

التجارة في القرن الحادي والعشرين

الجزء الثاني



الدكتور علي القاسم

ترجمه الى العربية محمد أحمد البستاني – المغرب

إن معظم المنظمات تبرمج نقاطاً رئيسية للاجتماعات، وذلك لحل المشاكل وتحديد أهداف المنظمة وغاياتها ومناقشة وإعداد الخطط والاستراتيجيات الحالية والمستقبلية بغية زيادة الأرباح والتطوير والنمو، إلا أن هناك عدد قليل فقط منها من يتوصل إلى الخلاصات المرجوة.

وقد نشر كل من روبرت س. كابلان وديفيد ب. نورتون، في مجلة هارفارد للأعمال، وفي عددها لشهر أكتوبر 2005، ونقلاً عن كريس زوك وجيمس ألين في كتابهما "الربح من النواة" قائلين: "أن سبع شركات من أصل ثمانية شركات في العالم من مجموع 1854 شركة كبيرة، فشلت في تحقيق نمو مربح".

ويرجع سبب كل هذا الفشل تقريبًا إلى أن الأمور ما تزال يتم تنفيذها بأفكار قديمة، ومفاهيم ضيقة للمشاكل، وإنكار لواقع الأعمال التجارية، والعمل والسوق. إضافة إلى أن الافتراضات التي بنيت عليها المنظمة ويجري تنفيذها، لم تعد تناسب الواقع الحالي.

إن كل منظمة لا تتكيف مع التغييرات لن تتقدم إلى الأمام، وهذا ينطبق على كل المنظمات الكبيرة منها والصغيرة. فماليزيا تنمو بسرعة والمستقبل سيكون مختلفًا. لأن المنظمات التي تعيش في منطقة الراحة، والتي تسمى اليوم "بمنطقة الخطر"، لن تكون قادرة على الحفاظ على أعمالها، وسوف تواجه العديد من الصعوبات غير المتوقعة في المستقبل عندما تدخل المنافسة في السوق.

لهذا يجب على المنظمات أن تقبل حقيقة أن تحقيق الأهداف والنمو السريع يتطلب إعادة تفكير جدي في فهمهم لواقع عصر المعلومات، والأسواق، وتحديد العملاء والمنافسين، وقيمهم وسلوكهم، والتكنولوجيا ودينامياتها، ونقاط القوة والضعف والفرص المتاحة للشركة، والتهديدات التي قد تعصف بهم. وليس على المنظمات أن تكون مركزة فقط على العملاء، بل أن تركز أيضا على الابتكار وتنفيذ الاستراتيجيات التي تستهدف جميع الموارد التي تمتلكها، ولا سيما تلك التي لا يستطيع المنافسون استنساخها أو تقليدها وهي الأفراد. مع العلم، انه لا معنى لتركيز المؤسسة على منصب لا تستطيع الحفاظ عليه، أو على تطوير كفاءات ليس لها نتائج تنافسية.

والسؤال الذي يجب أن يطرحه أصحاب الأعمال على أنفسهم هو عما سيحدث إذا دخلت الشركات العملاقة المنافسة في السوق. فماذا سيحدث لمحاتهم الكبرى مثلا إذا دخل "ول مارت" أو "كارفور" على الخط. ثم ماذا سيحدث إذا جاءت المؤسسات القوية في غرب ماليزيا والتي لها فروع في كل مدينة في الدولة؟ والجواب هو أن أي عمل غير مستعد للمنافسة، سيواجه مشاكل كبيرة وسيصارع من أجل البقاء.

إنه لا يكفي أن تحقق الشركة أرباحًا في الوقت الحاضر. بل عليها أن تدرك إمكانياتها وتبني أساسًا قويًا للمستقبل. ويجب عليها إعادة تقييم موقفها وخطتها لتكون مستعدة للمستقبل الذي لا يمكن التنبؤ به إلا من خلال الالتزام بالتغيير.

وعندما يتعلق الأمر بالتغيير، فهناك ثلاثة خيارات. فالأول هو أن تنتظر المنظمات أن تتغير الظروف ثم تتفاعل معها، وهذا يكون في معظم الحالات متأخرًا للغاية. والثاني هو أن تتوقع المنظمات تغيير الأمور وتتصرف قبل حدوثها. أما الثالث فهو أن تشارك المنظمات بنشاط في التغيير الضروري وتخلق مستقبلها الخاص، وهذا سيحقق الأثر الكبير والاختلاف المتميز.

كما يجب على المنظمات توظيف أفضل الناس. فمعرفة أفضل ما يمكن القيام به لإرضاء العملاء مهم جداً لنجاح المؤسسة. ومفتاح اللغز هو أن على المؤسسات تحديد الوظائف الأكثر أهمية لخدمة العملاء واختيار أفضل الأشخاص لها، بغية الاستفادة من مهاراتهم وقدراتهم ومواهبهم، من أجل التركيز على أداء الوحدة المحددة.

ولكي تكون المنظمة مستعدة للمستقبل، عليها أن تكون أيضاً "منظمة تعليمية". وهو مصطلح استعمله لأول مرة "كريس أنجريس"، وهو ما يعني "الشركة التي تتعلم من مسارها، وتعديل استراتيجياتها وطرق ممارستها للأعمال بشكل كبير للغاية، وتطور باستمرار مواردها البشرية وتحسنها".

إن منظمة التعلم هي المكان الذي يوسع فيه الناس معرفتهم باستمرار، حيث يتم تطوير الابتكار والتفكير الجديد، ويتم تلقين الإبداع مجاناً، ويستوعب الناس باستمرار كيفية التعلم معاً لخلق النتائج التي تطمح إليها المؤسسة بحق.

إن كون المنظمة "منظمة تعليمية" سيضمن لها الميزة التنافسية. والتي تأتي من البحث المستمر عن التحسين والتميز الذي يتم من خلال سلسلة من الخطوات التي يتم إجراؤها باستمرار، بدلاً من تحقيق قفزات كبيرة.

فبدلاً من العمل على تحسين المعرفة فقط، ستزيد المنظمة التعليمية أيضاً عدد العاملين في مجال المعرفة. أي أن المنظمات يتوجب عليها أن تشارك في عملية إنشاء ما يسمى الآن بـ "رأس المال الفكري". وهو مصطلح يشير إلى الأشخاص الذين يعملون في وظائف تطوير المعرفة والخبرة، والمهارات التحليلية، وحل المشكلات، والتفكير العام، والمهارات الإبداعية، وجميع هذه الأمور لها أهمية بالغة في إنجاح الأعمال.

إن بإمكان المنظمات أن تكون ناجحة في الحاضر والمستقبل، وذلك عندما يصبح لاعبوها الرئيسيون أذكى جداً، وملتزمين بالتغيير ويتعاملون معه. كما يمكن لها أن تكون ناجحة إذا قامت بتطوير أفرادها، ونجحت في تحديد منافسيها وميزتها التنافسية، وعندما تكون قادرة على جذب الأفضل من أفضل الأشخاص وجعلهم يقدمون عملاً متفوقاً. وكذلك عندما تكون جاهزة دائماً للتعامل مع الأزمات التي قد يتعرض لها عملها، وأن تتعلم من إخطائها، وأن تستخدم هذه المعرفة كمدرسة من شأنها أن تساعد على تحقيق نتائج ممتازة.