محاضرة01 : المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية

أفرزت عملية تطورمفاهيم المؤسسة الاقتصادية، مسطلح المؤسسة كنظام مفتوح ، فتغيرات المحيط الخارجي تساهم و بشكل مباشر في تعديل مخرجات المؤسسة و التأثير على تحسين جودة منتجاتها، و كذا قدرتها على الاستمرار في الاسواق و طريقة تميزها عن منافسيها، و هذا كله يعبر عنه في علاقة تأثير و تاثر بين المؤسسة و محيطها الخارجي.

كيف يؤثر المحيط الخارجي على المؤسسة الاقتصادية؟

- يؤثر من خلال انه مصدر للموارد البشرية – المواد الاولية– التكنولوجيا – المستهلكين و البنى التحتية ....

كيف تؤثر المؤسسة الاقتصادية في المحيط الخارجي؟

- من خلال : التشغيل –تدعيم البحث العلمي–اعادة هيكلة المناطق الجغرافية– التنمية – ايرادات– تكامل القطاعات ...

1–العناصر المحددة للمؤسسة الاقتصادية.

لكي نطلق على كيان معين مسطلح مؤسسة اقتصادية يجب أن تتوفر فيها المواصفات التالية :

- للمؤسسة شخصية قانونية لضبط الحقوق و الصلحيات و الواجبات و المسؤوليات.
- التحديد الواضح للأهداف و السياسات و البرامج.
- وجود موارد مالية تضمن استمرار العمليات.
- القدرة على الانتاج (تقديم الخدمات) و أداء الوظائف بغرض تحقيق الربح و ضمان استمرارها.
- أن تتفاعل المتغيرات الداخلية و الخارجية للمؤسسة بما يخدم أهدافها.

2– مفهوم المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية .

- يقدم مفهوم محيط المؤسسة الاقتصادية على أنه " دائرة الفاعلين الاقتصاديين التي تتواجد مؤسسة معينة في مركزها و تتفاعل مع هؤلاء الفاعلين كشركاء اقتصاديين ينتج عن هذا التفاعل تدفقات اقتصادية أو حقوق و واجبات ."

و يظهر من هذا التعريف أن المؤسسة تتواجد داخل شبكة من العلاقات تسمح لها أن تنمو و تتطور.

- كما يعرف المحيط بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية على أنه: " مجموعة العناصر المؤثرة و لكن غير المتحكم فيها ة التي قد تؤثر إيجابا أو سلبا ."

و كإضافة فإن تأثير المحيط الخارجي على المؤسسة قد يكون في شكل فرص أو في شكل تهديدات التي قد تدعم أو تحد من تطورها.

3– خصائص المحيط الخارجي المؤسسة الاقتصادية .

و يتميز المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية بمجموعة من الصفات التي تمثل معيارا لتحديد نوعه.

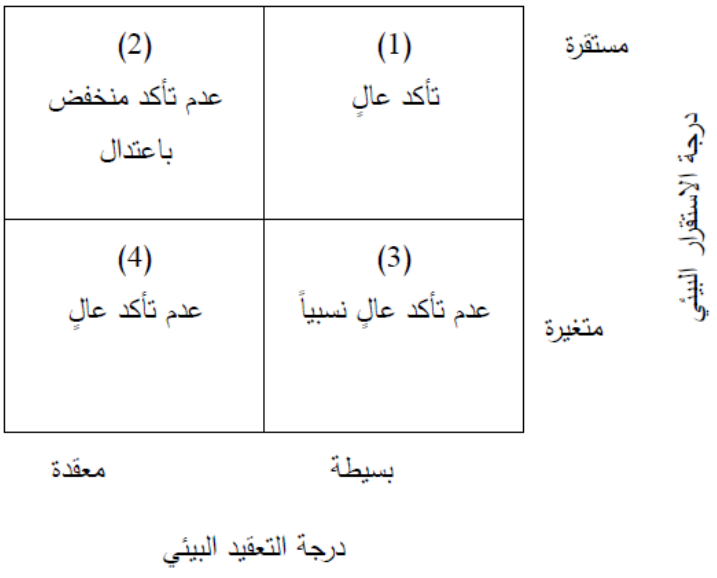
- درجة التعقد: والذي يتضمن وجود عدد كبير من المتغيرات البيئية التي تؤثر في المؤسسة، كلما ازدادت تعقيدا كلما زادت صعوبة عمل المؤسسة.
- الاضطراب المحيط الخارجي : والذي يشير إلى السرعة في معدل التغيير في العوامل المكونة له أي عدم استقرار مكوناته.

