

الخصائص الأساسية لمنظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة

*د. أنيس احمد عبدالله

**د. سامي ذياب محل

***احمد علي حسين

ملخص

البحث محاولة لبناء إطار فكري عن أهم الخصائص والسمات التي تميزت بها منظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة في ظل التحديات والمنافسة العالمية وظهور ظاهرة العولمة ، عليه سيتم استعراض تلك الخصائص والتي مكنت تلك المنظمات من مواكبة المتغيرات والمستجدات التي تحدث في بيئة ديناميكية باللغة التعقيد والتغيير من خلال إجراء التغييرات في أنظمتها الإدارية وهيكلها التنظيمية وابتكر نظم أعمال جديدة لتنزامن مع كل مرحلة بحيث تؤهلها للاستمرار والبقاء مع استمرارية تلك المعطيات الحاصلة بالبيئة بالشكل الذي عزز قدرتها على الصمود أمام المستجدات البيئية ، وسيبيّن البحث الدور الذي تلعبه تقانة المعلومات والاتصالات بما تمتلكه من وسائل وأدوات الكترونية متقدمة في سبيل تفعيل أنشطة المنظمات المعاصرة وتهيئة المقومات السليمة للتعامل مع آية ظاهرة من الظواهر لتعزيز القدرات التنافسية للمنظمات وامتلاك مكانة على خارطة الأسواق العالمية بالإضافة إلى دعم مكانتها السوقية .

The main characteristics of the recently industrial business organizations in third millenary

Abstract

This research attempt to build a conceptual framework about the main characteristics of the recently industrial business organizations in third millenary that concern to challenges , global competition & globalization through showing the characteristics that enables organizations to face the changes of external environment throughout invented a managerial systems , flexible organizational structures & a new business systems .

Also this research explain the role of (IT&C) to effective components to deal with any changes that happens in the external environment , and require positioning in the global markets map , besides supports the market share of industrial organizations .

(*) : مدرس / قسم إدارة الأعمال – جامعة تكريت.

(**) : مدرس / قسم إدارة الأعمال – جامعة تكريت .

(***) : مدرس مساعد / قسم إدارة الأعمال – جامعة تكريت .

المقدمة :

إن التغير والتطور العلمي والتقاني ضرورة حتمية لبقاء واستمرار المنظمات الحالية في ظل احتدام المنافسة الشديدة والتحولات الجارية في البيئة العالمية والتي تحتم على المنظمات مواجهتها بمزيد من الابتكارية في إحداث تغييرات جذرية في استراتيجياتها وهياكلها التنظيمية ونظم أعمالها وأنشطتها الإدارية المختلفة لتكيف مع المتطلبات التنافسية دوماً، والمنظمات الصناعية التي اكتسبت صفة العصرية والحداثة في الألفية الثالثة هي المنظمات التي وظفت ما أنتجته التطورات التقانية وبخاصة في مجال تقنيات التصنيع وفي استحداث أنظمة التصنيع الحديثة والمرنة ، فضلاً عن امتلاك المعرفة التسويقية والتي تمثل الجزء الأهم من منظومة المعرفة الكلية التي اتسمت بها تلك المنظمات كونها تعبير عن توجه استراتيجي للتعامل بأساليب جديدة في إدارة علاقتها مع الزبائن والجهزین والأطراف الأخرى ذات العلاقة بالمنظمة وبما يمكنها من التكيف والتعامل مع معطيات الألفية الثالثة والتي من أهم صفاتها الاستجابة السريعة لحاجات الزبائن ورغباتهم . ولعبت تقانة المعلومات والاتصالات دوراً متنامياً في تفعيل أنظمتها الصناعية ومن أهم متطلبات عملها ، وكان ضرورة لإدامة العلاقة مع الزبائن وكسب رضاهما وولائهم ، لذلك كانت المقومات مهيئة وبشكل سليم للتعامل مع أية ظواهر حدثت في البيئة كالتجارة الإلكترونية والمنافسة في ظل تنامي ظاهرة العولمة .

ومن المهم الإشارة إلى أن نجاح المنظمات الصناعية المعاصرة يتطلب إجراء التغييرات في فلسفة إدارة وتنظيم المنظمات لذلك اتجهت نحو الهياكل التنظيمية العضوية كونها العنصر الفاعل في تهيئة المقومات والتعامل مع الظواهر والمستجدات البيئية بنجاح ويهياً لها عنصر البقاء والاستمرار في بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار .

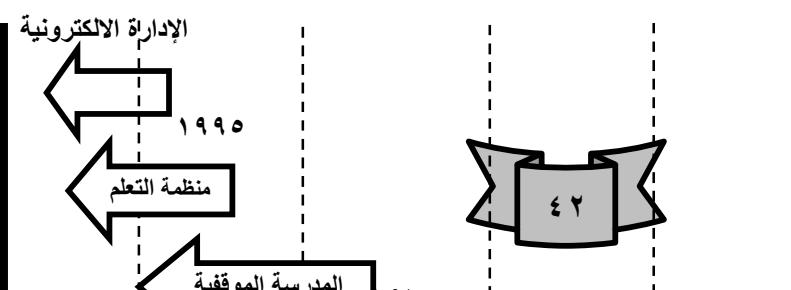
وفي هذا البحث نسعى اجتهاداً إلى استشراف الخصائص الأساسية للمنظمات الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة والتي جاءت عبر مخاض طويل من التطور في الأساليب وابتكار نظم أعمال جديدة مما يساعدها على التعامل السليم مع تحديات تلك الألفية، وسيتم ذلك عبر محاور متعددة يتم التركيز في جوهرها على تقانة المعلومات والاتصالات كإحدى أهم الخصائص الأساسية التي ترتكز عليها الخصائص الأخرى وكأداة لتهيئة المقومات السليمية لتعزيز قدرة المنظمات على التأقلم والتكيف مع المستجدات البيئية .

وسيعتمد البحث فرضية مفادها :

تمتلك المنظمات الصناعية خصائص أساسية تتكامل مع بعضها وتكتسبها صفة العصرية والحداثة تمكناً من الحصول على مكانة سوقية متميزة على خارطة الأسواق العالمية .

التطور التاريخي لل الفكر الإداري :

إن دراسة تطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية يكشف عن مساراً تاريخياً متضاداً من تطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية على مدى أكثر من قرن من الزمن ، ابتداءً بالمدرسة الكلاسيكية مروراً بمدرسة العلاقات الإنسانية ، ومن ثم إلى المدخل الكمي في الإدارة والمدرسة الموقفية وصولاً إلى مدخل المنظمة المتعلم في الثمانينيات لتنوّع مسيرة التطور في منتصف التسعينيات بظهور الإدارة الإلكترونية ، كإحدى الخصائص المتميزة لمنظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة ، والشكل (١) يبيّن تطور المدارس الإدارية والفكر الإداري خلال المائة سنة الماضية :



نهاية
الثمانينات

١٨٩٠ ١٩٠٠ ١٩٢٥ ١٩٥٠ ١٩٧٥ ٢٠٠٠ ٢٠٢٠

الشكل (١) تطور المدارس الإدارية والفكر الإداري

المصدر: نجم ، عبود نجم ، (٢٠٠٤) ، "الإدارة الالكترونية : الإستراتيجية والوظائف

والمشكلات " ، دار المريخ للنشر ، الرياض ، المملكة العربية السعودية : ١٢٩ .

إن المراجعة المنهجية للأفكار والافتراضات التي انطلقت منها المدارس الإدارية أنفه الذكر تكشف عن الاتجاه الفلسفـي المتبـني من قبل كل منها بما يتفق مع معطـيات الحقبـة التـاريخـية ظهرـت فيها ، إذ أوضـحت كل مرـحلة عن المشـكلـات والتـحدـيات التي واجـهـت المنـظـمات وسـبل الـبـحـث عن أفـكار ونـظم وـمـارـسـات كـحلـول لـهـا وبـمـا يـضـمـنـ لـلـمـنـظـمات آـنـذـاك دـيـمـوـمـة الـبقاء وـالـاسـتـمرـار ، والـجـوـل (١) يـوضـحـ التـوـجـهـاتـ العـامـةـ لـأـفـكارـ تـلـكـ المـارـسـ وـأـطـرـهاـ الفـلـسـفـيـةـ .

الجدول (١) : التوجهات العامة لأفكار المدارس الإدارية وأطراها الفلسفية .

