

3- علاقة الإدارة بعلم القانون

على المدير ان يعي ويفهم جميع القوانين الخاصة والعامة، وخصوصا قوانين العمل والقوانين الدولية التي تنظم عمل المنظمات وخصوصا التشريعات التجارية، والقوانين المدنية وقوانين تأسيس الشركات والتعامل مع موظف الخدمة المدنية وغيرها من قوانين، وهذه المعرفة القانونية تجنب المدراء من الوقوع في الخطأ القانوني والمسائلة القانونية.

4- علاقة الإدارة بالعلوم الكمية

علم الادارة بحد ذاته من العلوم التي تهتم بالعلوم الكمية والرياضاتية واستخدام هذه العلوم في الوصول الى الحلول المثلى وخصوصا في اتخاذ القرار الاداري واختيار موقع المنظمة والتنبؤ والنظريات ادارة المخزون، ولعلم الادارة علاقة وثيقة مع بحوث العمليات والاساليب الكمية التي نمت استخدامها في المنظمات الحديثة والتي يمكن استخدامها في تحديد اماكن تواجد الزبائن من خلال أنظمة دعم القرار المرتكزة على علوم الرياضيات والحاسوب.

5- علاقة الإدارة بعلم النفس والاجتماع

ادارات المنظمات تتعامل مع البشر سواء كان داخل المنظمة او خارجها وهذا يحتم عليها ان تهتم بدراسة النظريات السلوكية والنفسية لمعرفة توجهه ومزاج الزبون الداخلي والخارجي وفق النظريات النفسية المتعددة والتي اهتمت بالفرد العامل وكيف يمكن زيادة الانتاجية واهم هذه النظريات هي (نظرية التحفيز والاستجابة، نظرية التعلم، نظرية التعلم الاجتماعي، نظرية التناظر المعرفي، نظرية المعلومات، نظرية الادراك ونظرية الاختيار العقلاني وغيرها من نظريات النفسية التي لا بد من الاهتمام بها معرفتها من قبل المدراء.

اما علم الاجتماع ايضا يعد من العلوم التي اهتم بها المدراء لمعرفة التوجهات والتنظيمات الاجتماعية التي تسهم في فهم المجتمع وامكانية ايجاد الحلول الملائمة لمجتمع الزبائن الذين تتعامل معهم ادارات هذه المنظمة وهناك العديد من النظريات الاجتماعية ومنها (النظرية الوظيفية ونظرية الصراع ونظرية علم الاجتماع التربوي ونظرية التبادل الاجتماعي ونظرية الدور وغيره من نظريات)

6- علاقة الإدارة بالعلوم الاخرى

هنالك علوم اخرى ايضا للإدارة علاقة وثيقة بها ومن هذه العلوم الطبية وخصوصا موضوع ادارة المستشفيات وعلم الفيزياء والكيمياء وعلوم الحاسوب وعلوم الجيولوجيا عند

تحديد مواقع المنظمات الصناعية وعلم المناعة وكيف يمكن للمنظمة ان تكون اشبه بالكائن الحي.

سادساً: البيئة وأثرها على إدارة الأعمال

إن موضوع البيئة من المواضيع المهمة والتي لابد ان تأخذها منظمات الاعمال بجدية وخصوصا اذا كانت البيئة مضطربة ومتغيرة وهنا يحتاج المدير التفكير معمقاً بمكونات هذه البيئة ومعرفة اثارها على المنظمة. وان موهبة المدير الناجح وكفاءته إنما تعتمدان على قدرته في التفاعل مع البيئة والتكيف معها دون أن يؤثر ذلك على مسؤولياته ومهامه الأساسية في المشروع (مثل التخطيط والتنظيم والرقابة ...) والإدارة الفاعلة هي تلك الإدارة التكيفية / التوازنية التي تأخذ في الحسبان نوع واتجاهات وطبيعة المتغيرات والعوامل التي تحيط بالمشروع، والتي تؤثر به ويؤثر فيها. وقد يشكل التعامل - تعامل المدير - مع البيئة الخارجية، جزءاً مهماً ومتداخلاً من وظيفته كمدير. وفي هذه الحالة، على المدير أن يرسم لنفسه إستراتيجية تمكنه من إحكام التعامل مع مفاتيح البيئة الخارجية. فالمدير لا يعمل في فراغ ولا يتعامل فقط مع البيئة الداخلية، وإنما مهارة المدير تكمن في قدرته على التعامل والتفاعل والتكيف مع قضايا مثل نقابات العمال، والحكومة.

