

## 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 بالغة التعقيد والتغيير من خلال إجراء التغييرات في أنظمتها الإدارية وهياكلها التنظيمية وابتكار نظم أعمال جديدة لتتزامن مع كل مرحلة بحيث تؤهلها للاستمرار والبقاء مع استمرارية تلك المعطيات الحاصلة بالبيئة بالشكل الذي عزز قدرتها على الصمود أمام المستجدات البيئية ، وسيبين البحث الدور الذي تلعبه تقانة المعلومات والاتصالات بما تمتلكه من وسائل وأدوات إلكترونية متطورة في سبيل تفعيل أنشطة المنظمات المعاصرة وتهينة المقومات السليمة للتعامل مع أية 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 .

إن التغير والتطور العلمي والتقني ضرورة حتمية لبقاء واستمرار المنظمات الحالية في ظل احتدام المنافسة الشديدة والتحويلات 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 للتكيف مع المتطلبات التنافسية دوماً ، والمنظمات الصناعية التي اكتسبت صفة العصرية والحداثة في الألفية الثالثة هي المنظمات التي وظفت ما أنتجته التطورات التقنية 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 تعبر عن توجه استراتيجي للتعامل بأساليب جديدة في إدارة علاقتها مع الزبائن والمجهزين 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 التصنيعية ومن أهم متطلبات عملها ، وكان ضرورة لإدامة العلاقة مع الزبائن وكسب رضاهم وولائهم ، لذلك كانت المقومات مهيأة وبشكل سليم للتعامل مع أية ظواهر حدثت في البيئة كالتجارة الالكترونية 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 ويهيئ لها عنصر البقاء والاستمرار في بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار .

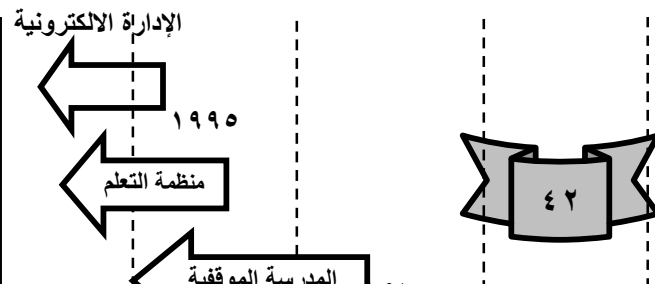
وفي هذا البحث نسعى اجتهاداً إلى استشراف الخصائص الأساسية للمنظمات الصناعية المعاصرة في الألفية الثالثة والتي جاءت عبر مخاض طويل من التطور في الأساليب وابتكار نظم أعمال جديدة مما يساعدها على التعامل السليم مع تحديات تلك الألفية، وسيتم ذلك عبر محاور متعددة يتم التركيز في جورها على تقانة المعلومات والاتصالات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

وسيتمتع البحث فرضية مفادها :

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

التطور التاريخي للفكر الإداري :

إن دراسة تطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية يكشف عن مساراً تاريخياً متصاعداً 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 المتعلمة في الثمانينيات لتتوج مسيرة التطور في منتصف التسعينيات بظهور الإدارة الالكترونية ، كأحدى الخصائص المتميزة لمنظمات الأعمال المعاصرة في الألفية الثالثة ، والشكل ( ١ ) يبين 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 أنفة الذكر تكشف عن الاتجاه الفلسفي المتبني من قبل كل منها بما يتفق مع معطيات الحقبة التاريخية ظهرت فيها ، إذ أوضحت كل مرحلة عن المشكلات والتحديات التي واجهت المنظمات وسبل البحث عن أفكار ونظم وممارسات كحلول لها وبما يضمن للمنظمات آنذاك ديمومة البقاء والاستمرار ، والجدول ( ١ ) يوضح التوجهات العامة لأفكار تلك المدارس وأطرها الفلسفية .

