الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة محمد خيضر بسكرة
Université Mohamed Khider –Biskra
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الإقتصادية
Faculté des sciences économiques , Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

الموضـــــــوع

أثر السياسات الصناعية على هيكل الصناعة

دراسة حالة: صناعة الأدوية في الجزائر

أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية

تخصص: إقتصاد صناعي

إعـــداد الطالـــب:
حطاب موراد

إشـــراف الأستاذ الدكتور:
أ.د. عبد الله غالم

لجنـــة المنـــاقـــشة:

أ.د خوني رابح	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة رئيسا
أ.د. عبد الله غالم	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة مقررا
د.عديلة العلواني	أستاذ محاضر –أ-	جامعة بسكرة ممتحنا
د.ناصر بوعزيز	أستاذ محاضر –أ-	جامعة قالمة ممتحنا
د.آيات الله مولحسان	أستاذ محاضر –أ-	جامعة باتنة ممتحنا
د.أحسين عثماني	أستاذ محاضر –أ-	جامعة أم البواقي ممتحنا

السنة الجامعية: 2016/2015

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

- ✓ إلى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما.
- ✓ إلى إخوتي، وأخواتي الكريمات.
- ✓ إلى زوجتي الفاضلة.
- ✓ إلى إبني جابر.

أهدي ثمرة مجهودي.

شكـــر وتقدير

أتقدم بشكري وعظيم امتناني للمولى عز وجل الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع.

ثانيا بعد المولى عز وجل أشكر الوالدين الكريمين حفظهما الله ورعاهما، على كل التضحيات المقدمة للوصول لهذه الدرجة العلمية؛

كما لا يفوتني التقدم بالشكر الجزيل والتقدير الكبير للأستاذ المشرف:

الأستاذ الدكتور**"عبد الله غالم"** على توجيهاته ونصائحه القيمة.

وأخص بالشكر والعرفان كل من **أ.د: "الطيب داودي"** و**أ.د: " رابح خوني"**، كما لا أنسى كذلك الأستاذ **"بلعالم محمد عبد القادر"** على كل المجهودات المقدمة من طرفهم

كما أشكر أيضا أعضاء اللجنة الذين تحملوا عناء قراءة وتصحيح وإثراء هذه الموضوع.

كما أتوجه بالشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل.

وشكرا

الملخص

ملخص:

تعتبر الصناعة الدوائية من الصناعات الإستراتيجية والتي تكتسي أهمية كبيرة في الاقتصاد الجزائري خاصة في العقد الأخير، بهدف الخروج من التبعية في ظل ارتفاع فاتورة الواردات، وتحقيق صناعة تتوافق مع متطلبات المجتمع، لعلاقتها بأمن وصحة المواطن، بالنسبة لزمن انتشرت فيه الأمراض القادمة من مناطق مختلفة، ورغم أن الجزائر تحتل المرتبة الرابعة إفريقيا والثالثة عربيا بحجم مبيعات تفوق 3.7 مليار دولار سنة 2013، لكنها عاجزة عن تغطية ولو نصف الطلب الذي بلغة نسبته 36% من الطلب الكلي، مما يتضح لنا أن الهيكل غير كفوء، ولذلك قمنا بمعالجة الإشكالية التالية **(كيف أثرت السياسات الصناعية على هيكل صناعة الأدوية في الجزائر؟)**

وبعد معالجة هذه الإشكالية تم التوصل إلى أن الدولة قامت بدعم وتشجيع هذه الصناعة من خلال صياغة سياسات صناعية للنهوض بها، بدايتا من عملية فتح السوق الجزائرية التي تمت عبر مراحل وتشجيع المؤسسات المحلية على إنتاج الأدوية الجنيسة والتي مر على إكتشافها 20 سنة، بالإضافة لطرق دعم العمليات التسويقية من خلال منح الصيدلي نسبة 20% من حجم الفاتورة، كما أثرت كذلك على التركز داخل القطاع ويتضح ذلك من خلال العدد الإجمال للمؤسسات الناشطة في القطاع والتي بلغ عددها 51 مؤسسة في سنة 2005، حيث تتركز (5) مؤسسات في السوق بنسبة (C_5 = 21,02%)، أما في سنة 2014 فوصل عددها ليصبح 57 مؤسسة مع زيادة نسبة تركز الخمس مؤسسات الأولى بـــ (C_5 = 49,29%).

ورغم تنوع هيكلها الصناعي إلا أنها لم تغطي سوى نسبة 36% من الطلب الكلي، حيث لم تحقق هذه المؤسسات إلا 25% من رقم الأعمال الكلي لسوق.

الكلمات المفتاحية:

سياسات صناعية، هيكل الصناعة، تركز صناعي، عوائق الدخول، عوائق الخروج، تمييز المنتجات، صناعة دوائية.

Résumé

L'industrie des médicaments est une industrie stratégique, qui a une grande importance dans l'économie Algérienne surtout dans la dernière décennie .

Le but de cet industrie , surtout dans la hausse de la facture des importation , c'est de sortir de la subordination et de réaliser une industrie qui est compatible avec la demande de la société , et qui en relation avec la sécurité et la santé du citoyen , dans le moment ou la diffusion des maladies venant de différentes zones.

L'Algérie occupe la quatrième place en Afrique et la troisième dans le monde Arabe avant un taut de vente qui a dépassé 3 ,7milliards de dollar en 2013, reste incapable de recouvrir la moitie qui a atteint 36% de la demande totale, ce qui montre que la structure n'est pas compétente , pour cela nous avons traite la problématique suivante (**comment ont influence les politiques industrielles sur la structure de L'industrie des médicaments en Algérie**).

Dans cette étude nous avons conclue que l'état a appui et encouragé cet industrie a travers des politiques en commençant par l'ouverture de la marché Algérien par des étapes, l'encouragement des entreprises locales pour produire des médicaments génisses découvertes depuis vingt ans , en plus l'appui de l'opération de commercialisation et le don du pharmacien 20% du facture.

Cette politique a influencé sur la concentration à l'intérieur du secteur.

Cela se manifeste par le nombre globale des entreprises dans le secteur, 51 entreprises en 2005.

5 entreprises centralise dans le marché avec un pourcentage (C5=21 ,02%), en 2014 ce nombre a évolué à 57 entreprises et l'augmentation de ces 5 premiers entreprises (C5=49,29%).

Malgré la diversité de sa structure , elle n'a recouvrit que 36% du demande totale , ces entreprises n'a réalisé que 25% du chiffre total du marché.

Mots clés : Politiques industriels, structure de l'industrie, concentration industrielle, contraintes d'entré , contraintes de sortie , différenciation des produits, industrie des médicaments .

قائمة المحتويات

العنوان	الصفحة
الإهداء	**I**
شكر وتقدير	**II**
الملخص	**III-V**
قائمة المحتويات	**VI-IX**
قائمة الجداول والأشكال	**X-XIII**
المقدمة	أ- ح
الفصل الأول: مدخل للسياسات الصناعية	48-1
تمهيد	2
المبحث الأول: مفاهيم حول السياسات الاقتصادية	3
المطلب الأول: مفهوم السياسات الاقتصادية	3
المطلب الثاني: مضمون السياسة الاقتصادية	5
المطلب الثالث: أنواع السياسات الاقتصادية	6
المطلب الرابع: السياسات الاقتصادية وعلاقتها بتدخل الدولة	12
المبحث الثاني: ماهية السياسات الصناعية	14
المطلب الأول: مفهوم السياسة الصناعية ونشأتها	14
المطلب الثاني: مضمون السياسات الصناعية	17
المطلب الثالث: أنواع السياسات الصناعية	20
المطلب الرابع: أهمية السياسات الصناعية وأهدافها	24
المبحث الثالث: أدوات السياسة الصناعية، إستراتيجيات ومبررات تنفيذها	26
المطلب الأول: أدوات السياسة الصناعية	26
المطلب الثاني: إستراتيجية تنفيذ السياسات الصناعية	38
المطلب الثالث: عملية صياغة السياسة الصناعية	43
المطلب الرابع: مبررات تدخل الدولة ومجالاتها	44
الخلاصـــــــــــــــــة	48
الفصل الثاني: تحليل هيكل الصناعة	110-49

تمهيد	50
المبحث الأول: لمحة حول الصناعة	51
المطلب الأول: ماهية الصناعة	51
المطلب الثاني: أنواع الصناعة	53
المطلب الثالث: مقومات الصناعة ومعوقاتها	55
المبحث الثاني: ماهية هيكل الصناعة	59
المطلب الأول: مفهوم هيكل الصناعة	59
المطلب الثاني: أبعاد هيكل الصناعة	61
المطلب الثالث: كفاءة هيكل الصناعة	88
المبحث الثالث: أشكال هيكل الصناعة	91
المطلب الأول: الصناعة في ظل المنافسة الكاملة	91
المطلب الثاني: الصناعة في حالة المنافسة الاحتكارية	96
المطلب الثالث: الصناعة في حالة احتكار القلة	101
المطلب الرابع: الصناعة في حالة الاحتكار التام	107
الخلاصـــــــــة	110
الفصل الثالث: أثر السياسات الصناعية على تنافسية هيكل الصناعة	111-190
تمهيد	112
المبحث الأول: تحليل البيئة التنافسية للصناعة	113
المطلب الأول: الأساس النظري لمفهوم التنافسية	113
المطلب الثاني: البيئة التنافسية للصناعة	117
المطلب الثالث: علاقة السياسات الصناعية بالهيكل الصناعي من خلال (SCP)	136
المبحث الثاني: أثر السياسات الصناعية على محددات هيكل الصناعة	141
المطلب الأول: أثر السياسات الصناعية على التركز الصناعي	141
المطلب الثاني: أثر السياسات الصناعية على عوائق الدخول إلى الصناعة	144
المطلب الثالث: أثر السياسات الصناعية على عوائق الخروج من الصناعة	149
المطلب الرابع: أثر السياسات الصناعية على تمييز المنتجات في الصناعة	150

المبحث الثالث: السياسات الصناعية الدوائية في الدول النامية	152
المطلب الأول: السياسات الصناعية الدوائية في الوطن العربي	152
المطلب الثاني: واقع الصناعة الدوائية في الصين	161
المطلب الثالث: واقع الصناعة الدوائية في الهند	172
الخلاصـــــــــة	188
الفصل الرابع: هيكل صناعة الأدوية بالجزائر في ظل السياسات الصناعية	257-189
تمهيد	190
المبحث الأول: لمحة حول الصناعة الدوائية	191
المطلب الأول: ماهية الصناعة الدوائية	191
المطلب الثاني: صناعة الدواء عالميا	195
المطلب الثالث: صناعة الدواء الجزائرية	205
المطلب الرابع: المتعاملون في سوق الدواء الجزائري	208
المبحث الثاني: تحليل هيكل صناعة الأدوية الجزائري	217
المطلب الأول: الحصص السوقية للمتعاملين في مجال الإنتاج والبحث	219
المطلب الثاني: طبيعة سوق الدواء الجزائري	225
المطلب الثالث: التجارة الخارجية لقطاع الأدوية في الجزائر	230
المبحث الثالث: أثر السياسات الصناعية الجزائرية على هيكل صناعة الأدوية	234
المطلب الأول: أثر السياسات الصناعية على تركز المؤسسات الدوائية	234
المطلب الثاني: أثر السياسات الصناعية على عوائق الدخول لصناعة الدوائية	245
المطلب الثالث: أثر السياسات الصناعية على تمييز المنتجات الدوائية	250
الخلاصـــــــــة	257
الخاتمة	258
قائمة المراجع	264
الملاحق	278

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول		
الرقم	العنوان	الصفحة
01	المقارنة بين السياسات الظرفية والسياسات الهيكلية	10
02	النسبة التراكمية من ناتج ثلاث صناعات	63
03	نوع الهيكل وفقا للمقياس نسبة التركز	65
04	يلخص المقارنة بين هياكل وطبيعة الأسواق الاقتصادية	109
05	الأسواق الأولى عربيا من حيث الطلب خلال سنة 2014/2010	154
06	نسبة التغطية من الإنتاج المحلي لصناعة الدوائية خلال 2014	155
07	عدد المساهمين في شركة أكديما خلال 2012	157
08	نسبة مساهمة شركة أكديما في المؤسسات الدوائية العربية خلال 2012	158
09	قيمة إيرادات الشركات الرائدة في الهند وحصتها السوقية	173
10	ترتيب العشرين مؤسسة الأولى عالميا في سنة 2013	198
11	عدد المتعاملين الخواص في تجارة الأدوية في سنة 2013	214
12	تطور عدد الأطباء والصيادلة في الجزائر (2003-2013)	215
13	متوسط قيمة الدولار والأورو بالدينار الجزائري (2004-2014)	218
14	الحصص السوقية لمصنعي الأدوية في الجزائر خلال سنة 2014	219
15	تطور رقم أعمال أفضل عشر مخابر في الجزائر	222
16	الحصة السوقية للعشر مخابر الأولى في الصناعة الدوائية الجزائرية	223
17	حجم السوق الجزائرية للأدوية خلال 2000- 2013	226
18	تطور حصص قطاع العام والخاص من حيت إنتاج الأدوية خلال 2000-2013	227
19	نسبة الأدوية الجنيسة والأصلية في السوق الجزائرية خلال 2002- 2013	229
20	تطور صادرات الجزائر حسب التصنيف النوعي للتجارة الدولية خلال 2014/2004	231
21	تطور واردات الجزائر من الأدوية حسب التصنيف النوعي للتجارة الخارجية 2014/2004	232
22	الدول الأولى التي تستورد منها الجزائر الدواء خلال 2014/2012	233
23	نسبة التركز الصناعي حسب مقلوب عدد المؤسسات خلال 2005- 2014	235
24	الحصة السوقية للمؤسسات المنتجة لدواء في الجزائر من المبيعات المحلية والكلية 2005-2014	236
25	نسبة التركز الصناعي في القطاع الدوائي خلال سنتي 2005 و2014	237
26	درجة التركز في القطاع حسب مؤشر هيرشمان وهرفندال خلال سنة 2014	238
27	تطور مؤشر نسبة التركز في مجال المخابر البحثية لصناعة الدوائية خلال 2009-2013	240
28	درجة تركز المخابر حسب مؤشر هيرشمان وهرفندال خلال سنة 2014	241
29	هوامش الربح المطبقة على الأدوية في الجزائر لتجارة الجملة والتجزئة والمنتجين.	253

30	الفارق بين تسويق المنتج المحلي والمنتج الأجنبي من طرف الصيدلي	254
31	عدد الأدوية المعوضة من طرف الضمان الاجتماعي	256

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عناصر السياسات الإقتصادية	04
02	الإبداع يقود الإقتصاد	16
03	نموذج صياغة السياسات الصناعية	43
04	محددات هيكل الصناعة	59
05	منحنيات التركز للصناعات (A.B. C)	63
06	منحنى لورنس لتركيز الصناعة	68
07	عوائق الدخول من خلال التدخل الحكومي	73
08	إقتصاديات الحجم كعائق للدخول الصناعة	74
09	موانع الدخول من خلال تكاليف التحويل	75
10	المزايا المطلقة لتكاليف الإنتاج كعائق لدخول	76
11	عوائق الدخول من خلال الطاقة الفائضة	78
12	عوائق الدخول الناتجة عن تمييز المنتجات	80
13	عوائق الدخول ناتجة عن التكلفة الإضافية	82
14	العلاقة بين ميزة التكلفة وميزة السعر داخل القطاع	88
15	حالة هيكل الصناعة غير الكفؤ	90
16	استمرار المؤسسة في الإنتاج وتوقفها عنه في الحد القصير	92
17	دخول المؤسسات للصناعة والأثر الناتج عن ذلك	93
18	كيفية دخول وخروج المؤسسات من هيكل الصناعة في حالة المنافسة الاحتكارية	98
19	تأثير دخول وخروج منشات جديدة إلى الصناعة على الكمية	104
20	المكونات الأساسية للبيئة الصناعية	118
21	قوى المنافسة في البيئة الجزئية	120
22	عوائق الدخول لصناعة	125
23	نموذج بورتر بعد إضافة المؤسسات المكملة والأنظمة	132
24	أثر العوامل البيئية الكلية على المنافسة في الصناعة	133
25	المجاميع الإستراتيجية في الصناعة الدوائية	136
26	علاقة السياسات الصناعية بنموذج (هيكل– سلوك – أداء)	139
27	الهيكل البيئي للصناعة الدوائية في الصين	161
28	مبيعات الأدوية الجنيسة في الصين 2007-2015	162

29	نسبة المؤسسات التي تنشط في كل قسم من الصناعة الدوائية	164
30	إجراءات الموافقة على الأدوية الجديدة	168
31	تطور مبيعات الأدوية المتحصلة على براءة اختراع (2007-2015)	170
32	مبيعات الأدوية في الصين (2007-2015)	172
33	نفقات البحث والتطوير لشركات صناعة الأدوية الهندية في 2015	174
34	نسبة نمو البحث والتطوير في المجال الصيدلاني الهندي 1991-2011	175
35	تطور مبيعات الأدوية الجنيسة والمسجلة من (2014/2006)	176
36	صادرات و ورادات الهند من الأدوية خلال الفترة (2006-2014)	177
37	مداخيل قطاع الدواء الهندي (2005-2020)	184
38	حصة الإيرادات الهندية لصناعة الدوائية لسنة 2015	185
39	المواد الأولية الداخلة في صناعة الدواء	193
40	العشر مخابر الأولى عالميا في سنة 2011	199
41	تطور ترتيب الدول الأولى المصنعة للأدوية من 2008 إلى 2018	201
42	تطور أسواق الدواء في العالم خلال 2012	203
43	الحجم المتوقع لسوق الدواء العالمي حتى 2018	204
44	عدد مؤسسات إنتاج الدواء في الجزائر خلال الفترة 1995-2015	213
45	تطور عدد مؤسسات إنتاج الدواء في الجزائر خلال الفترة 1995-2015	244

المقدمة

برزت خلال السنوات الأخيرة العديد من المؤشرات الايجابية في مجال النمو الاقتصادي، جراء سعى أغلب الدول نحو تحقيق معدلات نمو مستمرة، في وقت ساده الانفتاح الاقتصادي وإتساع الأسواق فيما بينها، واختلاف التطورات الاقتصادية ومدى ترابطها مع بعضها البعض، تزامنا مع تطور دور الدولة من وظيفتها الأساسية المتمثلة في الحماية والدفاع، وتحقيق العدالة، إلى وظائف أخرى التي تشمل العديد من المهام خاصة المتعلقة بحركات الإصلاح الاقتصادي وإعادة الهيكلة.

هذا الإنفتاح والدور الحكومي حمل معه فرصا جديدة وتهديدات مختلفة للمنتجين في السوق، إذ بفضله تمكنت الدول الصناعية الكبرى من إيجاد أسواق جديدة لمنتجاتها، ومصادر أخرى للموارد الأولية بالإضافة لليد العاملة الرخيصة، ما ساعدها في توسيع دائرة نشاطاتها ورفع قيمة أعمالها خاصة في المجال الصناعي حيث برزت المجمعات الصناعية الضخمة في مختلف المجالات: كصناعة السيارات الطائرات والأدوية ومنتجات أخرى.

وتعتبر صناعة الأدوية من الصناعات الحيوية والإستراتيجية الهامة على المستويين المحلي والعالمي وذلك لارتباطها بصحة الإنسان وإستقراره من جهة، وكصناعة تنافسية من جهة أخرى نظرا لتعدد مجالات تسويقها وضمان عوائدها، الأمر الذي يوضح هيمنة مؤسسات عالمية عليها نتيجة إمتلاكها قدرات عالية في مجال البحث والتطوير، الذي كان السبب الأول في سيطرتها على الأسواق مع إمكانية إحتكارها تماما في ما يخص بعض الأصناف العلاجية.

وقد قامت أغلب الدول بالتدخل في هذه الصناعة من خلال تطوير سياساتها الصناعية، بسن عدة قوانين وإجراءات لحماية قطاعاتها الصناعية من جهة، وتنظيم هياكلها من جهة أخرى، باعتبار أن الهيكل الصناعي هو المعبر عن المنافسة وحدتها داخل أي صناعة، كما أنه يمكن التحكم به من خلال محدداته لمعرفة مدى قوة الصناعة ونسبة تركز المؤسسات بها، بالإضافة لسهولة دخولها وخروجها من هذه الصناعة.

والجزائر كغيرها من الدول إهتمت بتطوير مجالها الصناعي، حيث قامت بعدة سياسات وإجراءات في إطار السياسات الصناعية، من أجل تنظيم وتحسين الهيكل الصناعي لكل القطاعات، ويعد قطاع الأدوية من القطاعات الإستراتيجية، حيث سعت الدولة من خلال سياساتها المنتهجة لتحقق أمنها الدوائي والخروج من التبعية الدولية، خاصة وأن الجزائر بعد توجهها إلى نظام السوق المفتوحة مطلع سنة 1990، مع عدم ارتكازها على صناعة فعالة في هذا المجال، وتكاد تكون المؤسسات القائمة على هذه الصناعة منعدمة في وقت إنتشرت فيه أغلب الأمراض والنمو السكاني السريع من جهة،

وإهتمامها بالجانب الصحي من جهة أخرى، الأمر الذي أوجب عليها إنشاء بنية صناعية متنوعة من المؤسسات المتخصصة في صناعة الأدوية، سواء من حيث الإنتاج أو البحث والتطوير.

وعلى ضوء ما سبق جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

- **ما مدى تأثير السياسات الصناعية على هيكل صناعة الأدوية في الجزائر؟**

أولا: الأسئلة الفرعية

وتبرز ضمن الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

- هل تتحكم الجزائر في نسبة تركز المؤسسات داخل الهيكل؟
- كيف تؤثر السياسات الصناعية الجزائرية على عوائق الدخول للصناعة الدوائية؟
- هل للمنتج المحلي ميزة على المنتج الأجنبي في الصناعة الدوائية الجزائرية؟
- هل حققت الجزائر الأهداف المنتظرة من وراء إعادة تنظيم هيكل سوق صناعة الدواء في الجزائر؟

ثانيا: الفرضيات

إن معالجة هذا الموضوع تقتضي صياغة مجموعة من الفرضيات:

الفرضية الرئيسية: التحكم في الصناعة الدوائية من خلال التأثير في محددات هيكلها، بواسطة أدوات السياسة الصناعية المنتهجة، ساهم في تطويرها.

وتحت هذه الفرضية تندرج مجموعة من الفرضيات الفرعية هي:

الفرضية الأولى: أثرت الجزائر على نسبة التركز الصناعي من خلال زيادة منح التراخيص الصناعية والامتيازات الاستثمارية.

الفرضية الثانية: تتحكم الجزائر في عوائق الدخول لهيكل الصناعة الدوائية، إنطلاقا من جملة القوانين والتشريعات المنتهجة.

الفرضية الثالثة: أعطت الجزائر الأولوية للمنتج المحلي على الأجنبي من خلال سياسة مشترياتها المعتمدة، والتحفيزات المقدمة.

الفرضية الرابعة: إهتمام الجزائر بتحقيق نسب تغطية محلية مكنها من اتخاذ سياسات صناعية أثرت بها على صناعتها الدوائية.

ثالثا: أهمية الموضوع

إكتست السياسات الصناعية في الآونة الأخيرة إهتماما لدى العديد من الدول، لما لها من تأثير على القطاعات الاقتصادية خاصة قطاع صناعة الأدوية، وعليه سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من **الأهداف** والمتمثلة في:

- تحسيس الجهات الوصية بأهمية السياسات الصناعية، ودورها في إعطاء دفع كبير لنمو المؤسسة على الصعيد المحلي والعالمي خاصة بعد التحولات والتطورات الأخيرة؛
- التعرف على واقع الصناعة الدوائية العالمية عامة، والجزائرية خاصة، ومدى تطور هذه الصناعة في الجزائر من خلال النتائج المحققة؛
- معرفة مدى تأثير السياسات الصناعية الجزائرية على الصناعة الدوائية؛
- تزويد المكتبات العربية عامة والجزائرية خاصة بمرجع جديد في مجال الاقتصاد الصناعي، والذي يفيد الطلبة للقيام بمختلف بحوثهم وأعمالهم الدراسية والأساتذة والباحثين في هذا المجال لتوسيع معارفهم لاسيما أن مجال الاقتصاد الصناعي جديد في البحث العلمي على المستوى الوطني.

رابعا: مبررات اختيار الموضوع

إن إختيار هذا الموضوع كان وراءه جملة من المبررات والدوافع، أهمها:

- محاولة التطرق لمعظم السياسات الصناعية التي قامت بها الجزائر في القطاع الدوائي؛
- تسليط الضوء على دراسة هيكل الصناعة في أحد أهم القطاعات الفعـــالة في بلادنا؛
- التعرف على النتائج المحققة في الصناعة الدوائية الجزائرية بإعتبارها صناعة تحضى بالاهتمام من طرف السلطات المعنية؛
- يعتبر الموضوع أحد أهم مواضيع الساعة والذي طرح نفسه بإلحاح في الآونة الأخيرة على مستوى الحكومة وبالأخص وزارة الصناعة ووزارة الصحة والسكان، نظرا لضرورة تحسين الرعاية الصحية من خلال توفير الكوادر البشرية والمنتجات الدوائية.

خامسا: المنهجية المتبعة

إن هذه الدراسة أوجبت الاعتماد على المنهج الوصفي لكشف كل ما يتعلق بجوانب السياسة الصناعية وهيكل الصناعة ومعرفة محدداته وأشكاله، والمنهـــج التحليلي من خلال تحليـــل مختلف الإحصائيات والتطورات التي تم معالجتها في الجداول والأشكـــال البيانية.

سادسا: حدود الدراسة

تتمثل حدود هذه الدراسة من الجانبين النظري والتطبيقي فيما يلي:

- الحدود المكانية: وهذا مرتبط بالدراسة الميدانية والخاصة بصناعة الأدوية في الجزائر، حيث تحتوي هذه الصناعة على عدد من المؤسسات التي تتنافس في ما بينها للسيطرة على أكبر حصة سوقية؛
- الحدود الزمانية: تم الإعتماد في هذه الدراسة على الفترة مابين 2000 و2015.

سابعـــا: صعوبات الدراسة

تتمثل أهم صعوبات الدراسة في:

- وجود تناقض في الإحصائيات لأنه لا توجد سلطة واحدة معنية بتجميع كل المعلومات فمثلا لدينا المركز الوطني للإحصاء والمديرية العامة للجمارك ووزارة الصحة..إلخ، كلها تصرح بمعلومات وتكون مختلفة فيما بينها، وإذا تم الاعتماد على واحدة فقط فإننا لا نجد كل الإحصائيات متوفرة مما يحتم علينا البحث في جميعها، بالإضافة للبحوث السابقة؛
- صعوبة الحصول على المعلومات والإحصائيات من الجهات الرسمية الجزائرية المعنية بالدراسة، وذلك بحجة السرية؛

ثامنا: الدراسات السابقة

من خلال إطلاعنا على مختلف المواضيع التي لها علاقة بموضوع البحث، تأكد لنا قلة الدراسات الجامعية التي عالجت موضوع السياسات الصناعية وتأثيرها على الهيكل الصناعي خاصة صناعة الأدوية في الجزائر، وذلك في علم حدود الباحث، إلا أن هناك بعض الدراسات الجامعية التي قامت بدراسة السياسات الصناعية من جهة، ودراسات أخرى عالجت الصناعات الدوائية في الجزائر من جهة أخرى، لذا تم القيام بعرض الدراسات السابقة ضمن محورين هما:

المحور أول: بعض الدراسات التي عالجت السياسات الصناعية هي:

1- وليد أحمد صالح العطاس، **دور السياسات الصناعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، حالة مصنع المكلأ لتعليب الأسماك الجمهورية اليمنية خلال الفترة 2008/2004**، رسالة ماجستير لسنة 2009، بكلية العلوم الاقتصادية جامعة محمد خيضر بسكرة.

قام الباحث بتقسيم الدراسة إلى ثلاث أجزاء، تطرق في الجزء الأول للسياسات الاقتصادية بصفة عامة والسياسات الصناعية بصفة خاصة، وتناول في الجزء الثاني للأداء ومؤشرات قياسه على مستوى المؤسسة الاقتصادية وكيفية تحسين هذا الأداء، أما في ما يخص الجزء الثالث فقام الباحث بمعالجة كيفية تحسين الأداء من خلال السياسات الصناعية مستشهدا بذلك مجموعة من الإحصائيات حول مصنع المكلأ لتعليب الأسماك في الجمهورية اليمنية، وتوصل إلى أن السياسات الصناعية تساهم في زيادة تحسين الأداء من خلال تدخل الدول بأدواتها المساعدة للحماية والدعم.

2- صيفي وليد، **السياسات الصناعية، حالة قطاع التامين في الجزائر للفترة الممتدة من 1995 /2008**، رسالة ماجستير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، سنة 2010.

قام الباحث بالوقوف على معظم السياسات الصناعية التي قامت بها الدولة الجزائرية في هذا القطاع وكذلك السياسات الممارسة، مع إعطاء لمحة حول نشاط القطاع، وتوصل إلى أن الجزائر سعت لتطوير القطاع عن طريق منح العديد من الإمتيازات لتسهيل عملية الاستثمار هذا من جهة، والاحتفاظ بالمؤسسات العمومية الرائدة فيه وعدم خوصصتها بالإضافة وتدعيمها من جهة أخرى.

3- مياح نذير، **السياسات الصناعية في قطاع المحروقات في الجزائر للفترة 2008/1989**، رسالة ماجستير لسنة 2010 في كلية العلوم الاقتصادية جامعة محمد خيضر بسكرة .

قام الباحث بدراسة مجموع السياسات الصناعية المنتهجة في قطاع المحروقات الجزائري، أعطى لمحة حول الأدوات والوسائل المستعملة لتنفيذ السياسة المعنية في القطاع، بالإضافة لمجموع القوانين والتشريعات المنتهجة من طرف الدولة الجزائرية، وتوصل الباحث إلى أن الدولة أعطت الأولوية لذا القطاع من خلال فتح مجال التنقيب والاستثمار للمؤسسات العالمية الرائدة في المجال من جهة، وسعيها لزيادة الإنتاج وتحقيق عوائد لبعث التنمية أكبر من جهة أخرى.

المحور الثاني: بعض الدراسات التي تناولت الصناعة الدوائية في الجزائر هي:

1- قاسمي السعيد، **التفاعل بين الرسالة والبيئة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية** "، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس – سطيف- ، 2011-2012.

تناولت هذه الأطروحة التفاعل بين الرسالة والبيئة في المنشأة الاقتصادية الجزائرية (حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية)،هادفا إلى إظهار درجة تأثير كل عنصر من عناصر البيئة الداخلية منها والخارجية، ومسلطا الضوء على صناعة الأدوية في الجزائر التي تتميز بيئتها بالديناميكية، والمنافسة القوية، خاصة وأن حواجز دخولها كبيرة نتيجة اعتمادها على رأسمال مكثف، ومهارات عالية تتطلب

بحثا وتطويرا كبيرين وتم التوصل من خلال الأطروحة على المستوى التطبيقي إلى الاهتمام من قبل المؤسسات محل الدراسة بالتفاعل النسبي بين الرسالة والبيئة، وأن تعمل على دواء جنيس لا يحتاج إلى بحث وتطوير هذا على مستوى القطاع الخاص أو مكرسا لسياسة الحكومة على مستوى القطاع العام.

2- مريم قلال، **كيفية ترويج الأدوية في الجزائر دراسة حالة" مجمع صيدال"**، مذكرة ماجستير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2013-2014.

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان كيفية ترويج الأدوية، ذلك لأن المنتجات الدوائية تتطلب الترويج كغيرها من المنتجات، لكن ترويج المنتجات العادية يكون موجه نحو المستهلك مباشرة بينما ترويج الأدوية يكون موجه نحو الفئة صاحبة القرار وصف الدواء مثل الأطباء والصيادلة.

وتوصلت الباحثة إلى أن سوق الأدوية في الجزائر يحتوي على عدة مؤسسات دوائية، و لقد قامت إجراء دراسة على المجمع الصناعي صيدال، التي حاولت من خلاله تبيان كيفية ترويج الأدوية طريقة إيصال المعلومات الخاصة بالأدوية إلى الفئة المحددة و المستهدفة من أطباء وصيادلة...الخ.

من خلال هذه الدراسات لاحضنا أنه تم تناول السياسات الصناعية وهيكل الصناعة في العديد من الدراسات لكن منفصلين عن بعضهما البعض كل متغير على حدا دون الربط بينهما، ونسعى من خلال هذه الدراسة لربط المتغيرين مع بعضهم البعض في صفة تابع ومستقل، لتوضيح كيف أثر الجزائر على صناعتها الدوائية إنطلاقا من السياسات الصناعية المنتهجة، أي نقوم أولا بدراسة أدوات السياسة الصناعية والمتمثلة في الترخص الصناعية وسعر الصرف ...الخ، ثم دراسة محددات الهيكل المتمثلة في التركز الصناعي وعوائق الدخول والخروج بالإضافة لتمييز المنتجات، ثم معرفية هل أثرت فعلا السلطات الجزائرية على الصناعة الدوائية وكيف تم ذلك.

تاسعا: هيكـــل البحث

من أجل الإجابة على فرضيات البحث والإلمام أكثر بجوانب الموضوع تم تقسيم الدراسة من الناحية التنظيمية إلى أربع فصول:

- الفصل الأول تحت عنوان" **مدخل للسياسات الصناعية** "، تم التطرق في هذا الفصل إلى السياسات الاقتصادية خاصة الظرفية والهيكلية، لمعرفة أي نوع من السياسات تندرج ضمنه السياسات الصناعية من ثم تم تحديد ماهيتها وأنواعها، وكذلك أدوات هذه السياسات الصناعية بالإضافة لمبررات تدخل الدولة في الصناعة، وإستراتيجية تنفيذها؛

- الفصل الثاني جاء تحت عنوان" **تحليل هيكل الصناعة** "، من خلاله تم القيام بدراسة مجموعة من المفاهيم العامة حول الصناعة وأنواعها، ثم قدم عرض عام حول هيكل الصناعة وتوضيح مدى كفاءته وكيفية قياس محدداته، بالإضافة إلى معرفة أشكاله؛

- الفصل الثالث تحت عنوان" **أثر السياسة الصناعية على تنافسية هيكل الصناعة** " حيث تم القيام أولا بتحليل البيئة التنافسية الصناعية ومعرف العوامل المؤثرة عليها على المستوى الجزئي والكلي، كما تم التعرف على نوعية العلاقة بين السياسات الصناعية وهيكل الصناعة، وختمنا الفصل بدراسة حالة صناعة الأدوية في الهند والصين وبعض الدول العربية، مع إعطاء إحصائيات ونتائج لسياسات صناعية منتهجة مسبقا.

- وأخيرا جاء الفصل الربع تحت عنوان " **هيكل صناعة الأدوية بالجزائري في ظل السياسات الصناعية**" تم التطرق إلى مفهوم الدواء والصناعة الدوائية ثم التطرق لنسب وإحصائيات عالمية، بعد ذلك تم القيام بدراسة الصناعة الدوائية محليا في الجزائر من خلال معرفة قيمة الإنتاج وعدد المؤسسات التي تنشط في القطاع، ونسبة التغطية والنتائج المحققة لغاية اليوم وأخيرا أعطينا تقييما لمدى تأثير السياسات الصناعية الجزائرية على هيكل صناعة الأدوية.

الفصل الأول

مدخل للسياسات الصناعية

تمهيد

يحضى القطاع الصناعي بإهتمام جميع دول العالم وبكيفية نموه وتطوره، وذلك لنهوض بباقي القطاعات الأخرى، لكن تحقيق معدلات نمو موجبة يتطلب توفير المناخ الملائم ضمن بيئة تتوفر على جميع العوامل المساعدة على ذلك، وتوفير هذا المناخ الملائم يفرض على جميع الدول اتخاذ سياسة اقتصادية، لاستخدام أدواتها وإجراءاتها المتنوعة سواء ظرفية أو هيكلية مترابطة مع بعضها البعض والمساعدة على تحقيق هذا النمو، حيث أن السياسات الأفقية لها أهمية بالغة في توفير السيولة النقدية والوسائل المالية للمؤسسات الصناعية، فهذا الهدف ليس في الإمكان الوصول إليه تلقائيا دون اللجوء إلى أهم هذه السياسات، المتمثلة في السياستان المالية والنقدية.

كما أن السياسات الهيكلية كذلك تهدف إلى إحداث تغييرات في الهياكل الاقتصادية كتغيير هياكل المؤسسات من حيث أحجامها ومهامها وأنشطتها، والسياسات الصناعية تعتبر الوسيلة الفعالة التي تعتمد عيها الدولة أثناء عملية دعم وتنمية القطاعات الاقتصادية عامة والصناعية خاصة، بإعتبار أنها تحوي العديد من الأدوات المساعدة على ذلك.

وللإلمام أكثـــر بمختلف الجوانب المتعلقة بموضوع السياسات الصناعية تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث أساسية هي:

المبحث الأول : مفاهيم حول السياسات الاقتصادية؛

المبحث الثاني: ماهية السياسات الصناعية؛

المبحث الثالث: أدوات السياسة الصناعية، إستراتيجيات ومبررات تنفيذها.

المبحث الأول: مفاهيم حول السياسات الاقتصادية

مضى وقت طويل قبل أن ينظر الاقتصاديون إلى السياسة الاقتصادية كوحدة متكاملة، واقتصرت كتاباتهم على مناقشة موضوعات جزئية منفصلة كالسياسة النقدية، سياسة الأجور، التشغيل... الخ، دون الإهتمام والإحاطة بالعلاقات المتبادلة والمتداخلة فيما بينها، غير أن كل هذه السياسات يجب أن تدرس ضمن وحدة متكاملة تلتزم بالعمل على تحقيق المصلحة العامة كهدف إجمالي أمام تزايد التشابك والتداخل بين مختلف مجالات النشاط الاقتصادي.

المطلب الأول: مفهوم السياسات الاقتصادية

ولقد كثر الحديث عن السياسة الاقتصادية التي هي عبارة عن مجموعة القرارات المتخذة عن طريق السلطات العمومية بهدف توجيه النشاط الاقتصادي في الإتجاه المرغوب فيه، كما أنها أداة أساسية عندما تقرر الدولة حل مشاكلها الاقتصادية وتنظيم إقتصادها.

لكن التنظيم الفكري الاقتصادي وبالأخص الفكر الكلاسيكي، والكنزي يعالجان السياسات الاقتصادية بدلالة ثلاثية المقتصد الأمريكي R.A.Musgrave 1959 ويطور ثلاث مجموعات نظرية متباينة نسبيا[1]:

- سياسة التنظيم؛
- سياسة إعادة توزيع المداخيل؛
- السياسة التوازنية.

وقد اعتبرها الباحث (Sebbagh Djmel Eddine) على أنها مجموعة التدخلات من طرف القوة العمومية من أجل توجيه ومراقبة الأسواق المحلية تحت سيادتها.

بالإضافة إلى العديد من الباحثين الذين أعطوها المفاهيم التالية:

عرفت إسلاميا بأنها السعي بوسائل اقتصادية مباحة لتحقيق واقع أقرب إلى أهداف المجتمع، هذا التعريف لا يكتفي بالجانب الاقتصادي فقط (السعي) ولا حتى بمجرد الوصول للغاية الاجتماعية والهدف النهائي من السياسة الاقتصادية (الرفاهية الاجتماعية)، بل يقيد ذلك بالجانب الشرعي الذي لا

1- Sebbagh Djamel eddine, ere de la 'Politique economique a l mondialisation: la fin de l'interventionnisme étatique ,Colloque sur l évaluation des politiques économiques, Tlemcen 29 et 30/11/2004, p 3.

يسمح باستخدام وسائل غير شرعية وغير مباحة في السياسة الاقتصادية[1]، كما أنها عبارة عن مجموعة من الإستراتيجيات التي تقررها الحكومة لتحقيق أهدافها الاقتصادية[2].

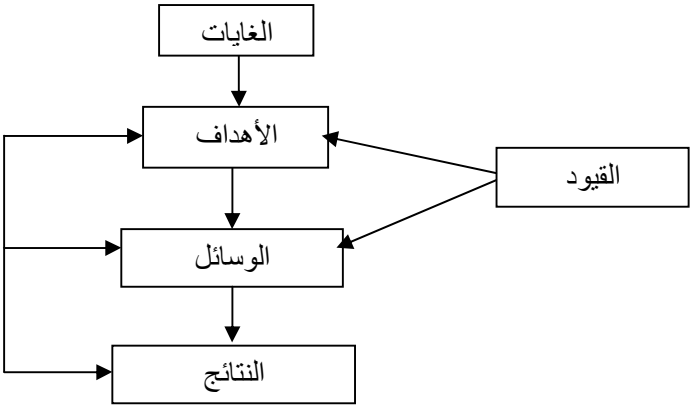
وعرفها (Eliane Mossé) على أنها تصرف عام للسلطات العمومية والهادف الذي يتم القيام به في المجال الاقتصادي، أي يتعلق بالإنتاج، التبادل، إستهلاك السلع و الخدمات وتكوين رأس المال.

ويبين هذا المفهوم أن السياسة الاقتصادية تدخل في الإطار التدخلي على عكس مبدأ آدم سميث الذي يعتمد على الطبيعة من خلال مبدئه **(دعه يعمل، دعه يمر)**.

وما يمكن إستنتاجه مما سبق من المفاهيم أن [3]:

- إن تدخل الدولة بمجموعة من الإجراءات، من أجل لتحقيق أهداف اقتصادية محددة، ذلك ضمن السياسات الاقتصادية ما يعني أن السياسات الاقتصادية تقتضي تدخل الدولة؛
- إن السياسة الاقتصادية تهدف في الأجل الطويل للوصول إلى عدد من الغايات والأهداف فالأهداف تعتبر كمرحلة توصل إلى الغايات، بينما الوسائل تمثل الأدوات والأساليب التي بواسطتها يمكن الوصول إلى تحقيق الأهداف ويمكن توضيح ذلك في المخطط التالي:

الشكل رقم(01): عناصر السياسات الاقتصادية



المصدر: عبد الرحمان بن شيخ، إتجاهات تقييم إستقرار النضام المالي في الإطار العولمي الجديد – دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008-2009،ص 31، بالاعتماد على: عبد الله بلوناس، الإقتصاد الجزائري، الإنتقال من الخطة إلى السوق ومدى إنجاز أهداف السياسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005 ، ص 203.

1- جمال سالمي، **السياسة الاقتصادية الملائمة لإدماج الجزائر في إقتصاد المعرفة**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004، ص 2.

2- عبد اللطيف بلغرسة، **إقتصاد العولمة وفعالية السياسة الاقتصادية بين تسبيب النتائج وتأثير العوامل**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004، ص 3.

3- عبد الرحمان بن شيخ، **إتجاهات تقييم إستقرار النضام المالي في الاصار العولمي الجديد – دراسة حالة الجزائر-**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر ، السنة الجامعية 2008-2009، ص 31.

والسياسات الاقتصادية لأي بلد تنبثق من الأفكار الكلية التي يتبناها المجتمع وترسم حسب الواقع المعاش، وتتغير حسب تغيرات هذا الواقع، ولهذا فإن إدراك واقع البلدان شيء كفيل بضمان إتمام الرسم الصحيح للسياسات الاقتصادية، وإذا ما تمت عكس ذلك فإنها تكون غير ثابتة.

المطلب الثاني: مضمون السياسة الاقتصادية

السياسة الاقتصادية هي أحد مكونات السياسة العامة للدولة والتي تعمل أجزاؤها على التكامل بغية الوصول إلى أهداف معينة تسعى لتحقيقها تدرجيا، منها[1]:

- الأهداف الاقتصادية: هي التشغيل، إستقرار الأسعار، إعادة توزيع المداخيل على المدى المتوسط؛
- الأهداف الاجتماعية: متمثلة في التعليم، الصحة،....الخ؛
- شبه الأهداف: توازن ميزانية الأجور، إرتفاع الفوائد....الخ.

لكن هذه الأهداف لا تتحقق إلا بعد تنظيم وتخطيط مسبق متمثل في ما يلي[2]:

أولا: تحديد الأهداف

تسعى السلطات إلى تحقيق جملة من الأهداف المسطرة مسبقا، إلا أن العادة جرت أن يكون للسياسة الاقتصادية أهداف، مثل النمو الاقتصادي، التشغيل الكامل، توازن ميزان المدفوعات، تقليص الفوارق تنمية القطاعات الإستراتيجية، إستقرار الأسعار...الخ.

ثانيا: وضع تدرج بين الأهداف

ذلك أن بعض الأهداف تكون غير منسجمة، فخفض معدل الربح يمكن أن يساعد في التقليل من الفوارق، ولكنه يمكن أن يؤدي إلى إحداث أزمة في نظام يكون فيه الربح هو أساس الاستثمار، بما يؤدي إلى عرقلة نمو المداخيل والتشغيل.

ثالثا: إختيار الوسائل

يتوجب مراعاة الوسائل التي لابد من وضعها قيد التنفيذ لتحقيق أفضل وضعية بدلالة الغايات المجسدة في الأهداف، وترتبط الوسيلة في العادة بالهدف المراد تحقيقه.

1- Kouider BOUTALEB, La Problématique de l'efficacité des politiques économiques dans les P.V.D: le cas de l'Algérie, Colloque sur l évaluation des politiques économiques, Tlemcen 29 et 30/11/2004, p 1.

2- عبد المجيد قدي، **مدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية- دراسة تحليلية تقييميه-**، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 24.

مما سبق يمكن القول أن السياسات الاقتصادية في مضمونها ما هي إلا تحديد وترتيب الأولويات وإختيار الوسائل المناسبة للوصول إلى الأهداف المسطرة.

إلا أنه يتوجب توفر بعض الوسائل الضرورية والتي لابد من وضعها قيد التنفيذ لتحقيق أفضل وضعية بدلالة الغايات المجسدة في الأهداف وتتكون هذه الوسائل على العموم من فروع السياسة الاقتصادية المتمثلة في أنواعها والتي تحمل في طياتها أدوات هذه السياسة[1].

المطلب الثالث: أنواع السياسات الاقتصادية

إن الدور الذي تلعبه السياسات الاقتصادية على المستوى الكلي والجزئي، في تنمية الإقتصاد ودعم القطاعات الاقتصادية بمختلف أنواعها، خاصة وأنها أهم سياسة تستطيع من خلالها الدولة مراعاة كل متطلباتها سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية، لذا نجد لهذه السياسات أدوات تتحكم من خلالها بالإقتصاد ككل، وتندرج هذه الأدوات تحت صنفين أساسيين، محققتا بذلك أهداف مسطرة مسبقا.

أولا: أنواع السياسات الاقتصادية

تنقسم إلى صنفين حسب المدى الزمني والآثار المتوقعة وعليه نميز بين[2]:

- السياسات الظرفية والتي تتعلق بالسياسة النقدية والمالية؛
- السياسات الهيكلية تتمثل في السياسة الصناعية والاجتماعية.

1) السياسات الظرفية

تهدف هذه السياسات إلى إسترجاع التوازنات الاقتصادية والمالية القصيرة الأجل (كتوازن سوق العمل، توازن سوق السلع والخدمات، التوازن الخارجي..) [3]، ولهذه السياسة نوعين أساسيين، هما السياسة النقدية والسياسة المالية.

أ- **السياسة النقدية:** تبحث السياسة النقدية فيما يجب أن يتخذ من إجراءات وتدابير، بغرض حل المشكلة القائمة بكل ظروفها[1] وبوجه التحديد " تهتم بتوفير السيولة اللازمة للسير الحسن للإقتصاد ونموه، مع المحافظة على استقرار النقد (أو العملة)"[2].

1- حنان بن عاتق، صاري زهيرة، **تأثير خطر معدل الفائدة على السياسة الاقتصادية**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004. ص 1.

2- ليلى خواني، **السياسات الاقتصادية الهيكلية – حالة الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر-**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29-30 نوفمبر 2004، ص 1.

3- نذير مياح، **السياسات الصناعية في قطاع المحروقات في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 2010/2009، ص 5.

وعرفت بأنها: " ذلك التدخل المباشر المعتمد من طرف السلطة النقدية بهدف التـــأثير على الفعاليات الاقتصادية، عن طريق تغيير عرض النقود وتوجيه الائتمان باستخدام وسائل الرقابة على النشاط الإئتماني للبنوك التجارية"[3].

كما تعرف على أنها "مجموعة الوسائل التي تطبقها السلطات المهيمنة على شئون النقد والائتمان (البنك المركزي) وذلك بإحداث التأثيرات على كمية النقود وكمية وسائل الدفع"[4].

إذا هي الإستراتيجية المثلى أو دليل الذي تنتهجه السلطات النقدية في بلد ما من أجل المشاركة الفعالة في توجيه مسار الوحدات الاقتصادية القومية نحو تحقيق النمو الذاتي المتوازن عن طريق زيادة الناتج القومي بالقدر المناسب الذي يضمن للدولة الوصول إلى حالة من الاستقرار النسبي للأسعار المحلية) أسعار السلع و الخدمات، أسعار الفوائد و أسعار صرف العملة الوطنية (و ذلك طبعا في إطار توفير السيولة المناسبة للاقتصاد حتى يتم تفادي الضغط على الأرصدة النقدية للدولة، و يتعلق الأمر هنا بمجموعة من القوانين و التنظيمات و الإجراءات[5].

ومن خلال التعاريف السابقة فإن أي تعريف شامل وكاف للسياسية النقدية لابد أن يضم مجموعة من العناصر الهامة وهي[6]:

1- الإجراءات والأعمال التي تقوم بها السلطات النقدية؛

2- تستعمل الإجراءات للتأثير على المتغيرات النقدية و سلوك الأعوان المصرفية وغير المصرفية؛

3- تهدف السياسة النقدية إلى تحقيق أهداف تحددها السلطات النقدية.

تحتاج السلطة النقدية في إدارة سياستها إلى معرفة كيفية تشغيل الاقتصاد الذي تعمل فيه، وعن حالتها الممكنة في كل فترة، كما تحتاج إلى معرفة سلوك الوحدات المؤسسية التي تأثر في كامل النشاط الاقتصادي.

1- فوزي عطوي، **الإقتصاد السياسي، النقود والبنوك والنظم النقدية**، دار الفكر العربية، مصر، 1989، ص 281.

2- Garnier (Olivier)et Capul (Jean yres), Dictionnaire d'économie et des sciences socials,éd'haitier, paris, 1994, p 31.

3- فوزية القيسي، **النظرية النقدية**، دار التضامن، بغداد، 1964، ص 258.

4- حسين عبد المطلب الأسرج، **تحليل أداء السياسة النقدية في مصر خلال الفترة (2004/1997)**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد5، جانفي 2008، ص131.

5- إكـــــن لونيس، السياسة النقدية ودورها في ضبط العرض النقدي في الجزائر: خلال الفترة (2009/2000)، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر -3-، 2010-2011، ص10.

6- صالح مفتاح، **السياسة النقدية والمعلومات اللازمة لوضعها وعلاقتها بالسياسات الأخرى**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004. ص 3.

إن الجانب النقدي له أهمية وأثر كبير في السياسة الاقتصادية داخل النشاط الاقتصادي، ولهذا فإنه قبل الشروع في أي سياسة اقتصادية يجب التفكير والتأكد من قدرات السلطات النقدية أو المؤسسات المصرفية والنقدية للبلد ومدى مواكبتها للنظام الاقتصادي المزعوم إنتهاجه من قبل الدولة مع مراعاة أسعار الصرف، لأن نظام سعر الصرف المتغير يتحدد من خلال القوة الشرائية لكمية النقود إضافة إلى عوامل أخرى منها العرض والطلب ومعدلات الفوائد، والتضخم والتطور الاقتصادي والقوة الاقتصادية[1].

تهدف السياسة النقدية إلى التأثير في عروض النقود لإيجاد التوسع أو الإنكماش في حجم القوة الشرائية للمجتمع، والهدف من زيادة القوة الشرائية هو تنشيط الطلب والإستثمار وزيادة الإنتاج وتخفيض البطالة، وبالعكس يؤدي تخفيض القوة الشرائية إلى الحد من التوسع في الإنتاج، وأهم أدواتها تتمثل في[2]:

- رفع أسعار الفائدة؛
- تحديد السقوف الإئتمانية الخاصة بالائتمان المحلي؛
- التحكم في الإصدار النقدي وترشيده.

ب- السياسة المالية: إشتق مصطلح السياسة المالية أساسًا من الكلمة الفرنسية "Fisc" وتعني حافظة النقود أو الخزانة[3].

ويزخر الفكر المالي بتعريفات مختلفة لمفهوم السياسة المالية نسوق بعضها على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر.

ويعرفها البعض بأنها "سياسة إستخدام أدوات المالية العامة من برامج الإنفاق والإيرادات العامة لتحريك متغيرات الإقتصاد الكلي مثل الناتج القومي، العمالة، الادخار، الاستثمار، وذلك من أجل تحقيق الآثار المرغوبة وتجنب الآثار غير المرغوبة فيها على كل من الدخل والناتج القوميين ومستوى العمالة وغيرها من المتغيرات الاقتصادية" [4].

1- الجمعية العلمية، **نادي الدراسات الاقتصادية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ملحقة الخروبة، ص 4.

2- كربالي بغداد، **نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة، جانفي 2005، ص 9.

3- مسعود دراوسي، **السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي - حالة الجزائر1990-2004 -**، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 47.

4- محمود حسين الوادي، زآرياء أحمد عزام، **المالية العامة والنظام المالي في الإسلام**، دار الميسرة ، عمان،2000، ص 182.

وبالتالي فإن استخدام تغيرات رصيد الميزانية وتغير معدلات الإقتطاعات الإجبارية والتحويلات المالية العامة، لذا يمكن القول أن السياسة المالية عبارة عن أداة رئيسية في يد السلطات العامة للوصول إلى أهدافها عن طريق الميزانية[1]، ومنه كان الهدف الرئيسي حسب النظرية الكلاسيكية يتمثل في ضمان التوازن بين الإيرادات والنفقات للمحافظة على الأمن والدفاع، وبعد الأزمة الاقتصادية التي مر بها الإقتصاد العالمي آنذاك، وبروز النظام الاشتراكي أصبحت السياسة المالية تؤدي دورا أكثر مما كانت عليه وتهدف إلى الحد من عجز الميزانية العامة للدولة، وذلك عن طريق عدة أدوات منها[2]:

1- تحسين النظام الضريبي وذلك بالتنوع في الضرائب المباشرة وخاصة الضرائب على المشتريات سواء للحد من الطلب أو زيادته؛

2- رفع أسعار المنتجات والخدمات وإزالة الدعم عن أسعار السلع؛

3- رفع الحواجز الجمركية على المنتجات(الوطنية والأجنبية) بغية رفع من القدرات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية.

تعتبر عملية التمويل عنصر أساسي في تمرير السياسة الاقتصادية، وعلى هذا الأساس يجب توفر أدواته والمتمثلة في التمويل الذاتي، تمويل طويل الأجل، الإقراض، تسهيل الإيداع ...الخ، هذه العناصر أساسها البنوك المحلية للبلد المعني، ومدى قدرتها على توفير الأموال لإدارة المشاريع، ويساهم في ذلك أيضا إلى جانب البنوك المحلية البنوك الخارجية في ظل نظام الشراكة. حيث تساهم هذه البنوك أو المؤسسات المصرفية بإعطاء قروض لأجل أو قروض في شكل مساهمات في رأس المال.

2) السياسات الهيكلية

تهدف السياسات الاقتصادية الهيكلية إلى إحداث تغييرات في هياكل المجتمع كتغيير هياكل المؤسسات الاقتصادية من حيث أحجامها ومهامها وأنشطتها.

وتجعل الهياكل الاجتماعية والاقتصادية تنمو تدريجيا حتى يسمح بتحسين الفعالية والأداء الدائم للجهاز الإنتاجي وهذا ما يؤدي إلى رفع الأداء الاقتصادي الكلي[3].

1- Claude Jessua, Christian Labrousse, Daniel Vitry :“ Dictionnaire des sciences économiques”, P.U.F, Paris, 2001, p p: 77 -78.

2- كربالي بغداد، مرجع سابق، ص 9.

3- ليلى خواني، مرجع سابق، ص 2.

من أهم أنواعها السياسات الصناعية حيث "يمكن للحكومة أن تقوم بدورا هام من خلال التشريعات التي تضعها أو تسنها مثل قانون الصناعة وقانون تشجيع الإستثمار وقانون مؤسسة المدن الصناعية وقانون تسجيل الشركات الأجنبية وقانون ضريبة الدخل وغيرها من التشريعات.

يعتبر سن مثل هذه التشريعات وسيلة أساسية لتشجيع الإستثمار مع ضرورة أن تكون هذه القوانين والتشريعات ذات شفافية عالية بحيث تقضي على البيروقراطية والروتين والمعوقات الإدارية والقانونية التي تقف عائقا أمام الإستثمارات وأمام تعزيز المقدرة التنافسية"[1].

وتركز السياسة الصناعية على محاور تقديم الدعم الفني، المالي، البحث، التطوير، الإبداع وتنمية الصادرات وتشجيع الإستثمار، البيئة، المواصفات والمقاييس، السياسات والتشريعات والإجراءات الحكومية[2].

ومع ذلك فقد يقع تداخل بينهما إذ يمكن للسياسات قصيرة الأجل التي تستمر طويلا وتؤدي إلى تغيير في بنية الإقتصاد، وعموماً يمكن تلخيص أهم الفروقات بين هذين النوعين من السياسة الاقتصادية في الجدول التالي[3] :

جدول رقم (01): مقارنة بين السياسات الظرفية والسياسات الهيكلية

	السياسات الهيكلية	السياسات الظرفية
المدة	الأجل الطويل	الأجل القصير
الهدف	تكييف الهياكل	إسترجاع التوازنات
الآثار	نوعية	كمية

source: Jacques Muller et autres, économie – Manuel et application –, 3ème edition, Paris, DNOD, 2002, p 188.

ثانيا: أهداف السياسة الاقتصادية

تهدف النظرية الاقتصادية الكلية إلى تفسير المشاكل التي يواجهها الإقتصاد ومحاولة إيجاد الحلول للقضاء عليها، ولايتم ذلك إلى بوضع سياسة اقتصادية ناجعة، هذه الأخيرة ليست ممكنة إلا إذا تم وضع أهداف محددة لها، ويمكن تحديد أهم أهداف السياسة الاقتصادية التي تسعى لتحقيقها في ما يلي[1]:

1- عبد الحكيم عبد الله النسور،**الأداء التنافسي لشركات الأدوية الأردنية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة تشرين، سوريا، 2009، ص 136.

2- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، **السياسة الصناعية الوطنية برنامج دعم الصناعة** "2011/2009"، 2008/12/02، ص 3.

3- نذير مياح، مرجع سابق ، ص ص 5- 6.

1) النمو الاقتصادي

يعتبر النمو الاقتصادي من أهم أهداف السياسة الاقتصادية، وهو لا يتحقق إلا إذا كان للبلد قدرة متزايدة على إنتاج السلع والخدمات، وكان معدل النمو أكبر من معدل نمو السكان كلما زاد المستوى المعيشي للأفراد، وبالتالي فإن حساب معدل النمو يتم إنطلاقًا من التغير الذي يحصل في الناتج المحلي الخام من سنة إلى أخرى.

2) الإستخدام الكامل

ويمكن التعبير عنه من خلال مفهوم التشغيل الكامل للطاقات الإنتاجية بمعنى ألا تبقى بعض الموارد معطلة، الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحقيق الناتج الممكن أو المحتمل في ظل الموارد والإمكانيات المتاحة وينتج عن ذلك بطالة بالمعنى الواسع للمفهوم.

3) إستقرار الأسعار

إن ارتفاع المستوى العام للأسعار يؤدي إلى التضخم مما يؤثر على مستوى الادخار الكلي، وهذا الإرتفاع في الأسعار سيؤثر أيضًا وبشكل سلبي على المستوى المعيشي لذوي الدخول الضعيفة، ولتجنب ذلك لابد من السهر على ضمان استقرار الأسعار وبالتالي الاستقرار الاقتصادي.

4) عدالة توزيع الدخول

هو هدف لابد أن يؤخذ في الاعتبار عند وضع أي سياسة اقتصادية في أي نظام اقتصادي والمقصود بها توزيع الدخل الوطني بشكل عادل عن طريق مكافأة الأفراد حسب إنتاجياتهم، أيضًا يجب ضمان حد أدنى من الدخل لكل فرد من أفراد المجتمع (SMIG).

5) التوازن في ميزان المدفوعات

يتكون ميزان المدفوعات من الصادرات والواردات وتدفقات رؤوس الأموال، حيث يتبلور هدف السياسة الاقتصادية في الأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات في ضرورة تعظيم الصادرات والعائد منها وتحقيق هيكل معين من الواردات، وتخفيض تكلفتها وذلك لتفادي المشاكل الاقتصادية الناجمة عن عدم تحقيق توازن ميزان المدفوعات مثل مشكلة المديونية وتخفيض قيمة العملة[2]

1- رشيد بلخريصات، محمد بن سعيد، **فعالية المنظمات الحكومية في تحقيق أهداف السياسات الاقتصادية: التشغيل الكامل**، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، يومي 09/08 مارس 2005، ص 166.

2- نفس المرجع، ص 166.

ومن خلال تحقيق مجموعة هذه الأهداف نستطيع أن نقول بأن السياسات الاقتصادية المنتهجة في بلد ما أنها حققت ما تطلب منها، ولكن هذه الأهداف لا تكون بالمستوى نفسه لأي بلد بل هي مختلفة حسب المناخ الاقتصادي والاجتماعي من دولة لأخرى.

المطلب الرابع: السياسات الاقتصادية وعلاقتها بتدخل الدولة

لفترة طويلة كانت تستعمل عدة مفاهيم لتحليل ظواهر السيطرة في المجتمعات المعاصرة، وكان بفضل إستعمال مفهوم السلطة، أو النظام، والدولة كونها مجرد وظيفة للنظام الاجتماعي ظهرت بطريقة تطويرية في جميع أنماط المجتمعات، ويعتبر ماكس فيبر الدولة " مشروع سياسي ذو طابع مؤسساتي تتطلع إدارته لنجاح"، في تطبيق القوانين، باحتكار الالتزام الطبيعي الملموس.

ومنذ الفترة الأولى لظهور الدولة كانت ولازالت تتطلع للمهام الأساسية من توفير الأمن والإشراف على القضاء، وحماية الإقليم الجغرافي....الخ[1]، كل هذه النشاطات التي تقوم بها ليست هامشية بل هي لب الدور الذي تقوم به، لأنها عبارة عن نظام كبير ومعقد نظرا لما يحتويه من بشر وموارد وأجهزة وقوانين...الخ، لذلك فهي بحاجة تامة لمراقبة كل ما يجري داخلها وذلك لضمان الاستقرار والنمو والمحافظة على المنافسة، بالإضافة إلى تحقيق الرفاهية للمجتمع والأشخاص وإشباع رغباتهم، لذا في هذا المجال الاقتصادي، تقرر الدولة بعض التدابير والسياسات الأساسية أثناء تدخلها مثل السياسات النقدية والمالية بالإضافة للسياسات الصناعية وغيرها، في مجالات مختلفة مثل التجارة، الاستثمار والمنافسة،..الخ، ومعظم التدابير التي تتخذها الدولة تنتمي لمجال السياسات الاقتصادية.

إن الإرتباط بين السياسات الاقتصادية والدولة، قد تطور عبر مراحل تاريخية مختلفة وإنه من حقبة الثمانينات إلى يومنا تجري مراجعة لهذا الدور والارتباط سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية للوصول إلى أفضل تكيف[2]، خاصة في ظل الظروف الراهنة التي يشهدها العالم من إنفتاح على بعضه البعض كحتمية لا مفر منها، فإن للدولة دورا هاما وأساسيا في إدارة الاقتصاد الكلي على النحو

1- عبد الرحمان بن شيخ، مرجع سابق، ص 35.

2- نفس المرجع، ص 36.

الذي يكفل الاستقرار والتوازن الداخلي والخارجي، وضمان استقرار الأسعار والتحكم في استقرار العملة، ومنع الاحتكارات، وتهيئة الاقتصاد للمنافسة، هذا بالإضافة إلى الوظائف التقليدية من أمن ودفاع ولهذا يتطلب من الدولة التدخل المدروس في الحياة الاقتصادية، بحيث لا يمنع تدخلها من طرف قوى السوق من أن تعمل بطريقة صحيحة وفي نفس الوقت يتسنى لها إدارة الاقتصاد بما يتلاءم مع أهدافها التنموية ومن هنا تبرز أهمية السياسة الاقتصادية لأي بلد والتي يعبر عنها بمفهومها الواسع أنها عبارة عن مجمل السياسات المالية والنقدية والصناعية...الخ[1].

لهذا يجب على مطبقي السياسات الاقتصادية في أي بلد أن يدركوا واقع البلد المراد تطبيقها فيه[2]، ويضعوا مستوى معين لتدخل الدولة في الإقتصاد لأنه أكثر من ضروري، وهذا ما يثير إشكالية طبيعة الأدوات التي بإمكان الدولة استخدامها للتأثير في الواقع الاقتصادي.

وتنتمي السياسة الاقتصادية إلى الشق الثالث من النظام الاقتصادي الذي يحتوي على ثلاث جوانب[3]:

- الفلسفة الاقتصادية أو المذهبية التي ينتمي لها هذا النظام كالليبرالية والإشتراكية... الخ؛
- الأهداف العامة التي سطرها المجتمع لنفسه في المجال الاقتصادي؛
- آليات ووسائل تحقيق هذه الأهداف ميدانيا، هو ما يعبر عنه بالسياسة الاقتصادية التي إرتبطت في أذهان الكثيرين بالسياسات الحكومية باعتبار أن الدولة هي من ترسم وتباشر في تنفيذ ومتابعة مختلف السياسات التربوية، التعليمية، الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية.

وثمة عدة مقاربات للسياسة الاقتصادية حاولت تحديد ماهيتها ومجالاتها وأهدافها، تباينت فيها الأفكار والمفاهيم حسب نظرة كل إقتصادي والمدرسة التي ينتمي إليها، فإذا كانت المرجعية الاشتراكية القائمة على الدور المركزي المهيمن للدولة في النشاط الاقتصادي قد حسمت أمورها منذ البداية بإعطاء الأولوية المطلقة للسياسات الاقتصادية الحكومية، بالإضافة لإهمال أو محاربة القطاع الخاص فيما يعرف بالمخططات الثلاثية الرباعية والخماسية، فإن الأمر يختلف في بقية المرجعيات والأنظمة الاقتصادية.

1- هشام مصباح السطلي، **السياسات الاقتصادية**، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كلية الإدارة والإقتصاد، 2013، ص 3.

2- عبد الرحمان المالكي، **السياسات الاقتصادية المثلى**، جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 41.

3- جمال سالمي، مرجع سابق، ص 01.

ففي ظل النظام الليبرالي الحر القائم على مذهبية سوق حرية المبادلات والدور المحدود والهامشي للدولة، لم تعرف السياسات الاقتصادية مجالها في النظام الرأسمالي فكرا وممارسة إلا بعد أزمة الكساد الأعظم سنة 1929 عندما علت أصوات بعض الاقتصاديين الرأسماليين يتقدمهم جون مينار كينز للمطالبة بتدخل الدولة في النشاط الاقتصادي.

المبحث الثاني: ماهية السياسات الصناعية

معظم الدول تقوم بصياغة سياسات صناعية حتى وإن كانت لا تدرك ذلك، أو لا تريد الاعتراف بذلك، فلكل الدول طلبات من المنتجات الصناعية، وكلها تقدم إعانات، نفقات جبائية وأحيانا تقوم بتدابير حماية مباشرة أو غير مباشرة تتعلق ببعض الصناعات دون سواها، الأمر الذي ساعدها في النهوض باقتصادها في أغلب المجالات.

المطلب الأول: مفهوم السياسة الصناعية ونشأتها

إن مدلول السياسات الصناعية يتضمن غموضا ناتجا من كونه ليس مفهوما صريحا ومنسجما لأنه يتضمن تدخلات وخطوات للتنسيق بين القطاعات والمؤسسات بالإضافة إلى فروعها، وهذا ضمن ما يسمى بالإستراتيجية الصناعية.

أولا: نشأة السياسات الصناعية

لقد ارتبطت نشأة السياسات الصناعية بتطور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي فرضت ضرورة التخلي عن مفهوم الدول الحارسة وانتشر بدله مفهوم الدولة المتدخلة خاصة بعد أن ساد العالم الكساد الكبير في 1929، وفي الوقت ذاته برزت أفكار النظرية الكينزية للإقتصاد الإنجليزي

خلال الثلاثينات من القرن الماضي، ولقد جاءت أفكار معاكسة تماما لأفكار الكلاسيك، التي رسمت السياسات الصناعية الواجبة الإتباع للخروج من هذه الأزمة.[1]

كما ارتبطت كذلك السياسات الصناعية تاريخيا مع حماية الصناعات الناشئة في البلدان النامية أساسا، والحجة في هذا المجال أن صناعات البلدان النامية لم تتمكن من تطوير الإنتاج على أساس من الكفاءة لغياب أو قصر تجربتها في السوق[2]، فنحن نعرف بأن السوق يخذلنا في بعض الأحيان وأن ثمة نواحي تفشل إقتصاد السوق وأن الأسواق لا تقود دائما لتحقيق أكفء النتائج[3].

كما أن الصناعات الناشئة في البلدان النامية لا تملك نفس التكنولوجيا السائدة في البلدان المتقدمة وأن خبرات العاملين لديها من الإداريين والفنيين لا تقارن بتلك السائدة في البلدان المتقدمة[4].

في ظل هذه القناعة بدأت أغلب البلدان النامية في انتهاج أدوات ووسائل السياسات الصناعية وإن لم يكن بطريقة مباشرة أو متعمدة ذلك من أجل حماية صناعتها الناشئة.

ثانيا: مفهوم السياسات الصناعية

لقد تعددت تعريفات السياسات الصناعية عند عدة باحثين ومفكرين فقد عرفها عبد المجيد قدي على أنها "مختلف التدابير التي غايتها إيجاد أو مرافقة التحولات في الصناعة، وبالتالي لا تؤخذ ضمن السياسات الصناعية إلا تلك التدابير الموجهة لهذا القطاع قصد التأثير على البنية الصناعية، سواء كان ذلك عن طريق الأمر أو عن طريق التحفيز"[5].

وعرفها خليل حسين بأنها " مجموع الإجراءات التي تلجأ إليها الحكومات لتنفيذ سياسات معينة، ذلك عبر عدة وسائل كالتعريفة الجمركية أو الرسوم وسعر الصرف، بالإضافة إلى الائتمان المصرفي والدعم وسعر الفائدة، بهدف التأثير على القرارات المتعلقة بالصناعات أو السلوكيات الصناعية لجهة الإنتاج أو الإستثمار أو غيره ... الخ، وبالتالي تشجيع الصادرات أو إحلال الصناعات المحلية مكان الصناعات المستوردة[6].

1- نذير مياح، مرجع سابق، ص 2.

2- الطيب داودي، دلال بن طبي، **رهانات السياسات الصناعية لقطاع خارج المحروقات**، الملتقى الدولي الأول حول الإقتصاد الصناعي والسياسات الصناعية يوم (02 - 03ديسمبر 2008)، بسكرة، ص 4.

3- نذير مياح، نفس المرجع، ص 2.

4- أحمد الكواز، **السياسات الصناعية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2002، ص 2.

5- عبد المجيد قدي، نفس المرجع، ص 243.

6- حسين خليل، **السياسات العامة في الدول النامية**، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2007، ص 273.

وهناك من يعتبرها على أنها " أي نظام حكومي أو قانوني يشجع عملية تجارية، أو إستثمارية في مجال صناعة ما، أو التدخل في سياسة التنمية الصناعية لنهوض الحكومة باقتصادها "[1].

كذلك عرفها بايلين وشرم اللذان يفهمان أن السياسات الصناعية هي " جميع الأفعال والبيانات التي تتبعها الدولة بالنسبة للصناعة.

بالإضافة لتعريف Qbstfeld الذي يعتقد أن السياسات الصناعية هي " محاولة من قبل الحكومة لتحويل الموارد لتعزيز النمو الاقتصادي".

وجونسون يقصد بالسياسات الصناعية على أنها " بدء وتنسيق الأنشطة الحكومية للإستفادة من الزيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية للإقتصاد ككل والصناعات الناشئة خاصة "[2].

وعرفها أحمد الكواز على أنها " مجموعة من الأدوات التي تستخدمها الحكومة مثل التعريفة الجمركية سعر الصرف، سعر الفائدة ... الخ، للتأثير على القرارات الصناعية والسلوك الصناعي وحماية الصناعات الناشئة[3].

كذلك عرفها Helen Shapiro على أنها "عملية تطبيق التدخلات الحكومية لصالح بعض القطاعات لزيادة توسيع إنتاجية الإقتصاد ككل، حيث أن الدولة تؤدي دورا هاما في إجراء تكامل إستراتيجي من خلال مختلف السياسات التي يمكن تصنيفها على أنها سياسات صناعية، التي تعرف على أنها تدخل الدولة لدعم إنتاج جديد[4].

ويعني هنا هيلين شابيرو على أن الدولة تطبق كل تدخلاتها سواء لصالح قطاع معين أو كل القطاعات من خلال وضعها خطط إستراتيجية تدخل ضمن السياسات الصناعية.

عرفها Andrew Goh بأنها "تشكيلة واسعة من الإجراءات الحكومية صممت لترقية النمو وزيادة منافسة قطاع أو قطاعات معينة، هذه الإجراءات تدل في الغالب على المعاملة التفضيلية".

كما قال بأن التسهيلات الحكومية تصنع السياسات الصناعية والتي حتماً تؤدي إلى خلق الإبداع.

وقد كانت فكرته التي تبناها والتي مفادها بأنه لابد من وجود الإبداع كقائد للإقتصاد الحديث حيث يُعتمد على الإبداع بشكل رئيسي في الوصول إلى اقتصاد قوي وهذه النظرة مغايرة تماماً حسب رأيه عن النظرة الاقتصادية التقليدية التي تتبنى مبدأ الأرض والعمل هما اللذان يقودان في الغالب إلى النمو الصناعي وقام بتوضيح هذه الفكرة من خلال الشكل الآتي:

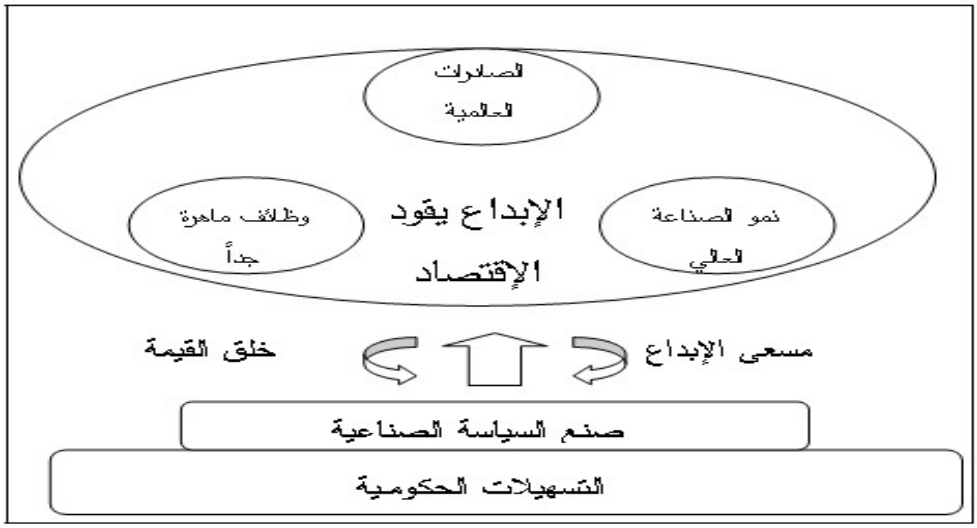
1- Industry, Industerial Policy, Athean Global, April 2004, P 1.

2- Gilberto Sarfati, European industrial policy as a non-tariff barrier, Text 1998-002: Abstract, P 1.

3- أحمد الكواز، مرجع سابق، ص2.

4- Helen Shapiro, Industrial Policy and Growth, November 2005, P 1.

شكل رقم (02): الإبداع يقود الإقتصاد



المصدر: وليد أحمد صالح العطاس، **دور السياسات الصناعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر – بسكرة، 2010/2009 ، بالإعتماد على:

Andrew goh, Towards An Innovation-Driven Economy Through Industrial Policy-Making, the innovation journal, Singapore, Volume 10(3), article 34, 2005, p7

ثالثا: خصائص السياسات الصناعية:

لقد تميزت السياسات الصناعية بعدة خصائص مبنية في التعريفات السابقة، وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي :

1- تتكون من مجموعة الأدوات والوسائل التي تؤثر بها الدولة على القطاعات الصناعية والمؤسسات الصغيرة والكبيرة والعامة والخاصة؛

2- تطبيق السياسات الصناعية من طرف الدولة تجاه القطاعات سواء بالأمر أو التحفيز؛[1]

3- تؤثر على القرارات المتعلقة بالصناعة أو السلوك الصناعي سواء الإنتاج أو الإستثمار...الخ؛[2]

4- عبارة عن مجموعة علاقات بين الدول الصناعية؛[3]

5- هي ذات صلة مع تخصيص الموارد اللازمة للصناعات المختلفة؛

6- لها علاقة وطيدة مع البنية التحتية للصناعات؛

1- عبد الجيد قدي، مرجع سابق، ص 242.

2- حسين خليل، مرجع سابق، ص 273.

3- Yves Morvan et Bamdt , Présentation du Nspécial de la Revue Déconomie Industrielle 1983,N 19

7- لها أهمية كبيرة في إعادة تنظيم الصناعات (إعادة الهيكلة الصناعية، تقليص العمليات، التكيف للإنتاج والإستثمار.....الخ).[1]

المطلب الثاني: مضمون السياسات الصناعية

تؤدي الصناعة دورا مركزيا في النمو الاقتصادي، نتيجة تفاعل التوظيف المالي مع الإنتاج والتوسع وتؤثر الصناعة إيجابا مع بقية القطاعات، إلى درجة أن الأزمات الاقتصادية باتت في واقعها أزمات إنتاجية.

وتأخذ الحكومات دائما على عاتقها مسؤولية إدارية وتنظيم التنمية الصناعية.

وغالبا ما يتعارض عمل السياسات الصناعية مع عمل السوق، بمعنى أن الأسواق في إقتصاد السوق تعترضها عيوب بالنسبة إلى مواجهات العرض مع الطلب للمواد الأولية والمنتجات النهائية فتأتي السياسة الصناعية لتزيل شوائب السوق فمثلا هيكليات الإنتاج لمنع الصناعات والإقتصاد من الوقوع في الأزمات، كما تختلف الأسواق بطبيعة عملها فسوق النفط تختلف عن سوق الحديد كما يختلف عمل سوق الحديد عن عمل سوق المواد الاستهلاكية من حيث طبيعة المنافسة وإنتاج الطلب.

وكأن تحافظ السياسات الصناعية على حد أدنى من المنافسة وعلى وفرة العرض في الأسواق لإتحاد الإحتكارات بين الشركات.

ومن أجل رسم أو إعداد السياسات الصناعية يفترض في بادئ الأمر أن تحدد الدولة الخيارات التي نشأ إعتمادها في بعض الميادين.

أما الميادين التي في إطارها يفترض بالدولة تحديد خياراتها فهي متشعبة نذكر أهمها[2]:

أولا: تدخل الدولة في الشأن الصناعي

أمام الدولة في هذا المضمون خياران:

1- الإمتناع عن التدخل في القضايا الصناعية، إقتناعا منها بدور السوق في التوجيه المناسب للإستثمارات نحو القطاعات الصناعية، حيث يقتصر دور الدولة من خلال تأمين البنية التحتية المتطورة، والإعداد المهني وتطوير البحث العلمي ....الخ؛

1- domino.kappa.ro/guvern/programul (May, 1999).

2- خليل حسين، مرجع سابق، ص ص 321 – 322.

2- التدخل في القضايا الصناعية من خلال الحوافز الضريبية والقروض الميسرة، والإسراع في حل الأزمات التي يتعرض لها هذا القطاع.

ثانيا: موقف الدولة من القطاع الصناعي

يترتب على الدولة في هذا الميدان الخيار أولا بين عدة أمور:

1- خوصصة المؤسسات العامة الصناعية؛

2- الإحتفاظ بالمؤسسات في إطار القطاع العام، للتأثير على المجرى العام للأسعار وذلك منعا للتضخم المالي أو زيادة الإستثمار في هذه المؤسسات؛

3- إعطاء الحرية التامة لمديري أو مجالس إدارة هذه المؤسسات الصناعية لإدارتها بنفس الطريقة التي تدار بها المؤسسات الصناعية في القطاع الخاص؛

4- تدخل الدولة في إدارة هذه المؤسسات الصناعية العامة، وضبط قراراتها لكي لا تتعارض مع توجهات سياستها الاقتصادية والاجتماعية[1].

ثالثا: إعطاء الأولوية لأي من الصناعات

إن الدولة تسعى من خلال تدخلها في الإقتصاد إلى بناء بنية تحتية متنوعة داخل نظامها الإقتصادى لكن هذا البناء لا يكون دفعة واحدة بل بإعطاء الأولوية حسب الحاجات الضرورية لقطاع على آخر، وللدولة خيارين هما:

1- إحلال الواردات من خلال إتباع سياسة صناعية محلية، إنطلاقا من إقامة صناعات محلية وتدعيم الصناعات الخاصة المحلية، وتوفير الحماية والدعم لها، من أجل الخروج من التبعية؛

2- التوجه نحو التصدير من خلال إقامة صناعات خاصة ذات جودة عالية ومطلوبة في الأسواق العالمية، ودعمها من خلال رفع الرسوم الجمركية عليها وغيرها من أساليب الدعم[2].

رابعا: الموقف من المنافسة الخارجية للقطاع الصناعي

ثمة ثلاثة خيارات معروضة على الدولة في هذا المجال :

1- نفس المرجع، ص ص 322-324.

2- محمد صفوت قابل، **نظريات وسياسات التنمية الاقتصادية**، دار الوفاء، عمان، الأردن، 2008، ص 124.

1- حماية القطاع الصناعي المحلي من المنافسة الخارجية، وذلك تشجيعا للاستثمار في القطاع؛

2- عدم حماية هذا القطاع، منعا لردود الفعل المعاكسة على الصادرات الوطنية؛

3- الحماية في المرحلة الأولى للقطاع الصناعي عندما يقوى بفضل الإستثمارات يعاد، في مرحلة ثانية إلى تخفيف الإجراءات الحمائية.

خامسا: الموقف من الإستثمارات الأجنبية

تتوفر للدولة أربع خيارات في هذا الميدان :

1- السعي لإستقطاب رؤوس أموال أجنبية نحو الصناعة عبر الحوافز والقروض الميسرة وحرية تنقل رؤوس أموال أجنبية؛

2- إتخاذ موقف محايد من هذه الأموال (الأموال الأجنبية)، أي عدم السعي لإستقطابها؛

3- سياسة إنتقائية لرؤوس الأموال الأجنبية من حيث السماح باستثمارها في قطاعات صناعية معينة دون سواها؛

4- فرض قيود على رؤوس الأموال الأجنبية بتحديد سقف لنسبة مشاركتها في الشركات الوطنية.

سادسا: إستراتيجية التصنيع

أمام الدولة خيارات في هذا المجال:

1- التركيز في المرحلة الأولى من عملية التصنيع على الصناعات الخفيفة (مواد غذائية، ألبسة، سياحة.....الخ)؛

2- التركيز في المرحلة الأولى من عملية التصنيع على الصناعات الثقيلة (معدات الصناعة، السيارات.....الخ).

سابعا- الموقف من مساعدة القطاع الصناعي

ثلاثة خيارات متوفرة للدولة على الأقل في هذه المجال[1]:

1- مساعدة القطاع الصناعي بشكل عام من خلال الإعفاءات الضريبية الميسرة، وتمويل البحث العلمي والتكنولوجي ... الخ، وذلك تشجيعا للإستثمار في هذا القطاع؛

2- مساعدة القطاعات الصناعية التي تتعرض لأزمة إلى غاية خروجها منها؛

3- عدم مساعدة هذا القطاع حرصا على عدم إفساد أولويات السوق، وإقتناعا بالمبدأ التالي[2]:

1- نفس المرجع، ص ص 125-126.

2- خليل حسين، مرجع سابق، ص ص 324- 325.

لا ينفع الدعم المقدم للمؤسسات الغير القادرة على المنافسة، وبالتالي لا يجوز دعمها للاستمرار وبشكل مصطنع غير انه يتوجب على الدولة تأمين المناخ اللازم والبيئة التحتية الضرورية لتقدم القطاع الصناعي، تخفيض معدلات الفائدة، تطوير التعليم المهني، وتوفير الأسواق الخارجية...الخ).

المطلب الثالث: أنواع السياسات الصناعية

تسعى الحكومة دائما لتنظيم إقتصادها وحمايته من الأزمات والإختلالات من خلال التأثير على القطاع الصناعي وباقي القطاعات الأخرى في شتى المجالات من خلال السياسات الصناعية وذلك بآليتين هما:

أولا: السياسات الصناعية العمودية (المباشرة)

هي مجموعة الإجراءات على المدى القصير منسقة وهادفة تصب كلها في مصلحة الصناعة وعلى الرغم من الحريات الاقتصادية وحرية عمل المؤسسات، فإن كل سياسة صناعية تتضمن تدخلات مباشرة في شروط عمل الصناعة وفي إستراتيجيات التصنيع.

فالدولة تتدخل أكثر فأكثر في الشأن الإنتاجي بحسن إنتقائية السياسة الصناعية المساعدة، تعني عدم اتخاذ إجراءات تخص دائما كل الصناعات من دون تمييز، بل قرارات تخص قطاعات صناعية معينة وتعالج أوجها محددة في النشاط الصناعي[1].

وهناك من يطلق عليها السياسة الصناعية النوعية حيث تتوجه إلى جزء من المؤسسات تبعا للفروع أو تبعا لتوطنها ضمن منطقة جغرافية معينة [2].

كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الإجراءات والأدوات تملكها الدولة التي من شأنها التأثير على قطاع معين و سلوكاته الصناعية.

حيث تاريخيا اتبعت الحكومات سياسة صناعية عمودية تستهدف قطاعات مختارة من أجل النمو والتمست هذه الأنواع من السياسات الحمائية للصناعات الوليدة، ودعم القطاعات الإستراتيجية وفي حين لا تزال البلدان المتقدمة والبلدان النامية اللتان تطلعان بهذه السياسة إلى حد ما، ثم التشكيك بوصف مناهض للسياسات التي تسعى إلى:

1- تحرير التجارة؛

1- نفس المرجع، ص 320.

2- عبد الجيد قدي، مرجع سابق، ص 244.

2- زيادة عدد الأسواق الحرة؛

3- زيادة التنافسية للمؤسسات ورفع قدراتها الإنتاجية؛

وزيادة على ذلك تميل السياسات الصناعية العمودية إلى التطابق مع هيكل صنع القرار المركزي، حيث تركز الأهداف الإنمائية على مؤشرات النمو الاقتصادي الكلي، بما في ذلك:

- الناتج الوطني؛
- الصادرات والإستثمارات الأجنبية المباشرة؛[1]
- عدم تشجيع وتنمية المشاريع الخاصة والابتكار؛
- محايدة قطاعات معينة على حساب قطاعات أخرى؛
- تحول دون نمو الإقتصاد الجزئي وتوزيع مزايا الرفاهية لجميع القطاعات؛
- تأثير جماعات الربح على السياسة العامة والحفاظ على مخططات دعم تدخلية من أجل مكاسب شخصية[2].

ثانيا: السياسات الصناعية الأفقية (الغير مباشرة)

تقوم الدولة بتطبيق أحد أو جملة من التدابير التي تؤثر على صيغة الشروط القاعدية مثل الزيادة المعتبرة في الأسعار وعوامل الإنتاج .....الخ[3]، وعرفت بأنها " تعمل على التنمية الصناعية بحيث لا تميز بين فروع ومناطق النشاط الاقتصادي وتكون دائمة"[4].

تستطيع الحكومات بواسطة السياسات الصناعية الأفقية إيجاد البيئة المواتية اللازمة لتعزيز التنمية الصناعية من خلال تيسير الوصول إلى المعلومات، وتعزيز الإطار القانونية والمؤسسية، بالإضافة لتوسيع نطاق البنية التحتية[5].

1- عزمي لطفي محمد عبد الرحمان، **الترخص الصناعي في الضفة الغربية "الواقع و الدور المرتقب في إحداث تنمية صناعية "**، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا نابلس، فلسطين، سنة 2001، ص 8.

2- وليد أحمد صالح العطاس، مرجع سابق، ص ص 7- 8.

3- نذير مياح، مرجع سابق، ص 21.

4- ليلى خواني، مرجع سابق، ص 4.

5- الأمم المتحدة، **أثر السياسات الصناعية على القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم**، الإسكوا، 2007، ص1-2

وقد بينت الدراسات أيضًا أن السياسات الأفقية تميل إلى الحد من تشوهات السوق وتعزيز زيادة المنافسة المفتوحة والشفافة، والحد من مخاطر فشل السياسات المرتبطة بتدخلات فاقدة الوجهة.

وتذهب الأدبيات الحديثة إلى مدى أبعد بتأييدها نموذج جديد للنمو الصناعي يقوم على شراكة إستراتيجية بين القطاعين العام والخاص، يتولى فيها أصحاب المصلحة معا وضع سياسات مناسبة وفعالة من خلال خطوط اتصال أكثر انفتاحًا؛ ويقال أن ذلك يتيح تبادل المعلومات على نحو أفضل فيما يتعلق بالتحديات والفرص التي تواجه تنمية القطاع الخاص وتعزيز عملية صياغة السياسات الصناعية.

ومع ذلك ينبغي توخي الحذر لضمان أن لا تسفر السياسات الأفقية عن تحيزات قطاعية وأن يظل التنسيق والتشاور متوازنا بين جماعات المستفيدين.

وسواء كانت السياسات الصناعية أفقية أو عمودية في نطاقها، فإنها عبارة عن طرق تدخلية تستخدمها الحكومات لإنشاء مسار للعمل وتحقيق نتيجة أو أكثر في مجال السياسات والأهم تحقيق تأثيرات في مجال السياسات العامة، ولها عدة تصنيفات هي[1]:

1) السياسات الصناعية العامة

تستهدف هذه السياسات جميع قطاعات الإقتصاد بالتساوي، ويمكن أن تتضمن على سبيل المثال السياسات التى تقوم بتشجيع الإنفاق الإستثمارى، أو توزيع الموارد بشكل عام، كما تندرج أيضاً السياسات التي تستهدف التعليم، الصحة والموضوعات الثقافية تحت هذه الفئة.

2) السياسات الخاصة بأنشطة محددة

هذه السياسات غير محددة بالنسبة لقطاعات صناعية معينة، بل تكون إنتقائية بالنسبة لأنشطة معينة فى العملية الإنتاجية (مثل البحث والتطوير، أو الابتكار).

3) السياسات الخاصة بأقاليم أو مناطق محددة

قد تشترك هذه السياسات مع الفئتين السابقتين، نظراً لأن السياسات الإقليمية يمكن أن لا تستهدف صناعات أو أنشطة معينة، لكنها قد تتلاقى كذلك مع الفئات الخاصة بصناعات محددة.

4) السياسات الخاصة بصناعات محددة

1- الورقة الخضراء عن السياسات الصناعية في مصر، **وحدة دعم السياسات بمركز تحديث الصناعة**، 2003، ص ص 6-8.

تتوجه هذه السياسات لقطاعات صناعية محددة، ومن بين هذه السياسات هناك السياسات التي تهدف إلى تطوير الصناعات عالية التقنيات، فضلاً عن السياسات التي تهدف إلى مساعدة الصناعات المتعثرة (المنهج الضيق للسياسات الصناعية).

5) السياسات الخاصة بمؤسسات محددة أو بمشروعات محددة

لقد أخذت هذه السياسة في الاعتبار مجموعة الاحتمالات المعروضة في التصنيف السابق حيث يمكن للسياسة الصناعية أن تستهدف منتجات معينة، أو أنشطة معينة، أو مؤسسات معينة داخل القطاع دون الحاجة إلى استهداف القطاع ككل، كما يمكن للسياسة الصناعية أن تركز على القضايا الأفقية التي تتصل بالصناعة بشكل مباشر، مثل البحث والتطوير، الإبتكار والإستثمار، أو التركيز على الموضوعات الأساسية مثل التعليم، الصحة، وعادات العمل التي لها أثر غير مباشر على جميع القطاعات.

وبالرغم من أهميتها فإن السياسة الصناعية لا تقتصر فقط على السياسة العامة، والتي يتم تعريفها على أنها مجموعة القواعد والقوانين التي ترسم الخطوط العريضة لبيئة الأعمال، وتضع الإطار المؤسسي الذي تعمل فيه الصناعة، فهي تضم أيضًا أي برنامج قصير كان، أو متوسط، أو طويل الأجل يهدف إلى تحقيق التنمية الصناعية، سواء قام بصياغتها أو تنفيذها القطاع الخاص، أو العام أو المؤسسات الغير الحكومية.

وأخيرًا، فإنه لا يلزم بالضرورة أن يتم تنفيذ السياسات الصناعية في إطار نظام التخطيط المركزي فقد تنتج تلك السياسة عن تضافر جهود الحكومة والقطاع الخاص، المؤسسات غير الحكومية وهو الأسلوب الذي تنتهجه كافة الدول المتقدمة[1].

المطلب الرابع: أهمية السياسات الصناعية وأهدافها

نظرا للدور الذي تقوم به السياسات الصناعية في تنظيم وتحسين الإقتصاد ومجالاته، بإعتبارها أهم وسيلة لتدخل الدولة في الإقتصاد ككل، لهذا تجلت لها أهمية كبيرة في هذا المجال، بالإضافة لمجموعة من الأهداف التي تحققها.

أولا: أهمية السياسات الصناعية

1- نفس المرجع، ص ص 6-8.

إن الدولة من خلال أدوات سياساتها الصناعية التي تؤثر في هيكل الصناعة وسلوك وحداتها الإنتاجية، تستطيع أن تلعب دور هام في سبيل تطوير الأداء الاقتصادي للوحدات الإنتاجية بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق أكبر عدد ممكن من الرفاهية الاقتصادية للمجتمع من خلال الأهداف التالية[1] :

1- كفاءة توزيع الموارد الاقتصادية بين الإستخدامات في عملية الإنتاج (كفاءة التخصيص)؛

2- الكفاءة المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات بأقل قدر ممكن من الموارد الاقتصادية؛

3- كفاءة توزيع الإنتاج الكلي من السلع والخدمات بين أفراد المجتمع أو المشتركين في النشاط الإنتاجي (الكفاءة التوزيعية).

يتضح من المؤشرات السابقة مدى تشابك واحتمالات تعارض الأهداف التي تسعى الدولة إلى تحقيقها، من وراء تدخلها في النشاط الاقتصادي أو تأثيرها على الوحدات الإنتاجية، فتدخل الدولة مثلا من أجل الحد من تأثير الإحتكارات على مستوى الأسعار أو حجم الإنتاج من السلع والخدمات أو على توزيع الدخل بين أفراد المجتمع (كفاءة تخصيص الموارد والكفاءة التوزيعية)، يمكن أن يكون لها تأثيرات سلبية على قدرة إنتاج المؤسسات في الإستفادة من مزايا الإنتاج الوفير (إقتصاديات الحجم) أو على إمكانياتها في النمو من خلال إعادة إستثمار هوامش الربح المرتفعة المصاحبة للإحتكارات.

أيضا فإن التأثير السلبي قد يشمل قدرة المؤسسات في الصناعة على منافسة السلع المستوردة من دون اللجوء إلى حمايتها وبالتالي تحميل المستهلك أعباء إضافية في شكل أسعار أو أعلى للسلع المستوردة وكذلك مقدرة الصناعات المحلية على المنافسة في الأسواق الخارجية عن طريق تخفيض تكلفة الإنتاج وبالإستفادة من إقتصاديات الإنتاج الوفير وبالتالي زيادة مقدرتها التصديرية وتأثيرها على ميزان المدفوعات الوطني، وهناك أيضا إمكانية الحد من خطى التقدم الفني في الصناعة والذي تكون عادة ثمرة من ثمرات جهود البحث والتطوير والابتكار التي يتم تمويلها من هوامش الأرباح الغير عادية التي تحققها المؤسسات وتنتج في ظل الأسواق الاحتكارية التي تسيطر عليها عدد من المؤسسات الضخمة.

من هذا المنطلق تنبع أهمية الاستقصاء عن المستوى الأمثل من التركز أو الهيكل الصناعي الذي يوفق بين أكبر قدر ممكن من الأهداف الاقتصادية للمجتمع المشار إليها أعلاه بالأخص بين الكفاءة الداخلية والكفاءة التخصصية.

1- أحمد سعيد بامخرمة، **اقتصاديات الصناعة**، دار زهران، جدة، السعودية، 1994، ص 246.

ويمكن القول بأنه ليس هناك مستوى أمثل للتركز المعياري أو موحد لكل الصناعات في دولة ما أو لكل الدول، إذ أن هذا المستوى يعتمد على عدة عوامل منها ذلك الذي يتعلق بهيكل الصناعة والآخر الذي يتعلق بمدى علاقة أهم أبعاد هيكل هذه الصناعة بالمؤشرات الأساسية للصناعة.

إن العوامل التي تتعلق بهيكل الصناعة التي لها تأثير أساسي في المستوى الأمثل للتركز هي :

- حجم السوق للمنتجات الصناعية (أو الحجم الكلي للطلب على منتجات الصناعة)؛
- أدنى حجم للكفاءة الإنتاجية، أي حجم الإنتاج الذي يحقق أقل تكلفة متوسطة.

ثانيا: أهداف السياسات الصناعية

إن تدخل الدولة في الإقتصاد الخاص بها ورفعه ضمن إطار السياسات الصناعية التي تعتبر الوسيلة الوحيدة كمبرر تدخل الدولة للوصول إلى أهداف محددة متمثلة في:

1- تسريع الصناعة والتكيف مع المتغيرات الهيكلية؛

2- توفير بيئة مواتية للتعاون بين الشركات؛

3- تعزيز أفضل نتائج الإبتكار والبحث والتكنولوجيا واستغلالها؛[1]

4- إعفاءات قانونية خاصة تمكن من وجود بيئة أكثر تحررا؛

5- إنشاء وتكوين المواهب النادرة والمتخصصة في المشاريع لخلق ثروة صناعية؛

6- التنسيق في النظام التعليمي من أجل تحديث المعارف والمهارات لاسيما التي تتطلبها الصناعة؛

7- التنمية الصناعية على نحو يتلاءم مع الحفاظ على الطاقة والاهتمام بالبيئة؛

8- ضمان الفعالية من حيث التكلفة والإنتاج عن طريق إعادة هيكلة المؤسسات العامة؛

9- تمكين القطاع التقليدي لمواجهة التحديات العالمية من خلال التكنولوجيا وتحسين الإنتاج؛

10- تهدف إلى تسريع النمو الصناعي في الدولة عن طريق الإستثمار في الصناعة والبنية التحتية من خلال صنع مناخ ملائم للاستثمار في الدولة؛

11- تسريع عملية التغيير الهيكلي نحو الإنتاج بأعلى نشاط. [2]

المبحث الثالث: أدوات السياسة الصناعية، إستراتيجيات ومبررات تنفيذها

1- Gilberto Sarfati، European industrial policy as a non-tariff barrier, Date of publication in the: 13/5/1998, p 5 .

2- Ricardo Hausmann، Dani Rodrik، and Charles F. Sabel، Reconfiguring Industrial Policy, A Framework with an Application to South Afric, President and Fellows of Harvard College, May 2008, p2.

لكي تصل الدولة لأهدافها الاقتصادية يتطلب عليها صياغة السياسات الصناعية، والتي هي عبارة عن وسيلة تدخل من أجل الدفاع عن إقتصادها وتحسين هيكل الصناعة بالتدخل عن طريق السياسات الصناعية التي تعتبر ذات أهمية كبيرة بالنسبة للدولة، خاصة ما تحتويه في مضمونها، حيث أن هذه الأخيرة تقوم بالتدخل في هيكل الصناعة عن طريق أدوات السياسات الصناعية فهناك سياسات موجهة لقطاع معين وأخرى لمجموع القطاعات.

