

## جائزة الشارقة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة

### عن الجائزة

تستهدف جائزة الشارقة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة مشاريع الأعمال الإبداعية والمبتكرة والمنشآت الاقتصادية من قطاعات التجارة والصناعة والخدمات في دولة الإمارات العربية المتحدة التي تقسم حسب حجم العمالة والعائدات السنوية، حيث تنقسم الجائزة الى 3 فئات وهي:

- المشاريع المتناهية الصغر: يتراوح عدد الموظفين بين 1 – 8 كحد أقصى
- المشاريع الصغيرة: يتراوح عدد الموظفين ما بين 9 – 49 كحد أقصى
- المشاريع المتوسطة: يتراوح عدد الموظفين ما بين 50 – 249 كحد أقصى

وتتيح جائزة الشارقة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة المجال للراغبين بالمشاركة من كافة الجنسيات ولجميع المنشآت من القطاع الخاص التي تتطبق نهج عمل ثابت، ناجح ومستدام على المدى الطويل. سيتم تكريم فائزين اثنين بجائزة نقدية قدرها 25،000 درهم لكل فائز

## معايير الجائزة:

### 1. المعيار الأول: التخطيط الاستراتيجي:

#### **1.1. الخطة الاستراتيجية والتشغيلية:**

1.1.1. الرؤية: توضح رؤية المنشأة الوجهة التي تسعى للوصول إليها على المدى البعيد.

1.1.1.1. يجب أن تكون الرؤية واضحة ومحددة،

1.1.1.2. تعكس توجه المنشأة وقيمها الأساسية.

1.1.2. الرسالة (المهمة): تعبر رسالة (مهمة) المنشأة عن الغرض الرئيسي والدور الأساسي الذي تلعبه وتشمل السبب من وراء وجود المنشأة، المتعاملين الرئيسيين، واسواقها، والمنتجات أو الخدمات التي تقدمها، وطريقة تقديمها، الفوائد والقيمة المضافة.

1.1.2.1. تكون الرسالة محددة وواضحة ومختصرة بقدر الإمكان.

1.1.2.2. تؤثر في المتلقي وتثير الاهتمام لديه.

1.1.2.3. توضح رؤية واستراتيجية المنشأة التي تهدف لتحقيقها.

1.1.3. الاهداف: يتعين وضع أهداف استراتيجية تتصف:

1.1.3.1. قابلة للقياس والتحقق.

1.1.3.2. تدعم تحقيق الرؤية على المدى القريب والمتوسط.

1.1.3.3. أن تتضمن الأهداف زيادة حجم المبيعات، وتوسيع نطاق العمل، وتحسين رضا المتعاملين، وزيادة الربحية.

1.1.4. خطط (استراتيجيات) التنفيذ: بعد تحديد الأهداف، يتعين تحديد الخطط (الاستراتيجيات) التي ستتبعها المنشأة لضمان استمرارية النمو وتحقيق الأهداف المحددة.

1.1.4.1. تكون استراتيجيات التنفيذ متوافقة مع رؤية المنشأة.

1.1.4.2. تتضمن خطط (استراتيجيات) التنفيذ الأنشطة الإنتاجية والتشغيلية للمنشأة مثل:

التوسع في السوق، تطوير منتجات جديدة، وتحسين عمليات الإنتاج والتوزيع، تطوير راس المال البشري والتكنولوجيا وغيرها.

1.1.4.3. مراقبة وتقييم الخطط (الاستراتيجيات) وإدارة الأداء بانتظام.

#### **1.2. خطة بناء الشراكات والتحالفات: لتحقيق النجاح والاستمرارية تعمل المنشأة على وضع**

خطة للشراكات والتحالفات تساعد المنشأة في بناء علاقات قوية ومستدامة مع الشركاء. وتوسيع التفاهم

المتبادل وتعزيز التواصل الفعال. وتوفير الدعم المستمر وتبادل المعرفة والخبرات، وتعزيز التعاون

- 1.2.1. اختيار الشركاء المناسبين: تقييم الشركاء المحتملين واختيار الشركاء الذين يتماشون مع رؤية وقيم وأهداف المنشأة، وتحقيق من توافق الثقافة المؤسسية والرؤى المستقبلية والقدرة على التعاون. والتدرج في مستويات الشراكة.
- 1.2.2. وضع اتفاقية شراكة قوية: وضع اتفاقية شراكة قوية وشاملة تحدد المسؤوليات والتزامات الشركاء المشتركة. يجب أن تشمل الاتفاقية مجالات التعاون، وتوزيع المسؤوليات والموارد، وحماية الملكية الفكرية، وآلية حل النزاعات. قد تحتاج إلى استشارة محامي للمساعدة في وضع اتفاقية قانونية صحيحة وفعالة.
- 1.2.3. تقييم وتحسين الشراكة: إدارة ومراقبة الشراكة من خلال تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) ومتابعتها لقياس أداء الشراكة، والتأكد من تحقق الأهداف المحددة من الشراكة، والتواصل وإجراء اجتماعات منتظمة لتقييم التقدم وتبادل المعلومات، وتحديد أي تحسينات أو تعديلات تحتاج إليها الشراكة.

