

تحليل القدرة التنافسية للشركة الليبية للحديد والصلب بمصراته - ليبيا، خلال الفترة 2012-2018

رمضان علي محمد أبوراوي

عضو هيئة تدريس مكتب الدراسات العليا
أستاذ بكلية العلوم التقنية مصراته - ليبيا
ramadanaborawi@yahoo.com

محسن علي عمر أنتيفة

عضو هيئة تدريس محاضر بكلية الاقتصاد
جامعة مصراته - ليبيا
m.entafa@eps.misuratau.edu.ly

مستخلص :

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الليبي ومراحل تطورها والتعرف على التنافسية ومؤشراتها الأولية ومدى توفرها في الاقتصاد الوطني، كذلك إلى تحليل واختبار القدرة التنافسية للصناعة الليبية بغية الوصول إلى محاولة إيجاد الحلول المناسبة للصعوبات التي يواجهها قطاع الحديد والصلب حتى تصبح الصناعة الليبية ذات قدرة تنافسية عالمية ، وللوصول إلى هذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي الاستقرائي لوصف وتحليل هذه الظاهرة ، وسيتم جمع هذه البيانات من خلال البحوث والتقارير والإصدارات والدوريات المتخصصة ، واستخدام الأسلوب التحليلي لتحليل البيانات المتحصل عليها من الشركة للوصول بهذه البحث إلى مؤشرات لقياس وتحليل القدرة التنافسية ، وخلص البحث إلى إن هناك فترات إيجابية وأخرى سلبية إلا أن المؤشر العام المركب خلال الفترة كاملة كان إيجابياً، وهو ما يعكس القدرة على المنافسة ، وكانت للظروف المحيطة بالشركة تأثير كبير لحدوث بعض الإخفاقات الناتجة من الحروب والأحداث السياسية والأمنية وانقطاع التيار الكهربائي ، بالإضافة إلى انخفاض قيمة العملة المحلية مما أثر على توفر مستلزمات التشغيل المستوردة ، وكذلك لشركة القدرة على التوظيف، وهو أحد المؤشرات المهمة على المستوى الجزئي والكلّي للاقتصاد الليبي.

الكلمات المفتاحية: القدرة التنافسية، الشركة الليبية للحديد والصلب.

Competitiveness Analysis of the Libyan Iron and Steel Company in Misurata, Libya, 2012-2018

Mohsen Ali Omar Antifa

Lecturer, Faculty Member, Faculty
of Economics, Misurata University
– Libya
m.entafa@eps.misuratau.edu.ly

Ramadan Ali Muhammad Aburawi

Professor, Graduate Studies Office
Faculty of Technical Sciences,
Misurata - Libya
ramadanaborawi@yahoo.com

Abstract:

This study aims to shed light on the iron and steel industry within the Libyan economy, tracing its developmental stages and examining its competitiveness through preliminary indicators and their availability in the national economic environment. The research also seeks to analyze and assess the competitive capacity of Libya's industrial sector in order to propose effective strategies that could enable it to achieve global competitiveness.

To accomplish these objectives, the study adopts a descriptive and inductive methodological approach to describe and analyze the phenomenon. Data will be collected from books, reports, specialized publications, and academic journals, while an analytical framework will be applied to interpret data obtained from the company under study.

The research identifies several indicators for measuring and analyzing competitive capacity. These indicators fluctuated between positive and negative periods; however, the overall composite index during the study period remained positive, indicating an underlying potential for competitiveness.

External conditions significantly impacted the company's performance, including armed conflicts, frequent power outages, and a depreciation of the local currency. These factors negatively affected the cost of imported operational inputs and the company's ability to hire labor—both of which are key competitiveness indicators at the

microeconomic and macroeconomic levels within the Libyan economy.

Keywords: Competitiveness, Libyan Iron and Steel Company.

المقدمة:

أخذ مفهوم التنافسية في اقتصادنا المعاصر يلعب دوراً هاماً في بلورة التحديات التي تواجهها اقتصاديات الدول والشركات في عالم يزداد انفتاحاً وتأثراً بالتغيرات المحيطة به. حيث أصبح التغير سمة مميزة في المنظمات المعاصرة حيث إنه يقدم لها حلولاً مثلى في عالم يواجه العديد من التحديات التي فرضها نظام العولمة الجديد، فالتنافس الشديد بين الشركات والتغيير التقني بالإضافة إلى الثروة المعلوماتية وإلغاء الحواجز التجارية وضع المنظمات على المحك الأمر الذي استدعى توفير قدرات إبداعية قادرة على مواجهة هذه التغيرات المتسارعة وفي هذه الحالة أصبح التغير وظيفة أساسية في المنظمات الحديثة. فالتنافسية هي القدرة على استقطاب العملاء من خلال الإبداع والتطوير المستمرين في مواجهة العولمة، وتقديم الخدمات الجيدة وتوفير طلبات العملاء وكذلك التميز في المزيج التسويقي والإنتاجية العالية مع خفض تكلفة الإنتاج والمحافظة على الجودة العالية على المستويين المحلي والدولي.

