

تأثيرات العولمة الإقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية**للمؤسسات الصناعية الكبرى****(دراسة تطبيقية على الصناعة الأودية العالمية)****د. عادل هياح****د. لحسن دردوري****جامعة بسكرة**

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة التحديات التي تواجهها أغلب مؤسساتنا. ولعل أهم هذه التحديات تتبلور في المنافسة التي تزداد حدتها وتعدد منابعها بفعل ظاهرة العولمة، كما أنه من المهم بالنسبة للمؤسسات أن تعترف أن حدود الصناعة لا تتوقف عند الحدود الوطنية. و نظرا لأن كثير من الصناعات قد أصبحت عالمية المنظور، فلم يعد المنافسون المحتملون يتواجدون في السوق المحلية للمؤسسة، ولكن أيضا في أسواق دولية أخرى.

وخلصت الدراسة إلى أن التنافس على الحصص السوقية العالمية هو الدافع الحقيقي للمؤسسة إلى إيجاد الصيغ والحلول التي تناور بها ضد منافسيها لتحفظ إستمراريتها أولا ثم المكانة التي تتوخاها في السوق ثانيا . وعليه فإدراك المجال التنافسي أو بالأحرى مجال المناورات الإستراتيجية يمر حتما بفهم السوق والتصورات الإستراتيجية عنها ثم القوى المؤثرة في المنافسة والتي يمكن أن تشكل العناصر الأساسية في صياغة الإستراتيجية التنافسية .

كلمات مفتاحية: العولمة الإقتصادية، الإستراتيجيات التنافسية، المؤسسات الصناعية، الصناعة الدوائية.

Abstract:

This study aims to deal with challenges faced by most of our companies. Perhaps the most important of these challenges is characterized in the competition which intensity and multiplicity of the sources increase due to the phenomenon of globalization, and the most important thing for companies is to recognize that the limits of industry do not stop in the national borders. Given that many of industries got a worldwide perspective ; potential competitors no long exist in the local market of the company, but also in other international markets.

The study concluded that contest as to international market shares is the real motivation for the company to find formulas and solutions that it will use to maneuver against its competitors in order, first of all, to preserve it continuity, then its standing within the market. Accordingly, recognition of the competitive domain; or rather, the domain of strategic maneuvers shall inevitably pass through the step of understanding the market and strategic perceptions about it, then the influencing power on the competition which may form the basic elements in the formulation of competitive strategy

Keywords: Economic globalization, competitive strategies, industrial companies, pharmaceutical industry.

مقدمة:

تعد القطاعات الصناعية بما فيها صناعة الأدوية الأكثر دفعا لعجلة التنمية، لأن أساس التقييم لصناعة ما يتوقف على قدرة هذه الصناعة على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية، الشيء الذي يتطلب وجود تفاعل مستمر بين المؤسسة الصناعية والبيئة المحيطة بها عن طريق علاقة تتميز بالطابع التبادلي من حيث التأثير والتأثر. ولتحقيق القدرة التنافسية العالية لا بد من تبني الإستراتيجية المناسبة التي تعتمد على ترجمة الخيارات التي يتم تبنيها من قبل المؤسسات إلى عمل فوري ومنتج، وهذه الخيارات تكون مبنية على دراسة الهيكل الصناعي العالمي. وعليه فالسؤال المطروح هو: كيف يمكن أن تؤثر العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات العالمية الكبرى المصنعة للأدوية من أجل المناورة ضد منافسيها داخل مجالها الصناعي السائد؟ للإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضية الأساسية التالية:

يتعين على المؤسسات العالمية الكبرى المصنعة للأدوية أن تكون على أهبة الإستعداد للتغيرات التي تطرأ على الظروف داخل مجالها الصناعي العالمي، وذلك من أجل اختيار الإستراتيجيات التنافسية المناسبة والمناورات المرتبطة بمركز ووضع المؤسسة من أجل ترسيخ مزايا تنافسية على مدار الوقت في بيئات صناعية مختلفة.

أهداف البحث:

تحسيس المؤسسات الجزائرية بضرورة الاستعداد لمرحلة المنافسة العالمية، عن طريق اكتساب مهارات وكفاءات جديدة تسمح لها بمواجهة بل وبفرض وجودها في مجال الأعمال على الصعيد العالمي؛ تحليل طبيعة الصناعة من أجل التعرف على الفرص والتهديدات بغية وضع إستراتيجيات للمؤسسة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وتنسجم مع أهدافها .

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث إلى تسليط الضوء على هذا الموضوع، و ضرورة البحث فيه خاصة بعدما أصبحت العولمة واقعا معاشا فلا مجال لتباطئ و الركود، حيث أن العولمة أثرت على الإقتصاديات العالمية من خلال التحول من الأسواق الوطنية إلى الأسواق العالمية خاصة خلال السنوات الأخيرة المنصرمة، حيث أدت العولمة إلى تكثيف حدة المنافسة في الصناعة بعد الأخرى، ولقد تحولت الأسواق الوطنية التي كانت مجهزة وتنتم بالاحتكار القلة، حيث سيطرت ثلاث أو أربع مؤسسات وكانت معرضة لمنافسة أجنبية ضعيف نسبيا، إلى شرائح صناعات عالمية مجزأة تضم عددا كبيرا من المؤسسات تتنافس فيما بينها للفوز بالحصص من السوق من بلد إلى آخر.

منهجية البحث:

يستوجب علينا الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي حتى نتمكن من جعله متوافقا مع محاور البحث.

حدود البحث:

يعتبر التفكير الإستراتيجي واسعاً وشاسعاً ، لذلك إرتأينا أن نسلط الضوء على الإستراتيجيات التنافسية (التكتيكات) الممكنة التي يمكن أن تتبناها المؤسسة الصناعية في إطار هيكل الصناعة (السوق) معين؛ لقد تم اختيار قطاع صناعة الدواء في العالم لما له من أهمية إستراتيجية على صحة الإنسان بصفة عامة وأهميته الاقتصادية بصفة خاصة، ودراسة أهم الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات المصنعة للدواء. خطة البحث:

لقد تم تقسيم البحث إلى ثلاث محاور أساسية هي:

المحور الأول: العولمة الاقتصادية وتداعيتها على السوق الدوائي العالمي.

المحور الثاني: الهيكل الصناعي الدوائي العالمي.

المحور الثالث: الإستراتيجيات التنافسية للصناعة الدوائية العالمية.

المحور الأول: العولمة الاقتصادية وتداعيتها على السوق الدوائي العالمي.

تعمل العولمة الاقتصادية على دمج لاقتصاديات العالم، بحيث تطور تدريجياً سياق التدفق الحر للعوامل الأساسية للإنتاج، لذا نجد معظم المؤسسات المصنعة للأدوية تلجأ إلى عدة إستراتيجيات تنافسية للدخول إلى الأسواق العالمية للإستحواذ على حصص سوقية إضافية.

أولاً/ العولمة الاقتصادية Globalization of the economy

قد عرف الاقتصادي Joseph Eugene Stiglitz [2002] العولمة الاقتصادية في كتابه المشهور "خيبة الأمل" : "هو عبارة عن تكامل أوثق بين دول وشعوب، بحيث يصبح العالم كله كدولة واحدة، من خلال تخفيض تكاليف النقل بين دولة ودولة أخرى، وكذلك حرية إنتقال اليد العاملة بين الدول، وإزالة الحواجز المصطنعة من خلال حرية حركة السلع والخدمات ورأس المال¹.

إن ظهور المؤسسات عالمية المنظور ناتج عن عدة عوامل ساهمت بشكل كبير في ظهورها وذلك من خلال العولمة الاقتصادية بمختلف أسسها وأبعادها والتي نذكر أهمها فيما يلي:

عولمة الإنتاج Globalization of production

إن الشكل الجديد لنظام الإنتاج تجسد من خلال تفكيك العملية الإنتاجية، على المستوى العالمي، الناتج عن التقسيم الدولي الجديد للعمل في الوقت الذي تتشكل فيه شبكة إنتاج عالمية، تعمل على تحويل كل بلد إلى جزء من النظام الإنتاجي العالمي، ويلاحظ أن عولمة الإنتاج تتحقق بدرجة كبيرة من خلال اتجاهين²:

أ/ الاتجاه الأول: الخاص بعولمة التجارة الدولية.

ب/ الاتجاه الثاني: الخاص بعولمة الاستثمار الأجنبي المباشر.

عولمة الأسواق Globalization of markets

إن عولمة الأسواق ترتبط بجوانب عديدة وهامة ذات علاقة وثيقة بطبيعة الإقتصاد الرأسمالي، وسماته الأساسية وآلية عمله لأن هذه العولمة تتحقق في إطاره، ولأن النظرية والفكر الإقتصادي المتصل بذلك تضمن التأكيد على أهمية الأسواق، وضرورة تحريرها، من أجل توسيعها وتوحيدها، ولأن استمرار عمل الإقتصاد الرأسمالي وتطوره فرض ضرورة الأسواق وإفتاحتها.