### 1.3 خطة تبني تكنولوجيا المعلومات:

- 1.3.1. استخدام الأنظمة التكنولوجية: بناء على طبيعة العمل واحتياجات المنشأة ومتطلباتها التكنولوجية يتم استخدام الأنظمة التكنولوجية والأدوات والتقنيات لربط المنشأة بمتعاملين وشركائها ومورديها لتبادل المعلومات والمستندات والتواصل المباشر، والمشاركة في المشاريع المشتركة، وإدارة المهام والمواعيد النهائية ومشاركتها مع الآخرين بطريقة مرنة وآمنة. وإدارة علاقات المتعاملين وتتبع وتنظيم معلوماتهم، وكذلك إدارة العمليات المالية لتسهيلها وتوليد تقارير مالية دقيقة؛ منها على سبيل المثال البريد الإلكتروني والمراسلات الإلكترونية، الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية، النظم المركزية للتخزين السحابي، نظم إدارة علاقات المتعاملين (CRM)، النظم المالية والمحاسبية، المواقع الإلكترونية.
- 1.3.2. إضافة وتحسين التكامل للخدمات الداخلية ذات القيمة المضافة: يعزز تكامل الخدمات الداخلية في المنشأة الصغيرة والمتوسطة كفاءة العمل وتحسين أداء المنشأة وزيادة قدرته على تحقيق أهدافه، ويساعده على تقليل التكاليف والمخاطر وزيادة رضا المتعاملين وتحقيق تنمية مستدامة للمنشأة في المدى الطويل، عبر دمج وتنسيق مختلف العمليات والخدمات الداخلية. واستغلال العمليات المترابطة والمتكاملة لتحقيق أقصى قدر من الفعالية والتنسيق، مثل تكامل العملية الإدارية، والمالية وإدارة الموارد البشرية، إدارة الجودة، وتكامل تكنولوجيا المعلومات.
- 1.3.3. تطوير منتجات وخدمات جديدة بناءً على المعلومات: استخدام المعلومات والبيانات المتاحة في تطوير منتجات وخدمات جديدة في المنشأة الصغيرة والمتوسطة لتحديد فرص السوق وتلبية احتياجات المتعاملين، من خلال تحليل السوق، وعمل استبيان لقياس رضا المتعاملين، توليد الأفكار المبتكرة للمنتجات والخدمات الجديدة، تقييم الجدوى للأفكار الواعدة، تطوير نماذج أولية للمنتج أو الخدمة المراد تطويرها، الاختبار والتحسين بتجربة المنتج أو الخدمة قبل اطلاقها،

التسويق والترويج، مراقبة أداء المنتج والخدمة وتحسين المنتجات والخدمات والاستماع لرود فعل المتعاملين باستمرار وإجراء تحسينات وتحديثات مستمرة لضمان تلبية احتياجات وتطلعات المتعاملين.

1.3.4. إنشاء قواعد بيانات خارجية: إنشاء واستخدام قواعد البيانات الخارجية في المنشأة الصغيرة والمتوسطة في تنظيم وتحليل وتخزين وإدارة البيانات بشكل فعال لتحسين كفاءة العمل في المنشأة واختيار الحل المناسب حسب احتياجاتها وذلك عبر القيام بسلسلة من الإجراءات مثل تحديد احتياجات البيانات، اختيار نظام إدارة قاعدة البيانات، تصميم هيكل البيانات، إنشاء قاعدة البيانات، إدخال البيانات، استعلام وتحليل البيانات، الحفاظ والتحديث، الوصول والتحكم في البيانات.

#### 1.4 خطة تطوير قدرات الموارد البشرية:

1.4.1. تحديد مهارات العمل الأساسية: تحديد وتقييم المهارات والقدرات التي يحتاجها العاملون لأداء مهامهم بنجاح في بيئة العمل، وتستخدم نتائج ذلك في تعيين وتطوير العاملين وتحسين أدائهم وفعاليتهم في العمل، وتعزيز الكفاءة والإنتاجية، وذلك عبر تحديد المهام الرئيسية، وتحديد وتحليل المهارات التي تحتاجها بيئة العمل في المنشأة، تقييم العاملين الحاليين، وضع خطة لتطوير المهارات، تقييم ومراقبة التطور.

1.4.2. توفير فرص التطوير المهني: رغم محدودية توفير فرص التطوير المهني للعاملين في المنشأة الصغيرة او المتوسطة الا انه يعزز رضا العاملين والالتزام والمثابرة في العمل مع الاهتمام خلق توازن بين احتياجات المنشأة وطموحات العاملين وانتهاج أسلوب عادل وشفاف، ويتم التطور المهني للعاملين بعدد من الطرق مثل تحديد مسارات الترقية، تقييم الأداء والكفاءة، التطوير الوظيفي وتوسيع مجالات الخبرة وتطوير المهارات اللازمة للترقية، تقدير المساهمات والإنجازات المتميزة للعاملين، الترويج الداخلي للعاملين المتميزين، تحسين هيكل المنشأة، تشجيع التنمية الشخصية، التواصل المستمر.

1.4.3. العمل على التنمية الفردية: جهود تحسين وتطوير مهارات الافراد من خلال التدريب والإرشاد المهني لتعزيز قدراتهم وتطوير مهاراتهم الشخصية والمهنية لتحقيق أداء أفضل في بيئة العمل. وذلك عبر تحديد احتياجات التطوير الفردي، وضع خطة تنمية فردية، توفير التدريب وورش العمل، الإرشاد المهني والتوجيه، توفير فرص التطبيق العملي، التقييم والمتابعة، التشجيع على التعلم المستمر.

1.4.4. إشراك العاملين في تحديد الخطط والاهداف: اشراك العاملين في صنع القرار وتحديد المسار الاستراتيجي للمنشأة وتحديد الأهداف التي يجب تحقيقها. وتوليد الشعور بالانتماء والمسؤولية عن الأهداف التي يساهمون في تحديدها.