المطلب الأول: أدوات السياسة الصناعية

تسعى الدولة من خلال السياسات الصناعية بالتدخل في الإقتصاد، من أجل تحسين مستواها والرفع من مكانتها الاقتصادية من جهة، وتصحيح الإختلالات من جهة أخرى، وذلك بواسطة أدوات هذه السياسات، ويمكن تلخيص أهم السياسات الحكومية الصناعية في:

أولا: سياسة الترخيص الصناعي

تعتبر هذه السياسة من أهم وسائل التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص ظروف الدخول إلى الصناعة ومستوى التركز فيها من خلال تأثيرها المباشر على عدد المؤسسات في الصناعة والغير المباشرة على أحجامها وكذلك الحجم الكلي للصناعة، وكلها متغيرات تدخل في حساب درجة التركز في الصناعة، وإذا تمعنا في معايير الترخيص الصناعي التي تسترشد الجهات المسؤولة بها في منح التراخيص الجديدة، نجد أن أهمها الطاقة الإنتاجية للمصانع المنتجة مقارنة بحجم سوق السلعة المنتجة (الطلب الكلي) أو بمعنى آخر مدى وجود طاقة إنتاجية فائضة.

كما أن ترخيص المشروعات من أهم الأسس المتعلقة بالتشريع الصناعي، بحيث يهدف إلى تنظم الإنتاج الصناعي وتسيير الرقابة عليه، كما يهدف لدعم المشروعات الصناعية وتوفير المزايا والضمانات اللازمة لها[1].

وبالرغم من محاولة هذا المعيار ضمان حد أدني من الربحية للمؤسسات المنتجة في الصناعة عن طريق تقيد عدد الوحدات المنتجة وبالتالي التركيز على ناحية الكفاءة الداخلية كهدف أساسي للسياسة الصناعية، حيث من الممكن أن تقوم بعض المؤسسات في الصناعة الإنتاج عند مستوى اقل من مستوى الحد الأدنى للكفاءة الإنتاجية، ويكون هذا حتى في حالة حدوث فائض في الطاقة الإنتاجية داخل الصناعة لذلك فان أي سياسة صناعية حكومية، لابد أن تأخذ في الاعتبار الاتجاهات

1- غفار عباس كاظم، **السياسات الصناعية في الوطن العربي**، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، مكتب الدراسات والسياسات العامة، عمان، الأردن، 1986، ص 98.

التركيزية في الصناعة عند اتخاذ القرارات الخاصة بالتراخيص الصناعية لما لذلك من احتمالات التأثير على مستوى الأسعار في السوق إضافة إلى تأثيرها على الكفاءة الإنتاجية .

نستنتج من ذلك أن السياسة الصناعية الحكومية المتعلقة بالترخيص الصناعي سواء على مستوى قطاع الصناعة ككل أو على مستوى صناعات معينة، يمكن أن تسترشد بعدة إعتبارات تساهم كلها في التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص مستوى التركز وظروف الدخول إلى الصناعة، بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق أكبر قدر من الأهداف الاقتصادية للمجتمع، وهذه الإعتبارات هي كما يلي[1]:

1- عدد المؤسسات في الصناعة، الذي يؤثر مباشرة على درجة التركز في الصناعة؛

2- الحد الأقصى لحجم الإنتاج المسموح به للمؤسسة التي أضافت إلى عدد المؤسسات في الصناعة؛

3- في ظل المستوى السائد من التركز في الصناعة، يجب أن يؤخذ في الإعتبار عند الترخيص بالدخول إلى الصناعة (طريقة الدخول) وهل هي عن طريق الإستحواذ على المؤسسة أو الإندماج مع أخرى في الصناعة، أو الدخول منفردة ومستقلة عن منشآت أخرى إعتمادا على حدة درجة التركز في الصناعة؛

4- الأخذ في الإعتبار عند اتخاذ قرارات الترخيص للمستثمر الأجنبي، مدى علاقتها بالشركات متعددة الجنسيات، وتاريخ نشاط هذه الشركات في أسواقها الأم؛

5- في إطار التراخيص الصناعية ضمن القيود القانونية والنظامية كأحد عوائق الدخول إلى الصناعة، هناك احتمال تكوين طاقة إنتاجية فائضة من قبل المؤسسات المنتجة في الصناعة من أجل التأثير على قرارات الجهات المسؤولة عن إصدار التراخيص الصناعية وهو ما يجب أن تتنبه لإمكانية حدوثه الجهات المسؤولة .

ثانيا: سياسة الحماية الجمركية

تشكل الحماية الجمركية للصناعات الوطنية إحدى الوسائل الرئيسية لتشجيع وتدعيم هذه الصناعات، خاصة في الدول النامية ذات الصناعات الناشئة، حيث تتمثل أهمية هذه السياسة من خلال مبادئ السياسة الصناعية التي تشمل تقديم الحوافز لمشاريع القطاع الصناعي، وحماية الصناعة المحلية من أولوياتها الأساسية من خلال إجراءات هي[2]:

1- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 251-252.

2- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص 98.

1- عن الإعفاء من الرسوم أو تخفيضها فيما يتعلق بالتجهيزات الصناعية وكذلك المواد الأولية اللازمة؛

2- رفع الرسوم على السلع المصنعة وخاصة الكمالية منها أو التي توجد صناعات مماثلة لها؛

3- أوضاع جمركية كالإدخال المؤقت أو رد الرسوم عند إعادة التصدير.

ويعتمد تنفيذ هذه السياسة على أسس أو شروط من أهمها[1]:

- أن يكون إنتاج الصناعات المحمية كافيا لتغطية الجزء الأكبر من احتياجات السوق المحلية؛
- أن يكون الإنتاج المحلي على درجة مناسبة من الجودة حتى لا يضر بصحة المستهلك؛
- أن تكون أسعار المنتج المحلي مرتفعة نسبيا الأسعار التي تباع بها المنتجات المستوردة المنافسة في الأسواق المحلية نتيجة إرتفاع تكاليف الإنتاج في الصناعات الوطنية؛
- أن تكون للصناعة المحمية أهمية للإقتصاد الوطني، وتقاس هذه الأهمية بالمعايير الآتية :
  - القيمة المضافة إلى كل من الناتج والدخل الوطني؛
  - فرص العمل التي توفرها الصناعة لا سيما في مجال تدريب و تشغيل الأيدي العاملة؛
  - حجم رؤوس الأموال المستثمرة في الصناعة؛
  - الفرص التي تخلقها الصناعة لقيام صناعات أخرى مكملة.
- أن تكون مدة سريان التعريفة المقترحة خمس سنوات تعاد بعدها التعريفة إلى ما كانت عليه إن هذه المدة تعتبر كافية حتى توفر الصناعة الوطنية حماية ذاتية لنفسها؛

وتؤثر هذه السياسة على تكلفة الإنتاج في القطاعات المختلفة خاصة من الجانب التصديرية لها، وبالتالي تعتمد أي دولة على السياسات الجمركية في أثناء تطوير أي قطاع تصديري وذلك بتخفيض أو إلغاء بعض الرسوم الجمركية مثل الإعفاء من ضريبة المبيعات على السلع، وإلغاء جميع الرسوم على الآلات والمعدات المستوردة التي تتميز بتطور تكنولوجي[2].

وللإجراءات الجمركية أهمية خاصة بين أدوات السياسات المالية عامة والسياسات الصناعية خاصة لأنها تستخدم لحماية الصناعات الوطنية الناشئة وذلك بفرض رسوم (ضرائب) جمركية على

1- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 254.

2- كمال عايشي، **إمكانية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية في ضل المتغيرات الإقتصادية العالمية مع التطبيق على الصناعات التحويلية خلال** 2003/1990، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2005-2006، ص 76.

المنتجات والمواد المستوردة، بالإضافة لإعفاء الصادرات من الرسوم الجمركية أو تخفيض معدلاتها من أجل دعم المنتج المحلي في الأسواق الدولية واكتسابه ميزة تنافسية من خلال تخفيض السعر[1].

نلاحظ من أسس وشروط سياسة الحماية الجمركية الموضحة أعلاه، أنها تقوم بتعريف وتحديد بعض المتغيرات في هذه الأسس مثل "الجودة" و"الأسعار"، وتوفير حد أدنى من الحماية ضد المنافسة الأجنبية وفي نفس الوقت مراعاة مصلحة المستهلكين.

ثالثا: سياسة القروض الصناعية

إن هدف سياسة القروض الصناعية الأساسي هو تشجيع وتحفيز الإقدام على إنشاء المشروعات الصناعة خاصة التي تحقق أهدافا عامة للصناعة الوطنية .

تساهم القروض الصناعية أيضا في التأثير على مؤشرات أخرى في الصناعة كمستوى التركز من خلال تأثيرها على عدد المؤسسات وظروف الدخول إلى الصناعة عن طريق تسهيل التغلب على متطلبات رأس المال كأحد العوائق الرئيسية إلى الصناعة[2]، أو التحويلات الحكومية من الموارد العامة إلى منشآت أو أنشطة أو صناعات أو مناطق بأكملها، مجانا أو بأسعار أقل من أسعار السوق، من خلال الدعم المباشر (نقدا أو عينا)، أو الدعم غير المباشر(الحوافز الضريبية) [3].

غير أن سياسة القروض الصناعية يمكن أن تساهم في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة بصورة أكثر إيجابية وبالأخص نحو تحقيق المستوى الأمثل للتركز في الصناعة عن طريق استخدام عدة إجراءات محددة ومباشرة تخدم هذا الهدف، من أمثلتها الآتي[4]:

1- توجيه القروض بصورة أكثر كثافة نحو المؤسسات الصغيرة خاصة في الصناعات المتسمة بدرجة كبيرة من التركز بهذا الإجراء يمكن إزالة أو التخفيف من حدة الحد الأدنى من متطلبات رأس المال مملوكا كله أو معظمه لشركات أجنبية دولية تتصف بضخامة أحجام رأس المال الذي تحت تصرفها كما أن القروض الميسرة يمكن أن تساهم في تخفيض تأثير التكاليف المغرقة كأحد عوائق الدخول إلى الصناعة؛

1- محمد مروان السمان، وآخرون، **مبادئ التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي**، دار الثقافة، عمان، الأردن، الطبعة الخامسة، 2011، ص 289.

2- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 258-259.

3- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، **تقرير التنمية الصناعية، النمو المستدام للتشغيل: دور الصناعة التحويلية والتغيير الهيكلي**،2013، ص 23.

4- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 258-259.

2- تدعيم نشاطات البحث والتطوير في الصناعة، فإن جهود البحث والتطوير يمكن أن تؤدي إلى تحسين أو تطوير منتجات بعض المؤسسات بحيث تؤدي إلى تمييزها عن بقية السلع المنافسة و بالتالي تشكيل طلب مستقل أو جديد عليها وما يترتب على ذلك من خلق عوائق ضد دخول منشآت جديدة إلى الصناعة، و تقترن جهود البحث والتطوير عادة بضخامة المؤسسات و قدرتها على تحقيق أرباح غير عادية تمكنها من تمويل التكاليف الباهظة نسبيا لهذه الجهود، الأمر الذي قد يؤدي إلى تعزيز الإتجاهات التركزية في الصناعة؛

لذا فإن سياسة القروض الصناعية يمكن أن تساهم في التخفيف من حدة إحتمالات حدوث هذه الإتجاهات بتخصيص جزء منها لتدعيم نشاطات البحث والتطوير خاصة في المؤسسات الصغيرة.

رابعا: سياسة المشتريات الحكومية

تقوم هذه السياسة بصورة عامة إلى تفضيل المنتجات ذات المنشأ الوطني على غيرها من مثيلاتها الأجنبية متى كانت محققة للغرض الذي تقرر التأمين من أجله ولو كانت تقل مواصفاتها عن مثيلاتها الأجنبية، على أساس إجراء المنافسة بين هذه المنتجات في حالة تعدد المصانع المنتجة لها، لأن السلطات العمومية من خلال مشترياتها يمكن أن تمارس بعض التأثير على التطور الصناعي، إذ يمكن لسياسة الشراء لدى الإيرادات العمومية أن تؤدي دورا مؤثرا، فالدولة الساعية إلى الضبط الاقتصادي والوصية على الإقتصاد الوطني تنظر إلى الأشياء من زاوية واسعة، وبالتالي لا تركز على سعر المنتجات المحلية في إتخاذ قرار الشراء[1].

تهدف هذه السياسة بصورة أساسية إلى تشجيع وتدعيم الصناعات الوطنية في مواجهة منافسة السلع الأجنبية، خاصة عندما تصطدم بسياسات تسويقية إغراقية من المصدرين الأجانب، هي بذلك تشبه سياسة الحماية الجمركية من حيث التأثير، وبالتالي يمكن أيضا أن تستخدم في التأثير على هيكل الصناعة، كما أشرنا في حالة الحماية الجمركية غير أن فعالية هذه السياسة في تحقيق أهدافها تعتمد على مدى قدرة المؤسسات المستفيدة منها في تخفيض تكاليف الإنتاج عن طريق إقتصاديات الحجم إلى مصدر للأرباح، خاصة عندما تكون أسعارها أعلى من أسعار السلع الأجنبية.

إن طريقة تأمين المشتريات الحكومية يمكن أن يكون لها أيضا تأثير على درجة المنافسة في الصناعة وبالتحديد عندما تكون عن طريق الأظرفة المغلفة (أو المناقصات السرية)، ففي السوق تتصف بقلة عدد المؤسسات المستفيدة تجانس السلعة(الحالة غير التمييزية من سوق منافسة القلة)، قد

1- عبد المجيد قدي، مرجع سابق، ص 245.

تميل هذه الطريقة نحو تشجيع السلوك التواطئي بين المؤسسات الأخرى والتسعير عامل هام مؤثر في سلوك مؤسسة معينة، لذا فإن من مصلحة المؤسسات الإتفاق علنيا أو سريا على سعر موحد للتقدم به إلى المناقصة بدلا من التنافس السري في التسعير، لأن رفع السعر فوق هذا السعر سوف يعرض المؤسسة لخطر فقدان المناقصة، بينما تخفيض السعر غير مضمون النتائج لأن سرية المناقصة تعني عدم معرفة كل مشارك للأسعار المقدمة من طرف الآخرين ومن ثم فإن حرب الأسعار الخفية يمكن أن تنشأ عنها خسارة للجميع، إن البديل لهذا الوضع هو التواطؤ بين المشاركين ضمن صيغ معينة من الترتيبات من أهمها [1]:

1- توزيع المناقصات بين المشاركين (أحقية الحصول على المناقصة) حسب ترتيب معين كتناوب المناقصات مثلا في حالة تساوي قيمها أو توزيعها حسب الطاقة الإنتاجية للمؤسسات أو توريد حصيلة أرباح المناقصة إلى صندوق مشترك ثم تقسيم الإيرادات بين المشاركين في حالة عدم تساوي قيم المناقصات؛

2- الشراء المتبادل للمناقصات بين المشاركين، خاصة بين المؤسسات ذات التكاليف المرتفعة لإنتاج السلعة والمؤسسات ذات التكاليف المنخفضة للحفاظ على حد أدنى من سعر المناقصة؛

3- الإتفاق على مدى معين من الأسعار (حد أدنى وحد أقصى) غالبا في أضيق مدى تتاح للمؤسسات التنافس ضمنه، بناء على التمييز في منتجاتها أو اختلاف تكاليف إنتاجها.

خامسا: سياسة الإعفاء من ضرائب الشركات

تستعمل السياسة الضريبية في الأساس كأداة تمويلية، إلا أن هذا الدور التمويلي لا زال قائما وإنما تغير نوعيا تبعا لتغير مهام الدولة، التي أصبحت تستعمل الضريبة كأداة للتأثير على الوضع الاقتصادي والإجتماعي لتحقيق العديد من الأهداف، خاصة عند التأثير على هيكل الإستثمارات بتوجيهها نحو قطاعات معينة ترغب الدولة في تشجيعها سواء لخلق مناصب عمل أو إحلال الواردات، كما تعمل في نفس الإتجاه على توطين الإستثمارات في مختلف المناطق، كما تؤثر كذلك على تنافسية المؤسسات من خلال التأثير على عوامل الإنتاج التي تنعكس إيجابا على أسعار السلع المصدرة، لهذا نجد أن سعي الدول لزيادة تنافسية منتجاتها على مستوى الأسواق الخارجية، تقوم بإعفاء المنتجات

1- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 259-260.

المصدرة من الرسوم والحقوق الجمركية والكثير من الضرائب المحلية كالرسم على النشاط المهني، الدفع الجزافي...الخ، وتعتمد هذه السياسة على مجموعة من الأدوات هي[1]:

1- التخفيضات الضريبية؛

2- القرض الضريبي؛

3- التخفيضات الخاصة بالمعدلات؛

4- تأجيل مواعيد الدفع؛

5- الإعفاءات الضريبية.

كما أن الدولة تمكن الشركات المحلية من السيطرة على الأسعار في الأسواق الداخلية ذلك من خلال إعفاء هذه الشركات من الضرائب مثل الإعفاء الكلي أو تخفيض نسبة ضريبة الدخل أو الأرباح والعقارات خلال مدة معينة[2].

هذه السياسة بقدر ما هي ذات فعالية في تحفيز الاستثمار الصناعي فإنها يمكن أن تستخدم أيضا في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة، كمستوى التركز وظروف الدخول إلى الصناعة من خلال تأثيرها على عدد المؤسسات في الصناعة، غير أن أكثر إستخدام في مجال هيكل الصناعة قد يكون من خلال تأثيرها على حجم مشاركة رأس المال الأجنبي بربط الإعفاء من ضرائب الشركات بالحد الأدنى من مساهمة رأس المال الوطني.

وفي الدول التي تطبق نظام ضريبي على كل الشركات (محلية وأجنبية) فان النظام التصاعدي يمكن أن يستخدم في التأثير على أحجام المؤسسات بما يتلاءم مع أهداف السياسة المتعلقة بهيكل الصناعة، وبالأخص درجة التركز وظروف الدخول إلى الصناعة، فإذا كان الهدف في وقت ما هو زيادة مستوى المنافسة في الصناعة فان زيادة نسبة الضريبة على الأرباح المرتفعة (زيادة نسب التصاعد في الضريبة) يمكن أن يؤثر سلبا على إتجاه المؤسسات (خاصة الكبيرة) في الصناعة نحو زيادة حجمها وبالتالي أرباحها وتشجيع صمود المؤسسات الصغيرة في سوق الصناعة، خاصة المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول[3].

سادسا: سياسة سعر الصرف

1- عبد المجيد قدي، مرجع سابق، ص ص 168- 172.

2- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص 110.

3- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 261-262.

يعتبر سعر الصرف نسبة الإستبدال بين عملتين مختلفتين، فإذا حددت هذه النسبة من طرف السلطات المعنية بمقدار معين ووضع سعر رسمي للصرف، فإن ذلك يعني إلزام كل المتعاملون في الإقتصاد بهذا السعر سواء المنتجون أو المستوردون بالإضافة للمستهلكين[1]، وتقوم الدولة من خلال هذا الإجراء بالمساهمة في تمويل المشروعات الصناعية بطرق غير مباشرة منها ما يتصل باستقرار الأوضاع النقدية، وبسعر الصرف الوطني حيث يتم تحديد سعر رسمي للعملية المحلية يتجاوز سعرها في الأسواق الدولية[2].

وهذه الخطوة التي قامت الدولة بها من خلال تحديد سعر الصرف هي عبارة عن إحدى سياساتها التي تتدخل بها في الشؤون الاقتصادية، ولهذه السياسة مجموعة من الأهداف أهمها تخفيض سعر العملة الوطنية الذي يساهم في تشجيع صادرات الإنتاج المحلي وكذلك تخفيض الواردات من السلع الأجنبية المنافسة للسلع الوطنية، إلا أن نجاح هذه السياسة يتوقف على توفر مجموعة من الشروط[3]:

1- إتسام الطلب العالمي على المنتجات المحلية للدولة بقدر كاف من المرونة، بحيث يؤدي تخفيض
العملة إلى زيادة أكبر في الطلب العالمي على المنتجات المصدرة من نسبة التخفيض؛

2- ضرورة إتسام العرض المحلي لسلع التصدير بقدر كاف من المرونة، بحيث يستجيب الجهاز الإنتاجي للإرتفاع في الطلب أو الطلب الجديد الناجم عن إرتفاع الصادرات؛

3- ضرورة توفر إستقرار في الأسعار المحلية، وعدم إرتفاعها بعد التخفيض حتى لا ينعكس هذا الإرتفاع في صورة إرتفاع لأسعار تكلفة المنتجات المحلية؛

4- عدم قيام الدول المنافسة الأخرى بإجراءات مماثلة لتخفيض عملاتها مما يزيل الأثر المترتب عن التخفيض؛

5- إستجابة السلع المصدرة للمواصفات، الجودة والمعايير الصحية والأمنية الضرورية للتصدير.

ولكن سعر صرف العملة يظهر من خلال جانبي العرض والطلب، إذا كان التمويل خارجي فإن الإختلال يكون بدرجة كبيرة ويؤدي إلى تصاعد الإختلالات بين الأسعار والتكاليف المحلية وابتعادها على السوق العالمية، وبالتالي إضعاف القدرة التنافسية[4]، وتخفيضها يجب أن يأخذ في الإعتبار مدى تأثير مستوى الأجور الحقيقية في الصناعة في حالة انعكاس إرتفاع أسعار السلع المستوردة سلبا

1- عبد الرحمان المالكي، مرجع سابق، ص 145.
2- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص 110.
3- عبد المجيد قدي، مرجع سابق، ص 134.
4- مدني بن شهيرة، **الإصلاح الاقتصادي وسياسة التشغيل**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 50.

على مستوى التضخم في الإقتصاد، وإذا أدى انخفاض الأجور الحقيقية إلى انخفاض الكفاءة الإنتاجية للعاملين فان المحصلة النهائية ستكون انخفاضا في الرفاهية الاجتماعية أي زيادة الفاقد الصافي لرفاهية المجتمع.

سابعا: سياسات مكافحة الإحتكار (سياسة المنافسة)

إن أكثر الحالات تطرفا في الإقتصاد هي ظاهرة الإحتكار الكامل الذي يمكن أن تصل إليه المنافسة غير الكاملة، من خلال سيطرة منتج أو بائع واحد على سلعة معينة دون وجود بديل لها، وهذا النوع نادر الوجود إلا إذا توقف الأمر على براءة إختراع لمنتج هام، حينها يمكن لدولة أن تعطيه حماية كافية في السوق، تجعله البائع الوحيد طيلة مدة معينة[1]، وهذا الأمر مستحيل لأن الدولة لا تستطيع أن تسمح لمؤسسة أن تفرض سيطرتها التامة داخل نظامها الاقتصادي إلا في حالة واحدة عندما تكون المؤسسة ملك لها والسلعة المنتجة تتعلق بصحة المواطن وأمنه وإستقراره، غير ذلك فإن الدولة تحارب هذه الحالة من خلال سياسات مكافحة الاحتكار التي تتبعها والتي نلخصها في[2] :

1- القوانين أو الأنظمة التي تمنع الإتفاقيات (العلنية أو السرية) الاحتكارية (التواطئية)، بين كل أو بعض منتجي سلعة من أجل السيطرة على سوقها أو تحديد سعرها؛

2- القوانين أو الأنظمة المؤسسة للاندماج بين المؤسسات في صناعة معينة التي يمكن أن ينتج عنها اتجاهات احتكارية في السوق؛

3- القوانين أو الأنظمة التي تنظم احتكار إنتاج بعض السلع خاصة سلع (أو خدمات) الإحتكار الطبيعي التي قد تقتضي ظروف أو تكاليف إنتاجها كتناقص تكاليف الإنتاج بزيادة حجم الإنتاج أن تتولى إقتصاديا إنتاجها منتج واحد، فإن الدولة تتدخل إما بإنتاج السلعة مباشرة أو إعطاء امتياز لمنتج واحد مع الإحتفاظ بحقها في الإشراف على تسعير إنتاجها وكذلك حجم ونوعية إنتاجها (أو خدماتها).

ثامنا: السياسات الحكومية إتجاه الاندماج بين المؤسسات

تقوم كثير من الدول بمراقبة أو تنظيم عمليات الاندماج خوفا من تأثيرها السلبي على مستوى المنافسة في سوق الصناعة، بتقوية الاتجاهات الاحتكارية فيها، وما يترتب على ذلك من إنخفاض رفاهية المستهلكين لصالح المنتجين أو بمعنى آخر زيادة العائد الصافي لرفاهية المجتمع.

1- عبد الرحمان تومي، **الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر**، دار الخلدونية، الجزائر، 2011، ص 199.

2- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 264.

إن الاهتمام بالتأثير النهائي للاندماج على الرفاهية الاجتماعية ينصب على الموازنة بين التضحية التي يمكن أن يتحملها المستهلكون، في حالة إرتفاع سعر السلعة من خلال سيطرة المؤسسة نتيجة الإندماج على سوق السلعة والمنافع المكتسبة من زيادة مستوى الكفاءة الناتجة من انخفاض التكلفة المتوسطة لإنتاج السلعة بسبب الاستفادة من اقتصاديات الحجم أو الحصول على التقنية المتقدمة أو براءات الإختراع أو الإدارة الكفوءة من إحدى الشركات المندمجة أو المستحوذة عليها[1].

كذلك فان تأثير الاندماج على ظروف الدخول إلى السوق، يخلق عوائق أمام المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول إلى الصناعة وبالأخص العوائق المتمثلة في اقتصاديات الحجم والمزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج، يشكل عاملا متناميا مؤثرا في مواقف السلطات المسؤولة عن تنظيم أسواق الصناعة إتجاه الإندماج لذا، فإن الحكم الفاصل في الموافقة على عمليات الإندماج في معظم الدول التي لديها قوانين منظمة لعمليات الاندماج بين المؤسسات في الصناعة، لم يعد منصبا تأثير الاندماج على درجة التركز في الصناعة كمقياس لمدى تأثير الاندماج على الرفاهية الاجتماعية من خلال ارتباط الزيادة في درجة التركز الناتجة عن الاندماج بارتفاع مستوى السيطرة التي تمارسها المؤسسات المندمجة على سوق الصناعة وإنما أصبح يمتد إلى مدى تأثير الاندماج على مستوى المنافسة في السوق من خلال ظروف الدخول إلى الصناعة وأصبح الإتجاه الآن في كثير من هذه الدول هو الأخذ بمعيار المنافسة المحتملة أكثر من معيار درجة التركز للحكم على تأثير الاندماج على سوق الصناعة ليس في حد ذاته مؤشرا كافيا للحكم على درجة المنافسة فيها في الأجل الطويل، و إنما العبرة بمدى قدرة المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول إلى الصناعة لتحقيق ذلك بسهولة وبتكلفة منخفضة، في ظل ظروف الوضع الجديد للسوق بعد الاندماج، وبالتالي مدى استمرارية ظروف المنافسة في السوق التي يمكن أن تنتج عن هذه القدرة.

تاسعا: سياسة التسعير

نقصد بسياسة التسعير السياسة التي تعبر عن دليل فلسفي أو حدث معين يصمم للتأثير وتحديد قرارات التسعير، كذلك تعطي سياسة التسعير مناهج للوصول إلى الأهداف السعرية، من خلال مجموعة من العوامل يستخدم السعر كمتغير فيها تتمثل في[2]:

- طرح منتجات وخدمات جديدة؛
- الظروف الاقتصادية؛

1- نفس المرجع، ص 265.

2- علي عبد الوهاب نجا، **النظرية الاقتصادية الجزئية**، الدار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص 188- 192.

- موقف المؤسسات من المنافسة؛
- مضمون الأهداف السعرية.

وتتدخل الدولة في تحديد سعر بعض السلع بدلا من تركها لقوى العرض والطلب، وقد يكون هذا التدخل للمحافظة على بعض السلع الضرورية بغرض حماية المستهلكين بفرض حد أقصى أو أعلى لثمن السعلة لكي تكون في متناول محدودي الدخل كما هو الحال في السلع التموينية، والعكس قد تتدخل الحكومة بغرض حماية المنتجين وذلك بفرض حد أدني للثمن في أسواق بعض السلع ويمكن التدخل في الحالتين كما يلي[1]:

1) التدخل الحكومي بتحديد حد أقصى للأسعار

في بعض الأحيان تنخفض السلعة المعروضة بسبب التلف وظروف الحرب والأزمات، مما يترتب عليه عدم توفرها (ندرتها)، مما ينعكس ذلك على سعر تلك السلعة بالإرتفاع، الأمر الذي يفرض على الحكومة بالتدخل لوضع حد أعلى للسعر (سقف الأسعار)، ويعرف بالسعر الجبري أو الإلزامي، وهو عادة ما يكون أقل من ثمن التوازن.

2) التدخل الحكومي بتحديد حد أدنى للأسعار

قد تحدث في بعض الظروف وخاصة أوقات الأزمات أن تهبط الأثمان بدرجة كبيرة، لذا تتدخل الحكومة بتحديد حد أدنى لثمن السلعة بغرض حماية دخول وإيرادات المنتجين من الإنخفاض.

أو هو تدخل الحكومة بوضع سعر أعلى من سعر التوازن أو ما يمكن تسميته أرضية سعريه، ويعود السبب في ذلك هو دعم طبقة معينة أو قطاع معين[2].

وتعتبر هذه السياسة من أكثر أدوات السياسات الصناعية تأثرا في قضايا التصنيع نظراً لطبيعتها المباشرة وارتباطها بمسألة القوة الشرائية للدخول والتحكم بحجم الإستهلاك ونمطه، وقد أفلحت هذه السياسات في تكوين جدار حماية للصناعة المحلية، كان تطبيق السياسات السعرية في بعض الحالات له مشكلات أكثر تعقيدًا وهذا راجع في الأساس إلى طبيعة ومنهج التخطيط وقدرة الجهاز الحكومي[3].

عاشرا: سياسة الأسواق المفتوحة

1- عصام حسن السعيدي، **التسويق الترويج السياحي والفندقي**، دار الراية، عمان، الأردن، 2009، ص 66.

2- خالد واصف الوزاني، أحمد حسين الرفاعي، **مبادئ الإقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق**، الطبعة العاشرة، دار وائل، الأردن، 2009، ص ص 94- 96.

3- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص 109.

نظرا لصعوبة تطبيق شروط ثبات إقتصاديات الحجم أو الحد الأدنى للكفاءة الإنتاجية حتى يمكن الوصول إلى المستويات المثلى من الكفاءة التخصصية والداخلية، وغياب الفاقد الصافي لرفاهية المجتمع استطاعت نظرية " الأسواق المفتوحة "* بمفهوم التهديد بالدخول إلى الصناعة أو المنافسة الكامنة للوصول إلى القسط الأكبر من المزايا التي يمكن أن تحققها المنافسة التامة وأهمها انخفاض مستوى الأسعار، من دون الحاجة إلى التضحية بهيكل الصناعة الذي يساهم في إرتفاع مستوى الكفاءة الإنتاجية والمتمثل في المؤسسات ضخمة الحجم التي يمكن أن تستفيد من اقتصاديات الحجم، أي إنخفاض التكلفة المتوسطة كلما ازداد حجم الإنتاج .

تتحقق ظروف السوق المفتوحة عندما تتوفر الشروط الرئيسية الآتية[1]:

1- تشابه تقنية الإنتاج و من ثم تكاليف الإنتاج بين المنتجين للسلعة، مع أن تقنية الإنتاج يمكن أن تشمل حالة تزايد وفورات الحجم (إقتصاديات الحجم)، إلا أن التكاليف المغرقة يجب أن تكون ضئيلة جدا أو معدومة يتيح هذا الشرط للمؤسسات الراغبة في الدخول إلى الصناعة أن تخرج منها بأقل خسارة (أو بدون خسارة)؛

2- يصعب على المؤسسات القائمة بالصناعة تغيير أسعارها بسرعة كافية لحرمان المؤسسات الداخلة إلى الصناعة من جني ثمار الأسعار المرتفعة فيها لتحقيق أرباح؛

3- الإستجابة السريعة من قبل المستهلكين للتغيرات في سعر السلعة؛

4- غياب القيود القانونية أو النظامية التي تحد من دخول المؤسسات إلى الصناعة وأهمها أنظمة الترخيص الصناعي وتكاليف إجراءات الدخول إلى الصناعة.

وفي حالة عدم تحقق شروط السوق المفتوحة بصورة كافية، فإن الدولة مدعوة للتدخل من أجل رفع مستوى المنافسة الكامنة في الصناعة، إن أهم السياسات الحكومية الصناعية اتجاه تحقيق هذا الهدف يمكن تلخيصها في[2]:

أ. إزالة كافة القيود والتنظيمات التي تحد من حرية الدخول إلى الصناعة وجعل الدخول إلى الصناعة من قبل المؤسسات الراغبة في ذلك سهلا وبأقل تكلفة ممكنة؛

ب. المساهمة في تخفيض تكاليف الخروج من الصناعة وأهمها التكاليف المغرقة التي تشكل أهم العوامل التي تحد من حرية خروج المؤسسات من الصناعة ومن ثم رغبتها في

---

* برزت هذه النظرية في كتابات وليم برمول الأخيرة

1- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 269-270.

2- نفس المرجع، ص ص 273-274.

الدخول إلى الصناعة، فكلما كانت التكاليف المغرقة كبيرة أصبحت تكاليف الخروج باهظة، الأمر الذي يضعف من فعالية السوق المفتوحة إلا إذا أمكن تخفيض التكاليف المغرقة.

وهنا تأتي السياسة الحكومية من خلال :

- تقديم القروض الميسرة إلى المؤسسات الراغبة في الدخول إلى الصناعة خاصة الصغيرة

منها مما يخفض من تكاليف التجهيزات الرأسمالية؛

- تخفيض الضريبة على بيع رأس المال المستعمل (أو إعادة بيع رأس المال)؛
- السماح بتطبيق أسلوب الإهتلاك المتسارع لغرض الضريبة، خاصة بالنسبة للمؤسسات

التي تواجه صعوبات في تحقيق أرباح كافية في أول مراحل الإنتاج؛

- إتباع سياسة متساهلة اتجاه عمليات الاندماج أو الاستحواذ التي يمكن أن تسهل بيع المؤسسات الخاسرة ومن ثم تخفيض التكاليف المغرقة، خاصة إذا لم تضر هذه العمليات ببقية شروط السوق المفتوحة؛
- تشجيع دخول المؤسسات التجارية التي تقوم باستيراد وبيع السلعة المنتجة محليا وكذلك الشركات المصدرة للسلعة إلى السوق المحلي في حالة رغبتها في الإستثمار المباشر في الصناعة المحلية، نظرا لأن هذه المؤسسات أقرب لأن تكون قد تملكت جزءا كبيرا من التجهيزات الرأسمالية اللازمة لإنتاج السلعة و من ثم فإنها لا تحتاج إلى إغراق أكبر من رأس المال؛
- مراقبة ومكافحة الترتيبات السرية أو العلنية الرامية إلى تخفيض مستوى المنافسة الكامنة في سوق الصناعة من قبل المؤسسات القائمة بالإنتاج فيها عن طريق التدخل أو التأثير على حرية الدخول أو الخروج من الصناعة بجعل تكاليف الدخول أو الخروج مرتفعة؛

إضافة إلى مساهمة أدوات السياسة الصناعية السابق في تشجيع أو حماية الصناعات الوطنية، فإن مدى مساهمتها في تحقيق أهداف السياسة الحكومية تجاه سوق الصناعة (تحقيق المنافسة، تحقيق الكفاءة الإنتاجية، زيادة معدل النمو.....الخ).

المطلب الثاني: إستراتيجية تنفيذ السياسات الصناعية

بالإضافة للأدوات المذكورة سابقا فإن الدولة تستطيع صياغة السياسة الصناعية ضمن إحدى عشر محورا، شكلت بمجموعها منظومة متكاملة من السياسات تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة وهي:

أولا: السياسات والتشريعات

توفير البيئة التشريعية الملائمة لتحفيز القطاع الصناعي ودعمه، وتشجيعه على تبني الاستراتيجيات الملائمة مثل تطوير المنتجات والإندماج وإحداث الترابط الذي يهدف إلى تعزيز تنافسية الصناعات وأن تكون السياسات الصناعية متناسقة مع السياسات والتشريعات الاقتصادية التي تؤثر على الإستثمار والنشاط الاقتصادي من خلال منظومة مترابطة من السياسات والتشريعات[1].

وتتمثل هذه السياسات والتشريعات في النقاط التالية[2]:

1- مراجعة واستحداث التشريعات المتعلقة بالقطاع الصناعي؛

2- الإستفادة من قانون المنافسة؛

3- تطوير النظام القضائي ليتماشى مع المتغيرات الاقتصادية؛

4- مراجعة قانون الشركات؛

5- تطوير سياسة صناعية وطنية لتقديم الدعم الفني والمالي غير المباشر للصناعات وتعديل قانون الإستثمار؛

6- استحداث قانون خاص بالمسؤولية القانونية للمنتجات؛

7- رفع كفاءة الأسواق وتشجيع عمليات التركز الاقتصادي (الإندماج بين الشركات)؛

8- تعديل قانون المواصفات والمقاييس والاهتمام بالبحث والتطوير؛

9- إستكمال البرنامج الشمولي لإعفاء مدخلات ومستلزمات الإنتاج الصناعي من الرسوم الجمركية.

ثانيا: الإجراءات الحكومية

1- عبير الزاهر، **السياسات والإستراتيجيات الصناعية لدعم قطاع الصناعة في الأردن**، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة القومية حول الصناعات المستقبلية وتطبيقات تقنيات النانو، القاهرة 11-2008/11/12، وزارة الصناعة و التجارة المملكة الأردنية الهاشمية، 2008، ص5.

2- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، **السياسة الصناعية الوطنية**، برنامج دعم الصناعة "2011/2009"، 2008/12/02، ص 8.

تطوير مفهوم الحكومة وأدائها بحيث تكون قادرة على تقديم أفضل الخدمات وأجودها للقطاع الصناعي وبأسرع وقت ممكن وبأعلى درجات الشفافية والمصداقية، وهذه الاجراءات تتمثل في[1]:

1- تطبيق وتوثيق كافة إجراءات العمل في الوزارات والمؤسسات المعنية بالقطاع الصناعي؛

2- تطبيق مبادئ الجودة الشاملة؛

3- تفعيل مفهوم "خدمة المكان الواحد"؛

4- تبني الوزارات والمؤسسات والدوائر الرسمية مفهوم الحكومة الإلكترونية؛

5- إعادة هيكلية الوزارات والمؤسسات المتعاملة مع القطاع الصناعي؛

6- الحد من الإزدواجية في عمل اللجان الرقابية المختلفة على القطاع الصناعي.

ثالثا: البنية التحتية والخدمات المساندة والمعلوماتية

توفير بنية تحتية ملائمة في مختلف مناطق الوطن لتقديم خدمات متميزة للقطاع وتساهم في تسهيل التنافسية وتعزيزها، ويجب أن تتوفر هذه البنية على:

1- الإسراع في تنفيذ مشاريع المدن الصناعية؛

2- الإسراع في تنفيذ المناطق التنموية؛

3- توفير مناخ استثماري جاذب للصناعة؛

4- التركيز على إنشاء مدن صناعية متخصصة؛

5- تعزيز الشراكة مع القطاع الخاص في إدارة المدن الصناعية؛

6- تحديث النظام اللوجيستي؛

7- دعم الصناعة من خلال تأسيس المتنزهات العلمية والتكنولوجية؛

8- تشجيع الجامعات الرسمية والخاصة على إقامة مدن صناعية تقنية؛

9- تطوير شبكة الإتصالات وتوفير أفضل الخدمات وبأسعار مناسبة؛

10- العمل على توفير مستلزمات الإنتاج (ماء، كهرباء، الطاقة)؛

11- إنشاء قاعدة بيانات صناعية مركزية وشاملة.

1- نفس المرجع، ص 8.

رابعا: الدعم الفني والمالي غير المباشر والبحث والتطوير والإبداع

تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية على المستوى المحلي والدولي من خلال تقديم الدعم الفني والمالي غير المباشر للمؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة والناشئة لتمكينها من زيادة الإنتاجية وتحسين الجودة وتخفيض الأسعار[1].

خامسا: تنمية الصادرات

زيادة حجم الصادرات الصناعية بمعدل سنوي للأسواق التقليدية من خلال تبني إستراتيجيات أكثر فاعلية متمثلة في[2]:

1- إجراء دراسات شمولية بهدف إيجاد أسواق جديدة؛

2- إنشاء بيوت تصدير متخصصة من قبل القطاع الخاص؛

3- تنظيم بعثات ترويجية للمنتجات المحلية والمشاركة في المعارض الدولية؛

4- الإستفادة من ميزات تراكم المنشآت التي ستؤهل المنتجات المحلية في الدخول للأسواق المستهدفة.

سادسا: تشجيع الإستثمار

توفير بيئة إستثمارية ملائمة لجذب الإستثمارات الدولية وتأمين أسباب النمو والنجاح والربحية لها والسعي لتحقيق زيادة حجم الإستثمار الكلي الصناعي سنويا عن طريق تبني تشريعات وسياسات استثمارية موجهة ومتماشية مع السياسة الصناعية الوطنية.

سابعا: الموارد البشرية

تبني إستراتيجية الموارد البشرية وإستراتيجية التشغيل، والتعليم في سبيل رفع كفاءة القطاع الصناعي بين مخرجات التعليم العالي والتدريب المهني وبين الاحتياجات الفعلية لسوق العمل.

1- تنفيذ إستراتيجية الموارد البشرية وإستراتيجية التشغيل والتعليم والتدريب المهني والتقني بهدف

2- تطوير الكوادر العاملة في المؤسسات الصناعية؛

3- إعداد المدربين المهنيين؛

4- إعتماد وتفعيل آلية واضحة من أجل شراكة حقيقة بين القطاعين العام والخاص.

1- عبير الزاهر، مرجع سابق، ص 6.

2- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، مرجع سابق، ص8.

ثامنا: البيئة

المحافظة على البيئة (الإنسان، الهواء، المياه، التربة) والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تشجيع المؤسسات الصناعية على الالتزام بالتشريعات والإجراءات والمواصفات البيئية وتبني سياسات وممارسات رفيقة بالبيئة.

تاسعا: المواصفات والمقاييس

رفع مستوى جودة المنتجات المحلية وتعزيز مقدرة الصناعة لإنتاج سلع ذات مواصفات عالية لتحقيق النجاح في التصدير إلى أسواق الصادرات المستهدفة وحماية الأسواق المحلية من السلع المستوردة المقلدة، ولتوضيح أكثر يمكن التطرق إليهم كما يلي[1]:

1) **التقييس**

أ. زيادة تفعيل مشاركة الصناعيين في اللجان الفنية الدولية والوطنية التي تضع المواصفات؛

ب. موائمة القواعد الفنية والمواصفات القياسية مع تلك الخاصة بالدول التي ترتبط مع الدولة باتفاقيات التجارة الحرة.

2) **المطابقة**: نظرا لحصول المختبرات على شهادة المطابقة المعتمدة على مجالات ذات أولوية التصدير.

3) **مسح الأسواق**: وتتم عملية المسح من خلال:

أ. تطبيق الإجراءات المبادرة لمسح الأسواق والرقابة على المصانع؛

ب. تطوير نظام الكتروني لتخزين المعلومات والوثائق المتعلقة بالمنتجات؛

ج. تأسيس مجلس وطني لمسح الأسواق.

4) **المقاييس**

أ. دعم وتطوير المركز الوطني للحفاظ على المعايير الوطنية؛

ب. الإنضمام للمؤسسات الإقليمية والدولية؛

ج. تطبيق الإرشادات الدولية في مجال المقاييس القانونية.

5) **المعلومات**

1- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، مرجع سابق، ص 9.

أ. توفير المعلومات عن المواصفات والقواعد الفنية المحلية في قاعدة البيانات الدولية؛

ب. زيادة وعي الصناعيين وتعزيز معرفتهم بأهم المستجدات والتشريعات الخاصة بالمواصفات والمقاييس؛

ج. تطوير قاعدة البيانات للمواصفات الدولية.

6) الإعتماد

أ. توسيع مجال الاعتماد ليشمل إعتماد الهيئات المانحة لشهادات المطابقة للمنتجات؛

ب. الحصول على إعتراف متعدد الأطراف مع أعضاء منظمات الإعتماد الدولية والإقليمية.

عاشرا: الطاقة

مواجهة ارتفاع كلفة الطاقة والمشتقات النفطية وتذبذب الأسعار على الصناعة وخاصة الصناعات التي يشكل عنصر الطاقة كلفة كبيرة عليها وذلك من خلال توفير بدائل من مصادر الطاقة التي تخفف من مشكلة ارتفاع الطاقة وتقلل الأثر السلبي على البيئة[1].

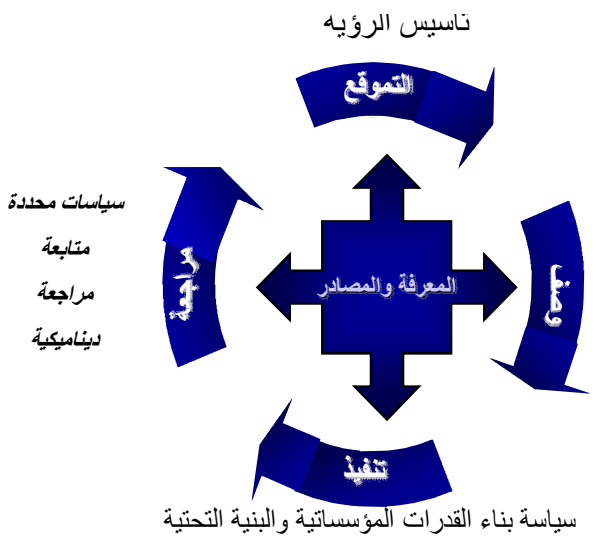
حادي عشر: الشراكة بين القطاعين العام والخاص

تفعيل آلية واضحة من أجل شراكة فاعلة بين القطاعين العام والخاص من خلال متابعة وإعداد السياسات الصناعية وتنفيذها ومتابعة كافة الأمور المتعلقة بالتنمية الصناعية، وتشكيل اللجنة الوطنية للتنمية الصناعية من القطاعين العام والخاص.[2]

المطلب الثالث: عملية صياغة السياسة الصناعية

تشتمل عملية صياغة ووضع السياسة الصناعية على أربع مراحل متتالية كما يوضحه الشكل التالي[3]:

شكل رقم (03): نموذج صياغة السياسات الصناعية



1- التموقع

2- التوجيه

3- التنفيذ

4- المراجعة

1- عبير الزاهر، مرجع سابق، ص

2- عبير الزاهر، مرجع سابق، ص

3- الورقة الخضراء عن السياسات

المصدر: الورقة الخضراء عن السياسات الصناعية في مصر،وحدة دعم السياسات بمركز الصناعة، 2003، ص 14

تتضمن **المرحلة الأولى(التموقع)** عملية التموقع أي القيام بصياغة الرؤية الوطنية، حيث تقرر الأطراف المعنية وأصحاب المصالح الموضع الذي يرغبونه للصناعة في المستقبل.

وبمجرد تحديد هذا الهدف، يتم الانتقال إلى **المرحلة الثانية(التوجيه)** وهي توجيه كافة محركات القدرة التنافسية (الهياكل الصناعية، عادات وأساليب العمل، ونوعية العمالة والتكنولوجيا، وبيئة الأعمال) والوصول بها إلى المستوى الذي يمكن معه تحقيق الهدف المتفق عليه.

وبين المرحلتين الأولى والثانية، يتم إجراء بحوث مكثفة لكافة القضايا الأفقية والرأسية المتضمنة، حتى يتم تحديد المجموعة الملائمة للسياسات الصناعية المتسقة والمتجانسة، والقادرة على تحويل الرؤية الوطنية إلى حقيقة واقعة، وستتم عملية التحويل نفسها من خلال إقامة مؤسسات هيكلية، ثقافية، وتكنولوجية للأداء الصناعي المستدام والتنافسية الدولية.

ثم الإنتقال إلى **المرحلة الثالثة(التنفيذ)** ألا وهي عملية تنفيذ السياسات الصناعية، التي تتطلب لنجاحها وجود هيئة مركزية للتنفيذ من أجل الحفاظ على توافق السياسات، وتجنب تعارض القرارات وتضاربها، أو إهدار وتوازي الجهود.

وتتمثل المرحلة النهائية لعملية صنع السياسات، في مراجعة تنفيذ السياسات الصناعية لتلبية احتياجات المراحل المختلفة للتنمية، ويعكس التدفق الدائري **للمراحل الأربع(المراجعة)** أن عملية صياغة السياسات الصناعية تبعد كل البعد عن كونها عملية إستاتيكية، بل على العكس، فهي عملية ديناميكية وتستدعى في حد ذاتها وجود معلومات ومعارف يتم تحديثها بشكل مستمر، فيما يتعلق بكافة المحاور الصناعية سواء على المستوى المحلى أو الدولي، فضلا عن توفير الموارد اللازمة لتمويل العملية.

ومن المهم الإشارة إلى أن التدفق الدائري لعملية صنع أو صياغة السياسات التي تدعمها المعرفة والموارد، تقوم تلقائيًا بإيجاد آلية لإدارة الأزمات[1].

1- الورقة الخضراء عن السياسة الصناعية في مصر، مرجع سابق، ص ص 14-15.

فالمتابعة والمراجعة المستمرة للسياسات تعني إستيعاب الصدمات الداخلية والخارجية أتوماتيكيًا والتعامل معها في وقتها وبأسلوب نشط وديناميكي.

المطلب الرابع: مبررات تدخل الدولة ومجالاتها

بسبب فشل السوق في تحقيق الأهداف التنموية، يتطلب شروطا إجتماعية وثقافية ومؤسسية بالإضافة للقانونية غالبا ما تكون مفقودة في أغلب الدول، خاصة النامية، كما أن إنتشار الغش والفساد والإحتكار وغياب المنافسة أو ضعفها، لأجل كل هذا عمدت أغلب الحكومات على التدخل في الشأن الاقتصادي، من أجل تبني سياسات تنموية في إطار سياسات صناعية مباشرة أو غير مباشرة.

أولا: مبررات تدخل الدولة

إن الإهتمام بحجم تدخل الدولة ليس مسألة حديثة، وإنما يعود إلى جهود بعض المفكرين، حيث نجد الاقتصاد قد حاول إيجاد العلاقة التي تربط مستوى التطور الاقتصادي بحجم الإنفاق العام فينطلق من مبدأ أن التصنيع يؤدي إلى إرتفاع تدخل الدولة وحصة الإنفاق العام في الدخل الوطني، وبالتالي فإن التصنيع يقود إلى مضاعفة نفقات الإدارات العامة، هياكل قاعدية، تدخل إجتماعي.

لكن جهود هؤلاء المفكرين لم تكن حديثة العهد بل لها خلفية تاريخية، حيث تعود بداية الأفكار المؤكدة على الدور الحكومي في الاقتصاد بداية من المفكرين التجاريين، الذين يدعون إلى تدخل الدولة في النطاق الصناعي والتجاري، ثم جاء التوجه المضاد لذلك من خلال كتابات آدم سميث والذي طرح مبدأ "اليد الخفية" كمبرر لتحرير الأسواق من يد الدولة والذي كان كرد فعل ضد التجاريين، إلا أن أفكار الرأسمالي آدم سميث أدت إلى بروز عدة مذاهب أخرى مضادة له أهمها الماركسية والكنزية في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، وقدمت كل من هذه الجهات أفكار عن أسباب ومبررات تدخل الدولة[1]، ونذكر عدد من المبررات أهمها:

1- يتعين على الحكومة في بداية مرحلة التنمية أن توجه الإستثمارات نحو الإتجاهات التي تشجع الوفورات الخارجية، أي خلق رأسمال اجتماعي مثل الصحة والطاقة والنقل لكي تسهل لظهور نشاطات تجارية وإنتاجية مباشرة، إنطلاقا من بنية تحتية؛

2- الحاجة لتحقيق نوع من الموازنة في معدلات النمو في القطاعات المختلفة، مما يفرض عليها تنظيم وسائل رقابة مادية ونقدية ومالية لهذا الغرض؛[2]

1- مدحت القريشي، **التنمية الاقتصادية – نظريات وسياسات موضوعية**-، دار وائل، عمان، الأردن، 2007، ص 255.

2- نفس المرجع، ص 257.

3- عجز السوق عن إصدار الإشارات السعرية الملائمة عندما تكون هناك آثار خارجية للمشروعات، حيث لا تعكس الأسعار في هذه الحالة التكلفة الحقيقية التي يتحملها المجتمع نتيجة إستخدام الموارد ونفس الأمر في حالة الإحتكار حيث لا تعكس الأسعار الندرة الفعلية للموارد؛

4- عجز السوق عن تحريك الموارد من استخدام لآخر بسبب عدم قدرته الدائمة على تزويد المتعاملين بالمعلومات الكافية عن التوزيع الحالي للموارد من جهة ولعدم قدرتهم أحيانا على استغلال هذه المعلومات سواء للاعتبارات تقنية أو لاعتبارات لها علاقة بالتكاليف؛

5- عدم توفر بعض الأسواق بشكل كافي (واسع وعميق) في الدول النامية، مع ضعف العلاقة القائمة بين أنواع الأسواق ومحدودية طبقة رجال الأعمال[1]؛

6- في حال حدوث خلل في أداء السوق، وما ينجم عن ذلك من حالات فشل يستدعي تدخل الحكومة لمعالجة الخلل الناجم عن وجود إحتكارات، مؤشرات خارجية، السلع العامة، نقص المعلومات؛

7- تتدخل الدولة لضمان توزيع عادل للدخل، وتقليل التفاوت المضر بين فئات المجتمع، وتستخدم الدولة في ذلك سياسة الضرائب، وهيكلة توزيع الخدمات العامة والإنفاق العام؛

8- تتدخل الدولة من خلال سن التشريعات والقوانين المؤسسة للحياة الاقتصادية من أجل توفير البيئة القانونية الملائمة للتنمية والإستثمار؛

9- تتدخل الدولة من أجل العمل على تحقيق الإستقرار الاقتصادي، وذلك عن طريق رسم السياسات الاقتصادية المختلفة وتخطيطها لمواجهة مخاطر البطالة والتضخم وتحقيق الأهداف العامة للنمو الاقتصادي[2].

ويستند تدخل الدولة إلى السعي نحو السيطرة في بعض الحالات على المقاربة النشطة والتخطيطية للسياسات الصناعية، حيث تقوم بعض الحكومات بتأسيس وتملك وإدارة بعض المؤسسات الصناعية التي تنتج السلع والخدمات.

ثانيا: مجالات تدخل الدولة

1- بلمقدم م، بوشعور ر، **ماهية السياسة الاقتصادية و ضرورة استقلالية السلطة النقدية**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الاقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004، ص 5.

2- عزمي لطفي محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 8.

إن للدولة مجالات عمل كثيرة ومتعددة لا يمكن لغيرها أن يقوم بها لكي تساهم في عملية التنمية الاقتصادية وتصحيح النظام الهيكلي للاقتصاد ككل، من خلال نجاح سياساتها الصناعية المتخذة من أجل ذلك، لابد لها من بعض التعديلات الأولية الناتجة عن تدخلها في بعض المجالات قبل تطبيق سياساتها الصناعية ومن أجل ضمان نجاحها، وأهم المجالات التي يجب على الدولة التدخل من أجل تهيئتها هي[1]:

1- التغيرات في الإطار المؤسسي: يجرى التأكد هنا على ضرورة العمل لتغيير مواقف الأفراد وقيمهم الاجتماعية والثقافية في البلدان النامية؛

2- التغيرات التنظيمية: وتشمل توسيع السوق الداخلي، من خلال تطوير وسائل النقل والاتصالات وكذلك تنظيم سوق العمل، وتطوير المؤسسات المالية التي تعمل على توسيع الزراعة والصناعة وغيرها؛

3- تطوير البنى التحتية الاقتصادية والاجتماعية: فالحاجة إلى الخدمات الأساسية مثل السكك الحديدية والنقل البري والاتصالات والطاقة بمختلف أنواعها هي ضرورية جدا للتنمية، وأن تطويرها يحتاج إلى إستثمارات ضخمة تفوق قدرة القطاع الخاص، بالإضافة لذلك فتطبيق السياسات الصناعية في الحياة الاقتصادية في حاجة ماسة لتطوير مجال التعليم لتوفير المورد البشري المؤهل والقدرة على صياغة هذه السياسات؛

4- في مجال توسيع التجارة الخارجية يتعين على الحكومة تشجيع الصادرات لتحقيق التوازن في الميزان التجاري وميزان المدفوعات وتوسيع السوق،

5- وفي مجال السياسات المالية والنقدية يتعين على الحكومة إتباع سياسات مناسبة لإزالة الاختناقات ومعالجة المشكلات الاقتصادية كالبطالة والتضخم وتخفيض تكلفة الائتمان؛

6- أما في ما يخص المواد الأولية يجب على الحكومة تطويرها من خلال القيام بمسوحات للموارد ورسم السياسات الملائمة لإستغلالها بأقل التكاليف لتسهيل إقامة صناعات.

ومن بين الخلاصات حول السياسات الصناعية الواقعية والمستندة إلى الأدلة والتي تدار بطريقة توافقية هي أساس لتحقيق الفعالية، بغض النظر عن الأدوات المحددة الملموسة والمستخدمة، ويجب على صانعي هذه السياسات أن يراعوا النقاط التالية[2]:

1- مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 258.

2- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، مرجع سابق، ص 24.

- يجب إستخدام النظام السياسي وليس التنازع معه، فأحد حقائق الحياة السياسية هي أنه لا يتم التكفل بأي سياسات ما لم تحظ بموافقة من هم في السلطة؛
- تعزيز القيادة السياسية من خلال وضع جدول أعمال للتحويل الوطني بهدف إقامة ورعاية الأنشطة الإنتاجية وتحقيق مزيد من التقدم التكنولوجي؛
- تشجيع الحوار بين القطاعيين العام والخاص، مما يساعد في تصميم التدخلات التي تعتمد على معرفة الخبراء في القطاع الخاص وكذلك أصحاب المصلحة؛
- تعزيز قدرات إدارة السياسات الصناعية بين الجهات الفاعلة الرئيسية.

الخلاصـــــــــــــــــــــــة

وخلاصة القول مما تقدم يتبين لنا أن الغرض من السياسات الصناعية هو تحديد مسار الإجراء اللازم لدعم تحقيق الأهداف الإنمائية التي تعتمد على أداء قطاعي التصنيع والصناعة، ويجري عادة تبرير السياسة الصناعية، على أساس أن حالات الإخفاق في الأسواق تعوق التشغيل السليم للأسواق الحرة وتمنع قدرة البلدان على بلوغ أهداف التنمية، لذا تدخل الدولة له ضرورة ملحة للوصول إلى تنمية اقتصادية عالية المستوى و لقد تم التوصل من خلال هذا الفصل مجموعة من النقاط وهي:

- إن الدولة عبارة عن مشروع سياسي ذو طابع مؤسساتي تتطلع إدارته لنجاح، ومجرد وظيفة للنظام الاجتماعي ظهرت بطريقة تطويرية في جميع أنماط المجتمعات؛
- تقوم الدولة بتطبق كل تدخلاتها سواء لصالح قطاع معين أو كل القطاعات من خلال وضعها خطط إستراتيجية تدخل ضمن السياسات الصناعية؛
- السياسات الصناعية هي من أهم أقسام السياسات الاقتصادية بحيث أنها تنتمي إلى السياسات الهيكلية؛

- إن تدخل الحكومات ضروري للتغلب على حالات إخفاق الأسواق، لإتاحة مزيد من المنافسة العادلة والشفافة؛
- المشروعات الصناعية هي خلايا تتكون منها أي خطة للتنمية الصناعية، وبالتالي فإنه يجب تهيئة البيئة الملائمة لنشأة وتطوير هذه المشروعات من الأهداف العليا التي تسعى أي دولة إلى تحقيقها، فمعظم العناصر المكونة لهذه البيئة تقع داخل مجال الصلاحيات التي تستطيع الدولة التحكم بها، وتوجيهها، وترشيدها، ومراقبتها بشكل مباشر أو غير مباشر؛
- تتدخل الدولة بواسطة سياساتها وذلك لتأثير في عدة مجالات سواء اقتصادية أو إجتماعية...إلخ؛
- هناك من المفكرين الاقتصاديين من ينادي بأن يكون دور الدولة قياديا وفعالا من خلال السياسات الصناعية خاصة في المراحل الأولى لتأسيس الدولة وإستقلالها بشكل عام؛
- ضرورة وجود طريقة تفكير إستراتيجية بشأن صياغة سياسة صناعية سواء كانت سياسة مباشرة (عمودية) التي تمس القطاع بصورة مباشرة أم سياسة غير مباشرة (أفقية).

إن كل ما توصل إليه المفكرين الاقتصاديين في مجال السياسات الصناعية وكيفية سعي الدولة لتطوير اقتصادها بالتدخل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، لكن هذا التدخل تؤثر به في هياكل القطاعات الأخرى سواء دعمها أوحمايتها، لذا فإنه لابد أن نقوم بدراسة هيكل الصناعة لمعرفة ما هي محدداته وأنواعه لأنه يعتبر المتغير التابع في هذه الدراسة.

الفصل الثاني

تحليل هيكل الصناعة

تمهيد:

يعتبر القطاع الصناعي من أهم القطاعات الاقتصادية لما له من دور هام في التنمية الاقتصادية لذلك تسعى معظم الدول سواء المتقدمة أو النامية لتنظيم اقتصادها ومعرفة كل كبيرة وصغيرة عنه، وهذا من خلال معرفة الهيكل الصناعي لكل قطاع من القطاعات الاقتصادية، حيث إذا أرادت أي دولة أن تتعرف على مدى نجاح وتطور صناعة معينة فإنها تتطرق لهيكلها الصناعي ودراسة محددات الهيكل المعني من خلال معرفة درجة تركز المؤسسات فيه وكذلك العوائق القانونية والتنظيمية والإستراتيجية داخل الهيكل، بالإضافة لتميز المنتجات الموجودة به.

لكن لكل هيكل صناعي أشكال تحددها مستوى المنافسة الموجودة داخل السوق لتلك الصناعة، سواء إذا كان هيكل منافسة كاملة أو منافسة إحتكارية أو إحتكار تام، ومن خلال هذا الفصل سيتم التطرق لجوانب الهيكل الصناعي مع شرح كيفية معرفة كفاءته ونوعيته وغيرها من المتغيرات المتعلقة به ولتسهيل الدراسة وربط المعلومات تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث نقاط أساسية هي:

المبحث الأول: لمحة حول الصناعة؛

المبحث الثاني: ماهية هيكل الصناعة؛

المبحث الثالث: أشكال هيكل الصناعة.

المبحث الأول: لمحة حول الصناعة

تؤدي الصناعات دوراً أساسياً في النمو الاقتصادي من خلال نمو القطاعات الاقتصادية المتنوعة والمختلفة، إنطلاقا من قوى الدفع الأمامية والخلفية، حيث أن الصناعة تعمل على تحقيق التشابك الاقتصادي بين الأنشطة من جهة وربط القطاعات الصناعية ببعضها البعض من جهة أخرى، بالإضافة إلى إنشاء هياكل صناعية متنوعة.

المطلب الأول: ماهية الصناعة

تعد الصناعة أساس الاقتصاد لكل بلد من بلدان العالم، فالصناعة عملية معقدة تمتد جذورها إلى بنية المجتمع وتؤثر في تركيبه الحضاري والمادي بما يؤدي إلى تطوره اقتصاديا واجتماعيا وعمرانيا، وفي الوقت نفسه تتأثر الصناعة بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لذلك المجتمع.

أولا: مفهوم الصناعة

تعتبر الصناعة بمعناها الواسع تغيير في شكل المواد الخام لزيادة قيمتها، وجعلها أكثر ملائمة لحاجات الإنسان ومتطلباته، وعرفها شارلز وجاريث جونز على أنها "مجموعة من المؤسسات تقدم منتجات أو خدمات يمكن أن تمثل بدائل لبعضها البعض، وهذه البدائل عبارة عن منتجات أو خدمات تؤدي إلى إشباع الحاجات الأساسية لنفس المستهلك".[1]

وقد أعطى مالك بن نبي مفهوم للصناعة على أنها ذالك النشاط الإنساني غير الفلاح الذي يسعى إلى إنتاج أو إحداث تعديل على الأشياء والمواد بهدف تحقيق غاية ما، حيث تشمل جميع الفنون والمهن والقدرات وتطبيقات العلوم المختلفة، فهي جميعها تدخل في مفهوم الصناعة[2] .

إذا فالصناعة "هي فروع النشاط الإقتصادي التي تتولى القيام بتحويل المواد الأولية الزراعية والخامات المعدنية وغيرها من الموارد الطبيعية من شكلها الخام أو البسيط إلى منتجات أرقى قابلة للتداول، تلبي حاجات الإنسان في الإنتاج والإستهلاك والإستثمار"[3].

وإذا أريد بالصناعة أن تسهم بفعالية في تطوير المجتمع ونموه، فإنه يفترض تبني خطة التصنيع على أساس الاستغلال الأمثل للموارد والإمكانيات المتاحة في الدولة[4].

1- شارلز وجاريث جونز، **الإدارة الإستراتيجية (مدخل متكامل)**، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، الجزء الأول، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2001، ص131.

2- مالك بن نبي، **مشكلة الثقافة**، دار الفكر، دمشق، بدون سنة نشر، ص121.

3- مختار بن هنية، **إستراتيجيات وسياسات التنمية الصناعية حالة البلدان المغاربية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008/2007، ص5.

4- كامل كاظم، بشير الكناني، **الموقع الصناعي وسياسات التنمية المكانية**، دار صفاء، عمان، الأردن، 2002، ص 11.

فالنشاط الصناعي يؤمن إنتاج السلع والخدمات واستغلال الثروات المادية والبشرية لإشباع حاجات المجتمع ضمن مجالات الإنتاج والاستهلاك والتشغيل، ويعتبر قطاع الصناعة قطاعا محركا لخطط التنمية وخاصة في البلدان النامية[1].

مما سبق يمكن القول أن الصناعة هي فنيات التحكم في الأعمال ضمن أنشطة الحياة المختلفة وبكلمة مختصرة هي فن الوجود الإنساني وتحسين نوعيته في ميادينه المختلفة والمتنوعة، أو يمكن القول أنها تلك الوحدات الإنتاجية التي تنتج سلعة ذات مواصفات موحدة، تؤدي إلى منتج ذو مواصفات واحدة أو منتج متنوع، كما ترتبط الصناعة باكتشاف وإنتاج وتوفير مستلزمات الإنتاج الوسيط والنهائي اللازم لتوفير إحتياجات المجتمع لأغراض الاستهلاك المحلي ولأغراض التصدير.

ثانيا: نشأة الصناعة

ويرجع نشوء وتطور الصناعة إلى فترات تاريخية طويلة، أي منذ بداية تكوين المجتمعات، ثم تطورت لتصل في العصور الحديثة إلى ما هي عليه، وقد مرت بعدة مراحل أهمها[2]:

1) **مرحلة الصناعة المنزلية**: والمتعلقة بالأعمال المنزلية ليست معدة للتجارة بل للاستهلاك المنزلي؛
2) **مرحلة الحرفية**: هي مكملة للمرحلة السابقة، حيث تحول بعض المنتجين المنزليين إلى حرفيين؛
3) **مرحلة التعاونية الرأسمالية البسيطة**: بدأ فيها العمل في الورش، التي تجمع عددا من العمال الحرفيين لقاء أجر معين؛
4) **مرحلة المشغل الرأسمالي**: في هذه المرحلة تم تمثيل الشكل التنظيمي الأساسي للإنتاج الرأسمالي، حيث يقوم رب العمل باستخدام عدد كبير من العمال في عدد من المشاغل؛
5) **مرحلة الصناعة الآلية**: شهدت هذه المرحلة دخول أنواع جديدة من الآلات والمكائن بعد الثورة الصناعية، والتي جاءت على خلفية التطور الهائل والتقدم العلمي والتكنولوجي، وفي هذه المرحلة أيضاً تم الانتقال من الصناعات الخفيفة إلى الصناعات الثقيلة.

إذا الصناعة هي عملية تحويل شكل المادة من مواد أولية غير قابلة للإستهلاك، إلى شكل نهائي قابل للإستهلاك.

1- بهيج شعبان، **جغرافية العالم الصناعية**، المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،1992، ص5.

2- زينة علاء يونس الطائي، **محاضرات في مادة: اقتصاد صناعي**، كلية الإدارة والاقتصاد، الآكاديمية العربية، الدنمارك، ص ص3-4.

المطلب الثاني: أنواع الصناعة

لقد تطورت الصناعة عبر مراحل حسب إحتياجات الإنسان إلى أن أصبحت مصدر للتجارة والتبادل مثلما جاء في كتابات آدم سميث أن الإنتاج هو مصدر إغناء الأمم، ولكن مفهومها وأهميتها تطور مع تطور الأفكار عبر المذاهب الاقتصادية ليشمل الصناعة ككل، وأصبح لها دورا أساسيا في عملية تطوير الاقتصاد من جميع المجالات، لذا تعددت الصناعات وتنوعت نظرا للتطور التكنولوجي والبحث العلمي في مختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية، لهذا نجد أن هناك من يصنفها على أساس نوعية الصناعة وهناك من يصنفها على أساس حجم المؤسسة، أو سهولة وصعوبة الدخول.

أولا: من حيث نوعية الصناعة

ويهتم هذا الجانب من التصنيف بنوعية المنتوج المقدم، ولها أربعة أنواع رئيسية هي[1]:

1) **صناعات تحليلية**

هي تلك الصناعات التي تعتمد على تحليل المادة الأصلية إلى مواد جديدة، عن طريق التركيب الكيماوي أو التركيز أو الخلط بمواد أخرى، وتشمل "الأسمدة، الأدوية والأحماض والبتروكيماوية التي تتمثل في تكرير البترول ومشتقاته كالألياف، المطاط،.....الخ".

2) **الصناعات الإستخراجية**

عبارة عن صناعات تهتم باستخراج الخامات من باطن الأرض أو من على ظهرها، وتشمل مراحل الكشف، ثم الاستخراج، ثم التركيز وفصل المواد الغريبة ومن أمثلتها استخراج الفحم من المناجم.

3) **الصناعات التجميعية**

وهي تلك الصناعات التي تقوم على أساس تجميع أجزاء معينة لتكون منتجاً نهائيا.

4) **الصناعات التحويلية**

1- إياد حمـــاد، **دور الصناعة التحويلية في النمو الاقتصادي**، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2009/2008، ص5.

تتمثل في تلك الصناعات التي تقوم على أساس تحويل شكل المادة الخام إلى شكل آخر مختلف تماماً من حيث الخصائص وطبيعة المادة الأصلية مثل صناعة الورق.

ولقد عرفها مركز الإحصاء الفلسطيني بأنها "هي الصناعة التي تقوم بتصنيع المواد الخام وتحويلها إلى سلع نهائية"[1].

والصناعة بمعناها الواسع هي التغيير في شكل المواد الخام لزيادة قيمتها، وجعلها أكثر ملائمة للحاجات الإنسان ومتطلباته، وتبرز أهمية الصناعة: في كونها ترفع من مستوى معيشة الشعوب بما تدره من مال وما توفره من رفاهية للإنسان بمقتنياتها المختلفة، وكذلك هي وسيلة مهمة لامتصاص الأيدي العاملة الزائدة، بالإضافة للمساهمة في تطوير النشاطات الاقتصادية الأخرى، كالزراعة والنقل، الصحة.

ثانيا: من حيث حجم المؤسسة

لا يوجد تعريف موحد وشامل للصناعات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة للكبيرة، حيث أن هناك العديد من الطرق التي يمكن أن يتم بها تعريف الصناعات الصغيرة وذلك بالاعتماد على البيئة التي تعمل فيها تلك الصناعات. أكثر المعايير استخداماً لغرض تصنيف الصناعات هي المعايير الكمية والتي تشمل الأصول الثابتة، الأيدي العاملة، المبيعات، ورأس المال[2]، حيث يمكن عرض مجموعة من التعاريف لأنواع من المؤسسات الصناعية حسب حجمها في القانون الجزائري[3]:

1) الصناعات المصغرة

هي تلك المؤسسات الصناعية التي تشغل بين 01–09 عمال ولها رقم أعمال اقل من 200 مليون دينار جزائري؛

2) الصناعات الصغيرة

تعرف على أنها تلك المؤسسات الصناعية التي تشغل مابين 10– 49 عاملا، ولها رقم أعمال لا يتجاوز 200 مليون دينار جزائري؛

3) الصناعات المتوسطة

1- ماجد حسن هنية، **دراسة تطبيقية على قطاع الصناعات الخشبية في قطاع غزة**، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية – غزة، كلية التجارة، 2005، ص49.

2- عبدالله بن حمد الصليع، **الصناعات الصغيرة في المملكة العربية السعودية**، جامعة الملك سعود، السعودية،2001، ص ص 9-10.

3- عبد المجيد قدي، **المؤسسة الصغيرة والمتوسطة والمناخ الاستثماري**،الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الاقتصاد، جامعة الأغواط، الجزائر، ابريل 2002، ص4.

هي تلك الصناعات التي تشغل ما بين 50–250 عاملا، ويتراوح رقم أعمالها بين 200 مليون دينار ومليار دينار جزائري؛

4) الصناعات الكبيرة

تشغل الصناعة الكبيرة أكثر من 250 عاملا، ويفوق رقم أعمالها مليار دينار جزائري.

ثالثا: حسب صعوبة وسهولة الدخول إلى السوق

لقد قسم **BAIN** الصناعات إلى أربعة أصناف وفقا لدرجة سهولة الدخول إلى السوق، وهي على النحو التالي[1]:

1) صناعات سهلة الدخول

وهي الصناعات التي لا يوجد فيها منافس قائم أو محتمل له ميزة جوهرية في التكلفة على المنافسين الآخرين، لكن أي محاولة من قبل البعض لتحقيق أرباح غير عادية والاستمرار معها لفترة طويلة تنتهي بالفشل.

2) صناعات بها عوائق غير فعالة للدخول

وهي صناعات تحقق فيها المؤسسات القائمة أرباحا غير عادية نتيجة لمزايا في التكلفة تتمتع بها عند أسعار منخفضة تمنع الدخول، ولكن المكاسب التي يمكن تحقيقها في الأجل الطويل من منع الدخول أقل من العوائد المضحى بها في الوقت الحاضر نتيجة لإتباع سياسة الأسعار المنخفضة.

3) صناعات بها عوائق فعالة للدخول

وتختلف هذه الصناعات عن سابقتها في كون المكاسب طويلة الأجل التي يمكن تحقيقها من وراء منع الدخول أكبر من العوائد المضحى بها في الأجل القصير نتيجة لانتهاج سياسة الأسعار المنخفضة.

4) صناعات ممنوعة الدخول

هي الصناعات التي يكون السعر الذي يعظم الربح فيها في الأجل القصير منخفضا بدرجة لا تغري أي مؤسسات جديدة بالدخول، لاحتمال تحقيقها خسائر بصفة مستمرة في الأجل الطويل.

المطلب الثالث: مقومات الصناعة ومعوقاتها

1- يحيى فريك، **إستراتيجية التكامل العمودي في الصناعة دراسة حالة مجمع صيدال**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر – بسكرة -، الجزائر، 2012/2011، ص 91.

نظرا للأهمية التي تحضى بها الصناعة في كل دولة، لأنها تعتبر الأساس لأي إقتصاد في العالم ومهما إختلفت في نوعها سواء الإستعمالي أو الإنتاجي، إلا أنه يجب على كل دولة أن تطورها من خلال المقومات المتوفرة أو إستيرادها، وحل مشاكلها ومعوقاتها، بالإضافة لحمايتها من المنافسة خاصة إذا كانت هذه الصناعة ناشئة مثلما هي عليه في الدول النامية.

أولا: مقومات الصناعة

تسعى معظم الدول خاصة النامية لتطوير صناعتها، من خلال المقومات المتوفرة لديها أو إستيراد هذه المقومات لأنها الأساس لقيام أي صناعة وتتمثل أهم هذه المقومات في[1]:

1) **رأس المال**

تستخدم الصناعات الحديثة آلات معقدة عالية التكاليف، كما تستخدم كميات ضخمة من الوقود وأعداد كبيرة من العمال، وكل ذلك يستدعي رأس مال كبير، الذي يتوفر في بعض الدول ويقل في أخرى ويمكن أن ينتقل من دولة إلى أخرى إذا توفرت لأصحابه ضمانات كافية وأرباح مغرية.

2) **المواد الخام**: وهي تلك المواد الأولى التي تغير الصناعة من شكلها الأصلي، لتلائم حاجات الإنسان ومتطلباته وتنقسم إلى:

أ- مواد خام نباتية: مثل الأخشاب، القطن، المطاط، قصب السكر، والقمح...إلخ؛

ب- مواد خام حيوانية: مثل الجلود، الأصواف، الألبان، واللحوم؛

ج- مواد خام معدنية: مثل الحديد، النحاس، الذهب، وغير ذلك.

ويمكن أن تكون بعض الصناعات مواد خام للصناعات أخرى أكثر تطوراً، وهي ما يطلق عليها بالمواد نصف المصنعة كالزيوت، والخيوط النسيجية، وكتل الحديد، ومشتقات النفط الناتجة عن التكرير وغير ذلك. وتوفر المواد الخام وانخفاض أثمانها، وتنوعها، وسهولة استغلالها دور كبيرفي قيام الصناعة.

3) **القوى المحركة**: تعد عصب الصناعة الحديثة، وخاصة الفحم، النفط، والطاقة المائية، وتختلف الصناعات من حيث استهلاكها لموارد الطاقة، وكذلك مدى ارتباطها بمناطق هذه الموارد، فالفحم- مثلاً- تركزت حوله مصانع الحديد، والصلب في أوروبا نتيجة لثقل وزنه وصعوبة نقله، على عكس النفط الذي يمكن نقله بسهولة فلذلك لم يؤثر على إعادة توزيع المناطق الصناعية. وتقدر القوى

1- إياد حماد، مرجع سابق، ص6.

المحركة، والوقود المستخدم في العالم حالياً على النحو التالي:الفحم 50%، والنفط ومشتقاته 42%، القوى الأخرى (8%).

4) **الأيدي العاملة**: إن توفر الأيدي العاملة من أهم العوامل التي تساعد على نجاح الصناعة وتطورها، ومع ذلك فإنه بالإمكان هجرة الأيدي العاملة من منطقة إلى أخرى إذا كانت الأجور مرتفعة ومغرية، وتأثير الأيدي العاملة في الصناعة يتمثل في مدى توفرها من الناحية العددية ومن حيث المهارة الفنية، واختيار موقع الصناعة في مناطق العمال يوفر على أصحاب المصانع تكاليف معيشة العمل.

5) **الأسواق**: كل صناعة تعمل من أجل توفير الحاجات الاستهلاكية لسكان البلد الموجودة فيه أولاً ثم لسكان البلدان المجاورة والبعيدة، ولكي تستمر الصناعة في الإنتاج لابد من تسويقه، لتستخدم أثمان بيعها في شراء الخامات، ودفع الأجور، وضمان الأرباح لأصحاب رؤوس الأموال، ولابد من مراعاة (حجم السوق ونوعية المشترين، وأذواقهم) من أجل ضمان نجاح عملية التسويق خاصة في الصناعات الاستهلاكية.

6) **وسائل النقل والمواصلات**: تعتمد الصناعة الحديثة اعتماداً كبيرا على توفر وسائل النقل، وسرعتها، ورخص تكاليفها، لتتمكن من الحصول على الخامات والوقود، أو لتصريف الإنتاج، ذلك أن الخامات والسوق قد يبتعدان عن بعضهما وعن مراكز الصناعة في كثير من الحالات، مما يجعل التقليل من تكاليف النقل عملية ضرورية لخفض تكاليف الإنتاج، وهكذا أصبحت وسائل النقل، والمواصلات الحديثة دعامة أساسية للتطور الصناعي خاصة في عالم تزداد فيه المنافسة لتقديم منتجات جيدة بسعر منخفض.

ثانيا: معوقات التصنيع

أصبح واضحا أن مناخ النظام الاقتصاد العالمي يؤثر تأثيرا كبيرا على التقدم الصناعي في الدول النامية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ويكون هذا التأثير كعائق عن طريق[1]:

1) **الممارسات التجارية**

إن أسلوب الحماية الذي تتخذه الدول المتقدمة في تعاملاتها التجارية خاصة فرض التعريفات الجمركية، التي تؤثر سلبا على مستقبل التصنيع بالدول النامية، وطرق الحماية هي:

أ- رفع قيمة التعريفة الجمركية بحيث يرتفع سعر المنتج المستورد؛

ب- تحديد الحصص الإستيرادية؛

1- محمد زوزي، **تجربة القطاع الصناعي الخاص ودوره في التنمية الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة ولاية غرداية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-، الجزائر، 2010/2009، ص ص 15– 16.

ج- التصاريح بحيث يمكن التحكم في معدلات الإستيراد؛

د- التشديد في مواصفات البضائع المصدرة.

2) المؤسسات المتعددة الجنسيات

تؤدي هذه المؤسسات دورا كبيرا في تنمية الصناعة أو إعاقتها، لأن لهذه المؤسسات من القوة ما يمكنها من التأثير على السياسات الإقتصادية للدول النامية، ذلك عن طريق الإتفاقيات السياسية، أو ممارسة الضغوطات من قبل الدول التابعة لها.

3) الإعانات والاتفاقيات التجارية

فالعديد من الدول النامية ولاسيما الدول الصغيرة تتلقى الإعانات من أجل إقامة المشروعات الصناعية، ويكون دور هذه الإعانات عائقا لعملية التنمية في هذه الدول لسببين هما:

أ- **السبب الأول:** هو مجموعة الشروط التي تفرضها الدول المقدمة للمعونات، قد تصل إلى المساس باستقلال وسيادة الدولة ككل؛

ب- **السبب الثاني:** يكون في حالة عدم استغلال هذه المساعدات لدعم عملية التنمية.

4) تذبذب أسعار الصادرات

إن تذبذب أسعار الصادرات المصنعة من طرف الدول النامية وبالتالي تدني العائد من هذه الصادرات، ويعود لارتباط تقويم صادرات الدولة النامية بالعملات الأجنبية، إضافة لنظام الحماية الذي تفرضه الدول المصنعة على صادرات الدول النامية، لأنه عند ارتفاع أسعار هذه المنتجات ينتعش اقتصاد هذه الدول وتزداد القدرة على التصنيع، ويحدث العكس في حالة انخفاض أسعار تلك المنتجات.

5) القروض الأجنبية

من مفهومها الظاهري أن هذه القروض تدعم إقتصاديات الدول النامية، إلا أن زيادتها في العقد الأخير زيادة باهضة أدى إلى آثار عكسية على عملية التصنيع، حيث تراجعت المشاريع بسبب عجز هذه الدول على سداد أعباء الديون.

إضافة للعوامل الخارجية هناك العديد من العوامل الداخلية التي تقف حجرة عثرة أمام التطور الصناعي في البلدان النامية، منها[1]:

ضعف كفاءة اليد العاملة ونقص الخبرات الفنية القادرة على تحمل عبأ التصنيع، ويرجع إلى:

أ- صعوبة تكيف اليد العاملة القادمة من الزراعة مع أساليب التصنيع الغريبة عنه؛

1- نفس المرجع، ص 16.

ب-إن أغلب المؤسسات التعليمية في الدول النامية لازالت تعتمد على الأساليب القديمة في التدريس والتكوين، إضافة لنقص للمخابر العلمية التي تساهم في التطوير والابتكار؛

ج- ضعف المنافسة أو انعدامها، والتي تعد عنصرا مهما يساعد على الرفع من القدرات الإنتاجية للمؤسسات الصناعية، إلى جانب تحسين أدائها والعمل على استعمال التكنولوجيات الحديثة من أجل تحسين الإنتاج والرفع من جودته؛

د- التدخل المفرط للدولة، سواء كمنافس للقطاع الخاص أو سن القوانين والتشريعات التي تقيد حركته ومنح المميزات للقطاع العام الذي اثبت فشله في العديد من الدول المتخلفة؛

ه- استعمال تكنولوجيات قديمة في الإنتاج، أو متطورة يصعب التحكم فيها مما يؤدي في أغلب الأحيان إلى ارتفاع تكلفة الإنتاج، وبالتالي عدم قدرة المنتجات المحلية على منافسة الأجنبية.

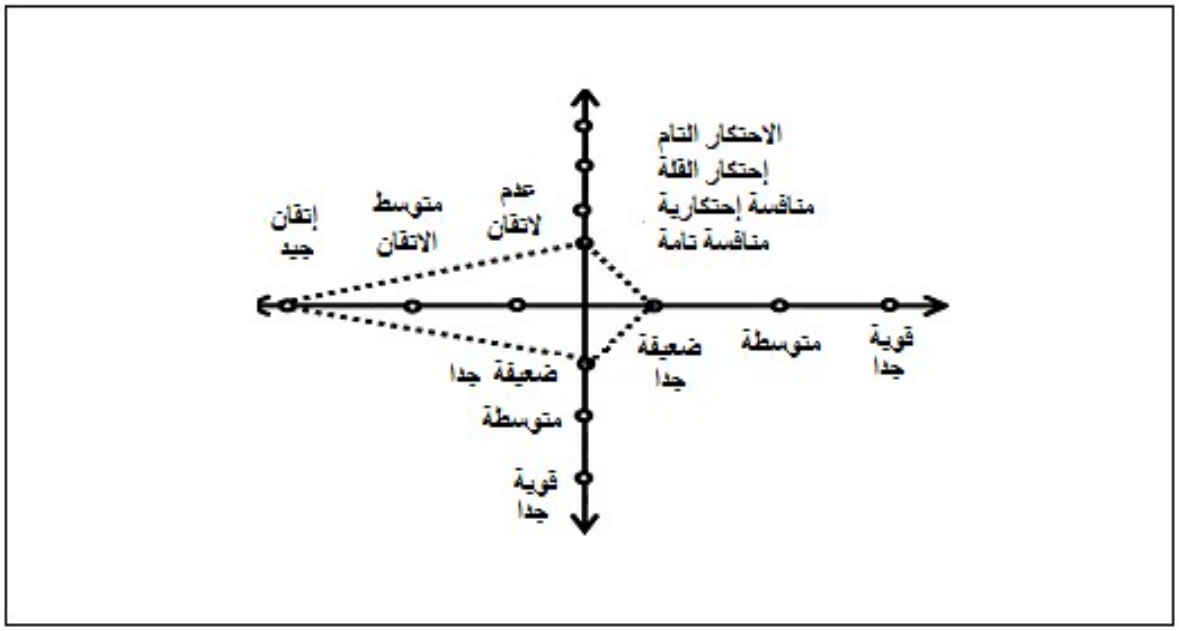
المبحث الثاني: ماهية هيكل الصناعة

يعتبر هيكل الصناعة حاليا مركز اهتمام المؤسسات الصناعية، حيث في إطاره تقوم بصياغة وتنفيذ إستراتيجيتها التنافسية، ولقد ساهمت عدة دراسات اقتصادية في تقديم عدة مفاهيم وأدوات تتعلق من جهة بتحليل الصناعة من حيث الشكل والهيكل، ومن جهة أخرى بتقديم مجموعة من الاستراتيجيات التنافسية خاصة فيما يتعلق بعوائق الدخول والخروج من الصناعة، والتي تشكل إلى جانب كل من تركيز الصناعة وتمييز المنتج وتكامل العناصر الأساسية لهيكل الصناعة[1]، كما هو مبين في الشكل التالي:

شكل رقم (04): محددات هيكل الصناعة

1- نذير مياح، وليد صايفي، **نحو طرح تركيبي لهيكل صناعي مبدئي مبني على رؤى مقاصد الشريعة الإسلامية**، مجلة الواحات والدراسات، العدد 12، 2011، ص 2.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: نذير مياح و وليد صايفي، نحو طرح تركيب هيكل صناعي مبدئي مبني على رؤى مقاصد الشريعة الإسلامية، مجلة الواحات والدراسات العدد 12 (2011)، ص14.



إن مجموع المؤسسات التي تنشط في نفس المجال وتنتج منتجات متشابهة وبديلة لبعضها البعض هي تكون هيكل صناعي، والذي بدوه له أربع محددات مبينة في الشكل وهذه المحددات لكل منها ثلاث حالات سواء من حيث القوة أو الإتقان، أو درجة المنافسة.

المطلب الأول: مفهوم هيكل الصناعة

يستعمل مصطلح هيكل الصناعة للدلالة على الظروف البيئية التي تعمل في ظلها المؤسسات التي تنتمي إلى الصناعة والتي يمكن أن يكون لها تأثير ملموس على سلوك هذه المؤسسات ومن ثم أدائها في المستقبل، ويتعلق مفهوم هيكل الصناعة، بالتعريف للخواص التركيب البنائي للأسواق التي تعمل في ظـــلها الصناعات في بلد معين، ومن أمثلة هذه الخواص الأهمية النسبية للوحدات الإنتاجية المختلفة فـــي الصناعة، أي وزنها النسبي، من حيث رأس المال أو عدد الإنتاج أو عدد العمال وغيـــرها[1].

1- عادل إسحاق، **التعريف بعلم الاقتصاد الصناعي**، ومفاهيم عامة حول هيكل الصناعة: تم الاطلاع عليه يوم 2014/09/17 على الرابط التالي: http://forum.univbiskra.net/index.php?topic=22918.0;wap2

يقصد بهيكل الصناعة عدد المؤسسات الصناعية وتوزيع حجمها النسبي في الاقتصاد، كأن نقيس أكبر أربع أو ثمانية أو خمسين مؤسسة ضمن صناعة معينة، من حجم الإنتاج أو رأس المال الإجمالي أو المبيعات أو عدد العمال الكلي في الصناعة، وغالبا ما يطلق عليه "نسبة التركز الصناعي"[1].

ومن زاوية أخرى ينظر للهيكل، على أنه أي جسم مركب ما، فإنه النمط أو الطريقة التي تترتب بها الأجزاء المكونة لذلك الجسم، فـإذا أخذ السـوق هنا كجسم، يتعين تفحص الطريقة التي ترتبط بها المكونات المختلفة للصناعـة، وفي هذه الحـالة البائعين والمشترين وكيف يرتبطون ببعضهم البعض إذ أن حاجات الزبون وطريقة تلقيه وتقبله لمنتجات المؤسسة يعتبر مهما لحيوية الصناعة والمؤسسات الناشطة بها، إذ لم يكن الزبون مستعدا لدفع أكثر من تكاليف الإنتاج، تصبح هذه الصناعة غير قادرة على الاستمرار.

ويقترح الاقتصادي Bain أربع خصائص أساسية لهيكل الصناعة الذي إعتبره "مجموعة الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثيرا استراتيجيا على طبيعة المنافسة والتسعير داخل تلك الصناعة" وهذه الخصائص تعتبر مهمة لاستيعاب المفهوم وقياسه بشكل محدد وهي[2]:

- درجة تركز البائعين، أي عدد المصانع المنتجة لسلعة ما، وتوزيعها النسبي من حيث الحجم؛
- درجة تركز المشترين، أي عدد المشترين للسلع وتوزيعهم النسبي؛
- درجة الاختلاف والتنوع فيما بين السلع، أي الفرق في مستوى نوعية المنتجات؛
- شروط الدخول والخروج من والى الصناعة، أي مدى السهولة التي يمكن للمؤسسات الدخول بها إلى الصناعة والخروج منها.

كما أن المكونات الأساسية لهيكل الصناعة ذات الصلة الوثيقة بقوى المنافسة الخمسة، والخصائص المتعلقة بدرجة نمو الصناعة والتكاملات الممكنة بها، وحواجز الدخول والخروج منها وإليها، وسهولة الحصول على وسائل الإنتاج وجودتها، وإمكانية الوصول إلى قنوات التوزيع، وغيرها من المكونات وتجدر الإشارة إلى أن هيكل الصناعة يمكن النظر إليه من عدة نواحي[3]:

- من حيث تركيب الصناعـات: ينقسم إلى صناعات وسيطة، استهلاكية رأسمالية، وكـذا نسبة إسهام كل منها في الناتج الكلي، والعمالة الكلية في القطاع؛

1- عبد الوهاب بن بريكة، عادل مياح، **الهيكل الصناعي الدوائي في الجزائر**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد التاسع، جوان 2011، ص53.

2- مدحت القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، دار وائل للنشر،عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2005، ص 28.

3- عادل إسحاق، نفس المرجع.

- من حيث طبيعة وشكل السوق، ومدى وجود عوامل احتكارية، أو عوامل المنافسة في السوق.

لكن هناك نمطين من الهياكل الصناعية سواء الوطنية أو الإقليمية، يعبر عنها بمصطلحي التخصص والتنوع، ويعني تخصص صناعة ما أو عدداً محدوداً منها، يتركز إنتاجها في منطقة الدراسة وتكتسب أهمية، ولها نصيب وافر في بناء هيكل الصناعة، وربما نسبة إلى عموم النشاط الاقتصادي.

أما التنوع فيعني أن صناعات كثيرة قائمة ولا تستحوذ إحداها على مكانة متميزة في هيكل الصناعة ولا تتفوق كثيرا على الصناعات الأخرى، لكن تخصص الإقليم بصناعة أو عدد محدود منها أو تنوعه بها يأتي في الغالب استجابة لخصائص الإقليم الجغرافي وإمكاناته التي يوفرها للصناعة، وبالتالي قدرته على إنجاح توطين فرع دون آخر على مستوى النشاط الصناعي[1].

ويمكن تحليل هيكل الصناعة من خلال تحديد حالة المنافسة الممارسة فيما بين مختلف العناصر الفاعلة داخل الصناعة.

المطلب الثاني: أبعاد هيكل الصناعة

على الصناعة أن تأخذ هيكلا واحد من بين أربع هياكل معروفة للصناعة والتي تتمثل في المنافسة التامة، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة، واحتكار تام. ويتم تحديد هيكل الصناعة من خلال جملة من العوامل تتمثل في: درجة التركيز داخل السوق وهو العامل الذي لفت اهتمام فئة كبيرة من الباحثين الذين اهتموا بدراسة هياكل الصناعة وذلك باستعمال مجموعة من المؤشرات كذلك نجد عوامل أخرى استعملت لدراسة الهياكل كدرجة تمييز المنتجات، وأهمية موانع الدخول والخروج، إضافة إلى التكامل وهيكل التكاليف.

أولا: التركز الصناعي

إن موضوع التركز الصناعي يشكل حجر الزاوية في تحليل الهياكل الصناعية، بالأخص تلك التطبيقات على الصيغة :(هيكل- سلوك– أداء)، كما أن تنوع المؤسسات وانتهاجها لعدة سلوكيات من شأنها أن تضفي نوعا من الخصوصية على صناعة ما، وبالتالي التأثير على أداء الصناعة ككل، كما يمكن أن يؤثر هيكل هذه الأخيرة على أداء القطاع.

1- Harry Richardson , Regional and Urban Economics , OP. Cit, P.307.

ويعرف التركز بأنه توزيع كمية السوق الكلية على عدد من الوحدات المختلفة، ويحتوي هذا التعريف على العناصر التالية التي تقبل القياس الكمي[1]:

- الكمية الكلية وقد تكون الناتج الكلي أو عدد العاملين أو الأرباح، ويرتبط بالكمية الكلية في مجال معين مثل سوق أو صناعة أو قطاع ؛
- الوحدات التي تتوزع عليها الكمية الكلية، وقد تكون مؤسسات صناعية أو ملاكا أو مزارعين.

والمقصود كذلك بالتركز الصناعي هو إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المؤسسات، لذا في قياس تركز الصناعة ينصب الاهتمام على كل صناعة (السوق) بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل الصناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركز، فإن السوق يكون أكثر تركزا كلما قل عدد المنتجين أو زاد التباين بين أنصبتهم في السوق[2]، وكذلك يقصد بالتركز على أنه "التوزيع النسبي للحجم الكلي للصناعة بين المؤسسات المنتجة فيها"[3].

ومن خلال ما سبق نستنتج أن العناصر الأساسية في قياس التركز الصناعي هي[4]:

- عدد المؤسسات في الصناعة، أو عدد أكبر المؤسسات ضخامة في الحجم؛
- الحجم النسبي لكل من المؤسسات الداخلة في القياس (أي حجم كل مؤسسة من المؤسسات الداخلة في القياس منسوبًا إلى الحجم الكلي للصناعة)، أو نصيب كل مؤسسة من الحجم الكلي للصناعة.

وعلى العموم تهدف المؤسسات في الصناعة على أكبر استحواذ ممكن من الحصة السوقية (أي الزيادة في درجة التركز)، وهذا قصد فسح المجال أمام هيمنتها في الصناعة.

ولقياس التركيز في الصناعة تتعدد المؤشرات المستخدمة في قياس التركيز، ويبقى إختيار المؤشر المناسب مرتبط بظروف الدراسة التي تستعمل بها، لكن سيتم إستعراض جميع المؤشرات المستعملة في قياس التركز متمثلة في:

1) مؤشر منحنى التركز

1- طارق الحاج، صالح فيلح، **الاقتصاد الإداري**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 222.

2- شوقي بورقبة، **الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية دراسة تطبيقية مقارنة**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف 2011/2010، ص122.

3- احمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص53.

4- نذير مياح، ليد صايفي، مرجع سابق، ص4.

يشير منحنى التركز إلى العلاقة بين العدد التراكمي للمؤسسات العاملة بصناعة معينة مرتبة من الأكبر إلى الأصغر والنسبة التراكمية للإنتاج، بإعتبار أن لدينا ثلاثة صناعات (A,B,C) كانت البيانات المتاحة عنها كما هي موضحة في الجدول التالي[1]:

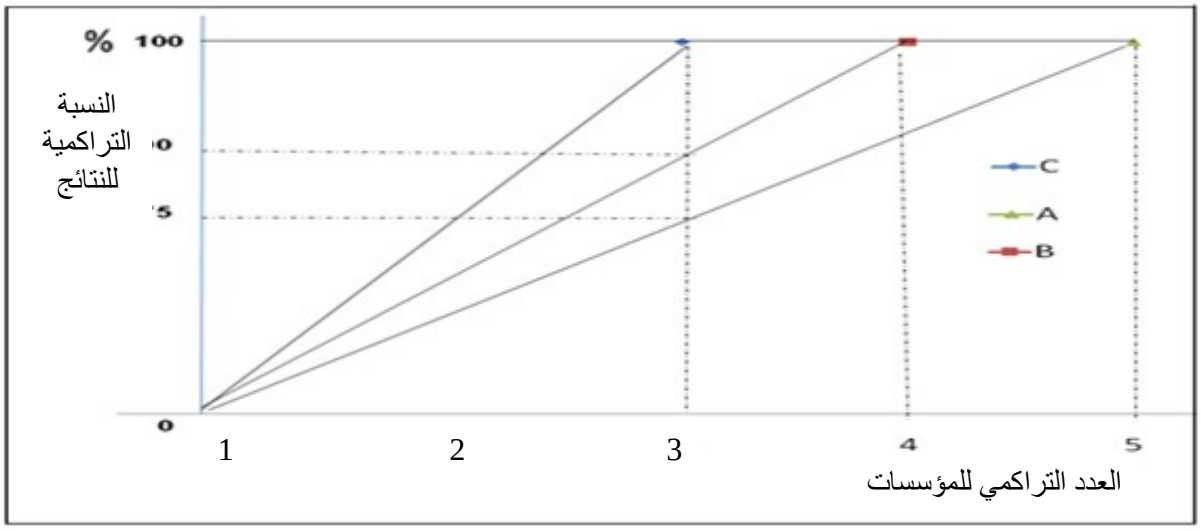
جدول رقم (02): النسبة التراكمية من ناتج ثلاث صناعات

المؤسسات مرتبة حسب الحجم من الأكبر إلى الأصغر	الصناعة A			الصناعة B			الصناعة C		
	النسبة من الناتج	العدد التراكمي	النسبة التراكمية للناتج	النسبة من الناتج	العدد التراكمي	النسبة التراكمية للناتج	النسبة من الناتج	العدد التراكمي	النسبة التراكمية للناتج
الأولى	30	1	30	40	1	40	50	1	50
الثانية	25	2	55	30	2	70	40	2	90
الثالثة	20	3	75	20	3	90	10	3	100
الرابعة	15	4	90	10	4	100	--	--	--
الخامسة	10	5	100	--	--	/	--	--	--
∑	100	/	/	100	/	/	10	/	/

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص6.

وباستخدام بيانات الجدول السابق يمكن رسم منحنيات التركز للصناعات الثلاثة (A.B.C)

شكل رقم (05): منحنيات التركز للصناعات (A.B. C)



المصدر: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 7.

