

قسم الاقتصاد  
سنة اولى ماستر اقتصاد دولي  
محاضرة حول :  
تنظيم الشركات متعددة الجنسيات

د. مسمش نجاه



# أنواع الشركات وآلية الإنتقال بين مراحلها





## الشركة المحلية Domestic Company

- هي الشركة التي تنتج لإشباع الأسواق المحلية مع عدم وجود منافسة في اغلب الأحيان. تنتج هذا النوع ويسوق في بيئة واحدة متجانسة ثقافية ، وهي تحتاج إلى الأسواق العالمية للبحث عن المواد الأولية أو التكنولوجيا أو الموارد البشرية

## الشركة التصديرية Exporting Company

هي الشركة التي تحاول البحث عن الفرص التسويقية خارج

حدود بيئتها المحلية الضيقة إلى الحدود الإقليمية من خلال

وحدة التصدير كبداية للنشاط الدولي . والتباين الثقافي محدود

وهي تحتاج إلى تثقيف دولي محدود.



# الشركات الدولية International Company

- هي التي تقيم في دولة واحدة وتكون لها جنسية واحدة. لكن تفتح لها فروع. وتركز على مجال التسويق في الدول المضيفة. والتكنولوجيا المستخدمة من قبلها تصبح مشتركة بين فروعها وتواجه منافسة كبيرة. وعليها مراعاة الثقافة المحلية لدولة الفروع في الدولة المضيفة مع تدريب المديرين على هذه الثقافة.

# الشركة متعددة الجنسية Multinational Company

- منظمات أعمال كبيرة عابرة للحدود والبيئات والثقافات،
- منظمات متعددة الجنسيات وتعمل في أسواق متعددة وتتواجد في عشرات الدول المضيفة (Host-country) وتستند في أنشطتها المحورية على الأسواق الدولية في العالم .



# الشركة متعددة الجنسية Multinational Company

● خصائصها:

❑ هي التي لديها عمليات إنتاج وتسويق دولية واسعة في أكثر من دولة . ويكون لها وحدات إنتاج وتسويق بشكل مستقل.

❑ تكون لها أكثر من جنسية

❑ يتحكم النشاط الاقتصادي في أكثر من دولة

❑ تملك مرونة جغرافية عالية

❑ نسبة مبيعاتها الخارجية ٣٠% من إجمالي مبيعاتها، وربح لا يقل عن ١٠-

٢٠% من رأسمالها



# الشركة العالمية Global Company

- التي لا وطن لها من حيث التوجه والنظرة لأعمالها وتتمثل هذه الشركات مرحلة متقدمة ومعقدة لأن أعمالها تكون عابرة للحدود الوطنية ولا ترتبط ببلد معين او جنسية محددة . وهي تحاول تنميط عملياتها عالميا في جميع المجالات الوظيفية ، وتحقيق التكامل بين عملياتها في دول مختلفة لخدمة السوق العالمي .



# الشركة العالمية Global Company

## خصائصها:

- متعددة الجنسيات والثقافات والمتغيرات البيئية
- تملكها مديرون متميزون
- صياغة إستراتيجية دولية
- لديها إمكانيات تمويلية عالية
- المستوى الرفيع في التكنولوجيا والنوعية المنمطة لمنتجاتها الكونية الموجهة الى المستهلك في أي سوق في العالم
- تنافس نفسها من خلال فروعها في مضمار عالمي مفتوح
- أهم متطلباتها دراسة الثقافات الوطنية والتنظيمية في داخل الشركة وخارجها



