

ان الاداره بتعتمد على الممارسه اكثر مما تعتمد على النظريات بل ان نظريات الاداره والعلم نفسه مبني على الممارسه اللي بتحصل على الارض وعليه احنا ممكن نطلق على الاداره اسم العلم الحر على مر التاريخ الاداره موجوده وحيويه مره في بناء الاهرامات تنظيم العمال تحت صادوه الحرس ومره موجوده في الشؤون الداخليه للدوله تحت اسم وزير او حكيم وبدا يتطور المصطلح وتتعدد العمليات الاداريه لحد ما بقت الاداره علم وتخصص وبرده تطورها لم يغني عن ان الاساس في الاداره عمليه الممارسه والتجربه طب يا ترى امتى بدا علم الاداره الحديث في التشكل قصتنا بتبدا مع تيلر اشهر علماء الاداره على مر التاريخ تيلر اتولد 1856 وبدل ما يدخل جامعه هارفارد العريقه اشتغل في احد المصانع وبسبب مهارته وشهرته كان بيتم الاعتماد عليه في اداره انتاج المصانع دي في يوم لاحظ تيلر ان العمال بيستخدموا نفس نوع الجروف وهم بيرموا الفحم جوه الافران وبرده هم بيجمعوا الرماد الناتج من احتراق الفحم هو شاف ان في مشكله وتضييع وقت كبير بسبب سوء التنظيم وبسبب استخدام نوع واحد من الاداه فبدا يجرب كذا نوع مختلف من الجروف وقسم العمال على المهمتين وبدا يقيس الوقت اللي بتاخذه كل مهمه لحد ما وصل لافضل انواع الادوات واقل الوقت اللي بتحقيقه واعلى الكثافه والاكثر تنظيم من هنا بدا يكتب كتابه الاول 1911 بعنوان مبادئ الاداره العلميه وده يعتبر المرجع الاول للاداره في العصر الحديث بمفهوم الاهتمام بالانتاجيه والكفاءه مع توفير الوقت والجهد مبدا الاداره في الفتره دي كان مرتبط جدا بالكتاب ده وكان ممكن نلخصه فيه ازاى احقق انتاجيه عاليه باقل تكلفه احنا النهارده في الفيديو هنركز على الاداره كفن وهنتكلم عن بعض الادوات اللي لازم كل واحد شغال في مجال الاداره يبقى فاهمها ومستوعب واول واخطر اداه هنتكلم عنها هي فن ابتكار القيمه العميل يدفع ثمننا ليحصل على قيمه لا ليحصل على سلعه او خدمه ايه هي القيمه القيمه هي جوهر منتجك اللي بتقدمه هي علامتك التجاريه اللي في ذهن العميل هي البراند بتاعك هي الحاجه اللي بتربط العميل ببيك شركات كثير بتحاول تقدم لك قيمه من ورا منتجها كوكا كولا مثلا عاوزه توصل مفهوم السعاده في عقل العميل من ورا المشروب بتاعها او بر عاوزه تزرع مفهوم الخصوصية والامان من ورا خدمتها في التوصيل كل الشركات بتسعى انها تزرع قيمه قبل ما تقدم منتج وعشان تحقق القيمه دي في طريقين اما ان العميل يبتكر القيمه او ان القيمه تبتكر عملائها تعال نتكلم على اول حاجه العميل يبتكر القيمه تعال احكي لك قصه شركه شهيره اسمها اتايم اتور دو ك مايك هارس مؤسس الشركه بداها عشان تقدم خدمه توصيل الطرود البريديه والشحن العميل مع الوقت كان في شكاوى كثير من العمله من تاخر الطرود دي تركيز مايك على القيمه مش على السلعه واهتمامه بالعمل خلاه يقدم مزيد من الضمانات عشان ما يخسرهم يا ترى عمل ايه هارس استغل شغله كمبرمج وعمل برنامج او ابلكيشن بيحمل العميل ويشتره ب 6 دولار شهريا من خلاله العميل بيتابع رحله الطرد من ساعه ما بيطلع من الشركه لحد ما بيوصل عنده والوقت اللي اخذ ولو الوقت اتاخر عن اللي الشركه رسما كان العميل بياخد فلوس الشحن كامله الغريب انه مع الوقت اقبال الناس على ابلكيشن والاشترك فيه فق اقبالهم على خدمه الاساسيه اللي هي توصيل الطرود ومع الوقت شركات ضخمه زي فيدكس وابس من اكبر شركات الشحن في العالم بداوا يشتروا البرامج دي الشركه مع الوقت اكثر تركت مجال توصيل الطرود اصلا وتخصصت في مجال انتاج وتسويق البرامج بتاعه توصيل الطرود المستفاد من القصه ان تركيز مايك على القيمه خلاه يكتشف عن طريق عملائه طريق جديد وناجح للاداره ولمؤسسات كثير اهتمامك بالقيمه بيخلي كيانك او انت شخصا بتطور يبقى عندك المرونه للتغيير والنجاح ثاني حاجه القيمه تبتكر عملائها مان كان بيههدف من ابتكار كاميرا كودا تسهيل مهمه المصورين المحترفين في سنه 1988 كان التصوير مهمه شقه جدا لانها بتكبر المصور على التعامل مع الواح زجاجيه ثقيله بيتصب فيها مواد كيميائيه فتره طويله بيستناه لعمل عبال ما صورته تجهز استمان خلى التصوير شبه اللعبه بسيط جدا بالنسبه للفترة دي وكان شعار الشركه ساعتها اضغط على الزر واترك لنا الباقي اعتقد استمان انه كده بيوفر على المصورين جهد كبير بس المشكله ان كل المصورين المتخصصين رفضوا المنتج واعتبروا الرخص سعره دلالة على تدني الجوده رفضوا استخدام الكاميرا كودك الشركه كانت على وشك الافلاس ساعتها كان ممكن اسمن يعدل منتجه او يغيره عشان يرضي المصورين بس تمسكه بالقيمه انه يخلي عمليه التصوير سهله وبسيطه من خلال منتج الكاميرا ده خلاه يفكر في فكرته الثوريه فيها ايه لو حولت شريحتي من المصورين المتخصصين للعميل العادي ليه ماخليش العميل العادي هو اللي ستخدم المنتج بتاعي بدا استمان يكثف دعايته على العملاء العاديين ويفهمهم التصوير اكتب وبسطت من خلال المنتج وده خلى كوده تحقق مبيعات تاريخيه من خلال العملاء العاديين مش المتخصصين والاختراع ده وصل لايد كل فرد في العالم عشان يبقى دليل قوي ان القيمه ممكن تصنع عملائها الخلاصه ان الاداره فن وعلم ومن اهم فنون الاداره فن ابتكار القيمه القيمه هي شريان المؤسسات ودليل قوتها مش اهم حاجه الانتاج العالي بالتكلفه القليله لكن برده مهم تحدد وتفكر القيمه اللي محتاجها العميل

بتاعك وتبدا من بعدها تحدد انتاجك وعمليات الاداريه القيمه دي اما توصلها عن طريق العميل او انك تقنع بيها العميل الغرض من فلسفه الفالو او القيمه انك توسع من ادراكك وتفكيرك من التركيز بس على المنتج لانك تركز على زرع قيمه من ورا المنتج ده في دماغ العميل خليك فاكرا السلع والخدمات بتتغير اما القيمه بتبقى وبتزيد