

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

The state's contribution to the support and development of local products

Case study of the pharmaceutical industry

ط . د حديدي فتيحة¹ ، د. بربار نورالدين²

Berber Nour Eddine Hadidi Fatiha

¹جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، fatiha.hadidi@univ-tiaret.dz²جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، noureddine.berber@univ-tiaret.dz

تاريخ النشر: 2023-04-06

تاريخ القبول: 2023-03-22

تاريخ الاستلام: 2023-01-16

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مدى مساهمة دعم الدولة في التأثير على تطوير المنتجات المحلية مع دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية باعتباره الركيزة الأساسية لتحقيق الأمن الصحي، لذلك تقدم الدولة العديد من التسهيلات للمؤسسات الناشطة في هذا القطاع ويأتي في مقدمتها المؤسسات الوطنية ومنها مجمع صيدال ومجموعة بيوفارم في الإنتاج المحلي بالإضافة إلى مجموعة من الشركات الأجنبية النشطة في السوق الجزائري، فمن خلال استعراض بعض المؤشرات وتحليل الاحصائيات المتعلقة بالإنتاج والاستيراد وحتى التصدير للأدوية تبين أن الإنتاج المحلي يبقى متواضع رغم تحسن بعض مؤشرات في السنوات الأخيرة من خلال تصدير جزء منه بالمقابل انخفاض في حجم الاستيراد، لكن التطورات والازمات الصحية أخرجها جائحة كورونا بينت محدودية سوق الصناعة الصيدلانية في الجزائر الأمر الذي يستدعي تطويره بما يوفر صناعة صيدلانية قادرة على مجابهة الازمات الصحية وتوفير حماية للمواطن في أوقات الأزمات.

الكلمات المفتاحية: المنتج المحلي، الصناعة الصيدلانية، الصادرات الصيدلانية، الأدوية الجنيسة، الشركات المحلية

تصنيف JEL: L1،L69،M16،L16،L11

Abstract :

This study aimed to analyze the extent to which state support contributes to the impact on the development of local products, with a case study of the pharmaceutical industries sector as the main pillar for achieving health security, therefore, the state provides many facilities to the companies active in this sector, foremost among which are the national institutions, including the Saidal complex and the Biopharm Group in local production, in addition to a group of foreign companies active in the Algerian market. By reviewing some indicators and analyzing statistics related to production, import and even export of medications, it was found that domestic production remains modest despite the improvement of some of its indicators in recent years through the export of part of it, in

* : المؤلف المرسل.

return for a decrease in the volume of import, however, novelties and health crises, the latest of which was the Corona pandemic, showed the limitedness of the pharmaceutical industry market in Algeria, which requires its development in a way that provides a pharmaceutical industry capable of confronting health crises and providing protection for the citizen in times of crisis

Keywords : Local product, pharmaceutical industry, pharmaceutical exports , generic medications, local companies

JEL Classification Codes : L11,L16,M16,L69,L1

1. المقدمة:

يعتبر الانتاج المحلي ركيزة أي اقتصاد متقدم وفي كافة القطاعات الاقتصادية سواء الصناعي أو الفلاحي أو الخدماتي، فالإنتاج المحلي يوفر الأمن الاقتصادي للبلد كونه يضمن الاحتياجات الأساسية للمواطن ولعل قطاع الصناعة الصيدلانية واحد من القطاعات المهمة تعمل الحكومات والدول على تطويرها، فأثبتت الازمات الصحية التي شهدها العالم ولعل آخرها جائحة كورونا أهمية هذا القطاع كونه الضامن الأساسي للأمن الصحي. لذلك تراهن الحكومة الجزائرية على تطوير قطاع الصناعة الصيدلانية بهدف التقليل من فاتورة استيراد المنتجات الصيدلانية وجعله مصدراً مُدراً للعملة الصعبة، فقطاع الصناعة الصيدلانية قطاع استراتيجي لذلك تعمل الحكومة الجزائرية على تحقيق سياسة صيدلانية وصناعية متماسكة على الصعيدين التنظيمي والاقتصادي، حيث تأخذ على عاتقها تغطية جميع العمليات المتعلقة بتصنيع المنتجات الصيدلانية. فاتخذت جملة من الإجراءات لتأهيلها وترقيتها لتغطية الحاجيات الوطنية والفائض يتم تصريفه عبر الأسواق الأجنبية. ونظرا للمنافسة الشديدة بين المؤسسات الوطنية والأجنبية النشطة في الجزائر، تسعى المؤسسات الوطنية الى تحقيق دور ريادي حقيقي في السوق الوطنية من خلال توسيع حصتها السوقية الوطنية وكذا استهداف عدة أسواق افريقية.

إشكالية الدراسة: من خلال العرض السابق يمكن طرح الاشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة الاجراءات الحكومية المتخذة في إطار تشجيع المنتج المحلي في دعم وترقية قطاع الصناعة الصيدلانية بالجزائر؟

فرضيات الدراسة: لتحليل الاشكالية الأساسية للدراسة نعتمد على الفرضيتين التاليتين:

- الدعم الحكومي الخاص بترقية المنتج المحلي لا يتلاءم مع خصوصية قطاع الصناعة الصيدلانية الأمر الذي يستدعي تكييف آليات الدعم الخاصة بهذا القطاع.
- تطوير الصناعة الصيدلانية كقطاع اقتصادي يقتضي الاستثمار المستمر في البحوث الطبية ورأس المال البشري.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى تحديد مساهمة الإجراءات المتخذة لتأهيل المنتج المحلي في ترقية وتطوير الصناعة الصيدلانية بالجزائر، ومدى مساهمة الشركات الوطنية النشطة في مجال صناعة الأدوية في تحقيق الأمن الصحي من جهة، والتقليل من فاتورة استيراد الأدوية وتوفير مداخيل بالعملة الصعبة للبلد.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في تحليل العوامل المؤثرة في تطوير الصناعة الصيدلانية انطلاقا من رؤية وبرنامج الحكومة لتطوير المنتج المحلي، ومدى وملاءمتها في تطوير الصناعة الصيدلانية بالجزائر بالنظر لأهمية هذا القطاع الحيوي الذي يعتبر الركيزة الأساسية لتحقيق الأمن الصحي.

منهج الدراسة: تماشيا مع موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري، والمنهج التحليلي أثناء تحليل المؤشرات والاحصائيات المتعلقة بوضعية السوق الصيدلانية في الجزائر وابرار أهم العوامل المؤثرة عليها وتحليل متطلبات تطويرها.

الدراسات السابقة: من ضمن الدراسات السابقة التي يمكن ربطها بالموضوع نجد على سبيل الذكر لا الحصر الدراسات التالية:

الدراسة الاولى ل: بعوني ليلي، الصناعة الصيدلانية في الجزائر، مقال منشور بمجلة القسطاس للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية جوان 2021، هدفت هذه الدراسة لمعرفة واقع الصناعة الصيدلانية في الجزائر والتحديات التي تواجهها وكيفية الرقي بها من خلال معرفة خصائص هذه الصناعة العالمية ومتطلباتها، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن سوق المواد الصيدلانية يختلف عن باقي الأسواق حيث نجد بعض المؤسسات الكبيرة والرائدة تسيطر عليه.

الدراسة الثانية ل: حسنية يحيوي، واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة الصيدلانية الجزائرية، مقال منشور بمجلة مجاميع المعرفة أكتوبر 2017، هدفت هذه الدراسة الى ابرار أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي أنجزت في القطاع الصيدلاني الجزائري وأثرها على المستثمر المحلي الجزائري وعلى الاقتصاد الوطني وفقا للسياسة الوطنية للصحة التي تبنتها الحكومة الجزائرية قصد تخفيض فاتورة استيراد الأدوية، بالإضافة الى توضيح أهمية مناخ الاستثمار والاطر التشريعي للأعمال في استمرار المشاريع الاستثمارية في القطاع الصيدلاني الذي كان النشاط فيه حكرا على الدولة الجزائرية باعتباره قطاعا حساسا يمس الأمن القومي، وتوصلت نتائج الدراسة الى أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاعات ذات تكنولوجيا عالية المستوى كالدواء.

ويكمن الفرق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة في كون أن دراستنا تركز على دعم الدولة للمنتج الصيدلاني والعمل على تربيته للتحرر من الاستيراد تدريجيا، وذلك من خلال اتخاذ جملة من الإجراءات والتدابير لتحقيق الاكتفاء الذاتي وطنيا ثم السعي للتوسع في الأسواق الخارجية مما يعود بالنفع على الاقتصاد الوطني.

هيكل الدراسة: قصد تحليل الموضوع المدروس نقترح تقسيم الدراسة إلى قسمان الاول نظري يتناول المفاهيم الأساسية المرتبطة بالموضوع، والقسم الثاني تطبيقي يركز على النقاط الأساسية المرتبطة بدراسة الحالة. وفي ما يلي عرض للخطوط العريضة للعمل.

الإطار النظري للدراسة: تحاول هذه الدراسة تحليل الإجراءات الحكومية المتخذة لتطوير المنتج المحلي بالجزائر ومحاولة إسقاط ذلك على قطاع الصناعة الصيدلانية، ولتحقيق هذا الغرض سنقوم بعرض لبعض المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمنتج المحلي ثم التطرق إلى خصوصيات الصناعة الصيدلانية والإجراءات المتخذة لتطوير هذا القطاع في الجزائر.

2. عموميات حول المنتج والمنتج المحلي:

سنحاول عرض بعض المفاهيم المرتبطة بالمنتج ثم نخرج إلى المنتج المحلي باعتباره موضوع دراستنا.