1.4.5. التواصل المنظم مع العاملين: يمكن للمنشأة الصغيرة او المتوسطة استخدام العديد من الآليات للتواصل المنظم مع العاملين، وتعتمد هذه الآليات على طبيعة المنشأة وثقافتها التنظيمية، واختيار الآليات المناسبة التي تخلق توازناً بين فعالية الاتصال وسهولة التنفيذ والتكلفة المرتبطة بها وذلك مثل الاجتماعات الدورية، البريد الإلكتروني، لوحات الإعلانات، التواصل الشخصي، اجتماعات فرق العمل، تقارير التقدم في العمل، تقييمات الأداء، والتغذية الراجعة، تقنيات التواصل الحديثة، وتختلف آليات التواصل المنظم حسب طبيعة المنشأة وثقافتها التنظيمية. يتطلب اختيار الآليات المناسبة توازناً بين فعالية الاتصال وسهولة التنفيذ والتكلفة المرتبطة بها، دعم تبادل المعرفة.

## 2. المعيار الثاني: التسويق

### 2.1. معلومات عن السوق: وتتضمن المتعاملين، الموردين، الأسعار، المنافسين

2.1.1. معلومات المتعاملين: معلومات المتعاملين في المنشأة الصغيرة والمتوسطة تختلف عناصرها حسب طبيعة العمل واحتياجات المنشأة الخاصة. وبصورة عامة هناك عناصر شائعة لمعلومات المتعاملين تعمل المنشأة الصغيرة على تطويرها والاحتفاظ بها وتحديثها لاستخدامها في عملية التسويق وغيرها من عمليات المنشأة مثل معلومات الاتصال (الاسم، وعنوان البريد الإلكتروني، ورقم الهاتف، والعنوان) المعلومات الديموغرافية (العمر والجنس والمهنة، اللغة، الموقع الجغرافي، ومستوى الدخل والحالة الاجتماعية)، تفاصيل الطلبات وتاريخ الشراء، التفاعلات والاتصال، التفضيلات والاهتمامات، التعليقات والمراجعات، ملفات التواصل الاجتماعي، الاشتراكات، المعلومات المالية: طرق الدفع المفضلة، وتاريخ الدفع، وتفاصيل الفواتير.

2.1.2. معلومات الموردين: الاحتفاظ بمعلومات دقيقة ومحدثة حول الموردين، وإقامة قنوات اتصال جيدة، ومراجعة أداء الموردين بانتظام لضمان الكفاءة والفعالية المستمرة في سلسلة التوريد، وتختلف بناءً على احتياجات المنشأة من عناصر معلومات الموردين التي يستوجب الاحتفاظ بها حسب نوع العمل او الصناعة، ومن اهم العناصر الشائعة لمعلومات الموردين التي تقوم المنشأة عادةً بجمعها وإدارتها تتلخص في معلومات الاتصال، تفاصيل العمل (الاسم والوضع القانوني للشركة، ورقم التسجيل التجاري، ورقم التعريف الضريبي)، منتجات/خدمات، التسعير وشروط الدفع، التسليم والخدمات اللوجستية، ضمان الجودة والشهادات، تقارير أداء المورد، الاتفاقيات القانونية والتعاقدية، المسائل المتعلقة بالاستدامة واخلاقيات العمل.

2.1.3. معلومات عن الأسعار: تعتمد معلومات الأسعار في المنشأة بشكل كبير على نوع العمل او الصناعة والمنافسة والأسواق المستهدفة وأهداف العمل العامة. وتنظر هذه المعلومات بعناية إلى ضبط الاستراتيجية، والعناصر الشائعة لمعلومات المنشأة تتلخص في سعر المنتج/الخدمة، الخصومات والعروض الترويجية، هياكل تسعير الكميات، نماذج التسعير المستخدمة، تفاصيل تكلفة المنتج او الخدمة، العملة المستخدمة للتسعير وشروط الدفع، مقارنة الأسعار، تعديلات استراتيجية التسعير، تتبع الأسعار والتحليل.

2.1.4. معلومات المنافسين: التطوير والاحتفاظ بمعلومات عن المنافسين وتحديثها يساعد المنشآت الصغيرة والمتوسطة في وضع استراتيجيات تجارية فعالة. وتشتمل على سبيل الذكر لا الحصر على تحديد وجمع المعلومات، تحليل المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المنافسين، دراسة استراتيجيات التسعير التي يعتمدها المنافسين، تحديد الوضع في السوق، التعرف على استراتيجيات التسويق والإعلان التي يعتمدها المنافسين، مراقبة تقييمات وملاحظات المتعاملين حول المنافسين، جمع معلومات حول أداء المنافسين مثل (الأداء المالي، وحصتهم في السوق، ومعدل النمو، والربحية)، نقاط قوة وضعف المنافسين.

## 2.2 الخطة التسويقية:

2.2.1. الأهداف التسويقية: وضع أهداف تسويقية واضحة وقابلة للقياس ومرتبطة بأهداف المنشأة الاستراتيجية والأعمال على وجه العموم. مثل تحقيق نسبة معينة من النمو في المبيعات أو جذب عدد محدد من المتعاملين الجدد.

2.2.2. تحديد المتعاملين المستهدفين: بناء على معلومات المتعاملين يتم تحديد الجمهور المستهدف بمنتجات وخدمات المنشأة جيداً، من خلال تفهم الجوانب الديموغرافية، السلوكية، والنفسية للمتعاملين المحتملين.

2.2.3. الميزة التنافسية: التركيز على الميزة التنافسية في جميع جوانب الخطة التسويقية من خلال تحديد المنتجات أو الخدمات الفريدة التي تقدمها المنشأة، أو جودة الخدمة، أو السعر وغيرها.

2.2.4. الاستراتيجيات والتكتيكات التسويقية: وتشمل كل الطرق التي تخطط المنشأة لاستخدامها للوصول إلى الجمهور المستهدف والتواصل معهم. قد تشمل تصميم العلامة التجارية والتصميم، الإعلان، والعلاقات العامة، والتسويق الرقمي، وغيرهم.