ويلاحظ عمومًا أنه كلما كان منحنى التركز أعلى كلما كانت درجة التركز أعلى، ومن هذا المنطلق فإن درجة التركز بالصناعة (C) أعلى منها بالصناعة (B) وأعلى منها بالصناعة(A).

1- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص ص 5-6.

2) مؤشر مقلوب عدد المؤسسات

ويأخذ هذا المقياس الصيغة التالية: $R = \frac{1}{n}$

ويمثل هذا المقياس عدد المؤسسات العاملة في الصناعة ورمزها (n).

ويلاحظ أنه إذا وجد بالصناعة مؤسسة واحدة محتكرة، فإن قيمة هذا المقياس يساوي الواحد، وكلما زاد عدد المؤسسات العاملة بالصناعة كلما انخفضت قيمة المقياس حتى تصل للصفر عندما تؤول (n) إلى مالا نهاية، ومن ثم يمكن القول أنه كلما اقتربت قيمة هذا المقياس من الواحد كلما دل ذلك على زيادة درجة التركز، وكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما دل ذلك على انخفاض درجة التركز، ويعتبر هذا المقياس أكثر ملائمة إذا كانت المؤسسات التي تعمل بالصناعة متماثلة الحجم، فزيادة عدد المؤسسات متماثلة الحجم (ذات الحجم الأقل) مع ثبات حجم السوق يترتب عليها انخفاض درجة التركز.

ومن أهم الانتقادات الموجهة إلى هذا المقياس[1]:

أ- يعتبر هذا المقياس مضللاً إذا كانت المؤسسات التي تعمل بالصناعة غير متماثلة الحجم، فدخول منشآت جديدة كبيرة الحجم نسبياً في الصناعة يؤدي إلى زيادة درجة التركز بدلا من نقصها؛

ب- لا يأخذ هذا المقياس في الحسبان أثر تحويل المبيعات من مؤسسة صغيرة إلى مؤسسة كبيرة على درجة التركز مع ثبات حجم السوق.

3) مؤشر نسبة التركز

نسبة التركز هي أكثر المؤشرات استخداما، وتعرف بالنسبة المئوية للنصيب أكبر"r" من المؤسسات في الإنتاج الإجمالي للصناعة، حيث أن"r" هي رقم إختياري يحدده الباحث، وتحسب نسبة التركيز (Cr) وفقاً للصيغة التالية[2]:

$$Cr = \sum_{i=1}^{r} \text{xi} / x \qquad X = \sum_{i=1}^{r} \text{Si}$$

C: نسبة التركز؛

r : رقم اختياري يحدده الباحث؛

Xi: إنتاج المؤسسة؛

X: الإنتاج الكلي للمؤسسات التابعة للصناعة؛

S: نصيب المؤسسة الواحدة من السوق.

1- نفس المرجع، ص ص 9- 10.

2- عبد الغفور حسن كنعان المعماري، **إقتصاديات الإنتاج الصناعي**، دار وائل، عمان، الأردن، 2009، ص ص 85- 86.

فإذا اخترنا (r_5)، فإن (c_5) تمثل نسبة التركز للخمس منشآت والتي تقيس نصيب الخمس منشآت من الإنتاج الكلي للصناعة.

لكن هذا كذلك لم يخلوا من الإنتقاد وخاصة لما يكتنفه من عفوية في إختيار قيمة (r)، وكذلك ينتقد لمحدوديته، حيث يعكس نقطة واحدة على منحنى التركز[1]، وبالتالي فإنه يصبح غير قادر على إعطاء نتائج جيدة في حالة تقاطع المنحنيات، وكذلك فإن مؤشر نسبة التركز لا يستوفي معيار المبيعات المحولة والدمج الذي أقترحه "**هانا وكاي**" ما ينقص من أهميته، بالإضافة إلى إعطائه نفس الوزن للمؤسسات الصغيرة والكبيرة[2].

والجدول التالي، يمثل الوضعيات المختلفة لهيكل الصناعة، والنتيجة هنا متعلقة بحصة أربع مؤسسات.

جدول رقم (03): نوع الهيكل وفقا لمقياس نسبة التركز

نوع الهيكل	مؤشر التركيز	الحصة السوقية
الاحتكار	قوي C4>60%	مؤسسة واحدة تسيطر على 100%من السوق.
الوضعية المسيطرة	قوي C4 <60%	مؤسسة تحتل بين 50% و 100% من الحصة السوقية.
احتكار قلة تام	C4<60%	المؤسسات الأربع الأولى تحتل ما بين 60% و100%من الحصة السوقية.
دون احتكار القلة	متوسط معتدل 40%< C4<60%	المؤسسات الأربع الأولى تحتل 40%من السوق.

المصدر: قوفي سعاد، هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر (2008/2003)، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 20010/2009، ص 8، نقلا عن:
Marc Guyo, Radu vranceau **Introduction A La Micro Economie des Entrpises**", Dunod, Paris, 2002, p131

من خلال الجدول نلاحظ أن السوق يتسم بدرجة عالية من التركز، إذا كانت C4 أكبر من 60% وتتركز بشكل معتدل إذا كان 40%<C4 <60%، وينخفض التركيز إذا كانت C4<40%

وعن مجال تطبيق ومدى جودة هذا المقياس فهي كالآتي:

نسبة التركز ملائمة، لإظهار أهمية أكبر الوحدات حجما، ومدى تأثيرها في كثير من المتغيرات الاقتصادية. وهي تظهر إلى أي مدى يستحوذ عدد قليل من المؤسسات الكبرى على نصيب قليل أو كثير من الكمية الكلية، وبذلك يمكن الحكم على الحالة التي تستحوذ فيها مؤسسة واحدة على 100% من الناتج الكلي. أما عن عيوبه، فإن اختيار العدد "r" يتم بطريقة تحكمية يخضع لأي معايير

1- عبد الغفور حسن كنعان المعماري، مرجع سابق، ص ص 85- 86.

2- أحمد سعيد بامخرة، مرجع سابق، ص 86.

موضوعية، وهو لا يأخذ كل المؤسسات العاملة بالصناعة، ويركز فقط على العدد "r" ويهمل "r-n" مؤسسة.

كما أن العدد "r" من المؤسسات، قد يتغير وضعها مع مرور الزمن، فالمؤسسات الأربع الأولى في بداية الفترة الزمنية، ليس من الضروري أن تبقى هي نفسها الأولى في نهاية الفترة.

4) مؤشر H (H – STATIC)

يعتبر هذا المقياس الذي اقترحه (Panzar et Rosse) سنة1987 من بين أشهر المقاييس المستعملة في تحديد هيكل الصناعة، وهذا من خلال قياس التنازعية داخل الصناعة المعنية، حيث تسمح قيمة H من التعرف على أثر التغير في أسعار مدخلات الصناعة على التغير في إيراداتها، وبالتالي فإن قيمة Hتساوي مجموع مرونات مدخلات الصناعة المدروسة وهذا باستعمال الصيغة التالية[1]:

$$\log R_{it} = \sum_{i=1}^{i} \propto_i \log W_{it}^{i} + \sum_{k=1}^{k} \beta_K \log S_{ik}^{k} + \sum_{n=1}^{n} \gamma_n X_{it}^{n} + \varepsilon_{it}$$

S_{it}: القدرة التشغيلية للمؤسسة المدروسة؛

R_{it}: الدخل الإجمالي؛

X_{it}: عوامل خارجية خاصة بكل مؤسسة؛

W_{it}: يمثل مدخلات عملية الانتاج؛

i: عدد المؤسسات المدروسة في القطاع؛

t: المدة الزمنية.

وباستعمال المعادلة السابقة يمكن استخراج قيمة H كما يلي:

من خلال قيمة المؤشر H يمكن تحديد نوع هيكل الصناعة المدروس حيث:

- إذا كان(H = 1): يكون الهيكل الصناعي في حالة منافسة تامة؛
- إذا كان(H <0): يكون الهيكل الصناعي في حالة احتكار تام؛
- إذا كان(0<H<1): يكون الهيكل الصناعي مندرج ضمن المنافسة والاحتكار.

5) مؤشر هانا وكاي

لقد اقترح هانا وكاي مجموعة من المؤشرات أكثر عمومية تماثل مؤشر (U) ولكنها تختلف عنه في الأوزان التي تعطيها للمؤسسات الكبيرة وتعتمد هذه المؤشرات على الصيغة العامة.

1- سميرة عطيوي، محمد رضا بوسنة، **تحليل أداء الصناعة المصرفية في الجزائر باستخدام نموذج الـــ scp**، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى دولي حول الأداء المتميز للمنضمات والحكومات، الطبعة الثانية، جامعة ورقلة، 22 و23 نوفمبر 2011، ص121.

حيث أن(α) هي معلمة تحكمية للمرونة وبعد (H) حالة خاصة في هذه الصيغة حيث يكون (α=2) الرقم المكافئ لـــ (R)* هو($R^{1/(1-\alpha)}$) وبذلك نحصل على صيغة للمؤشر **هانا وكاي** كالتالي[1]:

$$HK = \left(\sum_{i=1}^{n} Si^{\propto}\right)^{1/1-\propto} \qquad \alpha > 0 \qquad \alpha \neq 1$$

هذا المؤشر يستوفي المعايير الأربعة التي وصفها هانا وكاي، ويتميز هذا المؤشر بالمرونة التي أدخلت على مقياس التركز حيث أعطت المؤسسات ذات الحجم الكبير أوزاناً أكبر بزيادة قيمة (α).

6) مؤشر أنتروبي

هو أحد المؤشرات المعكوسة للتركيز ولحسابه تعطي أنصبة المؤسسات أوزاناً مساوية لـــ [L_n (1/Si)] وهذا اللوغارتمي نصيب المؤسسة في السوق ولكن مجموع أنصبة المؤسسات يعطي على النحو التالي[2]:

$$E = \sum_{i=1}^{n} Si\ Ln\left(\frac{1}{si}\right)$$

فيأخذ E قيمة صفر في حالة احتكار تام والقيمة [L_n (1/Si)] في حالة المنافسة الحرة بين (n) من المؤسسات المتساوية الحجم، وقد قام مارفبلس (Marfols 1971) بإعادة صياغة (E) بطريقة أكثر فائدة بأخذ معكوس من الأعداد المقابلة للوغاريتم كالآتي[3]:

$$e^{-E} = \prod_{i=1}^{n} Si^{si}$$

ويتناسب المقياس طرديا مع درجة تركز السوق.

مؤشر حساب الأوزان هو:

$$\text{Ln}\left(\frac{1}{\text{Si}}\right)$$

7) مقياس هيرشمان هيرفندال

يمتاز هذا المقياس بنسبة كبيرة من التركز وعلى مقاييس عدم التساوي لأنه يتأثر بعدد الوحدات في الصناعة، لذلك فإن الدخول في الصناعة والخروج منها يؤثر على قيمة H، أي إذا زاد عدد المؤسسات الداخلة لصناعة فإن قيمة H تنخفض والعكس صحيح في حالة خروجها، ويتم حسابه من خلال العلاقة[4]:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n}\left(Xi/_{X}\right)^{2} = \sum_{i=1}^{n} Si^{2}$$

Xi : نصيب الوحدة i من الكمية المقسمة؛

1- عبد الغفور حسن كنعان المعماري، مرجع سابق، ص 89.

2- احمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص39.

3- عبد الغفور حسن كنعان المعماري، مرجع سابق، ص 90.

4- محمود صديق زين وآخرون، **قياس التركز الصناعي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز**، السعودية، المجلد رقم2، 1989، ص57.

X : الكمية الكلية المقسمة؛

n : عدد الوحدات.

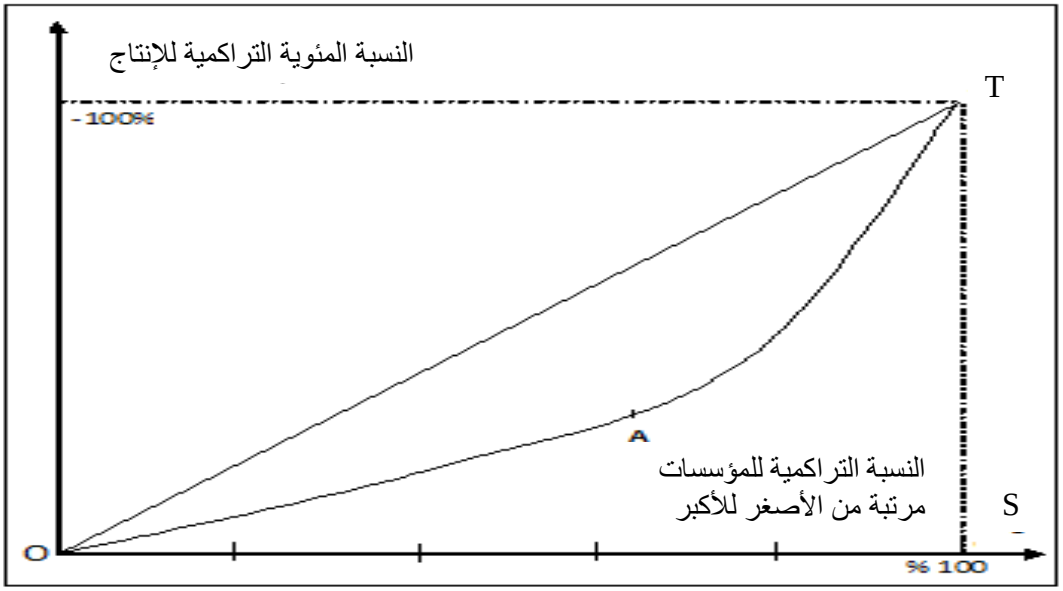
لكن ليس في الإمكان الحكم مباشرة من خلال قياس درجة التركز على طبيعة المنافسة السائدة في السوق، كما لا نستطيع أن نحكم على مدى سيطرة المؤسسات الكبرى على مجريات الأمور في الأسواق فدرجة التركز ما هي إلا مؤشر يعطي صورة لجانب هام من هيكل السوق، كما تدلنا درجة التركز على بعض الحالات التي يمكن أن تسود فيها سيطرة بعض المؤسسات على مجريات الأمور في الأسواق.

أما طبيعة العلاقات السائدة بين المؤسسات فيمكن الكشف عنها بإدخال بعض العوامل الأخرى بجانب درجة التركز، فمن الضروري مثلا، أن نكشف عن مدى توافر حرية الدخول والخروج من وإلى الصناعة، بالإضافة إلى مدى قدرة المؤسسات على التأثير في القواعد والنظم التي تختص بالأسواق[1].

8) **مقاييس اللامساواة:** لا تأخذ مقاييس اللامساواة عدد المؤسسات في الإعتبار، وتعتبر ملخصا لمنحنى (لورنس) بنفس الطريقة التي تلخص بها المقاييس المطلقة منحنى التركيز.

يقيس المحور الرأسي لمنحنى لورنس النسبة المئوية التراكمية للإنتاج في الصناعة، ويقيس المحور الأفقي النسبة المئوية التراكمية لعدد المؤسسات (وليس العدد التراكمي للمؤسسات كما هو الحال في منحنى التركيز)، وهنا ترتب المؤسسات من الأصغر إلى الأكبر، والشكل الموالي يوضح منحنى لورنس لتركيز إحدى الصناعات:

شكل رقم (06): منحنى لورنس لتركيز الصناعة.



المصدر: عبد الغفور حسن كنعان المعماري، **إقتصاديات الإنتاج الصناعي**، دار وائل، عمان، الأردن، 2009، ص91.

1- نفس المرجع، ص48

ويلاحظ هنا تقعر المنحنى بعيدا عن خط المحور، ويعكس ذلك عدم تساوي حجم المؤسسات وترتيبها من الأصغر إلى الأكبر، كما يصور الخط OT حالة تساوي المؤسسات في أحجامها، حيث أن (y%) من الإنتاج هي (y%) من المؤسسات، وكلما تزايد تباين المؤسسات في أحجامها بعد منحنى (لورنس) عن خط المحور، أما إذا تقاطعت منحنيات (لورنس) لبعض الصناعات فلا يمكن الجزم بترتيب معين لتلك الصناعات وفقا لتركزها، ويستقل منحنى (لورنس) تماما عن عدد المؤسسات، ففي حالة المؤسسات المتساوية الحجم ينطبق منحنى (لورنس) على خط المحور ولا يتأثر في ذلك بعدد المؤسسات في الصناعة، وفيما يلي بعض مقاييس اللامساواة[1]:

أ- **معامل جيني**: يمكن استنباط معامل جيني (G) مباشرة من منحنيات (لورنس) ويمثل مساحة الجزء (OAT) إلى مساحة المثلث (OST) في الشكل السابق، وكلما زاد عدم تساوي المؤسسات في أحجامها زادت مساحة الجزء (OAT) وبالتالي زادت قيمة (G) حيث (G) محصور بين الصفر والواحد الصحيح؛

ب- **معامل الإختلاف**: وهو النسبة بين الإنحراف المعياري لأحجام المؤسسات ومتوسط هذه الأحجام وهو مقياس للتشتت، ومن ثم اللامساواة في حجم المؤسسات، ولا يتأثر هذا المقياس بوحدات القياس.

9- آثار التركز الصناعي

تتضح أهمية التركز الصناعي، من خلال تأثيره على عـــدة مؤشرات اقتصـــادية واجتماعية، أهمـــها مستوى الأسعار في الصناعة، الكـــفـــاءة، التقدم التقني، حجـــم التوظيف، ومستوى توزيع الدخـــــل[2]، بالإضافة إلى تأثيره على حجم تجارة دولة ما مع الخارج.

1- تستخدم درجة التركز في صناعة ما، لقياس حجم المنافسة بين المؤسسات، لذا فالصناعات المتركزة تميل إلى خلق حالة من الاحتكار في سوق خدمتها، الأمر الذي يؤدي إلى تحميل المستهلك أسعارا أعلى؛

2- أما عن عـــــلاقة التركـــز، بحجم التوظيف في المجتمع، فالصناعات المتركزة، تميل إلى استخدام طرق كثيفة رأسماليا، على حساب الأيدي العاملة، بالإضافة إلى النزعة الاحتكارية تتجه نحـــو انخفاض الطلب، وبالتالي مستوى التوظيف؛

---

1 - عبد الغفور حسن كنعان المعماري، مرجع سابق، ص92.

2 - قوفي سعاد، **هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر** (2008/2003)، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 2010/2000، ص4.

3- هناك احتمال تأثير نسبة التركز على نمط توزيع الدخل، خاصة عندمـــا يقترن هذا التركز بتحقيـــق أرباح غير عادية، ناتجة عن استغلال مزايا احتكـــــارية، لذا ينشأ التساؤل، عما إذا كان من الحكمـــة، كسر حدة التركز مقترنة بمزايا احتكارية عن طريق التدخل، أو الحفاظ على هذه المزايا عندما تحقق وفورات الحجم الكبير، واللجوء عندها إلى وسائل السياسة المالية، لتخفيف حدة الآثار التوزيعية للتركز؛

4- يؤثر مستوى التركز في صناعة بلد ما، على حجم تجارته مع الخارج، حيث أن أخذ حركة التجارة الخارجية، من صادرات و واردات، تؤخذ في الحسبان عند حساب درجة التركز[1]؛ غير أن هذه العلاقة تقوم على اتجاهين:

أ- **الاتجاه الأول**: يقوم على أن الصناعة المتركزة من خلال الأسعار المرتفعة، تؤثر سلبا على القدرة التنافسية، بالتالي التأثير سلبا على حجم الصادرات؛

ب- **الاتجاه الثاني**: أو الرأي المضاد، التركز في الصناعة مقترن بتحقيق وفورات الحجم يمكن أن يؤدي إلى تخفيض تكلفة الإنتاج، بالتالي زيادة القدرة التنافسية للسلع المصدرة وتخفيف الضغوط الاستيرادية.

ووفقا لهذين الرأيين نبحث عن الحجم الملائم، الذي يحقق أكبر قدر ممكن من وفورات الإنتاج الكبير، بدون أن تتضخم إلى الحد الذي تتولد فيه حالات غير تنافسية قوية.

ثانيا: عوائق الدخول لصناعة

تعتبر الصناعة هدف جميع المؤسسات الاستثمارية على حد اختلاف النشاط الممارس، لأن لكل صناعة هيكل محدد ويتميز بخصائص يكتسبها من تصرفات وسلوكيات المؤسسات الموجودة داخله بالإضافة للمؤسسات التي تسعى للدخول إليها، لكن هناك صراع في شكل منافسة قائمة بين الطرفين الأمر الذي تولد من خلاله العديد من العوائق والأسباب التي تمنع أو تحد من دخول منشآت جديدة لصناعة معينة، وكلما ازدادت العوائق انخفض عدد المؤسسات مما يؤدي إلى زيادة التركز أو الاحتكار وهذه العوائق قد تكون قانونية (موضوعة من قبل الحكومة) وقد تكون عوائق اقتصادية.

إن أول مصدر لمصطلح عائق الدخول تم طرحه من طرف Joe Bain سنة (1956)، وكان هذا المصطلح نقطة تحول في مجال التنظيم الصناعي، وله دورا محوريا في مجال الدعوة إلى مكافحة

1 - عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص49.

الاحتكار، وأوضح Joe Bain في عمله هذا أن المؤسسات التي تنشط في قطاع يتميز بتمركز كبير سوف تعرقل كفاءة تخصيص الموارد في هذا القطاع، وبالتالي هذا كله من أجل كسب أرباح مرتفعة وهذه الحالة من الربح المرتفع والأكبر منه في حالة المنافسة تفسر بشكل أو بآخر وجود عوائق بشكل جزئي أو كلي أمام دخول منشات جديدة لهذا القطاع والاستفادة من حالة الربح المرتفع فيه.

ويعرفها Joe Bain بأنها "مجموعة من العوامل التي تسمح للمؤسسات في قطاع معين بتطبيق أسعار أعلى بتكلفة متوسطة في الأجل الطويل، دون أن تجذب داخلين جدد"[1]، وقد تم التطرق لمفهوم عوائق الدخول من طرف مؤلفين آخرين سنذكرهم في الأتي:

عرفها Weizsäcker (1980) بأنها "تكلفة الإنتاج التي يجب أن تتحملها المؤسسة التي تسعى لدخول الصناعة والتي لم يتم تحملها من قبل المؤسسات القائمة بالفعل والتي تنطوي على تشويه في تخصيص الموارد"[2].

أما بالنسبة لـــ Spulber أعطى مفهوم لعائق الدخول على انه ميزة تنافسية مؤقتة، سواء من جانب التكاليف أو الابتكار حيث تكتسبها المؤسسات المتواجدة في الصناعة على غرار الراغبة في الدخول.

وكذلك عرفها Stigbr على أنها تكلفة إضافية سوف تتحملها المؤسسة الداخلة دون أن تتحملها المؤسسة القائمة[3].

ويعود هذا الفرق إلى ظروف الطلب وظروف التكلفة التي تتحملها المؤسسة الداخلة على عكس تلك التي تتحملها المؤسسة القائمة، وبمعنى آخر حاجز الدخول هو تكلفة الإنتاج بعضها أو كلها.

وعلى اختلاف التعاريف السابقة فإن المفكران Caves وPorter قد قاما بإعطاء مفهوم أوسع من خلال نموذج أكثر شمولا (la lhéorie de la mobilité des firmes)، حيث يشير إلى أن عوائق الدخول التي تقف أمام دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة تختلف باختلاف المؤسسات الموجودة في الصناعة في الواقع وعلى درجة عالية من عدم التجانس في المؤسسات (سواء بسبب الاختلاف في الحجم والتكنولوجيا أو بسبب تمايز السلع التي تقدمها)، فالمؤسسات تنتمي إلى مجموعات متجانسة نسبيا، بحيث أن المؤسسات التي تنتمي لمجموعة واحدة لها مصالح مشتركة وتقوم هذه المؤسسات بوضع حواجز أمام دخول مؤسسة جديدة أو مؤسسة تنتمي إلى مجموعات أخرى موجودة في أسواق إلى

1- Jean – Louis Levet, **L'économie industrielle en évolution**, Ed economica, Paris, 2004, p 55.
2- R. Preston McAfee et Hugo M. Mialon1,2**, Barrières à l'Entrée dans l'Analyse Antitrust**, 10 octobre 2004, p2
3- عبيرات مقدم، حساب محمد الأمين، **استراتيجيات وضع حواجز الدخول أمام تهديد المنافسين المحتمل**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد5، ص303.

مجموعة تنتمي إليها وهذا العوائق عندما تطبق على المؤسسات الموجودة في الصناعة ولكنها لا تنتمي لأي مجموعة تسمى أو تعرف بالحواجز التي تعيق الحركة لأنها تمنع المؤسسة من التنقل من مجموعة إلى أخرى[1].

وتتصف عوائق الدخول عموما بالعوامل التي تؤدي إلى منع أو الحد من دخول مؤسسات جديدة للقيام بإنتاج أو بيع سلع ما في سوق صناعة معين، وتفسر عوائق الدخول ضمن تفسير استقرار الهياكل ويشترط في عوائق الدخول إقامة طاقة إنتاجية جديدة، فالتوسع في الطاقة الجديدة، أو الانفصال بعد الإنتاج لا يعتبر دخولا، بالإضافة إلى أن الميزات تكون طويلة الأجل[2].

ويختلف الدخول إلى الصناعة باختلاف نوعها ومن حيث سهولة الدخول أو هويته، أين تطرق (Bain) إلى مجموعة من الأشكال التي ينبغي الحديث عنها وهي أسواق سهلة الدخول، أسواق بها حواجز دخول غير فعالة، وصناعات بها حواجز دخول فعالة[3].

1) عوائق الدخول التنظيمية

تختلف من دولة لأخرى حسب أهمية الصناعة ومكانتها في الاقتصاد لأن من خلالها تطبيق عدة تنظيمات وتشريعات، يمكن أن تشكل عائق أمام دخول منافسين جدد إلى الصناعة[4].

حيث يمكن للحكومة أن تَحدّ أو حتى أن تعيق الدخول إلى الصناعات عن طريق وضع القيود كمتطلبات الترخيص وتقييد الوصول إلى المواد الخام، كما أن هناك قيوداً حكومية خفية في بعض الصناعات، وتستطيع الحكومة أيضاً أن تقوم بدور أساسي غير مباشر بالتأثير على حواجز الدخول بوضع ضوابط الاستخدام مثل قوانين حماية البيئة وحماية المستهلك والسلامة[5].

بالإضافة لوجود موانع قانونية تمنع دخول مشروعات من القطاع الخاص في أنواع معينة من الأنشطة أو الصناعات التي تقتضي المصلحة العامة قيام الحكومة بها مثل:

أ- الصناعات الإستخراجية؛

ب- الصناعات الإستراتيجية؛

1- عادل عرقابي، **محددات هيكل صناعة الدواء في الجزائر**، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، 2011، ص 304.

2- عادل اسحاف، مرجع سابق.

3- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص304.

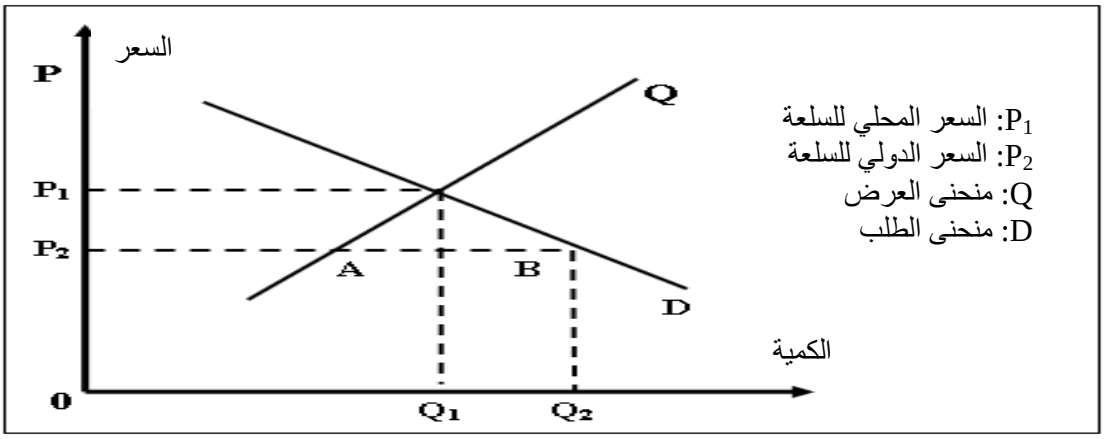
4- سميرة عطيوي، محمد رضا بوسنة، مرجع سابق، ص122.

5- فادي حبيب يوسف، **القوى المتنازعة و تهديد المنافسين الجدد**، جامعة عين شمس، كلية الهندسة، موسوعة الإدارة التنفيذية تاريخ الاطلاع: 2015/01/28 على الرابط التالي -httpwww.abahe.co.ukthe-executive-management-enc63975 conflicting-forces-threat-new-competitors.html

ج- أيضاً الامتيازات التي تمنحها الحكومة لشركة معينة لتقديم خدمة أو منتج معين (احتكار)؛

وقام ديمستز بتمثيل عوائق الدخول من خلال القيود الجمركية (رسوم جمركية) التي تتحكم بها الدولة ويترتب عليها رفع التكلفة بالنسبة للمؤسسات الراغبة في الدخول إلى السوق، لأن رفع هذه الرسوم يؤدي إلى رفع سعر المنتجات المستوردة مما يحد من دخول منشآت أجنبية للسوق المحلية وتصبح هذه الأخيرة حكرا على الصناعة المحلية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

شكل رقم(07): عوائق الدخول من خلال التدخل الحكومي



المصدر: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 52.

من خلال الشكل نلاحظ أنه في حالة حرية التجارة يكون السعر السائد هو (P_1) وبالتالي ينتج فائض في الطلب يقدر بالمسافة (A,B)، مما يسهل دخول سلعة مؤسسات أجنبية للسوق المحلية (ممثلة في الواردات)، ولكن إذا قامت الحكومة بفرض رسوم جمركية بقيمة الفارق بين السعرين ($P_2 - P_1$) فهذا من شأنه أن يمنع المؤسسات الأجنبية من الدخول إلى السوق المحلية، وتصبح الواردات مساوية للصفر ويصبح السوق كفؤ.

وهناك العديد من الموانع التي لا تنشأ من خلال الرسوم فقط، وباستطاعة الحكومة التأثير بها على الصناعة، مثل سعر الصرف، الترخيص الصناعي، الضرائب،...إلخ.

ولكن ينتقد تعريف ديمستز لإعتبار أن الحكومة ليست هي القوة الوحيدة لوضع عوائق الدخول، بل هناك قوى أخرى تتعلق بالمؤسسات التي تبحث عن السيطرة والمنافسة من خلال تقليل التكاليف وتخفيض السعر والطاقة الفائضة في الإنتاج وغيرها[1].

2) عوائق الدخول الاقتصادية

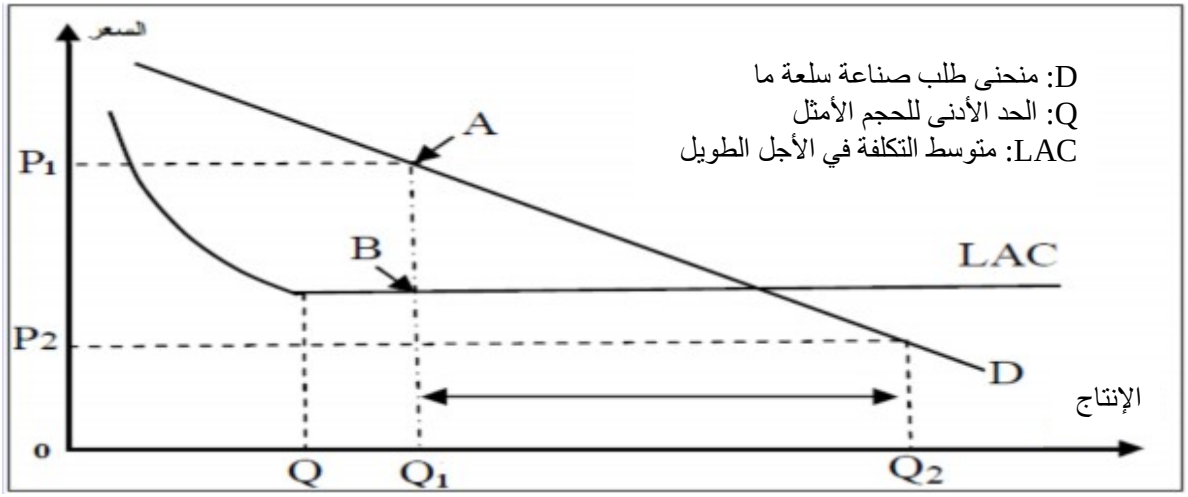
1 - عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص 52.

مع تراجع أهمية عوائق الدخول التنظيمية بدأت تتحول الأنظار نحو عوائق الدخول الاقتصادية من أجل تحقيق ذلك في شكل:

أ- اقتصاديات الحجم

في بعض الصناعات يتعين على أي مؤسسة جديدة أن تبدأ فيها بحد أدنى معين للحجم حتى يمكنها أن تصل التكلفة لحدها الأدنى، ويسمى هذا بالحد الأدنى للحجم الأمثل، وإذا بدأت المؤسسة بأي حجم أقل من هذا الحد الأدنى فإن تكلفة إنتاجها تصبح مرتفعة بدرجة لا تمكنها من منافسة المؤسسات القائمة ونتيجة لزيادة حجم الإنتاج الأمثل اللازم للاستفادة من وفورات الإنتاج الكبير في بعض الحالات يعد عائقا للدخول، وكلما انخفض حجم الطلب الكلي (حجم السوق الكلي في الصناعة) فإن إنتاج عدد قليل من المؤسسات أو المشروعات سوف يكفي حجم السوق وفي هذه الحالة يكون من الصعب دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة حيث يصعب عليها تسويق وبيع منتجاتها وهذا من عوائق الدخول للسوق[1].

شكل رقم (08): إقتصاديات الحجم كعائق لدخول الصناعة



المصدر: إيمان نعمون، **دور إستراتيجيـــات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة: مؤسسة فديلة للمياه المعدنية - بسكرة-**، مذكرة ماجستير،جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010، ص71.

وبافتراض تماثل ظروف التكلفة بين المؤسسة القائمة والمؤسسة المحتملة فإنه يتعين على أي مؤسسة جديدة أن تبدأ بالحجم يساوي Q على الأقل، وفي مثل هذه الحالة تبادر المؤسسة القائمة بوضع

1- إيمان نعمون، **دور إستراتيجيـــات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة: مؤسسة فديلة للمياه المعدنية - بسكرة-**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010، ص71.

سعرا مانعا للدخول مثل P_1 يسمح بتحقيق ربح لها عن كل وحدة مباعة يساوي B،A ولا يسمح بتحقيق أي ربح لأي مؤسسة ترغب في الدخول عن حجم يساوي أو يزيد عن Q ويلاحظ هنا أن الكمية المباعة في الصناعة من قبل المؤسسة القائمة عند هذا السعر هي Q_1 وعندما تريد أي مؤسسة الدخول بحجم إنتاج Q فإن هذا يزيد الكمية المباعة في الصناعة من Q_1 إلى Q_2 ويترتب عن ذلك انخفاض سعر السوق عند P_1 إلى P_2 مستوى أقل من الحد الأدنى للتكلفة المتوسطة فتخسر المؤسسة الجديدة بذلك، ولاشك أن معرفة المؤسسة المحتملة بهذه الحقيقة يمنعها من الدخول، ويلاحظ أن السعر المانع للدخول قد صمم بحيث ينخفض إلى مستوى أقل من أدنى مستوى تكلفة إذا زاد الإنتاج بالمقدار Q .

ب- إمكانية الوصول للأسواق العالمية

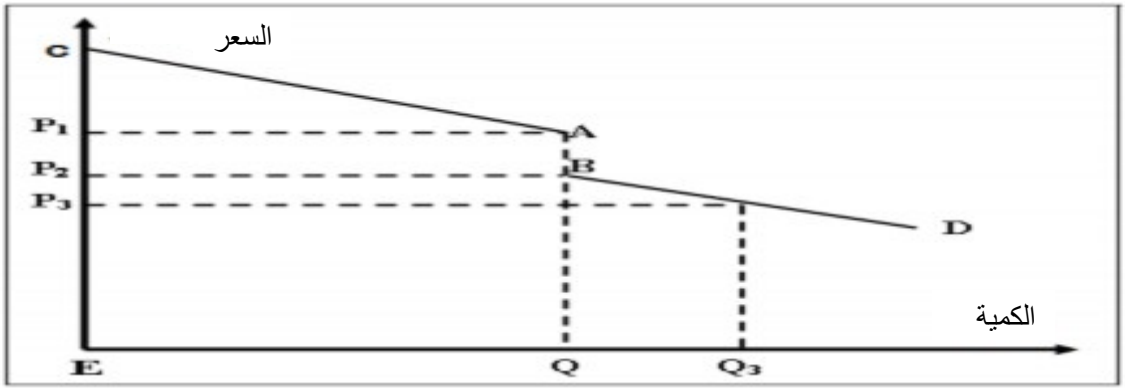
تتميز بعض الصناعات بأنها صناعات عالمية بطبيعتها، أي أن معظم إنتاجها وعملياتها موجه للسوق العالمي مثل صناعة البترول والسياحة والطيران، وبعض الصناعات الموجهة أساسا للتصدير تكون عوائق الدخول كبيرة نظرا لتعدد الشروط والقوانين المختلفة بين الدول، لأن هذه الصناعة تتنافس على أساس دولي أو عالمي[1].

ج- عوائق الدخول من خلال تكاليف التحويل

إذا كان تحول العملاء من مؤسسة قائمة لأي مؤسسة داخلة سوف يحملهم أي تكاليف إضافية، فإن هذا قد يكون في حد ذاته مانعا لدخول أي مؤسسات محتملة إلى السوق.

وإذا أرادت المؤسسة الداخلة أن تعوض العملاء عن هذه التكاليف من خلال تخفيض أسعارها، فإن المؤسسة القائمة تكون على إستعداد لتخفيض أسعارها بنفس المقدار حتى تبقى تكاليف التحويل كمانع للدخول، ونوضح ذلك من خلال الشكل التالي[2]:

شكل رقم(09): عوائق الدخول من خلال تكاليف التحويل



1- **المصدر**: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 62. و **مؤسسة**

2- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص ص 70-71.

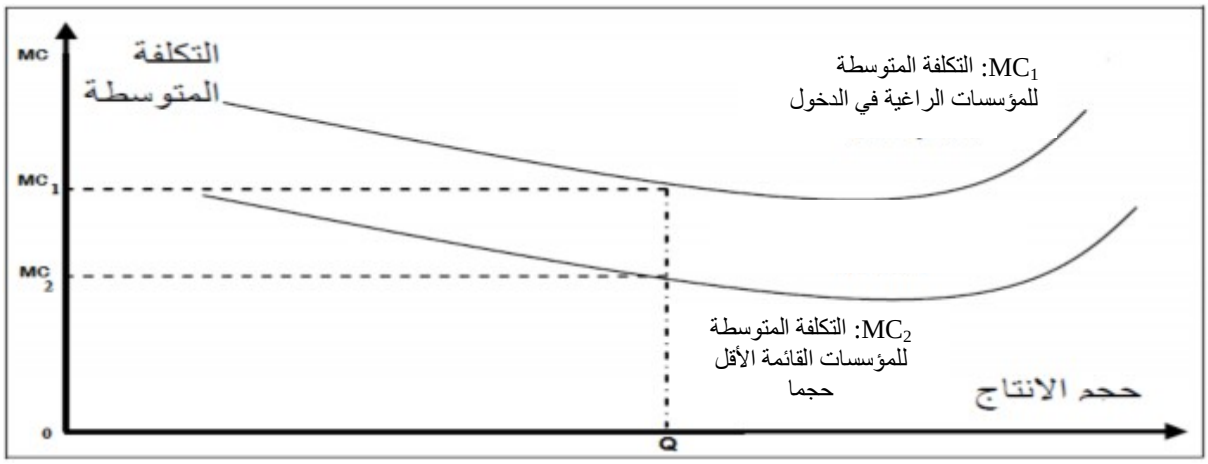
نلاحظ من خلال الشكل أن منحنى الطلب الذي يواجه المؤسسة القائمة قبل دخول منافسين (AC) وبالتالي يمكنه بيع الكمية (Q) عند السعر (P_1)، وعند سعي أي مؤسسة للدخول فإن المؤسسة القائمة سوف تكون لها ردة فعل من خلال تخفيض السعر إلى (P_2) بمقدار (AB) باعتبار أن (AB) تساوي تكاليف التحويل للعملاء، لتحافظ المؤسسة القائمة على العملاء والكمية نفسها، فيصبح منحنى الطلب الذي يواجهها هو (BD)، وإذا أرادت أن تكسب عملاء جدد وتعيق دخول منافسين جدد فإنها تنتج عند السعر (P_3).

د - المزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج

إن التكلفة في المؤسسة يحكمها عاملان أساسيان هما التضحية والمنفعة، فتعتبر المنفعة مقدار ما تحصل عليه المؤسسة من موارد إقتصادية سواء كانت مادية أو معنوية، وقد تستنفد هذه المنفعة في الحاضر أو المستقبل، من أجل تحقيق هدف يخدم المؤسسة[1].

لذا تشمل المزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج كل ما من شأنه أن يجعل تكلفة الإنتاج في المؤسسات القديمة الموجودة في الصناعة أقل من تكلفة المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول إلى الصناعة، ويعني ذلك أن منحنى التكلفة المتوسطة للمؤسسات الإنتاجية الراغبة في الدخول سيكون أعلى من منحنى التكلفة المتوسطة لأقل المؤسسات القائمة حجما عند أي مستوى من مستويات الإنتاج كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (10): المزايا المطلقة لتكاليف الإنتاج كعائق لدخول



المصدر: إيمان نعمون، **دور إستراتيجيـــات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة: مؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة -**، مذكرة ماجستير،جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010، **المؤسسة الصناعية الجزائرية: دراسة حالة الشركة الوطنية لصناعة الكوابل الكهربائية بسكرة**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2011/2010، ص 41.

1-

نلاحظ من خلال الشكل أن المؤسسات الراغبة في الدخول تتحمل تكلفة متوسطة (MC_1) أعلى من التكلفة (MC_2) التي تتحملها المؤسسات القائمة في الصناعة، وذلك لإنتاج نفس الكمية (Q)، وهذا راجع للإمتيازات التي تتمتع بها المؤسسات القائمة ونذكر منها[1]:

- امتلاك المؤسسة القديمة لبراءة اختراع لا تستطيع المؤسسات الجديدة الحصول عليها إلا عن طريق شرائها ودفع تكلفتها؛
- سهولة الحصول على عوامل الإنتاج (مثل عنصر الأرض والمواد الأولية) بالنسبة للمؤسسات القديمة، بالإضافة للاستحواذ على مصادر المواد الخام أو طاقة نادرة أو محدودة العرض (مثل بعض المعادن الحيوية) بتكلفة منخفضة بالمقارنة مع المؤسسات الجديدة؛
- بإستطاعة المؤسسة القائمة الحصول على مصادر تمويل بسهولة وبتكلفة منخفضة بالمقارنة مع المؤسسات الجديدة لقوة مركزها المالي وخبرتها، كما قد يكون لديها مصادر للحصول على النقد الأجنبي من التصدير يمكنها من استيراد مستلزمات إنتاجها بسرعة وسهولة.

وحتى يمكن الحيازة على ميزة التكلفة الأقل يتم الاستناد إلى مراقبة تطور عوامل التكاليف، بحيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل، تتمثل هذه العوامل في: مراقبة الحجم، مراقبة التعلم، مراقبة الروابط، مراقبة الإلحاق، مراقبة الرزنامة، مراقبة الإجراءات ومراقبة التموضع[2].

وهذه الاقتصاديات تحول من دخول المؤسسات الجديدة بإرغامهم إما على دخول الصناعة على نطاق واسع أو على تقبل المساوئ في التكلفة، واقتصاديات الحجم في الإنتاج والبحث والتسويق والخدمة ربما تكون هي عوائق الدخول الرئيسية في عدة صناعات منها (الصناعات التكنولوجية، والدوائية ...)[3] حيث أن المزايا التي تحصل عليها في مجال التكاليف من جراء القيام بالإبداع التكنولوجي قد تساهم في إرساء عوائق الدخول[4].

كما أن هذا النوع من الاقتصاديات قد يكون عائقاً في التوزيع وفي استغلال قوة البيع، وفي التمويل وفي كل جزء من المؤسسة تقريباً، وأن أي زيادة في حجم الإنتاج الأمثل اللازم للاستفادة من

1- إيمان نعمون، مرجع سبق ذكره، ص 70.

2- بوازيد وسيلة، **مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقصادية لولاية سطيف**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف-1-، 2012/2011، ص 12.

3- فادي حبيب يوسف، مرجع سابق.

4- بن لحسن الهواري، مرجع سابق، ص11.

وفورات الإنتاج الكبير يؤدي إلى زيادة عوائق الدخول للصناعة، أما في حالة انخفاض حجم الطلب الكلي (حجم السوق الكلي في الصناعة) ازدادت عوائق الدخول للصناعة، لأن عدد قليل من المشروعات يمكن أن يكفي حاجة السوق.

وكذلك لا ننسى أن تمييز العلاقات التجارية يخلق عائقاً لأنه يُرغم المنافسين الجدد على الإنفاق الكثير للتغلب على ولاء الزبون، ومن بين العوامل الأولى التي تساعد على تمييز العلاقات التجارية: الدعاية وخدمة الزبائن ثم التمايز بين المنتجات[1]؛

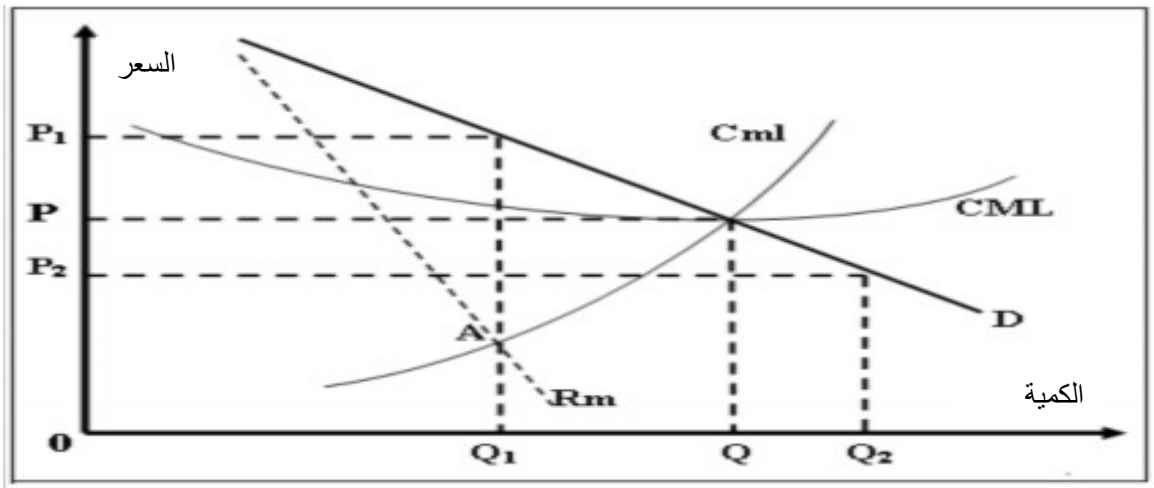
3) عوائق الدخول الإستراتيجية

وهي عوائق لا تنتج عن النشاط العادي للمؤسسات الصناعية، وإنما يكون الهدف الوحيد منها هو إعاقة الدخول وهذا من أجل المحافظة على مستوى مرتفع من الأسعار دون تحفيز منشآت جديدة على الدخول إلى الصناعة ويمكن أن تتمثل هذه العوائق في إقامة شبكة وكالات ومنتجات أكثر كثافة أومن خلال نفقات إعلانية كبيرة[2].

أ- عوائق الدخول الناتجة عن الطاقة الفائضة

في بعض الأحيان تقدم المؤسسة القائمة على إقامة طاقة إنتاجية أكبر من حجم السوق الحالي بحيث تحتفظ بطاقة فائضة كعائق لدخول أي مؤسسة جديدة، ويمكن توضيح ذلك باستخدام الشكل التالي[3]:

شكل رقم(11): عوائق الدخول من خلال الطاقة الفائضة



المصدر: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 62.

1- فادي حبيب يوسف، مرجع سابق.

2- سميرة عطيوي، محمد رضا بوسنة، مرجع سابق، ص122

3- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص ص 62-63

فإذا افترضنا أن مؤسسة واحدة تسيطر على السوق بطاقة إنتاجية مقدارها (BQ)، غير أنها في الظروف العادية تعمل على الإنتاج عند النقطة (A) أي عندما يتساوى الإيراد الحدي والتكلفة الحدية لتعظيم الربح، وبالتالي تنتج الكمية (Q_1) عند السعر (P_1) وتحتفظ بطاقة فائضة (Q_1-Q).

وإذا أرادت مؤسسة أخرى الدخول لصناعة فإن المؤسسة القائمة تشغل الطاقة الفائضة (Q_1-Q) مؤدية بذلك إلى خفض السعر من (P_1) إلى (P) وهو سعر أدنى التكاليف المتوسط (MC) وتكون المؤسسة القائمة قد أغلقت السوق أمام أي منافس آخر.

فإذا ما أرادت أي مؤسسة الدخول لبيع أي كمية ولتكن (Q_2-Q) وتحقيق أدنى الأرباح، فإن المؤسسة القائمة تتدخل لتخفيض السعر أقل من (P_2) مما يعرض المؤسسة الداخلة إلى خسارة فادحة، وهو الأمر الكفيل بمنع دخولها.

لكن الانتقادات الموجهة لـــ « BAIN » أنه تجاهل مجموعة من الحالات وأعطانا تفسير للإحتكار المطلق فقط، مثلا وجود عدد من المؤسسات القائمة في الصناعة وأخرى راغبة في الدخول وهنا نلاحظ تصرفين من شأنهما أن يسهلا أو يصعبا عملية الدخول:

- إذا إتفقت المؤسسات القائمة من شأنها أن تقوي موانع الدخول وإغلاق الأبواب أمام كل المؤسسات الداخلة؛
- إذا إختلفت المؤسسات القائمة من شأنها أن تضعف موانع الدخول وفتح الأبواب أمام كل المؤسسات الداخلة.

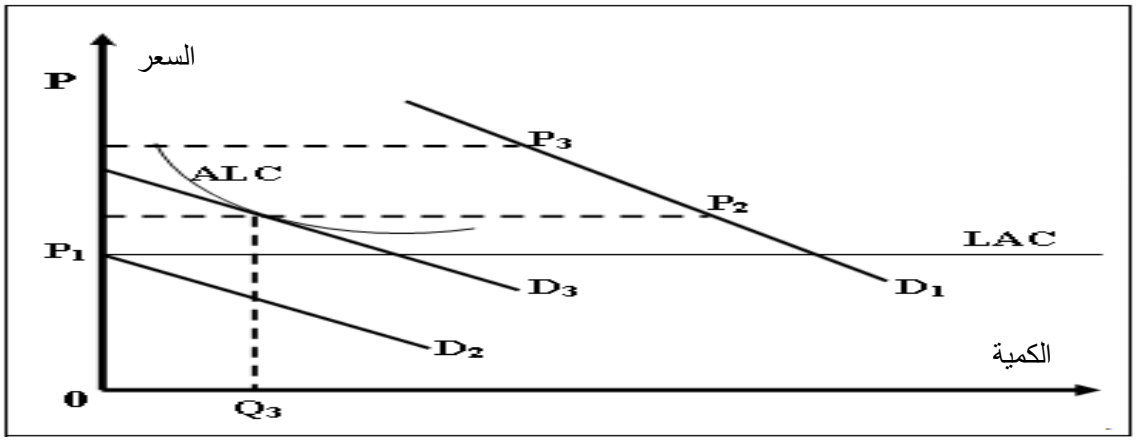
ب- عوائق الدخول من خلال تمييز المنتجات

حسب مفهوم « BAIN » تنشأ عوائق الدخول بسبب تمييز المنتجات، ففي سوق يتسم بتمييز المنتجات، قد تكون للمؤسسات القائمة مميزات على المؤسسات الداخلة نتيجة لتفضيلات المستهلكين للسلع التي تنتجها المؤسسات القائمة (تتميز هذه السلع مثلا بـــ: الجودة، التصميم، براءة الاختراع، ..)، أو من خلال الدعاية والإعلان اللذان أكسبا المستهلك ثقة كبيرة بالمنتج على مدى عدة سنوات، بالإضافة للسمعة الطيبة للمؤسسات القائمة خاصة في توريد نوعية جيدة وبيع بسعر تنافسي.

وبسبب هذا التفضيل يمكن للمؤسسة القائمة أن تبيع بسعر يزيد تكلفة الوحدة دون إغراء داخلين جدد، لأن الداخلين الجدد بإمكانهم البيع عند سعر أقل أو تتحمل نفقات أعلى من المؤسسات القائمة، أو بكلا الإجرائيين. والشكل التالي يعطي تصور مسبق لعوائق تمييز المنتجات[1]:

1- روجر كلارك، **اقتصاديات الصناعة**، تعريب فريد بشير طاهر، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994، ص ص 138-139.

شكل رقم(12): عوائق الدخول الناتجة عن تمييز المنتجات



المصدر: روجر كلارك، **اقتصاديات الصناعة**، تعريب فريد بشير طاهر، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994،

لنفترض أن المؤسسات القائمة لها منحنى طلب (D_1)، ومنحنى التكاليف المتوسطة (LAC) لكل من المؤسسة القائمة والداخلة، ونفترض تجاهل مصروفات ترويج المبيعات من أجل البساطة، فلو كان للمؤسسة ميزة فبإمكانها وضع سعر أعلى من متوسط التكاليف فلا تبقى للمنافس الجديد فرص للربح وهو ما نلاحظه من خلال الشكل. فإذا وضعت المؤسسات القائمة السعر(P_2)، وكان منحنى طلب المؤسسة الداخلة هو (D_2) بينما يسمح السعر الأعلى (P_3) للمؤسسة الداخلة بطلب أعلى (D_3) إذ يكون الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول هو (P_2)، ذلك لأن المؤسسات المتوقع دخولها وبالطلب (D_2) لا يمكنها أن تحقق أرباحا عند أي مستوى للإنتاج.

كما أن « BAIN » لاحظ أنه يمكن زيادة ميزة تمييز السلعة المنتجة في حالة وجود إقتصاديات الحجم، لو فرضنا وجود إقتصاديات الحجم ممثلة في منحنى (ALC) في نفس الشكل، في هذه الحالة تتمكن المؤسسة القائمة من رفع السعر إلى (P_3) دون إغراء منافسين جدد على الدخول بسبب إرتفاع تكلفة إنتاج الحجم الصغير، وحتى إذا كان طلب المؤسسات الداخلة هو (D_3) فإن بإمكانها فقط أن تغطي تكاليف إنتاجها (Q_3).

ج- عوائق الدخول من خلال سياسات التسعير[1]

أحياناً تلجأ المؤسسات الموجودة في الصناعة إلى تخفيض سعر السلعة بحيث لا يشجع السعر المنخفض المؤسسات الجديدة على الدخول إلى الصناعة وأحياناً قد يتبعون سياسة تسعير إفتراسية حيث

1- العيد قريشي، **واقع أداء قطاع المحروقات الجزائري في ظل الشراكة الأجنبية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010، ص 18.

يكون السعر اقل من أو مساوي لـــتكاليف المتوسطة (p≤CM) للوحدة المنتجة وقد يتعرضون للخسارة بشكل مؤقت وذلك بهدف منع دخول منشآت جديدة منافسة لهم في الصناعة، وبعد ذلك قد يلجؤون إلى رفع السعر مرة أخرى واستغلال أوضاعهم الاحتكارية.

د- عوائق الدخول من خلال توالد المنتج[1]

إن طريقة توالد المنتج أو الماركة يمكن أن تكون كعائق للدخول، من خلال تطبيق هذه السياسة في صناعات تمييز المنتج مثل الصابون، معجون الأسنان، المشروبات،...الخ، وتقوم هذه السياسة أساسا على أن تقوم المؤسسة القائمة بإغراق السوق بمختلف المنتجات والماركات (العلامات التجارية)، بحيث لا يبقى مجال كاف للمؤسسات الجديدة كي تتنافس بطريقة مربحة وبالتالي تصبح المؤسسة القائمة قادرة على زيادة السعر دون الخوف من دخول منافسين جدد للصناعة.

أو تقوم المؤسسات القائمة بإقامة شراكة مع مؤسسات أخرى في نفس المجال من أجل إنتاج مركبات جديدة لزيادة تركزها في السوق وتشديد المنافسة على المؤسسات الأخرى وإعاقة مؤسسات داخلة.

ه- عوائق الدخول من خلال إحتياجات رؤوس الأموال

تحتاج المؤسسات الجديدة إلى موارد مالية معتبرة من أجل تحقيق إستثماراتها، وهذا يمكن أن يكون حاجزا يؤخر عملية الدخول، وبالأخص إذا كانت رؤوس الأموال موجهة إلى نفقات غير مسترجعة مثل: الإشهار، البحث والتطوير، كما نجد أنه بالإضافة إلى تمويل التجهيزات، يجب كذلك تخصيص أموال معتبرة من أجل حسابات الزبائن، المخزونات، خسائر الإنطلاق. وتكمن أهمية رؤوس الأموال الأساسية (الضرورية) في بعض القطاعات مثل صنع الحواسب في الحد من عدد الداخلين المحتملين.[2]

و- عوائق الدخول من خلال التكلفة الإضافية

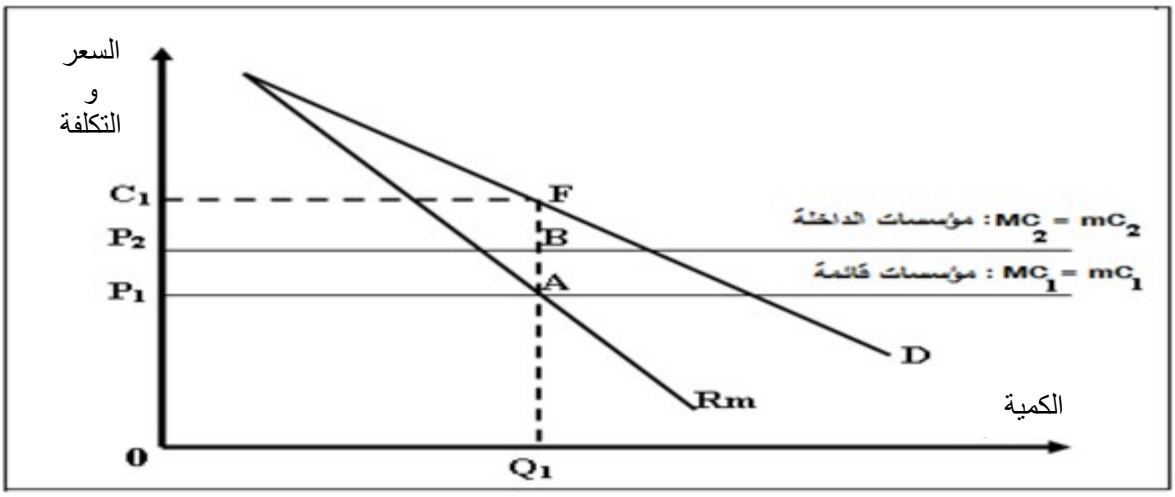
يعرف "ستيجلر" عائق الدخول بأنه يتمثل في أي تكلفة إضافية يتعين على أي مؤسسة داخلة أن تتحملها دون أن تكون المؤسسات القائمة بالصناعة متحملة لها، ويُرْجِعُ ذلك إلى إختلاف ظروف الطلب أو ظروف التكلفة الخاصة بالمؤسسة الداخلة عن تلك القائمة، ويوضح ذلك من خلال الشكل التالي[3]:

1- روجر كلارك، مرجع سابق، ص 157.

2- Gerry Johnson et autres, **Stratégique**, 2e édition, Pearson éducation, France, 2002, P:153.

3- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص ص 54-55.

شكل رقم(13): عوائق الدخول ناتجة عن التكلفة الإضافية



المصدر: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية، مصر، 1998، ص 54

إذا إفترضنا أن الصناعة تسيطر عليها المؤسسة القائمة (1) وأن هناك مؤسسة أخرى (2) ترغب في الدخول، كما أن ظروف الطلب (D) هي نفسها للمؤسستين وكذلك الإيراد الحدي (MR)، والاختلاف الوحيد هو التكلفة في المدى الطويل.

نلاحظ من خلال الشكل أن المؤسسة الراغبة في الدخول سوف تتحمل تكلفة إضافية تتمثل في الفارق بين $(P_2 - P_1)$، ووفقا لستيجلر يمثل هذا الفارق في التكلفة مانعا لدخول المؤسسة (2)، وطبقا لقاعدة توازن الإيراد الحدي يساوي التكلفة الحدية نجد أن المؤسسة القائمة تحقق التوازن عند النقطة (A) والمؤسسة الداخلة تحقق التوازن عند النقطة (B)، مما يوضح أن ربح المؤسسة القائمة هو $(A\text{-}P_1\text{-}C_1\text{-}F)$ أكبر من الربح الذي تحققه المؤسسة الداخلة والذي يتمثل في $(B\text{-}P_2\text{-}C_1\text{-}F)$.

ومن بين الانتقادات الموجهة أنها تتنافى مع الواقع لأن المؤسسات الداخلة تحقق ربح ولو كان منخفض ومع مرور الوقت تخفض من تكلفتها وتصبح أقوى منافسة في الصناعة.

ز - قنوات التوزيع كعائق للدخول

عند دخول مؤسسة جديدة، تقوم بالعمل من أجل ضمان توزيع منتجاتها، ونظرا لأن المؤسسات المتواجدة تشغل مختلف قنوات التوزيع، يكون على المؤسسات الجديدة أن تفرض وجودها عن طريق

الترقية، تخفيض الأسعار وتخصيص مؤونات للإشهار، وإذا تعذر على المؤسسات الجديدة تحقيق هذه الإجراءات فإنها تكون مطالبة بإنشاء قنوات توزيع خاصة بها تجعلها تمارس نشاطها في أحسن الظروف[1].

ن- عوائق الدخول من خلال السيطرة الكاملة على المادة الأولية في صناعة السلعة

إذا تمكنت مؤسسة من السيطرة على المادة الأولية (المادة الأساسية) التي تستعمل في إنتاج السلعة، بحيث تكون هذه المادة لا تتوفر لها بدائل في السوق، في هذه الحالة تصبح هذه المادة عائقا لدخول المنافسين للسوق.

كما أن المؤسسة القائمة يمكنها أن تسيطر على المواد الأساسية بعدة طرق مثلا إستخراجها وإحتكار مادتها الأولية أو إقامة شراكات وإتفاقيات مع مؤسسات أخرى تنتج وتوفر هذه المواد لها، ولكن بدون بيعها لأي مُنتِج آخر غيرها، بالإضافة تحصلها على براءة إختراع أو حماية من السلطات القانونية نظرا لحساسية الصناعة على سلامة المستهلك[2].

ي- عوائق الدخول من خلال التكامل العمودي

هناك عدة تعريفات لمفهوم التكامل العمودي تركز جميعها على فكرة قيام المؤسسة بتنفيذ أكثر من عملية إنتاجية، ومن هذه التعريفات نذكر:[3]

- دمج وتوحيد مؤسستين أو أكثر تحت إدارة واحدة، بحيث يصبح عملهما مشتركا؛
- المؤسسة تمارس أكثر من نشاط في مراحل متتالية في مجال إنتاج السلعة وتوزيعها وتسويقها؛
- عملية اتحاد أو دمج لمراحل إنتاجية؛
- قيام المؤسسة بتوسيع نطاق نشاطها، لتشمل بعض النشاطات السابقة التي تحتاجها في عملياتها الإنتاجية، والتي يتم التزود بها من قبل المنتجين أو مؤسسات أخرى.

ويمكن أن يكون التكامل العمودي عائق دخول سواء كان أماميا أو خلفيا دخول منشآت جديدة إلى الصناعة، فلو كان التكامل العمودي أماميا فهذا يعني أن المؤسسة تستطيع توسعة نطاق السوق من خلال زيادة الطلب على إنتاجها من قبل منشآت أخرى متكاملة معها، إذا المؤسسة إستفادت من إقتصاديات الحجم الكبير الذي قلنا سابقا أنه يمكن أن يكون عائق في حد ذاته، أما إذا كان التكامل خلفيا

1- Gerry Johnson et autres, opcit, P:153.

2- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص 65.

3 - باسم مكحول، نصر عطياني، **التكامل العمودي والأداء الاقتصادي في الصناعة التحويلية الفلسطينية**، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، يونيو 2004، ص 5.

فإنها تحقق المزايا المطلقة لتكاليف الإنتاج عن طريق الحصول على المواد الخام ومستلزمات الإنتاج من المؤسسات المتكاملة معها بتكاليف أرخص خاصة إذا كان هذا التكامل العمودي هو تخفيض تكاليف المعاملات[1].

4) عوائق الدخول التكنولوجية

تظهر أهميتها من خلال تعزيز فعالية عوائق الدخول الإقتصادية باستعمال حد أدنى من التكنولوجيا من أجل المنافسة داخل الصناعة مما يجعلها تتحمل تكاليف كبيرة مما يمكن أن يشكل عائق للدخول.

بالإضافة إلى ذلك هناك العديد من الطرق التي من خلالها يستطيع الإبداع التكنولوجي التأثير على إمكانية دخول مؤسسات جديدة إلى السوق ونذكر منها[2]:

أ- يمكن القول بأن الإبداعات التكنولوجية تمكن المؤسسات من زيادة حواجز الدخول إلى السوق وذلك إذا كان من الممكن الإنفراد بأساليب الإنتاج الجديدة من خلال الاستحواذ على حقوق ملكية الإبداعات التكنولوجية؛

ب- يستطيع الإبداع التكنولوجي أن يجعل من الصعب أو من السهل على المنتجات الصناعية منخفضة الجودة اللحاق بالمنتجات الصناعية العالية الجودة ؛

ج- إن الإبداع التكنولوجي في أساليب الإنتاج يمكن المؤسسات من تغيير الإحتياجات الرأسمالية اللازمة لدخول الصناعة وذلك من خلال:

- حاجات المؤسسات إلى الاستثمار بكثافة وبشكل مستمر في البحوث والتطوير حتى تستطيع أن تساير الإبداعات التكنولوجية الجديدة المتدفقة؛
- التأثير على الاستمرار الرأسمالي اللازم لبناء وتجهيز مرافق الإنتاج الجديدة، حيث كلما زادت الإحتياجات الرأسمالية التي تستلزمها الإبداعات التكنولوجية في الإنتاج كلما ارتفعت حواجز الدخول أمام المؤسسات الخارجية.

ثالثا: عوائق الخروج من الصناعة

وهي عبارة عن عوائق اقتصادية وإستراتيجية ومعنوية، تؤدي إلى استمرار المؤسسات في ذلك القطاع، رغم انخفاض العوائق، وتمثل حواجز الخروج المرتفعة جدا أحد العناصر المسببة لمشاكل

1 - أحمد سعيد بامخرة، مرجع سابق، ص ص 96 – 97.

2 - بن لحسن الهواري، **الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة**، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، جامعة سعد دحلب البليدة، يومي 18و19 ماي 2011، ص15.

التدهور التدريجي في جاذبية القطاع؛ كأن تجد المؤسسات نفسها محتجزة داخل قطاع غير مربح، أين يتميز الطلب بالثبات أو النقصان، كما أن الطاقة الإنتاجية الفائضة تؤدي أيضا إلى ازدياد حدة المنافسة في مجال الأسعار ومن بين العوائق الأكثر شيوعا نجد[1]:

أ- **الأصول المتخصصة**: كالاستثمارات في المصانع والمعدات، وليس بها استخدامات بديلة ولا يمكن التخلص منها بالبيع لأن قيمتها السوقية ضئيلة؛

ب- **القيود الحكومية والاجتماعية**: تتمثل في عمليات المنع أو الحث التي تفرضها الحكومة وما يترتب عنها من تكاليف مرتفعة مثل التعويضات التي يتم دفعها للعمال الذين يمكن اعتبارهم فائضين؛

ج- **الحواجز العاطفية**: الارتباط العاطفي بالقطاع من طرف المسيرين، وشعورهم بالمسؤولية ؛

د- **الاعتبارات الإستراتيجية**: كالتبعية الاقتصادية في مجال صناعي معين وتكون للشركة علاقات تعاونية مع شركات أخرى، لذا فإن الانسحاب قد يؤثر على قدرتها التسويقية وكذا على سمعتها في الأسواق المالية.

ومن أهم العوامل المؤثرة في موانع الخروج[2]:

- حجم رأس المال المغرق في أصول ثابتة: فكلما كان حجم رأس المال المغرق في صورة أصول ثابتة كبيرة كلما كانت الخسائر المترتبة على الخروج من صناعة ما وتصفية الأصول الكبيرة؛
- درجة استمرارية الأصول الثابتة: فكلما كان معدل إهلاك الأصول الثابتة مرتفعًا وفترة إهلاك وتقادم هذه الأصول قصيرة، كلما كان الخروج من الصناعة سهلا، والعكس صحيح؛
- درجة خصوصية الأصول الثابتة: فكلما كانت الأصول الثابتة المستخدمة في مجال معين متخصص في هذا المجال ولا تصلح للاستخدام في مجالات أخرى، كلما كانت إمكانية الخروج من

هذا المجال غير صعبة وتقاس تكلفة الخروج في هذه الحالة كنسبة بالصيغة التالية:

$$\frac{\text{قيمة الأصول المتخصصة في الاستخدام الحالي} - \text{قيمته في أفضل إستخدام بديل}}{\text{قيمة الأصول المتخصصة في الاستخدام الحالي}}$$

وكلما ارتفعت هذه النسبة كلما أصبح الخروج من الصناعة أكثر صعوبة.

---

1 - هلالي الوليد، **الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للهاتف النقال MOBILIS**، مذكرة ماجستير، جامعة مسيلة، 2009/2008، ص 22.

2- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص72.

كما أن حواجز الدخول المرتفعة أحد أهم الأسباب في ظهور بعض المخاطر مثل[1]:"التدهور التدريجي لجاذبية الصناعة في الأسواق المشبعة أو التي تعمل في ظل مرحلة انخفاض المبيعات وصعوبة الخروج من القطاع تؤدي إلى تدهور ربحية كل المنافسين، والاعتبارات السابقة كلها تمنع أو تؤخر قرارات الخروج.

وقد تكون التكاليف عبارة عن حواجز الخروج في حال تحملها المؤسسة القائمة داخل القطاع، وكذلك الأرباح التي تفقدها المؤسسة بتركها الصناعة التي تعمل داخلها، ومثال ذلك التعويضات التي يتعين أن تدفعها المؤسسة للعاملين لديها في حالة خروجها من الصناعة، ولاشك أن معرفة أي مؤسسة بأن هناك إحتمال وجود حواجز الخروج في الصناعة قد يجعلها ذلك تتردد في الدخول أصلا لصناعة[2].

رابعا: تمييز المنتجات في الصناعة

يعتبر التميز في المنتجات أحد الجوانب الرئيسة المؤثرة على هيكل الصناعة كما أنه يعتبر من عوائق الدخول إلى الصناعة، فيعتبر تميز صنف السلعة المنتجة والتنويع والتجديد في المنتجات من جانب المشروعات أو المؤسسات الموجودة في الصناعة من العقبات التي تحد أو تقلل من دخول منشآت جديدة للصناعة لأنها لا تستطيع منافسة المؤسسات القديمة التي تنتج تلك الأصناف المتميزة من السلعة.

1) مفهوم تمييز المنتجات

يعتبر التمايز بين المنتجات بأنه الشكل والطريقة التي يتحصل من خلالها الزبون على المنتجات والخدمات لإشباع رغباته، وهذه المنتجات والخدمات هي عبارة عن هوية تعريف للمؤسسة المصنعة، لكن يمكن للمؤسسة القائمة أن تمنع من دخول منشآت جديدة لصناعة ذلك من خلال إنتاجها خدمات ومنتجات مختلفة ومتمايزة[3].

وخاصية تمييز المنتجات قد يكون لها دورا هاما في زيادة حدة المنافسة داخل الصناعة، ذلك عن طريق قيام المؤسسات القائمة في الصناعة بتنويع منتجاتها، الأمر الذي يجعلها مميزة عن بقية المنتجات في الصناعة، بحيث لا يعد المنتج بديل لهذه المنتجات من قبل المستهلكين.

---

1 - دلال عظيمي، **مداخل تحقيق المزايا التنافسية لمنضمات الأعمال في ظل محيط حركي**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد 10، 2010، ص202.

2- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص308.

3 -.Danil soulié, Analyse economique Et stratégie D entreprise, Edicef, Paris, 1992, p120.

تعتبر الدعاية والإعلان أحد الوسائل الهامة التي تلجأ إليها المؤسسات لإقناع المستهلكين بتميز السلعة المنتجة سواء من حيث نوعيتها أو مظهرها أو طريقة استخدامها أو خدمات الصيانة المقدمة إلى المستهلك بعد شرائه للسلعة ... إلخ[1].

وهناك طرق وأشكال مختلفة يمكن من خلالها إعتبار تمايز المنتجات والخدمات كمصدر لزيادة حدة المنافسة داخل القطاع، بالإضافة لاعتبارها عائق من عوائق الدخول، لأن ليس هناك علاقة بين التمايز وحجم المنتج، بل بجودته ونوعيته مقارنة بالمنتجات المنافسة يمكن أن يكون التمايز من خلال ما يلي[2]:

أ- **الإبداع في التصميم والتكنولوجيا**: إن الإبداع المتميز من الناحية التقنية والتكنولوجية مع إستعمال آلات وطاقة أقل يساهم بإحداث عناصر جديدة في المنتج والخدمة؛

ب- **الخدمات المقدمة**: تتمثل في الخدمات التي يتم إضافتها للمنتجات الأصلية، كخدمة العملاء بتحقيق حاجاتهم وتلبية رغباتهم المختلفة؛

ج- **السمعة ومكانة العلامة التجارية**: كثيرا ما تواجه المؤسسات الراغبة في الدخول ولاء ووفاء زبائن السوق لمنتجات مؤسسة معينة قد حازت على ثقتهم بفضل سمعتها ومركز علامتها وتميز مواصفاتها وخصائصها الفنية؛

د- **قنوات التوزيع**: تتميز المؤسسة من هذا الجانب من خلال الابتعاد عن التقليد في عملية التوزيع، مع تقديم نظام بيعي وإشهاري جديد ومتميز خاصة على مستوى الزبائن، وكذا السيطرة على قنوات وطرق التوزيع المختلفة.

2) أنواع تمييز المنتجات[3]

لقد ساهم الفكر الاقتصادي في بناء تحليل وتفكير موسع حول المنافسة والتنافسية بين المؤسسات في شتى المجالات والقطاعات، وهذا لتحديد نوعية القطاعات والأسواق، ومن هذا المنطلق ساهم التحليل الاقتصادي بالتمييز بين نوعين من أنواع عملية تمييز المنتجات وهما:

أ- **التمييز الأفقي**: ويقصد به تمييز المنتجات التي تنتمي لنفس المجموعة، بحيث أنه لها نفس النوعية ونفس السعر، وتستهدف زبائن محددين، وهنا يكون اختيار المستهلك بين المواصفات المختلفة لهذه السلع وفقا لأذواقهم ومتطلباتهم الشخصية، والمثال الأكثر تفسير للتمييز الأفقي هو المجموعة

1- أحمد سعيد بامخرة، مرجع سابق، ص ص 111– 112.

2- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص306.

3- عادل عرقابي، مرجع سابق، ص 13.

المتنوعة من محطات البث الإذاعي المقدم على موجة FM، والمتميزة بنفس نوعية الإرسال والاستقبال، فالأذواق وحدها هنا تملك القدرة على اختيار محطة دون أخرى؛

ب- **التمييز العمودي**: يحدث هذا التمييز في المنتجات عندما تؤدي خصائص المنتجات بالمستهلكين إلى التعبير عن تفضيل مماثل لمختلف المنتجات، بمعنى أنه إذا تم عرض نوعين من هذه المنتجات بسعر واحد، فإن جميع المستهلكين سيختارون منتج واحد، وبالتالي فمعيار الجودة هو الأفضل ومثال ذلك هو الدواء الجنيس و الدواء الأصلي حيث أن هناك بعض المستهلكين يفضلون الدواء الأصلي على الدواء الجنيس.

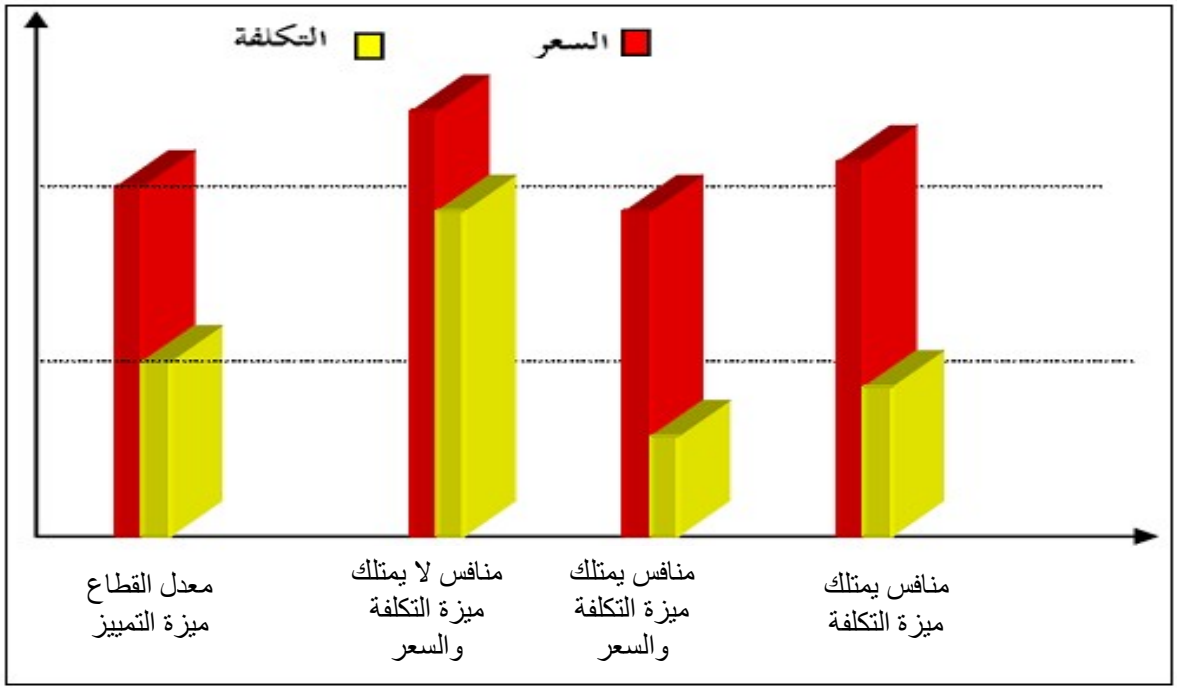
ومن الملاحظ أن تمييز المنتجات يمكن أن تستند إلى معايير ذاتية، وبذلك فإنها تسمح للعلامة التجارية بإظهار التمييز الرأسي (كما يتضح ذلك من تفضيل منتجات ذات علامة تجارية معينة عن منتجات أخرى مماثلة)، أو تمييز أفقي (كما في حالة المنظفات الصناعية حيث أن العلامة التجارية والتعبئة والتغليف تعتبر عادة السمة الرئيسية المميزة لها).

3) خاصية التمييز من خلال التكلفة والسعر داخل القطاع

تقوم هذه الخاصية بالتجميع بين ميزتين أساسيتين ميزة التكلفة الأقل وميزة الأسعار التنافسية، حيث يتعين على المؤسسة عرض منتجاتها المختلفة والمنفردة عن منتجات المنافسين لإشباع الحاجات ذاتها للمستهلكين، هذا في نفس الوقت وبأسعار منخفضة ناتجة عن التكاليف المنخفضة لتلك المنتجات، وهو ما يبينه الشكل التالي[1]:

شكل رقم(14): العلاقة بين ميزة التكلفة وميزة السعر داخل القطاع

1 - دلال عظيمي، مرجع سابق، ص199.



المصدر: دلال عظيمي، مداخل تحقيق المزايا التنافسية لمنضمات الأعمال في ظل محيط حركي، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد 10، منشورة، 2010، ص200 بالاعتماد على:
Jean- pièrre Détrie et al, Stratégor, Dunod, Paris, 2004, p.125.

وتأسيسا لما جاء في الشكل فإننا نلاحظ أن للمتنافسين عدة مميزات يمتازون بهما منها التكلفة والسعر، فهناك من يتميز على باقي المنافسين بالسعر وهناك من يتميز بالتكلفة.

المطلب الثالث: كفاءة هيكل الصناعة

نظرا للأهمية التي يحتلها هيكل الصناعة في النظام الاقتصادي، في جميع المجالات وعلى إختلاف أنواع الصناعات سواء من حيث الحجم أو من حيث النشاط، بالإضافة لسهولة الدخول والخروج منها كما تم ذكره سابقا، ولقد تم التطرق لمحددات الهيكل باختلاف أنواعها لكن التساؤل الذي يطرح نفسه: **ماذا يعني بهيكل الصناعة الكفؤ؟ ومتى يكون غير كفؤ؟**

وللإجابة عن على هذا التساؤل سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى كفاءة هيكل الصناعة وكيفية تحديد شكله.

تعتبر كفاءة هيكل الصناعة من خلال مفهومها الواسع الذي يتضمن مدى تغطية الطلب الكلي من طرف المؤسسات التي تنشط فيه، والشروط التي يجب توفرها حتى نستطيع معرفة مدى كفاءة هيكل الصناعة[1]:

الشرط الأول: يجب أن دراسة مدى نسبة تغطية الطلب الكلي، انطلاقا من الإنتاج المحلي، من خلال

$$D = \left(\sum_{i=1}^{n} Q_i \right)$$

1- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص 41.

العلاقة التالية:

n : عدد المؤسسات العاملة في الصناعة؛

Qi : إنتاج كل مؤسسة على حدا؛

D : مجموع طلب السوق.

في هذا الشرط تم حساب نتيجة هذه العلاقة وتحصلنا على مايلي: $D > \left(\sum_{i=1}^{n} Q_i\right)$

يمكن القول في هذه الحالة أن الفارق بين الطلب والإنتاج يغطى عن طريق الاستيراد (منتجات أجنبية)، ففي هذه الحالة لا نستطيع تحديد هيكل السوق بدقة نظرا لأننا نستخدم البيانات المتوفرة حول حجم السوق والمؤسسات العاملة فيه، فوجود مؤسسة واحدة في السوق لا يمكننا من القول بأن هناك إحتكارا إذا كان حجم السوق (D) أكبر من حجم إنتاج المؤسسة (Qi)، أي أن المؤسسة لا تسيطر على السوق في هذه الحالة.

الشرط الثاني: يتمثل في ضرورة أن تحقيق كل مؤسسة لربح اقتصادي إما موجبا أو على الأقل يساوي الصفر في الأجل الطويل، وذلك لأنه لايمكن تصور أن تستمر مؤسسة ما بالسوق في الأجل الطويل وهي تحقق خسارة، ويمكن صياغة هذا الشرط $C \leq Qi \,.P$ (Qi) لكل مؤسسة

حيث: p : سعر السوق

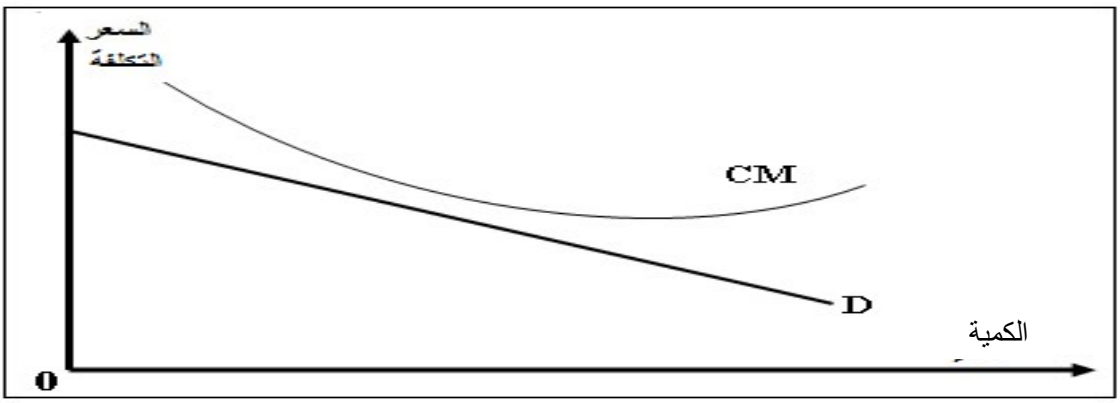
ويعني الشرط السابق أن: الإيراد الكلي (Qi . P) أكبر أو يساوي التكاليف الكلية (C « Qi ») لكل مؤسسة (i)، من خلال هذا يصبح هيكل السوق غير كفؤ.

من خلال تمعننا لهذا الشرط نلاحظ أنه يجب أن يكون الإيراد الكلي للمؤسسات القائمة في هيكل الصناعة أكبر من أو يساوي تكاليفها الكلية، بالنسبة لكل مؤسسة على حدى.

أولا: هيكل الصناعة غير الكفؤ

هيكل الصناعة يمكن أن يكون غير كفؤ، إذا كان منحنى التكلفة المتوسطة (CM) للمؤسسات القائمة داخل الصناعة أعلى من منحنى الطلب الكلي (D)، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (15): يبين حالة هيكل الصناعة غير الكفؤ



المصدر: عبد القادر محمد عبد القادر عطية، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية،

نلاحظ من خلال الشكل أن (CM) أعلى من (D) وبالتالي هيكل الصناعة غير كفؤ.

ثانيا: هيكل الصناعة الكفؤ

يتميز هذا الهيكل أنه عكس الأول تماما، حيث يتطلب لكي يكون الهيكل كفؤ أن يتم تغطية الطلب الكلي المتواجد في السوق عن طريق الصناعة المحلية، دون اللجوء إلى الاستيراد.

ولكي تتضح الفكرة أكثر ويصبح هيكل الصناعة كفؤ يجب أن يتوفر الشرط التالي[1]:

$$\sum_{i=1}^{n} C(Qi) = \min \sum_{i=1}^{n} C(Qi)$$

C(Qi) : دالة التكاليف الكلية للمؤسسة (i).

من خلال هذه العلاقة يتضح أن هيكل الصناعة لكي يكون كفؤ يجب أن يغطي كل الطلب من خلال العرض المحلي (الصناعة المحلية).

المبحث الثالث: أشكال هيكل الصناعة

تعتبر المنافسة هي حالة من الصراع التنافسي بين المؤسسات في صناعة ما لتحقيق التفوق على المنافسين والحصول على حصة سوقية أكبر، يمكن أن يتم هذا الصراع باستخدام أساليب مختلفة كالتركيز على الأداء، الجودة، السعر، التصميم، التكاليف، خدمات ما بعد البيع...، وأن كثافة وحدة المنافسة في صناعة ما تعتبر محددا مهما وقويا لجاذبية وربحية تلك الصناعة على اعتبار أنها تتطلب التخفيض في الأسعار وزيادة في التكاليف وبذلك فهي تشكل تهديدا قويا للتنافسية داخل صناعة معينة.

إن هيكل الصناعة وشكل السوق الموجودة فيها من حيث درجة الاحتكار والمنافسة تؤثر على سلوك المؤسسة بشأن تحديد حجم الإنتاج والسعر، ففي الأسواق الاحتكارية يكون الطلب على السلعة قليل المرونة (غير مرن) وتزداد قدرة المنتج (المؤسسة) على رفع السعر، أما في الأسواق التنافسية التي ترتفع فيها درجة المنافسة: يكون الطلب على السلعة أكثر مرونة (طلب مرن)، حيث يكون هناك

1- نفس المرجع، ص 42.

بدائل للسلعة تنتجها المؤسسات الأخرى للمنافسة وفي هذه الحالة تقل قدرة المنتج أو المؤسسة على رفع السعر.

ومن خلال دراستنا في هذا المبحث سوف نقوم بالتركيز على السعر والتكاليف فقط، من أجل تحديد نوعية هيكل الصناعة من بين أربع أشكال تتمثل في المنافسة التامة، الاحتكار التام، المنافسة الاحتكارية، واحتكار القلة، حيث أن الدولة تتحكم في القطاع ككل من خلال تحديد هامش السعر وتكلفة المنتجات الأجنبية من خلال رفع الرسوم الجمركية على المنتجات المستوردة وتخفيض الضرائب للمنتجات المحلية، وتختلف أشكال هيكل الصناعة عن بعضها البعض باختلاف العناصر المحددة له.

المطلب الأول: الصناعة في ظل المنافسة الكاملة

إن المعنى الحقيقي للمنافسة الكاملة في الصناعة هو سهولة دخول وخروج منافسين جدد لهذه الصناعة[1]، ومن أهم الحالات التي يمكن للمؤسسة أن تتأقلم عليها بسرعة على غرار المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة، بالإضافة للاحتكار التام لأن المؤسسات لا يمكنها السيطرة على سعر معين أو كمية معينة وإنما التنافس على تقليل التكاليف من أجل تقليل السعر مع تميز نوعية المنتج المنافس، إلا أننا لا نستطيع تعميم دراستنا على طبيعة المنافسة التامة في الزمن القصير والطويل، وإنما نركز على كيفية الدخول والخروج من خلال السعر والكمية، بتقليل التكاليف.

أولا: دخول وخروج المؤسسات للصناعة

ولكي تصبح الصناعة في حالة المنافسة الكاملة يجب أن تتحقق عدة شروط لتسود هذه المنافسة والشروط هي[2]:

- وجود عدد كبير جداً من البائعين والمنتجين؛
- صغر حجم المؤسسات؛
- حرية العرض والطلب؛
- حرية الدخول والخروج من السوق؛
- حرية انتقال عناصر الإنتاج؛

1 - Machlup, F. (1942, S. 2):'Competition, pliopoly, and profits', Economica, S. 1-23,p153-173.

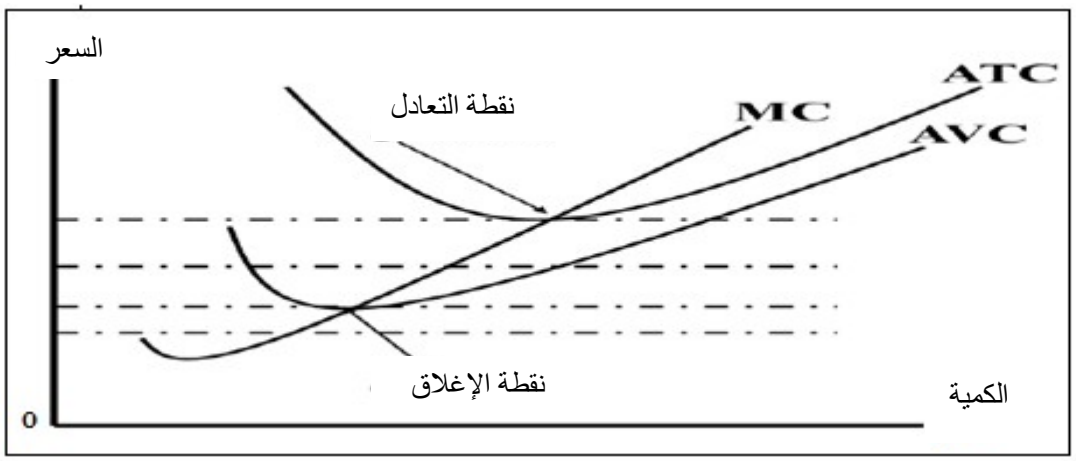
2- أكرم محمد أحمد الحاج، **مقدمة لمقرر تحليل الاقتصاد الجزئي**، كلية العلوم والآداب بطبرجل، جامعة الجوف، السعودية، ص9.

- توافر المعلومات لكل عناصر السوق؛
- تجانس السلع.

1) دخول وخروج المؤسسات من الصناعة في المدى القصير

هو الفترة الزمنية التي لا تكفي لخروج بعض المؤسسات من السوق، أو التي لا تكفي لدخول منتجين جدد إلى السوق، أي الفترة التي يكون عدد المؤسسات فيها ثابت في صناعة معينة والشكل التالي يبين ذلك[1]:

شكل رقم (16): استمرار المؤسسة في الإنتاج وتوقفها عنه في الحد القصير



المصدر: حسن رفدان الهجهوج القحطاني، مبادئ الاقتصاد الجزئي، 1433 هجرية، ص 43

نلاحظ من خلال الشكل أن المؤسسة تحقق أرباح عادية، عند السعر (P_1)، أما عند السعر (P_2) فإن المؤسسة تتحمل خسارة إلا أنها تستمر في الإنتاج طالما أن السعر يفوق متوسط التكاليف المتغيرة وبالتالي الخسارة أقل من التكاليف الثابتة، لكن إذا قل السعر إلى غاية (P_3) يمكن للمؤسسة أن تستمر في الإنتاج ولكن أقل من ذلك فإنها تتوقف على الإنتاج.

2) دخول وخروج المؤسسات من الصناعة في المدى الطويل

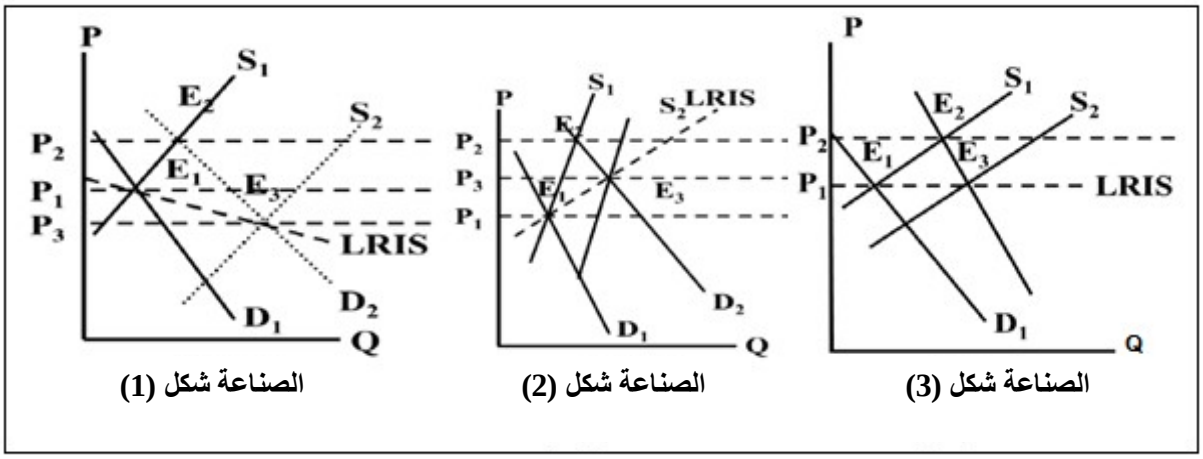
هي الفترة الزمنية الكافية لدخول بعض المؤسسات الجديدة إلى الصناعة أو خروج بعض المؤسسات القائمة منها، لذا يكون عدد المؤسسات غير ثابت، لكن دخولها وخروجها من الصناعة مرهون بقيمة السعر والتكاليف المتوسطة التي تتحملها المؤسسة.

وتوازن المؤسسة في المدى الطويل في ظل المنافسة التامة يتطلب أن تتحقق العلاقة التالية (P=MC=AC) وهذا التوازن يحدث عندما تنتج المؤسسة بأقل تكلفة للوحدة، مما يؤدي إلى توسع الصناعة من خلال دخول منافسين جدد فتنخفض تكاليف إنتاج الوحدة (إنخفاض AC)، لكن سلبيات

1- حسن رفدان الهجهوج القحطاني، محاضرات في مبادئ الاقتصاد الجزئي، 1433 هجرية، ص 45.

توسع نطاق الصناعة للحجم الكبير أنه لا تتأثر تكلفة إنتاج الوحدة فيها بما يطرأ على الصناعة من توسع. وسوف نقوم بتوضيح ذلك من خلال الأشكال التالية[1]:

شكل رقم (17): دخول المؤسسات للصناعة والأثر الناتج عن ذلك



المصدر: حسن رفدان الهجهوج القحطاني، مبادئ الاقتصاد الجزئي، 1433 هجرية، ص 45

يتضح من خلال الأشكال الثلاثة أنه عند توازن الصناعة في المدى الطويل E_1 تحقق المؤسسة أرباح إقتصادية مساوية الصفر، لكن بزيادة الطلب وارتفاع السعر تنتقل الصناعة إلى توازن المدى القصير عند E_2، وتحقق المؤسسات أرباحا فوق العادية مما يؤدي إلى دخول منافسين جدد داخل الصناعة، فيؤثر ذلك على السعر بالانخفاض وتصل الصناعة مرة أخرى إلى حالة التوازن.

وهذا ما نلاحظه في الشكل رقم (1) حيث يتحقق التوازن من جديد في المدى الطويل عند E_3 عندما تكون العلاقة التالية $P_3<P_1$ ويكون منحنى عرض الصناعة في المدى الطويل هو الخط المتقطع الواصل بين E_1وE_3 وله انحدار سالب، ويحدث ذلك في الصناعات ذات التكاليف المتناقصة.

أما الشكل رقم (2) حيث يتحقق التوازن من جديد في المدى الطويل عند E_3 عندما تكون العلاقة التالية $P_3 \square P_1$ ويكون منحنى عرض الصناعة في المدى الطويل هو الخط المتقطع الواصل بين E_1 وE_3 وله انحدار موجب، ويحدث ذلك في الصناعات ذات التكاليف المتزايدة.

وفي الحالة الثالثة في الشكل رقم (3) فإن التوازن يتحقق في المدى الطويل عند E_3 و P_1 ويكون منحنى عرض الصناعة في المدى الطويل هو الخط المتقطع الواصل بين E_1وE_3 ومنحنى العرض في هذه الحالة تام المرونة، ويحدث ذلك في الصناعات ذات التكاليف الثابتة.

ثانيا: سوق المنافسة الكاملة

1- نفس المرجع، ص 45.

المنافسة عبارة عن عمليات انتقائية قيادية في المجتمع الاقتصادي الحديث والتي من خلالها تحقق المؤسسات بقائها في السوق[1]، وتتميز سوق المنافسة الكاملة بشروط خاصة تتوفر فيها أربع خصائص تميزها عن سائر الأشكال الأخرى، فهذه الشروط التي لابد من توافرها والتي إن تخلف أي واحد منها انتفى سوق المنافسة التامة (الكاملة) وهذه الخصائص هي:

1) تجانس الوحدات المنتجة

يقصد بالتجانس أن تنتج كافة المشروعات المنتجة للسلعة محل البحث وحدات منها متماثلة أو متشابهة تماماً وليس وحدات متباينة أو متنوعة من مشروع لآخر، ويعتبر تجانس الوحدات كمصدر للمنافسة الكاملة، حيث يتم التركيز على توافق المنافسة مع تجانس الأفراد، والتي بطبيعة الحال تؤدي إلى تجانس الوحدات[2]، بشرط أن يكون التجانس من وجهة نظر المستهلك، مع انعدام الفرق بين سلعة وأخرى من حيث مقدرة أي سلعة على الإشباع مقارنة مع السلعة الأخرى ويترتب على ذلك:

أ- عدم تفضيل منتج على آخر فالمستهلك يشتري السلعة من المنتج الذي يرغب؛

ب-معيار التعامل بالنسبة للمنتج هو من يكون مستعد لدفع ثمن السلعة.

2) تعدد البائعين وتعدد المشترين

يوجد عدد كبير من البائعين والمشترين للسلعة محل البحث، بحيث يكون نصيب كل مشتر أو بائع للسلعة ضئيلاً جداً بالنظر إلى حجم السوق بأكمله، ولا يستطيع المستهلك أو المنتج الواحد السيطرة على سعر السلعة السائد في السوق وبالتالي يتحدد السعر بفعل الطلب والعرض[3].

أضف إلى ذلك، أن المشروع في المنافسة الكاملة يقبل الثمن السائد في السوق للسلعة، فلو حدث وقام برفع الثمن الذي يبيع به عن مستوى ثمن السوق فسيخسر كل المشترين لأنهم يستطيعون الحصول على نفس السلعة بثمن أقل من المشروعات الأخرى المنافسة، كذلك الحال فإن المشروع ليس لديه مبرر للخفض ثمن السلعة الذي يبيع به عن مستوى ثمن السوق طالما أنه يستطيع أن يبيع أي كمية ينتجها وفقاً للثمن السائد في السوق ويحقق الأرباح التي يهدف إلى تحقيقها.

