كيف تشرك الآخرين معك؟

◄كلما نجحت مبكراً في إشراك الآخرين معك في فكرتك؛ كلما زادت احتمالات حصولك على دعم ومساندة منهم. ذلك لأنّ منح الآخرين الفرصة للإسهام في مشروعك في مراحله الأولية سوف يرفع من مستويات التزامهم بالمشروع منذ البداية وحتى نهاية العمل بالمشروع، وهناك أساليب كثيرة تستطيع من خلالها تحقيق ذلك: اعقد جلسة عصف ذهني أو تصارع الأفكار: تهدف جلسة العصف الذهني إلى التوصل إلى العديد من الحلول بقدر الإمكان. فأوّلاً ابدأ بعرض المشكلة، وقم بعد ذلك بتشجيع كل الحاضرين على التقدم بحلول للمشكلة؛ مهما كانت هذه الحلول أو الأفكار غير تقليدية! وبعد أن يُدلى الحاضرون بأكبر عدد من أفكارالحلول المقترحة يمكنك – عندئذ – البدء في تقييم مزايا كل حل مطروح على الساحة. وعادةً ما يكون الحل الذي يتم اختياره في النهاية هو الحل الجامع للكثير من أفكار الحاضرين. قم بإجراء تحليل ميدان القوى أو القوى الفاعلة: تم تطوير هذا النهج في تحليل المشكلات لأوّل مرة بواسطة عالم الإدارة المُنظر البروفيسور كيرت لوين عام 1951، حيث اقترح بأنّ واقع الحال هو تلك النقطة من التوازن التي تقع ما بين القوى الدافعة والمحركة والقوى المقيدة أو المكبلة فإنّ تحليل ميدان القوى أو القوى الفاعلة يُحدد – بالضبط – القيود أو القوى المقيدة التي تكفل وضع الخطة القادرة على إضعاف مثل هذه القوى أو التخلص من القيود التي قد تعيق الحل أو المشروع المقترح. ويمثل هذا النمط من التحليل نموذجاً جيداً يمكن اتباعه في الجلسات الجماعية التي تتصارع فيها الأفكار المختلفة والمتباينة، كما يمكن لمديري

المشروعات استخدام هذا التحليل كأداة فعّالة لتحديد المشكلات، التي يمكن التغلب عليها عن طريق جلسات العصف الذهني التي سبق شرحها أعلاه. إجراء البحوث على المستخدمين النهائيين للمشروع: قد يتطلب ذلك – في أعقد المستويات – القيام بإجراء بحوث السوق الشاملة والمركبة، ولكن على المستوى الأصغر قد يتخذ شكل إجراءات محادثات أو لقاءات بسيطة مع عدد من المستخدمين النهائيين لنتائج الفكرة أو المشروع لتحديد متطلباتهم في أحد المجالات المحددة أو وجهات نظرهم وآرائهم فيما نقترحه. إجراء تحليل التكلفة/ العائد: يعد هذا النوع من التحليل تحليلاً موضوعياً لناتج التكلفة؟ العائد المحتمل للمشروع؛ وذلك بهدف التوصل إلى القرار المتعلق بالمعنى قدماً في تنفيذ المشروع من عدمه والتالي نموذج لتحليل لميدان القوى.► تحليل لميدان القوى (القوى الفاعلة في الميدان): شراء سيارة جديدة القوى الدافعة الوضع الحالي القائم القوى المقيدة مزيد من الراحة ← → عدم توافر الأحوال استهلاك أفضل للوقود ← → السيارة القديمة مازالت تعمل جيداً دفع تكاليف أقل من الإصلاحات ← → الخوف من شراء الطراز الخطأ معولية أعظم ← المصدر: كتاب إدارة المشروعات/ سلسلة الإدارة العلمية