# تنظيم الشركات متعددة الجنسيات

## التنظيم

### الجيولامركزي

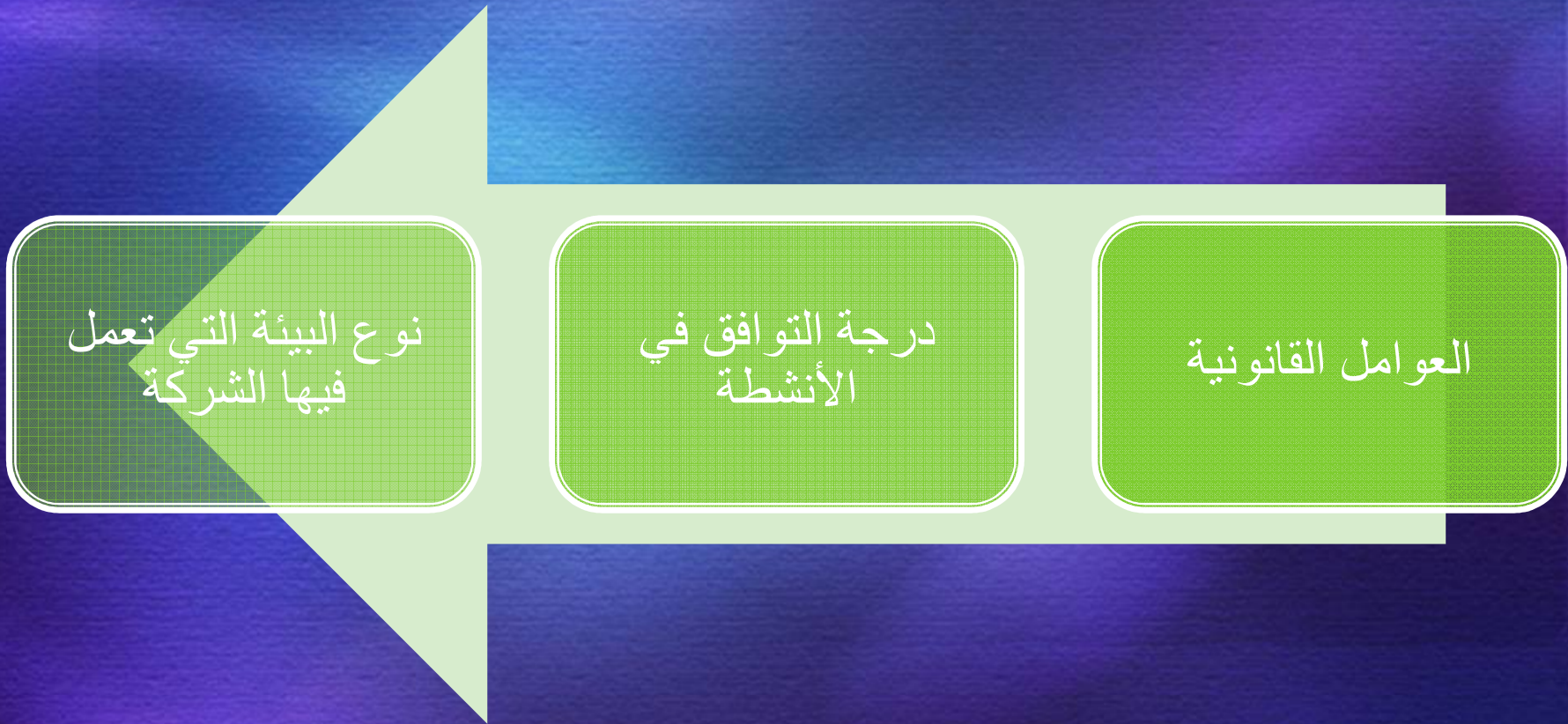
منح صلاحيات واسعة للمدراء الاستراتيجيين ما وراء البحار وذلك فيما يتعلق بعمليات اتخاذ القرارات والرقابة على أنشطة الشركة في المجال المحلي للإعمال . أن الطابع المميز لعمليات الفروع هو صفة الاستقلال النسبي الذي تتمتع به هذه الشركات في الدول المضيفة

### الجيومركزي

تخضع الإدارة الإستراتيجية للمنظمة مع في البلد الأصلي مع تفويض محدود لسلطة اتخاذ القرارات للمدراء الاستراتيجيين ما وراء البحار



# العوامل المؤثرة في تحديد نوعية التنظيم





# الهيكل التنظيمية للشركات متعددة الجنسيات

على أساس المجال الكوني

على أساس المنتج الكوني

على أساس المستهلك  
الكوني

الهيكل التنظيمية



# الهيكل التنظيمي على أساس المجال الكوني





# الهيكل التنظيمي على أساس المنتج الكوني



# الهيكل التنظيمي على أساس المستهلك الكوني







# المدير الدولي الخصائص والأدوار

وضحي الاختلاف بين

المدير المحلي

والمدير الدولي ...

