

المحاضرة الخامسة : دورة حياة ونمو المؤسسة الاقتصادية وهي بذلك تشبه الكائن الحي في مراحل حياته، ظهرت عدة نظريات مفسرة لدورة حياة المؤسسة، سنتطرق بقدر من التفصيل لأهمها وتحدد أنواع النمو وكذا أهم نماذج دورة حياة المؤسسة . أولا – النظريات المفسرة الدورة حياة المؤسسة 1 الحي، وعلى أنها نظام مفتوح في علاقة تبادلية دائمة مع المحيط تهتم نظرية دورة حياة المؤسسة بشرح نموها، بحيث تستند في تحليل النمو على فكرة تماثل السلوك التنظيمي : النظرية التطورية (دورة حياة المؤسسة حيث MARSHALL) : تقوم هذه النظرية على تشبيه المؤسسة بالكائن للمؤسسات مع سلوك الكائنات الحية، وهي فكرة (1920 شبه المؤسسة بالكائن الحي الشجرة) الذي ينمو حتى يصل إلى حجمه الطبيعي تحت تأثير الظروف الطبيعية، ثم يتلاشى نتيجة لإرساء قواعد وأساسيات نظرية دورة حياة المؤسسة عن BOULDING ظروف طبيعية تقع عليه أيضا. ويرجع الفضل إلى 1950 بأن BOULDING على المؤسسات وطبيعتها التطورية، وأكد BERTALANFFY VON (طريق تطبيق نظرية الأنظمة لـ 1973 استمرار المؤسسة في نشاطها هو أهم من البحث عن الربح، وأن المحيط هو الذي يحدد المؤسسات التي تدر أرباحا تمكنها من الاستجابة لشروط البقاء تم النمو. وهي تقوم كذلك على فكرة أساسية مفادها أن موارد المؤسسة هي وحدها القادرة على إتاحة فرص النمو لها، وبها تتحدد درجة هذا النمو الذي تحققه المؤسسة خلال فترة زمنية معينة، وحسب هذه النظرية فإن المؤسسة تستطيع تحقيق نمو مستمر من خلال التوسع في تعداد أنشطتها وتنوعها، ويتحقق هذا النمو المستمر نتيجة التجديد في الموارد. ثانيا: تعريف دورة حياة المؤسسة يمكن تعريف دورة حياة المؤسسة على أنها نمط من التغير المتوقع في المؤسسة، فهي تشير إلى المسيرة الحياتية للمنظمة منذ بدئها إلى غاية نهايتها، وعليه؛ فإن دورة حياة المؤسسة ليست ثابتة أو اعتيادية، كما أن مراحلها تأخذ شكلا تسلسليا أو إطارا منتظما، وكل مرحلة تكون محسوبة ومتوقعة . كما أن جميع المؤسسات بمختلف أنواعها وأشكالها وأحجامها واتجاهاتها تمر بهذه المراحل وكل المؤسسات وقياداتها تعمل جاهدة على أن لا تصل إلى المرحلة النهائية (أي الهبوط) كما تعرف دورة حياة المؤسسة على أنها مراحل تمتد عبر فترة زمنية لا يمكن تحديدها بزمان معين، كما أن الفترات الزمنية بين مرحلة وأخرى غير ثابتة فهي تختلف باختلاف المؤسسات واختلاف الظروف البيئية، ولكل مرحلة من مراحل حياة المؤسسة سماتها المميزة لها". ثالثا: أهمية دورة حياة المؤسسة تنطلق أهمية دورة حياة المؤسسة، من كونها: وسيلة نافعة جدا للمدراء في مجال دراسة نمو المؤسسة، وتحديد وسائله واتجاهاته وزيادة فاعلية المؤسسة ضمن كل مرحلة تحدد للقادة الإداريين الأسلوب الذي تدار من خلاله المؤسسة، ذلك أن الأسلوب القيادي يجب أن يختلف من مرحلة لأخرى بسبب اختلاف ظروف المؤسسة الداخلية والخارجية، واختلاف حجمها وكذا إستراتيجياتها. رابعا: أهم تقسيمات دورة حياة المؤسسة من أهمها: المؤسسة إلى ثلاث مراحل هي: 1-1 – مرحلة النشأة تعتبر أولى المراحل التي تمر بها المؤسسة، وتتزامن مع وضع الهيكل التنظيمي واختيار التخصص في النشاط الاقتصادي؛ عن الموارد اللازمة لتمويل أنشطتها الاستثمارية 1-3 – مرحلة التدهور : تعتبر هذه المرحلة عن الركود والفشل الذي قد يصيب المؤسسة ويمكن القول أن نهاية وتصفية المؤسسة ليس بالضرورة نتيجة فشلها، بل ربما بسبب قسم الباحثان مراحل حياة المؤسسة إلى : (1995) HOUSE et FULD تحقيقها للأهداف التي أنشأت من أجلها. 