

فصل تمهيدى

مفهوم التنافسية الاقتصادية

د. لبنى عبداللطيف*

يحتل مفهوم التنافسية فى عالمنا المعاصر أهمية كبرى فى عملية صنع السياسة الاقتصادية، وتقييم أدائها فى العديد من الاقتصادات المتقدمة والنامية على حد سواء.

ويرى العديد من الاقتصاديين أنه لا يوجد مفهوم آخر- مثل مفهوم التنافسية- قد احتل أهمية كبرى فى كل من الفكر والتطبيق فى عالمنا الحديث.

وتعرف التنافسية على المستوى الدولى بأنها: قدرة دولة ما على إنتاج السلع والخدمات التى تلبى احتياجات الأسواق الدولية، مع المحافظة عليها، وزيادة الدخل الحقيقى لمواطنى هذه الدولة (Tyson, 1993).

وبصورة أكثر تفصيلاً، فإن التنافسية تعنى قدرة دولة ما على خلق قيمة مضافة وبالتالي زيادة الثروة القومية، عن طريق إدارة الأصول والعمليات (Assets and processes)، اللين والشدة (Attractiveness and Aggressiveness)، التباعد والتقارب (Globality and Proximity)، وبتكامل هذه العلاقات فى إطار اقتصادى واجتماعى (IMD, 1996).

وبناء عليه، فإن مفهوم التنافسية يصبح وثيق الصلة بقدرة الدولة على الاستجابة للأسواق العالمية وتوليد الموارد المطلوبة لتلبية احتياجات سكانها.

ويعنى ذلك ببساطه أن استهداف التنافسية يعنى استهداف النمو الاقتصادى فى الإنتاج ونمو التشغيل والجودة والرفاه الاقتصادى فى مفهومه العام.

أيضاً يعنى ذلك التعريف أن العمل من أجل تحقيق التنافسية الدولية يضم عدة مستويات، فهو يشمل: المنشأة، والقطاع، والدولة.

* أستاذ الاقتصاد - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة.

فالمنشأة هي وحدة الإنتاج الرئيسية، ويتطلب تحقيق تنافسيتها أن تحقق الكفاءة في التشغيل والإنتاج والتسويق، والقيام بالابتكار والتجديد. ويدعم ذلك تكامل عمل المنشآت كلها على نسق واحد من الكفاءة، بحيث يكون تشابك صناعي زراعي خدمي يساند بعضاً البعض في حلقات توليد القيمة المضافة.

وهو الجهد الذي لا تظهر ثماره على المستوى الدولي في صورة تبادل تجارى مزدهر ومتنامٍ إلا إذا وفرَّ له مناخ اقتصادى يقوم على أساسيات معينة، مثل وفرة العمالة الفنية، والتكنولوجيا المتطورة، والسياسات الاقتصادية، والتشريعات المواتية للاستثمار والتبادل الدولى الحر.

هذا التعقد فى مفهوم التنافسية- من حيث أهدافه ومن حيث مستويات العمل المطلوبة لتحقيقه- اتضح على نحو أكبر بعد ظهور اتفاقية الجات، وما تلاها من تنظيم للعلاقات الدولية الثنائية والإقليمية، فلقد التزمت الدول الموقعة على الجات ١٩٩٤ بإزالة الحواجز غير الجمركية، وظهرت مجموعة كبيرة من مناطق التجارة الحرة فى مختلف أنحاء الاقتصاد العالمى؛ ترتب على ذلك علاقات تجارية تفضيلية متبادلة بين مجموعة الدول الداخلة فى إطار الاتفاق الإقليمى الواحد، وأدى ذلك إلى نشوء نظرة مكملة للاتجاه التقليدى للتنافسية الدولية، وهى التنافسية المحلية؛ ففتح الحدود الجغرافية بين دول اتفاق التجارة الحرة، وأيضاً فإن انتفاء الحوائط الجمركية غير السعرية أدى إلى اتجاه الدول إلى الاهتمام بتدعيم منتجاتها فى أسواقها الوطنية، وليس فقط بتشجيع وجود منتجاتها فى الأسواق العالمية.