---

1 -. Ely, R. T. (1901, S. 64):,Competition: its nature, its permanency, and its beneficence', Publications of the American Economic Association, 3rd series, 2،February, S. 55-70.

2 - LOUIS MAKOWSKI AND JOSEPH M, Perfect Competition and the Creativity of the Market, Journal of Economic Literature, Vol. XXXIX (June 2001) p.499

3- نداء محمد الصوفي، **الاقتصاد الإداري**، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012، ص ص 159- 160.

ونتيجة لذلك فإن الثمن، في ظل توفر هذا الشرط، ثابت لا يتغير ولا يتأثر بحجم الكمية المطلوبة من المستهلك الفرد أو الكمية المعروضة من المنتج الفرد، وأن التغيير في الثمن لا يحدث إلا في حالة تغير الكميات المطلوبة من مجموع المستهلكين للسلعة أو تغير الكميات المعروضة أو المنتجة من مجموع المنتجين لهذه السلعة.

3) العلم التام بأحوال السوق بالنسبة لكل من البائع أو المشتري

ويقصد بهذا الشرط هو توفر المعلومات التامة عن ظروف السوق لكل من البائعين والمشترين بحيث لا يقدم المشترون على دفع سعر أعلى من سعر السوق، ولا يقبل البائعون سعر أقل من السعر الذي تحدده المنافسة الكاملة في السوق[1].

4) حرية الدخول والخروج من السوق

يقصد بهذا الشرط أنه في ظل سوق المنافسة الكاملة، يكون في مقدور أي مشروع جديد يرغب في إنتاج السلعة محل البحث الدخول في صناعة السلعة دون وجود أي عوائق قانونية، اقتصادية، أو إدارية لأن " من السمات الأساسية للصناعات الحديثة هي المنافسة المفتوحة، حيث أن سوق الصناعة في المنافسة التامة تقبل دخول منافسين جدد بسهولة"[2]، وليس لباقي المشروعات المنتجة بالفعل لهذه السلعة حق الاعتراض أو المنع من دخول مشروعات جديدة فيها، كما أن الكلاسيك يفترضون أن السوق في حالة المنافسة الكاملة، أن الدخول إلى السوق يكون سهلا مما ينعكس على الإنتاج ومستوى الأسعار مؤثرا على الأرباح، الأمر الذي يلغي روح الإبداع والتطور في الصناعة[3].

إن المشروعات من حقها أن تقبل على فروع الإنتاج التي تحقق فيها أقصى ربح بدل الخسارة.

خلاصة القول إذا اجتمعت كافة الشروط السالف بيانها، فإن المنافسة الكاملة تتحقق بين البائعين (المنتجين)، بحيث لا يكون لسلوك البائع الفرد أي تأثير يذكر على الثمن السائد في السوق، ولا على قرارات غيره من البائعين، كذلك تتحقق المنافسة الكاملة بين المشترين، (المستهلكين)، بحيث لا يكون لسلوك المشتري الفرد أي تأثير يذكر على الثمن السائد في السوق ولا على قرارات غيره من المشترين.

ومن الناحية الفنية يرى الاقتصاديون أن السمة المميزة لسوق المنافسة الكاملة هي أن كل بائع فيه يتقبل سعر السوق كأمر مسلم به لا يستطيع تغييره، لأنه لو زاد ثمن سلعته عن ذلك السعر فإن مبيعاته

1- محمد أحمد السريتي، **النظرية الاقتصادية المتقدمة (جزئية وكلية)**، مؤسسة رؤية، الإسكندرية، مصر، 2013، ص209.

2- Andrews, P. S. W. (1964): On Competition in Economic Theory, London, Macmillan.

3 - LOUIS MAKOWSKI AND JOSEPH M, Perfect Competition and the Creativity of the Market, op, cit, p484

تنخفض إلى الصفر، والتعبير الاقتصادي عن هذه الحقيقة بيانيًا هو أن كل بائع يواجه منحنى طلب أفقي (لا نهائي المرونة) يقطع محور الأسعار عند مستوى سعر السوق.

ولا ينكر الاقتصاديون أن سوق المنافسة الكاملة نادرة الوجود في عالم الواقع، لصعوبة تحقق جميع شروطها. ومع ذلك فإنهم درسوها بكثير من التعمق والتفصيل لما تتمتع به -لو تحققت- من مزايا كزيادة الكفاءة الاقتصادية في استخدام الموارد وزيادة نفع المستهلكين[1].

المطلب الثاني: الصناعة في حالة المنافسة الاحتكارية

تعتبر بديل قريب لبعضها البعض وان كانت ليست بديلا تاما[2]، تعرف المنافسة الاحتكارية بأنها الحالة التي يوجد بها عدد كبير من صغار البائعين الذين يقومون بإنتاج سلع متشابهة ولكنها غير متماثلة، فهذه الحالة تشير إلى المنافسة بين مجموعات كبيرة من السلع.

وقد تم التعرف على المنافسة الاحتكارية لأول مرة عام 1933، وعندها كادت هذه النظرية أن تقضي على نظرية المنافسة الكاملة وتزيحها من الوجود في أسواق المنافسة الاحتكارية التي تكون فيها المنتجات متقاربة من حيث الاستعمال ولكن غير متجانسة[3].

أولا: دخول وخروج المؤسسات من الصناعة

هيكل الصناعة في حالة المنافسة الاحتكارية أو كما تسمى أحياناً بالمنافسة الناقصة أو المنافسة غير التامة، هو شكل مهم من أشكال السوق الذي يجمع بين خصائص سوقي المنافسة التامة والاحتكار التام[4]، ويكون عدد البائعين كبيرا بدرجة كافية، كما يتطلب الأمر أن يكون أكبر بائع من الصغر بحيث لا يستطيع بمفرده أن يسيطر على جزء هام من السوق، وبذلك تكون سيطرة كل بائع على السوق سيطرة ضعيفة بحيث أن أي تغيير في مبيعاته لن يكون له أثر على مبيعات المنتجين الآخرين.

ولذلك فلن يكون هناك ارتباط بين أسعار المنتجين، فأي بائع يستطيع أن يرفع أو يخفض سعره ليقلل من مبيعاته أو يزيد منها دون أن يكون لهذا التصرف أي أثر أو أي رد فعل بالنسبة لبقية

1- محمد أنس الزرقا، **الأسواق غير التنافسية المعاصرة بين الفقه والتحليل الاقتصادي**، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد الإسلامي، م19، ع2، 2006، ص5.

2 - محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، **التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدي) - تحليل المنتج والأسواق -**، جامعة بنها، كلية التجارة، الجزء الأول، رقم 223، ص235.

3 - ضياء مجيد، **النظرية الاقتصادية (التحليل الاقتصادي الجزئي)**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007، ص263.

4- خالد طه عبد الكريم، **الأمثلية الاقتصادية في أسواق المنافسة الاحتكارية**، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، جامعة ديالى، كلية الإدارة والإقتصاد، العراق، 2010، ص271.

المنتجين (البائعين) في الصناعة. وهناك شرطان أساسيان يجب توافرهما لكي تتحقق المنافسة الاحتكارية[1]:

- أن يكون الدخول إلى الصناعة أمراً سهلاً، وذلك بالنسبة للسلع القريبة الإحلال من السلع الموجودة في الصناعة؛
- صعوبة تحقيق الاتفاق بين المنتجين.

وفي حال تحقق هذه الشروط، فإنه يكون لكل بائع صغير منحنى طلب خاص لسلعته، يوضح من خلاله الكميات التي يمكن أن يبيعها من هذه السلعة عند الأسعار المختلفة، وذلك بشرط ثبات أسعار منافسيه، أي تبقى ثابتة ولا تتغير عند المستوى السائد.

وعادة ما يكون منحنى الطلب، في ظل المنافسة الاحتكارية كامل المرونة تقريبا، أو تكون درجة مرونته عالية، هذا وتتوقف مرونة منحنى الطلب على مقدار المرونة التبادلية بين كل اثنين من البائعين، وعلى عدد البائعين في الصناعة أو نصيب كل بائع في طلب الصناعة.

وفي هذه الحالة يكون المنتج عرضة للمنافسة من طرف داخلين جدد لقطاع النشاط، لكن هذا الدخول للمنافسين الجدد يكون إما صعبا أو سهلا[2]:

1) الدخول عندما يكون الدخول للصناعة صعبا

إن الحالة التي يكون فيها الدخول إلى الصناعة موصداً هي حالة غير عادية بالنسبة لصناعات المنافسة الاحتكارية، إلا أنه من المحتمل حدوثها، وفي مثل هذه الحالة فإن منع الدخول يكون نتيجة لتشريعات معينة، حيث تكون المؤسسات الموجودة في الصناعة مثلاً تنتمي إلى اتحاد تجاري يكون له سلطة سياسية، حيث يسعى بماله ونفوذه السياسي، للعمل على حماية المؤسسات الموجودة في هيكله الصناعي، وذلك عن طريق إصدار تشريع يجعل الكمية المعروضة من منتجات الصناعة كمية مقبولة عند سعر معقول يضمن تحقيق ربح مناسب للمنتجين في الصناعة.

ويتحقق مثل هذا الوضع في كثير من الصناعات مثل الصناعات الدوائية والصناعات الخدمية، حيث لا يسمح بالدخول إلى الصناعة إلا عن طريق الحصول على ترخيص بمزاولة المهنة.

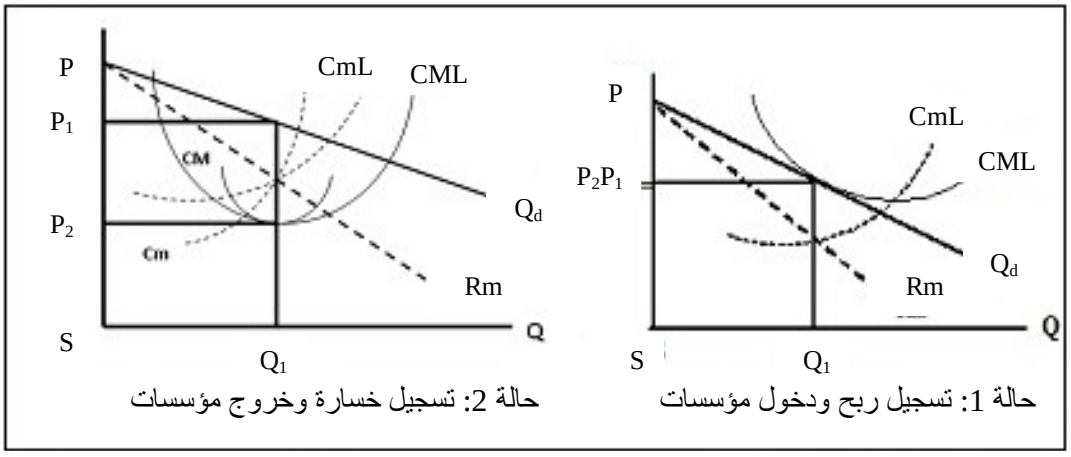
2- عندما يكون الدخول والخروج من الصناعة سهلا

1- محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص 237.

2- نفس المرجع، ص 238.

لتحديد كيفية دخول وخروج منشآت من الصناعة نفرض أولاً الحالة التي تكون فيها كل المؤسسات متماثلة فيما يتعلق بمستوى وأشكال منحنيات التكاليف، وفيما يتعلق بمنحنيات الطلب، بحيث أن أرباحهم وخسائرهم تكون واحدة في جميع الحالات، وكذلك نفرض أن منحنيات التكاليف الخاصة بالمؤسسات التي ترغب في الدخول ومنحنيات الطلب الخاصة بها مماثلة لنظيرتها من المؤسسات الموجودة في الصناعة وفي هذه الحالة يمكن التمييز بين حالتين[1]:

شكل رقم (18): كيفية دخول وخروج المؤسسات من هيكل الصناعة في حالة المنافسة الاحتكارية



حالة 1: تسجيل ربح ودخول مؤسسات — حالة 2: تسجيل خسارة وخروج مؤسسات

المصدر: محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدي)، تحليل المنتج والأسواق، جامعة بنها، كلية التجارة، الجزء الأول، رقم 223، ص248.

نلاحظ من خلال هذا الشكل أن هناك حالتين تسجلان دخول وخروج المؤسسات من الصناعة.

أ- **الحالة الأولى**: يترتب من التوازن المؤقت المحقق داخل الصناعة بتسجيل خسارة على مستوى بعض المؤسسات التي تنشط داخلها، مما يؤدي إلى خروج هذه المؤسسات المتضررة، وهذا ما نلاحظه من منحني الطلب (Q_D) للمؤسسات الباقية داخل هيكل الصناعة قد إنتقل إلى أعلى، ويتحقق التوازن طويل الأجل عندما يخرج من الصناعة عدد كافي من المؤسسات بحيث أن منحنى الطلب (Q_d) الخاص بكل منتج سوف يرتفع ويصبح مماساً لمنحنى متوسط التكاليف، فيصبح المنتج ينتج الكمية (Q) عند السعر (p)، كما أن المؤسسة المنتجة لن تحقق ربح أو خسارة.

ب- **الحالة الثانية**: في حالة توازن مؤقت داخل الصناعة نسجل تحقيق أرباح، مع وجود سهولة في دخول منشآت جديدة إلى الصناعة، فهذه الأرباح سوف تجذب منشآت جديدة للدخول إلى الصناعة، مما يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة داخل سوق الصناعة المعنية، فيؤثر ذلك على السعر بالانخفاض وبالتالي بعدما كانت منحنيات الطلب للمنتجين تتحرك للأعلى، فسوف تصبح تتحرك للأسفل وبالتالي تتحقق مرة أخرى حالة التوازن، هذا عندما يكون قد دخل إلى الصناعة عدد كاف

1- محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص 248.

من المؤسسات الجديدة بحيث أن منحنى الطلب الخاص بكل منتج يصبح مماساً لمنحني متوسط التكاليف عند السعر (P_1S) وكمية من الإنتاج قدرها (Q_1S)، وهو ما يوضحه الشكل السابق.

وخلاصة القول أنه في حالة الدخول إلى الصناعة والخروج منها، فإن الصناعة في ظل المنافسة الاحتكارية تتجه في الزمن الطويل إلى حالة التوازن، إلى عدم تحقيق أرباح صافية (غير عادية)، فهي تحقق أرباحاً عادية فقط، ذلك أنه في حالة التوازن المذكورة فإن كل مؤسسة تنتج تلك الكمية التي يكون عندها السعر مساوياً لمتوسط التكاليف.

ثانيا: سوق المنافسة الاحتكارية

يمثل سوق المنافسة الاحتكارية النموذج الأكثر شيوعا ومواجهة في الحياة العملية، حيث يمثل حالة وسط بين سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار التام، مع العلم أنه عادة ما يكون أقرب لسوق المنافسة التامة، ويقصد به أنه ذلك الذي يجمع بين بعض شروط المنافسة الكاملة من جهة وبعض شروط سوق الاحتكار الكامل من جهة أخرى، فهو تنظيم معين للسوق من جانب البائعين يتميز بما يلي[1]:

1) تعدد البائعين (المنتجين للسلعة)

حيث يكون للسلعة أكثر من بائع، فيقوم بتقديم السلعة إلى المستهلكين عدد كبير من البائعين، ومن ثم فإن المنتج المنفرد لا يؤثر كثيراً في إجمالي الكمية المعروضة أو المنتجة من السلعة ولا في تحديد الكمية المعروضة منها ولا في سعرها.

2) السلع متماثلة وغير متجانسة

لا يوجد تجانس بين وحدات السلعة التي يقوم بعرضها البائعين أو المنتجين فالمستهلك يستطيع أن يميز بين وحدات السلعة وفقاً للبائعين أو وفقاً لدرجة الإشباع، وعدم التجانس هنا مرجعه وجهة نظر المستهلك التي يؤسسها إما على أسباب موضوعية تتعلق بالجودة والمتانة، أو على أسباب صورية أو ظاهرية، وبالتالي كل مشتري سيرتبط بالسلعة التي يقدمها البائع الذي يفضله على أساس الأسباب سالفة الذكر.

3) حالة الطلب

1- محمود حسين الوادي، **الاقتصاد الإداري**، الطبعة الثانية، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2014، ص 179 .

إن منحنى الطلب في هذا السوق يكون لانهائي المرونة، نتيجة لعدم تجانس السلع التي ينتجها المتنافسون، أي أنه يكون على شكل خط مستقيم ينحدر من الأعلى إلى الأسفل.

4) المنافسة غير السعرية

يلجأ المنتج في إتباع أسلوب آخر لإغراء المستهلكين غير تخفيض السعر، كأن يحاول إغرائهم من خلال الدعاية والإعلان وأساليب التعبئة والتغليف بالإضافة للون...إلخ، وهو ما يطلق عليه التمييز السلعي.

ثالثا: أسباب قيام المنافسة الاحتكارية

هنالك سببان رئيسان لقيام هذه المنافسة هما[1]:

1- ميل الصناعات إلى تقليل عدد البائعين عند وجود وفورات حجم نتيجة للإنتاج بالجملة بالإضافة إلى تناقص التكاليف وهي الظروف التي تساعد المؤسسات الضخمة على الإنتاج بأدنى تكلفة ممكنة ومن ثم البيع بأسعار تنافسية لا تتحملها المؤسسات الصغيرة مما يضطرها إلى الخروج من الصناعة؛

2- وجود حواجز تمنع المنافسين الجدد من الدخول إلى نطاق الصناعة وأحيانا ما تنشأ تلك الحواجز بسبب القوانين واللوائح التي تحد من عدد المنافسين وفي أحيان أخرى قد تكون هنالك عوامل اقتصادية تجعل دخول المنافسين الجدد إلى السوق أمرا باهظ التكلفة.

رابعا: الآثار المترتبة من المنافسة الاحتكارية

نقوم بتوضيح الآثار المختلفة التي تترتب على المنافسة الاحتكارية من خلال النقاط التالية[2]:

1) **الإنتاج والسعر**: يترتب على ذلك بعض التقييد في الإنتاج وزيادة في الأسعار؛

2) **السعر ومتوسط التكاليف**: في هذا الجانب لدينا أثران:

أ- فعندما يكون الدخول إلى الصناعة حراً وسهلا، فإن المؤسسات الجديدة تدخل إلى الصناعة ويستمر دخول هذه المؤسسات إلى أن تختفي الأرباح غير العادية، وبالتالي فإن السعر يصبح مساويا لمتوسط التكاليف؛

1- خالد طه عبد الكريم، مرجع سابق، ص273.

2- محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص ص 256 – 257.

ب- وعندما يكون الدخول إلى الصناعة أمرا غير ميسور فإن هناك بعض عوامل الإنتاج تمنع من الدخول إلى الصناعة التي تحقق ربحاً حيث تكون إنتاجيتهم مرتفعة عنها في أي استخدام آخر والعلاقة بين السعر ومتوسط التكاليف تصبح هي نفس العلاقة في حالة الاحتكار الفردي.

3) **جودة المنتجات**: في هذا المجال نلاحظ حالتين: الأولى عند سهولة الدخول إلى الصناعة سوف يؤدي إلى جعل الإنتاج الكلي أكبر وجودة المنتجات أقل من الحالة الثانية التي يكون فيها الدخول مقيدا.

المطلب الثالث: الصناعة في حالة احتكار القلة

لا توجد نظرية دقيقة كاملة في حالة احتكار القلة كما هو الحال في الاحتكار التام، حيث يصعب وضع نظرية تشمل جميع حالات احتكار القلة الموجودة في الحياة العملية، ولذلك فإن دراسة احتكار القلة إنما تشمل دراسة بعض النماذج التي توضح المبادئ الأساسية لاحتكار القلة هذه النماذج هي[1]:

- في تحليل احتكار القلة يمكن افتراض أن المنتجين يحصلون على عوامل الإنتاج من سوق تسود فيه المنافسة الكاملة، وبالتالي فإن منحنيات التكاليف في حالة احتكار القلة لن تختلف عن مثيلتها في حالة الاحتكار؛
- إن الطلب الذي يواجه المنتج في حالة احتكار القلة يتوقف على نشاط المنتجين الآخرين في الصناعة، وهنا يمكن التفرقة بين حالتين:
  - إمكانية التوقع برد فعل المنافسين وبالتالي تحقيق أكبر قدر من الربح للمؤسسة؛
  - عدم إمكانية التوقع برد فعل المنافسين وبالتالي عدم تحقيق أكبر قدر من الربح للمؤسسة؛
- احتكار القلة الخالص واحتكار القلة المميز، حيث أن احتكار القلة الخالص هو الحالة التي ينتج المنتجون فيها سلعا متماثلة، على غرار ما يوجد في احتكار القلة المميز الذي تتميز فيه سلعة منتج عن سلعة منتج آخر.

ويعتبر إحتكار القلة هو الحالة التي تكون فيها الصناعة تحتوي على عدد قليل من المنتجين الذين يسيطرون عليه وكل واحد منهم ينتج سلع متطابقة أو مختلفة[2]، وأن تصرفات أحد المنتجين تكون لها أهمية بالنسبة للمنتجين الآخرين، فكل منتج من المنتجين يحتل مركزا له أهمية داخل هيكل الصناعة والقرارات التي يتخذها أي منتج (تحديد الكميات والأسعار) يكون لها أثرها على غيره من المنتجين الآخرين.

---

1 - نفس المرجع، ص255

2 - Michael Francis Williams, Monopolistic Competition and Oligopoly, p 5, Cooleconomics.com

والصناعة التي يسيطر عليها عدد قليل من المؤسسات، فتكون لها ملامح رئيسية هي[1]:

- ترابط بين المؤسسات حيث تتأثر كل مؤسسة بأسعار وكميات المنتجين آخرين؛
- توجد حواجز دخول ولكن أقل من حالة الاحتكار التام؛
- كثرة المنتجات المتباينة.

وللتوضيح أكثر حول الصناعة في حالة إحتكار القلة هي أحد الصناعات السائدة في العالم، ويظهر ذلك واضحا في مجال صناعة السيارات والطائرات والآلات الالكترونية المتطورة والخاصة بالبحث العلمي[2].

أولا: دخول وخروج المؤسسات من الصناعة في حالة إحتكار القلة

إن قدرة دخول أو خروج المؤسسات من الصناعة تتوقف على الحالة السائدة لاحتكار القلة، فقد يكون الدخول أو الخروج إلى الصناعة سهلا ميسوراً، وقد يكون الدخول مغلقاً إغلاقا تاما، كما قد يكون الدخول ممكنا إلى حد ما، ولا شك أن سهولة أو صعوبة الدخول والخروج من الصناعة لها أثر هام في وجود الأرباح في الزمن الطويل.

ولكن إذا كان الدخول إلى الصناعة أمرا سهلا فإن الصناعة لن تظل تعمل في إطار نظام احتكار القلة، لأن ذلك يتوقف على حجم الصناعة مقارنا بالحجم الأمثل للمصنع الخاص بالمؤسسات المختلفة واستمرار احتكار القلة من عدمه سيتوقف على حجم السوق[3].

1) السوق المحدود

في هذه الحالة يكون عدد المؤسسات الموجودة في الصناعة صغيرا بحيث أن كل مؤسسة سوف تأخذ في اعتبارها تصرفات المؤسسات الأخرى، بالإضافة إلى احتلالها مركزا له أهميته في سوق السلعة وفي ظل هذا الوضع فإن احتكار القلة سوف يظل قائما.

2) السوق الواسع

في هذه الحالة يكون السوق من الحجم الكبير بحيث يحتوي على أكبر عدد من المؤسسات نتيجة الدخول إلى الصناعة، وبالتالي فإن تصرفات أي مؤسسة لن يؤثر على المؤسسات الأخرى، كما أن تصرفات المؤسسات الأخرى لن تؤثر عليها، ففي هذه الحالة تصبح هذه السوق إما سوق منافسة كاملة أو سوق منافسة احتكارية.

---

1 - dligopoly defimitiom, aviable at ; www.economicshe lp.org

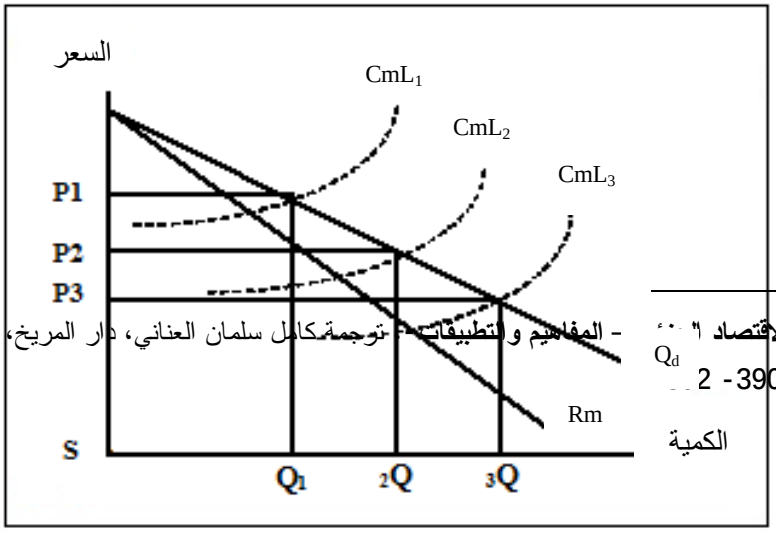
2 - محمود حسين الوادي، وآخرون، **الاقتصاد الجزئي**، الطبعة الثانية، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2010، ص 227.

3 - محمد محمد النجار، مرجع سابق، ص255.

وتجدر الإشارة إلى أنه إذا حققت الصناعة التي تعمل في ظل احتكار القلة أرباحا، وكان هناك اتفاق (على شكل كارتل) في الصناعة والذي هو عبارة عن إتفاق قائم بين مؤسستين أو مجموعة من المؤسسات التي تنشط في صناعة واحدة، ولهذا الكارتل نوعان الكارتل المركزي والذي تتفق من خلاله مجموعة من المؤسسات على أن تعهد إلى لجنة مركزية بسلطة إتخاذ القرار، أما كارتل حصص السوق والفارق الأساسي بينه وبين المركزي هو أنه يترك الكثير من القرارات للمؤسسات الفردية بدل من أن يطلق فيها يد اللجنة المركزية للكارتل، فإن سهولة الدخول إلى هذه الصناعة سوف يؤدي إلى القضاء على الاتفاق بين المؤسسات، ولكن عندما يكون هناك عدد قليل نسبيا من المؤسسات في الصناعة، فإن الفرصة المتاحة للمؤسسات لزيادة أرباحها والحيلولة دون دخول مؤسسات جديدة للصناعة، وتعزيز مصالحها أكثر مما لو كان هناك عدد كبير من المؤسسات في الصناعة من خلال الكارتل[1]، لأن المؤسسة الراغبة في دخول الصناعة التي يوجد بها كارتل (تنظيم) في هذه الحالة سوف تواجه منحنى طلب خارج الكارتل مرونته أكبر من مرونة منحني الطلب الذي ستواجهه لو أنها دخلت في هذا التنظيم، وعند أسعار أقل قليلاً من سعر الكارتل.

ومن ثم فإنه من صالح المؤسسة أن تبقي خارج الكارتل بدلاً من الدخول في التنظيم، فالإيراد الحدي الذي ينتظر أن تحصل عليه المؤسسة في الخارج يكون أعلى من الإيراد الحدي الذي ينتظر أن تحصل عليه المؤسسة لو أنها دخلت في هذا التنظيم كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (19): تأثير دخول وخروج منشات جديدة إلى الصناعة على الكمية والسعر



1 - جي هولتن ولسون، **الاقتصاد** [illegible] - المفاهيم والتطبيقات - ترجمة كامل سلمان العناني، دار المريخ، الرياض، السعودية 2011، ص ص 390- 2[illegible]

نلاحظ من خلال الشكل أن المنحنيات الثلاثة (CmL_1) (CmL_2) (CmL_3) هي عبارة عن مجموع منحنيات التكاليف الحدية للمؤسسات الموجودة في الصناعة، وأن أسعارها المقابلة هي(P_1) (P_2) (P_3) والكميات المنتجة في كل حالة هي (Q_1) (Q_2) (Q_3)، وإذا فرضنا أن المنحنى (CmL_2) هو الذي يعبر عن الوضع التوازني للمؤسسات بالإضافة إلى السعر (P_2) والكمية (Q_2) المقابلان، فإن دخول منشآت جديدة إلى الصناعة سوف يؤدي إلى انتقال التكاليف الحدية من (CmL_2) إلى اليمين (CmL_3) وسيترتب على ذلك زيادة الكمية التي تنتجها الصناعة وتصبح (Q_3) وانخفاض السعر ليصبح (P_3)، لكن في حالة خروج منشآت من الصناعة سوف يؤدي ذالك إلى انتقال التكاليف الحدية من (CmL_2) إلى اليسار(CmL_1) وسيترتب على ذلك انخفاض الكمية التي تنتجها الصناعة وتصبح (Q_1) وزيادة السعر ليصبح (P1)، نظرا لزيادة الطلب على العرض في السوق.

كما يلاحظ في هذه الصناعة، أن هناك العديد من المعوقات التي تقف أمام دخول منتجين جدد لمثل هذه الصناعة، كما يلاحظ في هذه الصناعة أن هناك العديد من المعوقات التي تقف أمام دخول منتجين جدد لمثل هذه الصناعة، إما بسبب الافتقار للتكنولوجيا والتي يمكن أن تسهم في وفورات الحجم أو التميز في نوعية المنتج، أو سيطرة المشاريع القائمة على مصادر المواد الأولية أو مصادر الطاقة التي يمكن أن تحدد الدخول إلى الصناعة[1].

ثانيا: أنواع احتكار القلة

لاحتكار القلة عدة تقسيمات حسب الغرض من كل تقسيم، لذلك قمنا بتقسيمه على الأساس الذي يخدم البحث، وقد اكتفينا بالتقسيمين اللذان يعتمدان على التنظيم والاتفاق وهي[2]:

1) احتكار القلة المبني على أساس التواطؤ

1 - محمود حسين الوادي، وآخرون، مرجع سابق، ص228.

2 - محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص ص 245- 260.

يعتبر نجاح الاتفاق بين المنتجين في الصناعة على أساس عدد المؤسسات الموجودة في الصناعة فكلما قل عدد المؤسسات الموجودة في الصناعة كلما كان الاتفاق سهلا وأنجح أما إذا كان عدد المؤسسات كبير فقد تنشأ صعوبة في الوصول إلى اتفاق يرضي جميع المؤسسات، لذلك قلما ينجح هذا الاتفاق، وإذا نجح فإنه لا يستمر مدة طويلة.

وإذا كان هذا الاحتكار عن اتفاق مسبق ومنضم من طرف المحتكرين فإنه يصبح معروف باسم "الكارتل".

أما إذا كان هذا الاحتكار عن إتفاق غير مسبق فإنه يشمل الاتفاق بين المنتجين في الصناعة دون وجود تنظيم معين، فقد يكون هناك نوع من الاتفاقات الودية بين المنتجين فيما يتعلق بالإنتاج والأسعار وتحديد نصيب المنتجين في السوق.

2) احتكار القلة غير المبني على التواطؤ

في هذه الحالة تتصرف كل مؤسسة بطريقة مستقلة عن المؤسسات الأخرى، كما يتوقع أن تكون الدقة في التوقع بتصرفات المنافسين الآخرين، ذالك نتيجة لتصرفات أحد المنتجين فمعلومات المنتج تكون محدودة فيما يتعلق بالكيفية وفي بعض الأحيان فإن المنتجين قد يصلون إلى وضع معين من حيث السعر والإنتاج، ويكون مقبولاً من ناحية الأرباح بالنسبة للجميع، وفي هذه الحالة فإنهم يخشون من تغيير هذا الوضع لما قد يترتب على ذلك من آثار نتيجة لتصرفات المؤسسات الأخرى التي يصعب التوقع بها .

ثالثا: سوق احتكار القلة

يسود هذا النوع في حالة وجود عدد قليل من المنتجين الذين يتنافسون في إنتاج سلعة متجانسة، بحيث يساهم كل منهم بنسبة كبيرة في الإنتاج والعرض الكلي للسلعة، وعليه فإن هذا النوع هو وسط بين الاحتكار المطلق والمنافسة الاحتكارية، في ظل هذه الظروف يراقب كل منتج تصرفات المنتجين الآخرين المنافسين له، وعليه فإنه يجب عند رسم سياسته الإنتاجية أن يأخذ بالاعتبار الآثار المترتبة عليها، أي ردود أفعال منافسيه، وتمتاز السوق في ظل هذه الظروف باستقرار غير عادي والأسعار السائدة للسببين الآتيين[1]:

- لا يوجد ما يحفز على تخفيض السعر نظراً لقلة عدد المنافسين؛

1 - جليلة عيدان الذهبي، ثائر صبري الغبان، **استهداف السعر كأساس لتحقيق تقنية التكلفة المستهدفة للوحدات الاقتصادية العاملة في بيئة الأعمال الحديثة**، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، المجلد 13 ع/ 48، 2007، ص232.

- ارتفاع السعر يتم عند ارتفاع كلفة الإنتاج على صعيد الصناعة ككل.

ويقصد كذلك بسوق احتكار القلة قيام حالة الاحتكار دون أن تتمثل في وجود بائع أو منتج وحيد للسلعة أو وجود مشتر أو مستهلك وحيد للسلعة بل يوجد هناك عدد قليل من البائعين لسلعة ما أو عدد قليل من المشترين لهذه السلعة، بحيث يكون لهم تأثير في تحديد الكمية المعروضة والمطلوبة للسلعة ومن ثم التأثير في تحديد ثمن السلعة سواء بالزيادة أو النقصان، ويتميز هذا السوق بالخصائص التالية[1]:

1) وجود عدد قليل من المنتجين أو البائعين في السوق

يوجد في السوق عدد قليل من المؤسسات المحتكرة لسلعة ما، ويتقاسمون سوق السلعة فيما بينهم وبالتالي يكون نصيب كل مؤسسة كبير نسبيا بالمقارنة مع حجم السوق، وبذلك يستطيع كل مشروع التأثير على السوق؛

2) وجود عوائق تمنع دخول منشآت إلى السوق

يتميز هذا السوق بوجود عوائق الدخول تصعب على منشآت أخرى الإنتاج فيه على عكس سوق المنافسة التامة، ومن أبرز العوائق وفورات الحجم الكبيرة؛

3) تجانس السلع المباعة مع تمايزها

أغلب المنتجات المباعة في هذه السوق متجانسة مثل المنتجات الصيدلانية والمياه المعدنية والأوراق الصحية، إلا أنها متمايزة؛

4) وجود إرتباط بين المؤسسات

تعتمد المؤسسة في إتخاذ قراراتها وسياساتها على ردود أفعال وسلوكات المؤسسات الأخرى المنافسة لها في نفس السوق؛ أي عندما تحدد المؤسسة قرارات مثل (مستوى الإنتاج، والثمن).

المطلب الرابع: الصناعة في حالة الاحتكار التام

1 - مصطفى يوسف كافي، **الاقتصاد الإداري**، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص292.

تعتبر الصناعة الاحتكارية هي الصورة المتناقضة للصناعة التي تتميز بالمنافسة في كافة الشروط فلا نبالغ إذا قلنا أن شروط الاحتكار هي الشروط المقابلة تماماً لشروط المنافسة الكاملة، فالاحتكار يعني اختفاء كل أثر للمنافسة وسيادة الاحتكار سواء من جانب البائع أو المشتري.

أولا: مفهوم الاحتكار التام

وينشأ الاحتكار نتيجة تمتع البائع المحتكر ببعض المزايا على البائعين الآخرين، والتي تمكنه من تحقيق أرباح، يحدد السعر عند مستوى يحول دون دخول هؤلاء المنتجين إلى الصناعة.

ويمكن الإشارة إلى تلك المزايا التي يتمتع بها المحتكر والتي تمكنه من منع المنتجين الآخرين من الدخول إلى الصناعة كما يلي[1]:

1- وفورات الحجم التي تؤدي إلى قصر الصناعة على مؤسسة واحدة كبيرة تنتج كل الكمية التي يحتاجها السوق بتكاليف أقل من التكاليف في حالة وجود منشأتين أو أكثر، وتعرف تلك الحالة بالاحتكار الطبيعي وتعني أن هناك حواجز طبيعية تمنع المنتجين من دخول الصناعة؛

2- امتلاك المؤسسة الوحيدة في الصناعة لجميع موارد المادة الأولية المستخدمة في الصناعة التي تحتكرها؛

3- وجود تكاليف للنقل تمنع دخول السلع التي تعتبر بديل جيد لسلعة المحتكر إلى السوق أو المنطقة الجغرافية الخاصة بالمحتكر؛

4- الحواجز القانونية مثل حقوق الاختراع والعلامات التجارية.

وعلى ضوء ما تقدم يمكن التمييز بين نوعين من الاحتكار الفردي:

- حالة المحتكر الذي لا يستطيع أن يحدد السعر الذي يحقق له أكبر ربح ممكن دون أن يكون مهدداً بدخول منافسين إلى الصناعة بسبب سعره المرتفع، وتعرف هذه الحالة بحالة المحتكر مع دخول موصد أو مغلق؛
- وفي هذه الحالة فإن المحتكر يحدد سعره عند مستوى أقل من المستوى الذي يحقق له أكبر ربح ممكن، فهو سعر يحقق له أرباحاً احتكارية ولكنه في نفس الوقت يكون منخفضاً بالنسبة لأسعار منافسيه، وتعرف تلك الحالة بحالة المحتكر المهدد بالدخول.

ويعتبر الاحتكار حالة يتميز به المنتج إذا سيطر على كامل السوق عند"الحجم الأمثل"*، حيث الاحتكار في المدى القصير يكون المنتج غير مهدد بدخول منتجين آخرين، لكن توازن المحتكر في

1- محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص ص201 – 202.

المدى الطويل عكس ذلك حيث يمكن التفرقة بين التوازن في حالة المحتكر غير مهدد بدخول منافسين جدد للصناعة والتوازن في حالة المحتكر مهدد بدخول منافسين جدد[1].

ثانيا: سوق الاحتكار التام

يتحقق الاحتكار عندما يكون البائع في سوق سلعة معينة، دون وجود بديل لهذه السلعة في السوق نفسه، ويعتبر سوق إحتكار القلة مختلف وعكس المنافسة التامة، حيث أن له خصائص تميزه عن غيره من الأسواق الأخرى وتتمثل في[2]:

1) وجود بائع أو منتج واحد في السوق

في هذه الحالة يمثل المحتكر الصناعة بأكملها لأنه المنتج الوحيد للسلعة في السوق، فهو يمثل عرض السوق، وبإستطاعته تغيير سعر السوق من خلال تغيير الكمية المعروضة، وبالتالي يعتبر المحتكر صانعا للسعر، وليس مستقبلا له كما في سوق المنافسة الكاملة؛

2) عدم وجود بديل لسلعة المحتكر

ما يميز السلعة التي يقوم المحتكر بإنتاجها أو بيعها هو عدم وجود بدائل قريبة للسلعة، يعني أن المحتكر هو المؤسسة الوحيدة التي تقوم بإنتاج سلعة أو خدمة بذاتها؛

إنطلاقا من هذه الخصائص السابقة، يتضح أن السعر غير ثابت، بل يختلف بإختلاف الكمية المعروضة من قبل المنتج[3].

وواقع الأمر، إذا كان من المتصور وجود احتكار كامل من جانب البائع خاصة في ظل ظروف العولمة الحديثة والتكنولوجية المتقدمة، فإن الاحتكار من جانب المشتري هو أمر نادر الحدوث في الحياة

الواقعية.

---

* الحجم الأمثل هو ذلك الحجم الذي يمس منحني التكاليف متوسطة وقصيرة الأجل (CM) الخاص به منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل (CML) عند النقطة التي تكون عندها هذه التكاليف الأخيرة أقل ما يمكن.

1 - محمد محمد النجار، محمد إبراهيم عواد، مرجع سابق، ص211.

2 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص227.

3 - كامل سلمان العناني، **الاقتصاد الجزئي المفاهيم والتطبيقات**، دار المريخ، السعودية، 2011، ص310.

وفي الأخير بعدما تم التطرق لأنواع هيكل الصناعة ومتى تستطيع المؤسسات الدخول والخروج من الصناعة، هذا ضمن توازنات الهيكل فقد قمنا بتلخيص كل ما جاء في هذا المبحث حول أنواع الهيكل الصناعي في الجدول التالي:

جدول رقم (04): المقارنة بين هياكل وطبيعة الأسواق الاقتصادية

فقرة المقارنة	المنافسة التامة	الاحتكار التام	المنافسة الاحتكارية
عدد المنتجين	عدد كبير جدا	منتج واحد	متوسط
حرية الدخول والخروج	حرية تامة	عوائق مانعة للدخول	حرية شبه تامة
شروط التوازن	تكاليف متوسطة تساوي الإيراد المتوسط	تكاليف متوسطة تساوي الإيراد المتوسط	تكاليف متوسطة تساوي الإيراد المتوسط
السعر والايراد الحدي	السعر يساوي والإيراد الحدي	السعر أكبر من والإيراد الحدي	السعر أقل من والإيراد الحدي
الأرباح	فقط في المدى القصير	في المدى القصير والطويل	فقط في المدى القصير
السعر	أقل سعر	أعلى سعر	متوسط
الكمية المنتجة	أكبر كمية	أقل كمية	متوسط
نوعية السلعة	السلع بديل تام ومتجانس	سلعة فريدة لا توجد بدائل قريبة	متشابهة لكن غير متجانسة
منحنى الطلب	لا نهائي المرونة منحنى أفقي	سالب المرونة	سالب المرونة أكثر مرونة الاحتكار
منحنى العرض	الجزء الصاعد من منحنى تكاليف المتوسطة أعلى من سعر الإغلاق	لا يوجد	المنتج في حالة التكلفة المتوسطة تساوي الإيراد المتوسط

المصدر: خالد طه عبد الكريم، الأمثلية الاقتصادية في أسواق المنافسة الاحتكارية، مجلة الإدارة والاقتصاد العدد الخامس والثمانون، 2010، ص 273، بالاعتماد على: ساموبلسون، نورد هاوس، علم الاقتصاد، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2006، ص5.

الخلاصـــــــــة

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى هيكل الصناعة بصفة عامة، حيث تم التعرف على الصناعة التي هي عبارة عن عملية تغيير في شكل المواد الخام لزيادة قيمتها، وتم التوصل أن لها العديد من الأنواع سواء من حيت الحجم أو النشاط أو عدد العمال، كما تمت دراسة الهيكل الصناعي وتم التوصل أن للهيكل الصناعي محددات وأشكال، بالإضافة للنتائج التالية:

- يرى شارلز وجاريث جونز أن الصناعة عبارة عن مجموعة من المؤسسات تقدم منتجات أو خدمات يمكن أن تمثل بدائل لبعضها البعض، وهذه البدائل عبارة عن منتجات أو خدمات تؤدي إلى إشباع الحاجات الأساسية لنفس المستهلك
- تعتبر سنة 1956 هي سنة ظهور أول مصدر لمصطلح عائق الدخول تم طرحه من طرف Joe Bain، حيث أوضح أن المؤسسات التي تنشط في قطاع يتميز بتمركز كبير سوف تعرقل كفاءة تخصيص الموارد في هذا القطاع.
- يرى BAIN أن عوائق الدخول تنشأ بسبب تمييز المنتجات بالنسبة للسلع التي تنتجها المؤسسات القائمة (تتميز هذه السلع مثلا بـــ: الجودة، التصميم، براءة الاختراع، ..)، كما يمكن زيادة ميزة تمييز السلعة المنتجة في حالة وجود إقتصاديات الحجم،
- إن الهيكل الصناعي عبارة عن مجموعة مؤسسات تنشط في صناعة واحدة وتنتج منتج واحد؛
- يمكن أن يكون هيكل الصناعة كفؤ إذا كان حجم الإنتاج يساوي حجم الطلب دون اللجوء للإستيراد، والعكس بالنسبة للهيكل غير الكفؤ؛
- يمكن تحديد مدى قوة وضعف المنافسة، وكذلك معرفة مدى قوة وضعف المؤسسات فيه من خلال دراسة وقياس التركز وعوائق الدخول والخروج بالإضافة لتميز المنتجات؛
- تختلف مقاييس التركز الصناعي، من مقياس لآخر، منها ما يعتمد على عدد المؤسسات فقط ومنها ما يعتمد على رقم الأعمال أو حجم الإنتاج، وغيرها يعتمد على العديد من المتغيرات؛
- للهيكل الصناعي أربع أشكال محددة من خلال المؤسسات التي تنشط داخل الهيكل ويمكن أن يكون في حالة منافسة تامة أو منافسة إحتكارية، إحتكار قلة أو إحتكار تام.

من خلال ما تم التوصل إليه في هذا الفصل فالهيكل الصناعي له أربع محددات يمكن لدولة أن تؤثر فيه وتتحكم به من خلالها، لذا في هذه الدراسة لابد أن نقوم بربط العلاقة بين السياسات الصناعية وهيكل الصناعة، انطلاقا من تحليل تنافسية الهيكل في ظل تدخل الدولة، وكيف تؤثر هذه الأخيرة عليه.

الفصل الثالث

أثر السياسات الصناعية على تنافسية هيكل الصناعة

تمهيد:

تكتسي البيئة الصناعية أهمية كبيرة لكل الدول لأنها عبارة عن الكيان الملائم لنشأة وتطوير الصناعات من بداية نشأتها إلى غاية نموها وتطورها ضمن مجال يمتاز بحدة المنافسة، ومعظم العناصر المكونة لهذه البيئة تقع داخل مجال الصلاحيات التي تستطيع الدولة التحكم بها، وتوجيهها وترشيدها، بالإضافة لمراقبتها بشكل مباشر أو غير مباشر، مع تعدد الآراء الفكرية حول دور القطاع الخاص والعام في مسيرة التنمية الاقتصادية، فهناك من ينادي بأن يكون دور الدولة قياديا وفعالا من خلال السياسات الصناعية.

لأنه أصبح من الضروري وضع وتنفيذ سياسة صناعية بهدف تعزيز تنافسية القطاع وزيادة مساهمته في عملية التنمية الاقتصادية في وقت زادت به حدة المنافسة داخل البيئة الصناعية، لتمكينه من زيادة صادراته إلى الأسواق التقليدية وغير التقليدية وكذلك تأهيل وتطوير قطاع الصناعة وتمكينه من مجابهة تحديات العولمة والانفتاح الاقتصادي والاستفادة من الفرص المتاحة لهذا القطاع.

ومن خلال هذا سوف نقوم في هذا الفصل بمعرفة كيف تؤثر السياسات الصناعية على هيكل الصناعة، وذلك من خلال دراسة تأثير أدوات السياسات الصناعية على محددات الهيكل الصناعي، وفي الأخير نختم هذا الفصل بدراسة السياسات الصناعية في الوطن العربي بالإضافة للصين والهند، ومدى تأثيرهما على الصناعة الدوائية بحكم أن الدولتان رائدتان في هذا المجال وحققتا نجاحا.

ومن أجل تنظيم الدراسة، قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث هي:

المبحث الأول: تحليل البيئة التنافسية للصناعة؛

المبحث الثاني: أثر السياسة الصناعية على محددات هيكل الصناعة؛

المبحث الثالث: الصناعة الدوائية في الدول النامية.

المبحث الأول: تحليل البيئة التنافسية للصناعة

التنافسية هي عبارة عن مؤشر للقوة الاقتصادية ومدخل لإستمراريتها، فقوة أي بلد من قوة اقتصاده أي بتفوقه على الاقتصاديات الأخرى وقدرته على منافستها داخليا وخارجيا، مما يحتم على الحكومات الاهتمام بموضوع التنافسية والاستفادة من مفهومها حتى تتمكن من تحقيق التطور والنمو، خاصة الدول النامية وأول ظهور لمفهوم التنافسية كان خلال الفترة 1981-1987 التي عرفت عجزا كبيرا في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية (خاصة في تبادلاتها مع اليابان) وزيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجدداً بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة، وكذا التوجه العام لتطبيق اقتصاديات السوق.

المطلب الأول: الأساس النظري لمفهوم التنافسية

يعتبر مفهوم التنافسية من المفاهيم التي إختلف حولها الاقتصاديين إذ لا يوجد لها تعريف واحد من خلال ارتباطها مع كل المؤشرات الاقتصادية، فبعض الاقتصاديين يعتمدون لقياس التنافسية على الناتج المحلي الإجمالي وبعضهم على أسعار الصرف المعتمدة أو تكلفة الوحدة المنتجة أو تكلفة وحدة العمل أو حجم الصادرات إلى إجمالي الإنتاج أو إنتاجية العمل.

ونظرًا لعدم ضبط مفهوم التنافسية فإنّه لا بد من التمييز بين ثلاثة مستويات للتنافسية وهو ما يمكن أن يخدم بحثنا بصورة مباشرة خاصة أن الدولة تسعى لحماية مؤسساتها وصناعاتها المحلية من خلال التحكم في الهيكل التنافسي لقطاعاتها الصناعية، ولهذا فإنّه من المناسب أن يجرى التحليل على مستويات ثلاث: مستوى الدولة (الاقتصاد الوطني)، مستوى القطاع، مستوى المؤسسة.

أولا: التنافسية على مستوى الدولة

يعتبر إقتصاد دولة ذو تنافسية إذا كان يملك القدرة على تحقيق نمو اقتصادي مستدام على المدى المتوسط والطويل حسب تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي[1]، وعرفها المجلس الأوربي في اجتماعه ببرشلونة سنة 2000 تنافسية الأمة على أنها "القدرة على التحسين الدائم للمستوى المعيشة للمواطنيها وتوفير مستوى تشغيل عالي وتماسك اجتماعي وهي تغطي مجال واسع وتخص كل السياسة الاقتصادية"[2].

1- مسعود طحطوح، **أهمية التسويق في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة – دراسة حالة مؤسسة إقتصادية**، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009/2008، ص 2.

2 -Debonneuil michele et Fontagné lionel, **Competitive, conseil d'analyse économique**, Paris,2003, p13.

واعتبرت هيئة الولايات المتحدة المنافسة الصناعية بأنّها "قدرة البلد على إنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختيار الأسواق الدولية وفي الوقت نفسه تحافظ وتوسّع الدخل الحقيقي للمواطنين"[1] بالإضافة للمجلس الأمريكي المتخصص في التنافسية الذي عرفها على أنها "قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق مستويات معيشة مرتفعة في الأجل الطويل"[2].

كما تعتبر كذلك مؤسسة التعاون والتنمية الاقتصادية الأوروبية (OECD) التنافسية على مستوى الاقتصاد الوطني على أنّها "الدرجة التي يستطيع البلد، في ظل أسواق حرّة وعادلة لإنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختيار الأسواق الدولية، وفي نفس الوقت المحافظة على توسيع الدخول الحقيقية لمواطنيها في المدى الطويل".[3]

إذا يمكن القول أن تنافسية البلد تهتم بالعديد من الاعتبارات التي تتعلق بالوضع الاجتماعي والاقتصادي مثل الاهتمام بالتشغيل الاكتفاء الذاتي واعتبارات تنموية أخرى لا تهتم بها المشروعات فالمؤسسات الاقتصادية لا تعمل في فراغ، وإنّما تمارس نشاطاتها في بيئة وطنية محددة (الدولة)، وهذه البيئة الوطنية قد تكون معززة لتنافسية المؤسسات أو معوقة لها.

ثانيا: التنافسية على مستوى القطاع

تعرف التنافسية على مستوى القطاع بأنها قدرة القطاع على تحقيق القيمة المضافة العالية، ضمن بيئة أعمال، ذات تشريعات مرنة وناظمة لها، تتماشى مع التطورات الاقتصادية، وضمن آليات فعالة للقوى السوق، من ناحية الموردين والمستهلكين، بالإضافة لحرية الدخول إلى سوق العمل والخروج منه.[4]

وكذلك يمكن القول عنها أنها "قدرة المؤسسات في قطاع صناعي معيّن في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدوليّة، دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية"[5]، وهذا ما يؤدي إلى تميز تلك الدولة في هذه الصناعة، ويجب تحديد القطاع بدقة لأن دراسة قطاع اقتصادي معين يجب أن

1- علي توفيق الصادق، " **المنافسة في ظل العوامة: القضايا والمضامين**"، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل لمعهد السياسات الاقتصادية التابع لصندوق النقد العربي، (العدد الخامس، أبو ظبي، أكتوبر 1999)، ص 33.

2- طارق نوير، "**دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر**، المعهد العربي للتخطيط بالكويت،2002، ص5.

3- Abdallah Alauoi. La competitivité internationale : stratégies pour les entreprises françaises, France : harmattan, 2005, P:41.

4- المرصد الوطني للتنافسية، **التنافسية في الفكر الاقتصادي**، السعودية، تموز 2011، ص 4.

5-Enright, Michael J; " **the Globalization of Competition and the Localization of Competition: Policies Toward regional clustering** " , London، Macmillan, Forthcoming, 1999 , p 5.

تكون الوسائل والإمكانيات القطاعية هامة ومعتبرة، بالرغم من أنه قد نجد فروقا معتبرة داخل نفس فرع النشاط، والتي ترجع لجملة من العوامل أهمها: مكان النشاط، عوامل الإنتاج، تشكيلة المنتجات، الظروف التاريخية[1].

وتقاس تنافسية صناعة معيّنة من خلال الربحية الكليّة للقطاع، وميزانه التجاري ومحصّلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج، إضافة إلى مقاييس تتعلّق بالتكلفة والجودة للمنتجات على مستوى الصناعة.

كذلك هناك طريقة لتقييم تنافسية قطاع يتم بالمقارنة مع القطاع المماثل لبلد آخر، وأهم المؤشرات المستعملة هي[2]:

1) مؤشرات التكاليف والإنتاجية

نقول عن قطاع ما أنه تنافسيا إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المزاحمة، أو إذا كان مستوى تكاليف الوحدة يساوي أو أقل من تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب.

2) مؤشرات الحصة من السوق الدولي

يستعمل في هذا المجال الميزان التجاري والحصة من السوق الدولي كمؤشرين عن التنافسية على مستوى القطاع، وهكذا فإن القطاع يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية أو أن حصته من الواردات تتزايد.

3) دليل التجارة ضمن الصادرات

يبين هذا الدليل الصادرات التجارية ضمن الصناعات، وكلما ارتفعت قيمته كلما دل ذلك على تقدم الصناعة في البلد المعني.

ثالثا: التنافسية على مستوى المؤسسة

فطبقًا لتعريف هيئة التجارة والصناعة البريطانيّة فإنّ مفهوم التنافسية يعني"القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعيّة الجيّدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجيات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى"[3].

1- Donald. G . **Macfetridg, la competitive: notions et mesures**, industrie Canada, avril: 1995,p11.

2- فاطمة محبوب، **تأثير التحالفات الإستراتيجية على تنافسية المؤسسة الصناعية دراسة حالة مجمع صيدال**، مذكرة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010، ص 15.

3 - Oughton، " **Competitiveness Plicy in the gos" the Economic journal**, 107(444) 1997, pp. 1484-1485.

واعتبرتها اللجنة الرئاسية الأمريكية بأنها تلك "المؤسسة التي يمكنها أن تقدم المنتجات النوعية وبتكلفة منخفضة مقارنة مع منافسيها المحليين والدوليين، وبما يضمن تحقيق المؤسسة للربح طويل المدى وقدرتها على تعويض العاملين وتوفير عائد لمالكيها"[1].

ويمكن القول عن التنافسية بصفة عامة أنها مدى قدرة المؤسسة على توفير منتجات وخدمات تستطيع تلبية حاجيات المستهلكين وتكون كذلك ذات كفاءة وفعالية أكبر من المنافسين الآخرين سواء على المستوى المحلي أو العالمي، إنطلاقا من الاهتمام بطريقة الإنتاج والاستمرار في مجال البحث والتطوير بالإضافة للإستراتيجيات والخطط المسطرة مسبقا من طرف موظفين يتمتعون بالخبرة والكفاءة في مجال نشاط المؤسسة.

وفيما يلي أهم مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة الصناعية[2]:

1) الربحية

يعتبر مؤشر الربحية كافيا عن التنافسية الصناعية الحالية للمؤسسة، ويمكن أن تكون هذه الأخيرة في سوق تنافسية تتجه هي ذاتها نحو التراجع، في هذه الحالة فإن التنافسية الصناعية الحالية للمؤسسة لن تكون ضامنة لربحيتها المستقبلية، وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تكون مرتبطة بالقيمة السوقية لها، وتعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية وتكلفة عوامل إنتاجها، وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة، وعلى إنفاقها الحالي على البحث والتطوير أو براءات الاختراع المتحصل عليها.

2) تكلفة التصنيع

تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، وذلك إما لانخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج، أو هما معا.

3) الإنتاجية الكلية للعوامل

إن الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج تقيس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مشروعات على

1- منى طعمه جرف، **مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها، مسح مرجعي، مركز الدراسات الاقتصادية والمالية**، جامعة القاهرة، أوراق اقتصادية، العدد 19، 2002، ص1.

2- فاطمة محبوب، مرجع سابق، ص 15.

المستويات المحلية والدولية، ويمكن إرجاع نموها سواء إلى التغيرات التقنية وتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل، أو إلى تحقيق وفرات الحجم.

4) الحصة من السوق

من الممكن للمؤسسة ما أن تحقق أرباحا، وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحدث هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بعقبات اتجاه تحرير التجارة الدولية، كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربحية آنية، ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة اتجاه تحرير التجارة، لذا يجب مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف منافسيها الدوليين، وكلما كانت التكلفة الحديـــة للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى التكاليف الحدية لمنافسيـــها، كلما كانت حصتها من السوق أكبر.

ويمكن تلخيص كل ما ورد سابقا عن التنافسية من خلال تعريف "إمانويل أوكامبا" حيث إعتبر تنافسية المؤسسة على المستويات السابقة الذكر (مؤسسة، قطاع، دولة) هي القدرة على مواجهة المنافسة ضمن الشروط الملائمة لها، وهذه القدرة يمكن أن تتجسد من خلال وضع إستراتيجية فعالة لتوجيه النشاطات والأعمال بغرض الاحتلال أو المحافظة على الموقع التنافسي[1].

يتكون الاقتصاد من عنصرين رئيسيين، يختص الأول منهما بالجانب الوصفي الذي يتضمن المعلومات بخصوص المؤسسات الصناعية والبيئة الصناعية التي تتواجد بها هذه المؤسسات وعرض عوامل الإنتاج والسياسات التجارية ودرجة المنافسة السائدة...الخ، فيما يختص الجانب الثاني بسياسة المؤسسات الصناعية في عملية إتخاذ القرار[2].

المطلب الثاني: البيئة التنافسية للصناعة

أصبح تحليل بيئة الصناعة من الأمور المهمة على جميع المستويات المذكورة سابقا والمتعلقة بالتنافسية، لأن هذا التحليل يعتبر مهم بالدرجة الأولى للمؤسسة، بإعتبارها نظاما مفتوحا يتفاعل مع الظروف المحيطة بها، فلابد عليها من دراسة جميع التغيرات التي تحدث خارج نطاقها، والتي تمثل في مضمونها البيئة التنافسية التي يجب التكيف معها من خلال وضع استراتيجيات معينة، تسمح بتحديد

1- مسعود طحطوح، مرجع سابق، ص 3.

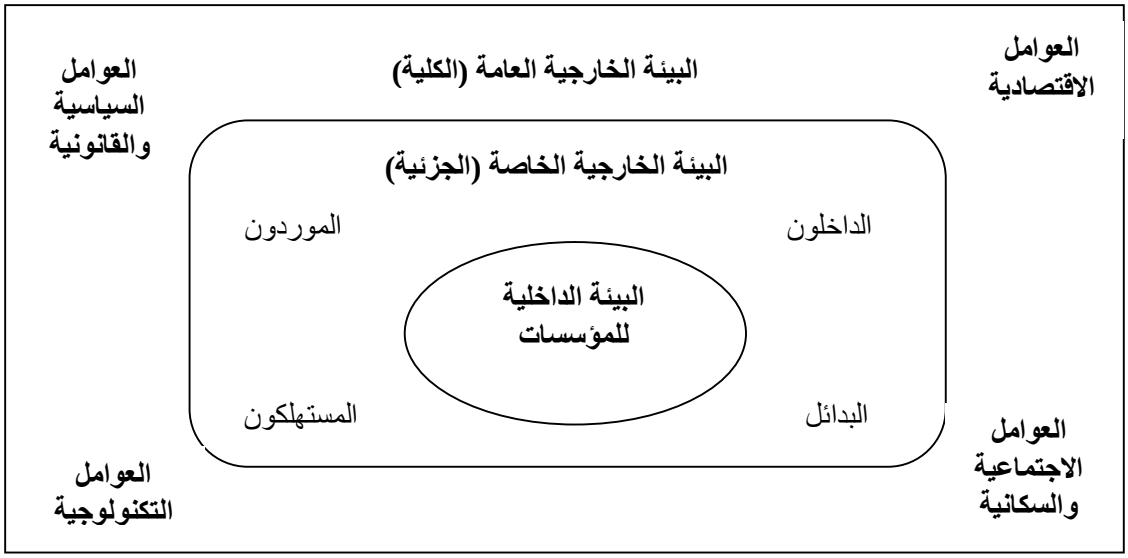
2- مدحت كاظم القريشي، مرجع سابق، ص9.

الخطوات التي يجب أن تتبعها المؤسسة لمواجهة تهديدات المنافسين، بل التغلب على جميع القوى التنافسية المحتملة، ويكون ذلك عبر التعرف على المنافسين ثم معرفة عناصر البيئة التنافسية[1].

بالنظر للأهمية التي تحضى بها البيئة من طرف المؤسسة فإنها كذلك مهمة للدولة ككل بصفتها المستفيد الأول، لأن الدولة في معظم الأوقات تتدخل في الشأن الصناعي وطبيعة المنافسة بين المؤسسات سواء داخل القطاع أو خارجه، لهذا نلاحظ أن هناك نوعين من البيئة الخاصة بالصناعة، بيئة جزئية (خاصة) وأخرى كلية (عامة).

لقد اختلفت وجهات نظر الباحثين في تحديد مفهوم للبيئة، إلا أنهم عمدوا إلى التمييز بين مستويين البيئة الجزئية والكلية، والشكل التالي يبين ذلك:

شكل رقم (20): المكونات الأساسية للبيئة الصناعية



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: عثمان بودحوش، تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية- حالة شركة إسمنت عين الكبير، مذكرة ماجستير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2007-2008، ص2

يتضح من خلال الشكل أن بيئة الصناعة على مستوى الدولة تتمثل في مختلف التغيرات التي تحدث خارج نطاق المؤسسة، وبعيدا عن سيطرتها، والتي من شأنها أن تؤثر على نشاط المؤسسة، ويمكن تقسيمها إلى:

المستوى الأول: تتمثل البيئة الخارجية العامة في تلك العوامل التي تتأثر بها جميع المؤسسات بغض النظر عن طبيعة نشاطها، سواء هذه العوامل سياسية، ثقافية، ديمغرافية أو إقتصادية[1]، وتسمى أيضا

1- حبّاينة محمد، **دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة – الجزائر3-، 2011/ 2012، ص23.

بيئة التعامل غير المباشرة أو البيئة المجتمعة أو البيئة الواسعة وغيرها من التسميات، وتشير البيئة العامة إلى مجمل المكونات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والقانونية، وكل ما يرتبط بها من متغيرات محيطة بالمؤسسة والتي تمثل المجتمع العام للمؤسسة، إلا أن هذه المتغيرات يكون لها تأثير غير مباشر في أغلب الحالات على مؤسسات الأعمال، ويكون هذا المستوى من البيئة معقد، لأنه يشمل على العديد من العناصر أو المتغيرات البيئية، التي تتكيف وتتفاعل معها المؤسسة لتحقيق أهدافها[2].

المستوى الثاني: وتمثل البيئة الخارجية الخاصة بمتغيرات ومجموعات محددة تؤثر على مؤسسة الأعمال بشكل مباشر، ويكون تأثير الأعمال الخارجية العامة غير مباشر، فغالبا ما تركز مؤسسة الأعمال انتباهها على متغيرات البيئة الخاصة أو البيئة المباشرة، إن هذه البيئة معقدة وتتغير بسرعة، لذالك يتطلب الأمر من إدارة المؤسسة متابعتها من خلال جمع البيانات والمعلومات الخاصة بها باستمرار، ويشير البعض إلى عناصر بيئة المؤسسة الخاصة باسم أصحاب المصالح الخارجيون باعتبارهم أكثر ارتباطا وتأثيرا في مؤسسة الأعمال[3].

المستوى الثالث: وهي البيئة الداخلية المتمثلة في كل الظروف والقوى والعناصر المتواجدة داخل حدود المؤسسة، فالبيئة الداخلية تتعلق بالمؤسسة ذاتها بمجالاتها الإدارية والفنية العاملة فيها، وكذا الأنظمة الرسمية وغير الرسمية والهياكل التنظيمية، والإجراءات وكيفية تنظيمها، والتكنولوجيا المستخدمة...الخ[4].

ومن خلال هذه المفاهيم لمستويات البيئة ومفهوم التنافسية على نفس المستويات، سوف نقوم بمناقشة البيئة التنافسية على المستوى الجزئي والكلي، لمعرفة مدى تأثير كل العوامل المحيطة بهيكل الصناعة، سواء هذه العوامل تختص بها مؤسسات منافسة في الصناعة على مستوى البيئة الخاصة (الجزئية) والتي نقوم بتحليلها من خلال نموذج porter بالإضافة لما قدمه Austin، أما على مستوي البيئة العامة (الكلية)، فنقوم بتحليل العوامل المحيطة بهيكل الصناعة خاصة دور الدولة من خلال السياسات التي تنتهجها سواء للتنظيم صناعة ما أو حماية منتج ما.

1- عثمان بودحوش، **تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية-** حالة شركة إسمنت عين الكبير، مذكرة ماجستير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2008/2007، ص3.

2- صالح مهدي محسن العامري، **الإدارة والأعمال**، دار وائل، عمان، الأردن، 2007، ص11.

3- نفس المرجع، ص116 .

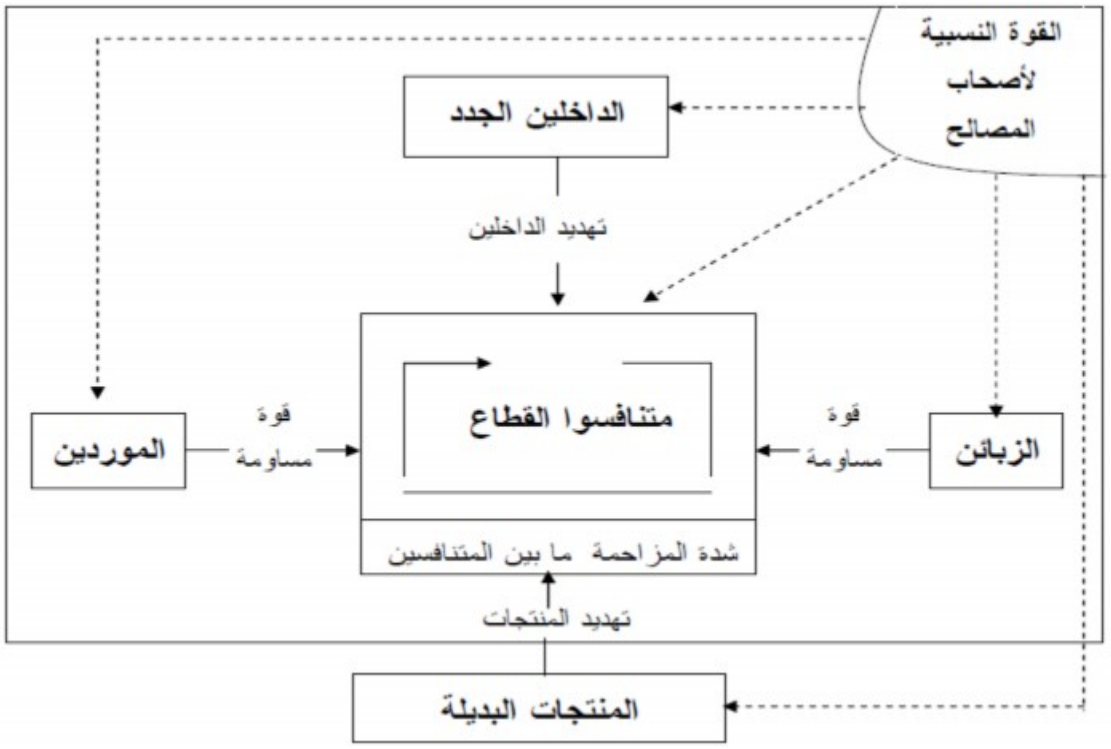
4- خليل محمد حسن الشماع، **نظرية المؤسسة**، الطبعة الرابعة، دار المسيرة، عمان، 2009، ص 142.

أولا: البيئة الجزئية للصناعة

عملية تحليل القوى التنافسية في بيئة الصناعة، ما هي إلا تحديد الفرص والتهديدات التي تواجه المؤسسات داخل صناعة ما، ويرى الباحث الاقتصادي مايكل بورتر Porter أن المنافسة في الصناعة ما هي إلا محصلة خمس قوى تنافسية، متمثلة في مدى المنافسة داخل هيكل الصناعة والتي تم التطرق لها في المطلب السابق حيث توصلنا إلى أن هناك عدة نقاط أساسية تبين شدة المنافسة بين المؤسسات المنتجة في الصناعة .

أما باقي القوى الأخرى لمايكل بورتر فهي تتمثل في قوى خارجية تضغط بكل قوة على هيكل الصناعة (المؤسسات المنتجة داخل قطاع معين)، وهي القوى المبينة من خلال النموذج الذي طرحه مايكل بورتر وهو مبين كما يلي[1]:

شكل رقم (21): قوى المنافسة في البيئة الجزئية



المصدر: حجاج عبد الرؤوف، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها – دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي، رسالة ماجستير، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، 2006-2007، ص 35، بالاعتماد على:

Michel Kalika et autres, Management Stratégique et Organisation, vuibert porter, 1999, p65.

1-حجاج عبد الرؤوف، **الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها – دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي**، مذكرةماجستير، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، 2007/2006، ص 35.

ويشير تحليل هذا النموذج إلى معرفة جاذبية القطاع الصناعي من خلال مردود وكثافة المنافسة على اعتبار أن الضغط الذي يحدثه هو المحدد لتلك الجاذبية من الناحية الإستراتيجية، فإن القوى التي لها أثر كبير وهام من قطاع لآخر كما يؤكد "بورتر" على ضرورة التمييز بين الهيكل الأساسي للقطاع الذي تعكسه تلك القوى، وبين العوامل قصيرة المدى التي من شأنها أن تؤثر على المنافسة ومردودية القطاع مثل اضطرابات الوضعية الاقتصادية خلال الدورة الاقتصادية والارتفاع المفاجئ في الطلب لاضطرابات وقدرة المواد الأولية ... الخ [1].

1- شدة المزاحمة ما بين المتنافسين داخل الصناعة

تأتي شدة المزاحمة ما بين المتنافسين في الصناعة في مركز القوى المحددة لجاذبية الصناعة وتنشأ من كون مؤسسة أو عدة مؤسسات يشعرون بضرورة تحسين وضعياتهم التنافسية، أو يرون إمكانية لذلك فتأخذ تحركاتهم مختلف الأشكال التنافسية (تخفيضات سعرية إشهار، خدمات ما بعد البيع، تميز....).

هذه التحركات التي من شأنها أن تخلق آثارا على بقية المؤسسات تولد ردود أفعال من شأنها أن تحسن من وضعية القطاع أو أن تؤدي به إلى التدهور، في حالة التصعيد والردود غير المدروسة كما بالنسبة "للحروب السعرية" المتواصلة المفضية إلى تدهور مردودية القطاع خاصة إذا كانت مرونة الطلب بالنسبة للسعر ضعيفة مما ينجم عنه عجز بعض المؤسسات حتى تغطية تكاليفها الثابتة[2].

إن كثافة المنافسة وشدة المزاحمة داخل قطاع معين تحكمها جملة من العوامل الهيكلية سلبا وإيجابا هذه العوامل يمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:

ا- درجة نمو الصناعة

يدفع بطؤ نمو القطاع بالمتنافسين إلى محاولة تقاسم السوق أحيانا أو اكتساب حصص سوقية أكبر على حساب بعضهم البعض أحيانا أخرى، لكن تحقيق القطاع لمعدلات نمو سريعة يفتح المجال أمام

1 Michael Poeter , **choix stratigique et concurrenca, economica**, Paris, 1982, page 06.

2- أحمد بلالي، **إستراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز للمنضمات والحكومات**، جامعة ورقلة، 09/08 مارس 2005، ص426.

غالبية مؤسسات الصناعة للاستفادة من الفرص التي توفرها مثل هذه الوضعية، وبالتالي تحسين نتائجها[1].

ب- درجة التمركز والتوازن بين المنافسين

عندما يكون عدد المؤسسات في القطاع كبيرا فإن احتمال حدوث مفاجئات* في السوق يكون كبيرا جدا، بسبب اختلاف وتنوع استراتيجياتها وعلاقاتها وأهدافها، مما يكون لديها وجهات نظر مختلفة حول الطرق الأنجع للتنافس.

لذا يرى بورتر أنه من الأفضل أن تنشط المؤسسة في صناعة بها أربع منافسين رئيسيين على 85% من السوق وذوي فلسفة متجانسة في التنافسية (حتى إذا لم تكن المؤسسة قائدة في السوق) الصناعية بها كثير من المنافسين في حالة توازن من حيث القدرات والإمكانات وذات رؤية متمايزة لطريقة المنافسة[2].

ج- حواجز الخروج

هي تلك العوامل الاقتصادية والإستراتيجية، التي تبقي أو تؤخر خروج المؤسسة من القطاع، بالرغم من ضعف أو سلبية مردودية الاستثمارات، ويمكن حصر المصادر الأساسية لهذه الحواجز فيما يلي[3]:

- أصول متخصصة: قد تكون القيمة السوقية للأصول ضئيلة؛ لارتباطها بنشاط معين من أو بمنطقة جغرافية معينة؛
- القيود الحكومية والاجتماعية: تجسدها عمليات المنع أو الحث، التي تفرضها الحكومة على المؤسسات؛ للحفاظ على مناصب العمل، تأخير أو إلغاء قرار الانسحاب؛
- الحواجز النفسية: قد يتماطل المسيرون في اتخاذ قرار الانسحاب، لشعورهم بالمسؤولية اتجاه المستخدمين، أو خوفهم على مسارهم المهني؛
- الاعتبارات الإستراتيجية: كالعلاقات الإستراتيجية مع مؤسسات تنتمي إلى نفس المؤسسة الأم.

1- نبيل مرسي خليل، **الميزة التنافسية في مجال الأعمال**، الدار الجامعة للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 1999، ص68.

* من أمثلة هذه المفاجئات إدخال منتجات جديدة كليا إلى السوق، استحداث طرق تسيير وإنتاج مبتكرة ، تحالف بعض المنافسين مع بعضهم ...الخ

2 - Michael Porte, **choix stratigiques et concurrenca**, op,cit, p p19 -21.

3- بخوش أحمد، **دور اليقظة وطرح المنتوجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص18.

وبالتالي فإن الانسحاب قد يؤثر على صورة هذه الأخيرة، قدرتها الّتسويقية، وكذا سمعتها في السوق المالية، وهنا قد تعطي المؤسسة الأم الأهمية لإستراتيجية البقاء وهذا يؤخر عملية الخروج.

د - أحوال الطلب

إن نمو الطلب بواسطة العملاء الجدد أو عمليات الشراء الإضافية التي يقوم بها العملاء القدامى، قد تؤدي إلى تخفيف حدة المنافسة من خلال تهيئة الفرص للتوسع، كما أن انخفاض حدة المنافسة من جراء

الطلب المتنامي يعود إلى قدرة المؤسسات على تحقيق مزيد من المبيعات دون المساس بالحصص السوقية للمؤسسات الأخرى، وهذا ما يترتب عليه تحقيق أرباح عالية للجميع، وعلى عكس ذلك، فإن تدهور الطلب يؤدي إلى ازدياد حدة المنافسة نظرا لإستعداد المؤسسات لخوض الحروب من أجل الإحتفاظ بعوائدها وحصصها السوقية، ويتدهور الطلب عندما يتحول العملاء من سوق إلى أسواق أخرى أو عندما تتناقص الكميات المشتراة من قبل العملاء، وفي ظل هذه الظروف يمكن للمؤسسة تحقيق النمو فقط من خلال الاستيلاء على حصة سوقية من المؤسسات الأخرى[1].

ه - تكاليف التبديل

كلما زادت سهولة* تبديل المستهلكين لمنتجات مؤسسة بمنتجات مؤسسة أخرى كلما زادت شدة المزاحمة وحدتها لذلك تحاول المؤسسات إتباع استراتيجيات من شأنها إما إعاقة عملية التبديل مثل ما حدث من جانب مصنعي الحاسب الآلي أو تقديم حوافز للمستهلكين بغرض كسب ثقتهم مجددا وهو أحد الأهداف الأساسية لبرامج الدعاية و الإعلان عن مساحيق الغسيل[2].

و - زيادة الطاقة الإنتاجية بشكل متقطع

عندما تفرض اقتصاديات السلم زيادات متقطعة (على فترات) في الطاقة الإنتاجية، فإنها تؤدي في أوقات معينة إلى إحداث خلل في التوازن بين الطلب والعرض في القطاع، لذا يواجه فترات صعبة خاصة إذا ما اتجهت الأسعار نحو الانخفاض، فمثلا قد تزداد الطاقة الإنتاجية في قطاع الحديد والصلب لتغطية طلب معين من ناحية والاستفادة من اقتصاديات الحجم من ناحية أخرى[3].

1- هلالي الوليد، **الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة دراسة حالة: المؤسسة الجزائرية للهاتف النقال MOBILIS**، مذكرةماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2008-2009، ص22.

* تبرير درجة السهولة من خلال التكلفة التي يتحملها المستهلك للانتقال من شراء منتج معين إلى منتج آخر .

2- نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص70.

3 - Michael Porte, choix stratigiques et concurrenca, op,cit, p p22.

وبعد فترة يرجع الإنتاج إلى مستواه العادي لينتج عنه عدم كفاية العرض وارتفاع الأسعار، فيندفع المتنافسون من جديد إلى الإنتاج بطاقة أكبر لتدخل الصناعة بعدها مرحلة التدهور التدريجي لأرباحها ككل (نتيجة لزيادة العرض عن الطلب).

ي- مدى إمكانية تميز المنتج

إذا تعلقت المنافسة ضمن قطاع معين على منتوج معين خاصة إذا كان هذا المنتوج من الضروريات الأساسية للزبون فإن هذا الأخير سيتركز اختياره على مدى ملائمة السعر وجودة الخدمة المقدمة وهو ما سيفتح المجال لزيادة تنافسية القطاع خاصة على مستوى الأسعار، وبقدر ما يكون اتجاه هذه المنافسة نحو تميز المنتج وجودته بقدر ما يشكل ذلك صمام أمان من التفجير، أما في حالة عدم وجود مجال لتميز المنتج فإن ذلك سيؤدي حتما إلى تصعيد للحروب السعرية المفضية إلى تدهور القطاع برمته[1].

2- تهديد الداخلون الجدد

لا يقتصر تحليل البيئة على شدة المنافسة داخل الصناعة وكيفية تحقيق ميزة تنافسية بل الأهم من ذلك هو توجيه الاهتمام نحو الداخلين الجدد، والذين لا يمكن تجاهلهم[2]، لذا تسعى المؤسسة إلى معرفة ومحاصرة المنافسين الممكن دخولهم إلى السوق، من خلال إنشاء حواجز ضد الدخول، ويمكن تمييز الداخلين الجدد من بين مجموع المؤسسات التالية[3]:

- المؤسسات الخارجة عن السوق والتي تستطيع اجتياز الحواجز السوقية بسهولة؛
- المؤسسات التي يشكل الدخول إلى السوق بالنسبة لها تعاونا أو تعاضد واضح؛
- المؤسسات التي يشكل الدخول بالنسبة لها امتدادا منطقيا لإستراتيجيتها؛
- الزبائن والموردون الذين يستطيعون التوصل إلى اندماج أمامي أو خلفي.

وهذه المؤسسات التي تعمل في صناعة ما تحاول عرقلة دخول المنافسين المحتملين إلى هذه الصناعة، لأنه كلما ازداد عدد المؤسسات الداخلة كلما أصبح من الصعب على المؤسسات الموجودة في الصناعة أن تحتفظ بحصتها من السوق وتوليد الأرباح ، كما أن مقاومة المنافسين الجدد تعتمد

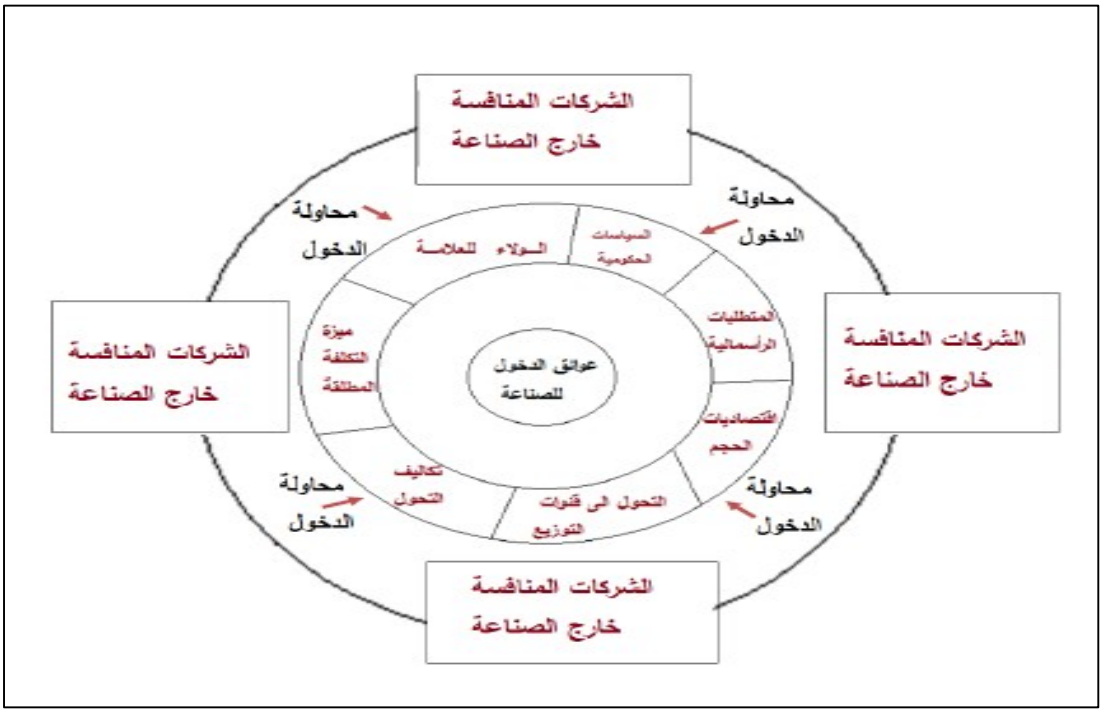
1- أحمد بلالي، مرجع سابق، ص 463.

2 - عيسى دراجي، **البيئة والميزة التنافسية الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية**، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، ص4.

3 - حباينة محمد، **دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر -3-، 2012/2011، ص26.

بضرورة كبيرة على مدى ارتفاع عوائق الدخول، والتي هي عبارة عن العوامل التي تجعل دخول المؤسسات إلى الصناعة شيئا مكلفا، فكلما كانت عوائق الدخول عالية كلما زادت صعوبة دخول منافسين جدد إلى الصناعة، حتى إذا كانت عائدات الصناعة عالية، ولقد حدد Porter عوائق الدخول وهي مبينة في الشكل التالي: [1]

شكل رقم (22): عوائق الدخول لصناعة



المصدر: فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، **الإدارة الإستراتيجية (نظريات – مداخل- أمثلة وقضايا معاصرة)**، دار صفاء، عمان – الأردن، 2014، ص137.

نلاحظ من الشكل أن هناك العديد من عوائق الدخول التي وضحها Porter ، بالإضافة إلى ما أضافه "Hill" من نوعين مهمين لعوائق الدخول.

1 - فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، **الإدارة الإستراتيجية (نظريات –مداخل-أمثلة وقضايا معاصرة)**، دار صفاء، عمان، الأردن، 2014 ، ص ص135 - 136.

ا- **الولاء للعلامة:** إن تفضيل المشترين لمنتجات المؤسسات التي تشمل السوق أو الصناعة حاليا يسمى بالولاء للعلامة التجارية، حيث أن المؤسسة قادرة على خلق صورة قوية لها، من خلال اكتساب ولاء العملاء وهذا الاكتساب يمكن أن ينتشر عبر العديد من الأسواق من خلال الإعلان المستمر عن العلامة التجارية وعن اسم المؤسسة والحماية الممنوحة لمنتجاتها والخدمات الجديدة، تجعل من الصعوبة على الداخلين الجدد أن يأخذوا من المؤسسات القائمة في السوق أو الصناعة حصتها التي تتمتع بها[1]، وكان هذا العائق في الصناعة الدوائية يعتبر أكثر صعوبة لأنها لا تعتمد على أذواق المستهلكين ورغبتهم بل بصحتهم والمحول له التصرف بالعلامة هو الطبيب لذا فإن هذا العائق يصبح أصعب في حالة الصناعة الدوائية بالنسبة للشركات التي تريد الدخول من جديد[2].

ب- **ميزة التكلفة المطلقة:** في بعض الأحيان تمتلك المؤسسات التي تشتغل داخل صناعة معينة ميزات في التكاليف المطلقة مقارنة بالمؤسسات المحتمل دخولها، وهذا لامتلاكها تكنولوجيا متطورة أو موارد أولية رخيصة، وكذلك بسبب اثر الخبرة المتراكمة[3]. وهذه المميزات يمكن أن تخرج من ثلاث مصادر رئيسية وهي[4]:

- التشغيل الإنتاجي عالي الخبرة وزيادة براءات الاختراع المرخص بها والعمليات التي تحتفظ المؤسسة بسريتها؛
- السيطرة على مدخلات معينة مطلوبة للإنتاج مثل العمالة والمواد الخام والمعدات أو المهارات الإدارية؛
- المدخل إلى التمويل الأرخص، لأن المؤسسات القائمة حاليا لا تواجهها مخاطر مثلما تواجه المؤسسات التي تسعى للدخول، فإذا ما امتلكت المؤسسات القائمة ميزة التكلفة الجوهرية، بعد ذلك فإن التهديد بدخول المؤسسات المنافسة يكون قليلا.

نلاحظ أن المؤسسة نوعت في المصادر التي تؤثر من خلالها على العميل، لأن عملية الاحتفاظ بالزبون تعد من القضايا الصحية بسبب المتغيرات الخاصة بسيكولوجيا الزبائن وسلوكهم[5].

1- نفس المرجع، ص 138.

2- بلال خلف السكارنة، **الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي**، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015، ص155

3- عيسى دراجي، مرجع سابق، ص5.

4- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 138.

5- دخيل غنام المطيري، **أثر جودة الخدمة والتسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن**، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الكويت،2010، ص34.

* هي الفترة التي تبحث فيها المؤسسة عن مورد جديد، وتصميم خاص للمنتج، وإنشاء علاقات جديدة، والدعاية والإعلان .

ج- تكاليف التحويل

تحاول المؤسسات الداخلة للقطاع بذل مجهودات من أجل تقليص التكاليف التي يجب أن يتحملها الزبون للإنتقال من منتج لآخر، وهو ما يعرف بتكلفة التبديل أو التمويل، والتي تتضمن تكاليف تدريب اليد العاملة، المساعدات التقنية للبائع وتكاليف التجهيزات الجديدة، بالإضافة لتكاليف الفترة 'المنقضية'*[1]، كلها تكون مدروسة في الخطة الإستراتيجية حسب مخطط (كمي أو نوعي) [2]:

فالمؤسسة التي ترغب في دخول الصناعة تستطيع إغراء الزبائن وتحويلهم باتجاه التعامل معها فقط وهذا عندما تتمكن من تقديم منتجات أو خدمات منفردة في خصائصها أو منخفضة في أسعارها بالمقارنة مع المنتجات الموجودة في الصناعة، وفي كلتا الحالتين فإن ذلك ينعكس سلبا على الأرباح المتوقعة، ومن ثم يؤثر في قراراتها بالدخول إلى الصناعة[3].

د- الدخول إلى قنوات التوزيع

إن عملية توزيع المنتجات عن طرق المؤسسات القائمة في الصناعة، هي عملية معقدة نظرا لتعدد مستويات التوزيع، ولكن المستوى الذي يشكل عائقا أمام دخول منافسين جدد هو المستوى الذي يعتمد على مدة زمنية طويلة، حيث أن المؤسسات في السوق الاستهلاكية تلجأ إلى استخدام منافذ أكثر طولا في بعض الحالات، ولكن صعوبة السيطرة على عمليات التوزيع يقف عائقا أمام المنتجين الجدد[4]، لأن المؤسسات العاملة في الصناعة لمدة طويلة تستطيع تطوير وسائل كفوءة لتوزيع منتجاتها أو خدماتها ومن خلال علاقاتها مع الموزعين تستطيع خلق عوائق أمام المؤسسات الراغبة في دخول الصناعة تتمثل في تكاليف التحول إلى الصناعة التي ترغب أن تعمل فيها، فالمؤسسة التي ترغب دخول الصناعة عليها إقناع الموزعين بتوزيع منتجاتها، مع ما لديهم من منتجات تخص المؤسسات العاملة في الصناعة أو بدلا عنها، وهذا يتطلب تخفيضات في الأسعار أو تقديم مساحات إعلانية تنعكس سلبا على الأرباح المحتملة للمؤسسات الجديدة[5].

ه- اقتصاديات الحجم

---

1 Michael Poeter , choix stratigique et concurrenca, economica, Paris, 1982, page 06.

2- عيسى دراجي، مرجع سابق، ص5.

3- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 139.

4- نفس المرجع، ص 140.

5- لعايب وليد، **الاتجاهات الحديثة في تفسير التجارة الخارجية** ، محاضرات نظريات التجارة الدولية ، جامعة محمد البشير الابراهيمي ، برج بوعريريج ،2014/2013، ص25.

نعني باقتصاديات الحجم وفورات الإنتاج الكبيرة، وهي المزايا التي تتمتع بها المؤسسات الكبيرة تتمثل في[1]:

- **وفورات داخلية**: هي المتمثلة في العوامل الداخلية للرفع من إنتاج المشروع، والاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير سواء المزايا الفنية والتجارية أو المالية، بالإضافة للإدارية؛
- **وفورات خارجية**: هي التركيز على زيادة توفير العوامل الخارجية التي تؤدي إلى الرفع من إنتاجية المشروع مثل إقامة شراكات لتطوير البحث العلمي والفني، الإعلام والدعاية، توسيع خطوط الإنتاج، إنشاء فروع في مناطق ذات تكاليف منخفضة.

إذن اقتصاديات الحجم تساعد في تخفيض التكاليف المتوسطة الإنتاج وذلك مع تزايد إنتاج المؤسسة القائمة في الصناعة، الأمر الذي من شأنه امتلاك التكاليف الثابتة المرتفعة على حجم كبير من الإنتاج وكذلك توزيع التكاليف الثابتة على رقم أعمال كبير واستعمال أمثل للقدرات الإنتاجية وبكفاءة عالية في التوزيع، وإذا كانت ميزة التكاليف مهمة وجوهرية ستشكل عائقا أمام المؤسسات الجديدة الداخلة للصناعة.

إن هذه المؤسسات إما أن تدخل بحجم صغير وتعاني بعد ذلك من القصور في ميزة التكلفة أو أنها تخاطر بصورة كبيرة جدا عندما تحاول الدخول بحجم كبير إذ أنها ستعاني من تكلفة رأس المال[2].

و- المتطلبات الرأسمالية

تتطلب بعض الصناعات موارد كبيرة لإقامة التسهيلات الإنتاجية والإنفاق على العمليات التشغيلية المختلفة ذات الحجم الكبير لهذه النفقات، فضلا عن المخاطر التي قد تتعرض لها المؤسسة الراغبة في الدخول إلى الصناعة في حالة فشل المشروع، قد يشكلان عائقا أمام دخولها، وبالتالي اقتصار المنافسة على المؤسسات الموجودة فيها[3].

كما أن المنافسين الراغبين في الدخول والذين يتمتعون بإمكانيات مالية ضعيفة والتي ينتج عنها أخطار وصعوبات في تغطية السوق[4]، فتصبح هذه الإمكانيات الضعيفة كعائق للدخول الصناعة .

ي- السياسات الحكومية

1- ضيف روقية، **استراتيجية النمو المصرفي من خلال عمليات الاندماج**، مذكرة ماجستير، جامة منتوري، قسنطينة، 2005/2004، ص50.

2- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 139.

3- نفس المرجع ، ص141.

4- عيسى دراجي، مرجع سابق، ص5.

تعتبر السياسات الحكومية التي تحدد عدد المؤسسات التي تعمل في الصناعة من أكبـــر العوائـــق لدخول منافسين جدد[1]، وسوف نتطرق لها بالتفصيل عند دراسة البيئة العامة للصناعة.

3- القدرة التفاوضية للموردين

يمكن للموردين أيضا أن يمارسوا ضغطا على المنتجين، من خلال تهديدهم برفع الأسعار، أو خفض جودة المنتجات، وعليه فإن الموردين الذين يتمتعون بموقف قوي في علاقتهم بمجموعة المنتجين، يمكن أن يساعدوا في تقليص أرباح تلك المؤسسة إذا لم يكن لديها المقدرة على الاسترداد والزيادة في التكلفة من العملاء المباشرين، ويتمتع الموردون بالقوة التساومية في الحالات التالية[2]:

أ- عندما يسيطر على مصادر التوريد، عدد محدود من المؤسسات، والتي تتميز بالتركيز على الصناعة التي يتم البيع لها؛

ب-ضعف أو محدودية في المنتجات البديلة التي يمكن أن يلجأ إليها المنتجون؛

ج- عندما لا تكون المؤسسة المشترية، عميلا هاما لمجموعة الموردين؛

د- عندما يكون المنتج المورد، أحد المدخلات الهامة في نشاط أعمال المؤسسة المشترية، بمعنى أن هذا المنتج يعتبر أساسيا في نجاح العمليات الإنتاجية، أو في تحسين جودة المؤسسة المشترية؛

ه- عندما تتسم منتجات المؤسسات الموردة، بالتنوع أو المقدرة على التحول إلى مجالات إنتاجية أخرى، في هذه الحالة لا يستطيع المشتري، أن يستغل إمكانية التأثير، على مورد ما في مواجهة مورد آخر، للحصول على عرض أفضل؛

و- عندما تستطيع مجموعة الموردين أن تمارس تهديدا لإمكانية إحداث التكامل الرأسي للأمام.

وإذا لم تكن المؤسسة قادرة على مسايرة شروط مورديها الأساسيين فإنها تضع نفسها في حالة من العجز المؤقت لمواصلة نشاطها خصوصا مع عدم مقدرتها على امتصاص ارتفاع التكاليف الناتجة عن تلك الشروط[3]:

- طبيعة مجموعة الموردين: حيث تزداد قوة الموردين إذا ما كانوا منظمين ومتمركزين في السوق بشكل جيد مع إمكانية التكامل الخلفي؛

1- بلال خلف السكارنة، مرجع سابق، ص154.

2- بوركوة عبد المالك، **إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات)**، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012/2011، ص44.

3- Armand Payan et al, **lànalyse concurrentielle, manual de gestions**, v01, Ellipses edition, parie,1999, p:151.

- طبيعة الموردات: تعد منتجات المورد ذات تأثير كبير على نشاط الزبون، إذا ما كانت تمثل المكون الأساسي لسلسلة الإنتاج لذلك الزبون؛
- التكاليف: تكون المؤسسة الزبونة للمورد أقل حساسية لتقلبات أسعار الموردات حين تساهم بنسبة ضئيلة في تكاليف الإنتاج أو تكاليف التحول من مورد لأخر.

4- القدرة التفاوضية للزبائن

لا شك أن ما يحدد القوة النسبية لمشتري أي سلعة أو خدمة هو حجم ما يشتريه من تلك السلع والخدمات، سواء كان هو المستهلك النهائي لها أو مؤسسة تجارية تحاول السيطرة على السوق[1]، لذلك يمكن أن يكون المشترين كمنافس يهدد المؤسسة عندما تتعاظم قوته إلى الحد الأقصى، خاصة إذا كانت إرضاء المشتري تمثل حصة مهمة في حجم تجهيزات الأعمال ككل، وعندما يستطيع المشتري تحقيق تكامل خلفي[2]، ويساومون للتخفيض أسعار ما يشترونه وزيادة الخدمات التي يحصلون عليها، وبالتالي يساومون أيضا في تصعيب مهمة المؤسسة وتقليل عوائدها[3].

ومن خلال هذه القوة التفاوضية الكبيرة التي يتمتع بها المشترين، حيث يمكنهم التأثير على المردودية المحتملة لنشاط ما من خلال دفع المؤسسة إلى البيع بأسعار منخفضة، أو بطلب خدمات كبيرة، أوشروط سداد جد ملائمة، أو بالتأثير على التنافس بين هذا المتنافس وذاك، وتتوقف القدرة التفاوضية للمشترين على عدد من الشروط هي:

- مجموعة المشترين المركّزة أو المشتريات بكمية كبيرة بالنسبة لرقم أعمال البائع؛
- المنتجات المشتراة من طرف الزبون تمثل حصة مهمة من تكاليفه الخاصة، مما يدفعه للتفاوض؛
- قدرة المشترين على إيجاد بائعين آخرين؛
- تكاليف التحويل: بمعنى تكلفة التغيير للمورد ضعيفة بالنسبة للزبون؛
- المشترون يمثلون تهديدا بالانضمام للمنافسين وهم بذلك يشكلون داخلين محتملين خطرين؛
- المشتري يملك معلومة كاملة فيما يخص الطلب، الأسعار الحقيقية للسوق وتكاليف المورد؛[4]

1- عبد العزيز صالح بن حبتور، **الادارة الاستراتيجية – إدارة جديدة في عالم متغير**، الطبعة الثانية، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007، ص72.

2- سعد دحلب غالب، **الإدارة الإستراتيجية**، دار اليازوري، عمان، الأردن، 1998، ص10.

3- الطيب داودي، مراد محبوب، **تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الإستراتيجي**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثاني عشر، نوفمبر 2007، ص40.

4- حباينة محمد، مرجع سابق، ص28.

- إذا كانت المنتجات المشتراة من القطاع معيارية وغير متمايزة؛
- مواجهة مجموعة الزبائن لتكاليف تغيير المنتج أو تحول ضعيف؛
- إذا ما ألمت مجموعة الزبائن بكامل المعلومات حول الطلب، الأسعار الحقيقية.....الخ؛
- إذا كان منتج القطاع لا يؤثر على جودة المنتجات أو خدمات الزبائن[1].

5- تهديدات المنتجات البديلة

إضافة إلى التهديد الذي تشكله منتجات منافسي المؤسسة في القطاع، فإنها تدخل في منافسة مع القطاعات التي تصنع منتجات بديلة لمنتجاتها، مما قد يقلص من الربحية المرتقبة للقطاع ككل فكلما عرضت بدائل بأسعار معقولة وجودة عالية، كلما زادت الأخطار التي تتعرض لها المؤسسة في القطاع سواء في الفترة العادية (تقليص أرباح القطاع) أو في فترات التوسع (إمتصاص فائض أرباح القطاع).

ويتمثل التعرف على المنتجات الإحلالية في البحث عن المنتجات التي يمكن أن تؤدي نفس الوظيفة التي يؤديها منتج القطاع والذي يتطلب أحيانا الكثير من المهارة وقد تقود هذه الخطوة التحليل في قطاعات النشاط البعيدة من قطاع بداية النشاط[2].

وقد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية من قبل القطاع، فمثلا إذا لم تتمكّن العملية الإشهارية المعتمدة من قبل مؤسسة واحدة، الحفاظ على وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة، فإنّ الإشهار المكثف والمدعم من قبل مجمل مؤسسات القطاع، قادرا على تحسين الوضعية الجماعية، ونفس الأمر ينطبق على مجالات التحسين الأخرى، كالجودة، جهود الإتصال، والمحاولات الإلزامية إلى ضمان انتشار واسع للمنتج، أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة هي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة وملائمة السعر مقارنة بمنتج القطاع، أو بتلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات، حيث الربحية مرتفعة[3].