وبالتالي أصبحت القدرة على التنافسية من أهم القضايا الاقتصادية المعاصرة التي تكتنف جميع القطاعات، الأمر الذي أدى بالدول المتقدمة إلى انتهاز طريق المنافسة بين قطاعاتها الاقتصادية على المستوى المحلي والدولي، وذلك من أجل البحث وتحديد أسباب تراجع أو زيادة موقعها التنافسي في الأسواق المحلية والدولية على حد سواء، والقيام بمعالجة الخل لأجل تعزيز مركزها التنافسي. إن قدرة المنظمة على تصميم وتصنيع وتسويق منتج بكلفة أقل مقارنة مع المنظمات المنافسة، وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر أو بعبارة أخرى قدرة المنظمة على إنتاج وتسويق منتجاتها بسعر أقل من معدل السعر للمنظمات المنافسة، وهذا لا يعني أن تقدم المنتجات أو الخدمات بأقل مستويات كلفتها، إنما يمكن أن يتم من خلال الوصول إلى تكلفة متغيرة أقل، أو تحقيق مستوى أقل من نفقات التسويق، أو تحقيق مستوى أقل من النفقات التشغيلية والنفقات الإدارية، وكل نوع من هذه التكاليف يمكن

أن يكون مصدراً لميزة تكاليفية. ومن هنا جاءت فكرة البحث من خلال تسليط الضوء على صناعة الحديد والصلب واختبار قدرتها التنافسية من خلال بعض المؤشرات التقليدية الخاصة بتحديد قدرة الشركة على المنافسة خلال فترة محددة باعتبارها فترة أزمة مر بها الاقتصاد الليبي حيث جاءت في أعقاب أحداث 2011م.

المشكلة البحثية:

تعد جودة المنتجات والخدمات من أهم المتغيرات التي تسعى المؤسسات لتحقيقها لضمان تحقيق رضا عملائها وولائهم، ذلك أن إسعاد وإرضاء العملاء من شأنه أن يحقق للمؤسسة زيادة في الربحية، وتعزيز لمركزها التنافسي، وضمان بقائها واستمرارها في الأسواق المحلية، كما تساهم الجودة في منح الفرصة للمؤسسة لدخول الأسواق العالمية وأيضاً السعي لإرضاء كافة المتعاملين مع المؤسسة من عمال، مساهمين، موردين، وسطاء، عملاء، حكومة، والمجتمع ككل، وتطبيق التكنولوجيات الحديثة والعالية، والتي تساهم في تطوير أداء المؤسسة وإعطائها قدرة تنافسية عالية، واحتلال مراكز قوية مقارنة بمنافسيها. مما سبق يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الآتي:

هل تستطيع صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الليبي المنافسة في ظل انفتاح الاقتصاد على الاقتصاديات العالمية وجودة السلع المستوردة وعدم توفر الحماية اللازمة للصناعة المحلية؟

فرضية البحث:

يستند البحث على فرضية مفادها: أن لصناعة الحديد والصلب داخل الاقتصاد الليبي القدرة على المنافسة كلما توفرت الظروف الملائمة التي من شأنها تدعيم وتوجيه هذه الصناعة وفقاً للتحديات المعاصرة والبيئة الملائمة لها.

أهداف البحث:

- تسليط الضوء على صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الليبي ومراحل تطورها.
- التعرف على التنافسية ومؤشراتها الأولية ومدى توفرها في الاقتصاد الوطني.

• تحليل القدرة التنافسية لصناعة الحديد والصلب الليبية بغية الوصول إلى إيجاد الحلول المناسبة للكيفية التي تمكن الصناعة الليبية من المنافسة عالمياً، وذلك من خلال التعرف على مواطن القوة والضعف في كل مرحلة من مراحل الإنتاج التي مرت بها صناعة الحديد والصلب داخل الاقتصاد الليبي.

أهمية البحث:

تتمحور أهمية البحث في الآتي:

بالنسبة للباحث: إن تناول مثل هذا الموضوع يعد نقطة تحول بالنسبة لنا كطلبة في مجال الاقتصاد، لا سيما أنه سيكسبنا مزيداً من الخبرة والمهارة في مجال البحث العلمي والتحليل الاقتصادي.

بالنسبة للمجتمع: لقد أصبحت تقنية المعلومات والاتصالات عاملاً حاسماً في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات لذلك فإن المجتمع سوف يعمل على تهيئة اقتصادية وبيئية ومؤسساته للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها.

بالنسبة للعلم: مع بداية القرن الحادي والعشرين وبداية الألفية الثالثة استرعى انتباه الجميع التقدم العلمي المذهل الذي ظهر على الساحة الدولية، وهو بلا شك ثمرة تطور طويل، ولذلك يدور الحديث الآن عن ثورة صناعية جديدة قوامها المعلوماتية بكافة عناصرها، ولعل تناول هذا الموضوع بالبحث والدراسة من شأنه أن يسלט الضوء على بعض الجوانب العلمية والاقتصادية لكيفية تعزيز القدرة التنافسية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبالتالي فإنه يمثل إضافة ولو بسيطة إلى بحر المعرفة العلمية.

حدود البحث:

- الحدود المكانية: الاقتصاد الليبي (الشركة الليبية للحديد والصلب بمصراته)
- الحدود الزمنية: (2012-2018).
- الحدود الموضوعية: تتمحور حول تحليل القدرة التنافسية لصناعة الحديد والصلب في ليبيا.

منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي الاستقرائي لوصف وتحليل الظواهر والبيانات المتعلقة بالمشكلة موضوع البحث والتي سيتم جمعها من خلال الكتب والتقارير والإصدارات والدوريات المتخصصة بالإضافة إلى: شبكة المعلومات (الإنترنت)، بالإضافة إلى الأسلوب التحليلي من خلال تحليل البيانات المتحصل عليها من الشركة محل البحث باستخدام المؤشرات الأولية لقياس وتحليل القدرة التنافسية.

مصادر البيانات والمعلومات:

تم الاعتماد في الإطار النظري للبحث على المصادر الأكاديمية المتمثلة في الكتب والدوريات والمقالات والرسائل العلمية الأخرى، أما في الجانب العملي (التحليلي) من هذا البحث فقد تم الاعتماد على البحث على البيانات والمعلومات الإحصائية الصادرة من الشركة الليبية للحديد والصلب بمصراته.