وهو ما أدى- فى المقابل- إلى جهد كبير لقياس المفهوم ليس فقط من حيث الأداء التنافسى للدولة محلياً وعالمياً، ولكن أيضاً لقياس إمكانات وقدرات الدولة لتحقيق واستهداف التنافسية، بحيث أصبح يمكن القول: إن مؤشرات التنافسية يمكن أن تعطى للمعلومات المطلوبة للتفاعل والتواكب مع تطور تحديات تسريع الإنتاجية والنمو، مع خيارات السياسة المالية والتطورات المؤسسية، ويمكن لتلك المؤشرات أن تسهم فى:

١- إلقاء الضوء على حالة اقتصاد أو صناعة ما، وعلى أدائه عبر الزمن، ونسبته إلى الاقتصادات أو الصناعات الأخرى.

٢- تحديد العوامل الأساسية التي تعوق النمو والكفاءة.

٣- تحويل انتباه صانعي السياسة ومجتمع الأعمال نحو الإصلاحات المطلوبة.

٤- الإمداد بالمعلومات التي تفيد المستثمر الأجنبي في التعرف على بيئة الأعمال في الدولة المعنية.

قياس التنافسية:

عند الحديث عن التنافسية، فإنه يبدو من المهم استخدام مؤشرات على مستويات متعددة، بحيث تخدم المنظور القومي للتنافسية، كما تخدم المنظور القطاعي، وكذلك منظور الشركة. ومما لا شك فيه، فإن العديد من هذه المؤشرات يكون قابلاً للقياس الكمي، في حين أن البعض الآخر يكون ذا طبيعة نوعية.

وعلى مستوى الاقتصاد القومي، فإن هناك العديد من المؤشرات ذات الصلة بالموارد الطبيعية والمادية والبشرية، هذا بالإضافة إلى المتغيرات الاقتصادية المتعلقة بالنمو، وهيكل الإنتاج، والاستهلاك، والصادرات، والواردات، وميزان المدفوعات، و الموازنة العامة وعرض النقود، والتضخم، وسعر الصرف، والدين الخارجي وغير ذلك. فعلى سبيل المثال، نجد أن تقرير البنك الدولي حول مؤشرات التنمية الدولية (World Development Indicators)، وتقرير صندوق النقد الدولي حول الإحصاءات المالية الدولية (International Financial Statistics) يعطيان صورة موسعة عن أداء الاقتصاد والسياسة. هذا بالإضافة إلى التقرير السنوي للتنافسية الدولية (Global Competitiveness Report) الذي يقدمه المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum) والذي يضع ترتيباً للدول وفقاً لقدراتها التنافسية، مع تحليل مقارن لنقاط القوة والضعف.

ومنذ عام ١٩٩٦ يتم ترتيب الدول بناء على تعريف محدد للتنافسية، هو: أنها "قدرة دولة ما على إحراز معدل مرتفع ومستمر من النمو فى الناتج المحلى الإجمالى لكل فرد". وتعتمد المنهجية المطبقة على مؤشر التنافسية، الذى يلخص الخصائص الهيكلية لاقتصاد ما- والتي تحدد احتمالات النمو متوسط الأجل (من ٥ - ١٠ سنوات) - فى ضوء الظروف الاقتصادية والمؤسسية الحالية لذلك الاقتصاد. وهذا المؤشر يتم تكوينه وفقاً لمعيار تم اختياره بحيث يعكس البيانات الكمية، وبيانات المسح الميدانى مصاغة فى ثمانية عوامل أساسية تحدد التنافسية، وهى: الاقتصاد المحلى، والتداول (Internationalization)، والحكومة، والإدارة، والتمويل، والبنية الأساسية، والعلوم والتكنولوجيا، والموارد البشرية.

كما بدأ قسم تنمية القطاع الخاص بالبنك الدولى (Private Sector Development Department of the World Bank) حديثاً فى تجميع سلسلة من مؤشرات التنافسية تستهدف الإلمام بأربع خصائص أساسية لبيئة الأعمال، وهى:

- خفة الحركة (Agility)، تعنى قدرة الشركات على الاستجابة لتوجهات السوق التى يعكسها أداء الاقتصاد والصادرات.

- الاعتمادية (Reliability)، تعنى قدرة الشركات على الصنع، والمحافظة على الالتزامات عبر الزمن، وهو ما تعكسه عوامل المخاطرة وعدم التأكد.

- التعلم (Learning)، ويعنى قدرة الشركات والعاملين على استيعاب التكنولوجيات والمعلومات الجديدة، هو ما يعكسه التعلم والمقدرة الفنية.

- شبكات الأعمال (Networking) تعنى إلى أى حد تستطيع الشركات الاتصال بالأسواق ومصادر المعلومات والتكنولوجيا، وهو ما تعكسه مؤشرات المواصلات والاتصالات، وروابط الاستثمار (Investment Links).

