

مستوى التركيز وأثره على أداء الصناعة: دراسة حالة صناعة خدمة الهاتف النقال

في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

The Level of Concentration and Its Impact on the Performance of the Industry- A Case Study of the Mobile Phone Service Industry in Algeria during the 2007-2018 Period-

عادل عرقابي^{1*}، (جامعة الحاج لخضر باتنة1)، adil.argabi@univ-batna.dz

محمد بوشوشة²، (جامعة الحاج لخضر باتنة1)، Mohammed.bouchoucha@univ-batna.dz

2021-10-28	تاريخ القبول	2021-03-05	تاريخ الاستلام
------------	--------------	------------	----------------

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير مستوى تركيز الصناعة على أدائها، وذلك تطبيقاً على صناعة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018، وقد اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة الحالة، وتوصلنا إلى أن مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة مرتفع؛ أي أنه أكبر من 0.25، وهذا ما أثر بشكل كبير في أداء هذه الصناعة، سواء من حيث عدد المشتركين الذي بلغ عددهم أكثر من 47 مليون مشترك سنة 2018، أو من حيث رقم أعمال الصناعة الذي بلغ أكبر قيمة له سنة 2016 والمقدرة بـ 349 مليار دينار جزائري، أو من حيث الأرباح الصافية للصناعة والتي بلغت ما قيمته 104.22 مليار دينار جزائري سنة 2017.

الكلمات المفتاحية: مستوى التركيز؛ الصناعة؛ أداء الصناعة؛ صناعة خدمة الهاتف النقال.

Abstract

This study aims to determine the impact of the industry's level of focus on its performance as applied to the mobile service industry in Algeria during the 2007-2018 period. We have relied on the descriptive analytical approach using case study technique. The study concluded that the level of concentration of the mobile service industry in Algeria during the study period is high, in that it is greater than 0.25, and this greatly affected the performance of this industry, whether through the number of subscribers, which reached more than 47 million subscribers in 2018, or through the number of industry business, which reached its largest value in 2016, estimated at 349 One billion Algerian dinars, or through the net profits of the industry, which amounted to 104.22 billion Algerian dinars in 2017.

Keywords: Concentration level; Industry; Industry performance; The mobile service industry

* المؤلف المرسل

مقدمة

تندرج هذه الدراسة ضمن مجال الاقتصاد الصناعي، والذي يتمّ التركيز فيه على دراسة العلاقات الكامنة والممكنة بين محاور النموذج "هيكل-سلوك-أداء"؛ حيث لكل محور من محاور هذا النموذج محددات تتكامل فيما بينها لتوضح حدوده التي تمثلها، وعلى هذا الأساس، يتسنى دراسة العلاقة الممكنة بين محددات أيّ محور مع محدد من محددات محور آخر، لذا سنحاول تسليط الضوء على مدى تغير مستوى التركيز في الصناعة وأثره في أدائها، وذلك باعتباره أهم محدد من محددات هيكل الصناعة.

بداية تجدر الإشارة أنّ صناعة خدمة الهاتف النقال تعدّ من بين الصناعات حديثة النشأة في الجزائر، وذلك مقارنة بدول العالم وكذا بدول الجوار، إلا أنه وبعدم اعتماد هذه الصناعة من طرف وزارة البريد والمواصلات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وبعد تسطير برنامج الإصلاحات ضمن البرنامج الحكومي المصادق عليه في 29 جانفي سنة 2000، والصادر في شهر أوت من نفس السنة، حيث تبنت فيه الجزائر إصلاحات جذرية مست صناعة البريد والمواصلات، عرفت هذه الصناعة تطورات كبيرة جدا وخاصة في السنوات الأخيرة، وذلك من حيث عدد المشتركين، ونوعية الخدمات المقدمة من طرف المتعاملين.

ومن خلال هذه الدراسة، سنحاول تحديد مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة من سنة 2007 إلى غاية سنة 2018 تحديدا، ثم نحاول معرفة أثر تطور مستوى تركيزها على أدائها من خلال عرض أهم محددات الأداء، والمتمثلة في: عدد المشتركين، رقم أعمال الصناعة، ربحية الصناعة، القيمة المضافة للصناعة، وفق هذا الأساس، يكون التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة كما يلي:

- هل ثمة تأثير لمستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر على أدائها خلال الفترة 2007-2018؟
- ومن خلال التساؤل الرئيسي السابق، تتفرع الإشكالية إلى أربع أسئلة فرعية كما يأتي:
- هل تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر ذات مستوى تركيز منخفض خلال الفترة 2007-2018؟
- هل تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر ذات مستوى تركيز عالي خلال الفترة 2007-2018؟
- هل تطور بشكل طفيف مستوى أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018؟
- هل تطور بشكل كبير مستوى أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018؟

ومن أجل معالجة ما سبق بيانه وطرحه من إشكاليات الدراسة، يتسنى لنا منهجيا صياغة فرضية رئيسية كما يلي:

- ثمة تأثير لمستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر على أدائها خلال الفترة 2007-2018؛ أي كلما كان مستوى التركيز في الصناعة عال، كلما ارتفع أدائها بشكل كبير.

كما يمكننا هنا أيضا، تجزئة هذه الفرضية الرئيسية إلى أربع فرضيات فرعية كما يلي:

- تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر صناعة ذات مستوى تركيز منخفض خلال الفترة 2007-2018.

- تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر صناعة ذات مستوى تركيز عالي خلال الفترة 2007-2018.

- تطور مستوى أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018 بشكل طفيف.

- تطور مستوى أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018 بشكل كبير.

أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة تحقيق مجموعة من الأهداف، والتي يمكن حصرها في

النقاط التالية:

- تسليط الضوء حول صناعة مهمة، وهي صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر.
- تحديد مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018.

- تحليل أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018.
- تحديد مدى تغير مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018.

- تحديد مدى تطور أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018.