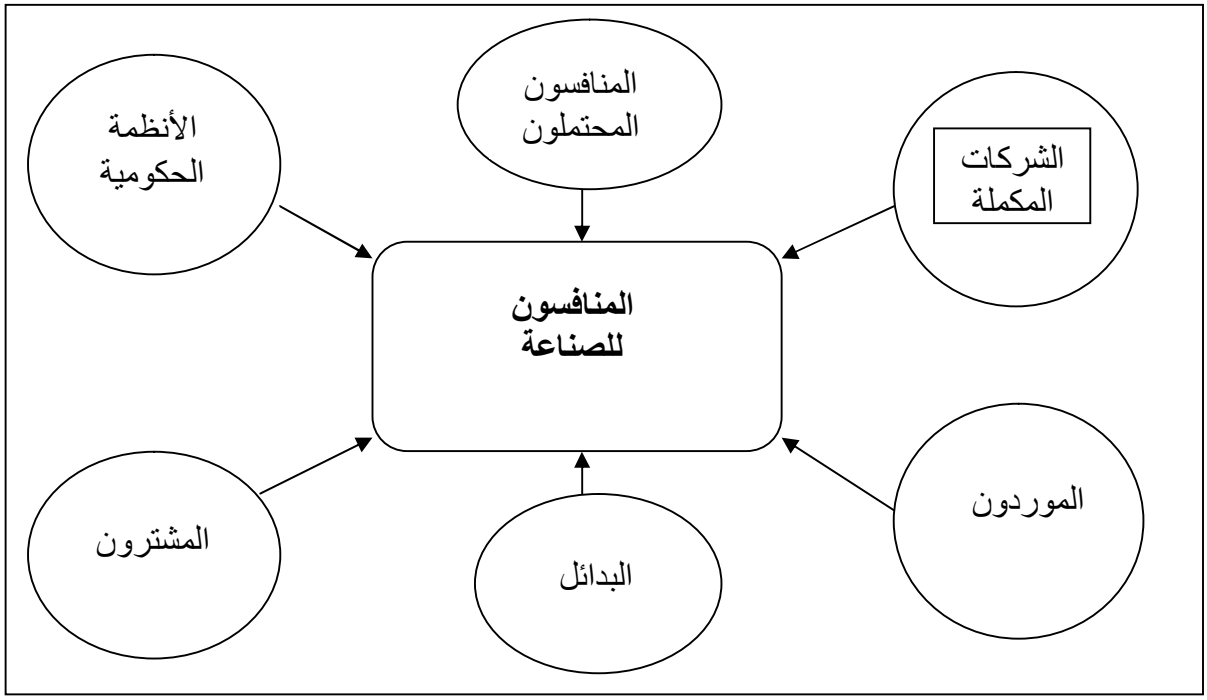
ويعتمد تأثير تهديد الإحلال على ربحية الصناعة على عدد من العوامل مثل: مدى توافر بدائل قريبة، تكلفة تبديل المنتج، مدى تشدد منتجي السلع البديلة، ومقايضة السعر بالقيمة بين المنتجات الأصلية وبدائلها من السلع أو الخدمات.

6- القوى التنافسية المضافة للنموذج Porter

1- Michael Porte, choix stratigiques et concurrenca, op,cit, p: 27.
2- ipid, p10.
3 - عبد المالك بوركوة، مرجع سابق، ص43.

لقد تم مناقشة نموذج القوى الخمسة لـــ "Porter" ومعرفة تأثير كل قوة على شدة المنافسة داخل هيكل الصناعة، لكن العالم "Austin" لم يكتف بهذه القوى بل أضاف قوة الأنظمة الحكومية ليجعل النموذج أكثر انطباقا على واقع الصناعة والأسواق في الدول النامية، كما أضاف كذلك قوة أخرى متمثلة في المؤسسات المكملة[1]، وبعد إضافة القوتين يصبح لنا الشكل التالي:

شكل رقم (23): نموذج بورتر بعد إضافة المؤسسات المكملة والأنظمة الحكومية



المصدر: فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، **الإدارة الإستراتيجية (نظريات – مداخل- أمثلة وقضايا معاصرة)**، دار صفاء، عمان – الأردن، 2014، ص153.

لقد تم سابقا مناقشة كل من المتغيرات الخمسة لقوى بورتر وسوف نتطرق إلى القـــوتين اللتـــين أضافهما "Austin".

1- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 152.

ا- الأنظمة الحكومية

قد تفرض الحكومة قوانين وتشريعات تحمي المنتجين الحاليين في السوق وتمنع بقوة القانون دخول أي منافسين جدد، هذا إضافة إلى قوانين حماية الملكية وبراءات الاختراع التي تتيح لأصحابها حق العمل بها بشكل تجاري دون السماح لغيرهم باستخدامها إلا من خلال الامتيازات والتراخيص[1].

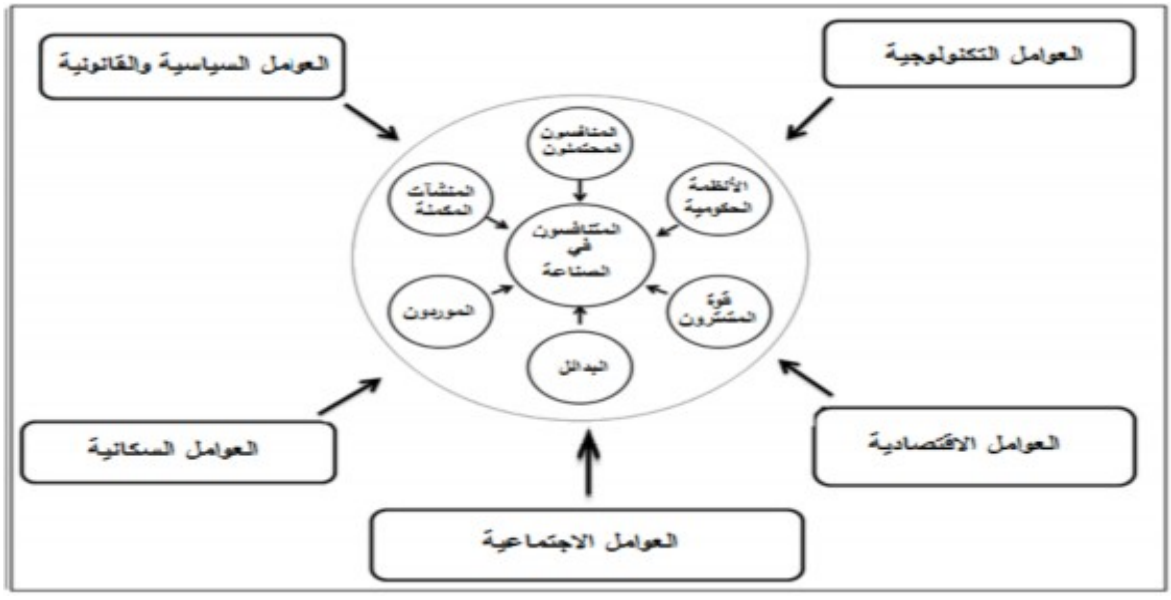
ب- المؤسسات المكملة

هي عبارة عن المؤسسات التي تبيع ما يكمل المنتجات التي تعرضها المؤسسة، حيث أن الصناعات التكميلية هي المقرر الأساسي للطلب على الصناعة، لذا فإن صحة الصناعة تعتمد بصورة حاسمة على وجود تجهيز كافي من منتجات الصناعات التكميلية التي تنتجها المؤسسات المختصة بها، وإذا كانت هذه الصناعات ضعيفة وتفتقد إلى الإنتاج الجذاب فإن ذلك يهدد الصناعة ويؤدي إلى تقليل ربحيتها[2].

ثانيا: البيئة الكلية للصناعة

لقد عاملنا الصناعة كأنها كيان مكتف ذاتيا من خلال المناقشة السابقة، للنموذج قوى بورتر، ولكن من الناحية العلمية هو تعيين في بيئة واسعة، تمثل البيئة الكلية التي تحتوي على العديد من العوامل سواء الاقتصادية أو الاجتماعية بالإضافة إلى التكنولوجية، السياسية والقانونية، كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (24): أثر العوامل البيئية الكلية على المنافسة في الصناعة



1 -إلهام فخري طملية، **استراتيجيات التسويق إطار نظري وتطبيقي**، دار إثراء، الأردن، 2013، ص64.

2- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص ص 151– 152.

المصد
معاصر

إن متغيرات البيئة الكلية والموضحة في هذا الشكل يمكن أن يكون لها أثر مباشر على أي قوة من القوى التي جاء بها "Porter"، وبذلك فإن العوامل البيئية المذكورة يمكن أن تغير القوة النسبية لأي من القوى التنافسية، كما أنها يمكن أن تغير من جاذبية الصناعة، وسنبين كيف أن قوة العوامل البيئية الكلية تؤثر على الهيكل التنافسي للصناعة.

1- العوامل الإقتصادية

ويقصد بها العوامل المتعلقة بالظروف الاقتصادية التي يمر بها السوق الذي تعمل به المؤسسة مثل النظام الاقتصادي المطبق في الدولة (الدخل الوطني، الناتج المحلي الإجمالي، توزيع الدخل، البطالة مستوى الأسعار ...الخ)[1]، أو يمكن اعتبارها تلك العوامل التي يتمثل تأثيرها على فاعلية النظام في جانب المدخلات وهي عادة تشتمل على ظروف العرض والطلب[2].

وهذه العوامل قد ينتج عنها فرص تسويقية أو تهديدات لابد وأن تتهيأ المؤسسات لمواجهتها عن طريق تحديد ردود الفعل التي يمكن القيام بها من أجل الاستفادة من الفوضى، أو مواجهة التهديدات والاستعداد لها لأن آثارها السلبية مختلفة[3].

2- العوامل التكنولوجية

إن من شأن التكنولوجيا المساعدة في تغيير طبيعة الصناعة التي تتنافس فيها المؤسسات فتطور التكنولوجيا بشتى أنواعها، يؤدي إلى التأثير المباشر على المنتجات والأسواق والإنتاج في هذه الصناعة[4] وبالتالي هذا التغيرات التكنولوجية تؤثر بصورة مباشرة على عوائق الدخول سواء تخفيض هذه العوائق أو زيادة صعوبتها، وبالتالي التأثير على هيكل الصناعة، وبصورة عامة، التغير التكنولوجي يعيد تشكيل الصناعات القائمة[5].

---

1 - إلهام فخري طملية، مرجع سابق، ص53.

2 - محمد الصيرفي، **إدارة تكنولوجيا المعلومات** ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009، ص98.

3 - إلهام فخري طملية، مرجع سابق، ص 54.

4- حسين حريم، رشاد الساعد، **دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في إيجاد الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على قطاع الصناعات الدوائية بالأردن**، ص14، على الرابط: www.elbassair.net

5- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 156.

وهذه التغيرات التكنولوجية متمثلة في التقنيات والأساليب المستخدمة في إنتاج المنتوج سواء طريقة وسرعة الإنتاج أو هيكل وشكل المنتوج المقدم من طرف المؤسسة[1]، لأنه يمكن المؤسسات القائمة أن تؤدي دورا هاما في الصناعة من خلال التقدم التكنولوجي، كما أن المؤسسات الراغبة في الدخول قد تستطيع إضعاف عوائق الدخول من خلال تطوير التكنولوجيا المستعملة في الصناعة المرغوب دخولها.

3- العوامل الإجتماعية

تعني العوامل المتعلقة بالخصائص الثقافية والاجتماعية للمستهلكين في السوق المستهدف للمؤسسة[2] حيث تؤثر تأثيرا واضحا على مدخلات النظام وتتمثل في القيم والعادات والتقاليد، وكذلك تؤثر على المخرجات فيما يتعلق بقدرة المؤسسة على طرح منتج يلبي الاحتياجات البيئية[3].

حيث وجد أن هذه الاحتياجات البيئية تختلف من بلد لآخر، لأنه نجد في نفس البلد عدد من الثقافات الفرعية والتي تختلف من جنوب هذا البلد عن شماله في مجموعة كبيرة من العادات والتقاليد والمعتقدات الموروثة والمكتسبة، بل أنه توجد فروق ثقافية عديدة بين الريف والحضر، وهذا الأمر في غاية الأهمية عند سعي المؤسسة لطرح منتجات جديدة في السوق، سواء إذا كانت هذه المؤسسة محلية أو أجنبية[4].

4- العوامل السكانية

إن التغير السكاني هو عامل آخر من العوامل التي تتضمنها البيئية الكلية، إن هذا العامل يمكن أن يوجد الفرص والتهديدات، فمثلا زيادة الولادات والنمو السكاني أوجد حشد من الفرص والتهديدات[5]، إن هذه الزيادة تكون مصحوبة بزيادة طلب كبير على منتجات الصناعة مما يسمح بزيادة الإنتاج وتطور المؤسسات من خلال زيادة أرباحها وعوائدها، مما يزيد في صعوبة دخول منافسين جدد للصناعة، ولكن يمكن أن ينعكس ذلك إذا كانت المؤسسات القائمة في الصناعة تمر بحالة بطء في التطور التكنولوجي والبحث والتطوير لمنتجاتها لأن المستهلكين في طلب دائم على المنتجات المتطورة ، الأمر الذي يسهل على المؤسسات الراغبة في الدخول لتحقيق مبتغاها.

1- خضر مصباح اسماعيل الطيطي، **الإدارة الإستراتيجية**، دار الحامد، عمان، الأردن، 2013، ص175.

2- إلهام فخري طملية، نفس المرجع، ص54.

3- محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص98.

4- غياث الترجمان، **التسويق الدولي**، دار الرضا لنشر، دمشق، سوريا، 2001، ص98.

5- فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، مرجع سابق، ص 157.

5- العوامل السياسية والقانونية

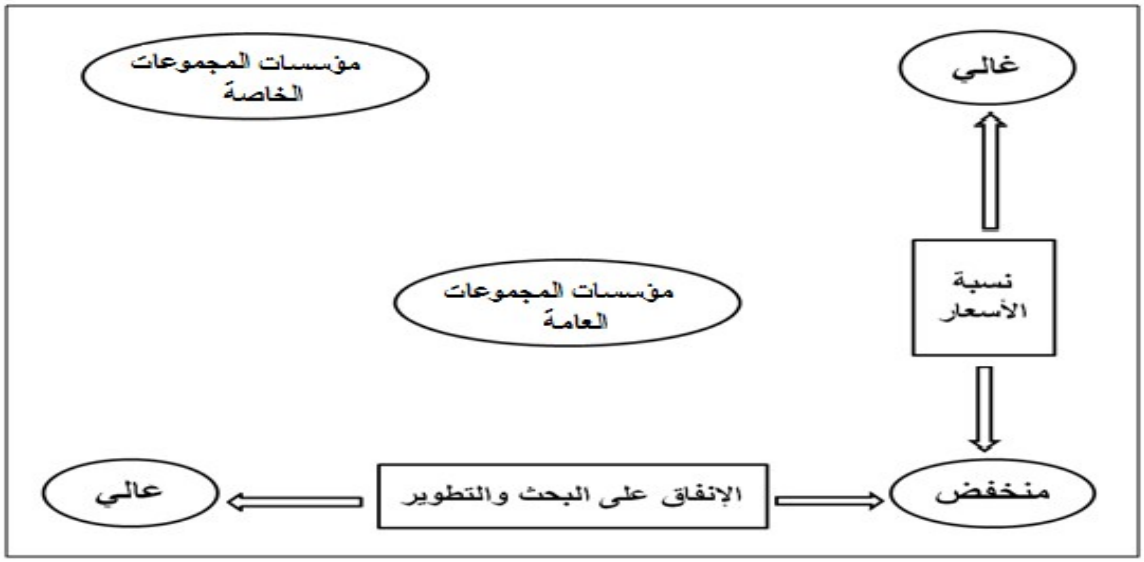
تختلف العوامل السياسية والقانونية من بلد لآخر اتجاه الصناعات القائمة، ويمكن أن تحدد هذه العوامل مجالات نشاط المؤسسات وفرص تطورها المستقبلي، فإذا كانت سياسية البلد إتاحة المجال للمزيد من التحرير ستكون هناك تشريعات جديدة لمواكبة هذه الأشكال من الملكية[1].

والعوامل المتعلقة بالظروف السياسية والمنبثقة من النظام القائم في الدولة وأيديولوجيتها السياسية مثل التوجهات السياسية للدولة والاستقرار السياسي، بالإضافة لموقف الدولة من المنافسة، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، حماية المستهلك، الضرائب، ... الخ)[2]. وتتحكم في هذه السياسة من خلال ما تصدره من قوانين وأنظمة ولوائح قانونية[3].

إن هذه العوامل تؤثر بصورة مباشرة على هيكل الصناعة وشدة المنافسة ومحددات هذا الهيكل.

لقد تم القيام من خلال ما سبق تطرقنا لواقع المنافسة داخل هيكل الصناعة، بالإضافة إلى الفرص والتهديدات التي تتضمنها العديد من الاختلافات سواء بين المؤسسات القائمة في الصناعة أو خارجها، وهذه المؤسسات في الصناعة غالبا ما تختلف عن بعضها البعض في عوامل كثيرة مثل قنوات التوزيع التي تستعملها وأجزاء السوق التي تخدمها ونوعية منتجاتها والقيادة التكنولوجية والسياسات السعرية وخدمة المستهلكين، وكنتيجة لهذه الاختلافات، وفي أغلب الصناعات من الممكن أن نلاحظ أن هناك مجموعات من المؤسسات، وهذه المؤسسات ضمن المجموعة الواحدة تتبع الإستراتيجية نفسها التي تتبعها الأخرى ضمن المجموعة الإستراتيجية ولكن الإستراتيجية التي تتبعها مجموعة معينة من المؤسسات تختلف عن الإستراتيجيات التي تتبعها مجموعة أخرى، وهذه المجموعات من المؤسسات تعرف بالمجاميع الإستراتيجية، ففي الصناعة الواحدة قد تختلف استراتيجيات كل مجموعة من المؤسسات عن المجموعة الثانية اختلافا جوهريا، مثلا في صناعة الأدوية الطبية هناك مجموعتين إستراتيجيتين رئيستين كما هو مبين في الشكل التالي[4]:

شكل رقم (25): المجاميع الإستراتيجية في الصناعة الدوائية



1- خط
1- إلها
2- محه
4- فاض

من خلال الشكل نلاحظ أن هناك نوعين من المؤسسات منها العامة والخاصة، حث نلاحظ أن الشكل يبين الفارق بين نسبة الأسعار ودرجة الإنفاق على البحث والتطوير، فمؤسسات القطاع العام لها أسعار منخفضة، وكذلك إنخفاض البحث والتطوير راجع لمركزية إتخاذ القرار، أما المؤسسات الخاصة تتميز بالأسعار العالية لأنها تهدف للربح بالدرجة الأولى، وكذلك تتميز بدرجة إنفاق عالية على البحث والتطوير وذلك من أجل السيطرة على السوق وزيادة إكتشاف الأدوية لزيادة مواجهة الأمراض الجديدة وبالتالي فإن المؤسسات الخاصة تهتم بالأسعار والبحث والتطوير أكثر من المؤسسات العامة.

المطلب الثالث: علاقة السياسات الصناعية بالهيكل الصناعي من خلال نموذج (SCP)

تشكل اقتصاديات الصناعة اليوم محور اهتمام العلوم الاقتصادية، التي تقوم بها الدول الصناعية والسائرة في طريق النمو الصناعي حيث هذه الدول ركزت على هذا المجال لإنعاشه، من خلال تحليل العناصر الأساسية لنموذج الهيكل -السلوك– الأداء وكيفية التأثير عليها بواسطة السياسات الصناعية الهادفة إلى تخفيض التكاليف وإنعاش الصناعة وزيادة الإنتاج وتحسين مستوى المنافسة سواء مؤسسة عامة أو خاصة.

أولا: مفهوم الاقتصاد الصناعي

هو فرع متميز من فروع الاقتصاد التي تعالج المشاكل الاقتصادية للمشاريع والصناعات وعلاقتها مع المجتمع، ويؤكد الاقتصاديون الصناعيون أن مناهجه تعتبر شديدة التنوع، وكما يتميز أيضا بكثرة أدوات التحليل، حيث يهتم الاقتصاد الصناعي بدراسة سلوك المؤسسات في ما يخص

الإنتاج والبيع وتحليل مركزها التنافسي، والواقع أن فهم آليات المنافسة تعتبر ذو أهمية كبيرة في مجال الاقتصاد الصناعي.

وهنالك تعريفات عديدة ومختلفة للاقتصاد الصناعي، ومنها أنه يمثل تطبيقاً للنظرية الاقتصادية الجزئية لتحليل المشاريع الصناعية والأسواق والصناعات[1]، وهناك من يعتبره "علم يهتم بصورة أساسية بدراسة الظروف الهيكلية السائدة في أسواق صناعة ما وانعكاسات ذلك على سلوك المؤسسات الصناعية ضمن هذا السوق وتأثير هذا السلوك على مستويات أداء هذه المؤسسات، ثم السياسات الصناعية (الحكومية) المناسبة إزاء ذلك"[2].

أما تسمية الاقتصاد الصناعي فقد تم تبنيها في بداية خمسينات القرن الماضي حتى الستينات ضمن كتابات عدد من الاقتصاديين، إلا أن الاقتصاد الصناعي كمفهوم يرتبط بنشوء وتطور الصناعة كقطاع متميز من قطاعات الإنتاج خلال مرحلة تاريخية طويلة نسبياً.

ثانيا: تطور الاقتصاد الصناعي[3]

يتفق أغلب الإقتصادين على أن الأفكار الأولى للاقتصاد الصناعي تعود للأعمال التي قام بها A. MARSALL، الذي يعتبر أب الاقتصاد الصناعي، حيث قام بمحاولة المزج بين النظريات الاقتصادية البحتة والوقائع الاقتصادية المشاهدة، فاستعان مارشال بإسهامات المدارس الوصفية وحاول صياغتها في قالب نظري أكثر تعقيدا من أجل الوصول إلى إطار تحليلي أكثر وصفا للواقع.

ولقد أخذ مارشال بعين الاعتبار دور الهياكل الإنتاجية، وطور إقتصاديات الحجم، وكذلك قام بتعميق التحليل فيما يخص فكرة تناقص الغلة، وأشار إلى مفاهيم حواجز الدخول.

وبعد كل هذه الإسهامات توقف مارشال عند بعض التساؤلات التي تعلقت بإمكانية التوافق بين تدعيم نمو المؤسسات من خلال زيادة أحجامها من جهة والمحافظة على المنافسة داخل الأسواق التي تنشط بها في ظل ظهور بعض المحتكرين من جهة أخرى، بالإضافة إلى التساؤلات المتعلقة بقضية الإكتفاء بمراقبة التركيز داخل الأسواق أو ضرورة إصدار قوانين منع الاحتكار.

وحاول كل من (E.Mason1939) و(j.Bain1951) الذين جاؤوا بعد مارشال الإجابة عن التساؤلات التي طرحها، إنطلاقا من فكرة أن النظرية تحدد المتغيرات التي تشكل الظاهرة والتحليل التجريبي يبين

1- مدحت كاضم القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، دار وائل للنشر، الأردن، 2001 ، ص9.

2- احمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 39.

3- بوسنة محمد رضا، **التسويق المصرفي كإستراتيجية في ضل التحرر المصرفي**، مذكرةماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009/2008، ص7.

العلاقة بين هذه المتغيرات ويختبرها، وكذلك فرضية أن سلوكات المؤسسات الناشطة في صناعة ما لها علاقة مع هياكل تلك الصناعة.

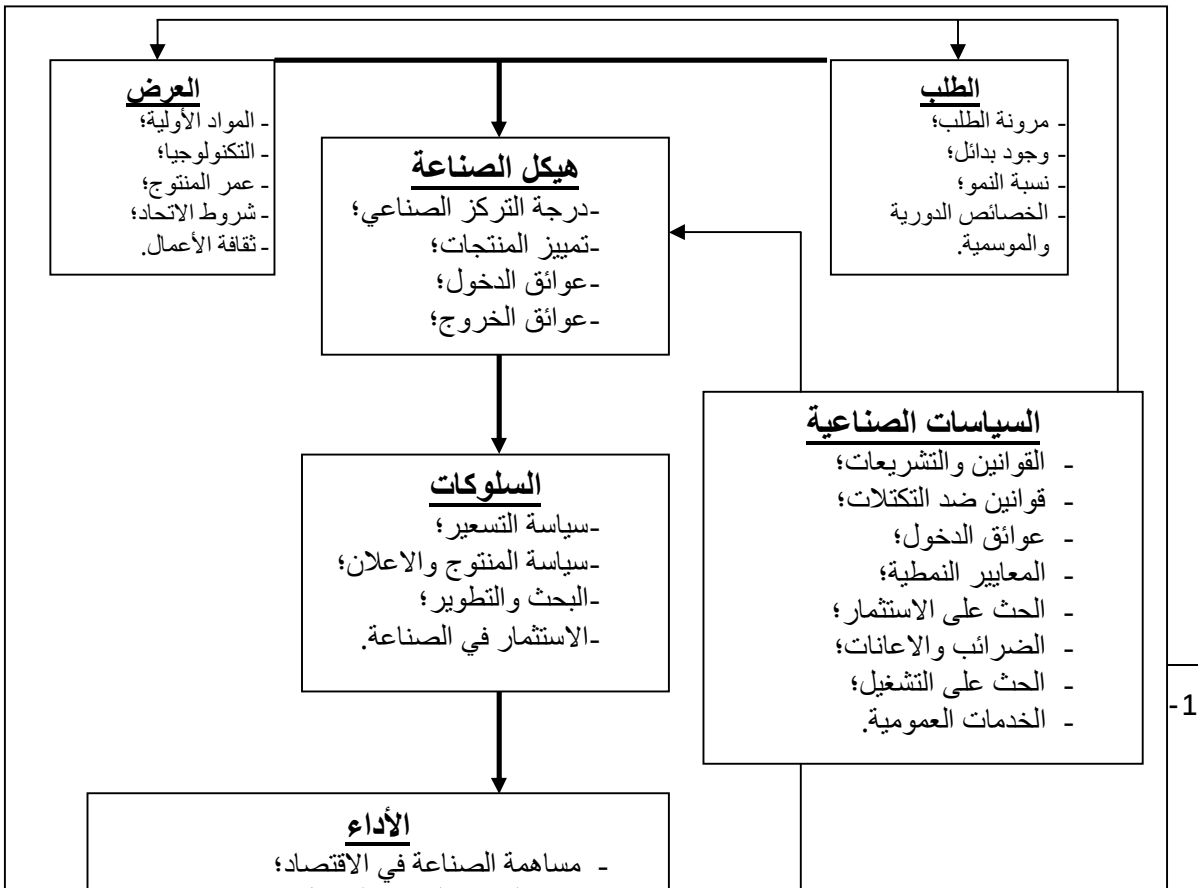
وبعد سنوات من أعمال Mason وبعد ملاحظات إحصائية أجراها Bain، تمكن هذا الأخير من إستنتاج وجود علاقات سببية في إتجاه واحد يؤثر بين أداء المؤسسات وهيكل السوق الذي تنشط به مرورا بسلوكها داخل السوق ومن هنا برز النموذج الثلاثي المعروف في الإقتصاد الصناعي وهو نموذج SCP والذي يعني النموذج الذي يضم هيكل الصناعة، سلوك المؤسسات وأدائها.

ثالثا: منهج الاقتصاد الصناعي (هيكل- سلوك- أداء)

يركز المنهج الأساسي لاقتصاديات الصناعة على العلاقات بين هيكل السوق (market structure) والسلوك الإداري لمؤسسة الأعمال (conduct business) وأثرها على تحديد أداء السوق (market performance) ويوحي هذا المنهج في أبسط أشكاله بأن هناك علاقة سببية قائمة وتبدأ من هيكل السوق إلى السلوك الإداري ومن ثم إلى الأداء، وقد جاء تأكيد هذه العلاقة ذات الاتجاه الواحد بواسطة الكتاب الأوائل في اقتصاديات الصناعة، وخاصة الاقتصادي الأمريكي (e.s.masson) (في الثلاثينيات والأربعينيات) ومؤخرا بواسطة تلميذه (j.s.bain) (في الخمسينيات والستينات)[1].

والشكل الموالي يوضح نموذج **SCP** تلك العلاقات بين عناصر مكوناته (الهيكل، السلوك الأداء)، ونشير هنا إلى أن عناصر النموذج تتأثر بالسياسات الحكومية.

شكل رقم (26): علاقة السياسات الصناعية بنموذج (هيكل– سلوك – أداء)



1-

يتضح من خلال الشكل أنه قد تكون علاقة المنهج أحادية الاتجاه في عدة صور إنطلاقا من مستوى الأداء في الصناعة والذي بدوره يؤثر على سلوك المؤسسات القائمة في نفس الصناعة، لكن كلا التغييرين يؤثران على طبيعة الهيكل وسلوك المؤسسات المتنافسة داخله، ومن هذه العلاقة نتوصل إلى[1]:

1- تحاول المؤسسات الحصول على أكبر حصة سوقية وبالتالي زيادة التركيز بإتباع سلوك تنافسي؛

2- هناك علاقة بين التركز الصناعي ونسب الهامش، فأسواق المنافسة تحصل على هامش أخفض؛

3- التكنولوجيات الحديثة تؤدي إلى تطور مستويات أسواق السلع والخدمات في الخطة التنافسية؛

4- التركز العالي يؤدي إلى السلوك التواطئي، هذا الأخير بدوره يؤدي إلى أرباح عالية؛

5- عوائق الدخول الكبيرة كنتيجة للحماية المتوفرة ضد المنافسة الفعلية والمحتملة، يؤدي إلى النشاط الزائد في البحث والتطوير.

وكذلك عند تحليل نموذج الهيكل – السلوك - الأداء، نأخذ في الاعتبار كلا من مدى التكامل الرأسي والتجمع المتنوع كعناصر مؤثرة في هيكل السوق، ويمكن تبرير ذلك على أساس أن الاهتمام

1- سعاد قوفي، **هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2010/2009، ص63.

ينصب على كيفية تأثير هذه العوامل في السلوك الإداري والأداء ويمكننا هذا المنهج بصفة خاصة من التركيز على القضايا المتصلة بالسياسة العامة المتعلقة بالتكامل الرأسي والتنويع.

يبين أيضا أن الظروف الاقتصادية الأساسية للتكاليف والطلب والتقنية تعد الدعامة الرئيسية لنموذج الهيكل – السلوك - والأداء وتؤكد النظرية الاقتصادية المعهود بالطبع على أهمية هذه العوامل لأي سوق أو صناعة، وهي نقطة جديرة بالاعتبار دائما في العلاقة الأساسية في اقتصاديات الصناعة بشكل ضمني في الشكل فمثلا في حالة التسعير توحي الحجة المعهودة بأن الربحية العالية في الأسواق ترتبط بالسلوك المتواطئ، الذي يمليه التركز العالي للسوق ومرة ثانية إذ ما نظرنا إلى البحث والتطوير نجد أن النشاط الزائد في هذا المجال قد يجيء كنتيجة للحماية المتوفرة (إلى حد ما على الأقل) للمؤسسة ضد المنافسة الفعلية أو المتوقعة ولذا فمرة ثانية قد يؤثر هيكل السوق في السلوك الإداري والأداء وأخيرا فبالإمكان ربط التنافس الإعلاني أيضا بهيكل السوق إذ أدى مثلا التركيز المعتدل إلى زيادة الإنفاق والإعلان المتبادل وكل هذه الفرضيات تقع ضمن نموذج الهيكل- السلوك - الأداء[1].

ولكن جاءت الدراسات الحديثة لتؤكد تعقد هذه العلاقة بين هيكل السوق والسلوك الإداري والأداء على هيكل السوق، في حين أن الحكومة يمكن أن تؤثر كذلك على هيكل الصناعة من خلال السياسة الصناعية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة[2]:

أ- بطريقة مباشرة: عن طريق تطبيق أحد أو جملة من التدابير: كالقوانين المباشرة التي تمنع الدخول إلى الصناعة...؛

ب- بطريقة غير مباشرة: وهذا عن طريق تطبيق أحد أو جملة من التدابير التي تؤثر على صيغة الشروط القاعدية، كزيادة معتبرة في أسعار عوامل الإنتاج...

المبحث الثاني: أثر السياسات الصناعية على محددات هيكل الصناعة

السياسات التي تتدخل بها الدولة عبارة عن نظام حكومي أو قانوني يشجع السلطات المعنية بالتدخل في سياسة التنمية الصناعية وتنظيم سوق صناعية معينة، وكذلك يمكن اعتبارها أنها تشكيلية واسعة من الإجراءات الحكومية صممت لترقية النمو وزيادة منافسة قطاع أو قطاعات معينة[3]، وهذه

1 - روجر كلارك ، مرجع سابق، ص21.

2 - نذير مياح، **السياسات الصناعية في قطاع المحروقات في الجزائر**، مذكرة ماجستير، بسكرة، سنة 2010/2009، ص21.

3-Industry Industrial Polcy, op, cit,P:1.

الإجراءات تدل في الغالب على مبدأ المعاملة التفضيلية[1]، والمقصود بالتفضيلية هو أن الدولة تفضل قطاع معين على قطاع آخر بحسب احتياجاتها، أو تنمية صناعات معينة على صناعات أخرى وكذلك دعم مؤسسات دون دعم الأخر، وهذه التفضيلية مبنية على مبدأ الأولوية في تنمية القطاع أو الاقتصاد ككل الخاص بالدولة المعنية.

وعندما تتدخل الهيئات الحكومية في قطاع معين مثل القطاع الصناعي من اجل التحكم في الهيكل ككل خاصة إذا كانت هذه الصناعة حساسة، فإنها تتدخل لتؤثر على محددات الهيكل المتمثلة في التركيز الصناعي وعوائق الدخول وعوائق الخروج بالإضافة إلى تمييز المنتجات وكل هذا بواسطة أدوات السياسات الصناعية.

المطلب الأول: أثر السياسات الصناعية على التركز الصناعي

كما ذكر سابقا أن التركز الصناعي هو إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المؤسسات، لذا في قياس تركز الصناعة ينصب الاهتمام على كل صناعة (السوق) بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل الصناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركز، فإن السوق يكون أكثر تركزا كلما قل عدد المنتجين أو زاد التباين بين أنصبتها في السوق[2].

لذلك تقوم السلطات المعنية بالتدخل على مستوى أي قطاع من خلال التأثير في السوق الخاص بهذه الصناعة، ذلك بواسطة أدوات السياسات الصناعية، خاصة وأنه في الوقت الحالي هناك منافسة شديدة على أرض الواقع الاقتصادي وكل دولة تسعى لحماية صناعاتها المحلية، ومن خلال تدخلها هذا تؤثر على هيكل الصناعة بالتحكم في عدد الناشطين فيه، ويمكن قياس نسبة التركز ومعرفة نوع السوق من خلال المؤشرات التالية:

- نسبة التركز؛
- معكوس عدد المؤسسات؛
- مقياس هيرشمان هيرفندال.

والإجراءات التي تقوم السلطات المعنية بالتدخل من خلالها في هذا الجانب هي عدد من أدوات السياسات الصناعية ومتمثلة في:

1- وليد أحمد صالح العطاس، مرجع سابق، ص5.

1- شوقي بورقبة، مرجع سابق، ص122.

أولا: تأثير سياسة الترخيص الصناعي على التركز

تعتبر هذه السياسة من أهم وسائل التأثير على هيكل الصناعة خاصة مستوى التركز فيه من خلال تأثيرها المباشر وغير المباشر على عدد المؤسسات في الصناعة وعلى أحجامها خاصة الحجم الكلي للصناعة، بهدف تنظم الإنتاج الصناعي وتسيير الرقابة عليه، بالإضافة لدعم المشروعات الصناعية وتوفير المزايا والضمانات اللازمة لها[1]، والعناصر الأساسية في قياس التركز الصناعي هي:[2]

- عدد المؤسسات في الصناعة أو عدد المؤسسات الأكبر ضخامة في الحجم؛
- الحجم النسبي لكل من المؤسسات الداخلة في القياس(أي حجم كل مؤسسة من المؤسسات منسوبًا إلى الحجم الكلي للصناعة، ويقاس من خلال رقم الأعمال المحقق أو كمية الإنتاج).

لكن معظم المؤسسات في الصناعة تهدف إلى استحواذ أكبر قدر ممكن من الحصة السوقية (أي الزيادة في درجة التركز) وهذا قصد توسيع مجال هيمنتها على الصناعة، لهذا تتحكم الجهات المسؤولة عن الطاقة الإنتاجية للمصانع المنتجة مقارنة بحجم سوق السلعة المنتجة (الطلب الكلي) أو بمعنى أخر مدى وجود طاقة إنتاجية فائضة، ونستطيع أن نبين هذا التحكم من خلال قياس مؤشرات التركز الصناعي.

ويمكن لهذه السياسة أن تسترشد بعدة اعتبارات تساهم كلها في التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص مستوى التركز من خلال التحكم في عدد المؤسسات داخل الصناعة وبالتالي التحكم في نوعية الهيكل سواء منافسة تامة أو احتكارية.

ثانيا: تأثير سياسة القروض الصناعية على التركز

تستطيع السلطات المعنية من خلال هذه السياسة التأثير على الهيكل بواسطة منح قروض لهدف تشجيع وتحفيز الإقدام على إنشاء المشروعات الصناعية، خاصة التحويلات الحكومية من الموارد العامة إلى منشآت أو أنشطة أو صناعات أو مناطق بأكملها، مجانا أو بأسعار أقل من أسعار السوق، من خلال الدعم المباشر (نقدا أو عينا)، أو الدعم غير المباشر(الحوافز الضريبية)[3].

وتساهم في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة بصورة أكثر ايجابية وبالأخص نحو تحقيق المستوى الأمثل للتركز في الصناعة، عن طريق استخدام عدة إجراءات محددة ومباشرة تخدم الهدف الرئيسي المتمثل في توجيه القروض بصورة أكثر كثافة نحو المؤسسات الصغيرة خاصة في

1- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص98.

2- نذير مياح وليد صايفي، مرجع سابق، ص 4.

3- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، مرجع سابق، ص23.

الصناعات المتسمة بدرجة كبيرة من التركز، وبهذا الإجراء يمكن إزالة أو التخفيف من حدة الحد الأدنى من متطلبات رأس المال.

ثالثا: تأثير سياسة الإعفاء من ضرائب المؤسسات على التركز

تعتبر هذه السياسة فعالة في تحفيز الاستثمار الصناعي وبالتالي تستخدم في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة، كما أن الدولة تمكن الشركات المحلية من السيطرة على الأسعار في الأسواق الداخلية ذلك من خلال إعفاء هذه الشركات من الضرائب مثل الإعفاء الكلي أو تخفيض نسبة ضريبة الدخل أو الأرباح والعقارات خلال مدة معينة[1].

وفي الدول التي تطبق نظام ضريبي على كل المؤسسات (محلية وأجنبية) فإن النظام التصاعدي يمكن أن يستخدم في التأثير على أحجام المؤسسات بما يتلاءم مع أهداف السياسة المتعلقة بهيكل الصناعة، وبالأخص درجة التركز، فإذا كان الهدف في وقت ما هو زيادة مستوى المنافسة في الصناعة فان زيادة نسبة الضريبة على الأرباح المرتفعة (زيادة نسب التصاعد في الضريبة) يمكن أن يؤثر سلبا على اتجاه المؤسسات (خاصة الكبيرة) في الصناعة نحو زيادة حجمها وبالتالي أرباحها وتشجيع وصمود المؤسسات الصغيرة في سوق الصناعة، خاصة المؤسسات الراغبة في الدخول[2].

رابعا: تأثير سياسة الاندماج بين المؤسسات على التركز

تقوم كثير من الدول بمراقبة أو تنظيم عمليات الاندماج خوفا من تأثيرها السلبي على مستوى المنافسة في سوق الصناعة، بتقوية الاتجاهات الاحتكارية فيها، وما يترتب على ذلك من انخفاض رفاهية المستهلكين لصالح المنتجين أو بمعنى آخر زيادة العائد الصافي لرفاهية المجتمع.

إن اقتصاديات الحجم والمزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج، يشكل عاملا متناميا مؤثرا في مواقف السلطات المسؤولة عن تنظيم أسواق الصناعة تجاه الاندماج، فان عمليات الاندماج في معظم الدول التي لديها قوانين مؤسسة لعمليات الاندماج بين المؤسسات في الصناعة، فهو يؤثر في درجة التركز الناتجة عن الاندماج بارتفاع مستوى السيطرة التي تمارسها المؤسسات المندمجة على سوق الصناعة.

المطلب الثاني: أثر السياسات الصناعية على عوائق الدخول إلى الصناعة

1- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص110.

2- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 261-262.

تم التطرق للصناعة سابقا حيث تعتبر هدف جميع المؤسسات الاستثمارية على حد اختلاف النشاط الممارس لأن لكل صناعة هيكل محدد ويتميز بخصائص يكتسبها من تصرفات وسلوكيات المؤسسات الموجودة داخله، بالإضافة للمؤسسات التي تسعى للدخول، لكن هناك صراع في شكل منافسة قائمة بين الطرفين، الأمر الذي تولد من خلاله العديد من العوائق والأسباب التي تمنع أو تحد من دخول مؤسسات جديدة لصناعة معينة وكلما ازدادت العوائق انخفض عدد المؤسسات مما يؤدي إلى زيادة التركز أو الاحتكار وهذه العوائق قد تكون قانونية (موضوعة من قبل الحكومة) وقد تكون عوائق اقتصادية.

فالعوائق القانونية هي عبارة عن بعض الممارسات والتصرفات الصادرة من قبل السلطات المعنية (الحكومة) متمثلة في السياسات الصناعية، التي من خلالها تقوم الحكومة بحماية صناعتها، ولكن القصد هو وضع صعوبات وعوائق سواء كانت اقتصادية أو تكنولوجية، إستراتيجية، أو تنظيمية لهدف متمثل في عدم دخول مؤسسات جديدة داخل هيكل الصناعة.

أولا: تأثير سياسة الأسواق المفتوحة على عوائق الدخول:

نظرا لصعوبة تطبيق شروط ثبات اقتصاديات الحجم أو الحد الأدنى للكفاءة الإنتاجية حتى يمكن الوصول إلى المستويات المثلى من الكفاءة التخصصية والداخلية، وغياب الفاقد الصافي لرفاهية المجتمع استعاضت نظرية "الأسواق المفتوحة"بمفهوم التهديد بالدخول إلى الصناعة أو المنافسة الكامنة، للوصول إلى القسط الأكبر من المزايا التي يمكن أن تحققها المنافسة التامة وأهمها إنخفاض مستوى الأسعار من دون الحاجة إلى التضحية بهيكل الصناعة الذي يساهم في ارتفاع مستوى الكفاءة الإنتاجية والمتمثل في المؤسسات ضخمة الحجم التي يمكن أن تستفيد من اقتصاديات الحجم، أي إنخفاض التكلفة المتوسطة كلما ازداد حجم الإنتاج، وعندما تطبق الحكومة هذه السياسة ويصبح لديها سوق مفتوحة على جميع الأصعدة الإنتاجية العالمية فتترتب عليها النتائج التالية[1]:

1- إختفاء الأسعار المرتفعة ومن ثم الأرباح غير العادية العالمية التي تغري المؤسسات الجديدة للدخول إلى الصناعة و إمكانية الخروج منها من دون خسائر (أو خسائر ضئيلة)؛

2- اختفاء حالات عدم الكفاءة الإنتاجية وبالتحديد الكفاءة الداخلية نتيجة انخفاض التكلفة المتوسطة لإنتاج السلعة إلى الحد الأدنى للكفاءة الإنتاجية؛

1 - أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 269-270.

3- غياب الحاجة إلى إتباع سياسات التسعير التحديدية أو الإفتراسية من قبل المؤسسات القائمة بالإنتاج في الصناعة من أجل إقصاء المؤسسات المنافسة في السوق أو تلك الراغبة في الدخول إليها لعدم جدوى مثل هذه السياسات في ظل ظروف السوق المفتوحة.

4- إختفاء الطاقة الإنتاجية الفائضة في الصناعة نظرا لان مستوى الأسعار يؤول إلى مستوى الحد الأدنى للكفاءة الإنتاجية، مما يخلق عوائق دخول أمام منافسين جدد؛

5- تضاءل الحاجة إلى ممارسة سياسات تنظيمية للصناعة (قد تكون مكلفة اجتماعيا) سواء تلك المتمثلة في تحديد أو تنظيم الدخول إلى الصناعة كسياسات الترخيص الصناعي الذي يتعارض مع حرية الدخول إلى الصناعة دون قيود نظامية أو قانونية.

غير أنه في حالة عدم تحقق شروط السوق المفتوحة بصورة كافية لتحقيق كل النتائج المترتبة عليها فان الدولة مدعوة للتدخل من أجل رفع مستوى المنافسة الكامنة في الصناعة، إن أهم السياسات الحكومية الصناعية اتجاه تحقيق هذا الهدف يمكن تلخيصها في الآتي[1]:

- إزالة كافة القيود والتنظيمات التي تحد من حرية الدخول إلى الصناعة وجعل الدخول إلى الصناعة من قبل المؤسسات الراغبة في ذلك سهلا وبأقل تكلفة ممكنة؛
- المساهمة في تخفيض تكاليف الخروج من الصناعة وأهمها التكاليف المغرقة التي تشكل أهم العوامل التي تحد من حرية خروج المؤسسات من الصناعة ومن ثم رغبتها في الدخول إلى الصناعة، فكلما كانت التكاليف المغرقة كبيرة أصبحت تكاليف الخروج باهظة، الأمر الذي يضعف من فعالية السوق المفتوحة إلا إذا أمكن تخفيض التكاليف المغرقة .

وهنا تأتي السياسة الحكومية من خلال :

- تقديم القروض الميسرة إلى المؤسسات الراغبة في الدخول إلى الصناعة خاصة الصغيرة منها مما يخفض من تكاليف التجهيزات الرأسمالية.
- تخفيض الضريبة على بيع رأس المال المستعمل (أو إعادة بيع رأس المال)؛
- السماح بتطبيق أسلوب الإهتلاك المتسارع لغرض الضريبة، خاصة بالنسبة للمؤسسات التي تواجه صعوبات في تحقيق أرباح كافية في أول مراحل الإنتاج ؛
- إتباع سياسة متساهلة اتجاه عمليات الاندماج أو الاستحواذ التي يمكن أن تسهل بيع المؤسسات الخاسرة ومن ثم تخفيض التكاليف المغرقة، خاصة إذا لم تضر هذه العمليات ببقية شروط السوق المفتوحة؛

1 - نفس المرجع، ص ص 273-274.

- تشجيع دخول المؤسسات التجارية التي تقوم باستيراد و بيع السلعة المنتجة محليا و كذلك المؤسسات المصدرة للسلعة إلى السوق المحلي في حالة رغبتها في الاستثمار المباشر في الصناعة المحلية، نظرا لأن هذه المؤسسات أقرب لأن تكون قد تملكت جزءا كبيرا من التجهيزات الرأسمالية اللازمة لإنتاج السلعة ومن ثم فإنها لا تحتاج إلى إغراق كبير من رأس المال؛
- مراقبة ومكافحة الترتيبات السرية أو العلنية الرامية إلى تخفيض مستوى المنافسة الكامنة في سوق الصناعة من قبل المؤسسات القائمة بالإنتاج فيها عن طريق التدخل أو التأثير على حرية الدخول أو الخروج من الصناعة بجعل تكاليف الدخول أو الخروج مرتفعة.

وهناك بعض المجالات التي تتدخل فيها الحكومة بتثبيت الأسعار عند سعر غير سعر التوازني في الحالتين التاليتين[1]:

- ❖ تتدخل الحكومة بوضع سعر أعلى من سعر التوازن أو ما يمكن تسميته أرضية سعريه، ويعود السبب إلى ذلك هو دعم طبقة معينة أو قطاع معين؛
- ❖ تحديد سقف سعري: في هذه الحالة يتم تحديد سقف أعلى للأسعار والمقصود أن البائع يستطيع البيع عند ذلك السعر أو أقل منه ولا يسمح له بتجاوزه.

ثانيا: تأثير سياسة الترخيص الصناعي على عوائق الدخول

تعتبر السياسة الصناعية المتعلقة بالترخيص الصناعي سواء على مستوى قطاع الصناعة ككل أو على مستوى صناعات معينة، يمكن أن تسترشد بعدة اعتبارات تساهم كلها في التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص ظروف الدخول إلى الصناعة، بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق أكبر قدر من الأهداف الاقتصادية للمجتمع، وهذه الاعتبارات هي[2]:

1- في ظل المستوى السائد من التركز في الصناعة، يجب أن يؤخذ في الاعتبار عند الترخيص بالدخول إلى الصناعة (طريقة الدخول) سواء عن طريق الاستحواذ أو الاندماج مع مؤسسات أخرى في الصناعة، أو الدخول منفردة ومستقلة عن مؤسسات أخرى اعتمادا على حدة درجة التركز في الصناعة؛

1- خالد واصف الوزاني، أحمد حسين الرفاعي، **مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق**، دار وائل، الأردن، الطبعة العاشرة، 2009، ص ص 94- 96.

2 - أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 251-252.

2- الأخذ في الاعتبار عند اتخاذ قرارات الترخيص للمستثمر الأجنبي، منها المؤسسات الأجنبية التابعة لشركة دولية (متعددة الجنسية) أو متفرعة عنها، تاريخ النشاط في سوقها الأصلي؛

3- في إطار التراخيص الصناعية ضمن القيود القانونية والنظامية كأحد عوائق الدخول للصناعة هناك احتمال تكوين طاقة إنتاجية فائضة مقتلعة من قبل المؤسسات المنتجة في الصناعة من أجل التأثير على قرارات الجهات المسؤولة عن إصدار التراخيص الصناعية، وهو ما يجب أن تتنبه لإمكانية حدوثه الجهات المسؤولة؛

4- الحد الأقصى لحجم الإنتاج المسموح به للمؤسسات التي أضافت إلى عدد المؤسسات في الصناعة.

ثالثا: تأثير سياسة القروض الصناعية على عوائق الدخول

للقروض الصناعية دورا أساسيا في تشجيع وتحفيز الإقدام على إنشاء المشروعات الصناعة، مما يعني دخول منافسين جدد داخل الهيكل الصناعي، أي تساهم القروض الصناعية في التأثير على ظروف الدخول إلى الصناعة عن طريق تسهيل التغلب على متطلبات رأس المال كأحد العوائق الرئيسية إلى الصناعة.

ويمكن أن تساهم في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة بصورة أكثر إيجابية متمثلة في[1]:

1- تساهم في تخفيض تأثير التكاليف المغرقة كأحد عوائق الدخول إلى الصناعة؛

2- تدعيم نشاطات البحث والتطوير في الصناعة، فإن جهود البحث والتطوير يمكن أن تؤدي إلى تحسين أو تطوير منتجات بعض المؤسسات بحيث تؤدي إلى تمييزها عن بقية السلع المنافسة وبالتالي تشكيل طلب مستقل أو جديد عليها وما يترتب على ذلك من خلق عوائق ضد دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة.

رابعا: تأثير سياسة الإعفاء من ضرائب المؤسسات على عوائق الدخول

هذه السياسة تقوم بالتحفيز على الاستثمارات الصناعية إذ تستخدم في التأثير على أبعاد هيكل الصناعة، خاصة ظروف الدخول إلى الصناعة من خلال تأثيرها على عدد المؤسسات في الصناعة وفي الدول التي تطبق نظام ضريبي على كل المؤسسات (محلية وأجنبية) فان النظام التصاعدي يمكن أن يستخدم في التأثير على أحجام المؤسسات بما يتلاءم مع أهداف السياسة المتعلقة بهيكل الصناعة وبالأخص درجة التركز وظروف الدخول إلى الصناعة، فإذا كان الهدف في وقت ما هو زيادة مستوى المنافسة في الصناعة فان زيادة نسبة الضريبة على الأرباح المرتفعة (زيادة نسب التصاعد في

1- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص 258-259.

الضريبة) يمكن أن يؤثر سلبا على اتجاه المؤسسات (خاصة الكبيرة) في الصناعة نحو زيادة حجمها وبالتالي أرباحها وتشجيع على صمود المؤسسات الصغيرة في سوق الصناعة، خاصة المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول[1].

خامسا: تأثير سياسة سعر الصرف على عوائق الدخول

تقوم الدولة بهذا الإجراء من خلال تحديد سعر الصرف لتدخل في الشؤون الإقتصادية، من أجل تخفيض سعر العملة الوطنية، وذلك لغرض تشجيع صادرات الإنتاج المحلي وكذلك تخفيض الواردات من السلع الأجنبية المنافسة للسلع الوطنية التي تصبح أسعارها مرتفعة مقارنة بالمحلية، وهذا من خلال توفير جملة من الشروط[2]:

1- إتسام الطلب العالمي على المنتجات المحلية للدولة بقدر كاف من المرونة؛

2- ضرورة اتسام العرض المحلي لسلع التصدير بقدر كاف من المرونة، ليساير الارتفاع في الطلب الناجم عن إرتفاع الصادرات؛

3- يتوجب استقرار الأسعار المحلية، وعدم إرتفاعها بعد التخفيض حتى لا ينعكس هذا الارتفاع في صورة إرتفاع لأسعار تكلفة المنتجات المحلية؛

4- عدم قيام الدول المنافسة الأخرى بإجراءات مماثلة لتخفيض؛

5- إستجابة السلع المصدرة للمواصفات، الجودة والمعايير الصحية والأمنية الضرورية للتصدير.

ولكن سعر صرف العملة يظهر من خلال جانبي العرض والطلب، إذا كان التمويل خارجي فإن الإختلال يكون بدرجة كبيرة ويؤدي إلى تصاعد الإختلالات بين الأسعار والتكاليف المحلية وابتعادها على السوق العالمية، وبالتالي إضعاف القدرة التنافسية[3]،

سادسا: تأثير سياسة الاندماج بين المؤسسات على عوائق الدخول

يعتبر سياسة الاندماج من بين السياسات التي تؤثر على عوامل الدخول إلى الصناعة، وذلك أمام المؤسسات الراغبة في الدخول وخاصة العوائق المتعلقة باقتصاديات الحجم والمزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج، وهذان العاملان يشكلان طرق سهلة للسلطات المسؤولة عن تنظيم أسواق الصناعة في تحديد مواقفها اتجاه الاندماج، لذا فإن الحكم الفاصل في الموافقة على عمليات الاندماج في معظم الدول التي لديها قوانين مؤسسة لعمليات الاندماج بين المؤسسات في الصناعة، مما يؤثر على درجة التركز في

1- نفس المرجع، ص ص 261-262.

2- عبد المجيد قدي، مرجع سابق، ص 134.

3- مدني بن شهيرة، مرجع سابق، ص 50.

الصناعة كمقياس لمستوى السيطرة التي تمارسها المؤسسات المندمجة على سوق الصناعة مما ينعكس ذلك على زيادة عوائق الدخول إلى الصناعة وصعوبة دخول مؤسسات جديدة.

المطلب الثالث: أثر السياسات الصناعية على عوائق الخروج من الصناعة

هي عبارة عن عوائق إقتصادية وإستراتيجية ومعنوية، تؤدي إلى استمرار المؤسسات في ذلك القطاع، رغم انخفاض العوائد، وتمثل حواجز الخروج المرتفعة جدا أحد العناصر المسببة لمشاكل التدهور التدريجي في جاذبية القطاع، كأن تجد المؤسسات نفسها محتجزة داخل قطاع غير مربح، أين يتميز الطلب بالثبات أو النقصان، كما أن الطاقة الإنتاجية الفائضة تؤدي أيضا إلى ازدياد حدة المنافسة في مجال الأسعار، ولقد تناولنا أهم عوائق الخروج[1].

كما أن حواجز الدخول المرتفعة تعد أحد أهم الأسباب في ظهور بعض المخاطر مثل[2]: "التدهور التدريجي لجاذبية الصناعة في الأسواق المشبعة أو التي تعمل في ظل مرحلة انخفاض المبيعات وصعوبة الخروج من القطاع تؤدي إلى تدهور ربحية كل المنافسين، والاعتبارات السابقة كلها تمنع أو تؤخر قرارات الخروج".

وقد تكون التكاليف عبارة عن حواجز الخروج في حال تحملها المؤسسة القائمة داخل القطاع، وكذلك الأرباح التي تفقدها المؤسسة بتركها الصناعة التي تعمل داخلها، ومثال ذلك التعويضات التي يتعين أن تدفعها المؤسسة للعملين لديها في حالة خروجها من الصناعة[3].

لكن عندما تريد الحكومة أن تقوم بتخفيض فعالية السوق المفتوحة تقدم على تخفيض تكاليف الخروج من الصناعة وأهمها التكاليف المغرقة التي تشكل أهم العوامل التي تحد من حرية خروج المؤسسات من الصناعة ومن ثم رغبتها في الدخول إلى الصناعة، فكلما كانت التكاليف المغرقة كبيرة أصبحت تكاليف الخروج باهظة، كما أنها تلعب دورا مهما من خلال مراقبة ومكافحة الترتيبات السرية أو العلنية الرامية إلى تخفيض مستوى المنافسة الكامنة في سوق الصناعة من قبل المؤسسات القائمة بالإنتاج فيها عن طريق التدخل أو التأثير على حرية الدخول أو الخروج من الصناعة بجعل تكاليف الدخول أو الخروج مرتفعة[4].

المطلب الرابع: أثر السياسات الصناعية على تمييز المنتجات في الصناعة

2- الوليد هلالي، مرجع سابق، ص 22.

2- دلال عظيمي، مرجع سابق، ص202.

3- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص308.

4 - أحمد سعيد بامخرمة ، مرجع سابق، ص ص 273-274 .

خاصية تمييز المنتجات تقوم بدور هام في زيادة حدة المنافسة داخل الصناعة، ذلك عن طريق قيام المؤسسات القائمة في الصناعة بتنويع منتجاتها، الأمر الذي يجعلها مميزة عن بقية المنتجات في الصناعة، بحيث لا يعد المنتج بديل لهذه المنتجات من قبل المستهلكين، كما أنه عبارة عن هوية تعريف للمؤسسة المصنعة، لكن يمكن للمؤسسة القائمة أن تمنع من دخول مؤسسات جديدة للصناعة ذلك من خلال إنتاجها خدمات ومنتجات مختلفة ومتمايزة[1].

وهناك طرق وأشكال مختلفة يمكن من خلالها إعتبار تمايز المنتجات والخدمات كمصدر لزيادة حدة المنافسة داخل القطاع، بالإضافة لاعتبارها عائق من عوائق الدخول لأن ليس هناك علاقة بين التمايز والحجم المنتج، بل بجودته ونوعيته مقارنة بالمنتجات المنافسة[2] .

لقد ساهم الفكر الاقتصادي في بناء تحليل وتفكير موسع حول شتى المجالات والقطاعات، وهذا من خلال تمييز بين نوعين من عملية تمييز المنتجات وهما[3]:

1- التمييز الأفقي: ويقصد به تمييز المنتجات التي تنتمي لنفس المجموعة، بحيث أنه لها نفس النوعية ونفس السعر، وتستهدف زبائن محددين؛

2- التمييز العمودي: هو إذا تم عرض نوعين من هذه المنتجات بسعر واحد، فإن جميع المستهلكين سيختارون منتج واحد، وبالتالي فمعيار الجودة هو الأفضل ومثال ذلك هو الدواء الجنيس والدواء الأصلي حيث أن هنا بعض المستهلكين يفضلون الدواء الأصلي على الدواء الجنيس.

كما تقوم هذه الخاصية بالتجميع بين ميزتين أساسيتين ميزة التكلفة الأقل وميزة الأسعار التنافسية، حيث يتعين على المؤسسة عرض منتجاتها المختلفة والمنفردة عن منتجات المنافسين لإشباع الحاجات ذاتها للمستهلكين، هذا في نفس الوقت وبأسعار منخفضة ناتجة عن التكاليف المنخفضة لتلك المنتجات.

أولا: تأثير سياسة الحماية الجمركية على تمييز المنتجات

تشكل الحماية الجمركية للصناعات الوطنية إحدى الوسائل الرئيسية لتشجيع وتدعيم هذه الصناعات وإعطائها فرصة للتميز على غيرها من المنتجات خاصة الأجنبية، ذالك من خلال "فرض ضرائب جمركية على المنتجات الأجنبية المنافسة لحماية المنتجات المحلية أو صناعات ناشئة"، ويمكن أن يتمثل هذا التميز في[4]:

1-Danil soulié, **Analyse economique Et strategies D□'enterprise**, Edicef, Paris, 1992, p120.

2- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص306.

3 - عادل عرقابي، مرجع سابق، ص 13.

4 - أحمد سعيد بامخرمة ، مرجع سابق، ص 254.

1- أسعار المنتج المحلي منخفضة نسبيا عن الأسعار التي تباع بها المنتجات المستوردة المنافسة في الأسواق المحلية نتيجة لفرض ضرائب جمركية على المنتجات المستوردة.

2- انخفاض تكاليف الإنتاج حتى تصل إلى مستوى التكاليف المعيارية.

ثانيا: تأثير سياسة التسعير على تمييز المنتجات

تتدخل الدولة في تحديد سعر بعض السلع بدلا من تركها لقوى العرض والطلب، وقد يكون هذا التدخل للمحافظة على بعض السلع الضرورية بغرض حماية المستهلكين أو بغرض حماية المنتجين وتتدخل في الحالتين[1]:

1- تقوم الحكومة بالتدخل لوضع حد أعلى للسعر (سقف الأسعار)، ويعرف بالسعر الجبري أو الإلزامي، وهو عادة ما يكون أقل من ثمن التوازن؛

2- تتدخل الحكومة بوضع سعر أعلى من سعر التوازن أو ما يمكن تسميته أرضية سعريه، ويعود السبب في ذلك هو دعم طبقة معينة أو قطاع معين[2].

وتعتبر هذه السياسة من أكثر أدوات السياسات الصناعية تأثيرا في قضايا التصنيع نظراً لطبيعتها المباشرة وإرتباطها بمسألة القوة الشرائية للدخول والتحكم بحجم الإستهلاك ونمطه، وقد أفلحت في كونها جدار حماية للصناعة المحلية[3].

ثالثا: تأثير سياسة المشتريات الحكومية على تمييز المنتجات

تقوم الدولة من خلال سياسة مشترياتها بممارسة بعض التأثير على التطور الصناعي، إذ يمكنها أن تؤدي دورا مؤثرا على مستوى الإيرادات العمومية، وهي لا تركز على سعر المنتجات المحلية في إتخاذ قرار الشراء، فالدولة الساعية إلى الضبط الإقتصادي والوصية على الإقتصاد الوطني تنظر إلى الأشياء من زاوية واسعة، وبالتالي لا تركز على سعر المنتجات المحلية في إتخاذ قرار الشراء [4].

وتهدف من خلال هذه السياسة إلى تشجيع وتدعيم الصناعات الوطنية لمواجهة الأجنبية، وتستخدم في التأثير على هيكل الصناعة، بزيادة عوائد المؤسسات الوطنية نتيجة لزيادة تسويق منتجاتها من جهة وتخفيض تكاليف الإنتاج من جهة أخرى، خاصة عندما تكون أسعارها أعلى من أسعار السلع الأجنبية[5].

1- عصام حسن السعيدي، مرجع سابق، ص 66.

2- خالد واصف الوزاني، مرجع سابق، ص ص 94- 96.

3- غفار عباس كاظم، مرجع سابق، ص 109.

4- عبد المجيد قدي، مرجع سبق ذكره، ص 245.

5- أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 259-260.

المبحث الثالث: السياسات الصناعية لقطاع الأدوية في الدول النامية

إن الدول النامية كغيرها من الدول المتقدمة تسعى لتنمية إقتصادها من أجل الرقي والازدهار والخروج من التبعية الاقتصادية لها، وهذا من خلال الاهتمام بمجالها الصناعي بشتى أنواعه، من خلال تدخل الدولة إن اقتضت الحاجة لذلك، وفي هذا المبحث فإن للدولة ضرورة كبيرة في تنظيم وتحسين الصناعة الدوائية محل الدراسة، والدول العربية لم تحقق نجاحات في هذا المجال نتيجة للكمية التي تستوردها من الدول المصنعة، وهذا راجع لسببين رئيسيين الأول يمكن لهذه الصناعة أن لا تنموا وتتطور والسبب الثاني يمكن أن زيادة الطلب الكبيرة والمقارنة مع نمو الصناعة البطيئة دورا في تباطؤ نمو هذه الصناعة، مع العلم أن كل من الصين والهند احتلتا المراتب الأولى في هذه الصناعة وهذا لابد أن يكون وراءه تنظيم اقتصادي ورعاية خاصة لهذه الصناعة في حد ذاتها، وهذه الرعاية لا يمكن أن تصاغ إلا في شكل سياسات صناعية فعالة وناجحة في جميع المجالات.

المطلب الأول: السياسات الصناعية الدوائية في الوطن العربي

بدأت الصناعات الدوائية العربية منذ خمسين سنة تقريبا وشهدت هذه الصناعات تطورا كبيرًا خلال العقدين الماضيين، وكان هذا التطور نتيجة حتمية لتوفير الحاجات الملحة من الأدوية للسوق المحلية مدفوعة بحجم السوق الذي يتزايد باستمرار.

وقد بدأت تتألق بعض الدول في هذه الصناعة مثل مصر، الأردن، سوريا، السعودية، وأصبحت هذه الصناعة دعامة أساسية للاقتصاد نظرا لما تقدمه من أسعار معقولة وتوفير مناصب الشغل، وانتشر التصنيع المحلي بما يعرف الدواء الجنيس أو الدواء المثيل[1].

أولا: نشأة الصناعة الدوائية في الوطن العربي

تعود نشأة الدواء بالدرجة الأولى إلى العرب، بالإضافة إلى المفاهيم الرئيسية والحديثة جدا في علم الأدوية كان العرب قد تطرقوا إليها واكتشفوها قبل أن تظهر في ثوبها الحديث على العقل الغربي في أوروبا وأمريكا.

يمكن القول إذن بأن صناعة الدواء المعاصرة تستند على تراث طويل وأصيل من التقدم العلمي في هذا المضمار الذي سجلته الحضارة العربية الإسلامية في عصور ازدهارها، إلى درجة أن الكاتب

1- رباب تيم، **الدواء العربي واقع وتحديات**، مجلة الدواء العربي، شركة أكديميا، العدد53، 2007، ص10.

Tschith يقول: "إن الصيدلة هي خلق اختص به العرب، وهناك شكوك كبيرة حول تطور الصناعة، لو أن الطب الأوروبي بقي بعيدا عن التأثير العربي".

ويقول المؤرخ (جالين) "أن الطب والصيدلة كانا معدومين فأوجدهما أبوقراط، وكانا متفرقين فجمعهما الرازي، وكانا ناقصين فأكملهما ابن سينا."

وتقدم العرب في علم الأدوية كان إمتدادا لنوعين مهمين من السبق هما[1]:

1- إنشاء أول صيدلية خاصة، حيث يعتقد أن هذه الصيدلية أقيمت في بغداد في الفترة من (750م- 754م) وكان إنشاؤها بمنزلة إعلان عن إنفصال الصيدلة عن الطب، ومن الجدير بالذكر أن هذه الخطوة حدثت في أوروبا سنة 1240 م.

2- تنظيم ممارسة مهنة الصيدلة، حيث طبق الخليفة المقتدر (908م-932م)نظام الحسبة على الصيادلة تبعا للمؤلفات جالينوس وحنين بن إسحاق.

وهو بمثابة دستور للأدوية عرفته الحضارة الغربية منذ حوالي 140 سنة فقط عندما صدرت دساتير الأدوية في لندن عام 1864 م.

إن التاريخ القديم يعترف بفضل العرب في اكتشاف الدواء، إلا أن إنقطاعات العرب عن الاستمرار في التصنيع، لم يورث مصانع للدواء، فكان سبقا منقطعا غير مستمر، رغم أن أول صيدلية أسست في العالم، كانت في بغداد في عصر الخلافة العباسية عام 866م[2].

ولكن لم يولوها اهتماما كبيرا إلا قبل خمسين سنة حيث شهدت هذه الصناعة تطورا كبيرا خلال العقدين الماضيين، وكان هذا التطور نتيجة حتمية لتوفير الحاجات الملحة من الأدوية للسوق المحلية، مدفوعة بحجم السوق الذي يتزايد باستمرار.

وفي بعض الحالات أصبحت هذه الصناعة النموذج الأكثر اهتمام في مجال الاستثمار العربي في المجال الصناعي وتركزت هذه الصناعات في دول مثل مصر، الأردن، سوريا، والسعودية، والإمارات العربية، حيث أصبحت المصانع الدوائية توفر مواقع العمل لآلاف من العمال وتشكل جزءاً لا يتجزأ من دعائم الاقتصاد الوطني، وانطلاقا من حقيقة أن الخدمة الصحية الجيدة تعني توفير الدواء بسعر معقول ونوعية جيدة، بدأت بعض الدول العربية التوجه بخطوات عملية نحو التصنيع المحلي للدواء وهو ما يعرف بالدواء الجنيس .

1- عبد السلام مخلوفي ، **حماية الملكية الفكرية و نقل التكنولوجيا في مجال صناعة الدواء**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، سنة 2008/2007 ص147.

2- باسل محمد يحيى، **الصناعة الدوائية بين الماضي والحاضر**، مجلة الدواء العربي، العدد الأول، 1992، ص 106.

ثانيا: الأسواق الأولى عربيا من حيث الطلب

إن حجم إنتاج الدول العربية من الدواء لعام 2014 بلغ 11 مليار دولار تغطي 65% من استهلاك المواطنين وهو حوالي 3% من سوق الدواء في العالم وأن إجمالي الاستثمارات بالدول العربية بلغ 4.5 مليار دولار، وعدد مصانع الدواء بلغ 315 مصنعا، ويستهلك الوطن العربي سنويا 4,5 مليار دولار من الأدوية وهذا يشكل2,5% من الاستهلاك العالمي وهو رقم مقارب لما تستهلكه دوله تركيا فقط، وينفق المواطن العربي نحو 40 دولار سنويا مقابل 600 دولار للفرد الأوروبي و800 دولار أمريكي على الدواء.

أما من جهة الطلب على الأدوية فإن هذا الأخير في زيادة ونموا باستمرار على مستوى أغلب الدول العربية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي من خلال دراسة الدول العربية الأولى من حيث الطلب على الدواء.

جدول رقم (05): الأسواق الأولى عربيا من حيث الطلب خلال سنة 2014/2010 (مليون دولار)

الدولة	2010		2011		2012		2013		2014	
	قيمة $m	النمو %	قيمة $m	النمو %	قيمة $m	النمو %	قيمة $m	النمو %	قيمة $m	النمو %
السعودية	1829	+11.0	2109	+14.4	2351	+11.4	2636	+12	2897	+8
مصر	2072	+12.4	2171	+4.6	2510	+15.6	2424	-3	2675	+10
الجزائر	1681	+7.1	1952	+16.2	2110	+8.0	2348	+11	2594	+11
الإمارات العربية	629	+9.3	743	+14.2	821	+10.6	1014	14	1140	+12
المغرب	894	-2.0	972	+8.7	962	-1.0	1011	+5	985	-3
لبنان	481	+12.5	510	+5.8	585	+1.7	634	+8	683	+7
تونس	437	+3.3	490	+12.1	532	+8.3	549	+3	524	-5
الأردن	195	+10.0	216	+10.4	228	+5.2	248	+9	231	-7
الكويت	139	+6.3	175	+26	183	+4.7	207	+5	222	+7

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: Hikma Pharmaceuticals PLC Annual report 2010-2014

يوضح الجدول أن كل من السعودية ومصر والجزائر يحتلون الثلاث مراتب الأولى عربيا على مر السنوات الأخيرة من 2010 إلى 2014 وهذا بطلب مضاعف بالنسبة لبقية الدول العربية الأخرى، فمنها ما هو الضعف ومنها ما أصبح ثلاث أضعاف، وإذا تمعنا في الترتيب والقيمة نلاحظ أن مصر إحتلت المرتبة الأولى والسعودية المرتبة الثانية والجزائر المرتبة الثالثة على مر السنوات 2010،

2011، 2012 لكن في 2013 نلاحظ أن مصر سجلت تراجع في نمو الطلب بنسبة (3%-) وهذا راجع لتدهور القدرة الشرائية لدى المواطن المصري، الأمر الذي أدى إلى تراجعها للمرتبة الثانية، وأصبحت السعودية في المرتبة الأولى بعدما نمى طلبها بـــ (12%+) ولم يتراجع هذا النمو في السنة الموالية 2014 وبقيت في المرتبة الأولى بقيمة 2897 مليون دولار والسبب في إستمرار نمو طلبها على مر هذه السنوات راجع لموسم الحج وانتشار بعض الأمراض خاصة من النزوح السوري في شكل اللجوء من الحرب، أما الجزائر فكان نموها طبيعي مقارنة بالدول الأخرى وهذا النمو متوافق مع النمو السكاني وانتشار بعض الأمراض أما باقي الدول فكانت طلباتها على هذه المادة الحيوية متفاوتة من دولة إلى أخرى مع تسجيل نمو طبيعي يتوافق وطبيعة المجتمع وحاجياته للدواء، على غرار الكويت التي سجلت نمو (26%+) في سنة 2011 يفوق الدول الأولى نتيجة لزيادة الاهتمام بالرعاية الصحية واتخاذ سياسة توفير مختلف الأدوية في السوق

ثالثا: نسبة تغطية الطلب من الصناعة المحلية

لقد تم التطرق في الجدول السابق لحقيقة وواقع الطلب على الدواء في الدول العربية، ولوحظ أن السعودية ومصر والجزائر والإمارات تحتل المراتب الأولى من حيث الطلب، ولكن هذا الطلب هل يتم تغطيته بالكامل أو أن هناك عجز في التغطية، وبالمقابل تلجأ للإستيراد من الدول الأخرى، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم (06): التغطية من الإنتاج المحلي لصناعة الدوائية خلال 2014

الدولة	نسبة التغطية		نسبه الاستيراد	
	ترتيب	النسبة	ترتيب	النسبة
مصر	1	90%	6	10%
المغرب	2	85%	5	15%
اليمن	3	40%	4	60%
الجزائر	4	38%	3	62%
السعودية	5	20%	2	80%
الامارات	5	20%	2	80%
لبنان	6	12%	1	88%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: **www.masralarabia.com**

رغم أن السعودية تحتل المرتبة الأولى من حيث الطلب على الدواء وهو ما لحظناه في الجدول (5) إلا أنها لا تغطي سوى (20%) من هذا الطلب فهي تحتل المرتبة الخامسة، بعد كل من مصر التي تحتل المرتبة الأولى بنسبة (90%)، ثم المغرب بنسبة(85%)، ثم اليمن (40%) والجزائر في المرتبة الرابعة بنسبة(38%)، أما الإمارات العربية فلها نفس نسبة التغطية مع السعودية وتحتل لبنان

المرتبة السادسة بنسبة (12%)، وقد يكون هذا راجع لضعف الصناعات المحلية وإعتماد أغلب الدول العربية على الاستيراد بنسب كبيرة ومتفاوتة.

وأضاف المركز المصري المختص في الدواء أن الصناعات المحلية في الوطن العربي ضعيفة ولا تغطي سوى نسب قليلة من الطلب الكلي، أما العجز الباقي تتوجه لتغطيته من خلال الاستيراد حوالي 95% من الخامات الدوائية من الهند والصين وبنجلاديش، وذلك لعدم وجود صناعة حقيقية في هذا المجال رغم حيويته[1].

رابعا: الشركة العربية لصناعة الأدوية

إن التطورات العلمية في مجال الصناعة الدوائية من جهة والضرورة الملحة لهذه الصناعة من جهة أخرى، كانت من بين الأسباب التي أدت بالدول العربية إلى التفكير لإنشاء صناعة دوائية ترتكز على بنية وقاعدة تكون قوية سواء في مجال الإنتاج أو البحث والتطوير بالإضافة للتسويق.

وفي إطار العمل العربي المشترك ولتشجيع الصناعة الدوائية إتخذ مجلس الوحدة الاقتصادية العربية قرارا بإنشاء مؤسسة عربية قادرة على النهوض بهذه الصناعة، من خلال الشركة العربية للصناعة الدوائية والمستلزمات الطبية (أكديما) بتاريخ 1976/03/06، برأس مال يبلغ 17045400 دولار.

1) أهداف الشركة

لقد تعددت وتنوعت أهداف الشركة حسب الحاجة إلى إنشائها والحاجة العربية لهذه الصناعة وتندرج هذه الأهداف تحت ثلاث مجالات[2]:

أ- **المجال الصناعي**: لقد تنوعت أهداف هذا المجال حسب الحاجة وتتمثل أهم هذه الأهداف في:

- وضع إستراتيجية للصناعات الدوائية ومستلزماتها على المستوى الوطني؛
- إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للصناعات الدوائية في الوطن العربي؛
- المساهمة في التمويل والترويج للصناعات الدوائية بالإتفاق مع كافة الدول العربية؛
- تدريب وخلق كوادر كفوءة في حقل الصناعة الدوائية ومستلزماتها؛
- إنتاج وتسويق الخامات الدوائية والمستحضرات الطبية ومستلزمات الإنتاج والأجهزة، والمستلزمات الطبية ومستلزمات التعبئة والتغليف.

ب- **مجال البحث**: ركزت هذه الشركة على هدفين أساسين في البحث من خلال:

1- http://www.albawabhnews.com/1231755.

2 - الشركة العربية للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية (أكديما)، التقرير السنوي 37، 2012، ص5.

- القيام بعمل الدراسات والأبحاث العلمية اللازمة لتطوير وتحسين ما هو قائم؛
- متابعة كل ما يستجد في عالم الدواء والإفادة منه وتعميمه.

ج- مجال التسويق: أما في المجال التسويقي فإن الشركة تهدف إلى:

- استيراد السلع والمواد الوسيطة ووسائل الإنتاج ذات العلاقة بأعمال الشركة؛
- تسويق منتجات الشركة والشركات المنبثقة عنها بالوطن العربي وتصدير الفائض؛
- تأمين وسائط النقل وإتاحة مرافق التخزين والخدمات المساعدة والمرافقة؛
- تملك وتسجيل العلامات التجارية لمنتجات الشركة وإنجازاتها والتصرف بها.

2) مركز أكديما للدراسات الصيدلانية

تأسس كمركز بحث تعاقدي، يقوم بإجراء الدراسات السريرية ودراسات حركية الدواء والتوافر والتكافؤ الحيوي والدراسات الصيدلانية، يضم المركز كوادر مؤهلة ذات مستوى عال من الخبرة كذلك يحتوي على تجهيزات حديثة ومتميزة، ومن أهداف المركز تطبيق المعايير العالمية في تنفيذ دراسات التكافؤ الحيوي للأدوية لشركات الصناعات الدوائية[1].

3) رأس مال الشركة

حدد رأس مال الشركة المصرح به بمبلغ 17045400 دولار، موزعة على ستة آلاف سهم قيمة كل

منهما 2840.90 دولار والسهم غير قابل للتجزئة.

جدول رقم (07): عدد المساهمين في شركة أكديما خلال سنة 2012

المساهمون في الشركة	عدد الأسهم	القيمة (دولار)
دولة الإمارات العربية المتحدة	594	1687494,60
مملكة البحرين	58	164772,20
الجمهورية التونسية	118	335226,20
المملكة العربية السعودية	1191	3383511,90
جمهورية السودان	11	31249,90
الجمهورية العربية السورية	594	1687494,60
جمهورية العراق	1191	3383511,90
سلطنة عمان	58	164772,20
شركة قطر القابضة	594	1687494,60
دولة الكويت	594	1687494,60
الشركة الليبية للإستثمارات الخارجية	594	1687494,60
الجمهورية اليمنية	58	164772,20
دولة فلسطين	10	28409,00
وزارة المالية- المملكة الأردنية الهاشمية	15	42613,50

1 - نفس المرجع، ص5.

الشركة العربية للصناعة الأدوية/ المملكة الأردنية الهاشمية	10	28409,00
المؤسسة الوطنية للإنتاج الصيدلي(صيدال)/ الجمهورية الجزائرية	24	68181,60
جمهورية مصر العربية / أسهم مدفوعة	125	355112,50
جمهورية مصر العربية/ أسهم غير مدفوعة	161	457384,90
المجموع	6000	17045400,00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك نوعين من المساهمين في الشركة، منهم الدول ومنهم مؤسسات ناشطة في المجال، أما في ما يخص الدول نلاحظ أن كل من السعودية والعراق تستحوذان على أكبر عدد من الأسهم والبالغ عددها 1191 سهم لكل واحدة، ثم تليها الإمارات، سوريا، الكويت بعدد 594 سهم لكل دولة، وباقي الدول فهي تمتلك عدد محدود منها يتراوح بين 11 و161 سهم، أما الشركات المساهمة فنلاحظ هناك شركة قطر القابضة والشركة الليبية للإستثمارات الخارجية تملكان 594 سهم لكل شركة.

4) إستثمارات الشركة

تسعى الشركة لتوسيع إستثماراتها في المجال وذلك بمساهمتها في العديد من المؤسسات الدوائية

المصدر: الشركة العربية للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية (أكديما)، التقرير السنوي 37، 2012، ص6.

الموالى يبين ذلك:

جدول رقم (08): نسبة مساهمة شركة أكديما في المؤسسات الدوائية العربية خلال 2012

الشركة	الدولة	رأسمال الشركة دولار	نسبة المساهمة
سبمياكو	السعودية	16734819	%20.38
جلفار	الإمارات العربية	17075859	%8.29
Psi	السعودية	2173295	%15.10
سيف	تونس	1781163	%35.99
اكاي	العراق	96720000	%34.06
ايفارما	المغرب	650087	%30
شمرافارما	سوريا	241457	%43.9
ارايو	السعودية	2547727	%31.38
تافكو	الجزائر	8460150	%28.98
كاد	السعودية	1576136	%25
ش.ع.إ.أ	السودان	33000000	%40
أيسكو	ليبيا	890866	%50

المصدر: الشركة العربية للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية (أكديما)، التقرير السنوي 37، 2012، ص6.

نلاحظ من خلال الجدول أن الشركة العربية للصناعة الدوائية لم تكتف بنشاط الإنتاج فقط ، بل ساهمت في بعض الاستثمارات العربية الأخرى (مؤسسات منتجة لدواء في دول عربية) سعيا منها لتوسيع نشاطها وزيادة مداخيلها.

خامسا: مميزات الصناعة الدوائية في الوطن العربي

للصناعة الدوائية العربية عدة مميزات يمكن أن ترتقي بها إلى أعلى المستويات محليا وعالميا وهذه المميزات هي[1]:

1- وجود خبرات علمية وإدارية، مع وجود عدد من العلماء العرب المتخصصين بالصيدلية وعلوم الكيمياء والبيولوجيا والعلوم الأخرى ذات العلاقة؛

2- توفير فرص عمل لأكثر من 50 ألف مواطن عربي؛

3- دعم الاقتصاد العربي رغم تواضع حجم الإنتاج الدوائي العربي الذي يبلغ 2.15 مليار دولار مقارنة مع الإنتاج الإجمالي الذي يبلغ 500 مليار دولار، فإن الصناعة العربية توفر مبالغ كبيرة في حال اضطرت إلى إستيراد الأدوية التي يتم تصنيعها عربيا بسبب انخفاض أثمان الأدوية العربية مقارنة بالأدوية الأجنبية؛

4- وجود قاعدة صناعة قابلة للتطور والتقدم؛

5- الصناعة الدوائية العربية مؤهلة لاستغلال بعض الخامات المتوفرة بكثرة في العالم العربي مثل النباتات الطبيعية.

سادسا: معوقات الأبحاث الدوائية العربية وعوامل نجاحها

تدل الإحصائيات العربية أن نسبة كبيرة من الأدوية الجديدة برزت خلال الثلاثين سنة الماضية والتي زادت عن 1500 دواء جديد بشري وبيطري وهي أدوية وعقاقير نباتية كيميائية محددة كما انه حصل بعض التدهور في إكتشاف الأدوية الجديدة نتيجة للمعوقات هي[2]:

1- عدم توفر الأموال اللازمة (إرتفاع تكلفة الأبحاث الدوائية)؛

2- إعتماد المصانع العربية في توفير المواد الخام من الاستيراد حوالي 90% مما يرفع تكلفة البحث والإنتاج؛

3- القيود التي تفرضها بعض الاتفاقيات الموقعة مع منظمة التجارة العالمية؛

4- التنافس الشديد بين المصانع العربية سواء في أسواقها القطرية الضيقة أو في أسواق التصدير المحتملة إضافة إلى التنافس الأشد مع الشركات متعددة الجنسيات؛

5- ضعف القاعدة التكنولوجية للقطاع الصناعي التحويلي المتعلق بصناعة الأدوية؛

1- عدمان مريزق، **دور البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية**، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والإستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات الدول العربية، 2011، ص11.

2- باسل شريف حجازي، **أهمية الأبحاث الدوائية ومضاعفاتها**، مجلة الدواء العربي، شركة أكاديميا، عمان، الأردن، العدد45، 2003، ص ص 24- 26.

6- قلة المراكز العلمية المتخصصة في البحث والتطوير للمجال الصيدلاني، مع دعم حكومي؛

7- كثرة عدد المصانع الصغيرة والتي يبلغ متوسط إنتاج الصنع الواحد اقل من مليون دولار سنويا بينما الشركات العالمية تندمج وتتعاظم لتصل مبيعاتها إلى مليارات الدولارات؛

8- عدم الالتزام أحياناً بالجودة العالمية وأفضل المعايير والمواصفات الإنتاجية العالمية؛

9- تكرار إنتاج وتصنيع بعض الأدوية ونسيان أخرى بهدف الربح المادي السريع والسبب في ذلك غياب عنصر الابتكار وإذا توفر هذا العنصر تصبح هذه الصناعة فعالة وناجحة؛

10- عدم وجود مراكز علمية متخصصة للبحث والتطوير في المجال الصيدلاني.

وتعتبر الصناعة الدوائية العربية أكثر الصناعات تأثرًا باتفاقيات الجات والانفتاح على الاقتصـــادي العالمي وهو ما ينعكس في ما يلي[1]:

- تضيف فرص البحث والتطوير باستحداث طرق جديدة للمنتجات النهائية التي تتمتع ببراءة إختراع ولا يسمح بصنع نفس المنتج إلا بعد عشرين عامًا؛
- تراجع الإنتاج الدوائي في الدول النامية وذلك لسبب تواجد قانون براءة الاختراع رغم أن الدواء الجديد يفتح المجال لقنوات تسويق جديدة وأسواق أجنبية جديدة؛
- التضييق على المصنعين وعلى المستوردين والموزعين ومستودعات الأدوية والمستخدمين للسلع الدوائية من حيث اضطرارهم للتعامل مع صاحب براءة الإختراع أو المستغل لها؛
- زيادة أسعار المنتجات الدوائية عموما وذلك بإطلاق يد صاحب البراءة وإعطاء قوة احتكارية مطلقة تتصرف في كافة أوجه التصنيع والاستغلال التجاري.

كما أن هناك عدة معوقات ناتجة على انضمام الدول العربية إلى المنظمة العالمية للتجارة تتمثل في[2]:

- منع إصدار القوانين الخاصة بحامية المنتج المحلي؛
- معاملة المنتجات الأجنبية مثل المنتج المحلي؛
- الإعفاء الجمركي لكل السلع الأجنبية مما يؤدي لإنخافض أسعارها؛
- رفع الدعم على الصانعة الدوائية والصناعة ككل؛
- وجوب التميز للمصانع المحلية وحصولها على شهادات جودة عالمية والتي هي أساسًا وضعت عائقا أمام تصدير المنتجات المحلية إلى الأسواق الدولية.

1- عدمان مريزق، مرجع سابق، ص12.

2- نفس المرجع، ص12.

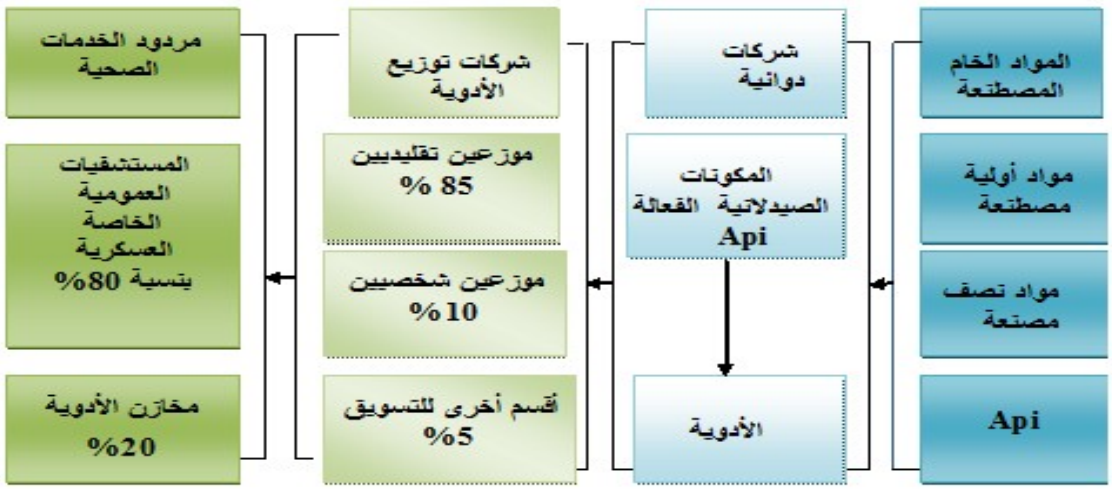
هذه المعوقات لا يمكن أن تستمر في شل الصناعة الدوائية العربية خاصة وإذا تـــوفرت عوامـــل النجاح التي تكون سببا في انتعاش الصناعة الدوائية في الوطن العربي وهي متمثلة في[1]:

- ❖ إعادة النظر بالتشريعات الحالية الخاصة بالدواء؛
- ❖ الاندماجات المحلية ولو بشكل جزئي والتحالفات مع المؤسسات الأجنبية؛
- ❖ تأهيل الصناعة الدوائية العربية لاستغلال بعض الخامات والمتوفرة بكثرة في العالم العربي مثل النباتات الطبية؛
- ❖ توجيه الصناعات المحلية لتغطية وتصنيع الأصناف المتخصصة ونادرة المصادر والعمل على توجيه المستثمر الأجنبي والمحلي مع توحيد المواصفات، ومراعاة النظر في طبيعة ونسبة الرسوم الجمركية والضريبية؛
- ❖ إنشاء مركز للدراسات السريرية تابع لمراكز الأبحاث الدوائية مع النقبات والجهات الحكومية؛
- ❖ دعم المختبرات الوطنية للرقابة على الأدوية ويكون تابعا لمراكز الأبحاث الدوائية؛
- ❖ إعتماد سياسة تشجيع وتعزيز الصناعة والبحث في مجال الدواء محلياً؛
- ❖ تشكيل لجنة متخصصة من إداريين وفنيين ومندوبين من الهيئة والجهات المتخصصة وبمشاركة ممثلين عن القطاع العام والخاص لمعرفة قدرات السوق.

المطلب الثاني: واقع الصناعة الدوائية في الصين

لقد تطور سوق صناعة الدواء في الصين نتيجة للعديد من العوامل المتداخلة منها النمو الاقتصادي والتطور الديمغرافي، بالإضافة لتحفيز الحكومة والوعي الصحي لدى الأفراد وزيادة قدرة البحث والتطوير أدى كل ذلك إلى أن تصبح الصين من أكبر الدول سرعة في النمو والتطور، كما أنه لديها هيكل سوقي منظم ومحكم وهو مبين في الشكل التالي:

شكل رقم(27): الهيكل البيئي للصناعة الدوائية في الصين



1- باسل شريـ

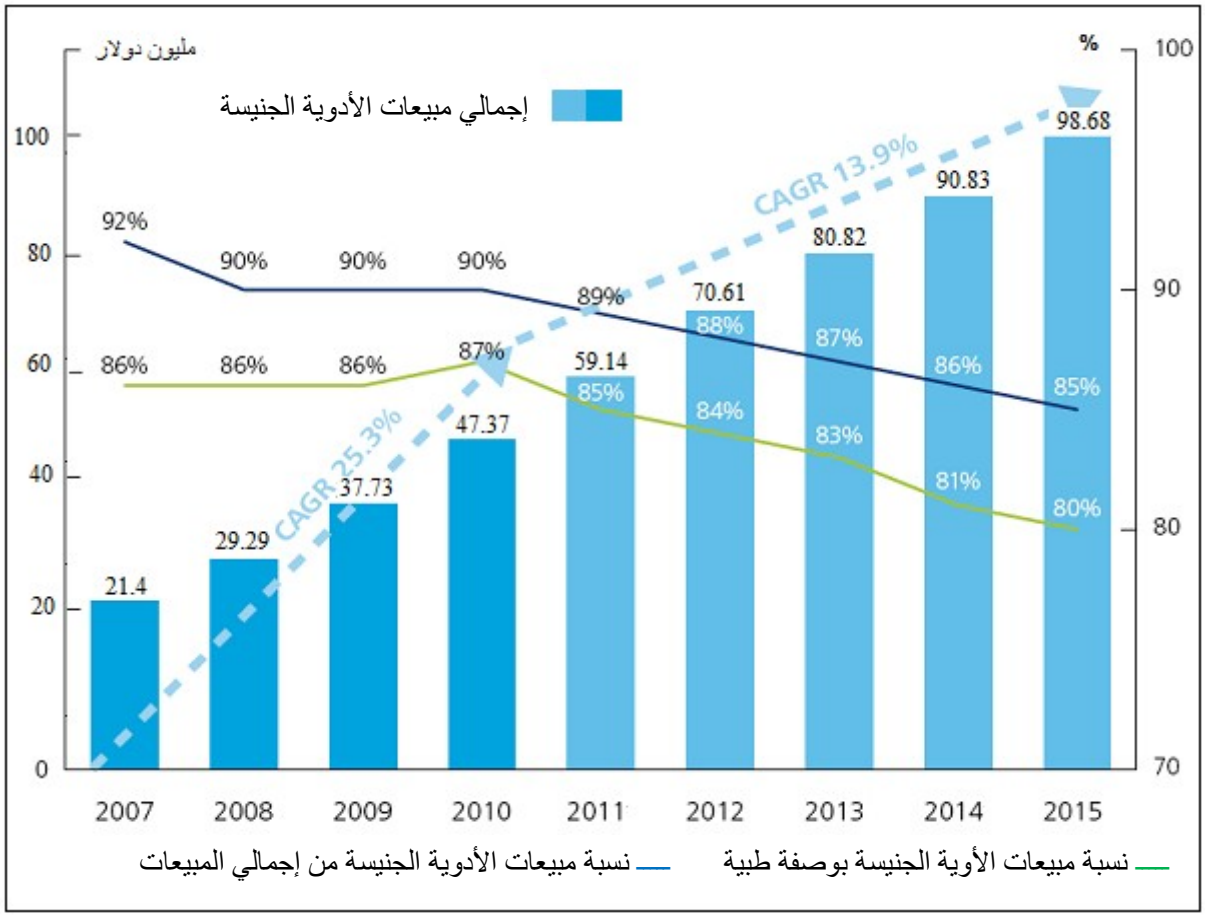
1

Source: Deloitte Touche Tohmatsu: Opportunities in China's pharmaceuticals market; National

أولا: صناعة الأدوية الجنيسة في الصين

تعتبر الأدوية الجنيسة الدعامة الأساسية للقطاع الدوائي في الصين ومن المرجح أن تظل تلك الأدوية مسيطرة على حجم كبير من الإنتاج الدوائي في الصين، حيث تشجع الحكومة هذا النوع من الدواء لتلبية أهداف الصناعة، كما تدعم الإبتكار والبحث والتطوير لضمان إنتاج أدوية تدرج تحت براءة الإختراع والشكل الموالي يبين مبيعات الأدوية الجنيسة في الصين.[1]

شكل رقم(28): مبيعات الأدوية الجنيسة في الصين 2007-2015



Source: Deloitte Touche Tohmatsu; Opportunities in China's pharmaceuticals market، National Industry Program، 2011، p13

1- Deloitte Touche Tohmatsu; Opportunities in China's pharmaceuticals market، National Industry Program، 2011، p13

نلاحظ من خلال الشكل أن قيمة مبيعات الأدوية الجنيسة تضاعف نموها بنسبة تفوق ثلاث مرات عما كانت عليه قبل ثماني سنوات، حيث في سنة 2008 كانت قيمة مبيعاتها 21.4 مليار دولار لتصبح 98.68 مليار دولار، ورغم هذا النمو المحقق إلا أن المنحنى يبين نسبة تراجع في نسبة مبيعات هذا النوع من الأدوية التي أصبحت 85% في 2015 بعدما كانت 92% في سنة 2008 من إجمالي المبيعات، وهذا راجع لانخفاض سعرها من جهة وسياسات الدولة في تدعيم المنتج الأجنبي من جهة أخرى، وكذلك يوضح الشكل أن هذه المبيعات المحققة تتم عن طريق وصفة طبية بنسبة 80% من إجمال المبيعات رغم انخفاض هذه النسبة على مدار ثماني سنوات، مما يؤكد أن هناك دعم للمنتج المحلي.

ثانيا: أهمية سوق الدواء في الصين

لقد عرف سوق الأدوية في الصين نموا مفرطا وسريعا حيث ساهم في الناتج الإجمالي المحلي وهذا من خلال سياسة المشتريات التي تقوم بها الصين، عند شراء معظم أدويتها للمستشفيات من السوق المحلية بنسب تتراوح مابين 6% إلى 27%، أما بالنسبة للصيدليات فإنها تعتمد على السوق المحلي بنسب متفاوتة وأغلبها أقل من 10% وهذا راجع إلى عدم ثقة المواطن الصيني بنجاعة وفعالية الأدوية المنتجة محليا[1].

الأمر الذي حفز المنشآت الصناعية العالمية بإقتحام سوق الصناعة الدوائية الصينية في سنة 1980، وقد قامت بالتعاون مع مراكز البحوث الصينية، للإستفادة من قدرات الإنتاج المحلية، وهناك العديد من المزايا كذلك أدت إلى دخول المنشآت الأجنبية وهذه المزايا هي:[2]

1- إنخفاض التكاليف؛
2- توفر القدرات البشرية المؤهلة ذات الخبرة في المجال؛
3- توفر كوادر طبيبة لإجراء تجارة سريرية؛
4- إنتشار الأمراض نظرا للزيادة السكانية؛
5- التطور التكنولوجي السريع في البلاد؛
6- الدعم الحكومي القوي للقطاع الدوائي.

1 - The Pharmaceutical Industry and China – Q&A, Report for the IHES, February 2012, p9
2 - ipid, p6.

لكن رغم هذه الطاقة الهائلة والصين لا تزال تعتمد الأدوية التقليدية (TcM)، وقد قدرت الدراسات حوالي الثلث من إجمالي المرضى، يعتبرون هذا النوع هو الأهم خاصة بالمناطق الريفية أما المناطق الحضرية يفضلون الأدوية المستوردة.

ويصنف سوق صناعة الدواء في الصين إلى خمسة أقسم رئيسية أهمها[1]:

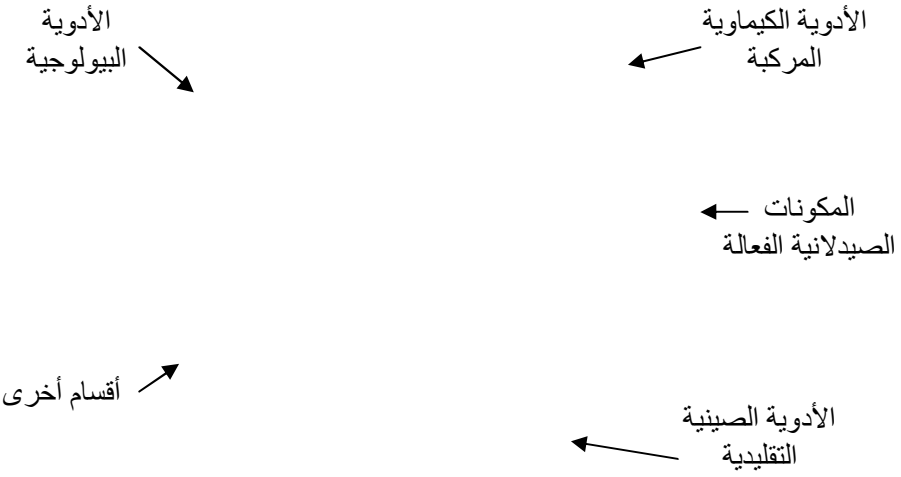
- المكونات الصيدلانية الفعالة (Apis)؛
- الأدوية الكيميائية المركبة (Pcfs)؛
- الأدوية الصينية التقليدية (TcMs)؛
- الأدوية البيولوجية؛
- الأعشاب الصينية التقليدية.