المدارس الإدارية	المرحلة الزمنية	أفكارها وأطراها الفلسفية	مبررات ظهورها	ت
------------------	-----------------	--------------------------	---------------	---

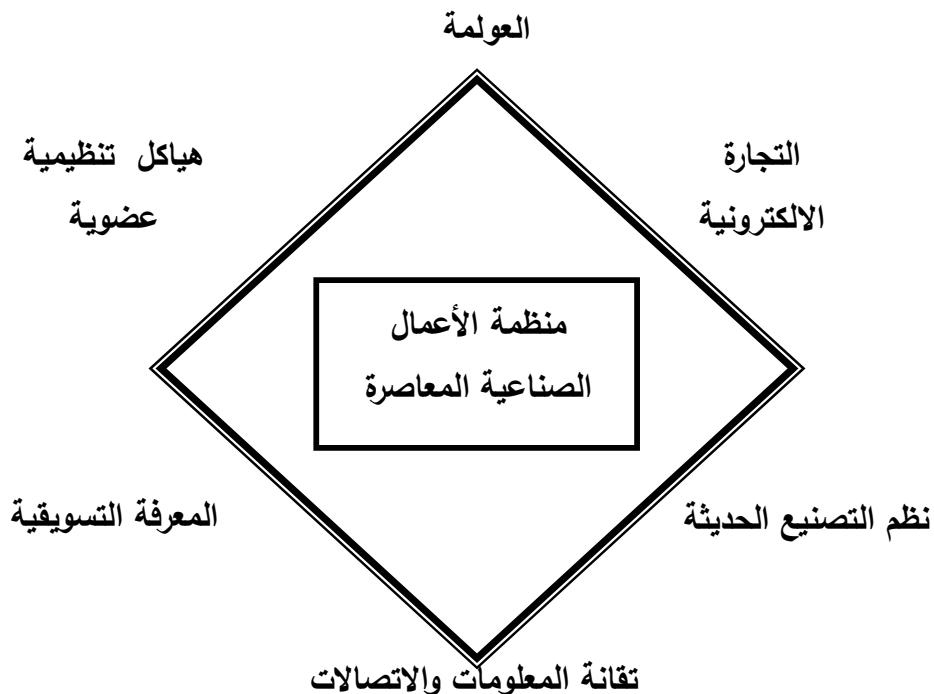
١	الكلasية	١٩٢٤-١٨٩٠	اهتمت بيئنة العمل الداخلية للمنظمة .	تنامي مشاكل الإنتاج ونوعيته.
٢	السلوكية	١٩٤٠-١٩٢٤	ركزت على أهمية وقيمة الإنسان سعت إلى دراسة سلوك الفرد ومعرفة تأثير المجتمع (البيئة) وحاجاته غير المشبعة على سلوكه.	الآثار السلبية لإهمال الجانب الإنساني وعدم التفاعل والتنسيق مع البيئة الخارجية.
٣	الكمية	١٩٥١-١٩٤٠	العامل مع المشكلات وصنع القرارات بطريقة منهجية ومبرمجة وبالاعتماد على التحليل الكمي والأساليب الإحصائية والنماذج الرياضية في حل المشكلات .	تزايد التحديات البيئية التي تطلب لمواجهتها بقرارات فاعلة ودقيقة.
٤	النظم	١٩٦٠-١٩٥١	اعتبار المنظمة نظاماً مفتوحاً تتألف من نشاطات غير مترابطة تتفاعل مع بعضها البعض مع البيئة الخارجية .	استمرارية تعقد البيئة الخارجية وانعكاساتها على بيئنة العمل الداخلية لتحقيق الموانمة والتكيف مع البيئة الخارجية
٥	الموقفية	١٩٨٠-١٩٦٠	ركزت على التصميم التنظيمي والأسلوب الإداري الملائم لمعطيات البيئة بنوعيها الداخلية والخارجية ، وأهمية قيام الإدارة باختيار المدخل أو المداخل الإدارية بما يتاسب مع الظروف السائدة في البيئة المحيطة .	تمثلت أفكارها من خلال معطيات مدرسة النظم .
٦	المنظمة المتعلم	١٩٩٥-١٩٨٨	السعى نحو التعلم والمشاركة في المعرفة ونشرها داخل المنظمة ، والتقليل من الهرمية وتبني الأفكار الجديدة للتكيف والتأقلم مع البيئة المضطربة .	زيادة التعقيد في البيئة الخارجية
٧	الادارة الالكترونية	١٩٩٥ - لحد الان	السعى نحو بلوغ الكفاءة في أداء الأنشطة عبر علاقات شبكية تفاعلية أنية وعالمية ، ذات سرعة فائقة في الاتصال عبر الفضاء	اشتداد المنافسة العالمية وبخاصة في ظل العولمة دون حدود وقيود للمسافات والأزمان في أداء الأنشطة وتقديم الخدمات لمختلف الأطراف التي تتعامل مع المنظمة

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على :

(عباس ، ٢٠٠٤ : ٦٠٤٦) ، (إدريس ، ٢٠٠٥ : ١٢٤) ، (العتيبي ، ٢٠٠٥ : ١١٠) ، (عبد الرضا ودهش ، ٢٠٠٦ : ٤١) ، (نجم ، ٢٠٠٤ : ١١٧) .

يتبيّن من استعراض مراحل تطور الفكر الإداري أن الباحثين في علم الإدارة حاولوا تقديم النموذج الأمثل لكيفية إدارة وتصميم المنظمات ونظم الأعمال التي تتلاءم مع كل مرحلة ، من أجل تمكين المنظمات من التكيف والتعامل مع متغيرات البيئة الخارجية والتحديات التي تواجهها كضرورة حتمية للبقاء والاستمرار ، فالمنظمات المعاصرة وصلت إلى ماهي عليه من خصائص جاءت خلاصة لتجارب وممارسات وأساليب ونظم عمل مبتكرة للتعامل مع آية ظاهرة من الظواهر التي تحدث في البيئة لتكون المقومات مهيئة على نحو واضح للانتقال من نظام لآخر ومن حالة لأخرى .

والشكل (٢) يوضح أهم خصائص منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة والتي استثمرت التراكم المعرفي الذي أنتجه المدارس الإدارية عبر مراحل تطورها من جانب ، والتطورات التقنية من جانب آخر في إعادة صياغة هيكلة الأعمال وابتكار نظم أعمال جديدة توافق تلك التغيرات بما يمكنها اكتساب سمة العصرية والحداثة وتحقق لها سمة تنافسية في البيئة العالمية .



الشكل (٢) أهم خصائص منظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة

المصدر : إعداد الباحثين .

أولاً : تقانة المعلومات والاتصالات :

١. مفهوم تقانة المعلومات وأهميتها : تعد تقانة المعلومات إحدى السمات المميزة لمنظمات الأعمال الصناعية المعاصرة التي ترمي لتحقيق نجاحات ملموسة في السوق ، وهي إحدى أدواتها الفاعلة لمواجهة التحديات العديدة في بيئه الأعمال المعقده التي تعمل فيها هذه المنظمات ، إذ ساهم استخدام تطبيقات تقانة المعلومات المتنوعة في ترشيد نظم المعلومات من خلال ماتوفره من دقة عالية وسرعة في الحصول على المعلومات اللازمه لاتخاذ القرارات المختلفه .