2.2.5. تكاليف التسويق: احدى اهم أجزاء الميزانية التشغيلية للمنشأة وتشمل على عدد من البنود بالإضافة الى بنود الاستراتيجيات والتكتيكات التسويقية المستخدمة فإنها تشمل على تكاليف البيع المباشر، تكاليف البحث عن السوق والتحليل، كلفة الاستحواذ على المتعامل، معدل بقاء أو رحيل المتعامل.

2.2.6. الحصة السوقية: وتمثل النسبة المئوية التي حققتها الشركة ما من إجمالي البيع في سوق عمل المنشأة خلال فترة زمنية محددة. (حسب الوحدات المباعة، حسب الإيرادات، حسب اجمالي المبيعات).

## 3. المعيار الثالث: الابتكار

### 3.1 النهج والتقنيات الجديدة المستخدمة:

تحديد واستخدام المنشأة لنهج وتقنيات جديدة لتعزيز الكفاءة والمرونة للوصول إلى المتعاملين (على سبيل المثال لا الحصر) التجارة الإلكترونية لبيع المنتجات والخدمات، وسائط التخزين السحابية، التسويق الرقمي، الذكاء الاصطناعي وغيرها.

### 3.2. الابتكار في العمليات التشغيلية:

يشمل تطبيق طرق وممارسات مرنة ورشيقة لزيادة وتحسين كفاءة وفعالية عمليات المنشأة، إضافة إلى استخدام التقنيات الجديدة في إدارة عمليات المنشأة مثل الاعتماد على الأتمتة، البرمجيات الإلكترونية والسحابية للإدارة، وتحليل البيانات الكترونياً لدعم القرارات وغيرها.

### 3.3. الابتكار في الخدمات والمنتجات:

تطوير حلول جديدة تلبي احتياجات المتعاملين بطرق فريدة ومبتكرة. يشمل ذلك تحسين المنتجات أو الخدمات الحالية من خلال تحسين جودتها، إضافة ميزات جديدة، التصميم والتغليف، توفير الدعم وخدمة المتعاملين، التسعير، طرق الاستماع والاستجابة لردود فعل المتعاملين. أو تقديم منتجات جديدة، أو توظيف التكنولوجيا لتحسين الخدمة، بهدف خلق قيمة مضافة للمتعامل وتحقيق التميز التنافسي.

### 3.4. استراتيجية الابتكارات المشتركة:

تعاون المنشأة مع واحد أو أكثر من شركائها لتطوير منتجات أو خدمات جديدة أو تحسين طرق تقديمها للمتعاملين، مثل المشاركة في الموارد والخبرات والتكنولوجيا لتحقيق أهداف مشتركة، ما يؤدي إلى مساعدة المنشأة على توسيع قدراتها والوصول إلى أسواق جديدة بتكاليف أقل من قيمها بذلك منفردة.

## 4. المعيار الرابع: إدارة المخاطر:

### 4.1. الإيرادات:

تحديد وتقييم المخاطر التي قد تؤثر على إيراداتها، مثل تقلبات الطلب أو فقدان المتعاملين الرئيسيين، وتطبيق المنشأة لاستراتيجيات متعددة للتخفيف من هذه المخاطر، مثل تنويع قاعدة المتعاملين، تقديم منتجات أو خدمات جديدة، وتحسين العلاقات مع المتعاملين لزيادة الولاء وغيرها.

### 4.2. الحد من نفقات الطاقة، والنفايات، المياه، والتوظيف:

- الوسائل والطرق المستخدمة للحد من مخاطر نفقات الطاقة، والنفايات، المياه، والتوظيف تتمثل في:
- 4.2.1. الطاقة: عن حاجتها للطاقة في الإنتاج قيام المنشأة باستخدام أجهزة ومعدات أكثر كفاءة، وتحديث المباني لتقليل كلفة الطاقة.
  - 4.2.2. النفايات: تطبيق طرق ووسائل للحد من النفايات، مثل إعادة التدوير، وتقليل الإنتاج، وتحسين عمليات الإنتاج.
  - 4.2.3. المياه: عن حاجتها للمياه في الإنتاج قيام المنشأة باستخدام تقنيات توفير المياه وتحسين الكفاءة في استهلاك المياه.
  - 4.2.4. التوظيف: استخدام المنشأة طرق توظيف متنوعة مثل الدوام الجزئي أو العقود المؤقتة حسب الحاجة.

### 4.3. زيادة إنتاجية العاملين:

لإدارة المخاطر المتعلقة بإنتاجية العاملين تستخدم المنشأة استراتيجيات لزيادتها والحفاظ عليها في معدلات مرتفعة وذلك من خلال (على سبيل المثال لا الحصر):

- 4.3.1. التدريب والتطوير لتحسين مهارات العاملين وتعزيز التعلم المستمر.

- 4.3.2. توفير بيئة عمل مريحة وإيجابية.
- 4.3.3. استخدام نظم الحوافز المادية والمعنوية لتشجيع الأداء الجيد.
- 4.3.4. تحسين الصحة والسلامة في المكان لتقليل التوقف عن العمل.
- 4.3.5. تعزيز الشفافية والتواصل الفعال لتحسين التعاون والرضا عن العمل.

#### 4.4 الحد من المخاطر الاستراتيجية والتشغيلية:

- 4.4.1. وضع خطة متكاملة لإدارة المخاطر تشمل التحديد، التقييم، التخطيط والرصد المستمر. المخاطر الاستراتيجية: تحديد الأهداف وتقييم الفرص والتهديدات التي قد تؤثر على تحقيقها. يمكن للمنشأة استخدام التحليلات والمراقبة المستمرة للبيئة التجارية لتحديد وتقليل هذه المخاطر.
- 4.4.2. المخاطر التشغيلية: تتعلق بالأنشطة اليومية للمنشأة من خلال تحسين العمليات، توفير تدريب مناسب للعاملين، وتطبيق نظام إدارة الجودة للحد من المخاطر التشغيلية.

