

I- مفهوم إدارة الاعمال (Business Management): وقبل التطرق لمفهوم إدارة الأعمال نتطرق إلى مفهوم الإدارة:

لقد تمّ تقديم العديد من تعاريف الإدارة من طرف الباحثين والكتاب، وذلك في ضوء مداخل متعددة حيث:

عرّفها فريدريك تايلور بأنّها: " المعرفة الصحيحة لما يريد الرجل عمله ثم التأكد من أنه يقوم بعمله بأحسن طريقة".

أما هنري فايول: "يقصد بالإدارة التنبؤ والتخطيط والتنظيم وإصدار الأوامر والتنسيق والرقابة".

كما هناك من عرّفها على أنّها: "الشكل الذي تتعاون فيه جهود جماعية لتحقيق أهداف معينة".

وهناك من يرى أن الإدارة تمثل مجمل العمليات المرتبطة بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة التي ترمي إلى تحقيق أهداف حددت مسبقا. وهي تسعى لتحقيق الأهداف المنظمة بطريقة فاعلة وكفؤة من خلال عمليات التخطيط، التنظيم والتوجيه والرقابة للموارد المتاحة.

ومن خلال هذه التعاريف نلاحظ أن الإدارة هي ذلك النشاط الذي يهتم بتخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة أعمال الآخرين لتحقيق هدف. فإذا كانت الأهداف التي تسعى الإدارة لتحقيقها أهداف خاصة كهدف الربح مثلا، يطلق على الإدارة هنا إدارة الأعمال، أما إذا كانت الأهداف التي تسعى الإدارة لتحقيقها أهداف عامة كهدف تقديم خدمة مثلا دون تحقيق الربح، فإنه يطلق على الإدارة في هذه الحالة، الإدارة العامة، وهي تمثل أعمال المؤسسات العامة والحكومية على اختلاف أنواعها وأشكالها.

ومن خلال ما سبق يلاحظ أنّ إدارة الأعمال هي نوع من التخصصات في مجال الإدارة وتتركز على إدارة الشركات والمؤسسات التجارية. وتعرّف بأنّها مجموعة من الممارسات والمفاهيم التي تستخدم لتنظيم وإدارة الأنشطة التجارية والمؤسسات، ويشمل ذلك التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة لتحقيق أهداف المؤسسة. ببساطة، إدارة الأعمال تشمل كل ما يتعلق بكيفية تشغيل وتنظيم وتحسين العمليات في السياق التجاري وفي سياق الأعمال. وهناك عدة عناصر رئيسية في إدارة الأعمال، بما في ذلك التسويق، والموارد البشرية، والمالية، وإدارة العمليات. يهدف كل جزء من هذه العناصر إلى تحقيق أهداف المؤسسة.

ويقصد بالأعمال كافة الأنشطة المبذولة وتوزيع السلع والخدمات اللازمة لإشباع الحاجات والرغبات الإنسانية المختلفة،

أما المنظمة فيقصد المصنع أو البنك أو المتجر أو غيرها من الأشكال.

لذا يمكن القول أن منظمات الأعمال هي تلك المنظمات أو الوحدات الاقتصادية التي تعمل على إشباع احتياجات ورغبات الأفراد من خلال تقديم مجموعة من السلع والخدمات وذلك بهدف تحقيق الربح.

II- خصائص إدارة الأعمال: تتميز إدارة الأعمال بمجموعة من الخصائص:

- هي عملية مستمرة؛

- تؤثر وتتأثر بالبيئة؛

- موجهة نحو الهدف،

- هي نشاط عام؛ حيث توجد ضمن كافة النشاطات الإنسانية، وتُطبق مع كافة أنواع الأعمال الخاصة بالمنشآت الكبيرة أو الصغيرة، وتستخدم مبادئ الإدارة في كافة النشاطات الإنتاجية، والتمويلية، والتسويقية؛

- تتميز إدارة الأعمال بأنها عبارة عن فن وعلم.

III- مستويات الإدارة: إن المنظمة تتكون من مجموعة أفراد لا يتساوون في السلطات والمسئوليات، لذلك توجد ثلاث مستويات إدارية هي:

III-1: الإدارة العليا: تتعامل على مستوى المشروع كوحدة متكاملة ومن ثمة هي تهتم بعمليات رسم السياسات العامة والأهداف طويلة المدى للمشروع.

III-2: الإدارة الوسطى: تختص بعملية ترجمة الأهداف والسياسات العامة المحددة من مستوى الإدارة العليا إلى خطط وبرامج عمل وتشرف على وضعها موضع التنفيذ، أي أن الإدارة الوسطى هي أداة الإدارة العليا لوضع قراراتها موضع التطبيق العملي من خلال القرارات الإجرائية التي تحول الخطط والأهداف إلى نشاطات وإنجازات. كما تهتم بتوفير المعلومات حول الإمكانيات والمعوقات لكي تغذي الإدارة العليا.