# خصائص المدير الدولي

## المهارات الإدارية والتنظيمية:

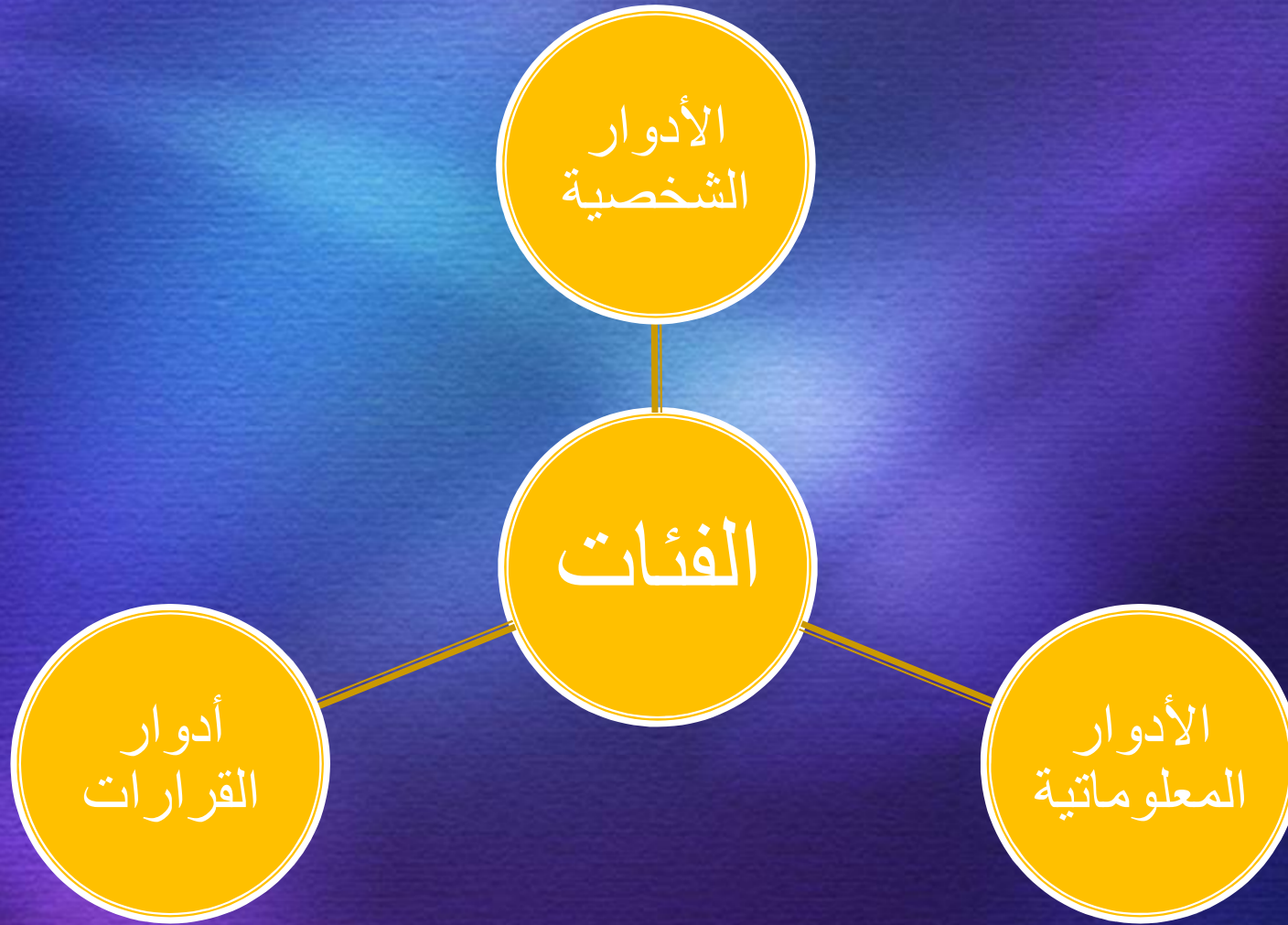
- القدرة على تكوين وقيادة الفريق الإداري يعمل بكفاءة.
- الإدراك الإستراتيجي.
- فهم الاختلاف الثقافي.
- قدرات خاصة بالتمويل الدولي، والتسويق الدولي.

## مهارات روحية:

- القدرة على التحليل والتفكير وتقييم البدائل.
- مهارات الإصغاء.
- إشاعة المناخ البناء.



# أدوار المدير الدولي





# أدوار المدير الدولي

الأدوار المرتبطة بالقرارات  
الإدارية

الالتزام بتحقيق الأهداف

التعامل مع الأحداث والتفاعل  
معها

تخصيص الموارد

مفاوض لمعالجة المشاكل

أدوار المعلومات

المتابعة والتوجيه

توصيل المعلومات المناسبة

المتحدث الرسمي

الأدوار الشخصية

الرئاسة

القيادة

المحافظة على قنوات  
الاتصال