحد جانبي الفم، وإبقاء الجانب الآخر إلى أسفل أو في مكانه، وقد يشمل رفع الحاجب تعبيرا عن الحدة أو الاشمئزاز أو الغضب.

- الابتسامة الكاذبة: وهي نمط من التعبيرات الخادعة تستخدم لتضليل المواقف والأحداث، أو إظهار ود غير موجود، أو تعتمد إشعار الآخرين بالتعاطف رغم وجود نية أخرى خلفها، وقد تكون أحيانًا مجرد تعبير عن مجاملة اجتماعية عابرة.

- الابتسامة الحزينة: يتداخل فيها الشعور بالحزن والألم جراء المرور بتجربة مؤلمة أو قاسية، وهي نوع من أنواع الحماية النفسية التي تضمن له التغلب على ألمه العاطفي.

- الابتسامة المهذبة: وهي ابتسامة ود وثقة، ولا تتجاوز ذلك إلى الحميمية العاطفية، وتستخدم في المواقف الاجتماعية التي تعزز الشخص وحضوره بين الآخرين.

- الابتسامة الخجولة: وفقا لدراسة أجريت عام 1995م فإن الابتسامة التي يتسبب فيها الشعور بالإحراج، غالبًا ما يصحبها إمالة الرأس إلى أسفل مع تحويل نظرة العين إلى اليسار مع لمس الوجه بصورة تلقائية متكررة، وغالبًا ما تكون مدتها قصيرة، ليتحول الوجه بعدها إلى تعبير آخر.

- الابتسامة القسرية: يطلق عليها اسم ابتسامة "Am Pan" نسبة إلى مضيفات طيران

تُعلن إدارة التغيير والتواصل

عن توفير مدرب رياضي في نادي المعهد

لمنسوبي المعهد



ثامر

- < خريج كلية تربية بدنية
- < مدرب معتمد في نزول الوزن وتمارين المقاومة
- < مدرب معتمد من NASM
- < خبرة أكثر من 10 سنوات في السعودية و دبي



استشارات
رياضية



برامج
لياقة



التطبيق الأمثل
للتمارين الرياضية



بالمركز الرئيسي



من الساعة 2
إلى 4 مساءً



الإثنين والثلاثاء
والأربعاء

لمزيد من المعلومات انقر هنا

Am Pan؛ حيث طلب منهن-وفقا للتعليمات-أن يحافظن على ابتسامتهن طوال الوقت، ولو شعرن بالإحباط أو واجهن مواقف مزعجة من الركاب.

• ابتسامة دوشين: هي ابتسامة السعادة الغامرة الحقيقية، حيث يفتح فيها الشخص فمه إلى أقصى مداه وترفع زواياه إلى أعلى، وقد يتسبب ذلك في ظهور تجاعيد حول منطقة العين وإبراز الخدين، ويطلق هذا النوع من الابتسامات هرمون السعادة في الدماغ، ويقلل التوتر ويحسن من جودة العلاقات الاجتماعية. وتقول د. نجوان فضل لموقع "سيدتي": ابتسامة دوشين هي الابتسامة "الحقيقية"، وهي تعبير الوجه الوحيد المعترف به بدقة تصل إلى 90% من قبل علماء من مختلف أنحاء العالم، وقد اكتشفها عالم التشريح الفرنسي "دوشين دو بولوني" في عام 1862م.





خادم الحرمين الشريفين، الملك

سلمان بن عبدالعزيز آل سعود

رؤية
ملك
قائد

صدر حديثاً كتاب

رؤية ملك قائد

من إصدارات معهد الإدارة العامة



أ. ماجد محمود رشدي

رئيس التحرير

مدير عام الاتصال المؤسسي

القوة الناعمة السعودية.. الصورة الإيجابية

يحظى مصطلح القوة الناعمة منذ ظهوره للمرة الأولى في عام 1990م، من قبل أستاذ العلوم السياسية الأمريكي (جوزيف ناي)؛ بانتشار واسع في عدد من المجالات، ويمكن التعبير عنه بأنه القدرة على التأثير في الآخرين من خلال القيم، والمصالح المشتركة، والقدرة على إقناعهم بأن يتعاطفوا مع مجتمع ما من خلال أدوات تشكّل في مجموعها منظومة مؤثرة بطرق (ناعمة) قوامها الجاذبية المستمدة من ثقافة المجتمع، وقيمه، ومصادقيته وأنشطته، وتسامحه، والتواصل الفعال، والاهتمام بالآخرين، والانفتاح عليهم، بعيداً عن الأسلوب "العسكري" القديم لقوة الدولة.

وفي ظل سعي المملكة لتحقيق مسارات رؤية 2030م الطموحة التي أطلقها سمو ولي العهد، رئيس مجلس الوزراء، صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان، عام 2016م، بما تشمله من مستهدفات في شتى مجالات الحياة المختلفة؛ برز مفهوم القوة الناعمة السعودية، وبدأ الاهتمام به بشكل كبير، وبذلت عدداً من العديد المبادرات الناجحة في هذا السياق منها الاهتمام بالسياحة، والرياضة، والترفيه، وجودة الحياة، والاقتصاد، والإعلام، والثقافة، والتراث، والفنون بشكل عام.

والقوة الناعمة السعودية ترتبط بشكل أساسي بمسارات رؤية المملكة 2030م؛ وتعتمد على عدة عوامل حيوية؛ من أهمها أحداث التغيير الثقافي، والانفتاح والتعايش مع الآخرين كنقطة انطلاق مهمة تثير الفضول، والاهتمام بعيداً عن صورة المجتمع السلبية السابقة، ويمثل النموذج الاقتصادي الناجح قوة للتعاون، والعمل، والاستثمار على مستويات متعددة، وأيضاً يبرز التعليم عبر برامج التبادل التعليمي والثقافي مع المجتمعات الأخرى في ترك أثر إيجابي، كما تعتبر السياحة واحدة من أهم عوامل القوة الناعمة الأساسية كونها تتيح للآخرين القدوم، والتعرف عن قرب ومعايشة المجتمع السعودي، والتعرف على ثقافته وقيمه؛ وفي الرياضة يلعب استقطاب البطولات الرياضية العالمية والنجوم دوراً مهماً في ترسيخ الانفتاح والتسامح، وبالتأكيد يبرز الإعلام كعنصر فاعل في القوة الناعمة السعودية من خلال كونه مصدراً للمعلومات، وقدرته على التسويق الفعال للمجتمع بكافة أنشطته وفعالياته، ومن ثم المساهمة في تشكيل صورة إيجابية عنه؛ عبر مضامين إعلامية تؤثر في الرأي العام وتشكله، باعتباره وسيلة اتصال مهمة مع المجتمعات الأخرى. ومن هذا المنطلق فقد قطع المجتمع السعودي أشواطاً كبيرة في تعزيز قوته الناعمة، وخصوصاً في ظل رؤية المملكة 2030، مما أعطاه قوة عالية في التقدم الحضاري بشكل واضح، وإيجابي؛ أسهم في تعزيز صورة المملكة عالمياً بشكل يليق بها.

التنمية الإدارية



نحو إعلام متخصص

