



**GROWTH  
BYTES**

**الميكمل التنظيمي**

## قائمة المحتويات

- الإطار العام
- التسلسل المنطقي لتصميم الهيكل
- الهيكل التنظيمي
- المهام والمسؤوليات العامة

# الإطار العام

## المرحلة الأولى: تحليل الوضع الحالي

- الحصول على المعلومات المتعلقة ب (المؤسسة) من حيث:
  - أسلوب الإدارة لل(مصنع - شركة)
  - إجراءات الجودة
  - طبيعة العمل
  - طبيعة العمالة
  - التوجه الاستراتيجي
  - الأهداف العامة للمؤسسة
  - اجتماعات مفصلة مع المسؤولين تتعلق بالهيكل التنظيمي والمهام العامة
  - استبيان تحليل الوظائف مع التركيز على المهام العامة

# الإطار العام

## المرحلة الثانية: تصميم الهيكل التنظيمي

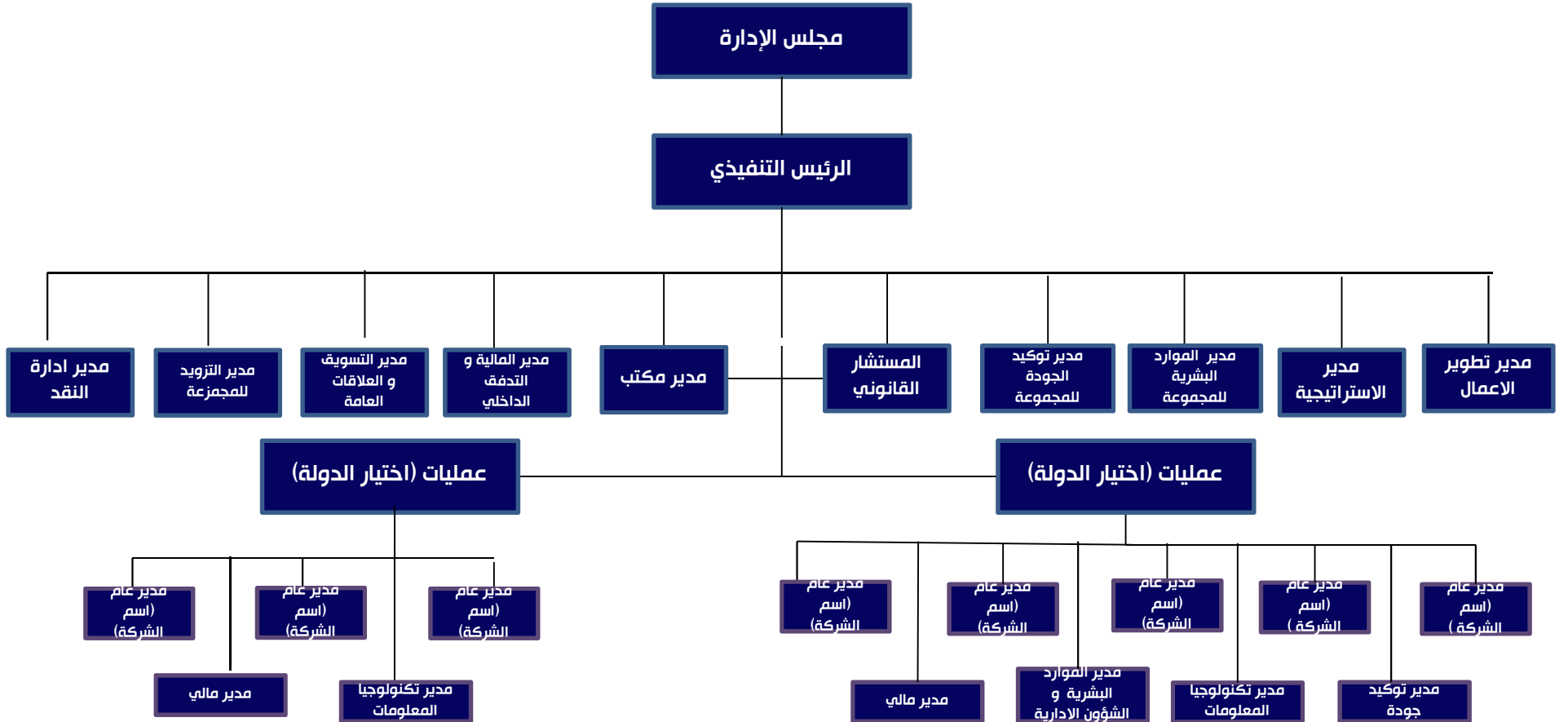
- هناك العديد من المحاور الأساسية التي تمت تغطيتها خلال تصميم الهيكل التنظيمي:
  - متطلبات التوجه الاستراتيجي
  - قطاعات ودول العمل الحالية
  - مبادئ تصميم الهيكل التنظيمي
  - وظائف على مستوى المؤسسة
  - وظائف الدعم للمؤسسة
  - الوظائف الرئيسية **لل(مصانع - شركات)**
  - الدول والفروع
  - تحسين قنوات الاتصال
  - تحسين سير العمليات
  - الضبط والمعايير القياسية