#### 4.5 جذب والحفاظ على المواهب:

لإدارة المخاطر المتعلقة بجذب المواهب والحفاظ عليها تعمل المنشأة على استخدام قنوات توظيف متعددة للوصول إلى مجموعة أوسع من المرشحين، استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل العملية وجذب الكفاءات، تقدم حزمة تعويضات تنافسية تشمل الراتب، المزايا، وفرص التطوير المهني، نشر ثقافة عمل إيجابية تشجع على التعاون، الاحترام، والتنوع، بناء علامة تجارية قوية تجعل الشركة وجهة جذابة للمواهب، التحفيز والاحتفاء بالنجاح.

#### 4.6 الضرائب والرسوم الحكومية:

لإدارة المخاطر المتعلقة بالضرائب والرسوم الحكومية والحفاظ على الامتثال الضريبي والحصول على الإعفاءات ان وجدت تقوم المنشأة بمعرفة القوانين التي تنظم الضرائب والرسوم الحكومية وإعفاءاتها، إضافة الى الاستعانة بمحاسب أو مستشار ضريبي للمساعدة في التوجيه الضريبي وضمان استغلال الإعفاءات الضريبية المتاحة بشكل قانوني، والتوثيق الدقيق بحفظ السجلات المالية الدقيقة وجميع الوثائق ذات الصلة، والمراجعة الدورية للضرائب والرسوم الحكومية وإعفاءاتها لضمان التوافق المستمر مع القوانين واللوائح.



## 5. المعيار الخامس: نتائج الأعمال

### 5.1. النتائج المالية:

- 5.1.1. العائد على الاستثمار (Return on Investment): يقيس مقدار العائد المالي الذي حققته المنشأة بالنسبة للاستثمارات التي تم إجراؤها.
- 5.1.2. نمو الإيرادات (Revenue Growth): يتعلق بمعدل نمو الإيرادات المالية للمنشأة على مدى فترة زمنية محددة، ويمكن تقييمه بناءً على النسبة المئوية للزيادة في الإيرادات.
- 5.1.3. صافي الربح: يقيس القدرة الأساسية للمنشأة على تحقيق أرباح مستدامة.
- 5.1.4. التوازن المالي (Financial Balance): يتعلق بتحقيق التوازن المالي في المنشأة، بما في ذلك موازنة الإيرادات والمصروفات والتحكم في المخاطر المالية.

### 5.2. النتائج غير المالية

- 5.2.1. نتائج العاملين،
- 5.2.2. نتائج المتعاملين،
- 5.2.3. نتائج الشركاء والموردين،
- 5.2.4. نتائج العمليات مثل الوقت اللازم لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة وتقديمها للمتعامل، نسبة الأخطاء وعدد المنتجات أو الخدمات المنجزة، زمن انجاز الصيانة، مؤشرات المخزون.
- 5.2.5. نتائج التطبيقات الإلكترونية مثل المنتجات والخدمات المقدمة والاقتراحات الواردة.
- 5.2.6. نتائج قياس معدلات الإبداع والمشاركة مثل عدد المبادرات الجديدة ونسبة الاقتراحات المطبقة

## كيفية الاشتراك

- الدخول الى الموقع الإلكتروني [www.shjseen.ae](http://www.shjseen.ae)
- تعبئة طلب التسجيل وإضافة بيانات المنشأة
- تأكيد تسليم الطلب على الرابط المخصص في الموقع الإلكتروني

## الشروط والأحكام

على المنشأة التي ترغب في الترشح للجائزة استيفاء الشروط التالية:

- ممارسة نشاطها الاقتصادي في أي إمارة من إمارات الدولة.
- التزام الشخص المعني في المشاركة بجائزة الشارقة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة على أن يكون صاحب المنشأة أو المؤسس أو صاحب أسهم وصانع قرار وأن يكون المسؤول الرئيسي عن سير العمل بها
- لديها رخصة سارية المفعول وأن تكون عضواً في أي غرفة تجارة وصناعة في الدولة أو تملك رخصة سارية المفعول من أي هيئة منطقة حرة في الدولة.
- أن يكون قد مضى أكثر من سنتين على بداية عملها
- أن تتمتع بوضع مالي وقانوني سليم
- أن تلتزم بمواعيد الجائزة النهائية
- ألا تتقدم للمشاركة مرة أخرى إذا كانت من الفائزين في الجائزة إلا بعد مرور دورتين من تاريخ حفل التكريم

## الوثائق المطلوبة

على المنشأة التي ترغب في الترشح للجائزة تقديم ما يلي:

- نموذج طلب التسجيل
- نسخة سارية عن رخصة مزاولة النشاط الاقتصادي
- نسخة سارية عن عضوية انتساب المنشأة في إحدى غرفة التجارة والصناعة في إمارات الدولة أو أي من مناطقها الحرة
- الهيكل التنظيمي للمنشأة
- ملف التقديم
- السيرة الذاتية لصحاب المنشأة
- ملخص عن الإنجازات والنشاطات (مع إرفاق نسخ عن الوثائق المتعلقة)
- ملخص الخطط المستقبلية والتحسينات الإضافية (مع إرفاق نسخ عن الوثائق المتعلقة)

### المعايير الشكلية:

- الالتزام بالنموذج والهامش المرسل
- عدد صفحات وثيقة تقديم الطلب: 35 صفحة كحد أقصى
- الالتزام بترقيم العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية
- اللغات: العربية/ الإنجليزية
- حجم الخط: 12
- نوع الخط: (آريال/ تايمز نيو رومان)
- لا تحسب مقسمات الصفحة من عدد الصفحات الكلي
- صفحة مقدمة
- المعايير للجداول والرسوم البيانية
- ترقيم الوثائق المرفقة

## Sharjah Small and Medium Enterprises Award

### About the Award

Sharjah Small and Medium Enterprises Award targets innovative entrepreneurial ventures and newly emerged, fast-growing, private organizations from Trade, Industrial, and Services sectors in the United Arab Emirates. Those sectors are categorized based on size of man power and yearly revenue to 3 categories:

- Infinitely small businesses: from 1 – 8 employees
- Small businesses: from 9 – 49 employees
- Medium businesses: from 50 – 249 employees.

