

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
فرع: العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد التأمينات



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية
رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

تحت عنوان

هيكل صناعة التأمين في الجزائر

إشراف الأستاذ:

د/ واضح فواز

إعداد الطالبتين:

- لدغم شيكوش فاطمة الزهراء

- بن زاهية وافية

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الجامعة	الصفة
قريد مصطفى	أستاذ محاضر (أ)	جامعة المسيلة	رئيسا
واضح فواز	أستاذ محاضر (أ)	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
غفصي توفيق	أستاذ محاضر (أ)	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

بسم الله والحمد والشكر لله عز وجل الذي أنار دربي ويسر لي
سبيل لإنجاز هذا العمل، والصلاة والسلام على أفضل الخلق سيدنا
محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم.

فلا يسعني المقام إلا أن أعبر عن شكري واحترامي للأستاذ:

الدكتور: واضح فواز

الذي قبل الإشراف على هذه الرسالة وعلى مجهودات التي بذلها من أجل.
كما أتقدم بشكري إلى زميلتي ديلمي مريم وأكن لها كل احترام على تقديمها يد
العون، لمن ساعد بكلمة طيبة في إنجاز هذا العمل، ولكل من أعاد رسم ملامح
جهلنا وتصحيح عثراتنا بأقلام علمهم أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير.

- لدغم شيكوش فاطمة الزهراء

- بن زاهية وافية

إهداء



❖ إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى: ﴿فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا

وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (23) وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ قُلْ

رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا ﴿ (سورة الإسراء الآية 24)

❖ إلى ينبوع الحب والحنان وزهرة العطف ومصدر الاطمئنان إلى أعلى

ما في الوجود

❖ أمي الحبيبة الغالية.

❖ إلى من كان سندنا لنا في الحياة صاحب الفضل ومصدر الرعاية

إلى الذي لا يسعني إلا أن أقف أمامه احتراما وعرفانا وطاعة بعد الله

والرسول وحباً أبي الغالي .

❖ مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولت أن أتخطاها

بفصل من الله ومنه.

❖ إلى من أفاضت عليا بدعواها وبركاتهما، إلى التي جعلت الجنة

تحت أقدامها أمي الغالية.

❖ إلى من أفنى صحته وجهده في سبيل نجاحي أبي العزيز.

❖ إلى إخوتي وأخواتي وأصدقائي الذين أحترمهم.

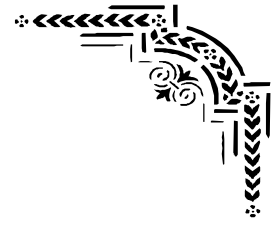
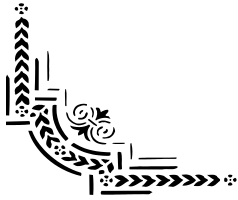
❖ إلى أساتذتي في كلية العلوم الاقتصادية.

❖ أهدي لكم بحث تخرجي المتواضع داعيا المولى -عزوجل- أن يطيل في

أعماركم ويرزقكم بالخيرات.



فهرس المحتويات



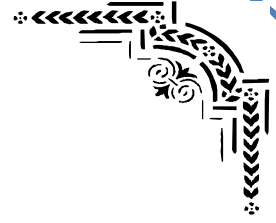
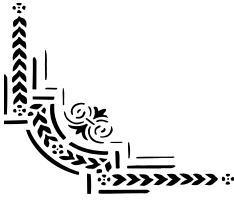
فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	قائمة المحتويات
	الاهداء
	شكر وعرهان
I	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال البيانية
أ - د	مقدمة عامة
الفصل الأول: مدخل عام لهيكل صناعة التأمين	
6	تمهيد
7	المبحث الأول: مفهوم هيكل صناعة التأمين ومحدداته
7	المطلب الأول: مفهوم هيكل الصناعة
11	المطلب الثاني: محددات هيكل الصناعة وتحليل الهيكل الصناعي
24	المبحث الثاني: أشكال هيكل الصناعة
24	المطلب الأول: المنافسة التامة
26	المطلب الثاني: الاحتكار التام
29	المطلب الثالث: المنافسة الاحتكارية
34	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: ماهية صناعة التأمينية
37	المطلب الأول: مفهوم صناعة التأمين
38	المطلب الثاني: أنواع شركات صناعة التأمين
42	المبحث الثاني: خصائص صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

42	المطلب الأول: بنية العرض
46	المطلب الثاني: بنية الطلب
47	المطلب الثالث: بنية التكاليف
57	خلاصة الفصل الثاني
59	خاتمة عامة
62	قائمة المراجع
	الملخص

فهرس الجداول والأشكال



فهرس الجداول

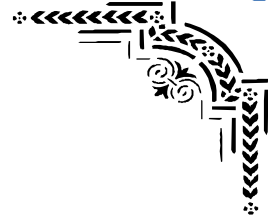
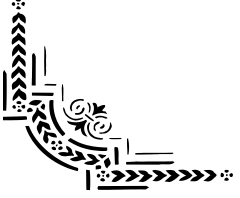
فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	تأثير تركز الصناعي ضمن مستوياته المختلفة	14
02	مختصر يبين خصائص الأسواق الأربعة	33
03	تطور منتجات التأمين الصناعي في الجزائر خلال فترة (2011-2017)	42
04	الحصة السوقية لشركات التأمين ومعدل نموها في الجزائر خلال فترة (2011-2017)	42
05	الحصة السوقية ومعدل نمو فروع التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017	44
06	مؤشر كثافة واختراق صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017	46
07	تطور إجمالي للتكاليف لقطاع التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017	48
08	تطور الحصة السوقية ومعدل نمو التكاليف العامة لشركات التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017	48
09	تطور تكاليف العاملين في قطاع التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017	50
10	تطور حصة السوقية ومعدل نمو تكاليف العاملين لشركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017	51
11	تطور التركيز الصناعي لقطاع التأمين في الجزائر خلال الفترة (2011-2017)	54

فهرس الأشكال:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	منهج بوتر لتحليل الصناعة - أحمد السيد كردي-	16
02	توازن المؤسسة في سوق المنافسة التامة في المدى الطويل	25
03	الإيراد الحدي في حالة احتكار	28
04	يوضح تطور التالي التركيز (هيرشمان-هرفندال) للصناعة التأمينية في الجزائر خلال الفترة (2000-2009)	55

مقدمه



مقدمة:

شهدت صناعة التأمين في الجزائر دورا معززا في نشاطها الاقتصادي، ومع تطور منتجاتها وزيادة عدد المشاريع ترتفع وتتنوع المخاطر الممكن حدوثها ومن هنا تزداد أهمية هذه الصناعة وحاجة إليها لتوفير تغطية الأخطار، كما تبرز أهمية صناعة التأمين في الجزائر من خلال ارتفاع المتزايد في نسب النمو خاصة بعد دخولها لاقتصاد السوق. حيث لاحظت توسعا في نشاط التأمين وتطوير في الكفاءات المهنية، كما قامت بإنشاء شركات تعمل على تأمين معظم المخاطر الموجودة في الحياة الاقتصادية.

طرح الإشكالية:

• ما هو واقع هيكل صناعة التأمين في الجزائر؟

ومن خلال هذه الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

• ما المقصود ب هيكل الصناعة؟

• اختلافات أشكال هيكل صناعة التأمين

• ما هي خصائص صناعة التأمين في الجزائر؟

• الفرضيات:

• من أجل الإجابة على الأسئلة السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

• فرضية أولى: يعرف هيكل الصناعة بنسبة التركيز

• فرضية ثانية: تختلف أشكال هيكل الصناعة من حيث الشروط.

• فرضية ثالثة: تقوم صناعة التأمين بثلاث خصائص: نسبة العرض، نسبة

الطلب، نسبة التكاليف

أهمية البحث

تعود أهمية اختيارنا لهذا البحث إلى:

إبراز أهمية صناعة التأمين ودورها الحيوي الذي تؤديه باعتبارها مصدر لتمويل التنمية الاقتصادية.

أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموع من أهداف أهمها:

- تعرف على محددات هيكل الصناعة.
- تعرف على أنواع شركات صناعة التأمين.

مبررات البحث:

ترجع أسباب الدراسة إلى:

- الميول الشخصي لموضوع هيكل الصناعة.
- قلة البحوث التي تناولت التأمين كصناعة.

منهج البحث:

بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمد الطلبة على منهج الوصفي من خلال تعاريف نظرية حول هيكل الصناعة والتأمين، تاريخي لتطور نتاج صناعة التأمين في الجزائر.

حدود الدراسة:

مجال مكاني:

ركزت هذه الدراسة على الجزائر وبتحديد تطور إنتاج التأمين الصناعي.

إطار زمني:

فقد حددت الفترة (2011-2017) لتكون فترة الدراسة وهي كافية لتحقيق الأهداف

المرغوبة.

صعوبات البحث:

لقد واجهنا خلال إعدادنا هذا البحث عدة صعوبات ناتجة أساسا عن طبيعة الموضوع محل البحث كونه يتناول هيكل الصناعة التأمين في الجزائر، الذي تميز بقلّة المراجع وبسبب الوباء (كوفيد 19) الذي حل بنا فوجدنا صعوبة البحث عن عدة مراجع.

الدراسات السابقة:

إن المواضيع والدراسات التي تناولت التأمين قليلة عموماً، وبالأخص تلك التي تناولت منها موضوع الصناعة، فهي تكاد تكون منعدمة، وتعتبر هذه الدراسة أول دراسة تناولت موضوع هيكل الصناعة التأمين في الجزائر على النشاط التقني ورغم القلة في المعلومات إلى أن وجدنا بعض هذه الدراسات التي تناولت بعض متغيرات دراستنا حيث نجد:

باللغة العربية:

أسامة سنوسي، هيكل قطاع صناعة التأمين في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، السنة الجامعية 2010-2011.

تناولت هذه الدراسة موضوع رفع احتكار الدولة لهذا القطاع وانفتاحه على المنافسة وتمثل هذا التغير في التطور الذي شهده هذا القطاع من حيث معدلات النمو المرتفعة ودخول شركات التأمين جديدة بالإضافة إلى تنوع القوانين والتشريعات التي أصدرتها الدولة لتنظيم ومراقبة هذه الصناعة.

قادة سليم، تأثير هيكل قطاع التأمين على أداء دراسة حالة الشركات الوطنية SAA مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة خيضر بسكرة، سنة جامعية 2011-2012.

تناولت هذه الدراسة التغيرات والتحولات الاقتصادية والاجتماعية، وما شاهده قطاع التأمين الجزائري من اصلاحات وسن نصوص تشريعية لتنظيم عملية التأمين.

هيكل البحث:

حيث قسمنا البحث إلى فصلين:

الفصل الأول كان بعنوان مدخل عام لهيكل صناعة التأمين وبدوره قسمناه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان مفهوم هيكل صناعة التأمين ومحدداته والمبحث الثاني بعنوان أشكال هيكل الصناعة.

أما الفصل الثاني فعنوانه بإطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر، حيث قسمناه إلى مبحثين المبحث الأول ماهية صناعة التأمينية والمبحث الثاني خصائص صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017.

الفصل الأول

مدخل عام لهيكل صناعة التأمين

تمهيد.

المبحث الأول: مفهوم هيكل الصناعة ومحدداته

المبحث الثاني: أشكال هيكل الصناعة

خلاصة الفصل.

تمهيد:

يهدف تحليل هيكل الصناعة إلى تحديد التنافس أو المنافسة القائمة في الصناعة بين مختلف المؤسسات الناشطة في هذه الصناعة حيث تختلف حدة المنافسة من صناعة إلى أخرى، كما يهدف التحليل الهيكلي للصناعة إلى التعرف على الفرص والتهديدات بغية وضع استراتيجية للمؤسسة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وتتسجم مع أهدافها، فاختلاف المؤسسات وتنوع قدراتها مع وجود مستويات مختلفة للعرض والطلب كلها عوامل تؤدي بشكل أو بآخر إلى تحديد نوع السوق الذي تعمل به المؤسسة.

كما أن نوع الهيكل الذي تنشط فيه المؤسسة يلعب دور كبير في تحديد أهدافها المسطرة والأهداف المحققة للمؤسسة، لأن المؤسسة التي تنشط في هيكل يتميز بالتركز يكون سهل تحقيق أهدافها.

وبالنظر إلى ما سبق تم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: مفهوم هيكل الصناعة ومحدداته

المبحث الثاني: أشكال هيكل الصناعة

المبحث الأول: مفهوم هيكل الصناعة ومحدداته

إن تعبير هيكل الصناعة قد يستخدم لدلالة على الملامح التنظيمية الأساسية التي تعمل في ظلها المؤسسات الصناعية والتي يمكن أن يكون لها تأثير ملموس على سلوك هذه المؤسسة ومن ثم أدائها في السوق وضمن هذا التعريف الموسع سوف تحاول في هذا المبحث إلا اجابة بمفهوم الصناعة والقطاع وهيكل الصناعة.

المطلب الأول: تعريف هيكل الصناعة

أولاً: تعريف الصناعة

من أجل إيجاد مفهوم واضح لهيكل الصناعة يتوجب علينا أولاً أن نعرف الصناعة وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

يختلف معنى الصناعة حسب هدف استخدامها الذي يعطي لها معنيين مختلفين، فالصناعة بمعنى النشاط الصناعي قد يقصد بها كل الإجراءات المتخذة من قبل الوحدات الاقتصادية في المجتمع من أجل تحويل شكل المواد الخام في الطبيعة وإشباع حاجة معينة سواء إذا كانت وسيطية أو نهائية وبموجب هذا التعريف نميز الصناعة عن بقية النشاطات الاقتصادية والزراعية.¹

وقد عرفها "تشمبرلين" الصناعة بأنها مجموعة من المؤسسات التي تنتج سلعا من نفس النوع إن لم تكن متجانسة تجانسا مطلقا.²

وتعرف أيضا تلك الوحدات الإنتاجية التي تنتج سلع ذات مواصفات موحدة تؤدي إلى منتج ومواصفات واحدة أو منتج متنوع، كما ترتبط الصناعة باكتشاف وإنتاج وتوفير

¹ - صناعة على الموقع الالكتروني أطلع عليه في:

www.marefa.org/index.php صناعة، 09 مارس 2020، 12:21.