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

ومن بين مظاهر عولمة الأسواق، تعرض العالم في الآونة الأخيرة أي سنة 2008 لأزمة مالية توصف الأسوأ منذ أزمة الكساد الكبير 1929 على حد تعبير الخبراء الاقتصاديين. فمنذ مطلع العام 2008 تتبأت المؤشرات الاقتصادية المختلفة بحدوث كساد في النشاط الاقتصادي على المستوى العالمي، كان من أهم تلك المؤشرات أزمة الرهن العقاري التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية التي أثرت في انخفاض السيولة في البنوك الأمريكية إذ ما لبثت حتى انتشرت هذه الأزمة المالية إلى كافة أنحاء العالم.³

العولمة المالية Globalization of Finance

وتعتبر العولمة المالية حديثة النشأة نسبياً، حيث تعود البذور الأولى لهذه الظاهرة إلى الستينات والسبعينات من القرن الماضي ثم تلاحقت تطوراتها بسرعة في الثمانينات من القرن الماضي إلى أن أصبح في فترة التسعينات من نفس القرن يوصف العالم بأنه دولة واحدة يتأثر بأي قرار يصدر في أي جزء منه وهكذا اندمج النشاط المالي للدول النامية في الاقتصاد العالمي، وأصبحت حركة الأموال لا تعرف حدوداً لها وتجوب العالم بحرية كبيرة دون قيود وإن كانت هذه الأنشطة قد بدأت بصفتها تابعة لعولمة النشاط الإنتاجي ولكنها اكتسبت بعد ذلك استقلالية خاصة.⁴

ثانياً/ الإنتاج العالمي International production

تعتبر الصناعة الدوائية من بين أهم الصناعات العالمية التي تسعى معظم الدول إلى ترقيتها، من جهة باعتبارها تمثل نشاط استراتيجي لتلبية الحاجيات الداخلية، ومن جهة أخرى تمثل مصدر لرفع الدخل الوطني لكل دولة عن طريق التصدير والإستثمار في الأسواق الأجنبية، فهي تمثل 3% من حجم التجارة العالمية، حيث يقدر حجم المبيعات المؤسسات المصنعة الأدوية من السوق العالمي لسنة 2014 بـ: 936,51 مليار دولار أمريكي. والجدول (1) الموالي يوضح تطور الإنتاج العالمي من صناعة الأدوية خلال الفترة [2011-2003]:

الجدول (1): تطور الإنتاج العالمي من صناعة الأدوية خلال الفترة [2011-2003].

الإنتاج السنة	إجمالي الإنتاج العالمي (مليار \$)	نسبة نمو الإنتاج العالمي (%)
2003	503	-
2004	565	12,32
2005	611	08,14
2006	658	07,69
2007	729	10,79
2008	800	09,73
2009	833	04,12
2010	881	05,76
2011	956	08,51

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على الموقع الإلكتروني، أطلع عليه: 2015/10/21

<http://www.imshealth.com>

يلاحظ من خلال الجدول (1) أعلاه، التزايد المستمر في قيمة الإنتاج العالمي للدواء، حيث إرتفع من 503 مليار دولار من سنة 2003 إلى 956 مليار دولار في سنة 2011 أي بنسبة 90%. ويرجع هذا

النمو إلى عدة أسباب أهمها المتغيرات الديموغرافية، حيث شهد العالم النامي والمتقدم تغيرات في هيكلية وتوزيع السكان، وانحسار في أعمار المواطنين، وأيضاً ارتفاع في أعمار الأحياء منهم . فقد حصل في بعض البلدان، المتقدمة خصوصاً مثل اليابان، انخفاضات ملموسة في معدل الولادات، وزيادة مطردة في أعداد المعمرين، الأمر الذي تطلب توفير أدوية وعقاقير وخدمات طبية وصحية تتناسب مع هذه التغيرات . مثلاً، حصل ارتفاع ملحوظ في اليابان في إنتاج وتسويق أدوية الأمراض المزمنة، والمنقذة للحياة، بينما شهدت منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا التي تتميز بارتفاع حجم الولادات، زيادة الطلب على أدوية الأطفال والشباب . فبينما ترتفع معدلات الخصوبة في كثير من البلدان النامية، نجد هذه المعدلات منخفضة في البلدان المتقدمة، الأمر الذي تطلب تقديم خدمات صيدلانية لتلبية هذه الاحتياجات المختلفة . وفي السنوات القليلة الماضية ظهر متغير آخر وهو أمراض العصر كأنفلونزا الطيور والخنزير، وكذلك أمراض السرطان والقلب والأعصاب وارتفاع الضغط والسكري والسمنة المفرطة...الخ.

ثالثاً/ خصائص الصناعة الدوائية Characteristics of the pharmaceutical industry

الصناعة الدوائية من الصناعات الكيماوية والإستراتيجية التي لها تأثير مباشر في صحة الإنسان، كما أنها العامل المؤثر مباشرة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهي أيضاً واحدة من الصناعات التي تستخدم العمليات الكيماوية للمدى الذي يتطلبه استخدام وتوظيف الفنيين الكيميائيين المدربين للسيطرة على مجمل العمليات الإنتاجية. وقد أصبحت صناعة الدواء صناعة علم وبحث وآلة وإنتاج وشكل وتأثير وتعبئة وتغليف وتسويق، ولهذه الصناعة خصائص فنية واقتصادية وهي على النحو الآتي:

- تعتبر صناعة كثيفة رأس المال والتكنولوجيا حيث أن الأبحاث في هذا المجال تتطلب ميزانية ضخمة تعجز عن توفيرها كثير من المؤسسات الصيدلانية، لذا فالسمة الأساسية لأغلب هاته المؤسسات هي الضخامة وتعدد الفروع أو ما يعرف بالشركات متعددة الجنسيات، حيث توفر أموال ضخمة للقيام بعملية البحث والتطوير R&D في مخابر تضم نخبة من الكيميائيين والبيولوجيين أو بالتعاون مع مخابر تتبع الجامعات العريقة في الطب والصيدلة ؛

- تعتبر الصناعة الدوائية من أكثر الصناعات تقنياً في العالم، حيث نجد أن الأسعار والتعويضات تحدد بواسطة تشريعات وقوانين تضعها الحكومات والسلطات الصحية؛

- تتمتع الصناعة الدوائية بأنظمة توزيع ديناميكية، ويشكل نظام التوزيع جزء لا يتجزأ من إستراتيجيات التسويق الصيدلاني. كما أن الصناعة تعول على العلاقات بينها وبين شبكة تجارة الأدوية، حيث يساهم التوزيع بشكل أساسي في إيصال المنتجات إلى المستهلك النهائي بكفاءة وفعالية عاليتين؛

- تتميز الصناعة الدوائية بالتخصص الشديد والمهارات العالية، حيث نجد أن بعض المخابر تقوم بإنتاج مواد صيدلانية تتفوق فيها على المنافسين، بينما نجد مؤسسات تتخصص في تصنيع الأدوية غالية الثمن فقط، وهناك مؤسسات أخرى تنتج لشريحة معينة من السوق الدوائية؛

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

- تعتبر الصناعة الدوائية صناعة تشدد فيها المنافسة باعتبارها صناعة مربحة تثير رغبة الآخرين في الدخول إلى أسواقها، بالرغم من سيطرة عدد قليل من المؤسسات الدوائية على سوق المنتجات التي تصنف بوصفة طبية؛

- تدخل الصناعة الدوائية ضمن الصناعات الإستراتيجية التي تخضع للأولوية عند تخصيص الميزانيات في الدول نظرا لارتباطها بالصحة العمومية⁵.

المحور الثاني: الهيكل الصناعي الدوائي العالمي.

إن دراسة الهيكل الصناعي العالمي لصناعة الأدوية، يجب أن تكون إحدى الإهتمامات الرئيسية هو دراسة التركيز الصناعي وعوائق الدخول إلى الصناعة وتمييز المنتجات والتقنية المستخدمة في عمليات الإنتاج. وهنا نشير إلى أن معرفة التركيز الصناعي يعني معرفة عدد المؤسسات الكبرى العالمية التي تستحوذ على الحصة الكبيرة من السوق العالمي. كما أن معرفة العوائق التي تحول دون دخول المؤسسات إلى السوق العالمي يعتبر المعيار الأساسي لمعرفة بنية هذا السوق الإستراتيجي.