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

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

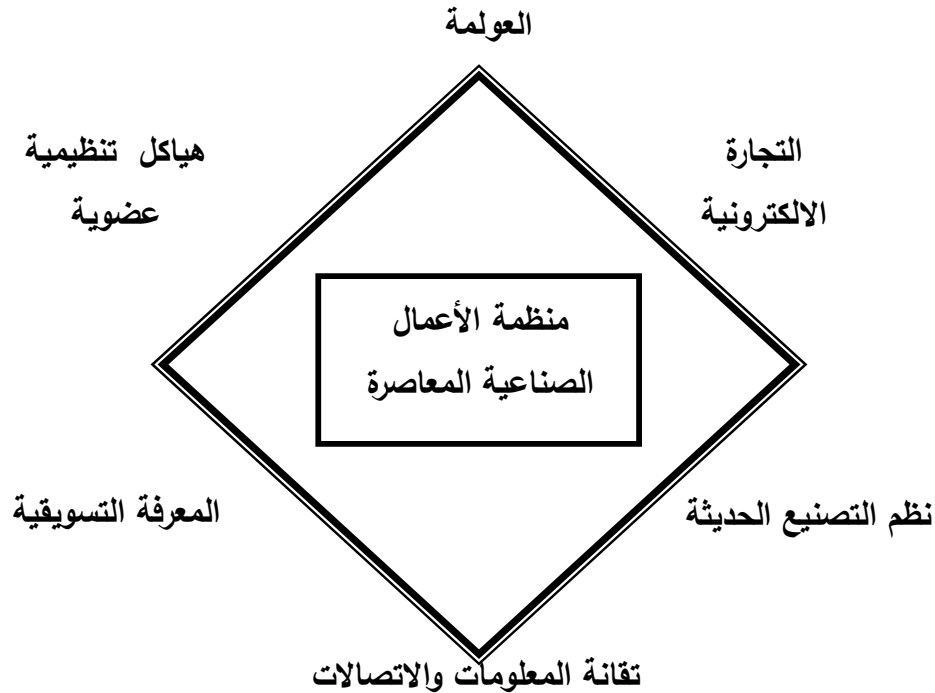
١	الكلاسيكية	١٨٩٠-١٩٢٤	اهتمت ببينة العمل الداخلية للمنظمة .	تنامي مشاكل الإنتاج ونوعيته.
٢	السلوكية	١٩٢٤-١٩٤٠	ركزت على أهمية وقيمة الإنسان سعت إلى دراسة سلوك الفرد ومعرفة تأثير المجتمع ( البيئة ) وحاجاته غير المشبعة على سلوكه.	الآثار السلبية لإهمال الجانب الإنساني وعدم التفاعل والتنسيق مع البيئة الخارجية.
٣	الكمية	١٩٤٠-١٩٥١	التعامل مع المشكلات وصنع القرارات بطريقة منهجية ومبرمجة وبالاعتماد على التحليل الكمي والأساليب الإحصائية والنماذج الرياضية في حل المشكلات .	تزايد التحديات البيئية التي تطلبت لمواجهتها بقرارات فاعلة ودقيقة.
٤	النظم	١٩٥١-١٩٦٠	اعتبار المنظمة نظاماً مفتوحاً تتألف من نشاطات غير مترابطة تتفاعل مع بعضها البعض مع البيئة الخارجية .	استمرارية تعقد البيئة الخارجية وانعكاساتها على بيئة العمل الداخلية لتحقيق الموائمة والتكيف مع البيئة الخارجية
٥	الموقفية	١٩٦٠-١٩٨٠	ركزت على التصميم التنظيمي والأسلوب الإداري الملانم لمعطيات البيئة بنوعها الداخلية والخارجية ، وأهمية قيام الإدارة باختيار المدخل أو المداخل الإدارية بما يتناسب مع الظروف السائدة في البيئة المحيطة .	تمثلت أفكارها من خلال معطيات مدرسة النظم .
٦	المنظمة المتعلمة	١٩٨٨-١٩٩٥	السعي 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	الإدارة الالكترونية	١٩٩٥ - لحد الآن	السعي 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 : ٤٦-٦٠ ) ، ( إدريس ، ٢٠٠٥ : ١٢٤ ) ، ( العتيبي ، ٢٠٠٥ : ١١٠ ) ، ( عبد الرضا ودهش ، ٢٠٠٦ : ٤١ ) ، ( نجم ، ٢٠٠٤ : ١١٧ ) .