ويمكن تعريف تقانة المعلومات على أنها " تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الإداره على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال صنع القرارات والعمليات التشغيلية في المنظمة " . (إدريس ، ٢٠٠٥ : ١٢٥)

وتعتبر تقانة المعلومات لأن إحدى الموارد الأكثر أهمية في بيئه الأعمال المعاصرة ، إذ يتم الاستفادة منها في المنظمة بشكل رئيسي من خلال عمليات التعااضد ، وتمثل فكرة التعااضد من خلال ربط وحدات الأعمال بعضها مع البعض الآخر لتعمل كوحدة واحدة ، حيث إذ بالإمكان الاستفادة من مخرجات بعض الوحدات في مدخلات وحدات أخرى على المستوى الداخلي للمنظمة ، أما على المستوى الخارجي فتتمثل عملية التعااضد في إمكانية توحيد أسواق وخبرات

أكثر من منظمة واحدة بعضها مع البعض الآخر عبر تكوين العلاقات الايجابية والمتبادلة بهدف خفض الكلف وزيادة الأرباح. (Laudon & Laudon, 2002: 92) وهناك من يؤكد بان واقع العمل في المنظمات التقليدية يشير إلى وجود اختلافات ومشكلات مازالت قائمة على صعيد عملية التكامل بين وظائف المنظمة ، وكذلك في تكامل وظائف المدير ، وهذه الاختلافات يعود معظمها وجوبها إلى الاختلافات في كمية ونوعية وتوقيت وملائمة المادة الرئيسية التي تشكل البيئة والقاعدة والخلفية الشاملة لصناعة القرار ، وتصميم المنظمة ، وتكامل وظائفها ، وتكامل وظائف المدير ، وهذه المادة هي المعلومات من جهة وتقانة المعلومات المستخدمة في التعامل مع هذه المعلومات وبيانات من جهة أخرى ، فأساس الاختلافات في العمل الإداري بين منظمات الأعمال هي المعلومات من حيث توفرها في الوقت المناسب والكمية المناسبة والجودة المناسبة وعلاقتها الوثيقة بموضوع القرارات والمسائل الإدارية المختلفة ، وكذلك مستوى تطور نظام المعلومات الإدارية وتقنياتها أي تقانة المعلومات (المنصور ، ٢٠٠٥: ٢٦١).

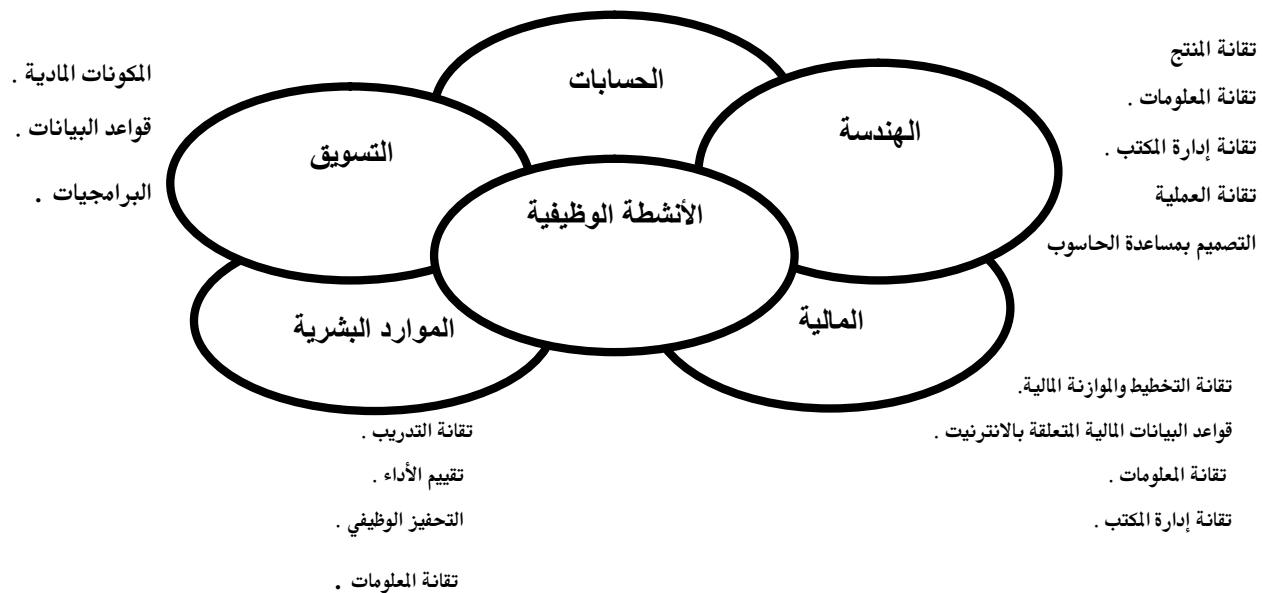
كما يبرز دور تقانة المعلومات في منظمات الأعمال المعاصرة ، في كونها الأداة الأساسية للقضاء على قيود المساحة والوقت ، فمن حيث المساحة باستطاعة الاسطوانة المدمجة (CD) خزن ما يقارب (٦٥٠ MB) من المعلومات ، أي ما يعادل تقريراً (٦٥٠ مليون حرف) من حروف نصوص الكتابة الاعتيادية ، أما من حيث الوقت فان تقانة المعلومات دوراً كبيراً في القضاء على قيود الوقت في منظمات الأعمال في الألفية الثالثة كونها تساعد تلك المنظمات في تقليل الوقت المستغرق عادة في الحصول على المعلومات وسرعة تشغيلها والاستفادة منها وإرسالها وتبادلها بين الحاسوبات المختلفة والمتباعدة . (إدريس ، ٢٠٠٥: ١٥٢ - ١٥٦)

كما أن المدراء عادة ما يتخذون الكثير من القرارات المرتبطة بالتقانة ، وهذه القرارات تكون حيوية وهامة جداً لنجاح المنظمة ، فالمدراء في جميع المستويات وفي جميع المجالات الوظيفية في المنظمة يحتاجون إلى استخدام تقانة المعلومات ، ولذلك فان تقانة المعلومات تساعد المدير في اتخاذ القرارات المتعلقة بما يلي : (الصرن ، ٢٠٠٢: ١٠٨ - ١١٠)

- الاستفادة منها في تصميم وبناء المنظمة .
- تنمية الاتصالات الالكترونية بين المنظمات وزبائنها ومموليها .
- تحديد إستراتيجية الشبكة العنبوتية العالمية (WWW) : فالانترنت والشبكة العنبوتية العالمية تعرض طائق جديدة لتقديم المعلومات والاتصالات والارتباط بالتجارة ، وخير مثال على ذلك (التجارة الالكترونية) .
- نظم الدعم الشخصية : ويقصد بها " استخدام المدراء للحواسيب الالكترونية والشبكات في وظائفهم المختلفة لدعم أعمالهم " .
- الرقابة والتقارير: وهذا يشير إلى اهتمام المدراء برقابة منظماتهم ورفع التقارير عن ذلك للإدارة والمساهمين والجمهور العام ، إذ تحتوي هذه التقارير الخاصة بالرقابة والتقييم على قاعدة بيانات أو أكثر ، والتي يمكن ربطها بالحكومة عبر شبكة الانترنت .
- العمليات المؤتمتة للإنتاج : وتشير لإحدى سمات وخصائص التصنيع التناصفي ، والتي تعبّر عن زيادة الكفاءة والجودة عن طريق الأتمتة .

إن المدراء والعاملين في منظمات الأعمال المعاصرة يستفادون من تقانة المعلومات في تسريع عملية نقل وتبادل المعلومات فيما بينهم بهدف الاتساع منها واتخاذهم القرارات الفاعلة التي تساهم في دعم المكانة السوقية لمنظمتهم ، إذ تتدخل تقانة المعلومات مع كافة الأنشطة الوظيفية في المنظمة (أقسام المنظمة) وهي الهندسة ، الحسابات ، التسويق ، الموارد البشرية ، المالية . (Krajewski & Ritzman, 2005:511) ، وكما موضح في الشكل (٣) .

- تقانة التخطيط والموازنة المالية.
- نظام تبادل البيانات الكترونيا.
- تقانة المعلومات .



الشكل (٣) دور تقانة المعلومات في تكامل الأنشطة الوظيفية في منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة .

Source: Krajewski, Lee J. & Ritzman, Larry P.,(2005),"Operations Management: Process & Value Chains ", 7th ed, Prentice Hall Inc, U.S.A, P: 512.

يتضح من الشكل أعلاه بان لتقانة المعلومات الدور الفاعل في تفعيل الأنشطة الوظيفية المختلفة في المنظمة من جانب وفي تحقيق التفاعل والتكميل بين الأنشطة الوظيفية المختلفة من جانب آخر ، مما يتيح للمنظمات السرعة والدقة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية الفاعلة بهدف تخفيف الكلف وزيادة الأرباح وتحسين المنتجات لإشباع حاجات ورغبات الزبائن الحالية والمستقبلية ، مما يساعد ذلك على تحفيز عامل الإبداع وروح المنافسة فيما بين تلك المنظمات .

٢. الاتصالات الالكترونية : تعد الاتصالات الالكترونية من مكونات تقانة المعلومات المهمة كونها تقوم بنقل البيانات والمعلومات من موضع لأخر بهدف توفيرها للأطراف المختلفة داخل وخارج المنظمة .

وقد أدت عملية ربط الحاسوبات الالكترونية مع بعضها البعض إلى ظهور شبكات الاتصالات بتطبيقاتها وتقنياتها المتنوعة ، مما ساعد ذلك على تبادل البيانات والمعلومات بين حواسيب المنظمات المختلفة ، أضف إلى ذلك فان الشبكات ساعدت المنظمات أيضاً إلى تحويلها لمنظمات مبدعة وذات مركز تنافسي قوي يمكنها من منافسة مثيلاتها من المنظمات الأخرى ، وقد ساهمت الشبكات أيضاً في تقرب مواقع العمل المختلفة للمنظمة الواحدة من خلال إمكانية الاتصال وتبادل الأفكار بين أفراد المنظمة الواحدة ذات الفروع المتعددة جغرافياً.

(Stair&Reynolds,2003:228-229)

وتعرف الاتصالات الالكترونية بأنها " الأجهزة والمعدات والوسائل الأخرى المختلفة التي لها القابلية على نقل البيانات والمعلومات بأشكالها وصورها المختلفة من موقع لأخر ومسافات بعيدة " . (Carr & Snyder , 2003 : 25)

وأصبحت الاتصالات الالكترونية في إطارها المعاصر مدخلاً استراتيجياً للتغيير معايير الاتصالات وكفاءتها ومتغيراتها على نحو ينسجم وسرعة الابتكارات التي تشهدها تقنيات الاتصال ووسائلها المختلفة ، هذا بالإضافة إلى إنها توفر للإدارة كل ماتحتاجه من معلومات عبر الحدود ، سواء أكانت هذه الحدود داخل المنظمة الواحدة أو خارجها بالسرعة والكلفة والدقة المطلوبة متجاوزة بذلك كل القيود التي تعرّض الطرق التقليدية في الاتصالات ، والسبب في ذلك يرجع إلى تقانة المعلومات التي عزّزت من القدرات الإستراتيجية لنظم الاتصالات (الطعامنة و العلوش ، ٢٠٠٤ : ٧٧)

أدوات الاتصالات الالكترونية : إن الأشكال الحديثة لقانة الاتصالات الالكترونية تتمثل في الآتي :

- **الإنترنت :** يعد الانترنت أحد أهم هذه الوسائل وأوسعها استخداماً لدى منظمات الأعمال المعاصرة ، إذ يساهم الانترنت في وصل وربط الحواسيب المختلفة وبأعداد هائلة مع بعضها البعض عن طريق ماتسمى (بالشبكة العنكبوتية العالمية) (World Wide Web) (Carr & Snyder, 2003: 408)

- **البريد الالكتروني :** والذي يمكن بواسطته إرسال الرسائل عبر شبكات اتصال البيانات المرتبطة بالحاسوب الالكتروني بطريقة مباشرة دون الحاجة إلى كتابتها في مستندات ورقية وإرسالها عبر البريد الاعتيادي .

- **البريد الصوتي :** والذي يعتبر شكلاً آخرًا متطوراً للبريد الالكتروني ، إذ يمكن بواسطته إرسال الرسائل الصوتية الرقمية عوضاً عن النصوص الالكترونية .

- **الفاكسミل :** ويعتبر من أجهزة الاتصالات المكتبية الحديثة والتي ساعدت في إحداث طفرة كبيرة في مجال نقل صور المستندات الورقية عبر الخطوط الهاتفية بين الأماكن المتباعدة جغرافياً بثوان معدودة . (الطعامنة و العلوش ، ٢٠٠٤ : ٨٢)

وفي هذا السياق هناك من يؤكد بأن أدوات الاتصالات الالكترونية تتعدى الوسائل الأربع المذكورة أعلاً لتشمل أيضاً النشر الالكتروني والهاتف المربوطة بشبكة الانترنت (O'Brien , 2004: 170)

منافع الاتصالات الالكترونية: إن ظهور التقانات الحديثة في مجال الاتصالات قد أثر تأثيراً كبيراً على الإدارة ووظائفها ، فاستخدام التقانة في الاتصالات نتج عنه عدة منافع أهمها :

- إمكانية التحاور وعقد الاجتماعات عن بعد لمناقشة المشكلات التي تواجه الإدارات والمنظمات.

- اختصار الوقت المطلوب لتحقيق أهداف المنظمات .

- تبسيط الإجراءات والقضاء على المعوقات التي تواجه المنظمات نتيجة لتباعد الموضع الجغرافية فيما بينها . (السالمي ، ٢٠٠٣ : ١٢٤)

- التحسين المستمر في أوضاع ومعنويات العاملين وزيادة في درجة الارتياح والرضا عن العمل .

- تقليل الاعتماد على التفاعل المألف والمترعرر الحدوث بين الأفراد لضمان تحقيق الإدارة الفاعلة . (الطعامنة و العلوش ، ٢٠٠٤ : ٧٩)

ثانياً : نظم التصنيع الحديثة :

تتجه منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في الإطار العالمي المعاصر بسرعة مذهلة لتنسق الحدث والزمن وتحقق طموحات وأحلام الزبائن في سباق مع الذات بدلاً من السباق مع

المنافسين ومواكبة ما يقدمونه من ابتكارات وتقنيات حديثة ، وقد تلازم مع ذلك الأمر تطور هائل في الأنظمة الإدارية وفي فلسفات التصنيع وغيرها من الأنظمة الفرعية ، ولذا فإن المنظمات الصناعية المعاصرة تتجه نحو تبني أنظمة التصنيع الحديثة كأنظمة الإنتاج في الوقت المحدد تماماً وأنظمة الجذب الحديثة عموماً والتي تسعى إلى خفض التكاليف لأدنى حد ممكن والوفاء باحتياجات الزبائن بالجودة المرغوبة وفي الوقت المحدد تماماً وبدون أي تأخير ، والمنظمات المعاصرة وخاصة العملاقة وعبرة القرارات تتجه نحو التوسع في التجارة الإلكترونية بالاستفادة من التطورات التقنية الهائلة في العقل الآلي وأنظمة الاتصالات الإلكترونية والشبكة باستخدام الانترنيت وغير ذلك والتي تتيح الاتصال السريع بكافة أنحاء العالم وإتمام الصفقات التجارية مع المجهزين أو الزبائن أو غيرهم من خلال نظم التجارة الإلكترونية المتقدم والتي تساهم في الإنتاج والتسويق على نطاق واسع ، كما تمكن من الحصول على المستلزمات الازمة للتصنيع على الوجه الأمثل . (عرفة وشلبي ، ٢٠٠٥: ٦)

كما أن بيئه الأعمال اليوم بيئه تنافسية لا يمكن لأي منظمة من البقاء والاستمرار فيها من دون امتلاكها للمرنة والتي تمثل بالقدرة على الاستجابة السريعة في التغيرات السوقية وأذواق الزبائن والتكيف معهما من خلال تقليل الفترة الزمنية المطلوبة لوقت تسليم المنتج لهم.

(Chase,et.al,1995: 58)

ولقد ساهم تطور الأساليب في قياس الأداء بتطور نظم التصنيع ، فعمليات قياس الأداء تطورت من التركيز على الأداء الاقتصادي (المالي) الذي يركز على الأرباح والعائد على الاستثمار والعائد على المبيعات ثم التوجه نحو قياس الأداء الإنتاجي (الإنتاجية) ثم التحول إلى قياس الأداء الاستراتيجي (رضا الزبون) وأخيراً التوجه نحو الأداء المنظمي (الزبون والبيئة) ، فالتطور في فلسفة قياس الأداء وتقويمه أدى إلى تطوير نظم التصنيع في المنظمات لتواء التطورات في مفاهيم قياس الأداء ومواكبة ضرورات المنافسة الشديدة المتنامية في البيئة العالمية (*) .

(*) د. حكمت رشيد سلطان ، محاضرات أقيمت على طلبة الدكتوراه في كلية الإدارة والاقتصاد ، قسم إدارة الأعمال ، (٢٠٠٦)

فنظم التصنيع تطورت على مدى المائة سنة الماضية فكانت البداية مع نظام الإنتاج حسب الطلب ، ثم تلاه نظام الإنتاج الواسع ، وبعدها ظهرت نظم الإنتاج المتكاملة وهي :

- نظام تخطيط الاحتياجات من المواد .
- نظام التسليم في الوقت المحدد .
- نظام تقنية الإنتاج الأمثل .
- نظام التصنيع المتكامل بالحاسوب .
- نظام الإنتاج المرن .