أولاً/ التركيز الصناعي Industrial Concentration

ظاهرة التركيز يمكن تعريفها بأنها عملية (نتيجة العمليات) التي تميل إلى زيادة حجم مطلق أو الأهمية النسبية لبعض المؤسسات ضمن المجموعة أو الصناعة التي ينتمون إليها. التركيز يمكن أن يؤدي إلى تشكيل الأسواق: كسوق تسوده احتكار القلة، وفي الحالات القصوى إلى احتكار السوق أو الصناعة (قطاع)* . وكلما زادت درجة تركيز الصناعة فإنه وبالمقارنة مع المنافسة، فإن للمؤسسة المحتكرة للصناعة القدرة على تعظيم أرباحها وزيادة الأسعار، والحد من الكميات المباعة⁶. كما أشار Sutton [1991]، أن زيادة التركيز الصناعي يخفف من شدة المنافسة السعرية في الصناعة، خاصة في الصناعات التي تكون فيها المنافسة السعرية شديدة، وهوامش الربح أقل، فإن المؤسسات قد يتعذر عليها استرداد تكاليف الإنتاج وبالتالي سيجعل من هذه المنافسة السعرية الشديدة من الصعب الحفاظ على هيكل الصناعي المجزأ. وبالتالي، سوف تزداد مستويات التركيز من خلال خروج المؤسسات ذات الحجم الصغير أو إندماجها مع المؤسسات الكبيرة⁷.

ومن خلال الجدول (2) الموالي الذي يوضح حجم المبيعات لأكثر 17 مؤسسة عالمية لصناعة الأدوية خلال الفترة [2010-2014]. وخلال سنة 2014 سوف نقوم بحساب التركيز الصناعي العالمي بالإعتماد على حجم المبيعات لمعرفة نوع الصناعة الدوائية العالمية التي تتميز به:

الجدول (2): حجم المبيعات للمؤسسات العالمية للأدوية خلال الفترة [2010-2014].

الوحدة: مليار دولار.

السنة المؤسسة	السنة	2010	2011	2012	2013	2014
Novartis	1	47,479	50,868	50,761	50,444	51,307
Pfizer	2	57,84	56,045	46,93	44,213	44,929
Sanofi	3	38,168	38,038	37,78	38,02	40,037
Roche	4	33,271	34,101	35,069	36,395	37,607

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

36,55	35,818	40,115	39,649	37,968	5	Merck & Co
36,422	30,663	27,933	27,047	27,594	6	Johnson & Joh
33,313	32,25	31,983	36,688	36,452	7	AstraZeneca
31,47	32,102	32,714	33,341	34,067	8	GlaxoSmithKline
26,001	24,271	24,846	24,107	24,912	9	Teva
20,473	18,646	17,211	16,642	16,022	10	Amgen
19,909	23,175	21,981	23,695	22,448	11	Lilly
18,347	17,477	16,214	15,809	15,575	12	Bayer
17,65	17,272	17,145	15,923	14,74	13	Boehringer Ingel
16,831	14,592	12,607	11,141	9,884	14	Novo Nordisk
13,376	13,356	15,961	18,031	17,284	15	Takeda
12,29	11,065	10,651	9,976	9,09	16	Otsuka
11,98	11,271	10,514	8,919	8,167	17	Mylan
468,49	451,03	450,41	460,02	450,96		المجموع
468,01	428,60	405,67	381,14	351,49		المؤسسات الأخرى
936,51	879,63	856,08	841,16	802,45		السوق العالمي

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على المواقع الإلكترونية، أطلع عليه: 2015/10/21

-<http://pharmactuposition.blogspot.com/2015> <http://www.imshealth.com>

مقياس نسبة التركيز Concentration ratio scale : يعطي هذا المقياس النسبة المئوية التي تستحوذ عليها أكبر وحدة حجما أو يستحوذ عليها عدد معين من أكبر الوحدات حجما من المقدار الكلي المقسم. من خلال هذا المقياس نستطيع أن نقول، مثلا: إن أكبر مؤسسة تستحوذ على 50% من الإنتاج الكلي للصناعة، أو نصيب المؤسسات الأربع الكبرى هو 90% من الإنتاج الكلي للصناعة⁸. وتحسب نسبة التركيز وفقا للصيغة التالية :

$$Cr = \sum_{i=1}^r \frac{x_i}{X} = \sum_{i=1}^r S_i$$

n مؤسسة تنتج كل منها xi وحدة ، حيث [i = 1,2,3.....n] ، وقد رتبت هذه المؤسسات من أكبرها إلى أصغرها. X تمثل حجم المبيعات الكلية للمؤسسات حيث أن : [X = ∑xi] ، Si تمثل نصيب المؤسسة الواحدة حيث: [Si=xi/X]. ومن خلال الجدول (3) الموالي نجد أن: ∑xi=468,492, Si=0,50019, ∑xi=936,511, n=17, X=

الجدول (3): نسبة التركيز الصناعي للمؤسسات العالمية المصنعة للأدوية لسنة 2014.

x/X (%)	x	المبيعات (مليار \$) المؤسسة	n
0,05478	51,307	Novartis	01
0,04797	44,929	Pfizer	02
0,04275	40,037	Sanofi	03
0,04015	37,607	Roche	04
0,03902	36,55	Merck & Co	05
0,03889	36,422	Johnson & Joh	06
0,03557	33,313	AstraZeneca	07
0,03360	31,47	GlaxoSmithKline	08
0,02776	26,001	Teva	09
0,02186	20,473	Amgen	10

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

0,02125	19,909	Lilly	11
0,01959	18,347	Bayer	12
0,01884	17,65	Boehringer Ingel	13
0,01797	16,831	Novo Nordisk	14
0,01428	13,376	Takeda	15
0,01312	12,29	Otsuka	16
0,01279	11,98	Mylan	17
0,50019	468,492	المجموع	
1,00000	936,511	السوق العالمي (X)	

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على معطيات الجدول السابق.

من خلال هذا المقياس نستطيع أن نقول، أن أكبر 17 مؤسسة مصنعة للأدوية في العالم لسنة 2014 تستحوذ على 50,019% من الإنتاج الكلي للصناعة الدوائية في العالم (نصف الإنتاج العالمي). أي أن هذه الصناعة تتميز بالمنافسة الإحتكارية، والواقع يثبت ذلك نظرا لوجود عدة حقائق حول طبيعة هذه الصناعة تثبت ذلك ومنها:

الصناعة التي تتميز بالمنافسة الإحتكارية توجد بها لكل مجموعة سلعية على عدد كبير من المؤسسات، حيث يتحتم أن يكون هناك ما بين 50 إلى 100 مؤسسة (أو أكثر) من المؤسسات المنتجة لسلعة ما، بشرط أن تكون إحدى السلع التي تقوم مؤسسة ما بإنتاجها سلعة بديلة لتلك السلع التي تقوم المؤسسات (الكائنة في نفس المجموعة الإنتاجية) بإنتاجها. وهذا ما تتميز به صناعة الدواء، حيث نجد أن هناك العديد من المؤسسات تصنع دواء معين وهذه الأدوية المصنعة تعتبر بدائل لبعضها البعض لمعالجة مرض محدد؛

لا تأخذ المؤسسات في السوق ردة فعل المنافس في الجوانب السعرية أو حجم الإنتاج، وذلك لأن هناك عدداً كبيراً نسبياً من المؤسسات في سوق المنافسة الإحتكارية، ويعتقد المنظمون أن ردود أفعالهم لن يكون لها أي دور في تخفيض الحصة السوقية للمنافسين؛ أهمية المنافسة الغير السعرية في أسواق المنافسة الإحتكارية.

ثانياً/ المجموعات الإستراتيجية Strategic groups

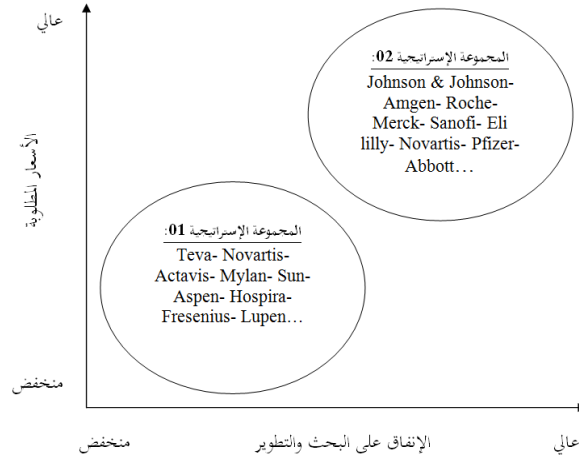
في الحياة العملية غالباً ما تختلف المؤسسات التي تنتمي إلى صناعة واحدة بعضها عن البعض الآخر فيما يتعلق بعوامل مثل: قنوات التوزيع المستخدمة، وجودة منتجاتها، والقيادة التكنولوجية، وخدمة المستهلك، وشرائح السوق التي تخدمها المؤسسة، وسياسة التسعير، والسياسة الإعلانية وعمليات الترويج. ونتيجة لتلك الإختلافات داخل معظم الصناعات، فمن الممكن ملاحظة مجموعة من المؤسسات يتبع أعضائها نفس الإستراتيجيات الأساسية، والتي تختلف عن الإستراتيجيات الأساسية التي تتبعها المؤسسات في المجموعة الأخرى، هذه المجموعات من المؤسسات تسمى: بالمجموعات الإستراتيجية. وفي مجال الصناعة الدواء في العالم تبرز مجموعتين إستراتيجيتين رئيسيتين هما:

المجموعة 01: المؤسسات المصنعة للأدوية الجينية Institutions producing generic drugs
يتميز الدواء بدورة الحياة تبدأ من البحث والتطوير R&D يستمر إلى عدة سنوات قبل صدوره. في وقت سابق من دورة الحياة والدواء تحت براءة الاختراع ومحمي لفترة محدودة لضمان حماية التفرد في السوق وهو ما سيمكن المؤسسة من الحصول على العائد على الاستثمار للتكاليف العالية الذي وضعت لإبتكار الدواء الجديد. في نهاية تلك الفترة من التفرد يدخل الدواء المجال العام، ويمكن لأي مؤسسة أدوية بدورها أن تنتج الدواء بنفس نسخته الأصلية وتسمى الأدوية في هذه المرحلة بـ: الأدوية الجينية.
تعتبر الأدوية الجينية مكافئة للأدوية الحديثة من حيث الجرعة والشكل الصيدلي، الأمان، التركيز، الفعالية، الجودة، طريقة التعاطي ودواعي الإستعمال. وعادة ما يتم إنتاجها من دون تصريح أو ترخيص من المخترع الأصلي الذي تسقط عليه براءة الإختراع أو الحماية الفكرية (20 سنة). إن إنتاج هذه الأدوية يساعد على تخفيض سعر الدواء وبالتالي خفض كلفة العلاج⁹.

