مثال: جزء من محتوى رسالة

المبحث الثالث: تنافسية شركات التأمين التكافلي وعنصر الكفاءة

سنتعرّض في هذا المبحث إلى المطالب التالية:

- مدخل للتعريف بالتنافسية؛
- أبعاد وأنواع وطرق قياس التنافسية؛
- الكفاءة كمدخل لتعزيز التنافسية.

المطلب الأول: مدخل للتعريف بالتنافسية

تعددت مفاهيم التنافسية حسب مستوياتها المختلفة لكنها اجتمعت في أسباب تزايدها وكذا العوامل التي ساهمت في تطورها وتدرجها.

أولا: مفهوم التنافسية

تتعدد مفاهيم التنافسية حسب مستوياتها، كما ترتبط بالعديد من المصطلحات ذات العلاقة؛ ويمكن الاقتصار على ذكر أهمها فيما يلي:

1- تعريف التنافسية

تختلف التعاريف التي تعرضت لمفهوم التنافسية فمنهم من ركّز على المستوى الجزئي، ومنهم من تطرق لها على المستوى الكلي، وسيتم التطرق لمختلف التعاريف حسب مستويات التنافسية.

أ- تنافسية الشركة

تُعرف التنافسية بأنها القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد[1].

تُعرف التنافسية على مستوى الشركة بأنها: "القدرة على إنتاج السلع/الخدمات بنوعية عالية/ وبالسعر الملائم، وفي الوقت المحدد". وبتعبير آخر هي: "القدرة على تزويد الزبائن بمنتجات/خدمات بشكل أكثر كفاءة وفاعلية من المنافسين الآخرين في السوق"[2].

حسب "ماك فدريج" **(Mc. Fetridge)** فقد ربط التنافسية بمؤشراتها. فالتنافسية تتحقق إذا كانت العلاقة طردية بين الإنتاجية والأرباح من جهة [ايجابا بالارتفاع وسلبا بالانخفاض] وعلاقة عكسية بين التكاليف وارتفاع الحصة السوقية من جهة أخرى..."[3].

مما سبق لا يتعدى مفهوم التنافسية قدرة الشركة على التفوق على مثيلاتها في إنتاج السلع والخدمات بجودة عالية وسعر مناسب وفي الوقت المطلوب.

ب- تنافسية القطاع

التنافسية على مستوى القطاع (الصناعة) هي: "قدرة شركات قطاع معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، ومن ثم تتميز في هذا القطاع ..."[4].

وتُعرف تنافسية القطاع بأنها "قدرته على تحقيق القيمة المضافة العالية، ضمن بيئة أعمال، ذات تشريعات مرنة وناظمة لها، تتماشى مع التطورات الاقتصادية، وضمن آليات فعالة لقوى السوق، من ناحية الموردين والمستهلكين، بالإضافة إلى حرية الدخول إلى سوق العمل"[5].

تتأثر التنافسية القطاعية بتنافسية الشركات المكونة له، وتكون العلاقة طردية بينهما. ثم إن القطاعات التي تمتاز بالتنافسية ترتبط ارتباطا وثيقا بمكونات الاقتصاد وتؤثر على مساره ومكوناته.

ج- تنافسية الدولة

يعرفها المعهد الدولي للتنمية والإدارة التنافسية على أنها "قدرة البلد على توليد القيمة المضافة العالية، وبالتالي زيادة الثروة الوطنية، وتحقيق الازدهار للشعوب"[6].

نتيجة لما سبق يتّضح أن مفهوم التنافسية وخاصة على مستوى الدولة متعدد الجوانب، وهو ما يراه "بورتر" في دراسته؛ حيث ارتبطت كظاهرة كلية في بعض البلدان بالإنتاجية، وفي بعضها بأسعار الصرف وأسعار الفائدة وعجز الموازنة، وفي أخرى إلى ملكية الموارد الطبيعية ووفرتها وتكاليفها... وغيرها[7].

إن مفهوم تنافسية الدولة يتماشى مع مصطلح رفاهية الدولة، ولا يعبّر فقط عن التجميع الخطي لتنافسية الشركات والقطاعات بل يتعداه إلى المتغيرات والمؤشرات الكلية، مثل الإنتاجية والابتكار التكنولوجي والاستثمارات وأسعار الصادرات والواردات والميزان التجاري والضرائب...وغيرها.