وهذه الأقسام تشكل ما نسبته 90% من الصناعة الدوائية، وهذا بالإضافة إلى عدة أقسام نوعية مثل الأجهزة الطبية والأدوية البيطرية والمواد الصيدلانية.

ويعتمد على ثلاث فروع رئيسية متمثلة في المكونات الصيدلانية (Api) والأدوية الصينية التقليدية (TcM)، بالإضافة للقسم الذي يحتل أكبر حصة من الإنتاج تصل إلى ما يقارب 30% من الأدوية الكيمياوية المركبة.

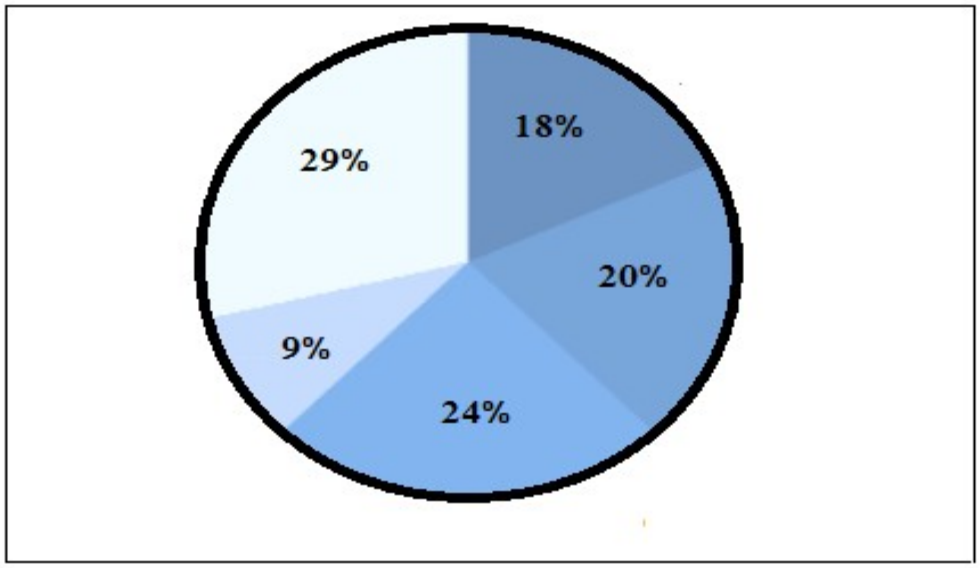
أما بالنسبة للأقسام الأخرى تكون مساهمتها في الإنتاج متباينة ومتفاوتة بنسب قليلة في ما بعضها وكان دون 10% من الإنتاج الإجمالي، ويمكن عرض نسبة المنشآت التي تنشط في كل قسم من الأقسام السابقة المبينة في الجدول السابق وتوضيحها في الشكل الموالي:

شكل رقم(29): نسبة المؤسسات التي تنشط في كل قسم من الصناعة الدوائية



1 - export victoria ; China Pharmaceutical Industry Report Current Status and Future Growth, N

Source:export victoria ; China Pharmaceutical Industry Report Current Status and Future Growth , November 2010, p5.



نلاحظ من خلال الشكل أن سوق الدواء في الصين لديه خمسة أقسام رئيسية تتوزع عليها مجموعة من المنشآت سوف نقوم بإستعراض كل قسم على حدا[1]:

1) **الأدوية الكيميائية المركبة (Pcf):**

تشكل ما نسبته 23% من إجمالي مبيعات الصناعة الدوائية فضلا عن أن المنشآت التي تنشط في قسم Pcf تشكل 18% من إجمالي المنشآت، ويشكل أيضا 24 مليون دولار من حجم السوق (المبيعات) ويشكل 11% من سوق الرعاية الصحية.

2) **الأدوية الصينية التقليدية (TcM):**

تقدر قيمة مبيعاتها في السوق حوالي ما يقارب 22.5 مليون دولار كما أنها يمثل 11% من مساهمتها في سوق الرعاية الصحية، مع العلم أن المنتجات العشبية لها ثقافة كبيرة في الصين وهي تحاول الحفاظ على مكانتها في سوق الدواء الصيني.

3) **الأدوية البيولوجية (Biologic):**

هي نماذج تركز على الإبتكار والبحث والتطوير، لكن معظم المنشآت الناشطة في هذا المجال تقدر بحوالي(9%) وهي تبحث دائما على كيفية تفعيل وتنظيم قانون حماية براءة الإختراع بأحسن وأدق صورة من أجل حماية منتجاتها، وتقدر مبيعاتها بـــ 9.8 مليون دولار، أي ما يقارب نسبته من

1- Export victoria ; China Pharmaceutical Industry Report Current Status and Future Growth, November 201, p5.

سوق الدواء الصيني 10% من إجمالي المبيعات في السوق، كما أنه يساهم في سوق الرعاية الصحية في الصين بـــ 5% من إجمالي المساهمات.

4) المكونات الصيدلانية الفعالة (Api):

إن العديد من المنشآت تنشط في سوق الصناعة الدوائية بنسبة 20% بصفتها مؤسسات توفر مكونات صيدلانية فعالة تستعمل في إنتاج أدوية أخرى أو تصدر، إذا يتضح من خلال الجدول السابق أنها تساهم بمبيعات تقدر بـــ 31.5 مليون دولار ما نسبته 31% من إجمالي مبيعات السوق وتساهم بنسبة 15% في سوق الرعاية الصحية.

5) أقسام أخرى (other):

إن سوق صناعة الدواء الصيني تحتوي كذلك على أقسام أخرى لم يتم دراستها بوضوح وإنما تنشط بها العديد من المنشآت لحوالي 29%، والتي لها دور فعال في مبيعات السوق والمساهمة الصحية.

بالإضافة إلى الأقسام السابقة الذكر، هناك قسم مهم بالنسبة لسياسة الصين في تنظيم قطاع الصناعة الدوائية، حيث تسعى الصين إلى محاربة هذا القسم الذي هو عبارة عن سوق الأدوية التي تباع بدون وصفة طبية ("Over the cauntur "OTC) وقدر بـــ 11.3 مليار دولار من قطاع الصناعة الدوائية في الصين وللإشارة فإن هذا القطاع يضم مجموعة من الأدوية (Pcf، TcM، herbt drugs) وتصنف العديد من أدوية "OTC" ضمن الأدوية "TcM" بنسبة 76% كما بلغت قيمة سوق الدواء "OTC" بـــ 44.9 مليار دولار.[1]

ثالثا: السياسات الصناعية الصينية للقطاع الدوائي

إعتمدت الصين مجموعة من الخطوات لتنمية اقتصادها من خلال الاستثمار الأمثل لمواردها الاقتصادية وتحقيق معدلات نمو، إنطلاقا من الإستخدام الكثيف لرأس المال والعمل نحو الخروج من الاقتصاد الريعي إلى الاقتصاد الصناعي وربط الإنتاج بالتسويق مع وضع مخطط واضح لتطور الصادرات الصينية رغم اتساع سوقها الداخلي..الخ[2]. هذا من خلال الدور الذي قامت به الدولة في شكل سلسلة من السياسات الحكومية التي يؤثر المسؤولون من خلالها مركزيا ومحليا على كل حلقات الإنتاج والخدمات، وشبكات التمويل عبر القيود التنظيمية، والضرائب، والتراخيص، وحماية حقوق

1- Source;export victoria ; op,cit, p6.

2- منال علي عاقل، **دراسة تحليلية للتجربة الصين التنموية وإمكانية الاستفادة منها في سورية**، مذكرةماجستير، جامعة تشرين، السنة الجامعية 2008/2007، ص 5.

الملكية، لذا أصبحت الحكومة الصينية بارعة للغاية في الاعتماد على نفسها وكيفية تطبيق السياسات بنجاح من خلال عدة مجالات هي[1]:

1- الإعتماد على الذات؛

2- الإنطلاق من الواقع الداخلي ؛

3- الإنطلاق من المناطق الإقتصادية الخاصة؛

4- النظرة الدائمة إلى الأمام والاستفادة من أخطائهم دون الرجوع إلى الوراء، واستمروا في مسيرة التنمية بكل ثقة؛

5- إستخدام الاستثمار الأجنبي كمبدأ إستراتيجي من خلال تقديم الامتيازات والتسهيلات الخاصة في عدة مجالات؛

6- تطوير السوق المحلي وزيادة الطلب الداخلي على المدى الطويل لزيادة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الصين؛

7- تغيير الفن الإنتاجي وتغيير نمط النمو وتسريع عملية تحسين الهياكل الصناعية وتطوير الصناعة التكنولوجية العالية والجديدة؛

8- تنمية الموارد البشرية من خلال تعزيز التعليم الإلزامي، وتطوير التعليم المهني، ورفع نوعية التعليم العالي؛

9- التمسك بالإبداع وحقوق الملكية الفكرية: وضعت الصين خططا للتطوير العلوم والتكنولوجيا لزيادة القدرة على الإبداع[2]، وهذه الطرق المنتهجة للزيادة الإبداع والابتكار لا بد لها من حماية خاصة لان اقتصاديات الدول النامية تنشط في بيئة يسيطر عليها الدول المتقدمة.

وهذه المجالات تعتبر الحدود المطبقة ضمنها السياسات الصناعية الكلية للدولة الصينية في شتئ المجالات، ولكن السياسات الصناعية المتخذة في القطاع الدوائي الصيني تعود بدايتها إنطلاقا من عملية الإشراف والمراقبة على قطاع الأدوية من طرف الهيئة الوطنية للغذاء والدواء الصيني (SFDA) والتي اعتمدت سنة 1998 كهيئة رسمية لإدارة الدواء، وتم تغيير اسمها في عام 2004، ولهذه الهيئة العديد من الأنشطة التي تعنى بثلاث محاور رئيسية هي[3]:

- إدارة تسجيل الدواء؛

1- محمد عطية محمد ريحان، **التجربة الاقتصادية الصينية وتحدياتها المستقبلية**، مذكرةماجستير، جامعة الأزهر بغزة، فلسطين منشور، السنة الجامعية 2012، ص ص 184- 186.

2- نفس المرجع، ص 187.

3- Deloitte Touche Tohmatsu; op‹cit, p20.

- إدارة سلامة الأدوية والتفتيش؛
- إدارة الامتثال لسوق الدواء.

ويستمد تنظيم قطاع الدواء في الصين إلى قانون إدارة الدواء (DAL) الذي طبق لأول مرة 1984 وقد أدخلت عليه عدة تعديلات رئيسية التي أجريت سنة 2001 وطبقت سنة 2002.

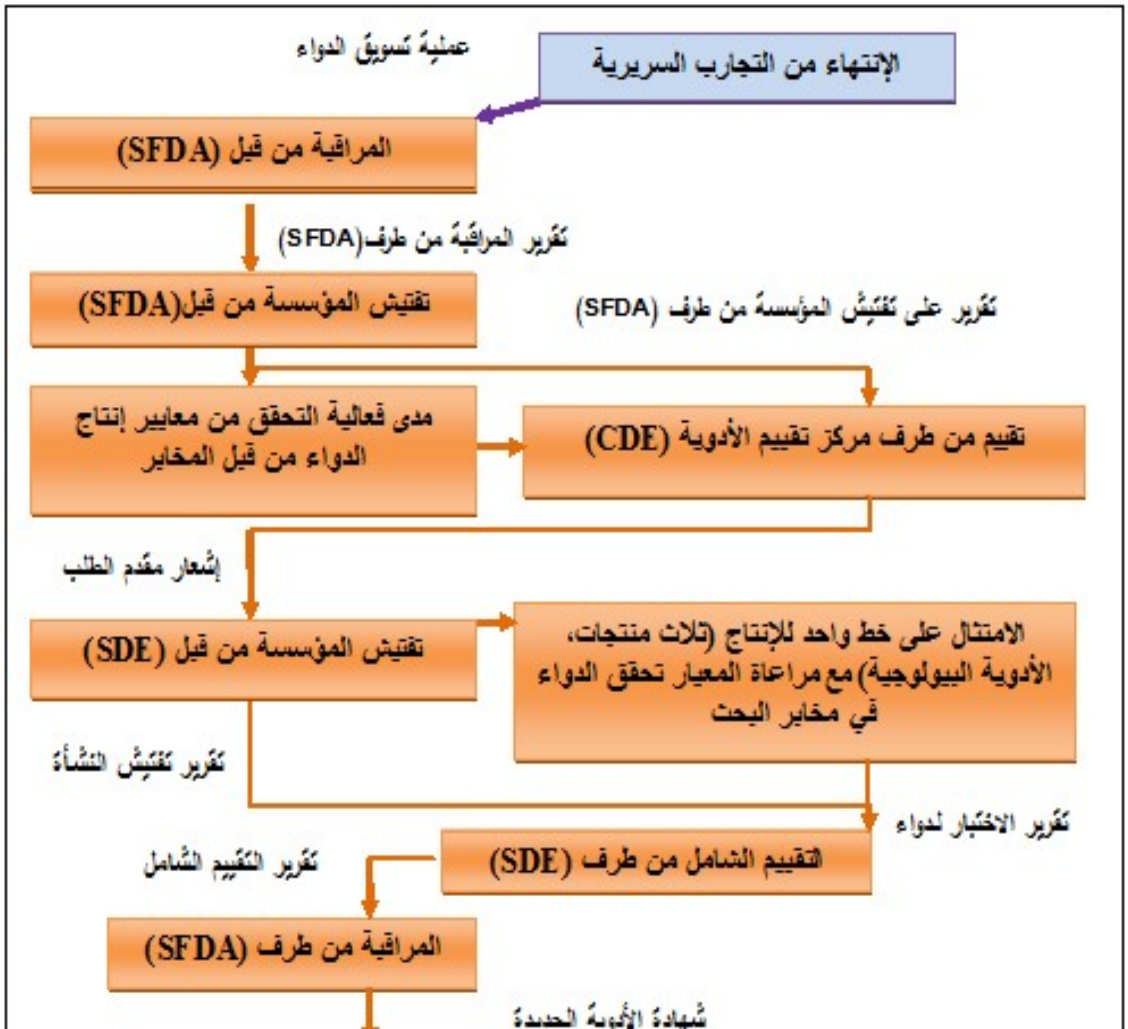
1) عملية تسجيل الدواء والموافقة والصناعة

إن عملية تسجيل الدواء في الصين من أجل الإنتاج الصناعي المحلي في السوق الصيني تتم بمراحل نذكر أهم مرحلتين ثم نوجز المراحل الأخرى في الشكل الموالي للشرح[1]:

- ❖ تسجيل الدواء: تعتبر عملية التسجيل عملية معقدة، وتشارك فيها العديد من الهيئات التنظيمية للحكومة الصينية (هيئات الدواء) ولكن تستغرق وقت طويل.
- ❖ الموافقة: في السابق كانت الموافقة على صناعة الدواء ترسل مباشرة إلى (SFDA) قبل عام 2002، والآن أصبحت الموافقة على مستوى السلطات المحلية والبلدية والتي يتم تمريرها إلى الهيئة للموافقة عليها وتتراوح المدة مابين 18 و36 شهرا.

والشكل الموالي يبين إجراءات منح ترخيص صناعة الدواء محليا:

شكل رقم (30): إجراءات الموافقة على الأدوية الجديدة



1

يتبين من خلال الشكل أنه قبل الترخيص وإعطاء الموافقة لأي منتج من المنتجين من أجل إنتاج الأدوية الجديدة لابد من المرور بعدة مراحل، أولا يجب أن يكون هذا الدواء قد خضع لتجارب سريرية وبعد ذلك يبدأ المنتج في الإجراءات من أجل الحصول على شهادة الأدوية الجديدة، ولكن السلطات المعنية لا تمنحه الشهادة إلا بعد المرور بعدة مراحل تتضمن المراقبة الخاصة بالمنتج قبل منح الترخيص.

حيث تقوم هيئة (SFDA) بالمراقبة والتفتيش، ثم تصدر تقرير عام حول عملية التفتيش الخاصة بالمؤسسة وكذلك مدى فعالية التحقق من معايير إنتاج الدواء من قبل المخابر، وهذا التقرير يقيم من طرف مركز تقييم الأدوية (CDE)، ثم تفتش المؤسسة مرة ثانية من طرف (SDE) والتي تقيم عملية الامتثال على خط واحد للإنتاج (ثلاث منتجات، الأدوية البيولوجية) مع مراعاة معيار التحقق من الدواء في مخابر البحث، وتعطينا تقرير شامل حول إختبار الدواء، والذي يقيم كذلك من طرف (SFDA) وتمنح شهادة الأدوية الجديدة، مع منح ترخيص إنتاج الدواء.

2) كفاءة حماية الأدوية المسجلة في السوق الصينية

لقد خضع قانون براءة الاختراع لتغييرات عميقة في السنوات الماضية، ولكن الأدوية التي لم تنتج من قبل الصين يمكن وصفها بأنها دواء جديد، حتى وإذا كان قد اخترع وأنتج سابقا في الخارج، وبهذه الطريقة أصبحت المؤسسات الصينية مخولة قانونا بنسخ أدوية أجنبية.

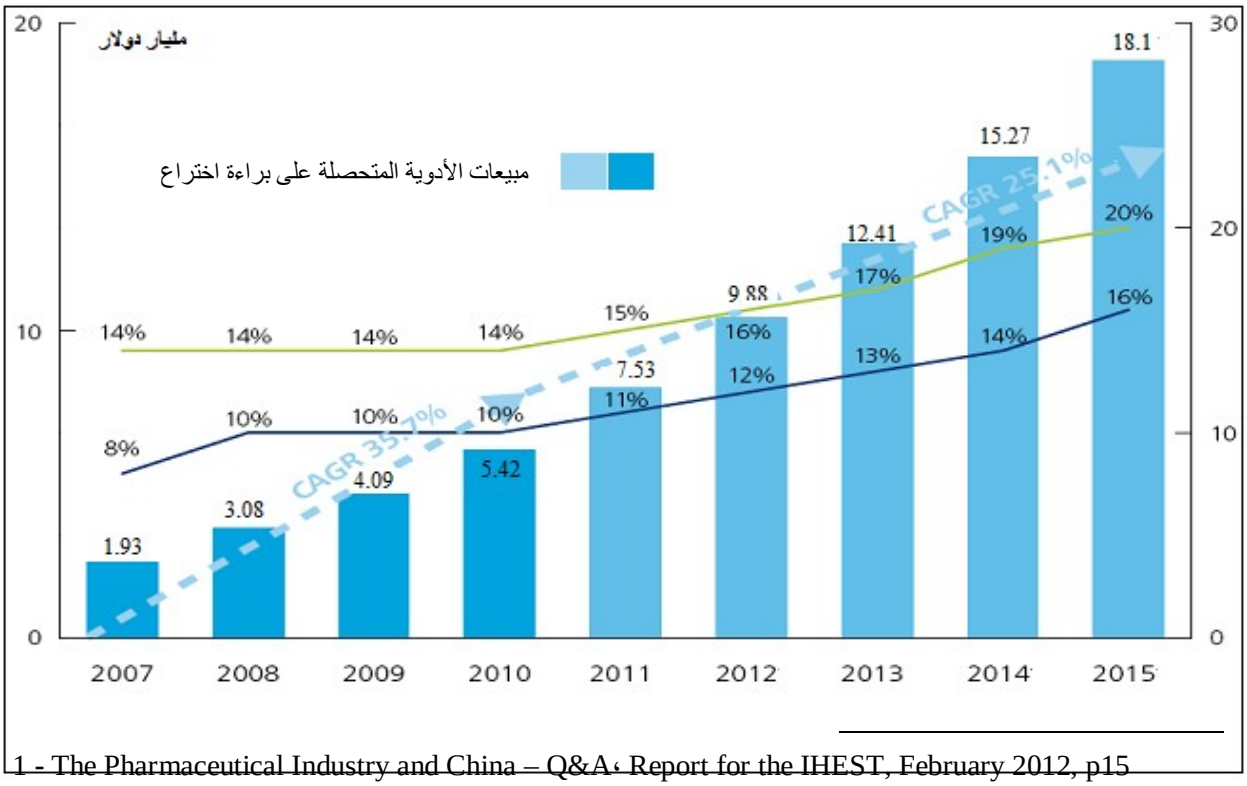
وقد قامت الصين بمراجعة قانون براءة الاختراع سنة 2010 الخاص بالصناعة الدوائية حتى أصبح مشتبه للقانون الدولي، وقد اعتمد قانون براءة الاختراع "معيار الوحدة المطلقة"، والتي تتطلب من خلالها أن الاختراع يجب الكشف عنها أو استخدامها في أي مكان في العالم، ولكن تعديل هذا القانون ليس تعديا على حقوق الدول الأخرى، وإنما حفاظا على حق تصنيع الدواء أو الأجهزة الطبية المستعملة في المستشفيات.

وقد أنشأت الحكومة صندوقا بحوالي 6 مليون يورو لتدعيم براءات الاختراع في الصين، وبهدف الصندوق بشكل أساسي لتدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في مجال صناعة الدواء من أجل مواجهة مؤسسات أجنبية.[1]

كما تم تعزيز هذا الدعم وعمليات الحماية لبراءة الإختراع بقانون صارم ضد المزورين لبراءة الإختراع.

ورغم السياسات التي قامت بها الحكومة من أجل دعم إنتاج الأدوية الجنيسة وتنمية الصناعة الدوائية ككل، إلا أن طبيعة المستهلكين الصينيين لديهم ثقة كبيرة في العلامة التجارية الأجنبية، على عكس العلامة التجارية المحلية، مما تسبب في انخفاض حصص مبيعات الأدوية المنتجة محليا، أما مبيعات الأدوية المتحصلة على براءة الإختراع فكان نمو مبيعاتها بين سنتي2007 و2010 حوالي 35% وكان سجل انخفاض طفيف من سنة 2010 إلى غاية سنة 2015 بحوالي 25% وذلك راجع إلى انخفاض الثقة لدى الزبون وولائه للمنتجات الأجنبية وهو مايبينه الشكل التالي:

شكل رقم (31): تطور مبيعات الأدوية المتحصلة على براءة اختراع (2007-2015)



1 - The Pharmaceutical Industry and China – Q&A، Report for the IHEST, February 2012, p15

Source: Deloitte Touche Tohmatsu; Opportunities in China's pharmaceuticals market، National Industry Program، 2011، p14

نلاحظ من خلال الشكل أن مبيعات الأدوية المتحصلة على براءة الإختراع في زيادة سريعة والتي كانت في سنة 2007 حوالي1.93 مليار دولار وأصبحت في سنة 2015 حوالي 18.1 مليار دولار وهذا لتميزها بحالة النوع الجديد في السوق دون منافس، وهو ما يعكسه منحنى مبيعات الأدوية المتحصلة على براءة إختراع من إجمالي المبيعات، حيث نلاحظ زيادة نمو كبيرة بين سنتي 2007 و2008 من 8% إلى 10% والتي استقرت عند هذه النسبة لثلاث سنوات 2008، 2009، 2010، ثم تم تسجيل عودة في زيادة نمو مبيعات هذه الأدوية، ليصل نموها في سنة 2015 إلى 16%، كما أنه لوحظ كذلك ثبات في نمو المبيعات من 2007 إلى 2010 عند نسبة 14% ثم صاحبتها زيادة لتصل إلى 20%.

3) سياسة دعم وتمويل صناعة الدواء في الصين

قامت الحكومة الصينية بعدة برامج بهدف حماية براءة الإختراع وتشجيع الإبتكار بالإضافة إلى محاربة مقلدي الأدوية بفضل هذه البرامج أصبحت السوق الصينية تجذب العديد من المؤسسات العالمية لصناعة الأدوية، وذلك لوجود أفكار البحث والتطوير، حيث يتميز البحث الصيني بإنخفاض التكاليف وزيادة القدرات العلمية.[1]

لقد قامت الصين بإطلاق 863 برنامج دعم وتنمية (خطة تنموية) للتكنولوجيا العالية للدولة خلال الفترة(1986-2000) ولقد خصص لها 27% من إجمالي أموالها إلى التكنولوجيا الحيوية لصناعة الدواء، كما أن صندوق الإبتكار والتكنولوجيا القائم على المؤسسات الصغيرة بما فيها الدوائية ما قيمته 7.5 مليون دولار بين عامي (1999-2007) ويهدف هذا التمويل بصورة رئيسية في المؤسسات التي أسسها العلماء والمؤسسات التي تجمع بين مراكز الصناعة والجامعة والبحث الصيني، اما في سنة 2007 تم تخصيص 400 مليون للبحث والتطوير في قطاع التكنولوجيا الحيوية.[2]

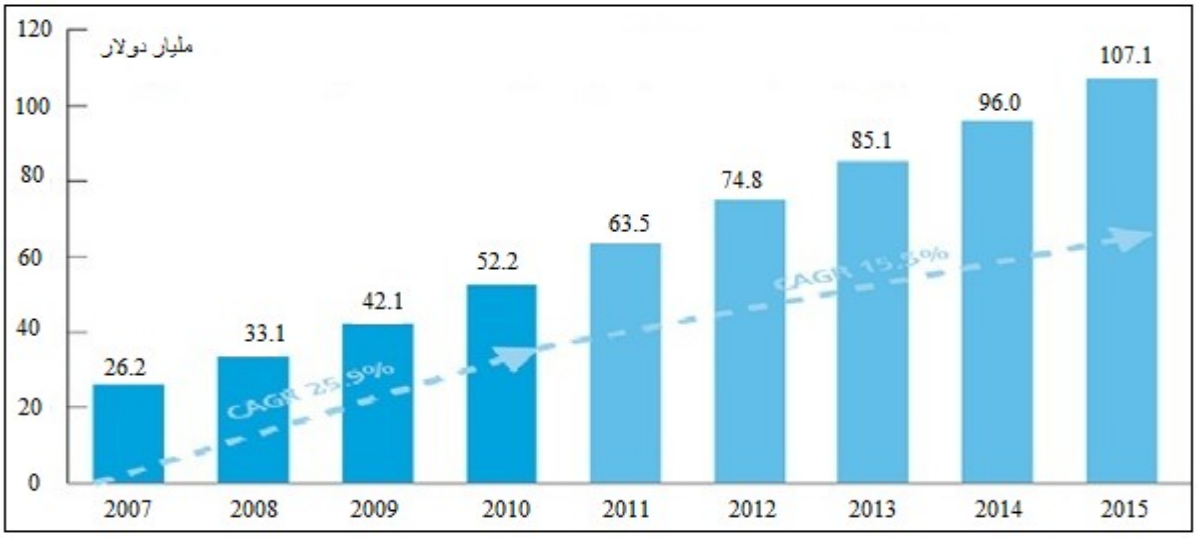
ورغم ذلك لم تتوقف الحكومة الصينية عن دعم التنمية الصناعية للقطاع الدوائي فقامت ببرنامج تنموي من خلال تمويل المخابر البحثية بميزانية قدرت بـــ 2.7 مليار دولار من 2008 إلى غاية 2010، ورصدت 6 مليار دولار للخطة الخماسية 12 (2011-2015)[3].

1- Deloitte Touche Tohmatsu; op,cit,p17.
2 - The Pharmaceutical Industry and China – Q&A, Report for the IHEST, February 2012, p15.
3 - The Pharmaceutical Industry and China – Q&A,op,cit, p15.

ويشير مراقبون ومتخصصون في الصناعة الدوائية (إدارة الغذاء والدواء الأمريكية) أن الصناعة الدوائية الصينية لديها طموحات لتكوين السوق الأولى من ناحية عقود البحث والتطوير،[1] لذلك تتفق السلطات المحلية بمتابعة جميع البرامج الوطنية محليا، محاولة منها لاستقطاب أفضل الباحثين، وتقوم المقاطعات والمدن بإنشاء نظام ضمان خاص لتطوير الصناعة البيولوجية بشكل كامل وقدرت بين 5% و10% من التمويل المقدم من طرف الدولة.

وعلى سبيل المثال قامت بلدية شنغهاي بتخصيص مليون دولار للنهوض بالتصنيع الدوائي، ومن خلال هذه البرامج والتمويلات التي قامت بها السياسة الصناعية الصينية لدعم الصناعة الدوائية فقد وصلت إلى المبيعات والممثلة في الشكل التالي:

شكل رقم (32): مبيعات الأدوية فى الصين خلال الفترة (2007-2015)



Source: Deloitte Touche Tohmatsu; Opportunities in China's pharmaceuticals market, National Industry Program, 2011, p6

1 - Deloitte Touche Tohmatsu; op,cit,p17.

نلاحظ من خلال الشكل أن مبيعات الأدوية الصينية في نمو سريع وطردي حيث زادت قيمتها من سنة 2007 والمقدرة بحوالي 26.2 مليار دولار لتصل في سنة 2015 لحولي 107.1 مليار دولار.

المطلب الثالث: واقع الصناعة الدوائية في الهند

تعد الصناعة الدوائية الهندية من بين أكبر خمس دول الأولى عالميا في الإنتاج وتمثل حوالي 10% من الإنتاج العالمي، وتوظف هذه الصناعة اليوم ما يقارب 340 ألف شخص بالإضافة إلى 400 ألف طبيب مختص و300 ألف كيميائي، والمنتجات المصنعة من قبل صناعة الأدوية الهندية يمكن تصنيفها في خانة (المكونات الصيدلانية الفعالة Api) و(التركيبات) حيث أن هناك حوالي 77% من المنشآت الناشطة في المجال تنتج التركيبات و23% تنتج العقاقير[1].

أولا: طبيعة المنافسة في السوق الهندية للأدوية

يحتوي مجال الصناعة الدوائية على العديد من المنشآت الناشطة في هذا المجال والأمر الذي يعكس ذلك هو المستوى الذي وصلت له الهند في هذه الصناعة، من خلال السياسات والإجراءات التي اتبعتها لتطوير صناعتها، فأصبحت مداخلها بملايير الدولارات، التي استطاعت العديد من الشركات الرائدة أن تحققها وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (09): قيمة إيرادات الشركات الرائدة في الهند وحصتها السوقية 2015

الشركة	قيمة المبيعات (مليار دولار)	الحصة السوقية (%)
DR redd	1.66	5.54
Lupin	1.61	5.38
Cipla	1.55	5.18
Aurbindo	1.17	3.9
Cadila	0.8	2.67
متعاملون آخرون	23.16	77.32
الإنتاج المحلي	29.95	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015, p14.

1 - PricewaterhouseCoopers, Investing in China's Pharmaceutical Industry, 2nd Edition، 2009, p 27.

يتضح من خلال الجدول أن الهند حققت إنتاج محلي قدره 29.95 مليار دولار حيث تربعت على رأس هذه الصناعة أربع شركات عملاقة في السوق الهندية، تكاد تكون حصصها السوقية وقيمة المبيعات في سنة 2015 متساوية، أما شركة "cadila" فقد حققت كذلك نتائج معتبرة، حوالي 0.8 مليار دولار وحصة سوقية تقدر بـــ 2.67 %، أما باقي الشركات الأخرى فينتجون ما قيمته 23.16 مليار دولارا بحصة سوقية 77.32%.

مع العلم أن الأربع شركات الأولى حققت نسبة 20% من الحصة السوقية بينما الصناعة الدوائية الصينية فقد حققت عشر شركات الأولى نسبة 39% من قيمة الإنتاج المحلي[1].

ودور هذه الشركات أدى إلى مضاعفة عائدات الصناعة الدوائية الهندية من خلال الصادرات التي تبلغ قيمتها حوالي 10 مليارات دولار وتقوم هذه المنشآت بتصدير منتجاتها إلى العديد من الدول في حين صادراتها تنمو بـــ 21% على مدى السنوات الخمسة الماضية، والهند بها أكثر من 550 موقع تصنيع مسجلة لدى هيئة الغذاء والدواء الأمريكية، منها 323 موقعا أقرته الهيئة الأمريكية في مارس 2013 وكذلك 350 موقع تصنيف معتمد من جانب الإتحاد الأوروبي وهذا في أفريل 2013، وذلك بإتباعها ممارسات التصنيع الجيد، كما أن الصناعة الهندية تتميز بتقليل التكاليف بحوالي أقل من 40% من مثلها في الولايات المتحدة الأمريكية، والهند أكبر مصدر للأدوية الجنيسة على مستوى العالم حيث تنتج ما بين 40% و70% من احتياجات الصحة العالمية لقاحات"DPT" ولقاحات "BCG3" و90% من لقاحات الحصبة[2].

ثانيا: البحث والتطوير في الصناعة الدوائية الهندية

منذ صدور قانون براءة الاختراع في الهندسة 1970 وفتح السوق الدوائية أمام المستثمر الأجنبي، مع تسهيل الإجراءات الإدارية لتطوير هذا المجال، ومنذ ذلك الوقت والشركات في سباق مع الزمن من أجل السيطرة على السوق المحلية بالإضافة لإقتحام الأسواق العالمية بمنتجات جديدة وإحتلال أعلى المستويات في هذه الصناعة، ونجحت في تحقيق العديد من الاكتشافات من خلال تطوير مجال البحث والتطوير في الصناعة الدوائية.

حيث قامت الشركات العملاقة لإنتاج الأدوية في الهند بإنفاق ميزانيات من 58 إلى 325 مليار دولار، الشيء الذي زاد من إيراداتها من 8% إلى 11% وهو ما يوضحه الشكل التالي[3]

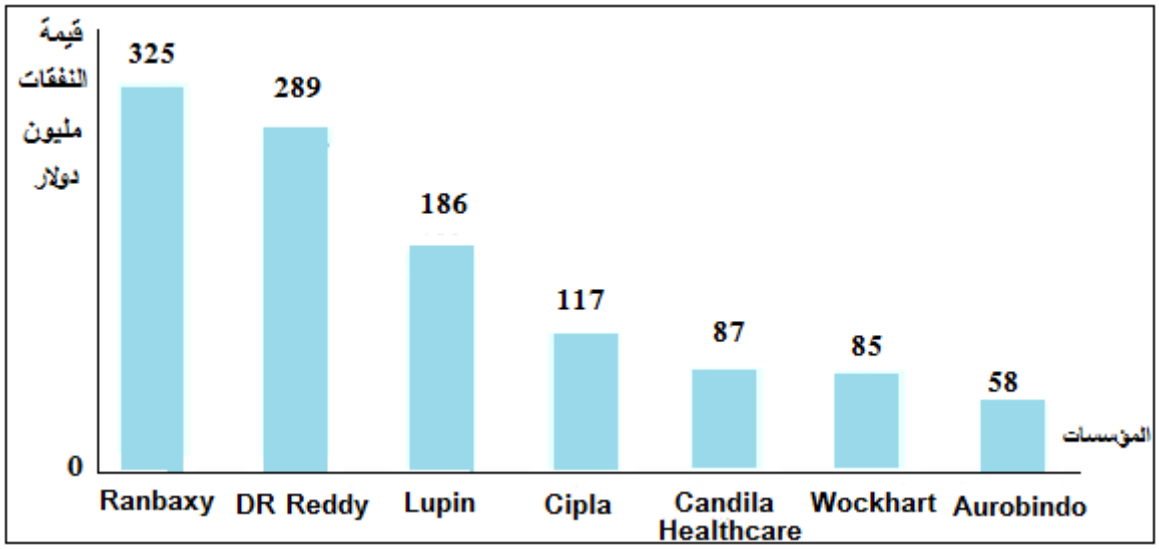
1- India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015, p14.

2-خالد منتصر، **تعالو نتعلم من صناعة الدواء الهندية**، تاريخ الاطلاع 11-02-2014 على الرابط التالي

http://www.elwatannews.com/news/details/415930

2- India Brand Equity Foundation, op, cit, P15

شكل رقم(33): نفقات البحث والتطوير لشركات صناعة الأدوية الهندية في 2015



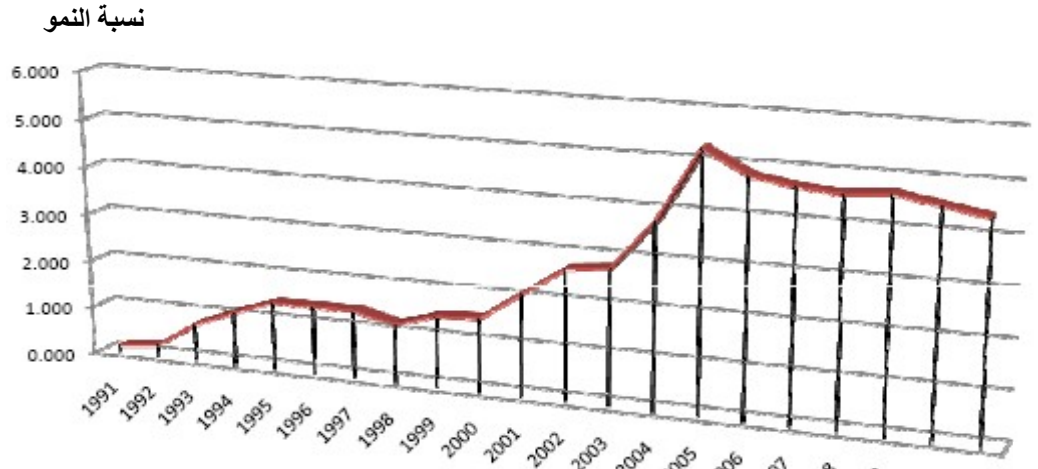
Source: India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015, p15.

يبين الشكل أن في الهند سبع شركات احتلت مكانات مختلفة في مجال البحث والتطوير وحققت إيرادات متفاوتة، مع العلم أنها أنفقت ملايين الدولارات، ونلاحظ من الشكل أن الشركتين camdila و Aurobindo تحتلان المرتبتان الأخيرتان أمام الشركات الأخرى داخل الصناعة الهندية ولكن تعتبران شريكتان رائدتان أمام الدول النامية.

كما يتوقع بحلول سنة 2020 أن يحقق قطاع الرعاية الصحية في الهند حوالي 280 مليون دولار والتي تقدر حاليا بـــ 70 مليون دولار.

وإن مبادرات الحكومة بمثابة العمود الفقري لدعم الصناعة، وتشمل بعض المبادرات مثل: السماح بنسبة 100٪ للإستثمار الأجنبي المباشر في ظل استخدام التكنولوجيا، وزيادة خصم الضرائب على الإنفاق في أنشطة البحث والتطوير وبالتالي حققت الهند نموا في مجال البحث والتطوير الذي يعتبر العمود الفقري للصناعة الصيدلانية لأي دولة والشكل الموالي يبين نسبة نمو البحث والتطوير على مدى سنوات في الصناعة الصيدلانية الهندية.

شكل رقم (34): نسبة نمو البحث والتطوير في المجال الصيدلاني الهندي 1991-2011



نلاحظ من خلال المنحنى أن الهند لم تحقق في السنوات العشر الأولى نمو بنسبة 1% من البحث والتطوير حتى سنة 2000، ثم أخذت هذه الزيادة في النمو لتصل إلى أعلى قيمة لها حوالي 5% في سنة 2005، لكن سرعان ما سجلت انخفاضا يكاد يكون ثابت خلال السنوات الستة الموالية حيث كانت النسبة تتراوح من 4% إلى 5%.

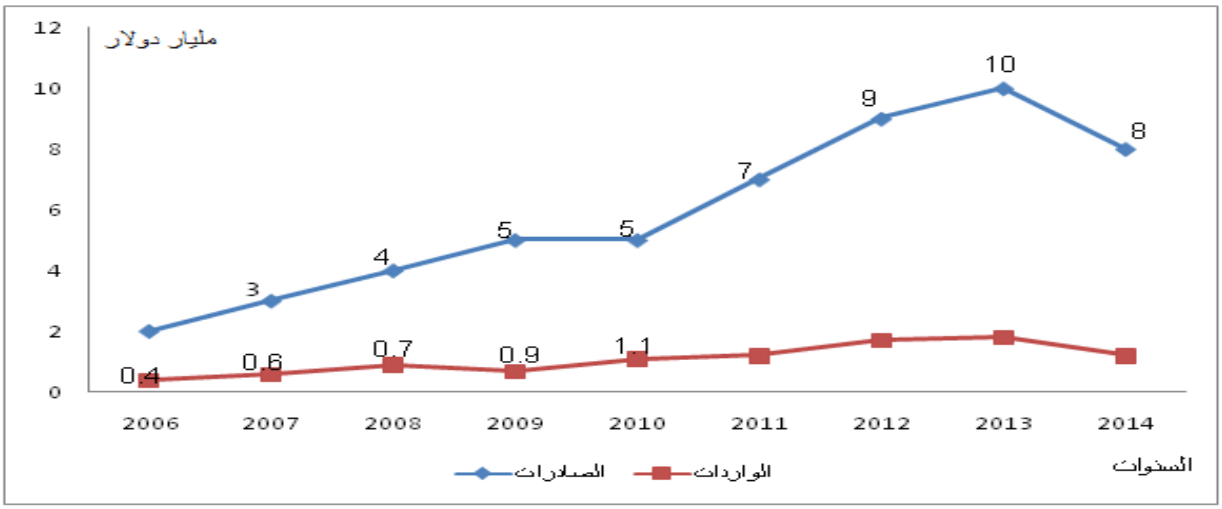
ثالثا: مبيعات الأدوية الهندية

لقد حققت الهند نجاحا مبهرا جراء تسجيل مبيعات كبيرة في هذا المجال، بعدما كانت قبل سنوات عاجزة على تلبية الطلب المحلي، مع العلم أن هذه المبيعات ليست فقط داخلية وإنما خارجية كذلك في شكل صادرات.

1) تطور مبيعات الأدوية الجنيسة والمسجلة في الهند

من خلال ما تم التوصل إليه سابقا حول نجاح الصناعة الدوائية الهندية فقد حققت تطورات كبيرة في مبيعاتها خاصة في السنوات الأخيرة وهذا بفضل السياسات المتبعة والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (35): تطور مبيعات الأدوية الجنيسة والمسجلة من (2014/2006)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August 2015, p40.

نلاحظ من خلال الشكل أن مبيعات الأدوية في السوق الهندية أغلبها أدوية جنيسة، التي عرفت نموًا سريعا حيث كانت في سنة 2008 تقدر بـــ 6.9 مليار دولار، ثم تطورت لتصل 21.8 مليار دولار في سنة 2015 وتتوقع لتصل في سنة 2016 إلى 26.1 مليار دولار، وهذا راجع للسياسة الهندية في تطوير مجالها واعتمادها على المنتج المحلي.

كما نلاحظ كذلك أن هناك أدوية مسجلة حققت مبيعات والتي ترجع براءات اختراعها لمجال البحث والتطوير في الهند، كما رأينا سابقا أن شركات صناعة الأدوية في الهند، وقد صرفت ميزانيات ضخمة حققت من خلالها بعض الاكتشافات المهمة التي من خلالها حققت المبيعات المبينة في الجدول السابق.

وقد قدرت المبيعات سنة 2008 بـــ 0.8 مليار دولار وتطورت مبيعات الأدوية المسجلة لتصل سنة 2015 إلى 2.7 مليار دولار ويتوقع أن تصل في 2016 إلى 3.3 مليار دولار.

كما أن تطوير الأدوية الجنيسة يعطي ميزة نسبية للشركات الهندية وفرصًا لتطورها.

2) التجارة الخارجية للصناعة الدوائية الهندية

تعرف صناعة الأدوية الهندية نمو في الصادرات، حيث تقوم بتصدير منتجاتها إلى عدد كبير من البلدان التي لديها حصة كبيرة في الأسواق المنظمة المتقدمة من الولايات المتحدة وأوروبا الغربية، والهند تصدر حاليا المكونات الصيدلانية الفعالة، تركيبات الجرعة النهائية، الحيوية والمستحضرات الصيدلانية والخدمات الطبية إلى أجزاء مختلفة من العالم، بالنسبة للشركات الخمس جهات التصدير الصيدلانية الهندي للمنتجات هي الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وروسيا والمملكة المتحدة والصين[1].

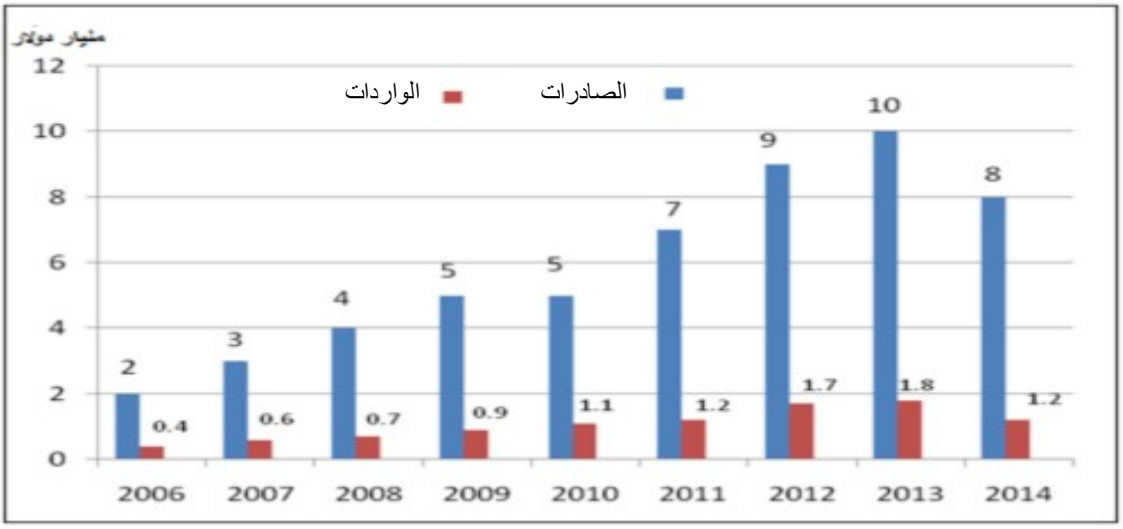
وتعتبر السوق الهندية من أكبر الأسواق في تصدير الأدوية الجنيسة، حيث بلغت نسبة صادراتها بـــ20%، وتحتل المراتب الأولى في تصدير هذه الأدوية (الجنيسة) بما فيها الولايات المتحدة الأمريكية.

أما فيما يتعلق ببقية صادرات الأنواع الأخرى من الأدوية بما فيها الجنيسة وغير الجنيسة مثلما رأينا سابقا أن 10% من المنتجات الهندية من خلال الإكتشافات المحققة في هذا المجال، لذلك سجلت

1 -KAPIL KUMAR ; SWOT ANALYSIS OF INDIAN PHARMACEUTICAL INDUSTRY, International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research, ISSN 2277- 3622، Vol.2، No. 5, May (2013), p30, Online available at www.indianresearchjournals.com.

الصادرات زيادة بمعدل نمو سنوي مركب بـــ 26.1 % بما يعادل 10.1 مليار دولار من سنة 2006 إلى 2013 كما هو مبين في الشكل التالي[1]:

شكل رقم (36): صادرات و وارادات الهند من الأدوية خلال الفترة (2006-2014)



Source: India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015, p13, depend on : Department of commerce India, planning commission report, India Business, nues, BMI, techsci research.

نلاحظ من خلال الشكل أن هناك زيادة في قيمة الصادرات من سنة 2006 بقيمة 2 مليار دولار لتصل سنة 2013 إلى 10 مليار دولار، وهذا بنسبة نمو سنوي مركب 21 %، خاصة المنتجات الموجهة للدول الإفريقية، كما أنه في سنة 2013 فقط إستقطبت الولايات المتحدة الأمريكية 34% من المنتجات الدوائية الهندية وأوربا 26% ثم آسيا 20% ووضعت الوزارة الوصية للهند (وزارة التجارة) هدف أساسي وهو زيادة عملية التصدير لتصل في سنة 2016 لقيمة 25 مليار دولار.

أما بالنسبة للواردات فقد بلغ محدد المركب السنوي بحوالي 25.4% بالنسبة لإستيراد الأدوية والمقدر بـــ 1.8 مليار دولار سنة 2013.

رابعا: السياسات الصناعية الهندية في مجال الصناعة الدوائية

لقد سعت الهند منذ القديم ولازالت تسعى لأن تحقق المراتب الأولى عالميا في مجال الصناعة الدوائية وذلك من خلال مختلف السياسات الصناعية التي تقوم بها حيث وفرت بيئة متوفرة على أغلب المعطيات التي تساعد المؤسسات الجديدة على النهوض والمؤسسات القائمة لتزداد قوتها، ولكن توفير هذه البيئة التي تحتوي على العديد من المميزات، تطلب ذلك مجهودا من طرف السلطات المعنية.

1 - India Brand Equity Foundation, op, cit, P13.

ولقد تطور مجال صناعة الأدوية في الهند عبر أربع مراحل مهمة، منذ سنة 1970 إلى غاية 2015، حيث قامت الهند في كل مرحلة بإتخاذ مجموعة من السياسات والإجراءات لدعم هذه الصناعة والخروج من التبعية وهذه المراحل هي[1]:

المرحلة الأولى (1970-1990):

تعتبر أول مرحلة منذ إهتمام الهند بمجال صناعة الدواء، متخذة عدة إجراءات منها:

- إصدار قانون براءات الاختراع للصناعات الدوائية سنة 1970؛
- إنشاء العديد من المؤسسات الدوائية؛
- تطوير البنى التحتية للصناعة الدوائية؛
- إعتماد سياسات التصدير.

المرحلة الثانية (1990- 2010):

لم تكتفي الهند بتلك الإجراءات السابقة بل قامت بخطوة هامة في حياة الصناعة الهندية، من خلال تحرير السوق الهندية وفتحها عالميا، إنطلاقا من اتخاذ إجراءات جديدة متمثلة في:

- توسيع المؤسسات الهندية للصناعة الدوائية في الأسواق العالمية؛
- التوجه الكبير نحو إنتاج الأدوية الجنيسة؛
- السماح لبراءات الاختراع بالتوسع من خلال القانون المعدل سنة 2005 مما أدى إلى تبني براءات إنتاج هندية.

المرحلة الثالثة (2010):

أما سنة 2010 كانت سنة فعالة في حياة الاقتصاد الهندي حيث تبنت الهند في هذه السنة عدة إجراءات متمثلة في:

- زيادة إيداع براءات الاختراع للإنتاج الدوائي؛
- تبني نماذج جديدة للبيع وقنوات الإيرادات مثل نموذج (مفتاح إدارة المحاسبة "KAM"،إدارة مبيعات الاتصال"CSO")؛
- وضع سياسة وطنية لتسعير الدواء في سنة 2012 تحت التشفير (NPPP-2012)؛

1- India Brand Equity Foundation, op, cit, P5.

- زيادة المؤسسات الرائدة الهندية للإجتماع بوظيفة البحث والتطوير من خلال زيادة الإنفاق على الأدوية الجنيسة.

المرحلة الرابعة (2011-2015):

في هذه الفترة قامت الهند بتدعيم الإجراءات المتخذة سابقا وذلك من أجل زيادة إستقطاب الإستثمار الأجنبي المباشر بتدفق نسبته 100%، كما أنها في سنة 2013 قامت بمراقبة أسعار الأدوية الجديدة بما يتوافق مع أوامر لجنة الغذاء والدواء الأمريكية، بما ساعد في تخفيض الأدوية بنسبة 80%.

إلا أنها في سنة 2012 حققت نجاحا باهرا حيث استقطبت ما يقارب حوالي 3208 مشروع خاص بالصناعة الدوائية، وهذا راجع للمزايا التي وفرتها الهند داخل بيئتها الداخلية لإستقطاب الإستثمار الأجنبي المباشر وهذه المزايا هي[1]:

- انخفاض تكلفة الابتكار والنفقات الرأسمالية (لتشغيل ممارسات التصنيع الجيدة مرافق متوافقة) والتي تنص على النفوذ في تسعير الأدوية ؛
- الشفافية في الإطار التنظيمي؛
- لديها سجل حافل في معظم براءات اختراع الأدوية وصياغة؛
- الدعم المحلي القوي في الإنتاج، من احتياجات المواد الخام إلى غاية الانتهاء من سلع الهند الناشئة باعتبارها مركزا للأبحاث، سواء التكنولوجيا الحيوية أو البحوث السريرية وإدارة البيانات السريرية.

1) السياسات الصناعية الداعمة للقطاع الدوائي في الهند

نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتلها الصناعة في الهند، شرعت في وضع سياسات الإصلاح الاقتصادي، والتي تمكنها من التكامل مع قطاع الصناعة تحت مظلة سياسة التحرير الاقتصادي التي تتبعها الهند، بالإضافة إلى خلق البيئة اللازمة لنموها وزيادة نشاطها ومشاركتها في التنمية الاقتصادية للدولة من خلال السياسات والتسهيلات الحكومية والتي تجسدت في[2]:

1- kapil kumar, op,cit, p p 28-29.

2- أحمد فايق دلول، **دور المشروعات الصغيرة في دعم الاقتصاد الفلسطيني**، مذكرة، قسم الاقتصاد والعلوم السياسية، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2009، ص87.

- تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها الدولة من أجل دعم عمل المشروعات الصغيرة؛
- فتح أسواق رأس المال أمام الشركات المساهمة لطرح 24% من أسهمها للشركات الصناعية الأخرى؛
- وضع الإطار التشريعي اللازم من أجل خلق بيئة قانونية وتشريعية، لضمان الحماية من ناحية وتنظيم العمل من ناحية أخرى؛
- التأكيد على دعم مفهوم التكنولوجيا الحديثة ومراقبة الجودة، والاهتمام بدعم التصدير وتسهيل تدفق القروض؛
- الاهتمام بالسياسات التي تهدف للحفاظ على البيئة والطاقة بالإضافة إلى وضع مقاييس خاصة من أجل التحكم في التلوث؛
- زيادة التسهيلات والإعفاءات المالية: زيادة القطاعات المعفاة من الضرائب وتقديم إعفاءات على رسوم الإنتاج؛
- الاهتمام بتسويق منتجات تلك الشركات من خلال تقديم العون للشركات الصغيرة والمتوسطة من أجل التسويق خارجيا.

ومن خلال هذه السياسات الإجمالية التي قامت بها الهند ووجهتها للاقتصاد ككل، فإن هناك سياسات وإجراءات خاصة لتطوير مجال الصناعة الدوائية وبعث التنمية والسعي لتحقيق عدة نتائج مسطرة مسبقا، وتتمثل هذه السياسات والإجراءات في[1]:

- تخفيض فترات القبول للمؤسسات الجديدة من خلال أخذ عدة خطوات لتخفيض الفترة، ومنح شهادة Noc للتصدير فأصبحت تمنح في أسبوعين بدل إثناعشر أسبوع سابقًا؛
- قامت وزارة الصحة الهندية بإبرام إتفاقيات مع لجنة الصحة والدواء الأمريكية، ومنظمة الصحة العالمية، لجنة الصحة الكندية، وذلك بهدف تعزيز قطاع الدواء الهندي والاستفادة من التجارب الرائدة في تلك الدول؛
- الإعفاءات الجمركية للصناعة الدوائية المساهمة في ترقية تكنولوجيا الدواء، وذلك لمساهمتها في تعزيز الناتج الإجمالي المحلي للدولة؛
- قيام الحكومة الهندية بتخصيص مبلغ قدره 640 مليون دولار لدعم البنية التحتية للصناعة الدوائية؛

1- India Brand Equity Foundation, op, cit, P31.

- تتطلع الهند في سنة 2020 لجعل صناعتها الدوائية واحدة من أكبر الصناعات في العالم.

على غرار ما سبق من سياسات وإجراءات حكومية متخذة من طرف السلطات الهندية فإن هنـــاك إجراءات أخرى جديدة لدعم السياسات السابقة، من أهمها[1]:

- تخفيض فترة الموافقة من فترة اثنا عشر أسبوع إلى أسبوعين وتسهيل عمليات الاستثمار فـــي القطاع الدوائي (سياسة الترخيص الصناعي)؛
- في هذا القطاع يسمح للاستثمار الأجنبي المباشر بنسبة 100% ومنحه تسهيلات؛
- لدى الحكومة رؤية متعلقة بالصناعات الدوائية تحت عنوان (الرؤية الدوائيـــة لســـنة 2020) تهدف إلى جعل الهند القائد الأول على المستوي الدولي في مجال تصنيع الدواء.

2) البيئة الصناعية لصناعة الأدوية في الهند

من خلال كل ما قامت به الهند من سياسات وإجراءات التي تم التطرق لها سابقا، وذلك لتطوير اقتصادها وتحقيق مزايا خاصة ببيئتها الاقتصادية، وتحقيق معدلات نمو مرتفعة.

واستطاعت الهند تحقيق العديد من المزايا والخصائص لاقتصادها في مجال الصناعة الدوائية، حيث أصبح حجم السوق في سنة 2015 يقدر بـــ 20 مليار دولار ويتوقع أن يصل بهذه المزايا إلى 55 مليار دولار في سنة 2020، وهذه المزايا تتمثل في:

أ - التنوع في المحفظة والفرص المتاحة

لقد قامت الهند بعدة خطوات لتخفيض تكاليف الإنتاج وتعزيز وظائف البحث والتطوير للمؤسسات الدوائية، حيث بلغ هذا التخفيض 60% مقارنة بـــالولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، وبالتالي أدى ذلك للتنوع في المنتوجات الدوائية للصناعة المحلية.

وتنتج الهند أكثر من 60 ألف علامة دوائية عبر 60 نوع دوائي، بالإظافة إلى تصدير أكثر من 500 مكون دوائي فعال، كما لديها 49 % من أحسن الأدوية المسجلة في الولايات المتحدة الأمريكية[2].

ونتيجة لهذا التنوع في المحفظة وتخفيض التكاليف إكتسبت هذه الصناعة فرصا تتمثل في[3]:

- الطلب العالمي على الأدوية في الإرتفاع؛
- سرعة نمو السوق العام؛
- زيادة التغلغل في الأسواق العالمية؛

2- Ipid, P:5.
2 - India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015,P:5.
3 - KAPIL KUMAR: op, cit, p:30.

- استثمار كبير من المؤسسات المتعددة الجنسيات؛
- الشراكات بين القطاعين العام والخاص لتعزيز البنية التحتية؛
- افتتاح قطاع التأمين الصحي والزيادة في نصيب الفرد من الدخل ومحركات النمو لصناعة الأدوية؛
- تعتبر الهند كمركز الإستعانة بمصادر خارجية عالمية والأفضل للمنتجات الصيدلانية نظرا لانخفاض تكلفة العمالة الماهرة.

ب- قيادة الاقتصاد

لقد حقق الهند مكانة في الجانب الاقتصادي وذلك من خلال السياسات الداعمة والمميزة في التكاليف والإنتاج، تتمثل في[1]:

- إزدهار الإقتصاد الهندي وتحسين طرق تحكم في تكاليف إنتاج الدواء؛
- زيادة التغلغل في التأمين الصحي؛
- زيادة التغلغل في المواد الكميائية في المدن الصناعية.

ونتيجة للسياسات الصناعية الداعمة في مجال الصناعة الدوائية الهندية أصبحت لها نقاط قوة تتميز بها متمثلة في[2]:

- نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي مما يؤدي إلى زيادة الدخل القابل للتصرف في أيدي عامة الناس وموقف إيجابي اتجاه الإنفاق على الرعاية الصحية؛
- إنخفاض التكلفة، وتوفر مجموعة من ذوي المهارات العالية منهم من يتحدث الانجليزية وسجل حافل في تصميم أجهزة تصنيع التكنولوجيا العالية؛
- تكلفة منخفضة من الابتكار والتصنيع والعمليات.

ج- نقاط ضعف الصناعة الدوائية وتهديداتها: رغم النتائج المحققة إلا أن هناك نقاط ضعف مازالت هذه الصناعة تعاني منها وهي[3]:

- لوائح التسعير الصارمة التي تؤثر على ربحية شركات الأدوية؛
- ضعف البنية التحتية من جميع النواحي هو تحد كبير؛
- وجود منافسين أكثر غير منظمين، مما أدى إلى ظهور المنافسة السعرية الشديدة؛
- ضعف تغطية التأمين الصحي.

3- India Brand Equity Foundation, op, cit ,P:05.
2- KAPIL KUMAR : op, cit, 30.
3- ipid, p30.

وهذا الضعف الذي تعاني منه جعلها تتعرض للتهديدات خاصة وأن هذه الصناعة التي تساهم في المحافظة على سلامة المجتمع الذي يتميز بنمو سكاني سريع وهذه التهديدات هي:

- تضخم الأجور؛
- قيام الحكومة بتوسيع نطاق الأدوية ومراقبة الأسعار؛
- بلدان أخرى منخفضة التكلفة مثل الصين وإسرائيل التي تؤثر على الطلب والإستعانة بمصادر خارجية للمنتجات الصيدلانية الهندية؛
- دخول مؤسسات أجنبية جديدة لتوفير منتجات حيث جهزت تجهيزا جيدا قائما على التكنولوجيا (في السوق الهندي).

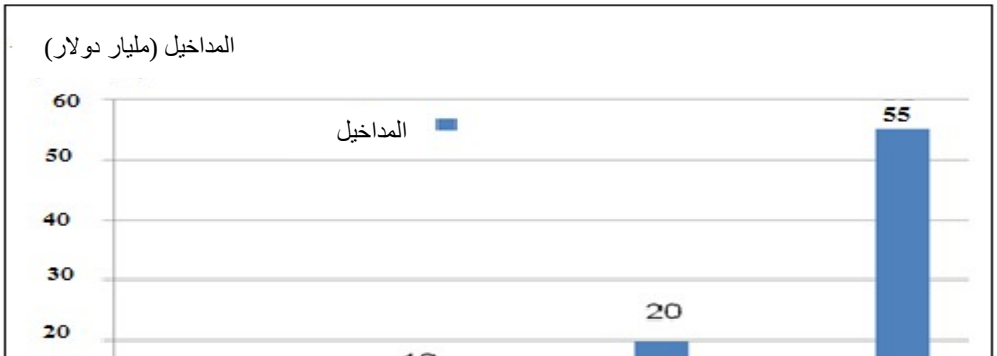
3) إيرادات الصناعة الدوائية والعوامل المؤثرة فيها

من خلال تحليل بيئة الصناعة الدوائية استنتاجنا أن توقعات النمو الإجمالي لصناعة الأدوية الهندية والأدوية إيجابي، ومن المرجح أن تستفيد من ارتفاع في الطلب على المنتجات الجنيسة المصنعة وهناك بعض من العوامل التي من شأنها أن تدفع النمو في صناعة الدواء المحلية هي[1]:

- إنخفاض التكلفة من حيث اليد العاملة؛
- زيادة العمليات القائمة على البحوث؛
- توافر القوى العاملة الماهرة؛
- زيادة براءات الاختراع واكتشافات الأدوية الجديدة؛
- زيادة الطلب على الأدوية الجنيسة خاصة ذات العلامات التجارية وهذا يوفر فرصا هائلة إلى شركات الأدوية الهندية وخصوصا تجربتهم السابقة في عام تطوير الدواء؛
- بعض العوامل الأخرى مثل اختراق الأسواق العالمية وزيادة حصة في مختصر تطبيق دواء جديد.

أ- **إيرادات الهند من الصناعة الدوائية:** لقد إكتسبت الهند ميزة تنافسية في صناعة الأدوية مقارنة بالولاية المتحدة الأمريكية وأوروبا، والأمر الذي ساعدها على ذلك هو إنخفاض تكاليف الإنتاج الميزة التي ساعدتها على تحقيق مداخيل، والمبينة في الشكل التالي[2]:

شكل رقم (37): مداخيل قطاع الدواء الهندي (2005-2020)



1- KAP
2- India

يوضح الشكل أن الهند نجحت في تحصيل مداخيل ضخمة في هذا المجال وأن سياساتها وإجراءاتها نجحت في ذلك، حيث أنها حققت نسبة نمو سنوية مركبة تقدر بـــ 12.79% إلى غاية 2015، ومداخيل مقدرة بـــ (20 مليار دولار).

وتتوقع أن تحقق في سنة 2020 نسبة 15.92% لتبلغ 55 مليار دولار، ومن المحتمل أن تصبح الهند ثالث أكبر سوق عالمي، من خلال النمو التدريجي وأيضا سادس أكبر سوق عالمي من حيث الحجم.

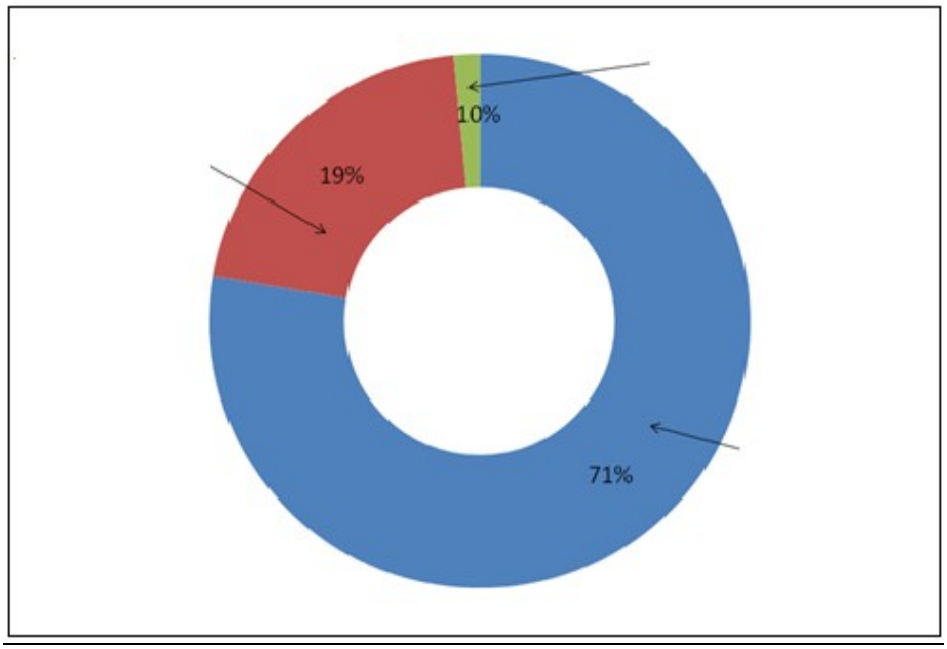
والهند حققت نتائج جيدة في هذه الصناعة، كما وضحه الشكل السابق، وسوف نوضح أهم النتائج المحققة في السنة الماضية 2015 داخل الصناعة المحلية للهند، في الشكل التالي:

شكل رقم (38): يبن حصة الإيرادات الهندية لصناعة الدوائية لسنة 2015

براءات اختراع

أدوية
تباع دون
رخصة

أدوية جنيسة



نلاحظ من خلال الشكل أن الهند بلغت إيراداتها من الأدوية الجنيسة 71% حيث تساهم بـــ 20 % من هذه الأدوية في السوق العالمية، مما جعلها أكبر دولة مصدرة لهذا النوع من الأدوية.

مع العلم أنها تبحث في هذا المجال حيث حققت 10 % كبراءات اختراع ولكن رغم هذه النسب المحققة إلا أنه مازال هناك ما يعرف بإنتشار فكرة بيع الأدوية بدون وصفة طبية، والتي بلغت نسبة إيراداتها 19% من إجمالي الإيرادات المحصلة في الصناعة الدوائية، مع العلم أن الأدوية المسجلة والأدوية التي تباع بدون وصفة وفرت حوالي 20 مليار دولار سنة 2015.

ب- العوامل المؤثرة على دعم الصناعة الدوائية في الهند: إستطاعت الهند التقدم بشكل ملحوظ في تقديم الخدمات الكيميائية مثل الكيمياء التحليلية وتصميم الأدوية الهيكلية، التي ستتيح لها نطاقا واسعا في مجال البحوث والقطاعات الأخرى الناشئة في صناعة المستحضرات الصيدلانية، وهناك بعض من العوامل الرئيسية التي من شأنها دفع عجلة النمو في صناعة الدواء الهندي هي[1]:

- زيادة في الطلب المحلي: أكثر من نصف سكان الهند لا يفضلون الحصول على الخدمات الطبية المتقدمة، لأنهم عادة ما يعتمدون على التقليدي، لكن مع زيادة مستويات الوعي، وارتفاع دخل الفرد، والتغيير في نمط الحياة بسبب التحضر والزيادة في مستويات محو الأمية، من المتوقع أن يرتفع الطلب على أسلوب العلاج المتقدم، وعلاوة على ذلك، فإن النمو في عدد السكان من الطبقة المتوسطة تزيد من الطلب؛

1- KAPIL KUMAR ;op, ci,29.

- الارتفاع في الأنشطة المرتبطة بمصادر خارجية: وزيادة في الأعمال التجارية ذات مصادر خارجية داخل الهند أيضا دفع عجلة النمو في صناعة الأدوية الهندية، وهناك بعض العوامل التي يمكن أن تؤثر على إدارة البيانات والإحصاءات الحيوية السريرية للأسواق في الهند هي:
  - كفاءة الأبحاث العلمية والبيولوجية مقارنة بالدول الأخرى؛
  - الاحتواء على قاعدة العمل ذوي المهارات العالية؛
  - تعتبر أرخص تكلفة من حيث العمالة؛
  - النمو القوي في صناعة تكنولوجيا المعلومات.
- النمو في المنتجات الخاصة بتمويل الرعاية الصحية: زيادة تمويل الرعاية الصحية مع إدخال منتجات مثل سياسة التأمين الصحي، التأمين على الحياة....، وقد أدى ذلك إلى الزيادة في الإنفاق على الرعاية الصحية، والتي بدورها استفادت منها صناع المستحضرات الصيدلانية؛
- حالة الطلب في القطاعات الناشئة: ومن المتوقع أيضا أن بعض القطاعات الناشئة مثل البحوث في المجال الحيوي فارما، والتجارب السريرية، والبيولوجية، الأدوية، السياحة الطبية والتعبئة والتغليف فارما تدفع عجلة النمو في صناعة الأدوية الهندية؛
- عروض الترخيص والشراكات: على الرغم من أن عقود التوريد طويلة الأجل بين المبدعين والمنتجين تحدث لبعض الوقت.

4) التحديات الرئيسية التي تواجهها صناعة الأدوية في الهند

كانت صناعة الأدوية الهندية تسير على مسار النمو القوي في العقد الماضي، وقد حققت العديد من الإنجازات وهي في وضع جيد للاستفادة من الفرص الناشئة، ومع ذلك تحتاج هذه الصناعة لمعالجة مختلف القضايا المتعلقة بعملياتها واللوائح، وتواجه العديد من التحديات في شكل تسعير المنتجات الصيدلانية وتأثير بعض الاتفاقات منها[1]:

- تأثير إتفاقية (GATT – TRIPS): الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة (GATT) والجوانب المتصلة بالتجارة من وحقوق الملكية الفكرية (TRIPS) يكون لها تأثير سلبي على تسعير المنتجات الصيدلانية لا يسمح للشركات الأدوية بإعادة توليد المخدرات والتركيبات القائمة وتغيير العملية الحالية وتصنيع نفس الدواء؛

1- Ipid, p31.

- التسعير: في الوقت الحاضر يتم التحكم في سعر الدواء الذي يستهلك بكميات كبيرة والتركيبات والتي تمثل حصة كبيرة في سوق التجزئة، وهناك حاجة للحد من عدد الأدوية المنتجة محليا وينظم ويسهل نمو صناعة المستحضرات الصيدلانية؛
- تسريب الأدوية من قبل المنشآت: تشمل معظم العملاء من المنشآت سواء شركات الأدوية الهندية أو المستشفيات الحكومية، وخدمة الدفاع الهندية والمستشفيات الخاصة، وقد تم تكليف قطاع الدفاع لشراء أسهم الأدوية من خلال المناقصات بكميات كبيرة مثل الطلب المتوقع لتلك العقاقير في السنة بسعر مخفض، وفي نهاية العام، يتم دفع الفائض المتاح في المنشآت إلى القنوات العادية من خلال الاستفادة من تخفيضات الأسعار، مما أدى إلى خسارة لشركات من خلال قنوات التوزيع العادية.

وفي الأخير يمكننا القول أن كل من الهند والصين استطاعتا تطوير صناعتهما الدوائية وإحتلال مراكز متقدمة بين دول العالم رغم أنهما لم تلتفت لدعم هذه الصناعة إلا حديثا والأمر الذي ساعد على ذلك هو فتح المجال أما الشركات متعددة الجنسيات للاستثمار من جهة، وتسهيل عمليات البحث والتطوير من خلال السماح بإجراء التجارب السريرية من جهة أخرى، أما بالنسبة لدول العربية عامة والجزائر خاصة فإنهم لم يحققوا نسب مرتفعة في المجال الأمر الذي أثر عليهم بعدم احتلال مراتب متقدمة عالميا.

الخلاصـــــــــة

إن الدولة تسعى دائما لتنظيم المنافسة في نظامها الاقتصادي بما يتماشى مع متطلباتها من خلال مجموعة من السياسات الصناعية، حيث تستطيع التأثير على هيكل الصناعة من أربع محددات تتمثل في التركز داخل القطاع، عوائق الدخول والخروج، بالإضافة لتمييز المنتجات.

وقد تم التوصل من خلال هذا الفصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- إن الدولة تستطيع التأثير على نظامها الاقتصادي من خلال ثلاث نقاط أساسية هي: أحوال الطلب في القطاعات - الصناعات المرتبطة والمساندة - أحوال عوامل الإنتاج؛
- إن المنافسة على مستوى الدولة تختلف عن المنافسة على مستوى القطاع وكذلك على مستوى المؤسسة؛
- للسياسات الصناعية علاقة وطيدة بهيكل الصناعة تتمثل في الإجراءات القانونية والتشريعية المطبقة في القطاع وكذلك الإعانات المالية الممنوحة لبعض المؤسسات في القطاع، وسياسات التأهيل للمؤسسات؛
- السياسات الصناعية تستطيع التأثير في هيكل الصناعة من خلال التأثير على محدداته؛
- الصناعة العربية في مجال الأدوية تعاني عجز كبير خاصة العديد من المعوقات التي تؤثر عليها سلبا، بالإضافة لضعف البنية التحتية لهذه الصناعة؛
- لقد حققت كل من الصين والهند قفزة نوعية في الصناعة الدوائية وذلك من خلال حجم الإنتاج وقدرتهما على التصدير بقوة للعديد من الدول؛
- نجحت كل من الصين والهند في الإرتقاء بصناعتها الدوائية من خلال السياسات والإجراءات التي استطاعت من خلال التأثير على هيكل الصناعة الدوائية.

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذا الفصل ومعرفة كيفية التأثير على الهيكل الصناعي بواسطة السياسات الصناعية، باستخدام أدواتها المساعدة على ذلك، لكن هذه الدراسة لم تكتمل بعد خاصة وأننا نتطرق فيها لصناعة الدوائية لذا لابد من معرفة كيف أثرة الجزائر على هيكل الصناعة الدوائية بواسطة السياسات الصناعية المنتهجة.

الفصل الرابع
هيكل صناعة الأدوية بالجزائر
في ظل السياسات الصناعية

تمهيد:

بعد التطرق في الجزء النظري إلى مفهوم السياسات الصناعية والتعرف على أدواتها المساعدة في تدخل الدولة في الشؤون الداخلية للاقتصاد المحلي وفرض تشريعات وقوانين تؤثر على تنافسية المؤسسة الناشطة في القطاع الدوائي ومدى تأثير هذه السياسات على محددات الهيكل بصفة عامة.

سنحاول إسقاط الدراسة على قطاع الصناعة الدوائية في الجزائر، خاصة أن الجزائر تسعى لتنظيم هذا الأخير لزيادة تنافسيته في جو لا يخلو من التأثيرات السلبية، في ظل الوضع الحالي الذي تتبنى الجزائر سياسات خاصة من أجل الدخول إلى المؤسسة العالمية للتجارة وإقامة شراكات مع معظم الدول المتقدمة وبالمقابل المحافظة على الإنتاج المحلي من خلال استبعاد المؤثرات السلبية من هذه السياسة التي تحتوي مجموعة من القوانين المفروضة يمكن أن تهدد هذه المؤسسات.

ومن الأحسن في دراستنا هذه أن نقوم بالتعرف على الصناعة الدوائية في العالم، بعد ذلك الصناعة الجزائرية ومدى تأثير السياسات الصناعية عليها، وتمحورت الدراسة في هذا الفصل ضمن ثلاثة مباحث أساسية هي:

المبحث الأول: لمحة حول الصناعة الدوائية؛

المبحث الثاني: تحليل هيكل صناعة الدواء في الجزائر؛

المبحث الثالث: أثر السياسات الصناعية الجزائرية على هيكل صناعة الأدوية.

المبحث الأول: لمحة حول الصناعة الدوائية

لقد كان للتحولات العالمية تأثيراتها الواضحة على السوق، حيث شهد هذا الأخير منذ نهاية القرن العشرين العديد من الأحداث والتغيرات المتلاحقة التي كان لها أثر كبير على إستراتيجيات وسياسات المؤسسة وقدرتها على النمو، وقد أحدث تزايد الاتجاه نحو عالمية الأسواق والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية وتحرير التجارة ونمو المنافسة العالمية نوعا من التحول في السوق.

المطلب الأول: ماهية الصناعة الدوائية

الدواء هو عبارة عن مادة حيوية ترتبط ارتباطا وثيقا بصحة الإنسان، ولا ينبغي التعامل مع الدواء على أنه سلعة تجارية، بل ينبغي توخي كل الحذر والحرص عند التعامل معه لما له من أبعاد إنسانية واجتماعية خطيرة فالإنسان يستطيع الاستغناء عن آلاف السلع ولكنه لا يستطيع الاستغناء عن دواء واحد يحتاج إليه، لذا فالصناعة الدوائية تحتل مكانة هامة لدى جميع الشعوب والدول.

أولا: التعريف بالصناعة الدوائية

الأصل في الصناعة الدوائية هو الدواء والذي عرف من قبل علماء الدواء بأنه: أي مادة كيميائية تستعمل في العلاج (الشفاء) من الأمراض، أو في تشخيص الأمراض(العلة أو الداء) التي تصيب الكائن الحي (إنسان، حيوان، نبات)، أو التي تفيد في تخفيف وطأة وحدة المرض والوقاية منه، أو تعزيز الصحة البدنية والنفسية للكائن الحي[1].

وكذلك عرف على أنه كل مادة بسيطة أو مركبة لها خصائص للشفاء أو للوقاية أو لها فعل فيزيولوجي وتستعمل في طب الإنسان أو الحيوان[2].

وتعتبر الصناعة الدوائية جزء من الصناعة الكيماوية بشكل عام، حيث يتم تقسيم الصناعة الكيماوية إلى صناعات كيماوية ثقيلة أو قاعدية (بما فيها الكيمياء المعدنية والكيمياء العضوية) وصناعات كيماوية دقيقة والتي تتمثل في الصناعات الدوائية (أدوية نباتية أو الملونات)، بحيث تتميز

1- **ملتقى الصيادلة العرب**، بتاريخ : 2013/9/1- الساعة : 04:55 على الرابط
http://www.4ph.net/vb/showthread.php

2- وزارة الصحة العامة، **دليل أصول التصنيع الجيد للأدوية في لبنان**، بيروت، قرار رقم 212/1، 2009، ص ص 22- 23.

عن الكيمياء الثقيلة من حيث أنها ذات أسعار مرتفعة، وقيمة مضافة معتبرة، محدودة الكمية، وعدد كبير من مراحل التصنيع[1].

ثانيا: خصائص الصناعة الدوائية

نظرا لحساسية هذه الصناعة وإرتباطها بصحة المواطن، والاهتمام الخاص التي توليه معظم الدول لها فإن قطاع الصناعات الدوائية يتميز بمجموعة من الخصائص هي[2]:

1- يتطلب كثافة في رأس المال، والمعرفة، والتكنولوجيا، لذلك فإن أكبر المؤسسات والمخابر العالمية تتميز بضخامة رأس مالها، بالإضافة لاحتكارها للتكنولوجيا من خلال الاستثمار في الابتكارات والاختراعات التي تعود عليها بحقوق الامتياز؛

2- شدة المنافسة باعتبارها مجال أعمال جد مربح، وذلك رغم خضوعها لسيطرة وتحكم أضخم المؤسسات والمخابر العالمية؛

3- اعتماده على أنظمة توزيع ديناميكية، حيث تشكل هذه الأنظمة حجر الزاوية الذي تبنى عليه مختلف الإستراتيجيات التسويقية؛

4- معدلات إنتاجية عالية نظرا للكميات الضخمة التي يتم إنتاجها وتسويقها.

كما يتميز قطاع الصناعات الدوائية بنمو احتمالي كبير ما يجعله سوق ذات امتداد وتوسع كبيرين، وذلك للأسباب التالية:

- الحاجة المتزايدة لحياة أفضل؛
- زيادة نسب حصول السكان على العلاج؛
- ظهور أمراض جديدة أكثر تعقيدا؛
- ظهور مقاربات وتقنيات علاجية جديدة؛
- التطور المستمر للحاجات العلاجية الجديدة لفئات معتبرة من المجتمع بسبب الارتفاع المتزايد لمعدلات الأمل في الحياة.

إذا هي صناعة تعتمد على التخصص، والمهارات الراقية، والخبرات المتراكمة، وذلك من خلال تخصص بعض المؤسسات الناشطة في هذا المجال لإنتاج منتجات لا تستطيع المؤسسات الأخرى

1- مداح عريبي الحاج، **تنافسية الصناعات الصيدلانية في دول شمال إفريقيا**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 9، 2013، ص ص 22-23.

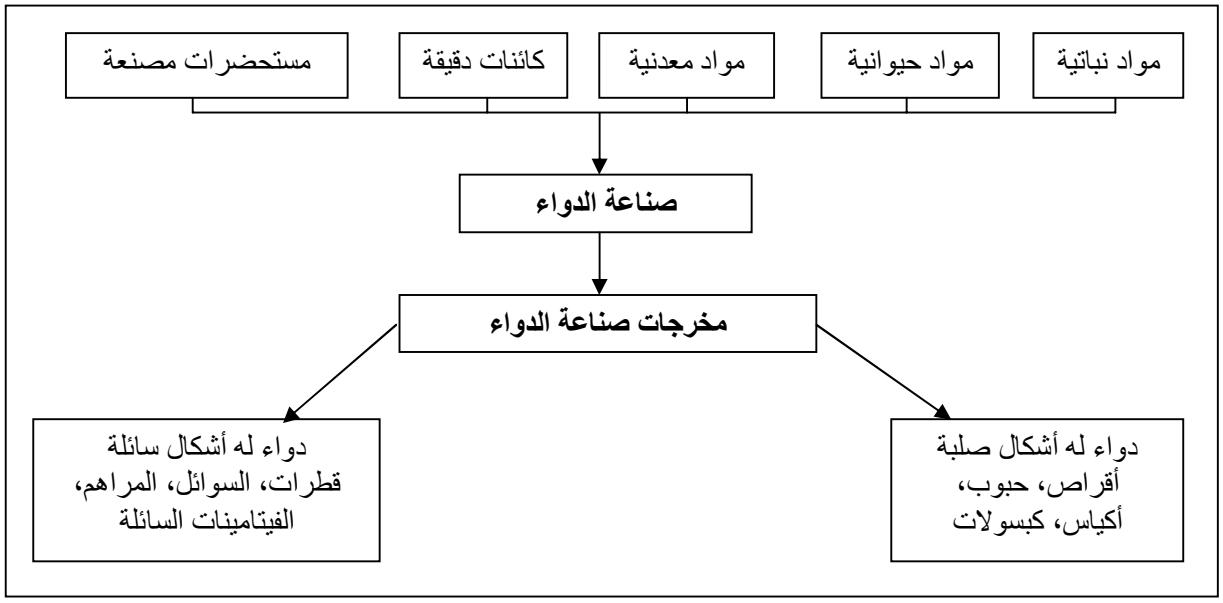
2- محمد علي مروج، **دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية خلال الفترة 2012/2000**، مذكرةماجستير، جامعة فرحات عباس – سطيف01–، 2014/2013، ص ص 91-92.

منافستها فيها، بينما توجد مؤسسات أخرى تنتج لفئة معيّنة من المرضى، وهناك مؤسسات لا تصنع إلا الأدوية غالية الثمن، مثل أدوية الأمراض المزمنة، أو الأدوية المنقذة للحياة، كما تتمتع هذه الصناعة بنظام أو أنظمة توزيع ديناميكية، ويشكل نظام التوزيع جزءًا لا يتجزأ من إستراتيجيات التسويق الصيدلاني[1].

ثالثا: مصادر وأنواع الصناعة الدوائية

تدخل عدة منتجات في صناعة الأدوية منها المنتجات الحيوانية والنباتية والمعدنية ومنتجات الكائنات الدقيقة، بالإضافة إلى مصادر أخرى المستحضرات المصنعة كيميائيا، إذ تعطي بعد معالجتها أدوية في أشكال صلبة أو سائلة يتناولها مستعملها عن طريق المص أو الشرب أو الحقن أو الدهن كما يوضح الشكل ذلك:

شكل رقم (39): المواد الأولية الداخلة في صناعة الدواء



المصدر: السعيد قاسمي، **التفاعل بين المذكرة والبيئة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية"**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس – سطيف 01 -،

من الشكل يتضح أن هناك عناصر متنوعة في تكوين منتج الدواء هي[2]:

أدوية من أصل نباتي: أو الأدوية العشبية، أو الأعشاب الطبية وتتمثل في الأدوية المستخرجة من النباتات الطبية، وقد يستعمل الإنسان كل أجزاء النبات أو جزء منه مثل البذور أو الجذور.

1- بشير العلاق، **التسويق الصيدلاني**، الطبعة الرابعة، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2007، ص21.

2- السعيد قاسمي، **التفاعل بين المذكرةوالبيئة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية"**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس – سطيف 01 -، 2012/2011، ص 168.

أدوية من أصل حيواني: وهي الأدوية المستخرجة من أجسام الحيوانات مثل الهرمونات، كهرمون الأنسولين الذي يستخدم في علاج مرض السكر؛وهرمون الغدة الدرقية؛ ومجموعة العناصر الهاضمة؛ وخلاصة الكبد؛ وزيت السمك؛ وغيرها من المنتجات الحيوانية، ولقد لعبت الهندسة الوراثية دورا كبيرا في تطوير الأدوية المستخرجة من الحيوانات.

أدوية ذات أصل معدني: وتضم هذه المجموعة كثيرا من أملاح الحديد والرصاص والمغنيزيوم والفسفور والكالسيوم والصوديوم والبوتاسيوم والألمنيوم والذهب.

الأدوية الناتجة من الكائنات الدقيقة: ويعتبر البنسلين أول دواء تنتجه الكائنات الدقيقة، وهو أول مضاد حيوي تعرفه البشرية، وكان السبب في اكتشاف العديد من المضادات الحيوية وتصنيعها مثل التتراسكلين والأمبسلين.

الأدوية المصنعة كيميائيا: وتشمل هذه المجموعة الآلاف من الأدوية التي تعتبر الأكثر استعمالا في الوقت الحاضر وتتسابق شركات الدواء في تصنيعها وتطويرها وتصنيع المواد الخام لمستحضرات هذه المجموعة كيميائيا باستخدام مواد كيميائية أولية.

تجدر الإشارة إلى أن منتج الدواء له تسميتان واحدة طبية تعتمد على المركبات الكيميائية المكونة له كأن نجد دواء واحد له عدة أسماء وكل هذه الأسماء متماثلة، ولها اسم طبي موحد عالميا لدى المؤسسة العالمية للصحة، واسم تجاري له حماية قانونية.

كما يوجد تقسيم آخر على المستوي الدولي يميز بين ثلاثة أشكال قانونية للأدوية[1]:

1- **المنتجات المحمية:** تكون في هذه الحالة الأدوية محمية ببراءة تتراوح مدتها من 5 إلى 20 سنة ولا يسمح لأي مؤسسة أخرى من إنتاجها خلال هذه الفترة، وتكون أسعارها مرتفعة جدا؛

2- **المنتجات الجنيسة:** هي إنتقال المنتجات المحمية بعد إنتهاء الفترة القانونية لسريان مفعول البراءة، أي زال عنها حماية براءات إختراعها ويمكن بيعها بالاسم النوعي للدواء وليس بالاسم التجاري، وتوجه مباشرة للمجال العمومي أين تكون المنافسة واسعة مع إنخفاض الأسعار؛

3- **المنتجات الحرة:** هي عبارة عن الأدوية التي لا تحتاج لوصفة طبية فيمكن شراؤها مباشرة من الصيدلي وفي المحلات العامة، حيث يكون سعرها مرتفع، سوقها محدود، وهي غير معوضة من طرف الضمان الاجتماعي.

رابعا: أصول التصنيع الجيد للدواء

1- عريبي الحاج مداح، مرجع سابق، ص ص 22-23.

يمثل ذالك الجزء من ضمان الجودة الذي يضمن الإنتاج المستمر ذو الجودة العالية للمنتجات الدوائية التي تتمتع بالمواصفات التي تجعله مناسبا للاستخدام في الأغراض التي صنع من أجلها، وليتحقق ذلك يجب مراعات ما يلي[1]:

1- يجب أن تكون كل العمليات التصنيعية واضحة في تفاصيلها حيث تراجع بصورة نمطية ومستمرة من خلال الخبرة المكتسبة مما يؤدي إلى تثبيت ظروف الإنتاج لتصنيع منتجات نهائية عالية الجودة ومطابقة للمواصفات؛

2- يجب تقييم الخطوات المهمة في عمليات الإنتاج والتغييرات التي تجري بين حين وآخر؛

3- يجب أن تكتب العمليات وطرق العمل بصورة أوامر وبوضوح وأسلوب لغوي بسيط حتى يمكن تطبيقها في أقسام المصنع؛

4- يجب أن نقلل قدر الإمكان تعرض المنتج لأي ظرف مؤثر على جودته أثناء عملية التوزيع؛

5- يجب توفر نظام دقيق لاسترجاع أي دواء من التوزيع والبيع عند الحاجة إلى ذلك؛

6- يجب توفير كل الوسائل الضرورية للوصول إلى التصنيع الجيد للأدوية وتشمل:

- جهاز بشري كفوء ومدرب للمهام المطلوبة؛
- أماكن ومساحات مناسبة وفسيحة؛
- المواد الأولية والعبوات واللواصق الصحية؛
- إتباع طرق وتعليمات خطية معتمدة؛
- توفير طرق خزن ونقل مناسبة.

7- يجب أن تدرس الشكاوى التي تصل عن منتجات مسوقة ويتم التحقق في العيوب التي تم على أساسها تقديم الشكاوى وتتخذ الاجراءات المناسبة لمنع حدوث ذلك مستقبلا.

المطلب الثاني: صناعة الدواء عالميا

لقد تطورة صناعة الدواء عالميا في الدول المتقدمة سواء من حيث الإنتاج أو الاستهلاك، نتيجة للتطور التكنولوجي الذي ساهم بشكل كبير في ازدهار الصناعة الدوائية بالإضافة إلى النمو السكاني والذي فاق 7 مليار نسمة[2].

1- وزارة الصحة العامة، **دليل أصول التصنيع الجيد للأدوية في لبنان**، بيروت، لبنان، قرار رقم 212/1، 2009، ص9-10.
2- عدد سكان العالم ، 5016/5/10، على الرابط التالي /ar.m.wikipedia.org/wiki

غير أن توزيع استهلاك الدواء في العالم يعتبر غير عادل، حيث تستهلك الدول الصناعية والتي يقطنها حوالي 14% من سكان العالم أكثر من 240 مليار دولار من الدواء، وذلك راجع إلى ارتفاع المستوى المعيشي للفرد في هذه الدول بينما تستهلك الدول العربية حوالي 5.4 مليار دولار فقط، أي ما يعادل 1.5% من الإستهلاك العالمي، كما لا يمكن لحوالي 30% من سكان العالم الحصول على الدواء بشكل منتظم.

أولا: نشأة الصناعة الدوائية العالمية

أنشأت في عدد كبير من الدول مؤسسات دوائية من طرف رجال الأعمال والمحترفين ومعظمها قبل الحرب العالمية الثانية، حيث بدأت بعضها كفرع للصناعة الكيميائية: رون بولانك في (Jaussen) في ألمانيا وجوسن (Bayer et Hoechst) في فرنسا وبايورت هوست (Rhône Poulenc) في فرنسا وتأسست كلها (Rossel) في الولايات المتحدة الأمريكية وروسل (Squibb) بلجيكا وسكيب من طرف أطباء[1].

ومعظم المؤسسات الدوائية هي عالمية وتملك فروع لها في بلدان مختلفة، هناك مؤسسات دوائية تنتج أدوية ذات علامات تجارية راسخة، وهذه المؤسسات تستأثر بحصة الأسد من السوق العالمية، وهناك دخلاء على هذه الصناعة ينتجون أدوية لا تحمل علامات تجارية راسخة، ولكنهم يزوِدون السوق باحتياجاتها.

يوجد في الصناعة الدوائية مؤسسات تختص بتعبئة الأدوية وتغليفها، ومن ثم تسويقها تحت علامات تجارية معينة، فهي تشغل بيولوجيين وبيوكيميائيين وكيميائيين ومهندسين وميكروبيولوجيين وصيادلة وفيزيائيين وأطباء وبيطريين يعملون في البحث والتطوير وفي التصنيع وفي رقابة الجودة وفي التسويق والتمثيل الطبي أو الإداري من دون أن يكون لها أي دور في إنتاج أو تصنيع هذه الأدوية.

يمكن للمؤسسات الصانعة للمنتجات الدوائية أن تبيع منتجاتها إلى عدد كبير من المشترين، ومن هؤلاء المشترين[2]:

1- تجار الجملة، الذين يعدون من أهم المشترين المتعاملين مع صانعي المنتجات الدوائية؛

1- دحمان ليندة، **التسويق الصيدلاني حالة مجمع صيدال**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة دالي إبراهيم – الجزائر -، 2010/2009، ص 08.

2- دحمان ليندة، مرجع سابق، ص 07

2- تجار التجزئة، والمتمثلين بالصيدليات، وهذه الصيدليات تَقسم إلى مجموعتين، فهناك صيدليات مستقلة، وهناك صيدليات المستشفيات التي تتمتع بنفوذ كبير في السوق؛

3- المستشفيات أيضًا تشتري المنتجات الدوائية، وهنا يجب أن نشير إلى أن المستشفيات تتمتع بثقل شرائي كبير في السوق، حيث لقراراتها تأثيرات على سياسات المنتجين والموزعين؛

4- المصحات هي الأخرى تشتري الدواء، إما مباشرة من المنتجين، أو من خلال الوسطاء.

ويتميز كذلك سوق الدواء العالمي بما يلي[1]:

- سوق ديناميكي مع نمو متزايد؛
- سيطرة المؤسسات الكبيرة، حيث تحتكر عشر منظمات عالمية على50% من مبيعات الدواء؛
- احتكار عشر دول فقط لحوالي 85 % من الإنتاج العالمي لدواء؛
- يستهلك حوالي 15% من سكان العالم (في الدول المتقدمة) حوالي 90% من الأدوية المباعة في العالم؛
- عرض متزايد للأدوية الجنيسة؛
- تستهلك الدول المتقدمة 2/3 من الأدوية الأصلية بينما تستهلك الدول الفقيرة 2/3 من الأدوية الجنيسة.

ثانيا: عمالقة صناعة الدواء في العالم

لقد احتلت العديد من المؤسسات مكانة عالية في الإنتاج الدوائي حيث أن هذه المؤسسات تعود نشاطاتها في هذا المجال لعدة سنين وتطورت مع زيادة خبرتها والجدول التالي يبين ترتيب العشرين مؤسسة الأولى عالميا.

1- جلالي ياسمينة، **المحاسبة عن تكاليف البحث والتطوير وفق النظام المحاسبي في الجزائر والمعايير المحاسبية الدولية، مدخل مقارن: دراسة حالة مركز البحث والتطوير - صيدال -**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف، 2010/2009، ص 176.

جدول رقم (10): ترتيب العشرين مؤسسة الأولى عالميا في سنة 2013 الوحدة(مليار دولار)

المؤسسة	الدولة	قيمة الانتاج 2012	ترتيب العالمي 2012	قيمة إنتاج 2013	ترتيب العالمي 2013	نسبة النمو	ترتيب العالمي 2014
Novartis	سويسرا	50.512	2	50.576	1	1.9	3
Pfizer	الولا- الم	46.707	1	44.330	2	-2.6	-
Sanofi	فرنسا	38.531	4	38.181	3	1.4	-
Merck	الولا- الم	39.891	3	36.350	4	-7.0	7
Roche	سويسرا	34.958	5	36.146	5	5.3	2
GlaxoSmithKline [GSK]	بريطانيا	32.736	6	32.544	6	1.5	6
Johnson & Johnson [JnJ]	الولا- الم	27.717	8	30.784	7	12.2	1
AstraZeneca	بريطانيا	31.704	7	30.257	8	-2.9	-
Teva	إسرائيل	24.762	12	24.258	9	-1.8	-
Eli Lilly	الولا- الم	21.583	10	23.045	10	8.4	-
Amgen	الولا- الم	17.103	13	18.621	11	8.7	5
ABBVIE	-	17.881	-	18.150	12	2.0	8
Boehringer Ingelheim	ألمانيا	16.889	15	17.375	13	5.7	-
Bayer	ألمانيا	16.431	16	17.276	14	8.3	-
Novo Nordisk	دنيمارك	12.375	18	14.300	15	15.0	-

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Industrie Pharmaceutique/http://pharmactuposition.blogspot.com
Ims Health MIDAS december 2013.
Fortune - World's Most AdmiredCompanies - Industries - Pharmaceuticals - From the March 17، 2014 issue- http://www.pharmexec.com/pharm-exec-50-growth-bottom

نلاحظ من خلال الجدول أن الولايات المتحدة الأمريكية تمثل أكبر عدد من المؤسسات تقدر بخمس مؤسسات، أما بريطانيا وسويسرا وألمانيا كل دولة لها مؤسستين، وفرنسا وإسرائيل ودنيمارك لكل منهم مؤسسة واحدة، ومن حيث الإنتاج السنوي نلاحظ أن القيمة تتراوح بين 14مليون دولار و50مليون دولار، لكن بقيم متفاوتة بينها.

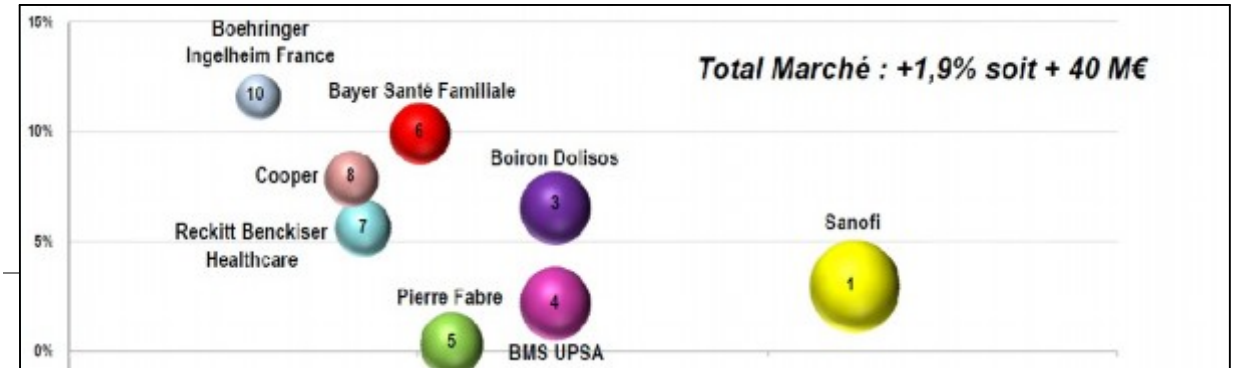
أما من حيث النمو والترتيب نلاحظ أن المؤسسة الأمريكية Pfizer سجلت تراجع في النمو يقدر بـــ (2.6%) مما أثر على مكانتها عالميا من المرتبة الأولى عالميا إلى المرتبة الثانية عالميا، وكذلك المؤسسة الأمريكية تراجع النمو بـــ (7%) وتراجعت المؤسسة من المرتبة الثالثة إلى الرابعة ثم إلى المرتبة السابعة عالميا، وكذلك المؤسسة البريطانية Astra Zeneca من المرتبة السابعة إلى المرتبة الثامنة والمؤسسة الإسرائيلية رغم تراجع نموها بنسبة (1.8%) لكن تحسن ترتيبها من المرتبة (12) إلى (9)، أما من فيما يخص زيادة النمو فنلاحظ أن المؤسسة السويسرية Novartis ورغم تسجيلها نموا بنسبة (1.9%) إلا أنها تراجعت مرتبتها من المرتبة الأولى في 2013 إلى المرتبة الثالثة في 2014 ، والمؤسسة التي إستطاعت قفز قفزة نوعية هي المؤسسة الأمريكية Johnson & Johnson من المرتبة الثامنة في 2012 إلى المرتبة الأولى عالميا في 2014 بنسبة نمو تقدر بـــ (12.2%).