فإن الإدارات تحتاج إلى أن تكون صورة عن هذه العوامل والمتغيرات البيئية، لأن الوعي أو الإدراك في هذا المجال يعد شرطاً أساسياً من شروط نجاح التطبيق الإداري. ليس هذا حسب، بل إن البيئة الخارجية تشمل الثقافة والعادات والتقاليد القائمة في بلد ما، وإن من الواجب المديرين أن يكونوا ملمين بهذه الأمور إماماً تاماً.

فلكل مجتمع إطاره الثقافي أو الحضاري. ويشمل هذا الإطار الثقافي أو الحضاري القيم والمعتقدات والأهداف والتقاليد السائدة في مجتمع معين وأوضاع هذا المجتمع والاتجاهات السائدة فيه ومعرفة الاثر الاقتصادي والاجتماعي وأنظمة وبرامج التعليم والتدريب ودرجة التصنيع والأفكار والمفاهيم العقائدية ودرجة الاستقرار السياسي وغير ذلك من الظروف والعوامل التي تسود في المجتمع والتي تؤثر بالضرورة على السلوك الإداري في هذا المجتمع.

ويمكن تحديد اهم العوامل البيئية التي تؤثر على المنظمة وهي:

أولاً: البيئة العامة.

تتمثل في جمع العوامل والقوى الخارجية التي تحيط بالمنظمة ولا يمكن السيطرة عليها إذ يجب على المنظمة التكيف مع هذه العوامل لتقليل آثارها على الأنشطة التنظيمية لها وتشمل ما يلي:

- 1- العوامل الاقتصادية: يقصد بالبيئة الاقتصادية جميع العوامل والمتغيرات وعناصر النظام الاقتصادي الذي تعمل فيه المنظمة لعل أهمها تتمثل في:
 - أ. الدخل ومستوياته الذي يعطي المؤشرات الخاصة بالقوة الشرائية.
 - ب. مستويات العمالة والبطالة.
 - ت. السياسات النقدية والضريبية.
 - ث. معدلات التضخم الذي له علاقة عكسية مع القدرة الشرائية.

ج. الدورة الاقتصادية والمتمثلة (الازدهار، الانكماش، والتقلبات في الناتج الاجمالي)
إن دراسة هذه العوامل والمتغيرات ضروري جداً من أجل وضع الخطط والبرامج الادارية، وعموما تتميز البيئة الاقتصادية بالتحرك والتقلب السريع ولذلك يجب على المدير معرفة هذه البيئة وتغير استراتيجيات الادارة وفقا لمتطلباتها.

2- العوامل السياسية والقانونية: إن البيئة السياسية والقانونية لها تأثير مباشر على اقتصاد البلدان، فبموجبها يتم توجيه المحاور الكبرى للتنمية فكل البلدان لها ظروفها السياسية والقانونية الخاصة، لا يمكن للمؤسسات بأي حال من الأحوال تجاهل وعدم الالتزام بها وهناك مسؤولية حكومية في تنظيم الأسواق والمعاملات التجارية بما يعزز المنفعة العامة للمجتمع من خلال تحديد الحالات التسويقية التي تقع تحت طائلة القانون، فإضافة أو حذف قيود تشريعية أو قانونية التي يمكن أن تضع قيد استراتيجيا أو تبرز فرصة استراتيجية.