² - مدحت القرشي، الاقتصاد الصناعي، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن 2005، ص 26.

مستلزمات الإنتاج والإنتاج الوسيط وكذا الإنتاج النهائي اللازم لتوفير احتياجات المجتمع لأغراض الاستهلاك المحلي ولأغراض التصدير.¹

وقد عرفها (Hitt et al, 2007) بأنها مجموع من المنظمات التي تنتج منتجات متشابهة وفي خضم المنافسة تؤثر هذه المنظمات على بعضها البعض، وتتضمن الصناعات مزيجا غنيا من الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها المنظمات في التنافس الاستراتيجي وتحقيق العوائد فوق المعدل ويتم تبين تلك الاستراتيجيات نظرا لأهميتها بالنسبة لخصائص الصناعة.²

الصناعة هي تعبير عن كل مادة يجري تغييرها من حالة إلى حالة أخرى ويجعلها جاهزة للاستخدام أو الاستهلاك والتي جرت عليها عمليات تغير في تكويناتها تعتبر سلع مصنعة أو نصف مصنعة مهما جرت عليها أو ساهمت فيها من أيدي عاملة إلى نوع من الأئمة.³

وبمفهوم آخر يقصد بالصناعة بأنها وحدة نشاط داخل القطاع الصناعي لذلك فهي تضم كل الوحدات الإنتاجية التي تقوم بإنتاج سلع متقاربة أو تستخدم نفس المادة الخام، أو نفس طريقة الصنع، وتقسم الصناعة بمعناها السابق أي النشاط الصناعي إلى عدة صناعات مثل صناعة المنسوجات وصناعة المنتجات الجلدية وصناعة المواد الغذائية.⁴

¹ - محمد الصيرفي، الإدارة الصناعية، مؤسسة حورس الدولية لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الاسكندرية، 2005، ص 4.

² - محمد الحسين العيساوي، جليل كاظم العارضي، هاشم فوزي العيادي، الإدارة الاستراتيجية المستدامة مدخل لإدارة المنظمات في الألفية الثانية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص 334.

³ - عبد الغفور حسن كنعان المعماري، اقتصاديات الإنتاج الصناعي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص 13.

⁴ - بامخرمة أحمد سعيد، اقتصاديات الصناعة، دار الزهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 1994، ص 03.

كما تضم الصناعة ثلاثة مجموعات رئيسية من النشاطات هي:¹

1. **مجموعة الصناعات الاستخراجية:** التي تتولى استخراج المواد الخام المتوفرة في الطبيعة معدنية كانت أو غير معدنية، فوق الأرض أو في باطنها.
2. **مجموعة الصناعات التحويلية:** هي الصناعات التي بمعالجة المواد الخام أو شبه المصنعة والمصنعة، بإجراء عمليات تحويلية عليها مثل إنتاج الفولاذ من خامات الحديد وإنتاج النسيج من القطن والصوف.
3. **مجموعة الصناعات الخدمية:** هي التي تقوم بإنتاج وتوفير خدمات سلع طبيعية صناعية، كتصليح المكائن والأجهزة والسلع المعمرة...الخ.

ثانياً: تعريف هيكل الصناعة

في البداية كان يعبر عن هيكل الصناعة بنسبة التركيز فقط، حيث كان الهدف هو تقييم مدى اقتراب عدد البائعين أو شكل السوق من حالة المنافسة التامة او من حالة الاحتكار التام، وذلك من أجل استنتاج آلية أداء المؤسسة ومع اكتشاف عدم صحة مفهوم السوق المستقر وكذا انخفاض أهمية التركيز إلى حد كبير هذا كله أدى إلى ظهور مفهوم المنافسة المحتملة لتقدير إمكانية التحول من وإلى الصناعة من طرف المؤسسات، التي أصبحت تعتبر أكثر أهمية من المنافسة بين المؤسسات الموجودة في السوق فعلا والقوة السوقية لهذه المؤسسات.²

¹ - مدحت القرشي، الاقتصاد الصناعي، مرجع سابق، ص 26.

² - عرقابي عادل، محددات هيكل صناعة الدوار في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، ص 2.

وبتعبير آخر يقصد بالهيكل على أنه أي جسم مركب ما، فإنه النمط أو الطريقة التي تترتب بها الأجزاء المكونة لذلك الجسم، فإن أخذنا السوق هذا كجسم يتعين تفحص الطريقة التي ترتبط بها المكونات المختلفة للصناعة وفي هذه الحالة البائعين والمشتريين، وكيف يرتبطون ببعضهم البعض.¹

يتعلق هيكل الصناعة بخواص التركيب البنائي للأسواق التي تحمل في ظلها الصناعات في بلد معين ومن أمثلة هذه الخواص الأهمية النسبية للوحدات الإنتاجية المختلفة في الصناعة أي وزنها النقي من حيث رأسمال أو الإنتاج أو عدد العمال وغيرها.²

وكما يعرفه الاقتصادي **Bain** هيكل الصناعة بأنه "تلك الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثير استراتيجي على طبيعة المنافسة والتسعير داخل تلك الصناعة".

ويقترح **Bain** أربع خصائص أساسية لهيكل الصناعة والتي تعتبره مهمة لاستيعاب المفهوم وقياسه بشكل محدد وهي:

1. درجة تركيز البائعين، أي عدد المصانع المنتجة لسلعة ما، وتوزيعها النسبي من حيث الحجم.

2. درجة تركيز المشتريين، أي عدد المشتريين للسلع وتوزيعهم النسبي.

3. درجة الاختلاف والتنوع فيما بين المنتجات السلع أي الفرق في مستوى نوعية

4. شروط الدخول والخروج من وإلى الصناعة أي مدى السهولة التي يمكن والخروج للمؤسسات الدخول فيها إلى الصناعة منها.

ومعلوم أن كلا من هذه الخصائص الأربعة لهيكل الصناعة مهمة في تحديد سلوك المؤسسات الإنتاجية والتي بدورها تؤثر على أداء الصناعة ككل.

¹ - مدحت القرشي، الاقتصاد الصناعي، مرجع سابق، ص 28.

² - أحمد سعيد بامخرمة، اقتصاديات الصناعة، مرجع سابق، ص 51.

المطلب الثاني: محددات الهيكل وتحليل الصناعة

أولاً: التركيز الصناعي

المقصود بتركز السوق هو إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود المنشأة، لذا فهي قياس

تركيز السوق ينصب اهتمامنا على كل صناعة أو سوق بشكل منفرد وعلى العدد والحجم النسبي للمنشآت في كل صناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركيز فإن السوق يكون أكثر تركيزاً كلما قل عدد المنشآت المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها في السوق.¹ منه المشروعات الكبيرة من الناتج الكلي بالنسبة لنصيب المشروعات الصغيرة.²

1. أشكال التركيز:

وتعرف التركيز في لغة الاقتصاد معناه جنوح عناصر الإنتاج نحو المجتمع في مشروع واحد، ومشروعات قليلة بدلا من تشتتها بين مشروعات كثيرة، بحيث تزداد جهة يكون التركيز على أشكال عددية فقد يتم عن طريق تكبير حجم المشروعات، كزيادة رأسماله مثلا، وقد يتم عن طريق اندماج شركة في أخرى، وقد يكون التوسع في حجم المشروعات بإنشاء فروع له.

ومن صور التركيز كذلك قيام اتحادات بين المنتخبين وهذه الاتحادات على أشكال عدة، ومن صورها أن تتحد المشاريع المتفقة فيما بينها على إدارة واحدة بحيث يفقد كل مشروع استقلاله الاقتصادي (كالتريست مثلا) وقد يتم الاتحاد مع احتفاظ كل مشروع شخصيته وحريته، اللهم إلا في النقاط المتفق عليها مع بقية المشاريع (كالكارنل مثلا) وسواء أكان من طبيعة الاتحاد الاحتفاظ بشخصية المشروع أو ذوبان تلك الشخصية في الإدارة

¹ - عبد الغفور كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² - طارق الحاج، فليح حسن، الاقتصاد الإداري، الطبعة الثانية، 2014، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 222، ص 224.

الموحدة فإنه في كلتا الحالتين يعتبر نوعاً من التركيز، فاتفق بعض المشاريع على عدم البيع بأقل سعر معين يزيد قوة ويضفي عليها أهمية، فتحقق بذلك بعض المنافع والمزايا تقاس بتلك التي تتجم عن تكبير حجم المشروع.

2. أهداف التركيز:¹

أ. إن الأهداف الرئيسية من التركيز هي الرغبة في تخفيض نفقة الإنتاج عموماً (حالة اتخاذ شكل تكبير المشروع) كما يهدف إلى تحقيق احتكار الشراء أو البيع للمشروعات المتركة (حالة اتخاذ التركيز شكل اتحادات بين المنتجات) وقد تهدف المشروعات المتركة إلى تحقيق هذين الغرضين معاً سواء أتم تركها عن طريق تكبير حجم المشروع أو عن طريق اتحاد يعقد بين المنتجين.

ب. وقد يعود التركيز لأسباب قانونية أو في حالة إجبار القانون للمشروعات المستغلة في صناعة معينة بعقد اتحاد فيما بينها، وقد يرمى المشروع من وراء ذلك، الحد من المنافسة بين المشروعات وخاصة في أوقات الركود الاقتصادي، أو إذا كان القانون يعفي احتياطي المشروعات من الضريبة، فتلجأ حينئذ إلى ترميل جزء كبير من الأرباح إلى الصندوق الاحتياطي يقصد الهروب من وعاء الضريبة الحكومية، وعلى أن تستغل هذه الأرباح في توسيع حجم مشروعها فتسير بذلك نحو التركيز.

ج. وقد يعود التركيز لرغبة صاحب المشروع في تكوين نفوذ اقتصادي له وذلك عن طريق انضمام بعض المشاريع إليه، فيسيطر عليها نفوذ وسلطانه، وقد لا يتحقق له ذلك إذا رفضت بقية المشاريع الانضمام وتفضيلها المحافظة على شخصيتها واستقلالها.

3. أهمية التركيز الصناعي:²

لقد وجد علماء الاقتصاد أن هناك ثلاثة عوامل رئيسية تحدد أهمية والمدى الذي يمكن أن يبلغه التركيز الصناعي وهي:

¹ - طارق الحاج، فليح حسن، مرجع سبق ذكره. ص 224-227

² - عبد الغفور كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 79.

1. التقدم التكنولوجي

2. التكاليف.

3. وحواجز الدخول والتفاعل الاستراتيجي

وقد يثار السؤال هو لماذا الاهتمام بالتركز الصناعي؟ والجواب على هذا السؤال هو أنه كلما زاد تركز الصناعات في شركات معينة تجعل أجواء المنافسة غير كاملة التي لديها أكبر قدر من المنافسة غير كاملة -كونها تمتلك مستويات عالية من نفقات الدعاية والإعلان مقارنة بالنسبة الحجم المبيعات كما لاحظ في جهاز التلفاز التي نرى دعايات للسيارات أو المشتريات الغازية أو لبعض المأكولات السريعة...الخ).

وغير صحيحة (أنظر الجدول 1) يشير إلى الصناعات الأكثر تركزا أي (الشركات

الليدان يشكلان جزء كبيرا من حقوق الصناعة ويشكلان نسبة عالية من المبيعات وهما ذا تركز صناعي عالي وإنفاق كبير على البحث والتطوير (R&D) لغرض تفوق التكنولوجي عالي على منافسيها وبخلاف ذلك فإن الصناعات ذات التركيز المنخفض أو المنافسة وبخلاف ذلك فإن الصناعات ذات التركيز المنخفض أو المنافسة الكاملة أقل ميلا للإنفاق على الدعاية أو البحث والتطوير وليس هناك ضرورة لأن يقوم مزارع صغير أو صانع براغي صغير أو بعض قطع الغيار الصغيرة، بشراء فترة إعلانية في التلفزيون فليس لديهم سوى جزء صغير من العرض الكلي في السوق المحلي بحيث لا يقدم لهم هذا الإنفاق العائد المجزي كالإنفاق على البحث والتطوير والإعلان.

لكن رغم الأهمية في التركيز الصناعي، نجد أن الشركات الأكثر ربحية كما هو في الحقل (5) من الجدول هو إيجاد علاقة ضعيفة بين مدى تركز الصناعة ما ومتوسط ما يحققه من ربح، فالصناعات الأكثر تركز تميل إلى تحقيق أرباح عالية تفوق الصناعات الأكثر تركزا الذي حير هذا الاكتشاف المفاجئ منتقدي قطاعات الأعمال الضخمة بشكل

خاص الذين كانوا يتوقعون أن الشركات العملاقة تحقق أرباح هائلة تتناسب وحجم الإنفاق على البحث والتطوير والدعاية الإعلانية وغيرها.¹

جدول رقم (01): تأثير التركيز الصناعي ضمن مستوياته المختلفة

(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
معدل الربح (1960- 1979) كنسبة مئوية من قيمة الأسهم	الإنفاق على البحث والتطوير 1980-1982 كنسبة من المبيعات (%)	نفقات الدعاية 1982 كنسبة من المبيعات (%)	نسبة تركيز الصناعي في (4) شركات سنة 1982 (%)	نوع الصناعة (مع أمثلة)
12.0	3.2	2.4	71	تركز على (سيارات، تبغ، معادن غير حديدية)
10.7	3.0	2.1	14	تركز متوسط (ورق، حجارة، صلصال، زجاج، كيماويات)
10.5	0.3	1.5	9	تركز منخفض (ملابس، مطبوعات، أثاث)
غير متوفر	0	0	0.01	منافسة كاملة (إنتاج الذرة، القمح)

المصدر: يول سامويلسن وآخرون، الاقتصاد، ترجمة هشام عبد الله ومراجعة أسامة الدباغ، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 1995، ص 198.