وتعتبر نظم التصنيع المتكاملة من أنظمة الاستجابة السريعة ومعظم منظمات الأعمال الصناعية استخدمت نظام تضييف معين لملائحة التطور في نظم التصنيع ، والذي من أهم مميزاته تحقيق المواءمة بين تقنيات المعلومات والاتصالات وأفراد ذوي معرفة ومهارة وبين البيئة ، ولقد ساهمت نظم الاستجابة السريعة في إحداث ترتيب للمزايا التنافسية بحيث أصبح التركيز الان على العناصر التالية حسب أولوياتها :



وهناك العديد من الشركات الصناعية مثل (Toyota) و (GM) و (hp) وغيرها من الشركات الصناعية العالمية التي حققت نجاحاً باهراً نتيجة مواكبتها لنظم التصنيع الحديثة واستطاعت تلك الشركات من كسب المزايا التنافسية في الأسواق العالمية.

ومن المهم الإشارة إلى أن نظم التصنيع الحديثة وبخاصة نظم الاستجابة السريعة التي تبنتها المنظمات العالمية في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين ركزت في عملها على سلسلة من التكاملات الأمامية والخلفية بواسطة نظم معلومات وأساليب الاتصالات المتطورة.

وتعتبر برامج إدارة المعلومات الهندسية من أهم الانجازات التي قدمتها تقانة المعلومات لعالم التصنيع ، فالكم الهائل من الوثائق والملفات وما تحويه من معلومات تتطلبها مراحل تطوير وصنع المنتجات تجعل عملية إدارة تلك المعلومات والسيطرة عليها أمراً متعذراً.

ولذلك اتجهت المنظمات الصناعية المعاصرة إلى استخدام وإقامة نظم معلومات التصنيع في عملياتها وأنشطتها التصنيعية بغية تقديم المنتجات التي تلبي حاجات ورغبات الزبائن وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية الأساسية . (Lee , 2006 : 1)

ويمكن تعريف نظام معلومات التصنيع بأنه "نظام معلومات يعتمد على الحاسوب الآلي ويقوم بتوفير المعلومات المطلوبة للعملية الإنتاجية ، إذ تستخدم مخرجات هذا النظام في تشغيل نظام الإنتاج وباستخدام نظم التصميم والتصنيع بمساعدة الحاسوب ، وعلم الإنسان الآلي كونها أساليب تصنيعية حديثة يستخدم فيها تقنيات الحاسوب والمعلوماتية . (مكليود ، ٢٠٠٠ : ٧٥٥ - ٧٥٦)

كما يساهم هذا النظام في تفعيل نظم الاستجابة السريعة من خلال السيطرة على إنساب المعلومات وذلك من خلال تبادل المعلومات الكترونياً وإتاحة كافة المعلومات عن المنتجات والخدمات أمام الزبائن من تبادل للمعلومات عن المنتج وبحسب رغبته من المنظمة الصناعية ، فضلاً عن تمكين المنظمات الصناعية ومن خلال توظيف المعلومات للتوسيع جغرافياً والامتداد عبر الحدود التنظيمية إلى أفاق أوسع والدخول في عالم المنافسة والعلمة .

ثالثاً : المعرفة التسويقية : إن منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة الناجحة والمتميزة في الأسواق العالمية هي المنظمات التي تمتلك الإدارة المعرفية التي تحتوي وتسوّع مجمل التغيرات التي تحيط بها ، إذ تتمثل المعرفة التسويقية بالجزء الأهم من منظومة المعرفة الكلية التي تسعى المنظمات لامتلاكها كونها حلقة الوصل في التفاعل فيما بين المنظمات مع بيئتها الداخلية والخارجية ، كما تعبّر المعرفة التسويقية عن توجّه استراتيжи للتعامل بأساليب جديدة في إدارة علاقتها مع الزبائن والجهات والمنظمات المنافسة الأخرى بالشكل الذي يمكنها من التكيف والتعامل مع معطيات الألفية الثالثة ، فامتلاك المنظمات للمعرفة التسويقية يحقق لها المقدرة التسويقية على تحقيق مستويات الأداء الأفضل والتميز في العمل التسويقي .

ومن هذا المنطلق فقد زاد اهتمام المنظمات للتلّح بالمعرفة بشكل عام والمعرفة التسويقية منها بشكل خاص كإحدى الفلسفات الحديثة والمعاصرة في الفكر والعمل الإداري داخل المنظمات لkses الزبائن من جهة ولمواجهة المنافسة التي تشهدها أسواق العولمة من جهة أخرى ، وتعرف المعرفة التسويقية على إنها " المرشد المنضبط لتميز المعرفة التسويقية وتزوّجها بين الأفراد لتطوير معرفتهم الحالية وتكون معرفة تسويقية جديدة لاستخدامها لتطوير الممارسات والتطبيقات في العمل التسويقي المتعدد الاتجاهات . (Kok & Vanzyl , 2002 : 4) ومن المهم الإشارة إلى أن بناء قاعدة البيانات الخاصة بالزبائن تعدّ القاعدة الذهبية لدعم إدارة المعرفة التسويقية عن الزبائن والتي تضم المعلومات عن خصائصهم ، سلوكهم الشرائي ، معايير اختيار العلامة ودرجة ولائهم تجاهها ، وهذه المعلومات يمكن توظيفها في تكوين معرفة لإعداد الاستراتيجيات التسويقية لتطوير وتنوع المنتجات المقدمة لهم وان تكون أكثر ایصاءً

وتجابواً مع رغباتهم وهذا ما يجعل المنظمة في موضع تنافسي أفضل في السوق قياساً بغيرها من المنافسين مع الأخذ بنظر الاعتبار ضرورة التحديث المستمر للمعلومات المخزنة من خلال التبادل المستمر للبيانات والمعلومات لتعزيز سبل المعرفة بين الطرفين وفق ما يتواءم مع إستراتيجية المنظمة ولتحقيق التجديد للمعرفة التسويقية. (البكري ، ٤: ٢٠٠٤ ، ١٧: ٢٠٠٤)

وعملية التبادل في المعلومات تمثل في اتجاهين :

الأول : يمثل المعرفة التي يمتلكها الزبون بخصوص المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات التي يهتم بشرائها .

الثاني : المعرفة التي تمتلكها المنظمة والتي يمكن استخدامها لمساعدة الزبون في اتخاذ قرار الشراء . (Murillo & Annabi , 2002 : 881)

يتضح من العرض السابق أن المعلومات تعد الركيزة الأساسية في بناء المعرفة التسويقية وفي توظيفها خدمة للزبائن ولأهداف المنظمات ، وبما أن تقانة المعلومات هي المورد الرئيسي للمعلومات عن السوق فهذا يدعو للقول أن تقانة المعلومات وعبر استخدام وسائل الاتصالات المتعددة يمكن أن تلعب دوراً رئيسياً في إدارة المعرفة التسويقية فنحن نعيش في عصر الاقتصاد الموجه بالرغبات الذي يرتكز على فلسفة أن رغبات الزبائن تفوق حاجاتهم وأصبحوا ينفقون أموالهم على المنتجات التي تتفق ورغباتهم وليس لمجرد إشباع حاجاتهم من الطعام والكساء وغيرها ، وي يتطلب ذلك من منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة التحول في التفكير وبخاصة فيما يتعلق بالنشاط التسويقي فلم يعد ممكناً الان أن تتخذ منظمات الأعمال المعاصرة قراراتها دون الحصول على المعلومات والمعرفة بالسوق والزبائن من حيث خصائصهم ورغباتهم وذلك يحتاج بالطبع إلى جمع وتسجيل المعلومات وتخزينها في قواعد البيانات يمكن الرجوع إليها وقت الحاجة ، وقد ساعد التطور التقاني في مجال الاتصالات وبخاصة في استخدام الشبكة العنكبوتية العالمية في التركيز على الكم الكبير من البيانات المتاحة لها من الزبائن وفي الحصول على المعلومات التي تخص تعاملاتهم التسويقية وعلاقتهم مع الأسواق أو المنظمات وهذا التوسع في جمع البيانات وتقديمها قد يتضمن الاتصال بخطوط الزبائن عندما تكون هناك رغبة كبيرة لتوثيق الاتصالات معهم لذلك فان تقانة الاتصالات تلعب دوراً كبيراً في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وان الهدف من وراء ذلك هو فهم ومعرفة واضحة للزبون ، بحيث يمكن أن تكون التفاعلات المستقبلية معه ذات طابع شخصي رغم أنها تمر عبر الشبكة العنكبوتية العالمية وبمختلف الوسائل المستخدمة في ذلك (البكري ، ٤: ٢٠٠٤ ، ١٩: ٢٠٠٤) .