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة الأهمية والقيمة العلمية من دراستها لإحدى الصناعات المهمة في الجزائر، وهي صناعة خدمة الهاتف النقال؛ لما لها من إسهام في الاقتصاد الوطني، كما تزداد أهمية الدراسة في انتمائها إلى مجال الاقتصاد الصناعي، وفي كونها تسعى إلى توضيح الأثر

الذي يمكن أن يمارسه هيكل الصناعة من خلال محدد تركزها على أدائها ككل عبر بعض محدداتها؛ نمو عدد مشتركي الصناعة، رقم أعمال الصناعة، الأرباح الصافية للصناعة.

منهج الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة، واختبار مدى صحة الفرضيات، اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال تقنية دراسة الحالة، وذلك بعد وصف واستقراء الجانب النظري للدراسة، ثم التطبيق على صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر وتحليلها والخلوص إلى النتائج.

1. الدراسة النظرية

سوف نحاول من خلال الدراسة النظرية تسليط الضوء حول أهم المحاور المتعلقة بمتغيري الدراسة ألا وهما تركز الصناعة وأداء الصناعة، وذلك من خلال إعطاء تعريف لكل من التركيز وأداء الصناعة ثم تحديد المؤشر الذي سوف نعتمد عليه في قياس مستوى تركز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة.

1.1. تركز الصناعة

لقد عرف "Sismondi" تركز الصناعة بأنه هو (زين و بامخرمة، 1979، صفحة 40):
"وجود عدد صغير من المؤسسات الكبيرة، الكثيفة رأس المال، وانقراض الصغيرة، وخصوصا المهنية"، ويرجع السبب في ذلك حسب "Sismondi" إلى الحرية المطلقة التي تميز بها المسار الاقتصادي والتي أثر فيها المذهب الحر في النشاط في ذلك الوقت.

كما عرف "Karl Marx" تركز الصناعة على أنه هو (زين و بامخرمة، 1979، صفحة 40):
"وجود رأس المال في أيدي قليلة أو في يد واحدة"، ويرى أن التركيز يكون نتيجة لتراكم رأس المال ويشدد ويقوى نتيجة لتراكم القيمة المضافة.

مما سبق يمكن القول أن تركز الصناعة يقصد به (كلارك، 1997، صفحة 30): "إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المؤسسات"، لذا ففي قياس التركيز الصناعي ينصب اهتمامنا على كل صناعة أو سوق بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل صناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركيز، فإن الصناعة تكون أكثر تركزا كلما قل عدد المؤسسات المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها في الصناعة.

2.1. قياس التركيز في الصناعة

هناك العديد من المقاييس التي يمكن استعمالها لقياس التركيز ضمن الصناعة منها مقاييس التركيز المطلقة نذكر منها على سبيل المثال مقلوب عدد المؤسسات ونسبة التركيز ومقياس هيرشمان-هيرفندال ومقاييس أخرى نسبية مثل منحني لورنز ومعامل الاختلاف،

لكننا هنا سوف نكتفي بالتركيز على مقياس هيرشمان-هيرفندال، وهذا المقياس يعبر عن مجموع مربع أنصبة الحصص السوقية لجميع المؤسسات (عددها يساوي n) التابعة لصناعة معينة، حيث كلما اقتربت قيمة HH من الواحد الصحيح كلما كان معدل التركيز الصناعي كبيراً، ويعتبر هذا المقياس الأفضل مقارنة بالمقاييس الأخرى، لأنه يعطى وزناً أكبر للمؤسسات كبيرة الحجم مقارنة بالمؤسسات الصغيرة الحجم، كما أنه يأخذ في الاعتبار أنصبة جميع المؤسسات الناشطة في الصناعة.

إلا أن هذا المقياس يتطلب توفر المعلومات حول الحصص السوقية لجميع المؤسسات الناشطة في الصناعة محل الدراسة، وهذه البيانات في بعض الأحيان لا تكون متوفرة وخاصة عندما يتعلق الأمر بالمؤسسات الصغيرة الحجم، ويحسب هذا المقياس بالعلاقة التالية (Angelier, 1993, p. 69):

$$HH = \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{X}\right)^2 = \sum_{i=1}^n S_i$$

وبالرغم من عدم وجود قيم معيارية لهذا المقياس يمكن الاعتماد عليها في تحديد مستوى التركيز الصناعي، إلا أنه هناك بعض المحاولات لوضع قيم معيارية له، مثل القيم التي تم اعتمادها من قبل وزارة العدل ولجنة التجارة الفدرالية الأمريكية، حيث حددا مستوى التركيز وفق القيم التالية (U.S. Department of justice and the federal trade commission, 2010):

- عندما يكون $HH < 0.15$ لا يوجد تركيز داخل الصناعة؛
- عندما يكون $0.15 \leq HH < 0.25$ فإن تركيز الصناعة يكون متوسطاً؛
- عندما يكون $0.25 \leq HH$ فإن تركيز الصناعة يكون مرتفعاً.

3.1. أداء الصناعة

يمكن تقييم أداء الصناعة من خلال قدرتها على تلبية وتغطية الطلب المحلي، مع الحفاظ على التوازن المالي للمؤسسات الناشطة فيها، إلا أن تغطية الطلب المحلي يعتبر هدف مركب ومعقد، حيث يمكن قياس مستوى تغطية الطلب المحلي من خلال حساب النسبة بين الإنتاج المحلي والطلب المحلي التي يجب أن تساوي الواحد أو أكبر من ذلك، غير أنه بسبب الانفتاح المتزايد للأسواق وتدويل الإنتاج لم يبقى هناك سوى عدد قليل من الصناعات المحمية ضد المنافسة الدولية، كما يمكن أيضاً تقييم توازن الصناعة من خلال نسبة الصادرات (الصادرات/الإنتاج)، وكذا من خلال معدل الانتشار (الواردات/الإنتاج المحلي)، كما يجب الأخذ في عين الاعتبار أيضاً الاستثمارات التي تقوم بها المؤسسات المحلية في الخارج، إلا أن هذه الظاهرة غالباً ما يعاب عليها أنها لا تساهم في تحقيق التوازن في الصناعة المحلية إلا في مستوى محدود وذلك بسبب سعي المؤسسات من خلال عملية التدويل إلى

الاستفادة من الأرباح التي تكون في الأسواق الجديدة، كما ستسعى المؤسسات أيضا إلى الاعتماد على التكنولوجيات الجديدة، وبالتالي سوف تخفض من تكاليفها الثابتة (Angelier, 1993, p. 69).