III-3: الإدارة الدنيا (التنفيذية): تتم في هذا المستوى العمليات التنفيذية وبأعلى درجة من التفصيل تقوم بالإشراف اليومي الدقيق على تطوير سير العمليات.

IV- علاقة إدارة الأعمال بالعلوم الأخرى: يعتبر علم الإدارة علم متعدد المراجع والمصادر وبالتالي فهو على علاقة قوية ووثيقة بمختلف العلوم والمجالات ومن أهمها:

IV-1: علم الاقتصاد: يبحث علم الاقتصاد في جهود الفرد بغرض زيادة منافعه كما أنه يقوم بدراسة الفرد من الناحية الاجتماعية التي يقوم فيه بإشباع حاجاته من السلع والخدمات المادية وغير المادية، من خلال الأنشطة الاقتصادية ابتداء من الاستثمار والاستهلاك والادخار، وبالتالي فإن الإمام بالمبادئ والأصول التي تضبط وتحكم إيقاع حركة هذا العلم من شأنه أن يساعد الإداري على التخطيط واتخاذ القرار الكفء الذي يضمن تحقيق أهداف المنظمة بأعلى جودة وبأقل تكلفة ممكنة.

IV-2: علم النفس: يبحث علم النفس في شخصية وسلوك الفرد من حيث دوافعه واتجاهه وحاجته، إن الإمام بالمبادئ والأصول التي تضبط وتحكم إيقاع حركة هذا العلم من شأنه أن يساعد الإداري على السيطرة والتنبؤ بسلوك الفرد ومن ثم الجماعة، وبالتالي تمكنه من تحديد واختيار نوع وحجم الحوافز التي يمكن استخدامه للتأثير الإيجابي على سلوكه وخدمة مصلحة العمل.

IV-3: علم الاجتماع: يساعد علم الاجتماع الذي يبحث في سلوك الفرد والجماعة وكل ما ينطوي عليه من عادات وتقاليد وقيم، في فهم خصوصيات الجماعات وتكييفها بما يخدم مصلحة العمل.

IV-4: علاقة الإدارة بتكنولوجيا ونظم المعلومات: تعتمد الإدارة الحديثة على تكنولوجيا المعلومات في كافة عملياتها الإدارية، فكبر حجم البيانات والمعلومات المتوفرة داخل المنظمة، لاتخاذ مختلف القرارات يوجب على المدير ومنتخب القرار في جميع المستويات الإدارية استخدام نظم المعلومات، ومختلف التكنولوجيات المتاحة حتى يتسنى لهم تجميع وتحليل مختلف البيانات، وتصنيفها وبالتالي توفير المعلومات المناسبة بسرعة وجودة عالية، مما يساعد على اتخاذ قرارات سلمية.

وهكذا نستنتج أنّ الإدارة تستفيد من كافة أدوات التحليل التي تقدمها العلوم المختلفة، وذلك من أجل تحليل بيئتها الداخلية والخارجية، والعمل على النهوض بها وتحقيق الفعاليات المطلوبة، فتستفيد من أدوات التحليل النفسي التي يقدمها علم النفس في تحليل سلوكيات العاملين، وتستفيد من أدوات التحليل الإحصائي.

V- مفهوم بيئة المؤسسة:

يقصد بالبيئة بأنها كافة المتغيرات التي لها علاقة بأهداف المؤسسة وتؤثر على مستوى كفاءتها وفعاليتها وهذه المتغيرات تخضع لحد كبير لسيطرة الإدارة مثل مستوى أداء العمال وتشغيل عناصر الإنتاج، ومنها ما لا يخضع لسيطرة الإدارة مثل القرارات السياسية، العادات والتقاليد... إلخ.

ومن هنا يلاحظ أنّ البيئة تقسم إلى بيئة داخلية تتمثل في الهيكل التنظيمي والموارد المادية والبشرية والثقافة التنظيمية، وبيئة خارجية (محيط المؤسسة) تتمثل في جميع العوامل التي تحيط بالمؤسسة والتي لا تخضع لسيطرتها.

ويقصد بمحيط المؤسسة أنه العوامل المحيطة بالمؤسسة والمؤثرة عليها وعلى الإدارة، حيث تعبر إلى حدّ ما عن مجموعة من القيود التي تتحكم جزئياً في توجيه المؤسسة، وهذه الأخيرة تأخذ متغيرات وتأثيرات محيطة كمعطيات خارجية يصعب التحكم فيها، وعليها أن تعمل على تحديد مسارها من خلال الوسائل المختلفة مثل التخطيط والاستراتيجية وغيرها من أدوات التسيير والإدارة، وكلّما نجحت في تفادي ضغوط المحيط في استمرار عملها بالتأقلم معه وتحقيق توازنها فيه، نجحت في البقاء وتحقيق أهدافها.