الدراسات السابقة:

توجد عدة دراسات قريبة من هذا البحث نذكر منها:

دراسة (Kaur, 2014) بعنوان: "Poising Between Price And Quality Using Target Costing" مقارنة بين السعر والجودة باستخدام التكلفة المستهدفة

هدفت هذه الدراسة مقارنة بين كل من السعر والجودة في ظل مدخل التكلفة المستهدفة، وهدفت إلى إبراز المراحل الأربعة لتطوير المنتج باستخدام هذا المدخل والذي تم وصفه على

انه الإستراتيجية الملائمة لضمان البقاء والاستمرار في بيئة الأعمال التنافسية. وتوصلت إلى عدة نتائج منها: إن هذا الأسلوب أفضل من الأساليب التقليدية، وأنه أفضل طريقة لتخفيض تكلفة المنتج الجديد مع قيامه بعملية موازنة بين سعره وجودته، علاوة عن كونه الأكثر ملائمة لتطوير المنتجات الجديدة والموجودة حالياً، أما أهم التوصيات فكانت بضرورة تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة نظراً لما يتمتع به من ميزات تضمن سد حاجات العملاء ومواجهة تحديات البيئة التنافسية المعاصرة.

دراسة (غفير، 2012) بعنوان: مدخل مقترح للتكامل بين القياس المتوازن للأداء والتكلفة المستهدفة لتدعيم القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية - دراسة تطبيقية في منشأة مدار زجاج - دراسة ميدانية في قطاع الصناعات الهندسية. هدفت الدراسة إلى تحليل أثر التكامل بين القياس المتوازن للأداء والتكلفة المستهدفة في تدعيم القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم مدخل دراسة الحالة بالإضافة إلى إجراء دراسة استطلاعية بهدف إبراز أثر هذا التكامل. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن مدخل التكلفة المستهدفة يساهم في تحسين تخصيص عناصر التكاليف على الأنشطة الإنتاجية وإحكام الرقابة على مسبباتها، كما يساهم في دراسة وتحليل الأنشطة التي تضيف قيمة للمنتجات وتحديد الأنشطة التي يمكن أن تلغى دون أن تسبب آثار سلبية على نوعية المنتج وأدائه.

دراسة (حميدة، 2005) بعنوان: دور بيانات التكاليف في تفعيل القدرة التنافسية في ضوء آليات الحوكمة - دراسة نظرية تطبيقية. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور بيانات التكاليف في تفعيل القدرة التنافسية للشركات الإنتاجية من خلال الاعتماد على مفاهيم وآليات حوكمة الشركات من خلال الاعتماد على مفاهيم وآليات حوكمة الشركات التي تتعلق بكيفية الاستغلال الأمثل لموارد تلك الشركات ومن ثم العمل على توفير الآلية التي تحقق فعالية الأداء المالي والإنتاجي والبيعي والتنافسي. وانتهت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها: إن مبادئ الحوكمة في رقابتها على مصالح المساهمين بالشركات الإنتاجية تدعم القدرة التنافسية للشركات خاصة في مجال الصناعات العالمية. يجب أن تقوم الشركات

الإنتاجية التي ترغب تطبيق محاسبة المسؤولية في التعامل مع مجموعة من مقاييس الأداء التي تساعد في تطوير وتحسين نظم واستراتيجيات وأهداف الشركة وتدعم الموقف التنافسي لمنتجاتها على غزو الأسواق المحلية والدولية ومواجهة شراسة المنافسة.

دراسة (عرفان الحق، 1999) بعنوان: تنظيم المشروعات والتغيرات التكنولوجية والقدرة التنافسية.

حيث يشرح أثر التغيرات التكنولوجية على رفع القدرة التنافسية للبلد، وعلاقتها بنمو الإنتاجية وتنظيم المشروعات، ويخلص البحث إلى أن التغيرات التكنولوجية تعتبر إحدى العوامل الرئيسية التي تفسر اختلاف الأداء الاقتصادي بين الدول، وأنها تعتمد بشكل كبير على رأس المال البشري (من خلال مجال البحث والتطوير) وعلى المقدرة التكنولوجية وذلك من أجل دعم قدرة البلد التنافسية للدخول في الأسواق العالمية.

الإطار النظري:

مقدمة :

أرغمت المنافسة العالمية الدول والمنظمات العامة والخاصة إلى الاهتمام بتحقيق القدرة التنافسية لها، وإعادة التفكير في استراتيجياتها في الإنتاج وتقديم الخدمات، وكيفية استثمارها لمواردها المختلفة من أجل تحقيق أهدافها بجودة وتميز، وتكلفة منخفضة، وتقييم موقعها بين المنافسين وذلك بغية تحقيق تفوق مستمر في مركزها التنافسي على الدول أو المنظمات الأخرى لذلك فقد ظهر مفهوم التنافسية وحظي بمزيد من الاهتمام من قبل الباحثين والممارسين في الخمسينات وبداية الستينات من القرن العشرين في دول أوروبا الغربية واليابان والولايات المتحدة الأمريكية حيث ينظر للقدرة التنافسية على أنها الهدف (الغرض) العام لإستراتيجية العمل وارتبط ذلك بالتطور الذي رافق مفهوم التخطيط الاستراتيجي، حيث بدأ التركيز على كيفية تحقيق عوائد للمنظمة من خلال عمليات واضحة لصياغة استراتيجيات تجعله في موقع أفضل من المنافسين على المدى الطويل، ومن بين تلك الدول والتي أصبحت أخيراً تهتم بالقدرة التنافسية لليبيا حيث أغدت تولي القدرة على

المنافسة لمؤسساتها أهمية عالية من خلال إخضاع بعض المشروعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لبعض مؤشرات القدرة التنافسية والتي من بينها الجودة والتكلفة والإنتاج. (بن أحمد، 2016)

مفهوم القدرة التنافسية:

تُعرف القدرة التنافسية على أنها ميزة أو عنصر التفوق للمؤسسة الذي تحققه جراء اعتمادها إستراتيجية تنافسية معنية سواء تعلق الأمر بإستراتيجية قيادة التكلفة (تحقيق ميزة التكلفة الأقل) أو إستراتيجية التميز وبالتالي تحقيق إستراتيجية الجودة الأعلى.