في عملية تقييم أداء الصناعة هناك عنصر ظرفي (يوضح الصدمات والهزات الظرفية التي تؤثر على الأنشطة في وقت معين) وعنصر هيكلية (الذي يعكس قوة ثقل خصائص الصناعة في تحقيق الأداء)، كما أنه من بين الصعوبات التي يمكن أن تظهر من خلال تحليل أداء الصناعة هو أن مستوى الارتباط بين أداء المؤسسة وأداء الصناعة ليس محددًا بشكل واضح دائمًا، ويتم التعبير عن الأداء العام للصناعة بناءً على الأداء الفردي للمؤسسات الناشطة في الصناعة المعنية بناءً على أسلوبين، الأسلوب الأول يتمثل في القيام بدمج وأخذ المؤشر المطلق لأداء المؤسسات ككل للتعبير عن المؤشر المطلق لأداء الصناعة، على سبيل المثال يتم احتساب معدل ربح الصناعة ككل لفترة معينة من خلال الأخذ في عين الاعتبار معدل الربح لجميع المؤسسات الناشطة في الصناعة المعنية مرجح بالوزن النسبي لهذه المؤسسات، أما الأسلوب الثاني يتمثل في مؤشر قياس أداء الصناعة المتوسط، وهو المتوسط الحسابي للمؤشرات الفردية للمؤسسات الناشطة في الصناعة، مع اعتبار المؤسسات متساوية في الوزن النسبي، وفي الواقع ليس لدينا سوى البيانات الفردية للمؤسسات والتي يتم التعبير من خلالها على أداء الصناعة، مع هذا كله فإنه قد يكون هناك فروق كبيرة في أداء المؤسسات الناشطة في نفس الصناعة، لذلك لابد من قياس مؤشرات التشتت في الصناعة المعنية (Roxana & Ulgen, 2012, p. 165).

يمكن تعريف أداء الصناعة على أنه يتمثل في مدى قدرة الصناعة على المساهمة في تحقيق التوازنات الاقتصادية الكبرى ضمن الاقتصاد الوطني، إلا أنه يجب التأكيد في هذا الصدد على أنه لا توجد هناك علاقة سببية تربط بين الأداء الجيد للمؤسسات والأداء الجيد للصناعة التي تنشط فيها هذه المؤسسات، بمعنى أن الأهداف الفردية للمؤسسات لا تتماثل بالضرورة مع أهداف الصناعة وكذا أهداف الاقتصاد ككل (Angelier, 1993, p. 69).

بالنسبة للمؤسسات فإن الصناعة ذات الأداء الجيد تتمثل عموماً في الصناعة ذات الأرباح العالية والتميزة بمعدل نمو مرتفع، كما أنه بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين الذين يخاطرون بأموالهم في قطاع معين (البنوك والمستثمرون،) بالإضافة إلى معياري الربحية والنمو هناك معيار المخاطرة (Moati, 2000, p. 3).

2. الدراسة التطبيقية

تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر من بين أكثر الصناعات تطوراً، كما أنها من بين أهم الصناعات مساهمة في النمو الاقتصادي للدولة؛ حيث عرفت نمواً كبيراً في

السنوات الأخيرة، وأصبحت في مسار نفس الصناعات في الدول المجاورة والتي كانت سبابة في هذا المجال مقارنة بالجزائر، إلا أن الجزائر عرفت كيف تعمل على تطوير هذه الصناعة، بالرغم من أنها خلال سنوات التسعينات لم تكن هناك في الجزائر صناعة اسمها صناعة خدمة الهاتف النقال، وسوف نحاول هنا أولاً تحديد مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018، ثم بعد ذلك سوف نقوم بتحليل أداء هذه الصناعة خلال نفس فترة الدراسة، ثم في الأخير سوف نحاول تحديد أثر تركيز الصناعة على أدائها في الجزائر خلال نفس فترة الدراسة.

1.2. المؤسسات الناشطة ضمن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر

رغم مستوى التطور الذي وصلت إليه صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر، إلا أن عدد المتعاملين ضمن هذه الصناعة ظل على حاله ولم يزد منذ دخول المتعامل الثالث (الوطنية لاتصالات الجزائر WTA) وذلك سنة 2004، حيث تضم هذه الصناعة ثلاثة متعاملين بالإضافة للمتعامل السابق ذكره، وكل من (مؤسسة اتصالات الجزائر OTA) و(أوبتيكوم لاتصالات الجزائر ATM)، وسنحاول هنا تسليط الضوء حول المؤسسات الثلاثة.

1.1.2. مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس":

عمد القانون 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 إلى فتح قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية للمنافسة، وما ترتب مباشرة على هذا الإجراء، تأسيس شركتين مستقلتين هما: بريد الجزائر، واتصالات الجزائر، وفي سنة 2002 استفادت شركة اتصالات الجزائر من رخصة لتنظيم نشاطاتها للهاتف الثابت والنقال (GSM) ودخلت الرخصة حيز التطبيق بدء من الفاتح جانفي 2003؛ حيث أوكلت مهمة توفير خدمة الهاتف النقال لشركة اتصالات الجزائر باستعمال شبكة GSM الموروثة عن وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي أوت 2003 تمت عملية تفريغ شركة اتصالات الجزائر وإنشاء (ATM موبيليس) للهاتف النقال في شكل شركة ذات أسهم (موبيليس الجديدة، 2006، صفحة 7)، وبرأس مال اجتماعي يقدر بـ 100.000.000 دينار جزائري، مقسم على 1000 سهم، كل سهم بقيمة 100.000 دينار جزائري (www.algeriatelecom.dz, 2019)، وتقدم مؤسسة موبيليس خدمات GSM و GPRS، الانترنت اللاسلكي، خدمات الجيل الثالث، خدمات الجيل الرابع، بلاك بيري، وخدمة التجوال الدولي، وتمتلك موبيليس أكثر من 5.000 محطة تغطية (BTS) وشبكاتها تغطي 97% من مساحة الجزائر، كما تملك أكثر من 120 وكالة تجارية و60.000 نقطة بيع معتمدة (http://www.mobilis.dz/, 2019)، ومع نهاية سنة 2018 أصبح لدى موبيليس أكثر من 18 مليون زبون في مختلف خدماتها، حيث يبلغ عدد المشتركين في خدمة

الجيل الثاني لموبيليس GSM أزيد من 3,494 مليون إضافة لـ 15,611 مليون مشترك في خدمات الجيل الثالث والجيل الرابع معا (سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، 2019).

