

قسم ادارة البيئة/ المرحلة الاولى
مبادئ الادارة / الكورس الثاني للعام الدراسي ٢٠١٨-٢٠١٩
المحاضرة العاشرة / تدريسي المادة ثناء عبدالكريم

عنوان المحاضرة (وظائف المنظمة ، ادارة الانتاج والعمليات، ادارة التسويق، الادارة المالية ، ادارة الموارد البشرية)
تمارس الادارة من قبل افراد متخصصين يعملون في شتى ارجاء المنظمة من اعلى الهرم التنظيمي الى ادناه وفي اقسامها ووحداتها المختلفة سعياً منها لخدمة الزبائن الموجودين في البيئة الخارجية.

إن وظائف الإدارة لا تؤدي بحد ذاتها إلى إنتاج سلعة أو تقديم خدمة إلا إذا اقترنت بوظائف أخرى تعرف بوظائف المنظمة وهي التسويق، الإنتاج، شؤون الأفراد، والتمويل، وتختلف الأهمية النسبية لهذه الوظائف باختلاف طبيعة عمل المنظمة، فإذا كانت المنظمة صناعية كانت وظيفة الإنتاج هي المهيمنة والمسيطرة على عملياتها، أما إذا كانت المنظمة تسويقية وإعلامية كانت وظيفة التسويق هي المهمة، وإذا كانت الوظيفة المهيمنة على عمليات المنظمة مالية، كانت وظيفة التمويل هي المسيطرة وهكذا، وعلى هذا الأساس نجد من حولنا منظمات إنتاجية صناعية، ومنظمات تسويقية وأخرى تمويلية وأخرى تهتم بالأفراد.
الوظائف الرئيسية:

اولاً: ادارة الانتاج والعمليات

تعتبر الوظيفة الانتاجية ذات اهمية كبيرة لكل من الفرد والمجتمع من منظور كلي وشمولي ويسعى المنتجون لإسعاد المستهلك ورفع مستوى معيشتهم ورفاهيتهم من خلال تحقيق الحاجات وتلبية الرغبات التي يطمح اليها وابتكار سلع وخدمات جديدة.

وتعتبر ادارة الانتاج والعمليات من الوظائف الرئيسية في منظمات الاعمال وتوجد ادارة انتاج في منظمات الاعمال لتقوم بمهمة توفير السلع والخدمات التي يطلبها الزبائن في البيئة الخارجية وترتبط مسؤوليتها الاساسية في التخطيط والتنظيم والرقابة على العمليات وتوجيه العمليات التي ينطوي عليها تحويل المواد الاولية والمكونات الصناعية الى سلع نهائية جاهزة لتلبية طلبات وحاجات الزبائن، بشكل عام يعني مصطلح الانتاج ايجاد السلع والخدمات ،

وتعرف ادارة الانتاج والعمليات بأنها (عملية ادارة الموارد المادية والبشرية المطلوبة لإنتاج السلع والخدمات عن طريق تحويل مجموعة معينة من المدخلات (مواد اولية، عاملين ، رأس مال، معدات ، مكائن) الى المخرجات المرغوبة من الزبائن ممثلة بالسلع والخدمات.

الاهداف الرئيسية لإدارة الانتاج والعمليات:

١-تقديم السلع والخدمات بالكمية المطلوبة والجودة المرغوبة للزبائن في البيئة الخارجية.

٢- تمكين المنظمة من تحقيق اهدافها من خلال الاستخدام الكفء للموارد النادرة والحيوية المختلفة.

٣- توفير الفرص التنافسية في البيئة من خلال انتاج السلع والخدمات المتميزة ذات الجودة العالية.

٤- تحسين جودة السلع من خلال تقليل العيوب الناتجة عن عمليات الانتاج.

٥- الاسهام الفعال في تحقيق ربحية المنظمة من خلال انتاج سلع مقبولة بكلف منخفضة.

ثانياً ادارة التسويق

تعد وظيفة التسويق في المنظمات اهم حلقة وصل بين المنظمة وزبائنها كما انها تمكن المنظمة من بيع منتجاتها وتحقيق عائد مقبول على استثماراتها تمكنها من الاستمرار في خدمة العملاء والمجتمع وتمكنها من النمو والتطور.

مفهوم التسويق: فيليب كوتلر رائد المفهوم الحديث للتسويق يعرف التسويق(انه عملية اجتماعية وادارية تمكن الافراد والجماعات من اشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم من خلال تبادل المنافع والمنتجات مع الاخرين).

ويعرفه سولومن ايضا"(انه النشاطات والمؤسسات والعمليات التي تخلق ما يقدم المنفعة للزبائن والعملاء والشركاء والمجتمع ، ثم تتواصل معهم وتعرضه عليهم وتسلمهم ما يرغبون به من خلال عمليات التبادل).

اهداف وظيفة ادارة التسويق:

١ . تحقيق أقصى مبيعات ممكنة في الأسواق للمنظمة.

٢ . تحقيق معدل معين من المكاسب الناتجة عن البيع.

٣ . تحقيق أعلى مستوى ممكن من رضا المستهلك.

٤ . إبقاء الوضع التنافسي للمنظمة وتنميته إذا أمكن ذلك.

٥ . اكتشاف رغبات واحتياجات المستهلكين من السلع والخدمات والعمل على توفير و إشباع هذه الاحتياجات بقدر الإمكان.

المزيج التسويقي:

تعتمد كل منظمة منافسة استناداً الى حركة السوق مزيجاً خاصاً لجعل منتجاتها مرغوبة اكثر للمستهلكين الحاليين والمحتملين وصولاً للحصول على اكبر حصة تسويقية وعادة ما يتحدد المزيج التسويقي بأربع عناصر اساسية هي:

اولاً: **المنتج** – وهذا العنصر هو قلب المزيج التسويقي والتي تمثل القدرة على تحقيق الوعود المقطوعة للزبائن وتحقيق رضاهم واستخدام العلاقة بين مدخلات الانتاج ومخرجاته والجودة المطلوبة للسلعة.

ومن العناصر المهمة التي يجب مراعاتها في المنتج (١-التنوع وتعني مراعاة ادواق الزبائن وحاجاتهم)،(٢- النوعية وهي الخصائص التي تجعل المنج مختلفاً عن غيره من المنتجات المتشابهة وفقاً للجودة او السع او اللون او المكونات ،سهولة الاستخدام)، (٣-العلامة نظراً للوضع التنافسي الشديد في السوق يستلزم الامر وجود علامة لكل منتج وتمثل هوية المنتج وتعتبر عنه) ، (٤-التعبئة والتغليف ويمثل التغليف عملية الاتصال بين الزبون والمنتج واداة تسويقية يتم من خلالها جذب الزبون واثارة انتباهه، وهي تعد وسيلة ترويجية وتنشيطية للمنتج لعرضه وبأشكال جمالية تثير اهتمام الزبائن)

ثانياً: **التسعير** – يمثل السعر اهم عناصر المزيج التسويقي واكثرها مرونة بعد عنصر المنتج الذي يحقق عائداً لمنظمات الاعمال ويؤثر في ايراداتها وارباحها، وعادتا ما تقرر الاسعار بعد دراسة وتحليل لمعلومات السوق فضلاً عن الاخذ بنظر الاعتبار (امكانية الدفع من قبل الزبائن وردود افعالهم، ودراسة تأثير السعر على السلعة او الخدمة وربط نوعيتها وتوصيلها للزبون بأقل كلفة ممكنة، تحليل كفاءة السعر من خلال الخصومات والسماحات التي يمكن تحقيقها للزبائن).

ثالثاً: **التوزيع** – وهو وظيفة اساسية من وظائف ادارة التسويق ويمثل نصف اعمال المنظمة ونشاطاتها، فما جدوى انتاج سلعة او خدمة جيدة وبمواصفات مقبولة وسعر مناسب ولكن لاتصل الى السوق وفق معايير الوقت والكلفة والجودة والجهد المبذول اذا ما ارتبكت عملية

التوزيع (متمثلة بالموزعين من تجار الجملة والمفرد) وضعت قنواتها في توصيل المنتج للزبون في الوقت والمكان المناسبين.

