المحاضرة 4: وظائف المؤسسة

أولا:الوظائف القاعدية للمؤسسة: التموين، الانتاج، التسويق

1. وظيفة التموين

تعتبرُ وظيفةُ التموينِ مِن الوظائف المُهمّة في أغلبِ الشركات، والتي تساهمُ في تحديدِ الحاجات الأساسية التي يجبُ استيرادها، وتوفيرها دائماً، مثل: المواد الإنتاجيّة التي تعتبرُ جُزءاً من العمل الرئيسي لبعضِ الشركات، وأيضاً تُعرفُ وظيفة التموين، بأنها من الوسائل المساندة للدراساتِ الاقتصاديّة التي تُحدّدُ الحصصَ اللازمة لمشروعٍ معيّنٍ، وتشملُ كافة المستلزماتِ الأوليّة التي تتطابقُ مع المواصفات المحددة، والمتفق عليها من أجل البدء بتنفيذ مشروعٍ معين، أو إنتاجٍ صناعيّ.

مِن التعريفات الأُخرى لوظيفةِ التموين أنّها الوظيفةُ الإدارية التي تحرصُ على تطبيقِ الاستراتيجيات التي تُساهمُ في تَجنبِ حُدوث أي نقصٍ بالمتطلبات الأساسية التي يجبُ توفيرها في قطاعٍ من قطاعاتِ العمل، مثل: قطاع صناعةِ الطعام، أو إنتاج الدواء، أو غيرها من القطاعات الأخرى التي تحتاجُ إلى توفيرِ موادّ تموينيّة تساعدُ في دعمِ إنتاجها.

- أهمية وظيفة التموين:

تعدُّ وظيفةُ التموين مِن الوظائف المُهمّة في المُؤسسات، والتي تُساهمُ في دعمِ أغلب الوظائف المُرتبطة بالإنتاج، أو الأعمال الأخرى.

- تعملُ على تنسيقِ تزويدِ أقسام المؤسسات بحاجاتها الأوليّة.
- تُصنفُ كأحدِ الأقسام المُساندة لقسمِ المُشتريات في كافةِ أنواع المُؤسّسات.
- تحرصُ على التأكدِ مِن جودةِ المواد، والمُشتريات المطلوبة قبل البدء باستخدامها فعلياً.

- أقسام وظيفة التموين

قِسمُ المُشتريات: هو القسمُ الذي يهتمُ بشراءِ كافة المواد التموينية المُطلوبة سواءً أكانت مواداً إنتاجية، أو تُستخدمُ في الوظائف المكتبيّة، والإدارية، أو في الأعمال الميدانيّة.

قِسمُ المُتابعة: هو القسمُ الذي يُتابعُ عملية الشراء منذُ بدايتها حتى نهايتها، ويتأكدُ مِن الحصول على كافةِ المواد المطلوبة مِن أجل تزويدها للمخازن، أو لاستخدامها مباشرةً في الإنتاج.

قِسمُ المُراجعة: هو القسمُ الذي يتأكدُ مِن نجاح كافة أقسامِ وظيفة التموين بتحقيقِ المهام المطلوبة وفقاً للمعايير، والخُطط المُتفقِ عليها مُسبقاً.

2. ادارة الانتاج

-الإنتاج: الإنتاج هو عملية إيجاد المنافع باستخدام المواد والأفراد والمعدات اللازمة لذلك. وهو الأنشطة التي تقوم بالإجراءات الفنية اللازمة لتحويل المدخلات(مواد أولية موارد بشرية وطاقة وغيرها) إلى مخرجات.بشكل سلع أو خدمات مفيدة

-إدارة الإنتاج: أنشطة التخطيط والتنظيم والرقابة والقيادة التي تمارس على عمليات تحويل المدخلات إلى مخرجات في منظمات الأعمال إن الهدف الرئيس من عمليات التحويل هو خلق قيمة مضافة يستفيد منها الزبون وتشبع حاجات معينة لديه. وهناك ثلاثة أبعاد أساسية تعكس وظائف إدارة الإنتاج والعمليات.

.أهداف إدارة الإنتاج والعمليات: أهم هذه الأهداف ،

-الكلفة :cost والمقصود بها الإنتاج بكلفة معقولة بحيث يستطيع الزبون أن يشتري المنتج بسهولة وكذلك تكون الكلفة معقولة لمنظمة الأعمال بحيث تستطيع تحقيق هامش من الربح المعقول.