2.1.2. مؤسسة أوبتيموم تيليكوم لاتصالات الجزائر "جازي":

وهي شركة جديدة نسبيا، أنشأت محل اوراسكوم تيليكوم للاتصالات سنة 1998، تعود أغلبية أسهمها إلى عائلة سواريس، واستحوذت على كل معداتها وشبكاتها ومنشآتها بالإضافة إلى مشتركها، وتمنح الشركة تشكيلة واسعة من العروض والخدمات مثل؛ الدفع المسبق، الانترنت والخدمات ذات القيمة المضافة، وفي جانفي 2015 تحصل الصندوق الوطني للاستثمار على 51٪ من رأسمال الشركة بعد 3 سنوات من المفاوضات وأكثر من 4 سنوات من النشاط الجد محدود (2019، <http://www.djezzy.dz>)، مقابل 45.6٪ لفائدة الشركة الروسية فيمبلكوم، أما 3.4٪ المتبقية فلمالكها رجل الأعمال يسعد ربراب الذي من المزمع أن يتنازل عنها لفائدة فيمبلكوم مقابل 178 مليون دولار (<http://www.al-fadjr.com>, 2019)، وتبعاً لشروط الاتفاقية تحتفظ مجموعة VEON (سابقاً Vimpelcom) بمسؤولية تسيير الشركة.

تغطي الشركة 95٪ من السكان على كامل التراب الوطني، كما تتوفر خدماتها للجيل الثالث في 48 ولاية منذ نهاية 2016، وقد تم إطلاق خدمات الجيل الرابع بنجاح في 1 أكتوبر 2016، وهي تتابع توسعها في الولايات تبعاً للبرنامج المنصوص عليه في دفتر الشروط الخاص برخصة الاستغلال، كما نشرت الشركة الخدمة العالمية للاتصالات على الجيل الثاني من أجل فك العزلة عن المناطق النائية، كما أطلقت الشركة برنامجاً للتحويل على المدى الكبير منذ 2015 لتصبح المتعامل الرقمي المرجعي في الجزائر، وتمكن هكذا زبائنها من الاستفادة من كل الإمكانيات التي يمنحها العالم الرقمي (2019، <http://www.djezzy.dz>)، ومع نهاية سنة 2018 أصبح لدى مؤسسة جازي أكثر من 15 مليون زبون في مختلف خدماتها، حيث يبلغ عدد المشتركين في خدمة الجيل الثاني لمؤسسة جازي أزيد من 4,588 مليون إضافة لـ 11,259 مليون مشترك في خدمات الجيل الثالث والجيل الرابع معا (سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، 2019).

3.1.2. مؤسسة الوطنية لاتصالات الجزائر "اوريدو"

تحصلت WTA على رخصة الهاتف النقال في الجزائر في 02 ديسمبر 2003 بفضل مناقصة بقيمة 421 مليون دولار متقدمة على عدد من الشركات العالمية للاتصالات ك: Téléfonica Movilés الإسبانية، MTN الجنوب افريقية، Orange الفرنسية... الخ، وبتاريخ 25 أوت 2004 قامت الوطنية رسمياً بالطرح التجاري لعلامتها السابقة "Nedjma"، وتعتبر شركة WTA حالياً فرع من فروع مجمع قطر للاتصالات QTEL بعد أن كانت تدرج

تحت مظلة الوطنية للاتصالات الكويتية WTK التابعة لشركة مشاريع الكويت KIPCO، والتي يرجع تأسيسها إلى المرسوم الأميري بتاريخ 12 أكتوبر 1997، التي بدأت العمل التجاري في بادئ الأمر سنة 1999 كأول متعامل اتصالات خاص بالكويت، ثم شهدت بعد ذلك توسع ونمو كبير من خلال فوزها برخص استغلال في الشرق الأوسط وكذا دول شمال إفريقيا، واثراً هذا قامت بتأسيس فرعها الوطنية للاتصالات الجزائر WTA، أما بخصوص ظهور مجمع قطر للاتصالات QTEL وانتقال ملكية WTA له فقد كان بالتدرج عبر مرحلتين، الأولى بتاريخ 15 مارس 2007 كشريك للوطنية الكويتية للاتصالات حين أقدم المجمع على شراء 51٪ من أسهمها (ثم رفعها لاحقاً إلى 52.5٪) بصفقة قدرت بـ 3.8 مليار دولار، لتستحوذ في المرحلة الثانية في سبتمبر 2012 على 39.61٪ من أسهمها الباقية بصفقة قدرت بـ 1.8 مليار دولار وترفع بذلك حصتها إلى 92.1٪ (شلال، 2015-2016، صفحة 166)، ومع نهاية سنة 2018 أصبح لدى مؤسسة أوريدو أكثر من 12 مليون زبون في مختلف خدماتها، حيث يبلغ عدد المشتركين في خدمة الجيل الثاني لمؤسسة أوريدو أزيد من 2,728 مليون إضافة لـ 9,471 مليون مشترك في خدمات الجيل الثالث والجيل الرابع معا (سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، 2019).

2.2. تحديد مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

سوف نحاول هنا تحديد مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018، وذلك بالاعتماد على مؤشر هيرشمان-هيرفندال (HH)، والذي تطرقنا له في الجانب النظري للدراسة وأظهرنا العلاقة التي يتم من خلالها حسابه، وبالاعتماد على عدد المشتركين لكل مؤسسة من المؤسسات الثلاثة الناشطة ضمن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر كمؤشر عن الحصة السوقية سوف نستعرض تطور مستوى تركيز هذه الصناعة لفترة الدراسة ضمن الجدول الموالي.

الجدول رقم (1): مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

السنوات	عدد المشتركين الإجمالي للصناعة	مربع الحصة السوقية للمؤسسات الناشطة في الصناعة		
		مؤسسة جيزي	مؤسسة موبيليس	مؤسسة أوريدو
2007	27562721	0.2357	0.1236	0.0265
2008	27031472	0.2724	0.0812	0.0372
2009	32729824	0.1994	0.0948	0.0602
2010	32780165	0.2118	0.0830	0.0632
2011	35615926	0.2171	0.0871	0.0570

مستوى التركيز وأثره على أداء الصناعة دراسة حالة صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-

2018

0.3644	0.0582	0.0801	0.2261	37527703	2012
0.3545	0.0576	0.0992	0.1977	39517045	2013
0.3476	0.0725	0.0904	0.1847	43298174	2014
0.3382	0.0809	0.1097	0.1476	43227643	2015
0.3385	0.0752	0.1358	0.1275	45817846	2016
0.3414	0.0747	0.1604	0.1063	45845665	2017
0.3439	0.0669	0.1641	0.1129	47154264	2018

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع: <https://www.arpt.dz>

من خلال الجدول رقم (01)، وتبعاً للقيم التي تم اعتمادها من قبل وزارة العدل ولجنة التجارة الفدرالية الأمريكية لحجم التركيز وفق مقياس هيرشمان-هيرفندال؛ حيث عندما تكون (قيمة مقياس هيرشمان-هيرفندال ≤ 0.25) يكون التركيز مرتفعاً (U.S. Department of justice and the federal trade commission, 2010)، فإن معدل التركيز لصناعة خدمة الهاتف النقال ما يزال مرتفعاً؛ لأن قيمته أكبر من 0.25 في جميع السنوات، ورغم انخفاضه في السنوات الأخيرة، وذلك بسبب تقارب الحصص السوقية بين جميع المؤسسات الناشطة في هذه الصناعة وخاصة انخفاض حصة المؤسسة القائدة "جيزي" لصالح المؤسستين الأخريين والأخص مؤسسة "موبيليس" التي اقتربت حصتها من حصة المؤسسة القائدة للصناعة، ورغم انخفاض قيمة هذا المقياس إلى أدنى قيمة له سنة 2015 والتي تقدر بـ 0.3382، إلا أنه ارتفع مرة أخرى، وذلك سنة 2016، واستمر في الارتفاع خلال السنتين 2017 و2018، وذلك بسبب سيطرة مؤسسة "موبيليس" على الحصة السوقية الأكبر مقارنة بمنافسيها، لتصبح قائدة لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر بدلاً لمؤسسة "جازي"، ورغم هذا التنافس الكبير بين المؤسسات الناشطة ضمن هذه الصناعة، إلا أن مستوى التركيز فيها لا يزال أكبر من 0.25، وعليه يمكننا القول: إن صناعة خدمة الهاتف النقال، تعتبر صناعة ذات تركيز مرتفع.

3.2. تحليل أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

سنحاول هنا تسليط الضوء حول أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018، وذلك من خلال ثلاث مؤشرات، وهي عدد المشتركين، ورقم أعمال الصناعة، والأرباح الصافية.

1.3.2. تحليل نمو عدد مشتركى صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

2018

يلاحظ متابع تطور صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر حتما بأن هذه الصناعة تميزت بنمو سريع، وخاصة في السنوات الأخيرة، وذلك من خلال تطور عدد المشتركين ضمن خدمات الهاتف النقال في الجزائر ككل؛ حيث بلغ سنة 2018 ما قيمته 47 154 264 مشترك، وهذا يعتبر رقما كبيرا جدا (سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، 2019)، كما أن هذه الصناعة تميزت بإطلاق خدمات جديدة تمثلت في تقنيات الجيل الثالث والجيل الرابع، وهذا ما جعلها تنمو بشكل كبير خاصة بعد طرح هذه التقنيات الجديدة، وعليه نحاول توضيح نمو هذه الصناعة من خلال مؤشر تطور عدد مشتركىها، وذلك من خلال الجدول الموالي.

الجدول رقم (02): نمو عدد مشتركى صناعة خدمة الهاتف النقال خلال الفترة 2007-2018

السنة	عدد المشتركين	معدل النمو
2007	27 562 721	31%
2008	27 031 472	-2%
2009	32 729 824	21%
2010	32 780 165	0.15%
2011	35 615 926	8.6%
2012	37 527 703	5.3%
2013	39 517 045	5.3%
2014	43 298 174	9.56%
2015	43 227 643	-0.16%
2016	45 817 846	6%
2017	45 845 665	0.06%
2018	47 154 264	2.85%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع: <https://www.arpt.dz>

نلاحظ من خلال الجدول السابق، أنه إذا ما تمّ الاعتماد على عدد مشتركى صناعة خدمة الهاتف النقال، يمكننا القول بأن هذه الصناعة تميزت بنمو مستمر، وذلك باعتبار أن عدد المشتركين في ارتفاع رغم انخفاضه في بعض السنوات مثل سنة 2008 وسنة 2015، إلا أن في العموم تميزت هذه الصناعة بتزايد عدد المشتركين؛ حيث بلغت الزيادة منذ سنة 2007 إلى غاية سنة 2018 تقريبا أكثر من 19 مليون مشترك، غير أنه إذا ما اعتمدنا على معدل النمو في هذه الصناعة، أمكننا اعتبارها أيضا في نمو مستمر وبمعدلات مرتفعة، وذلك

مستوي التركيز وأثره على أداء الصناعة دراسة حالة صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-

2018

مثل سنة 2007 قدر معدل النمو بـ31٪، وسنة 2009 قدر بـ21٪ كأكبر معدلين خلال فترة الدراسة، كما بلغ معدل النمو أيضا سنة 2014 ما يقدر بـ9.56٪، وهذا معدل نمو أيضا مرتفع إذا ما استثنينا كل من سنة 2008 و2015؛ حيث تميزت السنتين بتراجع سلبي في معدل نمو عدد المشتركين، لكن لو قدرنا معدل نمو الصناعة من حيث عدد المشتركين وذلك منذ سنة 2007 إلى غاية 2018، سوف نجد أنها نمت بمعدل 71٪، وهذا معدل نمو مرتفع، وهذا يمكننا من خلاله أن نستنتج بأن هذه الصناعة تعتبر صناعة ذات أداء مرتفع، وتنافس كبير.