1.2 تعريف المنتج: من ضمن التعاريف التي أعطيت للمنتج نجد على سبيل الذكر لا الحصر التعاريف التالية:

يعرف المنتج على أنه أي شيء يمكن عرضه في السوق بهدف لفت الانتباه، الامتلاك، الاستخدام، أو الاستهلاك، لتلبية رغبة أو حاجة، ولا تقتصر المنتجات على الأشياء الملموسة فقط بل تشمل أيضا الخدمات (Kotler, Armstrong, & Opresnik, 2018, p. 244)

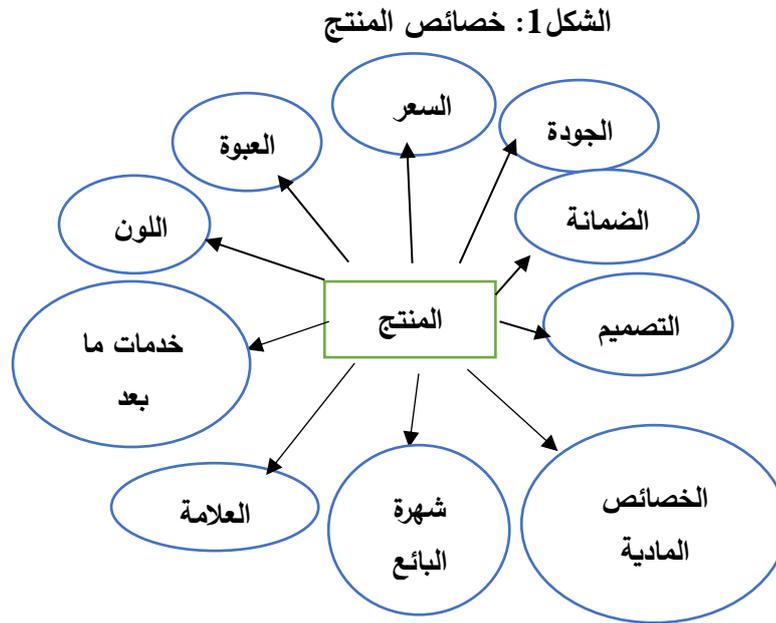
وهو أيضاً كل شيء معنوي أو مادي له منفعة لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين أو حل معضلة لديهم. (جبر، 2007، صفحة 168)

اذن المنتج هو شيء مادي ملموس أو غير ملموس يتحصل عليه الفرد أو المؤسسة عن طريق عملية التبادل، وعليه فان المنتج ممكن ان يكون في شكل فكرة، أو خدمة، أو سلعة، أو تركيبة. (حمو، 2015، صفحة 13)

2.2 خصائص المنتج: للمنتج خصائص عديدة وهي: (بعيطيش و آخرون، 2017، الصفحات 89-91)

- ✓ **الجودة:** هي القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته، ويحقق رضاه التام.
- ✓ **السعر:** وهو القيمة التي يدفعها المستهلك للاستفادة من مزايا وفوائد المنتج.
- ✓ **التصميم:** مجموعة العناصر المؤثرة في مظهر ووظيفة المنتج لمستعمله.
- ✓ **اللون:** اللون من أقوى اللغات البصرية المتاحة للمصمم لجذب المستهلك نحو منتج معين.
- ✓ **العلامة التجارية:** كلمة، اسم، رمز، رسم، إشارة، أو توليفة من هذه العناصر تسمح بتمييز المنتجات لبائع ما عن البائعين الآخرين وتمييزها عن المنافسين.
- ✓ **خدمات ما بعد البيع:** وهي مجموعة من الأنشطة والخدمات المقدمة من قبل الشركة للمستهلك بعد اتخاذ قرار الشراء للمنتج. (دوبال و بن نافلة، 2022، صفحة 150)
- ✓ **الخصائص المادية:** كالحجم، الشكل، التركيبة، الإنجاز، التداول، الصلاحية، والوظيفة التي يؤديها المنتج. (البرزنجي و البرواري، 2004، الصفحات 156-157)
- ✓ **خصائص أخرى:** يوجد خصائص أخرى كالعبوة فهي من الجوانب الخارجية للمنتج، ومهمة لتدعيم صورته وجلب مستهلكين جدد، بالإضافة إلى الضمانات التي تقدم للمستهلك للمساعدة في تقصير مرحلة اتخاذ القرار الشرائي، كما أن شهرة البائع كاستعمال شخصيات مشهورة عالمية لتقديم العلامة التجارية في الاعلان أو استخدام صورها على تغليف العلامة. (بورقعة و آخرون، 2016، الصفحات 44-45)

ويمكن عرض هذه الخصائص في الشكل 1



المصدر: (فارس، 2021، صفحة 23)

3.2 أنواع المنتجات: من الناحية التسويقية يتم تصنيفها الى: (توب، 2017، الصفحات 8-9)

✓ **المنتجات الصناعية:** يشتري رجال الأعمال أو الزبائن الصناعيين تشكيلة واسعة من المنتجات على أساس أغراض المؤسسة وأهدافها، ويمكن تصنيف منتجات الأعمال الى:

- التأسيسات: تشمل المباني، المصانع، المخازن، المعدات الرأسمالية والآلات الضخمة،
- المعدات الإضافية: تمتاز بانخفاض أسعارها نوعا ما ويتكرر شرائها مثل خزائن حفظ الأدوات البسيطة
- المواد الخام: التي هي مواد طبيعية تصبح فيما بعد جزء من المنتج النهائي مثل المعادن
- الأجزاء: تكون جزء من المنتج النهائي باعتبارها أجزاء مصنعة أو شبه مصنعة
- خدمات التجهيزات: تشمل خدمات تبديل قطاع الغيار والمواد اللازمة لتسهيل العملية الإنتاجية ولكنها لا تشكل جزء من المنتج تام الصنع

✓ **المنتجات الاستهلاكية:** تشمل المنتجات الميسرة والتي تكون أسعارها معتدلة حيث يشتريها المستهلك دون عناء، أما المنتجات الخاصة فيبذل المستهلك جهدا كبيرا قبل عملية الشراء لأنها تتصف بمميزات معينة وذات علامات تجارية مشهورة، وهناك منتجات التسوق والتي أسعارها مرتفعة فعند اقتنائها يأخذ المستهلك عند المقارنة بين السلع المعروضة السعر والجودة... الخ، بالإضافة الى المنتجات غير المرغوبة وهي منتجات استهلاكية يجهلها المستهلك أو لا يقبل على شراءها كثيرا أو لا يشتريها رغم أنها مشهورة.

✓ **المنتجات الخدمائية:** وتشمل جوانب الخدمات الإنسانية بأنواعها أو المعتمدة بطبيعتها على الآلات

أو الأدوات أو تسهيلات التكنولوجيا، ويدخل ضمن الخدمات الأفكار والقضايا والمنظمات والأشخاص كونها تشترك فيما بينها بجوانب متشابهة، كعدم إمكانية حيازتها أو امتلاكها، وكونها جميعا متعلقة ومرتبطة بمقدمها، وتحتاج تفاعلا إنسانيا لظواهرها أو للاستفادة منها. (البرزنجي و البرواري، 2004، الصفحات 157-158) من خلال ما سبق يمكن القول إن المنتج يظهر في شكل سلعة أو خدمة وله مجموعة من المواصفات تختلف من منتج إلى آخر وتتعدد أنواع المنتجات تبعا لحاجيات الانسان ويمكن أن يكون محليا أو أجنبية وتم استيراده نظرا لمحدودية قدرات التصنيع في بعض الحالات أو غياب مادة أولية ما تدخل في تصنيعه أو نظرا لغياب تكنولوجيا معينة فيتم اللجوء إلى استيراده.

4.2 تعريف المنتج المحلي: تقوم الدولة بدعم المنتج المحلي لما يحققه من نتائج إيجابية على الاقتصاد الوطني، ولتمكينه من منافسة المنتجات الأجنبية (مجاج، 2017، صفحة 254)، فالمنتج المحلي يعتبر نقطة قوة أي اقتصاد كونه يحقق الامن الاقتصادي ويوفر العملة الصعبة، ومن ضمن التعاريف التي أعطيت للمنتج المحلي نجد على سبيل الذكر لا الحصر التعريفين التاليين:

المنتج المحلي هو المنتج الجزائري الذي يبين أصل المنتج، المنشأ والجنسية الاقتصادية له. (داودي و عيواج، 2020، صفحة 287)

فالمنتج المحلي ينتج في رقعة جغرافية معينة بالاستعانة بكفاءات وموارد محلية لإنتاجه. (بن سفيان و حقانة ، 2021، صفحة 79). إذن لما نتحدث عن المنتج المحلي لأي بلد نتحدث عن بلد المنشأ أي انه يصنع داخل تراب وحدود إقليم البلد ووفقا للخصوصية المحلية.

5.2 مميزات المنتج المحلي: يتميز المنتج المحلي بمجموعة من الخصائص نوضحها فيما يلي: (مرزق و يونس، 2021، صفحة 578)

✓ **بلد المنشأ:** تنتج المنتجات محليا ليتم وصفها بالمحلية، حيث أن بلد المنشأ هو من يعطيها هذه الصفة.

✓ **طبيعة المنتجات:** المنتجات التي يتم تصنيعها على متن سفن تابعة للبلد المحلي، المنتجات النباتية المجمعة والتي تم حصادها في البلد المحلي، المنتجات التي تم استخراجها خارج المياه الإقليمية ولكن للبلد المحلي كامل الحقوق لاستعمال تلك المياه الإقليمية أو التربة، الحيوانات التي ولدت حية ويتم تربيتها في البلد المحلي، المنتجات التي يتحصل عليها من الصيد البحري أو البري في البلد المحلي، المنتجات التي يتحصل عليها من حيوانات حية في البلد المحلي.