وعلى مستوى الصناعة والشركة، فإن المؤشرات الكمية تتضمن: نمو الصادرات والأنصبة السوقية، التى تمدنا -بدقة- بطبيعة الوضع التنافسى للصناعات والشركات المحلية. وهو ما يتمثل فى القدرة المستمرة لتلك الصناعات والشركات على بيع السلع

والخدمات، وتحقيق ربحية في الأسواق المفتوحة؛ وبالتالي نجد أن المعدلات المرتفعة لنمو الصادرات والزيادة في الأنصبة السوقية، يمكن اعتبارهما دليلين إيجابيين على القدرات التنافسية.

وتعد الشركة ذات قدرات تنافسية إذا ما استطاعت أن تنتج سلعاً وخدمات ذات جودة فائقة (Superior Quality)، أو تقلل التكاليف إلى ما دون المستوى الذي يحققه منافسوها المحليون والدوليون. ومن ثم تصبح التنافسية مرادفاً لأداء ربحية الشركة في الأجل الطويل، ومدى قدرتها على تأمين عمالها، وضمان مستوى عالٍ من العائد لمالكها.

ويعد مؤشر الميزة النسبية المستبانة (Revealed Comparative Advantage) (RCA) من الأساليب الأخرى الواسعة الاستخدام لقياس التنافسية الدولية، بناءً على الميزان التجاري على المستوى التفصيلي لمجموعات المنتجات المختلفة.

كما يعد تحليل النشاط (Activity Analysis)، والتحليل العنقودي أو تحليل التجمعات الصناعية (Cluster Analysis) من المؤشرات النوعية المعروفة التي تطبق في دراسات التنافسية الدولية. ويتعامل مؤشر تحليل النشاط مع نطاق واسع من الأنشطة التي تشكل مركز ثقل الصناعة أو معظم الصناعة (Bulk of the Industry)، في حين يركز التحليل العنقودي أو التجمعي على توصيف طبيعة وحدود الروابط (الأمامية والخلفية) فيما بين البائعين والمشتريين، وداخل الصناعة، وبينها وبين الصناعات الأخرى.

كما تركز مقاييس أخرى على مظاهر أو وجهات محددة، منها على سبيل المثال مؤشر تكلفة الموارد المحلية (Domestic Resource Cost) (DRC)، مؤشر سعر الصرف الضمني (The Implicit Rate of Exchange)، ومؤشر معدل الحماية الفعال (The Effective Rate of Protection) (ERP) والتي تتعامل مع خصائص معينة للتكلفة الحقيقية للصرف الأجنبي، وحدود الحماية الخاصة بنشاط معين عند استجلاء عناصر الكفاءة الاقتصادية.

أيضاً في هذا السياق يحتل مؤشر تنافسية الصادرات الذي طوره البنك الدولي أهمية خاصة؛ فهو مؤشر مركب يفسر نمو الصادرات على نحو عام، كما يمكن تركيبه لمنتجات

معينة. ويمتاز المؤشر أنه يقدم تفسيراً لهذا النمو من حيث علاقته بقدرة الدولة على الاحتفاظ بنسبها السوقية في أسواقها التقليدية، وقدرتها على فتح أسواق جديدة، إضافة إلى قدرتها على الدخول بمنتجات جديدة، وبالتالي بناء طلب جديد أو تحويل الطلب من منتجات أخرى (World Development Indicators 1997).

وباختصار، يمكن القول إنه يوجد العديد من المقاييس والأدوات المستخدمة لمقارنة وقياس التنافسية الدولية، والتي يمكن توظيفها في مستويات متعددة: تبدأ من المستوى القومي، وتمتد إلى مستوى الشركة.

ومع ذلك فإن اختيار مؤشر معين يعتمد -بالدرجة الأولى- على المدخل المتبع لقياس التنافسية الدولية. فمثلاً يمكن التركيز على تقييم القدرات والاحتمالات المستقبلية للاقتصاد أو الصناعة- والتي تعتبر عناصر أساسية في بناء القاعدة الإنتاجية اللازمة لخلق منتجات مطلوبة في الأسواق الدولية. وفي هذه الحالة فإن المفاهيم المستخدمة تعبر عن: عوامل الإنتاج (العمل ورأس المال)، وإنتاجية العمالة، والتكاليف، ونمو الأجر الحقيقي، والقدرات التكنولوجية، والعائد الحقيقي على رأس المال المستخدم في الصناعة. وفي الواقع فإن كل هذه العناصر تمثل مقاييس سواء للكفاءة أو النمو اللذين من المتوقع أن يؤثرًا على القدرات التنافسية.