2.3.2. تحليل تطور رقم أعمال صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-

2018

تميزت صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر بنمو كبير أيضا بالنسبة لرقم أعمالها؛ حيث بلغ رقم أعمال هذه الصناعة سنة 2018 ما قيمته 294.2 مليار دينار جزائري (سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، 2019)، وهذا مبلغ كبير بالنسبة لصناعة تعتبر حديثة النشأة؛ حيث لديها تقريبا 17 سنة منذ ظهورها كصناعة في الجزائر، وسوف نحاول هنا تتبع مراحل تطور رقم أعمال هذه الصناعة خلال فترة الدارسة وتحديد معدل نمو رقم أعمالها، وذلك من خلال الجدول الموالي.

الجدول رقم (3): تطور رقم أعمال صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

السنة	رقم الأعمال (مليار دينار جزائري)	معدل النمو
2007	191.7	19.44%
2008	214.83	12.06%
2009	222.1	3.4%
2010	222.58	0.21%
2011	246.066	10.5%
2012	274.54	11.5%
2013	299.8	9.2%
2014	324.3	8.1%
2015	340	4.8%
2016	349	2.6%
2017	331.2	-5.1%
2018	294.2	-11.17%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع: <https://www.arpt.dz>

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) أنّ معدل نمو رقم أعمال صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر كان مرتفعا في البداية؛ حيث بلغ 19.44٪، وذلك سنة 2007؛ حيث يعتبر أكبر معدل نمو خلال فترة الدراسة ثم بعد ذلك بدأ بالتراجع وذلك إلى غاية سنة 2010، ثم عاد بعد ذلك إلى الارتفاع خلال سنتي 2011 و2012، ليتراجع مرة أخرى بداية من سنة 2013 إلى غاية سنة 2018، كما لو اعتمدنا على رقم أعمال الصناعة المطلق، سنلاحظ بأن هذه الصناعة تميزت بنمو مستمر خلال الفترة من سنة 2007 إلى غاية سنة 2016، ولكن بمعدلات نمو متفاوتة من سنة إلى أخرى، ثم تراجع رقم أعمال الصناعة خلال سنتي 2017 و2018، وذلك راجع إلى أنّ هذه الصناعة قد بلغت المرحلة الأخيرة من مراحل دورة حياة الصناعة، كما أنه لو قارنا رقم أعمال الصناعة في سنة 2007 مع سنة 2016 التي تعتبر أكبر قيمة في رقم أعمال الصناعة خلال فترة الدراسة، سوف نجد أن رقم أعمال الصناعة عرف زيادة قيمتها 157.3 مليار دينار جزائري، وهذا نمو كبير جدا إذا ما تم مقارنته ببعض الصناعات الأخرى في الجزائر، ويمكننا هنا أن نقول بأن هذه الصناعة رغم بلوغها لمرحلة التراجع ضمن مراحل دورة حياة الصناعة، إلا أن رقم أعمال هذه الصناعة لا يزال كبيرا، وهذا راجع للطابع الخاص الذي تتميز به هذه الصناعة والذي يختلف عن باقي الصناعات، بمعنى أن هذه الصناعة من بين القليل من الصناعات التي تعتمد في تطورها على تكنولوجيات حديثة تظهر مع تطور وانتقال المتعاملين ضمن هذه الصناعة من جيل إلى آخر فيما يخص أجيال تقنيات الهاتف النقال وما يصاحب ذلك من ظهور مميزات وخصائص جديدة قد تساهم في إعادة بعث نمو هذه الصناعة من جديد.

3.3.2. تحليل تطور الأرباح الصافية لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة

2017-2010

لا يمكن معرفة مدى تطور أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر بشكل دقيق من خلال عدد المشتركين ورقم الأعمال فقط، لذا لا بد أن نعرف تطور مستوى أرباح هذه الصناعة حتى نحكم على مدى تحقيقها لأداء جيد، ومن خلال تتبع تطور أرباح هذه الصناعة، فقد حققت أرباحا صافية تقدر بـ 104.22 مليار دينار جزائري (www.arpt.dz, 2019)، وهذا الرقم يدل على أن هذه الصناعة تحقق أداء جيدا إلا أننا من أجل معرفة تطور هذا الأداء بشكل دقيق خلال فترة الدراسة ككل، سوف نستعرض تطور الأرباح الصافية ومعدل نموها في الجدول اللاحق.

الجدول رقم (4): تطور الأرباح الصافية لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2010-2017

السنوات	الأرباح الصافية (مليار دينار جزائري)	معدل النمو
2010	35.541	----
2011	51.932	%46.11
2012	67.731	%30.42
2013	80.79	%19.28
2014	53.829	%33.37 -
2015	82.15	%52.61
2016	72.78	%11.4 -
2017	104.22	%43.19

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع: <https://www.arpt.dz>

يمكننا من خلال الجدول السابق أن نحدد بالتدقيق مدى تحقيق صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر لأداء جيد وذلك من خلال تطور الأرباح الصافية والتي تعطي صورة أكثر وضوحاً لمستوى أداء هذه الصناعة مقارنة بعدد المشتركين ورقم الأعمال، وعليه فإنه من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن هذه الصناعة تميزت بأداء جيد من خلال الزيادة المستمرة في الأرباح رغم تراجع هذه الأرباح سنة 2014 بمقدار 26.961 مليار دينار جزائري وهذا يعتبر تراجعاً كبيراً، إلا أن هذا التراجع في الأرباح الصافية سببه هو ارتفاع الاستثمارات المرتبطة بخدمات الجيل الثالث (3G)، و تراجع الأرباح الصافية أيضاً سنة 2016 وبمقدار 9.37 مليار دينار جزائري، وهذا التراجع سببه أيضاً ارتفاع الاستثمارات المتعلقة بخدمات الجيل الرابع (4G)، ثم عادت الأرباح الصافية للارتفاع بشكل كبير سنة 2017 وهذا نتيجة ارتفاع العوائد المتأتية من خدمات الجيل الرابع، كما يمكننا أن نلاحظ بأن التطور الكبير للأرباح الصافية ظاهر بشكل أكثر دقة من خلال معدلات النمو المرتفعة والتي بلغت في بعض السنوات لأكثر من 40٪، فمثلاً قدر معدل نمو الأرباح الصافية سنة 2015 بـ 52.61٪ كما بلغ كذلك سنة 2016 ما نسبته 43.19٪، وهذا دليل على أن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر تعتبر صناعة ذات أداء عالي.

