

العنوان:	إدارة التغيير : المعبر الأساسي للدخول بكفاءة للقرن الحادي والعشرين
المصدر:	إدارة الاعمال - مصر
المؤلف الرئيسي:	جلال، أحمد فهمي
المجلد/العدد:	ع 91
محكمة:	لا
التاريخ الميلادي:	2000
الشهر:	ديسمبر
الصفحات:	9
رقم MD:	61214
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	العولمة، إدارة التغيير، منظمات العمل، التطوير الإداري، التخطيط الإداري، القرن 21، التجارة الخارجية، الشركات التجارية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/61214

إدارة التغيير

المعبر الأساسي للدخول بكفاءة للقرن الحادي والعشرين



بِـقـلـم : د. أحمد فهمي جلال
أستاذ إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة القاهرة

وتعلم طرق جديدة لاداء الأعمال التقليدية.
٤- درجة الانفتاح التي تسمح بتدفق المعلومات في المنظمة والدرجة التي يعبر بها الافراد عن آرائهم وأفكارهم بسهولة وحرية.
٥- الدرجة التي يتم بها مكافأة الافراد عن جهودهم المتميزة.
٦- الدرجة التي يلتزم بها الافراد تجاه القواعد والمقاييس والتعليمات والسياسات التي تحدها المنظمة.
٧- الدرجة التي يتم بها تشجيع ومكافأة عملية إبداء الآراء والاقتراحات والأفكار من جانب العاملين.
٨- الدرجة التي يعاون بها الافراد بعضهم البعض من خلال مد يد العون وتقديم الخبرة والمهارة والمعرفة والمساندة المطلوبة، ومدى شيوع روح التعاون.
٩- الدرجة التي تسود بها روح الصداقة والمساندة بين العاملين في المنظمة أو عن درجة حبهم وثقتهم في بعضهم البعض.
١٠- درجة التركيز Focus الذي يوجهه تجاه تحقيق الجودة Quality في كل شيء، والدرجة التي يحدد بها الافراد معايير للاداء تحقق روح التحدي لهم وبين بعضهم البعض.
والى اللقاء في مقال قادم لتحليل الأداء التنظيمي للمنظمة لتحديد مواطن القوة ومجالات التحسين الممكنة حتى يمكن التوافق والتوافق مع متغيرات القرن الحادي والعشرين.

أدوات وأجهزة يمكنها أن تحقق تطلعات عميل المستقبل الفائقة؟
هل برامج البحوث والتطوير الحالية يمكنها التعامل مع متغيرات القرن الحادي والعشرين التي تتميز بالتغير الدائم والسريع والجذري؟
أسئلة كثيرة يمكن أن تثار في هذا الصدد.

ما هو المطلوب إذن؟

المطلوب من منظماتنا بشكل عام ومنظمات الأعمال بشكل خاص أن تجرى تغييراً في ثقافتها الإدارية، المناخ التنظيمي، هيكلها التنظيمية، نظمها الإدارية، إجراءات عملها، دورتها المستندية، برامج التدريب، خطط التسويق، خطط الإنتاج وغيرها.

ويتوقف قدرة المنظمة على التغيير، التغيير المخطط Planned Change، أى التغيير المدروس وليس تغييراً لجره التغيير أى تغيير للتأكد من تحقيق الأهداف، ويتوقف هذا كله على ما إذا كانت المنظمة منظمة تعلم أم لا A Learning Organization.

إن إحدى الصفات الأساسية لمنظمة التعلم تتمثل في كونها مكان يشجع جميع من يعملون به - أو من هم متصلون بها مثل الموردين، العملاء... الخ - على التعلم فمنظمة التعلم تتضمن في كيانها عادة التعلم The learning habit، ومن هنا فإن كافة التصرفات التي تتخذ لأسباب ترتبط بالإنتاج أو التسويق أو حل المشكلات أو خدمة العملاء، هذه التصرفات جميعها تنتج نتاجاً هائلاً من الأفكار الجديدة والرؤية المبتكرة والانعكاسات الإيجابية على الأداء.

أن ظهور ونمو منظمة التعلم يتطلب جهوداً هائلة وتغييراً جذرياً من جانب الجميع وبخاصة رجال الإدارة العليا الذين يملكون مفتاح التغيير والتطوير في منظماتنا.

عناصر المناخ المحابى والمؤيد Supportive لظهور منظمات التعلم :

١- مدى توافر ظروف عمل مادية تتصف بالإمتياز.
٢- مدى توافر الأعداد الكافية من كوادرات التدريب والتنمية بالمنظمة وكذلك مدى توافر الكتب والأفلام والمواد التدريبية والمعدات التدريبية.
٣- مدى شعور العاملين بالتشجيع على اظهار الأفكار الجديدة وعلى تحمل المخاطر والتجريب

من المؤكد أن المنظمات الحالية وخاصة منظمات الأعمال Business تتعامل مع متغيرات وعوامل مختلفة تماماً في الخصائص والسمات عن تلك المتغيرات السائدة في القرون الماضية. وأكثر من ذلك فإن متغيرات Variables القرن الحادي والعشرين ستكون أكثر حدة Severe خلافاً لتلك المتغيرات السائدة حالياً.

يأتى الينا القرن الحادي والعشرون بخصائص أهمها التجارة الحرة Free Trade، الخصخصة Privatization، العولمة Globalization، الإنفردانية Individualism، نظام القطب الواحد، المنافسة الشرسية، الشفافية، كونية وعالية الأعمال، تطلعات فائقة للعمالء، تصغير الأحجام Down Sizing، الإعتماد على التغيير Out - Sourcing، اتساع مساحة الديمقراطية، قوة الجماعات والمنظمات التطوعية Voluntry groups، التطور التكنولوجى الفائق وثورة المعلومات... وغير ذلك...

والسؤال الذى يطرح نفسه الآن هل استعدت منظماتنا لهذا؟

هل ثقافة المنظمة Culture يمكنها التعامل مع هذه المتغيرات والظروف؟
هل هيكلنا التنظيمية تستطيع أن تتعامل مع هذه الظروف التي تتميز بأحداث سريعة متلاحقة، ما كان يحدث في عام في القرن الماضى سيحدث في يوم في القرن القادم ثم في ساعة زمن واحدة في القرون المتتالية وهكذا؟

هل برامجنا وخططنا التسويقية والانتاجية يمكنها أن تقدم لعميل المستقبل أكثر مما يتوقع؟ هل يمكنها تحقيق إبهار العميل؟

هل يمكن لبرامج التدريب وتنمية الموارد البشرية الحالية أن تقوم بأعداد وتنمية موظف المستقبل؟

مدير المستقبل، الذى لا يجب أن يكون KER Hardwor وإنما يجب أن يكون Smarter أى يعمل بذكاء أكثر الذى يمكنه أن يتعامل مع تحديات القرن الموحشة؟

هل إجراءات العمل ونماذج العمل وما يصاحبها من