ويمكن أن يركز مدخل آخر على تقييم مدى القبول الدولي للمنتج والذي تظهره مؤشرات التجارة الدولية؛ وبالتالي يكون هناك تركيز كبير على معدل نمو وأداء صادرات الدولة التي تعكس وضعها في التجارة العالمية. ومع ذلك، فمع النمو الواضح في التجارة الداخلية (Intra-Trade) فإن قيم الواردات دمجت في مقاييس التنافسية كما يتضح من نسب الواردات/ النفاذ للأسواق، وصافي المزية النسبية المستبانة على سبيل المثال.

محددات التنافسية:

كان الاعتقاد السائد أن مفهوم التنافسية يعتمد على معطيات العناصر (Factor Endowments)، فالمنافسة في الأسواق الدولية هي انعكاس للمزية النسبية في بعض عوامل الإنتاج مثل العمالة، والأرض، والموارد الطبيعية ورأس المال، فالمتاح نسبياً من تلك

العوامل يمكن الدول من التميز في التكاليف الإنتاجية (تكون تكاليفها مختلفة عن الدول الأخرى)، فالتكاليف والأسعار الأقل تعد القواعد الأساسية التي تقوم عليها التنافسية الدولية؛ ومن ثم تقوم الدولة التي تملك مزية نسبية بتصدير السلع التي يعمل فيها عنصر الإنتاج الوفير في الدولة بكثافة. ومن الجانب الآخر، تستورد السلع التي تتضمن عوامل إنتاجية غير متوفرة في الدولة (Hood and Young, 1979).

هذا المدخل، والذي يعرف بالنظرية الكلاسيكية للمزية النسبية لهيكشر - أولين (Ollin - Heckscher)، ليس كافياً لتوضيح وشرح أنماط التجارة المختلفة؛ حيث يوجد عدد من الاقتصاديات وفيرة العمالة تصدر سلعاً كثيفة رأس المال.

وعلى سبيل المثال، فإن اتباع نظرية المزية النسبية يجعلنا نتوقع أن صناعة الملابس المصرية تتمتع بدرجة عالية من التنافسية، أكثر مما تتمتع به إيطاليا في الأسواق الدولية وهو ما أشارت الدراسات إلى عدم صحته (Sakr and Abdellatif, 2000).

الأكثر من هذا، أنه قد لوحظ أن أغلبية التجارة الدولية - في الفترة الحالية - تتم بين البلاد الصناعية المتشابهة في «معطيات العناصر Factor Endowments»، كما تتم أيضاً بين فروع وطنية مختلفة للشركات متعددة الجنسيات. فضلاً عن أن التجارة داخل المجموعة الصناعية الواحدة (Intra-industry) تنمو بشكل كبير. وهذا النمط من التجارة لا يمكن شرحه بسهولة في ظل نظرية معطيات العناصر (Factor Endowments).

وبصورة أكثر وضوحاً، يمكن القول: إن هناك وعياً متنامياً بأن فروض نظريات المزية النسبية تقوم على معطيات غير واقعية في تفسير أنماط التجارة الدولية في العديد من السلع، وعلى الأخص السلع الصناعية.

فالنظرية الأساسية في هذا السياق تفترض عدم وجود اقتصادات النطاق (Economies of Scale) وسيادة نفس الأنماط التكنولوجية في كل الأماكن، وأن وعاء العوامل الوطنية مثل العمل ورأس المال ثابت وغير قادر على التحرك بين الدول، إضافة إلى فرض تجانس السلع وكمال الأسواق، وبالتالي فإن المدخل البسيط للمزية النسبية لا يستطيع أن يوضح دور اقتصادات النطاق (Economies of Scale)، أو

التغيرات التكنولوجية، أو التشوهات الأخرى فى الأسواق (Other Market Imperfection). حيث تعتبر هذه العوامل اليوم عوامل جوهرية يودى غيابها إلى عدم القدرة على تفسير التيارات الحالية المتنامية من التجارة الدولية. فهذه العوامل أثبتت دورها القوى فى رسم دالة التكاليف و تحديد دالة الإنتاج.