كما هناك من يرى أنّ محيط المؤسسة هو مجموعة العوامل التي تؤدي إلى خلق الفرص والتهديدات للمؤسسة. حيث يركّز هذا المفهوم على إبراز دور البيئة في رسم استراتيجية المؤسسة.

VI: عناصر محيط المؤسسة:

يتكون محيط المؤسسة من مجموعة من العناصر تتمثل في:

VI-1: المحيط المباشر: ويسمى أيضا بالمحيط الخاص (البيئة الخارجية الخاصة أو المباشرة أو البيئة التنافسية) وهو يتكون من عوامل ذات تأثير مباشر على أداء المؤسسة، مثل الموردون والعملاء والموزعون والوكالات أو المنظمات الحكومية ذات العلاقة، والمنافسون الذين يجب أن تتفاعل معهم المؤسسة.

وبشكل عام يقصد بالبيئة الخاصة أو بيئة التنافس (المحيط المباشر) بأنها مجموعة المتغيرات التي تمتلك تأثيرا مباشرا على جميع المؤسسات العاملة في صناعة ما. والصناعة هي مجموعة المؤسسات التي تقدم سلع أو خدمات متماثلة أو قابلة للإحلال فيما بينها، وتشمل هذه المتغيرات حالة المنافسة بين المؤسسات الموجودة في الصناعة، المنافسين المحتملين، الموردين، المشترين، المنتجات البديلة، بالإضافة إلى القوى الأخرى المرتبطة بأصحاب المصالح. ويمكن الإشارة إلى أنّ التفاعل بين هذه المتغيرات يؤثر سلبا أو إيجابا في القدرة التنافسية للمؤسسات العاملة في الصناعة وبالتالي الحصص السوقية لكل منها، فضلا عن العوائد والأرباح التي يمكن أن تحققها.

VI-2: المحيط غير المباشر: ويسمى أيضا بالمحيط العام (البيئة الخارجية العامة أو غير المباشرة) وهو الإطار الجغرافي الذي تعمل فيه جميع المؤسسات بما فيها المؤسسة المعنية، وبالتالي فإنّ تأثير هذا المحيط ينسحب على جميع هذه المؤسسات. ومن بين عناصر هذا المحيط نجد ما يلي: البيئة الاقتصادية، البيئة التكنولوجية، البيئة الطبيعية، البيئة السياسية والقانونية، البيئة الاجتماعية والثقافية.

VII- العلاقة بين المحيط والمؤسسة:

العلاقة بين المحيط والمؤسسة علاقة تبادلية اعتمادية تتمثل بأساليب العرض والطلب، الفرص أو التهديدات، وكلّما استطاعت المؤسسة أن تتكيف مع البيئة أو تعمل على تغيير بعض مفرداتها الأساسية استطاعت البقاء والنمو ومن ثمّ الازدهار في تلك البيئة، وتتمثل في:

VII-1: تأثير المحيط في المؤسسة: تؤثر عوامل المحيط في المؤسسة بأسلوبين:

الأول: أنّ هذه العوامل تفرض أو تضع حدودا معينة لعمل المؤسسة، ومن هنا جاءت أهمية امتلاك المديرين لمقاييس معينة هدفها السيطرة على البيئات الاقتصادية والاجتماعية والفنية. ولتحقيق ذلك لا بدّ من استخدام المهارات الإدارية في مجالات اتخاذ القرارات والتخطيط والتنبؤ والعمل باستمرار على استمرار الابتكارات والإبداعات ذات العلاقة بتطوير أنشطة المؤسسة ووضعها في موقف أحسن.

أما الثاني: فإنّ عوامل المحيط تقدّم للمؤسسة فرصا ومجالات مختلفة للتحدّي، فالمحيط قد يحدّد سلوكيات المؤسسة، ولهذا يجب على المؤسسة أن تتحلّى بالمرونة والتكيف وغير ذلك من الأشياء أو المتطلبات التي تضمن للمؤسسة البقاء في بيئة معينة. كما يؤثّر المحيط والعوامل الخارجية غير المؤكدة في المؤسسة وفي استراتيجيتها ونوع هيكلها التنظيمي.

2-VII: تأثير المؤسسة في المحيط: إنّ التأثيرات بين المؤسسة والمحيط متبادلة وفي تغيّر مستمر من حيث النوع والدرجة،

فحينما توجد المؤسسة في محيط معيّن فإنّ كلّ السلع والخدمات والنقود والمتغيرات الأخرى المناسبة عبر مخرجاتها تؤثر في المحيط وتخلق حالات معيّنة من التوازن أو عدم التوازن فيه.