يتبين 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 ما هي عليه من خصائص جاءت خلاصة لتجارب وممارسات وأساليب ونظم عمل مبتكرة للتعامل مع أية ظاهرة من الظواهر التي تحدث في البيئة لتكون المقومات مهياة 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 أنتجته المدارس الإدارية عبر مراحل تطورها من جانب ، والتطورات التقنية من جانب آخر في إعادة صياغة هيكل الأعمال وابتكار نظم أعمال جديدة تواكب تلك التغيرات بما يمكنها اكتساب سمة العصرية والحدثة وتحقيق 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 بيئة الأعمال المعقدة التي تعمل فيها هذه المنظمات ، إذ ساهم استخدام تطبيقات تقانة المعلومات المتنوعة في ترشيد نظم المعلومات من خلال ما توفره من دقة عالية وسرعة في الحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المختلفة .

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

وتعد تقانة المعلومات الآن إحدى الموارد الأكثر أهمية في بيئة الأعمال المعاصرة ، إذ يتم الاستفادة منها في المنظمة بشكل رئيسي من خلال عمليات التعاقد ، وتتمثل فكرة التعاقد 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 التعاقد 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 وجوهرها إلى الاختلافات في كمية ونوعية وتوقيت وملائمة المادة الرئيسة التي تشكل البيئة والقاعدة والخلفية الشاملة لصناعة القرار ، وتصميم المنظمة ، وتكامل وظائفها ، وتكامل وظائف المدير ، وهذه المادة هي المعلومات من جهة و تقانة المعلومات المستخدمة في التعامل مع هذه المعلومات و البيانات 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 المتخذة ، 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 مايقارب ( ٦٥٠ MB ) من المعلومات ، أي مايعادل تقريباً ( ٦٥٠ مليون حرف ) من حروف نصوص الكتابة الاعتيادية ، أما من حيث الوقت فان لتقانة المعلومات دوراً كبيراً في القضاء على قيود الوقت في منظمات الأعمال في الألفية الثالثة كونها تساعد تلك المنظمات في تقليص الوقت المستغرق عادة في الحصول على المعلومات وسرعة تشغيلها والاستفادة منها وإرسالها وتبادلها بين الحاسبات المختلفة والمتباعدة . ( إدريس ، ٢٠٠٥ : ١٥٢ - ١٥٦ )

كما أن المدراء عادة مايتخذون 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 )

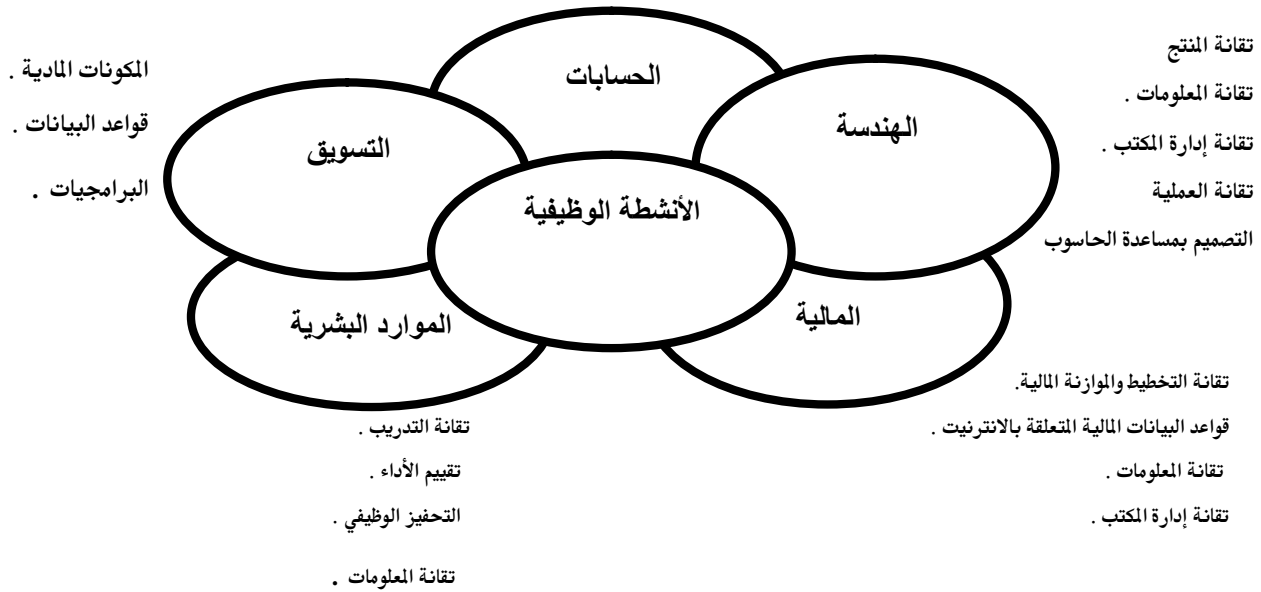
- الاستفادة منها في تصميم وبناء المنظمة .
- تنمية الاتصالات الالكترونية بين المنظمات وزبائنها ومموليها .
- تحديد إستراتيجية الشبكة العنكبوتية العالمية (WWW) : فالانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية تعرض طرائق جديدة لتقديم المعلومات والاتصالات والارتباط بالتجارة ، وخير مثال على ذلك ( التجارة الالكترونية ) .
- 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 التنافسي ، والتي تعبر 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 الانتفاع منها واتخاذهم القرارات الفاعلة التي تساهم في دعم المكانة السوقية لمنظماتهم ، إذ تتداخل 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 الكترونياً.