و النسخة الحديثة من نظرية هيكرش - أولين تأخذ بتلك العناصر عندما توضح نجاح البلاد فى التجارة الدولية. والواقع أن مفهوم المزية النسبية قد تطور ليلقى الضوء على ديناميكية العمليات التنافسية، والتي ترجع إلى عوامل الإبداع التكنولوجى وتخضع لعمليات تطور مستمر.

فبينما نجد أن عوامل الإنتاج التقليدية (العمل - رأس المال - الموارد الطبيعية) - والتي تعرف بـ Lower Stream Factors للمزية النسبية - من السهل تقليد نتائج عملها، فإن الأمور ليست بهذه البساطة فيما يتعلق بـ Upper Stream Factors للإنتاج (مثل التكنولوجيا والإبداع)؛ ومن ثم، فإن استمرار المزية النسبية لاقتصاد ما فى إنتاج سلعة ما يعتمد على دالة تلك المجموعة الأخيرة من العوامل (Upper Stream Factors). وبما يمكن معه القول: إن قدرة شركة معينة - ومن ثم بلد معينة - على التطور إلى ما هو أبعد من مجرد المنافسة فى المنتجات القائمة على الموارد الطبيعية يعتمد على درجة وحدود الإبداع وامتلاك التكنولوجيات المتطورة.

هذه الرؤية الجديدة للمزية النسبية تساعدنا كثيراً فى تحليل مراكز الدول المختلفة بالنسبة للتجارة الدولية، ومع ذلك فإنها لا تساعدنا كثيراً فى رسم خطط عمل محددة لرفع مستوى المزية النسبية على نحو مقصود ومخطط. وفى هذا الصدد فإن تحليل التجمعات الصناعية أو التحليل العنقودى Cluster والذي قدمه بورتر (Porter 1994) - أصبح مفيداً أكثر من التحليل التقليدى فى الدراسة التنافسية؛ فهو يقدم العديد من العوامل التى لم يتم تناولها فى الإطار القديم. وفى هذا السياق، فإن التنافسية تعتبر تغيرات مستمرة فى الإطار الذى يعمل فيه كل الفاعلين الأساسيين فى الأسواق؛ وهو ما أعطى أهمية كبيرة لمجموعة كبيرة من العناصر لم يكن يلتفت إلى دورها سابقاً مثل: العلاقات

المؤسسية، و التشريعات، و القوانين، و العلاقات الصناعية، وسياسات الإنتاج، والتخطيط الاستراتيجي الذي تقوم به المنشآت المنتجة.

تحليل التجمعات الصناعية ونشوء مفهوم التنافسية:

تصف التجمعات الصناعية طبيعة وحدود الروابط (Up Stream & Down Stream) بين المنتجين والمستهلكين في الصناعة والصناعات المرتبطة بها. مثل هذه الروابط غالباً ما تمدنا بأسس التنسيق والتعاون المتزايد بين الشركات داخل الصناعة الواحدة، وأيضاً داخل الصناعات المتعددة التي يضمها التجمع، و تمدنا أيضاً بأسس تحسين الإنتاجية.

فتعريف التجمع (Cluster) يحدد مجموعة الصناعات ذات إمكانات العمل بشكل جماعي، والتي تجمعها علاقات إنتاجية أمامية أو خلفية أو أفقية. أى أن فكرة التجمع تتخطى الأفكار الخاصة بالتشابات الصناعية أو كما توضحها جداول المدخلات والمخرجات إلى ضم تأثيرات الأنشطة المرتبطة أيضاً في إطار رسم الحلقات الصناعية المعنية لنشاط إنتاجي ما.

وبناءً عليه، يصبح التجمع محركاً للمحافظة على الميزات التي يتيحها مفهوم تراكم القيمة المضافة، وأداة تساعد على تحديد الحلقات الضعيفة في السلسلة الصناعية وتقديم الحلول الخاصة بتحبيد تأثيرها إلى أن يتم استبدالها على المدى المتوسط و الطويل. وبالتالي، فالعمل في الإطار الفكري الذي يقدمه مفهوم التجمع يساعد على التغلب على عدم المرونة التي تحد من - أو تعوق- التطور التنافسي والدخول إلى الأسواق. كما أن الشركات داخل التجمع وهي تستثمر في التخصص، فإنه ينتج معه تكنولوجيات، ومعلومات، وبنية أساسية، وموارد بشرية ذات آثار انتشارية واسعة.

وبالتالي فناطق التجمع بأكمله يشجع على المزيد من الاستثمار والتخصص. وبمجرد تطور التجمع فإن الموارد تتدفق في اتجاهه بعيداً عن الصناعات المنعزلة التي لا تستطيع استخدام الموارد بطريقة منتجة.