✓ **القيمة المضافة:** لكي يكون المنتج محليا يجب على البلد أن يساهم في بعض المنتجات بنسبة معينة. هذا ويدر المنتج المحلي عوائد معتبرة تعود للخزينة العمومية من جراء الضرائب المحصلة

6.2 الاجراءات المعتمدة من قبل الدولة لتطوير المنتج المحلي: انتهجت الدولة الجزائرية مجموعة من الإجراءات والتدابير لتطوير المنتج المحلي وترقيته، بهدف المساهمة في تحسين مؤشرات الاقتصاد الكلي بالجزائر ومن ضمن هذه الاجراءات نجد على سبيل الذكر لا الحصر ما يلي: (بربار و مسعود، 2021، الصفحات 03-07)

- تعزيز المنافذ التمويلية المتاحة امام المؤسسات المنتجة محليا من خلال توفير العديد من مصادر التمويل سواء عن طريق البنوك والمؤسسات المالية أو عن طريق هيئات الدعم العمومية المخصصة لهذا الغرض كالوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة والوكالة الوطنية لترقية الاستثمار، وحتى هيئات دعم تمويلية متناهية في الصغر كالوكالة الوطنية للقرض المصغر بالإضافة إلى إمكانية ولوج البورصة قصد الحصول على منافذ تمويلية تسمح لها بتعزيز تواجدتها في السوق.
- منح الدولة للمؤسسات الناشطة محليا للعديد من الامتيازات منها توفير العقار الصناعي ومنح العديد من التحفيزات والاعفاءات الجبائية خاصة في السنوات الاولى لنشاط المؤسسة قصد إمكانية منافستها للعلامات الاجنبية.
- تفضيل العلامات المحلية في الصفقات والعقود المحلية على العلامات الاجنبية قصد إعطاء دفع للمؤسسات المنتجة للعلامات المحلية وضمان حجز مكانة لها في السوق.
- تقديم التسهيلات الادارية المختلفة من خلال منح التراخيص واستخراج السجلات التجارية، والتعامل مع مختلف الهيئات الادارية كصناديق الضمان الاجتماعي والهيئات الادارية ذات الصلة.
- تقديم تسهيلات جبائية وجمركية ودعم أثناء عملة تصدير المنتجات المحلية للأسواق الخارجية.
- تدخل كل هذه الاجراءات في إطار سعي الحكومة المستمر على تشجيع المنتج المحلي على اعتبار انه مصدر لخلق الثروة الوطنية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي للبلد.

3. مكانة الصناعة الصيدلانية في الانتاج المحلي الجزائري:

عرفت الصناعة الصيدلانية المحلية انطلاقتها في منتصف سنوات التسعينات بعد صدور قانون يجبر الشركات المتعددة الجنسيات المنتجة للأدوية بالجزائر على الاستثمار والانتاج داخل الوطن في اطار الشراكة مع القطاع العمومي والخاص حيث تم ابرام أول شراكة بين مخابر فايرز الأمريكية سانوفي الفرنسية والتجمع الأوروبي للصيدلة جي.بي.أو مع مجمع صيدال من أجل انتاج عدة أصناف من الأدوية، ومنذ تلك الفترة ظهرت وحدات جديدة للقطاع الخاص بدأت تنتج في اطار الشراكة مع الشركات الأجنبية حيث بلغت 100 وحدة انتاج الا أن هذه الوحدات عانت من عدة عراقيل من بينها غياب نصوص قانونية منظمة وأوعية عقارية وصعوبة الاستفادة من القروض البنكية، وعليه سنتطرق الى بعض المفاهيم المتعلقة بالصناعة الصيدلانية ومختلف الإجراءات المتخذة لتطوير قطاع الصناعة الصيدلانية في الجزائر. (صناعة صيدلانية: من تلبية احتياجات المواطن الى الولوج الى الأسواق الخارجية، 2022)

3.1 مفاهيم حول الصناعة الصيدلانية

3.1.1 مفهوم الصناعة الصيدلانية: تعد الصناعة الصيدلانية من الصناعات الاستراتيجية تضم مجموعة متكاملة من الوظائف والمتعاملين والإجراءات تهدف الى توفير الأدوية اللازمة للطب البشري، والحيواني بالجودة العالية والفعالية المطلوبة، فالصناعة الصيدلانية هي مساهمة كل من الشركات الصيدلانية والموزعين (تجار التجزئة

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

صيادلة وتجار الجملة)، هيئات حكومية متخصصة في أداء وظائف البحث والتطوير والإنتاج وتسويق الأدوية وفقا لإجراءات وقواعد محددة. (بن معمر و غول، 2018، الصفحات 731-732)

2.1.3 خصائص الصناعة الصيدلانية: تتميز الصناعة الصيدلانية بمجموعة من الخصائص وهي: (الحول، 2016، صفحة 168)

- تتمتع الصناعة الصيدلانية بأنظمة توزيع ديناميكية تساهم في إيصال المنتجات للمستهلك.

- تركز على المهارات الراقية، الخبرات المتراكمة، والتخصص.

- صناعة تحدد فيها المنافسة فهي تجارة مربحة.

- تتميز بمعدلات إنتاجية عالية، وباستراتيجية تقليص التكاليف، واستراتيجية تسويقية هجومية.

- صناعة كثيفة التكنولوجيا ورأس المال، حيث أن الشركات الصيدلانية العملاقة هي التي تحرك التكنولوجيا من خلال الابتكارات والاختراعات وحقوق الامتياز ورأس مالها الضخم.

2.3 الصناعة الصيدلانية في الجزائر مرت صناعة الأدوية في الجزائر بأربعة مراحل وهي: (بوشنافة، 2011، الصفحات 129-131)

1.2.3 مرحلة ما قبل الاستقلال: شركة بوتيك التي أنشأت سنة 1952 كانت تقوم بصناعة الأدوية في الجزائر، والاعلان غداة الاستقلال عن مؤسسة فرمال التي رأت النور سنة 1962.

2.2.3 المرحلة الثانية من سنة 1962 الى سنة 1982: انشاء سنة 1963 الصيدلة المركزية الجزائرية (P.C.A)، حيث سيطرت على قطاع الصناعة الدوائية في الجزائر من حيث الإنتاج، البيع والتوزيع. بالإضافة الى قيام الشركة الوطنية للصناعات الكيماوية (S.N.I.C) على انجاز مركب جديد للمضادات الحيوية بالمدينة والذي انطلق في الإنتاج سنة 1988، وانشاء مؤسسة سوكوثيد (SOCOTHYD) سنة 1969، كما تم البدء في انجاز مشروع معهد باستور الذي بقي قيد الإنجاز حتى مطلع التسعينات.

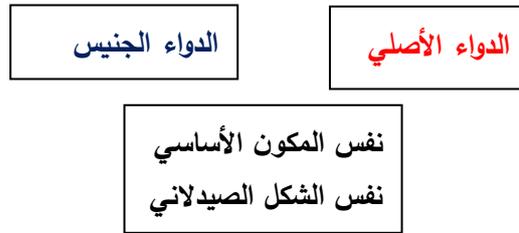
3.2.3 المرحلة الثالثة من سنة 1982 الى سنة 1987: وهي مرحلة إعادة الهيكلة العضوية للمؤسسات حيث تم استحداث ثلاث مؤسسات جهوية للبيع والتوزيع وهي (ENAPHARM بالوسط، ENCOPHARM بالشرق الجزائري، ENOPHARM بغرب البلاد)، مؤسسة لإنتاج وتوزيع التجهيزات الطبية (ENEMEDI)، ومؤسسة لإنتاج الأدوية والمسماة صيدال (SAIDAL) والتي استحوذت على كل من مؤسسات بيوتيك وفرمال ومركب المضادات الحيوية بالمدينة.

4.2.3 المرحلة الرابعة من سنة 1988 الى 2005: شهدت هذه المرحلة تحرير التجارة الخارجية وصدور قانون النقد والقرض، مع صدور قانون جديد لترقية الاستثمار في الجزائر، هذه القوانين تسمح بتدخل القطاع الخاص الوطني والأجنبي في الاستيراد، التوزيع بالجملة وكذا انتاج الأدوية. وتميزت هذه المرحلة بظهور مؤسسة (SOMEDIAL) المتخصصة في الاستيراد، (DIGROMED) في التموين بالجملة، (ENDIMED) التموين بالتجزئة، و (ENIE) لإنتاج التجهيزات الطبية، و (NOVER) لإنتاج كراسي طب الأسنان.

3.3 المنتجات الصيدلانية في الجزائر: المواد الصيدلانية في السوق المحلي جنيسة، فالدواء الجنيس هو نسخة مطابقة تماما للدواء الأصلي وله نفس الفعالية والجودة وهو مضمون مثل كل الأدوية الأخرى، فهو يخضع لنفس عمليات الرقابة ونفس المتابعة، كما أن هذا الدواء يسمح بعلاج العديد من الأمراض القصيرة أو طويلة الأمد (داء السكري، نسبة الدهون في الدم، أو الكوليسترول، التعفّنات، ارتفاع ضغط الدم، القرحة، آلام الرأس أو الحمى...) (بوزيان ، 2012، صفحة 210)

فالأدوية الجنيسة هي أدوية دخلت في الحق العام عند نهاية المدة القانونية لحماية الدواء الأصلي، أين يصبح تصنيعها متاحا دون اذن أصحاب البراءات، وهي مطابقة للأدوية الأصلية من حيث التركيبة والكمية للمادة الفعالة ولها نفس الشكل الصيدلاني وتضمن نفس الأثر العلاجي، تسوق بالاسم الطبي وليس التجاري للدواء وتتسم بتكلفتها المنخفضة إذا ما قورنت بالأصلية. (مقال، 2016، صفحة 26)

الشكل 2: الأدوية الجنيسة والأصلية



المصدر: (مقال، 2016، صفحة 26)

4.3 الاجراءات المتخذة لتطوير قطاع الصناعة الصيدلانية في الجزائر:

في سياق العمل على تطوير قطاع الصناعة الصيدلانية تم اتخاذ جملة من الاجراءات منها ما هو مرتبط بالصناعة الصيدلانية مباشرة ومنها ما هو مرتبط بالقطاع الصناعي بصفة عامة ويمكن حصر هذه الاجراءات في ما سيلي ذكره.

1.4.3 تأهيل المؤسسات: وضعت السلطات الجزائرية ثلاثة برامج للتأهيل في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وهي كالتالي: (كرمية و آخرون، 2021، الصفحات 280-281)

-البرنامج الوطني لتحسين التنافسية الصناعية لوزارة الصناعة في ظل هذا البرنامج تم تأسيس صندوق الترقية والتنافسية الصناعية الذي يقدم المساعدات المالية المباشرة للمؤسسات الصناعية أو الخدمية التي لها صلة بالصناعة، وهذه المساعدات المالية تغطي النفقات المتعلقة بالتشخيص الاستراتيجي الشامل وهياكل الدعم التي تساهم في تحسين الجودة المتعلقة بالمعايرة والتقييس الصناعي في التكوين والبحث والتطوير وترقية القطاع الصناعي ورد الاعتبار للمناطق الصناعية ومناطق الأنشطة.

-برنامج الدعم (EDPME) وهو ممول من طرف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية واللجنة الأوروبية يهدف الى تقوية تنافسية المؤسسات الصناعية الخاصة في جميع المجالات.

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

-البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحاملة للجنسية الجزائرية العامة منها والخاصة الذي يهدف الى تقوية تنافسيتها على مستوى السعر والجودة.

واستفاد قطاع الصناعة الصيدلانية من هذه البرامج شأنه شأن القطاعات الصناعية الاخرى ففي الكثير من الحالات تتم عملية التطهير المالي للمؤسسات الوطنية النشطة في مجال صناعة الادوية وهذا قصد بقائها خدمة للصحة العامة وتحقيق الامن الصحي.

2.4.3 الاجراءات الجبائية والجمركية: يقدم القانون الجبائي الجزائري مجموعة من المزايا الجبائية كإعفاء مؤقت لمدة 5سنوات من الضريبة على أرباح الشركات، الضريبة على الدخل الإجمالي والرسم على النشاط المهني ومنح تخفيض قدره 3% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية لصالح الاستثمارات المنجزة ضمن بعض النشاطات التابعة للفروع الصناعية (كالصناعة الصيدلانية)، بالإضافة الى تكفل الخزينة بالفوائد البنكية للاستثمارات المنجزة من طرف مؤسسات القطاع الصناعي الموجهة لاقتناء التكنولوجيا والتحكم فيها بغرض تعزيز معدل الادمج الصناعي لمنتجاتها وقدراتها على المنافسة، وتخفيض حصة اشتراك أرباب العمل في الضمان الاجتماعي عند توظيف الشباب طالبي العمل. (يحياوي و سعيداني، 2018، الصفحات 123-124) بالإضافة الى احترام التوازن الجبائي والحرص على المساواة بين المتعاملين في فرض الجبائية، تنظيم النشاط الاقتصادي من خلال تشريع قوانين جبائية للمتعاملين الاقتصاديين الذين يشتغلون في نفس النشاط. (صلواتشي، حبشي، و حبشي، 2020، صفحة 154)

أما الإجراءات الجمركية المتخذة بهذا الشأن فتمثلت في: (العرجوم و بن سحنون، 2022، الصفحات 218-219) ✓ الاعفاء من إيداع ضمانات في إطار نظام القبول المؤقت عند استيراد الرزم الفارغة لتغليف السلع الموجهة للتصدير أو السلع الموجهة لتحسين الصنع الإيجابي(التحويل) لتصدر لاحقا، وهذا ينطبق أيضا على التصدير المؤقت للسلع من أجل تحسين الصنع السلبي (انجاز أعمال)، والموجهة للتصدير النهائي.

✓ زيارة الموقع والتخليص الجمركي عن بعد.

✓ اصدار وصل العبور بالجمارك، بالنسبة للصادرات التي تمت عبر الطرق البرية.

✓ انشاء الرواق الأخضر الذي يسمح بالمصادقة على تصريح التصدير دون معاينة ن السلع، بالإضافة الى التسهيلات على مستوى مختلف الموانئ.

✓ تفعيل الدفتر (ATA) بمدة صلاحية سنة، وهو اجراء مبسط للتصدير المؤقت للعينات وكذا للمشاركة في المعارض والصالونات في الخارج، ويسلم حصريا من طرف (CACI) الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة.

✓ التصريح المسبق المبكر وتقديم البيان قبل وصول البضائع.

3.4.3 الاجراءات المالية: من ضمن الاجراءات المتخذة في الجانب المالي لتطوير قطاع الصناعة الصيدلانية

نجد :

✓ تأسيس الصندوق الخاص بترقية الصادرات بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الأسواق الخارجية، كما تمنح اعانات الدولة عن طريق هذا الصندوق لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقدم خدمات ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير، ويحدد مبلغ اعانة الدولة المتاحة بإشراف وزارة التجارة وحسب نسب تحدد مسبقا وفقا للموارد المتوفرة. (بومعزة، 2017، صفحة 117) بالإضافة الى إجراءات أخرى كتخفيض قيمة العملة الوطنية، تخفيض أسعار الفائدة بالنسبة للتمويل الموجه للتصدير، وضع الأطر الخاصة بقروض التصدير. (يحياوي ع.، 2022، صفحة 303)

4.4.3 الإجراءات البنكية: أما الاجراءات المتخذة في جانب البنوك تتمثل في: (صالح، 2021، الصفحات 427-428)

- التصدير بالاستيداع.
 - توطين صادرات المنتجات الطازجة والقابلة للتلف أو الخطيرة.
 - مسؤولية استعادة عائدات التصدير.
 - اعفاء من التوطين البنكي عينات والهبات والسلع الواردة من كجزء من الضمان، والصادرات التي قيمتها أقل أو تساوي 100 ألف دج والتي تمت بواسطة بريد الجزائر.
- 5.3 الإجراءات المتخذة في قطاع الصناعات الصيدلانية** لتأهيل الصناعة الصيدلانية اتخذت الدولة عدة إجراءات وهي كالتالي: (يحياوي ح.، 2017، صفحة 137)
- ✓ اصدار دفتر الشروط لسنة 1997 الذي اجبر مستوردي الدواء في الجزائر على الاستثمار في الإنتاج الصيدلاني لأجل أقصاه سنتين الى أربع سنوات.
 - ✓ اعفاء بعض المواد الأولية من الرسوم الجمركية ومنع استيراد 128 دواء يصنع محليا قرار 2005 الذي ألغى دفتر الشروط كليا وبالتالي وضع قطيعة لتطوير الاستثمار الصيدلاني في الجزائر
 - ✓ إعادة اصدار دفتر الشروط أكتوبر 2008 الذي يجبر الأجانب بالاستثمار مع مستثمرين محليين بنسبة لا تقل عن 30 %.

✓ قرار منع استيراد الأدوية المصنعة محليا وقائمة منع استيراد 354 دواء ديسمبر 2015

بالإضافة الى:

✓ بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20-163 المؤرخ في 23 جوان 2020 تم استحداث وزارة الصناعة الصيدلانية بهدف تعزيز السيادة الصحية الوطنية تجسيدا لبرنامج السيد رئيس الجمهورية، وتحويل قطاع الصناعة الصيدلانية الى قطاع مولد للثروات

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

✓ في 30 أوت 2020 صدور المرسوم الرئاسي رقم 20-02 الذي سمح بتعديل القانون 18-11 المؤرخ في 02 جويلية 2018 المتعلق بالصحة أدى هذا التعديل بتحويل بعض صلاحيات التابعة لوزارة الصحة الى وزارة الصناعة الصيدلانية.

✓ صدر في الجريدة الرسمية العدد 69 مرسوم تنفيذي رقم 20-326 مؤرخ في 22 نوفمبر 2020 مهام اللجنة الاقتصادية القطاعية المشتركة للأدوية وتشكيلها وتنظيمها وسيرها التي تهدف الى ضبط السوق الصيدلاني الوطني.

✓ انتهاج مقارنة للاقتصاد الصيدلاني مع ادراج معادلة جزائرية لحساب القيمة المضافة من خلال قرار وزاري في 26 ديسمبر 2020 الجريدة الرسمية رقم 78

✓ القرار المؤرخ في 26 ديسمبر 2020 يحدد كيفية تسجيل الأدوية الموجهة للتصدير مع تحديد حر للسعر

✓ القرار الوزاري المؤرخ في 14 فبراير سنة 2021، الجريدة الرسمية رقم 15 يحدد دفتر الشروط التقنية الخاصة باستيراد المواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية الموجهة للطب البشري، بهدف تقليص فاتورة الاستيراد

✓ كما صدر بالجريدة الرسمية رقم 14 المرسوم التنفيذي رقم 21-82 المؤرخ في 23 فبراير 2021 الذي يتعلق بالمؤسسات الصيدلانية وشروط اعتمادها.

✓ المرسوم الرئاسي رقم 21-167 الممضي في 25 أبريل 2021 الذي نص على التصديق على المعاهدة المؤسسة لووكالة الأدوية الافريقية بالتنسيق مع وزارة الشؤون الخارجية

4. سوق المنتجات الصيدلانية في الجزائر: قطاع الصناعة الصيدلانية يعتبر من أهم القطاعات التي يعول

عليها في المخطط الوطني للإنعاش الاقتصادي، يهدف الى تعزيز السيادة الصحية الوطنية بإنتاج 70% من الحاجيات الوطنية، حيث يمثل سوق الأدوية في الجزائر فاتورة قدرها 4 مليار دولار، أي بنسبة 0.3% من السوق العالمي. حيث أن السوق الصيدلاني في الجزائر يتميز بمواد صيدلانية جنيسة بنسبة 80%، و 20% مواد أصلية.

(جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني، 2021)

الشكل 3: تركيبة المدونة الوطنية للمواد الصيدلانية

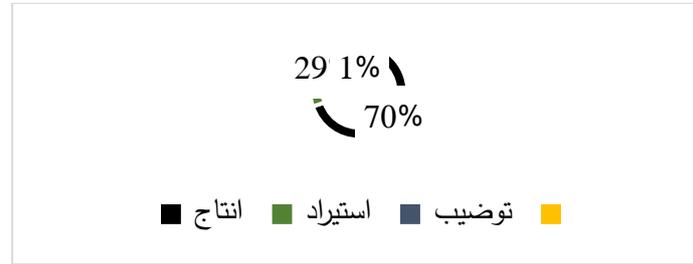


المصدر: (جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني، 2021، صفحة 30)

نلاحظ من الشكل أعلاه أن 80% من المواد الصيدلانية هي جنيسة والتي تغطي نسبة كبيرة من احتياجات السوق مما ساهم في تخفيض فاتورة الاستيراد فلقد سعت الحكومة الجزائرية على ترشيد نفقاتها والعمل على ترقية المواد الصيدلانية الجنسية مع تشجيع المواطنين على شرائها ، أما 20% مواد صيدلانية أصلية لأنه

يصعب توفيرها محليا بسبب أنها مبتكرة ولذلك لا بد من الاستثمار في الموارد البشرية ومراكز البحث والتطوير لتوفيرها محليا.