كما تعرف أنها قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، وتحقق القدرة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية، والتنظيمية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتضرع بها المنظمة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجيتها التنافسية وقال (Michel Porter) على أنها تنشأ أساساً من القيمة التي تستطيع المؤسسة من أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع مساوية أو بتقديم منافع منفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة. ويُعرف (علي السلمي) القدرة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيج من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون. وتُعرف القدرة التنافسية في مجال الأعمال، على أنها ميزة أو عنصر تفوق لمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس. (أحمد، 2011) (معاش، 2013)

2 العوامل المؤثرة على القدرة التنافسية:

تنشأ القدرة التنافسية نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية نذكر أهمها: (ليلى، ص34)

أولاً : العوامل الخارجية: تتمثل في تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، والتي تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول بأن المنظمة التي استوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها استطاعت خلق قدرة تنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغيير التقنية واحتياجات السوق، من هنا تظهر أهمية قدرة المنظمة على سرعة الاستجابة للتغيرات الخارجية، ويعتمد هذا على مرونة المنظمة وقدرتها على متابعة التغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات، ووجود نظام المعلومات أصلاً.

ثانياً : العوامل الداخلية: هي قدرة المنظمة على امتلاك موارد أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، ومن بينها الابتكار والإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة ولكنه يشمل الإبداع في الإستراتيجية والإبداع وأسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائدة جديدة.

أهمية وأهداف القدرة التنافسية:

أهمية القدرة التنافسية: تكمن أهمية القدرة التنافسية أنها تعطي تفوقاً نوعياً وكمياً وأفضلية على المنافسين وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج عالية تجعل المؤسسة متفوقة في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء أو الاثنين معاً، كما أنها تساهم في التأثير الإيجابي لإدراك العملاء وباقي المتعاملين مع المؤسسة وتحفيزهم للاستمرار وتطوير التعامل، بالإضافة إلى أن كون القدرة التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فإن هذا الأمر يتيح للمؤسسة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد، فضلاً لكون الميزات التنافسية مستندة على موارد المؤسسة وقدرتها ومجالاتها فإنها تعطي حركة ديناميكية للعمليات الداخلية للمؤسسة، تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذا ربحية عالية، لضمان البقاء والاستمرار في السوق. (سالم، 2013)

أهداف القدرة التنافسية:

1. أن تكون بدرجة من الكبر بحيث تمكن المنظمة من تحقيق مزايا أو منافع كبيرة في حالة الدخول في السوق أو قطاع معين من السوق.

2. أن تكون مستمرة ومتواصلة نسبياً بالمعنى عدم إمكانية تقليدها بسهولة من جانب المنظمات المنافسة.

3. أن يكون أثرها ملموساً أو ملحوظاً.

وبشكل خاص هناك مجموعة من الشروط للقدرة التنافسية أهمها :

الندرة: يجب أن تكون الموارد نادرة بحيث تستطيع مؤسسات قليلة فقط الحصول عليها أو مؤسساً واحداً فقط بالإضافة إلى الندرة لا يقصد بها محدود أو نادر الموارد بل عملية تحويلها على غير ممكنة للجميع.

الديمومة: إن الكفاءات هي الأكثر ديمومة، والموارد الحالية يمكن أن تستبدل بموارد مستقبلية جديدة مما يخدم ويساعد في تمديد مدة حياة الكفاءة.

عدم القدرة على التقليد: يشترط عدم أو صعوبة التقليد، تلجأ الكثير من المؤسسات إذا قامت بتحقيق قدرة تنافسية عن طريق امتلاك براءة اختراع أن تسجل هذه الأخيرة لدى الجهات المختصة، وهو ما يدعى بحقوق الملكية الفكرية الصناعية.

عدم الإحلال: أي عدم وجود موارد مماثل يحل محلها ولأن الموارد البشرية تحت هذا العنصر تأتي من بين الموارد النادرة غير قابلة للتحويل لأن القدرة التنافسية الناتجة عن الموارد البشرية لا يمكن استمرارها حالة إبدالها بمورد بشري.

القيمة : لا بد أن تكون للكفاءات أو الموارد قيمة بالنسبة للمؤسسات لأنها تسمح بإنشاء فرصة رابحة في العقد لأنها تساهم في خلق القيمة الخاصة بالمنتج النهائي . (سامية، 2013)

أنواع وعناصر القدرة التنافسية :

اعتمد الاقتصادي (Porter) في تصفية للقدرة التنافسية على القيمة التي تحققها للمشتري والتي تتمثل في ميزة التكلفة الأقل وميزة التميز .

ميزة التكلفة الأقل: يقصد بها قدرة المؤسسة على تصميم، تصنيع وتسويق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع المؤسسات المنافسة وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر، ومن أجل الحيازة على ميزة التكلفة الأقل يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف ولا تتمكن المؤسسة من اكتساب ميزة التكلفة الأقل إلا إذا توصلت إلى التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمتنافسين الآخرين، وتكون عملية مراقبة عوامل تطور التكاليف كما يلي:

مراقبة الحجم: من المعروف أن الرفع من الحجم يؤدي إلى انخفاض الحالتين إلا أنه يجب مراعاة الحجم المرغوب للوصول إليه مع تكاليفه المتوقعة لكل النشاطات الأساسية، في إطار القطاع المستهدف وذلك نقادياً لأية اختلافات قد تنتج عن عدم قدرة استيعاب نشاط أو أكثر لهذا الحجم مما يجعل منه عبئاً يزيد من تكاليف المؤسسة.

التنافسية الكامنة والتنافسية الجارية:

تنقسم التنافسية إلى التنافسية الكامنة والتنافسية الجارية وذلك كما يلي:

التنافسية الكامنة: تتركز التنافسية الكامنة على العوامل التي تساهم في زيادة التنافسية على المدى الطويل، مثل الاستثمار في رأس المال البشري والابتكار.