يلاحظ من الجدول أعلاه أربع مستويات من التركيز الصناعي وتم اختيار عدد قليل من الصناعات المهمة في كل مجموعة حيث يظهر الجدول أن معدلات الربح الأعلى قليلا

¹- عبد الغفور كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 80.

في الصناعات الأعلى تركزا في حين أن الإنفاق على البحث والتطور (R&D) ونفقات الدعاية منخفضة بقدر أكبر بكثير في الصناعات التنافسية وغير المتمركزة في حين أن التركيز الصناعي أمر مهم وليس كل شيء، لذلك نجد علماء الاقتصاد أخذوا يهتمون بالتنظيم الصناعي لغرض التقليل من آخر المنافسة غير الكاملة.

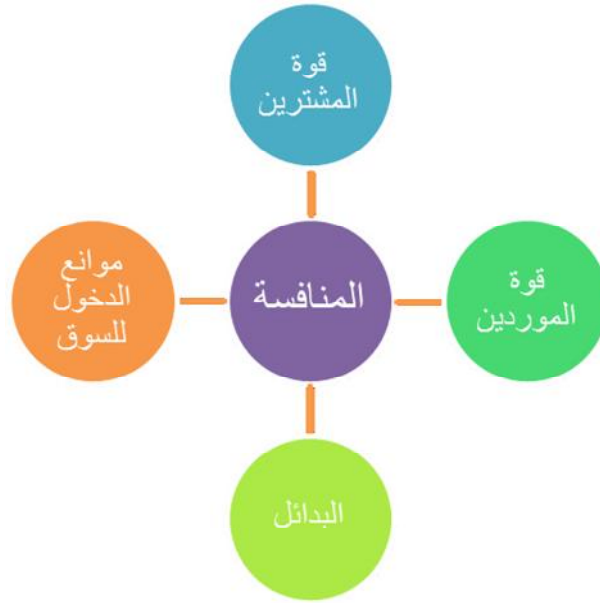
ثانيا: القوى التنافسية الخمسة لمايكل بورتر

القوى التنافسية الخمسة لبوتر هي إطار تحليلي يستخدم في تقييم استراتيجيات الأعمال والأسواق، ويمكن استخدام هذا الإطار كأداة تحليل للمميزات التنافسية والعلاقة المتبادلة مع السوق، وهذه الأداة تقارن محيط العمل أو بيئة العمل الداخلية مع البيئة الخارجية على نطاقها الأوسع.

ويعتمد هذا التحليل على أنه تغير إحدى هذه القوى فلا بد من إعادة تقييم المؤسسة وسوق العمل المرتبط بأدائها، ليس قوة ولكن أيضا استخدامها في محاكاة تغيير هذه القوى الخمسة وما قد يترتب عليها في محيط العمل والأسواق المحيطة، وتعد هذه الطريقة إحدى الطرق الذكية للتخطيط ضد مخاطر سوق العمل والتغيير المفاجئ في مجريات العمل والقوى الخمسة هي

- المنتجات البديلة.
- المنافسون الجدد.
- حدة المنافسة من الخصوم.
- قدرة المشتريين على المساومة.
- قدرة الموردين على المساومة.

شكل رقم (1): منهج بوتر لتحليل الصناعة -أحمد السيد كردي-¹:



المصدر: مايكل بوتر، بوابة الادارة الأعمال، ملفات عن قوى التنافسية الخمسة، فبراير 2006، ص 3.

¹ - مايكل بوتر، بوابة الادارة الأعمال، ملفات عن قوى التنافسية الخمسة، فبراير 2006، ص 1.

تهديد المنتجات البديلة أن وجود منتجات بديلة خارج نطاق المنتج التنافسي العام يزيد من ميول:¹

مستهلكين إلى السلع البدائل:

- نزوح المشترين إلى السلع البديلة.
- المنافسة السعرية للبضائع البديلة.
- تكلفة الفرصة البديلة التي يتكبدها المشتري.
- مدى تمايز المنتجات في تطور المشتري.

التهديد من دخول منافسين جدد:

الأسواق المربحة التي تدر عوائد عالية تجتذب الشركات وهذا يخلق وجود العديد من الشركات المنافسة في السوق مما يتسبب بانخفاض الربح الجزئي للشركة، وما لم يتم الحد من دخول شركات جديدة من قبل الشركات التي تشغل السوق، فإن معدل الربح سينخفض إلى مستوى تنافسي مثل ذلك في الأسواق التنافسية المثالية.

- وجود حواجز للدخول (براءات الاختراع، والحقوق...الخ).
- اقتصاديات اختلافات المنتج.
- العلامة التجارية
- - تكاليف التبديل وتكاليف التعمق.
- متطلبات رأس المال.
- إمكانيات الولوج إلى قنوات التوزيع.
- إيجابيات ومنافع التكلفة المطلقة

¹ - مايكل بوتر، مرجع سبق ذكره، ص 4.

- إيجابيات ومنافع منحنى التعلم.
- ردة فعل الانتقامي المتوقعة من جانب شاغلي السوق الحاليين.
- السياسات الحكومية.

حدة المنافسة من الخصوم:

في معظم الصناعات تعد المنافسة من الخصوم المحدد الرئيسي لقدرة الشركات التنافسية في الصناعة والمجال الذي سيتنافس فيه الصناعة والمجال ستتنافس فيه أحيانا المنافسين يتنافسون في مجالات غير السعر مثل المنافسة في إبداع والتسويق وغيرها من المجالات

- تفاوت وتناوب الأفراد في الصناعة.
- عوائق أمام الخروج من السوق.
- التعقيد في المعلومات وعدم التناظر.
- اقتصاديات الحجم الكبير
- مستوى تكلفة الإعلانات.
- التوفيرات في التكاليف للاحجام السلع الكبيرة.
- الميزة التنافسية المستمدة من خلال الارتجال

القوة التفاوضية للعملاء:¹

وتعرف أيضا بالقدرة التفاوضية لسوق النواتج، قدرة العملاء على وضع الشركات تحت ضغط ما يؤثر أيضا على حساسية الزبائن للتغيرات في الأسعار.

- نسبة المشتريين إلى الشركة.
- درجة الاعتماد على قنوات التوزيع القائمة.

¹- مايكل بوتر، مرجع سبق ذكره، ص 8.

- مدى نفوذ المساومة وبخاصة في الصناعات التي تكون التكاليف الثابتة عالية فيها.
 - حجم شريحة المشتريين.
 - تكلفة التبديل للمشتريين بالمقارنة مع تكلفة.
 - الشركة التبديل.
 - مدى توافر المعلومات للمشتري.
 - قدرة الشركة على الدمج الخلفي.
 - توافر المنتجات البديلة.
 - مدى حساسية المشتري إلى التغيرات بالأسعار.
 - الميزات الفريدة لمنتجات الصناعة المختلفة.
- تحليل حداثة العمليات الشرائية ترددها وتكرارها، والقيمة المالية
- القوة التفاوضية للموردين:**

أو ماتعرف أحيانا بالقدرة التفاوضية لسوق المدخلات، موردي المواد الخام، والمكونات والعمالة والخدمات (مثل الخبراء) للشركة يمكن أن يشكلوا مصدر قوى تضغط على الشركة.

فالموردين قد يرفضون العمل مع الشركة، أو على سبيل المثال يفرضون أسعار باهظة للموارد الخاصة والمهمة.

- تكاليف التبديل للموردين بالمقارنة تكاليف التبديل للشركة.
- درجة التمايز لمدخلات الصناعة.
- توافر مدخلات بديلة.
- نسبة الموردين إلى الشركات.

- تضامن الموظفين (مثل النقابات العمالية).¹

ثالثاً: المجموعات الاستراتيجية

المقصود بالمجموعات الاستراتيجية هو مجموعات من الشركات تتبنى أنواع متشابهة من الاستراتيجيات داخل نفس الصناعة.

و مجموعة استراتيجية هي مصطلح يستخدمه في الإدارة الاستراتيجية والتي تتشارك فيها المجموعات في صناعة ذات نماذج تجارية متشابهة أو لديها استراتيجيات مشتركة.²

تحليل المجموعات الاستراتيجية:

تحليل المجموعات الاستراتيجية يهدف إلى تحديد المنظمات التي تحمل نفس الصفات الاستراتيجية وتتبع نفس الاستراتيجيات أو التنافس في نفس الأسس.

مجموعات كهذه يكمن في العادة أن تعرف باستخدام اثنان أو ثلاثة مجموعات من الصفات كأساس للمنافسة، أمثلة على تحليل المجموعات الاستراتيجية.

- زيادة حجم المنتج (أو الخدمة).
- اتساع التغطية الجغرافية.
- عدد قطاعات السوق المخدومة.
- قنوات التوزيع المستعملة.
- مدى العلامة التجارية.
- الجهد التسويقي.
- مستوى التكامل الرأسي.
- جودة المنتج (أو الخدمة).

1- مايكل بوتر، مرجع سبق ذكره، ص 10.

2- روبرت ابنتس - دفيد، لي ترجمة عبد الحكيم خوزامي، مرجع سابق، ص 164 .

- سياسة التسعير.

استخدام تحليل المجموعات الاستراتيجية:¹

هذا التحليل مفيد بأكثر من وجه:

- يساعد في معرفة من هم المنافسون المباشرون وعلى أي أسس ينافسون
- يشير التساؤل كيف يمكن للمنظمات الأخرى أن تنتقل من مجموعة استراتيجية إلى أخرى.
- رسم الاستراتيجية يمكن أن يستخدم في التعرف على الفرص. المجموعات
- من الممكن أن يساعد في تحديد المشكلات الاستراتيجية.

رابعاً: تقييم الأداء²

إن الأداء هو الهدف النهائي للمنشأة ويمثل مستوى النجاح في تحقيق الأهداف، فالأداء الجديد يمثل النتيجة النهائية للإنجاز الكفؤ وتعني عملية تقييم الأداء بالنسبة للمنشأة دراسة وتقييم نشاط المنشأة الصناعية لقياس النتائج المتحققة ومقارنتها بالأهداف المرسوم مسبقاً للوقوف على واقع أداء المنشأة والانحرافات التي قد تحصل بهدف اتخاذ الخطوات اللازمة لمعالجتها، وعليه فإن العملية تستخدم التحكم على كفاءة الأداء المنشأة في استغلال الموارد الاقتصادية وفي تحقيق الأهداف التي أقيمت من أجلها المنشأة.

¹- رويارت ابنتس - دفيد، لي ترجمة عبد الحكيم خوزامي، مرجع سابق، ص 164 .

²- مدحت قرشي، مرجع سبق ذكره، ص 250.

وتتمثل عملية تقييم الأداء الصناعي حلقة من حلقات التخطيط الصناعي المتكاملة، والتي تبدأ بمرحلة دراسة الجدوى الفنية والاقتصادية للمشروع ثم تنتهي بإقامة المشروع وأن عملية تقييم الأداء تمكن من مقارنة المتحقق من الأهداف المتضمنة أساساً في دراسة الجدوى، ولهذا فإن عملية تقييم الأداء هي جزء من عملية شاملة للتخطيط الصناعي.

ولكي تحقق عملية تقييم الأداء بالشكل الصحيح لا بد من توفر المعلومات والبيانات التي تعتمد عليها التقييم، كما ويتعين أن يكون تقييم الأداء شاملاً لكل نشاطات المنشأة المراد تقييم أدائها إذ لا يكفي أن يركز الأداء على نشاط معين دون بقية النشاطات، وأن عملية تقييم الأداء تخدمه المنشأة الصناعية في تمكينها من القيام بعدد من الوظائف الأساسية والمهمة أبرزها ما يأتي:

1. متابعة تنفيذ الأهداف للوحدة الإنتاجية.
2. ممارسة الوظيفة الرقابية على نشاطات المنشأة المختلفة.
3. تقييم النتائج لتحديد المراكز الإدارية المسؤولة عن الانحراف إن وجد.
4. إيجاد الحلول للمشاكل القائمة.

مؤشرات تقييم الأداء:¹

يعتمد نجاح مهمة تقييم الأداء الصناعي على دقة وملائمة المؤشرات والمعايير وعلى قابليتها على القياس والاحتساب لتؤدي الغرض المطلوب، وهناك عدد كبير من المؤشرات العامة والتحليلية التي يمكن الاستعانة بها في تقييم الأداء في المنشأة الإنتاجية وبالرغم من أن كل مؤشر فيها يعبر عن جانب معين من الأداء، إلا أنه من مجمل هذه المؤشرات يمكن الاستدلال على مستوى أداء المنشأة.

والمطلوب هو انتقاء المؤشرات الرئيسية والمناسبة للمنشأة المراد تقييمها.

¹ - مدحت قريشي، مرجع سبق ذكره، ص 252.