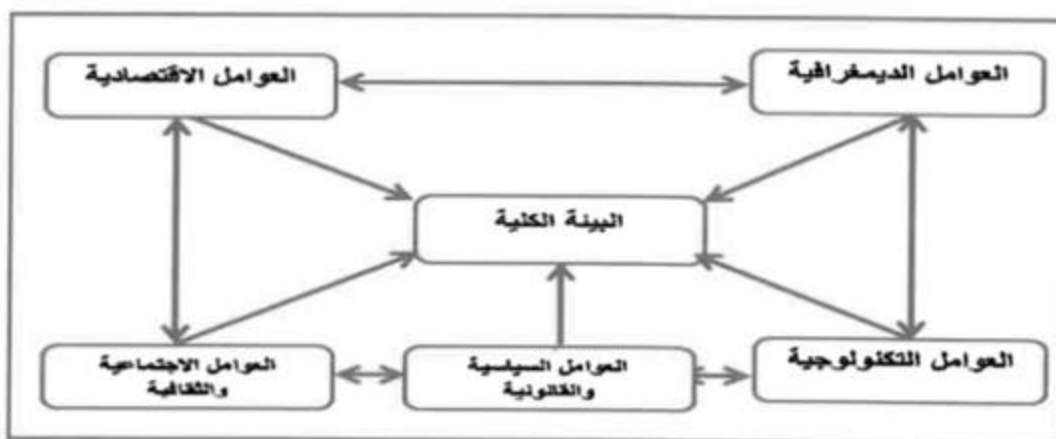
3- العوامل الاجتماعية والثقافية: بدأ اهتمام المدراء بالبيئة الاجتماعية بشكل متزايد من جراء استقراءهم الدقيق للتغيرات الحاصلة في المجتمع وانعكاس ذلك على مؤسساتهم، وتتمثل في مجموعة من المتغيرات وتمثل القيم والتقاليد والطباع والتي يتفاعل من خلالها الأفراد فيما بينهم وفي ظل العلاقات المتشابكة التي تجمعهم وطالما هذه المتغيرات الاجتماعية تتغير بصفة مستمرة، فيجب على ادارة المنظمات مراقبة هذا التغير، لتكيف القرارات الادارية وفق أنماط السلوك الاجتماعي.

أما القيم والمعتقدات والنمط الثقافي السائد في المجتمع والتي يكون في مجملها صيغ العلاقات القائمة ما بين أفراد المجتمع وتعاملهم بعضهم مع البعض الآخر وهذا المتغير البيئي ينعكس على الأداء التنظيمي للمؤسسات من خلال تحديد صيغ وأسلوب التعامل مع المجتمع، لمعرفة أساليب تقديم وعرض الحلول الملائمة والتي تتطابق مع القيم الثقافية.

4- العوامل الديموغرافية: تعتبر هذه البيئة أكثر ارتباطا بالنشاط الإداري وخصوصا في المجال التسويقي لأنه يركز أساسا على الأفراد الذين يكونون الأسواق، وهي تتعلق بالحركة السكانية و مجموعة المؤشرات التي ترتبط بها كعدد السكان و كثافتهم و توزيعهم الجغرافي وأعمارهم ومهنتهم، هذه المتغيرات ينبغي على المنظمة معرفتها بدقة لمعرفة تأثيراتها التي يمكن أن تمس الخطط و البرامج التسويقية المختلفة و كما هو معروف لكل فئة من السكان نمطا خاصا للتعامل معها كأساليب التوزيع و نوعية المنتجات التي يستهلكونها مثلا توزيع السكان على المناطق المختلفة يؤثر على القنوات التسويقية المستخدمة أي استخدام البيع المباشر أو استخدام قنوات تسويقية طويلة كما أن النشاطات التسويقية تتأثر بالعرق و الدين، فيختلف الأفراد بالنسبة لاستهلاكهم فيما يخص الأكل و الملابس تبعا لمعتقداتهم الدينية.

وعليه فإن دراسة البيئة الديموغرافية يسمح في توجيه السياسات الخاصة بالمنظمة بالاتجاه الصحيح وفي وضع منظور كامل لاستراتيجية تسويقية خاصة بما يتعلق بالسوق المحتملة والسوق المستهدفة.