الشكل 4: توزيع مصادر الأدوية في المدونة الوطنية في السوق الصيدلاني



المصدر: (جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني، 2021، صفحة 30) نلاحظ من الشكل أعلاه أن المدونة الوطنية تتكون من 4036 دواء موزعة كالتالي من حيث العدد 70% انتاج، 29% استيراد، 1% توضيب، حيث تسعى الحكومة الجزائرية الى تقليص فاتورة الاستيراد، أما فيما يتعلق بالإنتاج فوزارة الصناعة الصيدلانية سجلت ارتفاعا في عدد الأدوية المصنعة في الجزائر، وعملت على تنصيب مرصد وطني للرقابة على توفر الأدوية مع وضع منصة رقمية لتتبع مستويات المخزونات المعلن عنها وبرامج التصنيع والاستيراد، فوزارة الصناعة الصيدلانية تعمل على ترقية استثماراتها ونتاجها لتلبية الحاجات الوطنية

1.4 تطور سوق المنتجات الصيدلانية في الجزائر من سنة 2000 الى 2021

الجدول 1: تطور قيمة الواردات من المنتجات الصيدلانية في الجزائر من سنة 2000 الى 2021 (مليون دولار)

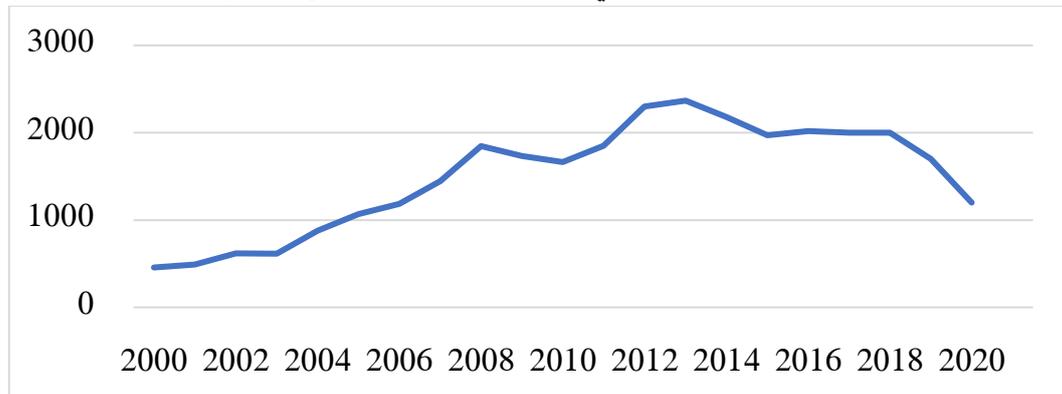
السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
قيمة الواردات	457	492	620	615	877	1069	1185	1445	1845	1734	1665
السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
قيمة الواردات	1850	2300	2367	2179	1970	2020	2000	2000	2000	1700	1200

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على:

- (هاني، 2018، صفحة 141)

- (جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني، 2021، الصفحات 8-18)

الشكل 4: تطور قيمة الواردات من المنتجات الصيدلانية في الجزائر من سنة 2000 الى 2021 (الوحدة: مليون دولار)



مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على الجدول أعلاه وبرنامج Excel

نلاحظ من خلال الشكل رقم 04 أعلاه ارتفاع مستمر لقيمة الواردات من 457 مليون دولار سنة 2000 الى غاية سنة 2008 بقيمة 1845 دولار أمريكي بسبب الغاء دفتر الشروط ثم تراجع قيمتها سنتي 2009 و2010 نظرا للتشجيع على الإنتاج المحلي من خلال دفتر الشروط الذي صدر في 2008 ، لتعود الى الارتفاع من سنة 2011 ب1850 مليون دولار الى غاية سنة 2014 ب2179 مليون دولار لعدم كفاية الأدوية لعلاج الأمراض المزمنة وطنيا لتتراجع سنة 2015 الى 1970 مليون دولار بسبب صدور قانون منع استيراد 357 دواء يتم انتاجه محليا، ثم تعود الى الارتفاع سنة 2016 الى 2020 مليون دولار بسبب عدم تحقيق الاكتفاء الذاتي في مجال تصنيع الأدوية خاصة أدوية السكري وضغط الدم والسرطان، لتبقي سنة 2017 و2018 و2019 في ركود بقيمة 2000 مليون دولار بسبب جائحة كورونا ، لتتخفص سنتي 2020 و2021 من 1700 مليون دولار الى 1200 مليون دولار بسبب تأسيس وزارة الصناعة الصيدلانية

الجدول 2: تطور حجم الإنتاج الوطني من المنتجات الصيدلانية في الجزائر من سنة 2000 الى 2021 (الوحدة: مليون دولار)

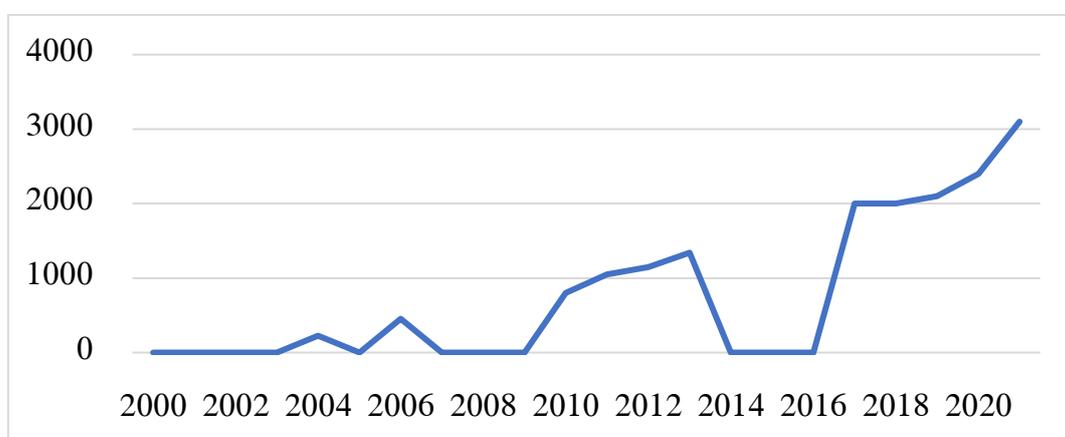
السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الإنتاج المحلي	111,44	93,04	106,59	100,84	225	232,40	455	586,57	533,90
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الإنتاج المحلي	771,32	800	1050	1150	1340	1173,30	1201,29	1186,35	2000
السنة	2018	2019	2020	2021	/	/	/	/	/
الانتاج المحلي	2000	2100	2400	3100	/	/	/	/	/

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على:

- (هاني، 2018، صفحة 145)

- (جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني، 2021، الصفحات 8-18)

الشكل 5: تطور حجم الإنتاج الوطني من المنتجات الصيدلانية في الجزائر من سنة 2000 الى 2021 (الوحدة: مليون دولار)



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على الجدول رقم 02 وبرنامج Excel

نلاحظ من الشكل أعلاه 5 هناك تذبذب في قيمة الإنتاج من سنة 2000 إلى 2003. ثم ارتفع الإنتاج سنة 2004 من 225 مليون دولار إلى سنة 2013 بقيمة 1340 مليون دولار بسبب تشجيع الحكومة على الإنتاج المحلي وصدر قانون ترقية الاستثمارات ANDI الذي فتح المجال للقطاع الخاص لإنتاج وتوزيع المنتجات الصيدلانية. ثم انخفض سنتي 2014 و2016 بسبب وجود عراقيل تصعب من عملية الإنتاج في هذا القطاع ليمر الإنتاج الوطني سنتي 2017 و2018 بركود، ثم يعود إلى الارتفاع من سنة 2019 إلى غاية 2021 ليصل إلى 3100 مليون دولار نتيجة تأسيس وزارة الصناعة الصيدلانية.

2.4 مساهمة المؤسسات الوطنية الصيدلانية في الإنتاج المحلي: من بين الشركات الجزائرية الرائدة في سوق المنتجات الصيدلانية مجمع صيدال ومجموعة بيوفارم حيث يعتبر مجمع صيدال من بين أهم الشركات الوطنية في قطاع الصناعة الصيدلانية تأسس سنة 1982 لتلبية حاجة إقامة صناعة صيدلانية محلية قادرة على توفير الأدوية للمواطنين، فهو متخصص في تطوير وإنتاج وتسويق المنتجات الصيدلانية الموجهة لاستهلاك البشري، صيدال شركة ذات أسهم برأسمال 2.500.000.000 دينار جزائري، تم إدراج رأسمالها في البورصة سنة 1999، حيث %80 ملك للدولة و%20 المتبقية ملك للمستثمرين من المؤسسات والأشخاص. أما مجموعة بيوفارم فهي مجموعة صناعية وتجارية استثمرت في قطاع الأدوية في أوائل التسعينات ولديها اليوم وحدة إنتاج تلبى المعايير الدولية.

1.2.4 إنتاج مجمع صيدال ومجموعة بيوفارم من سنة 2018 إلى 2021

الجدول 3: الإنتاج المحقق لمجمع صيدال من سنة 2018 إلى 2021 (1000 وحدة)

انتاج	2018	2019	2020	2021
الكمية	124544	121893	112227	102935
القيمة	8668687	8989092	8244580	8119592

Source: (rapport de gestion du conseil d'administration, exercice 2019, groupe saidal, p. 16)

(rapport de gestion du conseil d'administration 2020, exercice 2020, groupe saidal, p. 18)

(rapport de gestion du conseil d'administration 2021, exercice 2021, groupe saidal, p. 27)

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الإنتاج المحقق خلال سنة 2019 كان 121893 بقيمة 8989092 ألف دينار،

حيث تم ت

سجيل انخفاض في الكمية قدره 2,13% وزيادة في القيمة بـ 1,32% مقارنة بسنة 2018. ويرجع ذلك إلى تنظيم الإنتاج بالنسبة لمستوى المخزون والأعطال الميكانيكية. أما الإنتاج المحقق خلال سنة 2020 كان 112227 بقيمة 8244580 ألف دينار، مع تسجيل انخفاض في الكمية والقيمة بـ 7,93% و 6,13% على التوالي مقارنة بسنة 2019، وذلك راجع للتغيير في برامج الإنتاج بسبب جائحة كورونا مما أدى إلى عدم تحقيق بعض المنتجات لقيمة عالية. والإنتاج المحقق خلال سنة 2021 كان 102935 بقيمة 8119592 ألف دينار، مع تسجيل انخفاض في الكمية والقيمة بـ 8,28% و 1,52% على التوالي مقارنة بسنة 2020. وذلك راجع إلى نفاذ المواد الخام

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

ومواد التعبئة والتغليف مما أثر سلبا على عملية الإنتاج، بالإضافة الى تنظيم الإنتاج مقارنة بحجم المخزون، وتوقيف خطوط انتاج احدى المواد بداية من شهر ماي للقيام بإصلاحات على مستوى المعمل.

الجدول 4: الإنتاج المحقق لمجموعة بيوفارم من سنة 2018 الى 2021 (وحدة:مليون)

انتاج	2018	2019	2020	2021
الكمية	58	55	47	56

Source : (rapport annuel de gestion2018,biopharm, p. 24)

(rapport annuel de gestion2019,biopharm, p. 27)

(rapport annuel de gestion2021,biopharm, p. 21)

من الجدول أعلاه نلاحظ ان مجموعة بيوفارم في سنة 2018 انتجت 58 مليون علبة بزيادة 31% عن سنة 2017، وشهدت سنتي 2019 و 2020 تراجع طفيف في الإنتاج بسبب جائحة كورونا حيث بلغت 55مليون و 47مليون علبة على التوالي، ثم ارتفع الإنتاج سنة 2021 الى 56مليون علبة نتيجة التعايش مع جائحة كورونا واتخاذ التدابير اللازمة.

3.4 صادرات مجمع صيدال ومجموعة بيوفارم

الجدول 5: صادرات مجمع صيدال من سنة 2010الى 2020

السنة	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	105601أورو حيث قام المجمع بتصدير ثماني منتجات الى كل من السنغال، النيجر واليمن	109000أورو، المجمع قام بتصدير سبعة منتجات الى كل السنغال، النيجر و موريتانيا	173950أورو، صدر المجمع 21منتجا الى كل من السنغال والنيجر	86334أورو، صدر المجمع أربع منتجات الى كل السنغال والنيجر
السنة	2016	2018	2019	2020
قيمة الصادرات	360000أورو، قام المجمع بتصدير منتجين الى السنغال	قام المجمع بالتصدير الى بعض الدول الافريقية والعربية، كما شارك في بعض المعارض الدولية وهيمن 13 الى 29جانفي 2018 المعرض الدولي بـ بـماكو، مالي. -من 26أفريل الى 02ماي 2018 المعرض الدولي بنيامي، النيجر. -من 22الى 28أكتوبر 2018	قام المجمع بالتصدير نحو موريتانيا كمية 37ألف وحدة، بقيمة 2682ألف دينار	قام مجمع صيدال بتصدير منتجات PARALGAN 500mg و ORAPEN 1 MUI الى بوركينا فاسو كمية 83ألف وحدة، وبقيمة 9662 ألف دينار

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على:

- (معاشو و فارس، 2020، الصفحات 423-424)

(rapport de gestion du conseil d'administration2018,groupe saidal, p. 14)

(rapport de gestion du conseil d'administration, exercice2019,groupe saidal, p. 15)

(rapport de gestion du conseil d'administration2021,exercice2021,groupe saidal, p. 25)

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مجمع صيدال يصدر منتجاته الى بعض الدول الافريقية والعربية بكميات معتبرة، حيث يعمل المجمع من خلال برنامجه لسنة 2022 على رفع عائداته الى 1,5مليون أورو من خلال برنامج

التصدير الموجه الى دول افريقيا والشرق الأوسط. كما أن المجمع ينتظر ترخيص الصحة العالمية لتصدير لقاح كورونا فاك ل كورونا الذي تم انتاجه بالشراكة مع مخبر سينوفاك.

الجدول 6: صادرات مجموعة بيوفارم

السنة	2015	2020
قيمة الصادرات	الحصول على تصديق من الوكالة الفرنسية لتأمين الدواء والمنتجات الصحية (ANSM-FRANCE) بخصوص منتج تم انتاجه بواد السمار، فهذه الوثيقة الرسمية تؤكد بأن المنتج ذو جودة عالية ويتطابق مع المقاييس الأوروبية ويمكن تصديره الى الأسواق الأوروبية	بلغت قيمتها 10,5 مليار دينار

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على:

(rapport annuel de gestion 2015, biopharm, p. 10)

(rapport annuel de gestion 2021, biopharm, p. 09)

5.4 مكانة مجموعة بيوفارم ومجمع صيدال في السوق الجزائرية

الجدول 7: مكانة مجموعة بيوفارم ومجمع صيدال في السوق الجزائرية

اسم الشركة	قيمة مبيعات 2019	الحصة السوقية في 2019 (V)	قيمة مبيعات (بالآلاف) 2020	الحصة السوقية 2020	قيمة مبيعات (بالآلاف) 2021	الحصة السوقية 2021
1- الشركات الوطنية						
BIOPHRM	13 433 153	3,10%	14 816 278	3,33%	16 823 327	3,52%
SAIDAL	9 930 690	2,29%	10 295 451	2,31%	10 531 734	2,20%
2- الشركات الأجنبية النشطة في الجزائر						
SANOFI	56 833 839	13,11%	61 900 569	13,90%	59 230 054	12,38%
NOVO NORDISK	31 694 586	7,31%	34 343 467	7,71%	40 813 631	8,53%
EL KENDI	43 623	7,44%	33 908 488	7,61%	34 227 157	7,16%
HIKMA PHARMA	16 420 439	3,79%	19 069 249	4,28%	26 066 685	5,45%
GLAXOSMITHKLINE	14 942 704	3,45%	13 067 085	2,93%	14 185 492	2,97%
PHARMALLIANCE	12 748 251	2,94%	14 282 771	3,21%	15 204 364	3,18%
BEKER	11 885 876	2,74 %	13 067 099	2,93%	14 413 634	3,01%
MERINAL	12 068 441	2,78%	11 986 888	2,69%	13 840 074	2,89%
PFIZER	11 103 169	2,56%	11 472 295	2,58%	7 303 696	1,53%
SOPHAL	5 551 113	1,28%	5 358 979	1,20%	5 058 788	1,06%
MERCK SERONO	7 766 936	1,79%	7 772 999	1,75 %	9 788 150	2,05%
BIOGALENIC	7 587 377	1,75%	8 605 458	1,93%	9 999 632	2,09%

Source : (rapport de gestion du conseil d'administration 2020, exercice 2020, groupe saidal, p. 33)

(rapport de gestion du conseil d'administration 2021, exercice 2021, groupe saidal, p. 12)

نلاحظ من الجدول أعلاه هناك منافسة بين الشركات الوطنية والأجنبية النشطة في الجزائر في السوق الصيدلاني الوطني حيث بلغت الكمية المستهلكة وطنيا لصيدال 68794 ألف وحدة بقيمة 9930690 ألف دينار ومجموعة

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

بيوفارم الكمية كانت 36995 ألف وحدة بقيمة 13433153 ألف دينار، والفائض تم تصدير، حيث صدر مجمع صيدال نحو موريتانيا كمية 37 ألف وحدة بقيمة 2682 ألف دينار حيث كانت الحصة السوقية لمجموعة بيوفارم ومجمع صيدال خلال سنة 2019 بلغت 10،3 و 29،2% على التوالي واحتلت بيوفارم المرتبة السابعة بينما مجمع صيدال احتل المرتبة الحادي عشر. أما في سنة 2020 الكمية المستهلكة وطنيا لصيدال كانت 70854 ألف وحدة بقيمة 10295451 ألف دينار ومجموعة بيوفارم الكمية المستهلكة 40721 ألف وحدة بقيمة 14816278 ألف دينار، والفائض تم تصديره، حيث صدر مجمع صيدال منتجات PARALGAN 500mg وORAPEN 1 MUI الى بوركينافاسو بكمية 83 ألف وحدة وبقيمة 9662 ألف دينار في حين بلغت صادرات مجموعة بيوفارم قيمة 10،5 مليار دينار، أما الحصة السوقية الجزائرية كانت 63%، من بينها شركتين وطنيتين هما بيوفارم وصيدال بحصة سوقية 3،33% و 2،32% على التوالي ولقد احتلت مجموعة بيوفارم المرتبة الخامسة ومجمع صيدال المرتبة الحادي عشر بسبب جائحة كورونا التي أثرت سلبا على قطاع الصناعة الصيدلانية في الجزائر. وفي سنة 2021 بلغت الكمية المستهلكة وطنيا لمجموعة صيدال 69451 ألف وحدة بقيمة 10531734 ألف دينار ومجموعة بيوفارم كانت كميته المستهلكة وطنيا 45715 ألف وحدة بقيمة 16823327 ألف دينار حيث احتل مجمع صيدال المرتبة الثانية بحصة سوقية 2،20% ومجموعة بيوفارم المرتبة الرابعة بحصة سوقية 3،52%، في حين أن شركة سانوفي لازالت تحتل المرتبة الأولى في السوق الجزائرية حيث في سنة 2019 كانت الكمية المستهلكة وطنيا 94535 ألف وحدة بقيمة 56833839 ألف دينار، وفي سنة 2020 الكمية المستهلكة وطنيا كانت 100533 ألف وحدة بقيمة 61900569 ألف دينار، وفي سنة 2021 كانت الكمية المستهلكة وطنيا 91268 ألف وحدة بقيمة 59230054 ألف دينار.

5. الخاتمة

ان الحكومة الجزائرية تعمل جاهدة لضبط سوق المنتجات الصيدلانية ومتابعة تطورات اتجاهات السوق الوطني والدولي لخفض فاتورة الاستيراد، حيث أنها شجعت على الاستثمار في هذا المجال وفتحت الباب أمام الشباب والمؤسسات الناشئة لولوج عالم الصناعة الصيدلانية وتصدير منتجاتهم، إضافة الى ضبط توريد المنتجات الصيدلانية وفقا للحاجات المحلية ومراقبة مخزونها. فهذا جعل الصناعة الصيدلانية في الجزائر تعرف قفزة نوعية حيث يعيش القطاع فترة انتعاش على جميع المستويات سواء من حيث الإنتاج أو التصدير.