# التسلسل المنطقي

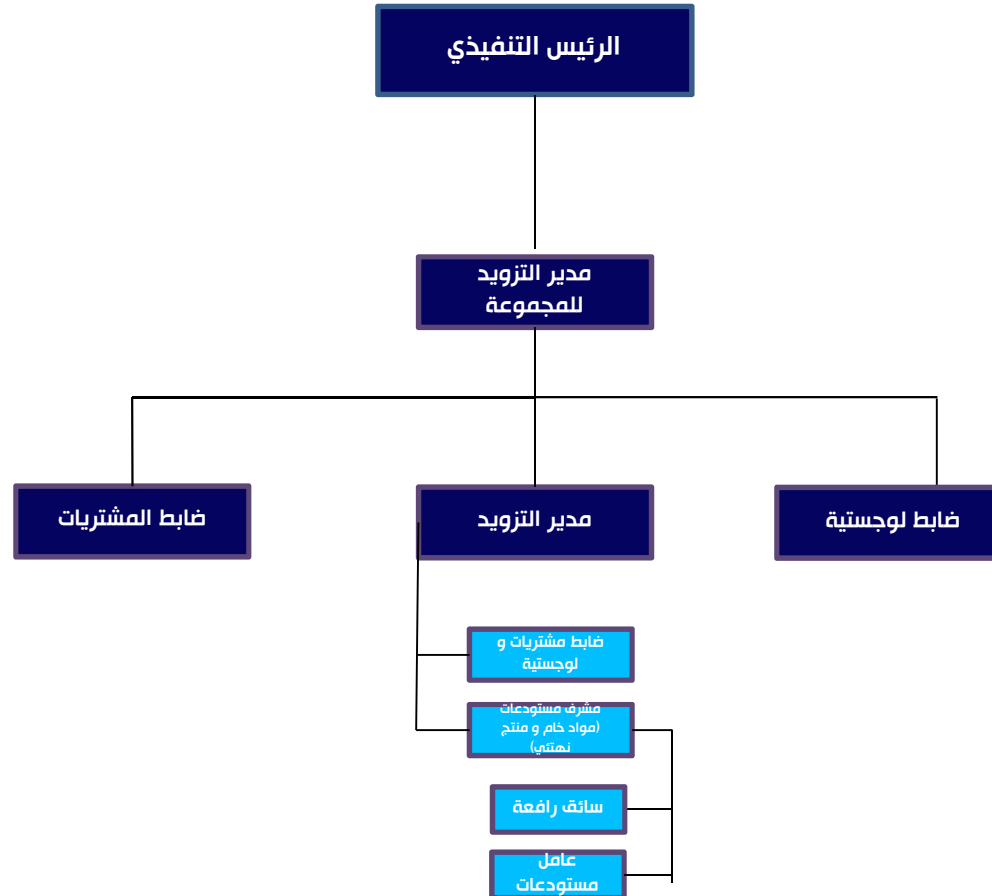
## I- المتطلبات الاستراتيجية:

- تعمل (اسم الشركة) من خلال عدة (مصانع - شركات) ضمن مجالات عمل مختلفة (اختيار مجال العمل). ويأتي التعدد في مجالات العمل من خلال توجه القائمين على المؤسسة إلى الاستثمار في تلك المجالات التي يعتبرونها مجدية اقتصاديا، وبالتالي كان من الضرورة وضع هيكل تنظيمي يضمن وجود آلية واضحة لتحليل وتحديد مجالات الاستثمار والتوسع للمؤسسة وذلك من خلال وظائف معينة مثل إدارة النقد والاستراتيجية وتطوير الأعمال.
- بناء على أن المؤسسة تعمل حاليا في (اختيار الدولة)، وقد تعمل مستقبلا في دول أخرى، فكان لا بد من وضع نموذج خاص لآلية إدارة المؤسسة (مصانعها - شركاتها) من المقر الرئيسي بصرف النظر عن موقع المقر، وبالتالي كان أساسيا وجود وظائف على مستوى الدولة التي تضم أكثر من (مصنع - شركة) مثل المالية والموارد البشرية والتي تخدم (مصانع - شركات) كلها في الدولة الواحدة بالتنسيق المستمر مع الوظائف ذات العلاقة في المؤسسة.

# Developed OS - Group



# Developed OS – Supply Chain Mgt.



# المهام والمسؤوليات العامة

## التسويق والعلاقات العامة

- وضع وتنفيذ الخطط المتعلقة بالتسويق لمنتجات المؤسسة وبناء الصورة المميزة للعلامات التجارية للمؤسسة و (الشركات – المصانع) التابعة لها والحفاظ عليها.
- العمل على نقل الصورة المميزة لرسالة وأهداف المؤسسة ضمن الفعاليات ووسائل الإعلام والتحدث باسم المؤسسة في مثل هذه الفعاليات.
- العمل على بناء والحفاظ على علاقات مميزة مع وسائل الإعلام وشركاء العمل بما يعمل على تحقيق الفائدة الإيجابية على المؤسسة ككل و (الشركات – المصانع) التابعة لها.