Moreover, the Sharjah Small and Medium Enterprises Award offers eligibility of participation to all nationalities and all private sector organizations who has a long-term sustainable future in terms of finances, services and customer satisfaction. Two winners each will receive a cash award of 50,000 AED.

### The assessment criterion for the Award is as follow:

#### **1. First Criterion - Strategic Planning:**

##### **1.1. The Strategical and Operational Planning:**

- 1.1.1. Vision: Indicates company's long-term destination.
  - 1.1.1.1. The vision must be clear and specific.
  - 1.1.1.2. It reflects the company's direction and its core values.
- 1.1.2. Mission: The mission of a company expresses the main purpose and the essential role played as a business and includes the reason behind its foundation, the main parties working with it, its markets, the products, services, methods of provision, benefits and added-value.
  - 1.1.2.1. The mission should specific, clear and concise as possible.
  - 1.1.2.2. It impacts the recipient and arouses his interest.
  - 1.1.2.3. It clarifies the vision and strategy needed.
- 1.1.3. Objectives: Strategic objectives should be:
  - 1.1.3.1. Measurable and verifiable.

- 1.1.3.2. Supports achieving the vision in the short and medium terms.
- 1.1.3.3. The goals should include increasing sales volume, expanding the scope of work, improving customer satisfaction, and increasing profitability.
- 1.1.4. Implementation Plans (strategies): After setting the objectives, the plans (strategies) to be followed by the firm must be set to ensure continuity of growth and achievement of objectives.
  - 1.1.4.1. Implementation strategies are aligned with a company's vision.
  - 1.1.4.2. Implementation plans (strategies) include production and operational activities such as: market expansion, development of new products, improvement of production and distribution processes, development of human capital and technology and others.
  - 1.1.4.3. Regular monitoring and assessing of plans (strategies) and managing performance.

## **1.2. Building Partnerships and Alliances Plan:**

To achieve success and continuity, a company works on building strong and sustainable relationships with partners; expand mutual understanding and promote effective communication; and providing continuous support, exchanging knowledge and experiences, and enhancing cooperation.

- 1.2.1. Selecting the Right Partners: assessing potential partners and selecting partners agreeable with the vision, values, and goals of the firm, and verifying the compatibility of the institutional culture, future visions, and the ability to cooperate; and entering into partnerships on gradual levels.
- 1.2.2. Developing a Strong Partnership Agreement: Developing a strong and comprehensive partnership agreement that lays out shared responsibilities and obligations and includes areas of cooperation, distribution of responsibilities and resources, protection of intellectual property, and dispute resolution mechanism. Attorney consultation may be necessary to help put together a valid and effective legal agreement.
- 1.2.3. Partnership Assessment and Improvement: Managing and monitoring partnerships by identifying key performance indicators (KPIs) and following them up to measure performance, ensuring that the objectives set for the partnership are achieved, communicating and holding regular meetings to

evaluate progress and exchange information, and identifying any improvements or modifications that the partnership needs.

### **1.3. Information Technology Adoption Plan:**

1.3.1. Using Technological Systems: Based on the nature of work and the needs and technological requirements of the company, technological systems, tools and technologies are used to connect the company with its customers, partners and suppliers to exchange information, documents and communication, to participate in joint projects, manage tasks and deadlines and sharing them with others in a flexible and secure manner; managing customer relations, tracking and organizing their information as well as managing financial operations to facilitate them and generate accurate financial reports as e-mail and electronic correspondence, social networks and digital platforms, central cloud storage systems, customer relationship management systems (CRM), financial and accounting systems and websites.

1.3.2. Adding and Improving the Integration of Value-Added Internal Services: The integration of internal services in a small or medium enterprise enhances work efficiency, improves performance, increases its ability to achieve its goals, and helps it reduce costs and risks, increase customer satisfaction, and achieve long-term sustainable development, by integrating and coordinating various operations and internal services, making use of interrelated and integrated processes to achieve maximum effectiveness and coordination such as the integration of the administrative process, financial and human resources management, quality management, and information technology integration.

1.3.3. Developing New Products and Services based on Information: using available information and data in developing new products and services in a small or medium enterprise to identify market opportunities and meet customer needs through market analysis, customer feedback, innovative ideas for new products and services, evaluating the feasibility of promising ideas, developing prototypes for the product or service to be developed, testing and improving the product or service experience before its launch, marketing and promotion, monitoring product and service performance,

improving products and services, listening to customer feedback constantly, and making continuous improvements and updates to ensure that customer needs and aspirations are met.

- 1.3.4. Creating External Databases: Creating and using external databases in the small and medium enterprise to effectively organize, analyze, store and manage data to improve work efficiency and to choose the appropriate solution according to its needs by performing a series of procedures such as identifying data needs, choosing a database management system, designing data structure, database creation, data entry, querying and analyzing data, maintaining and updating, accessing and controlling data.

