

## المحاضرة التاسعة عشر .. (وظائف المنظمة ) الجزء الأول

- يرمز لإدارة الموارد البشرية بالاختصار HRM
- وهي تلعب دورا مهما في رفع الكفاءة الانتاجية للمنظمة ، وبالتالي في تحسين وتدعيم العلاقات الإنسانية
- وإذا كان الانسان هو عنصر التغيير والتطوير فان ادارته القوه العامله هي من اصعب ما يواجهه المنظمة على الإطلاق
- فالمنظمة بأكملها ترتكز على العنصر الانساني من قمة هرمها التنظيمي الى قاعدته

### مفهوم وأهداف إدارة الموارد البشرية

- وظيفة الموارد البشرية: هي الأنشطة المختلفة التي تمارسها الوحدة التنظيمية المسؤولة عن تدبير القوى العاملة اللازمة للمنظمة كما ونوعا وتوقيتا والمحافظة عليها وتعويضها وتنميتها وتحفيزها
- إدارة الموارد البشرية: هي الكيفية التي يتعامل بها كل مدير مع مرؤوسيه ليصل بهم الى تحقيق الاهداف المنوط به تحقيقها

وظيفة الموارد البشرية إحدى وظائف المنظمة.....إدارة الموارد البشرية وظيفة كل مدير

### أهداف متصلة بالمنظمة:

١. الحصول على أفراد أكفاء
٢. الاستفادة إلى أقصى حد من جهودهم
٣. الحرص على استمرار ولاء الأفراد للمشروع

### أهداف متصلة بالعمالين :

١. إيجاد احسن فرص عمل ممكنة
٢. إتاحة فرصة التقدم والترقي في العمل
٣. توفير أفضل ظروف العمل التي تمكنهم من العمل المتعاون الفاعل الذي يزيد من انتاجهم
٤. زيادة دخلهم وارتفاع مستوى المعيشة
٥. كفاءة توفير ظروف عمل جيدة
٦. توفير حرية الاستقلال او الانتقال او الترقي
٧. المعاملة بما يتفق مع الكرامة الانسانية

إدارة الموارد البشرية تسعى لتحقيق التوازن بين الفرص المتاحة للعمل والطاقات البشرية التي يمكنها التقدم للحصول على هذه الفرص.

## أهداف متصلة بالمجتمع ككل:

١. مساعدة افراد المجتمع على ايجاد احسن الاعمال واكثرها انتاجية لبذل اقصى طاقتهم والحصول على المقابل المناسب
٢. تأمين الحماية والمحافظة على القوه العاملة
٣. توفير جو العمل الذي يسوده حرية الحركة والتغيير
٤. المساعدة على تحقيق الرفاهية العامة لأفراد المجتمع

## وظائف ادارة الموارد البشرية

١. تخطيط الموارد البشرية
٢. تحليل وتصميم الوظائف
٣. الاستقطاب والاختيار والتعيين
٤. التدريب
٥. تقييم الاداء
٦. التعويضات
٧. الصحة والسلامة

## إدارة التسويق:

- يلعب التسويق دورا هاما في رفع معدلات التنمية في دول مختلفة
- **مفهوم التسويق** هو الوسيلة التي يستخدمها المنتج لتقديم المزيج التسويقي من منتجات وتسعير وترويج وتوزيع لإشباع احتياجات ورغبات المستهلكين وتحقيق اهدافهم المختلفة داخل حدود المجتمع الذي يعملون فيه.

✓ **تعريف فيليب كوتلر:** هو نشاط انساني يعمل على اشباع احتياجات ورغبات كل من المنتج والمستهلك عن طريق عملية تبادل بينهما

## عناصر المزيج التسويقي



### عناصر المزيج التسويقي

**المنتج** كل ما يمكن بيعه او اي شي يقدم للسوق بغرض الاقتناء او الاستخدام مثل :- السيارة - الخبز - الإقامة في فندق وقد يأخذ شكلا ماديا ملموسا او شكلا معنويا غير ملموس مثل :- الخدمات او فكرة او شخص .

**التسعير** وهو من اصعب القرارات التسويقية التي تتخذها المنظمة لارتباطها الوثيق بكينونة المنتج ومكانته .

### اهداف التسعير

1. تعظيم الربح
2. تحقيق حجم مبيعات كبير
3. الحفاظ على استقرار السوق

**العوامل المؤثرة ( متغيرات المزيج التسويقي - طبيعة المنافسة في السوق - توقعات المشترين - توقعات الوسطاء - التكاليف الانتاجية - القوانين والتنظيمات )**

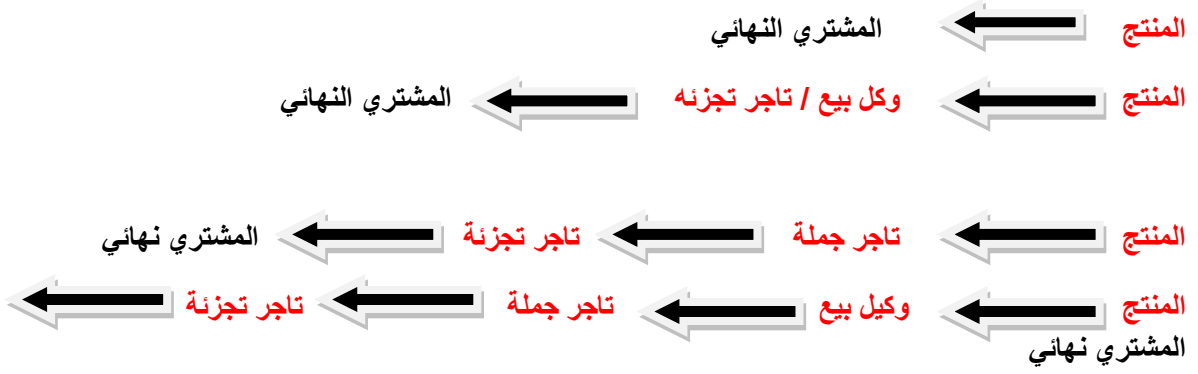
**الترويج** هو عملية الاتصال بالجمهور بهدف التأثير على سلوكه .

### يتضمن خمسة عناصر تسمى المزيج الترويجي وهي :

1. **الاعلان** : وسيلة غير شخصية لتقديم المنتج -مقابل اجر - الى السوق .
2. **البيع الشخصي** : الاتصال الشخصي من مندوب البيع للعميل لاقتناعه بالشراء .
3. **الدعاية** : وسيلة مجانية غير شخصية لتقديم المنتج للجمهور مثل خبر في جريدة او مقالة مطولة عن مشروع في مجلة .
4. **تنشيط المبيعات** : مثل منح الهدايا المجانية والعينات التجريبية .
5. **التسويق المباشر** : هو احد الاساليب التي تستخدم : البريد ، الهاتف ، والبريد الالكتروني ... الخ

التوزيع وهو المهمة التي يتم من خلالها نقل المنتج من مصادر انتاجه الى المستهلك الاخير .

وهو يتخذ احد الاشكال التالية



بحوث التسويق

عملية منظمة لجمع وتصنيف وتحليل المعلومات التسويقية اللازمة لإعداد تقارير موسعة عما يحدث في السوق لمساعدة المدير على اتخاذ القرارات .