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 ", 7<sup>th</sup> 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 والتكامل بين الأنشطة الوظيفية المختلفة من جانب آخر ، مما يتيح للمنظمات السرعة والدقة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية الفاعلة بهدف تخفيض الكلف وزيادة الأرباح وتحسين المنتجات لإشباع حاجات ورغبات الزبائن الحالية والمستقبلية ، مما يساعد ذلك على تحفيز عاملي 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 لآخر بهدف توفيرها للأطراف المختلفة داخل وخارج المنظمة .

وقد أدت عملية ربط الحاسبات 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 تقريب مواقع العمل المختلفة للمنظمة الواحدة من خلال إمكانية الاتصال وتبادل الأفكار بين أفراد المنظمة الواحدة ذات الفروع المتباعدة جغرافياً .

(Stair&Reynolds,2003:228-229)

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

وأصبحت الاتصالات الالكترونية في إطارها المعاصر مدخلاً استراتيجياً لتغيير 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 تعترض الطرق التقليدية في الاتصالات ، والسبب في ذلك يرجع إلى تقانة المعلومات التي عززت من القدرات الإستراتيجية لنظم الاتصالات (الطعامنة و العلوش ، ٢٠٠٤ : ٧٧)

**أدوات الاتصالات الالكترونية :** إن الأشكال الحديثة لتقانة الاتصالات الالكترونية تتمثل في الآتي :

- **الإنترنت :** يعد الانترنت احد 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 آخرأً متطوراً للبريد الالكتروني ، إذ يمكن بواسطته إرسال الرسائل الصوتية الرقمية عوضاً عن النصوص الالكترونية .

- **الفاكسميل :** 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 بان أدوات الاتصالات الالكترونية تتعدى الوسائل الأربعة المذكورة أنفاً لتشمل أيضاً النشر الالكتروني والهواتف المربوطة بشبكة الانترنت . ( O'Brien , 2004: 170 )

**منافع الاتصالات الالكترونية:** إن ظهور التقانات الحديثة في مجال الاتصالات قد اثار 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 المواقع الجغرافية فيما بينها . ( السالمي ، ٢٠٠٣ : ١٢٤ )

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

- تقليل الاعتماد على التفاعل المألوف والمتكرر 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 لتسبق 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 وعابرة القارات تتجه نحو التوسع في التجارة الالكترونية بالاستفادة من التطورات التقنية الهائلة في العقل الآلي وأنظمة الاتصالات الالكترونية والشبكية باستخدام الانترنت وغير ذلك والتي تتيح الاتصال السريع بكافة أنحاء العالم وإتمام الصفقات التجارية مع المجهزين أو الزبائن أو غيرهم من خلال نظم التجارة الالكترونية المتقدم والتي تساهم في الإنتاج والتسويق على نطاق واسع ، كما تمكن من الحصول على المستلزمات اللازمة للتصنيع على الوجه الأمثل . ( عرفة وشلبي ، ٢٠٠٥ : ٦ )

كما أن بيئة الأعمال اليوم بيئة تنافسية لا يمكن لأي منظمة من البقاء والاستمرار فيها من دون امتلاكها للمرونة والتي تتمثل بالقدرة على الاستجابة السريعة في التغييرات السوقية وأذواق الزبائن والتكيف معهما من خلال تقليص 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 لتواكب 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 تقانة الإنتاج الأمثل .
- نظام التصنيع المتكامل بالحاسوب .
- نظام الإنتاج المرن .

