

Chapter two

Management activities:

It easy to see how this link with the processes of planning, organizing directing and controlling.

نشاطات الإدارة:

من السهل ان نري كيف ترتبط هذه الأنشطة بعمليات التخطيط والتنظيم والتوجيه والتحكم.

1-Determining objectives: all managerial work involves identification of goals or objectives deciding what its one is seeking to achieve.

1- تحديد الأهداف: يتضمن كل عمل إداري تحديد الأهداف أو الغايات التي تحدد ما يسعى الشخص إلى تحقيقه.

2-Defining the problems: that need to be solved to achieve the objectives.

2- تحديد المشاكل: التي تحتاج الي حل لتحقيق الأهداف.

3- Searching for solutions to the problems which have been specified.

3- البحث عن حلول للمشاكل التي تم تحديدها.

4-Determining the best solutions to the problems.

4- تحديد أفضل حلول للمشكلة.

5-Securing agreement on implementation.

5-التأكد من تنفيذ هذا الحل.

6- Preparing the issue of the instructions.

6-تحضير تقرير خاص بالعيوب التي تعيق من تنفيذ الحلول.

7-Execution of agreed solutions.

7-تنفيذ الحلول المتفق عليها.

8-Devising and discharge of an auditing process.

8- وضع إجراءات المراجعة الدورية و تنفيذها.

Organizational environment:

We have seen that environment plays a major role in the goal-setting process. Indeed, the environment often determines whether a company succeeds or fails.

البيئة التنظيمية:

لقد رأينا ان البيئة تلعب دورا رئيسيا في عملية تحديد الاهداف، في الواقع غالبا ما تحدد البيئة ما إذا كانت الشركة ستنتج او تفشل.

(A) The general organizational external environment:

The general environment is the overall set of forces that characterize the setting of on organization. these forces are not necessarily associated with other specific organizations but other part of the general context of the organization. The general environment consists of five unique sets of forces:

political-legal economic, international, sociocultural, and technological. Managers must consider each of these if they are to be effective in establishing goals.

(أ) البيئة الخارجية التنظيمية العامة:

البيئة العامة هي المجموعة الشاملة من القوى التي تميز وضع التنظيم، لا ترتبط هذه القوى بالضرورة بمنظمات محددة أخرى ولكنها تتعلق بالسياق العام للمنظمة. تتكون البيئة العامة من خمس مجموعات فريدة من القوى: السياسية والقانونية والاقتصادية والدولية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية. يجب على المديرين النظر في كل من هؤلاء إذا كانوا يريدون أن يكونوا فعالين في تحديد الاهداف.

1-Political-legal forces:

Political-legal forces are those forces associated with the governmental and legal system within which a firm operates.

القوى السياسية القانونية هي تلك القوى المرتبطة بالنظام الحكومي والقانوني الذي تعمل فيه الشركة.

2-Economic forces:

Economic forces are also an important part of the general environment. Critical economic forces include inflation, economic growth, interest rates and unemployment.

القوى الاقتصادية هي أيضا جزء مهم من البيئة العامة. تشمل القوى الاقتصادية الحرجة و التضخم والنمو الاقتصادي وأسعار الفائدة والبطالة.

3-International forces:

international forces We have seen the international forces several times; Multinational firma Union Carbide, IBM, Boeing, Ford, Nestle, and Unilever clearly affected by these forces.

الشركات الدولية رأينا الشركات الدولية عدة مرات و المقصود بها هي الشركة متعددة الجنسيات مثل : يونيون كاربايد ، آي بي إم ، بوينج ، فورد ، نيسكلي ، ويونيليفر ، البيئة تأثرت بشكل واضح بهذه الشركات.

4-Sociocultural forces:

The Sociocultural forces of the general environment are the customs and values the characterize the society within which the firm is operating.

القوى الاجتماعية والثقافية:

القوى الاجتماعية والثقافية البيئة الاجتماعية والثقافية هي العادات والقيم التي تميز المجتمع الذي تعمل فيه الشركة.

5-Technological forces:

Technological forces finally, technological forces also form an important part of the general environment. The rate of technological change in the past few years, especially in the area of computers and their applications in decision making, information management, and production systems, has been very significant.

5- القوى التكنولوجية:

القوى التكنولوجية أخيرًا ، تشكل القوى التكنولوجية أيضًا جزءًا مهمًا من البيئة العامة. كان معدل التغير التكنولوجي في السنوات القليلة الماضية ، خاصة في مجال أجهزة الكمبيوتر وتطبيقاتها في صنع القرار وإدارة المعلومات وأنظمة الإنتاج ، كبيرًا جدًا

(B) The task environment:

1- Customers: customers are those people or groups that buy the goods or services produced by the organization.

(ب) بيئة المهمة:

1. العملاء : هم هؤلاء الأشخاص أو المجموعات التي تشتري السلع أو الخدمات التي تنتجها المنظمة.

2- competitors: competitors- those organizations that offer similar or alternative products or services to potential customers.

2. المنافسين: عبارة عن المنظمات التي تقدم منتجات أو خدمات مماثلة أو بديلة للعملاء المحتملين.

3- unions: unions are also an important part of the organizations task environment.

3. النقابات : هي أيضا جزء مهم من بيئة عمل المنظمات.

4- Regulators: regulators are organizations or groups that actively attempt to influence the target organization.

4. المنظمين: هم المنظمات أو المجموعات التي تحاول التأثير على المنظمة المستهدفة.

5- Suppliers: suppliers- the fifth part of the task environment- provide resources to the firm.

5. المورددين : هم الجزء الخامس من بيئة المهام و دورهم هو توفير الموارد للشركة.

6- partners: many organizations today are increasingly entering into joint ventures with partners.

6. الشركاء : تدخل العديد من المنظمات اليوم بشكل متزايد في مشاريع مشتركة مع الشركاء.

THE ORGANIZATION AS A SYSTEM:

- ❖ The successful firm will identify, appraise, and respond to the various opportunities and threats in its environment.
- ❖ Environmental forces create challenges and opportunities for the organization. Managers must react and adapt to changes in their internal and external environment
Globalization is an example of opportunity for an organization.

المنظمة كنظام:

- ❖ ستقوم الشركة الناجحة بتحديد وتقييم والاستجابة لمختلف الفرص والتهديدات في بيئتها.
- ❖ تخلق القوى البيئية تحديات وفرص للمنظمة ويجب على كل المديرين التفاعل والتكيف مع التغييرات في بيئتهم الداخلية والخارجية وتعد العولمة مثلاً على سبيل المثال فرصة للمنظمة.

KINDS OF GOALS:

(A) GOALS BY LEVEL: (top management – middle managers – first line managers).

(B) GOALS BY AREA: (marketing – Operations managers - Financial - Human resource).

(C) GOALS BY TIME FRAME AND SPECIFICITY: (long range –intermediate- short range).

أنواع الأهداف:

أهداف حسب المستوى: (الإدارة العليا – الإدارة الوسطى - مدراء الخط الأول).
أهداف حسب المنطقة: (التسويق - مدراء العمليات - الأمور المالية - الموارد البشرية).

أهداف حسب الإطار الزمني والخصوصية: (أهداف بعيدة المدى – أهداف متوسطة المدى- أهداف قصيرة المدى).

ولرؤية المزيد على مكتبة تالته نظم الرجاء الدخول الى الرابط الاتي:

https://drive.google.com/drive/folders/1krvkVw6ySqpa8t40Lbj_n78gGz8LISJD