ولغرض الوقوف على مستوى كفاءة الأداء المنشأة المعنية مع أداء المنشآت الأخرى المماثلة يتعين اتباع الوسائل الآتية:

1. مقارنة أداء المنشأة مع معايير قياسية معينة تمثل مستوى مجدد للكفاءة بحيث أن الانحراف المؤشرات الفعلية عن هذه المعايير يمثل ظاهرة سلبية.
 2. مقارنة أداء المنشأة المعنية في سنة معينة مع أدائها في السنوات الأخرى وهنا لا بد أن تؤخذ التغيرات في الأسعار بنظر الاعتبار لكي تكون عملية المقارنة صحيحة.
 3. مقارنة أداء المنشأة مع منشأة مماثلة لنفس الفترة الزمنية.
- وتجدر الإشارة إلى أن نجاح مهمة التقييم تكمن في اختيار المؤشرات المناسبة وترتيبها حسب أهميتها، فقد يركز البعض معايير الكفاءة الاقتصادية للمنشأة فيما يركز آخرون على المعايير المالية، وفي واقع الأمر لا يمكن فصل الوضع الاقتصادي للمنشأة عن الوضع المالي لها، ويمكن تقسيم مؤشرات الأداء إلى خمسة مجموعات رئيسية:
1. **مؤشر الإنتاج:** وتشمل مؤشرات تحقيق الخطط الإنتاجية وتطور الإنتاج واستغلال الطاقة الإنتاجية والقيمة المضافة.
 2. **مؤشرات الإنتاجية:** وتشمل إنتاجية العمل وإنتاجية رأس المال وإنتاجية الأجر وإنتاجية المواد الخام.
 3. **مؤشرات المالية:** وتشمل مؤشرات ربحية وعائد استثمار، إضافة إلى مؤشرات تتعلق بالوضع المالي منها النسبة التجارية بين الأصول والخصوم، ومعدل الدوران الأصول، ونسبة الديون إلى صافي الملكية... الخ.
 4. **مؤشرات البيع:** وتشمل مؤشرات تحقق وتطور المبيعات والصادرات وكفاءة الإدارة.
 5. **مؤشرات أخرى مختلفة:** مثل درجة التصنيع ومستوى التكنولوجيا ودرجة الاعتماد على خارج في توفير مستلزمات الإنتاج... الخ.

المبحث الثاني: أشكال هيكل الصناعة

المطلب الأول: المنافسة التامة (الكاملة)

في هذا النوع من المنافسة لا يملك المنتج والبائع الحرية في تحديد الأسعار وذلك يعود إلى طبيعة السلعة وطبيعة الطلب¹، والمنافسة هنا تقوم بين المؤسسات على أساس متوازن، فالمؤسسة التي تستطيع تنمية استراتيجيات للتعامل مع المعلومات ومتغيرات السوق بصورة دقيقة ومتناسبة تتوسع في السوق، بينما التي تفشل في ذلك تتقلص، وربما أدى ذلك في النهاية إلى خروجها من السوق.²

تتميز سوق المنافسة الكاملة بعدة خصائص التي تجعل سعر الوحدة من السلعة المنتجة والمباعة في هذه السوق ثابت لا يمكن التأثير فيه، مهما كانت الكمية المباعة ويتحدد السعر عن طريق العرض والطلب، ومن أهم خصائصها ما يلي:³

1. كثرة البائعين والمشتريين: توجد المنافسة التامة عندما يتوفر عدد كبير من الباعة لسلعة معينة ولا يستطيع بائع واحد بمفرده أن يسيطر على سعرها في السوق.
2. تجانس السلع: يشترط في المنافسة التامة توافر العلم لدى البائعين والمشتريين بالثمن الذي يسود في السوق، وبسائر الشروط الأخرى المتعلقة ببيع السلع وشرائها.
3. حرية تنقل عناصر الإنتاج: إمكانية قيام كل منتج بتحريك عمله ورأسماله بين فروع الإنتاج المختلفة.

¹ - ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، مدخل في الاقتصاد الإداري، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 154.

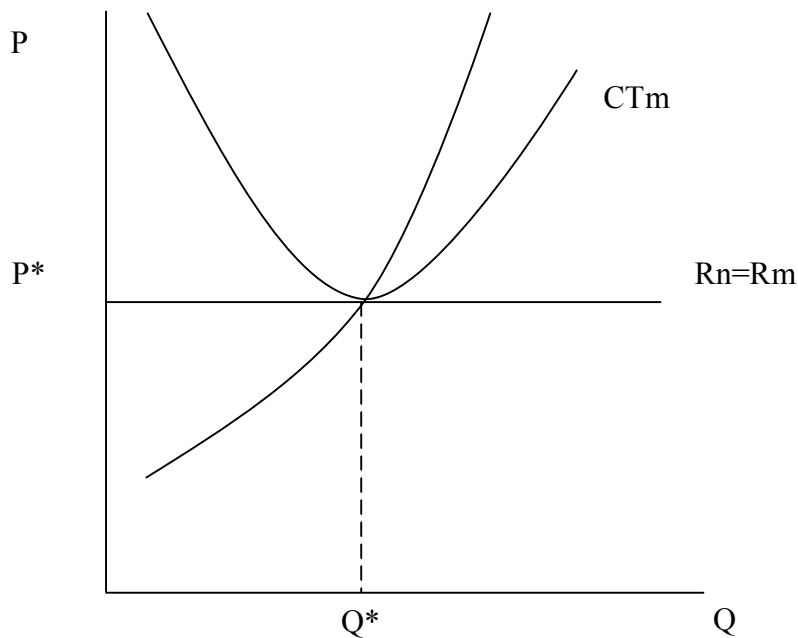
² - صلاح عباس، الإدارة الاستراتيجية للمنظمات في ظل العولمة، الناشر مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية، 2005، ص 50.

³ - طارق الحاج فليح حسن، الاقتصاد الإداري، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2014، ص 38-40.

كما يشترط كذلك عدم قيام أي اتفاق بين البائعين والمشتريين، يتناول وضع حد أدنى للثمن الذي تباع به السلعة، أو حد أقصى للثمن الذي تشتري به، كما يعمل هذا النوع من المنافسة على التخلص من المنتجين غير الأكفاء الذين ليست لهم القدرة على تزويد المستهلكين بالنوعية الجيدة من السلع وعن سعر منخفض.¹

في السوق المنافسة التامة يكون الطلب على السلعة المنتجة من طرف المؤسسة الواحدة لا نهائي المرونة لأن المؤسسة لا يمكن أن تؤثر في سعر السوق بل هو سعر ثابت عند أي كمية مباعة في السوق وتكون المؤسسة في حالة توازن إذا تساوت التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي مع السعر السائد في السوق.²

شكل رقم 2: توازن المؤسسة في سوق المنافسة التامة في المدى الطويل



المصدر: عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2001، ص 91.

¹ - عقيل جاسم عبد الله، التحليل الاقتصادي الجزئي، دار مجدلاوي للنشر، الأردن، الطبعة الثانية، 1999، ص 243.

² - بوكريين رزيقة، تطبيقات في الاقتصاد الجزئي، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2005، ص ص

إن المؤسسة التي تغطي عند سعر معين في المدى القصير التكاليف المتغيرة تستطيع مواصلة الإنتاج أما في المدى الطويل فعلى المؤسسة الانسحاب من السوق.

صعوبة تحقق شروط سوق المنافسة التامة في الواقع، فهو أقرب للحالة النظرية من الحالة الواقعية، إذ أن المعرفة التامة بحالة السوق سواء من جانب العروض من جانب الطلب يصعب تحققها في الواقع، كما أن اشتراط عدم وجود أية قوة تدخلية في عمل آلية السوق التلقائية يصعب تحققه في الواقع، حيث تؤثر على ذلك قوى تمثلها الحكومات، النقابات، حيث توجد بعض المجالات لا يمكن أن يتاح العمل فيها لعدد كبير جدا من المنتجين بحكم حاجة العمل فيها لعدد كبير لمراد وإمكانيات يصعب توفرها.¹

غالبا ما تمر الصناعات التي تعمل في إطار احتكار القلة بعدة مراحل ويمكن إجمال هذه المراحل في الخطوات الأربعة التالية: النشوء، النمو، الازدهار، وأخيرا التدهور.²

المطلب الثاني: الاحتكار التام

الاحتكار التام هو وجود مؤسسة واحدة في سوق السلعة بحيث أن هذه السلعة ليست لها بدائل قريبة وأنه لا يمكن لأي مؤسسة أخرى الدخول إلى سوق هذه السلعة وبالتالي فإن المؤسسة المحكرة تسيطر على مجموعة إنتاج الصناعة.³

و بتعبير آخر الاحتكار هو نقيض المنافسة ومعناه الحرفي وجود بائع بمفرده⁴، لذلك فإن إنتاجه يمثل إنتاج الصناعة ككل وبالتالي يكون الوحيد الذي ينتج هذا المنتج، وهو الذي يحدد السياسة البيعية ويكون هذا المحكر سوق مضمونة وقد لا يكون له سوق كاملة، بمعنى أنه لا يستطيع أن يحدد السعر والكمية معا، كما أنه إذا كان يستطيع أن يحدد اسعار

¹ - فليح حسن، خلق الاقتصاد الجزئي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص 300.

² - جورج فهمي رزق، الاقتصاد التطبيقي في إدارة الأعمال، المكتبة الأكاديمية الطبعة الأولى، 1999، ص 330.

³ - هرون الطاهر، بلمرابط أحمد، التحليل الاقتصادي الجزائري، منشورات جامعة باتنة، 1997، ص 188.

⁴ - طارق الحاج، فليح حسن، مرجع سابق، ص 45.

خدمات الإنتاج إلا أنه لا يستطيع أن يقرر هذا السعر باستمرار لوجود سوق احتكارية لعوامل الإنتاج في مواجهته.¹

وتعتبر أهم أسباب نشوء الاحتكار في ما يلي:²

- احتكار المنتج للمادة الأولية.
- براءة الاختراع والاكتشافات العلمية.
- الاحتكار الطبيعي وهو الاحتكار الذي ينشأ عندما لا تستطيع أي مؤسسة إنتاج السلعة إلا إذا كانت كبيرة.
- الحد من استيراد السلع الأجنبية المنافسة للسلع الوطنية الناشئة مما يسمح لشركات العامة احتكار إنتاج هذه السلعة.
- وهناك مجموعة من العوائق تحول دون دخول مؤسسات جديدة للصناعة تتمثل في:³

- عدم توفر رأس المال لإنشاء صناعة مماثلة.
- غياب المعرفة الفنية بطرق الإنتاج.
- عدم توفر المواد الأولية اللازمة وعدم إمكانية الحصول عليها بسهولة.
- وجود تشريعات حكومية ولوائح تمنع قيام آخرين بالإنتاج لأسباب سياسية أو اقتصادية.

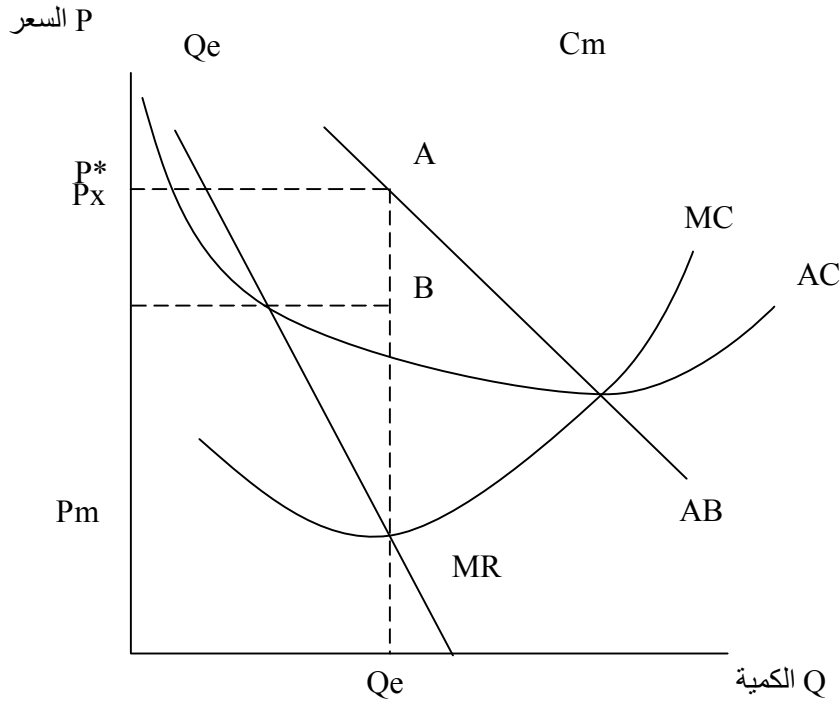
¹ - ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، مرجع سابق، ص 167.

² - بوكرين رزيقة، تطبيقات في الاقتصاد الجزئي، مرجع سابق، ص 136.

³ ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، مرجع سابق، ص 158.

الإيراد الحدي في حالة الاحتكار دائما في هبوط مستمر، لأنها كلما زاد الكمية المنتجة نقص السعر (أنظر الشكل).

شكل رقم 03: الإيراد الحدي في حالة الاحتكار



المصدر: حسين العمر وآخرون، مقدمة في الاقتصاد الصناعي، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 2002، ص 193.

وينقسم الاحتكار إلى:¹

1. الاحتكار القانوني: والذي يكون مصدره امتياز تمنحه السلطة العامة للمحتكر بحيث ينفرد ولو لوحده، في إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة دون أن يواجه بأية منافسة، وقد يكون الاحتكار القانوني بسبب براءات الاختراع والتي بموجبها تعطي المنشأة الحق المطلق في إنتاج السلعة إذا قامت بتطويرها.

¹ - طارق الحاج، فليح حسن، مرجع سابق، ص 48.

2. الاحتكار الفعلي: فيتوفر في حالة انعدام المنافسة عمليا بالنظر لضخامة المشروع المحتكر أو لسيطرته على معظم الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج السلعة، فلا يستطيع البقاء في السوق إلا المنشآت القوية مالية.

3. الاحتكار الطبيعي: ينشأ بسبب طبيعة بعض المشاريع، والتي لا تحتل قيام أكثر من مشروع واحد، خاصة مشاريع المرافق العامة كالماء والكهرباء والمواصلات... الخ.

المطلب الثالث: المنافسة الاحتكارية

أولاً: منافسة الاحتكار

يمكن تعريف سوق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنتجين، كل منهم ينتج جزء بسيطاً من مجموع الإنتاج بحيث أن هذه المنتجات هي سلع غير متجانسة، تتميز بوجود درجة محدودة من التحكم في الأسعار، كما أن الدخول والخروج من السوق قد يكون سهلاً نوعاً ما، وتكون الوسيلة الأساسية للتنافس هي إبراز الصفات التي تتميز بها السلع وذلك باستخدام وسائل الدعاية والإعلان.¹

خصائص سوق المنافسة الاحتكارية:

قد Chamberlin نموذج المنافسة الاحتكارية مدعماً بالفرضيات التالية:

1. وجود عدة بائعين ومشتريين مما يؤثر على حالة السوق، إن هذا التأثير يعتمد على مدى كون عدد المنتجين كبيراً من ناحية، وطبيعة السلعة المنتجة ومدى التمايز بين المنتجين ونشاط المنتج في تسويق إنتاجه والدعاية له من ناحية.