وتعد نظم التصنيع المتكاملة من أنظمة الاستجابة السريعة ومعظم منظمات الأعمال الصناعية استخدمت نظام تصنيعي معين لملاحقة التطور في نظم التصنيع ، والذي من أهم مميزاته تحقيق الموائمة بين تقنيات المعلومات والاتصالات وأفراد ذوي معرفة ومهارة وبين البيئة ، ولقد ساهمت نظم الاستجابة السريعة في إحداث ترتيب للمزايا التنافسية بحيث أصبح التركيز الآن 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 .

وتعد 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 متعزراً . ولذلك اتجهت المنظمات الصناعية المعاصرة إلى استحداث وإقامة نظم معلومات التصنيع في عملياتها وأنشطتها التصنيعية بغية تقديم المنتجات التي تلبي حاجات ورغبات الزبائن وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية الأسمى . ( 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 انسياب المعلومات وذلك من خلال تبادل المعلومات إلكترونياً وإتاحة كافة المعلومات عن المنتجات والخدمات أمام الزبون من تبادل للمعلومات عن المنتج وبحسب رغبته من المنظمة الصناعية ، فضلاً عن تمكين المنظمات الصناعية ومن خلال توظيف المعلومات للتوسع جغرافياً والامتداد عبر الحدود التنظيمية إلى أفق أوسع والدخول في عالم المنافسة والعولمة .

**ثالثاً : المعرفة التسويقية :** إن منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة الناجحة والمتميزة في الأسواق العالمية هي المنظمات التي تمتلك الإدارة المعرفية التي تحتوي وتستوعب 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 تعبر المعرفة التسويقية عن توجه استراتيجي للتعامل بأساليب جديدة في إدارة علاقتها مع الزبائن والمجهزين 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 للتسلح بالمعرفة بشكل عام والمعرفة التسويقية منها بشكل خاص كإحدى الفلسفات الحديثة والمعاصرة في الفكر والعمل الإداري داخل المنظمات لكسب الزبائن من جهة ولمواجهة المنافسة التي تشهدها أسواق العولمة من جهة أخرى ، وتعرف المعرفة التسويقية على إنها " المرشد المنضبط لتمييز المعرفة التسويقية وترويجها بين الأفراد لتطوير معرفتهم الحالية وتكوين 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 تعد 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 وتنويع المنتجات المقدمة لهم وإن تكون أكثر إيصاءً

وتجاوباً 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، ٢٠٠٤: ١٧)

وعملية التبادل في المعلومات تتمثل 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 يركز على فلسفة أن رغبات الزبائن تفوق حاجاتهم وأصبحوا ينفقون أموالهم على المنتجات التي تتفق ورغباتهم وليس لمجرد إشباع حاجاتهم من الطعام والكساء وغيرها ، ويتطلب ذلك من منظمات الأعمال الصناعية المعاصرة التحول في التفكير وبخاصة فيما يتعلق بالنشاط التسويقي فلم يعد ممكناً الآن 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 التقني 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 وعلاقاتهم مع الأسواق أو المنظمات وهذا التوسع في جمع البيانات وتقديمها قد يتضمن الاتصال بخطوط الزبائن عندما تكون هناك رغبة أكيدة لتوثيق الاتصالات معهم لذلك فإن تقانة الاتصالات تلعب دوراً كبيراً في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وإن 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 ، ٢٠٠٤ : ١٩ ) .