المجموعة 02: المؤسسات المصنعة للأدوية المبتكرة Institutions producing innovative drugs
إن البحث والتطوير R&D في قطاع الصناعة الدوائية عملية شاقة، طويلة ومكلفة. تنطوي عملية البحث والتطوير على مدة زمنية من التطوير تتراوح ما بين 12 و 15 عام بدءاً من اكتشاف جُزء أحد الأدوية وحتى وضعه في خدمة الطب فضلاً عن استثمار يبلغ ملايين الدولارات سنوياً. لهذا فإن العلاج ليس فرعا من قطاع الصناعة الكيميائية كما يُتصور غالباً وإنما نتاج صناعة إنتاج المعلومات أساساً¹⁰.
تقوم المؤسسات المصنعة للأدوية المبتكرة بأبحاث مكثفة في معاملها الكيميائية لابتكار أدوية جديدة تفوق في مفعولها ما سبق من أنواع الدواء، أو ابتكار دواء جديد لعلاج مرض بعينه. وتبلغ تكلفة تلك الأبحاث ملايين الدولارات حتى تتوصل إلى التركيبة المفيدة من الدواء. ثم تقوم بتجربته أولاً على الحيوان، ثم تجربته على الإنسان في حدود عدد محدود من المتطوعين، يكونوا تحت مراقبة ورعاية صحية من الأطباء، ولذلك لاكتشاف أي مضاعفات جانبية غير صحية للدواء الجديد. وبعد التأكد من مفعول الدواء الجديد في العلاج والتأكد من عدم وجود أعراض جانبية له، يقوم المصنع بتسجيل الاختراع في الجهات الرسمية، ويصبح حق الاختراع في ملكيته¹¹.

ولفهم أكثر المجموعات الإستراتيجية العالمية في مجال صناعة الدواء، لدينا الشكل (1) الموالي يوضح خريطة صناعة الدواء في العالم:

الشكل (1): المجموعات الإستراتيجية.



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على العديد من المراجع.

من خلال الشكل (1) السابق نلاحظ أن صناعة الدواء في العالم تبرز مجموعتين إستراتيجيتين رئيسيتين هما: المجموعة الأولى: المؤسسات المصنعة للأدوية الجينية. والمجموعة الثانية: المؤسسات المصنعة للأدوية المبتكرة.

المجموعة 01: المؤسسات المصنعة للأدوية الجينية (المجموعة الشاملة): تلك المجموعة من المؤسسات التي تضم : Teva, Novartis, Actavis, Mylan, Sun, Aspen, Hospira, Fresenius, Lupen.... الخ، هذه المؤسسات تركز على تصنيع العقاقير والأدوية العامة أو أنواع منخفضة التكلفة التي سبق لمجموعة من المؤسسات المالكة لحق إنتاجها الإستفادة منها، والتي إنتهت صلاحية مدة الحماية بالنسبة لها. وتتسم هذه المجموعة بالإنفاق المنخفض على البحث والتطوير R&D والتركيز على السعر المنافس. وتتبنى مؤسسات هذه المجموعة إستراتيجيات قليلة المخاطر ومنخفضة العوائد. واستراتيجيات منخفضة التكلفة، لأن المؤسسات لا تستثمر ملايين الدولارات في البحث والتطوير، كما أنها منخفضة العوائد لأن المؤسسة لا تفرض أسعارا عالية.

المجموعة 02: المؤسسات المصنعة للأدوية المبتكرة: تلك المجموعة من المؤسسات التي تضم : Roche, Johnson & Johnson, Amgen, Merck, Sanofi, Eli Lilly, Novartis, Pfizer, Abbott.... الخ، وتتميز تلك المؤسسات بحجم الإنفاق الكبير على البحث والتطوير والتركيز على إنتاج أدوية وعقاقير جديدة تمتلك وحدها حق تصنيعها. وتتبنى المؤسسات في تلك المجموعة المالكة لحق تصنيع المنتجات الجديدة استراتيجيات تتميز بالمخاطرة العالية والعوائد العالية. وهي إستراتيجية عالية المخاطرة لأن أبحاث العقاقير غالبا ما تكون شاقة ومكلفة. إن طرح دواء جديد في السوق قد يكلف 7 مليار أورو وعقدا من الزمن في الأبحاث. وهذه الإستراتيجية أيضا عالية العوائد لأن العقار الناجح يمكن أن يسجل بموجب براءة الإختراع تتيح للمبتكر أن يحتكر صناعة هذا الدواء لمدة 20 سنة لإنتاجه وبيعه. وبالتالي يفرض سعرا عالية.

ثالثا/ عوائق الدخول إلى السوق الدواء العالمي.

إقتصاديات الحجم الكبير Economies of scale

تعتبر إقتصاديات الحجم الكبير ميزة تتميز بها صناعة الدواء في العالم، هذه الميزة ظهرت نتيجة التغيرات الهيكلية مما أدى إلى ظهور تحولات كبيرة مست هذه الصناعة، فرضت على دخول المؤسسات الجديدة عوائق هيكلية تحول دون دخولها المنافسة مع المؤسسات القائمة. ويرجع سبب ظهور الحواجز الهيكلية، النمو القوي في المبيعات المؤسسات العملاقة من خلال الاستحواذ على مؤسسات ومخابر أبحاث متطورة لإبتكار أدوية جديدة لمعالجة الأمراض المستعصية¹².

تميز المنتجات Featured Products

في السنوات الأخيرة واجهت صناعة الأدوية تغير سريع من ناحية الإكتشافات والأبحاث في مجال إبتكار أدوية جديدة لأمراض مستعصية العلاج، هذه التغيرات زادت من حدة المنافسة بين المؤسسات المصنعة للأدوية لتكون لها السبق لإبتكار دواء الجديد وتحقيق عائدات ضخمة من جراء هذا الإبتكار. تاريخياً، ركزت الأبحاث على تطوير الأدوية من خلال إدارة التجارب السريرية**. الآن ومع ذلك، فإن الصناعة الدوائية تبحث أكثر على نهج أكثر شمولية لتحسين عمليات تقديم منتجات جديدة وبالمقابل خفض التكاليف التشغيلية. هذا هو التحدي بسبب عمليات سلسلة القيمة والأعمال المعقدة المطلوبة في هذه البيئة عالية التنظيم.

إتفاقية التريبس TRIPS

ومن المهام الرئيسية المناطة لهذه المنظمة تطبيق إتفاقية الجات (GATT) بتنظيم العلاقات التجارية والزراعية والخدماتية وإجراءات الاستثمار المتعلقة بالتجارة الدولية وحقوق الملكية الفكرية. تتمثل حقوق الملكية الفكرية في عوائد الإبداع الفكري والعلمي والأدبي والفني في مجالات تأليف المطبوعات والأغاني والموسيقى والإختراع والإبتكار والعلامات التجارية، كما أنها تمثل مجموع الضوابط التي تنظم حقوق المؤلف للأعمال الفنية والأدبية، وحقوق الملكية الصناعية، لما تشمله من براءات الإختراع والتصميمات الصناعية والعلامات التجارية بحيث تضمن هذه الضوابط احتفاظ صاحب الحق أو الإبداع سواء كان فنياً أو أدبياً أو صناعياً بكافة الحقوق المتعلقة باستغلال الآخرين لهذا الإبداع¹³.

