

المقدمة:

إن التحليل الكلاسيكي يحصر المجال التنافسي في المؤسسات المنتجة أو المقدمة لنفس السلع و المنتجات و سلع متشابهة، غير أن حقيقة المجال التنافسي هي أوسع بكثير و تتعدى الى العديد من القوى التنافسية و يعتبر تحليل بورتر من خلال نموذج القوى الخمس الأوفى ضبطا للمجال التنافسي.

نعلم أن المنافسة لا تتوقف فقط عند المواجهة المباشرة بين المؤسسات التي تتزاحم على نفس الدائرة في السوق و إنما تمتد الى عناصر أخرى لها تأثيرها المباشر على الهيكلة و العلاقة بين المؤسسات المتنافسة فكون تحقيق الربح هو الهدف الأساسي للمؤسسة يجعل الكثير من الأعوان يزاحمون المؤسسة على أرباحها.

و نجد من بين القوى التنافسية خطر الداخلين الجدد المحتملين و الذين لا يمكن تجاهلهم حيث يجلب المنافسين الجدد أثناء توغلهم للقطاع، قدرات جديدة في الإنتاج و رغبة في إخضاع حصة من السوق لصالحهم و عادة ما يأتون بموارد جوهرية.

إن إمكانية دخول منافسين جدد الى السوق يرتبط بمدى انفتاح السوق أمام جميع المنافسين المحتملين لأنه حتى ولو كانت مجالات الاستثمار نظريا مفتوحة بطريقة متساوية أمام الجميع إلا أن واقع السوق يفرض بعض العوائق التي يواجهها المنافسين المحتملين.

وتنشأ هذه العوائق عن ميزات تتمتع بها المؤسسات القائمة كما قد تنشأ عن سلوك استراتيجي تقوم به المؤسسات القائمة تهدف من وراءه الى إعاقة دخول المنافسين المحتملين.

إن عوائق الدخول تصعب من إمكانية دخول مؤسسات جديدة الى القطاع أو قد تحول دون دخولها مما يجعلها تؤثر على المنافسة في القطاع.

إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما هو تأثير عوائق الدخول على المنافسة في القطاع ؟

وللوصول إلى إجابة عن هذا السؤال ارتأينا طرح جملة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- 1* كيف يتجلى تأثير عوائق الدخول على المنافسة في القطاع ؟
- 2* ما أهمية عوائق الدخول بالنسبة للمؤسسات القائمة تجاه تهديد المنافس المحتمل ؟
- 3* فيما يتمثل تأثير عوائق الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر ؟

فرضيات البحث:

من أجل معالجة الإشكالية، تم وضع عدة فرضيات سيتم اختبار صحتها من خلال هذا البحث وهي :

- 1* عوائق الدخول تقلل من شدة المنافسة في القطاع .
- 2* تساعد عوائق الدخول المؤسسات القائمة في التقليل من خطر تهديد المنافس المحتمل .
- 3* يتمثل تأثير عوائق الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال أساسا في تأثير العوائق القانونية.

أسباب اختيار البحث:

توجد أسباب عديدة تدفع إلى اختيارنا لهذا الموضوع يمكن اختصارها فيما يلي:

- 1* تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص المتبع ، حيث يعتبر من المواضيع التي تدخل في صميم التخصص.
- 2* محاولة جمع مادة علمية مشتتة حول موضوع الدراسة .
- 3* الرغبة في البحث في موضوع عوائق الدخول.
- 4* إثراء المكتبة الجامعية التي تفتقر الى مراجع في مثل هذه المواضيع المتخصصة.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا الموضوع في تطرقه الى عوائق الدخول و التي تعتبر من احد المؤشرات الهامة لهيكل السوق لما لها من تأثير كبير على المنافسة في القطاع، و كذلك أن موضوع عوائق الدخول يوضح الفروقات بين الاقتصاد الصناعي و الاقتصاد الجزئي، كما تظهر أهمية هذا الموضوع في كونه قد يساعد و يدعم البحوث المهمة بهذا المجال.