4.2. تحليل تأثير مستوى التركيز على أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة

2018-2007

سنحاول في هذا المحور تحليل تأثير مستوى التركيز على أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة، وذلك من خلال استعراض جدول نبين فيه كل من

تطور مستوى التركيز، وتطور عدد المشتركين، وتطور رقم أعمال الصناعة، وذلك من أجل إعطاء صورة أكثر دقة وتقريب مستوى التأثير لمستوى التركيز على أداء الصناعة. الجدول رقم (5): تطور كل من التركيز، عدد المشتركين، رقم أعمال والأرباح الصافية لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2007-2018

السنوات	مستوى التركيز	عدد المشتركين	رقم الأعمال (مليار دينار جزائري)	الأرباح الصافية (مليار دينار جزائري)
2007	0.3858	27562721	191.7	-----
2008	0.3908	27031472	214.83	-----
2009	0.3544	32729824	222.1	-----
2010	0.3580	32780165	222.58	35.541
2011	0.3612	35615926	246.066	51.932
2012	0.3644	37527703	274.54	67.731
2013	0.3545	39517045	299.8	80.79
2014	0.3476	43298174	324.3	53.829
2015	0.3382	43227643	340	82.15
2016	0.3385	45817846	349	72.78
2017	0.3414	45845665	331.2	104.22
2018	0.3439	47154264	294.2	-----

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع: <https://www.arpt.dz>

نلاحظ من خلال الجدول رقم (5)، أن مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال خلال فترة الدراسة، كان محصورا بين 0.33 كأقل قيمة و0.39 كأكبر قيمة؛ أي أنه طوال فترة الدراسة كان أكبر من 0.25 رغم انخفاضه في بعض السنوات، وهذا راجع للتنافس الكبير بين المؤسسات الناشطة ضمن الصناعة حول الحصة السوقية الأكبر، حيث كانت مؤسسة "جازي" قبل سنة 2016 هي الرائدة، ثم أصبحت مؤسسة "موبيليس" منذ سنة 2016 هي الرائدة، وعليه فإنه تبعا للقيم التي تم اعتمادها من قبل وزارة العدل ولجنة التجارة الفدرالية الأمريكية، حيث حددا حجم التركيز وفق مقياس هيرشمان-هيرفندال على أنه حين تكون (قيمة مقياس هيرشمان-هيرفندال ≤ 0.25)، فإن مستوى تركيز الصناعة مرتفع (U.S. Department of justice and the federal trade commission, 2010)، وعلى هذا الأساس، فإن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر تعتبر صناعة ذات مستوى تركيز عالي، أما بالنسبة لأداء الصناعة، فهذا ظاهر من خلال الجدول السابق، والذي يتبين من خلاله أن

صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر، تميزت بنمو في أدائها وبشكل كبير جدا سواء من حيث عدد المشتركين الذي بلغ أكثر من 47 مليون مشترك كأكبر قيمة له سنة 2018، أو من حيث رقم أعمالها الذي بلغ أيضا ما قيمته 349 مليار دينار جزائري كأكبر قيمة له خلال فترة الدراسة وذلك سنة 2016، كما نلاحظ أيضا أن رقم أعمال الصناعة تراجع قليلا سنتي 2017 و2018 وهذا راجع إلى بلوغ الصناعة لمرحلة التراجع، وذلك ضمن مراحل دورة حياة الصناعة، ونفس الشيء بالنسبة للأرباح الصافية التي تميزت بنمو مستمر خلال فترة الدراسة؛ حيث بلغت سنة 2017 ما قيمته 104.22 مليار دينار جزائري كأكبر قيمة لها، إلا أنها عرفت تراجع وذلك خلال سنتي 2014 و2016، وهذا راجع لارتفاع الاستثمارات المتعلقة بخدمات الجيل الثالث (3G) وخدمات الجيل الرابع (4G) على التوالي، ومن خلال ما سبق، يمكن اعتبار أن مستوى التركيز المرتفع لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر، قد أثر بشكل كبير على نمو أدائها سواء من خلال عدد المشتركين، أو رقم أعمالها، أو أرباحها الصافية، وذلك كله خلال فترة الدراسة، والمقدرة بـ 12 سنة، وذلك من سنة 2007 إلى غاية سنة 2018.