ويوجد خاصتان تميزان مدخل التجمع لدراسة المزية النسبية:-

أولاً: إن التحليل يبدأ على المستوى الاقتصادى الجزئى (على مستوى الشركة) فالشركات- وليست الدول- هى التى تنافس فى الأسواق الدولية؛ وبناءً عليه، فإننا يجب أن نفهم كيف تخلق الشركات المزية التنافسية وتجعلها مستدامة، أى مزية نسبية، وهو ما يلقى الضوء على الدور المنوط بالدولة فى هذا السياق ويشرحه.

ومن هنا، نشأت التفرقة المهمة بين مفهوم المزية النسبية ومفهوم التنافسية؛ فالأولى تعنى بقياس الأهمية التجارية للدولة، أما الثانية من أدوات التحليل فإنها تقدم ما يساعد على رسم الخطط وتحديد مستويات العمل وتوزيع الأدوار بين مختلف اللاعبين بما فيهم المنشآت الخاصة، على نحو يدعم ويدفع ويغير أيضاً من شكل ومسار المزية النسبية للدولة.

ثانياً: إن التحليل يطبق على صناعة محددة تماماً؛ فالشركات هى التى تنافس على تسويق منتجات بعينها، من صناعة ما، وبخصائص معينة للشركات المغذية، وخصائص واضحة لعوامل الإنتاج، وأفعال حكومية محددة، ومتعاملين بسلوك خاص بهذه الصناعة. فعلى سبيل المثال فإن الآلات الخاصة بصناعة النسيج لا تعد صناعة واحدة ولكنها مجموعة من الصناعات المتعددة مثل: آلة الغزل، وآلة صناعة النسيج، وآلة الطباعة، ولكل منها متطلبات فريدة ومميزة لنجاح قدرتها على المنافسة؛ ومن ثم، فإننا نحتاج إلى النظر إلى أجزاء الصناعة وليس إلى الصناعة ككل. وبمعنى آخر، فإن تجزئة الصناعة هى حجر الزاوية لتحليل التجمع.

وهذا التحديد ليس بالمهمة السهلة على أية حال؛ حيث يتطلب المعرفة والوعى بالبيئة الكلية التى تعمل فيها الصناعة، مع التركيز بصفة خاصة على ما يسمى بماسة الصناعة (Industry Diamond). إن التحليل المدقق لأجزاء الصناعة والروابط داخلها وبينها وبين الصناعات الأخرى أساسى وجوهري فى هذا السياق.

والتركيز على أهم التجمعات الواعدة يمكن أن يضمن حركة أكثر فاعلية للموارد وتوافق الأوضاع في الأسواق.

إن هذه القضية تقودنا إلى قرار مهم عندما ندرس عملية تطوير التنافسية. فالدولة يجب أن تحدد التجمع أو التجمعات المناسبة التي ترغب في تطويرها، وتواجه العمل فيما يتعلق بوضع الأنماط، على سبيل المثال، الخاصة بالصناعات المدعومة لتلائم السلعة أو السلع المستهدفة. وبالتالي فهي استراتيجية مختلفة تماماً عن استهداف تطوير كل الصناعات لقطاع ما في آن واحد.

وتبدو جاذبية وأهمية فكرة التجمع في حالة استهداف الدولة لتدعيم أو تشجيع نشاط إنتاجي له ارتباط خارجي قوي (High External Linkage) بناء على ارتفاع نسب الواردات الوسيطة؛ ففكرة التجمع ستوضح صغر حجم التجمع، وتجعل التضاد واضحاً بين الأفكار الصناعية الخاصة بالتشابك الصناعي وأهميته في تحقيق عوائد إيجابية صافية من خلال التجارة الدولية، وبين الأفكار التجارية الصرفة الخاصة بالتجارة في المصنعات بغض النظر عن العوائد الصافية لهذه العملية. فالمزية النسبية التي تقوم عليها بعض الصادرات مثل: مزية انخفاض تكلفة العمالة - كما هو الحال في صادرات الملابس الجاهزة المصرية- يقابلها اعتماد شديد على الواردات من الأقمشة المستوردة. وإذا لم تستطع صادرات الملابس الجاهزة أن تمد روابط قوية مع بعض الحلقات الصناعية التي تسبقها مباشرة في سلسلة صناعة الملابس الجاهزة، فإن تنافسية مثل هذا التجمع لا تستطيع الاستمرار لفترة طويلة، و من الممكن أن يؤدي استهداف مثل هذه الصادرات ودعمها إلى خسائر للاقتصاد ككل بناء على المنافع التجارية الصافية السالبة، أو إهدار الموارد، أو بناء على العاملين معاً.