تعد براءات الإختراع من أكثر أنواع الحقوق الفكرية التي تعوق دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة، لارتباطها المباشر بحماية التكنولوجيا المتطورة التي تدخل في مختلف الصناعات. وعلى الرغم من أن براءات الإختراع، كغيرها من الحقوق، أنشئت بدعوى حماية الإبداع ونقل التكنولوجيا ونشر المعرفة. وفي الوقت الذي تتمسك كبريات المؤسسات المصنعة للأدوية بحقها في حماية إحتكاراتها عن طريق الحصول على عوائد مجزية لقاء الجهد المبذول في الإبتكار وتحمل نفقات البحث والتطوير، تشير الدول النامية، ومنها العربية، إلى أن براءات الإختراع هي السبب المباشر في عزوفها على الدخول إلى هذه الصناعة، وبالتالي ارتفاع أسعار الأدوية المستوردة ومن ثم التأثير سلباً على مستوى الرعاية الصحية¹⁴.

المحور الثالث: الإستراتيجيات التنافسية للصناعة الدوائية العالمية.

للاستفادة من نقاط القوة والفرص المتاحة، والتغلب على نقاط الضعف والتهديدات، تلجأ جل المؤسسات إلى تحليل نموذج القوى الخمس — Porter [1980]، بهدف معرفة التهديدات الحالية والمحتملة من قبل المنافسين، وأي نوع من الاستراتيجيات التي يجب إتباعها لمواجهة هذا التهديد المتمثل في إدخال واختراق السوق الدوائية بالمنتجات الجديدة مع الأخذ بعين الاعتبار البيئة التنافسية الصعبة المتمثلة في الصناعة الدوائية العالمية.

أولاً: تحليل الصناعة الدوائية العالمية وفق نموذج Porter.

الموردون والعملاء Suppliers and customers

أ/ العملاء: تشمل كبار المستهلكين في مجال الصناعات الدوائية وهم: الأطباء والمرضى والمستشفيات والصيدليات والصيدلة. وهناك العديد من المؤشرات الهامة للتهديدات من قبل العملاء في مجال الصناعة الدوائية والمستحضرات الصيدلانية، وتتمثل في المفاضلة بين المنتجات المؤسسات وأهمية المنتج بالنسبة للمشتري من خلال التكلفة النهائية والقيمة العلاجية لهذا الدواء، ونجد أن العملاء لا يشكلون تهديدا كبيرا لصناعة الأدوية لأن المؤسسات تنفق ملايين الدولارات على البحوث والتطوير R&D لابتكار دواء جديد أو إدخال قيمة مضافة على الدواء الحالي وبالتالي حمايته ببراءة اختراع جديدة، يمكنها من الحصول على الميزة التنافسية التي تميزها على المؤسسات الأخرى وبالتالي لا يستطيع العميل ممارسة الضغوط على المؤسسة التي يكون لها السبق في إكتشاف هذا الدواء الجديد لأن هذا الدواء الوحيد الموجود في السوق.

ب/ الموردون: لابد من تحديد الموردين لصناعة المستحضرات الدوائية. الموردون يمكن أن يكونوا مجموعة واسعة من مقدمي الخدمات مثل المواد الخام والسلع الوسيطة، والمصانع والإنتاج، والإدارات الرئيسية في الخارج الذين يقدمون المنتج النهائي، وشركاء التسويق المحليين، وما إلى ذلك، أي أنه يمكن أن يكون العمل مورد من موارد الصناعة الدوائية. وباعتبار أن الإدارة، على سبيل المثال: إدارات البحوث والتجارب السريرية الذين يقومون باختبارات الأدوية العلاجية على المرضى، والمحققين أو الصيدلة الذين يقدمون نتائج بالإعتماد على هذه البيانات، ليس من السهل للصناعة الدوائية تغيير مورد العمل بسهولة نظرا للتخصص الشديد في هذا المجال، حتى ولو هدد الموردون بوقف الإمدادات. أي أن العمل يحمل في طياته قوة هائلة عندما يطالب بالمزيد من التعويضات أو خفض الجودة من خلال العمل لساعات أقل¹⁵.

المنافسين الحاليين والمحتملين Current and potential competitors

أ/ المنافسين الحاليين: صناعة الأدوية هي سوق تنافسية للغاية حيث نجد أن أكبر 17 مؤسسة مصنعة للأدوية في العالم لسنة 2014 تستحوذ على 50,019% من الإنتاج الكلي للصناعة الدوائية في العالم، وأن مبيعات العالمية للأدوية لسنة 2014 بلغت 936,511 مليار دولار¹⁶، ومع أكبر مصنعي الأدوية في العالم Novartis، Pfizer، Merck & Co، Sanofi... الخ، نجد أن اللوائح والقوانين صارمة من قبل حكوماتهم والمنظمات العالمية من ناحية الإنتاج وتسويق منتجاتهم الدوائية. وإن التكاليف العالية من ناحية البحوث والتطوير جعلت المنتجات الدوائية ذات قدرة تنافسية عالية في السوق، حيث نجد المؤسسات المتواجدة في

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

الصناعة تحاول بشكل ودي لإطلاق أفضل منتج دوائي الذي يصنع معجزة علاجية وذلك لغرض البقاء في الريادة مستقبلاً. هذا النوع من الإستراتيجية يضع الكثير من الضغط عليهم للعثور على الأدوية التي سوف تؤتي ثمارها مستقبلاً. كما نجد أن المؤسسات تستثمر ملايين الدولارات من أجل تعزيز أقصر دورة حياة المنتج وكسب ميزة تنافسية مبكرة¹⁷.

ب/ المنافسين المحتملين: تهديد الداخلين الجدد إلى صناعة الأدوية منخفضة جداً بسبب التكاليف العالية اللازمة لدخول هذه الصناعة. على الرغم من أن إقتصاديات الحجم قد لا تكون كبيرة جداً إلا أن الحواجز الأخرى للدخول تكون مرتفعة.

إن تطوير أدوية هي عملية مكلفة جداً و يستغرق وقت طويل في البحث والتطوير قد تصل من 10 إلى 12 السنة. وبالمقابل مع ارتفاع تكاليف البحث والتطوير، والتنظيم الكثيف لصناعة الأدوية هو حاجز آخر للدخول. كما تحتاج جميع الأدوية والمواد الكيميائية المستخدمة في عملية صناعة الدواء الموافقة عليها من قبل إدارة الغذاء والدواء FDA، وعندما لا يتم الموافقة على هذه الأدوية فإن الوقت والأموال المستخدمة لتطوير هذا الدواء يعتبر خسارة بالنسبة للمؤسسة التي تريد الدخول إلى هذه الصناعة¹⁸.

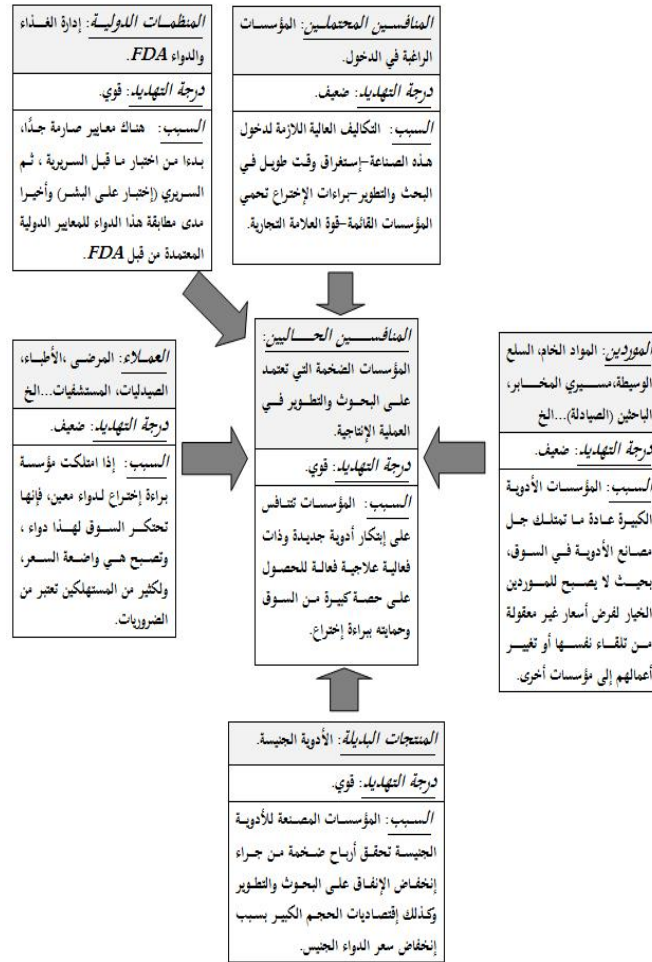
المنتجات البديلة Products substitutes

إن المنتجات البديلة هي تلك المنتجات التي تقدمها المؤسسات الأخرى، والتي يمكن أن تقي بإحتياجات المستهلكين بأسلوب أو بطريقة تشبه تماماً الأسلوب الذي يفي به المنتجات المؤسسة، وتجدر الإشارة إلى أن وجود بدائل قوية تعتبر بمثابة تهديد تنافسي كبير، الأمر الذي بدوره يشكل قيود على السعر الذي تفرضه المؤسسة وبالتالي على أرباحها. أما إذا كانت منتجات المؤسسة ليس لها إلا بدائل قوية قليلة (بمعنى أن البدائل تشكل عامل تنافسي ضعيف)، فهنا تنهياً الفرصة أمام المؤسسة لرفع الأسعار وجني أرباح إضافية¹⁹.