-الإنتاجية :productivity وهي عبارة عن خارج قسم القيمة الكلية للمخرجات على القيمة الكلية للمدخلات وهي مؤشر مهم على قدرة المنظمة على تحويل المدخلات إلى مخرجات بحيث تكون قي المخرجات أكبر من | المدخلات.

-الجودة :Quality وتعني تقديم منتجات ذات مواصفات راقية وتشبع حاجة الزبون أو تتطابق مع هذه الحاجة.
-المرونة :flecibility ويقصد بها الاستجابة للتغيرات التي تحصل في بيئة عمل المنظمة الداخلية والخارجية.
-التسليم السريع : delivery ومعنى هذا أن تقوم المنظمة بتسليم ما يطلب منها من منتجات بالسرعة الممكنة إلى الزبائن.
-الكفاءة :efficiency وهي حسن استغلال الموارد المختلفة من مواد وعمل وطاقة ورأس مال.
-الابداع التكنولوجي :technological innovation وهو القدرة على إدخال منتجات أو ابتكار عمليات جديدة أو تحسين ما موجود منها.

3. التسويق :

❖ تعريف التسويق

رغم اختلاف التعاريف المعطاة للتسويق إلا أنها متقاربة من حيث الهدف المتمثل في كيفية توجيه الأنشطة من أجل إيصال السلع من المنتج إلى المستهلك بالشكل الذي يرغب فيه المستهلك النهائي أو المستعمل النهائي لهذه السلعة، يمكن إعطاء تعريف شامل وحديث لوظيفة التسويق كما يلي:

هي نشاط إنساني ومهني يمارس من قبل إدارة متخصصة لتحقيق هدف التلاقي المتواصل بين إرادة وأهداف المؤسسة والمستهلك ، وخلق عمليات التبادل التي تحقق هذه الأهداف من خلال تعريف وإقناع المستهلكين بالسلع والخدمات المنتجة .

❖ الفرق بين التسويق والبيع:

إن نظرة البيع هي النظرة التقليدية التي ظهرت بعد مفهوم المقايضة حيث تعتبر مقاربة من المقاربات التقليدية المعتمدة من طرف المؤسسات في إطار تسيير أنشطتها التبادلية، إذ تفترض مسبقا أن المستهلك لا يشتري هكذا من محض نفسه بل على المؤسسة القيام بمجهودات جبارة من أجل إقناعه بأن منطقها "المنتوج" يقع ضمن دائرة اهتمامه أو حاجاته الأساسية التي يجب تلبيتها.

❖ إدارة التسويق ومهامها:

تعرف إدارة التسويق أنها "تلك الجهة المسؤولة عن تحقيق الانسجام والتفاعل بين مجموع العمليات الخاصة بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وعمليات تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك وذلك من خلال اتخاذ القرارات التسويقية التي تحقق أهداف المؤسسة بكفاءة عالية.

تقوم إدارة التسويق بمجموعة من المهام تتمثل في :

-التعرف على حاجات ورغبات المستهلكين وذلك من خلال البحوث التسويقية وآراء ومعلومات رجال البيع.
-الإحاطة العامة بالأهداف والسياسات الاقتصادية والاجتماعية سواء ما كان منها على المستوى القومي أو القطاعي وأخذها بعين الاعتبار عند تصميم وإعداد البرامج والسياسات التسويقية.
-محاولة إدراك الفرص في المحيط الخارجي واستغلالها وتجنب المخاطر.
-ترجمة المعلومات المتاحة إلى سياسات وخطط وقرارات إدارية.
-إعداد البرنامج التسويقي المتكامل والذي يتضمن كافة التفاصيل عن عمل إدارة التسويق خلال تطبيق الخطة.

ثانيا: الوظائف الداعمة للمؤسسة: ادارة الموارد البشرية، البحث والتطوير

1. وظيفة ادارة الموارد البشرية

تعرف إدارة الموارد البشرية بأنها " سلسلة القرارات الخاصة بالعلاقات الوظيفية المؤثرة في فعالة المؤسسة والعاملين بها. كما أنها العملية الخاصة باستقطاب الأفراد وتطويرهم والمحافظة عليهم في إطار تحقيق أهداف المؤسسة والأفراد على حد سواء. بحيث يجب انجاز هذه المهام بأسلوب يمكن المؤسسة من التعامل مع المتغيرات البيئة "

كما تم تعريفها بأنها: " إدارة تعنى بكافة العمليات المتعلقة بوجه عام، وهي التخطيط ، التنظيم ،التوجيه ، المتابعة، وتقييم كافة العمليات والأنشطة التي تؤدي إلى بذل أقصى الجهود للموارد البشرية وذلك لتحقيق أهداف المنظمة وأهداف الأفراد، مع زيادة تنمية هذه الجهود باستمرار" .