#### **1.4. Human Resource Capabilities Development Plan:**

- 1.4.1. Identifying Basic Work Skills: Identifying and evaluating the skills and capabilities that employees need to successfully perform their tasks in the work environment, and using the results to recruit and foster employees, improve their performance and effectiveness at work, and enhance efficiency and productivity by identifying the main tasks, identifying and analyzing the skills that the work environment needs in the company, assessing current staff, setting a plan for developing skills, and assessing and monitoring growth.
- 1.4.2. Providing Opportunities for Professional Development: Despite the limited professional development opportunities available for employees in a small or medium-sized enterprise, it enhances their satisfaction, commitment and perseverance at work, creating a balance between the needs of the enterprise and the aspirations of staff and adopting a fair and transparent method. Professional development of staff members is achieved by setting promotion paths, evaluation of performance and competence, career development, expansion of areas of expertise and development of the skills necessary for promotion, expressing appreciation of outstanding contributions and achievements, internal promotion of distinguished employees, improvement of the structure of the company, encouragement of personal development and continuous communication.
- 1.4.3. Working on Individual Development: Improving and developing individual skills through training and career advising to enhance capabilities and

develop personal and professional skills to achieve better performance in the work place by identifying individual development needs, drawing up personal development plans, providing training and workshops, career advising and direction, providing practice opportunities, assessment and follow-up, and encouraging continuous learning.

- 1.4.4. Involving Employees in setting Plans and Goals: Involving staff in decision-making, determining the strategic path for the company, and setting goals that must be achieved; generating a sense of belonging and responsibility for the goals proposed by staff members.
- 1.4.5. Organized Communication with Employees: A small or medium enterprise can utilize many mechanisms for organized communication with its employees as appropriate for its corporate culture, and balance effective communication with ease of implementation and cost, through activities such as periodic meetings, e-mail, billboards, personal communication, team meetings, work progress reports, performance appraisals, feedback, and modern communication techniques, which differ for each corporation and its corporate culture. Selecting appropriate mechanisms requires finding a balance between effectiveness of communication, ease of implementation and associated cost, and supporting data sharing.

## **2. Second Criterion – Marketing:**

### **2.1. Market Information: It includes customers, suppliers, prices, and competitors**

- 2.1.1. Customer Information: Customer information in the small and medium enterprise differs according to the nature of the work and enterprises' specific requirements. In general, there are common elements of customer information that a small company develops, maintains, and updates for use in marketing and other operations such as contact information (name, email address, phone number, address), demographic information (age, gender, occupation, language, geographical location, income level and marital status), order details, purchase history, interactions and contacts, preferences and interests, feedback and reviews, social media profiles,



subscriptions, and financial information, including preferred payment methods, payment history, and billing details.

- 2.1.2. Supplier Information: Maintaining accurate and updated information about suppliers, establishing good communication channels, and reviewing their performance regularly to ensure continuous efficiency and effectiveness in the supply chain. Supplier information that the company usually collects and manages is contact information, business details (name and legal status of the company, trade registration number, tax identification number), products/services, pricing and payment terms, delivery and logistics, quality assurance and certifications, supplier performance reports, legal and contractual agreements, issues related to sustainability and business ethics.
- 2.1.3. Price Information: Pricing information in the company depends largely on the type of business or industry, competition, target markets, and general business objectives. This information is used for adjusting the strategy and comprises product/service prices, discounts and promotions, pricing structures for quantities, pricing models used, details of the cost of the product or service, the currency used for pricing and terms of payment, price comparison, pricing strategy adjustments, price tracking and analysis.
- 2.1.4. Competitor Information: Developing and maintaining competitor information and updating it helps small and medium enterprises in developing effective business strategies. This includes identifying and collecting information, analyzing the products or services offered by competitors, studying the pricing strategies adopted by competitors, determining market trends, identifying marketing and advertising strategies adopted by competitors, monitoring customer evaluations and observations about competitors, collecting information about competitors' performance (such as financial performance, market share, growth rate, and profitability), and competitors' strengths and weaknesses.

## **2.2. Marketing Plan:**

- 2.2.1. Marketing Objectives: Setting clear and measurable marketing objectives linked to the strategic objectives of the company and business in general, such as achieving a certain percentage of growth in sales or attracting a specific number of new customers.
- 2.2.2. Determining Target Consumers: Based on customer information, the target buyers of the company's products and services are well identified, by understanding the demographic, behavioral, and psychological aspects of potential customers.
- 2.2.3. Competitive Advantage: Focusing on the competitive advantage in all aspects of the marketing plan by identifying the unique products or services offered by the company, quality of service, prices, and others.
- 2.2.4. Marketing Strategies and Tactics: Includes all methods intended to reach and communicate with the target customers, and may include branding and design, advertising, public relations, digital marketing, and others.
- 2.2.5. Marketing Costs: One of the most important parts of the operating budget of the company and includes a number of items in addition to the items of marketing strategies and tactics used, costs of direct selling, market research and analysis cost, the cost of acquiring customers, and customer retention or loss.
- 2.2.6. Market Share: It represents the percentage of total sales achieved by the company over a specific period of time (units sold, revenues, and total sales).

## **3. Third Criterion – Innovation:**

### **3.1. Use of New Approaches and Technologies:**

Identifying and using new approaches and technologies to enhance efficiency and flexibility to reach customers, including e-commerce to sell products and services, cloud storage media, digital marketing, artificial intelligence and others.

### **3.2. Innovation in Operational Processes:**

Includes the application of flexible and agile methods and practices to increase and improve the efficiency and effectiveness of operations, in addition to using new

technologies in managing operations, automation, electronic and cloud management software, and electronic data analysis to support decisions and others.

### **3.3. Innovation in Services and Products:**

Developing new solutions that meet customer needs innovatively. This includes improving existing products or services by improving their quality, adding new features, design and packaging, providing support and customer service, pricing, and methods of listening and responding to customer feedback; introducing new products, or utilizing technology to improve services, with the aim of creating added value for the customer and achieving competitive excellence.

