**أنماط نمو المؤسسة**

**أولا: مفاهيم في نمو المؤسسة**

1. **مفهوم نمو المؤسسة :**

لقد تعددت التعاريف الخاصة بنمو المؤسسة ،وذلك بسبب اختلاف زمن هذه التعريفات ،وكذلك بسبب التوسعات الكبيرة والمتعاقبة التي شهدتها المؤسسات،ومن بين التعاريف نجد:

فقد عرفه بينروس E.T.Penrose سنة 1963بانه ما هو إلا زيادة في حجم الإنتاج وبطريقة متتالية مع التوسع في امتلاك الموارد،ومن هذا فان النمو هو ظاهرة لا تتم أوتوماتيكيا وإنما ناتج عن تأثير حركيات وتغيرات المحيط على نمط وطريقة التسيير داخل المؤسسة، ويتحقق من خلال تأثير عاملين وهما مردودية العوامل و وفورات الحجم

أما ستاربيك starbuck فقد عرفه سنة 1965بانه على انه ليس بظاهرة عفوية و إنما راجع الى قرارات تسيريه .فالنمو يرجع للزيادة في الإنتاج بسبب الزيادة في الإنتاج داخل الأسواق، مما يعمل على زيادة المبيعات والتي بدورها تؤدي الى زيادة الأرباح مما يسمح للمؤسسة بالاستثمار في عوامل إنتاج أخرى من اجل أن تتاقلم مع الطلب الجديد.

أما قاسمي Gasmi فقد عرفه سنة 1988بانه : الزيادة في حجم المؤسسة خلال الزمن .

كما سميت sammut عرفه سنة 1996على انه :يتعلق بمجموعة من العناصر الداخلية والخارجية المتعلقة بالتنظيم ،ويكون نتيجة تفاعل مختلف الظواهر الناتجة عن المحيط ،الخصائص التنظيمية ،الإنتاجية،المالية،الشخصية.

ومن التعاريف السابقة يبدو جليا أن النمو والتطور يقاسان عن طريق اعتماد الزيادة في حجم المؤسسة ،وان قياس الحجم يعتمد في العديد من المؤسسات على مؤشرات متعددة يمكن ايجازها فيما يلي :

* عدد الأفراد العاملين في المؤسسة،وذلك على وفق توزيعهم النسبي في مختلف المستويات داخل الهيكل التنظيمي .
* كمية المدخلات والمخرجات.
* المؤشرات المالية كالموجودات ،وقيمة المبيعات ،ورأس المال الممتلك،والدخل الصافي .
* الهيكل التنظيمي،وذلك من خلال عدد التقسيمات الأفقية والعمودية ،والاختصاصات المضافة والجديدة في الهيكل التنظيمي.

ومن خلال كل هذا يمكن القول ان مفهوم النمو وطبيعته في المؤسسة يقوم على ما ياتي:

* يرتبط مفهوم النمو في المؤسسة بالزيادة في المؤشرات السابقة كعدد الأفراد العاملين ،والمدخلات والمخرجات ،..
* يحقق النمو وتطور في المؤسسة أبعادا تسهم في تحقيق كفاءة وفعالية المؤسسة الاستثمار الأمثل للمواد المتاحة.
* لا يرتبط مفهوم النمو والتطور لبعد زمني معين آو محدد لحصوله،بل انه غالبا ما يتحقق في الأجل الطويل من خلال كفاءة أداء المؤسسة .

ويعد النمو احد المؤشرات الأساسية لقياس كفاءة وفعالية المؤسسة بشكل عام ،ولا يكون هذا النمو إلا بعد قدرة المؤسسة على التكيف مع متغيرات المحيط،والقدرة على مواصلة الأداء في إطار البيئة المتغيرة.