تندرج معظم الأدوية المصنعة في الدول العالم تحت قائمة الأدوية الجنيسة وبالتالي فإن المؤسسات المصنعة للأدوية خاصة في الدول النامية تعتمد على تقليد المستحضرات الأصلية واثبات أنها مكافئة من حيث الفعالية العلاجية ومن ثم طرحها في الأسواق المحلية والدولية بأسعار منافسة للأدوية الأصلية.

ومن التوجهات الجديدة في الصناعة الدوائية، قيام مؤسسات صيدلانية عملاقة بعمل مؤسسة فرعية باسم مختلف عن الشركة الأم وتكون متخصصة في صناعة الأدوية الجنيسة. وبذلك تكون هذه المؤسسات العملاقة قد دخلت أسواق الصناعة الجنيسة باسم مختلف بحيث لا تأثر على إدراك الأطباء والمرضى لقيمة الاسم الأصلي وفي نفس الوقت تكون قد حققت أرباح من هذه الصناعة الجنيسة التي لا تتطلب أبحاث تطوير مكلفة. وأحياناً قد تخصص هذه المؤسسات العملاقة في إنشاء مؤسسات فرعية أخرى لتسويق مستحضرات طبية لا تحتاج إلى وصفات طبية ويتم ترويجها للصيدلة والمرضى مباشرة²⁰. والشكل (2) الموالى يوضح القوى الخمس — Porter التي يمكن أن تؤثر على البيئة التنافسية للمؤسسات العالمية المصنعة للأدوية التي تعتمد على البحوث والتطوير في العملية الإنتاجية والتي تتميز بحجم الإنفاق الكبير على البحث والتطوير، والتركيز على إنتاج أدوية وعقاقير جديدة ومبتكرة:

الشكل (2): الصناعة الدوائية العالمية وفق نموذج القوى الخمس لـ Porter .



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على العديد من المراجع .

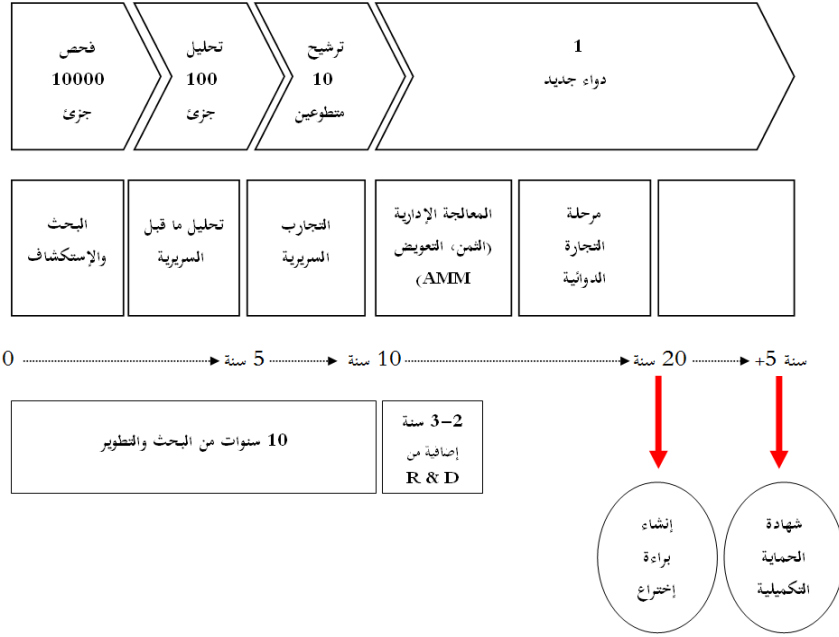
ثانياً/ الإستراتيجيات التنافسية العالمية.

إستراتيجية البحث والتطوير R&D strategy

يعتبر البحث والتطوير من خصوصيات الصناعة الدوائية، حيث تقوم الصناعة الدوائية الناجحة على البحث والتطوير المتواصل ونقل المعرفة الفنية بين دول العالم، بالإضافة إلى تزايد أعداد المنتجات الدوائية وتنوعها، إذ تمتاز الصناعة الدوائية عموماً بالمقارنة مع الصناعات الأخرى بالتجديد الدائم؛ إذ تستقبل الأسواق يومياً أدوية جديدة ذات مزايا إضافية برزت من خلال البحث والتطوير الذي يعتبر الإستراتيجية المثلى للمؤسسات المصنعة للأدوية للإستحواذ على أكبر حصة ممكنة من السوق. ولتعمق أكثر في إستراتيجية البحث والتطوير، لابد من تحليل أهم المراحل التي يمر بها إبتكار دواء جديد.

الشكل (3): مراحل إبتكار الأدوية الأصلية.

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للوحدات الصناعية الكبرى



<http://www.leem.org> : 20/11/2015:01, Consulté le:Source: Les entreprises du médicament, Genèse d'un médicament , P

من خلال الشكل (3) السابق، نلاحظ أن إبتكار دواء جديد يتطلب تحليل حوالي 10000 جزئ من الذرة (عينة)، 10 جزيئات فقط التي ستكون مستودع لبراءة الاختراع، وهذه الجزيئات 10 سوف تلخص جميع مراحل الاختبارات والتجارب السريرية لإبتكار وإنتاج دواء جديد. يمر هذا الإبتكار بمراحل طويلة جدا تصل إلى 12 عاما في المتوسط، وتجارب معقدة ومكلفة. تطوير جزئي جديد يمثل استثمارا قدره حوالي 1 مليار يورو في عشر سنوات من البحث والتطوير R&D ، وأخيرا تحمي FDA الإبتكار لمدة عشرين عاما. ويجوز تمديدتها لمدة أقصاها خمس سنوات بشهادة الحماية التكميلية (SPC). ويمر إبتكار دواء جديد بمرحلتين أساسيتين هما:

التجارب ما قبل السريرية:

تمر هذه التجارب على سلسلة من الاختبارات تسمى "قبل السريرية". هذه الاختبارات تجرب على الحيوان قبل أن تختبر على الإنسان. إذا كانت هذه النتائج الدراسات إيجابية، تمر هذه المرحلة إلى المرحلة الثانية وهي: "التجارب السريرية" أي يجرب هذا الدواء على البشر. التجارب السريرية:

يختبر هذا الدواء على 15 شخص وعلى ثلاث مراحل رئيسية، ويتم تنفيذها في المستشفيات أو المختبرات الطبية تحت إشراف خبراء طبيين مختصين:

المرحلة 1: سلامة المنتج: يجرب هذا الدواء الجديد على متطوعين أصحاء، تحت إشراف وعناية دقيقة. هذه المرحلة يتم فيها تقييم الخطوط العريضة لسلامة المنتج الدوائي وفعاليتته على المتطوعين؛

المرحلة 2: فعالية المنتج على عينة من المرضى: هذه المرحلة تجري على عدد قليل من المرضى في المستشفى. ومن هنا يتم تحديد الجرعة المثالية، التي يكون لها التأثير العلاجي الفعال وبأقل آثار جانبية؛

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

المرحلة 3: تعميم الدواء: في هذه المرحلة يتم فحص هذا الدواء على مجموعة كبيرة من المرضى وتحديد الاحتياطات اللازمة ومخاطر التفاعل مع غيرها من الأدوية. الاختبارات يمكن أن تغطي عدة مئات أو عدة آلاف من المرضى . وعند اجتياز هذا الدواء المراحل السابقة بنجاح، يتم إعداد ملف خاص بهذا الدواء الذي سيتم تقديمه إلى السلطات الصحية المعنية للموافقة عليه بشكل رسمي، وإذا وافقت عليه السلطات المعنية يتم طرحه في السوق ويصبح متاح للمرضى²¹.

إستراتيجية الاندماج والاستحواذ M&A strategy

شهدت عمليات الاندماج والاستحواذ نمواً كبيراً في جميع أنحاء العالم خلال العقدین الأخيرین . فقد وصلت مبالغ وأحجام عمليات الاندماج والاستحواذ إلى مستويات قياسية غير مسبوقة . وتعزى العوامل الرئيسية لذلك للتوجه السائد نحو العولمة وانخفاض تكلفة التمويل . هذا بالإضافة إلى الأزمة المالية العالمية الحالية ومن ثم الحاجة إلى خلق كيانات كبيرة تستطيع المنافسة للبحث عن النمو والربح ، وكذلك ازدياد تدفقات رأس المال عبر الحدود الوطنية للدول المختلفة بسبب برامج الإصلاح الاقتصادي وتحرير الأسواق في الدول النامية . وثمة عامل رئيسي آخر وراء ازدياد نشاطات الاندماج والاستحواذ يتمثل في ارتفاع مستوى عولمة الاستثمارات التي تبحث عن عائدات أعلى وفرص لتتويع المخاطر، وإدراك الكثير من مؤسسات الأعمال للحاجة الماسة إلى الخروج باستثماراتها إلى البلدان الخارجية أو في داخل مناطقها.