التنافسية الجارية: تتركز التنافسية الجارية على مستوى التنافسية الحالية ومناخ الأعمار وعمليات الشركات واستراتيجياتها. (خليل، 1996)، (صلحاوي، 2008-2009).

محددات القدرة التنافسية:

وهي ما تم الاعتماد عليها في هذا البحث

حجم الإنتاج ومعدل التطور فيه: حيث أن هذا المؤشر يعكس مدى التنبؤ بحجم الطلب على السلع محل الإنتاج بالإضافة إلى دراسة حجم السوق واحتياجاته.

كمية المبيعات ومقدار تطورها السنوي: إن هذا المؤشر يعتبر الخطوة الأولى لاختبار السلعة المنتجة محلياً ومدى صمودها أمام المنتجات العالمية من خلال زيادة مؤشر التنافسية للمنتج المحلي في سد الطلب المحلي المتنامي.

نسبة المبيعات من الإنتاج (القدرة على تصريف المنتجات): يتمثل هذا المؤشر في المدى الذي حققته الشركة في تنفيذ خططها الإنتاجية في تصريف منتجاتها والذي يتمثل في نسبة للكمية المباعة من كمية ما أنتج فعلياً، وهو يعكس مدى التناغم والتناسق ما بين الإنتاج وحاجة السوق وانسياب السلع المنتجة إلى المنافذ التسويقية.

عدد العمالة ومعدل التطور فيها (القدرة على التوظيف): وهو مؤشر يعكس رغبة الشركة في المحافظة على تلبية حاجات السوق من السلع المنتجة بالإضافة إلى زيادة الإنتاج وتوسيع نطاق السوق وذلك من خلال التوسع في التوظيف لزيادة الإنتاج وهي بذلك تساهم من خلال رغبتها في تحقيق مصالحها في استيعاب القوى العاملة والحد من ظاهرة البطالة. (سلطان، 2007، ص 6-8).

الإطار العملي :

مقدمة:

تم التركيز في هذا الجزء من البحث على تحليل القدرة التنافسية للشركة الليبية للحديد والصلب، بالإضافة إلى دور الشركة في استيعاب العمالة والمساهمة في الحد من ظاهرة البطالة والعمالة في مدينة مصراته خلال الفترة من (2012-2018) حيث إن هذه الفترة شهدت انفتاحاً في جميع منافذ الدولة أمام السلع الأجنبية، وقد اشتدت المنافسة واقتصر هذا البحث على هذه الشركة نظراً لتوفر البيانات المطلوبة ، بالإضافة إلى أن هذه الشركة تتمتع بوجود هيكل إداري وإنتاجي متماسك في تبويب وتسجيل البيانات، وتم الاعتماد على عدة مؤشرات في تحليل القدرة التنافسية للشركة.

جدول رقم (1) معدلات الإنتاج لمصانع الشركة خلال الفترة 2012-2018

سنة	الصف	كمية الإنتاج	معدل تطور الإنتاج	كمية المبيعات	معدل تطور المبيعات	عدد العمالة	معدل تطور عدد العمالة	نسبة المبيعات للإنتاج
2012	Ø5.5	3467	—	3004	—	—	—	%87
	Ø6	6293	—	6806	—	—	—	%108
	Ø8	0	—	219	—	—	—	%0
	Ø9	0	—	042	—	—	—	%0
	Ø10	0	—	4151	—	—	—	%0
	Ø12	124223	—	96071	—	—	—	%77
	Ø14	142856	—	117158	—	—	—	%82
	Ø16	6022	—	9887	—	—	—	%164
	Ø20	0	—	623	—	—	—	%0
	Ø25	1471	—	233	—	—	—	%16
	Ø32	0	—	1552	—	—	—	%0
	الإجمالي	284332	—	239746	—	785	—	%84
2013	Ø5.5	4802	%38	2726	%9 —	—	—	%57
	Ø6	9080	%44	11113	%63	—	—	%122
	Ø8	4639	%0	3461	%1480	—	—	%75
	Ø9	0	%0	2879	%6754	—	—	%0
	Ø10	3170	%0	2728	%34 —	—	—	%86
	Ø12	162521	%31	163291	%70	—	—	%100
	Ø14	255363	%79	227367	%94	—	—	%89
	Ø16	60530	%905	49487	%400	—	—	%82
	Ø20	7938	%0	5456	%775	—	—	%69
	Ø25	4087	%178	3042	%1211	—	—	%74
	Ø32	1681	%0	295	%81 —	—	—	%18
	الإجمالي	513811	%81	471845	%97	830	%6	%92
2014	Ø5.5	8906	%85	7520	%176	—	—	%84
	Ø6	14744	%62	15426	%39	—	—	%105
	Ø8	6014	%30	6919	%100	—	—	%115
	Ø9	0	%0	0	%0	—	—	%0
	Ø10	3988	%26	4709	%73	—	—	%118
	Ø12	170849	%5	159026	%3 —	—	—	%93
	Ø14	194547	%24 —	209727	%8 —	—	—	%108
	Ø16	42732	%29 —	45517	%8 —	—	—	%107
	Ø20	2758	%65 —	6341	%16	—	—	%230

