

# الفصل الثالث: رسالة المنظمة

# رسالة المنظمة

١. مفهوم الرسالة وأهميتها
٢. أهمية وضع رسالة واضحة
٣. خطوات إعداد رسالة المنظمة
٤. العوامل المؤثرة في إعداد الرسالة
٥. معايير إعداد الرسالة الجيدة

# مقدمة

في ظل التغيرات العالمية لآبد من سلوك طريق واضح للمنظمات من خلال الرؤية والرسالة التي تجيب عن ما يلي:

□ لماذا وجدت المنظمة؟

□ ماذا تريد أن تكون في المستقبل؟

□ ما الاتجاه الذي يجب أن تسلكه؟

# ١. مفهوم الرسالة واهميتها:

✓ هي الغاية والغرض من وجود المنظمة في قطاع الأعمال الذي تعمل فيه.

✓ «الإطار المميز للمنظمة عن غيرها من المنظمات الأخرى من حيث مجال نشاطها ومنتجاتها وعملائها وأسواقها، وبهدف بيان السبب الجوهرى لوجود المنظمة وهويتها وعملياتها وممارساتها».

✓ تبدأ المنظمة برسالة محددة وواضحة.

# ١. مفهوم الرسالة وأهميتها:

## تتضمن الرسالة الاعتبارات التالية:

١. وثيقة مكتوبة بمثابة دستور يرسم السياسات والجراءات في كل مرحلة
٢. تغطي فترة زمنية طويلة
٣. تحديد الإطار الذي تعمل ضمنه المنظمة والأسواق والمستفيدين
٤. صورة فوتوغرافية تعكس حالة المنظمة في أذهان المتلقين
٥. الأسلوب الفني والعلمي المستخدم
٦. السلوك التنظيمي

# ١. مفهوم الرسالة واهميتها:

تتبع أهمية الرسالة من الأسباب التالية:

١. الرسالة تظهر أسباب وجود المنظمة
٢. تعد معيار لتقويم الأداء في كل مرحلة
٣. تعد الغاية التي توجه إليها كافة أنشطة المشروع
٤. تحدد الرسالة وظائف المنظمة وأسباب وجودها
٥. التزام قانوني و أدبي تجاه البيئة والمجتمع

# ١. مفهوم الرسالة واهميتها:

## أنواع الرسائل:

١. رسائل غامضة غير واضحة مثل المنظمة تريد البقاء (منشآت صغيرة).

٢. رسائل عامة جدا مثل تحسين ربحية المنظمة (مع توسع المنظمة).

٣. رسائل محددة مثل المستهلكين، العاملين، المجتمع المحلي.

## ٢. أهمية وضع رسالة واضحة

لا يمكن للإدارة الاستراتيجية أن تتحقق بشكل كامل دون وجود رسالة واضحة. ومن أسباب الاهتمام بتحديد رسالة المنظمة :

١. ضمان الإجماع على غايات موحدة للمنظمة
٢. تكوين أسس ومعايير واحدة لتخصيص الموارد التنظيمية
٣. بناء ثقافة تنظيمية موحدة
٤. تحديد القيم والاتجاهات التنظيمية
٥. تسهيل عملية ترجمة الأهداف
٦. الاسهام في عملية التقويم والرقابة
٧. تكوين الأسس الواضحة



## ٢. أهمية وضع رسالة واضحة

٨. صياغة الرسالة يساعد في تعريف الشركاء بهوية المنظمة
٩. المساهمة في تنمية الاستراتيجية واستبعاد الاستراتيجية التي لا تخدم رسالة المنظمة.

## ٣. خطوات إعداد رسالة المنظمة

١. ما الأعمال والنشاطات التي تقوم بها المنظمة

٢. تحديد الجهات المستفيدة من السلع أو الخدمات

٣. تحديد إجراءات وطرق العمل

٤. تحديد الغرض من وجود المنظمة

## ٣. خطوات إعداد رسالة المنظمة

يقول بيتر دراكر: «إن المنظمات التي يتم إدارتها بطريقة فعالة وتتبنى الاستراتيجية في نظامها، لابد أن تركز إدارتها على ثمانية مجالات أساسية للأداء هي»:

١. مركز وموقف المنظمة في السوق.
٢. الابتكار والتطوير.
٣. الانتاجية
٤. البحث المعمق عن مصادر التمويل المادية والمعنوية

## ٣. خطوات إعداد رسالة المنظمة

٥. تحقيق العائد على الاستثمار
٦. تحديد مستوى أداء الإداريين وتطوير مهاراتهم
٧. مستوى أداء العاملين واتجاهاتهم
٨. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

## ٤. العوامل المؤثرة في إعداد رسالة

١. تاريخ المنظمة

٢. السلوك التنظيمي ورؤية الإدارة العليا وتوجهاتها

٣. البيئة السوقية

٤. البيئة الداخلية

## ٥. معايير إعداد الرسالة الجيدة

- أن تكون واضحة ومفهومة
- أن تعكس نشاط المنظمة
- أن تظهر سلوك المنظمة
- أن تكون بمثابة دستور
- أن تتصف بالمرونة
- أن تعكس معتقدات المنظمة
- الصدق والواقعية
- أن تعكس ميزة التنافس
- أن يكون أسلوب صياغتها دافعا للأفراد على تنفيذها