اختبار الفرضيات : من خلال العرض الاحصائي أمكن الوصول إلى النتائج التالية :

بالنسبة للفرضية الاولى والتي تنص أن الدعم الحكومي الخاص بترقية المنتج المحلي لا يتلاءم مع خصوصية قطاع الصناعة الصيدلانية، أثبتت الدراسة صحته وذلك بالنظر لخصوصية الصناعة الصيدلانية التي تعتمد على الاستثمار في الرأسمال البشري كأولوية أولى، ثم تأتي أشكال التحفيز الأخرى الأمر الذي يستدعي تكيف آليات الدعم الخاصة بهذا القطاع قصد تفعيل الدور الريادي للمؤسسات الوطنية الناشطة في هذا المجال وفي مقدمته مجمع صيدال.

أما الفرضية الثانية والتي تنص على أن تطوير الصناعة الصيدلانية كقطاع اقتصادي يقنضي الاستثمار المستمر في البحوث الطبية ورأس المال البشري، وهذا ما أثبتته الدراسة وكرسته جائحة كورونا ومحاولة مجمع صيدال مواكبة الحدث في إنتاج بعض الادوية من خلال الشراكة مع بعض المؤسسات والمخابر الاجنبية يجعل من الضروري الاستثمار في نتائج البحوث والدراسات.

نتائج الدراسة: من خلال دراستنا لهذا الموضوع يمكن أن نستخلص النتائج التالية:

- مجمع صيدال ومجموعة بيوفارم رغم منتجاتهما المطروحة ورغم الدعم المقدم لهم إلا أن مساهمتهما في السوق الدوائية بالجزائر يبقى متواضع .
- المؤسسات الوطنية تسعى لتحقيق دور ريادي حقيقي في السوق الوطنية وفي الخارج من خلال استهداف الأسواق الافريقية والعربية وهذا ما برز من خلال حجم الادوية المصدر .
- الاجراءات الاحترازية في مجال استيراد الادوية يعتبر محفز للمؤسسات الناشطة في السوق الوطني على تطوير منتجاتها وزيادة توقعها السوقي.
- من الضروري الفصل بين آليات الدعم المقدمة للمنتج المحلي وآليات الدعم المقدمة لقطاع الصناعة الصيدلانية .
- الإسراع في تسجيل الأدوية البيولوجية المماثلة والجنيسة والمصنعة محليا التي تشكل استبدال مباشر للاستيراد لكسر احتكار المخابر الأجنبية.
- التوصيات :** يمكن أن نقترح التوصيات التالية
- ضرورة الاستثمار في البحوث الطبية والصناعة الصيدلانية بشكل يحقق الامن الصحي للبلد .
- الاستعانة بالكفاءات الجزائرية لتحسين وتطوير قطاع الصناعة الصيدلانية.
- تعزيز الشراكة الأجنبية مع أهم المخابر العالمية لاكتساب الخبرة والمهارات العالية والحصول على التكنولوجيا الحديثة.
- تشجيع المؤسسات الوطنية على إنتاج المنتجات غير مصنعة في السوق الوطنية للتحرر من الاستيراد.
- ضرورة توجيه الدعم للمنتج الصيدلاني وفق لاحتياجات البلد وبما يحقق توجيه الفائض للتصدير .
- العمل على الانتقال من استيراد الادوية الى تصديرها وفق رؤية اقتصادية .

6. قائمة المراجع:

- rapport annuel de gestion 2018, biopharm. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur boipharm: <https://www.biopharmdz.com/index.php/fr/investissement/prospectus>
- جلسة استماع لوزير الصناعة الصيدلانية بلجنة الصحة للمجلس الشعبي الوطني. (28, 12, 2021). تاريخ الاسترداد 01 30, 2023، من <https://miph.gov.dz/> وزارة الصناعة الصيدلانية:
- صناعة صيدلانية: من تلبية احتياجات المواطن الى الولوج الى الأسواق الخارجية. (17, 05, 2022). تاريخ الاسترداد 09 13, 2022، من وكالة الأنباء الجزائرية: <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/125976-2022-05-17-14-27->
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *principles of marketing seventeenth edition* (17 ed.). london: pearson education.

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

- rapport annuel de gestion2015,biopharm. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur biopharm: <https://www.biopharmdz.com/index.php/fr/investissement/prospectus>
- rapport annuel de gestion2019,biopharm. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur biopharm: <https://www.biopharmdz.com/index.php/fr/investissement/prospectus>
- rapport annuel de gestion2021,biopharm. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur biopharm: <https://www.biopharmdz.com/index.php/fr/investissement/prospectus>
- rapport de gestion du conseil d'administration, exercice2019,groupe saidal. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur calameo: <https://fr.calameo.com/read/0021858240faadf74867d>
- rapport de gestion du conseil d'administration2018,groupe saidal. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur calameo: <https://fr.calameo.com/read/002185824a5afafb369e8>
- rapport de gestion du conseil d'administration2020,exercice2020,groupe saidal. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur saidalgroup: <https://www.saidalgroup.dz/affichage-rapport-du-conseil-dadministration/>
- rapport de gestion du conseil d'administration2021,exercice2021,groupe saidal. (s.d.). Consulté le 02 03, 2023, sur saidalgroup: <https://www.saidalgroup.dz/affichage-rapport-du-conseil-dadministration-2021/>
- أحمد جبر. (2007). *إدارة التسويق المفاهيم-الاستراتيجيات-التطبيقات* (الإصدار بدون طبعة). مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- أحمد محمد فهمي البرزنجي، و نزار عبد المجيد البروراي. (2004). *استراتيجيات التسويق المفاهيم-الأسس-الوظائف* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
- أحمد مير، و مراد شريف. (2020). *الأسس النظرية لسلوك وبرامج ولاء الزبائن* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار وائل.
- الزهراء بن سفيان، و ليلي حقانة. (2021, 06 08). *المنتج الوطني وسياسات مزيجه التسويقي-مع الاشارة للمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية-ENIE*. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*, 14(01), 77-92.
- الصادق بوشناقفة. (2011, 07 31). *صناعة الأدوية في الجزائر وتحديات تطبيق اتفاقية حقوق الملكية الفكرية-حالة مجمع صيدال*. *مجلة البحوث والدراسات العلمية*, 05(01), 221-256.
- العربي مباريك. (2021, 12 16). *الاعلان التجاري في المؤسسات الاقتصادية شركة اتصالات موبيليس*. *مجلة البشائر الاقتصادية*, 07(03), 623-608.
- اياذ عبد الفتاح النسور. (2010). *الأصول العلمية للتسويق الحديث الحرب المحتملة بين مؤسسات الأعمال* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار صفاء.
- بشير عباس العلق، و علي محمد ربابعة. (2007). *الترويج والاعلان التجاري-أسس-نظريات-تطبيقات* (مدخل متكامل) (الإصدار الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري.
- بوهالي قواجلية، و رفيق زراولة. (2022, 03 29). *دور مهارات رجال البيع الشخصي في خلق الميزة التنافسية لمؤسسات الايواء السياحي دراسة على عينة من زبائن مؤسسات الايواء السياحي على مستوى الشرق الجزائري*. *مجلة اضافات اقتصادية*, 06(01), 248-267.
- توفيق كرمية، و آخرون. (2021, 06 30). *القطاع الصناعي في الجزائر كآلية للتنويع الاقتصادي*. *معارف*, 16(01), 275-290.
- تيسير العجارمة. (2005). *التسويق المصرفي* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الحامد.
- ثامر البكري. (2006). *التسويق أسس ومفاهيم معاصرة* (الإصدار الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري.
- ثامر البكري، و أحمد نزار النوري. (2009). *التسويق الأخضر* (الإصدار الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري.
- جيلالي بهاز، و معراج هوارى. (2016, 08 01). *دور وسائل الاعلان في التسويق السياحي*. *دراسات اقتصادية*, 10(03), 328-338.
- حسنية يحيوي. (2017, 10 01). *واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة الصيدلانية الجزائرية*. *مجلة مجاميع المعرفة*, 03(02), 144-132.
- حليمة بومعزة. (2017). *تقييم الأداء التصديري للمؤسسات الاقتصادية في ظل الانفتاح التجاري دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة خارج قطاع المحروقات* (أطروحة دكتوراه). 117. *كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف*.
- حميد الطائي، محمود الصميدعي، بشير العلق، و ايهاب علي القرم. (2007). *الأسس العلمية للتسويق الحديث مدخل شامل* (الإصدار الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري.
- دعاء مسعود ضمهر. (2006). *إدارة التسويق* (الإصدار 01). عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- راوية مطماطي. (2019, 06 01). *انتهاك حقوق مالك براءة الاختراع* (جريمة التقليد). *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*, 02(02), 253-242.
- رضوان المحمود العمر. (2008). *مبادئ التسويق* (الإصدار 03). عمان، الأردن: دار وائل.
- زكريا أحمد عزام، و علي فلاح الزعبي. (2011). *سياسات التسعير* (مدخل منهجي-تطبيقي متكامل) (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المسيرة.
- زكريا أحمد عزام، عبد الباسط ابراهيم حسونة، و مصطفى سعيد الشيخ. (2011). *مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق* (الإصدار 02). عمان، الأردن: دار المسيرة.