5- العوامل التكنولوجية: التقدم التكنولوجي له انعكاسات على الأداء المنظمي فعلى سبيل المثال أصبح بالإمكان وعبر استخدام شبكة الانترنت مثلا التسوق و التعامل وحتى تسديد الالتزامات المالية مقابل عمليات الشراء وهذا يتطلب من الإدارة معرفة كافة العوامل التكنولوجية وازداد تأثير التكنولوجيا على مجالات أخرى مثل الاستغناء عن البائع و إحلال الآلة بدلا عنه، كما هو الحال وجود البائع الآلي ، كما ساهمت الابتكارات العالمية في التطوير التقني لإنتاج وتحسين السلع والخدمات وإجراء تعديلات متعددة وواسعة ومستمرة على المنتجات.



شكل (6) البيئة العامة

ثانياً: البيئة الخاصة.

تتكون البيئة الخاصة من الآتي:

- 1- المنافسين: وهم الافراد او المنظمات التي تنافس المنظمة وعليها ان تعرف سلوكيات المنافس وما هي خطط المنافس وماهي الاسواق التي يستهدفها المنافس وفي أي مجال من المنتجات سيكون اهتمامه، لان المنافس ينافس المنظمة على نفس الزبائن وهنا يقع على عاتق المدير ان يضع في حساباته وقيادته المنافسين الذين يؤثرون على اعمال ومنتجات منظمته.
- 2- الزبائن: وهم كل من الجمهور او المستهلكين او المواطنين وقد يكونوا افراد او جماعات او منظمات وهؤلاء هم المستهلك لمنتجات المنظمة، وتعتمد المنظمة عليهم في بيع منتجاتها، وهذا حتم على المدراء دراسة سلوكيات الزبائن وماذا يرغبون ويفضلون من اجل تلبية حاجاتهم ورغباتهم.
- 3- المجهزين والممولين. هذه الشريحة لها دور فاعل في تزويد المنظمة بالمواد الاولية او نصف المصنعة من اجل استخدامها في انتاج منتجاتها، وهنا لابد من الاعتماد على المجهز او الممول الذي يكون له دور في زيادة استثمار المنظمة.
- 4- الموزعين: مجموعة من الافراد او الجماعات او المنظمات التي تأخذ على عاتقها توزيع منتجات المنظمة ولابد من الاهتمام بهذه الشريحة لان دورهم مهم في زيادة مبيعات المنظمة ومن ثم زيادة الارباح والتي تقود الى البقاء والنمو.
- 5- الاتحادات والنقابات. على المدراء معرفة دور الاتحادات والتعامل معهم بحذر لان اغلب الافراد العاملين هم منتسبين الى هذه الاتحادات والنقابات، وعدم تهمة دورهم في التأثير على سير عمل المنظمة وقد يقود الافراد اضراب مما يؤثر على سمعة المنظمة.

6- الحكومة. معرفة القوانين والانظمة الحكومية واللوائح والتعليمات الصادرة من الحكومة بخصوص تنظيم عمل المنظمة.
ثالثا: البيئة الداخلية.

تتكون البيئة الداخلية للمنظمة من الاتي:

- 1- الهيكل التنظيمي: والذي من خلاله يتم معرفة توزيع المهام وتدرج السلطات ونطاق الاشراف وانسيابية الاوامر للمرؤوسين وتنظيم عمل المنظمة.
- 2- سياسات الادارة: القرارات المهمة التي تتخذها الادارة في وضع الية معينة من اجل انسيابية العمل وهذه السياسات تكون الموجه العام لعمل الافراد.
- 3- وظائف المنظمة: تحديد وظائف المنظمة وتحديد الصلاحيات والمسؤوليات الممنوحة لكل مدير لهذه الوظائف مثل (وظيفة الانتاج والعمليات، وظيفة الموارد البشرية ووظيفة التسويق، وظيفة التمويل)
- 4- الانظمة واللوائح الداخلية مثل النظام الداخلي للمنظمة.