رابعاً : التجارة الإلكترونية :

تعد التجارة الإلكترونية العامل المحفز لتنشيط الاقتصاد الرقمي والمعتمد على الانترنت ، كما أن التجارة الإلكترونية فتحت الباب أمام منظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة لتبادل المعلومات الإلكترونية عالمياً .

إذ أتاح هذا النوع من التجارة المجال لتكوين مناخ عالٍ جداً من المنافسة بين المنظمات العالمية ، والسبب في ذلك هو تزاحم العارضين فيما يقدمونه من سلع أو خدمات ، ولذلك فقد أصبح طالب هذه السلعة أو الخدمة لديه عدة بدائل تحقق له أعلى درجة من الدقة في اختيار السلعة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها ، كما أنها أتاحت أيضاً تقديم الخدمات الشرائية المريحة والشخصية والدقيقة والسريعة له في الوقت المناسب . (مرسى ، ٦: ٢٠٠٢ ، ٣٢٩: ٢٠٠٢) وتعرف التجارة الإلكترونية بأنها " عمليات بيع ، شراء ، ترويج ، تسليم ، دفع السلع والخدمات والمعلومات فيما بين المنظمات المعاصرة والمتطورة ، الزبائن ، المجهزين عبر استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية الحديثة " . (O'Brien , 2004: G6)

كما عرفت التجارة الإلكترونية بأنها " مجموعة من التعاملات والتسهيلات البيعية الإلكترونية ،

تقوم بها منظمات الأعمال المعاصرة بهدف بيع منتجاتها من السلع أو الخدمات عبر خدمة

الانترنت " . (Kotler & Keller , 2006 , 493: 2006)

وهناك من يرى بان التجارة الالكترونية " هي استخدام الانترنت في عمليات بيع وشراء مخرجات المنظمات المختلفة سواء أكانت سلعاً أم خدمات " (Slack & Others, 2004: 772) وتعتمد قدرة المنظمات على ممارسة التجارة الالكترونية وتحقيق المنافع من هذه الوسيلة الالكترونية على الدور الهام والرئيسي لتقانة المعلومات التي هيأت مقومات النجاح لهذه الوسيلة لما تتوفره من معلومات ووسائل الاتصالات لنقل تلك المعلومات والمشاركة بها لمختلف أطراف العملية البيعية حتى تتحقق عملية التبادل بين الطرفين بشكل آلي كلياً أو جزئياً ، وهناك عدة أنواع للتجارة الالكترونية يمكن إيجازها بالجدول (١) .

الجدول (١) أشكال التجارة الالكترونية

		الأعمال	الزيون
		الأعمال مع الأعمال	الأعمال مع الزيون
الأعمال	نظام التبادل الالكتروني للمعلومات (ربط المنظمات مع الموردين)	دعم المبيعات الموجهة للزيون	
	الزيون مع الأعمال	الزيون مع الزيون	
الزيون	العمليات البيعية التي تجري بالاتفاق فيما بين الزيون ومنظمات الأعمال	العمليات البيعية التي تجري فيما بين منظمات الأعمال المتطرفة الصغيرة	

Source: Post , Gerald V & Anderson , David L , (2006) , " management information systems " , 4th ed , Mc-graw hill , New York .USA, 275 .

يتضح من الجدول أهمية تقانة المعلومات والاتصالات لإنجاح مختلف أشكال التجارة الالكترونية التي تعتمد بشكل أساس على المعلومات وكيفية تبادلها بين مختلف أطراف العملية البيعية .

وقد فرضت التجارة الالكترونية متطلبات التطوير في الأنماط الإدارية والتنظيمية لمنظمات الأعمال وحاجة تلك المنظمات إلى تطوير مهاراته في بناء الاستراتيجيات المناسبة للتغيرات السريعة في السوق العالمية ، وبما يساعدها في التعامل السليم مع تحديات الألفية الثالثة . (حسن ، ٢٠٠٦ : ٤٩)

منافع التجارة الالكترونية :

أن للتجارة الإلكترونية عدة منافع كما أوضحها العديد من الباحثين والكتاب حيث قسموا هذه المنافع إلى عدة أقسام وكما يلي:

١- **منافع التجارة الإلكترونية للزيون :** هناك العديد من المنافع التي تقدمها التجارة الالكترونية للزيون تتمثل بالاتي :

- أن التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للزيون بان يتسوق أو ينهي معاملاته على مدار اليوم ، أو في أي يوم من أيام السنة ومن أي مكان في العالم ، إذ أن التجارة الإلكترونية تقدم الكثير من الخيارات للزيون بسبب قابلية وصول الزيون إلى المنتجات والمنظمات التي لم تكن متوفرة بالقرب منه .

- تعد التجارة الإلكترونية في اغلب الأحيان ارخص الأماكن للتسوق لأن الزيون يستطيع أن يتسوق من عدد لا حصر له من المواقع على الإنترن特 ومقارنة بضائع منظمة مع أخرى بسهولة ، ليحصل على أفضل عرض ، في حين يصبح الأمر صعباً إذا استلزم زيادة كل موقع جغرافي مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل منظمة بأخرى .

- في بعض الحالات وخصوصاً مع المنتجات الرقمية مثل الكتاب الإلكتروني فان التجارة الإلكترونية تمكن البائع من إرسال بضاعته بسرعة وبسهولة إلى الزيون .

- تسمح التجارة الإلكترونية للزبائن بالاشتراك في المزادات الافتراضية وتبادل الخبرات والأراء بخصوص البضائع والخدمات عبر المجتمعات الإلكترونية المتواجدة على الإنترنت (كالم المنتديات مثلاً) ، مما يساعد ذلك على تشجيع المنافسة وخفض الأسعار . (مراد ، ٤ : ٢٠٠٤) (٩٧)

- توفر للزبائن فرص عالية في إشباع حاجاته كماً ونوعاً ، وتحسين معلوماته (خدمة مستمرة ، وإرشادات / ٢٤ ساعة : ٣٦٠ يوم) كما تساعد على تحسين جودة المنتج سواء أكان (سلعة ، خدمة ، فكرة) ، والتعرف على المنتجات الجديدة وزيادة القوة التفاوضية ، وتكوين علاقات أفضل مع قنوات التوزيع . (حسن ، ٦ : ٢٠٠٦) (٤٩)

٢- منافع التجارة الإلكترونية للمنظمات : أما المنافع التي تقدمها التجارة الإلكترونية للمنظمات فتتمثل بالآتي :

- تعمل التجارة الإلكترونية على تحسين العلاقة مع الشركاء والتغذية الراجعة لرضا الزبائن .
- تمهد للمجهزين أيضاً حضوراً دولياً واسعاً في السوق ، بالإضافة إلى تحسين فرص المنافسة وخفض جزئي لكافة التجهيز والتمويل وتغيير وسطاء التوزيع . (حسن ، ٦ : ٢٠٠٦) (٤٩)
- مكنت التجارة الإلكترونية منظمات الأعمال المعاصرة من الوصول إلى المنافسة العالمية بالمقارنة مع المنظمات الأخرى وذلك من خلال سهولة إنشاء المواقع الإلكترونية التي تمكناها من عرض منتجاتها وتفاعلها بشكل أكبر مع زبائنها . (مصطفى و عباس ، ٥ : ٢٠٠٥) (١٢٠)

وهناك العديد من المنظمات الرائدة التي وضفت التجارة الإلكترونية في كل استراتيجيات أعمالها ومنها على سبيل المثال شركة (Dell) المتخصصة بصناعة الحواسيب الإلكترونية التي وفرت إمكانيات التبادل عبر الانترنت في (٣٦) بلداً وبثمانين لغة ، وقد استخدمت الشركة شبكات (الاكتسترانيت) لإدامة التواصل مع الزبائن والموردين ، فمثلاً تمكنت من خلال الربط المباشر مع الموردين أن تلغي كلف التخزين حيث أصبح بإمكانها الحصول على المواد الأولية منهم أحياناً خلال دقائق ، وكذلك باستطاعة الزبون الذي يطلب منتجها في الساعة (٩) صباحاً أن يستلمه في نفس اليوم وهذا حق للشركة امتلاك ميزة الكفة والسرعة (Daft , 2001: 248).