#### رابعاً : التجارة الالكترونية :

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

إذ أتاح هذا النوع من التجارة المجال لتكوين مناخ عالٍ جداً من المنافسة بين المنظمات العالمية ، والسبب في ذلك هو تزامن 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 . ( مرسي ، ٢٠٠٦ : ٣٢٩ )

وتعرف التجارة الالكترونية بأنها " عمليات بيع، شراء ، ترويج ، تسليم ، دفع السلع والخدمات والمعلومات فيما بين المنظمات المعاصرة والمتطورة ، الزبائن ، المجهزين عبر استخدام وسائل الاتصالات الالكترونية الحديثة " . ( O'Brien, 2004:G6 )

كما عرفت التجارة الالكترونية بأنها " مجموعة من التعاملات والتسهيلات البيعية الالكترونية ، تقوم بها منظمات الأعمال المعاصرة بهدف بيع منتجاتها من السلع أو الخدمات عبر خدمة

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

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 توفره 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

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

Source: Post , Gerald V & Anderson , David L , (2006) , " management information systems " , 4<sup>th</sup> 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 للزبائن :** هناك العديد من المنافع التي تقدمها التجارة الالكترونية للزبائن تتمثل بالاتي :

- أن التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للزبون 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 للزبون بسبب قابلية وصول الزبون إلى المنتجات والمنظمات التي لم تكن متوفرة بالقرب منه .

- تعد التجارة الإلكترونية في اغلب الأحيان أرخص الأماكن للتسوق لان الزبون يستطيع أن يتسوق من عدد لا حصر له من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع منظمة مع أخرى بسهولة ، ليحصل على أفضل عرض ، في حين يصبح الأمر صعباً إذا استلزم زيادة كل موقع جغرافي مختلف فقط من اجل 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 الزبون .

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

• توفر للزبائن فرص عالية في إشباع حاجاته كمياً 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، 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 لكلف التجهيز والتمويل وتغيير وسطاء التوزيع. (حسن، 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 تمكنها من عرض منتجاتها والتفاعل بشكل أكبر مع زبائنهم. (مصطفى و عباس، ٢٠٠٥: ١٢٠)

وهناك العديد من المنظمات الرائدة التي وضعت التجارة الإلكترونية في كل استراتيجيات أعمالها ومنها على سبيل المثال شركة (Dell) المتخصصة بصناعة الحواسيب الإلكترونية التي وفرت إمكانيات التبادل عبر الإنترنت في (٣٦) بلداً وبثمانين لغة، وقد استخدمت الشركة شبكات (الاكسترا نيت) 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 حقق للشركة امتلاك ميزتي الكلفة 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 متنوعة حيث تكون بيئة العمل مهياً بشكل مناسب مع تلك الظواهر مما يحقق الكفاءة والفاعلية في الأداء. وتتلخص أبرز التأثيرات التي تتطلبها تلك الظواهر على تصميم المنظمات الصناعية المعاصرة بما يأتي:

• التحول نحو التفلطح الأفقي للهياكل التنظيمية وإلغاء حواجز التقسيم إلى إدارات بالاعتماد على الوظيفة وفتح العمل الجماعية التي يتم تحديدها من خلال المنتج أو خط المنتجات، أو التعاقد أو التصنيع الخارجي والاتصال عن بعد. (إبريس، ٢٠٠٦: ٧٥)

• تقليل المستويات الإدارية والاتجاه نحو اللامركزية والمرونة.

• إزالة العوائق الزمانية والمكانية التي ميزت الهياكل التنظيمية التقليدية، فقد أصبح اليوم بمقدور فرق العمل أن يتعاونوا عبر شبكة الانترنت وهم في مواقعهم المتباعدة في أماكن عديدة من العالم، وقد استخدمت شركة (whirlpool) نظام عمل فرقي مكون من أعضاء منتشرين

في الولايات المتحدة والبرازيل وإيطاليا وذلك من أجل تطوير نموذج جديد من التلجيات التي تقوم بصناعتها .

- التنسيق الداخلي للأعمال من خلال شبكة ( الانترنت ) التي تربط الأفراد مهما اختلفت أماكنهم ومواقعهم حول العالم . كذلك تحقيق التنسيق الخارجي مع الموردين والموزعين والزبائن من خلال شبكة ( الاكسترنيت ) من أجل إتمام عملية التجارة الالكترونية .
- امتلاك المنظمات أفراد ذوي معرفة ومهارات تخصصية في الحاسب الآلي لضرورات تطلبتها تقانة المعلومات ولتمكين المنظمة من إتمام عمليات التجارة الالكترونية والمنافسة على المستوى العالمي .