¹ - عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوجودي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1989، ص

2. إن وحدات السلعة المنتجة والمعروضة في السوق ليست متجانسة تماما، بحيث يكون التنوع في السلعة من حيث المادة الأولية المستخدمة في إنتاجها أو في تغليفها أو لونها أو المستوى المهاري في صناعتها.
3. حرية الدخول والخروج من السوق، وذلك لقلة الموانع التي تمنع منشآت أخرى إلى السوق، فليس هناك أية موانع قانونية أو سوقية، فإن المنشآت الموجودة في هذا السوق تواجه دائما تحديد منافسين جدد.
4. في سوق المنافسة الاحتكارية يكون هدف المنتج تعظيم الربح.
5. يضيف Chamberlin مفهوم جديد يدعى بتكلفة البيع (الإشهار خاصة) بالإضافة إلى أن المؤسسة تنوي تدعيم الفرق بين منتجاتها ومنتجات المؤسسات الأخرى. الخاصية الأساسية في هذا النموذج، هي التمييز بالمنتجات، على عكس المنافسة التامة التي تنتج منتجات معيارية ومما لا شك فيه أن الأسعار السائدة على مستوى المنافسة الاحتكارية يكون دائما أعلى من الأسعار على مستوى المنافسة التامة¹ وأقل منها في الاحتكار المطلق.

ثانيا: احتكار القلة

يشير احتكار القلة إلى وجود عدد قليل من المؤسسات العاملة في الصناعة ففي وجود عدد قليل من المنتجين في الصناعة كثيرا ما يجعل المؤسسات تفكر في الدخول في تكتلات احتكارية لإيقاف المنافسة السعرية بينها التي تؤدي في غالب الأحيان إلى حرب الأسعار وهذا ما يقوم به بعض المنتجين بغرض زيادة مبيعاتهم وبالتالي زيادة نصيبهم النسبي من

¹ - سهير محمد السيد حسن، التحليل الاقتصادي الجزائري، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 2000، ص 120.

السوق ما يؤدي بالمنتجين الآخرين أيضا بالرد بتخفيض أسعارهم إلى نفس السعر أو أقل وهذا ما يسمى حرب الأسعار مما يؤدي بالمنتجين جميعا إلى تحقيق خسائر.¹

ويتصف احتكار القلة بما يلي:²

1. وجود عدد قليل من المنتجين الكبار.
 2. نسبة تركيز إنتاجي عالية.
 3. صعوبة دخول منتجين جدد إلى سوق السلعة.
 4. تشابه السلعة المنتجة مع وجود الاختلافات بين السلع المتنافسة الشبيهة نتيجة إنتاج المشروع أو المشاريع سياسة التمييز السلمي.
 5. السياسة السعرية للمشروع القائد تؤثر بشكل ملحوظ على السياسة السعرية للمشاريع الأخرى ولا تستطيع الخروج عنها لأن ذلك سوف يؤثر بشكل سلبي على كمية مبيعاتها وأنشطتها الأخرى.
- و تأخذ التكتلات الاحتكارية ثلاثة أشكال:

1. الكارتل: هو اتفاق بين مجموعة من المشروعات الاقتصادية تنتج سلعة معينة بقصد احتكار هذا الإنتاج مع احتفاظ كل مشروع استقلاله القانوني والاقتصادي وحرية باستثناء ما يقيد به الاتفاق، كما أن الكارتل يرمي إلى الاحتكار بقصد القضاء على المنافسة القائمة بين المشاريع المتفقة.³
- ونميز بين نوعين من الكارتل:⁴
- الكارتل يهدف إلى تعظيم الأرباح المشتركة للصناعة ككل.

¹ - عبد القادر محمد عبد القادر عطية، التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية تانيس، الاسكندرية، 2002-2003.

² - ردينة عثمان، محمود جاسم الصميدعي، مرجع سابق، ص 157.

³ - طارق الحاج، فليح حسن، مرجع سابق، ص 229.

⁴ - عبدالقادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سابق، ص ص 341-349.

- كارنل يهدف إلى توزيع الأنصبة السوقية.
- 2. الاندماج: هو اتحاد منشأتين أو أكثر في منشأة واحدة مع محافظة كل واحدة منها على نصيبها في ملكية الشركة المندمجة كشريك وهناك ثلاثة أنواع للاندماج:
 - اندماج أفقي: وهو أن تقوم مؤسسات تعملان في نفس المرحلة الإنتاجية أو تنتجان نفس المنتج بالاندماج في مؤسسة واحدة.
 - اندماج عمودي: وهو أن تقوم مؤسستان تعملان في مرحلتين إنتاجيتين مختلفتين بالاندماج وهو ينقسم بدوره إلى اندماج للخلف ويكون اتجاه مصدر المدخلات واندماج للأمام ويكون اتجاه السوق.
 - اندماج تكتلي: وهو أن تقوم مؤسستان تنتجان منتجات مختلفة تماما بالاندماج في تكتل واحد.
- 3. القيادة السعرية: في ظل القيادة السعرية يتفق عدد من الشركات على أن يتخذوا قائدا لهم عادة ما يكون هوة الشركة الأكبر حجما أو الأقل تكلفة على أن يتبعوا السعر الذي تحدده هذه الشركة القائدة ونفرق بين حالتين:
 - القيادة السعرية وفق للتكلفة.
 - القيادة السعرية وفقا للحجم.

جدول رقم 02: مختصر يبين خصائص الأسواق الأربعة

سوق الاحتكار التام	سوق احتكار القلة	سوق المنافسة الاحتكارية	سوق المنافسة التامة	طبيعة السوق
منتج واحد	قلة عدد البائعين 2 فما فوق	كثرة عدد المنتجين وإن كان ليس بالضرورة كما هو الحال في المنافسة التامة	كثرة عدد البائعين والمشتريين	عدد المنتجين
سلعة واحدة	سلع متجانسة سلع غير متجانسة	سلع غير متجانسة	سلع متجانسة (نفس المنتج نفس المواصفات)	نوع السلعة
وجود عوائق الدخول إلى السوق	صعوبة الدخول	عوائق الدخول مرتبطة بسياسات التمييز في المنتجات	حرية الدخول والخروج	الدخول والخروج
سياسة المحتكر كاملة على السوق ولا توجد منافسة من أحد	تأثير متبادل وقدرة نسبية على التأثير في الأسعار	عدم وجود تأثير متبادل بين المؤسسات عدم وجود معرفة كاملة بأحوال السوق	عدم القدرة على التأثير في السعر. العلم الكامل بأحوال السوق وحرية الانتقال	التأثير في السوق
مرونة الطلب متناقصة	منحنى الطلب قليل المرونة	مرونة الطلب منخفضة	طلب غير متناهي المرونة	مرونة الطلب

المصدر: دغو عبد الحميد، محاضرات الاستراتيجية، ماجستير اقتصاد صناعي، جامعة بكسرة، 2009-2010.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما سبق نستنتج أن تحليل هيكل الصناعة يمنا من التعرف على الفرص والتهديدات بغية اختيار استراتيجية للمؤسسة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وأن تحليل هيكل الصناعة يساعد على فهم البيئة، ومن بين الأدوات التي تساعد على تحليل هيكل الصناعة في التركيز الصناعي وأهميته البالغة في معرفة درجة المنافسة أو الاحتكار في السوق كما يعتبر نموذج القوى الخمس هو الأداة الرئيسية المستخدمة في تحليل المنافسة في الصناعة وكذا المجموعات الاستراتيجية وهي عبارة عن مجموعة من المؤسسات تنتهج نفس الاستراتيجية أو استراتيجية متشابهة.

الفصل الثاني

إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر
خلال فترة 2011-2017 -

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية صناعة التأمينية

المبحث الثاني: خصائص صناعة التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017

خلاصة الفصل الثاني

تمهيد:

عرفت الصناعة التأمينية تطورا كبيرا في تشكيلة المنتجات والخدمات التي تقدمها وهذا بفعل تطورات الحاصلة في هذه الصناعة.

وفي إطار هذا المحور قمنا بتقسيم الفصل للمبشرين نهدف في مبحث الأول تحديد ماهية صناعة التأمين وأنواع شركاتها الصناعية، وفي المبحث الثاني نهدف إلى تعريف على خصائص الصناعة التأمينية من خلال بنية العرض وطلب وتكاليف مع تطور منتجات صناعية وحصص سوقية لمعدل نمو شركات التأمين خلال فترة 2011-2017.

المبحث الأول: ماهية الصناعة التأمينية

المطلب الأول: مفهوم الصناعة التأمينية

أولاً: مفهوم المنتج التأميني

تعريف أول: هو الخدمات التي تقدمها شركات التأمين لحامل الوثيقة التأمينية وما تمثله تلك الوثيقة من منفعة متمثلة بالحماية والأمان والاستقرار والمتمثل بتعويض الشركة للمؤمن لهم من الخسائر المحققة عند وقوع الخطر المؤمن ضده.¹

تعريف ثاني: هو عبارة عن مجموعة من المنافع الملموسة وغير الملموسة المرتقبة التي تحتويها الوثيقة التأمين، والتي تؤدي إلى إشباع احتياجات ورغبات المؤمن لهم وكذا الخدمات المرتبطة بها، ولكي يتماشى المنتج التأميني مع الاتجاهات الحديثة للتسويق لا بد أن يتماشى مع الرغبات واحتياجات العملاء وتوقعاتهم والظروف التنافسية في السوق العالمية خاصة في ظل العولمة والاتفاقيات تجارة السلع والخدمات العالمية.²

من خلال التعاريف السابقة للمنتج من المنافع التي يحصل عليها حامل وثيقة التأمين والتي تؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته لتغطية الأخطار المحتملة الوقوع في المستقبل.

ثانياً: تعريف الصناعة التأمينية

من خلال التعاريف السابقة لمصطلح الصناعة التي تطرقنا لها في الفصل الأول وتعريف المنتج التأميني، يمكن تعريف الصناعة التأمينية بأنها مجموعة من المؤسسات التي تنافس فيما بينها في الصناعة نفسها ومحيط نفسه وتقدم منتجات متماثلة في الخدمات التأمينية.

¹ - إلهام نعيمة ناظم، تقييم جودة الخدمات التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلة 15، العدد 03، سنة 2012، صفحة 119.

² - نادية أمين أحمد محمد، استراتيجيات المستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على الوثائق التأمين، الملتقى العربي الثاني لتسويق في الوطن العربي، عرض والتحديات، الدوحة قطر، 8/6 أكتوبر 2003.

المطلب الثاني: أنواع شركات التأمين في الصناعة التأمينية

أولاً: شركات التأمين المساهمة

شركة المساهمة هي مؤسسة مملوكة لحاملي الأسهم الذين يشتركون في الربح والخسارة.

وتعتبر الشركات المساهمة هي ال صفة الغالبة في أعمال التأمين بصفة عامة وأعمال التأمينات العامة (ممتلكات ومسؤولية) بصفة خاصة في معظم انحاء العالم.¹

ثانياً: هيئات التأمين التبادلي

تعود فكرة التأمين التبادلي إلى مجموعة من الأفراد يمارسون نفس المهنة معرضين لأخطار متشابهة، يتفقون فيما بينهم على أن من يتعرض منهم لحدوث من أحد هذه الأخطار يشترك معه جميع الأعضاء في تحصل الخسارة عن هذا الخطر، ولهذه هيئات الحق في مزولة أي نوع من أنواع التأمين.

مميزات التأمين التبادلي له عدة مميزات نذكر منها:

- لا تهدف لتحقيق الربح.
- مسؤولية الأعضاء التضامنية.
- يتم إدارة هذه الهيئات عن طريق مجلس أمناء، يتم انتخابه من بين أعضاء ويمكن لهذا المجلس تعيين أخصائيين فنيين لإدارة أعمال الهيئة وتحديد أجورهم ومكافئتهم.

¹ - حسان حساني، تقييم اداء في الشركات التأمين، مذكرة ماجستير عبر منشور كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة حسيبة بن بو على ، شلف ، الجزائر، ص62.

ثالثا: جمعيات التعاونية للتأمين

نشأ هذا التأمين لمزاولة جميع أنواع التأمين، ويظهر نشاط هذه الجمعيات في الريف للتأمين على المحاصيل الزراعية، وتكون هذه الجمعيات من أفراد يساهم كل منهم بالحصة أو سهم، ولا يشترط في عضو الجمعية أن يكون من يساهم كل منهم بالحصة أو سهم، ولا يشترط في عضو الجمعية أن يكن حملة الوثائق، كما في حالة التأمين التبادلي. وتختلف الجمعيات التعاونية للتأمين عن هيئات التأمين التبادلي في أنها تقبل التأمين على أعضاء وغير الأعضاء.

تهدف هذه الجمعيات أساسا إلى تحقيق التعاون بين الأعضاء المساهمين ورغم أنها لا تهدف لتحقيق الأرباح، إلا أن أعضاء الجمعية يحصلون على عائد من الأسهم أو الحصص، وتوزع الأرباح على حملة الوثائق حسب حجم التعامل كل منهم مع الجمعية، وتنتشر هذه الجمعيات في كل أنحاء العالم وتنافس كبرى لشركات التأمين المساهمة كما تزول جميع فروع التأمين.

تسيير هذه الجمعيات عن طريق مجل إدارة تنتخب من حملة الأسهم فقط مثل: شركات المساهمة تماما، وإن مسؤولية العضو محددة بقيم الاشتراك بخلاف التأمين التبادلي حيث أن مسؤولية غير محدودة بفحص خصائصها فإن جمعيات التعاونية للتأمين هي شكل يتوسط هيئات التأمين تبادلي وشركات تأمين المساهمين فإن كانت أقرب الشركات المساهمة.¹

رابعا: شركات التأمين بالاكنتاب

يقوم أفراد هذه الشركة بعمليات التأمينية أحيانا وأشهر مثال على ذلك أفراد المكتتبون الذين ينتمون إلى جماعة اللويدز في بريطانيا وهذه الجماعة تعتبر من أهم الهيئات التأمين في عالم.