ولهذا، فإن إرساء دعائم المزية التنافسية يرتبط بالقدرة على بناء طريقة تفكير ديناميكية خاصة بالعلاقة الوثيقة بين الصناعة والتجارة وليس بناء على إحداها فقط. وهو ما يجعل مركز المزية التنافسية يقع في الطريقة والمنهجية التي من خلالها توجه الشركات عملياتها الإنتاجية. وهذه الطريقة بدورها هي نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل وتشمل:-

- ظروف أو خصائص عوامل الإنتاج .
- الصناعات المغذية و المرتبطة .
- هيكل الشركة .
- ظروف الطلب .
- دور الحكومة .

وقد أطلق بورتر على تلك المجموعة من العوامل تعبير «الماسة» أو الـ Diamond باعتبار أنها تمثل حجر الأساس للتنافسية الشركات والدول .

ورفقا لتحليل بورتر، فإنه يوجد نوعان أساسيان من القدرات التنافسية، هما: القدرة على التنافس بأسعار تنخفض باستمرار من خلال تقليل التكلفة على نحو مستمر، إضافة إلى التنافس في السوق العالمي من خلال الاستفادة بتنوع تفضيلات المستهلكين وبالتالي المنافسة من خلال التنوع .

وما يجب التأكيد عليه هو أن فلسفة المنافسة يجب أن تكون واضحة في ذهن كل من الحكومة والشركات العاملة في الأسواق المحلية . فاختيار طريقة المنافسة يترتب عليها رسم وتنفيذ مجموعة من الخطط المتسقة التي تدعمها، منها على سبيل المثال نوعيات وبرامج التكنولوجيا التي سوف تدعمها الحكومة، فالتنافس من خلال خفض التكلفة يتطلب استراتيجيات تكنولوجية مختلفة عن تلك المطلوبة في حالة المنافسة من خلال التنوع .

وبالتالي، فإن الشركات المتنافسة تكتسب المزية التنافسية نتيجة تبني طرق جديدة في إدارة الأنشطة ومن خلال توظيف تكنولوجيات جديدة أو مدخلات مختلفة أو متنوعة . وهذا يعني أن هذه العوامل -التي تعتبر كافية لتنمية الإنتاج وإلى حد ما كافية أيضاً لخلق مزايا قصيرة الأجل - ليست بالضرورة هي العوامل التي تنمي التنافسية . وهنا يجب أن نميز بين (Low Order Factors of production Advantage) وبين (Upper Order Advantage) .

فالأولى تشمل -على سبيل المثال- تكلفة عمالة منخفضة أو مواد خام منخفضة التكلفة وهو ما يعد كافياً لبدء الإنتاج متضمناً بعض المزايا في جانب التكلفة .

ويضاف إلى ذلك زيادة المنافسة الدولية نتيجة التطور التكنولوجي، فإن هذه العوامل لا يمكنها وحدها أن تضمن استحداث المزايا، أما Higher Order Advantage مثل: العمليات التكنولوجية الملائمة، وتنوع المنتج وفقاً لمنتجات أو خدمات متميزة، وشهرة المنتجات، والثقة فيها (Brand Reputation) بناء على المجهودات التسويقية، والإعلانات مع العملاء التي يحميها ارتفاع تكلفة تغيير البائع- كل هذه المزايا أكثر استمرارية. ومع ذلك فإن تحقيق تلك المزايا يتطلب مهارات وقدرات متطورة؛ وبالتالي فإن خلق الميزة التنافسية في معظم الحالات هو نتاج لعمل العديد من هذه العوامل معاً؛ ولهذا فإن استدامة الميزة التنافسية لصناعة ما يعتمد على ثلاثة عوامل:-

• مصدر الميزة (Lower versus Higher Order Advantages).

• عدد المصادر الخاصة بالمزايا التي تمتلكها الشركة.

• التحسينات والتطورات المستمرة في مصادر الميزة.

ولهذا، فإن سلسلة القيمة تمدنا بأداة قوية لفهم مصادر مزايا التكلفة وكذلك مصادر التنوع.