رابعاً: **الترويج**- ينصب عنصر الترويج على قدرة المنظمة على توصيل نشاطاتها من سلع وخدمات الى الزبائن بقصد احداث التفاعل معهم عن طريق تعريفهم بها وتنشيط الطلب بأقل الجهود والكلف ،وعادتنا" مايشمل الترويج الاعلان، والبيع الشخصي ،ووسائل تنشيط المبيعات مثل الدعاية والعلاقات العامة والتسويق المباشر والانترنت.

ثالثاً: الادارة المالية

تتعلق الادارة المالية في منظمات الاعمال بعملية اتخاذ القرارات ذات الصلة بالتخطيط للحصول على الاموال واستخدامها لتمكنها من تحقيق اهدافها المطلوبة ، وتوفير رأس المال وتشغيله وادارته بكفاءة.

تعرف **الادارة المالية**(انها تلك الوظيفة التي تتعلق بتحديد اساليب استعمال وادارة اموال المنظمة للوصول الى الغايات المحددة).

المهام الاساسية لوظيفة الادارة المالية تشمل:

١- المهام المالية وتشمل:

أ-التخطيط المالي ويشمل تناسق عمليتي القبض والانفاق وذلك لتجنب حالات العسر المالي.

ب-التنظيم المالي ويشمل تنسيق جهود العاملين في القسم المالي والاقسام الاخرى.

ج-الرقابة المالية وتشمل مراقبة العمليات المالية التي تحدث في المنظمة.

٢- المهام الوظيفية وتشمل :

أ-توفير السيولة المالية اللازمة للانفاق وتسديد الدائنين.

ب-تحقيق الربحية بالمستويات المطلوبة

رابعاً: ادارة الموارد البشرية(التوظيف وتقويم اداء العاملين)

تعد ادارة الموارد البشرية اساس كل الوظائف الادارية، ويعتبر جوهر عمل الادارة الحصول على الافراد المناسبين لتأدية الاعمال في الوقت والمكان الملائمين وصولاً " لجعل الامور تسير بطريقة مثمرة تجعل اعمال المنظمة مزدهرة ومربحة.

يطلق على وظيفة التوظيف عالمياً" مصطلح ادارة الموارد البشرية وتعرف انها عملية الحصول على الافراد، تدريبهم، تقييم ادائهم، تعويضهم مالياً ومادياً، الاهتمام بصحتهم وسلامتهم، تنظيم علاقات العمل بينهم وتطبيق الجوانب القانونية في معاملاتهم وترتيب صفقاتهم وعقودهم.

ويعرف التوظيف بأنه (سلسلة النشاطات او العمليات او الاجراءات التي يجب القيام بها لتزويد المنظمة بالكوادر البشرية اللازمة لاشغال الوظائف والعمليات الفنية وغير الفنية ولتقديم الخدمات اللازمة).

المبادئ الاساسية لمهمة التوظيف:

- ١-مبدأ الكفاءة: يعني ضرورة اختيار افضل العناصر المتقدمة للوظائف المعلن عنها واكثرها قدرة على القيام بها.
- ٢-مبدأ تكافؤ الفرص: ويعني اعطاء فرص متساوية لجميع المتقدمين لاشغال الوظائف المعلن عنها.
- ٣-مبدأ الحياد او الموضوعية: ويعني الابتعاد عن المحسوبية والشخصانية في اختيار الافراد للوظائف المعلن عنها وتعيينهم، وضرورة اتباع اسس عملية سليمة في هذا المجال.

خطوات عملية التوظيف:

- ١-تقدير احتياجات المنظمة من العاملين من حيث العدد والمؤهلات
- ٢-مراجعته موازنة الوظائف المخصصة للتأكد من توفر الامكانيات المالية للتوظيف
- ٣-الاعلان عن الوظيفة بالطرق المناسبة
- ٤-استلام طلبات العمل ومراجعتها وتصنيفها
- ٥-اجراء الاختبارات والمقابلات الشخصية
- ٦-اتخاذ قرار التعيين
- ٧-تولي الموظف للمنصب او الوظيفة التي تقدم لها

٨-التغييرات الوظيفية المختلفة كالترقية والنقل

٩- انتهاء الخدمة، التقاعد، ترك الوظيفة،