

تطرقنا من خلال هذا البحث الى تأثير عوائق الدخول على المنافسة في القطاع و انطلاقا من الإشكالية المطروحة " ماهو تأثير عوائق الدخول على المنافسة في القطاع" قمنا بتحليل الموضوع الى جوانبه الرئيسية من خلال التطرق لكل من عوائق الدخول و المنافسة في القطاع في الفصلين الاول و الثاني على التوالي وفي الفصل الثالث تم التطرق الى تأثير عوائق الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر .
ففي الجانب النظري تم التوصل الى النتائج التالية:

- يمكن تعرف عوائق الدخول على أنها أي تكلفة إضافية تتحملها المؤسسات الراغبة في الدخول دون ان تكون المؤسسات القائمة متحملة لها.

- تنقسم عوائق الدخول الى عوائق هيكلية ناتجة عن ميزات تتمتع بها المؤسسات القائمة عن المؤسسات الراغبة في الدخول و التي يمكن حصرها في الميزة المطلقة في التكاليف، تمييز المنتج ، اقتصاديات الحجم، السياسة الحكومية (القوانين التي تنظم القطاع) ، وكذلك عوائق دخول استراتيجية ناتجة عن استراتيجيات تضعها المؤسسات القائمة لإعاقة دخول منافسين جدد و المتمثلة في استراتيجية التسعير و استراتيجية الإعلان و كذا استراتيجية الإبداع التكنولوجي.

- يمكن للإستراتيجية التنافسية التي تعتمدها المؤسسة لمواجهة المنافسة أن تساهم في وضع حواجز الدخول و المتمثلة في استراتيجية تدنية التكلفة و استراتيجية التمييز و استراتيجية التكامل الرأسي.

- لا تقتصر المنافسة على المواجهة المباشرة بين المؤسسات بل تتعدى الى قوى تنافسية أخرى تتمثل في: تهديد المنتجات البديلة، قوة مساومة الزبائن ، قوة مساومة الموردين، المنافس المحتمل و هذا ما يعرف بالقوى التنافسية الخمس لبورتر .

- يمكن للمؤسسة أن تنافس ضمن مجالات عديدة ومن أهمها: التنافس بالوقت، التنافس بالجودة، التنافس بالتكلفة، التنافس التكنولوجي، التنافس بالأسعار .

- يمكن تمييز أربعة أشكال للمنافسة تتمثل في المنافسة الكاملة كحالة نظرية و الاحتكار مرورا باحتكار القلة و المنافسة الاحتكارية.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد تم التوصل الى النتائج التالية:

- عرف قطاع الهاتف النقال في الجزائر نمو كبيرا في الثماني سنوات الأخيرة ، حيث كان عدد المشتركين سنة 2000 يقدر بـ: 86 ألف مشترك فقط وارتفع هذا العدد الى 27 مليون مشترك عند نهاية 2008 أي حوالي 313 مرة، أي معدل نمو سوق الهاتف النقال في الجزائر أكثر من معدل النمو العالي.

- سوق الهاتف النقال مقسم بين ثلاثة متعاملين هم أوراسكوم لاتصالات الجزائر "جازي" بحصة سوقية تقدر بـ: 52.19% ، اتصالات الجزائر " موبيليس " بحصة سوقية تقدر بـ: 28.50% الوطنية للاتصالات " نجمة" بحصة سوقية تقدر بـ: 19.31%.

- تتركز المنافسة في قطاع الهاتف النقال على خدمة الدفع المسبق و يبين ذلك تطور الطلب على هذه الخدمة من خلال مقارنة توزيع مشتركي الهاتف النقال بين الدفع المسبق و المؤجل.

- تتميز المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر بحركية كبيرة و شدتها بين المتعاملين الثلاث بالرغم من حداثة القطاع و قلة المنافسين فيه.

- يقدم متعاملي الهاتف النقال عروضاً متنوعة سواء في خدمة الدفع المسبق و الدفع المؤجل تستجيب لمختلف تفضيلاً المشتركين باختلاف أذواقهم.