2- محددات التنافسية

وضع "مايكل بورتر" صاحب كتاب "الميزة التنافسية" نموذجا لقياس الميزة التنافسية على المستوى الوطني (الماسة الوطنية)، يعرف بمحددات الميزة التنافسية، وتتفاعل فيما بينها كنظام ديناميكي متكامل. والشكل الموالي يبين ذلك.

---

[1] فريد النجار، ***المنافسة والترويج التطبيقي آليات الشركات لتحسين المراكز التنافسية***، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000، ص 11.

[2] سعد علي العنزي وجواد محسن رافعي، ***التحالفات الاستراتيجية في منظمات الأعمال***، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 176، 177.

[3] عبد الكريم كاكي، ***الاستثمار الأجنبي والتنافسية الدولية***، مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2013، ص 115.

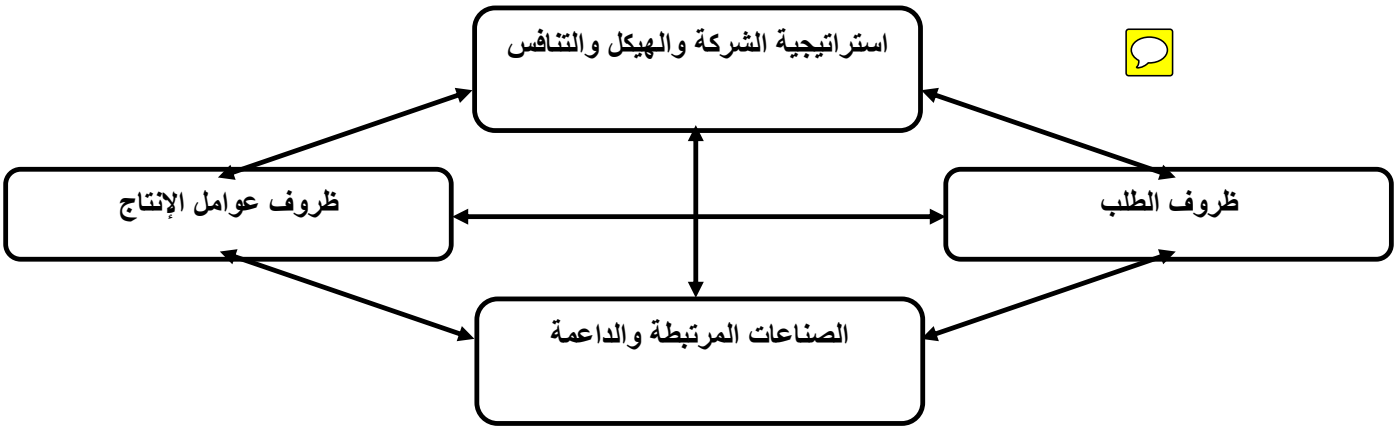
[4] المرجع نفسه، ص 115، 116.

[5] المرصد الوطني للتنافسية، ***التنافسية في الفكر الاقتصادي***، 2011، ص 4، في الموقع الالكتروني: www.ncosyria.com/assets/files/rep1.pdf. تاريخ الاطلاع: 2015/12/12.

[6] المرصد الوطني للتنافسية، مرجع سابق، ص 5.

[7] Look: Michael E. Porter, the competitive advantage of nations, Harvard Business Review, 1990, p 76.

شكل رقم 48: محددات الميزة التنافسية



المصدر: Michael E. Porter, the competitive advantage of nations, Harvard Business Review, 1990, p78.

إن امتلاك ميزة ما في واحد من المحددات السابقة، لا يشكّل بحد ذاته أساسا لامتلاك الميزة التنافسية في القطاع؛ وإنما تفاعل الميزات في المحددات الأربعة هو الذي يؤمّن الأفضليات[8]، وآلية العمل الديناميكي لهذا النموذج هي كالتالي[9]:

أ) ***ظروف عوامل الإنتاج:*** يرى "بورتر" أن هذه العوامل تتضمن إضافة إلى العوامل الإنتاجية العادية (الموارد البشرية، الموارد المادية، الموارد المالية)، الموارد المختصة المرتبطة بحاجات خاصة للصناعات، خاصة الموارد المعرفية التي تشكّل الروابط بالسوق، مراكز البحوث والابتكار ودراسات السوق، إضافة إلى البنية التحتية والاتصالات؛