وتم نشرها على الموقع بتاريخ: 2025/4/18م

تم استلام الورقة بتاريخ: 2025/3/25م

سنة	الصف	كمية الإنتاج	معدل تطور الإنتاج	كمية المبيعات	معدل تطور المبيعات	عدد العمالة	معدل تطور عدد العمالة	نسبة المبيعات للإنتاج
2015	Ø25	3292	19 – %	3603	18 %	–	–	109 %
	Ø32	0	100 %	241	18 – %	–	–	0 %
	الإجمالي	447830	13 – %	459029	3 – %	837	1 %	103 %
	Ø5.5	4346	51 – %	6332	16 – %	–	–	146 %
	Ø6	3077	79 – %	3402	78 – %	–	–	111 %
	Ø8	6780	13 %	7779	12 %	–	–	115 %
	Ø9	0	0 %	0	0 %	–	–	0 %
	Ø10	0	100 %	541	88 – %	–	–	0 %
	Ø12	104235	39 – %	127012	20 – %	–	–	122 %
	Ø14	151731	22 – %	162461	22 – %	–	–	107 %
	Ø16	26841	37 – %	30890	32 – %	–	–	115 %
	Ø20	4831	75 %	3570	44 – %	–	–	74 %
	Ø25	0	100 %	334	91 – %	–	–	0 %
	Ø32	0	0 %	012	95 – %	–	–	0 %
	الإجمالي	301841	33 – %	342333	25 – %	788	6 – %	113 %
2016	Ø5.5	4520	4 %	1058	83 – %	–	–	23 %
	Ø6	0	100 %	035	99 – %	–	–	0 %
	Ø8	17321	155 %	10791	39 %	–	–	62 %
	Ø9	0	0 %	0	0 %	–	–	0 %
	Ø10	3747	0 %	3743	593 %	–	–	100 %
	Ø12	145663	40 %	145076	14 %	–	–	100 %
	Ø14	185457	22 %		10 %	–	–	97 %
	Ø16	34593	29 %		9 %	–	–	98 %
	Ø20	3799	21 – %		42 %	–	–	133 %
	Ø25	0	0 %		123 %	–	–	0 %
	Ø32	179589	0 %		133 %	–	–	0 %
	الإجمالي	33771	31 %	379902	11 %	809	3 %	96 %
2017	Ø5.5	5069	99 – %	406	61 – %	–	–	998 %
	Ø6	742	0 %	1201	3429 %	–	–	29 %
	Ø8	028	31 %	29131	170 %	–	–	128 %
	Ø9	0	0 %	0	0 %	–	–	0 %

وتم نشرها على الموقع بتاريخ: 2025/4/18م

تم استلام الورقة بتاريخ: 2025/3/25م

سنة	الصف	كمية الإنتاج	معدل تطور الإنتاج	كمية المبيعات	معدل تطور المبيعات	عدد العمالة	معدل تطور عدد العمالة	نسبة المبيعات للإنتاج
	Ø10	0	— %100	0	— %100	—	—	%0
	Ø12	121695	— %16	123346	— %15	—	—	%101
	Ø14	139928	— %24	149421	— %17	—	—	%107
	Ø16	6467	— %81	18953	— %44	—	—	%293
	Ø20	0	— %100	2224	— %56	—	—	%0
	Ø25	0	%0	1950	%163	—	—	%0
	Ø32	0	%0	1438	%5000	—	—	%0
	الإجمالي	294966	— %25	328073	— %14	777	— %4	%111
2018	Ø5.5	1410	%3342	384	— %6	—	—	%27
	Ø6	613	— %85	3163	%163	—	—	%516
	Ø8	23031	%1	13870	— %52	—	—	%60
	Ø9	0	%0	0	%0	—	—	%0
	Ø10	8083	%0	548	%0	—	—	%7
	Ø12	198181	%63	146847	%19	—	—	%74
	Ø14	188651	%35	158651	%6	—	—	%84
	Ø16	24022	%271	21238	%12	—	—	%88
	Ø20	5596	%0	1366	— %39	—	—	%24
	Ø25	0	%0	104	— %95	—	—	%0
	Ø32	0	%0	0	%0	—	—	%0
	الإجمالي	294966	— %52	346171	%5	820	%5	%77

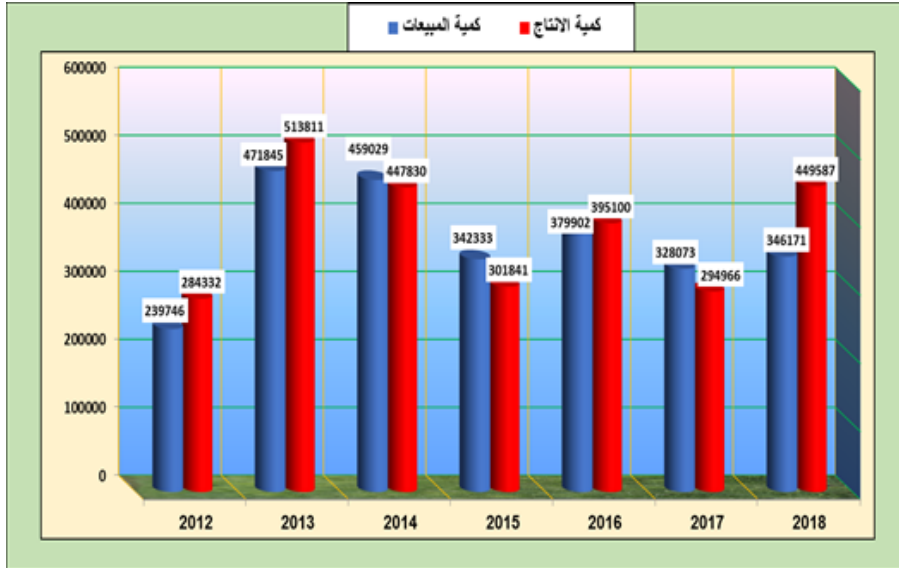
المصدر: الشركة الليبية للحديد والصلب بمصراته

أما فيما يخص المؤشرات فتم احتسابها وفقاً للصيغة الآتية:

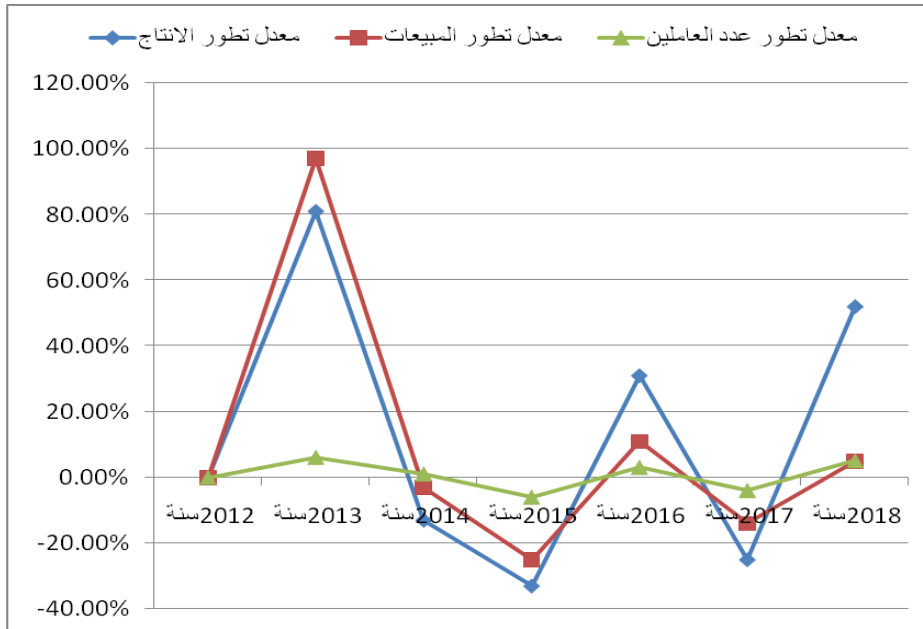
$$\text{محل التطور} = 100 \times \frac{\text{سنة المقارنة} - \text{سنة الأساس}}{\text{سنة الأساس}}$$

وتم نشرها على الموقع بتاريخ: 2025/4/18م

تم استلام الورقة بتاريخ: 2025/3/25م



شكل (1) يوضح كمية الإنتاج والمبيعات السنوية



شكل (2) يوضح معدل التطور للمبيعات والإنتاج وعدد العمال

معدل تطور حجم الإنتاج:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (1) والذي يعكس الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن معدل تطور حجم الإنتاج كان بنسب متفاوتة، حيث بلغ 81% في سنة 2013م، بينما كان معدل التطور في حجم الإنتاج انخفض في عامي 2014، 2015م حيث سجل نسب سالبة في سنة 2014 مقدارها - 13%، وفي سنة 2015 نسبة سالبة مقدارها - 33%، وفي حين كان معدل التطور قد ارتفع في سنة 2016 بمقدار 31%، بينما في سنة 2017 حدث انخفاض بنسبة سالبة مقدارها - 25%، وقد يرجع ذلك لتقلبات سعر الصرف ومشاكل الاعتمادات التي مرت بها البلاد خلال تلك الفترة، وهناك عوامل أخرى خارج الشركة تؤثر في حجم الإنتاج مثل مشاكل انقطاع التيار الكهربائي وحوادث إطلام تام وتوقف بعض المصانع داخل الشركة عن الإنتاج، في حين تحسنت وارتفعت سنة 2018 حيث بلغت حوالي 52%.

وبصورة عامة فإن معدل حجم التطور في الإنتاج خلال الفترة يعتبر مطمئناً وجيداً؛ وذلك لأن الزيادة في حجم الإنتاج ينم عن سياسة إنتاجية توسعية تعكس التنامي في حجم الطلب على السلع المنتجة من قبل الشركة وتوسع لحجم السوق أمام هذه المنتجات حيث بلغ معدل التطور المركب خلال الفترة 7%.

معدل تطور كمية المبيعات:

من خلال تحليل البيانات الواردة في نفس الجدول رقم (1) والتي يعكسها نفس الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن معدل تطور كمية المبيعات السنوية كانت متفاوتة وإيجابية تبعاً لحجم الإنتاج، حيث بلغ معدل تطور حجم المبيعات لسنة 2013 بنسبة مقدارها 97%، بينما كان معدل التطور في كمية المبيعات انخفض في عامي 2014، 2015، حيث سجل نسباً سالبة في سنة 2014 مقدارها - 3%، وفي سنة 2015 انخفضت بنسبة سالبة مقدارها حوالي - 25%، ثم ارتفع إلى 11% في عام 2016، وقد حصل انخفاض جديد في عام 2017 بنسبة تقدر حوالي - 14%، وقد يرجع ذلك جزاء ارتفاع سعر الدولار في السوق الموازي، ونقص السيولة لدى المصارف، وانخفاض القوة الشرائية مما يؤدي إلى انخفاض الطلب على هذه المنتجات، وفي حين تحسن هذا المؤشر عام 2018 حيث بلغ حوالي

5%. وبصورة عامة يمكن القول أن هذا المؤشر كان إيجابياً عاكساً زيادة حجم الطلب على هذه السلع وهو ما يعكس القدرة التنافسية للمنتجات المحلية حيث كان معدل النمو المركب حوالي 5%.

معدل نسبة المبيعات إلى الإجمالي الإنتاجي الفعلي:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (1) نلاحظ أن نسبة المبيعات إلى إجمالي الإنتاج خلال الفترة تتراوح ما بين 77%-113% حيث كانت أقل نسبة في سنة 2018 وأعلىها في سنة 2015. وهذا يدل على قدرة الشركة في تصريف منتجاتها في السوق، الأمر الذي يؤثر إيجابياً للقدرة التنافسية للشركة، وهذا يعكس حجم التناغم والانسجام ما بين السياسة الإنتاجية والتسويقية للشركة عاكساً بذلك بقدر عالٍ من القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في السوق المحلي خصوصاً.