لكن هذه المؤسسات تعتمد على العديد من المخابر العالمية في اكتشافاتها وبراءة اختراعها لتحقيق المراتب الأولى عالميا.

ثالثا: أفضل عشر مخابر في العالم

تعتبر مخابر الدواء هي الركيزة الأساسية والفعالة في الصناعة الدوائية لأنها تهتم باكتشاف وإبتكار الدواء الجديد والفعال خاصة ونحن في زمن انتشر فيه العديد من الأمراض، الأمر الذي زاد الطلب العالمي على كل الأدوية، لذلك هناك عدد من المخابر تحتل الريادة في الإكتشاف الدوائي وهي ممثلة في الشكل التالي:

شكل رقم (40): العشر مخابر الأولى عالميا في سنة 2011



نلاحظ من خلال الشكل أن المخابر الفرنسية تحتل الريادة من بين المخابر العشر العالمية ثم تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في الدرجة الثانية، وبعد ذلك باقي الدول الرائدة في هذا المجال، إلا أننا لا نجد المخابر اليابانية في المقدمة رغم أن اليابان تحتل المرتبة الثالثة عالميا من حيث الإنتاج.

ونجاح هذه المخابر في الارتقاء بمؤسساتها من خلال الاكتشافات المحققة في ظل الوقت الراهن الذي تسوده العديد من الأمراض من جهة والتحالفات والاستراتيجيات التنافسية من جهة أخرى، ولمواجهة التغيرات الحاصلة في الصناعة الدوائية العالمية ركزت المؤسسات على زيادة حجمها، من خلال زيادة إستثماراتها مع إعادة هيكلة البحث والتطوير لتقديم أدوية مبتكرة وحديثة، للوصول إلى هذا يجب على المخبر أن يتبنى ثلاث إستراتيجيات ممكنة هي[1]:

- إنتشار الملكية؛
- التعاون؛
- الفصل بين الأنشطة الكيماوية والصيدلانية للمجموعات التي تعمل على الإثنين معا.

وللوصول إلى هذا ركزت المخابر العالمية على ثلاث عناصر هي:

1) **تسارع التحالفات**: إن المخابر العالمية التي تسعى لامتلاك تكنولوجيا معقدة ولكنها مكلفة جدا فتلجأ إلى إقامة التحالفات لإقتسام المعارف والتجهيزات من أجل تخفيض التكاليف المرتفعة للإبداع.

2) **التنمية**: من خلال هذه الاستراتيجية تقوم المخابر العالمية بتوجيه أنشطتها نحو تعاقدات مع شركات لخدمات متخصصة مثل (إقامة الدراسات التطبيقية العامة، دراسات الإدارة، التحاليل الإحصائية، التحاليل الكيميائية،...)، هذه العقود تسمح للمخابر باستعمال مواد إضافية لتسريع النمو وامتلاك الكفاءات.

1- زليخة تفرقنيت، **تأثير التكاليف على تنافسية المؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة صيدال**، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2005/2004، ص ص 123- 124.

3) **التصنيع بالمقاولة من الباطن:** تلجأ المخابر الكبرى في العالم إلى تبني المقاولة من الباطن كإستراتيجية بدراسة دقيقة ومعمقة لتنمية قدراتها والتركيز على الأنشطة الأساسية للمخبر، ويجب إستخدام المقاولة من الباطن في الأنشطة التالية (البحث والتطوير، الإنتاج، أنشطة التسويق)، والمقاولة من الباطن هي أن يلجأ شخص معين "المقاول" (Entrepreneur)، إلى شخص أخر"المقاول من الباطن" (Sous-traitant)، بإنجاز المشروع أو جزء منه ما لم ينص عقد المقاولة على خلاف ذلك ونجده يكون إما تعاون مباشر أو غير مباشر[1].

رابعا: ترتيب الدول العالمية من حيث الصناعة الدوائية

لقد قامت العديد من دول العالم بالاهتمام بالصناعة الدوائية نظرا لاتساع الأسواق العالمية والحاجة المتزايدة لهذه المادة التي تعتبر من الاهتمامات الكبيرة لجميع الشعوب مثلها مثل الغذاء والماء، وبالتالي اهتمام هذه الدول أدى إلى احتلالها المراتب الأولى عالميا كما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم (41): تطور ترتيب الدول الأولى المصنعة للأدوية من 2008 إلى 2013

1- فـاطـمة الزهـراء عـراب، فتيحة علالي ، **تنشيط المناولة الصناعية كخيار استراتيجي هام لدعم وترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر**، الملتقى الوطني حول:إستراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، 18و19 أفريل 2011، ص 5.

2008	المرتبة
الو.م.أ	1
اليابان	2
الصين	3 ▲5
فرنسا	4
إيطاليا	5 ▼2
إيطاليا	6
إسبانيا	7
إجلترا	8 ▼3
كندا	9
البرازيل	10 ▲1
المكسيك	11 ▼1
أستراليا	12 ▲1
كوريا الجنوبية	13 ▲1
روسيا	14
الهند	15 ▼3
تركيا	16 ▲1

2013	المرتبة
الو.م.أ	1
الصين	2 ▲1
اليابان	3 ▼1
ألمانيا	4 ▲1
فرنسا	5 ▼1
البرازيل	6 ▲4
إيطاليا	7 ▼1
إجلترا	8
إسبانيا	9 ▼2
كندا	10 ▼1
روسيا	11 ▲3
المكسيك	12 ▼1
الهند	13 ▲2
أستراليا	14 ▼2
كوريا الجنوبية	15 ▼2
الأرجنتين	16 ▲9

2018	المرتبة
الو.م.أ	1
الصين	2
اليابان	3
ألمانيا	4
البرازيل	5 ▲1
فرنسا	6 ▼1
إنجلترا	7 ▲1
إيطاليا	8 ▼1
كندا	9 ▲1
روسيا	10 ▲1
الهند	11 ▲2
إسبانيا	12 ▼3
المكسيك	13 ▼1
كوريا الجنوبية	14 ▲1
أستراليا	15 ▼1
تركيا	16 ▲2

source: IMS , Global Outlook for Medicines Through 2018, Institute for Healthcare Informatics, November 2014, p 33

يوضح الشكل ترتيب الدول من حيث إنتاج الدواء خلال ثلاث فترات زمنية، وقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية الريادة على مدى عشر سنوات، حيث يحتوى هيكلها الصناعي على خمس مؤسسات رائدة بإنتاج إجمالي قدره 153.001 مليار دولار سنة 2013، أما كل من إيطاليا، إنجلترا واليابان وألمانيا وفرنسا فهذه الدول بقية في المراتب الأولى لكن بتغيير المراتب فيما بينها فقط مثلما هو مبين في الشكل.

إلا أن الملاحظات المهمة في الشكل هو أن الدول المدروسة تتمثل كدول مقارنة وهي:

1- **الصين:** تم التطرق سابقا لدراسة الصين وتم التوصل أنها قامت بعدة إجراءات وسياسات صناعية من أجل النهوض بالقطاع الصناعي خاصة المجال الدوائي، وقد نجحت في ذلك وهو ما يعكسه هذا الشكل، حيث نلاحظ أن الصين انتقلت من المرتبة (5) في سنة 2003 إلى المرتبة (3) في سنة 2008 ثم إلى المرتبة (2) في سنة 2013، ولم تتوقف عند هذا فقط بل سوف تبقى في نفس المرتبة حتى 2018 حسب التوقعات المبنية على النتائج المحققة، وبالتالي حققت الصين مبتغاها من السياسات الصناعية المنتهجة خلال العشر سنوات الأخيرة، لأنها تغلبت على الدول المتقدمة في هذه الصناعة ما عدا الولايات المتحدة الأمريكية.

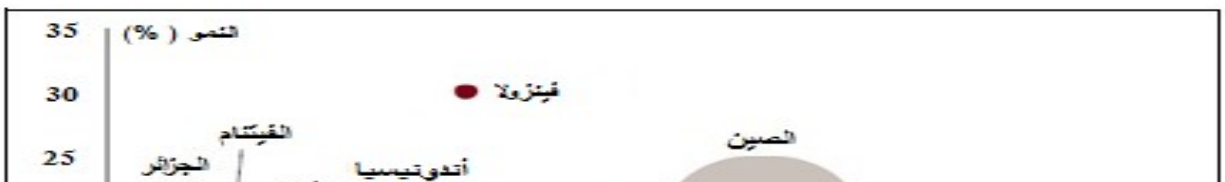
2- **الهند:** من خلال الدراسة السابقة التي تم القيام بها فالهند وباعتبارها دولة نامية فقد حققت نتائج إيجابية في مجال الصناعة الدوائية، وهو ما يعكسه هذا الشكل حيث نلاحظ أنها تراجعت مرتبتها 3 مراتب في سنة 2008 عما كانت عليه في سنة 2003، ولكن نجاح السياسات المنتهجة سمح لها في التقدم لتحتل المرتبة (13)، وهذا النجاح ساعد في توقع تحسن مرتبتها إلى (11) في سنة 2018.

كما تجدر الإشارة إلى أن هناك ملاحظات مهمة حول بعض الدول منها:

- سويسرا: في ما يخص هذه الدولة لوحظ سابقا أنها تحتوي على شركتين رائدتين في الصناعة الدوائية باحتلال شركتها Novartis المرتبة الأولى عالميا بإنتاج قدره 50.576 مليار دولار سنة 2013، والمؤسسة Roche المرتبة الخامسة بإنتاج قدره 36.146 مليار دولار منذ نفس السنة وبالتالي حققت إنتاج إجمالي قدره 86.722 مليار دولار في سنة 2013 ورغم ذلك احتلت المرتبة الأخيرة في سنة 2003 ولم تظهر في السنوات 2008–2013 على التوالي؛
- البرازيل: سجلت المرتبة (10) في سنة 2008 فأخذت مرتبتها في القدم لتحتل المرتبة (6) في سنة 2013، والتوقعات تقول ممكن أن يستمر هذا النجاح لتحتل المرتبة (5)، وهذا نتيجة لسياسات الصناعية الناجحة في المجال؛
- إسبانيا: لقد إحتلت مرتبة متقدمة في سنة 2008 لكن في سنة 2013 تراجعت مكانتها إلى المرتبة (9)، ولا نتوقع أن تحافظ على هذه المكانة نتيجة لسياسات الغير الفعالة في نفس الفترة، مما يؤثر عليها بالتراجع للمرتبة (12) في سنة 2008.

ويمكن تدعيم هذا الترتيب من خلال توضيح نمو حجم الأسواق الدوائية لأغلب الدول من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (42): تطور أسواق الدواء في العالم خلال سنة 2012

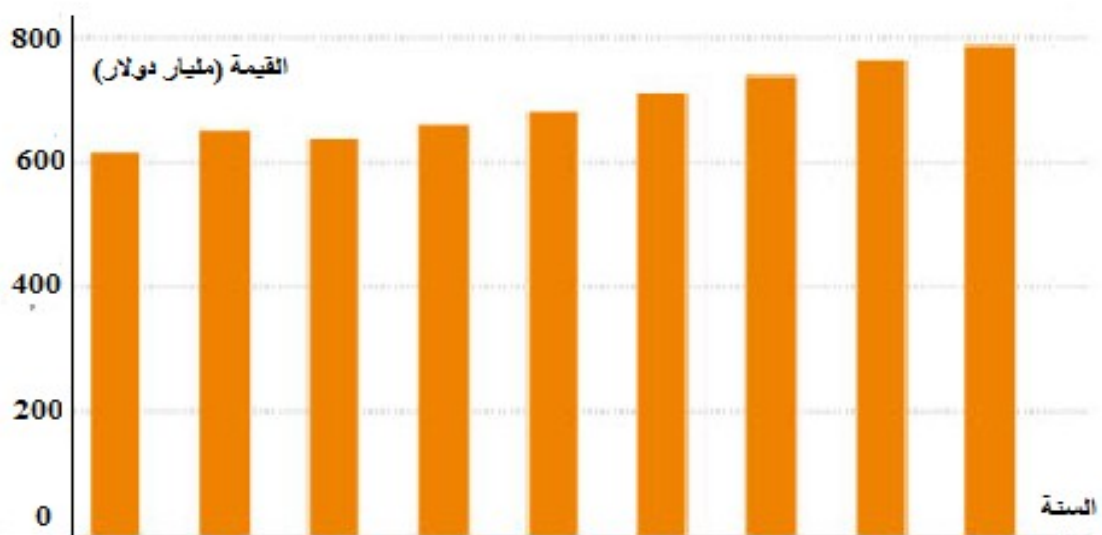


الشكل يبين التحليل السابق حول الجدول رقم (10)، حيث نلاحظ أن كل من الأسواق الصينية الهندية، الأمريكية، البرازيلية، اليابانية قد سجلوا نسبة نموا كبيرة خلال سنة 2012 وهذه الأسواق تعتبر كلها ناضجة، أما الأسواق الناشئة فنلاحظ أن كل من أندونيسيا وباكستان والفيتنام قد حققوا نسب نموا كبيرة أما باقي الدول في هذه المجموعة فنسبها متباينة، ومجموعة الأسواق الصغيرة فتتربع عليها نيجيريا ثم مصر ثم الجزائر والسعودية، بالإضافة لباقي الدول الأخرى.

خامسا: حجم سوق الدواء العالمي

لقد عرف السوق العالمي في الآونة الأخيرة تطورات عديدة في شتى المجالات خاصة الصناعة الدوائية، نظرا للزيادة السكانية وإنتشار الأمراض، ومن جهة أخرى إنتشار بعض الحروب والخلافات العرقية والدينية التي نتج عنها زيادة في عدد المرضى في المستشفيات من جهة أخرى، الأمر الذي أثر على زيادة الطلب العالمي على الدواء والمستلزمات الطبية والشكل الموالي يبين حجم سوق الدواء العالمي.

شكل رقم (43): يبين تطور حجم سوق الدواء العالمي حتى 2014 والمتوقع حتى 2018 (مليار دولار)



نلاحظ من خلال الشكل أن السوق العالمي لدواء في زيادة مستمرة حيث أنه كان في سنة 2010 يساوي 620 مليار دولار، إرتفع سنة 2014 إلى ما يقارب 680 مليار دولار، أي بزيادة نمو 9.67% لكن من المتوقع أن ينموا خلال الأربع سنوات القادمة بنسبة 16.17% وقيمة قدرها 790 مليار دولار في سنة 2018.

سادسا: أثر تطبيق اتفاقية منظمة التجارة العالمية على صناعة الدواء عالميا

إن تطبيق إتفاقية حماية الملكية الفكرية والمعرفة بإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) والمعروف بإصطلاح (تريبس)، وهذه الحقوق تمنحها الدولة من خلال قوانين، ويتمكن أصحابها بموجبها من منع الآخرين خلال فترة زمنية محددة من إستعمال نتائج أفكارهم من إختراعات بدون ترخيص منهم ويحصلون عادة على قيمة مادية ضخمة مقابل ذلك الترخيص بالإستعمال، ويرى كثير من الباحثين أن تطبيق هذه الاتفاقية ستكون له آثار سلبية على صناعة الدواء عالميا في المدى القصير وأخرى إيجابية في المدي الطويل.

1) الآثار الايجابية

تنوعت آثار هذه الاتفاقية خاصة على الأسعار والتكاليف، بالإضافة للأسواق ونوجزها في[1]:

أ- يرى الاتحاد الدولي لجمعيات صانعي الأدوية (IFDC) أنه سيكون لحماية الملكية الفكرية الدور الكبير في تشجيع الابتكار لإنتاج منتجات جديدة للمرضى مما سيكون له الأثر في تحسين الصحة العالمية وأن عولمة الحماية ستحث الجهود عالميا للحصول على أدوية للأمراض السارية والمزمنة؛

ب- إن حماية العلامة التجارية كفيل بالقضاء على الأدوية المقلدة التي تهدد حياة الكثير من المرضى وبالتالي تحسين نوعية الدواء المنتج؛

1- مركز تنمية الصادرات السعودية، **واقع الصناعة الدوائية السعودية وآفاق تصديرها للأسواق الخارجية**، مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية، يناير 2007، ص 4.

ج- إن تطبيق إتفاقية حقوق الملكية الفكرية سيشجع المؤسسات العالمية المتعددة الجنسيات للاستثمار الصناعي في الدواء نظرا لتوفر إمكانية حماية مصالحها التقنية؛

د- الإستفادة من إتفاقية منظمة التجارة العالمية للدخول في أسواق الدول المنضمة لمنظمة التجارة العالمية بحرية ودون عوائق جمركية وغير جمركية الأمر الذي يوسع فرص الأسواق.

2) الآثار السلبية

إلى جانب الآثار الايجابية التي تم ذكرها يوجد كذلك أثار سلبية تتمثل في[1]:

أ- إرتفاع أسعار المنتجات الدوائية والصيدلانية والذي سيكلف ميزانية الدول المستوردة للدواء مبالغ مالية طائلة حيث تتحدد قيمة الأدوية طبقا لنوعية الاختراعات والبحث والتطوير والتجريب وكذلك تدخل التصاميم والعلامات التجارية في قيمة المنتجات الدوائية؛

ب-إن فتح الأسواق أمام المؤسسات العالمية للنفاذ إلى أسواق الدول النامية بدون عوائق جمركية سيؤدي إلى المنافسة الغير متكافئة بينها وبين المصانع الوطنية في هذه الدول مما يهدد مستقبل هذه الصناعة ونموها؛

ج- إرتفاع تكلفة الحصول على حقوق التصنيع للأدوية نظرا لإحتكار المصانع العالمية للمعرفة الفنية والدراية العلمية.

المطلب الثالث: صناعة الدواء الجزائرية

تعتبر صناعة الأدوية بالجزائر صناعة فتية، سواء في عهد الاستعمار الفرنسي أو بعد الاستقلال ولا تتوفر الجزائر على مصانع كبيرة ومنتشرة عبر التراب الوطني لصناعة الأدوية، ولكنها تعتمد على بعض المؤسسات سواء التابعة للقطاع العام أو تلك التي أنشأها الخواص، وللتعرف عن حقيقة صناعة الأدوية بالجزائر، سوف نتطرق في البداية إلى مختلف المراحل التي مرت بها هذه الصناعة منذ عهد الاستعمار حتى اليوم، ثم نتطرق إلى المتعاملين في مجال التنظيم.

أولا: التطور التاريخي لصناعة الأدوية في الجزائر.

من خلال دراسة التطور التاريخي لهذه الصناعة في الجزائر، تم تقسيم تطورها الى أربع مراحل مختلفة منذ الحقبة الاستعمارية إلى اليوم وذلك للإعتبارات التالية[2]:

- الاحتكار التام لهذه الصناعة أثناء الاحتلال؛

1- نفس المرجع، ص 4.

2- الصادق بوشناف، **الآثار المحتملة لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة على قطاع صناعة الأدوية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص ص 266-268.

- التحكم التام فيها من طرف المستعمر؛
- بداية تأسيس هذه الصناعة بعد الاستقلال مباشرة مع الافتقار للخبرة؛
- السعي عن كيفية تأهيل وتكوين الإطارات البشرية؛
- إعادة الهيكلة العضوية للمؤسسات الجزائرية خلال الثمانينات؛
- فتح السوق الجزائرية والتحول لسوق العالمية؛

أما بالنسبة لهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الإستقلال: خلال الحقبة الاستعمارية، كانت صناعة الأدوية في الجزائر محصورة على شركة واحدة هي (BIOTIC) بيوتك، والتي أنشأت سنة 1952، وغداة الإستقلال تم الإعلان عن ميلاد مشروع جديد الذي رأى النور سنة 1962 وهو مؤسسة (PHARMAL) فرمال.

المرحلة الثانية: من سنة 1962 إلى سنة 1982: خلال هذه المرحلة تم في البداية إنشاء الصيدلية المركزية الجزائرية (P.C.A) سنة 1963، وهي مؤسسة عمومية أصبحت تشرف منذ نشأتها على مجمل عمليات توزيع الأدوية في القطاع وكذا كل من مؤسستي (BIOTIC و PHARMAL) لصناعة الأدوية منذ العام 1965، بالإضافة لمؤسسة (SOCOTHYD) سنة 1969، ثم لحقت بهما وحدة الحراش الصناعية منذ العام 1972، وأصبحت الصيدلية المركزية تحتكر كذلك استيراد الأدوية، وسيطرة مؤسسة (P.C.A) على قطاع الصناعة الدوائية في الجزائر سواء من ناحية الإنتاج، البيع والتوزيع.

وعملت كذلك على الشروع في إنجاز مشاريع صناعية جديدة، حيث أقدمت المؤسسة الوطنية للصناعات الكيمائية (S.N.I.C) على إنجاز مركب جديد للمضادات الحيوية بالمدية، وظهور مشروع معهد باستور (PASTEUR)، إلا أن مشروع المضادات الحيوية بالمدية كان من المنتظر أن ينطلق مع نهاية السبعينات في الإنتاج، ولكن لم يتحقق ذلك إلا في سنة 1988، في حين معهد باستور بقي قيد الإنجاز حتى مطلع التسعينات.

وبقية الجهود في إستمرار للنهوض بهذه الصناعة حيث عكفت الجزائر على تطبيق مخطط جديد يرمي إلى تطوير وتحديث صناعة الأدوية من خلال إيفاد عدد كبير من الصيادلة الصناعيين للتكوين في البلدان الأوربية.

المرحلة الثالثة: من سنة 1982 إلى سنة 1987: هذه المرحلة جاءت مع وضع خاص ميز الاقتصاد الجزائري وهو مرحلة إعادة الهيكلة العضوية للمؤسسات، والتي كانت تهدف إلى:

1- فصل وظائف البيع عن الإنتاج؛

2- إنشاء وحدات جهوية مكلفة بالبيع والتوزيع.

وفي ظل إعادة الهيكلة استحدثت خمس مؤسسات وهي[1]:

- ثلاث مؤسسات جهوية للبيع والتوزيع تتمثل في:
  - مؤسسة ENAPHARM بالوسط؛
  - مؤسسة ENCOPHARM بالشرق؛
  - مؤسسة ENOPHARM بالغرب.

كما قامت كل من مؤسسة (ENAPHARM) و (ENCOPHARM) بإنجاز ثلاث وحدات إنتاجية هي: وحدة شرشال لإنتاج (le concentré d'Hymodialyse) والتي انطلقت فعليا سنة 1994، وحدة قسنطينة لإنتاج السوائل (Sirops)، وحدة عنابة لإنتاج الأقراص (comprimés).

- مؤسسة لإنتاج وتوزيع التجهيزات الطبية (ENEMEDI).
- مؤسسة لإنتاج الأدوية والمسماة صيدال (SAIDAL) والتي استحوذت على كل من مؤسسات (PHARMAL،BIOTIC) ومركب المضادات الحيوية بالمدية التابع لمؤسسة (la SNIC).

المرحلة الرابعة: من سنة 1988 إلى اليوم: وقد شهدت هذه المرحلة تطورات كبيرة خاصة بعد تحرير التجارة الخارجية وصدور قانون النقد والقرض وصدور قانون جديد لترقية الاستثمار في الجزائر، هذه القوانين كلها تسمح بتدخل القطاع الخاص الوطني والأجنبي في الاستيراد، والتوزيع بالجملة وكذا الإنتاج.

حيث أن قانون النقد والقرض يستعمل مفهوم وكلاء "concessionnaire" أي متعاملون خواص وبمقابل تراخيص الاستيراد للأدوية يجبرون في ظرف سنتين بإنشاء وحدات إنتاجية محلية، حيث كان أول اعتماد يمنح في هذا المجال سنة 1991 لمؤسسة (L.P.A) أي المخبر الصيدلاني الجزائري.

وكان آخر حاجز قانوني يقف في وجه القطاع الخاص في مجال الإنتاج قد أزيل سنة 1992، و تم تعويضه بـــ"رخصة الاستغلال لمؤسسة إنتاج أو توزيع المنتجات الصيدلانية" **بموجب مرسوم وزاري صادر في 6 جويلية 1992.**

وخلال هذه المرحلة أصبح القطاع العام يعاني كثيرا بفعل الوضعية الاقتصادية والمالية الصعبة التي يعيشها، حيث أصبحت مؤسسات التوزيع الثلاثة (les 3 PHARMS) تعاني من منافسة شديدة وصعوبات مالية كبيرة، ما تسبب في حلها سنة 1997، ونفس الحالة عاشتها مؤسسة (ENEMEDI).

1- المرجع السابق، ص 286.

كما تميزت هذه المرحلة بإعادة هيكلة جديدة اختفت على إثرها المؤسسات الثلاثة (les PHARMS) وعوضت بمؤسسات جديدة (SIMEDAL) متخصصة في مجال الاستيراد، (DIGROMED) متخصصة في مجال التموين بالجملة ومؤسسة (ENDIMED) للتموين بالتجزئة.

إضافة لذلك نجد مؤسسة (ENIE) لإنتاج الأجهزة الكهربائية تنتج كذلك التجهيزات الطبية (كأجهزة الأشعة) ومؤسسة ENAVA لإنتاج الزجاج وفرعها NOVER (إنتاج كراسي طب الأسنان).

المطلب الرابع: المتعاملون في سوق الدواء الجزائري

تخضع صناعة الدواء في الجزائر كغيرها من الصناعات الأخرى إلى إشراف ومراقبة في نفس الوقت من طرف العديد من المتعاملين الاقتصاديين وغير الاقتصاديين، من أجل تحسين هذه الصناعة باعتبارها حساسة من الدرجة الأولى لكل دول العالم لذا زادت اهتمامات الدولة الجزائرية باعتبارها طرفا من الأطراف ذات المصلحة العاملة في هذا القطاع، حيث تسعى إلى تكريس السياسة الوطنية للصحة والتي ترمي إلى ضمان توفير هذا المنتج للمواطن وتوفير العلاج اللازم، ونظام التعويض الخاص به، كما تسعى إلى تخفيض فاتورة الاستيراد بالرغم من أن الجدول السابق يوضح ارتفاع الوردات من سنة إلى أخرى، والتي ترى أنه لن يتأتى إلا بتطوير الصناعة الوطنية للأدوية.

أولا: المتعاملون في مجال التنظيم والإدارة

يعتبر الأطراف المتدخلون في هذا القطاع في الجزائر ممثلين في الإدارات التنظيمية والسلطات القانونية كل حسب مجال نشاطه وهم:

1- وزارة الصحة العمومية تمارس مهامها لأنها الممثل الأول من طرف الدولة على مستوى هذا القطاع للوزارة العديد من المهام على مستوى التنظيم الإداري للقطاع الصحي والصناعي ومن هذه التنظيمات الإدارية نذكر:

- رسم السياسة الصحية طبقا لسياسة الدولة؛
- تخطيط الخدمات الصحية وتنظيم الأسرة طبقا لخطة التنمية؛
- العمل على تسجيل البيانات الصحية وأجراء الدراسات الإحصائية والاقتصادية على أن يتم تحليل هذه البيانات واستخراج المعلومات اللازمة للتخطيط والمتابعة؛
- توفير الخدمات الصحية المركزية بما فيها المعامل المركزية لشئون الدواء والتسجيل وتدريب العاملين؛
- مراقبة جودة الدواء؛

- تعتبر الإدارة الفعالة أثناء الأزمات الصحية؛
- إدارة خدمات ومراكز الصحة؛
- التنسيق بين الأنشطة الصحية على المستوى المحلى في جميع المناطق وتطويرها.

علاوة على ذلك فإن هذه الوزارة تضطلع بالإشراف على عمليات أخرى مرتبطة بسوق الأدوية تتمثل خصوصا في فيما يلي:

- التسجيل المسبق للأدوية، والرقابة التقنية لكل دواء يدخل للسوق؛
- منح الترخيص العام السنوي لبرنامج استيراد وتعيين محل الدفع المصرفي وجمركة كل صفقات الاستيراد؛
- الالتزام بانطلاق مشروع إنتاج الأدوية من خلال سنتين كحد أدنى و تثبيت السعر النهائي لكل منتج صيدلاني[1]؛
- منح ترخيص سنوي لاستيراد الأدوية يلتزم بتنفيذه كل المستوردين؛
- تقديم إحصائيات أولية لعمليات الجمركة والتوطين المصرفي لكل الصفقات التي تتم والخاصة باستيراد الأدوية؛
- حيازة كمية من المخزون كحد أدنى لمدة ثلاثة أشهر من كل منتج مستورد؛
- إلزام المستوردين الخواص بإقامة مشاريع استثمارية لإنتاج الأدوية في أجل أقصاه سنتين؛
- تحديد السعر النهائي لكل منتج دوائي يباع في الجزائر(en Algérie Prix Public (P.P.A، وكذا تحديد هوامش الربح سواء عند الإنتاج، التوزيع بالجملة والبيع بالتجزئة[2].

كما قامت الوزارة بإنشاء مختبر وطني لمراقبة المنتجات الصيدلانية هي مؤسسة إدارية عامة، تتمتع بشخصية اعتبارية واستقلال مالي، تحت إشراف وزارة الصحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 140-93المؤرخ 14 جوان 1993 بشأن إنشاء وتنظيم وسير عمل المختبر الوطني للأدوية مراقبة المنتجات.

لمراقبة المهمة الرئيسية لجودة وخبرة وتشمل المنتجات الصيدلانية الأدوية والكواشف الحيوية والمنتجات الصيدلانية، وغيرها من المنتجات اللازمة للطب البشري) المادة 169من قانون N° 85-05 من (1985/2/16).

1- السعيد قاسمي، **التفاعل بين المذكرةوالبيئة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية"**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف،الجزائر، 2011-2012، ص176.

2- مريم قلال، **كيفية ترويج الأدوية في الجزائر دراسة حالة" مجمع صيدال"**، مذكرة ماجستير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2013-2014، ص 106.

2- المختبر الوطني للمراقبة المنتجات الصيدلانية، كأداة وطنية للتعبير عن السيادة التي عقدت في إطار مهامها لتقييم نوعية الأنشطة التالية[1]:

- دراسة الملفات العلمية والتقنية للمنتجات الصيدلانية الخاضعة للتسجيل؛
- تطوير أساليب ومرجعية فنية على الصعيد الوطني؛
- إن عقد المعايير والمواد المرجعية المنتج محليا؛
- صيانة وتحديث قاعدة بيانات عن معايير وأساليب تقنية؛
- أخذ العينات ومراقبة جودة المستحضرات الصيدلانية؛
- البحث التقني والعلمي المتعلقة غرضه؛
- الانتهاء من جميع الدراسات المتعلقة مهمتها؛
- يحق للمختبر لتقديم الخدمات والخبرات لرفع مستوى هذه العقود نهاية واتفاقات مع أي عمل حكومة أو منظمة أخرى تطلب؛
- يعطي الإذن أيضا لتوفير خدمات التدريب، بما في ذلك من خلال تنظيم دورات تدريبية على أساليب تطبيقها أو تقنيات التحكم الصيدلانية؛

وكذلك يعتبر جزء من الإجراءات المعمول بها وفقا للقوانين واللوائح في المختبر، في حدود مهامها وإقامة اتفاقيات تعاون مع المؤسسات الأجنبية المماثلة والمؤسسات الدولية.

وتهدف عموما هذه التدخلات إلى التحكم في فاتورة الواردات بالنسبة للأدوية وكذا تشجيع وتطوير الإنتاج الدوائي الوطني وضمان توفير كل الاحتياجات الوطنية من الأدوية وبأسعار تتماشى مع القدرة الشرائية للمواطن الجزائري.

1- وزارة الصناعة فهي لا تتدخل بصفة مباشرة في قطاع صناعة الأدوية إلا بالتنسيق مع وزارة الصحة كما تسعى الدولة لإنشاء "وكالة لترقية التجديد الصناعي ووزارة منتدبة مكلفة بالعلوم والتكنولوجيا، ووضع جهاز تشريعي ينظم تثمين الأفكار المجددة وترويجها على السوق وكذا تجنيد مختلف الوسائل العمومية لتدعيم المشاريع التنموية وتمويل النماذج الداعمة لسياسات الذكاء الاقتصادي، كما يتم في مجال البحث والتنمية تمويل المخابر وقدرات البحث والتنمية

1 - Laboratoire National De Controle Des Produits Pharmaceutiques: www.sante.dz/lncpp/lnc-index.htm

لدى المؤسسات في القطاعات الصناعية ذات الأولوية وترقية تنقل الباحثين والمهندسين من وفي اتجاه عالم المؤسسة"[1].

2- وزارة العمل والضمان الاجتماعي تعمل على تكريس سياسة الدولة ولكن لها مطالبها الخاصة بها حيث أوكلت وصاية تعويض المرضى والأدوية الموصوفة إلى صندوق الضمان الاجتماعي حيث تؤول الحصة الكبرى المنتجة من قبل القطاع لهذا الأخير مما يكسبه قوة التفاوض على مستوى التموين والتوزيع.

3- الفرقة المختلطة: (تجارة – صحة) أنشأت هذه الفرقة تبعاً للقرار الوزاري رقم 49 بتاريخ 1996/06/23 وهي متكونة من المخبر الوطني لمراقبة المنتجات الصيدلانية وأعوان الجودة وقمع الغش، من مهامها مراقبة مطابقة المنتجات الصيدلانية المسوقة من طرف المتعاملين الاقتصاديين والمنتجين وبائعي الجملة والصيدليات وتتلخص مهامها في[2]:

- التكفل بأخذ العينات من المنتجات المستوردة؛
- تنظيم مراقبة المتعاملين الاقتصاديين على مستوى السوق الداخلية؛
- تبادل المناشير القطاعية؛
- تنظيم أيام دراسية و ملتقيات للتكوين؛
- المراقبة الحدودية للمنتجات الصيدلانية .

ثانيا: المتعاملون في مجال الإنتاج والتوزيع

لدينا في هذا المجال نوعين من المتعاملين منهم الممثلين في المتعاملون العموميون وكذلك المتعاملون الخواص كما هو مبين[3]:

1) المتعاملون من القطاع العام

1- رتيبة عروب، بوسبعين تسعديت، **أهمية تأهيل وتثمين الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتجيات الصناعية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية الجزائر .حقائق وآفاق...** ، ملتقى وطني تحت عنوان الإستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر استمرارية .... أم قطيعة، بجامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 23 و 24 أفريل 2012، ص9

2- مديرية التجارة لولاية تامنغست، تاريخ الاطلاع 2015/05/20على الرابط التالي: www.dcwtamanrasset.dz

3- عدمان مريزق، **دور البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية- حلة مجمع صيدال-** الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجية التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، 2011 ص 14.

المتعاملون العموميون مقسمون إلى أربع مستويات هي:

أ- **مستوى الإنتاج:** وتمثله مؤسسة صيدال (Saidal) التي أنشأت سنة 1982، وهي شركة مساهمة تابعة للدولة متخصصة في إنتاج مختلف المستحضرات الدوائية والمضادات الحيوية

ب- **مستوى التوزيع بالتجزئة:** وتشرف عليه مؤسسة (أوندي ماد) (endimed)، وهي مؤسسة أوكلت لها مهمة تسيير شبكة الصيدليات العمومية المتواجدة عبر التراب الوطني والتي يقدر عددها بـــ "10538[1]" صيدلية.

ج- **الصيدلية المركزية للمستشفيات (p.c.h):** وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري أحدثت من أجل التنسيق وترشيد برامج تموين المستشفيات العمومية بالأدوية، وتقوم هذه المؤسسة إضافة إلى هذا بعمليات إستيراد للأدوية لصالح المرافق الصحية العمومية.

2) المتعاملون في القطاع الخاص

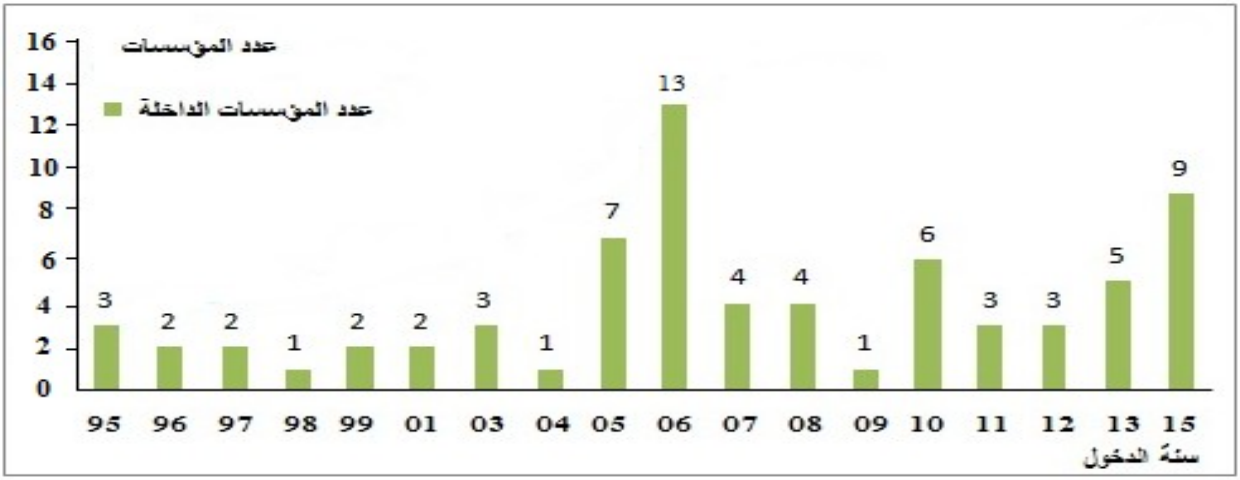
تم تصنيف المؤسسات الدوائية في الصناعة الجزائرية إلى نوعين من المؤسسات[2]:

النوع الأول: مؤسسات تجارة الأدوية: هي عبارة عن المؤسسات المختصة في شراء الأدوية ثم بيعها، سواء بالجملة أو التجزئة؛

النوع الثاني: مؤسسات تصنيع الأدوية: هي المؤسسات التي تقوم بمعالجة مجموعة من المواد الأولية كميائيا من أجل إنتاج أدوية علاجية في أشكال متعددة، منها السائلة والصلبة.

ويرتكز **النوع الثاني** على تصنيع الأدوية محليا بصفة التصنيع الذاتي أو المشترك مع مؤسسات دولية، وتشير الإحصائيات الخاصة بوزارة الصحة لسنة 2015 أن نسبة 85.92% من المؤسسات أسست بعد سنة 2000 فيما أسست نسبة 14.08% من المؤسسات الباقية قبل سنة 2000، والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم (44): عدد مؤسسات إنتاج الدواء في الجزائر خلال الفترة 1995-2015



نلاحظ من خلال الشكل أن مؤسسات تصنيع الدواء في الجزائر تضاعفت بحوالي عشر مرات مما كان عليه قبل سنة 2000، حيث كانت تنشط في هذه الفترة عشر مؤسسات فقط وهذا العدد قليل مقارنة بعدد المؤسسات في تلك الفترة نتيجة لعدة أسباب خاصة تدهور الأوضاع السياسية والأمنية، وكان من أولويات الدولة بث الاستقرار والأمن في تلك الفترة.

لكن بعد سنة 2000 وتطبيق قانون المصالحة الوطنية وتحسن الأوضاع نلاحظ من الشكل أن 61 مؤسسة أسست لغاية اليوم وهذا راجع لسياسة الدولة لتسهيل الاستثمار ومنح التراخيص في مجال الصناعة الدوائية سعيا منها لتطوير القطاع، من خلال جلب البحث والتطوير وتنويع الهيكل الصناعي ومنع الاحتكار، من أجل الوصول للهدف الرئيسي وهو تحقيق أعلى نسبة تغطية محلية، دون الاهتمام لطبيعة المؤسسة القانونية سواء خاصة أو عامة.

النوع الأول: مؤسسات تجارة الأدوية: هي عبارة عن المؤسسات المختصة في شراء الأدوية ثم بيعها سواء بالجملة أو التجزئة، وهو مهما نظرا لدور الذي يلعبه في عملية تسويق الأدوية وإيصالها للمستهلك، بدوره ينقسم إلى قسمين:

أ- **المستوردون الخواص:** وفق المرسوم الوزاري رقم (46) المؤرخ في 07 أكتوبر 1998 والمحدد لدفتر الشروط وإجراءات وشروط طرح الأدوية المستوردة في السوق الجزائري، أصبح عدد المستوردون يتناقص بسبب عدم القدرة على الإلتزام بنص المرسوم الوزاري رقم (46)، والجدول الموالي يبين عدد المستوردون حسب الاختصاص خلال سنة 2013.

جدول رقم (11): عدد المتعاملين الخواص في تجارة الأدوية في سنة 2013

المتعاملون (حسب التخصص)	العدد
إستيراد الأدوية في حالة منتوج نهائي	49

إستيراد تجهيزات طبية	83
إستيراد متفاعلات	66
إستيراد مواد أولية تستعمل في طب الأسنان	20
مجموع المتعاملين	218

source : Ministère de la sante de la population et de la reforme hospitalière, politique de médicament en Algérie état des lieux et perspectives, Colloque international sur les 33politiques de santé, Hôtel Aurassi, Alger 18 – 19 Janvier 2014, p33.

يتبين من خلال الجدول أن مجموع المستوردون في سنة 2013 بلغ عددهم 218 مستورد ويتوزع هذا العدد حسب نوعية المنتجات المستوردة، حيث نجد أعلى نسبة من المستوردين تنشط في مجال إستيراد الأجهزة الطبية ويقدر العدد بـــ 83 وتتمثل هذه المواد في (الأسرة، الألبسة، المعدات الجراحية ....الخ)، بحكم أن هذا المجال مربح نظرا للإستعمال الواسع ودون تدخل طبيب أو مختص في ذلك وتأتي في المجموعة الثانية المستوردين المختصين في المتفاعلات والذين عددهم 66 وهذه المواد تستعمل في التحاليل الطبية، وهي دائمة الاستعمال على مستوى المخابر البحثية سواء الخاصة أو العامة، ويأتي في المرتبة الثالثة مستوردي الأدوية وعددهم 49 وهي الأدوية الغير مدرجة في القائمة الممنوعة من الاستيراد أما الأدوية المصرح بإستيرادها متنوعة وتفوق 4000 دواء، ويحتل المرتبة الأخيرة من حيث العدد مجموعة المستوردين المختصين في المواد الأولية التي تستعمل في طب الأسنان والمقدرين بـــ 20 مستورد.

ب- تجارة الجملة الخواص

لقد تم إستحداث هذه الوظيفة للخواص الذين ينشطون في مجال تجارة الجملة للأدوية بموجب **المرسوم الوزاري رقم 59 المؤرخ في 20 جويلية** 1995 والمحدد لشروط القيام بوظيفة التوزيع بالجملة للمنتجات الصيدلانية بالجزائر، ويصل عدد هؤلاء حسب إحصاء لوزارة الصحة بنحو 500 تاجر موزع بالجملة، ويقومون بتموين الصيدليات الخاصة المنتشرة عبر التراب الوطني، حيث يختص منهم ببيع الأدوية المصنعة محليا والذين يقدر عددهم 68[1] تاجر.

ج- الصيدليات الخاصة

1 -Ministère de la sante de la population et de la reforme hospitalière, politique de médicament en Algérie état des lieux et perspectives, Colloque international sur les politiques de santé, Hôtel Aurassi, Alger 18 – 19 Janvier 2014, p33

وهي المتواجدة عبر مختلف مناطق الوطن ومكلفة بالبيع بالتجزئة لمختلف المنتجات الدوائية ذات الإستعمال البشري، وهي تعرف إنتشارا وازديادا ملحوظا من سنة لأخرى، حيث كان عددها سنة 1991 يقدر بـــ 1936صيدلية خاصة، وبالمقابل كان عدد الصيدليات العمومية يقدر بـــ 115 صيدلية، بينما في سنة 2000 وحسب إحصائيات وزارة الصحة أصبح عدد الصيدليات الخاصة 4587 صيدلية، بينما قدر عدد الصيدليات العمومية بـــ 197 صيدلية، بالإضافة لصيدليات هناك الأطباء لهم كذلك أهمية كبيرة في القطاع بصفتهم المصرح الأول للمريض بإستعمال أغلب الأدوية، والجدول الموالي يبين تطور عدد الصيادلة والأطباء في الجزائر.

جدول رقم (12): تطور عدد الأطباء والصيادلة في الجزائر (2003-2013)

السنة	الأطباء			أطباء الأسنان			الصيادلة		
	القطاع		المجموع	القطاع		المجموع	القطاع		المجموع
	العام	الخاص		العام	الخاص		العام	الخاص	
2003	24 883	11 464	36 347	4 847	3 804	8 651	203	5 502	5 705
2004	25 738	11 982	37 720	4 855	3 987	8 842	222	5 860	6 082
2005	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2006	26 970	12 489	39 459	4 956	4 728	9 684	258	7 009	7 267
2007	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2008	34 802	13 193	47 995	5 846	4 803	10 649	506	7 513	8 019
2009	38 441	13 630	52 071	6 118	5 017	11 135	621	7 882	8 503
2010	41 954	14 255	56 209	6 410	5 223	11 633	752	8 329	9 081
2011	45 108	14 510	59 618	6 696	5 396	12 092	824	8 764	9 588
2012	48 212	15 322	63 534	6 981	5 441	12 422	994	9 177	10 171
2013	50 325	15 911	66 236	7 195	5 587	12 782	1 018	9 520	10 538

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: المركز الوطني للإحصاء (ONS)

نلاحظ من خلال الجدول أن قطاع الأدوية متنوع من خلال مؤسسات التصنيع والتغليف والتجارة وبالإضافة إلى ذلك يوجد من يؤثر على القطاع الدوائي بحكم أن له أهمية مباشرة مع المريض لأن المادة المنتجة لا تستهلك من جانب المتعة وإشباع الحاجات بل هي متعلقة بصحة الشخص ولا يمكن تناولها دون الرجوع للمختص، إلا في بعض الأدوية التي تخص الإرهاق والصداع وغيرها مما لا يحتاج لتشخيص من الطبيب، ونقوم بتحليل معطيات الجدول إلى فئات:

- **الأطباء:** نلاحظ تطور سريع ومستمر حيث كان عددهم في 2003 حوالي 36347 طبيب وبعد عشر سنوات أصبح عددهم حولي الضعف والمقدر بـــ 66236 وهذا راجع لزيادة التكوين في الجامعات الجزائرية وإهتمام الدولة بتوفي المورد البشري في هذا المجال، لكن هذا العدد موزع على فئتية فئة القطاع العام والمقدرة في سنة 2013 بـــ 50325 طبيب وهو عدد

ضعف عدد الأطباء الخواص بحوالي ثلاث أضعاف وهذا راجع لحاجة المستشفيات العمومية والتي أولتها الدولة إهتمام كبير وأنشأت بنية تحتية في هذا الجانب من أجل توفير خدمات مجانية للمواطن.

- **أطباء الأسنان**: نلاحظ أن عددهم قليل مقارنة مع فئة الأطباء الآخرين وهذا راجع للتكوين المحدود في هذا المجال ونقص الأمراض والمقدر عددهم في سنة 2003 بـــ 12782 طبيب موزعين على نوعين القطاع العام بحوالي 7195 طبيب والقطاع الخاص بـــ 5587، وهذا راجع لتكاليف المواد والأجهزة المستعملة في هذا المجال من العلاج، أما بالنسبة لدولة فإنها هي المسؤولة عن الأجهزة والمواد.
- **الصيدليات**: إن الدواء ليس كغيره من المنتجات تباع في محلات تجارية متنوعة بل لصالح تجارها المعنيون بها والمكونين ولديهم شهادات عليا تؤهلهم لذلك لأن أي خطأ في صرف الوصفة الطبية يمكن أن يحمل الإنسان حياته، ويبين الجدول أن القطاع الخاص أكبر من القطاع العام بحوالي عشرة مرات حيث نجد في 2013 أن عدد الصيدليات الخاصة 9520 صيدلية والصيدليات العامة 1018 صيدلية هذا الفارق راجع أن الصيدليات العامة أغلبها تتواجد في للمستشفيات وتوفر لها الدواء وهناك البعض من الصيدليات تابعة لضمان الاجتماعي وتقوم ببيع جميع الأدوية على إختلاف أنواعها للمواطنين، لكن التطور السريع لعددها راجع لزيادة السكاني من جهة لأن في قانون فتح الصيدليات الخاصة كل صيدلية مقابل 18000 نسمة، بالإضافة لتكوين الكبير من طرف الدولة.

المبحث الثاني: تحليل هيكل صناعة الأدوية الجزائري

في ظل التطورات الاقتصادية العالمية التي يعيشها العالم حاليا، تواجه الجزائر جملة من المواجهات الاقتصادية التي سيكون لها آثار بالغة على الاقتصاد الوطني، خاصة بعد فتح سوق الدواء الجزائري أمام الخواص **بموجب المرسوم** (88-204) **المؤرخ في 18 أكتوبر**1988[1]، الذي يحدد المعايير وشروط إنجاز وفتح وتشغيل العيادات الخاصة وكذلك دخول المتعاملون الخواص في مجال عمليات استيراد الأدوية مع مطلع سنة 1990، فوفق **المرسوم الوزاري رقم** (46) **المؤرخ في 07 أكتوبر** 1998[2] والمحدد لدفتر الشروط وإجراءات وشروط طرح الأدوية المستوردة في السوق الجزائري،و إبرام اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوربي والذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من الفاتح سبتمبر 2005.

ومنذ اهتمام الجزائر بهذا المجال للخروج من التبعية وتحقيق صناعة تتوافق مع متطلبات المجتمع خاصة وأنها تتعلق بصحة المواطن الجزائري، ونحن في زمن إنتشرت فيه الأمراض المتعددة والمعقدة.

فقد قررت الدولة رفع يدها من هذا القطاع ووضع حد للإحتكار، خاصة في سنة 1997 حين أعيد تنظيم قطاع توزيع الأدوية مما أدى إلى حل الفرمات الثلاث (أنكوفارم، أُنوفارم، وأنافارم) وحلت محلها ثلاث مؤسسات، وهي كما يلي[3]:

- **ديغروما(Digromed)**: والتي أُسندت لها مهمة التوزيع بالجملة ونصف الجملة للمواد الدوائية؛
- **سيميدال(Simedal)**: والتي أُسندت لها مهمة اِستيراد المواد الدوائية لحساب ديغروماد؛
- **أنديماد (Endimed)**: والتي تهتم بتسيير شبكة التوزيع بالتجزئة للمنتجات الدوائية وتمويل الوكالات العمومية.

في السنة نفسها وفي شهر أفريل اِنظم لصيدال مركب المضادات الحيوية الموجود بالمدية والذي كان ينتمي إلى المؤسسة الوطنية للصناعات الكيميائية(SNIC)، كما وضعت صيدال مخطط إعادة الهيكلة وتم من خلاله:

1 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي، 1988/10/19، العدد 42، ص 1429.
2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي، 1989/04/12، العدد 15، ص 385.
3- دحمان ليندة، مرجع سابق، ص 08.

- تحويل مؤسسة صيدال إلى مجمع للصناعة الدوائية في 2 فيفري 1998، والذي يستغل كل وحدات الإنتاج للمؤسسة والتي أُضيفت لها الورشات التابعة للفارمات؛
- حل شركة إنميدي وترك هذا القطاع للخواص؛
- ربط الصيدلية المركزية للمستشفيات (PCH) مباشرة مع وزارة الصحة والسكان والتي مازالت تستولي على احتكار بعض المنتجات الدوائية؛
- ظهور القطاع الخاص بجانب القطاع العمومي وإنفتاح السوق في نهاية الثمانينيات والذي نتج عنه كثرة المتعاملين الخواص، خاصة بعد إصدار قانون النقد والقرض 10/90.

فهذا الإنفتاح أعلن بصفة خاصة إنسحاب الدولة وعدم إحتكارها للتوزيع بعد فترة تميزت بعدم إنتظام عميق للسوق والمؤسسات العمومية، وأصبح السوق يحتوى على مجموعة من المؤسسات سواء الصناعية أو التجارية، بالإضافة لمخابر البحث والتطوير.

وقبل التعمق في دراسة الهيكل والتطرق لمنتجات المؤسسات وقيمة الواردات وتطورها بالإضافة لنشاط المخابر البحثية، وعند القيام بجميع الإحصائيات في ما يخص موضوع الدراسة، وجد أن أغلب الجهات والمراكز والسلطات الوطنية المختصة في تجميع المعلومات حول كل التطورات التي طرأت على جميع القطاعات الاقتصادية للاقتصاد الجزائري، كانت الوحدة المستعملة في الحسابات متمثلة في الدينار الجزائري، لكن هذه الإحصائيات لم تكن تحتوي على جميع المعلومات حول الصناعة الدوائية في الجزائر مثلا عدد المؤسسات وإنتاج الرائدة منها في هذا المجال وغيرها من المعلومات، والتي إستطعنا الحصول عليها من تقارير المؤسسات والمؤسسات الدولية ولكن باللغتين الانجليزية والفرنسية، مما أعطى لنا إحصائيات متنوعة تساعد في إتمام الدراسة لكن الاختلاف في الوحدات المستعملة، سواء الدينار الجزائري أو الدولار، بالإضافة إلى الأورو، الأمر الذي إضطرنا لإيجاد وحدات ومقاييس بين هذه العملات في سعر صرف واحد لكل سنة من سنوات الدراسة.

فقد تم الاعتماد على تقارير المركز الوطني للإحصاء الجزائري لإيجا هذا التوافق في سعر الصرف، والجدول الموالي يبين ذلك:

جدول رقم (13): متوسط قيمة الدولار والأورو بالدينار الجزائري (2004-2014)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
سعر صرف الدولار (1دولار=...دج)	75.26	77.26	79.68	77.39	72,06	73.28	72.65	38 69,
سعر صرف الأورو (1أورو=...دج)	-	69.20	75.30	87.42	89.62	91.3	91,22	94,99
السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
سعر صرف الدولار	64,58	72.63	74.40	72.86	77.54	79.37	80.58	-

(1دولار=...دج)								
سعر صرف الأورو (1أورو=...دج)	94,86	101.39	99.22	102.21	102.16	105.42	107.19	-

من خلال الجدول نلاحظ أنه تم الاعتماد على متوسط سعر الصرف لسنوات الدراسة من أجل تنظيم الحساب في ما يخص القيم سواء بالدينار والدولار بالإضافة للأورو، خاصة أن الجزائر هيكلها الدوائي غير كفوء، ويغطي بقية الطلب عن طريق الاستيراد.

المطلب الأول: الحصص السوقية للمتعاملين في مجال الإنتاج والبحث

إن الجزائر كغيرها من الدول تسعى لتطوير اقتصادها من خلال الاهتمام بالقطاعات خاصة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

ONS, Algérie en Quelques Chiffres N° 34-35 - 39 – 42 -44, RESULTATS : 2006 – 2013, p4
http://data.albankaldawli.org/indicator/PA.NUS.FCRF

التي كانت تعتمدها في هذا المجال، تطور عدد المؤسسات فيه سواء المخابر البحثية أو المؤسسات الإنتاجية بالإضافة لتجارية.

أولا: الحصص السوقية للمنتجين

لقد أصبح هيكل الصناعة الدوائية متنوع خاصة بعد فتح السوق الوطنية، وزيادة المنافسة فيه نتيجة لزيادة عدد المؤسسات داخل القطاع، والمقدرة بـــ على71 مؤسسة منها 57 مؤسسة تزاول نشاطها وتحقق رقم أعمال إنطلاقا من إحصائيات سنة 2014 والجدول التالي يبين ذلك:

من خلال هذا الجدول نستنتج أن مجال صناعة الأدوية في الجزائر تزخر بطابع مؤسساتي متنوع من سبعة وخمسون مؤسسة تزاول نشاطها باستمرار، محققة في سنة 2014 ما نسبته (25.61%) من المبيعات الكلية في السوق أي باقي النسبة ممثلة من الواردات والمقدرة بـــ (74.39%)، ويتربع على رأس القائمة مجمع صيدال بحصة سوقية (13%) من رقم الأعمال المحلي، ونسبة (3.33%) من المبيعات الكلية، متبوعة بأربع مؤسسات التي حصصها السوقية تتراوح بين (5% و13%)، ثم سبعة عشر مؤسسة أخرى تتراوح حصتها السوقية بين (1% و5%)، وباقي المؤسسات الأخرى والتي حصصها مختلفة أقل من (1%).

ثانيا: الحصص السوقية لأفضل المخابر البحثية في المجال الدوائي

إن السوق الجزائري لصناعة الأدوية هو عبارة عن سوق محل اهتمام معظم المؤسسات العالمية والمخابر البحثية التي تتنافس من أجل ضمان أكبر الحصص السوقية فيها، من خلال عمليات البحث والتطوير من أجل الحصول على براءات إختراع، ولحماية هذه الاكتشافات قامت الجزائر على غرار

باقي الدول خاصة بعد الاستقلال بتأسيس هيئة وطنية مكلفة بحماية الملكية الصناعية سنة 1963 **بموجب الأمر رقم 63/148 المؤرخ في 10 جويلية 1963**، وكلف أنذاك بتسيير شؤون الملكية الصناعية والتسجيل التجاري، ولكنه لم يكن يمنح براءات إختراع بل يسجل الدواء وفق القانون الفرنسي الصادر في 23 جويلية 1957 والذي أصبح ساري المفعول بمقتضى المرسوم الصادر في 6 فيفري 1964.

ثم تم تأسيس معهد جزائري مختص فقط في الملكية الصناعية والتوحيد الصناعي **بموجب الأمر رقم 73/62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973**، وقد انتقلت إليه صلاحيات واختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية، ما عدا ما يتعلق بالسجل المركزي للتجارة، وقسم فيما بعد إلى معهدين الأول يختص فقط في الملكية الصناعية تحت إسم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وهذا بموجب **المرسوم التنفيذي رقم 98/68 المؤرخ في 21 فبراير 1998**، أما المعهد الثاني مختص في التوحيد الصناعي وهو العهد الجزائري للتقييس بموجب **المرسوم التنفيذي رقم 98/69 المؤرخ في 21 فبراير 1998** وهو تحت وصاية وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة ويتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي، وتتمثل صلاحياته في[1]:

- تطبيق أحكام النصوص المتعلقة بالملكية الصناعية؛
- تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي تكون الجزائر عضو فيها؛
- الاشتراك في المؤسسات الدولية للملكية الصناعية وتمثيل الجزائر عند الاقتضاء.

وفي ظل هذه السياسة التي قامت بها الدولة من إجراءات الحماية والدعم للاكتشافات، الأمر الذي حفز المخابر البحثية خاصة في المجال الدوائي لممارسة نشاطاتها وإستثماراتها داخل السوق الجزائرية ويوضح الجدول التالي أهم عشر مخابر تنشط في مجال الصناعات الصيدلانية في الجزائر خلال 2009-2013.

جدول رقم(15): تطور رقم أعمال أفضل عشر مخابر في الجزائر الوحدة (مليون دولار)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Zouied zohra, Moving from «partnership for manufacturing» to «partnership for innovation» in Algerian - pharmaceutical industry: case of SAIDAL group, International Journal of Business & Economic Strategy (IJBES) Copyright IPCO-2014, p 2.

Farid Chaoui, Boumediene Derkaoui, Farid Benhamdine, market entry tipe from the experts, heathecare - life sciences review, Algeria december 2014, p36.

Snoussi zoulikha, Laccès aux médicaments en Algérie : une ambiguité entre les bre,vets des - multinationales et le marché du générique, Doctorat, université Hassiba Ben Bouali de Chlef , 2013-2014, P163-164.

Enjeux économiques Oublier 2012 et crOire en 2013, santé publique et business, Bimensuel de - l'économie et de la finance, special fin d'année, L'éco n°56 / du 16 au 31 décembre 2012, p43.

يوضح الجدول (15) أن العملاق الفرنسي **SANOFI** يتربع على المجال المخبري في الصناعة الدوائية الجزائرية، حيث فاق رقم أعماله 480 مليون دولار في سنة 2013 بنسبة نمو تفوق 17% ثم يأتي في المرتبة الثانية المخبر الانجليزي برقم أعمال 221 مليون دولار بعدما كان في المرتبة الثالثة لسنة 2011 والمرتبة الرابعة في 2012، كما سجل تراجع في رقم أعمال كل من**HIKMA**، **NOVO** وأصبحتا في المرتبتين الثالثة والرابعة برقم أعمال213 و209 مليون دولار على التوالي ونلاحظ أن هناك بعض التغيرات التي طرأت على لائحة أفضل المخابر المتواجدة في السوق الجزائرية والتي عرفت بروز أربع شركات جديدة **(Roche, AstraZeneca, Novo, Saidal)** سنة 2009، لم تكن تحتل المراتب الأولى سنة 2005، ما يدل على الأهمية التي تتمتع بها السوق الجزائرية والجاذبية التي تتميز بها بالنسبة لأكبر المخابر والمؤسسات العالمية المتخصصة في الصناعات الدوائية.

ويلاحظ أيضا تواجد المؤسسة الوطنية للصناعات الدوائية في المرتبة الثالثة خلف كل من حكمة فارم والمخبر الفرنسي **(Sanofi-Aventis)** في سنة 2009، إلا أنه لم تحافظ على هذه المكانة بل تراجع إلى المرتبة السادسة سنة 2011 برقم أعمال 156 مليون دولار، ولم يستطع المحافظة على هذه المكانة بل تراجع إلى المرتبة السابعة سنة 2013 هذا كله بسبب تراجع رقم الأعمال إلى 144 مليون دولار ونسبة نموا 2.57%، مما سهل على المخابر الأخرى إحتلال مراتب متقدمة رغم الظهور المبكر في هذه المراتب داخل الصناعة الجزائرية.

كما أنه رغم ارتفاع أرقام الأعمال المحقق لهذه المخابر فإن الجدول التالي أيضا يوضح تراجع الحصص السوقية لهذه المخابر والمؤسسات الناشطة في هذا المجال، والتي ترجع لزيادة المبيعات والتوسع الدائم للسوق ما أدى إلى جذب منافسين جدد وزيادة حدة المنافسة.

جدول رقم (16): الحصة السوقية للعشر مخابر الأولى في الصناعة الدوائية الجزائرية خلال 2009-2013

نلاحظ من خلال الجدول أن ممثل القطاع العام مجمع صيدال يحتل المرتبة السابعة من حيث الحصة السوقية في مجال البحث والتطوير، ولقد أنشأ مخبر صيدال بتاريخ 24 جويلية 1999 إنطلاقا من وحدة البحث في الأدوية والتقنيات الصيدلانية السابقة ومقره بالحراش الجزائر العاصمة، يظم

المركز 180 فرد من بينهم 70% إطارات يمثلون الفريق المتخصص في عمليات البحث والتطوير للمنتجات الصيدلانية للمجمع، كما يخصص المجمع حوالي 3% من رقم أعماله لعمليات البحث والتطوير.

ويقوم المركز من خلال أنشطته بتطوير الأدوية الجنيسة، التي تصبح فيما بعد ملكية حصرية لمجمع صيدال، كما يساهم المركز في إنشاء الصناعة الدوائية الوطنية، وتشجيع التطوير التكنولوجي في مجال الإبداع الصيدلاني وتتمثل المهام الأساسية للمركز في[1]:

- إعداد وتصميم سياسة البحث في مجال العلوم الطبية والإبداع الصيدلاني؛
- المشاركة في وضع سياسة البحث في مجال العلوم الطبية والإبداع الصيدلاني؛
- المشاركة في وضع سياسة لتطوير أدوية المجمع من خلال اقتراح قائمة للأدوية الواجب تطويرها؛
- التطوير والتصميم الصناعي للأدوية الجنيسة لفائدة المجمع؛
- تأمين المساعدة الفنية اللازمة للفروع الإنتاجية للمجمع؛
- تقديم الخدمات في مجال الرقابة على الجودة لفروع المجمع وكذا الزبائن الخارجيين؛
- إجراء التحاليل والفحوص على المنتجات التابعة للقطاع الزراعي، الغذائي البيطري ؛
- تجميع وتنظيم كافة الإمكانيات والمواد البشرية والمادية والتقنية التي من شأنها ضمان اليقظة التكنولوجية للمجمع؛
- ترقية وترويج الأعمال التقنية والعلمية ونتائج البحث التي يقوم بها المجمع؛
- تركيب الأدوية من أساس نباتي؛
- إجراء دراسات الاستقرار على الأدوية المطورة وفق المعايير(الحرارة، الرطوبة والنسبية)
- تحضير الملفات العلمية والتقنيات اللازمة لتسجيل الأدوية المطورة؛
- المساهمة في توفير الإعلام العلمي الخاص بالأدوية المطورة؛
- المساهمة في تدريب الإطارات الفنية للمجمع.

وتحصل مركز البحث والتطوير لمجمع صيدال على 09 براءات اختراع وطنية لتسع منتوجات وكيفيات تحضيرها في المجال الدوائي، ويتعلق الأمر بست (06) منتوجات دوائية من أصل نباتي

1- عمر بوسلامي، **دور الابداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مجمع صيدال وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف 01، 2013/2012، ص ص128-129.

تصلح لمعالجة داء السكري وارتفاع الضغط الدموي وتقليص نسبة الكوليسترول، إضافة إلى مرهم للحفاظ على الأوردة ومنشط جنسي.

ولقد تمت صياغة المنتوجات الثلاثة الأخرى في شكل أدوية سريعة الذوبان في الفم (أدوية مضادة للإلتهابات، وأخرى مضادة للقيء وحبوب مهدئة)، وتضاف براءات الاختراع التسعة هذه إلى البراءات الخمسة الأخرى التي تحصل عليها السيد :عبد السلام شاكون من نفس المركز خلال سنتي 2006 و2007 إذ أن إحدى هذه البراءات سمحت له بالفوز بالميدالية الذهبية لأحسن إبداع لدى المؤسسة العالمية للملكية الفكرية بمناسبة اليوم الوطني للاختراع الذي نظم بالجزائر في سنة 2007، من جهة أخرى فإن البراءات الخمسة المحصل عليها في سنة 2006 قد وصفت بالمؤهلة للحصول على حماية دولية لدى بعض البلدان بهدف الحفاظ على استعمالها من التقليد نظرا للمنافسة المسجلة على مستوى السوق العالمية وإن إجراء الحماية الدولية قد اتخذ من خلال معاهدة التعاون في مجال براءات الاختراع التي تعتبر الجزائر عضوا فيها، والملحق رقم(2) يوضح براءات الاختراع التي حصل عليها مجمع صيدال خلال الفترة (2005-2010) [1].

المطلب الثاني: طبيعة سوق الدواء الجزائري

السوق الجزائري هو ثالث أهم الأسواق في إفريقيا بعد كل من إفريقيا الجنوبية ومصر، ويفوق حجمه 3.7 مليار دولار في سنة 2013، وهي في نمو مستمر بحكم النمو الديمغرافي وتحسن التغطية الصحية فهي بذلك ذات جاذبية كبيرة بالنسبة للمتعاملين الأجانب، خاصة إذا علمنا أن الصناعة الدوائية في الجزائر تستطيع تغطية كل هذا الطلب الكبير، وهو يواجه منافسة كبيرة منذ أن تم السماح للخواص باستيراد المنتجات الدوائية[2].

أولا: تطور حجم سوق الدواء

إن الاستهلاك الدوائي في الجزائر ارتفع بشكل مهم منذ نهاية العشرية الماضية، حيث ارتفع من568 مليون دولار في سنة 2000 إلى 3706 مليون دولار في سنة 2013[3]، هذا الارتفاع راجع لعدة عوامل تتعلق بنموا ديمغرافي متزايد بشكل دائم تجاوز40 مليون نسمة في2013.

1- عمر بوسلامي، مرجع سابق، ص 129.

2- أحمد بن مـــويزة، **التحليل التنافســـي ودوره في إعـــداد الاستراتيجية التسويقية بالمؤسسة الاقتصاديـــة**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، السنة الجامعية: 2006/2005، ص 145.

3 - MOHAMED WADIE ZERHOUNI, Moving towards a North African pharmaceutical market, Institut de prospective économique du monde méditerrané, magazine building the mediterranean, Septembre 2013, p23.

كما تميز هذا الهرم السكاني بظهور أمراض مختلفة مرتبطة بالسن سميت بـــ (أمراض العصر) كأمراض القلب، السرطان، السكر....الخ، في حين أن الأمراض المسماة قديما كالأمراض الوبائية والطفيلية (مستمرة في الظهور).

بالتوازي مع هذا الاستهلاك الوطني للأدوية نمى أيضا بفعل التغطية الطبية الجيدة ونظام تعويض وطني فعال، كما أن السوق الوطني للأدوية معطاءة وفي تطوير كل سنة غير أنها تظل مرتبطة أساسا في تبعية بالاستيراد الذي يمثل 64% من المبلغ العام للسوق بالقيمة المالية، و36 % الباقية من السوق الوطنية مغطاة بالإنتاج المحلي، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم (17): حجم السوق الجزائري للأدوية خلال 2000- 2013 الوحدة (مليون دولار)

السنة	الإنتاج المحلي	الاستيراد	قيمة السوق الوطني	النمو (%)			الحصة من الإنتاج المحلي	الحصة من الواردات
				الإنتاج	الاستيراد	الطلب الإجمالي		
2000	111,44	457,09	568,53	-	-	-	20%	80%
2001	93,04	492,40	585,44	-19,78	7,17	2,89	16%	84%
2002	106,59	619,80	726,39	12,71	20,56	19,40	15%	85%
2003	100,84	615,48	716,32	-5,69	-0,70	-1,40	14%	86%
2004	225,00	997,17	1222,17	55,18	38,28	41,39	18%	82%
2005	232,40	1107,01	1339,41	3,18	9,92	8,75	17%	83%
2006	455,00	1209,78	1664,78	48,92	8,50	19,54	27%	73%
2007	586,57	1470,20	2056,77	22,43	17,71	19,06	29%	71%
2008	533,90	1900,15	2434,05	-9,87	22,63	15,50	22%	78%
2009	771,32	1784,61	2555,93	30,78	-6,47	4,77	30%	70%
2010	800,00	1721,13	2521,13	3,58	-3,69	-1,38	32%	68%
2011	1050,00	2027,17	3077,17	23,81	15,10	18,07	34%	66%
2012	1150,00	2324,84	3474,84	8,70	12,80	11,44	33%	67%
2013	1340,00	2366,79	3706,79	14,18	1,77	6,26	36%	64%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: وثائق من وزارة الصحة

MOHAMED WADIE ZERHOUNI, Moving towards a North African pharmaceutical market, Institut de prospective économique du monde méditerrané, magazine building the mediterranean, Septembre 2013 p23.
ONS, UNOP and CNIS-DG Douanes

يتضح من خلال الجدول أن الطلب في تزايد مستمر حيث أنه في سنة 2000 كان الطلب 568 مليون دولار بتغطية محلية 20% والباقي من الإستيراد، لكن سرعان ما تراجع النمو الكلي للسوق سنة 2003 بمعدل (1.4%-) نتيجة للتراجع معدل نموا الصناعة المحلية بـــ 5.69%، بنسبة تغطية قدرة بـــ 14% من الطلب الكلي، ثم عاود السوق الوطني النمو من جديد وازدادت بنسبة 41.39% مباشرة في السنة الموالية، نتيجة للتضاعف الإنتاج المحلي بنسبة 55% محققا نسبة تغطية 18%، أما

الواردات أثرت كذلك بالزيادة من خلال نموها الذي زاد بـــ 38% وبقي هذا النمو مستمرا لغاية سنة 2009 والتي انخفضت فيها نسبة النمو إلى 4.77% نتيجة للتراجع نسبة الواردات بـــ (6.47%-) إثر صدور قانون منع إستيراد الأدوية المنتجة محليا، وبقيت هذه النسبة في تراجع إلى أن أثر على السوق الكلية بتراجع نسبة نموه بـــ (1.38%-) وهو ما نلاحظه في نسبة التغطية حيث أن التغطية المحلية سجلت زيادة وأصبحت نسبتها 32% مقارنة بالسنوات الماضية مما يدل على أن الصناعة المحلية لعبت دورا مهما أما السنوات الأخيرة 2011 و2012، 2013 ثم عاد نمو السوق إلى عهده السابق من خلال زيادة الصناعات المحلية والواردات، نتيجة للتنوع الأصناف العلاجية وتعدد الأدوية المستعملة على غرار المصنعة، بالإضافة إلى عدة عوامل تتعلق بنوع الهرم السكاني وظهور أمراض مختلفة مرتبطة بالسن سميت بـــ (أمراض العصر) كأمراض القلب، السرطان، السكر....الخ.

ونمى الطلب أيضا بفعل التغطية الطبية الجيدة ونظام تعويض وطني فعال، كما أن السوق الوطنية للأدوية معطاءة وفي تحسن غير أنها تظل مرتبطة أساسا بالاستيراد الذي يمثل 64% من المبلغ العام للسوق بالقيمة المالية، أما 36% الباقية من السوق الوطنية مغطاة بالإنتاج المحلي الذي يمثل في مجمله أدوية جنيسة.

ولكن هذا الإنتاج المحلي ينقسم إلى قسمين منها ما هو للقطاع العام وممثل في مجمع صيدال أما المنتجين الآخرين فيمثلون القطاع الخاص، والجدول الموالي يبين الحصص السوقية للإنتاج المحلي:

جدول رقم (18): تطور حصص القطاع العام والخاص من حيث إنتاج الأدوية خلال 2000-2013 (مليون دولار)

السنة	قيمة الإنتاج المحلي		الحصة من الإنتاج المحلي		الحصة من السوق الكلي	
	القطاع العام	القطاع الخاص	عام	خاص	عام	خاص
2000	48,58	62,86	43,60%	56,40%	8,55%	11,06%
2001	58,00	35,04	62,34%	37,66%	9,91%	5,99%
2002	60,58	46,01	56,84%	43,16%	8,34%	6,33%
2003	67,59	33,25	67,03%	32,97%	9,44%	4,64%
2004	85,38	139,62	37,95%	62,05%	6,99%	11,42%
2005	75,26	157,14	32,38%	67,62%	5,62%	11,73%
2006	83,92	371,08	18,44%	81,56%	5,04%	22,29%
2007	82,30	504,27	14,03%	85,97%	4,00%	24,52%
2008	142,36	391,54	26,66%	73,34%	5,85%	16,09%
2009	139,99	631,33	18,15%	81,85%	5,48%	24,70%
2010	120,24	679,76	15,03%	84,97%	4,77%	26,96%
2011	132,26	917,74	12,60%	87,40%	4,30%	29,82%
2012	133,63	1016,37	11,62%	88,38%	3,85%	29,25%
2013	135,06	1204,94	10,08%	89,92%	3,64%	32,51%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: معطيات الجدول رقم (17)، والتقارير الصادرة عن مجمع صيدال في الفترة 2014/2000.

إن الدولة تساهم في الإنتاج المحلي بنسب متفاوتة إلى جانب القطاع الخاص الممثل في المستثمرين الأجانب، وذلك منذ تأسيس مجمع صيدال، حيث لوحظ من الجدول أن الحصص السوقية متقاربة للقطاعين في سنة 2000 نتيجة للزيادة نشاط المجمع لأن في تلك الفترة المجمع يحتوي على خمس فروع تنشط في السوق مما ساعد على نمو منتجاته من جهة وقلة عدد المنافسين في الصناعة والبالغ عددهم تسعة منافسين فقط من جهة أخرى، وإستطاع القطاع العام إحتلال أكبر حصة سوقية من الإنتاج المحلي على مر ثلاث سنوات وهو راجع لفتح فرع سادس بولاية باتنة وزيادة دعم الدولة بزيادة دعم مشترياته عبر المستشفيات والمصالح الصحية لأن الدولة في تلك الفترة زادت من الاهتمام بالرعاية الصحية ببناء مستشفيات ومراكز صحية، كما أن كذلك إنتاج القطاع الخاص تراجع نتيجة للتوقف الإنتاج على مستوى بعض المؤسسات.

ولكن بعد سنة 2004 نلاحظ تراجع الحصة السوقية للقطاع العام من 37.95% لتصل سنة 2013 النسبة إلى 10.08% رغم زيادة حجم إنتاجها الذي بلغ في سنة 2004 ما يفوق 85 مليون دولار وأصبح سنة 2013 ما يفوق 135 مليون دولار، وهذا راجع للزيادة عدد المؤسسات المنافسة في القطاع والتي تطور عددها ليصبح في سنة 2013 ما يقارب 62 مؤسسة منها 57 تنتج وخمسة في طور الانجاز وعند ملاحظتنا للجدول كذلك نجد أن إنتاج القطاع الدوائي الخاص في سنة 2004 فاق حجمه 139 مليون دولار نمى وأصبح في سنة 2013 ما يقارب 1204.94 مليون دولار.

لكن رغم النتائج المحققة من طرف المنتجين إلا أنهم لم يحققوا إلا نسبة تغطية 36% فقط من حجم السوق الكلي هذا راجع لطلب الكبير على مستوى السوق الكلي لهذه الصناعة نتيجة للزيادة إنتشار الأمراض.

ثانيا: نسبة الأدوية الأصلية والجنيسة في السوق الجزائرية

بما أن الطلب في تطور وزيادة مستمرة فإن سوق الأدوية الجزائرية تبقى مرتبطة أساسا بالتبعية للمنتج الأجنبي (الواردات) عن طريق الاستيراد الذي يمثل 64% من حجم السوق و36% الباقية من السوق الوطنية مغطاة بالإنتاج المحلي الذي يمثل أغلبه من أدوية جنيسة.

وكل ما تحتله الجزائر في إنتاج الأدوية لتغطية سوقها الوطنية رغم الجهود التي قامت بها خاصة فتح الأسواق نحو التجارة الخارجية، من خلال القرار الذي فتح حرية المنافسة ودخول المستثمر الأجنبي لذلك أصبحت الجزائر تنتج 36% بقيمة 1340مليون دولار في 2013 من مجمل استهلاكها للدواء وأغلبها من الأدوية الجنيسة.

حيث أن حصة الأدوية الجنيسة في الاستهلاك الجزائري قدرت بحوالي 35% من حجم السوق في سنة 2013، وتهيمن إلى حد كبير عليها المجموعات الأجنبية، ووصل مجمل الطلب الكلي في نفس السنة إلى 3.7 مليار دولار، وتشير الإحصائيات الخاصة بوزارة التجارة أن نسبة 85.92% من مؤسسات الأدوية في الجزائر أسست بعد سنة 2000 فيما أسست نسبة 14.08% من المؤسسات الباقية قبل سنة 2000، والعرض الوطني في 2013 يتألف من 326 مخبرا[1]، 218 مستوردا، 68 تاجر أدوية محلية 57 مؤسسة دوائية، 179 مشروع في طور الانجاز[2]، 66236 طبيب، 12782 طبيب أسنان، 10538 صيدلي[3].

كما أن السوق الجزائري للأدوية الجنيسة تأخذ شيئا فشيئا في الاتساع وبالنظر لما يحدث في مختلف دول العالم فيجب أن تتطور (ينمو) خلال السنوات القادمة، وقد تم التعرف سابقا على المتعاملين في السوق العام والخاص، والجدول التالى يبين تطور سوق الدواء فى الجزائر[4].

الجدول رقم (19): نسبة الأدوية الجنيسة والأصلية في السوق الجزائري خلال 2002- 2013

السنـــــة		2002	2004	2006	2009	2011	2013
الأدوية الأصلية	النسبة	%60	%68	%65	%65	%65	%65
	معدل النمو	-	+20	+28	+54	+172	+120
الأدوية الجنيسة	النسبة	%40	%32	%35	%35	%35	%35
	معدل النمو	-	-10	+08	+92	+172	+120

المصدر: محمد علي مروج، دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2014/2013، ص

نلاحظ من خلال الجدول أن حجم سوق الأدوية خلال الفترة 2002-2013 قد تطور وتضاعف حوالي سبع أضعاف ما كان عليه في سنة 2002، حيث كانت القيمة 726.39 مليون دولار وأصبح في سنة 2013 مايقارب 3706.79 مليون دولار، وهذا السوق يتكون من صنفين هما:

1) الأدوية الأصلية

نلاحظ من خلال الجدول(19) أن الأدوية الأصلية قد تضاعف نموها بنسبة 120% من سنة 2002 إلى سنة 2013، حيث كانت حصتها من السوق الإجمالية حوالي 60% من مجمل الأدوية في

1 - L'industrie pharmaceutique, RapporRapport sectoriel N°1, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, 2011, p23

2 - Ministère de la sante de la population et de la reforme hospitalière, politique de médicament en Algérie état des lieux et perspectives, Colloque international sur les politiques de santé, Hôtel Aurassi, Alger 18 – 19 Janvier 2014

3 - Office National des Statistiques

4- زكية مقري، سامية لحول، **التسويق كأسلوب لمعالجة إشكالية تنافسية مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر**، المؤتمر العلمي الثالث حول "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، 27-29 نيسان 2009، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، ص 4.

السوق، لكن القيمة لم تبقى ثابتة بل زادت نسبتها في 2013 وأصبحت 65% وتمثل نسبة من إجمالي السوق وهذا راجع لزيادة السكانية وانتشار الأمراض الحديثة وتشجيع الدولة للمنتج المحلي؛

2) الأدوية الجنيسة

تعتبر الممثل عن الإنتاج المحلي والتي مدة إكتشافها أصبحت تفوق مدة الحق القانوني لبراءة الاختراع، والمحددة بـــ 20 سنة منذ بداية إعتماد الاختراع، نلاحظ من خلال الجدول أن هذا الصنف من الدواء قد تضاعفت قيمته خلال السنوات الأخيرة بعدما كانت قيمته في سنة 2002 تقدر بـــ 24 مليون دج فقد أصبحت في سنة 2013 قيمتها بـــ 123 مليون دج، نتيجة لزيادة عدد الأدوية التي مر على إكتشافها 20 سنة وأصبحت تصنع من طرف المؤسسات المحلية، لكن بالنسبة للحصة التي يغطيها من الطلب الكلي نلاحظ أنه في سنة 2002 كانت 40% لكن هذه النسبة انخفضت وأصبحت 35% رغم زيادة الإنتاج، وهذا راجع لزيادة الطلب وإنتشار بعض الأمراض المكتشف دوائها حديثا.

ويرجع تطور حجم الدواء في سوق الجزائر إلى تزايد الطلب على الأدوية ومحاولة الدولة لتلبية كل احتياجات السوق إما بالاستيراد أو بالإنتاج الوطني الذي يعتمد على الأدوية الجنيسة.

وبالرغم من محاولة ترقية الإنتاج الوطني من الأدوية الجنيسة، الذي لم يستطع تغطية السوق وخاصة إثر الضغوط التي تفرضها اتفاقيات المؤسسة العالمية للتجارة، فإن قيمة الأدوية الأصلية (المتميزة بارتفاع أسعارها) تزايدت في السوق الجزائري.

كما أن هناك عدد من المخابر البحثية في الجزائر والتي كان من الممكن أن تساهم في زيادة الاكتشافات الدوائية خاصة مع ظهور العديد من الأمراض والزيادة السكانية.

المطلب الثالث: التجارة الخارجية لقطاع الأدوية في الجزائر

نظرا لما تم التطرق إليه سابقا حول السوق الجزائرية للأدوية، والتطرق للمتعاملين في مجال الإنتاج ومعرفة رقم أعمالهم، بالإضافة لذلك اتضح أن الهيكل الصناعي غير كفوء، وبالتالي فإن هناك مبادلات تجارية خاصة في ما يتعلق بالواردات التي تشكل نسبة ثلثي الطلب الكلي على الأدوية، وسوف نستعرض بعض الإحصائيات حول هذه المبادلات التجارية لمعرفة كل ما يتعلق بها.

أولا: صادرات الجزائر من الصناعة الدوائية

لقد لوحظ سابقا أن الجزائر تعتمد في الإنتاج المحلي على الأدوية الجنيسة بحوالي 35% من الطلب الكلي، بالإضافة لبعض المنتجات الصيدلانية من الآلات والأجهزة، إنطلاقا من هذا فإن الجزائر لديها فائض في بعض الأنواع من الأدوية والتي من شأنها أن تصدر إلى بعض الدول الأخرى،

وبالرجوع لديوان الوطني الجزائري للإحصاء نلاحظ أن هناك تقارير تبين أن الجزائر تصدر الأدوية حتى ولو كانت قليلة.

والجدول الموالي يبين أن الجزائر تقوم بتصدير نوعين من المنتجات الصيدلانية.

جدول رقم (20): تطور صادرات الجزائر حسب التصنيف النوعي للتجارة الدولية خلال 2014/2004

السنة	تطور الصادرات (مليون دولار)		القيمة الإجمالية		النمو %	النسبة من إجمالي الصادرات
	منتجات طبية وصيدلانية	أدوية موجهة للاستعمال البشري و الحيواني	مليون دج	مليون دولار		
2004	0,33	1,11	103.9	1,44	-	0,0044%
2005	0,40	0,90	95	1,30	-10,09	0,0028%
2006	4,24	0,95	377	5,19	+300,28	0,0095%
2007	0,08	2,38	205.7	2,96	-52,64	0,0049%
2008	0,09	1,64	111.8	1,73	-29,57	0,0022%
2009	0,06	2,66	197.9	2,72	+57,39	0,0059%
2010	0,06	1,34	103.7	1,39	-48,85	0,0024%
2011	0,03	0,91	68.2	0,94	-32,84	0,0013%
2012	0,04	1,79	141.5	1,82	+94,96	0,0025%
2013	1,24	2,27	278.6	3,51	+92,35	0,0053%
2014	0,15	1,67	146.5	1,82	-48,10	0,0030%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2004 A 2014, office national des statistique - Alger – novembre 2015, p117-118.

نلاحظ أن القيمة الإجمالية للصادرات في سنة 2003 تقدر بـــ 1.44 مليون دولار بحصة 0,0044% من الصادرات الإجمالية، وتراجع نموها في السنة الموالية بـــ (-10,09%) نتيجة لتراجع الإنتاج المحلي كما هو مبين في الجدول رقم(20)، وسرعان ما تضاعفت بثلاث مرات وأصبحت تقدر بـــ 5.19 مليون دولار في سنة 2006، ثم تراجعت مرة أخري لتبلغ قيمة 2.72 مليون دولار لكن بإحتلال أكبر حصة لها 0,0059% على مر كل سنوات الدراسة السابقة واللاحقة حتى 2013 حيث بلغت الصادرات من الصناعة الصيدلانية3.51 مليون دولار بنمو(+92,35%) وحصة من إجمالي الصادرات 0,0053%، ونظرا لهشاشة وحداثة هذه الصناعة في الجزائر ورغم السياسات التي تتبعها السلطات المعنية إلا أن هذه القيمة في تراجع وهو ما نلاحظه خلال السنة الموالية 2014 سجلت تراجع في النمو بـــ(-48,10%) وأصبحت القيمة 1.82 مليون دولار.

ثانيا: واردات الجزائر من الأدوية

إن السوق الوطنية للأدوية بالجزائر محدودة بنسبة صغيرة من قائمة الأدوية، حيث بلغ حجم هذه السوق 3.7 مليار دولار منها 2.3 مليار دولار مغطاة بالواردات في عام 2013 مقابل 568 مليون دولار في عام 2000، وهذه الواردات متكونة من صنفين النوع الأول منتجات طبية وصيدلانية والثاني أدوات موجهة للاستعمال البشري والحيواني، والجدول التالي يبين تطور الواردات الجزائرية من الأدوية.

جدول رقم (21): تطور واردات الجزائر من الأدوية حسب التصنيف النوعي للتجارة الخارجية 2014/2004

السنة	تطور الواردات (مليون دولار)		القيمة الإجمالية		النمو %	النسبة من إجمالي الواردات
	منتجات طبية وصيدلانية	الأدوية الموجهة للاستعمال البشري و الحيواني	مليون دج	مليون دولار		
2004	92,14	905,03	71 856,1	997,17	-	% 5,5
2005	94,34	1012,67	81 121,7	1107,01	+11,02	% 5,4
2006	90,59	1119,19	87 890,7	1209,78	+9,28	% 5,6
2007	111,86	1106,95	102 002,3	1470,20	+0,75	% 5,3
2008	191,01	1709,14	122 711,6	1900,15	+55,90	% 4,8
2009	208,78	1575,83	129 616,5	1784,61	-6,08	% 4,5
2010	222,53	1498,60	128 051,8	1721,13	-3,56	% 4,3
2011	296,83	1730,34	147 699,6	2027,17	+17,78	% 4,3
2012	445,19	1879,65	180 268,4	2324,84	+14,68	% 4,6
2013	436,95	1929,84	187 852,3	2366,79	+1,80	% 4,3
2014	556,74	2061,15	210 949,2	2617,89	+10,61	% 4,5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2004 A 2014, office national des statistique - Alger – novembre 2015, p43-47.

نلاحظ من الجدول أن عملية استيراد الأدوية في تزايد مستمر، حيث استوردت الجزائر ما قيمته 997.17 مليون دولار بنسبة من إجمالي الواردات 5.5% من الأدوية أو الأجهزة الطبية ومواد أولية خلال سنة 2004، لكن عرفت هذه القيمة تزايدا مستمر في السنوات الستة الموالية وبمعدل نموا يتراوح بين 8% و20% لتتضاعف قيمتها وتصبح في سنة 2008 حوالي 1900 مليون دولار مجزأة إلى 191 مليون دولار منتجات طبية وصيدلانية و1709.14 أدوية موجهة للاستعمال البشري والحيواني، وفي السنة الموالية مباشرة شهدت تراجع في النمو بنسبة (6.08%-) وهذا راجع لقانون منع إستيراد الأدوية المنتجة محليا، فأصبحت قيمة المواد المستوردة 1784 مليون دولار، وبقي تأثير هذا القانون واضحا في سنة 2010 حيث أن النمو تراجع بـــ (3.56%-)، وسرعان ما نلاحظ زيادة

كبيرة في نمو الواردات بنسبة (+17.78%) نتيجة للزيادة الكبيرة في إستيراد الأدوية الموجهة للاستعمال البشري والحيواني والتي فاقت قيمتها 1730 مليون دولار ذلك لانتشار الأمراض المختلفة وزيادة الطلب المحلي، وبقية في زيادة حتى تصل سنة 2014 إلى 2617.89 مليون دولار.

إن أهم ما يمكن ملاحظته من الجدول (21) هو الاستيراد الكبير للأدوية خاصة في السنوات الأخيرة 2012، 2013 و2014، والجدول الموالي يبين أهم الدول التي تستورد منها الجزائر:

جدول رقم (22): الدول الأولى التي تستورد منها الجزائر الدواء خلال 2014/2012

الدولة	2012		2013		2014	
	القيمة (مليون دولار)	النسبة من القيمة الاجمالية	القيمة (مليون دولار)	النسبة من القيمة الإجمالية	القيمة (مليون دولار)	النسبة من القيمة الإجمالية
فرنسا	583,60	25,10%	602,12	25,44%	679,73	25,97%
ألمانيا	171,80	7,39%	209,15	8,84%	241,47	9,22%
إيطاليا	104,99	4,52%	117,83	4,98%	125,97	4,81%
الولايات المتحدة	65,13	2,80%	48,26	2,04%	72,47	2,77%
إسبانيا	93,64	4,03%	0,00	0	101,97	3,90%
بريطانيا	0,00	0	0,00	0	80,69	3,08%
الأرجنتين	0,00	0	0,00	0	8,30	0,33%
الهند	0,00	0	34,55	1,46%	0,00	0
دول أخرى	1305,69	56,16%	1354,90	57,25%	1315,56	50,25%
المجموع	2324,84	%100	2366,79	%100	2617,89	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:.office national des statistiques – Alger – novembre 2015, p82-85
Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2003 A 2013, office national des statistiques – Alger – novembre 2014 , p84-87.

نلاحظ من خلال الجدول أن الجزائر تعتمد بنسبة كبيرة في استيراد الأدوية بالدرجة الأولى على الدول الأوربية، في مقدمتها فرنسا بنسبة تفوق 25% على مر السنوات الأخيرة 2012-2013-2014 ما قيمته 583.6 و602.12 و679.73 مليون دج، وألمانيا وإيطاليا في المرتبة الثانية والثالثة بنسبة 7.39% و4.52% في سنة 2012، وإرتفعت هذه النسبة حتى وصلت في سنة 2014 إلى 9.22% و4.81% على التوالي من مجمل الواردات الدوائية، وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الرابعة بنسبة 2.77% في سنة 2014، أما بالنسبة لإسبانيا فان الجزائر استوردت منها المنتجات الصيدلانية بقيمة 93.64 مليون دولار في سنة 2012 ولم تستورد منها في سنة 2013 بل قامت بالاستيراد من الهند في سنة 2013 ما قيمته 34.55 مليون دولار بنسبة 1.46% من مجمل الواردات في ما يخص المنتجات الصيدلانية لذلك نجد الهند في المرتبة السادسة من حيث الواردات الصيدلانية، وعاودت الاستيراد في سنة 2014 بقيمة 101.97 مليون دولار ما نسبته 3.9% من

إجمالي الواردات الدوائية لنفس السنة، كما نلاحظ أن الجزائر استوردت ما نسبته 50.25% في سنة 2014من دول أخرى.

المبحث الثالث: أثر السياسات الصناعية الجزائرية على هيكل صناعة الأدوية.

من خلال ما تم دراسته في الجانب النظري من المميزات الإقتصادية والفنية والبيئية التي توفرها الدولة (السياسة الداخلية للدولة)، بالإضافة إلى السياسات التي تقوم بها والمتعلقة بدرجة نمو الصناعة وحواجز الدخول والخروج منها وإليها، وسهولة الحصول على وسائل الإنتاج وجودتها من أجل التميز.

وفي هذا الجانب سوف يتم دراسة السياسات الصناعية المنتهجة من طرف السلطات الجزائرية من أجل تنظيم وتحسين قطاع الصناعة الدوائية، خاصة أن هذه السياسات عبارة عن نظام حكومي أو قانوني يشجع السلطات المعنية بالتدخل في سياسة التنمية الصناعية وتنظيم سوق صناعية معينة مثل الصناعة الدوائية باعتبارها صنعة إستراتيجية.

المطلب الأول: أثر السياسات الصناعية على تركز المؤسسات الدوائية

لقد تم التطرق سابقا في الفصل الثالث إلى هذا الجانب نظريا وسنقوم بدراسته ميدانيا لمعرفة مدى تأثير السياسات الصناعية المنتهجة من طرف الدولة الجزائرية على تركز المؤسسات في القطاع، والتي بلغ عددها في سنة 2015 حوالي 72 مؤسسة متخصصة في صناعة الأدوية.

وقبل التطرق الى ذلك سوف نقوم بحساب التركز في القطاع من خلال المؤشرات التي تم التطرق لها في الفصل الثاني، إذ يعتبر التركز الصناعي حجر الزاوية في تحليل الهيكل الصناعي، والذي يدرس مدى تركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق من طرف عدد محدود من المؤسسات، لذا في قياس تركز الصناعة ينصب الاهتمام على كل صناعة بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل الصناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركز، فإن السوق يكون أكثر تركزا كلما قل عدد المنتجين أو زاد التباين بين حصصها في السوق.

لذا في هذه الدراسة سوف نقوم بتقسيم عملية حساب نسبة التركز حسب نشاط المؤسسة، إنطلاقا من حساب تركز المؤسسات الإنتاجية من جهة وتركز المخابر البحثية من جهة أخرى.

أولا: تركز المؤسسات الإنتاجية

ولقياس التركيز في الصناعة تتعدد المؤشرات المستخدمة في قياس التركيز ويبقى اختيار المؤشر المناسب مرتبط بظروف الدراسة التي تستعمل بها، ونقوم بدراسة عدد من المؤشرات بما يتوافق مع المعطيات المتوفرة.

1- **معكوس عدد المؤسسات**: حسب هذا المؤشر فإن قيمة تركيز السوق تساوي مقلوب عدد المؤسسات، كما توضحه العلاقة التالا $R = 1/n$

سوف يتم دراسة هذا المؤشر حسب المعطيات المتوفرة سابقا والمبينة في الجدول التالي ولكن سنة بعد دخول المؤسسات لأنها بدأت تزاول نشاطها الإنتاجي في السوق وتلبي الطلب:

بالرغم من بساطة هذا المؤشر خاصة في حالة دراسة صناعة ذات مؤسسات متفاوتة الحجم لا يستوفي كل المعايير الذي وضعها(Hannah and kay)، حيث اتضح من خلال الجدول أن المؤشر يعطي صورة تركز ضعيفة جدا في القطاع، وهي في تناقص مستمر كلما زاد عدد المؤسسات، والقيم الموضحة تبين ذلك حيث كانت قيمة التركز في سنة 2000 تساوي 10% ونتيجة لزيادة الدخول المستمر للمستثمرين انخفضت القيمة فأصبحت في سنة 2014 تساوي 1.61%، وهذا ما يدل على أن هيكل الصناعة يحتوي على عدد كبير من المؤسسات التي تنشط فيه، كما أن لديها حصص سوقية والجدول السابق رقم (14) يوضح الحصة السوقية لكل مؤسسة في سنة 2014، لهذا سوف نقوم بقياس التركز بقوانين تكون أكثر دقة وتعطي مدلول للهيكل المدروس.

2- **نسبة التركيز**

يستعمل هذا المؤشر في قياس نصيب عدد معين من المؤسسات (r)، وهو أفضل من مقياس مقلوب عدد المؤسسات في الصناعة، لأنه يبين تركز المؤسسات في السوق الإجمالية بالإضافة لمجمل الواردات، وقبل أن نقوم بحساب هذا المؤشر يجب أن نستعرض نصيب أول خمس مؤسسات في السوق الدوائي، خلال سنتي 2005 و2014 من أجل المقارنة، والجدول الموالي يبين ذلك:

جدول رقم(24): الحصة السوقية للمؤسسات المنتجة للدواء في الجزائر من المبيعات المحلية والكلية خلال الفترة 2005-2014

الرتبة	عدد المؤسسات 51	الحصة السوقية 2005		عدد المؤسسات 57	الحصة السوقية2014	
		المبيعات المحلية	المبيعات الكلية		المبيعات المحلية	المبيعات الكلية
01	SAIDAL	%9.77	%1,61	SAIDAL	%13,00	%3,330
02	SANOFI AVENTIS	%6.5	%1,07	EL KENDI	%12,84	%3,29
03	PFIZER	%2.88	%0,47	HIKMA	%9,53	%2,44
04	LAB.SALEM	%0.98	%0,16	SANOFI	%8,58	%2,2
05	PHARMAGREB	%0.89	%0,15	PHARMALLIANCE	%5,34	%1,37
-	46 آخرون	%78.98	%3.89	52 آخرون	%50,71	%12,98
/	المجموع	%100	%24.91	المجموع	%100	%25.61

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: Les rapports de gestion (1999-2014)ONS

عبد السلام مخلوفي، إتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة الخارجية TRIPS: أداة لحماية التكنولوجيا أم لاحتكارها؟ وأثرها على صناعة الدواء في الدول النامية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 226.

نلاحظ من خلال الجدول أن مؤسسة **SAIDAL** تسيطر على السوق خلال سنوات الدراسة حيث زادت حصتها السوقية من سنة 2005 والتي تقدر بـــ (9.77%) من المبيعات المحلية و(1.61%) من المبيعات الكلية، وأصبحت هذه الحصة في 2014 حوالي (13%) من مبيعات الإنتاج المحلي و(3.33%) من المبيعات الكلية، وقد حافظت على مكانتها نتيجة للفروع التي فتحتها في باتنة وقسنطينة، بالإضافة للمؤسسات التي قامت بها مع المخابر العالمية، لكن نلاحظ أن مؤسسة **SANOFI AVENTIS** تراجعت مكانتها بعدما كانت في المرتبة الثانية محليا سنة 2005 بنسبة (6.5%) فأصبحت في سنة 2014 في المرتبة الرابعة رغم زيادة نسبة الحصة إلى (8.58%) من مبيعات الإنتاج المحلي و(2.2%) من المبيعات الكلية في السوق، وهذا راجع لاحتلال منافسين آخرين في القطاع المرتبة الثانية والثالثة على التوالي وهم **EL KENDI** و**HIKMA** رغم أنهم في 2005 لم يحتلوا هذه المراتب وإحتلوها في سنة 2014 بحصة سوقية تقدر بـــ (12.84%) و(9.53%) من مبيعات الإنتاج المحلي على التوالي وكذلك بلغت حصتهما من المبيعات الكلية (3.29%) و(2.44%)، أما بالنسبة **PHARMAGREB** التي تراجعت مرتبتها إلى (23) في 2014 والمبينة في الجدول (14) رغم أن حصتها السوقية زادت عما كانت عليه وأصبحت (0.9%) من مبيعات الإنتاج المحلي و (0.23%) من المبيعات الكلية بعدما كانت حصتها في سنة 2005 تقدر بـــ (0.89%) من المبيعات

المحلية و(0.15%) من المبيعات الكلية، واحتلت مكانتها **PHARMALLIANCE** التي نمت حصتها السوقية لتبلغ سنة 2014 (5.34%) و (1.37%) من المحلي والإجمالي على التوالي.