- عدم التأكد: و تعبر عن صعوبة التنبؤ بالمتغيرات الخارجية . وعلى العموم هي ظاهرة عدم الوضوح والنقص في المعلومات في المحيط الخارجي المتاحة للمؤسسة.

1- مسطلح بيئة هو مرادف لمسطلح محيط في المحاضرة التالية

ووفقا لأبعاد المحيط الخارجي التي قدمها Duncan المتمثلة ببعدي التعقيد و الاستقرار يمكن التمييز بين أربعة درجات مختلفة من عدم التأكد في المحيط الخارجي.

شكل يوضح : انواع المحيط الخارجي حسب مستوى عدم التأكد



- محيط خارجي بسيط– ثابت: تتصف بعدم تأكد منخفض وذلك لوجود عناصر بيئية قليلة وهي متشابهة في نفس الوقت، كما ان هذه العناصر تميل إلى الاستقرار خلال فترة زمنية معينة.
- محيط خارجي معقد– ثابت: وهي معتدلة الانخفاض من عدم التأكد وذلك لوجود عدد كبير من العناصر البيئية غير المتشابهة نسبيا، وهذه العناصر إن تغيرت تتغير بشكل تدريجي ومتوقع.
- محيط خارجي بسيط– متغير: وهو ذات درجة عدم تأكد عالية نسبيا، ويرجع السبب في ذلك إلى وجود عناصر قليلة متشابهة تتغير باستمرار، ولا يمكن التنبؤ بها.
- محيط خارجي معقد– متغير: درجة عالية من عدم التأكد لكونه يشتمل على عدد كبير من العناصر البيئية غير متشابهة و تتغير بسرعة عالية جدا لا يمكن التنبؤ بها .

4– **مستويات المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية.**

هناك مستويين للمحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية:

4-1المحيط الخارجي العام : و المكونات الرئيسية للمحيط الخارجي العام الذي يؤثر على نشاط كل المؤسسات في الاقتصاد الوطني (PESTEL)

P - العوامل السياسة

-الاستقرار السياسي: تقييم استقرار الحكومة، وغياب الصراعات الداخلية، وثقة المستثمرين الأجانب.

-التنظيم: دراسة السياسات الحكومية، والتغييرات في قوانين الاستثمار، والسياسات الضريبية، وأنشطة الضغط.

-الحوكمة: قياس الشفافية، ومستويات الفساد، وفعالية المؤسسات.

E – العوامل الاقتصادية

-النمو الاقتصادي: رصد اتجاهات النمو، وتقلبات أسعار المحروقات، ونمو الناتج المحلي الإجمالي.

1- مسطلح بيئة هو مرادف لمسطلح محيط في المحاضرة التالية

-التضخم والقوة الشرائية: تحليل معدلات التضخم، والتغيرات في القوة الشرائية للأسر، وتكلفة المعيشة.
-الدين العام والتمويل: دراسة مستوى الدين العام، وإمكانية حصول الشركات على التمويل، والسياسات النقدية.
-البطالة: مراقبة معدلات البطالة وتوافر العمالة الماهرة.

S - الجوانب الاجتماعية والثقافية

-الديموغرافيا: دراسة النمو السكاني، والتوزيع العمري، وحجم الأسرة.
-المستوى التعليمي: تحليل مستويات التعليم العام وتوافر المهارات.
-عادات المستهلك: فهم اتجاهات الشراء
-القيم الثقافية والسلوكيات الاجتماعية.

T- الابتكارات التكنولوجية

-البحث والتطوير: تقييم تبني التقنيات الجديدة، والاستثمار في البحث والتطوير، والتقدم التكنولوجي.
-البنية التحتية الرقمية: تحليل تغطية شبكات الاتصالات والإنترنت والمنصات الرقمية وإمكانية الوصول إليها.

E- اللوائح البيئية:

- دراسة القوانين والمعايير البيئية، وإدارة الموارد الطبيعية، وسياسات التنمية المستدامة.
-تغير المناخ: رصد تأثير تغير المناخ على الموارد والزراعة.
-الوعي البيئي: تقييم تنامي الوعي البيئي بين السكان والشركات.