معدل تطور عدد العمالة:

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم (1) والذي يعكسه الشكل البياني رقم (2) نلاحظ أن تطور عدد العمالة خلال فترة البحث كان إيجابياً عدا عامي (2015، 2017)، حيث كان المعدل سلبياً في عام 2015 بنسبة مقدارها - 6 %، بينما كان في عام 2017 نسبة سالبة مقدارها - 4 % . وقد يرجع سبب انخفاض معدل تطور عدد العمالة في هذه الفترة بسبب الوضع الراهن من عدم استقرار البلاد سياسياً وعسكرياً مما ترتب عليه اتجاه بعض العمالة إلى الحرب. أما في سنة 2013 فقد بلغ ذروته ووصل بمعدل 6%، وفي حين أن سنة 2014 بلغ نسبة 1%، تراوحت بنسبة تقدر 3% في عام 2016، أما في عام 2018 كانت بنسبة 5%. وهذا يؤثر بصورة جيدة على زيادة القدرة التنافسية للشركة وذلك من خلال قدرتها في التوسع في التشغيل واستيعاب القوى العاملة من أجل المحافظة على كمية الإنتاج والمبيعات وهي بذلك تساهم في عملية التوظيف والحد من ظاهرة البطالة، وبصورة عامة فإن معدل التطور عدد العمال بلغ بشكل مركب لكل السنوات ما نسبته 1%.

النتائج والتوصيات :

النتائج:

من أبرز النتائج المتوصل إليها ما يلي:

1. من خلال تحليل المؤشرات المستخدمة في قياس القدرة التنافسية خلال فترة البحث نلاحظ أن هذه المؤشرات كانت في فترات إيجابية وأخرى سلبية إلا أن المؤشر المركب العام خلال الفترة كاملة كان إيجابياً، وهو ما يعكس القدرة على المنافسة، وهو ما يؤكد صحة الوصية المنطلق منها البحث.
2. من خلال تتبع النتائج التحليلية خلال فترة البحث يمكن ملاحظة تأثير الظروف المحيطة بالشركة التي أدت إلى حدوث بعض الإخفاقات نتيجة الحروب وانقطاع التيار الكهربائي، بالإضافة إلى انخفاض قيمة العملة المحلية مما أثر على مستلزمات التشغيل المستوردة.
3. نلاحظ من خلال البحث قدرة الشركة على التوظيف، وهو أحد المؤشرات المهمة على المستوى الجزئي والكلي للاقتصاد الليبي.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. ضرورة الاهتمام برأس المال الفكري للشركة، الأمر الذي يتطلب اهتمام الإدارة العليا وحرصها على جذب وتعيين ذوي الكفاءات والمؤهلات العالية واستمرار تطويرها، وتنميتها خاصة في ظل النمو الهائل في هذا المجال، مما يعطي الشركة القدرة على المنافسة.

2. أن القدرة التنافسية تتحقق من خلال تضامن جهود الشركة والتنسيق المتكامل بين أنشطتها المختلفة، وهذا الأمر يتطلب تدريباً مستمراً إلى جانب التكاليف التي قد تتحملها الشركة، بالإضافة إلى برامج البحث والتطوير.
3. ينبغي أن تدرك الشركة أنه ليس هناك قدرة تنافسية ثابتة إلى الأبد، فإذا كانت الشركة تريد أن تطمح بالاستمرار في النجاح فيجب عليها أن تطور وأن تحسن من نفسها ومن آلياتها ومعداتها وأن تواكب العصر بجلب آلات جديدة وحديثة والتقدم التكنولوجي الذي يعيشه العالم وإجراء الصيانة بشكل دوري لتفادي الأعطال وإخراج منتجات ذات جودة عالية.
4. ومن جهة العمالة يجب أن تقدم الشركة دورات تدريبية، فالعلم الحديث وجلب العمالة ذات كفاءة عالية من أجل تطوير وتحسين منتجات الشركة لتتمكن من المنافسة بحيث تكون أقل تكلفة وأقل سعر وزيادة الكادر الوظيفي في حالة هناك عجز في العمالة، وأيضاً محاربة الفساد الإداري الذي ينتج منه خاصة ظاهرة التأخر عن العمل والغياب عن العمل من دون رقابة ومحاسبته مالياً وإدارياً.

المصادر والمراجع :

أولاً: الكتب العلمية:

- زغدار أحمد، المنافسة – التنافسية والبدائل الإستراتيجية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
- سلوى محمد مرسي، المعايير البيئية والقدرة التنافسية للصادرات المصرية، معهد التخطيط القومي، جمهورية مصر، القاهرة، 2007.
- محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 24، 2003.

نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية والنشر، الإسكندرية، مصر، 1996.

ثانياً: الرسائل العلمية:

أسامة سالم، دور التكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال المؤسسة، جامعة أم البواقي، 2014/2013.

رحمة معاش، دور معايير الجودة العالمية في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية علوم التسيير تخصص تسيير المشاريع، جامعة باتنة 1، 2013/2012.

سمير صلاحوي، الحوادث المهنية وآثارها على تنافسية المؤسسة، شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2009/2008.

العايب سامية، الرقابة الداخلية في البنوك التجارية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية تخصص مالية وبنوك، جامعة أم البواقي، 2010-2013.

عطية صلاح سلطان، تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي، ورقة عمل مقدمة في ندرة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي، القاهرة، 2007.

محمد الأمين بن أحمد، دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، 2017/2016.

مسعودي ليلي، دور رأس المال في تنمية القدرات التنافسية للمؤسسات، مذكرة شهادة
الماجستير، كلية علوم التسيير تخصص الموارد البشرية، جامعة باتنة.
ثالثاً: المجالات والتقارير:

سلمى رزق الله، مساك أمينة، الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية ودورها في خلق الميزة
التنافسية للمؤسسة الجزائرية، مجلة آفاق للعلوم، المجلد (2)، العدد (2)، 2017.
عبد الكريم كامل أبوهات، عصر التنافسية، تقرير، 2013.
ممدوح الزيادات، أثر الابتكار التسويقي على أبعاد الميزة التنافسية في الشركات الصناعية
الغذائية الأردنية من وجهة نظر العاملين، مجلة المنارة، المجلد (21)، العدد (1)،
2015.