2- تقسيم خمسة مراحل هي: 1-2 – مرحلة النشأة: هي مرحلة بداية حياة المؤسسة التي تسطر فيها إستراتيجيتها واتخاذ القرارات المرتبطة بطبيعة النشاط 3-2 – مرحلة منتصف العمر : تعكس درجة التوسع الذي وصلت إليه المؤسسة، و التوجه البيروقراطي في عملياتها الداخلية، وتفويض السلطة 4-2 – مرحلة النضج يتم العمل في هذه المرحلة على تحقيق الأهداف المسطرة، بناء على فرق العمل المسطرة 5-2 – مرحلة الفناء والتدهور تعبر عن الوضع الحرج الذي وصلت إليه المؤسسة من عدم القدرة على التوسع يعتبر التقسيم الأكثر شيوعا و قسم حياة المؤسسة إلى أربعة مراحل هي: 1-3 – GUP والنمو أو تحقيق الاستقرار. 3- تقسيم مرحلة النشأة و الانطلاق هي مرحلة دخول السوق في السنوات الأولى لتأسيس المؤسسة، بحيث تتميز بما يلي : وجود رأس مال كافي لتأسيس المؤسسة؛ وجود السيولة الضرورية ارتفاع تكاليف الإنتاج و البحث : المرونة في تغيير نوع المنتجات والخدمات. 2-3 – مرحلة النمو والتوسع تعبر هذه المرحلة عن مدى الانتعاش والتوسع الذي حققته المؤسسة، وأهم مميزات هذه المرحلة ما يلي: وجود علامة تجارية الدعاية والإعلان والترويج زيادة الطلب على منتجات المؤسسة البحث عن الكفاءة، وجلبها ؛ العمل من أجل الحصول على مصادر تمويل قصير الأجل ارتفاع المبيعات والقدرة على التحكم في التكاليف. إلخ . – مرحلة النضج والاستقرار يتميز هذه المرحلة بما يلي: – 3-3 القدرة على المنافسة والتحكم في الأسعار ؛ البحث عن أسواق جديدة لتسويق المنتجات : العمل على تطوير الإنتاج ؟ حسن العلاقة مع العملاء القدرة على معالجة الانحرافات، والتراجع إن وجد؛ السمعة الجيدة التي حققتها المؤسسة ولاء العملاء للعلامة التجارية. 4-3 – يهدف استقرار المؤسسة و تتمثل في النقاط التالية : مرحلة التدهور

والتراجع مرحلة حرجة تمر بها المؤسسة تعكس ملامح الفشل الذي البحث عن تخفيض عدد العمال والتكاليف التخلص من بعض الأنشطة المكلفة التنازل عن بعض الأصول غير الضرورية من أجل توفير السيولة مطالبة الدائنين بمستحققاتهم. خامسا: نمو المؤسسة الاقتصادية 1 - تعريف النمو: يعتبر النمو أحد أهداف المؤسسة الأساسية بعد هدف الربحية، فأغلب المؤسسات تبدأ صغيرة وتصبح متوسطة ومن ثم كبيرة، بالتالي لم يعد النمو خيارا بالنسبة للمؤسسة، لقد تعددت تعاريف النمو بتطور الزمن، والظروف الاقتصادية. يعرف النمو على أنه زيادة في حجم الإنتاج وبطريقة متتالية مع التوسع في امتلاك الموارد. و يعرف كذلك على أنه حركة لتطوير نشاط المؤسسة و زيادة حجمها بمرور الوقت. لذلك، فإن نمو المؤسسة يعكس قدرتها على الحفاظ أو تطوير مركزها في بيئة تنافسية معادية. 2- أهداف نمو المؤسسة هناك العديد من الأسباب التي تدفع المؤسسات للنمو والتوسع، أملا منها في تحقيق الكثير من المزايا : زيادة حجم المؤسسة وتحسين كفاءة الإنتاج من خلال - اقتصاديات الحجم يتم توزيع التكاليف الثابتة على إنتاج أكبر، مما يخفض من التكلفة الوحيدة، وبالتالي تصبح المؤسسة قادرة على المنافسة - أثر التآزر : يسمح بتجميع الوحدات الإنتاجية لترشيد إمكانات الإنتاج