وأخيراً فإن إحدى القضايا الهامة المتعلقة بتكوين المزايا التنافسية هي نظرة الشركة لأهدافها في نطاق صناعتها، فكل شركة يجب أن تحدد الاستراتيجية التي ستتبعها من أجل تحقيق استدامة التنافسية لمنتج أو منتجات معينة. فالشركة يجب أن تختار مدى تنوع المنتجات التي تقدمها، وقنوات التوزيع التي ستستخدمها، وأنماط المشتريين الذين ستخدمهم والمنطقة الجغرافية التي ستبيع فيها منتجاتها، والنظام الخاص بالصناعات المتنافسة معها، إضافة إلى استراتيجية المنافسة، فبعض الشركات من الممكن أن تطبق استراتيجية التكاليف، والبعض الآخر يفضل استراتيجية تنوع المنتج، إما من خلال تقديم أصناف متنوعة من نفس المنتج، أو من خلال التخصص في صنف معين ومتميز من هذا المنتج.

وهذه العوامل جوهرية في إطار فهمنا لتكوين المزايا النسبية للدولة من خلال المزايا التنافسية لشركاتها.

تنافسية الاقتصاد المصري:

احتل قياس المزية النسبية في الاقتصاد المصري - شأنه شأن باقي الاقتصادات- أهمية كبيرة. خاصة وأنه مع اتجاه مصر إلى تبني سياسة التحرير الاقتصادي بدأت عدة تقارير دولية من تلك التي تهتم بقياس التنافسية في إدراج مصر ضمن مقاييسها.

ووفقاً للتقرير السنوي للتنافسية الدولية ٢٠٠٠، فإن مصر تقع في المرتبة التاسعة والثلاثين من بين ثلاث وخمسين دولة تنتج ٩٠% من الناتج الصناعي العالمي. ويعكس ذلك تراجعاً في موقع مصر التنافسي؛ حيث احتلت المرتبة الثامنة والثلاثين في عام ١٩٩٨، والثامنة والعشرين في عام ١٩٩٧، كما احتلت المرتبة التاسعة والعشرين في عام ١٩٩٦. ومن البلاد التي احتلت موقعاً متقدماً بالمقارنة بموقع مصر في التقرير الأخير (الصين، وإسرائيل، وأيسلندا، وكازاخستان، واندونيسيا، والفلبين، والمكسيك، والأردن، والأرجنتين، وبيرو). هذا التراجع يستحق نظرة فاحصة تتعمق وراء الاستنتاج المباشر الذي يمكن أن نقع فيه. فتراجع ترتيب مصر في هذا المؤشر يعكس حقيقة مهمة؛ هي أن البيانات المصرية لاتعبر بصدق عن الوضع التنافسي لها، مثال على ذلك فإن أعداد المتعلمين في الجامعات ليست مؤشراً صادقاً على المستوى المهاري للعمالة المصرية، وهكذا. وبالتالي فإن إعادة قراءة البيانات المصرية في ضوء الهياكل الفعلية والاختلالات التي تشهدها الأسواق المصرية هو الذي أدى إلى انخفاض هذا المؤشر.

ولكن الذي يجب أن يلفت الانتباه هو أنه حتى مع هذا الثبات النسبي في ترتيب الاقتصاد المصري في مؤشر التنافسية، فإن ترتيب مصر في عام ٢٠٠٠ يتراجع إلى المركز الثاني والأربعين في مؤشر النمو في التنافسية و الذي بدأ المنتدى الاقتصادي العالمي في حسابه مؤخراً للتنبؤ بالقيم المستقبلية لمؤشر التنافسية ومحاولة استشراف مسارها؛ مما يعني ضرورة دق ناقوس الخطر على مستقبل النمو والتنمية في الاقتصاد المصري. فليس الخطر أن يكون ترتيب مصر حالياً في مؤشر التنافسية منخفضاً ولكن المشكلة هو أن الاقتصاد المصري في ضوء المقارنات الدولية لا يحمل عناصر تكفل تقدمه في المستقبل.

ومن هنا، فإن التعمق في دراسة التنافسية و خاصة القطاعية يكون ذات أهمية كبيرة لدفع النمو المستقبلي في مصر، ولهذا يأتي العمل الحالي الذي يضمه هذا الكتاب في وقت تشتد فيه الحاجة إلى تحليل مختلف جوانب الأنشطة الإنتاجية في مصر، وتعرضها إلى مقارنات دولية للتعرف على الوسائل المختلفة اللازمة لدفع تنافسيتها.