وبالرغم من الاندماج الكثيف الذي شهده سوق الدواء العالمي مؤخراً كما يوضحه الجدول (4) أدناه، غير أن صناعة الدواء تبقى قليلة التركيز من طرف الدول المتقدمة مقارنة بالصناعات الأخرى مثل تجهيزات الإعلام الآلي وصناعة السيارات . ويحصر الاندماج الحاصل في السوق بين أهم مخابر الدواء العالمية، الأمر الذي دعم احتكارها لهذه الصناعة ومن ثم التقليل من إمكانية تطور صناعة الدواء في الدول النامية²².

والجدول (4) الموالي يوضح أكبر عمليات الاندماج والاستحواذ التي قامت بها المؤسسات الضخمة مع مؤسسات أو مخابر عالمية خلال الفترة الممتدة بين [1995 - 2014]:

الجدول (4): ترتيب أكبر الإندماجات بين المؤسسات المصنعة للأدوية [1995 - 2014]

الإعلان	المؤسسات المستحوذة	المؤسسات/ المخابر المندمجة	النوع العلاقة	(مليار \$)
1999	Pfizer	Warner-Lambert	الإستحواذ	87,3
2004	Sonofi	Aventis	الإستحواذ	73,5
2000	GlaxoSmith kline	Smithkline Beecham	الإندماج	72,4
2002	Pfizer	Pharmacia	الإستحواذ	64,3
2009	Pfizer	Wyeth	الإستحواذ	64,2
2009	Merk &Co	Schering-Plough	الإستحواذ	47,1
2008	Roche	Genentech	الإستحواذ	44
1998	AstraZeneca	Astra- Zeneca	الإندماج	30,4
1996	Novartis	Ciba- Geigy- Sandoz	الإندماج	29

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

25,2	الإندماج	Upjohn- Mansanto	Pharmacia	1999
20,7	الإستحواذ	Forest Laboratories	Actavis	2014
19,6	الإستحواذ	Genzyme	Sonofi	2010
17,4	الإستحواذ	Schering AG	Bayer	2006
16,6	وحدة نشاط	Pfizer consumer health	Johnson & Johnson	2006
14,7	وحدة نشاط	MedImmune	AstraZeneca	2007
14,5	وحدة نشاط	GlaxoSmithkline oncology	Novartis	2014
14,2	الإستحواذ	Wellcome	GlaxoWellcome	1995
14,2	وحدة نشاط	Merk & Co. consumer health	Bayer	2014

Source: Simon King, The 20 largest pharma M&A deals, P01,

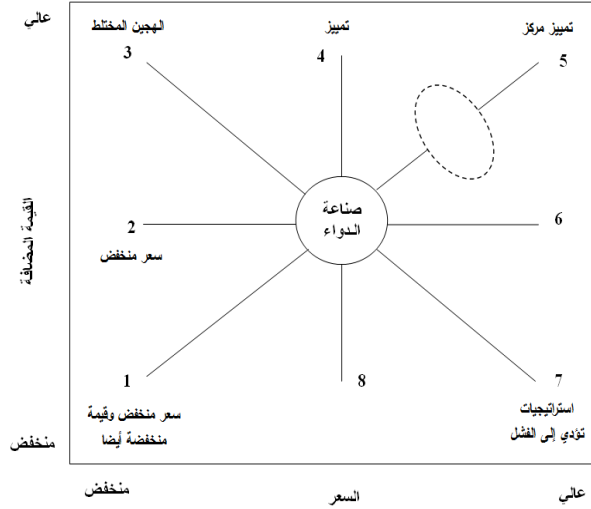
<http://www.firstwordpharma.com>:Consulté le: 04/11/2015

من خلال الجدول (4) نلاحظ أن أكبر عمليات الاستحواذ في مجال الصناعة الدوائية كانت في سنة 1999 حيث إستحوذت مؤسسة فايزر Pfizer على مؤسسة Warner-Lambert بقيمة 87,3 مليار دولار، و عدة مؤسسات مصنعة للأدوية أخرى منها: Pharmacia بقيمة 64,3 مليار دولار في سنة 2002، Wyeth بقيمة 64,2 مليار دولار في سنة 2009. كانت هذه الاستحواذات بمثابة قفزة كبيرة للولايات المتحدة الأمريكية في السيطرة على مجال الصناعة الدوائية العالمية سمحت لها في ترسيخ مكانها بين النخبة لصناعة المستحضرات الصيدلانية. وكانت المؤسسات الأوروبية أكثر عدوانية في مجال الإستحواذ والإندماج مع مخابر البحوث والتطوير العالمية من منافسيهم الأمريكيين، حيث خضعت ثلاث مؤسسات أوروبية كبرى للإندماجات مع مخابر الأبحاث خلال السنوات القليلة الماضية وهي : مؤسسة GlaxoSmithkline مع مخبر Smithkline Beecham بقيمة 72,4 مليار دولار في سنة 2000، مؤسسة AstraZeneca مع مخبر Astra- Zeneca بقيمة 30,4 مليار دولار في سنة 1998، مؤسسة Sonofi مع مخبر Aventis بقيمة 73,5 مليار دولار في سنة 2004.

إستراتيجية التمييز المنتجات Product differentiation strategy

الدواء سلعة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها، و الصناعة الدوائية الناجحة تعتمد على العلم وتقوم بشكل رئيسي على البحث و التطوير الدائمين و اقتباس و تطوير التكنولوجيا الحديثة. إن معظم الأدوية المتداولة في السوق تتمتع ببراءات اختراع ، بعضها استنفذ المدة القانونية و البعض الآخر ليس بعد، حيث بقي حكرًا على المخترع الدواء الجديد، هذا الدواء الذي يتميز بخصائص وقيمة مضافة عن الدواء السابق. والمؤسسات المصنعة للأدوية الأصلية لا بد لها أن تميز منتجاتها عن المنافسين حتى تواكب التطور الدوائي العالمي و إلا كان مصيرها الفشل و الإخفاق. ولفهم أكثر إستراتيجية تمييز المنتجات الدوائية لا بد بالإستعانة بنموذج الساعة الإستراتيجية لـ Cliff Bowman وهو نموذج يستخدم لتحليل الموقع التنافسي للمؤسسة ما مقارنة بعروض المنافسين. وصاحب هذا النموذج هو Cliff Bowman وديفيد

فولكنر David Faulkner وهذا النموذج جاء تمهيداً لنموذج Porter للمجال التنافسي. وفي نموذج Porter للمجال التنافسي راعى Bowman الميزة التنافسية المرتبطة بميزة في التكلفة والتميز. الشكل (3): تحليل الصناعة الدوائية وفق نموذج الساعة الإستراتيجية لـ Cliff Bowman.



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على المرجع:

Gerry Johnson & Others, Exploring Corporate Strategy, 7th edition, published the Prentice Hall, USA, 2005, P 243.

من خلال الشكل (3) السابق، نلاحظ أن المؤسسات المصنعة للأدوية الأصلية تتبنى إستراتيجية التمييز المركز [الوضعية 5 من الشكل (3)] بتطبيق هذه الإستراتيجية تستطيع المؤسسة المنافسة في الصناعة الدوائية بتقديم منتجات ذات قيمة عالية للعملاء وبسعر عالي. إن تطبيق هذه الإستراتيجية يعني أن المؤسسة تتنافس في جزء من السوق. على سبيل المثال مؤسسة: Novartis, Pfizer... الخ تنتج الأدوية الأصلية ولكنها تتبع إستراتيجية لا تسعى من خلالها المنافسة المباشرة مع المؤسسات المصنعة للأدوية الجنيسة كـ: Teva, Aspen, Actavis... الخ، بل تقدم منتج بنوعية عالية جداً في معظم الأحيان وبسعر أعلى من باقي المنافسين.

خاتمة:

في أواخر الثمانينيات من القرن الماضي وبعد إنهيار النظام الشيوعي وانتشار النظام الرأسمالي وانفتاح الأسواق على بعضها البعض، سعت عدة مؤسسات المصنعة للأدوية إلى الإمتداد إلى الأسواق الخارجية للظفر بحصة سوقية إضافية تمكنها من منافسة المؤسسات العالمية الأخرى.

وللوصول إلى هذا الهدف خصصت المؤسسات المصنعة للأدوية ملايين الدولارات في مجال البحث والتطوير R&D ، وآلاف الإداريين والصيادلة والعلماء المتخصصين في هذا المجال للإبتكار واكتشاف دواء جديد يمكنها من تحقيق مكانة عالمية بين المؤسسات المتنافسة في الصناعة. أي أن هناك علاقة طردية بين الإنفاق على البحث والتطوير R&D وبين تحسين القدرة التنافسية للمنتجات الدوائية، أي باتت زيادة مخصصات الإنفاق على البحث والتطوير، وإنشاء مراكز الأبحاث داخل المؤسسات أمراً حتمياً للظفر لقيادة السوق الدوائي.