- زكي خليل المساعد. (2013). *التسويق في المفهوم الشامل* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار زهران.
- سارة زرقوط. (05 01, 2020). الاعلان الالكتروني وسلوك المستهلك النهائي-دراسة استثنائية لعينة من زبائن محلات مسرورة لتجهيز العرائس-سكيكدة. *مجلة ايكوفابن للدراسات الاقتصادية والمالية*، (02)02، 14-1.
- سحر أم الرتم، و سامية عواج . (07 05, 2019). الذكاء العاطفي للقوى البيعية في المؤسسة الجزائرية-دراسة ميدانية لعينة من رجال البيع بمؤسسة-ALABILI-. *مجلة تنمية الموارد البشرية*، (01)10، 264-277.
- سعد مرزوق، و مصطفى يونسى. (31 12, 2021). العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك الجزائري عند اقتناء المنتجات المحلية-دراسة ميدانية على عينة من مستهلكي المشروبات الغازية. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*، (03)08، 570-589.
- سلمى صالحى. (30 06, 2021). واقع الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر خلال الفترة من 2010 إلى 2020. *المجلة الدولية للأداء الاقتصادي*، (01)04، 410-431.
- سمير العبدلي قحطان. (2009). *الترويج والاعلان* (الإصدار بدون طبعة). عمان، الأردن: دار زهران.
- سيدي محمد بن أشنهو، و الحبيب سعيد قوار. (31 07, 2012). تأثير السعر والقمة المدركة على قرار الشراء لدى المستهلك. *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، (02)02، 25-43.
- شعبان بعيطيش، و آخرون. (30 12, 2017). أثر خصائص المنتج على اتخاذ القرار الشرائي للهواتف الذكية دراسة على عينة من مستعملي الهواتف الذكية SAMSUNG بمدينة المسيلة. *مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة*، (04)02، 83-106.
- عاكف يوسف زيادات. (2014). *سلوك المستهلك* (الإصدار 01). الأردن: زمزم .
- عامر عبد الله شقر. (2020). *ادارة التسويق الحديث* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار البداية.
- عبد الحفيظ يحيوي. (10 05, 2022). استراتيجية ترقية الصادرات في الجزائر ما بين الواقع والمأمول دراسة للفترة (2010-2020). *مجلة دفاتر اقتصادية*، (01)13، 298-314.
- عبد السلام أبو قحف. (بدون سنة). *التسويق وجهة نظر معاصرة* (الإصدار بدون طبعة). الاسكندرية، مصر: مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية.
- عبد العزيز شرابي، و محمد أمين فروج. (15 06, 2008). ظاهرة التقليد: المخاطر وطرق المكافحة. *مجلة الاقتصاد والمجتمع*، (05)05، 239-223.
- عبيد شاهر، و رسلان محمد مشارك. (30 09, 2017). دور تطوير المنتج الفلسطيني في اكتساب ميزة التنافسية لمواجهة المنتج الاسرائيلي دراسة حالة: شركة سنقرط للمنتجات الغذائية. *مجلة اقتصاد المال والأعمال*، (03)01، 181-201.
- علي فلاح الزعبي. (2009). *ادارة الترويج والاتصالات التسويقية(مدخل تطبيقي-استراتيجي)* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الصفاء.
- علي لحول. (15 01, 2016). الابداع والتميز في تسويق الصناعة الصيدلانية. *مجلة الابتكار والتسويق*، (01)03، 165-181.
- فارس ركيمة، و عمر لعيني. (15 12, 2017). أثر البيئة التصديرية على سياسة المنتج الدولي في مؤسسات الصناعات الغذائية الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. *مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون*، (06)01، 140-160.
- فاطمة بورقعة، و آخرون. (30 09, 2016). تأثير خصائص المنتج على ولاء المستهلك للعلامة. *المجلة المغاربية للاقتصاد والمناجمت*، (02)03، 57-42.
- فتحي بن زيد. (31 01, 2021). جريمة تقليد المنتجات، أثرها وآليات مكافحتها في التشريع الجزائري. *مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية*، (02)05، 1123-1145.
- فريد النجار . (1998). *ادارة منظومات التسويق العربي والدولي* (الإصدار بدون طبعة). اسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
- فضيلة سويلم . (15 06, 2022). تجريم ممارسات التقليد في ظل مبدأ نزاهة الممارسات التجارية على ضوء القانون 02-04 المعدل والمتمم. *مجلة أبحاث قانونية وسياسية*، (01)07، 131-152.
- فؤاد الشيخ سالم ، و علي فلاح الزعبي. (2020). *ادارة العلاقات التسويقية مدخل ادارة علاقات الزبائن* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المسيرة.
- محمد الأمين عثمانى، و أحمد محمودي. (30 09, 2022). دراسة اتجاه سلوك المستهلك الجزائري نحو المنتجات الأجنبية والمحلية باستخدام النموذج الكمي فيشين. *مجلة اضافات اقتصادية*، (02)06، 227-246.
- محمد خالد بوهدة. (2016). *الرسالة الاعلانية مدخل تسويقي* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار كنوز.
- محمد خالدي، و طارق هزرشي. (10 05, 2022). نحو قياس تأثير جودة المنتج المحلي على سلوك المستهلك الجزائري دراسة حالة عينة من طلبة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة تجاه منتج الهاتف النقال كوندور نموذجا. *مجلة المنهل الاقتصادي*، (01)05، 163-176.
- محمد دوبال، و قدور بن نافلة. (31 01, 2022). تأثير خدمات ما بعد البيع على القرار الشرائي للمستهلك النهائي للمنتجات الفاخرة دراسة ميدانية عند وكيل الساعات الفاخرة ROLEX بالجزائر. *مجلة أفاق للبحوث والدراسات*، (01)05، 147-164.
- محمد رضا حمادي، و علي هاشم يوسفات. (20 12, 2018). الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري. *مجلة الحقيقة*، (04)17، 21-48.
- محمد زواغي. (30 06, 2018). السعر كمؤشر على جودة المنتجات من وجهة نظر المستهلك. *مجلة معارف*، (01)13، 212-234.
- محمد سلطان حمو. (2015). *أسس واستراتيجيات ادارة المنتج* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
- محمد صالح المؤذن. (2008). *مبادئ التسويق* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الثقافة.
- محمد فريد الصحن، اسماعيل محمد السيد، و نادية العارف. (2002). *التسويق* (الإصدار بدون طبعة). الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
- محمد قاسم القريوني. (2001). *مبادئ التسويق الحديث* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار وائل.

مساهمة الدولة في دعم وتطوير المنتجات المحلية دراسة حالة قطاع الصناعات الصيدلانية

- محمد يحيوي، و سعاد سعيداني. (2018, 06 24). دور الاستثمار الصناعي في تحقيق التنمية المحلية-دراسة القدرات والفرص الاستثمارية المتوفرة في قطاع الصناعة لولاية المدية- *الريادة لاقتصاديات الأعمال*، 04(02)، 115-137.
- محمود جاسم الصميدعي، و عثمان يوسف ردينة. (2010). *تسويق الخدمات* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار المسيرة.
- محي الدين الأزهرى. (1987). *ادارة النشاط التسويقي مدخل استراتيجي* (الإصدار الجزء الأول). القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- مراد بوزيان . (2012). الرقابة على الجودة وأثرها على أداء مؤسسات الصناعة الصيدلانية-حالة الدواء الجنييس في الجزائر-(مذكرة ماجستير). 210. الجزائر: مدرسة الدراسات العليا التجارية.
- مصطفى معاشو، و فضيل فارس. (2020, 12 31). دور التوزيع الدولي في تسهيل صادرات المؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة مجمع صيدال- *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير* ، 20(01)، 416-427.
- مطيع العرجوم، و سمير بن سحنون. (2022, 06 02). ترقية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات-آفاق وتحديات- مقارنة وصفية تحليلية للصادرات الجزائرية خلال الفترة 2010-2019. *مجلة أبحاث*، 07(01)، 209-226.
- معلنا ناجي، و توفيق رائف. (2008). *أصول التسويق مدخل تحليلي* (الإصدار 03). عمان، الأردن: دار وائل.
- منير أمقران. (2020, 12 31). دور التقليد الجزئي بمنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الحديثة المنشأة في توقف نشاط مؤسسات أخرى -دراسة تحليلية اقتصادية لحالة الجزائر 2003-2018. *مجلة المنهل الاقتصادي*، 03(02)، 303-314.
- ناصر مجاج. (2017, 06 17). مفهوم المنتج المحلي(الوطني) في القانون الجزائري. *مجلة صوت القانون*، 04(07)، 253-277.
- نسبية معقال. (2016). أثر السياسة الدوائية في الجزائر على مخزون الأدوية(أطروحة دكتوراه). 26. كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة02-عبد الحميد مهري.
- نصر الدين سالمى، و كمال بن دقفل. (2020, 07 28). دور الذكاء الصناعي في عملية تخطيط المنتج في شركة الاتصالات ooredoo الجزائر. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 13(01)، 179-193.
- نظام موسى سويدان. (2010). *التسويق المعاصر بمفاهيم جديدة طرأت بعد عامي 2004 و2007* (الإصدار 01). عمان، الأردن: دار الحامد.
- نعيمة لوراد. (2018, 06 20). حيز التقليد ما بين قوانين الملكية الصناعية وقانون الاجراءات المدنية والادارية. *المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية* ، 02(01)، 121-132.
- نوال هاني. (2018). دور تحليل الهيكل التنافسي للصناعة في تحديد السلوك الاستراتيجي للمؤسسات في الصناعة دراسة حالة مجمع صيدال،(أطروحة دكتوراه). 141. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة محمد خيضر بسكرة.
- نور الدين بربار، و آدم مسعود. (2021). آليات تطوير المنتج المحلي وتحسين قدرته التنافسية. *مقدمة ضمن فعاليات ملتقى الوطني: فرص وآفاق تنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بعد جائحة كورونا* (الصفحات 03-07). جامعة البلديدة02 لونييسي علي.
- هباش فارس. (2021). *سياسة المزيج التسويقي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة* (الإصدار 01). عمان، الأردن.
- هشام سفيان صلواتشي، مصطفى حبشي، و مسعود حبشي. (2020, 03 22). استراتيجية ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر: تحديات ورهانات. *مجلة بحوث الادارة والاقتصاد*، 02(01)، 149-165.
- وداد داودي، و عدراء عبواج. (2020, 06 30). دور صفحات الفايسبوك في تسويق المنتج المحلي -دراسة ميدانية على عينة من منتبعي صفحة الفايسبوك لشركة مواد التجميل SWALIS-. *مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي*، 07(02)، 283-303.
- وسيلة بن معمر، و فرحات غول. (2018, 06 30). سيرورة البحث والتطوير في الصناعة الصيدلانية دراسة حالة شركة تاكيدا الدوائية كنموذج للابتكار المفتوح. *مجلة ميلاف للبحوث والدراسات*، 04(01)، 729-753.
- يوسف تبوب. (2017). أثر الخداع التسويقي في عناصر المزيج التسويقي على قرار الشراء لدى المستهلك-دراسة حالة المستهلك الجزائري-(أطروحة دكتوراه). 8-9. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة أمحمد بوقرة بومرداس .