#### سادساً : العولمة :

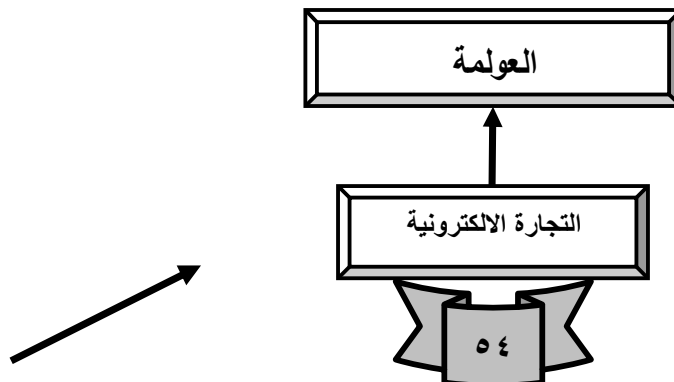
من نتائج التغييرات الاقتصادية في بيئة الأعمال الدولية هو ظهور ظاهرة العولمة التي ساعدت على تزايد وازدهار المنافسة وعلى المستوى العالمي ولمختلف أنواع المنظمات مهما كان حجمها ، ووصلت إلى مستوى كبير من التقدم .

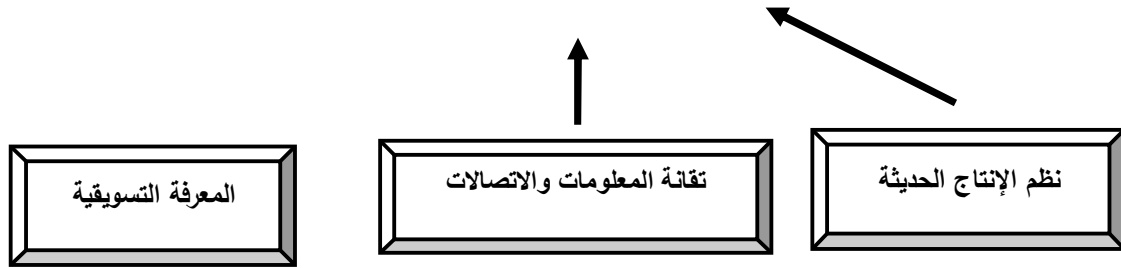
ويشير مصطلح العولمة إلى " المنافسة العالمية التي تتميز بوجود شبكة عمل تربط الدول والمنظمات وكذلك الأفراد في اقتصاد عالمي يتصف بالاعتمادية والتداخل " . ( مصطفى وعباس ، ٢٠٠٥ : ١١٩ )

في ظل عصر المعلومات وثورة التقانة التي نعيشها الآن فإن 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 للانهايار والتلاشي لعدم قدرتها على التكيف مع البيئة الديناميكية السريعة التغيير . ( زكر ، ٢٠٠٦ : ٣ )

ومع بداية الألفية الثالثة تتضح أهمية الأدوار الإدارية في منظمات الأعمال المعاصرة وكفاءتها في القيام بالمهام المناطة بها ، ولعل ذلك يعد مطلباً أساسياً من أجل الصمود أمام تيار العولمة وتحقيق الأهداف المرتبطة بها ، فالكفاءة الإدارية تصبح على درجة بالغة من الأهمية من أجل الوصول إلى الأداء المتقن والانجاز العالي في مواجهة المنافسة العالمية الحادة في هذا العصر ، ولاشك بأن 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 تشهدها 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 مساهماتها تصل إلى ما يزيد عن ثلثي حجم التجارة العالمية ، وهذه المنظمات العملاقة العالمية أصبحت تلعب دوراً مؤثراً في دعم وانتشار ظاهرة العولمة لتأثرها بأبعادها العديدة سواء أكانت هذه الأبعاد إستراتيجية أم اقتصادية متعلقة بالطلب والعرض والمنافسة وغيرها . ( عرفة وشليبي ، ٢٠٠٥ : ٣٦ )

والشكل ( ٤ ) يقدم مخططاً هيكلياً يوضح العلاقات التبادلية فيما بين تقانة 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 تقانة المعلومات والاتصالات الالكترونية والتجارة الالكترونية في سبيل الوصول إلى منصة العولمة والمنافسة العالمية .