ب) ***ظروف الطلب:*** تستطيع المؤسسة والاقتصادات الوطنية على حد سواء تحقيق ميزة تنافسية، إذا ما استجابت إلى ظروف الطلب من حيث حجمه وأهميته وتأثيراته، وهذا يعني المتابعة المتواصلة والمتفهمة للحاجات المتنامية للزبائن في السوق؛

ج) ***وضع الصناعات المرتبطة والمساندة:*** يُعتبر وجود صناعة مرتبطة بالصناعة التي تعمل بها المؤسسة، أي تلك الصناعة التي تستخدم نفس المدخلات أو تنتج مواد مكمّلة للصناعة، عاملا مساعدا على توفير مدخلات جيدة بتكلفة أقل للمؤسسة؛

د) ***استراتيجية الشركات والهيكل والتنافس:*** يؤكد "بورتر" أن اختلاف أهداف المؤسسة وأهداف العاملين بها، إعادة تنظيم العمل والتركيز على العمال المؤهلين، تلعب كلها دورا هاما في المقدرة التنافسية للمؤسسة، بما أن وجود منافسين في الصناعة يحفز المؤسسة على تطوير قدرتها وكفاءتها، وسعيها نحو التحسين والإبداع لزيادة إنتاجيتها. باختصار كلما كان الوضع التنافسي والاستراتيجي للمؤسسة قويا، كلما ساعد ذلك على استخلاص ميزات تنافسية هامة تعطي التفوق للمؤسسة على منافسيها.

إن بقاء أي شركة تأمين تكافلي في المناخ التنافسي، وضمان استمرارية نشاطها مرتبط بمدى قدرة الشركة على استغلال الفرص المتاحة والتعامل بمرونة مع التهديدات التي تواجهها في ظل المحددات الأربعة التي تبقى في حالة تطور مستمر، ولذا فعليها الأخذ بعين الاعتبار ظروف بيئتها المحيطة فيما يتعلق بالمنافسين وظروف البيئة التي تنشط فيها.

ثانيا: أسباب وأنواع وسياسات رفع القدرة التنافسية

أدت المستجدات التي تعيشها الصناعات المختلفة وتطورها إلى اهتمام المؤسسات بعامل التنافسية بأنواعها المختلفة، فاستحدثت سياسات لا سعرية تؤدي إلى تفعيلها ورفع مستواها بين المنافسين الآخرين.

1- أسباب التنافسية

ترجع الأسباب التي جعلت التنافسية مطلب كل مؤسسة والركن الأساسي في نظام الأعمال المعاصرة إلى عوامل متعددة من بينها[10]:

- ✓ ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن انفتحت الأسواق أمام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات ومنظمة التجارة العالمية؛
- ✓ وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات، وتطوير أساليب بحوث التسويق، إضافة إلى الشفافية النسبية التي تتعامل بها الشركات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية؛
- ✓ سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين الشركات المختلفة، وفيما بين وحدات وفروع الشركة الواحدة بفضل شبكة الإنترنت، وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة؛
- ✓ مع زيادة الطاقة الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة، والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد، وتحول السوق إلى سوق مشترين تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء (انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل وبأيسر الشروط)؛ أصبحت التنافسية الوسيط الوحيد للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية.

ولا تُعد هذه إلا أمثلة على سبيل الذكر لا على سبيل الحصر، لأنّ الأسباب متعددة ومتشابكة، خاصة مع تنوع وتعدد أنواع التنافسية.

المرجعية في إتباع منهجية البحث: الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية لصاحبه الدكتور **إبراهيم بختي**، متوفر على شبكة الأنترنت.

---

[8] محمد دياب وبسام الحجار، ***النظريات المحدثة للتجارة الدولية***، دار المنهل اللبناني، ط1، لبنان، 2012، ص 111.

[9] أنظر: عبد الكريم كاكي، مرجع سابق، ص 131، 132؛ فيليب سادلر، ***الإدارة الاستراتيجية***، ترجمة علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، 2008، ص 308-310؛ محمد دياب وبسام الحجار، مرجع سابق، ص 111-121؛ Michael E. Porter, op.cit, p 76-83.

[10] محمد سمير أحمد، مرجع سابق، ص 318، 319.