2. وظيفة البحث والتطوير

حتى تبقى المؤسسة دائما في إطار صورتها الإيجابية ، و للمحافظة على سمعتها و استمراريتها في السوق , فإنها يجب أن تتخذ سياسة فعالة لحيازة الابتكارات التكنولوجيا الجديدة ، و هذا ما تحققه عن طريق إدماج وظيفة البحث و التطوير

2. 1طبيعة وأهمية البحث والتطوير

أ. طبيعة البحث و أنواعه

البحث هو " وسيلة نظامية لدراسة العلاقات الموجودة في الظواهر المدروسة , و ذلك عن طريق الاختبار العلمي للوصول إلى تفسير المتغيرات و التنبؤ بها ، و بمعنى اشمل ؛ هو وضع صورة مستقبلية من خلال اكتشاف العلاقات الجديدة بين المتغيرات ، والتحقق من صحة الحقائق للوصول إلى حل للمشكلات " .

خصائص البحث العلمي:

- ✓ **تفسير الظواهر**: لا يقف البحث عند جمع المعلومات عن الظاهرة محل الدراسة ، بل يتعدى إلى محاولة تفسير العلاقة بين المتغيرات و العوامل التي أدت إلى حدوث الظاهرة ، و علاقتها مع بقية الظواهر و مدى تأثرها و تأثيرها في البيئة.
- ✓ **القدرة على التنبؤ**: بعد فهم المتغيرات يمكن توقع حدوث الظواهر الموالية لها ، في حالة توفر نفس المكونات البيئية في المستقبل.

Iأنواع البحوث العلمية:

تختلف التصنيفات حسب الغرض منها ، ومن أهمها التقسيم إلى:

- ✓ **بحوث أساسية**: تهتم باكتساب المعرفة و الاكتشافات العلمية الحديثة ، فهي " عملية بحث في الظواهر للحصول على إضافة إلى مخزون المعرفة و خدمة التقدم الإنساني "، و تتميز هذه البحوث بعدم وضوحها في البداية و تتطلب وقتا طويلا لإنجازها.

و تقوم المؤسسات بهذا النوع من البحوث ، أو تمول للقيام بها في الجامعات و مراكز البحث العلمي، من اجل التوصل إلى القوانين العلمية و المبادئ الجديدة التي تشكل أساسا مهما لتوليد الأفكار الجديدة, هذا دون التركيز على إمكانية تطبيق نتائجها أو توظيفها لأهداف اقتصادية أو تجارية، و عليه فان غالبية الأفكار الجديدة التي يتم التوصل إليها ليست مفيدة أو قابلة للتطبيق .

- ✓ **بحوث تطبيقية**: و هي " البحوث التي تسعى إلى الاستفادة من النتائج التي تصل إليها البحوث الأساسية ، و هذا بإجراء اختبارات لتحويلها إلى قيم مادية يمكن استخدامها في تطوير المنتج وتحسين الإنتاج وأساليبه ، فهي تركز على خلق تكنولوجيا باستخدام المعرفة العلمية المتوفرة ، و هي البحوث التي تهتم بها إدارة المؤسسة " . و يقسمها البعض إلى: بحوث تطبيقية تطويرية تختص بالأعمال الحالية ، بحوث تطبيقية تطويرية تختص بالأعمال الجديدة ، وخدمات تقنية

ب . طبيعة التطوير

لابد من تحويل نتائج البحوث الأساسية إلى تطبيقات عملية يمكن من خلالها الاستفادة من تلك النتائج ، فالتطوير هو " استعمال منظم للمعرفة العلمية و توجيهها إلى إنتاج المواد و الوسائل و النظم و الأساليب ". و هنا تظهر الصلة الوثيقة بين البحوث التطبيقية و التطوير بنا أن هذا الأخير هو نقل نتائج البحوث التطبيقية إلى الواقع العملي.

- **خصائص التطوير:**
- تخصص النتائج النهائية و وضوحها
- أهمية مدة إكمال المشروع و تحقيق أهدافه
- وضوح الخطوات الواجب اتخاذها
- تحديد الإجراءات التطويرية
- الاستفادة من المشروعات التطويرية السابقة