خامساً : الهياكل التنظيمية العضوية :

تتطلب تقانة المعلومات والتجارة الإلكترونية وبقية الخصائص الأخرى شكلاً جديداً في تنظيم وإدارة المنظمات لذلك اتجهت نحو إعادة الهيكلة وفي أشكال متعددة حيث تكون بيئة العمل مهيأة بشكل مناسب مع تلك الظواهر مما يحقق الكفاءة والفاعلية في الأداء . وتتلخص ابرز التأثيرات التي تتطلبها تلك الظواهر على تصميم المنظمات الصناعية المعاصرة بما يأتي:

- التحول نحو التفطح الأفقي للهيكل التنظيمية وإلغاء حواجز التقسيم إلى إدارات بالاعتماد على الوظيفة وفرق العمل الجماعية التي يتم تحديدها من خلال المنتج أو خط المنتجات، أو التعاقد أو التصنيع الخارجي والاتصال عن بعد . (إدريس ، ٦ : ٢٠٠٦) (٧٥)
- تقليل المستويات الإدارية والاتجاه نحو اللامركزية والمرنة .
- إزالة العوائق الزمانية والمكانية التي ميزت الهياكل التنظيمية التقليدية ، فقد أصبح اليوم بمقدور فرق العمل أن يتعاونوا عبر شبكة الانترنت وهم في مواقعهم المتعددة في أماكن عديدة من العالم ، وقد استخدمت شركة (whirlpool) نظام عمل فرقي مكون من أعضاء منتشرين

في الولايات المتحدة والبرازيل وایطاليا وذلك من اجل تطوير نموذج جديد من الثلاجات التي تقام بصناعتها .

- التنسيق الداخلي للأعمال من خلال شبكة (الانترانيت) التي تربط الأفراد مهما اختلفت أماكنهم ومواعدهم حول العالم . كذلك تحقيق التنسيق الخارجي مع الموردين والموزعين والزبائن من خلال شبكة (الاكترينيت) من اجل إتمام عملية التجارة الالكترونية .
- امتلاك المنظمات أفراد ذوي معرفة ومهارات تخصصية في الحاسوب الآلي لضرورات تطلبها تقنية المعلومات ولتمكين المنظمة من إتمام عمليات التجارة الالكترونية والمنافسة على المستوى العالمي .

سادساً : العولمة :

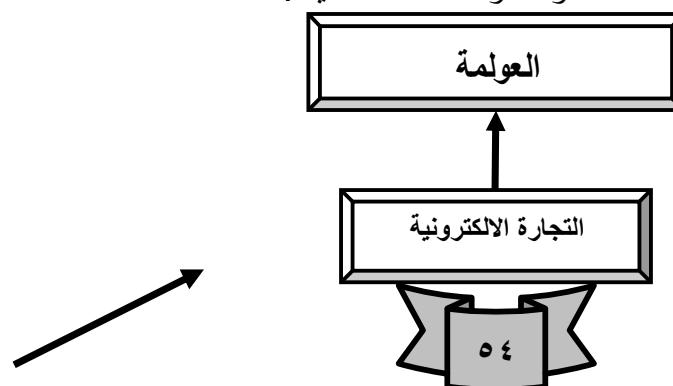
من نتائج التغييرات الاقتصادية في بيئه الأعمال الدولية هو ظهور ظاهرة العولمة التي ساعدت على تزايد وازدهار المنافسة وعلى المستوى العالمي ولمختلف أنواع المنظمات مهما كان حجمها ، ووصلت إلى مستوى كبير من التقدم .

ويشير مصطلح العولمة إلى " المنافسة العالمية التي تتميز بوجود شبكة عمل تربط الدول والمنظمات وكذلك الأفراد في اقتصاد عالمي يتصرف بالاعتمادية والتدخل " . (مصطفى وعباس ، ٢٠٠٥ : ١١٩)

في ظل المعلومات وثورة التقانة التي نعيشها الان فان المنظمات المعاصرة والتقليدية معاً تواجهان تحديات كبيرة في التعامل مع هذه المعلومات والتطورات ، إذ أن المنظمات التي لا تستطيع مواكبة ثورة المعلومات والاتصالات والتقانة الحديثة تصبح غير قادرة على منافسة المنظمات الأخرى المتقدمة عليها تقنياً ، كما أنها ستكون معرضة للانهيار والتلاشي لعدم قدرتها على التكيف مع البيئة الديناميكية السريعة التغير . (زكر ، ٢٠٠٦ : ٣)

ومع بداية الألفية الثالثة تتضح أهمية الأدوار الإدارية في منظمات الأعمال المعاصرة وكفاءتها في القيام بالمهام المناطة بها ، ولعل ذلك يعد مطلبآ أساسياً من اجل الصمود أمام تيار العولمة وتحقيق الأهداف المرتبطة بها ، فالكفاءة الإدارية تصبح على درجة بالغة من الأهمية من اجل الوصول إلى الأداء المتقن والإنجاز العالى في مواجهة المنافسة العالمية الحادة في هذا العصر ، ولاشك بان الأدوار الإدارية تبرز ضرورتها بدرجة ملحوظة في إدارة المنظمات متعددة الجنسيات والتي تتنافس مع منظمات أخرى مماثلة لها في إطار النظام العالمي الجديد ، وهذا يتضح بصفة خاصة في ظل التطورات التي تشهد لها الألفية الثالثة من تزايد في التكتلات والتحالفات والاتفاقيات العالمية وانتشار المنظمات الصناعية العملاقة والمنظمات العالمية التي حققت نجاحات باهرة بشكل ملحوظ مع تزايد أهميتها لدرجة أن إنتاجها أصبح يفوق أكثر من نصف الإنتاج العالمي ، كما أن مساعدها تصل إلى ما يزيد عن ثلثي حجم التجارة العالمية ، وهذه المنظمات العملاقة العالمية أصبحت تلعب دوراً مؤثراً في دعم وانتشار ظاهرة العولمة لتأثيرها بأبعادها العديدة سواء أكانت هذه الأبعاد إستراتيجية أم اقتصادية متعلقة بالطلب والعرض والمنافسة وغيرها . (عرفة وشلبي ، ٢٠٠٥ : ٣٦)

والشكل (٤) يقدم مخططاً هيكلياً يوضح العلاقات التبادلية فيما بين تقنية المعلومات والاتصالات الالكترونية والتجارة الالكترونية وبقية خصائص منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في سبيل الوصول إلى منصة العولمة والمنافسة العالمية .





الشكل (٤) : العلاقات التبادلية فيما بين تقارنة المعلومات والاتصالات الالكترونية والتجارة الالكترونية في سبيل الوصول إلى منصة العولمة والمنافسة العالمية .

المصدر: إعداد الباحثين .

فالشكل يوضح تكامل وترتبط المقومات التي يجب أن تتوفر في المنظمات المعاصرة للدخول في العولمة والمنافسة العالمية .

أن المحركات العالمية تعبر عن بنية تحتية قاعدتها نظم الإنتاج الحديثة والمعرفة التسويقية وتتوسطها تقارنة المعلومات ، وهذه الخصائص الثلاثة أهلت المنظمات الصناعية المعاصرة لممارسة نشاط التجارة الالكترونية ثم الدخول في عالم المنافسة العالمية ، وهذه الخصائص جميعها تتطلب نظم إدارية وهياكل تنظيمية مرنّة ومفاطحة كخصائص عضوية للمنظمات المتعلمة والتي تعد السمة الأبرز للمنظمات المعاصرة لكي تستطيع من العمل بمرورنة والموائمة مع المستجدات البيئية والدخول في عصر العولمة والمنافسة العالمية مع المنظمات المناظرة لها

ومن الجدير بالذكر بان هناك العديد من المنظمات التي حققت انجازات واسعهًما عاليه في السوق على المستوى العالمي ، إذ تركت هذه المنظمات بصماتها الواضحة في الأسواق العالمية من حيث حجم مبيعاتها وأرباحها وانتشارها ، إذ صدرت مثلًا شركات (جنرال موتورز ، فورد ، تويوتا) على الصعيد العالمي و (سايك لصناعة الحديد والفولاذ السعودية) على الصعيد العربي قائمة اكبر (٥٠٠) شركة متميزة عالمياً . (CNN , 2006 , Money.com)

ظهور شركة عربية مع شركات عالمية لها حضورها في الأسواق العالمية يعطي دلالة على انه يمكن للمنظمات العربية إذا ما امتلكت ناصية العلم وذهنية إدارية مفتوحة ومتعددة قادرة على الابتكار والإبداع في نظم أعمالها وتعاملها السليم مع المستجدات والتحديات البيئية بأن تجد لها مكانة بين الكبار في تحقيق السبق التنافسي والتفوق .