ولكن هناك ملاحظتان **أولا** أن المؤسسات **PFIZER** و**LAB.SALEM** قد تراجعت مرتبتهما في سنة 2014 وأصبحت مرتبتهما (8) و(32) بحصة سوقية من مبيعات الإنتاج المحلي (4.16%) (0.34%) على التوالي، و (1.06%) (0.08%) من المبيعات الكلية، بعدما كانت حصتهما السوقية (2.88%) (0.98%) من المبيعات المحلية، و (0.47%) و (0.16%) من المبيعات الكلية ومراتبهما (3) و (4) **ثانيا** نلاحظ زيادة عدد المؤسسات في القطاع حيث كانت في سنة 2005 تقدر بـــ 51 مؤسسة فأصبحت عددها في 2014 حولي 57 مؤسسة صناعية.

ويقرأ مؤشر نسبة التركيز كالآتي: نصيب الـــ "r" مؤسسة الأكبر في الصناعة هو "Cr " ويعد هذا المؤشر من أكثر المؤشرات استخداما خاصة عند التعامل مع بعض مشاكل التسعير في أسواق احتكار القلة.

ويقاس التركيز وفق هذا المؤشر حسب العلاقة التالية: $$Cr = \sum_{i=1}^{r} Pi$$

Pi: نصيب المؤسسة من السوق

جدول رقم(25): يبين نسبة التركز الصناعي في القطاع الدوائي خلال سنتي 2005 -2014

السنة	عدد المؤسسات	نسبة التركز (%)	
		بدون احتساب الواردات	مع احتساب الواردات
2005	5	Ca = 9.77 + 6.5 + 2.88 + 0.98 + 0.89 = 21.02%	Ca = 1.61 + 1.07 + 0.47 + 0.16 + 0.15 = 3.46%
2014	5	Ca = 13 + 12.84 + 9.53 + 8.58 + 5.34 = 49.29%	Ca = 3.33 + 3.29 + 2.44 + 2.2 + 1.37 = 12.63%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول (24)

تم حساب هذا المؤشر من خلال النسب المحققة بواسطة الخمس مؤسسات الأولى في القطاع لكن مع إحتساب قيمة الواردات وتبين لنا أن نسبة التركز في القطاع ضعيفة جدا مقارنة بالحجم الفعلي للسوق حيث كانت في 2005 نسبتها (3.46%) وأصبحت في 2014 تعدل (12.63%) رغم ذلك بقية ضعيفة لأن نسبة الواردات في زيادة وهو ما يوضحه الجدول رقم (17) ونسبة الواردات في سنة 2005 هي (83%) وأصبحت في سنة 2014 تقدر بـــ (64%)، ولمعرفة مدى التركز في القطاع من خلال المنتج المحلي والمتنافسين المحليين سوف يتم حساب المؤشر بدون إدخال قيمة الواردات.

نلاحظ من خلال هذا المؤشر أن الصناعة المحلية أصبحت تتميز بدرجة تركز عالية بنسبة (49.29%) لخمس مؤسسات فقط من أصل 57 مؤسسة في سنة 2014 بعدما كان التركز ضعيف في سنة2005 والمقدر بـــ (21.02%) من أصل 51 مؤسسة تنشط في القطاع.

3- **مقياس هيرشمان وهيرفندال:** كما قلنا سابقا أن هذا المؤشر يمتاز بنسبة كبيرة من التركيز وعلى مقاييس عدم التساوي لأنه يتأثر بعدد الوحدات في الصناعة، لذلك فإن الدخول في الصناعة والخروج منها يؤثر على قيمة H، أي إذا زاد عدد المؤسسات الداخلة لصناعة فإن قيمة H تنخفض والعكس صحيح في حالة خروجها، ونقوم بحسابه من خلال العلاقة[1]:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} \left({}^{Xi}/_{X} \right)^2$$

إن هذا المقياس يؤسس حالة الصناعة الدوائية في المنافسة الاحتكارية، من خلال ما يوضحه الجدول، حيث بلغ مؤشر هيرشمان وهرفندال نسبة H=0.065%، يعني أنه لدينا 57 مؤسسة تتنافس تسعى كل منها للإستحواذ على أكبر حصة سوقية، والأمر الذي إعتمدنا علية في تحديد نوعية هيكل الصناعة الدوائية الجزائرية والذي يعتبر ذو طابع المنافسة الاحتكارية، لأن نوعية المنتوج في المنافسة التامة متماثل أما في هذه الصناعة فإن المنتجات مختلفة نوعا ما وحسب ما تنتجه المؤسسة لأن الصناعة تتعلق بالدواء الذي يعالج العديد من الأمراض المختلفة والمتنوعة.

ثانيا: قياس تركز المخابر البحثية

كما سبق الذكر أن السوق الجزائري للصناعات الدوائية تحضى باهتمام كبير من طرف المؤسسات العالمية والمخابر البحثية التي تتنافس من أجل ضمان أكبر الحصص السوقية فيها، وسوف يتم قياس التركز في هذا المجال من خلال بعض المؤشرات التي تتوفر لدينا معطياتها.

1) **معكوس عدد المؤسسات:** يعتمد هذا المؤشر على مقلوب عدد المؤسسات من خلال العلاقة التالية (R=1/n)، مع العلم أنه لدينا 326 مخبر متعددة الأحجام والاختصاصات.

والمؤشر يساوي (R=0.30%) وهو يعطي نسبة تركز ضعيفة جدا ما يعني أنه لا يمكن أن نعتمد عليه في تحديد الهيكل لهذا المجال من الصناعة، الأمر الذي يفرض حسابه بمؤشرات أخرى.

1- محمود صديق زين و آخرون، **قياس التركز الصناعي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز**، السعودية، المجلد رقم2، 1989، ص57.

2) **مقياس نسبة التركيز:** ويحتاج هذا المقياس في حسابه للحصة السوقية لأكبر مؤسستين أو لأكبر أربع مؤسسات، وهنا سنأخذ الحصة السوقية لأكبر عشر مؤسسات في البحث المخبري لصناعة الدواء الجزائرية، ويظهر هذا المقياس في الجدول التالي:

جدول رقم (27): تطور مؤشر نسبة التركز في مجال المخابر البحثية لصناعة الدوائية خلال 2009-2013

السنة	نسبة التركز
2009	C_{10}=13+5.77+6.7+3.46+1.43+4.57+6.06+5.25+1.48+2.13=49.85%
2011	C_{10}=11.67+5.86+6.11+5.57+3.07+5.48+5.31+4.91+2.61+2.84=53.43%
2012	C_{10}=12.89+5.93+6.24+6.05+4.25+5.29+4.43+3.24+2.71+3.35=54.38%
2013	C_{10}=14.09+6.49+6.25+6.12+5.08+4.8+4.23+3.27+2.83+2.62=55.78%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم (16)

نلاحظ من خلال الجدول أن تركز المؤسسات العشرة الأولى في تزايد مستمر خلال سنوات الدراسة حيث كان في سنة 2009 يساوي (49.85%) فتطور وأصبح في سنة 2013 يعادل (55.78%)، وهذا يعكس مدى تأثر تركز الصناعة في أيدي عدد محدود من المؤسسات نتيجة للخبرتها المتراكمة في المجال.

3) **مقياس هيرشمان وهيرفندال:** تم التطرق سابقا إلى أن زيادة عدد المخابر الداخلة للصناعة تؤثر على قيمة H بالانخفاض والعكس صحيح في حالة خروجها، ونقوم بحسابه من خلال العلاقة[1]:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} \left(Xi/X \right)^2$$

جدول رقم (28): درجة تركز المخابر حسب [illegible] **2014**

الترتيب	المؤسسة	2009 $(XI/X)^2$	2011 $(XI/X)^2$	2012 $(XI/X)^2$	2013 $(XI/X)^2$
01	SANOFI	0,0169	0,014	0,0166	0,0198
02	GLAXOSMITHKLINE	0,0033	0,003	0,0035	0,0042
03	HIKMA PHARMA	0,0045	0,004	0,0039	0,0039
04	NOVO NORDISK	0,0012	0,003	0,0037	0,0037
05	EL KENDI	0,0002	0,001	0,0018	0,0026
06	PFIZER	0,0021	0,003	0,0028	0,0023

1- محمود صديق زين وآخرون، مرجع سابق، ص57.

07	SAIDAL	0,0037	0,003	0,0020	0,0018
08	NOVARTIS	0,0028	0,002	0,0010	0,0011
09	MSD	0,0002	0,001	0,0007	0,0008
10	ROCHE DIAGNOSTICS	0,0005	0,001	0,0011	0,0007
-	المتعاملون الآخرون	0,2517	0,217	0,2081	0,1955
-	مجموع رقم الأعمال (x)	0,2870	0,251	0,2452	0,2364

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم (15)

من خلال النتائج التي يبينها المؤشر في الجدول، نلاحظ أنه في انخفاض مستمر حيث أصبح سنة 2013 يساوي 0.2364 بعدما كان سنة 2009 يساوي 0.2870، مما يمكننا القول أن الصناعة في حالة منافسة إحتكارية، نظرا لعدد المخابر التي تسيطر على هذه النسبة هي 10 من بين 326 مخبر أما حالة الانخفاض فتدل على إشتداد المنافسة من أجل إكتساب أكبر حصة سوقية لكل مخبر.

ثالثا: أثر السياسات الصناعية على مؤشر التركز

من خلال ما تم التطرق اليه حول تركز المؤسسات داخل هيكل الصناعة الدوائية خاصة في حالة الإنتاج المحلي وحالة السوق ككل (بالإضافة للواردات)، سنقوم بتوضيح مدى تأثير السياسات الصناعية على التركز الصناعي داخل هيكل الصناعة الدوائية الجزائرية.

1) تأثير سياسة الترخيص الصناعي على التركز

هي عبارة عن سياسة حكومية متعلقة بالترخيص الصناعي سواء على مستوى قطاع الصناعة ككل أو على مستوى صناعات معينة، يمكن أن تسترشد بعدة اعتبارات تساهم كلها في التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص مستوى التركز وظروف الدخول إلى الصناعة، بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق اكبر قدر من الأهداف الاقتصادية للمجتمع.

وانتهجت الجزائر مجموعة القوانين في إيطار هذه السياسة من أجل تسهيل إنتاج المؤسسات بالترخيص لها بذلك، مما أدى بهذه السياسة للتأثر على نسبة التركز بصورة مباشرة.

في سنة 1992 تم صدور **المرسوم رقم 92-284 في 06 جويلية 1992**[1]، المتعلق بتسجيل منتجات صيدلانية التي تقوم المؤسسات بإنتاجها، منها الدواء الجنيس الذي هو: "مطابقا للدواء الأصلي عندما تكون لديه نفس التركيبة الكيفية والكمية للمادة الفعالة، ويكون له نفس الشكل الصيدلاني، وعند الضرورة يجب تحقيق دراسات التكافؤ الحيوي مع الدواء الأصلي"، حيث أصبحت براءة اختراعه

1 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي، 11 محرم عام 1413 ه، العدد 53، ص 1465.

متاحة لدى كل المؤسسات، نظرا للتجاوز مدة إكتشافه 20 سنة، ولا يدفع صاحب الإنتاج الحقوق إلى صاحب الاكتشاف، مما سهل للمؤسسات المحلية والبالغ عددها 57 مؤسسة بزيادة عدد منتجاتها.

وبعد تحرير هذا السوق ودخول المتعاملون الخواص في مجال عمليات استيراد الأدوية مع مطلع سنة 1990، فوفق المرسوم الوزاري[1] رقم (46) المؤرخ في 07 أكتوبر 1998[2] والمحدد لدفتر الشروط وإجراءات طرح الأدوية المستوردة في السوق الجزائري، فأصبح عدد المستوردين يتناقص بسبب عدم القدرة على الالتزام بنص المرسوم الوزاري رقم (46)، وفي سنة 2003 تم نشر قائمة بـــ 120 منتج ممنوع من الاستيراد وتعليمة وزارية تقضي بتعميم الأدوية الجنيسة، فأصبح عدد المستوردين الخواص في السنة الموالية 2004 حوالي 44 متعاملا، بينما في سنة 2002 كان عددهم 62 مستورد، و120 في سنة 2001[3]، إلا أن الطلب المتزايد على الأدوية وإتساع القائمة الكلية في السوق الوطنية من جهة والبحث عن تغطية الطلب من طرف الدولة من جهة أخرى، الأمر الذي ساهم في زيادة عدد المستوردين إلى 218 مستورد كل حسب إختصاصه والجدول السابق رقم (11) يوضح ذلك.

2) تأثير سياسة القروض الصناعية على التركز

إن هدف الأساسي لسياسة القروض الصناعية هو تشجيع وتحفيز الإقدام على إنشاء المشروعات الصناعة خاصة التي تحقق أهدافا عامة للصناعة الوطنية وتدعيم المؤسسات الناشطة في القطاع وتحسين قدرتها التنافسية لهذا تدخلت الدولة بواسطة مجلس مساهمات الدولة للمخطط الرباعي للتنمية من خلال **القرار الصادر في 17 جوان 2009 رقم 07-95- بتاريخ 2009/06/17**[4]، الذي يقضي بمنح مجمع صيدال قرض إستثماري بقيمة 16.7 **مليار دينار**، هذا الإجراء ساعد مجمع صيدال في زيادة عدد وحداته الإنتاجية وأصبحت 6 وحدات إنتاج وبالتالي زادت سيطرته على الصناعة المحلية، وهو ما تعكسه النسب المبينة في الجدول رقم (14).

3) تأثير سياسة الإعفاء من ضرائب المؤسسات على التركز

1 - ينص هذا المرسوم الوزاري في مادته (34) على ضرورة قيام المستوردين الخواص بعمليات استثمار في صناعة الأدوية في ظرف سنتين من بداية عملية الاستيراد، وإن لم يتم ذلك تقوم الوصاية بإقصاء المؤسسة، مساهموها ومديروها من أي نشاط مرتبط باستيراد المنتجات الصيدلانية.

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم وزاري، العدد 06، ص 5

3- الصادق بوشناف، مرجع سابق، ص 262.

4-Rapport de Gestion.،2009 Group Saidal

قامت الجزائر بإستغلال هذه السياسة لأنها فعالة في تحفيز الاستثمار الصناعي وبالتالي التأثير على أبعاد هيكل الصناعة، كمستوى التركز وظروف الدخول إلى الصناعة من خلال تأثيرها على عدد المؤسسات في الصناعة.

ومن خلال تطبيق الأمر التشريعي **رقم01-03 الصادر بتاريخ 20 أوت**[1] 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمارات، الذي بموجبه تمنح للمشاريع الاستثمارية المنجزة في المناطق التي تحتاج لمساهمة خاصة من جانب الدولة من أجل تنميتها، والمشاريع التي لها أهمية بالنسبة للاقتصاد الوطني لاسيما المشاريع التي تستخدم التكنولوجيا، المساعدة على حماية البيئة والموارد الطبيعي، بالإضافة للمساهمة في التنمية المستدامة، وتطبيق نظام الضريبة الثابتة التي تبلغ نسبها 2%[2] الخاصة بتسجيل عقود تأسيس المؤسسات وزيادة رأس مالها، ويعفى المشروع لمدة 10 سنوات بعد مزاولة نشاطه الفعلي من الضرائب على المؤسسات وضريبة الدخل التي تخضع لها الأرباح الموزعة، وإعفاء الممتلكات، كما يمكن تحويل رؤوس الأموال في الجزائر والتي تنص عليه **المادة 31 من الأمر رقم01-03** وبالتالي أصبحت الوضعية أكثر وضوحا منذ اعتماد نظام بنك الجزائر **رقم05-03 الصادرة في 06 جوان**2005[3] المتعلق بالاستثمارات الأجنبية ويحدد كيفية تحويل الأرباح والفوائد والنواتج الحقيقية الصافية للتنازل أو لتصفية الاستثمارات الأجنبية المنجزة في **إطار الأمر رقم-03 01**المذكور سابقا، وأصبح **النظام رقم05-03** يلزم البنوك والمؤسسات المعتمدة بتنفيذ عملية تحويل الأرباح والفوائد نتيجة التنازل عن الاستثمار الأجنبي إلى جانب علاواة الحضور وبدون تأخير.

وقطاع الصناعة أهم قطاع استحوذ على معظم الاستثمارات الأجنبية في الجزائر، التي بلغت نسبتها 59%[4] من إجمالي الاستثمارات الكلية، حيث أن قطاع الصناعة الدوائية نجح في إستقطاب العديد من الاستثمارات الأجنبية خاصة بعد سنة 2000 والشكل التالي يبين ذلك:

نلاحظ من خلال الشكل أن عدد المؤسسات في تزايد مستمر بعدما كانت 10مؤسسات في سنة 2000 فأصبحت 40 مؤسسة في 2007 ثم 71 مؤسسة في 2015، وهذا أثر على قيمة التركز داخل الهيكل بالنقصان إذا تم الاعتماد على مؤشر مقلوب عدد المؤسسات، ففي سنة 2000 كانت قيمة المؤشر هي 10% إنخفضت هذه القيمة في 2014 لتصبح 1.75% وهو ما يوضحه الجدول رقم

---

1 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الأمر التشريعي،2001/08/20، العدد 47، ص 4

2 - رفيق نزاري، **الاستثمار الاجنبي المباشر و النموا الاقتصادي دراسة حالة تونس الجزائر المغرب**، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية 2008/2007، ص 88.

3 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الأمر، 2005/06/06، العدد 53، ص 27

4 - رفيق نزاري، مرجع سابق، ص 105

(23) ويرجع هذا الانخفاض نتيجة لزيادة الاستثمار في القطاع ونتيجة للتسهيلات التي قامت بها الدولة ضمن إطار تدعيم المجال الصناعي.

أما في ما يخص المخابر البحثية فهي متعددة في الجزائر وعددها 326 مخبر مختلفة الأحجام ومستوى التركز فيها ضعيف إذا تم حسابه من خلال مقلوب عدد المؤسسات نجده يساوي (**R=0.30%**)

4) تأثير سياسة الاندماج بين المؤسسات على التركز

تقوم كثير من الدول بمراقبة أو تنظيم عمليات الاندماج خوفا من تأثيرها السلبي على مستوى المنافسة في سوق الصناعة، بتقوية الاتجاهات الاحتكارية فيها وما يترتب على ذلك من انخفاض رفاهية المستهلكين لصالح المنتجين أو بمعنى أخر زيادة العائد الصافي لرفاهية المجتمع.

وفي هذا الإطار قامت الجزائر بعمليات تدخل لدمج المؤسسات حيث كونت المؤسسة الوطنية للإنتاج الصيدلاني (ENPP) **بموجب القانون** 82- 16 **المؤرخ في** 24 **أفريل** 1982[1]، ثم أدمج إلى هذه الأخيرة مركب المدية لإنتاج المضادات الحيوية الذي كان تابعا للشركة الوطنية للصناعات الكيماوية (SNIC) في أفريل 1987، وهذا الإجراء لم يؤثر على التركز داخل القطاع بصفته قطاع عمومي محتكر من طرف الدولة.

إلا أنه بعد فتح السوق الوطني سنة 1988 ونجاحها في إستقطاب المؤسسات الأجنبية المتخصصة في الصناعة الدوائية، هذا نتيجة للسياسات التي قامت بها من أجل دعم هذه الصناعة فأصبح الهيكل يحتوي على 71 مؤسسة، ولكن تدخل مجلس مساهمات الدولة بموجب **القرار رقم** 07-95- **بتاريخ** 2009/06/17 **الصادر في** 17 **جوان** 2009، وقيامه بدمج مؤسسة "DIGROMED" المتخصصة في تصدير المنتجات الصيدلانية خارج الأسواق المحلية، وأصبحت تابعة للمؤسسة الصناعية لصناعة الأدوية مجمع صيدال مما زاد في نسبة تركز المجمع في السوق الدوائي لأنها أصبحت نسبته 1.69% من خلال مؤشر هيرشمان وهيرفندال سنة 2014 والموضحة في الجدول رقم (28)، لأن المجمع إستغلها في زيادة عدد خطوط الإنتاج وكذلك وفرت عليه تحمل تكاليف بناء مخازن مما أبقى المجمع في الريادة.

المطلب الثاني: أثر السياسات الصناعية على عوائق الدخول لصناعة الدوائية

1 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون،1982/04/24، العدد 3، ص 103.

تعتبر العوائق القانونية من أهم الوسائل التي تؤثر بها الدولة الجزائرية على الصناعة الدوائية سواء في تنظيم القطاع أو تدعيمه، لأنها عبارة عن بعض الممارسات والتصرفات الصادرة من قبل السلطات المعنية (الدولة) متمثلة في السياسات الصناعية، التي من خلالها تقوم الدولة بحماية صناعتها، ولكن القصد هو وضع صعوبات وعوائق سواء كانت اقتصادية أو تكنولوجية، إستراتيجية، أو تنظيمية فالهدف هو التحكم في مدى سهولة أو صعوبة دخول مؤسسات جديدة للهيكل، وسوف نتطرق لمجموعة من الإجراءات القانونية المتخذة من طرف الجزائر تحت غطاء أدوات السياسات الصناعة.

أولا: تأثير سياسة الأسواق المفتوحة على عوائق الدخول[1]:

إن عدم تحقق شروط السوق المفتوحة بصورة كافية لا يحقيق كل النتائج المترتبة عليها، فإن الدولة مضطرة للتدخل من أجل رفع مستوى المنافسة الكامنة في الصناعة، والاجراءات التي تحقق الدولة من خلالها هذا الهدف، يمكن تلخيصها في إزالة كافة القيود والتنظيمات التي تحد من حرية الدخول إلى الصناعة وجعل الدخول إلى الصناعة من قبل المؤسسات الراغبة في ذلك سهلا وبأقل تكلفة ممكنة مع مراعاة تنظيم المنافسة، قامة الجزائر في هذا السياق بمجموعة إجراءات عبر عدة قوانين ومراسيم هي:

1- إصدار قانون يقضي بفتح الأسواق ومحاربة الاحتكار ضمن **المرسوم** (88-204) **المؤرخ في** 18 **أكتوبر** 1988[2]، الذي يحدد المعايير وشروط إنجاز وفتح وتشغيل العيادات الخاصة لدعم الهياكل العمومية التي أصبحت غير قادرة على تلبية احتياجات المواطنين الصحية.

2- سن **القانون** 90-10[3] المعلق بالنقد والقرض، المنظم لحرية الاستثمار الأجنبي في الجزائر **والصادر في** 1990/10/14 والمتمم في شهر سبتمبر بتعليمة من البنك المركزي تحدد فيها الكيفيات والنمط المناسب لذلك.

3- تم في شهر أوت 1990 سن **القانون** 90-16 **المؤرخ في** 07 **أوت** 1990 والمتمثل في النظام الخاص بعمل تجار الجملة والوكلاء، والمتمم بالتعليمة رقم 63 لقانون المالية التكميلي لسنة 1990 والصادر عن وزارة الاقتصاد بتاريخ 1990/08/20 والمتعلق بشروط عمل هؤلاء الوكلاء وتجار الجملة. من خلال فحص هذه القانون نستنتج أنها:

- توحي بعدم إمكانية مساعدات بنكية لتمويل العمليات التجارية مع الخارج؛

1 - أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 269-270.

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي، 1988/10/19، العدد 42، ص 1429.

3 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون، 1990/04/18، العدد 16، ص 520.

- وجود قائمة سلعية مرخصة للاستيراد من طرف الدولة وقابلة لإعادة البيع بالعملة الصعبة؛
- إجبار الوكلاء الأجانب بالقيام بعمليات الاستثمار محليا في مجال الإنتاج.

4- في مارس 1991، صدر **المنشور التنفيذي رقم 91-37 المؤرخ في 1991/02/13**، والمتعلق بإزالة احتكار الدولة للتجارة الخارجية، كما تؤكد تعليمة البنك المركزي رقم **91-03 المؤرخة في** 1991/04/21 على شروط وطرق عمليات تمويل التجارة الخارجية، والتي تنص على:

- إلغاء ميزانية العملة الصعبة للمؤسسات العمومية؛
- تلزم المستوردين على الاستفادة من إمكانيات التمويل الخارجي ذو الاستحقاق أكثر من 18 شهرا وتلزمهم بوضع مقابل ذلك للواردات بالعملة الوطنية؛
- تمنع عمليات التسديد بالعملة الصعبة في السوق المحلي بالنسبة للمنتجات المستوردة من طرف الوكلاء وتعويضها بالدينار الجزائري؛
- تلزم الأعوان الاقتصاديون الذين يبرمون صفقات استيراد بدون دفع بأن يبينوا حقوقهم وتحديد مكان صفقاتهم لدى أحد البنوك.

5- وكان آخر حاجز قانوني يقف في وجه القطاع الخاص في مجال الإنتاج قد أزيل سنة 1992 وتم "تعويضه بـــرخصة الاستغلال للمؤسسة سواء إنتاج أو توزيع المنتجات الصيدلانية" **بموجب مرسوم وزاري صادر في 6 جويلية 1992**، وبموجبه تم نهائيا رفع الحصار على القطاع الخاص لصناعة الأدوية وهو ما سمح فيما بعد باقتحام الخواص المحليين والأجانب لهذا القطاع، حيث يبلغ عدد المستوردين 218 محليا وكذلك المؤسسات المنتجة 71 شركة في القطاع منها 57 تنتج بصفة عادية و14 مؤسسة في طور الانجاز.

من خلال هذه النصوص التشريعية وتواريخ صدورها نستنتج أن عملية فتح الأسواق كانت تتم بطريقة تدريجية، حيث أن العملية بدأت برفع الحواجز غير التعريفية مع مطلع سنة 1994[1]، باستثناء قائمة واحدة للسلع المستوردة، بغية السماح للمنتج الوطني بالتأقلم مع ظروف المنافسة الخارجية، لكن مع مطلع سنة 1995 فإن عملية التحرير شملت كل الواردات، وبالرجوع للجدول رقم (17) الذي يوضح تطور حجم السوق الوطنية للأدوية نلاحظ أن قيمة السوق تأثرت بالسياسات التي قامت بها الدولة في إيطار تحسين الرعاية الصحية وتحسين المستوى المعيشي في وقت تزامن مع إعطاء الحرية للمستوردين الذين زاد عددهم وأصبح 218 مستورد بنسبة تركز بلغت

1 - عبد القادر العلالي: **استقلالية المؤسسات العمومية عبر الإصلاحات الاقتصادية**، مجلة جامعة الجزائر، مارس 1994، ص41.

(R=1/218=0.00458*100=0.458%) وهذه النسبة منخفضة جدا مما يدل على تواجد عدد كبير من المنافسين، الأمر الذي يعكس زيادة المنافسة بينهم، لذا تضاعفت السوق وأصبحت 3706.79 مليون دولار بنسبة نمو 6.26% مع العلم أن السوق غير كفوء لأن الإنتاج المحلي لا يغطي سوى 36% والباقي عن طريق الاستيراد الذي يمثل نسبة 64%.

ثانيا: تأثير سياسة الترخيص الصناعي على عوائق الدخول

تعتبر السياسة الصناعية المتعلقة بالترخيص الصناعي سواء على مستوى قطاع الصناعة ككل أو على مستوى صناعات معينة، يمكن أن تسترشد بعدة اعتبارات تساهم كلها في التأثير على هيكل الصناعة وبالأخص ظروف الدخول إلى الصناعة، بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق أكبر قدر من الأهداف الاقتصادية للمجتمع، ولقد تجسدت هذه السياسة في القانون الخاص بفتح سوق الدواء الجزائري خاصة بعد إزاحة آخر حاجز قانوني يقف في وجه القطاع الخاص ضمن مجال الإنتاج قد أزيل سنة 1992، وتم تعويضه بـــرخصة الاستغلال للمؤسسة سواء إنتاج أو توزيع المنتجات الصيدلانية" **بموجب مرسوم وزاري صادر في 6 جويلية 1992**، وبموجب هذا المرسوم تم نهائيا رفع الحصار على القطاع الخاص للصناعة الدوائية، وهو ما سمح فيما بعد باقتحام الخواص المحليين أو الأجانب لهذا القطاع " حيث يبلغ عدد المستوردين 218 محليا وكذلك المؤسسات المنتجة 57 شركة منتجة محليا، 68 بائع بالجملة".

كما أن سياسة الترخيص سمحت بزيادة عدد الصيدليات والأطباء الذين يعتبرون فاعلين في القطاع لدورهم حيث يوضح الجدول رقم (12) تطور عددهم عبر سنوات الدراسة.

وكذلك هذا القانون يقضي بمنح الحق في إنتاج الدواء الجنيس بعد مرور 20 سنة من اكتشافه مما زاد في عدد المنتجين المحليين.

ولكن رغم التسهيلات التي قامت بها الدولة من جراء فتح السوق، إلا أنها لا تخلو من العوائق التي تدعم المنتج الوطني وتشدد الخناق على المنافس الأجنبي، وأهم عائق هو منع إستيراد الأدوية المنتجة محليا أي ما يقارب 358 دواء[1] ممنوعا من الاستيراد، بالإضافة إلى ذلك تلزم الدولة المستوردين الأجانب على إقامة مشاريع إستثمارية في نفس المجال بعد عشر سنوات من بداية نشاطهم.

[1] - الحكومة تفتح ملف الدواء بكل تفاصيله، تاريخ الاطلاع 2016/05/27، على الرابط: http://www.el-massa.com/dz

ثالثا: تأثير سياسة القروض الصناعية على عوائق الدخول

تقوم القروض الصناعية بدور أساسي في تشجيع وتحفيز الإقدام على إنشاء المشروعات الصناعية مما يعني دخول منافسين جدد داخل الهيكل الصناعي، أي تساهم القروض الصناعية في التأثير على ظروف الدخول إلى الصناعة من خلال تسهيل عملية التغلب على متطلبات رأس المال كأحد العوائق الرئيسية، لكن هذه الأداة إستغلتها السلطات الجزائرية في تدعيم المؤسسة الوطنية للصناعة الدوائية مجمع صيدال من خلال **القرار الصادر في 17 جوان 2009 رقم 07-95- بتاريخ** 2009/06/17[1] الذي يقضي بمنح صيدال قرض إستثماري بقيمة 16.7 **مليار دينار**، مما زاد في تحسين المجمع لكن دون زيادة صعوبة الدخول لأن السوق ليس به منافسة شديدة نظرا لنسبة التغطية الضعيفة في تلك الفترة.

رابعا: تأثير سياسة الإعفاء من ضرائب المؤسسات على عوائق الدخول

هذه السياسة تقوم بالتحفيز على الاستثمارات الصناعية وبالتالي التأثير في ظروف الدخول إلى الصناعة من خلال تأثيرها على عدد المؤسسات في الصناعة، حيث قامت الجزائر بتطوير الاستثمارات بصفة عامة والصناعة الدوائية بصفة خاصة بداية من الأمر التشريعي **رقم**01-03 **الصادر بتاريخ** 20 **أوت** 2001[2]، حيث يطبق نظام الضريبة الثابتة التي تبلغ نسبتها 2% الخاصة بتسجيل عقود تأسيس المؤسسات وزيادة رأس مالها، ويعفى المشروع لمدة 10 سنوات بعد مزاولة نشاطه الفعلي من الضرائب على المؤسسات وضريبة الدخل التي تخضع لها الأرباح الموزعة، وإعفاء الممتلكات، الأمر الذي زاد من عدد المؤسسات إلى 71 مؤسسة منها 57 تزاول نشاطها الإنتاجي، وبالرجوع للجدول رقم (23) نلاحظ أن نسبة تركز المؤسسات في تراجع مستمر نتيجة لزيادة عددها.

خامسا: تأثير سياسة سعر الصرف على عوائق الدخول

تقوم هذه السياسة بتخفيض سعر العملة الوطنية مما يمكن من تشجيع صادرات الإنتاج المحلي وتخفيض الواردات من السلع الأجنبية المنافسة للسلع الوطنية، حيث أن تخفيض سعر العملة الوطنية يجعل الأسعار النسبية للسلع المستوردة أعلى والأسعار النسبية للصادرات أقل ويصبح هناك عائق كبير في وجه منتجات أجنبية للدخول إلى الأسواق المحلية، ولم نلمس مثل هذه السياسة لكن

1-Rapport de Gestion.،2009 Group Saidal

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الأمر التشريعي،2001/08/20، العدد 47، ص 4.

يمكن القول أن الجزائر لا تسعى للتنظيم سوق العملة لتجنب ارتفاع أسعار المنتج المحلي، والجدول رقم (13) الذي يبين ذلك.

سادسا: تأثير سياسة الاندماج بين المؤسسات على عوائق الدخول

يعتبر تأثير هذه السياسة على ظروف الدخول إلى السوق، من خلال خلق عوائق أمام المؤسسات الجديدة الراغبة في الدخول إلى الصناعة وبالأخص العوائق المتمثلة في اقتصاديات الحجم والمزايا المطلقة لتكلفة الإنتاج، يشكل عاملا متناميا مؤثرا في مواقف السلطات المسؤولة عن تنظيم أسواق الصناعة تجاه الاندماج، لذا فان الحكم الفاصل في الموافقة على عمليات الاندماج لمعظم الدول التي لديها قوانين منظمة لعمليات الاندماج بين المؤسسات في الصناعة، مما يؤثر على درجة التركز في الصناعة كمقياس لمستوى السيطرة التي تمارسها المؤسسات المندمجة على سوق الصناعة وينعكس ذلك على زيادة عوائق الدخول إلى الصناعة وصعوبة دخول مؤسسات جديدة.

ولقد قامت الجزائر بعمليات تدخل لدمج المؤسسات حيث كونت المؤسسة الوطنية للإنتاج الصيدلاني (ENPP) **بموجب القانون 82- 16 المؤرخ في 24 أفريل 1982**[1]، ثم أدمج إلى هذه الأخيرة مركب المدية لإنتاج المضادات الحيوية الذي كان تابعا للشركة الوطنية للصناعات الكيماوية (SNIC) في أفريل 1987،

كما أن مجلس مساهمات الدولة تدخل بموجب **القرار رقم 07-95- بتاريخ 2009/06/17 الصادر في 17 جوان 2009**، وأدمجة مؤسسة "DIGROMED" المتخصصة في تصدير المنتجات الصيدلانية خارج الأسواق المحلية، وأصبحت تابعة للمجمع صيدال، مما زاد في تركزه من خلال إحتلالها أكبر حصة سوقية تفوق 13% في سنة 2014، رغم أن المؤسسات الأخرى عريقة في المجال والأمر الذي يثبت ذلك إحتلالها المراكز الأولى في الصناعة العالمية والمبينة في الجدول رقم (10) الذي يوضح ترتيب المؤسسات العالمية هذا من جهة، ومن جهة أخرى الجدول رقم (16) الذي يبين الحصص السوقية للمخابر البحثية نلاحظ أن المجمع يحتل المرتبة السابعة في مجال البحث والتطوير.

المطلب الثالث: أثر السياسات الصناعية على تمييز المنتجات الدوائية

سياسة تمييز المنتجات تقوم بدور هام في زيادة حدة المنافسة داخل الصناعة، عن طريق قيام المؤسسات القائمة في الصناعة بتنويع منتجاتها، لكن في الصناعات الدوائية يصعب ذلك خاصة عندما

1 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون،1982/04/24، العدد 3، ص 103.

وجد أن الصناعة الجزائرية تعتمد على إنتاج الأدوية الجنيسة حوالي 400 دواء في القائمة، لكن إعتبار تمايز المنتجات والخدمات كمصدر لزيادة حدة المنافسة داخل القطاع من خلال ما يلي[1]:

- الإبداع في التصميم والتكنولوجيا؛
- الخدمات المقدمة؛
- السمعة ومكانة العلامة التجارية؛
- قنوات التوزيع.

بالنسبة للإبداع والاكتشاف لقد تم التطرق سابقا للمجموعة من المخابر والتي تسيطر على البحث والتطوير في الجزائر للصناعة الدوائية، رغم أنها تحتل المراكز الأولى إلا أنها لا يمكن أن تنافس المخابر العالمية لشركات العظمى خاصة في ظل إنتشار الأمراض والزيادة السكانية الهائلة.

أولا: تأثير سياسة الحماية الجمركية على تمييز المنتجات

تشكل الحماية الجمركية للصناعات الوطنية إحدى الوسائل الرئيسية لتشجيع وتدعيم هذه الصناعات خاصة في الدول النامية ذات الصناعات الناشئة، حيث تتمثل أهمية هذه السياسة من خلال مبادئ السياسات الصناعية التي تشمل تقديم الحوافز لمشاريع القطاع الصناعي، من ضمن هذه الحوافز "فرض ضرائب جمركية على المنتجات الأجنبية المنافسة" وذلك لحماية المنتجات المحلية.

وفيما يتعلق بالحواجز الجمركية، فإنها بدأت في الانخفاض بداية من سنة 1992 تزامنا مع فتح السوق الوطنية، حيث خفضت التعريفة الجمركية من الحد الأقصى لها والمقدر بـــ120% إلى 60%، وفي شهر ماي 1996 قدمت الجزائر طلب الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وقبل طلبها لكن هذا القبول له عواقب وخيمة على المنتج المحلي في ظل إلتزامها بالتقيد بالشروط المتمثلة في:

- فتح المجال أمام حرية المنافسة والالتزام بعدم التمييز بين الدول أو بين المنتج الوطني والأجنبي؛
- التخلي عن دعم الصادرات؛
- تجنب سياسة الإغراق؛
- الإلغاء التدريجي للقيود الجمركية والكمية؛
- قبول مبدأ التقييد الكمي في أحوال استثنائية لحماية ميزان المدفوعات وتقديم معاملة تفضيلية للدول النامية.

1- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، مرجع سابق، ص306.

وفي ظل المفاوضات الجارية مع المؤسسات المالية الدولية تم الاتفاق على تخفيض المعدل الأقصى للتعريفة الجمركية إلى 50% سنة 1996، ليصل إلى 45% سنة 1997، ثم 40% سنة 1998.

وفي سنة 1997، بلغ معدل الحماية الاسمي 24.3%، والمعدل المتوسط المرجح نسبة 18%، وبقي معدل التعريفة 40% مرشحا للانخفاض خاصة في إطار المفاوضات الخاصة بالانضمام للمنظمة العالمية للتجارة.

ومنذ أن شاركت الجزائر في مؤتمر برشلونة سنة 1995 ووقعت على إعلانه الخاص بالشراكة الأورو- متوسطية، وبعد مفاوضات طويلة مع البلدان الأعضاء في الاتحاد الأوربي تم التوقيع على اتفاق الشراكة في بروكسل (Bruxelles) بتاريخ 19 ديسمبر 2001، ثم في فلونسيا (Valence) بإسبانيا في 22 أفريل 2001، وبخصوص ذلك صدر **مرسوم رئاسي رقم 05-159 في 27 أفريل** 2005، وقد دخل اتفاق الشراكة الأورو جزائرية حيز التنفيذ في 01 سبتمبر2005.

وأهم ما جاء في مضمون الاتفاق حول الصناعة هو[1]:

1- حرية انتقال السلع: يضع اتفاق الشراكة مدة زمنية انتقالية من 12 سنة لإقامة منطقة للتبادل الحر[2] وعليه فإن الرسوم الجمركية والرسوم المطبقة على الواردات القادمة من بلدان الاتحاد سيتم تفكيكها تدريجيا لتصل إلى حالة الانعدام وفق (النصوص 6- 29).

2- النظام التعريفي المتفق عليه من الجانبين: كما هو معروف وبموجب المادة (6) من الاتفاق، سيتم إقامة منطقة للتبادل الحر بين الجزائر والاتحاد الأوربي في غضون (12) سنة التي تلي تاريخ 1 سبتمبر 2005 (التطبيق الفعلي للاتفاق)، طبقا له يلتزم الجانبين بالتخفيض الجمركي المتوالي أو التخفيض الفوري، خاصة على السلع الصناعية وكذا المنتجات الزراعية ومنتجات الصيد البحري والمنتجات الزراعية المحولة وذلك على النحو التالي[3]:

أ- النظام الجمركي المطبق على الواردات الأوربية للمنتجات من مصدر جزائري: في مجال المنتجات الصناعية وبموجب المادة (8) من الاتفاق فإن المنتجات الصناعية ذات الأصل

1- يمكنك الاطلاع عليه من خلال الرابط التالي: www.caci.com.dz/U.E/association-UE.htm

2- في هذا المجال تم إنشاء لجنة تقنية للمتابعة والتقييم من طرف وزير التجارة في 23 أوت 2005 ويرأسها المدير العام للغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI).

3 -www.caci.com.dz/UE/association-UE.htm.

الجزائري تدخل إلى الاتحاد الأوربي معفاة من الحقوق الجمركية (D.D) * والمقدرة بـــ 5% بالإضافة لرسوم المشابهة ابتداء من 01 سبتمبر2005.

ب- النظام الجمركي المطبق على الواردات الجزائرية للمنتجات الأوربية: والمتعلقة بالمنتجات الصناعية وهنا نميز بين مجموعتين من السلع الصناعية[1]:

- **المجموعة الأولى:** وهي السلع المقيدة من الاتفاق والتي تصبح معفاة من الرسوم الجمركية ابتداء من تاريخ دخول الاتفاق حيز النفاذ أي (2005/09/01)، وتبقى فقط تخضع للرسم على القيمة المضافة (T.V.A) والمحددة بنسبة (17%) في الجزائر.
- **المجموعة الثانية:** وهي السلع المحددة من الاتفاق والتي تخضع للتخفيض التدريجي للرسم الجمركي ابتداء من السنة الثانية لدخول الاتفاق حيز النفاذ وعلى مدة 05 سنوات.

ومن أهم سلبيات الاتفاق التأثير على تنافسية المنتجات الجزائرية نظرا لعدم وجود استغلال أمثل للموارد المتوفرة، وما يسببه من ضغط للتكاليف فإن الشراكة الأوربية ستؤدي إلى وجود منافسة حادة في السوق الجزائري لصالح المنتجات الأوربية، نظرا لتفوقها التكنولوجي وتحكمها في نفقات الإنتاج ووجود إنفاق كبير على البحث والتطوير، وهو غير متوفر لدى المؤسسات المنتجة محليا التي تعتمد على التقليد ورخص الاستغلال، لهذا الجزائر لم تطبق شروط هذه الاتفاقية ولم تحدد معايير الشراكة الأورو جزائرية ولم تقام منطقة تبادل حر، وبالتالي هذه السياسة إلى حد الآن تحمي المنتج الوطني.

ثانيا: تأثير سياسة التسعير على تمييز المنتجات

إن القوانين أو الأنظمة التي تنظم احتكار إنتاج بعض السلع خاصة سلع أوخدمات، التي قد تقتضي ظروف أو تكاليف إنتاجها كتناقص تكاليف الإنتاج بزيادة حجم الإنتاج، وأن يتولى اقتصاديا إنتاجها منتج واحد، فإن الدولة تتدخل إما بإنتاج السلعة مباشرة أو إعطاء امتياز إنتاجها للمنتج واحد مع الاحتفاظ بحقها في الإشراف على تسعير إنتاجها وكذلك حجم ونوعية إنتاجها (أو خدماتها).

وفي هذا الجانب فإن الدولة تدخلت عن طريق تسعير المنتجات بعد صدور **القانون 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995**[2]، المتعلق بالمنافسة، فإن مبدأ تحرير الأسعار أصبح هو الأساس السائد

* هي ضريبة تفرضها الدولة على مختلف السلع والبضائع التي تجتاز الحدود الجمركية سواء كانت مستوردة أو مصدرة(تضعها الدولة بمعدلات متغيرة حسب طبيعة السلعة : مواد أولية، منتوجات مصنعة والمعدل المطبق إلى هو 5%)

1 - www.caci.com.dz/ue/association-ue

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون، 1995/01/25، العدد 09، ص 13

في السوق على مختلف السلع، إلا في ظل هذا القانون تبقى بعض الاستثناءات الخاصة ببعض المنتجات التي تعتبر حساسة وذات أهمية بالنسبة للمواطن الجزائري، والتي نجد من بينها المنتجات الدوائية التي تخضع لسقف محدد لهامش الربح **وفق المرسوم رقم 95- 119 المؤرخ في 26 أفريل** 1995 والمتعلق طبعا بالمنافسة، وعليه فقد صدر **المرسوم التنفيذي رقم 98- 44 المؤرخ في 01 فيفري** 1998 والمتعلق بتحديد الهامش الأقصى المطبق على الأدوية كما يلي:

الجدول رقم (29) هوامش الربح المطبقة على الأدوية في الجزائر لتجارة الجملة والتجزئة والمنتجين.

شعب الأسعار	هامش الخاص الإنتاج	الهامش الخاص بتجارة الجملة	الهامش الخاص بتجارة التجزئة
إذا كان السعر أقل من 70.00دج	% 20	%20	%50
من 70.00دج 110.00دج	% 20	%15	%33
من 110.01دج 150.00دج	% 20	%12	%25
أكبر من 150.00دج	% 20	%10	%22

المصدر: الصادق بوشناف، **الآثار المحتملة لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة على قطاع صناعة الأدوية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006،ص 263.

وتعتبر هذه السياسة من أكثر أدوات السياسات الصناعية تأثرا في قضايا التصنيع نظراً لطبيعتها المباشرة وارتباطها بمسألة القوة الشرائية للدخول والتحكم بحجم الاستهلاك ونمطه، وقد أفلحت هذه السياسات في تكوين جدار حماية للصناعة المحلية تجنبا لوجود تمييز بين المنتجات المحلية والأجنبية خاصة من جهة السعر، وكان تطبيق السياسات السعرية في بعض الحالات له مشكلات أكثر تعقيدًا وهذا راجع في الأساس إلى طبيعة ومنهج التخطيط وقدرة جهاز الحكومة على التحكم بالسياسة المنتهجة.

ثالثا: تأثير سياسة المشتريات الحكومية على تمييز المنتجات

ترمي هذه السياسة بصورة عامة إلى تفضيل المنتجات ذات المنشأ الوطني على غيرها من مثيلاتها الأجنبية، متى كانت محققة للغرض الذي تقرر التأمين من أجله، ولو كانت تقل في المواصفات من مثيلاتها الأجنبية، على أساس إجراء المنافسة بين هذه المنتجات في حالة تعدد المصانع.

قامت وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات من خلال **مرسوم تنفيذي رقم 284-92 الصادر في 6 جويلية 1992** ينص على: "أن الصيدلي له الحق باستبدال الدواء الموصوف بدواء جنيسي مطابق له"[1]، كإجراء أولي لتشجيع تناول الدواء الجنيس عوض الدواء الأصلي الأجنبي.

ووفق هذا الترخيص المصرح به للصيدلي قامت الجزائر بتدعيم آخر للمنتج المحلي، من خلال منح الصيدلي نسبة 20% من سعر الدواء المسوق من طرفه، كمكافئة على قيامه بتسويق المنتج المحلي والجدول الموالي يبين الفارق بين عملية تسويق الدواء المحلي والأجنبي.

يبين الجدول أن هناك فارق بين المنتج المحلي والأجنبي في عملية التسويق حيث أن المسوق هو الصيدلي، فالدولة وضعت نسبة مرجعية 20% من قيمة سعر الدواء المسوق من أجل تشجيع عملية بيع الأدوية المحلية، فالصيدلي تحصل على مبلغ قدره 990.00 دج نتيجة بيعه ثلاث علب من المنتج وبالتالي أصبحت الفاتورة الكلية بقيمة 5945.00 دج ، أما في حالة بيعه للمنتج الأجنبي فإنه لا يحصل على نسبة 20% وبالتالي مبلغ الفاتورة المستحق من طرف الضمان الاجتماعي هو 4625.00 دج، كما أن هناك نقطة مهمة توضحها الفاتورة هي المبلغ المستحق من المريض وله حالتين:

الحالة الأولى: هي أن المريض عندما يكون له حقوق التعويض 100% فإن المريض لا يدفع أي مبلغ بل يتحصل على الدواء دون مقابل فالدولة هي من تتكفل بالتعويض.

الحالة الثانية: هي أن يكون المريض ليس له الحق في التعويض بنسبة 100% لذلك يجب عليه دفع القيمة المتبقية بنفسه، والباقي تدفعه الدولة.

ولكن في كلتا الحالتين لا يمكن أن تكون صحيحة لأن الدواء ليس به إختلاف ما عدا المنتج المحلي جنيس والمنتج الأجنبي أصلي، بل هناك أمر آخر عندما إشترى المريض المنتج المحلي تحصل عليه مجانا، أما عند شرائه المنتج الأجنبي يتحمل تكلفة 195.33 دج لأن الدولة تتحمل نسبة من هذا الدواء فقط، مع العلم أن الصيدلي لا يمكنه أن يفرض على المريض أي دواء بل الموصوف من طرف الطبيب.

ومن خلال هذه السياسة التي تتبعها الحكومة أصبح للمنتج ميزة تنافسية قوية تجاه المنتج الأجنبي.

أما بالنسبة لعملية تعويض الأدوية هي عبارة عن سياسة وطنية تتبعها الدولة في إيطار تحسين الصحة العمومية، فقد اعتمدت الجزائر على هذا النظام الرامي إلى تحسيس المواطن بحقوقه ومكانته في المجتمع، وعلى هذا الأساس أحدث جهاز خاص للقيام بهذه العملية وهو الصندوق الوطني للتأمينات

1- Saidal News: bulletin d'information interne du Groups Saidal, N° 04, Août – septembre 2002, p.06.

الاجتماعية (CNAS) حاليا، وتعتبر نفقاته ضخمة فهي تفوق 40 مليار دينار جزائري سنويا، أي ما نسبته من 30 إلى 40% (حسب التقديرات الحسابية) للنفقات الوطنية للأدوية.

ويعتبر تعويض الأدوية الذي جاء **بموجب القانون 83-11 الصادر في 02 جويلية 1983** المتعلق بالتأمينات الاجتماعية ذو أبعاد اجتماعية واقتصادية خاصة بطبيعة المرحلة التي كان يعيشها الاقتصاد الجزائري، وحتى يتم تعويض الأدوية من طرف الضمان الاجتماعي فإنه يجب إتباع جملة من الإجراءات البسيطة وهي[1]:

- تقديم طلب التعويض من طرف المخبر المعني مرفق بملف إثبات التسجيل للمنتج، وكذا الملف التقني للدواء إضافة إلى بطاقة الإيداع للسعر بالنسبة للأدوية المستوردة، أو شهادة التسعير (P.P.A) بالنسبة للمنتجات المصنوعة محليا.
- يقدم هذا الطلب إلى وزارة العمل والضمان الاجتماعي، حيث تقوم لجنة تعويض الأدوية (C.R.M) والتي تم إنشاؤها **بموجب تعليمة وزارية مشتركة في 16 أوت 2003** والتي يشرف عليها الوزير.
- في حالة قبول الطلب يتم إدراج الدواء ضمن قائمة الأدوية القابلة للتعويض حيث يتم وضع خط أخضر على قسيمتها، (la vignette)، بينما التي يوضع على قسيمتها خط أحمر فهي غير قابلة للتعويض. والجدول الموالي يبين عدد الأدوية المعوضة من طرف صندوق الضمان الاجتماعي:

جدول رقم (31): يبين عدد الأدوية المعوضة من طرف الضمان الاجتماعي 2014

طبيعة الدواء	عدد الأدوية المعوضة
أدوية أجنبية قابلة للتعويض	123
أدوية محلية قابلة للتعويض	5267
أدوية معوضة خاصة بالمستشفيات	314
أدوية محلية غير قابلة للتعويض	607
العدد الإجمالي للأدوية المسجلة في الضمان الاجتماعي	6611

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الملحق رقم(4)

من خلال الجدول نلاحظ أن العدد الإجمالي للأدوية في السوق الجزائرية هو 6611 دواء منها القابل للتعويض والغير قابل للتعويض، فالأدوية المحلية القابلة للتعويض هي 5581 دواء والأجنبية القابلة للتعويض هي 123 دواء، أما بالنسبة للعدد المتبقي فهو غير قابل للتعويض والمقدر عدده بـــ 607 دواء والملحق رقم (04) يبين ذلك.

1 - الصادق بوشناف، مرجع سابق، ص 270.

والضمان الاجتماعي[1]: هو هيئة أكثر حماية اجتماعية ضد المخاطر الأساسية التالية: الأمراض، الأمومة، العجز عن العمل، حوادث العمل، الأمراض المهنية، الشيخوخة والوفيات...الخ.

ويحدد **القانون** 83-11 الإطار العام لتدخل الضمان الاجتماعي في تعويض الأدوية، فهو نظام تأمين إجباري، يسمح بالتنظيم الرسمي والدائم للحماية الاجتماعية للمستخدمين وعائلاتهم عن طريق التطويع الاجتماعي المهني للتكفل بمختلف المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها.

هذه التعويضات الممنوحة من طرف الدولة أدت إلى الزيادة في استهلاك المنتجات الدوائية.

وحتى يتم تعويض الأدوية ينبغي أن تتوفر ثلاث شروط :

- أن توصف الأدوية من طرف المتخصصين في هذا المجال؛
- أن تكون الأدوية مسجلة ضمن قائمة الأدوية القابلة للتعويض؛
- لصق القسيمات الخاصة بالسعر على ظهر الوصفة الطبية.

الخلاصـــــــــة

1- دحمان ليندة، مرجع سابق، ص ص 58-59.

تم القيام في هذا الفصل بدراسة هيكل الصناعة الدوائية في الجزائر، حيث تم التطرق لطبيعة هذه الصناعة من خلال معرفة الطلب الكلي على الدواء في الجزائر، ودراسة نسبة التغطية من المنتجات المحلية، بالإضافة لواقع الواردات مع الإشارة للدول التي تستورد منها، وتم التوصل كذلك إلى أن الجزائر تقوم بتصدير بعض المنتجات الصيدلانية، وهذا الهيكل الصناعي لابد من وجود رقابة عليه من طرف السلطات المعنية من أجل تنظيمه والتدخل في القطاع من خلال السياسات الصناعية التي تؤثر بها على القطاع ككل سواء بالإيجاب أو السلب، وتم التوصل إلى جملة من النتائج هي:

- تعتبر الصناعة الدوائية صناعة معقدة وأساسية في نفس الوقت، وهي تنمو بصورة كبيرة حيث وصلت قيمتها في سنة 2014 إلى 680 مليار دولار، ومن المتوقع أن تصل في سنة2018 إلى 790 مليار دولار بمعدل نموا قدره 16.17% على المستوى العالمي؛
- بالنسبة للدول المسيطرة على هذه الصناعة تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية هي رائدة العالم باحتلالها المرتبة الأولى على مدى عشر سنوات، والصين واليابان في المرتبتان الثانية والثالثة على التوالي، وتليهما الدول الأوربية؛
- إستنتجنا أن الصين قامت بتطوير صناعتها الدوائية من خلال البحث والتطوير، وتدعيم القطاع بعدت سياسات وإجراءات ونجحت في ذلك لأنها احتلت المرتبة (2) عالميا في سنة 2013 ، أما الهند فحققت كذلك تقدم باحتلالها المرتبة (13) من نفس السنة هذا راجع لسياستها المنتهجة؛
- تقوم الجزائر بتغطية الطلب من خلال الواردات لأن الصناعة المحلية لا تغطي سوى 36% من الطلب الكلي؛
- لقد نجحت الجزائر في فتح السوق الصناعي على الأسواق الأجنبية، لكن بقي سوق الدواء مراقب لأنه يعتبر صناعة حساسة وتؤثر مباشرة على المواطن؛
- لقد أصبح للمنتج المحلي ميزة تنافسية من خلال القروض الممنوحة لمجمع صيدال مما أدى إلى تخفيض التكاليف وتوسيع النشاط؛
- لقد قامت الجزائر بتدعيم المنتج المحلي من خلال السياسات التي تقوم بها، خاصة منع إستيراد الأدوية المنتجة محليا، ومنح الصيدلي نسبة 20% من قيمة الفاتورة كحافز تسويق المنتج المحلي.

الخاتمة

شهدت الصناعة الجزائرية في الوقت الحاضر مرحلة تحول عميقة، وذلك بفضل تطبيق إستراتيجية سياسات إنعاش الصناع، التي تسعى من خلالها للانتقال من مرحلة غياب التصنيع إلى مرحلة بعث الإنتاج الصناعي، وقد تم التركيز ضمن الإستراتيجية الجديدة على تنمية بعض الفروع الصناعية مثل الصناعات الدوائية، خاصة بعد فتح السوق الوطنية ومحاربة الاحتكار في أواخر الثمانينات مما عرض القطاع المحلي لمنافسة شديدة من طرف المؤسسات العملاقة المتخصصة في المجال.

وقد جاء التركيز على مثل هذه الصناعات بالنظر إلى أهمية القطاع والتوجهات في مجال إستراتيجية إنعاش الصناعة خاصة أن الجزائر قامت بدعم قطاع الدواء من خلال فتح السوق الوطنية ومنع الاحتكار ثم تبعتها عدة قوانين تم ذكرها سابقا منها ما يسمح بإنتاج الدواء الجنيس محليا، وكذلك منع استيراد الأدوية المنتجة محليا وغيرها من القوانين.

وكذلك لاحظنا أهمية دور الدولة في التأثير على هيكل الصناعة الدوائية بداية من التسعينات خلال إصدار قوانين ومراسيم تنفيذية لفتح السوق الجزائرية أمام المنتج الأجنبي، ثم تلتها بقانونين مهمين، الأول يتعلق بالدواء الجنيس والثاني يتعلق بمنع استيراد الدواء المنتج محليا مما ساعد في زيادة دعم القطاع وأثره على القطاع كان متباين عندما قمنا بقياس نسبة التركز فيه ووجدنا أنها مختلفة بين سنتي 2005 و 2014 وكذلك عدد المنتجين الذي أصبح عددهم"71" مؤسسة، بالإضافة لعوائق الدخول التي ساهمت الدولة في نزعها والتخفيض منها، ثم بعد ذلك بدأت تتحكم في القطاع من خلالها.

أولا: إختيار الفرضيات

انطلاقا من هذه الدراسة يتضح جليا مدى ثبوت أو نفي الفرضيات، والتي جاءت كما يلي:

الفرضية الأولى: تنص على "أثرت الجزائر على نسبة التركز الصناعي من خلال زيادة منح التراخيص الصناعية والامتيازات الاستثمارية"، وقد ثبتت صحة هذه الفرضية في الفصل الرابع لأن نتائج قياس نسبة التركز واضحة في الجدول (23)، والذي يبين أنه عندما زادت عدد المؤسسات الناشطة في القطاع انخفضت نسبة تركزها داخله، وهذا راجع لتسهيلات المقدمة من طرف الدولة في سبيل دعم الاستثمار وجلب مؤسسات رائدة في الصناعة الدوائية، للخروج من التبعية، حيث كان العدد الإجمال لمؤسسات القطاع 51 مؤسسة في سنة 2005 وتتركز خمس مؤسسات في السوق بنسبة (C_5 = 21,02%)، أما في سنة 2014 تطور عددها ليصبح 57 مؤسسة في القطاع بنسبة تركز (C_5 = 49,29%) للخمس مؤسسات الأولى.

الفرضية الثانية: وهي تنص على"تتحكم الجزائر في عوائق الدخول لهيكل الصناعة الدوائية، إنطلاقا من جملة القوانين والتشريعات المنتهجة"، وثبتت صحتها في الفصل الرابع، من خلال ما قامت به الدولة خاصة منع إستيراد الأدوية الأجنبية المنتجة محليا، تشجيع المؤسسات المحلية على إنتاج الأدوية الجنيسة، بالإضافة لذلك إلزام المستوردين على إقامة مشاريع إستثمارية على مدى سنوات من نشاطهم.

الفرضية الثالثة: تنص على أن الجزائر أعطت الأولوية للمنتج المحلي على الأجنبي من خلال سياسة مشترياتها المعتمدة، والتحفيزات المقدمة"، هي فرضية صحيحة وثبتت صحتها في الفصل الرابع أينا وجدنا أن الجزائر قامت بمنح الصيدلي نسبة 20% من قيمة الدواء المحلي المسوق من طرفه وذلك لتشجيع على زيادة إستهلاك الدواء المحلي على الأجنبي، كما أن الأولوية في مشتريات المستشفيات من المنتج المحلي كذلك أعطى ميزة له.

الفرضية الرابعة: وهي تنص على "إهتمام الجزائر بتحقيق نسب تغطية محلية مكنها من اتخاذ سياسات صناعية أثرت بها على صناعتها الدوائية"، هذه الفرضية غير صحيحة لأن هيكل الصناعة الدوائية الجزائري غير كفوء، ولم تتحقق نسبة التغطية فيه سوى 36% من الإنتاج المحلي أما نسبة 64% فيتم تغطيتها بالاستيراد من طرف الخواص، وهذا رغم السياسات الصناعية المنتهجة من أجل تنمية وتطوير القطاع للخروج من التبعية، بالإضافة لذلك السماح للمؤسسات المحلية بصناعة الدواء الجنيس ومنع إستيراده، لكن لم تحقق النتائج المرجوة.

الفرضية الرئيسية: وتنص على أن "التحكم في الصناعة الدوائية من خلال التأثير في محددات هيكلها، بواسطة أدوات السياسة الصناعية المنتهجة، ساهم في تطويرها".

من خلال إختبار الفرضيات الفرعية ثبتت صحة الفرضية الرئيسية لأن الجزائر استطاعت التأثير على الهيكل بزيادة عدد المؤسسات من خلال فتح السوق الجزائرية سنة 1990 ومنح تراخيص الاستثمار للمؤسسات الأجنبية من جهة لتصبح 71 مؤسسة في سنة 2015، وتحسين المناخ الاستثماري من خلال العديد من الإجراءات التي قامت بها في المجال مثل منع إستيراد الأدوية الجنيسة المصنعة محليا وتسهيل إستيراد المواد الأولية الداخلة في هذه الصناعة، بالإضافة للحوافز الممنوحة لصيدلي في حالة تسويق دواء منتج محليا، كل هذه الإجراءات وغيرها، استطاعت الجزائر التحكم في الصناعة الدوائية ولكن لم تحقق نسب تغطية كبيرة لأن الطلب في تزايد مستمر من جهة، وإعتبارها صناعة فتية من جهة أخرى لأن السوق الوطنية لم تفتح قبل سنة 1990.

ثانيا: النتائج

وانطلاقا من الفرضيات السابقة تم التوصل للنتائج التالية:

1- السياسات الصناعية تعتبر أهم وسيلة لتدخل الدولة من أجل تحسين القدرة التنافسية سواء للقطاعات ككل أو قطاع معين أو مؤسسة ذات أهمية للاقتصاد الوطني؛

2- يمكن تحديد قوة وضعف المنافسة في الهيكل الصناعي من خلال دراسة وقياس التركز الصناعي وعوائق الدخول والخروج بالإضافة لتميز المنتجات؛

3- للسياسات الصناعية علاقة وطيدة بهيكل الصناعة تتمثل في الإجراءات القانونية والتشريعية المطبقة في القطاع، وكذلك الإعانات المالية الممنوحة لبعض المؤسسات التي تنشط فيه؛

4- تعتبر الصناعة الدوائية صناعة معقدة وأساسية في نفس الوقت، وهي تنمو بصورة كبيرة حيث وصلت قيمتها في سنة 2014 إلى 680 مليار دولار، ومن المتوقع أن تصل في سنة2018 إلى 790 مليار دولار بمعدل نمو قدره 16.17% على المستوى العالمي؛

5- لقد قامت الصين بتطوير صناعتها الدوائية من خلال البحث والتطوير، وتدعيم القطاع بعدة سياسات وإجراءات ونجحت في ذلك لأنها احتلت المركز الثاني عالميا في سنة 2013، أما الهند فحققت كذلك تقدم بإحتلالها المرتبة (13) من نفس السنة وهذا راجع لسياستها المنتهجة من طرف الدولتين؛

6- لقد نجحت الجزائر في فتح السوق الصناعي على الأسواق الأجنبية، لكن بقي سوق الدواء مراقب لأنه صناعة حساسة وتؤثر مباشرة على المواطن؛

7- قيام الجزائر بسن قانون يقضي بترخيص صنع الأدوية الجنيسة محليا ومنع إستيرادها، أعطى فرصة للمؤسسات المحلية لزيادة عدد الأنواع العلاجية التي تنتجها والبالغ نسبتها 35% في السوق الجزائرية، كما حققت نسبة 25.61% من رقم الأعمال الكلي للسوق؛

8- نجاح الجزائر في إستقطاب عدد المؤسسات المصنعة للأدوية إنطلاقا من القوانين المحفزة على الاستثمار من جهة، وإرغام المستوردين على إقامة مشاريع مشتركة مع المنتجين المحليين وذلك بعد سنتين من بداية الاستيراد، للخروج من التبعية في مجال الدواء من جهة أخرى؛

9- لقد تم التوصل إلى أن الجزائر تقوم بتصدير بعض المنتجات الطبية والصيدلانية وأدوية موجهة للاستعمال البشري والحيواني بقيمة 3.51 و 1.82 مليون دولار في سنتي 2013 و 2014 على التوالي؛

10- لقد أثرت السياسات الصناعية المنتهجة ضمن قطاع الصناعة الدوائية من طرف الدولة الجزائرية على التركز داخل القطاع من خلال زيادة هذا الأخير، حيث كان العدد الإجمال للمؤسسات القطاع 51 مؤسسة في سنة 2005 وتتركز خمس مؤسسات في السوق بنسبة (C_5 = 21,02%)، أما في سنة 2014 تطور عددها ليصبح 57 مؤسسة في القطاع بنسبة تركز (C_5 = 49,29%) للخمس مؤسسات الأولى؛

11- رغم تنوع هيكل الصناعة الدوائية بعدد من المؤسسات إلا أنها لم تحقق سوى نسبة 36% من التغطية المحلية، حيث لم تحقق هذه المؤسسات إلا 25% من رقم الأعمال الكلي لسوق؛

12- السياسات الوطنية فشلت في الخروج من التبعية لأن نسبة الواردات مرتفعة تقدر بحوالي 64% من الطلب الكلي، وهذا راجع لضعف البحث والتطوير على مستوى المؤسسات المنتجة محليا وإتساع قائمة الأدوية المطلوبة مقارنة بالمنتجة محليا.

ثالثا: الاقتراحات

إنطلاقا من النتائج السابقة يمكن أن نقدم بعض الاقتراحات، في شكل جملة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في ترقية الصناعة الدوائية الجزائرية، وتتمثل في:

1- إيجاد رابط قوي بين وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من اجل ترقية المنتوج المحلي ومرافقة المنتج؛

2- تشخيص دقيق لوضعية المنتجات الصيدلانية ومدى وفرتها بالإضافة لفعاليتها وسهولة الحصول عليها من طرف المريض؛

3- دعم متابعة دراسات للطلبات الجديدة من اجل التسجيل على قائمة الأدوية القابلة للتعويض؛

4- مراجعة التسعيرة المرجعية لبعض الفئات العلاجية؛

5- مراجعة دفتر الشروط التقنية لاستيراد المواد الصيدلانية، بإدخال الممون؛

6- تحسين أدوات التسيير ووضع مؤسسات الصحة مع الصيدلية المركزية ووضعها بآلية مركزية من أجل الاستغلال الحسن للمعطيات وتسييرها، وتسيير أحسن لسوق الدواء؛

7- المكافحة ضد إنقطاعات المخازن بوضح آليات الطوارئ أو المتابعة (لجان الأدوية للمؤسسة والولاية)؛

8- توعية وتحسيس الأطباء بقيمة المنتوج المحلي، مثلما تم ذلك بالنسبة للصيادلة؛

9- توفير سياسة تحث على عقلانية إستغلال للمواد الصيدلانية مبنية على الاستعمال المناسب للدواء، بحيث تعالج هذه السياسة المشاكل المطروحة من طرف الوصفة الطبية المفرطة أو

غير اللائقة من تجاوزات التطبيب الذاتي، والعلاج من تعاطي المخدرات واستخدام عقاقير جديدة مكلفة، حيث أن هذه المنتجات تتوفر بتكلف اقل وبجودة عالية؛

10- إنشاء هيئة مكلفة بالتفتيش الصيدلاني (تقوم بتسيير جميع المفتشيات المتعلقة بالصناعيين، وموزعين الجملة، والصيدليات، وجميع المؤسسات الصحية المتوفرة على خدمات صيدلانية أو تقوم بالإشراف على المخزونات الخاصة بالأدوية؛

11- يجب أن يستفيد الأطباء والصيادلة وأشخاص آخرون مؤهلون لإعطاء الأدوية من المعلومات المناسبة؛

12- إنجاز دفتر الشروط المتعلق بالتوزيع بالجملة للمواد الصيدلانية، مع مراعاة قانون أخلاق وآداب المهنة؛

13- تحسين ظروف فتح مشاريع لأجل وضع مساعدين للصيدلانيين ضمن إطار قانوني يسمح بممارسة ذلك؛

14- دقة وصلاحية المعلومات على دليل الاستعمال (الاستقبال)، والملصقات والمواد الترويجية يجب أن يتم التحقق منها بإستمرار من طرف الصيدلي؛

15- وضع استراتيجيات للبرامج التربوية الموجهة للجمهور الواسع تحث على الاستعمال الجيد للأدوية؛

16- الصناعة الصيدلانية يجب أن توفر مواد ترويجية تحتوى على مؤشرات (أدلة) دقيقة تثير إنتباه الواصف(الطبيب) أو أشخاص مؤهلين لإعطاء أدوية للجمهور؛

رابعا: آفاق البحث

لقد تم التوصل في هذه الدراسة لجملة من النتائج، التي لا يمكن القول أنها غير قابلة للنقاش ونأمل أن نكون قد ساهمنا ولو بشيء قليل في إثراء هذا الموضوع، كما نتمنى أن نكون قد وفقنا في فتح مجال النقاش ومواصلة البحث في هذا الموضوع، خاصة أنه يهتم بدور الدولة من خلال تحسين النظام الصناعي ودفع عجلة التنمية، وفي هذا السياق يمكن أن نقترح مجموعة من المواضيع التي يمكن أن تكون إشكاليات:

1- سياسات وإستراتيجيات الدولة لمواجهة المنافسة الأجنبية والخروج من التبعية الصناعية؛

2- أثر السياسة الصناعية على أداء القطاع الصناعي؛

3- طرق وآليات تحسين أداء الصناعة الدوائية الجزائرية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية:

1/ الكـــــــــــــتب:

1- الترجمان غياث، **التسويق الدولي**، دار الرضا لنشر، دمشق، سوريا, 2001.

2- السريتي محمد أحمد، **النظرية الاقتصادية المتقدمة (جزئية وكلية)**، مؤسسة رؤية، الإسكندرية، مصر، 2013.

3- السعيدي عصام حسن، **التسويق الترويج السياحي والفندقي**، دار الراية، عمان، الأردن، 2009.

4- السكارنة بلال خلف، **الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي**، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015.

5- السمان محمد مروان ، وآخرون، **مبادئ التحليل الإقتصادي الجزئي والكلي**، دار الثقافة، عمان، الأردن، الطبعة الخامسة, 2011.

6- الشماع خليل محمد حسن، **نظرية المؤسسة**، دار المسيرة، عمان، الطبعة الرابعة،2009.

7- الصوفي نداء محمد ، **الاقتصاد الإداري**، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012.

8- الصيرفي محمد، **إدارة تكنولوجيا المعلومات** ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009.

9- العلاق بشير، **التسويق الصيدلاني**، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2007

10- الغفور حسن كنعان المعماري، **إقتصاديات الإنتاج الصناعي**، دار وائل، عمان، الأردن، 2009.

11- القريشي مدحت، **التنمية الإقتصادية – نظريات وسياسات موضوعية-**، دار وائل، عمان، الأردن، 2007.

12- القيسي فاضل حمد، علي حسون الطائي، **الإدارة الإستراتيجية (نظريات –مداخل-أمثلة وقضايا معاصرة)**، دار صفاء، عمان، الأردن، 2014.

13- المالكي عبد الرحمان، **السياسات الإقتصادية المثلى**، جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.

14- النجار محمد محمد، محمد إبراهيم عواد، **التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدي)- تحليل المنتج والأسواق-**، جامعة بنها، كلية التجارة، الجزء الأول، رقم 223.

15- الوزاني خالد واصف، أحمد حسين الرفاعي، **مبادئ الإقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق**، دار وائل، الأردن، الطبعة العاشرة، 2009.

16- الوادي محمود حسين، وآخرون، **الاقتصاد الجزئي**، دار المسيرة، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2010.

17- الوادي محمود حسين، زآرياء أحمد عزام، **المالية العامة والنظام المالي في الإسلام**، دار الميسرة، عمان،2000.

18- بامخرمة أحمد سعيد، **اقتصاديات الصناعة**، دار زهران، جدة، السعودية، 1994.

19- بن شهيرة مدني، **الإصلاح الإقتصادي وسياسة التشغيل**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

20- بهيج شعبان، **جغرافية العالم الصناعية**، المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،1992.

21- تومي عبد الرحمان ، **الإصلاحات الإقتصادية في الجزائر**، دار الخلدونية، الجزائر، 2011.

22- جي هولتن ولسون، **الاقتصاد الجزئي – المفاهيم والتطبيقات** -، ترجمة كامل سلمان العناني، دار المريخ، الرياض، السعودية 2011.

23- حسن رفدان الهجهوج القحطاني، مبادئ الاقتصاد الجزئي، منشور، 1433 هجرية.

24- خضر مصباح إسماعيل الطيطي، **الإدارة الإستراتيجية**، دار الحامد، عمان، الأردن.

25- خليل حسين، **السياسات العامة في الدول النامية**، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2007.

26- روجر كلارك، **اقتصاديات الصناعة**، تعريب فريد بشير طاهر، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994.

27- شارلز وجاريث جونز، **الإدارة الإستراتيجية (مدخل متكامل)**، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، الجزء الأول، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2001.

28- ضياء مجيد، **النظرية الاقتصادية (التحليل الاقتصادي الجزئي)**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007.

29- طارق الحاج، صالح فيلح، **الاقتصاد الإداري**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن, 2009.

30- طملية إلهام فخري، **استراتيجيات التسويق إطار نظري وتطبيقي**، دار إثراء، الأردن، 2013.

31- العامري صالح مهدي محسن، **الإدارة والأعمال**، دار وائل، عمان، الأردن، 2007.

32- عبد الله النسور عبد الحكيم، **الأداء التنافسي لشركات الأدوية الأردنية**، دكتوراه، جامعة تشرين، سوريا، 2009.

33- عطوي فوزي، **الإقتصاد السياسي، النقود والبنوك والنظم النقدية**، دار الفكر العربية، مصر، 1989.

34- عطية عبد القادر محمد عبد القادر، **الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر،1998.

35- غالب سعد دحلب، **الإدارة الإستراتيجية**، دار اليازوري، عمان، الأردن، 1998

36- قابل محمد صفوت، **نظريات وسياسات التنمية الإقتصادية**، دار الوفاء، عمان، الأردن، 2008.

37- قدي عبد المجيد، **المدخل إلى السياسات الإقتصادية الكلية - دراسة تحليلية تقييمية** -، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2006.

38- كاظم غفار عباس، **السياسات الصناعية في الوطن العربي**، مجلس الوحدة الإقتصادية العربية، مكتب الدراسات والسياسات العامة، عمان، الأردن، 1986.

39- كاظم مدحت القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، دار وائل للنشر،عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2008.

40- كامل سلمان العناني، **الاقتصاد الجزئي المفاهيم والتطبيقات**، دار المريخ، السعودية، 2011.

41- كامل كاظم، بشير الكناني، **الموقع الصناعي وسياسات التنمية المكانية**، دار صفاء، عمان، الأردن، 2002.

42- مصطفى يوسف كافي، **الاقتصاد الإداري**، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.

43- نبيل مرسي خليل، **الميزة التنافسية في مجال الأعمال**، الدار الجامعة للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 1999.

44- نجا علي عبد الوهاب، **النظرية الإقتصادية الجزئية**، الدار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008.

2/ الأطروحات ومذكرات الماجستير

1- إكـــــن لونيس، السياسة النقدية ودورها في ضبط العرض النقدي في الجزائر: خلال الفترة (2009/2000)، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر -3-، 2010-2011.

2- بخوش أحمد، **دور اليقظة وطرح المنتوجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006-2007.

3- بن شيخ عبد الرحمان، إتجاهات تقييم إستقرار النضام المالي في الإطار العولمي الجديد – دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009/2008.

4- بن مـــويزة أحمد، **التحليل التنافســـي ودوره في إعـــداد الاستراتيجية التسويقية بالمؤسسة الاقتصاديـــة**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، السنة الجامعية: 2006/2005.

5- بن هنية مختار، **إستراتيجيات وسياسات التنمية الصناعية حالة البلدان المغاربية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008/2007.

6- بوازيد وسيلة، **مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقصادية لولاية سطيف**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف-1-، 2012/2011.

7- بودحوش عثمان، تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية- حالة شركة إسمنت عين الكبير، مذكرة ماجستير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2007-2008.

8- بورقبة شوقي، **الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية دراسة تطبيقية مقارنة**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف 2011/2010.

9- بوركوة عبد المالك، **إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات)**، رسالة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012/2011

10- بوسلامي عمر، **دور الابداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مجمع صيدال وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف 01، 2013/2012.

11- بوسنة محمد رضا، **التسويق المصرفي كإستراتيجية في ضل التحرر المصرفي**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009/2008.

12- بوشناف الصادق، **الآثار المحتملة لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة على قطاع صناعة الأدوية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006.

13- تفرقنيت زليخة، **تأثير التكاليف على تنافسية المؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة صيدال**، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2005/2004.

14- جلالي ياسمينة، **المحاسبة عن تكاليف البحث والتطوير وفق النظام المحاسبي في الجزائر والمعايير المحاسبية الدولية، مدخل مقارن: دراسة حالة مركز البحث والتطوير - صيدال -**، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف، 2010/2009.

15- حابي أحمد، **دراسة مقارنة بين طرق التكاليف التقلدية وطرق محاسبة التكاليف على أساس الأنشطة وإمكانية تطبيقها في المؤسسة الصناعية الجزائرية: دراسة حالة الشركة الوطنية لصناعة الكوابل الكهربائية بسكرة**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2011/2010.

16- حبّاينة محمد، **دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة – الجزائر3-، 2011/ 2012.

17- حجاج عبد الرؤوف، **الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها – دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي**، مذكرة ماجستير، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، 2007/2006.

18- حمـــاد إياد، **دور الصناعة التحويلية في النمو الاقتصادي**، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2009/2008.

19- دحمان ليندة، **التسويق الصيدلاني حالة مجمع صيدال**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة دالي إبراهيم – الجزائر -، 2010/2009.

20- دلول أحمد فايق، **دور المشروعات الصغيرة في دعم الاقتصاد الفلسطيني**، رسالة تخرج، قسم الاقتصاد والعلوم السياسية، الجامعة الإســـلامية، فلسطين، 2009

21- دويس محمد الطيب، **براءة الاختراع مؤشرات لقياس تنافسية المؤسسات والدول "حالة الجزائر"**، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2005/2004.

22- ريحان محمد عطية محمد، **التجربة الاقتصادية الصينية وتحدياتها المستقبلية**، مذكرة ماجستير، جامعة الأزهر بغزة، فلسطين منشور، السنة الجامعية 2012.

23- زوزي محمد، **تجربة القطاع الصناعي الخاص ودوره في التنمية الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة ولاية غرداية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-، الجزائر، 2010/2009.

24- ضيف روقية، **استراتيجية النمو المصرفي من خلال عمليات الاندماج**، رسالة ماجيستير، جامة منتوري، قسنطينة، 2005/2004.

25- عايشي كمال، **إمكانية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية في ظل المتغيرات الإقتصادية العالمية مع التطبيق على الصناعات التحويلية خلال 2003/1990**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2005-2006.

26- عبد الرحمان عزمي لطفي محمد، **الترخص الصناعي في الضفة الغربية "الواقع و الدور المرتقب في إحداث تنمية صناعية "**، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا نابلس، فلسطين، سنة 2001.

27- عبد السلام مخلوفي، إتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة الخارجية TRIPS: أداة لحماية التكنولوجيا أم لاحتكارها؟ وأثرها على صناعة الدواء في الدول النامية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007.

28- العطاس وليد أحمد صالح ، **دور السياسات الصناعية في تحسين أداء المؤسسة الإقتصادية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر – بسكرة، 2010/2009.

29- علي عاقل منال، **دراسة تحليلية للتجربة الصين التنموية وإمكانية الاستفادة منها في سورية**، مذكرة ماجستير، جامعة تشرين، السنة الجامعية 2008/2007.

30- فريك يحيى، **إستراتيجية التكامل العمودي في الصناعة دراسة حالة مجمع صيدال**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر – بسكرة -، الجزائر، 2012/2011.

31- قاسمي السعيد، **التفاعل بين الرسالة والبيئة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة بعض مؤسسات صناعة الأدوية"**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف،الجزائر، 2011-2012.

32- قريشي العيد ، **واقع أداء قطاع المحروقات الجزائري في ظل الشراكة الأجنبية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010.

33- قلال مريم، **كيفية ترويج الأدوية في الجزائر دراسة حالة" مجمع صيدال"**، مذكرة ماجستير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2013-2014.

34- قوفي سعاد، **هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2010/2009.

35- محبوب فاطمة، **تأثير التحالفات الإستراتيجية على تنافسية المؤسسة الصناعية دراسة حالة مجمع صيدال**، رسالة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010.

36- مخلوفي عبد السلام، **حماية الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا في مجال صناعة الدواء**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، سنة 2008/2007.

37- مروج محمد علي، **دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية خلال الفترة 2012/2000**، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس –سطيف01–، 2014/2013.

38- المطيري دخيل غنام، **أثر جودة الخدمة والتسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن**، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الكويت،2010.

39- مياح نذير، **السياسات الصناعية في قطاع المحروقات في الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 2010/2009

40- نزاري رفيق، **الاستثمار الاجنبي المباشر و النموا الاقتصادي دراسة حالة تونس الجزائر المغرب**، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية 2008/2007.

41- نعمون إيمان، **دور إستراتيجيـــات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة: مؤسسة ڤديلة للمياه المعدنية - بسكرة-**، مذكرة ماجستير،جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010

42- هلالي الوليد، **الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للهاتف النقال**MOBILIS ، مذكرة ماجستير، جامعة مسيلة، 2009/2008.

43- هنية ماجد حسن، **دراسة تطبيقية على قطاع الصناعات الخشبية في قطاع غزة**، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية – غزة، كلية التجارة، 2005.

44- واضح فواز، **دور تحليل بيئة الصناعة والمحيط الداخلي في تحديد الخيارات الإستراتيجية للمؤسسة الإقتصادية حالة مؤسسة ملبنة الحضنة** Hodna Lait **-المسيلة-**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010.

3/ الملتقيات والمجلات

1- الأسرج حسين عبد المطلب، **تحليل أداء السياسة النقدية في مصر خلال الفترة** (2004/1997)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد5.

2- باسل محمد يحيى، **الصناعة الدوائية بين الماضي والحاضر**، مجلة الدواء العربي، العدد الأول، 1992.

3- باسم مكحول، نصر عطياني، **التكامل العمودي والأداء الاقتصادي في الصناعة التحويلية الفلسطينية**، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، يونيو 2004.

4- بغداد كربالي، **نظرة عامة على التحولات الإقتصادية في الجزائر**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة،2005.

5- بلالي أحمد، **إستراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز للمنضمات والحكومات**، جامعة ورقلة، 09/08 مارس 2005.

6- بلخريصات رشيد، محمد بن سعيد، **فعالية المنظمات الحكومية في تحقيق أهداف السياسات الإقتصادية : التشغيل الكامل**، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، يومي 09/08 مارس 2005.

7- بلغرسة عبد اللطيف، **إقتصاد العولمة وفعالية السياسة الإقتصادية بين تسبيب النتائج وتأثير العوامل**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004.

8- بلمقدم م، بوشعور ر، **ماهية السياسة الإقتصادية وضرورة استقلالية السلطة النقدية**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004.

9- بن بريكة عبد الوهاب، عادل مياح، **الهيكل الصناعي الدوائي في الجزائر**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد التاسع، جوان 2011.

10- بن عاتق حنان، صاري زهيرة، **تأثير خطر معدل الفائدة على السياسة الإقتصادية**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004.

11- بن لحسن الهواري، الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة، الملتقي الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، يومي 18و19 ماي 2011، جامعة سعد دحلب البليدة.

12- تيم رباب ، **الدواء العربي واقع وتحديات**، مجلة الدواء العربي، شركة أكاديميا، العدد53، 2007.

13- جرف منى طعمه، **مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها، مسح مرجعي، مركز الدراسات الاقتصادية والمالية**، جامعة القاهرة، أوراق اقتصادية، العدد 19،2002.

14- الحاج أكرم محمد أحمد، **مقدمة لمقرر تحليل الاقتصاد الجزئي**، كلية العلوم والآداب بطبرجل، جامعة الجوف، السعودية.

15- حجازي باسل شريف ، **أهمية الأبحاث الدوائية ومضاعفاتها**، مجلة الدواء العربي، شركة أكاديميا، عمان، الأردن، العدد45، 2003.

16- خالد طه عبد الكريم، **الأمثلية الاقتصادية في أسواق المنافسة الاحتكارية**، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، جامعة ديالى، كلية الإدارة والإقتصاد، العراق، 2010.

17- خالد طه عبد الكريم، **الأمثلية الاقتصادية في أسواق المنافسة الاحتكارية**، مجلة الإدارة والاقتصاد العدد الخامس والثمانون، 2010.

18- خواني ليلى، **السياسات الإقتصادية الهيكلية – حالة الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر-**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29-30 نوفمبر 2004.

19- داودي الطيب، دلال بن طبي، **رهانات السياسات الصناعية لقطاع خارج المحروقات**، الملتقى الدولي الأول حول الإقتصاد الصناعي والسياسات الصناعية يوم (02 - 03ديسمبر 2008)، بسكرة.

20- داودي الطيب، مراد محبوب، **تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الإستراتيجي**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثاني عشر، نوفمبر 2007

21- دراجي عيسى، **البيئة والميزة التنافسية** الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر.

22- دراوسي مسعود، **السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الإقتصادي - حالة الجزائر1990-2004 -** ، جامعة الجزائر، 2006/2005.

23- الزرقا محمد أنس، **الأسواق غير التنافسية المعاصرة بين الفقه والتحليل الاقتصادي**، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد الإسلامي، م19، ع2، 2006.

24- سالمي جمال، **السياسة الإقتصادية الملائمة لإدماج الجزائر في إقتصاد المعرفة**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، بجامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و 30 نوفمبر 2004.

25- السطلي هشام مصباح، **السياسات الإقتصادية**، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كلية الإدارة والإقتصاد، 2013.

26- الطائي زينة علاء يونس، **محاضرات في مادة: اقتصاد صناعي**، كلية الإدارة والاقتصاد، الآكاديمية العربية، الدنمارك.

27- عبدالله بن حمد الصليع، **الصناعات الصغيرة في المملكة العربية السعودية**، جامعة الملك سعود، السعودية،2001.

28- عبير الزاهر، **السياسات والإستراتيجيات الصناعية لدعم قطاع الصناعة في الأردن**، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة القومية حول الصناعات المستقبلية وتطبيقات تقنيات النانو، القاهرة 11-2008/11/12، وزارة الصناعة و التجارة المملكة الأردنية الهاشمية، 2008.

29- عدمان مريزق، **دور البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية**، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والإستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات الدول العربية، 2011.

30- عدمان مريزق، **دور البحث والتطوير في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية- حلة مجمع صيدال**- الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجية التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، 2011.

31- عرقابي عادل، **محددات هيكل صناعة الدواء في الجزائر**، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، 2011.

32- عرقابي عادل، **محددات هيكل صناعة الدواء في الجزائر**، ملتقى دولي حول "المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات، 2011.

33- عروب رتيبة، بوسبعين تسعديت، **أهمية تأهيل وتثمين الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتجيات الصناعية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية الجزائر .حقائق وآفاق...** ، ملتقى وطني تحت عنوان الإستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر استمرارية .... أم قطيعة.

34- عطيوي سميرة، محمد رضا بوسنة، **تحليل أداء الصناعة المصرفية في الجزائر باستخدام نموذج الـــ scp**، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى دولي حول الأداء المتميز للمنضمات والحكومات، الطبعة الثانية، جامعة ورقلة، 22 و23 نوفمبر 2011.

35- عظيمي دلال، **مداخل تحقيق المزايا التنافسية لمنضمات الأعمال في ظل محيط حركي**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد 10، 2010.

36- العلالي عبد القادر، **استقلالية المؤسسات العمومية عبر الإصلاحات الاقتصادية**، مجلة جامعة الجزائر، مارس 1994.

37- علي توفيق الصادق، " **المنافسة في ظل العوامة: القضايا والمضامين**"، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل لمعهد السياسات الاقتصادية التابع لصندوق النقد العربي، (العدد الخامس، أبو ظبي، أكتوبر1999.

38- عيدان الذهبي جليلة، ثائر صبري الغبان، **استهداف السعر كأساس لتحقيق تقنية التكلفة المستهدفة للوحدات الاقتصادية العاملة في بيئة الأعمال الحديثة**، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، المجلد 13 ع/ 48، 2007

39- قدي عبد المجيد، **المؤسسة الصغيرة والمتوسطة والمناخ الاستثماري**،الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الاقتصاد، جامعة الأغواط، الجزائر، ابريل 2002.

40- **محمود صديق زين و آخرون**، قياس التركز الصناعي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، **السعودية، المجلد رقم2**، 1989.

41- محمود صديق زين وآخرون، **قياس التركز الصناعي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز**، السعودية، المجلد رقم2، 1989.

42- مداح عريبي الحاج، **تنافسية الصناعات الصيدلانية في دول شمال إفريقيا**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 9، 2013.

43- مروج محمد علي، **دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية**، جامعة فرحات عباس سطيف، 2014/2013.

44- مفتاح صالح، **السياسة النقدية والمعلومات اللازمة لوضعها وعلاقتها بالسياسات الأخرى**، مداخلة مقدمة للمؤتمر الدولي حول السياسات الإقتصادية، كلية الإقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة تلمسان- الجزائر، يومي 29 و30 نوفمبر 2004.

45- مقدم عبيرات، حساب محمد الأمين، **استراتيجيات وضع حواجز الدخول أمام تهديد المنافسين المحتمل**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد5.

46- مقري زكية، سامية لحول، **التسويق كأسلوب لمعالجة إشكالية تنافسية مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر**، المؤتمر العلمي الثالث حول "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، 27-29 نيسان 2009، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن.

47- مياح نذير، وليد صايفي، **نحو طرح تركيب هيكل صناعي مبدئي مبني على رؤى مقاصد الشريعة الإسلامية**، مجلة الواحات والدراسات العدد 12 (2011).

48- نوير طارق، "**دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر**، المعهد العربي للتخطيط بالكويت،2002.

4/ التقارير والوثائق

1- الكواز أحمد، السياسات الصناعية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2002.

2- الأمم المتحدة، أثر السياسات الصناعية على القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، الإسكوا، 2007.

3- الورقة الخضراء عن السياسات الصناعية في مصر، وحدة دعم السياسات بمركز تحديث الصناعة،2003.

4- الأمم المتحدة، أثر السياسات الصناعية على القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، الإسكوا، 2007.

5- الجمعية العلمية، نادي الدراسات الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، ملحقة الخروبة.

6- لعايب وليد، **الاتجاهات الحديثة في تفسير التجارة الخارجية** ، محاضرات نظريات التجارة الدولية ، جامعة محمد البشير الابراهيمي ، برج بوعريريج ،2014/2013.

7- مركز تنمية الصادرات السعودية، **واقع الصناعة الدوائية السعودية وآفاق تصديرها للأسواق الخارجية**، مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية، يناير 2007.

8- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية، **تقرير التنمية الصناعية، النمو المستدام للتشغيل: دور الصناعة التحويلية والتغيير الهيكلي**،2013.

9- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، **السياسة الصناعية الوطنية**، برنامج دعم الصناعة "2011/2009"، 2008/12/02.

5/ النصوص التنظيمية والقانونية

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (المراسيم و القرارات ....)

2- بيان السياسة العامة، الوزارة الأولى، مصالح الوزير الأول، أكتوبر 2010 .

3- وزارة الصناعة والتجارة المملكة الأردنية الهاشمية، **السياسة الصناعية الوطنية برنامج دعم الصناعة** "2011/2009"، 2008/12/02.

4- المرصد الوطني للتنافسية، **التنافسية في الفكر الاقتصادي**، السعودية، تموز 2011.

5- وزارة الصحة العامة، **دليل أصول التصنيع الجيد للأدوية في لبنان**، بيروت، قرار رقم 212/1، 2009

6- وزارة الصحة العامة، **دليل أصول التصنيع الجيد للأدوية في لبنان**، بيروت، لبنان، قرار رقم 212/1، 200

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

I- Ouvrages :

1-Claude Jessua, Christian Labrousse, Daniel Vitry :" Dictionnaire des sciences économiques", P.U.F, Paris, 2001

1- Danil soulié, Analyse économique Et stratégie D entreprise, Edicef, Paris, 1992.

2- Deloitte Touche Tohmatsu; Opportunities in China's pharmaceuticals market, National Industry Program, 2011.

3- Garnier (Olivier)et Capul (Jean yres),dictionnaire d'économie et des sciences socials,éd'haitier, paris, 1994.

4- Gerry Johnson et autres, **Stratégique**, 2e édition, Pearson éducation, France, 2002.

5- IMS , Global Outlook for Medicines Through 2018, Institute for Healthcare Informatics, November 2014

6- Jean – Louis Levet, **L'économie industrielle en évolution**, Ed economica, Paris, 2004.

7- Michael Poeter , choix stratigique et concurrenca, economica, Paris, 1982.
8- Yves Morvan et Bamdt , Présentation du Nspécial de la Revue D'économie Industrielle 1983.

II- Thèses et interventions:

1- Abdallah Alauoi. La competitivité internationale : stratégies pour les entreprises françaises، France : harmattan، 2005.
2- Donald. G . **Macfetridg, la competitive: notions et mesures**، industrie canada، avril: 1995.
3- Enright، Michael J; " **the Globalization of Competition and the Localisation of Competition: Policies Toward regional clustering** " ، London، Macmillan، Forthcoming، 1999.
4- Helen Shapiro, Industrial Policy and Growth, November 2005.
5- India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015, p13, depend on : Department of commerce India, planning commission report, India Business, nues, BMI, techsci research
6- Jacques Muller et autres، économie – Manuel et application –, 3ème edition, Paris, DNOD, 2002.
7- KAPIL KUMAR ; SWOT ANALYSIS OF INDIAN PHARMACEUTICAL INDUSTRY, International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research, ISSN 2277- 3622، Vol.2، No. 5, May (2013), Online available at www.indianresearchjournals.com.
8- Machlup, F. (1942, S. 2):'Competition, pliopoly, and profits', Economica, S. 1-23.
9- Michael Francis Williams, Monopolistic Competition and Oligopoly.
10- Ministère de la sante de la population et de la reforme hospitalière, politique de médicament en Algérie état des lieux et perspectives, Colloque international sur les politiques de santé, Hôtel Aurassi, Alger 18 – 19 Janvier 2014.
11- Oughton، " **Competitiveness Plicy in the gos،" the Economic journal**، 107(444) 1997.
12- R. Preston McAfee et Hugo M. Mialon1,2**, Barrières à l'Entrée dans l'Analyse Antitrust**, 10 octobre 2004.
13- Ricardo Hausmann, Dani Rodrik, and Charles F. Sabel, Reconfiguring Industrial Policy, A Framework with an Application to South Africa, President and Fellows of Harvard College, May 2008.
14- Sebbagh Djamel Eddine, ere de la 'Politique économique a l mondialisation: la fin de l'interventionnisme étatique ,Colloque sur l évaluation des politiques économiques, Tlemcen 29 et 30/11/2004.
15- Snoussi Zoulikha, Laccès aux médicaments en Algérie : une ambiguité entre les bre,vets des multinationales et le marché du générique, Doctorat, université Hassiba Ben Bouali de Chlef , 2013-2014
16- The Pharmaceutical Industry and China – Q&A, Report for the IHES, February 2012.
17- Zouied zohra, Moving from «partnership for manufacturing» to «partnership for innovation» in Algerian pharmaceutical industry: case of SAIDAL group,

International Journal of Business & Economic Strategy (IJBES) Copyright IPCO-2014.

III- Documents et rapports :

1- Andrew goh, Towards An Innovation-Driven Economy Through Industrial Policy-Making, the innovation journal, Singapore, Volume 10(3), article 34.
2- Andrews, P. S. W. (1964): On Competition in Economic Theory, London, Macmillan.
3- Armand Payan et al, **l'analyse concurrentielle, manual de gestions**, v01, Ellipses edition, parie,1999.
4- Dinesh Abrol، Industrial Policy and Pharmaceuticals:Implications for Universal Access to Medicine، 2013.
5- Ely, R. T. (1901, S. 64):,Competition: its nature, its permanency, and its beneficence', Publications of the American Economic Association, 3rd series, 2،February, S.
6- Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2003 A 2013, office national des statistiques – Alger – novembre 2014.
7- Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2004 A 2014, office national des statistique - Alger – novembre 2015.
8- Farid Chaoui, Boumediene Derkaoui, Farid Benhamdine, market entry tipe from the experts, heathecare life sciences review, Algeria december 2014.
9- Gilberto Sarfati, European industrial policy as a non-tariff barrier, Text 1998-002: Abstract.
10- Gilberto Sarfati، European industrial policy as a non-tariff barrier، Date of publication in the: 13/5/1998
11- Hikma Pharmaceuticals PLC Annual report 2010-2014
12- India Brand Equity Foundation, Pharmaceuticals, August2015.
13- Industry, Industerial Policy, Athean Global, April 2004.
14- L'industrie pharmaceutique, Rapport sectoriel N°1, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, 2011.
15- Les rapports de gestion (1999-2014) ONS, UNOP et CNIS-DG Douanes.
16- Michel Kalika et autres, Management Stratégique et Organisation, vuibert, 1999.
17- MOHAMED WADIE ZERHOUNI, Moving towards a North African pharmaceutical market, Institut de prospective économique du monde méditerrané, magazine building the mediterranean, Septembre 2013.
18- ONS, Algérie en Quelques Chiffres N° 34-35 - 39 – 42 -44, RESULTATS : 2006 – 2013 : http://data.albankaldawli.org/indicator/PA.NUS.FCRF.
19- Saidal News: bulletin d'information interne du Groups Saidal, N° 04, Août – septembre 2002.

IV- Descisions

1- Debonneuil michele et Fontagné lionel, **Competitive, conseil d'analyse économique**، Paris،2003.
2- Enjeux économiques Oublier 2012 et croire en 2013, santé publique et business, Bimensuel de l'économie et de la finance, special fin d'année, L'éco n°56 / du 16 au 31 décembre 2012.

3- MOHAMED WADIE ZERHOUNI, Moving towards a North African pharmaceutical market, Institut de prospective économique du monde méditerrané, magazine building the mediterranean, Septembre 2013.

4- Office national des statistiques – Alger – novembre 2015.

V- Sites internet:

1- http://domino.kappa.ro/guvern/programul (May، 1999).

2- http://forum.univbiskra.net/index.php?topic=22918.0;wap2.

3- httpwww.abahe.co.ukthe-executive-management-enc63975-conflicting-forces-threat-new-competitors.html.

4- Cooleconomics.com Dligopoly defimitiom, aviable at ; www.economicshe lp.org.

5- www.elbassair.net

6- www.masralarabia.com

7- http://www.albawabhnews.com/1231755

8- http://www.elwatannews.com/news/details/415930

9- http://www.ons.dz

10- http://www.pharmexec.com/pharm-exec-50-growth-bottom

11- http://pharmactuposition.blogspot.com

12- http://www.astellas.com/en/ar2014/strategysource

13- www.sante.dz/lncpp/lnc-index.htm

14- www.dcwtamanrasset.dz

15- http://www.el-massa.com/dz

16- www.caci.com.dz/U.E/association-UE.htm

17- www.caci.com.dz/UE/association-UE.htm.

18- www.caci.com.dz/ue/association-ue

19- http://www.4ph.net/vb/showthread.php