L- قانون العمل القانوني:

-قوانين العمل، واللوائح المتعلقة بظروف العمل، والضمان الاجتماعي.
-القانون التجاري: تحليل قوانين المنافسة، وحماية المستهلك، واللوائح الخاصة بالأعمال.
-الملكية الفكرية: فهم قوانين حقوق النشر، وبراءات الاختراع، وحماية البيانات.

2-4المحيط الخاجي الخاص: تتكون من عوامل ذات تأثير مباشر على أداء المؤسسة، مثل الموردون والعملاء والموزعون والوكالات أو المنظمات الحكومية ذات العلاقة، والمنافسون الذين يجب أن تتفاعل معهم المؤسسة . وبشكل عام يقصد بالبيئة الخاصة أو بيئة التنافس (المحيط المباشر) بأنها مجموعة المتغيرات التي تمتلك تأثيرا مباشرا على جميع المؤّسسات العاملة في صناعة ما. و يعبر عن مكونات المحيط الخارجي الخاص من خلال القوى الخمس لبورتريمكن الإشارة إلى أّن التفاعل بين هذه القوى و المؤسسة الاقتصادية يؤثر سلبا أو إيجابا في نشاط المؤسسة، وبالتالي حصتها سوقية ، فضلا عن العوائد والأرباح التي يمكن أن تحققها. و في الشكل الموالي نوضح القوى الخمس لبورتر.

شكل يوضح القوى الخمس لبورتر

1- مسطلح بيئة هو مرادف لمسطلح محيط في المحاضرة التالية

و يمكن عرض القوى في مايلي:

قدرة الموردين على التفاوض: تتمثل في قياس مدى قوة الموردين ومدى تحكمهم في زيادة الأسعار، مما يؤدي بدوره إلى خفض ربحية الشركة.

حدة المنافسة(المنافسة بين المنافسين الحاليين): تقيس هذه القوة مدى حدة المنافسة في السوق حاليًا، ويتم ذلك من خلال تحديد عدد المنافسين الحاليين وقدرات وإمكانيات كل منافس.

تزداد حدة المنافسة عندما يكون هناك عدد قليل من المؤسسات التي تبيع منتجًا أو خدمة، وعندما تنمو الصناعة ويصبح من السهل تحول المستهلكين إلى أي منافس يقدم عرضًا بتكلفة منخفضة، ومن ثم تزداد المنافسة وتكون هناك حروب وأسعار بين المؤسسات المنافسة.

قوة العملاء(قدرة المشترين على المساومة): تقيس هذه القوة مدى قدرة العملاء على التأثير على الأسعار والجودة، إذ تزداد قوة العملاء عندما يكون عددهم قليلاً مقابل وجود الكثير من البائعين.

كما تزداد قوة العملاء عندما يكون من السهل تحولهم من مؤسسة إلى أخرى، بينما تقل قوة العملاء عندما يشترون كميات صغيرة من المنتجات، ويكون المنتج الذي يقدمه البائع مختلفًا عن أي منتج يقدمه المنافسون.

تهديد المنتجات البديلة(خطر المنتجات أو الخدمات البديلة): تقيس هذه القوة مدى سهولة تحول المستهلكين من مؤسسة لأخرى منافسة لأنها تقدم منتجًا أو خدمة أقل تكلفة، مما يقلل من قوة الموردين وجاذبية السوق. كما تقارن هذه القوة بين أسعار وجودة السلع المنافسة، ومقدار الربح الذي يحققه المنافسون، وهو ما سوف يحدد ما إذا كان بإمكانهم خفض تكاليفهم أكثر.

يُحدد تهديد المنتجات البديلة من خلال تغير التكاليف سواء التغير الفوري أو طويل الأجل، وكذلك ميل المشترين للتغيير.

تهديد دخول منافسين جُدد(خطر الوافدين الجدد على السوق): تقيس هذه القوة مدى سهولة أو صعوبة دخول منافسين جُدد للسوق، فكلما زادت سهولة دخول المنافسين إلى السوق زاد خطر انخفاض الحصة السوقية للمؤسسة الموجودة وتقليل أرباحها. وهناك عدة عوائق تحول دون دخول منافسين جُدد مثل متطلبات رأس المال، اقتصادات الحجم، السياسات الحكومية وغيرها.

1- مسطلح بيئة هو مرادف لمسطلح محيط في المحاضرة التالية