المصدر : إعداد الباحثين .

فالشكل يوضح تكامل وترابط 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 تقانة 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 مرنة ومفطحة كخصائص عضوية للمنظمات المتعلمة والتي تعد السمة الأبرز للمنظمات المعاصرة لكي تستطيع من العمل بمرونة والموائمة مع المستجدات البيئية والدخول في عصر العولمة والمنافسة العالمية مع المنظمات المناظرة لها .

ومن الجدير بالذكر بأن هناك العديد من المنظمات التي حققت انجازات واسهماً عالية في السوق على المستوى العالمي ، إذ تركت هذه المنظمات بصماتها الواضحة في الأسواق العالمية من حيث حجم مبيعاتها وأرباحها وانتشارها ، إذ تصدرت مثلاً شركات ( جنرال موتورز ، فورد ، تويوتا ) على الصعيد العالمي و ( سابك لصناعة الحديد والفولاذ السعودية ) على الصعيد العربي قائمة أكبر ( ٥٠٠ ) شركة متميزة عالمياً . ( CNN , 2006 )

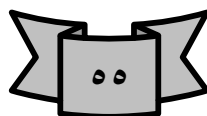
(Money.com)

فظهر شركة عربية مع شركات عالمية لها حضورها في الأسواق العالمية يعطي دلالة على انه يمكن للمنظمات العربية إذا ما امتلكت ناصية العلم وذهنية إدارية متفتحة ومتجددة 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 بأن 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 بأن 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 متطورة 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 الالكترونية 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 والحدثة من الدخول في العولمة التي تتطلب مجموعة من التقنيات المتفوقة والتي فرضت متطلباتها على الأمم وعلى المنظمات ، وحيث أن المقومات كانت مهياة 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 اللوجيستية : مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم "، الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية .
٤. حسن ، محمد حربي ، ( ٢٠٠٦ ) ، " الإدارة العربية وفرص مواكبة تحديات العولمة " ، ندوة التحديات المعاصرة للإدارة العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٥. زكر ، 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 الالكترونية 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 .

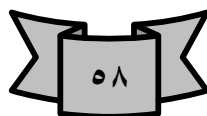


١٠. عبد الرضا ، صالح و دهش ، إحسان ، ( ٢٠٠٦ ) ، " نحو منظمات محلية متعلمة في ظل الألفية الثالثة " ، المجلة العراقية للعلوم الإدارية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، المجلد (٤) ، العدد (١٤) .
١١. العتيبي ، صبحي جبر ، ( ٢٠٠٥ ) ، " تطور الفكر والأساليب في الإدارة " ، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر 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. مرسي ، نبيل محمد ، ( ٢٠٠٦ ) ، " نظم المعلومات الإدارية: الحاسب 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 ، رايموند ، ( ٢٠٠٠ ) ، " نظم المعلومات الإدارية " ، تعريب 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 " , 2<sup>nd</sup> 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 " , 5<sup>th</sup> 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](mailto:Jako@lw.rau.ac.za) .
5. Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.,( 2006 ) , " Marketing Management " , 12<sup>th</sup> ed , Prentice-Hall , New Jersey , U.S.A .

6. Krajewski, Lee J. & Ritzman, Larry P., (2005), "Operations Management: Process & Value Chains ", 7<sup>th</sup> Ed, Prentice Hall Inc, U.S.A.
7. Laudon , Kenneth C. & Laudon , Jan P. , ( 2002 ) , " Management Information Systems " , 7<sup>th</sup> 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 " , 6<sup>th</sup> 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 " , 4<sup>th</sup> 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 " 4<sup>th</sup> ed , Prentice Hall Inc , U.S.A .
13. Stair, Ralph M. & Reynolds , Georgew , ( 2003 ) , "Principles of Information Systems : A Managerial Approach " , 6<sup>th</sup> ed , Mc-Graw Hill , New York , U.S.A .
14. [WWW.CNN](http://WWW.CNN.MONEY.COM) 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.