الخلاصة :

تبين من البحث بان الفكر الإداري خلال المائة سنة الماضية قد شهد تطوراً تدريجياً في طروحاته الفكرية حول كيفية إدارة وتنظيم المنظمات من خلال ممارسات محددة ضمن معطيات كل مرحلة من مراحل عمل المنظمات حتى ظهرت بشكلها المعاصر ، حيث ساهمت كل مدرسة في اغناء الفكر الإداري وإنارة الطريق للمنظمات في كيفية تعاملها وتكيفها مع المستجدات البيئية .

كما بين البحث بان منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة هي المنظمات التي تمتاز بخصائص أخذت مساراً تدريجياً من التطور في أنظمتها الإدارية وهياكلها التنظيمية ونظم أعمالها لتتزامن مع التطور في كل مرحلة بحيث تكون المقومات معدة بشكل سليم للتعامل

مع أية مستجدات بيئية يمكن أن تظهر ، فالتطورات التقنية أتاحت وسائل اتصالات الكترونية متقدمة استثمرتها المنظمات في تفعيل أنشطتها وفتحت الباب أمام تسريع عملية نقل وتبادل المعلومات الكترونياً ، كما ساهمت في تكامل الأنشطة المختلفة داخل المنظمة ، وربطت المنظمة بشبكة اتصالات ومعلومات مع المنظمات أو الأطراف الأخرى المستفيدة ، مما مهد السبيل للدخول في نشاط التجارة الإلكترونية التي غيرت الكثير من أساليب التبادل التجاري التقليدي وعززت من قدرة المنظمة على المنافسة عالمياً والدخول في فضاء السوق الواسع دون حدود أو قيود ، وبذلك تمكنت المنظمات التي امتازت بالعصرية والحداثة من الدخول في العولمة التي تتطلب مجموعة من التقنيات المتقدمة والتي فرضت متطلباتها على الأمم وعلى المنظمات ، وحيث أن المقومات كانت مهيأة بشكل سليم وملائمة للدخول في عصر العولمة والمنافسة العالمية من قبل تلك المنظمات ، إذ قدم الباحثين مثلاً لأفضل أربعة شركات عالمية حققت النمو والاستثمار بما امتازت به من خصائص لمنظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة .

المصادر

أولاً: العربية :

١. البكري ، ثامر ياسر ، (٢٠٠٤) ، " إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتيجية العلاقة مع الزبون " ، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع ، جامعة الزيتونة ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، عمان ، المملكة الأردنية الهاشمية .
٢. إدريس، ثابت عبد الرحمن، (٢٠٠٥)، "نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة" ، الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية .
٣. إدريس، ثابت عبد الرحمن، (٢٠٠٦)، "كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية : مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم" ، الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية .
٤. حسن ، محمد حربى ، (٢٠٠٦) ، "الإدارة العربية وفرص مواكبة تحديات العولمة" ، ندوة التحديات المعاصرة لـالإدارة العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٥. ذكر ، ربيع علي ، (٢٠٠٦) ، "نظم معلومات الأعمال ودورها في عمليات التعلم المنظمي : دراسة على عينة من المنظمات الصناعية العامة في محافظة نينوى " ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
٦. السالمي ، علاء عبد الرزاق ، (٢٠٠٣) "نظم إدارة المعلومات" ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٧. الصرن ، رعد حسن ، (٢٠٠٢) ، "صناعة التنمية الإدارية في القرن الحادي والعشرين " ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، الجمهورية العربية السورية .
٨. الطعامة ، محمد محمود و العلوش ، طارق شريف ، (٢٠٠٤) ، "الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها في الوطن العربي" ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٩. عباس ، علي ، (٢٠٠٤) ، "أساسيات علم الإدارة" ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، المملكة الأردنية الهاشمية .

١٠. عبد الرضا ، صالح و دهش ، إحسان ، (٢٠٠٦) ، " نحو منظمات محلية متعلمة في ظل الألفية الثالثة " ، المجلة العراقية للعلوم الإدارية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، المجلد (٤) ، العدد (١٤) .
١١. العتيبي ، صبحي جبر ، (٢٠٠٥) ، " تطور الفكر والأساليب في الإدارة " ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، المملكة الأردنية الهاشمية .
١٢. عرفة ، احمد و شلبي ، سمية ، (٢٠٠٥) ، " إدارة العمليات والإنتاج بين أنظمة الجذب الحديث في عصر العولمة " ، دار النهضة للتوزيع ، جمهورية مصر العربية .
١٣. مراد ، عبد الفتاح ، (٢٠٠٤) ، " التجارة الالكترونية والبيع والشراء على شبكة الانترنت " ، الطبعة الأولى ، دار الأمين للطباعة والنشر ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
١٤. مرسى ، نبيل محمد ، (٢٠٠٦) ، " نظم المعلومات الإدارية: الحاسوب الآلي ، الاتصالات ، الشبكات ، الانترنت ، قواعد البيانات " ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، جمهورية مصر العربية .
١٥. مصطفى ، نهال فريد و عباس ، نبيلة ، (٢٠٠٥) ، " أساسيات الأعمال في ظل العولمة " ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، جمهورية مصر العربية .
١٦. مكليود ، راي蒙د ، (٢٠٠٠) ، " نظم المعلومات الإدارية " ، تعریب د. سرور علي إبراهيم سرور ، دار المريخ للنشر ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .
١٧. المنصور ، كاسر نصر ، (٢٠٠٥) ، " تكنولوجيا المعلومات تحرر المدير العربي من قيود الحاضر وهموم المستقبل " ، ندوة النزاهة والشفافية والإدارة العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
١٨. نجم ، عبود نجم ، (٢٠٠٤) ، " الإدارة الالكترونية : الإستراتيجية والوظائف والمشكلات " ، دار المريخ للنشر ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .

ثانياً: الأجنبية :

1. Carr , Houston H ., & Snyder , Charles A ., (2003), " The Management Of Communications " , 2nd ed , Mc-Graw Hill , New Delhi , India .
2. Chase , Richard B., & Aquilano, Nicholas J., & David , Mark M., (1995) , " Fundamental of Operations Management " , Irwin , London , U.K .
3. Daft , Richard L., (2001) , " Management " , 5th ed. , Thomson , South-West . U.S.A .
4. Kok , . J.A . , & Vanzyl . DC.R. , (2001) , " The Relationship Between Knowledge Management And Business Intelligence And Customer Relationship Management " , Jako@lw.rau.ac.za .
5. Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.,(2006) , " Marketing Management " , 12th ed , Prentice-Hall , New Jersey , U.S.A .

6. Krajewski, Lee J. & Ritzman, Larry P., (2005), "Operations Management: Process & Value Chains ", 7th Ed, Prentice Hall Inc, U.S.A.
7. Laudon , Kenneth C. & Laudon , Jan P. , (2002) , " Management Information Systems " , 7th ed , Prentice-Hall Inc, U.S.A .
8. Lee, Choong Y ,(2006) , " A New Manufacturing Information System", Computer-Aided Design & Applications , Vol. 3 , No.6, 2006.
9. Murillo , M.Garcia & Annabi , H , (2002) , " Customer Knowledge Management " , Journal of the Operational Research Society , Vol . 53 , No.8 .
10. O'Brien, James A.,(2004)," Management Information Systems " , 6th ed , Mc-Graw Hill , New York , U.S.A .
11. Post, Gerald V & Anderson, David L. , (2006) , " management information systems : solving Business Problems With Information Technology " ,4th ed , Mc-graw hill , New York .USA Rossiter , John R . ,(2001) , " What is marketing knowledge ? " , marketing theory articles , London , Vol . 1 .
12. Slack, Nigel. & Stuart , Chambers & Robert , Johnson , (2004), " Operations Management " 4th ed , Prentice Hall Inc , U.S.A .
13. Stair, Ralph M. & Reynolds , Georgew , (2003) , "Principles of Information Systems : A Managerial Approach " , 6th ed , Mc-Graw Hill , New York , U.S.A .
14. WWW.CNN MONEY.COM

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.