1. **أسباب اهتمام المؤسسات بالنمو :**

تحرص جميع المؤسسات على النمو وزيادة حجمها وذلك لأسباب التالية:

* المؤسسات الأكبر هي الأفضل .
* المزايا الاقتصادية المرتبطة بالحجم الكبير ،حيث نجد الإنتاج الكبير يصاحبه تخفيض في التكاليف وكفاءة اكبر.
* النمو وزيادة الحجم هدف استراتيجي عام لمعظم المؤسسات،وذلك كون المؤسسات الكبيرة تلقى الدعم دائما من الحكومات ،وكذلك يسهل لها الاحتفاظ بموارد أكثر تقيها مخاطر عدد التأكد.
* أن نمو المؤسسة ونزايد حجمها يوحي بأنها تدار بفعالية .
1. **فرص نمو المؤسسة:**

هناك مجموعة من الفرص التي يتيحها المحيط ،فيتم التطرق على بعضها كما يلي :

1. **منتجات جديدة** :إن نجاح المؤسسة داخل السوق عند انخفاض الطلب على منتجاتها يكمن في مدا قدرتها على طرح منتجات جديدة والتي تعزز مكانتها السوقية والتنافسية ،وكسبها فرصا لتحقيق النمو ،فلو تكلمنا على دورة حياة المنتوج نجد أن المؤسسة تجد صعوبات في المحافظة على معدل النمو في المبيعات عند بلوغها مرحلة النضج وبالتالي عند هذا الوضع يجب على المؤسسة أن تكون مستعدة لتصميم وطرح منتجات جيدة.’
2. **النمو الاقتصادي** :إن نمو المؤسسات يرتبط ارتباطا وثيقا ومتبادلا بالنمو الاقتصادي ،فارتفاع الناتج المحلي الخام يكون نتيجة لأداء المؤسسات من خلال تحقيقها للقيمة المضافة ،والتي تأتي أصلا من ارتفاع رقم الأعمال وتحكم المؤسسة في استهلاكاتها الوسطية ،هذا النمو الاقتصادي المحقق بدوره يؤدي الى ارتفاع مستوى الاستهلاك الكلي الذي يقود الى زيادة الطلب العام والذي يكون فرصة سامحة للمؤسسة للرفع من رقم أعمالها وبالتالي تحقيق النمو .,
3. **تغير أذواق المستهلكين** : بفعل الأعمال الترويجية والحملات الإشهارية للمنتجات والخدمات يؤدي هذا الى التغير الكبير والسريع لأذواق المستهلكين ويمكن اعتبارا هذا فرصة للمؤسسة للرفع من رقم أعمالها إلا أن هذا يتوقف بالضرورة على قدرتها في الإبداع والابتكار ودراستها لسلوك المستهلكين ،كما يجب عليها التغيرات التي يمكن أن تحدث في أذواق المستهلكين ودوافع الشراء لديهم وتطور احتياجاتهم ورغباتهم ،وعلى اثر هذا يمكن للمؤسسة أن تقدم سلع وخدمات تتوافق مع طلب وأذواق المستهلكين مما سيؤدي الى تعاظم رقم أعمالها ونموها.

 **ثانيا: أنماط نمو المؤسسة** :يعد النمو من أهم الأهداف التي تهتم لها مختلف المؤسسات وينقسم الى أنماط وأشكال مختلفة هي :

1. **النمو المتوازن** :هو الحالة المثلى للنمو حيث تكون الميزانية في حالة توازن تتوافر فيها سيولة نقدية تكفي بتغطية الإنفاق المتزايد للمؤسسة كما يتناسب حجم الديون مع قيود الهيكل المالي ومستوى الربحية وحجم الاستثمارات الضرورية لاستمرارية نمو النشاط.
2. **النمو المتسارع**: ويعود ذلك التسارع الى الطلب الكبير والمتزايد على منتجات المؤسسة وهذا ما يعكسه الارتفاع السريع لرقم أعمالها مما يضع المؤسسة في تحدي لمجراة التسارع في نموها وذلك استجابة للتغيرات الناجمة عن ارتفاع رقم الأعمال بسرعة.
3. **النمو المتناوب** :هو احد المظاهر لبعض الأنشطة وهذا يتأثر نشاط المؤسسة بالتذبذب بسبب اختلاف مستوى الطلب من فترة لأخرى.
4. **أنماط أخرى للنمو:** إذا كانت أنماط النمو السابقة الذكر مقبولة بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية، إلا أن هناك أنماط أخرى لنمو المؤسسات قد تكون غير مرغوب فيها، نذكر منها على سبيل المثال النمو المتباطئ الذي له مظاهر سلبية بالنسبة للمؤسسة لكونه يعني القضاء على إيراداتها المستقبلية