

## الإدارة والتجديد



«التجديد والتطوير.. لا يمكن فصلهما في المفهوم، ولا عن مفهوم الحياة التي نعيشها.. الحياة حركة إلى الأمام.. والتجديد نحو الأحسن قانون حركة هذه الحياة..»

إنّ التجديد هنا لا يعني بالضرورة التغيير التكنولوجي ووسائل الإنتاج والعمل فقط..

إنّ بلاد الشمس المشرقة - اليابان - أحد مواطن النهوض الحديث كأُمَّة صناعية عصرية.. تَوَمَّسَتْ إلى ذلك بإدراك حاجات ومستلزمات هذا النهوض - اجتماعياً، وصناعياً، وتعليمياً - التجديد الذي جعل اليابان بلداً متميزاً في كلّ شيء..

أخذت بنموذج المصانع الحديثة المتطورة.. جدت أنظمة العمل والإنتاج والحوافز.. فوصلت إلى بناء إمبراطورية صناعية حديثة بسرعة تلفت الأنظار، وبأقل قدر من الضجيج.

إذن ما هو هذا التجديد الذي أصبح كلمة رنانة في عالم اليوم الحديث والمعقد؟

إنّ التجديد ليس بالضرورة اكتشاف أو اختراع شيء ما، بل هو إدراك الفرص المتأصلة في جوهر الأشياء والعمل على استخلاص أحسن ما فيها لتطويرها، إنّه يتضمن عنصر الثقة والإخلاص والرغبة المتأصلة بتحقيق النتائج المتقدمة بالرغم من كلّ العراقيل والمعوقات..

المرونة والتقبُّل للأفكار الجديدة والرغبة بتحرير النفس من التزمُّت والتقييد ومواجهة مخاطر التهديدات بثقة في النفس..

كلّ ذلك صفات ضرورية للمدير الذي يتبنّى التجديد في إدارته.

إنّ البحث عن أفكار جديدة يساوي أهمية التجديد ذاته لأنّ ذلك يعني نمو وازدهار في الإدارة ذاتها..

التجديد في الإدارة.. يعني تصميم وتطوير شيء جديد ليس معروفاً ولا موجوداً لحد الآن.. والذي سيُشكّل هيكلاً اقتصادياً جديداً خارج القديم..

ومهما يكن حجم هذا الشيء وحتى لو كان صغيراً.. كأن يكون معرفة جديدة.. خطأً جديداً للتعامل، أو التسويق، أو الإنتاج، أو ابتكار خدمة جديدة في التعامل، والتوزيع.. أو الخزن أو الإعلان.. إلخ، فإنّه تجديد مؤكد.

إنّ التجديد عالم واسع.. لا تقتصر عليه جهة أو مكان أو زمان معيّن.. التجديد ليس له حدود ولا جنسية ولا لون أو جنس.. يمكن أن يكون في مؤسسة كبيرة، أو صغيرة صناعية، أو تجارية، أو خدمية.. في البيت أو المدرسة في أسلوب التعليم، أو الحسابات، أو إدارة المنزل.. كما يمكن أن يكون في نظم الكمبيوتر، أو برنامج لخدمة الزبائن في مقهى، أو في تغليف الطعام.. أو في الطباعة، والتعليم..

فليكن عزيزي المدير في مؤسستك.. مهما كان نوعها.. وفي علاقاتك العامّة.. أو منتجك الجديد.. أو خدماتك المتميزة والسريعة.. في التسويق أو التنظيم الإداري أو في مجال الاستشارات ودراسات الجدوى.

إنّ المدير الذي يؤمن بالتجديد ويسعى له في عالمنا المعقّد السريع التغيير يحتاج إلى النموذج وتعيين الاتجاه والحماس.. وأن يغرس هذه المبادئ داخل منتسبي مؤسسته.. ليحولوها إلى أهداف دائمة.. يسعون إليها وبها ويستذكروها بشغف وإخلاص عميق كلّ يوم..