### **3.4. Joint Innovations Strategy:**

Cooperation with one or more of a firm's partners to develop new products or services or improve ways of providing them to customers, such as sharing resources, expertise and technology to achieve common goals, which leads to helping the enterprise expand its capabilities and reach new markets at costs lower than its values.

## **4. Fourth Criterion - Risk Management:**

### **4.1. Revenue:**

Identifying and evaluating risks that may affect revenues, such as fluctuations in demand or losing key customers, and applying multiple strategies to mitigate these risks, such as diversifying customer base, introducing new products or services, and improving relationships with customers to increase loyalty, and others.

### **4.2. Reducing Energy, Waste, Water, and Employment Expenditures:**

Methods used to reduce the risks of energy, waste, water, and employment expenditures are:

4.2.1. **Energy:** using more efficient devices and equipment, and upgrading buildings to reduce energy costs.

4.2.2. **Waste:** applying methods and means to reduce waste, such as recycling, reducing production, and improving production processes.

- 4.2.3. **Water:** using water-saving techniques and improving efficiency in water consumption.
- 4.2.4. **Employment:** applying various recruitment methods such as part-time or temporary contracts as needed.

#### **4.3. Increasing Employee Productivity:**

To manage risks related to staff members' productivity, applying strategies to increase and maintain high rates through:

- 4.3.1. Training and development to improve employees' skills and promote continuous learning.
- 4.3.2. Providing a comfortable and positive work environment.
- 4.3.3. Using material incentives and moral support systems to encourage good performance.
- 4.3.4. Improving health and safety at the workplace to reduce inactivity.
- 4.3.5. Promoting transparency and effective communication to improve collaboration and job satisfaction.

#### **4.4. Reducing Strategic and Operational Risks:**

Developing an integrated risk management plan that includes identification, assessment, planning and continuous monitoring.

- 4.4.1. **Strategic Risks:** Identifying objectives and evaluating opportunities and threats that may negatively impact achievement. A company can use analysis and continuous monitoring of the business environment to identify and reduce these risks.
- 4.4.2. **Operational Risks:** Related to the daily activities of a company through improving operations, providing appropriate training for employees, and applying a quality management system to reduce operational risks.

#### **4.5. Attracting and Retaining Talent:**

To manage risks related to attracting and retaining talent, a company uses multiple recruitment channels to reach a broader group of candidates, uses modern technologies to facilitate the process and attract talent, offers a competitive compensation package that includes salary, benefits, and professional development opportunities, spreading a positive work culture that encourages collaboration, respect, and diversity, building a strong brand that

makes the company an attractive destination for talent, motivation, and celebration of success.

#### **4.6. Taxes and Government Fees:**

To manage the risks related to taxes and government fees, maintain tax compliance and obtain exemptions, if any, a company must be conversant with the laws that regulate government taxes and fees and their exemptions, in addition to seeking the assistance of an accountant or a tax consultant to assist in tax payment and tax exemptions, maintaining accurate financial records and all related documents, and periodically reviewing government taxes, fees and exemptions to ensure continuous compliance with laws and regulations.

### **5. Fifth Criterion - Business Results:**

#### **5.1. Financial Results:**

- 5.1.1. Return on Investment: It measures the amount of financial return achieved by the enterprise in relation to investments made.
- 5.1.2. Revenue Growth: The growth rate of revenues over a specific period of time, and it can be evaluated by percentage increase in revenues.
- 5.1.3. Net Profit: Measures the ability to generate sustainable profits.
- 5.1.4. Financial Balance: Balancing revenues and expenses and controlling financial risks.

#### **5.2. Non-financial results:**

- 5.2.1. Employees outcomes,
- 5.2.2. Customer outcomes,
- 5.2.3. Partner and supplier outcomes,
- 5.2.4. Operation outcomes such as the time required to produce a product or provide a service, percentage of errors, products or services performed, time taken for completing maintenance, and stock/inventory indicators.
- 5.2.5. Electronic applications outcomes such as products and services provided and suggestions received.
- 5.2.6. Outcomes for measuring innovation and participation rates, such as the number of new initiatives and the percentage of applied suggestions

## **How to Apply**

- Visit our website [www.shjseen.ae](http://www.shjseen.ae)
- Fill the Registration Form
- Complete and Submit the Registration on the link specified in our website

## **Terms & Conditions**

The organization wishing to apply must meet the following terms and conditions:

- Exercise its economic activity in any emirate of the United Arab Emirates.
- Commitment of its main person of interest who must be the owner, founder or controlling shareholder of the organization and principally responsible for its operation.
- Must have a valid license, a membership with any Chamber of Commerce and Industry in the UAE, and/or a valid license from any Free Zone Authority in the UAE.
- A minimum of two years of operation.
- Sound and clear financial and legal standing.
- Abide by the award deadlines.
- Re-participation in the award is allowed after 2 cycles from date of ceremony.
- Winners of this award will be selected from two categories including the Micro Enterprises with 5 or fewer employees and Small and Medium Enterprises with more than 5 staff members

## **Required Documents**

The organization wishing to apply must submit the following documents:

- Registration Form.
- Valid copy of its Economic Activity License.
- Valid copy of Membership (from any Chamber of Commerce & Industry)
- Submission Form.
- Organizational structure.
- Owner Cv.
- Summary of achievements, activities and accomplishments. (Copies of relevant documents can be attached).
- Summary of future plans and improvements. (Copies of relevant documents can be attached).

## **Writing Standards**

- Follow Format/ Margin sent.
- No. of Pages in Submission Document: 35 Pgs.
- Follow Heading and Sub-heading numeration.
- Language: Arabic / English.
- Font Size: 12
- Font Type: Arial/ Times New Roman.
- Dividers: Dividers do not count towards number of pages.
- Front Cover
- Standards for Charts and for Diagrams.
- Numbered Attachments