خاتمة ونتائج الدراسة

تعتبر صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر صناعة ذات مستوى تركيز عالي، وذلك حسب مؤشر هيرشمان-هرفندال الذي تم قياسه خلال فترة الدراسة، وذلك منذ سنة 2007 إلى غاية سنة 2018، حيث كانت أقل قيمة مقدرة لهذا المؤشر، هي 0.33 وذلك سنة 2015، وهذا الانخفاض في مستوى تركيز الصناعة راجع بالأساس إلى اقتراب الحصة السوقية لمؤسسة "موبيليس" من الحصة السوقية لمؤسسة "جازي" التي كانت هي المؤسسة القائدة، ثم بعد ذلك عاد مؤشر التركيز إلى الارتفاع مرة أخرى، وهذا الارتفاع يعود بالأساس إلى تفوق مؤسسة "موبيليس" على مؤسسة "جازي" من خلال الحصة السوقية، بحيث أصبحت مؤسسة "موبيليس" هي القائدة ضمن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر بعدما كانت "جازي" هي القائدة، وذلك ابتداء من سنة 2016، ورغم الانخفاض الذي حصل لمؤشر التركيز خلال سنة 2015، إلا أن قيمته أكبر من 0.25، وهذا دليل على أن هذه الصناعة تتميز بمستوى تركيز عالي، وذلك رغم التنافس الشديد بين المؤسسات الناشطة ضمن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر لامتلاك أكبر حصة سوقية ضمن هذه الصناعة، وهذا كله أثر بشكل كبير على تطور أداء الصناعة، حيث تعتبر هذه الصناعة من بين أكثر الصناعات تطور في الأداء في الجزائر، وذلك سواء من خلال عدد المشتركين الذي بلغ أكثر من 47 مليون مشترك سنة 2018، أو من خلال رقم أعمال الصناعة الذي بلغ أكبر قيمة له سنة 2016، والمقدرة بـ 349 مليار دينار جزائري، أو من خلال الأرباح الصافية للصناعة والتي بلغت ما قيمته 104.22 مليار دينار جزائري، وذلك سنة 2017، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية. وسوف نحاول تلخيص نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- لقد تطور مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة، وذلك من سنة 2007 إلى غاية سنة 2018، حيث كان في بداية فترة الدراسة مرتفع وبلغ ما قيمته 0.39 كأعلى قيمة له، ثم بدأ في الانخفاض إلى أن بلغ أقل قيمة له، وذلك سنتي 2015 و2016 وذلك ما قيمته 0.33، ثم بعد ذلك عاود الارتفاع ليبلغ ما قيمته 0.34، وذلك سنة 2018، وهذا كله يثبت أن مستوى تركيز صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2018/2007 عالي؛ أي أنه أكبر من 0.25، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية، وينفي صحة الفرضية الأولى.

- لقد تطور مستوى أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة الدراسة، وذلك من سنة 2007 إلى غاية سنة 2018 سواء كان ذلك من خلال عدد المشتركين الذي بلغ في سنة 2007 أكثر من 27 مليون مشترك ليرتفع بأكثر من 20 مليون ليبلغ سنة 2018 أكثر من 47 مليون مشترك، أو من خلال رقم أعمال الصناعة الذي بلغ سنة 2007 ما قيمته 191 مليار دينار جزائري ثم بدأ بعدها بالارتفاع والتطور ليبلغ أعلى قيمة له والمقدرة بـ 349 مليار دينار جزائري، وذلك سنة 2016 ثم انخفض بعد ذلك؛ حيث قدر سنة 2018 ما قيمته 294 مليار دينار جزائري، أو من خلال الأرباح الصافية للصناعة التي بلغت سنة 2010 ما قيمته 35.541 مليار دينار جزائري ثم بدأت بعد ذلك بالارتفاع بشكل مستمر ولم تنخفض إلا خلال سنتي 2014 و2016، وذلك راجع لارتفاع الاستثمارات المتعلقة بخدمات الجيل الثالث (3G) وخدمات الجيل الرابع (4G) ثم لتعاود الارتفاع مرة أخرى لتبلغ أعلى قيمة لها سنة 2017 والمقدرة بـ 104.22 مليار دينار جزائري، وهذا يبين بشكل جلي أن أداء صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر تطور بشكل كبير سواء من خلال عدد المشتركين أو رقم الأعمال أو الأرباح الصافية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة، وينفي صحة الفرضية الثالثة.

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها، نحاول تقديم اقتراحات من خلال النقاط التالية:

- نقترح على الجهة الوصية على صناعة خدمة الهاتف النقال، والمتمثلة في سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية أن تمنح رخص استغلال لمؤسسات جديدة، وذلك من أجل التخفيف من مستوى التركيز لصناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر.

- ننبه سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من وجود ممارسات احتكارية، وذلك من طرف المؤسسات الناشطة ضمن صناعة خدمة الهاتف النقال في الجزائر، والمرتبطة بالأساس بارتفاع مستوى التركيز ضمن هذه الصناعة، والتي من شأنها أن تخل بمبدأ التنافس النزيه.

قائمة المراجع

أولا باللغة العربية

1. روجر كلارك. (1997). *اقتصاديات الصناعة*. (فريد بشير طاهر، المترجمون) الرياض: دار المريخ للنشر.
2. محمد البشير شلال. (2015-2016). واقع وتحديات سوق خدمات الهاتف النقال في الجزائر. *مذكرة الماجستير*، تلمسان، علوم اقتصادية: جامعة أبي بكر بلقايد.

3. محمود صديق زين، وأحمد سعيد بامخرمة. (1979). قياس التركيز الصناعي في المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والادارة (02)، صفحة 37-73.
4. موبيليس الجريدة. (2006). موبيليس الجريدة (01)، 7.
5. سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية. (2019). مرصد حول سوق الهاتف النقال في الجزائر سنة 2019.
6. سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية. (2019). التقرير السنوي 2019. سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، 15. الجزائر: سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية.

ثانيا بالغة الاجنبية

1. Angelier, J. P. (1993). *Economie Industrielle: Eléments de méthode*. Algérie: Office des publications universitaires.
2. Moati, P. (2000). *evaluer les performances d'un secteur d'activite*. paris: centre de recherche pour l'etude et l'observation des conditions de vie.
3. Roxana, b., & Ulgen, f. (2012). *Organisation industrielle "dynamique des marchés et stratégies des firmes"*. bruxelle, Belgique: De boeck.
4. U.S. Department of justice and the federal trade commission. (2010, 08 19). *Department of justice*. Consulté le 11 29, 2020, sur Department of justice and the federal trade commission: Horizontal merger guidelines: <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>
5. www.arpt.dz. (2019, 12 13). Consulté le 12 10, 2020, sur www.arpt.dz.
6. <http://www.al-fadjr.com>. (2019, 12 13). Consulté le 11 20, 2020, sur <http://www.al-fadjr.com>: <http://www.al-fadjr.com>
7. <http://www.djezzy.dz>. (2019, 12 13). Consulté le 11 20, 2020, sur <http://www.djezzy.dz>: <http://www.djezzy.dz>
8. <http://www.mobilis.dz/>. (2019, 12 13). Consulté le 11 16, 2020, sur <http://www.mobilis.dz/>: <http://www.mobilis.dz/>
9. www.algerietelecom.dz. (2019, 12 13). Consulté le 11 16, 2020, sur www.algerietelecom.dz: www.algerietelecom.dz