¹ - مختار الهانسي، عبد النبي حمودة، مبادئ خطر التأمين، دار الجامعة الاسكندرية، 2001، ص85.

تشتترط فيمن ينظم لعضوية جماعة اللويدز أن يكون ذو مركز مالي مرموق وذو سمعة جيدة، وعندما يتم قبول أي عضو لجماعة اللويدز يجب عليه إيداع ضمانات مالية تتناسب مع نوع التأمين في صندوق اللويدز، كما يشترط بالعضو بالاحتفاظ بأقساط المحصلة وعوائد استثمارها في حساب خاص، تخصص أمواله لسداد التعويضات المستحقة الناشئة عن الأخطار التي يقبلها، وحتى تتأكد هيئة من سلامة مركز العضو المالي، ويقدم تقريره إلى جماعة بصفة دورية ومسؤولية عضو اللويدز مسؤولية غير محدودة (غير تضامنية).

جماعة اللويدز: يرجع أصلها التاريخي إلى جماعة تأسست في لندن في 1988 (أواخر القرن 17) اتخذت اسمها من مقهى للقيام بأعمال التأمين البحري، يهدف لريح وتتيح لكل عضو باكتتاب في جزء الخطر يتناسب مع قدرته المالية والتأمينية، والتأمينات التي تعطي عن طريق هذه الهيئة هي التأمين البحري والتأمينات الشاذة.

خامسا: صناديق التأمين الخاص

نشأت هذه الصناديق لأهداف اجتماعية بحتة، حيث أنها لا تهدف لتحقيق الربح، وتقتصر خدماتها على أعضائها فقط، فتقوم مثل هذه الصناديق على أساس اتفاق مجموعة من الأفراد الذين تربطهم صلة معينة كالمهنة أو العمل، فيما بينهم على تكوين صندوق خاص لتغطية الخطر الاجتماعي المعين.¹

فصناديق التأمين الخاصة هي عبارة عن أنظمة تأمينية يتم تسجيلها بالهيئة العامة للرقابة المالية بحيث تصبح مفصلة عن الجهة المنشأة لها، ويتم تكوينها لأغراض منح مزايا لمجموعة من العاملين لجهة المنشأة وتكون على شكل مزايا التأمينية أو معاشات إضافية أو مزايا اجتماعية أو رعاية صحية.

¹ - إبراهيم علي ربة، التأمين التجاري، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2009، ص 38.

سادسا: هيئات التأمين الحكومية

تتدخل الحكومة في صناعة التأمين عندما تكون هناك حاجة ضرورية اقتصادية واجتماعية لحماية الأفراد أو الثروات القومية للمجتمع وعندما تعجز شركات التأمين عن مزاوله أنواع معينة من أخطار أو تغطية الأخطار الخاصة.

تعتبر المؤسسات التأمينية الاجتماعية من أكثر أنواع هيئات التأمين الحكومية انتشار في معظم دول العالم، عريضة لأفراد المجتمع فهي تغطي أخطار وفاة، العجز، المرض والشيخوخة ولجميع العاملين المدنيين والعسكريين على حد سواء.¹

الأسباب الهامة التي تستدعي تدخل الحكومات في الأسواق التأمين نذكر منها:

- ارتفاع درجات الخطر بالنسبة لموضوع الخطر.
- أهمية التأمين بالنسبة للنواحي الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.
- نقص الوعي التأميني لدى أفراد المجتمع.
- ارتفاع الأسعار الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التأمين التجاري.
- رفض بعض شركات التأمين التجاري في تقييم الخدمات التأمينية مع أهميتها للاقتصاد القومي.

مميزات شركات التأمين الحكومية نذكر منها:²

- تنشأ دون حاجة لرأس مال.
- لا تهدف لتحقيق الربح.
- تنفصل شخصية المؤمن عن شخصية المؤمن له.
- مسؤولية المؤمن لهم غير تضامنية (مسؤولية محددة).
- يتم إدارتها.
- عن طريق مجلس إدارة معين من قبل الحكومة وتتوفر فيها خبرات التأمينية وإدارية اللازمة.

¹ - ابراهيم علي رابه، التأمين التجاري، مؤسسة رؤية لطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية مصر، 2009، ص38.

² - أمينة علي عبد الفتاح، ادارة الخطر والتأمين،

المبحث الثاني: خصائص صناعة التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017

المطلب الأول: بنية العرض

يرتبط العرض في صناعة التأمينات بعدد شركات التي تقدم المنتجات التأمينات بقدرتها على تلبية حاجات العملاء.

جدول رقم (03): تطور منتجات التأمين الصناعي في الجزائر خلال فترة 2011-2017

الشركات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL	86675	99630	113995	125505	127900	129561	133685
معدل النمو %		15	14	10	1.9	1.3	3

المصدر: من إعداد الطلبة تقارير مالية من مجلس التأمينات.

باستعراضنا للجدول رقم (03) نلاحظ أن صناعة التأمينات في الجزائر عرفت معدلات نمو إيجابية خلال فترة الدراسة، حيث بلغ إنتاج الصناعي (86.6 مليار دج) سنة 2011 ليصل (13.36 مليار دج) سنة 2017 وتعد سنة 2012 سنة استثنائية بالنسبة لصناعة التأمين نظرا لنسبة النمو حيث حققت أكبر نسبة نمو (15%)

ثانيا: تطور إنتاج شركات التأمين الصناعية خلال سنوات 2011-2017

جدول رقم (04): الحصة السوقية لشركات التأمين ومعدل نموها في الجزائر خلال فترة (2011-2017)

الشركات	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن
SAA	25	23	0.1	23	11	23	3	21	3	21	2-	21	20	-
CAAR	16	14	3	14	8	13	6	13	3.4	13	9-	12	11	0.4
CAAT	17	16	6	16	17	16	11	16	5	17	7	17	133	17
CASH	9	9	6	9	16	9	6	10	8	8	-	8	8	9
GMA	3	4	18	4	2-	3	6	3	3	9-	3	3	4	4

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

5-	4	7	4	5	4	12	4	23	4	17	4	3	SALAMA
12	2	14	2	18-	2	4-	2	18	2	27	2	2	TRUST ALG
5	4	3	7	0.11	3	7	4	12	4	5-	4	5	ALLIANCE
- 0.1	7	1.3	3	2.5	7	17	7	14	7	9	7	7	CIAR
0.1	3	0.9	2	9-	3	3-	3	13	4	12	4	4	2A
19	2	3	-	0.2	2	106	2	217	1	-	-	-	AXA Dommage
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	MATTEC
1.8	10	1.6	10	11	10	87-	9	19	8	20	8	8	CNMA
0.4	1	5.1	1	22	1	2-	1	16	1	-	14	-	MACTRVIE
- 1.6	1	3	2	37	2	17	1	14	1	108	17	1	TALA
22	2	15	1	16	1	6	1	12	1	344	15	-	SAPS
3	2	16	2	16	1	20-	1	7	2	-	26	-	CAARAM
38	2	13	1	14	1	14	1	13	1	19	-	-	CARDIFEL
59	2	20	1	11	1	51	1	221	1	-	4	-	AXA VIE
- 06.	-	9	-	9-	-	16-	-	5	1	-	8	-	Le Mutalist
3	100	1.3	100	1.9	100	10	100	14	100	15	100	100	مجموع

المصدر: جدول من إعداد الطلبة من تقارير الوزارة المالية، ومجلس التأمينات.

ح س: حصة سوقية.

م ن: معدل النمو

ومن خلال جدول رقم (04) نلاحظ أن شركة CAAT التي بلغت حصتها السوقية (16%) بمعدل نمو (6%) بإضافة لذلك فقد حققت كل من SALAMA و TRUSTALG (17%) (24%) على الترتيب، كما تشير لدخول الشركة AXA dommage مستوى استثمار

الفصل الثاني--- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

الوطني، أما سنة 2014 فقد بلغ إنتاجها الصناعي ما يقارب (12.55 مليار دج) أو شركات CACA و GMA معدل نموها (6%) كما عرفت بعض الشركات نمو سلبي التي نشاطها موجه لتغطية أخطار صناعية ويتعلق بشركات TRUSTALG، 2A، CNMA، Le Mutulist، CANMA، MACIRVIE (4%)، (3%)، (87-%)، (20-%)، (16-%).

سنة 2015 رقم حالة انتعاشي اقتصادي التي عرفت الجزائر فإن الإنتاج الصناعي لم يعرف تطورا في هذه السنة فقد حقق إنتاج صناعي قدره 12.79 مليار دج بمعدل نمو (1.9%) مقابل (10%) في 2014 وبسبب تراجع راجع لخروج MAATEC.

أما بالنسبة لسنة 2016 فقد بلغ إنتاجها 12.95 مليار دج محقق معدل نمو (1.3%) منخفض عن سنة 2015 الذي بلغ (1.9%) وهذا راجع إلى انخفاض في معدل نمو شركة SAA، CAAR، CASH التي عرفت انخفاض سلبي على التوالي (2%)، (-) (9%)، (-0.6%) باستثناء AXA Vie الذي ارتفع بمعدل نمو (20%).

عرفت 2017 معدل نمو إيجابي بلغ (3%) رجع لشركة AXA vie الذي بلغ معدل نموها (59%).

ثالثا: إنتاج صناعة التأمين حسب فروع التأمينية.

جدول رقم (05): الحصة السوقية ومعدل النمو فروع التأمين خلال فترة (2011-2017).

الفروع	2011			2012			2013			2014			2015			2016			2017		
	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	
السيارات	51	21	53	21	15	54	15	54	15	54	7	52	2	52	3-	55	3-	54	-	0.17	
أخطار صناعية	34	14	33	14	14	32	14	32	14	34	16	33	-	33	8	37	8	40	8	0.8	
النقل	7	5	5	7-	9	5	9	5	5	11	4	12-	12-	4	06	17	5	12-	12-	0.17	
الأخطار الفلاحية	1	34	1	34	26	2	26	2	2	17	2	26	2	2	2	13	1	28-	28-	0.17	
تأمينات	8	7	7	8	15	7	15	7	7	5	8	14	14	8	-	-	-	-	-	-	

													الأشخاص
-	-	-	-	-	-	25-	-	33	-	78-	-	-	تأمين القروض
1.6	100	0.4	100	1.9	100	10	100	14	100	15	100	100	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة: تقارير مالية من مجلس التأمينات.

ح س: حصة سوقية.

م ن: معدل النمو

تضم صناعة التأمين في الجزائر ستة فروع هي السيارات، الأخطار الصناعية، النقل، الأخطار الفلاحية، تأمينات الأشخاص، تأمين القروض ويمكن توضيح الحصة السوقية لكل فرع ومعدل النمو من خلال جدول رقم (05) من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

يحتل فرع التأمين السيارات المرتبة الأولى من حيث حصة السوقية فهو في زيادة

مستمرة من 2011 إلى 2013 لينخفض في سنة 2015 حصة سوقية (52%)، ويزداد في سنة 2016 بـ (5.5%) لكن في سنة 2017 ينخفض بسالب ليصل (-0.17%) وهذا راجع لكثرة الحوادث.

يحتل فرع الأخطار الصناعية المرتبة الثانية من حيث حجم الإنتاج، حيث بلغت من سنة 2011 (34%) وسنة 2012 (33%) من الحصة السوقية ثم في سنة 2013، 2014، 2015 ما بين (32%) و(34%) لتصل (37%) (40%) في سنة 2016-2017.

يحتل فرع تأمين النقل مرتبة ثالثة من حجم الإنتاج عرف انخفاض مستمر خلال فترة الدراسة حيث بلغت أعلى حصة سوقية (7%) من إجمالي إنتاج الصناعي لسنة 2011 لتتخفف (4%) لسنة 2015 وبلغ أعلى نمو (17%) لسنة 2016.

الفصل الثاني--- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

بالنسبة للتأمين الفلاحي فقد عرف انخفاض خلال فترة الدراسة إذا حقق أعلى نسبة بلغت (2%) في سنوات 2013 إلى 2016 أما معدل النمو فقد بلغ (34%) لسنة 2012 ومعدل نمو سالب (28%) لسنة 2017.

يحتل تأمين على أشخاص المرتبة الخامسة من حيث إنتاج بالنسبة لإجمالي الإنتاج الصناعي حيث تراوحت حصة السوقية من (7%) لـ (8%) خلال فترة الدراسة مع أعلى معدل نمو (14%) لسنة 2015.

يحتل فرع تأمين القروض مرتبة الخامسة من حيث إجمالي إنتاج الصناعي للتأمين شهدت معدلات سالبة أعلى نسبة سالبة لسنة 2012 (-78%) وحصة سوقية معدومة.

المطلب الثاني: بنية الطلب

من أجل معرفة بنية الطلب الخاصة بالصناعة التأمين في الجزائر نعتمد على ذلك على مؤشرين هما، مؤشر كثافة التأمين ومؤشر الاختراق وجدول يلخص قيم هذان المؤشرين خلال فترة 2011-2017.

جدول رقم (06): مؤشر كثافة واختراق صناعة التأمين في الجزائر خلال الفترة (2011-2017)

السنة	عدد السكان	ناتج المحلي الخام	كثافة سكانية	معدل اختراق
2011	36.713	145.889.700	2373	0.71
2012	37.495	16.208.698.4	2671	0.75
2013	38.297	16.650.180.6	2976	0.81
2014	39.114	17.242.544.8	3209	0.68
2015	39.963	16.597.875.3	3271	0.73
2016	40.606	740.6826.2	3275	0.76
2017	41.318	18.594.112	3282	0.72

المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

يتضح من الجدول رقم (06) أن مؤشر كثافة التأمين عرف ارتفاعا مستمرا من 2373 لسنة 2011 ليصل 3282 لسنة 2017 وهذا لوجود علاقة طردية بين الدخل الفرد ومعدل كثافة التأمين، فكلما زاد نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي زاد معدل انفاقه على خدمات التأمين وبالتالي ازدياد معدل النمو.