بما أن صناعة الأدوية تمر حالياً بفترة تحول كبير جداً. غالبية المؤسسات الضخمة "Big Pharma" تتحصل على عائدات مرتفعة، مما يوفر لها الفائض النقدي لمزيد من النمو السريع من خلال عمليات الدمج والاستحواذ. على الرغم من أن حجم المؤسسة بمفردها لا يضمن لها النجاح على المدى البعيد وخاصة في صناعة المستحضرات الصيدلانية. لذلك تلجأ إلى الاندماج مع المؤسسات الأخرى لتحقيق وفورات الحجم الكبير في التصنيع، والتسويق والإستفادة من البحوث والتطوير مع المؤسسات المندمجة معها في مجال التجارب السريرية وابتكار أدوية جديدة تمكنها من تنويع محفظة الأدوية في المستقبل. نتائج الدراسة:

تم رصد مجموعة من النتائج الهامة، والتي تجيب على الإشكالية الأساسية للبحث، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

لقد أثرت العولمة على المؤسسات المحلية وأجبرتها على اللوج إلى الأسواق العالمية أي خارج حدود الدولة الواحدة بسبب الإتحادات التجارية والأسواق الدولية، والتحول التكنولوجي والتصنيع والتخصص والتداخل في العلاقات الدولية؛

يعبر هيكل الصناعة عن طبيعة المنافسة القائمة في صناعة معينة، ومدى إرتباط المؤسسات ببعضها البعض، ويضم هيكل الصناعة مجموعة من المحددات التي تساهم في تحديد شكل ونوع الهيكل الصناعي الذي تعمل وفقاً لهم المؤسسات الناشطة في صناعة معينة، من بين هذه المحددات يوجد كل من التركيز الصناعي، عوائق الدخول والخروج من وإلى الصناعة، تمييز المنتجات داخل الصناعة؛

بعد دراسة المؤسسة لبيئتها الصناعية من خلال عدة نماذج ومقاييس التي تمكنها من معرفة نوع البيئة التي تنتمي إليها، لابد من المؤسسة أن تلجأ إلى صياغة الإستراتيجية التنافسية المناسبة لها في مجالها الصناعي؛

المؤسسات الدوائية العالمية الكبرى، تعتمد على عدة إستراتيجيات مهمة تنتهجها هذه المؤسسات الكبرى منها: إستراتيجية الاندماج والاستحواذ، إستراتيجية تمييز المنتجات الدوائية، إستراتيجية البحث والتطوير الذي تنفق فيه المؤسسات أموال ضخمة وذلك من خلال إنشاء مراكز أبحاث داخل المؤسسات للظفر بقيادة السوق.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلنا إليها، نورد التوصيات التالية:

يجب على المدراء المؤسسات تحليل طبيعة الصناعة من أجل التعرف وتشخيص الفرص والتهديدات بغية وضع إستراتيجية للمؤسسة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وتتسجم مع أهدافها؛

يجب أن تعلم المؤسسات التي تعمل في الأسواق المحلية أنه من الصعب الإستمرار في ذلك، لأن هياكل السوق لمعظم الدول أصبحت عرضة للتغيير المستمر، والتأثر بالهياكل السوقية الأجنبية، لذلك يجب على المؤسسات البحث عن إستراتيجيات تنافسية عالمية التي تمكنها من التغلغل في الأسواق الجديدة؛

تأثيرات العولمة الاقتصادية على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية الكبرى

نظرا لكون معظم المؤسسات المصنعة للأدوية على مستوى العالم تتمتع بالإنفاق الكبير على البحث والتطوير، وجب على المؤسسات الدوائية الجزائرية السعي لتمايز المنتجات بتحسين الجودة واستحداث مواصفات وخصائص لا تتوفر للمنتجات المنافسة؛

يجب على المؤسسات الدوائية الجزائرية الإستثمار في تكوين وتأهيل الإطارات والعاملين لديها، والدخول في شراكات مع المؤسسات الخاصة لتبادل الخبرات المتركمة.

الهوامش:

[1] Jean-yves huwart, La mondialisation économique, OCDE, Belgique, 2012, P14.

[2] Alen, Nonjon, la mondialisation des questions du programme traitées sous forme de dissertation , Édition SEDES, Paris, 1999.P14.

[3] محمد عبد الغني، الأزمة المالية العالمية 2008، دار البحار للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص.13.

[4] دردور أسماء ، الأزمة المالية الحالية ومستقبل العولمة المالية، الملتقى العلمي الدولي حول: الأزمة المالية والإقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة سطيف- الجزائر، خلال الفترة: 20-21 أكتوبر 2009، ص.03.

[5] العلاق بشير، التسويق الصيدلاني، دار البازوري للنشر، الطبعة العربية، الأردن، 2007، ص.24.

* معرفة الفرق بين القطاع والسوق تأخذ القطاع الزراعي مثلا، وتحديد الحبوب. حيث أن التكنولوجيات المستعملة بين هذه المؤسسات متشابهة نسبيا: نجد جميعهم يستعملون الأرض الصالحة للزراعة كأحد عوامل الإنتاج، و الحبوب للزراعة، و الأسمدة و الآلات الزراعية ، و المياه و الشمس رهنا للطقس، والعمل المبدول، بالإضافة إلى مدة جني المحصول، لذلك فإن لديها من التكنولوجيات ما تجمعها تحت تصنيف واحد. ومع ذلك فإن المزارعين الذين ينتجون منتج واحد، أو عدة منتجات (القمح، الذرة، الشعير،...) فإنهم سيجتمعون معا في سوق القمح، سوق الذرة، سوق الشعير.

Jérôme Perani, Concentration et pouvoir de marché, La revue Réseaux, Université Paris Est, 1995, [6] P.03.

[7] Suma Athreye & Sandeep Kapur , Industrial Concentration in a Liberalising Economy:A Study of Indian Manufacturing, School of Economics, Birkbeck College, London, 2003, P 3-4.

[8] صديق محمود و آخرون ، قياس التركيز الصناعي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، المملكة العربية السعودية، العدد 02، 1989، ص.49.

Consulté P01, des copies conformes,-Les médicaments génériques] Les entreprises du médicament,9[
http://www.leem.org/article/les-medicaments-generiques :/201511/01 :le

[10] شركة عبيدي إبراهيم، البحث والتطوير في مجال صناعة الأدوية، ص01، أطلع عليه في: 2015/11/01 على الموقع الإلكتروني: /http://www.abdiibrahim.com.tr

[11] موسوعة ويكيبيديا، صناعة الدواء، ص01، أطلع عليه في: 2015/11/01 على الموقع الإلكتروني:

http://ar.wikipedia.org

[12] Larry Davidson & Others, The Pharmaceutical industry in the Global Economy, Unpublished data, Indiana, P.04

** التجارب السريرية: هي دراسات تهتم بتقييم التداخلات العلاجية أو الدوائية أو الجراحية ، وذلك عن طريق تقسيم المرضى أو الأشخاص الذين ستجرى عليهم التجربة إلى مجموعتين بشكل عشوائي، حيث يطلق على المجموعة الأولى : «مجموعة التجربة» والأخرى تكون «مجموعة المراقبة»، من خلال هاتين المجموعتين يمكن التوصل إلى درجة فاعلية الدواء على المرضى، وما هي الآثار الجانبية المترتبة عليه.

- [13] مخلوفي عبد السلام، أثر اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة TRIPS على نقل التكنولوجيا ، والقدرة التنافسية لمنتجات الدول النامية في الأسواق العالمية، الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد"، جامعة ورقلة- الجزائر، المنعقد بتاريخ: 23/22 أفريل 2003، ص. 72-73.
- [14] حالة المغرب، مجلة أبحاث :الصيدلانية المواد قطاع هيكل على الاختراع براءات حماية همال علي وآخرون، انعكاسات[14] إقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة- الجزائر، العدد 07، جوان 2010. ص.26.
- [15] Kasapi Z & Others, Management as applied to New Products Penetration in the Competitive Environment of Pharmaceutical Industry , Interdisciplinary Journal of Research in Business, Greece ,Vol N001, November, 2011, P 78.
- [16] من إعداد الباحث، بالإعتماد على الموقع الإلكتروني:
<http://pharmactuposition.blogspot.com/2015>
- [17] Essay UK, The Global Pharmaceutical Industry, P 01, Consulté le :15/11/2015 :
<http://www.essay.uk.com/>
- [18] Idem
- [19] روجر كلارك، إقتصاديات الصناعة ، ترجمة : فريد بشير طاهر ، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 1994، ص150-151.
- [20] دحمان ليندة، التسويق الصيدلاني "حالة مجمع صيدال"، أطروحة دكتوراه، منشورة، جامعة الجزائر، 2010. ص.26.
- [21] Les entreprises du médicament, Genèse d'un médicament , P01, Consulté le :20/11/2015
<http://www.leem.org>.
- [22] لحول سامية، التسويق والمزايا التنافسية دراسة حالة:مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر، أطروحة دكتوراه، منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، 2008، ص 296.