- بفضل المنافسة بين المتعاملين الثلاث تحسنت جودة الخدمات و تنوعت و انخفضت أسعار الخطوط و المكالمات خاصة بعد دخول المتعامل الكويتي نجمة

- أن عوائق الدخول التي يواجهها أي منافس محتمل تتمثل في العوائق القانونية من خلال قوانين سلطة الضبط للبريد و المواصلات "ARPT" و الخدمات المتميزة التي يقدمها المتعاملون الثلاث تزيد من ولاء المشتركين مما يصعب تحولهم الى متعامل آخر، بالإضافة الى تمتع المتعاملين بمزايا مطلقة في التكلفة، وكذلك اعتماد متعاملي الهاتف النقال على استراتيجية الإعلان لإعاقة دخول متعاملين جدد الى سوق الهاتف النقال في الجزائر.

كل هذه العوائق أدت الى عدم دخول متعاملين جدد و بالتالي التقليل من خطر تهديد المنافس المحتمل، واقتصر المنافسة على ثلاثة متعاملين فقط.

وهذا ما يثبت صحة الفرضية القائلة بأن عوائق الدخول تساعد المؤسسات القائمة في التقليل من خطر تهديد المنافس المحتمل.

- أشارت النتائج ومن خلال معامل الارتباط بيرسون أن هناك ارتباط عكسي قوي بين العوائق القانونية و المنافسة في القطاع، بينما نجد أن هناك ارتباط عكسي ضعيف جدا بين عوائق الدخول الأخرى و المنافسة في سوق الهاتف النقال في الجزائر.

وهذا ما يثبت صحة الفرضية القائلة بأن تأثير عوائق الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر تتمثل أساساً في تأثير العوائق القانونية.

- أوضحت الدراسة ومن خلال اختبار (t) أن هناك تأثير دال إحصائياً لعوائق الدخول على المنافسة في قطاع الهاتف النقال في الجزائر، كما انه ومن خلال معاملات الارتباط بيرسون وجد أن هناك ارتباط عكسي بين عوائق الدخول و المنافسة في القطاع حيث انه كلما ارتفعت عوائق الدخول كلما اثر ذلك بالتقليل من شدة المنافسة في القطاع.

وهذا ما يثبت صحة الفرضية القائلة بأن عوائق الدخول تقلل من شدة المنافسة في القطاع وعموماً يمكن القول بان عوائق الدخول لها تأثير كبير على المنافسة في القطاع من خلال الحد من دخول مؤسسات جديدة الى القطاع ، حيث انه كلما زاد عدد المؤسسات في القطاع كلما أدى ذلك الى اشتداد المنافسة ، كما أن تأثير عوائق الدخول على المنافسة يتعلق بمدى ارتفاعها و فاعليتها في الحد من دخول مؤسسات جديدة، بالإضافة الى أن عوائق الدخول تساعد المؤسسات القائمة في التقليل من خطر تهديد المنافس المحتمل.

التوصيات:

بناء على النتائج المحصل عليها يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- لابد من فتح المجال للاستثمار في قطاع الهاتف النقال بغية دخول متعاملين جدد من خلال إزالة العوائق القانونية من خلال إلغاء قانون منح الرخصة لأنه لان بدخول متعاملين جدد تشتد المنافسة أكثر مما يؤدي الى تحسن جودة الخدمات و تتنوع العروض مما يزيد في تنافسية القطاع.
- يجب على المتعاملين الثلاث العمل على تقديم أفضل الخدمات و السعي الى تمييز منتجاتهم لكسب ولاء ووفاء المشتركين و هذا يضمن عدم تحولهم الى متعامل آخر، لأنه و بإزالة العوائق القانونية (منح رخصة جديدة) فانه يتم دخول متعامل جديد الى القطاع .

آفاق البحث

لقد قمنا بمناقشة موضوع المذكرة بما يتناسب و الإشكالية المطروحة ، ونظرا لأنه يمكن التوسع فيه أكثر ندعو الباحثين لدراسته على عدة مستويات حيث يمكن تصور إشكاليات تكون موضوع لدراسات أخرى نصوغها كمايلي:

- تأثير عوائق الدخول على تنافسية القطاع.
- علاقة عوائق الدخول بهيكل السوق
- تأثير عوائق الدخول على تنافسية المؤسسة