التجديد في الإدارة يتماشى مع الزمن:

التجديد في الإدارة يتضمن "بالضرورة التغيير أو "التحرك مع الزمن".

ويعلن هذا التغيير عن نفسه بطرق متعددة، ولكنها جميعاً تحمل دلالة عميقة في المفهوم الأساسي للعلاقات البشرية لأنّه خط لا مناص منه في قانون الطبيعة.

وعلى المستوى الفردي، يمكن أن تكون هناك أنماط من التغيير تطوريّة أو ثورية، تغييرات مادّية مظهرية (الملبس أو الموديلات، الأصدقاء، التكنولوجيا...) أو في الروتين والتقنية..

أو تغييرات راديكالية وإستراتيجية.. تعطي توجهاً جديداً في أنماط عملنا أو حياتنا.

وعلى مستوى المؤسسات، يمكن أن يكون التغيير جزءاً أساسياً في حياة المؤسسة.

وغالباً، فإنّ أي مؤسسة تستطيع أن تكيّف نفسها للتغيير، سواء كان في بنيتها، عملياتها، في الأفراد والأصول، بلا ضجيج بالغ.

كما أنّ مؤسسات معروفة عالمياً أدخلت تغييرات تجديدية واسعة على أنظمتها بشكل تدريجي لا يُسيء إلى كينونتها وأساسها القديم بل يتماشى معه ويحافظ عليها.. مثل "فورد"، "كوداك" و"زيروكس".

ومهما يكن نوع التجديد أو زمانه أو أسلوبه.. لا بدّ أن تسبقه التساؤلات الإستراتيجية المهمة:

لماذا؟ وماذا نجني؟ وكيف ننافس؟

ومهما يكن فإنّ المخطّطين والمنفذين للتغيير، وخصوصاً التغيير الاستراتيجي، يجب أن يضعوا في اعتبارهم المصادر والعناصر البشرية كعامل حاسم في التغيير.

إنّ المدير الكفء الذي يتحلّى بالصفات القياديّة الفذة وبإستراتيجية مدروسة واضحة وفريق متفاعل ومؤازر في جميع المراحل والمستويات.. يستطيع أن يحقق تغييراً هادفاً ومثمراً بكلّ معنى الكلمة.

إنّ المخاطر المرافقة لكلّ تغيير هي نسبية، تتقلص أو تزداد حسب الكفاءة ومستوى الدراسات المتعلقة بموضوع التغيير.. كلما كانت الحسابات دقيقة، شاملة، ميدانياً ونظرياً كلما تقلصت المخاطر والتضحيات.. وعموماً فإنّ مجرد إدارتك لمفتاح التشغيل في سيارتك صباحاً.. هو نوع من أنواع المخاطرة.. ومَن لا يعمل لا يخطئ.

فالأفكار الجديدة تجد مَن يقاومها دائماً منذ أن أعلن "غاليليو" أن الأرض تدور.. بل قبله.. وبعده..

ولكن حذار أن تطلق كلمة "التجديد" في مؤسستك قبل أن تجهز خططك الكاملة وتقررها.. وبدون ذلك سيبقى كلامك مجرد وعد يحيل انتظار الناس الطويل إلى مرارة صبر نافذ! ثمّ إلى إحباط يضعف الأداء.. ويسبب إلى شخصك لأزّه يضعف الثقة التي بنيتها جراً جراً عبر مسيرتك..

إنّ التاريخ مليء بأسماء القادة الذين لم يكونوا يعرفون شيئاً عن التكنولوجيا ولم يقرؤوا أسس ونظريات الإدارة والقيادة.. ولكنهم جعلوا من أعمالهم قمماً وشواهداً للنجاح في التجديد.. وبذلك رسّخوا أعمق وأبلغ صور القيادة الفاعلة في سلوكياتهم الفذة. ►

المصدر: كتاب المدير الناجح والتخطيط الإداري الفعّال