أما معدل اختراق هو أيضا عرف ارتفاعا مستمرا لسنوات ليصل أعلى ارتفاع لسنة 2011 وصل (81%) لينخفض في سنة 2014 ويصبح (68%) ليزداد ارتفاع في 2016 وهذا دليل لوجود تذبذب.

المطلب الثالث: بنية التكاليف

التكاليف لها أهمية كبيرة في صناعة التأمين لأن لها تأثير متبادل مع عوامل كثيرة منها: الأسعار، الملائمة المالية، الأرباح، وشكل هيكل الصناعة من منافسة واحتكار وكل هذه العوامل تؤثر على شركات التأمين في رسم سياسة مستقلة.

وستتطرق التكاليف العمال، تكاليف الخبراء، تكاليف توزيع الضرائب، ورسوم اهتلاكات، وسنركز على تكاليف العاملين بصفة خاصة باعتبارها عنصر هام من تكاليف عامة.

تكاليف العامة: هو نمو متزايد إذا وصلت سنة 2017 إلى 34.876 مليار دج مقابل 23.187 مليار دج سنة 2011 كما يوضح الجدول:

جدول رقم (07): تطور إجمالي للتكاليف لقطاع التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
تكاليف عامة	23.187	26.659	28.506	31.862	33.350	33.713	34.876
معدل النمو	-	15	10	12	5	1.1	3.4

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على تقارير مالية من مجلس التأمينات.

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

نلاحظ أن تكاليف العامة عرفت معدل نمو إيجابية خلال فترة الدراسة باستثناء سنة

2012 التي سجلت أعلى معدل نمو (15%)

جدول رقم (08): تطور الحصة السوقية ومعدل نمو التكاليف العامة لشركات التأمين في

الجزائر خلال فترة 2011-2017

2017		2016		2015		2014		2013		2012		2011	الشركات
م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	ح س	
0.5	24	0.2-	24	5	25	3	24	6	27	8	27	29	SAA
1	12	3-	12	4	12	2	12	4	14	10	14	15	CAAR
8-	11	5	13	2-	12	10	13	3	13	20	14	13	CAAT
14	2	9	2	5	8	24	2	33-	1	40	2	2	TRUST ALG
6	8	1	8	5	8	3	8	30	8	9	7	7	CIAR
11	4	6-	4	3	4	22	4	17	4	10	4	4	2A
-	-	-	-	-	-	55	1	75	-	82	0	0	MAATEC
19	3	15	3	4	2	13	2	18	2	72-	2	9	CNMA
5	5	1.3-	5	4	5	5	4	19-	3	-	4	-	CASH
9-	4	2.4	4	9-	4	33	5	11	4	27	4	4	SALAMA ASS
0.08	3	- 0.08	4	9-	4	12	4	21-	4	31	5	5	GAM
7-	5	2-	5	12	5	9	5	9	5	42	5	5	ALLIANCE ASS
13	3	19-	17	3	3	2	3	16	2	13		4	AXA dommage
17	3	14	0	3	1	6	3	24	3	27	3	2	CARDIF ALDJAIR
6	1	1.3	21	1	1	57	1	34	1	298	1	0	SAPS

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

10	1	19	0.3	1	2	21	1	25	1	206	1	0	TALA
32	2	10	2	21	2	54	1	37	1	-	1	0	CAARAMA
36	3	20	2	5	2	32	2	65	1	306	-	0	AXA vie
9	2	1.3-	2	32	1	58	2	12	2	-	-	0	MACIR vie
2-	1	5	1	16	1	16	1	38	0	-	-	0	MUTULISLE
19	3	84	2	16	2	16	3	22	3	12	3	2	CCR
164	1	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AGLIC
3.4	100	1.1	100	5	100	12	100	12	100	15	100	100	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة تقارير مالية مجلس التأمينات

ح س: الحصة السوقية

م ن: معدل النمو

من الجدول رقم (08) نلاحظ تطور تكاليف العامة لشركات التأمين، نجد أن شركة SAA تحتل المرتبة الأولى من حيث حجم تكاليف العامة خلال فترة الدراسة إذا انخفضت نسبتها (24%) من إجمالي تكاليف العامة لصناعة التأمين، وبلغت أعلى نسبة (29%) سنة 2011 ويرجع هذا لاتساع شبكة توزيع التي تعتمدها شركة، وعرفت معدل نمو (8%) سنة 2012.

تأتي شركة CAAR وشركة CAAT من حيث حجم تكاليف العامة من إجمالي تكاليف صناعة التأمين، حيث تحتل CAAR من حيث حجم تكاليف العامة من إجمالي تكاليف صناعة التأمين، حيث تحتل CAAR مرتبة الثانية ونسبها معتدلة فحققت (12%) سنة 2015-2016-2017.

شركة CAAT تحتل المرتبة الثالثة فكانت أدنى نسبة (11%) سنة 2017 وأعلى نسبة (14%) سنة 2012 من إجمالي تكاليف العامة وشركة CAAR أعلى نسبة (15%) سنة 2011 من إجمالي تكاليف العامة.

تكاليف العاملين:

تكاليف العاملين هو عنصر هام لإجمالي تكاليف حيث عرفت نسبة (53%) سنة

2011 لتصل (54%) سنة 2013 كما هو موضح في الجدول:

الجدول رقم (09): تكاليف العاملين في قطاع التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017.

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مجموع تكاليف العاملين	12192	14038	15329	16849	16964	17066	17305
مجموع تكاليف العامة	23187	26659	28506	31862	33350	33713	34876
نسبة العاملين إلى مجموع التكاليف	53	53.5	54	53	51	51	50
معدل نمو تكاليف العاملين	-	15	9	10	1	1	1.4
معدل نمو تكاليف العاملين	-	15	10	12	5	1.1	3.4

المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على تقارير المالية لمجلس التأمينات.

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

نلاحظ من الجدول رقم (09) حققت تكاليف العاملين معدلات نمو إيجابية خلال فترة الدراسة، حيث شهدت صناعة التأمينات زيادة في تكاليف العاملين بمعدلات متزايدة خلال سنة 2011، 2012، 2014، (53%)، (53.5%)، (54%) على الترتيب.

جدول رقم (10): تطور الحصة السوقية ومعدلات نمو تكاليف العاملين شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2011-2017.

2017		2016		2015		2014		2013		2012		2011	الشركات
م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	م ن	ح س	ح س	
1-	27	6-	28	1.1	30	2	30	5	32	6.3	33	35	SAA
2-	15	0	15	1	15	2	15	7	16	8	17	18	CAAR
-	13	3.2	13	-	13	6.2	16	13	16	10	16	16	CAAT
1.2				17									
4	6	12	6	29	6	29	4	13	4	43	5	4	CASH
5-	3	3-	3	-	3	3-	3	7-	4	12	5	5	GAM
				3.3									
-	2	7	2	10	2	3.4	2	7	2	4.5	2	3	SALAMA
3.2													
17	2	9	2	6	1	-	1	11-	2	48	2	2	TRUST ALG
						7.1							
5-	4	2-	4	8.3	4	14	4	3	4	18	4	4	ALLIANCE ASS
9.4	6	-	5	2.2	5	23	5	11-	5	16	5	5	CIAR
		2.5											
8.5	5	-	4	0.1	5	34	5	12	4	24	3	3	2A
		0.6											
4.4	3	19-	3	10	3	31	3	58	4	22.2	2	-	AXA DOMMAGE
0	0	0	0	0	0	55	1	81	1	13	-	-	MAATEC
5	4	27	4	6.3	0	3	1	22	2	3	3	3	CNMA
20	2	42	2	18	1	14	1	36	1	-	-	-	MACIR VIE
0	1	13	1	5	1	54	1	63	0	20.7	-	-	TALA

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

12	1	3.2	1	33	1	63	1	121	0	450	-	-	SAPS
-	2	5	2	51	2	93	1	78	1	-	-	-	CAARAMA
10													
2.2	1	24	1	7	1	71	1	29	1	11-	-	1	CARDIF ELDJAZAIR
15	2	5	2	10	2	219	2	96	1	-	-	-	AXA VIE
15	0	26	0	11	-	40	0	186	0	0	-	-	MUTUALISTE
49	1	10	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AGLIC
3.2	1	-	1	3-	1	23	1	0	1	-	0	1	CCR
		8.4											
3.4	100	1.1	100	5	100	12	100	15	100	15	100	100	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة من تقارير مالية مجلس التأمينات.

ح س: الحصة السوقية.

م ن: معدل النمو

باعتقاد على جدول رقم (10) نجد أن معظم شركات التأمين عرفت معدلات نمو متزايدة تكاليف العاملين خلال فترة الدراسة، حققت شركة 2A معدل نمو بلغ (24%) سنة 2012 و(34%) سنة 2014، كما عرفت شركة AXA Dommage معدلات نمو (31%) سنة 2014 و(58%) سنة 2013.

وتمثل ثلاث شركات عمومية (CAAT, CAAR, SAA) ما يقارب (80%) من إجمالي تكاليف العاملين في صناعة التأمين.

ابتداء من سنة 2015 عرفت معدلات نمو تكاليف العاملين انخفاضا وصل (1%) CAAR، كما عرفت شركة كبرى معدل نمو سلبي سنة 2017 (SAA)، (1%-) CAAR (2%-)، (1.2%-) CAAT لسنة 2017.

دراسة تركيز صناعة التأمين في الجزائر:

تعتبر الحصة السوقية مؤشر ضرورة لمعرفة مدى تركيز في أي صناعة، لذلك سنتطرق أولاً إلى تطور الحصة السوقية لشركات التأمين القائمة في الصناعة، فيما بعد نقوم بحساب التركيز الصناعي باستخدام مؤشر التركيز ومؤشر هيرشمان، هرفندال.

1. تطور الحصة السوقية لشركات التأمين في الجزائر:

يعتبر رفع الحصة السوقية هدف تسعى إليه المنظمات الربحية، و باستعراض الجدول رقم (11) نلاحظ أن الشركات العمومية (SAA, CAAT, CAAR) تستحوذ على أكبر حصة سوقية، حيث حققت سنة 2011 (58%) من الإنتاج الكلي لصناعة التأمين.

تحتل شركة (SAA) المرتبة الأولى خلال فترة الدراسة بحصة سوقية تراوحت كأعلى نسبة (23%) سنة 2011 و (20%) كأدنى نسبة سنة 2017، بمتوسط بلغ (22%)، تحتل شركة (CAAT) المرتبة الثانية بحصة سوقية تراوحت بين (17%) كأعلى نسبة سنة 2011، 2015، 2016، 2017، بمتوسط بلغ (16%) كأدنى نسبة سنة 2012، 2013، 2014 بمتوسط بلغ (16.57%)، تحتل شركة (CAAR) المرتبة الثالثة بحصة سوقية تراوحت بين (14%) كأعلى نسبة سنة 2012 و كأدنى نسبة (11%) سنة 2017، بمتوسط بلغ (13.14%) تأتي في المرتبة الرابعة شركة (SASH) تراوحت حصة سوقية بين (10%) كأعلى نسبة سنة 2014 و كأدنى نسبة (8%) سنة 2013، 2016، 2017 بمتوسط بلغ (8.97%) هذا على حساب شركة (ALLIANCE) تحتل المرتبة الخامسة تراوحت حصة السوقية بين (12%) كأعلى نسبة سنة 2013 و كأدنى نسبة (13%) سنة 2015 بمتوسط بلغ (4.42%)، تحتل شركة (CIAR) المرتبة السادسة بمتوسط بلغ (6.42%) حيث تراوحت حصتها السوقية بين (7%) كأعلى نسبة لكل سنوات وأدنى نسبة (3%) سنة 2016.

الفصل الثاني --- إطار عام حول صناعة التأمين في الجزائر خلال فترة 2011-2017

تحتل شركة (2A) المرتبة السابعة بحصة سوقية تراوحت كأعلى نسبة (4%) خلال السنوات الثلاثة الأولى، و أدن نسبة (2%) سنة 2016 بمتوسط بلغ (3.28%)، تأتي في المرتبة الثامنة شركة (CNMA) بحصة سوقية تراوحت أدنى نسبة (8%) خلال السنوات الثلاثة الأولى و أعلى نسبة (10%) السنوات الثلاثة الأخيرة بمتوسط قدره (9%) تليها في المراتب الأخيرة شركة (MACTRVIE)، (TALA)، (SAPS)، (CAARMM)، (CARDIEEL)، (AXAVIE)، (MEMUTALIST) بمتوسط حصة سوقية بلغ (1%).

جدول رقم (11): تطور التركيز الصناعي لقطاع التأمين في الجزائر خلال الفترة (2011-2017)

الشركات	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²	ح س	ح س ²
SAA	25	625	23	529	23	529	21	441	21	441	21	441	20	400
CAAR	16	656	14	196	13	169	13	169	13	169	12	444	11	121
CAAT	17	289	16	256	16	256	16	256	17	256	17	289	17	289
CASH	9	81	9	81	9	81	10	100	8	100	8	64	8	64
GMA	3	9	4	16	3	9	3	9	3	9	3	9	3	9
SALAMA	3	9	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16	4	16
TRUST ALG	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4
ALLIANCE	5	25	4	16	4	16	4	16	3	16	7	49	4	16
CIAR	7	49	7	49	7	49	7	49	7	49	3	9	7	49
2A	4	16	4	16	4	16	3	9	3	9	2	4	3	9
AXA Dommage	-	-	-	-	1	1	2	4	2	4	-	-	2	4
MATTEC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNMA	8	64	8	64	8	64	9	81	10	81	10	100	10	100
MACTRVIE	-	-	14	186	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TALA	1	1	17	289	1	1	1	1	2	1	2	4	1	1
SAPS	-	-	15	225	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4
CAARAM	-	-	26	676	2	4	1	1	1	1	2	4	2	4
CARDIFEL	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4
AXA VIE	-	-	4	16	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4
Le Mutalist	-	-	8	64	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
مجموع	100	1428	100	2794	100	1220	100	1160	100	1118	100	1156	100	1097

57	58	59	60	61	62	67	C4
81	82	81	84	84	85	91	C8

المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 04

ح س: الحصة السوقية.

$$HHT = (\text{ح س})^2$$

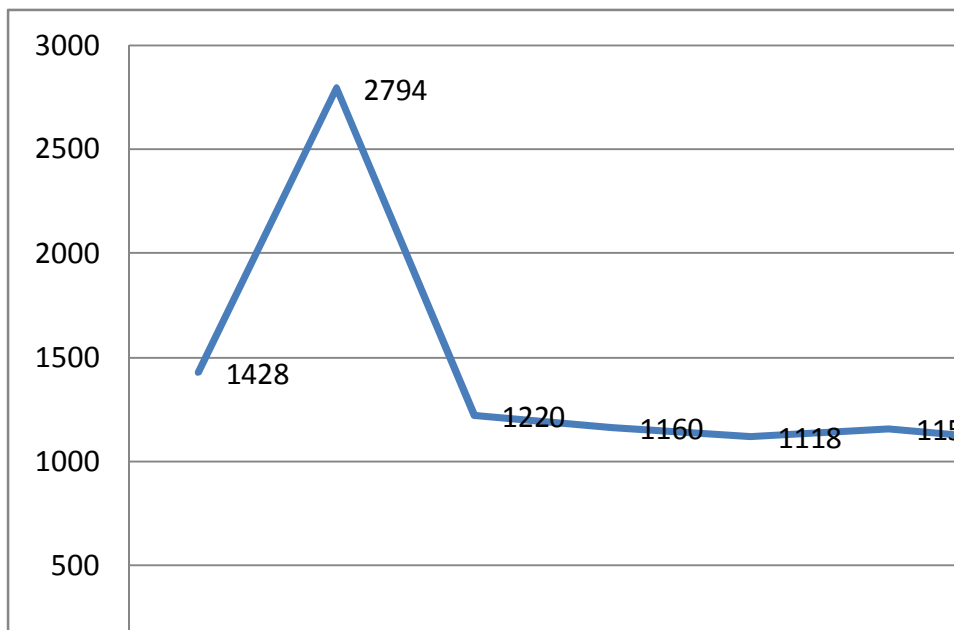
(C4) = تركيز أربع شركات الأولى

(C8) = تركيز ثمان شركات الأولى

2. تطور تركيز الصناعة التأمينية في الجزائر

اعتماد على الحصص السوقية المبينة في الجدول رقم (11)، تم حساب مؤشرات التركيز الصناعي حسب مؤشر التركيز (هيرشمان-هرفندال)، ومؤشر نسبة التركيز (C4) و (C8).

الشكل رقم (04): يوضح تطور التالي التركيز (هيرشمان-هرفندال) للصناعة التأمينية في الجزائر خلال الفترة (2009-2000)



المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم (11)

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن مؤشر التركيز (هيرشيمان-هيرفندال) للصناعة التأمينية في الجزائر عرف انخفاضا طول فترة باستثناء سنة 2012 التي ارتفع فيها مؤشر تم عاد إلى انخفاض وشهد هذا المؤشر أعلى معدل له سنة 2011 حيث بلغ (1428 نقطة) وهذا ما يوحي تركيز عال في صناعة التأمين، حيث تستحوذ أربعة شركات على (67%) إجمالي إنتاج السوق التأمينية.

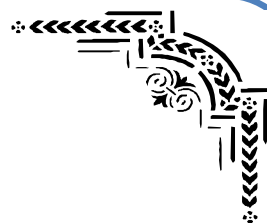
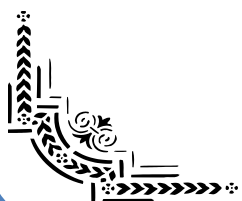
أما في سنة 2012 فقد ارتفع مؤشر التركيز الصناعي فقد سجل مؤشر (HHI) (2791 نقطة) أي ارتفاع قدره (1366 نقطة) سنة 2012 و سجل مؤشر نسبة التركيز (C4) نسبة (62%) من إجمالي إنتاج صناعة التأمين و التي تسيطر عليها الشركات التأمين العمومية الأربعة (SAA، CAAR، CAAT، CASH)

اتجه هذا الأخير نحو الانخفاض بعد ذلك فقد سجل مؤشر (HHI) أدنى معدل له بلغ (1067 نقطة) سنة 2017، كما عرف مؤشر نسبة التركيز (C4)، انخفاض هو الآخر حيث سجل أدنى مستوى سنة 2017 بلغ نسبة (57%) مع بقاء سيطرته لشركات العمومية (CASA، SAA، CAAR، CAAT).

خلاصة الفصل الثاني:

نستخلص في هذا الفصل أن قطاع التأمين في الجزائر مر بالعديد من التطورات على مستوى الإنتاج، فشهد معدل نمو ملحوظا خلال سنوات الدراسة ورغم هذا النمو إلا أن سوق التأمينات يعاني ضعف في منتجات رغم تعدد الشركات التأمين.

خاتمة



خاتمة:

في ختام هذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي تطرقنا إلى مفهوم هيكل الصناعة الذي هو تحليل أبعاده والقوى المحركة للمنافسة، حيث تمركز معظم الدراسات الأولى حول هيكل الصناعة وكيف تتأثر بعناصر الأخرى منها الأداء، وذلك بتطبيق على صناعة التأمين في الجزائر.

ومن خلال الإجابة على الإشكالية المطروحة في بداية البحث والتي صيغت على النحو التالي: ما هو واقع الصناعة التأمين في الجزائر؟ حيث تم معالجة الموضوع من خلال فصلين كان الأول تعريف لهيكل الصناعة بإضافة لأبعاده وأشكال الصناعة، التنقل في الفصل الثاني لتعريف الصناعة التأمينية بإضافة إلى خصائص الصناعة التأمين وقد قمنا بتحليل نتائجها.

و قد لاحظنا من هذه الدراسة ما يلي:

• تميزت صناعة التأمين في الجزائر بأنها التأمينات العامة، وهذا يعود إلى إجبارية بعض فروع التأمين كالتأمين السيارات والتأمين من الكوارث الطبيعية، في حين يبقى تأمين على الحياة ضعيفا من حيث نسبة الإنتاج إلى إجمالي الإنتاج التأمين الصناعي.

• ضعف الوعي التأميني بشكل احتكار قلة حيث تسيطر على الصناعة، أربعة شركات رائدة عمومية هي: (SAA, CAAT, CAAR, CASH)

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: يعرف هيكل الصناعة بنسبة تركيز البائعين والمشتريين لقياس درجة اختلاف والتنوع المنتجات من أجل المنافسة وتسهيل دخول وخروج من وإلى الصناعة.

الفرضية الثانية: تختلف أشكال هيكل الصناعة من حيث شروطها وذلك لوجود تشابه واختلاف فوجد تشابه بين المنافسة التامة ومنافسة الاحتكار من خلال وجود عدد كبير من المؤسسات في الصناعة إلا أن المنافسة تامة أكثر بقليل، وحرية الدخول وخروج من وإلى الصناعة، كما نجد تشابه في منافسة احتكار مع منافسة القلة من حيث عدم تجانس السلع عكس المنافسة التامة لوجود تجانس بالإضافة نجد صعوبة دخول السوق في المنافسة قلة.

الفرضية الثالثة: ترتبط خصائص صناعة التأمين ببعضها حيث نجد نسبة العرض في صناعة التأمين ترتبط بعدد الشركات التي تقدم المنتجات التأمينية وتلبي حاجات العملاء، أما بنية العرض في صناعة التأمين في الجزائر فتتعلق بمؤشرين، مؤشر الكثافة السكانية ومؤشر الاختراق بينما بنية التكاليف فتتأثر بأسعار وضرائب الرسوم واهتلاكات... لكن ركزنا في بحثنا على تكاليف العاملين.

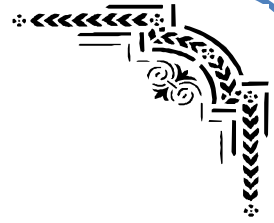
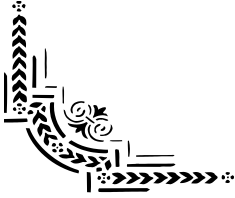
توصيات:

من خلال دراستنا نرى ضرورة الأخذ بالتوصيات التالية:

1. ضرورة اهتمام بالموارد البشرية في صناعة التأمين والذي يتطلب مستوى عالي من التأهيل وقدر كاف من الخبرات المهنية والفنية.
2. إدراج تخصص ضمن مجال التأمين في جامعات، ومراكز التكوين لزيادة المعرفة.
3. ضرورة اهتمام بتسويق التأميني، والمساهمة الفعالة لتنشيط الوعي التأميني لدى أفراد والتعريف بأهميته.

وفي الختام عسى هذا البحث أن تجدي نفعاً وقد بلغ مستوى المنشود، ونكون قد قدمنا ما يخدم المكتبة الجامعية الجزائرية التي هي بأمرس الحاجة إلى دراسات وبحوث في هذا المجال الواسع.

قائمة المراجع



قائمة المراجع:

أولاً: الكتب:

1. إبراهيم علي ربه، التأمين التجاري، اسكندرية، 2009.
2. أمينة علي عبد الفتاح، إدارة الخطر والتأمين.
3. باخرمة أحمد سعيد، اقتصاديات الصناعة، المملكة العربية السعودية، 1994.
4. بوكرين رزيقة، تطبيقات في الاقتصاد الجزئي، تيزي وزو، 2005.
5. جورج فهمي رزق، الاقتصاد التطبيقي في الإدارة الأعمال، 1999.
6. ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، مدخل في الاقتصاد الإداري، عمان، 2006.
7. سهير محمد السيد حسن، التحليل الاقتصادي الجزئي، اسكندرية، مصر، 2009.
8. عبد الغفور حسن كنعان المعماري، اقتصاديات الإنتاج الصناعي، الأردن، 2010.
9. عبد القادر محمد عبد القادر عطية، التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، اسكندرية، 2003.
10. عقيل جاسم عبدالله، التحليل الاقتصادي الجزئي، الأردن، 1999.
11. عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوجدوي، الجزائر، 1989.
12. صلاح عباس، الإدارة الاستراتيجية للمنظمات في ظل العولمة، اسكندرية، 2005.
13. طارق حاج فليح حسين، الاقتصاد الإداري، عمان، 2014.
14. محمد الحسين العيساوي، جليل كاظم العارضي الهاشمي فوزي العيادي، الإدارة الاستراتيجية المستدامة، مدخل الإدارة المنظمات في الألفية الثانية، الأردن، 2012.
15. محمد الصيرفي، الإدارة الصناعة، مؤسسة حورس الدولية، اسكندرية، 2005.
16. مختار الهاشمي، عبد النبي حمود، مبادئ الخطر التأميني، الاسكندرية، 2001.
17. مدحت القرشي، الاقتصاد الصناعي، الأردن، 2005.
18. هارون طاهر، بلمرابط أحمد، التحليل الاقتصادي الجزئي، باتنة، 1997.

مذكرات:

1. أسامة سنوسي، هيل قطاع صناعة التأمين في الجزائر، مذكرة مقدمة من طرف متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، جامعة خيضر، السنة الجامعية 2010-2011.
2. حسان حساني، تقييم الأداء في شركات التأمين، مذكرة ماجستير عبر منشور كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2007.
3. قادة سليم، تأثير هيكل قطاع التأمين على أداء دراسة حالة الشركة الوطنية SAA، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة خيضر، بسكرة، سنة جامعية 2011-2012.

ثالثا: مجلات

1. إلهام نعمة ناظم، تقييم جودة الخدمات التأمينية في شركات التأمين الوطنية فرع الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 3، السنة 2012.
2. مايكل بورتر، بوابة إدارة أعمال، ملفات القوى التنافسية الخمس، فبراير 2006، مجلوبة من: <https://ar.wikipedia.org/index.php?>

رابعا: ملتقيات

1. عرقابي عادل، محددات هيكل صناعة الدوار في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج القطاع المحروقات في الدول العربية.
2. نادية أمين أحمد محمد، استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين، الملتقى العربي الثاني لتسويق في الوطن العربي، العرض والتحديات، الدوحة قطر، 8/6 أكتوبر 2003.

خامسا: مواقع الانترنت

1. www.marefa.org/index.php, 9/3/2020.
2. <http://alnahaws.com>, 17/10/2019.
 , 04/01/2020 <http://www.business4lions.com>

الملخص:

شهدت صناعة التأمين في الجزائر، تغيرا هيكليا خلال السنوات الأخيرة، وتمثل هذا التغير في تطور في هذا القطاع من حيث معدلات النمو المرتفعة، ودخول شركات تأمين جديدة، ومن أجل فهم هذه التغيرات تم تركيز على هيكل الصناعة التأمينية في الجزائر من خلال اسقاط محددات الهيكل المتمثلة في التركيز القوى التنافسية لمايكل بورتير، المجموعات الاستراتيجية وتقييم للأداء.

أما فيما يخص المنتجات فهو ومستوى ضعيف من حيث كثافة في أغلب الشركات لم تتجاوز كثافة (1%).

الكلمات المفتاحية: هيكل التأمين، مؤسسات التأمين، معدل الاختراق، التكاليف.

Abstract:

The insurance industry in Algeria has witnessed a structural change in recent years, and this change has represented a development in this sector in terms of high growth rates and the entry of new insurance companies. In Michael Porter's Competitive Forces Concentration, Strategic Groups and Performance Assessment.

As for products, it is at a weak level in terms of density in most companies, which did not exceed 1%.

Key words: insurance structure, insurance institutions, penetration rate, costs