أهداف البحث:

يمكن تلخيص الأهداف التي يمكن الوصول إليها من خلال هذا البحث فيما يلي:

- 1* توضيح ماهية عوائق الدخول.
- 2* التطرق الى مصادر عوائق الدخول في القطاع .
- 3* تبيان مختلف الاستراتيجيات المتاحة للمؤسسات القائمة بهدف منع أو إعاقة دخول منافسين جدد.
- 4* التطرق الى المنافسة و هيكلها المختلفة.
- 5* تسليط الضوء على عوائق الدخول في قطاع الهاتف النقال وكذلك للمنافسة بين المتعاملين الثلاث

حدود الدراسة:

فيما يخص الحدود المكانية للدراسة فقد تمت على مستوى المؤسسات متعاملي الهاتف النقال في الجزائر (جازي، موبيليس، نجمة) ، في حين أن الحدود الزمنية للدراسة فقد شملت الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى سنة 2008.

منهج البحث:

وبغرض الإلمام بجوانب البحث و الإجابة على الإشكالية و إثبات صحة الفرضيات، اعتمدنا في الجزء النظري على المنهج الوصفي التحليلي بهدف الإطاحة بجوانب الموضوع و فهم كل مكوناته و تحليل كل أبعاده، أما في الجزء التطبيقي فسوف يتم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، أين وقع اختيارنا على قطاع الهاتف النقال في الجزائر كحالة للدراسة، من خلال جمع المعلومات و تحليلها بالاعتماد على منهج الاستبيان و هو ما سنتطرق له بالتفصيل في المبحث الرابع من الفصل الثالث.

الدراسات السابقة:

اعتمدنا أساسا في دراستنا هذه على الكتب المتخصصة أو بعض المجالات، نظرا لعدم تمكننا من إيجاد دراسات تتعلق بموضوع الدراسة إلا بعض الدراسات التي تطرقت إلى موضوع المنافسة ، ومن خلال هذا يمكننا الوقوف على الدراسة التالية:

مذكرة ماجيستير من إعداد الطالبة حبه نجوى تحت عنوان : تأثير المنافسة في القطاع على تحقيق الأفضلية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة شركة موبيليس ، جامعة بسكرة، للسنة الجامعية: 2008/2007، حاولت فيها الإجابة على الإشكالية المقدمة و هي : ماهو تأثير المنافسة في القطاع على تحقيق الأفضلية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، واعتمدنا على ما توصلت إليه من خلال تحليلها للمنافسة والقوى التنافسية الخمس لبورتر، واستخلاصها بأنه كلما اشتدت المنافسة في القطاع أدى ذلك الى صعوبة تحديد وجود أفضلية تنافسية من عدمه و الحد من إمكانية تحقيق أفضلية تنافسية معينة، كما أن هناك تداخلا كبيرا في التأثير و في بعض الحالات يصعب تحديد التأثير.

صعوبات البحث:

لقد واجهتنا أثناء إعداد هذا البحث العديد من الصعوبات من بينها:

- *1 صعوبة في توزيع استمارة الاستبيان و هذا بسبب رفض بعض المسؤولين إستقبالنا .
- *2 نقص المراجع المعتمدة حول موضوع عوائق الدخول.

هيكل الدراسة:

تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة فصول، فصلان نظريان والثالث تطبيقي وقد جاءت كالاتي:

- **الفصل الأول:** تطرقنا في هذا الفصل إلى عوائق الدخول، حيث تعرضنا فيه إلى:

- *1 بعض المفاهيم المتعلقة بعوائق الدخول و المصادر المختلفة لعوائق الدخول.
- *2 عوائق الدخول الاستراتيجية.
- *3 الاستراتيجيات التنافسية و الخيار الاستراتيجي في وضع عوائق الدخول.

- **الفصل الثاني:** تطرقنا في هذا الفصل إلى المنافسة، حيث تم تقديم:

- *1 ماهية المنافسة و مؤشرات و مجالات التنافس.
- *2 تحليل المنافسة و القوى التنافسية الخمس.

*3 هيكل السوق و المنافسة.

- الفصل الثالث: وخصص هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي، فتم تناول ما يلي:

*1 تقديم عام لسوق خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة.

*2 عوائد الدخول الى قطاع الهاتف في الجزائر.

*3 تحليل المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر.

*4 تأثير عوائد الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر.