

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الموصل
كلية الادارة والاقتصاد
قسم الاقتصاد

الاقتصاد الصناعي
المرحلة الثالثة
الكورس الاول
العام الدراسي 2022-2023

اعداد

أم.د. نزار صديق الياس القهواجي

مفردات مادة الاقتصاد الصناعي

الملاحظات	اسم الموضوع	الاسبوع
	مفهوم الصناعة (انواع الصناعات وتصنيفها بحسب تطورها التاريخي، علاقة الاقتصاد الصناعي بالنمو والتنمية الاقتصادية، وعلاقة الاقتصاد الصناعي بالعلوم الاخرى)	1
	المشروع الصناعي/ اهمية المشروع الصناعي/ أهداف المشروع الصناعي/ الوظائف للمشروع الصناعي/ انواع المشاريع الصناعية	2
	التركز الصناعي- المفهوم- الانواع- طرق التركيز- اشكاله	3
	التوطن الصناعي (المفهوم، المباديء، المقومات، العوامل المحددة، طرق تحديد الموقع المناسب).	4
	التخصص الصناعي (المفهوم، الاشكال، المقاييس)	5
	التكامل الانتاجي الصناعي (المفهوم، الاسباب، الاشكال، المقاييس)	6
	الاعلان الصناعي (المفهوم، الخصائص، اثر الاعلان على البيع والمنتوج)	7
	نظريات الاعلان الصناعي (حسب طبيعة المنتج، حسب تركيز السوق)*	8
	الاعلان والمنافسة (اراء اقتصادية)	9
	اقتصاديات البحث والتطوير الصناعي	10
	التطور او التقدم التكنولوجي- المراحل	11
	التحول التكنولوجي (العوامل المؤثرة، النتائج، الياته، اشكال وقنوات نقل التكنولوجيا للدول النامية)	12
	دور عنصر راس المال في العملية الانتاجية (انواعه، خصائصه، المعايير)	13
	دور عنصر العمل في العملية الانتاجية (انواعه، خصائصه، المعايير) *	14
	نموذج هوفمان في النمو الاقتصادي (المراحل، النتائج، الانتقادات) *	15
	استراتيجيات التنمية الصناعية – مدخل للكورس الثاني	16

مقدمة :

ظهر الإقتصاد الصناعي كتوجه معرفي جديد مستقل على الإقتصاد الكلاسيكي و الذي وضعت أسسه في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان ينظر له كنهج وصفي للتحليل القطاعي بعد ذلك تم إتمام بناء هذه النظرية، و هو ما أدى تدريجيا إلى حالة كمال هذه النظرية الإقتصادية و قد تم تعزيز هذا التوجه بالأساليب الرياضية المعقدة، لذلك فإن الإقتصاد الصناعي هو التوجه الأكثر واقعية في تفسير الظواهر الإقتصادية.

ولقد أدى التضارب بين الأساليب و النظريات في الإقتصاد طوال تاريخه إلى زيادة تعقيد حقائقه، التي تآرجحت بين التحليل النظري و التجريبي مما أدى إلى تشجيع الإقتصاد الصناعي لتأكيد الموقف العلمي. وهو يتبع توجه من السلوك الديناميكي للمؤسسات ولقد عرضت هذه المسألة بصفة عامة في نموذج المنافسة الكاملة، و ذلك لأن الواقع الإقتصادي لا يمكن أن ينجر عنه هذا النموذج من المنافسة إنما ينجر عنه نموذج المنافسة الغير الكاملة وعدم اليقين، كما أدى الإقتصاد الصناعي إلى ظهور نموذج (هيكل، سلوك، أداء) لتفسير تلك الظواهر .

كما أن هناك توافق على أهمية التجربة لتحليل هياكل السوق و الأداء و لقد ولدت أفكار جديدة تعرف بشكل عام على أنها الإقتصاد الصناعي الحديث. السمات الجديدة المميزة لهذا الأخير تتبع من الاعتماد على العلاقة العكسية الموجودة بين هياكل السوق و سلوك المؤسسات و هي تركز على وضع نماذج للسلوكات الإستراتيجية، كذلك يستند على النماذج التطبيقية لتبرير السلوكات الإستراتيجية للمؤسسات و القدرة على تطوير تفسيرات نظرية جديدة للسلوكات الإستراتيجية للمؤسسات .

تبرز مسألة التصنيع، ضمن عملية التنمية الاقتصادية، كقضية مركزية واسباسية لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والقضاء على التخلف الاقتصادي وتحقيق التقدم الحضاري. وحيث ان جوهر التخلف الاقتصادي في البلدان النامية يكمن في تخلف القطاعات الاقتصادية والهيكل المشوه (distorted structure) للاقتصاد الوطني ولهذا فان البلدان النامية تسعى لتصنيع اقتصاداتها بهدف تطوير وتغيير التقسيم الدولي للعمل وتنويع الهيكل الانتاجي وتكثيف ارتباطاته التقنية وارساء القاعدة المادية والتقنية للتطور الاقتصادي وتعزيز دور الاقتصاد الوطني في الاقتصاد العالمي.

ويمثل التصنيع (industrialization) طبقاً لتعريف منظمة الأمم المتحدة، "احد جوانب أو عمليات التنمية الاجتماعية والاقتصادية، حيث تُخصص نسب متزايدة من الموارد القومية لتنمية وتطوير المستوى الفني وتنويع هيكل الاقتصاد القومي بحيث يتحقق نمو ودينامية في قطاع الصناعة التحويلية بشقيها صناعة وسائل الانتاج وصناعة سلع الاستهلاك ومن ثم يصبح هذا القطاع قادراً على المساهمة في الوصول الى معدل مرتفع لنمو الدخل القومي وتحقيق التقدم الاجتماعي والاقتصادي"⁽¹⁾ ومن هنا نجد بان عملية التصنيع ناتجة عن، ومصاحبة لعملية التنمية الاقتصادية، وانها تمثل منظومة السياسات التي تشكل الاداة والوسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية. وتكاد تكون الثروة مرتبطة مع التصنيع، وان معظم البلدان الغنية هي بلدان صناعية بالاساس، باستثناء بعض الحالات الخاصة مثل غالبية البلدان المصدرة للنفط، والتي تعتبر غنية لكنها ليست مصنعة بالمعنى الاقتصادي، وكذلك بعض البلدان الزراعية المتقدمة مثل استراليا ونيوزيلانده وكندا..

المحاضرة الاولى

الفصل الاول: الاقتصاد الصناعي

(1-1) نبذة تاريخية موجزة عن نشوء وتطور الصناعة (مراحل الصناعة تاريخيا)

يعود نشوء وتطور الصناعة لفترة تاريخية طويلة ترجع بداياتها الى المجتمع الاولي (البدائي)، ولقد مرت بعدة حقب زمنية ومراحل وهي كالآتي:

1. مرحلة الصناعة المنزلية: وهي تتالف من النشاطات المنزلية ضمن نطاق القطاع الزراعي مثال ذلك (حياكة المرأة للملابس، والغزل، والنسيج)، فيما مارس الرجل بعمل (ادوات الطبخ، وغيرها من المواد الضرورية للمنزل وللانتاج)، واتسم هذا العمل باليدوي ووسائل الانتاج البسيطة والبدائية.

2. المرحلة الحرفية: وهنا تطور النشاط الصناعي بصورة تدريجية خلال سياق تاريخي والذي واكبه التخصص في الانتاج فظهرت الحرف كالحدادة، والسباكة، و مهنة الاسكافي، والخياطة، والصباغة، وصناعة الخزف، والنجارة، وغيرها من الحرف الاخرى.

3. مرحلة التعاونية اراسمالية البسيطة (المشغل الصغير): وهي تهتم بادنى شكل من اشكال التنظيم الصناعي الراسمالي فهي عبارة عن مشغل صغير يقوم به رب العمل او المنتج باستخدام الحرفيين الاخرين لقاء اجور معينة لصنع المنتجات تحق سقف واحد بموجب تقنية يدوية.

4. مرحلة المشغل الراسمالي: وهي تظم الشكل التنظيمي الاساس للانتاج الراسمالي والذي تمثل في ورشة عمل او اكثر يعمل فيها عدد كبير من العمال تحت اشراف رب العمل، القائم على اساس استخدام الاجهزة شبه الالية، وبكثافة عالية من عنصر العمل مع وجود تخصص في تقسيم العمل حسب مراحل الانتاج وماتقتضيه العملية الانتاجية.

5. مرحلة الصناعة الآلية: وهي تقوم على اساس استخدام الالات والمكائن بكثافة متزايدة وخاصة بعد الثورة الصناعية، معتمدا على التطبيق العملي لمنجزات العلم والتكنولوجيا في الصناعة (الالات والمعدات)، التي عظمت الانتاج ومعها زادت الارباح عند اصحاب راس المال. وهذه المرحلة تزايدت وتعاضمت مع تحقيق براءات الاختراع والابتكارات التي تم تحويلها الى واقع عملي وهي في تطور لحد الان.

(2-1) ثانيا: اطار مفاهيمي متعلقة بالصناعة (التصنيف، تعريفات)

يعد القطاع الصناعي احد فروع الاقتصاد الوطني الذي يجري فيها انتاج السلع والخدمات وتتميز الصناعة عن باقي فروع القطاعات الاقتصادية الاخرى بكونها تتولى استخراج الثروة المادية الطبيعية

وتحويلها. ومن ثم استخدامها في اشباع الحاجات الانتاجية والاستهلاكية، كما ترتبط بالقطاع الصناعي النشاطات المتعلقة بالطبيعة الصناعية مثل تصليح واكمال المنتجات الصناعية.

(1-2-1) انواع (تصنيف) الصناعات

يمكن تقسيم انواع الصناعات من حيث تفصيلات عديدة، مثال ذلك:

انواع الصناعات من حيث (النشاط الصناعي) وهو كالآتي:

1. مجموعة الصناعات الاستخراجية: وهي الصناعات التي تستخرج الموارد الطبيعية المفيدة من باطن الارض او المياه، او الغابات، بشكلها الطبيعي ك(النفط، الفحم، النحاس، الماس، الذهب،... وغيرها).

2. مجموعة الصناعات التحويلية: وهي الصناعات التي تقوم بتحويل ومعالجة المواد الخام التي تأتي من قطاع الصناعة الاستخراجية، او القطاع الزراعي، شبه المصنعة لغرض تهيئتها بحيث يتم تحويلها لكي تكون مفيدة لتشبع الحاجات الانتاجية أو الاستهلاكية.

3. مجموعة الصناعات الخدمية: والتي تقوم بانتاج وتوفير خدمات ذات طبيعة صناعية كادامة وتصلح المكنن، والاجهزة والسلع المعمرة وانتاج الطاقة الكهربائية.

انواع الصناعات من حيث الاستخدام الاقتصادي للنتاج (نوع السلع المنتجة):

كما يمكن تقسيم الصناعات الى ثلاثة اقسام حسب السلع المنتجة وهي:

1. انتاج السلع الانتاجية: وهي السلع التي تقوم بانتاج سلع اخرى مثل المكنن والمعدات والادوات الانتاجية

2. انتاج السلع الوسيطة: وهي تلك الصناعات التي تقوم بانتاج السلع التي تدخل في انتاج السلع النهائية، كالسمنت، والفولاذ، والحبيبات البلاستيكية، والمواد الكيماوية الاساسية... وغيرها.

3. انتاج السلع الاستهلاكية: وهي تلك السلع التي يتم استهلاكها بشكل مباشر من قبل المستهلكين مثل المنتجات الغذائية والملابس واجهزة التلفزيون والثلاجات والاحذية.. وغير ذلك.

مفهوم الاقتصاد الصناعي:

هو العلم الذي يتخصص بدراسة مختلف القوانين الاقتصادية وشروط عملها وفعاليتها في النشاط الصناعي على مختلف المستويات، اذ يعد القطاع الصناعي، القطاع الرئيس المؤهل لقيادة الاقتصاد الوطني.

المحاضرة الثانية

علاقة علم الاقتصاد الصناعي بعلم الاقتصاد والنظرية الاقتصادية (الكلية والجزئية):

هناك علاقة بين الاقتصاد الصناعي والنظرية الاقتصادية، وتكمن العلاقة بينهما بعلاقة الجزء بالكل. فنظرية الاقتصاد الصناعي هي جزء من النظرية الاقتصادية ككل، كما ان هناك علاقة بين القطاع الصناعي والقطاعات الاقتصادية الاخرى، كالقطاع الزراعي والنقل والتجارة، كون مايقدمه القطاع الصناعي يعد الاساس المادي والتقني لتطور تلك القطاعات، ومن هنا يتضح العلاقة التي تربط الاقتصاد الصناعي ببقية العلوم المساعدة كالاحصاء والمحاسبة والعلوم الصناعية كعلوم التقنية الصناعية والادارة الصناعية والتخطيط الصناعي.

وبهذا يشكل الاقتصاد الصناعي موضوعا مهما في هذه العلوم، وعليه فالتصنيع هو هدف وسيط او وسيلة لتحقيق غايات اخرى كرفع المستوى المعاشي والنقلة النوعية والحضارية والتعبير عن الموقع الاستراتيجي للدول والشعوب على النطاق العالمي وهو قياس لرقى الشعوب.

تصنيف علم الاقتصاد الصناعي:

هو عملية تبويب الانشطة الصناعية ومشاريعها وفقا لوظائفها في عملية التقسيم الاجتماعي للعمل. ويمكن تصنيف الصناعة وفقا لثلاثة مجاميع رئيسية وهي:

1. التصنيف الوضعي وفقا للانشطة الصناعية: حيث يتم وضع التصنيف في كل دولة من دول العالم بشكل مغاير عن الدول الاخرى، وفقا لمستوى الخصائص المحلية لصناعاتها سواء أكانت دول نامية ام متقدمة.

2. التصنيف الاقليمي: وتعد هذه التصنيفات اكثر شمولاً من التصنيف الوضعي للانشطة الصناعية، اذ يمكن اعتماد تصنيف لصناعة معينة في اكثر من دولة ضمن اقليم او منطقة كبيرة معينة، مثل تصنيف الصناعة في الدول الاسكندنافية أو التصنيف الموحد النشاط الاقتصادي.

3. التصنيف الدولي: هو عبارة عن تصنيف وضعي أو اقليمي معدل بحيث يمكن ان يستوعب أغلب الانشطة في رقعة كبيرة من العالم، ويعد هذا التصنيف الاكثر شيوعاً، لكونه يستخدم في توحيد الاحصاءات والدراسات الدولية.

(3-1): النشاط الصناعي وموقعه في نظرية التحول للقطاعات الثلاث للاقتصاد

حسب نموذج القطاعات الثلاثة في الاقتصاد يقسم الاقتصاديات إلى ثلاثة قطاعات للنشاط:
الاول: قطاع استخراج المواد الخام (الأولية)، الثاني: القطاع الصناعي (الثانوي)، والقطاع الثالث الخدمات. تم تطويره من قبل ألان فيشر، كولين كلارك وجان فورستي.
وفقاً للنموذج، ينتقل التركيز الرئيسي لنشاط الاقتصاد من المرحلة الابتدائية إلى المرحلة الثانوية وأخيراً إلى القطاع الثالث. وبناء على رأي العالم الاقتصادي فورستي (Fourastie) فان هذا التحول يعد عملية إيجابية بشكل صحيحة لكل اقتصاد، وفي كتاب الأمل الكبير في القرن العشرين، كتب عن الزيادة في نوعية الحياة، والضمان الاجتماعي، وازدهار التعليم والثقافة، ومستوى أعلى من المؤهلات، وإضفاء الطابع الإنساني على العمل، وتجنب البطالة.

في البلدان ذات الدخل الفردي المنخفض في مرحلة مبكرة من التنمية؛ يكون الجزء الرئيسي من دخلهم القومي متركزا على في القطاع الأولي. لكن تبقى بلدان العالم في حالة تطور نحو الافضل، حتى تصل الى مستوى دخل وطني متوسط، حيث يتولد دخلها في الغالب من القطاع الثانوي. اما في البلدان المتقدمة ذات الدخل المرتفع (العالي)، يسيطر القطاع الثالث على إجمالي الناتج الاقتصادي. الكثير من الأدبيات التي كتبت من قبل اقتصاديو المدرسة الكلاسيكية من امثال؛ (فيشر (1935)، كلارك (1940)، فوشس (1949، 1965)، بومول (1967، 2001)، ناقشت موضوع تحول العمالة من الزراعة إلى الخدمات، مروراً بقطاع الصناعة، هذه الأدبيات اتبعت في التحليل والتفسير ثلاثة ابعاد للتغيير الهيكلي والتي تحدث في الاقتصاد - وذلك من جانب الطلب النهائي، وتقسيم العمل بين الصناعات، والاختلافات في الإنتاجية بين الصناعات. لقد ظهرت مجموعة من الدراسات التي فسرت اسباب الاختلاف بين بلدان (العالم النامي) و(المتقدم)، من خلال حصول تحول من القطاع الاولي (الزراعي) الى القطاع الثانوي (الصناعي)، واخيرا الى القطاع الاعلى وهو (الخدمي)، فهذا التحول ابتداءً في اوروبا اولاً في (إنجلترا) تحديداً، ليتكرر بعدها في معظم دول العالم الغربي، ووصف على أنه "ثورة". لقد ذكر فوشس (1965) بان تحول العمالة من القطاع الصناعي إلى القطاع الخدمي شهد تقدماً أكبر في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو واضح المعالم في جميع الاقتصادات المتقدمة، يقابله بطء واضح في البلدان النامية. وركزت مثل هذه الدراسات على التغييرات الحاصلة في هيكل الطلب النهائي وانه السبب الرئيس في تفسير ارتفاع العمالة في الخدمات (Schettkat and Yocarini, 2003,2, 36).

وحسب تفسير فوشس (1949) فان اقتصاديات العالم ستمر بثلاثة مراحل من التطور، في حين اوضح باه (2017)، ان مفتاح عمل النموذج هو تكرار (إعادة توزيع العمالة) عبر القطاعات (الزراعة، الصناعة، الخدمات) لتكون مختلفة في الاقتصاد عبر الزمن (Baha, 2017, 6). وهذه المراحل هي:

المرحلة الاولى: تمثل هذه المرحلة مجتمعاً غير متطور علمياً بعد، مع استخدام ضئيل للآلات . تتطابق حالة التنمية مع حالة البلدان الأوروبية في أوائل العصور الوسطى، أو حالة أي بلد نام حديث .

جدول (1) المراحل التي مرت بها البلدان للانتقال من دول نامية الى دول متقدمة

مرحلة الحضارات الحديثة	مرحلة الفترة الانتقالية	مرحلة الحضارات التقليدية	الحصص القطاعية الثلاث من توزيع العمالة فيها
10%	40%	64.5%	القطاع الأولي (مواد خام)- زراعة
20%	40%	20%	القطاع الثانوي (الصناعي)
70%	20%	15.5%	القطاع الثالث (الخدمات)

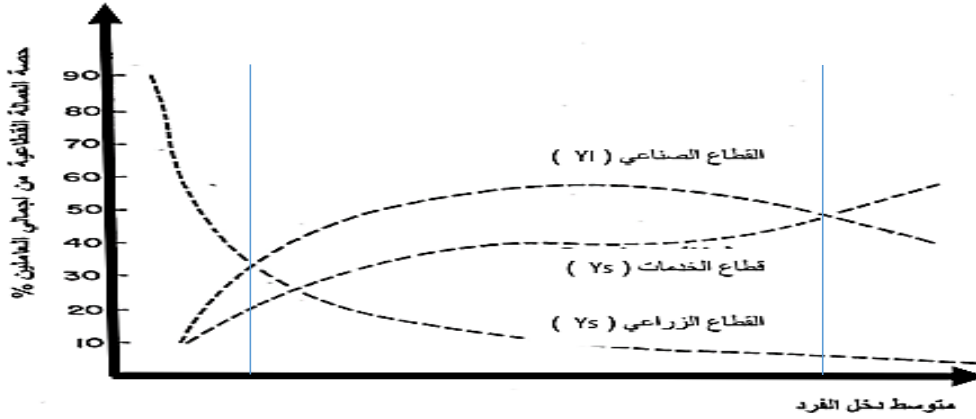
المصدر: اعد الجدول من قبل الباحث بتصريف بالاعتماد على المصدر

- Bah, E., (2017), " A Three-Sector Model of Structural Transformation and Economic Development", Munich Personal Repac Archive, The University of Auckland November 2007, p6.

المرحلة الثانية: يتم نشر المزيد من الآلات في القطاع الأولي، مما يقلل من عدد العمال المطلوبين ونتيجة لذلك، يزداد الطلب على إنتاج الآلات في القطاع الثانوي. لتبدأ المرحلة الانتقالية الثانية

بالدخول في مرحلة التصنيع : مكننة بعيدة المدى (وبالتالي أتمتة) للتصنيع ، اثناء ذلك يبدأ القطاع الثالث بالتطور، وكذلك يتطور معه القطاع المالي وقوة الدولة.

شكل (2) التحول القطاعي من وجهة نظر فوشس (1968)



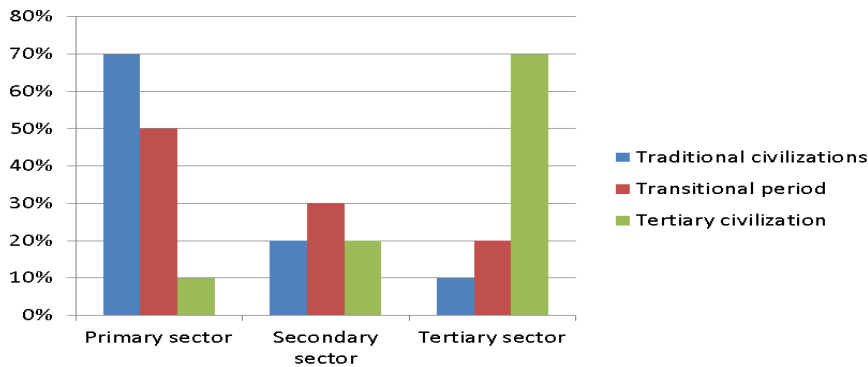
ملاحظة: اعد الشكل البياني من قبل الباحث بالاعتماد على المصدر

شكل (1-1) التغير الهيكلي للتنمية الاقتصادية

- Gemell, N., (2015), "Economic Development and Structural Change: The Role of the Service Sector", The Journal of Development Studies, 19:1, p.39

المرحلة الثالثة: تهيمن الأتمتة بشكل متزايد على القطاعات الأولية والثانوية ، وينخفض الطلب على أعداد القوى العاملة في هذه القطاعات. ليتم استبداله بالمتطلبات المتزايدة لقطاع التعليم العالي. الوضع الآن يتوافق مع المجتمعات الصناعية الحديثة ومجتمع المستقبل أو الخدمة أو مجتمع ما بعد الصناعة . وفيه يكون القطاع الثالث قد نما لدرجة هائلة لأنه ينقسم أحياناً إلى قطاع رباعي قائم على المعلوماتية ، وحتى لقطاع خماسي قائم على الخدمات البشرية. ومن الجدير بالذكر بان فوشس (1965)، قد ادرج خدمات النقل والاقامة، والفنادق ضمن القطاع الخدمي، حيث اكد بان الولايات المتحدة الامريكية تعد اول امة في التاريخ تحولت الى "اقتصاد الخدمات" من بين امم العالم، وان اكثر من نصف القوى العاملة الموجودة في الاقتصاد الامريكي لا تعمل في مجال انتاج السلع الملموسة مثل (المواد الغذائية، والمنازل والسيارات والطائرات)، وان التحول نحو صناعة الخدمات كان سريعاً بعد الحرب العالمية الثانية (Fuchs, 1965, 344, 348).

Progression of the distribution of the workforce among the three sectors, according to Fourastié



شكل (2-1) علاقة الاقتصاد الصناعي بالنمو والتنمية الاقتصادية

يتضح لنا من تعريف التصنيع الذي تم ذكره سابقاً، أن عملية التصنيع هذه ينتج عنها زيادة مضطربة في مساهمة الصناعة التحويلية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي زيادة في حجم هذا الناتج وفي وتائر نموه، ومن هنا فإن عملية التصنيع لا بد أن تكون مصاحبة لعملية التنمية الاقتصادية. ولهذا لا يمكن تصور تحقيق التنمية الاقتصادية دون إن يؤدي ذلك إلى تطوير القطاع الصناعي، لأن الظاهرتين متلازمتان.

مزايا القطاع الصناعي في الاقتصاد القومي:

ما هي المواصفات التي يتصف بها البلد الصناعي؟ أو بعبارة أخرى ما هي الشروط التي يجب أن تتوفر في البلد لكي يكون صناعياً؟
وهنا يجيب البعض بأنه لكي يكون البلد صناعياً يتوجب أن يتحقق فيه ما يأتي :-

1. أن يكون ربع الناتج المحلي تقريبا كحد أدنى يأتي من القطاع الصناعي اي نسبة (25%).
2. وأن تكون نسبة معينة من الإنتاج الصناعي (60%) مثلاً تأتي من الصناعة التحويلية، مع استبعاد القطاع التعديني الذي سيكون جزء من النسبة المتبقية للقطاع الصناعي.
3. وأن تكون نسبة معينة من القوى العاملة (10%) كحد أدنى تعمل في القطاع الصناعي.
4. ان القطاع الصناعي يعد القطاع القائد على صعيد الاقتصاد القومي ككل وعلى صعيد القطاعات الاخرى.

المحاضرة الثالثة

(1-4-1) مزايا قطاع الصناعة عن القطاعات الاقتصادية الاخرى:

وتكتسب الصناعة أهميتها من المزايا العديدة التي تتميز بها عن غيرها من القطاعات الاقتصادية مما يجعلها قادرة على أن تلعب دوراً أساسياً وحيوياً في تنمية الاقتصاد الوطني، ومن أبرز هذه المزايا هي:

1. يتميز النشاط الصناعي بارتفاع (متوسط انتاجية العمل) بالمقارنة مع مثيلها في النشاط الزراعي أو في العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى. كما أن مستوى الانتاجية في الصناعة يرتفع مع تطور القطاع الصناعي. إضافة إلى ذلك فإن استخدام التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى رفع مستوى المهارة وارتفاع مستوى التنظيم والإدارة مما يؤدي إلى انتقال هذا التحسن التكنولوجي إلى القطاع الأولي الزراعة والاستخراج) مما يساهم في رفع مستوى الانتاجية في هذا الأخير.
2. إن وفورات الحجم (Economies of Scale) تنطبق على الصناعة أكثر مما تنطبق على القطاعات الأخرى الأمر الذي يمكن من جني ثمار هذه الوفورات من خلال الوحدات الصناعية كبيرة الحجم وبالتالي تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة.
3. تتمتع الصناعة أكثر من غيرها من القطاعات الأخرى بعلاقات تشابكية ضمنية ومع القطاعات الأخرى Inter-Sectoral مما يجعلها محفزة على النمو التراكمي. ويمكن للتشابكات أن تكون خلفية (Backward Linkages) عندما تحفز صناعة المنسوجات قيام استثمارات في انتاج القطن والغزول والأصباغ لتجهيز الصناعة المذكورة، أو أن تكون هذه التشابكات أمامية (Forward Linkages) عندما تحفز صناعة المنسوجات قيام صناعات إنتاج الملابس الجاهزة.
4. تتميز الصناعة في إمكانيتها على استيعاب الايدي العاملة وخصوصاً الصناعات كثيفة العمل.

(2-4-1) دور الصناعة في التنمية الاقتصادية:

- وبسبب هذه المزايا التي تتميز بها الصناعة عن القطاعات الاقتصادية الأخرى فإنها تلعب دوراً متميزاً في تحقيق عملية التنمية من خلال العوامل الآتية:-
1. إن معدلات الإنتاجية المرتفعة نسبياً في القطاع الصناعي تساهم في تعجيل وتأثر نمو الدخل القومي من خلال علاقات التشابك والترابط بين الصناعة والقطاعات الأخرى. ولهذا فإن الدول النامية تنظر إلى التصنيع كوسيلة لتحقيق معدلات مرتفعة للنمو الاقتصادي والدخل القومي. وكثيراً ما يربط البعض بين كل من التقدم والثروة في الدول المتقدمة وبين تقدمها في الميدان الصناعي، وكذلك بين تأخر وفقر الدول النامية وتركيزها على الزراعة وإنتاج السلع الأولية. ويمكن تفسير ذلك بالإشارة إلى الإنتاجية المرتفعة للعمل في القطاع الصناعي بالمقارنة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى وذلك بسبب قدرة القطاع المذكور على استيعاب منجزات العلم والتكنولوجيا واستخدام المكائن والمعدات المتطورة .
 2. كما أن الدول النامية تلجأ إلى التصنيع باعتباره أحد الوسائل الأساسية لتوسيع فرص التشغيل وتخفيف وطأة البطالة ولا سيما أن معدلات نمو السكان تفوق معدلات نمو فرص التشغيل المتاحة في العديد من هذه البلدان.
 3. ومعلوم إن التطور الصناعي يساهم في خلق المهارات والخبرات الصناعية والفنية والتي تنعكس على معدلات الإنتاجية وارتفاع مستويات الدخل وبالتالي مستويات المعيشة، كما إن ارتفاع مستويات الدخل الناتجة عن الصناعة يساهم في إعادة توزيع الدخل وتقليل التفاوت فيما بينها .
 4. إن التطور الصناعي يساعد على تخفيف ظاهرة عدم الاستقرار في الاقتصادات النامية ويخفف من التقلبات في مستويات الدخل وفي معدلات التنمية المتحققة ولا سيما في الاقتصادات المعتمدة على منتج واحد أو عدد قليل جداً من المنتجات الأولية. ويستند هذا الرأي على حقيقة أن الإنتاج الزراعي يتعرض إلى التقلبات أكثر من الإنتاج الصناعي وذلك بسبب انخفاض مرونة الطلب والعرض للمنتجات الأولية. ومعلوم أن الاعتماد على منتج واحد يعرض البلد إلى التقلبات في مستوى الدخل ويؤثر بالتالي على معدلات التنمية.
 5. إن نمو وتوسع الصناعة، السريع نسبياً، لا بد أن يؤدي إلى ارتفاع مساهمة الصناعة في الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي يعمل على تعديل الهيكل الاقتصادي المشوه في معظم البلدان النامية ويحقق نوع من التوازن في الهيكل المذكور

انتهت المحاضرة الأولى (الاسبوع الاول) والتي القيت عليهم حضوريا في يوم الخميس الموافق 2022/ 10 / 6

مدرس المادة : م. د. نزار صديق الياس القهوجي

جامعة الموصل/ قسم الاقتصاد/ المرحلة الثالثة

الفصل الثاني: المشروع الصناعي- المفهوم- الالهية – الاهداف

(1-2) مفهوم المشروع بصورة عامة :-

توجد عدة انواع لادارة المشروع المعتمدة على الفلسفة الخاصة للدولة حيث إختص بعضها بالمشروع **إلخاص** والبعض الأخر بالمشروع **إلعام** والثالث بالمشروع **إلمختلط**. كما فرقت بعض المفاهيم بين المشاريع التي تقوم بالإنتاج للسوق بهدف **إلربحية**، وبين المشاريع التي وليس هدفها إلربح إلمادي بل إلربح إلاجتماعي .

(1-1-2) مفهوم المشروع الصناعي:

هو تنظيم مملوك من قبل شخص او بمشاركة عدد قليل او كثير من الافراد، والذي يمارس نشاطا إنتاجيا من نوع ما، بغرض تحقيق الأرباح او لأغراض أخرى. وقد لا يكون مالك المشروع مسؤول دائم عن جميع شؤون ادارة المشروع والاعمال الأخرى المتعلقة بتنفيذ العملية الإنتاجية، لكنه في جميع الاحوال هو المسؤول عن جميع القرارات النهائية المتعلقة بالمشروع وهو المهيمن الوحيد على شؤونه ورسم سياساته باعتباره مالكا للمشروع الصناعي.

وكذلك يعرف المشروع الصناعي : بأنه مشروع إنتاجي أو هو عملية المنظمة الذي يتولى فيه تحويل المدخلات المتمثلة بالمواد والعمالة والآلات والتسهيلات والطاقة والتكنولوجيا والمعلومات إلى مخرجات نافعة للمجتمع في شكل سلع أو خدمات.

يمكن ان يعرف المشروع الصناعي على انه (قرار استثماري هدفه تحقيق طاقة إنتاجية عن طريق استخدام الموارد البشرية والمادية والمالية في عملية إنتاجية تهدف الى تغيير شكل او حالة المادة الخام بحيث تصبح أكثر قدرة على اشباع الحاجات الانسانية).

(2-2) وظائف المشروع الصناعي

ويمكن أجمالها على النحو الآتي :-

اولا: الوظائف الإنتاجية : تتعلق بتحويل المدخلات الى مخرجات (انتاج) وهذه الوظائف تتألف من:

* إلتسليم:- هو إلحصول على إلمواد إلخام إللزامه وضمنان إلتلام إلكمية إلمطلوبة منها، بغرض ادامة العملية الإنتاجية.

* التخزين:- تخزين كل إلمواد إلخام وإلمواد تحت إلتشغيل وإلسلع تامة إلصنع.

* إلنقل :- نقل إلموارد من إلمواد إلى إلمصنع وكذا نقل هذه إلمواد بين خطوط الإنتاج .

* الإنتاج :- تحويل إلمواد إلخام إلى سلع تامة إلصنع .

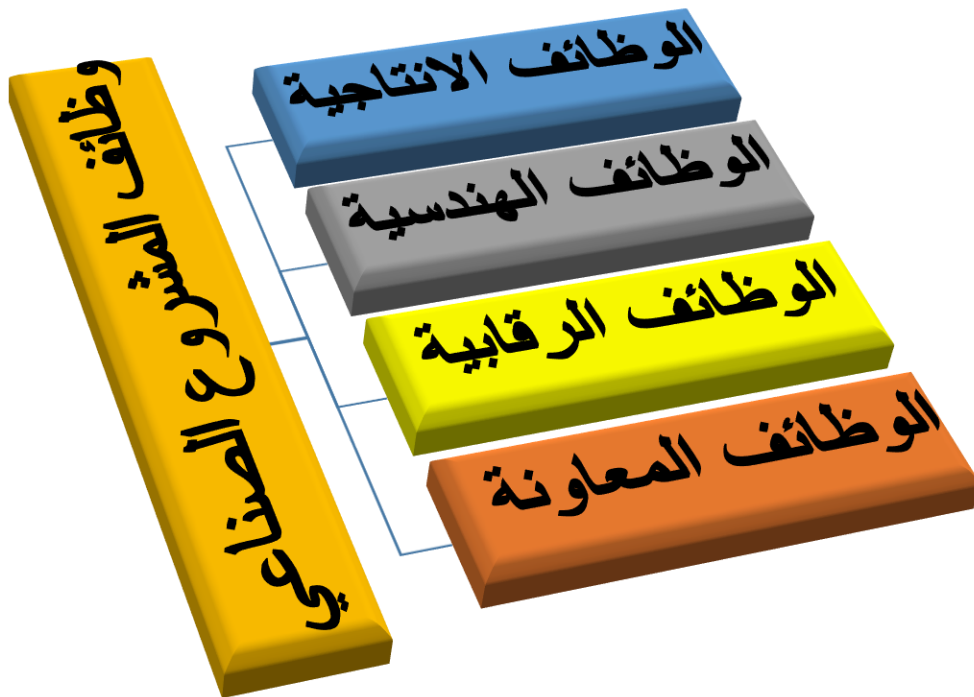
*إلشحن :- لف وحزم السلع التامة الصنع وارسالها للعميل.

ثانيا: الوظائف هندسية:

* تصميم إلسلعة : تحويل إلسلعة إلى أوصاف ورسوم هندسية .

- * تصميم العملية الإنتاجية : تطوير العمليات الصناعية وزيادة كفاءتها .
 - * تصميم الأدوات المستعملة في الإنتاج : ترجمة متطلبات السلعة وإمكانيات الآلات إلى أدوات الإنتاج للسلعة.
 - * الشؤون الهندسية للمصنع : التخطيط الداخلي للمصنع وتصميم وتركيب المعدات .
 - * الشؤون الهندسية الخاصة بطرق الصنع : وضع طرق الصنع التفصيلية والمعايير الخاصة لمعايير العمليات الصناعية.
- ثالثا :- الوظائف الرقابية :

- الرقابة على الإنتاج : إلتنبؤ بالمبيعات وإعداد خطط وب إرمج الإنتاج وتوزيع العمل على العمال والآلات ورسم خطة التصنيع وتحديد مستويات المخزون .
- الرقابة على الجودة : تحديد معايير جودة الإنتاج وذلك بالنسبة للمواد الخام والمواد تحت إلتشغيل والسلع تامة الصنع وكذلك إلتأكد من مطابقة السلع تامة الصنع للمواصفات.
- الرقابة على الإجراءات : إلترتيب وإلتنسيق بين إلتنماذج وإلتسندات إلتختلفة إلتتي تستخدمها إدارة المنظمة.
- الفحص : فحص المواد الخام وإلبضاعة تحت إلتشغيل وإبلاغ نتائج إلتفحص إلى الإدارة المختصة .



شكل (1-2) وظائف المشروع الصناعي

المحاضرة الرابعة

رابعاً :- الوظائف المعاونة : هي مجموعة من الوظائف المساعدة على إنتاج السلعة طبقاً لمواصفات التي يقدرها المستهلك وإهم هذه الوظائف هي:

- * الإشراء : شراء مستلزمات الإنتاج بالكميات والمواعيد المقدره .
- * إلبيع: بيع السلع تامة الصنع وكذلك تقديم خدمات ما بعد البيع .
- * إلصيانة:إلصيانة إلدورية للآلات وإلعداد وإصلاح ما يعطل من تلك إلآلات وإلعدادات.
- * شؤون إلإفراء: إختيار وتعين وتدريب وإنهاء خدمة إلإف إرد إللازمين بالعمل بالمنظمة

(3-2) أهمية المشروع الصناعي:

تكمن اهمية المشروع الصناعي من خلال:

1. اداة لتحقيق هدف اقتصادي او اجتماعي.
2. تحقيق التنمية الصناعية.
3. تحقيق تطور تكنولوجيا معاصر بالتفاعل مع الاساليب العلمية الحديثة في الادارة والتنظيم الصناعي.

(4-2) أهداف المشروع الصناعي:

ان اي مشروع صناعي ماهو الا عبارة عن انعكاس لطبيعة النظام الاقتصادي القائم في البلد واهدافه ، ففي كل الاحوال يكون الهدف الاساس لاي مشروع هولأثراء المجتمع وليس لآثراء مالك المشروع. وعليه يكون لاي مشروع صناعي اهداف محددة وهي:

1. اهداف اقتصادية (زيادة الالنتاج، تحقيق الارباح، توفير السلع في السوق المحلية، تحقيق النمو الاقتصادي، زيادة التشغيل).
2. اهداف اجتماعية (زيادة رفاهية الانسان، تحسين الدخل، تقليص البطالة، بناء مجتمع صحيح).
3. اهداف تكنولوجية (تطور تكنولوجي، تحديث وسائل الالنتاج، زيادة وتحسين نوعية العمل).
4. اهداف سياسية (تحقيق استقرار سياسي، تقليص الاعتماد على الخارج، تقوية مؤشرات سيادة الدولة).
5. اهداف ادارية (توسع الجغرافيا الصناعية، توسع ديموغرافي بمدن صناعية حديثة، تطوير المناطق الفقيرة، والنائية، الاسراع بالتحول الديموغرافي من الريف الى المدينة).

ان اهداف المشروع قد تتغير من فترة لآخرى حسب مقتضيات عملية التصنيع والتنمية فضلا عن ان المنظم قد يغير من الاولويات في تحقيق هذه الاهداف.

(5-2) && السلبيات التي رافقت تجربة التصنيع في البلدان النامية:

رافقت تجربة التصنيع في العديد من البلدان النامية، خلال الخمسينات والستينات، العديد من المشكلات والمعوقات التي انعكست على وضع الصناعة في هذه البلدان وعلى النتائج العامة المترتبة على هذه التجربة. وقد استخدمت العديد من هذه البلدان استراتيجية التصنيع المعوض عن الاستيراد (Import Substitution Strategy) من خلال الحماية والمحفزات المالية لتشجيع قيام المنشآت الصناعية التي تقوم بإنتاج المنتجات التي كانت سابقاً ترد إلى هذه البلدان عن طريق الاستيراد. وقد استخدمت هذه الصناعات في غالب الأحيان نفس التكنولوجيات المستخدمة في الدول الصناعية والتي قد لا تكون ملائمة للبلدان النامية. وتم تشجيع التصنيع في المدن على حساب تطوير القطاع الزراعي وكذلك على حساب الصناعات الصغيرة التقليدية التي كانت قائمة آنذاك . وهكذا فقد استطاعت العديد من البلدان إقامة العديد من الصناعات المختلفة وتم تحقيق زيادات لا بأس بها في معدلات النمو في الدخل القومي وكذلك في الناتج الصناعي. إلا إن هذه البلدان سرعان ما أدركت بأنها لم تفلح في تحقيق العديد من الأهداف التنموية والاقتصادية والاجتماعية، والتي كانت تأمل تحقيقها من خلال عملية التصنيع. ونستعرض في أدناه السلبيات والاختلافات التي رافقت عملية التصنيع والتي أثرت سلباً على تحقيق الأهداف المرجوه من التصنيع.

1. إن العديد من تجارب التصنيع في الدول النامية لم تفلح في استيعاب الأيدي العاملة المتزايدة والناجمة عن المعدلات المرتفعة لنمو السكان من جهة وعن نمط التصنيع المتبع ومن جهة أخرى، والذي لم يؤدي إلى توسيع فرص العمل بالمعدلات المطلوبة. ذلك لأن التصنيع ركز على الصناعات المنتجة للسلع الاستهلاكية بشكل رئيسي الأمر الذي لم يؤدي إلى خلق الروابط الأمامية والخلفية الكافية وبالتالي لم يفلح في توسيع القطاع الصناعي وتنويعه. هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن نمط التكنولوجيا المستخدمة والذي يتسم بارتفاع الكثافة الرأسمالية، كان مسؤولاً عن عدم توسع فرص العمل بالقدر المطلوب. ولهذا فإن عملية التصنيع في معظم الحالات لم تنجح في تخفيف مشكلة البطالة المتزايدة في الدول النامية.

2. بسبب ما تقدم فإن عملية التصنيع لم تنجح في مواجهة مشكلة الفقر والحد منها كما كان متوقفاً وذلك بسبب الارتباط القائم بين البطالة والفقر.

3. وبسبب صغر حجم السوق فإن الإنتاج الصناعي لم يتوسع بالمستوى المطلوب ليجني ثمار وفورات الحجم . ويعود سبب محدودية السوق إلى نمط الطلب القائم والذي يعكس توزيع الدخل في البلدان النامية. كما أن الإنتاج الصناعي قام على أساس إشباع السوق الداخلي ولم يتوجه إلى الأسواق الخارجية. وبسبب انخفاض مستوى الدخل لدى الفئات الفقيرة الواسعة فإن احتياجاتهم من السلع لم تنعكس على تركيب الطلب الفعال وبالتالي الإنتاج. أما نمط الاستهلاك لدى الفئات ذات الدخل العالية فقد تأثر بدرجة كبيرة بأذواق وتفضيلات المستهلكين في الدول الصناعية، ولهذا فإن نمط الإنتاج اعتمد بشكل مكثف على المستوردات من مواد خام ومكائن وتكنولوجيا ، كما حدد بدروه نوع التكنولوجيا

المستخدمة في الإنتاج والتي لم تكن، بطبيعة الحال، ملائمة للموارد الاقتصادية المتاحة في هذه البلدان.

4. وبسبب ما ذكر أعلاه فإن نمط التصنيع المذكور لم يفلح في إحداث التغيير المطلوب في الهيكل الاقتصادي المشوه، أي أن الصناعة لم تحقق ارتفاعاً كبيراً في حصتها في الناتج القومي الإجمالي، كما أنها لم تحقق التوازن المطلوب في بنية القطاع الصناعي ذاته.
5. ونظراً لاعتماد التصنيع على التكنولوجيا المستوردة وكذلك المكائن والمعدات والسلع الوسيطة فإن عملية التصنيع هذه لم تفلح في تحسين وضع ميزان المدفوعات ولم تحل مشكلة الشح في النقد الأجنبي، كما أن نمط التصنيع المذكور لم يعالج مشكلة التبعية الاقتصادية التي كانت البلدان النامية تأمل في التخلص منها بعد استقلالها السياسي، من خلال عملية التصنيع.
6. إضافة إلى ذلك فإن ضعف الترابط فيما بين الفروع الصناعية المختلفة وبين القطاع الصناعي والقطاعات الاقتصادية الأخرى، قد أدى إلى عدم قدرة الصناعة على رفع معدلات الانتاجية في القطاعات الاقتصادية المذكورة، ولم تفلح في توسيع حجم السوق المحلية.
7. ومن جهة أخرى فإن نمط التصنيع السائد في العديد من البلدان النامية، والذي يركز على الصناعات الاستهلاكية البسيطة لم يساعد على حشد المدخرات الكافية والتي يمكن توجيهها نحو الاستثمار الصناعي، كما لم يؤدي إلى خلق المستويات المطلوبة من المهارات والقدرات الفنية والإدارية اللازمة لعملية التصنيع لهذه الأسباب مجتمعة فإن عملية التصنيع في العديد من البلدان النامية لم تنجح في تحقيق الأهداف التنموية (الاقتصادية والاجتماعية) التي كانت تأمل في تحقيقها. ورغم أن هذه السلبيات قد رافقت تجارب العديد من البلدان النامية إلا أن ذلك لا ينطبق على جميع تجارب البلدان النامية. فهناك العديد من التجارب الناجحة في مجال التصنيع والتي حققت نتائج جيدة ونجحت في توسيع قدراتها التكنولوجية وخلق المهارات التنظيمية والإدارية والفنية بتظافر جهود الدولة مع القطاع الخاص في هذا المجال الأمر الذي انعكس على حجم الانتاج الصناعي وتنوعه واحراز تقدم لا بأس به في مجال التصدير للسلع المصنعة.

(6-2) حجم المشروع الصناعي :

(1-6-2) مفهوم الحجم الانتاجي الامثل للمشروع:

تطور الانتاج الصناعي عبر الزمن بسبب تطور قوى الانتاج و وسائله ، وزيادة درجة تركيز الانتاج الصناعي ، وزيادة درجة تخصص الانتاج، وزيادة درجة التكامل والترابط الامامي والخلفي بين المشاريع الصناعية المختلفة وبين الوحدات المكونة لكل مشروع .

كل هذه التطورات ادت الى :-

1. زيادة كفاءة الانتاج (زيادة كمية الانتاج ، تحسين نوعية الانتاج) .
 2. تحسين انتاجية العمل وانتاجية الالة ، بسبب الدورات التدريبية وتطور العلوم وبسبب استخدام التكنولوجيا الحديثة .
 3. تحسين استخدام عناصر الانتاج في العملية الانتاجية .
- مما قاد الى حدوث انخفاضات متتالية في التكلفة الكلية (TC) وتحقيق زيادات متتالية في الارباح . وكل هذا ما كان ان يحدث بدون حدوث تطور في حجوم المشاريع الصناعية .

(2-6-2) مفهوم حجم المشروع الانتاجي الامثل :

هو ذلك الحجم الانتاجي الذي يجعل من النشاط الانتاجي الذي يتخصص فيه المشروع بممارسته نشاطاً ذو جدوى اقتصادية، وهو ذلك الحجم الواقع بين (الطاقة الانتاجية الصغرى والطاقة الانتاجية العظمى) وفقا لخصائص كل مشروع .

كما يمكن تقسيم المشاريع حسب حجومها الى ثلاث اقسام هي:-

1. مشاريع صناعية انتاجية كبيرة الحجم او السعة .
2. مشاريع صناعية انتاجية متوسطة الحجم او السعة .
3. مشاريع صناعية انتاجية صغيرة الحجم او السعة .

وفي العراق حالياً، يتم تحديد حجم المشروع وفقاً لمعيار عدد العمال في المشروع بالاتي:

1. المنشأة الكبيرة تستخدم (22) عامل فاكثر.
2. المنشأة المتوسطة تستخدم (11 - 22) عامل.
3. المنشأة الصغيرة تستخدم (2 - 11) عامل.

انتهت المحاضرة الثانية (الاسبوع الثاني) والتي القيت عليهم حضورياً في يوم الاربعاء الموافق 12 / 10 / 2022

مدرس المادة : م. د. نزار صديق الياس القهوجي

جامعة الموصل/ قسم الاقتصاد/ المرحلة الثالثة

المحاضرة الخامسة

الفصل الثالث: التركيز الصناعي- المفهوم- الاهمية - الاهداف

التركز الصناعي

ويعني بالإنجليزية: (Concentration industrial) وهو يمثل أحد مفاهيم الجغرافيا الاقتصادية، ويشير إلى كثافة عالية للنشاط الصناعي على مساحة محددة. ويدل أيضا على وجود صناعات مختلفة في إقليم معين، لديه القدرة على جذب مزيد من الصناعات، وذلك عبر توفير الهياكل الارتكازية، منافذ التسويق، ومن خلال التضاعف الصناعي.

يمثل التركيز الصناعي عنصرا مهما من هيكل الصناعة والذي يؤدي دوراً مهماً في تحديد سلوك المؤسسة في الصناعة. ويعني التركيز الصناعي الحالة التي يسيطر فيها على الصناعة لعدد قليل من المنتجين. وهناك متغيران لهما علاقة بتحديد هذه الحالة وهما: عدد المؤسسات في الصناعة، وتوزيعها النسبي، واللذان ينعكسان في تحديد هيكل الصناعة وفي قرارات التسعير، وبطبيعة الحال فإن للتركز الصناعي تأثيراً على أداء المنشآت في الصناعة وعلى تحقيق الربح، والنمو والتقدم التكنولوجي.

في علم الاقتصاد ، فإن تركيز السوق هو دالة على عدد الشركات وحصصها من إجمالي الإنتاج في السوق. في أي صناعة، وتشير الى مجموعة صغيرة من الشركات التي تمتلك جزءاً كبيراً من حصة السوق ومن المحتمل أن تشارك عند ممارسة الدمج إلى تركيز أعلى للسوق داخل تلك الصناعة.

من المهم فهم الاتجاهات في تركيز الصناعة لأنه يمكن أن يعكس أو يكون له آثارا على مجموعة من الظواهر الاقتصادية. زيادة تركيز الصناعة قد يشير إلى (التغيير التكنولوجي أو العولمة التي تسمح للشركات الأكثر إنتاجية بالتوسع، وقد يعني الحجم المتزايد لعدد قليل من الشركات أيضًا عددًا أقل من المشترين في أسواق المدخلات وأسواق العمل المحلية - أي احتكار الشراء - من المحتمل أن يؤثر على الشروط التعاقدية للموردين والعاملين). بالإضافة إلى ذلك ، من المرجح أن تقوم الشركات الكبرى والشركات في الأسواق المركزية بممارسة الضغط، مما قد يوجه السياسة في الصناعات المركزية إذا كان ذلك مفيداً. وقد يؤثر التركيز العالي على سلوك الشركة في المخاطرة إذ من الممكن اعتبارها ستتجنب الفشل او انها "أكبر من أن تفشل".

من المناطق الصناعية الأكثر فاعلية على سطح الكرة الأرضية (تجمعات صناعية كبرى) شمال شرق الولايات المتحدة، طوكيو، الروهر وهي بلدية فرنسية تقع في إقليم الراين. وتتسم مناطق التركيز الصناعي بكونها غنية بالصناعة، متنوعة الأنشطة الصناعية، ومتجاوبة مع المتطلبات المتغيرة للصناعة. كما تربط بين كافة أوجه نشاطاتها روابط تقنية ومالية.

ويعني التركيز الصناعي تواجد مشاريع ومنشآت صناعية في إقليم ما بكثرة. بحيث انه يتفوق في ذلك على أقاليم أخرى. أي إن للإقليم المعني نصيب من المنشآت الصناعية أكثر بكثير من نصيب الأقاليم الأخرى. وتجري المقارنة عادة بمعيار او أكثر من المعايير المستخدمة في دراسة جغرافية الصناعة, مثل الأيدي العاملة، قيمة الإنتاج ، القيمة المضافة.

والتركز الصناعي قد يكون بهيئة صناعة رئيسة واحدة أي بفرع صناعي، او قد يكون بمجموعة مترابطة ومتكاملة من الصناعات. أي ان الإقليم قد يكون متخصصاً او متنوعاً في الصناعات القائمة فيه.

ويقصد بالتركز هو تحديد إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المنشآت. ولذلك عند قياس التركيز، ينصب اهتمامنا على كل صناعة بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمنشآت في كل صناعة.

عوامل ظهور التركيز الصناعي:

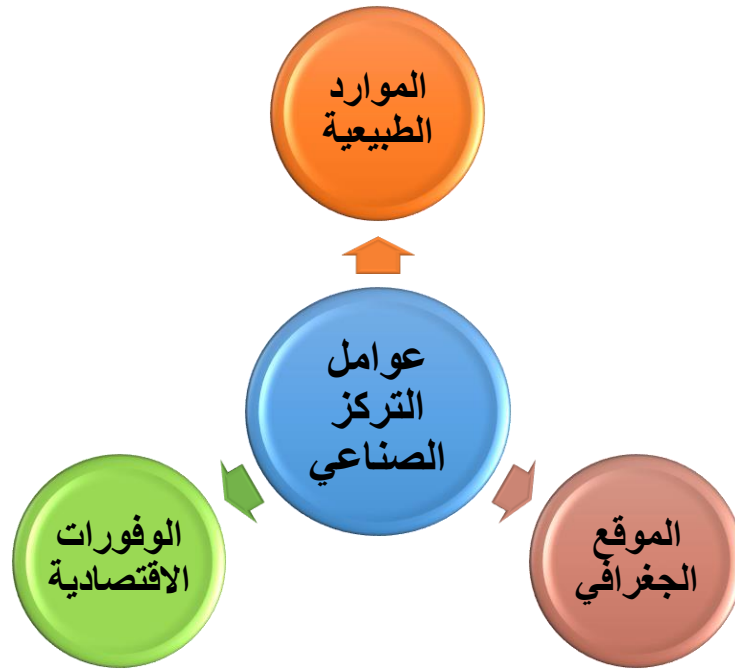
ان اهم العوامل التي تدفع باتجاه ظهور التركيز الصناعي وتحفز على قيامه هي:

أ-الموارد الطبيعية:

وتعد من أبرز العوامل المحفزة على قيام تركيزات صناعية في الأقاليم التي تتوفر فيها تلك الموارد. ومن أهمها الخامات المعدنية ومصادر الطاقة كتوفر الحديد والفحم في مواقع متقاربة. ان لتقارب مناجم هذين المعدنين دور كبير في اجتذاب عدد كبير من الصناعات الى أقاليم وفرتها منها منطقة الرور في المانيا واللورين في فرنسا والمدلاندي في المملكة المتحدة. فقد قامت في هذه المناطق صناعات الحديد ثم الصلب ثم الهندسية ثم الصناعات الكيماوية , وأصبحت تمثل الان أهم تركيزات الصناعة في مثل تلك الدول.

ب-الموقع الجغرافي:

تتهياً لبعض الأقاليم مواقع جغرافية مناسبة تشجع على قيام تركيزات صناعية فيها لوقوعها على خطوط الملاحة البحرية العالمية مما يوفر لها اتصالاً سهلاً مع مناطق تجهيز المواد الأولية أو مع اسواق تسويق منتجات الصناعة فيها مثل البحيرات الخمسة في كندا والولايات المتحدة الامريكية أو سواحل اليابان.



شكل (1-3) عوامل التركيز الصناعي

ج- الوفورات الاقتصادية:

وهي المزايا الموقعية التي تكسبها المشاريع الصناعية لوقوعها في إقليم او موقع معين وتؤدي الى زيادة أرباحها أو خفض كلف انتاجها. ويتحقق ذلك عندما تحصل الصناعات على المواد الاولية المطلوبة من موقع قريب بكلفة منخفضة أو حصولها على مصادر طاقة بطريقة مماثلة. أو توفر تسهيلات نقل منخفضة. أو أن الإقليم يوفر مداخل سهلة نحو الاسواق الواسعة. وكل ذلك يساعد على تنشيط الانتاج الصناعي في الإقليم ويجعل منه جاذباً لمزيد من الصناعات وتسمى هذه (بوفورات التكتل الصناعي). وتوفر المراكز الحضرية الكبيرة حوافز ومزايا أخرى ومماثلة للصناعات القائمة فيها أو بجوارها مما يساعد على خفض كلف الانتاج فيها وتحقيق مزيد من الارباح لتلك الصناعات، وذلك يحفز على جذب المزيد من المنشآت الصناعية لها فتتحول الى مراكز مهمة للصناعة.

س: ماذا نعني بوفورات التكتل الصناعي؟

مزايا التركيز الصناعي:

يحقق التركيز الصناعي المزايا والمنافع التالية:

1. ان تركيز الصناعة في إقليم ما يعمل بمثابة قطب صناعي يسهم في خلق الوفورات. والمنافع الاقتصادية للصناعات التي تقوم فية.
2. يساعد في خفض كلف الانتاج لانخفاض كلف نقل المنتجات والمواد الاولية لتجاور منتجاتها.
3. سهولة الحصول على المستخدمات والعمل في مناطق التركيز الصناعي.
4. يمكن لمناطق التركيز ان تلبى احتياجات السوق من المنتجات المتنوعة.
5. يخلق ترابطاً وتشابكاً صناعياً بين المشاريع القائمة حيث تعتمد المشاريع الصناعية على بعضها في الحصول على المدخلات وتسويق المخرجات.
6. يسهم التركيز في زيادة حجم المشاريع الصناعية القائمة.

عيوب التركيز الصناعي:

على الرغم من ان التركيز الصناعي يحقق وفورات كثيرة للصناعات القائمة في موقعه وللأقليم، الا انه يتسبب في بعض المصاعب لعل أهمها:

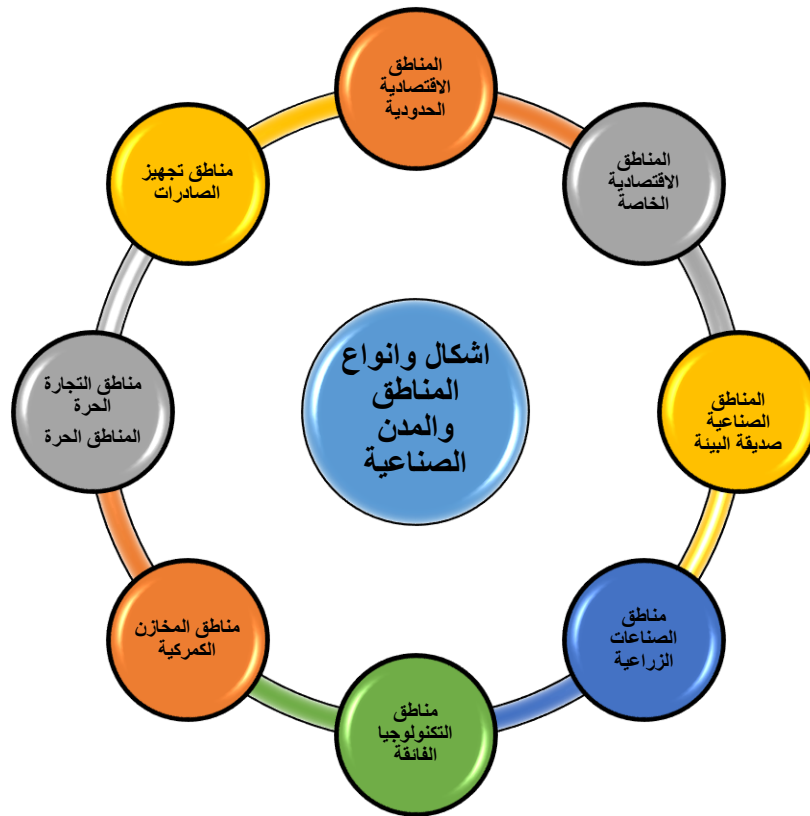
1. ان تركيز المنشآت الصناعية في إقليم معين يخلق ضغطاً كبيراً على الهياكل الارتكازية مثل الطرق وخدمات النقل والاتصالات، ضغوطات على استخدام الماء وخدمات الصرف الصحي، وكذلك الخدمات الاجتماعية مثل السكن و المدارس والصحة وغيرها. وبخاصة عندما يحصل التركيز في مراكز المدينة.
2. ان التركيز الصناعي يخلق تفاوتاً إقليمياً في مستويات النشاط ومن ثم يؤثر على الدخول ومستويات المعيشة. فيحصل تقدم واضح بها في أقاليم التركيز فيما تتخلف أقاليم اخرى. وهو أمر غير مرغوب فيه ويحتاج الى معالجة لاحقا.
3. يؤدي التركيز الى تفاقم ظاهرة التلوث الصناعي، حيث تعاني مناطق التركيز من تلوث الماء والهواء والترية غالباً.
4. ظهور مشاكل اجتماعية وسياسية فيها.

5. تؤدي عمليات التركيز الى قيام حركات واسعة للسكان مثل هجرة أعداد غفيرة من طالبي العمل نحو مناطق التركيز، الامر الذي يؤدي الى افراغ المناطق المجاورة وتركيز ساكني كبير وخاصة للنشيطين اقتصاديا في مناطق التركيز الصناعي.

ويتمثل الاساس المنطقي لإنشاء منطقة صناعية في تمكين "الصناعة من الاستقرار والتطوير في موقع محدد تم التخطيط له وتحسينه ولهذا السبب، تعد المناطق الصناعية أداة مهمة لهذا الغرض " لتقع ضمن سياسات الصناعة والبنية التحتية الاوسع للبلد.

التعريف الشائع للمنطقة الصناعية هو "قطعة أرض مطورة ومقسمة إلى قطع أرض وفقاً لخطة شاملة مع توفير الطرق والمواصلات والمرافق العامة، وأحيانا أيضا مع المرافق المشتركة، لاستخدامها من جانب مجموعة من الشركات المصنعة غالبًا. ما يُستَخدم مصطلح "المناطق الصناعية" أيضا لتغطية مجموعة واسعة من المفاهيم، مثل مناطق التجارة الحرة، ومناطق معالجة الصادرات، والمناطق الاقتصادية الخاصة، ومناطق التكنولوجيا الفائقة، والموانئ الحرة، ومناطق الشركات، وما إلى ذلك . يرجع وجود عدد كبير من المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بالمناطق الصناعية، من بين أسباب أخرى، إلى وجود اختلافات في أهداف أو وظائف أو أشكال هذه المناطق، واختلافات في مصطلحات السياسة الاقتصادية في مختلف البلدان، فضلًا عن رغبة بعض المناطق أو البرامج الصناعية بأن تنأى بنفسها عن مسارات المنافسة الشائعة. وبالتالي، يجب أن يكون أي تعريف شامل للمناطق الصناعية واسعًا بما يكفي لإعادة صياغة التنوع داخلها. يلخص الجدول (1) أكثر أنواع المناطق الصناعية شيوعًا:

اشكال وانواع المناطق والمدن الصناعية



شكل (2-3) اشكال وانواع المناطق والمدن الصناعية

التعريفات	الأمثلة	النوع
تسمى أيضاً بالمناطق المستدامة أو منخفضة الكربون أو الخضراء أو الدائرية، وهي مناطق صناعية مصممة لتحسين الأداء الاجتماعي والاقتصادي والبيئي لشركاتها القومية، بما في ذلك من خلال تعزيز التكافل الصناعي والتقنيات الخضراء التي توفر كفاءة الموارد وتؤدي إلى الميزة التنافسية، وتعزيز الصناعات المقاومة للمناخ وسلاسل القيمة الخضراء، فضلاً عن الممارسات التجارية الشاملة للجميع والمستدامة والملائمة المسؤولة اجتماعياً مع المجتمعات المحيطة.	مونجيمي وفوكسان وسوتسبو وكوزان في جمهورية كوريا؛ ومدينة مصدر الخضراء في الإمارات العربية المتحدة؛ ومدينة تيانجين البيئية في الصين.	المناطق الصناعية الصديقة للبيئة
مناطق محددة من بلد ما، تخضع لأنظمة اقتصادية فريدة تختلف عن المناطق الأخرى في نفس البلد، كما توفر عموماً التعامل خارج الأراضي فيما يتعلق بالتعريفات الجمركية.	شتتن وشوان في الصين؛ وبنما هاسيفيكو في بنما.	المناطق الاقتصادية الخاصة
مناطق اقتصادية تقع على طول الحدود لتسهيل التجارة والاستثمار عبر الحدود.	المنطقة الاقتصادية على الحدود الخاصة للتايوانية الماليزية؛ ومالكويلادوراس المكسيكية؛ وكوروزال في بلير.	المناطق الاقتصادية الحدودية
ركزت المناطق المعفاة من الرسوم الجمركية على التصنيع للتصدير، وتقدم عموماً إعانات التصدير في شكل إعفاءات ضريبية مؤقتة مع عدم وجود حصص تصدير أو الحد الأدنى لها.	منطقة تجهيز الصادرات آبي ريفر في كينيا؛ ومنطقة تجهيز الصادرات كاشيونغ في تاوان؛ ومناطق تجهيز الصادرات في جمهورية تنزانيا المتحدة؛ ومناطق تجهيز الصادرات في بنغلاديش.	مناطق تجهيز الصادرات
مناطق محددة تنقسم بتطبيق ضرائب الاستيراد وتخفيض التزامات الامتثال التنظيمي، من أجل جذب استثمارات جديدة واستثمارات أجنبية.	شاتون في أيرلندا؛ وكاتوفيتشي في بولندا؛ وجبل علي في دبي؛ وطنجة المتوسط في المغرب.	مناطق التجارة الحرة / المناطق الحرة
مناطق يتم فيها تخزين البضائع الخاضعة للرسوم الجمركية أو الاستفادة منها أو إخضاعها لمعالجة خفيفة (مثل التجميع) دون دفع رسوم، مع مراعاة السندات الجمركية.	مناطق المخزن الجمركية واجاوتشاو اللوجستية في الصين؛ مناطق المخزن الجمركية ميناء الدمام بالمملكة العربية السعودية.	مناطق المخزن الجمركية
مناطق خاصة، مخصصة لتسهيل وتعزيز إنشاء ونمو الشركات القائمة على الابتكار من خلال العضوية والتدخلات السليسة الأخرى.	منطقة مي هاي تك في اليابان؛ ومنطقة جاتجون التقنية في جمهورية كوريا؛ ومنطقة نيسكفري في المملكة المتحدة.	مناطق التكنولوجيا الفائقة
مناطق مخصصة خصيصاً لجذب وتعزيز الصناعات في المعالجة الزراعية النهائية.	المناطق الصناعية الزراعية المتكاملة في إنوبويا مناطق الأغذية الهندية.	الصناعة الزراعية المناطق

المصدر: تيلغ (2010)، بنك التنمية الآسيوي (2016)، اتحاد غرف التجارة والصناعة الهندية (2016)، لوكس إيكونوميكا (2019)، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والصناعة

الجدول ١: الأنواع الشائعة للمدن الصناعية^١

رغم أن الأنواع المختلفة للمناطق الصناعية المذكورة أعلاه تختلف قليلاً عن بعضها البعض، إلا أنها تشترك جميعاً في بعض السمات المشتركة. تتميز المناطق الصناعية عن أنواع المواقع التجارية والصناعية الأخرى، وعن التجمعات البسيطة أو تكتل الصناعات في موقع معين، من خلال الخصائص الموضحة في الشكل ٢١.

الخصائص الأساسية المشتركة للمناطق والمدن الصناعية:

1. مساحة الأرض المحددة جغرافياً، والتي تشتمل على خدمات مثل المرافق والاتصالات السلكية واللاسلكية، ومعالجة النفايات الصناعية، ومعالجة مياه الصرف الصحي، وتهيئة

- المناظر الطبيعية وخدمات الطوارئ لمكافحة الحرائق، والاسعافات الأولية، والامن والوصول الى وسائل النقل والخدمات العامة والخاصة الاخرى.
2. تخطيط رئيسي مفصل ، يصف المعايير والمواصفات لجميع جوانب البيئة المبنية، كالمباني، وخطوط الطرق والمواصلات، والمواقع الصناعية.
3. كيان اداري فردي للموافقة على دخول الشركات الجديدة الى المنطقة الصناعية، واستيعابها، وفرض الامتثال لقواعدها، وتقديم التخطيط المستقبلي لتعزيز التنمية طويلة الاجل للمنطقة الصناعية.

التركز الصناعي واداء السوق

يمثل تركيز الصناعة او تركيز السوق او مايمكن تسميته، درجة تركيز البائعين في السوق عنصرا مهما من هيكل السوق، والذي يؤدي دورا مهما في تحديد سلوك المنشأة في السوق، وتعني بتركز الصناعة او تركيز السوق الحالة التي يسيطر فيها على الصناعة عدد قليل من المنتجين. وهناك متغيران مهمان لهما علاقة بتحديد هذه الحالة وهما:

1. عدد المنشآت في الصناعة.

2. توزيعها النسبي.

واللذان ينعكسان في تحديد هيكل السوق وفي قرارات التسعير، وبطبيعة الحال، فان للتركز الصناعي تأثير على اداء المنشآت في السوق، وعلى تحديد الربح وتحقيقه، والنمو والتقدم التكنولوجي. ويعتبر تركيز الصناعة مظهرا من مظاهر المنافسة غير الكاملة (غير التامة)، حيث يسيطر واحد او عدد قليل من المنشآت على الصناعة ككل، ان عدم التفاوت في التوزيع النسبي لحجوم المنشآت على يمثل عاملا حاسما في التركيز الصناعي.

فاذا فرضنا بان عددا قليلا من المنشآت الكبيرة مع عدد كبير من المنشآت الصغيرة ينتجون منتجا متجانسا عند سعر محدد، فان المنشآت الكبيرة سوف يكون لها اعتماد متبادل بعضها على البعض الاخر، بحيث ان اي تغيير في السعر او العرض لاي منها سيكون له اثر واضح على العرض في السوق. ومن ثم على السعر التوازني، وعوائد المنشآت جميعا.

ومن المهم معرفة العوامل المؤثرة او المسببة لهذا التركيز ومن جملة هذه العوامل هي:

- عوائق الدخول الى السوق.
- مميزات التكلفة المطلقة .
- عوائق وفورات الحجم.
- اختلاف المنتجات.
- عوامل اخرى تتعلق باستمرار ووجود التركيز مثل (النشاطات الاندماجية للمنشآت الكبيرة، والسياسات السعرية او الادارة الاقتصادية غير الكفوءة للحكومة، ويمكن القول بان بعض التشوهات في السوق مدعومة من قوى مؤسسية مثل براءات الاختراع، والتراخيص، وقوى التكنولوجيا تساعد على تحقيق وفورات الحجم)، تعد من العوامل المهمة الاخرى لتركز الصناعة. ويقاس التركيز الصناعي من خلال عدة مقاييس مختلفة، ومن بينها التي تعد اكثرها شيوعا هي:

- نسبة التركيز والتي تمثل حصة المنشآت الكبيرة من اجمالي تلك الصناعة. وتؤخذ الحصة اما من (الانتاج او المبيعات او الاستخدام).
وكما ارتفعت النسبة ، كلما زادت القوة الاحتكارية في السوق، لان ذلك يعني ان عددا قليلا من المنشآت تسيطر على نسبة كبيرة من الانتاج او مبيعات او التشغيل لتلك الصناعة.
اما بخصوص العلاقة بين التركيز الصناعي واداء المنشأة في السوق، فهناك فرضيات عديدة لذلك، فالمنشأة التي تمتلك قوة احتكارية تميل الى فرض سعر مرتفع ، وتنتج وتبيع كمية اقل من الانتاج، لتحصل على معدل عالي من الربح، ويعد التركيز الصناعي مقياسا مناسباً للقوة، وفيما يلي شرح موجز للعلاقة بين التركيز الصناعي وبين مؤشرا اداء المنشأة.

علاقة التركيز بالربح:

تحصل المنشأة على القوة في السوق في حالة وجود حالة التركيز، وان مثل هذه القوة تؤدي الى تمكينها من تحقيق ارباح عالية، وغالبا مايفترض ان تستمر الارياح العالية لفترة زمنية طويلة هي نتيجة للدرجة العالية من التركيز السائد في السوق.

علاقة التركيز ونمو المنشأة

هناك فكرتان حول العلاقة بين التركيز ونمو المنشأة- الاولى : ان المنشأة التي تمتلك قوة السوق بسبب التركيز قد تفضل الاحتفاظ بمعدل عالي من الربح من خلال تقليص الانتاج ورفع سعره، واذا ماقررت التوسع فانها ستضحي ببعض من هامش الربح، وقد يكون هناك قيود من الحكومة على نمو المنشأة، او من التبذيرات (التالف)، الناجمة عن كبر حجم المنشأة والاختناقات التي تؤثر سلبا في النمو ، لذلك نتوقع بانه كلما زادت القدرة الاحتكارية للمنشأة، كلما قل احتمال نموها.

اما الفكرة الثانية: وهي ان الغرض من تعظيم الارياح طويلة الامد ، التي قد تميل الى زيادة نمو المنشأة، فقد تفضل المنشأة لخلق طاقة فائضة لمواجهة حاجات النمو المستقبلي ولعرقلة دخول منشآت جديدة للسوق، وقد تضحي هذه المنشأة بجزء من الربح او بالربح في الامد القصير، لضمان المنافع طويلة الامد واستمرار تسيدها في اعلى القائمة المسيطرة على السوق على حساب النمو قصير الامد.

علاقة التركيز بالتغير التكنولوجي:

السؤال هنا يكمن في ان المنشأة التي تسود فيها درجة عالية من التركيز، تميل الى اجراء البحوث ولديها قسم كامل يمثل (البحث والتطوير)، وهو متطور اكثر من قريناتها، فهذا النوع من المنشآت ميال اكثر لتحقيق التقدم التكنولوجي.

ان المنشأة الكبيرة الحجم، تكون عادة مستقرة ولديها موارد مالية وقدرة على تحقيق البحث العلمي والتطوير، وتحصل على منافع من ذلك. ولقد ظهر من الدراسات بان التركيز والنشاط الابتكاري مترابطان بشكل ايجابي ولكنه لا توجد اثباتات قاطعة على هذه الفرضية.

انتهت المحاضرة الثالثة (الاسبوع الثالث) والتي القيت عليهم حضوريا في يوم الخميس الموافق 20 / 10 / 2022

مدرس المادة : م. د. نزار صديق الياس القهوجي

جامعة الموصل/ قسم الاقتصاد/ المرحلة الثالثة

المحاضرة السادسة

الفصل الرابع: الأشكال التنظيمية المختلفة للمنشأة والتوطن الصناعي

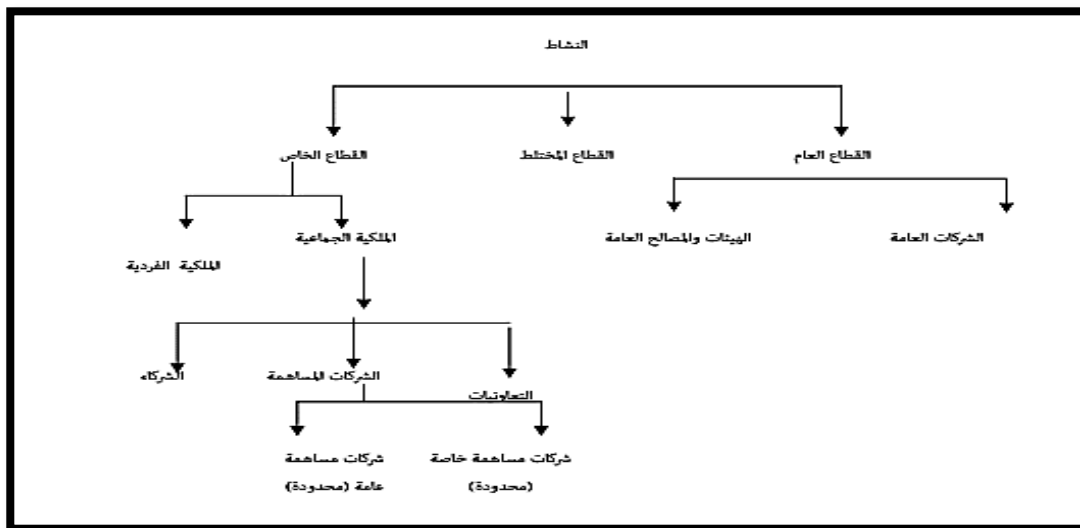
إن الشكل التنظيمي للمنشأة قد يحدد اختيار الهدف الذي تتبعه تلك المنشأة، وعلى سبيل المثال فإن المنشأة الصغيرة التي تدار من قبل المالك الفرد قد يسعى لتعظيم الربح في حين بالنسبة لشركة كبيرة فإن مثل هذا الهدف قد لا يمكن تحقيقه في ضوء الفصل الحاصل بين الإدارة والملكية، ولتغطية الجوانب المختلفة من الموضوع يتناول هذا الفصل الموضوعات الرئيسية الآتية:

(1-4) تصنيف الصناعات حسب الملكية

وفي نطاق الاقتصاد الصناعي فإن المنشأة يمكن أن تشخص استناداً إلى بعض الخصائص مثل نوع النشاط الذي تمارسه، وحجم النشاط، ونمط الملكية وهكذا، وإن نمط الملكية يستخدم تقليدياً لوصف نوع الشكل التنظيمي للمنشأة. وطبقاً لهذا يمكن لنا تصنيف المنشآت حسب نوع الملكية إلى: المالك الفرد والشركاء والشركات بمختلف أنواعها. إن هذا النمط من التصنيف هو الشائع والذي يستخدم في مجال الأعمال في كل أنحاء العالم، إلا أن مثل هذا التصنيف ليس له وجود ضمن نظرية المنشأة التقليدية، حيث أن المنشأة ينظر إليها كوحدة فنية تقوم بمهام إنتاج السلع والخدمات لغرض الربح، وإنها تدار من قبل المنظم والذي هو المالك والمدير في عينا الوقت (. إلا إن مثل هذه النظرة للمنشأة هي نظرة ضيقة وإذا أردنا إلقاء نظرة أوسع فإن تصنيف المنشآت على أساس الملكية يكون مرغوباً أكثر. ومن خلال ذلك فإننا نأخذ بنظر الاعتبار احتمال الفصل بين الإدارة والملكية كما هو الحال مع قطاع الشركات الكبيرة وإن مثل هذا يساعد في فهم عملية اتخاذ القرار في الحياة العملية يمكن تصنيف المنشآت العاملة إلى ثلاث مجموعات ضمن قطاعات الملكية المختلفة وهي:

(1) القطاع الخاص (2) القطاع العام (3) القطاع المختلط.

ففي القطاع الخاص فإن الملكية تنحصر في يد الأفراد، بينما في القطاع العام فإن الحكومة هي التي تمتلك وتدير المنشأة. أما في القطاع المختلط فإن الحكومة والأفراد معاً يشتركان في ملكية المنشأة وأدارتها. والشكل رقم (1-4) ادناه يبين الأشكال التنظيمية المختلفة للمنشأة في القطاعات الثلاثة المذكورة.



شكل (1-4) الأشكال التنظيمية المختلفة للمنشأة في القطاع الصناعي

(1-1-4) القطاع الخاص او الملكية الفردية : وتمثل هذه أبسط أنواع الأشكال التنظيمية حيث يملك المنشأة ويسيطر عليها شخص واحد، ويمكن أن يعمل معه عدد من الأفراد ولحسابه ولكنهم يبقون مستخدمين وتدفع لهم أجورهم من قبل المالك، أو قد يكونوا من أفراد العائلة ولكن ليس لديهم أسهم في هذه المنشأة. إن مثل هذا النوع من الأشكال التنظيمية من أكثرها شيوعاً وتتواجد غالباً في تجارة المفرد والخدمات الصناعية والصناعات البيئية والصغيرة.

(2-1-4) شركات القطاع العام

يؤدي القطاع العام دوراً حيوياً خصوصاً في الاقتصادات الاشتراكية أو المختلطة وذلك لثلاث أسباب: **الأول** لتحقيق السيطرة على المفاصل الرئيسية للاقتصاد، **والثاني** لتحقيق التنمية المنافع الاجتماعية وليس لأغراض الربح بشكل رئيسي، **والثالث** لتوفير الفائض التجاري لتمويل التنمية الاقتصادية للبلد. وتأخذ الشركات العامة شكلين رئيسيين وهما:

1. هيئات ومصالح عامة تدار مثلما تدار دوائر الدولة المختلفة، حيث تدار هذه الهيئات من خلال مدير تنفيذي يعين من قبل الحكومة، كما هو الحال مثلاً مع شركات البريد والبرق والسكك الحديدية أو الإذاعة وهكذا.

2. شركات عامة، وهذه الشركات يتم تأسيسها بقوانين خاصة، وتكون ملكيتها للدولة بشكل كامل ويتم تمويلها من الميزانية العامة للدولة وذلك لأن وظيفتها الأساسية تكون لخدمة المجتمع ككل. وأن إدارة مثل هذه الشركات تتم من قبل أشخاص معينين من الدولة وأن السياسة العامة لنشاط هذه الشركات تحددها الدولة رغم الاستقلالية الإدارية التي تتمتع بها هذه الشركات لتمشية أمور العمل اليومي. وتخضع مثل هذه الشركات للرقابة المالية للدولة. هذا وتختلف الصيغ والإجراءات فيما بين البلدان المختلفة فيما يتعلق بالشركات العامة وتمويلها وإدارتها.

(3-1-4) القطاع المختلط

يتكون القطاع المختلط من خلال مشاركة كل من الحكومة والأفراد من القطاع الخاص. وفي هذا الشكل التنظيمي فإن المنشأة تمتلك وتدار بشكل مشترك من قبل ممثلي الحكومة وممثلي القطاع الخاص، ويتم تأسيس مثل هذه الشركات المختلطة بموجب قانون الشركات النافذ في البلد المعني. ويتوزع رأسمال الشركات المختلطة بين القطاعين العام والخاص بموجب نسبة محددة تختلف من بلد لآخر، وحتى ضمن البلد الواحد قد تختلف من وقت لآخر. فبينما نجدها 51% للقطاع العام كحد أدنى في بعض البلدان و 49% للقطاع الخاص كحد أعلى فإنها قد تكون أعلى من ذلك بكثير للقطاع العام في بعض البلدان أو قد تكون أدنى من ذلك بكثير في بلدان أخرى. وفي ظل عمليات الخصخصة والتوجه نحو القطاع الخاص فإن العديد من البلدان العربية أخذت تخفض من حصة القطاع العام إلى ما دون ال 25% مقابل زيادة حصة القطاع الخاص. وتبقى الإدارة لمثل هذه الشركات تتم من خلال مجالس الإدارة المنتخبة من القطاع الخاص إلى جانب ممثلي القطاع العام الذين يعينون من قبل الدولة. ومن المزايا التي تسند إلى القطاع المختلط ما يأتي:

1. يمثل القطاع المختلط خطأً وسطاً بين القطاع العام والقطاع الخاص وبالتالي قد يحظى هذا القطاع بدعم ومساندة الدولة نظراً لمشاركتها فيه في الوقت الذي يستفيد هذا القطاع من إمكانيات ومبادرات الأفراد من القطاع الخاص، سواء فيما يخص رأس المال أو الإمكانيات الإدارية والفنية.

2. المرونة التي يتمتع بها مثل هذا القطاع، كونه لا يخضع بالكامل إلى القوانين والتعليمات التي يخضع لها القطاع العام مما يجعله يتحرك بسرعة ويسر.
3. إن القطاع المختلط يساهم في تعزيز المنافسة وبذلك فإنه يساهم في منع ظهور الاحتكار وتفشي الفساد الإداري.
4. تستفيد الشركات المختلطة من إمكانات القطاع العام الكبيرة وكذلك من الخبرات الفنية والإدارية لدى القطاع الخاص، وتأمين مشاركة رأس المال الخاص في التنمية الصناعية وتحقيق نوع من العدالة الاجتماعية وتوزيع منافع التنمية على أكبر عدد من الأفراد. وخلاصة الأمر فإن هناك قضيتين رئيسيتين مترابطتين ضمن الاقتصاد الصناعي وهما اختيار الشكل التنظيمي للمنشأة وتحديد أهدافها، وأن تحديد الأهداف يمثل الخطوة الأولى في النظرية والتطبيق لدى الاقتصاد الصناعي، حيث تتحرك المنشأة صوب تحديد مؤشرات الكفاءة في ضوء الأهداف المرسومة وتقوم بتنظيم أعمالها ورسم سياساتها طبقاً لذلك.

(2-4) التوطن الصناعي

مفهوم وأهمية التوطن الصناعي: ينصرف مفهوم التوطن الصناعي إلى دراسة وتحليل الأسباب والعوامل التي تحدد الموقع الأمثل للمنشأة الصناعي. ويمثل التوطن الصناعي فرعاً مستقلاً من فروع الاقتصاد والذي يتقارب ويتقاطع مع علم الجغرافية. وتتأتى أهمية دراسة اقتصاديات التوطن الصناعي من حقيقة الارتباط الوثيق بين قرار اختيار موقع المشروع الصناعي وبين إمكانيات نجاح المشروع المذكور، بالإضافة إلى المخاطر التي تنجم عن توطين المشروعات في الأماكن غير المناسبة اقتصادياً واجتماعياً والتي تمثل تذبذباً وهدرًا للموارد الاقتصادية، وكذلك تلويثاً للبيئة بما في ذلك من مضر على صحة ورفاهية المجتمع.

وقد كشفت تجارب التنمية والتصنيع في العالم، وخصوصاً في البلدان النامية، إن قدرة المجتمع على النمو وتحقيق التنمية والتقدم لا تتوقف على حجم الموارد الاقتصادية المتاحة فحسب ولكنها تتوقف بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى عوامل أخرى، على مدى نجاح المجتمع في استغلال هذه الموارد أفضل استغلال، الأمر الذي يتوقف على قرار اختيار المشروعات الصناعية والاقتصادية المناسبة التي تتلائم مع ما هو متاح من موارد اقتصادية، كما يعتمد على قرار اختيار مواقع هذه المشروعات. ولقد احتل موضوع التوطن الصناعي أهمية متزايدة في سياسات التصنيع لمختلف البلدان وخاصة بعد تزايد دور الصناعة في التنمية الاقتصادية وتزايد عدد المشروعات التي أقيمت في مناطق معينة مما أدى إلى تكدس هذه المشروعات وتركزها في أماكن قليلة معينة وخاصة في المدن الرئيسية والعواصم بشكل خاص. ولقد ساعدت عوامل عديدة على هذا التركيز للمنشآت، منها غياب الدور التخطيطي والرقابي الفعال للدولة في مجال توطين المشروعات، إضافة إلى العوامل الموضوعية والذاتية التي تدفع بالمنشآت الصناعية إلى التوطن بجانب الصناعات القائمة في المدن الرئيسية بهدف الاستفادة من الهياكل الارتكازية المتوفرة في تلك المناطق، من طرق وخدمات وكهرباء وماء، وقربها من الخدمات المصرفية والاتصالات والمواصلات، ولوجود العمالة المدربة والمهارات في تلك المناطق وقربها من الأسواق. وعندما تفاقمت المشكلة، من جراء تكدس العديد من المصانع في أماكن معينة بالقرب من المدن الرئيسية، وظهور الآثار السلبية الكثيرة لهذا التركيز، اضطرت الحكومات إلى اتخاذ الإجراءات المختلفة لتوطين الصناعات في أماكن بعيدة عن أماكن التجمع القائمة، ومنع إقامة الوحدات الصناعية في مراكز التجمع الصناعي وشرعت بإقامة مناطق صناعية جديدة للغرض المذكور، وتقديم الحوافز والخدمات والتسهيلات للتوطن في أماكن جديدة مخصصة لهذا الغرض. وقد أدى تركيز الصناعات في عدد محدود من المناطق إلى جملة من الآثار السلبية على الاقتصاد شملت ما يلي:

1. عدم استغلال الموارد الاقتصادية المادية والبشرية في مناطق عديدة من البلدان.
2. ازدياد حدة التفاوت في النمو بين مناطق الجغرافية المختلفة وخاصة بين العواصم والمدن الرئيسية من جهة وبين باقي المناطق الأخرى.
3. ارتفاع مستوى المهارة والانتاجية ومستوى التشغيل في مناطق معينة مقابل البطالة الواسعة والحرمان والفقر في أماكن أخرى. أدت كثافة التصنيع في بعض المناطق إلى مشاكل اجتماعية كبيرة بسبب الهجرة الواسعة من الريف إلى المدن بحثاً عن فرص العمل والتي نتج عنها مشاكل سكنية وضغط على الخدمات الخاصة بالنقل والمواصلات والتعليم والصحة. كل هذه العوامل دفعت الحكومات إلى التدخل ووضع خطط للتوطن الصناعي بهدف معالجة وتطوير الآثار السلبية الناجمة عن تركيز الصناعات في أماكن دون غيرها، وكذلك لتوزيع منافع التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل عادل على مجموع السكان، وتنمية المناطق التي لم يشملها النشاط الصناعي والتي حرمت من منافع التنمية. وقد استصدرت الحكومات قوانين وتشريعات تنظم مسألة التوطن وتمنح مختلف أنواع المحفزات والتسهيلات والخدمات للمصانع التي تتوطن في الأماكن المخصصة من قبل الحكومة.

(1-2-4) عوامل التوطن:

عند التفكير بتحديد موطن المنشأة فإن صاحب المنشأة الصناعي لا بد أن يفكر بأن عليه أن يجلب المواد الخام إلى موقع المنشأة وكذلك عليه أن يسوق وينقل منتجاته إلى أماكن مختلفة وكل هذا يؤدي إلى تحمل نفقات النقل سواء للمواد الخام أو للانتاج النهائي. ولهذه الأسباب لا بد من اتخاذ قرار بشأن اختيار الموقع الجغرافي للمنشأة. والسؤال هنا هو كيف يتم الاختيار؟ فهناك عدة عوامل تحدد التوطن ويقسمها البعض إلى ثلاثة مجموعات: فنية واقتصادية ومؤسسية وهذه العوامل تمارس الجذب والضغط باتجاه توطين المنشأة وفيما يلي شرح موجز لهذه العوامل.

العوامل الفنية: وتمثل العوامل المادية ذات الطبيعة الجغرافية التي تتصل بالتربة والمواد الخام والعاملين والطقس مثل: (توفر الأرض) (طبيعة ونوعية المواد الخام) (خدمات النقل) (كمية ونوعية الموارد البشرية) (مصادر الطاقة) (توفر الماء للشرب وللإستخدام الصناعي) (تسهيلات المتاحة لتصريف النفايات) (مدى ملائمة الطقس للصناعة المعنية).

العوامل الاقتصادية: وتشمل: (القرب من الأسواق المحلية وأسواق التصدير) (تكاليف الأرض والمباني) (تكاليف خدمات البنى التحتية) (مستوى الأجور والرواتب للعاملين) (تكاليف المعيشة المحلية) (الخدمات الصحية) (الإسكان) (خدمات الاتصالات).

العوامل الأخرى: وتشمل كل ما هو ليس مذكوراً في أعلاه مثل سياسات الحكومة أزاء توطين الصناعات الجديدة وكذلك العوامل الشخصية، ذلك أن قرار المشروعات بخصوص التوطن يتأثر بنوع وحجم المحفزات التي تمنحها الحكومة للمصانع الجديدة في المناطق المعنية. أما العوامل الشخصية فتشمل رغبة صاحب المشروع في التوطن بالقرب من سكنه أو لأي من الاعتبارات الشخصية الأخرى، بعيداً عن الاعتبارات الاقتصادية، ومعلوم أن الوزن النسبي للعوامل الشخصية المختلفة يعتمد على الظروف السائدة وطبيعة المشروع. فكلما كان المشروع فردياً كلما تحكّم الجانب الشخصي في قرار التوطن وكلما كان المشروع كبير الحجم ومملوكاً للدولة

كلما كان قرار التوطين تتحكم فيه عوامل واعتبارات عديدة متشابكة منها اقتصادية واجتماعية وربما أمنية الخ. وفي غالب الأحيان فإن توفر الأرض المناسبة للمشروع في المناطق الصناعية القريبة من المدن قد يكون العامل الأهم في تحديد موقع المشروع.

(3-4) قياس التوطن الصناعي وطرق تحديد التوطن الصناعي:

يعتبر موضوع التوطن من الموضوعات الهامة في التخطيط الإقليمي والتي تحظى باهتمام متزايد من قبل الاقتصاديين نظراً لما يترتب على عدم التوطن الصناعي السليم من آثار سلبية على الاقتصاد القومي. ولاشك في أن التوزيع الإقليمي السيء للصناعات ومشاكل التركيز الصناعي تتطلب ضرورة رسم سياسة فعالة للتوطن الصناعي ترتكز على التخطيط الإقليمي. ويمكن قياس درجة التوطن الصناعي بأحد الطرق التالية:-

أولاً- طريقة حساب النسبة المئوية لعدد العاملين بالصناعة في إقليم معين إلى جملة العاملين بالصناعة في الدولة:- فكلما ارتفعت نسبة العاملين الصناعيين بالإقليم إلى العاملين الصناعيين في الدولة ككل كلما دل ذلك على أهمية الصناعة في الإقليم و توطنها. أي النسبة التي يحسب بها درجة التوطن هي:-

$$\text{درجة التوطن الصناعي} = (\text{عدد العاملين بالصناعة في الإقليم} / \text{عدد العاملين بالصناعة في الدولة}) \times 100\%$$

ثانياً- طريقة حساب النسبة المئوية لعدد العاملين بصناعة معينة في إقليم محدد إلى جملة العاملين بهذه الصناعة على مستوى الدولة:- فكلما ارتفعت نسبة العاملين في الصناعة المعنية بالإقليم إلى العاملين في نفس الصناعة في الدولة ككل، كلما دل على أهمية هذه الصناعة في الإقليم و توطنها. أي النسبة التي يحسب بها درجة التوطن، هي:-

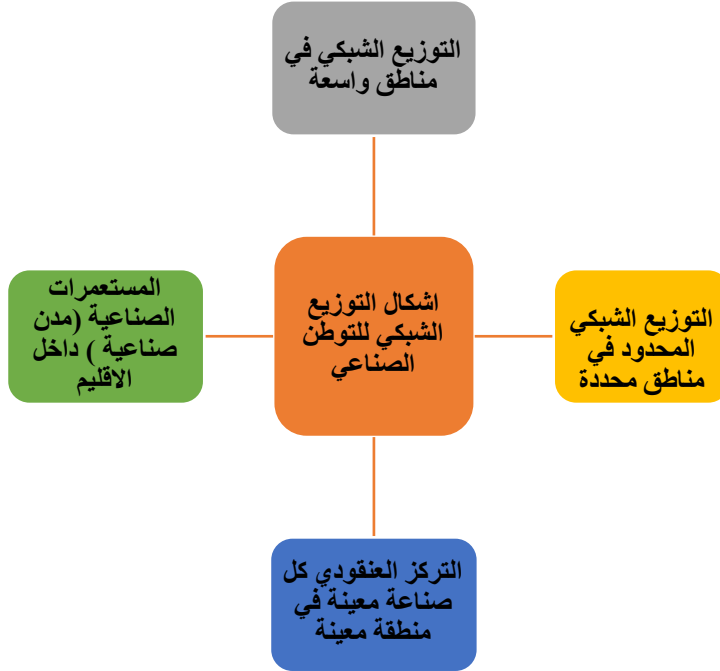
$$\text{درجة التوطن} = (\text{عدد العاملين في صناعة ما في الإقليم} / \text{عدد العاملين في نفس الصناعة في الدولة}) \times 100\%$$

ثالثاً- طريقة نسبة العاملين بصناعة في إقليم إلى إجمالي العاملين بالصناعات المختلفة في نفس الإقليم:- إذا زادت نسبة العاملين في صناعة معينة في الإقليم إلى إجمالي عدد العاملين بالصناعات المختلفة في الإقليم نفسه عن 60% دل ذلك على شدة توطن الصناعة، وإذا تراوحت هذه النسبة ما بين 60%- 30% فهذا يعني وجود شكل من التركيز الصناعي، أما إذا انخفضت النسبة عن 30% فهناك تواجد صناعي ليس إلا.

(4-4) التوزيع الشبكي للتوطن:

هناك صناعات تتوطن في إقليم معين و محدد المساحة، وهناك صناعات تنتشر في مساحات واسعة. وهناك صناعات لا تتوطن في أماكن معينة بل تنتشر في العديد من أحياء المدينة ويطلق على مثل هذا التوزيع الصناعي تعبير "التوزيع الشبكي" Network Distribution لارتباط صناعته بأسواق التصريف كورش الإصلاح والصيانة، صناعة الخبز، توزيع الغاز وما إلى ذلك من الخدمات الصناعية المختلفة. أما الصناعات التي لا تنتشر في مساحات واسعة فيطلق عليها تعبير التوزيع الشبكي المحدود.

وهناك مفهوم "النطاق الصناعي" Industrial Belt وهو حيث توجد مراكز صناعية متقاربة في موقعها ولكنها منفصلة في توزيعها كنطاق الصناعات البترولية في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية. وإذا كان التوطن الصناعي أكثر تركزاً بمعنى تركز الصناعة في منطقة أو إقليم محدود المساحة أطلق عليه "التركز العنقودي". أما إذا كان التوطن أشد تركزاً، أي يتركز في نطاق ضيق جداً فهنا يظهر ما يعرف (بالمستعمرات الصناعية Industrial Estates) أو المدن الصناعية.



شكل (2-4) اشكال التوزيع الشبكي للتوطن الصناعي

(5-4) العناصر الجاذبة للاستثمارات وتساعد على التمرکز والتوطن :

وفيما يلي تحليل لأهم العوامل التي توضع في الاعتبار عند تحديد موقع الصناعة وهي:-
أولاً- المواد الخام : من الأسس الهامة للصناعات التحويلية، تلك الصناعات التي تحول شكل المواد الخام أو بعضها من صورتها الخام الطبيعية إلى صور أخرى أكثر تطوراً تتفق واحتياجات الإنسان المختلفة. وتتباين المواد الخام في قدرتها على جذب الصناعات المعتمدة عليها إلى مواقعها حسب خصائصها وطبيعتها ومدى تعرضها للتلف. وعلى ذلك تصنف المواد الخام التي تلعب دوراً مؤثراً في تحديد موقع الصناعة إلى أربع مجموعات كلها تجذب الصناعات للتمركز بجانبها Material Oriented وهي:-

1. المجموعة الأولى:- مواد خام سريعة التلف تفقد خصائصها وصلاحياتها للاستغلال بطول مسافة نقلها، كالخضروات والألبان ومنتجاتها والأسماك. لذا تقام المصانع المعتمدة على مثل هذه الخامات بالقرب من مصادر المواد الخام.
2. لمجموعة الثانية:- مواد خام ثقيلة الوزن كبيرة الحجم تتكلف عمليات نقلها نفقات كبيرة، خاصة وأن صناعاتها تستخدم كميات كبيرة منها، كالحجر الجيري المستخدم في صناعة الأسمدة، لذلك تقام مثل هذه الصناعات في أماكن أقرب إلى مصادر خاماتها.

المحاضرة السابعة

3. المجموعة الثالثة:- مواد ثقيلة الوزن كبيرة الحجم تفقد جزء كبير من حجمها بعد التصنيع مثال صناعة الحديد والنحاس والورق ومختلف المنتجات الورقية، ولذا نجد هذه الصناعات بالقرب من مصادر المواد الخام.

4. المجموعة الرابعة:- تضم مجموعة متباينة من المواد الخام لا يشترط قيام صناعاتها بالقرب من مصادرهما كالصناعات الهندسية والقطنية والمطاط والمنتجات المعدنية.

ثانياً- مصادر الطاقة: وتنقسم مصادر الطاقة إلى نوعين:-

1. مجموعة مصادر طاقة متجددة لا تنضب كالطاقة المائية والشمسية والهوائية.

2. مجموعة مصادر قابلة للتلوث غير متجددة كالفحم والبتروك والغاز الطبيعي.

وتتباين الصناعات في مدى احتياجها للطاقة، كما تختلف مصادر الطاقة في درجة جذبها للنشاط الصناعي. وقد ساهم التقدم الفني والتكنولوجي على تقليل كمية الوقود المستخدمة في الصناعات إضافة إلى تعدد مصادر الطاقة، ونجاح الإنسان في نقلها من إقليم لآخر، وأصبح من الممكن استغلال العديد من هذه المصادر بصورة اقتصادية وإحلال مصدر مكان آخر. الأمر الذي أدى إلى انتشار دائرة الصناعات في العالم بأقاليمه المختلفة، وإن كان اختلاف تكاليف مصادر الطاقة المختلفة من مكان لآخر له دوره في توزيع الصناعة ودرجة تركزها.

وتحتاج بعض الصناعات كصناعات صهر المعادن وخاصة الألمنيوم إلى كميات كبيرة من الكهرباء للتحليل، لذلك نجد أن كندا والتي تتوافر فيها مصادر الطاقة الرخيصة (الطاقة المائية) هي من أكبر دول العالم في إنتاج الألمنيوم (كذلك تركز الخطط الصناعية للتنمية بالمملكة على التوسع في إنتاج الألمنيوم لرخص مصادر الطاقة وتوافرها). وإن كان الفحم الجيري قد مثل قوة جذب هائلة للصناعات ولفترة طويلة من الزمن (حتى منتصف القرن التاسع عشر)، فيلاحظ عدم تركز الصناعات في الوقت الحاضر أو توطنها بالقرب من مناطق إنتاج زيت البترول بالمستوى الذي كان عليه بالنسبة للفحم، ويرجع ذلك إلى سهولة وانخفاض تكاليف نقل البترول نسبياً. فهناك الكثير من دول العالم تمتلك معامل ضخمة لتكرير البترول رغم أنها لا تنتجها، منها اليابان وهولندا واليمن الجنوبي.

ثالثاً- الأيدي العاملة: يتمثل تأثير هذا العامل في تحديد موقع الصناعة في أمور ثلاثة، هي:-

1- مدى توافر المهارة الفنية في الأيدي العاملة.

2- مدى التوافر الكمي للأيدي العاملة.

3- تكاليف الأيدي العاملة وتباينها بين الأقاليم. وعلى ذلك

اهم الملاحظات عن عنصر العمل :-

- يعد توافر الأيدي العاملة الماهرة عاملاً أساسياً في توطن الصناعات الدقيقة والتي تحتاج إلى مهارات خاصة كالصناعات الهندسية والأجهزة العلمية والساعات.
- في حالة الدول والأقاليم المزدهمة بالسكان تتركز الصناعات التي لا تحتاج إلى مهارة عالية من الأيدي العاملة كالصناعات الغذائية.
- بعض الدول تفتقر إلى الأيدي العاملة سواء من الناحية الكمية أو النوعية، لذا تضطر إلى الاستعانة بالعمالة الأجنبية.

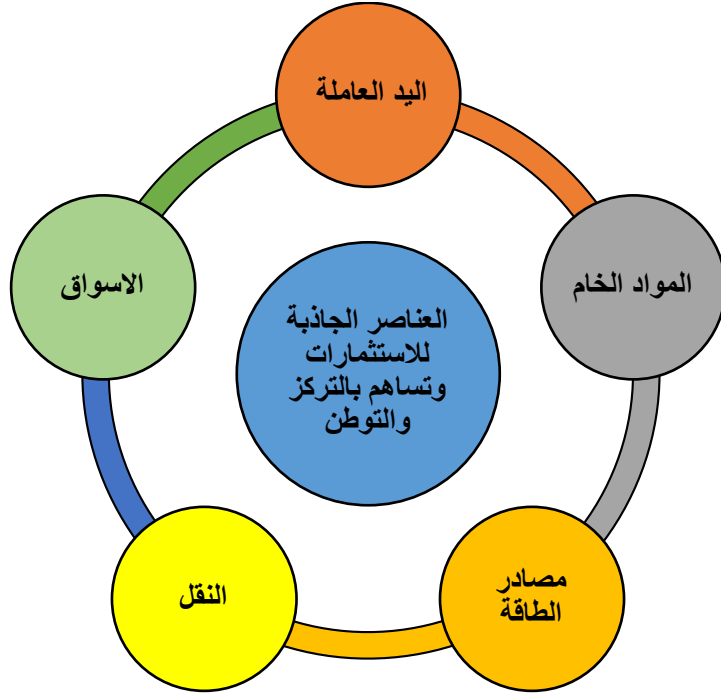
- قلة التوسع في استخدام الأساليب الآلية في الإنتاج من قوة جذب الأيدي العاملة خاصة الماهرة منها في مجال توطن الصناعي، وأدى الاعتماد على الآلية والعمال النصف مهرة في صناعات عديدة وترتب على ذلك انتشار الصناعة بشكل واضح حتى في النطاقات الريفية.
- تلعب طرق ووسائل النقل من حيث توافرها وسهولتها وتكلفتها دوراً هاماً في إمكانية انتقال الأيدي العاملة من إقليم لآخر.
- تكون تكلفة الأيدي العاملة في الصناعة بمعظم دول العالم أكثر من ثلث تكاليف الإنتاج النهائية ولذلك أخذ هذا العامل في الاعتبار عند التوطن الصناعي يقلل كثيراً من تكلفة الإنتاج ومما يؤثر بدوره على الأرباح النهائية.

رابعاً- الأسواق: تتباين الأسواق من إقليم لآخر تبعاً للعوامل التالية:-

- 1- عدد السكان الذي يحدد حجم السوق وقدرته.
 - 2- مستوى المعيشة الذي يحدد القدرة الشرائية ومستوى الإنفاق العام ومفرداته، وكلها عناصر تحدد حجم السوق وطبيعته.
 - 3- مدى تقدم الصناعة وخصائصها العامة ومدى انتشارها.
- وتعتبر الأسواق أحد الأسس الهامة التي تجذب الصناعات للتوطن في إقليم أو مكان ما لاستهلاك منتجاتها، وفي بعض الأحيان تكون الأسواق عبارة عن منشآت صناعية تستغل منتجات صناعية أخرى في عملياتها الصناعية، مثال ذلك الصناعات الهندسية التي تكون سوقاً هاماً لصناعات الحديد والصلب. أما الأسواق الأوسع انتشاراً في مجال الصناعة فتتمثل في المستهلكين للمنتجات المصنعة والتي يحدد مستواهم المعيشي وأعدادهم حجم السوق واتساعه وبالتالي قدرته على الجذب والتوطن بالقرب منه.

خامساً- النقل:

تتعدد وسائل النقل التي تستخدم في الصناعات المختلفة و ذلك حسب خصائص الوسيلة الناقلة وطبيعة السلعة المنقولة وموقع المنشأة الصناعية، وهي كلها عوامل أو عناصر تساهم في التوطن الصناعي، وتوضع في الاعتبار عند التخطيط للتنمية الصناعية. وتعطي كثافة وسائل النقل وتعدد مجالات الاختيار بينها، بالإضافة إلى دورها في خفض تكاليف النقل.



شكل (3-4) العناصر الجاذبة للاستثمارات المسببة للتركز والتوطن

(6-4) نظرية وير للموقع الصناعي- مؤسس نظرية الموقع الصناعي (1909)

ظهرت العديد من النظريات التي تناولت الموقع الصناعي وأسس اختياره ومن أبرز هذه النظريات نظرية (Alfred Weber)- وهو اقتصادي ألماني ألف كتابه نظرية توطن الصناعات عام 1909، وترجم إلى اللغة الإنجليزية سنة 1929. وأصبح مرجعاً لدراسة التوطن لتزايد أهمية الصناعة في تكوين التجمعات البشرية الجديدة، ويهدف فيبر في هذا الكتاب إلى شرح توطن النشاط الصناعي على ضوء ثلاث متغيرات اقتصادية هي تكاليف النقل، وتكاليف العمل والوفرة الناجمة عن التركيز الصناعي، وأسس شرحه على إيجاد أدنى تكلفة لتوطن الإنتاج الصناعي) . فقد وضع نظريته في النصف الأول من القرن العشرين، حيث بنى نظريته على فرضية أن المستثمر يختار مواقع الصناعة في الأماكن التي تكون فيها تكاليف الإنتاج في حدها الأدنى. واستناداً إلى عدد من الفرضيات اشتق عوامل رئيسية تؤثر على الموقع الصناعي وهي:

(تكاليف النقل، وتكاليف الأيدي العاملة وتكاليف المواد الأولية) Weber تكاليف النقل بعامل المسافة وبوزن المواد المنقولة، وتوصل في النهاية إلى أن الموقع الأمثل للصناعة يكون في النقطة التي تكون فيها المسافة بين مناطق توفر المواد الخام ومناطق تصنيعها في حدها الأدنى. وللتأكد من هذه النتيجة طور Weber معامل المادة الخام (Material Index) وكما يأتي:

وزن المادة الخام المحلية = (معامل المادة الخام ÷ وزن السلعة المنتج).
فكلما كان المعامل أكثر من واحد تكون عندها الصناعة متوجهة نحو المادة الخام لأن تكلفة نقل المادة الخام عندها تكون أكبر من تكلفة نقل السلعة المصنعة الجاهزة.

وفيما يتعلق بالأيدي العاملة فإن أماكن توفرها في منطقة معينة قد يعمل على جذب وتوطين الصناعة وذلك إذا كان التوفير في تكاليف الأيدي العاملة لكل وحده منتجة أكبر من تكاليف النقل الإضافية المطلوبة لكل وحدة. وكذلك فإن توفر بعض العوامل المساعدة (مثل الأيدي العاملة الماهرة وخدمات البنية التحتية) قد يكون عاملاً يساعد على حدوث التجمعات الصناعية، والعكس بالنسبة إلى بعض المناطق التي قد توجد فيها عوامل طاردة للنشاطات الاقتصادية مثل ارتفاع أسعار الأراضي وارتفاع إيجاراتها... الخ.

يفترض ألفريد فيبر 4 أماكن لإقامة الصناعات وتوطنها:

1. يقام المصنع بجوار تواجد المواد الخام (مثل مصانع السكر بجانب أمان زراعة قصب السكر أو بنجر السكر).
2. يقام المصنع بجوار سكن الأيدي العاملة المختصة (مثل مصانع الأثاث التي تتواجد في البلدة التي يوجد بها صناعات مهرة مختصين لهذا العمل، مثل مدينة دمياط في مصر).
3. يقام المصنع بجوار الأسواق التي بها كثافة سكانية عالية لكي يقدموا على شراء المنتجات (مثل المخابز التي يتم إقامتها وسط الكتل السكنية).
4. يقام المصنع على هوامش المدن الجديدة، خصوصاً إذا وجدت المواصلات لنقل العمال المهرة المختصين إلى تلك المصانع في المدن الجديدة.

ولحل مشكلة نقل الأيدي العاملة الماهرة إلى المدن الجديدة يجب الآتي:

1. يفضل أن يمتلك كل مصنع عدد من الحافلات الخاصة التي تكفي العاملين من خارج المدينة الجديدة لتسهيل النقل من وإلى المصنع.
2. أو من الممكن توفير وحدات سكنية خاصة للعاملين بالمصنع، أي توفير المأوى اللازم لهم ولأسرهم بالقرب من المصنع.

الافتراضات والقواعد

- أسس فيبر تحليله على هذه الافتراضات الصريحة السابقة، كما تضمن عمله افتراضات أخرى:
1. سهولة تواجد موارد طبيعية غير متكافئة في توزيعها على سطحه، وتوجد المواد الخام والفحم والماء في مواقع لها مقوماتها الطبيعية.
 2. معرفة حجم ومواقع مراكز استهلاك المنتجات الصناعية على السهل.
 3. توجد عدة مواقع ثابتة، تتركز فيها العمالة، وتتطلب معدلات أجور مرتفعة، والعمل ثابت وغير محدد في هذه المواقع.
 4. المنطقة لها شكلها الحضاري وأجناسها ومناخها ونظامها السياسي والاقتصادي الذي يميزها.
 5. تبحث المؤسسات الاقتصادية للوصول بتكلفة الإنتاج إلى أدنى حد ممكن.
 6. توافر ظروف المنافسة الكاملة، والأسواق تم افتراضها، والموارد غير محدودة في مواقعها المفترضة، ولا توجد شركة تحصل على ميزة احتكارية من اختيار موقعها.
 7. لا تختلف تكاليف الأراضي والبناء والمعدات واستهلاك رأس المال على المستوى الإقليمي.
 8. يوجد نظام واحد للنقل فوق سطح متساوٍ.

وقد أصر فيبر على وجود ثلاثة عوامل إقليمية تؤثر على تكاليف الإنتاج، هي:

1. تكلفة المواد الخام.
2. تكلفة نقل المواد الخام والمنتجات.
3. تكلفة العمل.

وقد اضاف فيبر عامل محلي آخر هو التجمع، واقتصاديات الانتشار، ويتمثلان في مدخرات المصنع الناتجة عن تشغيله في نفس مكان التجمع الصناعي، والاستفادة من الصناعات المعاونة والخدمات والمالية والاستخدامات العامة، وهذه الخدمات والعمليات يلزم تنفيذها تكلفة أعلى لو كانت في شركة وحيدة الموقع.

تمثل الصناعة مقياساً هاماً من مقاييس التطور الاقتصادي لأهميتها ودورها الكبير في الاقتصاد القومي وتعتبر من مقاييس التطور الاقتصادي لأية دولة، فهي تخلق فرصاً عديدة للعمل إلى جانب أرباحها الكبيرة مقارنة بأرباح الزراعة مثلاً، إضافة إلى توفير الكثير من المنتجات التي تقلل من الاعتماد على الأسواق الخارجية.

- 1- توطين الصناعة باختيار مواقع للمراكز الصناعية الجديدة تتفق فيها ظروف وإمكانيات الموقع مع طبيعة كل صناعة من الصناعات وخصائصها.
- 2- تحسين نوعية الإنتاج الصناعي بتحديث الأساليب الصناعية ورفع مستوى الكفاءة الفنية للأيدي العاملة واستخدام مواد خام جديدة، وتوفير كافة متطلبات الصناعة .
- 3- زيادة الإنتاج الصناعي بإضافة خطوط إنتاجية جديدة في منشآت صناعية موجودة بالفعل، أو التوسع في إقامة منشآت صناعية في أقاليم متفرقة بشرط توافر مقومات الصناعة فيها.

*مؤشر المادة الخام عند وبير :

كيفية بناء خطوط تساوي أدنى تكلفة النقل في حالة سوق واحد وخام واحد

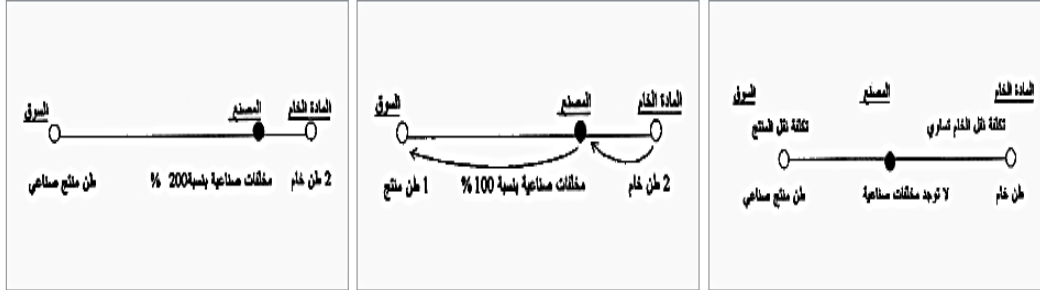
ابتكر فيبر هذا المؤشر ليفرق بين الأنواع المختلفة من الصناعات تبعاً للوزن المفقود أثناء عملية الإنتاج، ويحسب مؤشر المادة الخام على النحو التالي:

مؤشر المادة الخام = الوزن الكلي للخامات المستخدمة لكل وحدة منتجة ÷ وزن الوحدة الصناعية المنتجة النهائية .

- فإذا كان الناتج (1) يطلق على هذه الخامات بأنها (**نقية**) أي أن كل كمية المواد الخام الداخلة إلى المصنع تخرج من الناحية الأخرى بنفس وزنها من المنتج الصناعي أي لا يوجد فاقد ناتج عن عملية الصناعة. (ب) أما إذا كان الناتج يزيد عن (1) فيعني أن هناك وزناً مفقوداً من المواد الخام (**مخلفات الصناعة**) أثناء عملية الإنتاج الصناعي. ويطلق على هذه المواد الخام التي يبقى جزء صغير من وزنها في شكل وحدة منتجة والباقي يضيع كمخلفات صناعية بالمواد الخام الكلية، أو مواد الوزن المفقود، وفي هذه الفئة الأخيرة من المواد الخام تكون تكلفة نقلها كبيرة وتزيد عن تكلفة المنتج الصناعي إلى السوق ، وإذا كان وزن المواد الخام ضعف وزن المنتج الصناعي، يكون ناتج مؤشر المادة الخام (2)، وبالتالي ترتفع تكلفة نقل الخام إلى ضعفي تكلفة المنتج الصناعي إلى السوق.

المحاضرة الثامنة

توطن المشروع الصناعي فيما بين مصدر الخام الوحيد والسوق في ظل اختلاف مؤشر المادة الخام [عدل]



أولاً: في حالة مؤشر المادة الخام = (1) أي يحتاج الطن المنتج إلى طن خام
ثانياً: في حالة مؤشر المادة الخام = (2) أي يحتاج الطن المنتج إلى طنين من المادة الخام
ثالثاً: في حالة مؤشر المادة الخام = (3) أي يحتاج الطن المنتج إلى ثلاثة أطنان من الخام

كلما زاد مؤشر المادة الخام عن (1) تزيد تكلفة نقل المواد الخام عن تكلفة المنتج الصناعي وبالتالي سينتج المصنع نحو مواقع أقرب من مصدر المادة الخام، لئلا يزداد ارتفاع تكلفة نقل المادة الخام ويتوقف مدى القرب من مصدر المادة الخام على مدى ارتفاع مؤشر المادة الخام عن (1). فإذا كان مؤشر المادة الخام (3) مثلاً ستكون تكلفة نقل الخام 3 أضعاف تكلفة نقل المنتج الصناعي إلى السوق وبالتالي سينتج المصنع موقعاً أكثر قرباً من مصدر المادة الخام مما لو كان مؤشر المادة الخام (2) مثلاً.

(7-4) الفرق بين التركيز الصناعي و التوطن الصناعي

جدول (1-4) الفرق بين التوطن الصناعي، والتركز الصناعي

ت	التركز الصناعي	التوطن الصناعي
1	أحد مفاهيم الجغرافيا الاقتصادية، ويشير إلى كثافة عالية للنشاط الصناعي موجودة فعلاً على مساحة محددة.	توطن الصناعة معناه نقل جزء أو مجموعة أنشطة إنتاجية لمؤسسة ما من منطقة إلى منطقة أخرى أو بلد آخر بهدف الاستفادة من الامتيازات المتاحة مثلاً (انخفاض الاجور، وفرة المواد الاولية الخام، وفرة الثروات، اعفاءات ضريبية)
2	لدي الاقليم القدرة على جذب مزيد من الصناعات، وذلك عبر توفير الهياكل الارتكازية، منافذ التسويق، ومن خلال زيادة التنوع الصناعي.	مفهوم نظري أصبح مرجعاً لدراسة التوطن، بتزايد أهمية الصناعة في تكوين التجمعات البشرية الجديدة، وزيادة نشاطها و ثروتها، وتحسين رفاهيتها.

3	لدى الاقليم هياكل ارتكازية، ومنافذ تسويقية تساعد على الجذب الصناعي الجديد، ومن خلال زيادة النشاط الصناعي.	دراسة العوامل التي تساعد في تزايد النشاط الصناعي في مساحة معينة من الارض (اقليم، مدينة، الخ).
4	من المناطق الصناعية الأكثر فاعلية على سطح الكرة الأرضية (تجمعات صناعية كبرى)	قد تغلب احدى العوامل عن الاخرى في تحديد توطن صناعة معينة في اقليم دون غيرها.
5	تتسم مناطق التركيز الصناعي بكونها غنية بالصناعة، متنوعة الأنشطة الصناعية، ومتجاوبة مع المتطلبات المتغيرة للصناعة. كما تربط بين كافة أوجه نشاطاتها روابط تقنية ومالية.	التوطن الصناعي يعنى انتقاء المكان الملائم للمصانع التي يتم اختيارها بواسطة توظيف الموقع على المستويين الإقليمي والمحلي .
6	مفهوم التركيز الصناعي مفهوم عملي حقيقي موجود على الارض	مفهوم التوطن الصناعي مفهوم نظري يسبق عملية التطبيق على الارض قائم على عملية التخطيط الصناعي.
7	مفهوم اعم واكبر من التوطن الصناعي لانه ذو نشاطات صناعية متنوعة	مفهوم يقتصر على امكانية نقل صناعة معينة من مكان الى مكان لآخر يمكن ان يكتب له النجاح او الفشل بناء على عوامل محددة تم اخذها بالاعتبار كسبب لتبني تلك الصناعة.

اعد من قبل الباحث بالاعتماد على مصادر متنوعة.

انتهت المحاضرة الرابعة (الاسبوع الرابعة+ الاسبوع) والتي القيت عليهم حضوريا في يوم الخميس الموافق 2022/ 10 /27

و 2022 / 11 / 3

مدرس المادة : م. د. نزار صديق الياس القهوجي

جامعة الموصل/ قسم الاقتصاد/ المرحلة الثالثة

الفصل الخامس: التخصص الانتاجي الصناعي (المفهوم، الاشكال، المقاييس)

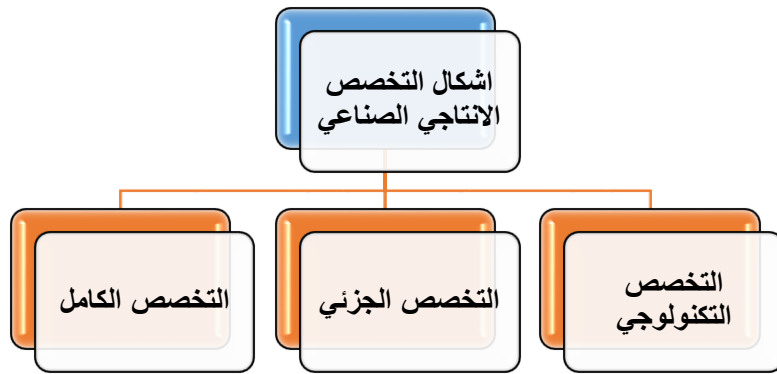
(1-5) مفهوم التخصص الانتاجي الصناعي

هو شكل من أشكال التركيز الصناعي، ويقصد به تركيز انتاج سلعة او اجزاء منها او منتجات متجانسة او اجزاء منها، او اي عملية انتاجية معينة في مشاريع وفروع صناعية منفصلة، وهو نتيجة لتعمق تقسيم العمل الاجتماعي العام وتطور الفنون الانتاجية داخل الصناعة الواحدة او المشروع نفسه.

وللتخصص الانتاجي ثلاثة اشكال وهي كالآتي :

ماهي اشكال التخصص الانتاجي الصناعي؟

- 1- التخصص الكامل: ويجري هنا انتاج سلعة او خدمة كاملة في مشروع معين، اي التخصص السلعي والخدمي، مثال ذلك التخصص بانتاج (المكائن، او الالبسة الجاهزة، او انتاج الاحذية).....الخ، واهمية هذا التخصص تتمحور في الصناعات الهندسية والاذغذية والصناعات الخفيفة.
- 2- التخصص القطعي او الجزئي: وهو تخصص في انتاج قطعة او اجزاء معينة من السلعة النهائية في مشروع منفصل، اذ تكون الحاجة لمثل هذه القطع للمشروع ذاته او لغيره من المشاريع مثل انتاج شبه الموصلات والدوائر الكهربائية المتكاملة والرقاقات الالكترونية والمكابس والاطارات.....الخ.
- 3- التخصص التكنولوجي: ويجري هذا التخصص في مرحلة او عملية تكنولوجية معينة او مرحلة منها، اذ يتطلب انتاج السلعة المتكاملة الى عدة مراحل وعمليات تكنولوجية متتابعة، اذ يتخصص مشروع معين في مرحلة من هذه المراحل كالغزل الذي يتم في وحدة او انتاج الخيوط، والنسيج يتم في وحدة معينة، والطباعة والصباغة للقماش يتم في وحدة اخرى.....الخ.



شكل (1-5) اشكال التخصص الانتاجي الصناعي

(2-5) مقاييس التخصص الانتاجي الصناعي

يمكن الاستدلال على درجة ومستوى التخصص في المشروع او الفرع الانتاجي الصناعي من خلال المقاييس الاتية :

1. مقياس عدد المشاريع المنتجة لسلعة او خدمة معينة.
2. الحصة النسبية او الوزن النسبي للانتاج الصناعي الخاص الى مجموع الانتاج في المشروع او الفرع نفسه، فلو كان لدينا مشروعان هندسيان لانتاج مكائن لمعالجة المعادن، احدهما ينتج 60% الات وقطع معادن اخرى، والثاني 90% منها ، فالمشروع الثاني يكون اكثر تخصصا من الاول.
3. مقياس أنواع المنتجات: فكلما قل عدد أنواع المنتجات ووصل الى نوع واحد، ازدادت درجة التخصص.
4. عدد العمليات المنجزة في مكان العمل الواحد: وهو عبارة عن متوسط عدد العمليات التصنيعية التي تنجز في مكان عمل واحد داخل المشروع، وهذا الرقم يتحرك من (1) للانتاج المتدفق (خطوط التجميع) الى (50) في الانتاج الصغير، وكلما قل عدد العمليات التي تنجز

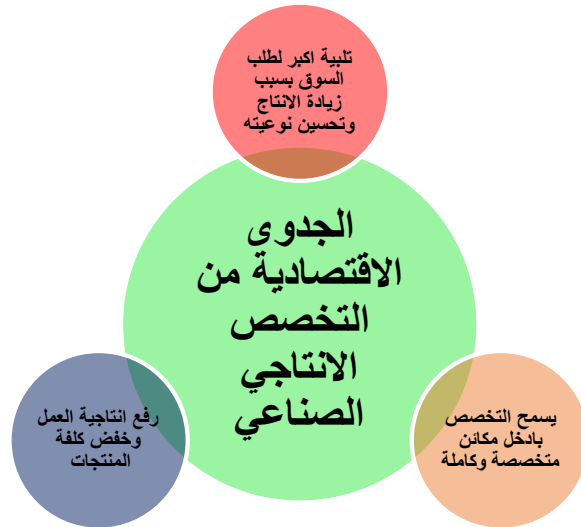
في مكان العمل الواحد، ووصل الى واحد (1) ، كلما اقترب التخصص الى ما يسمى بالتخصص التام.

5. الحصة النسبية للمكان المتخصصة: فكلما زادت عدد المكان المتخصصة بالنسبة لمجموع عدد المكان في المشروع، كلما كان ذلك دليلا على ارتفاع مستوى التخصص للمشروع.

(3-5) ماهي الجدوى الاقتصادية من التخصص الانتاجي الصناعي؟

التخصص عملية ذات جدوى اقتصادية عالية تتلخص بالاتي؟

1. رفع انتاجية العمل وخفض كلفة المنتجات (كلفة الوحدة الواحدة او الكلفة الكلية السنوية) نتيجة لتقسيم العمل الفردي داخل المشروع.
2. يسمح التخصص بادخل مكان متخصصة وكاملة، مما ينتج عنه زيادة حجم وجودة الانتاج ورفع انتاجية العمل.
3. تلبية اكبر لطلب السوق بسبب زيادة الانتاج وتحسين نوعيته.



شكل (3-5) الجدوى الاقتصادية من التخصص الانتاجي الصناعي

الفصل السادس: التكامل الانتاجي الصناعي (المفهوم، الاسباب، الاشكال، المقاييس)

مفهوم التكامل الانتاجي: هو مفهوم حديث يقصد به تنظيم ذو فعالية عالية قياسا لبقية التركيز الاخرى. وهو يعد نوع من انواع التركيز الصناعي، فالتكامل الانتاجي الصناعي هو عملية تجميع انتاج منتجات مختلفة من مشروع واحد، لكنها مرتبطة تكنولوجيا.

(1-6) الاسباب الرئيسية للتكامل الانتاجي الصناعي:

س: ماهي الاسباب البارزة لظهور التكامل الصناعي؟

1. النمو الاقتصادي للمشروع : حيث ان متطلبات النمو الاقتصادي للمشروع، تدفع الى تنويع وتدعيم اقتصاد المنشأة والاقتصاد الوطني، فالنمو مرادف للتقدم.
2. الاستغلال الاقصى للموارد الانتاجية من حيث الاستخدام.
3. تجنب الاعتماد على سلعة واحدة او عدد محدود من السلع والتي تنطوي على مخاطر عديدة.
4. الاستقرار: اذ ان التنويع يدعم الاستقرار الاقتصادي والصناعي للمنشأة.
5. تطور المعلومات التكنولوجية والمعرفة العلمية وتطبيقها في انتاجات جديدة.
6. خفض الكلف لمختلف السلع وزيادة القدرة التنافسية للمشروع.
7. الدخول الى الاسواق الدولية بالتنويع الذي يؤلف دعما لاقتصاد المنشأة ويزيد من قدرتها.
8. استغلال الطاقات العاطلة في بعض المشاريع.

(2-6) اشكال التكامل الانتاجي الصناعي:

يمكن تصنيف التكامل الانتاجي الصناعي وفقا لمعلومات او سمات معينة اعتمادا على (وجهة نظر المنشأة أو مصدر التكامل، او اعتمادا على اتجاه التكامل، اعتمادا على لمداخل التكامل الرأسي).

1. اعتمادا على مصدر التكامل (وجهة نظر المنشأة):
 - تكامل داخلي: وهو التكامل الذي ينشأ داخل المشروع ذاته، ويعتمد على تطور امكاناته الذاتية، سواء كان عبر الابتكارات او الاختراعات من داخل او خارج المشروع او لقرارات المنظم التطويرية، بهذا يتوسع المشروع من الداخل الى الخارج.
 - تكامل خارجي: وهو تكامل ينشأ عن اندماج عدة منشآت او مشاريع في منشأة واحدة، ان كان طوعا كما يحدث حاليا بين المنشآت المختلفة وبين دول مختلفة ايضا، او قسرا نتيجة للمضاربة وشراء اسهم المنشآت الاخرى، او اضطرارها للانتاج.
2. بالنسبة لاتجاه التكامل الانتاجي الصناعي وهو كالآتي:
 - تكامل افقي: وهو اندماج او تكامل منشآت ذات طبيعة او تخصص انتاجي واحد ضمن الفرع الصناعي الواحد، بحيث تندمج او تظهر فروع للمشروع او المنشآت من مواقع جغرافية مختلفة، تنتج سلعا متجانسة او بدائل قريبة.
 - تكامل رأسي (عمودي): وهو تجميع او تكامل عمليات انتاجية وانتاج سلعا مختلفة في مشروع واحد، ويكون بالاتجاهات الآتية:
 - تكامل رأسي على اساس المعالجة المتتابعة للمواد الخام والاولية، كمراحل معالجة المادة الخام المتتابعة لمواد الخام والاولية مثل (التركيز، والصهر، وصنع السلع المعدنية، وهكذا).
 - التجميع على اساس الاستخدام المركب للمواد الخام مثل (المجمعات الكيماوية، والبتروكيماوية).
 - التجميع على اساس استخدام النفايات والفضلات.
 - التجميع على اساس توحيد الانتاج الثانوي مع الاساسي مثل: (انتاج العلب والقناني والحاويات الخاصة بالصناعات الغذائية، وانتاج البراميل من المصانع الكحولية والزيوت والمعجون والاصباغ، وغيرها).

- التجميع لاستغلال الطاقات الفائضة لبعض المحاصيل، كاستخدام معامل السكر في موسم معين، والخل في موسم اخر وهكذا.
- التجميع الصناعي والزراعي: حيث تدمج المنشآت الزراعية لمنطقة جغرافية واسعة مع مشاريع صناعية مختلفة غذائية منها كيميائية، واعلاف، مما ينشيء عنه القرى الكبيرة والمدن والمجمعات الصناعية - الزراعية.
- 3. بالنسبة لمداخل التكامل الرأسي حيث يمكن ان تكون كالآتي:
 - تكامل امامي: وهو قيام منشأة معينة باقامة خطوط او مشاريع جديدة تحل محل مشكلة تسويق او تصريف منتجاتها الرئيسية.
 - تكامل خلفي: ويعني قيام مشروع معين بالسيطرة على مناشيء المواد الخام والاولية الضرورية للمشروع.

(3-6) مقاييس مستوى التكامل الصناعي:

يمكن قياس مستوى التكامل الصناعي بمجموعة من المقاييس وكالاتي:

1. التكامل الافقي: ويمكن قياس التجمع الافقي بمقاييس التركيز التسويقي بحصر عددها.
2. التكامل الراسي او العمودي : يستخدم مصطلح التكامل العمودي بطريقتين مختلفتين في اقتصاديات الصناعة. الأولى تتصل بوضع أو هيكل تنظيمي موجود. وحسب هذا المفهوم فالتكامل العمودي يتصل بمدى قيام وحدة الأعمال المنفردة بإنجاز مراحل متتابعة في إعداد وتوزيع المنتج، والثانية للتعبير عن السلوك الإداري، حيث يعبر ويمكن استخدام المقاييس الاتية:
 - الحصة النسبية لعدد المجمعات الصناعية في فرع صناعي معين.
 - الحصة النسبية لانتاج المجمعات (كمية وقيمة)، بالنسبة للانتاج الصناعي للفرع والصناعة ككل.
 - نسبة القيمة المضافة للمجمعات الى المبيعات الكلية لمصانع المنشأة او كل الصناعة.
3. درجة التكامل الخلفي وهي تساوي:

$$\text{قيمة المدخلات المشتركة من السوق} \div \text{قيمة المدخلات الكلية}.$$
4. درجة التكامل الامامي ويساوي:

$$\text{قيمة مبيعات منشآت اخرى في السوق} \div \text{قيمة المبيعات الكلية في السوق}$$
 فاذا كانت قيمة المبيعات (صفرا) كانت درجة التكامل الامامية تامة. اي بمعنى ان المنشأة تستحوذ على السوق لتلك الصناعة باكماله .

(4-6) مفهوم التكامل الراسي والتكامل العمودي:

اولا: معنى التكامل الافقي (مجموعة المنافسين): عندما تأخذ الشركة نفس النوع من المنتجات على نفس المستوى من عملية الإنتاج أو التسويق في عملية اندماج، يُقال إنها تكامل أفقي، إنها استراتيجية لتوسيع الأعمال حيث تندمج المنظمة مع نفس خط الإنتاج لمنافستها، على سبيل المثال عندما تندمج شركة تصنيع الأحذية مع شركة تصنيع الأحذية المنافسة لها ، يُطلق عليها التكامل الأفقي (أو الدمج) ، وهذا يعني أن الشركات تندمج في نفس الجزء من سلسلة التوريد في نفس الصناعة أو صناعات مختلفة لغرض وحيد هو شراء أعمال منافسة بهدف التوسع جغرافيًا ، من أجل زيادة حصتها في السوق أو الاستفادة من وفورات الحجم ، يمكن اعتماد هذه الإستراتيجية بشكل متكرر

للحفاظ على قوة ونشاط أكبر في العمل ، مثلاً اندماج شركتي صناعة الافلام (Disney مع Pixar)، ودمج شركتي صناعة السيارات (Porsche مع Volkswagen) هي بعض من أفضل الأمثلة على التكامل الأفقي.

ثانياً: معنى التكامل العمودي (مجموعة التوريد): في الإدارة الإستراتيجية ، التكامل الرأسي هو ملكية الشركة للأنشطة الرأسية ذات الصلة مما يعني أن الشركة تتحكم بشكل كامل في أكثر من مرحلة واحدة من سلسلة التوريد بينما يشير التكامل الأفقي إلى مجموعات بين المنافسين ، فإن التكامل الرأسي يشمل الشركات التي لديها علاقة شراء وبيع أو علاقة المنبع والمصب ، ويمكن أن يكون التكامل الرأسي على نوعين: التكامل الخلفي والأمامي. يعني أن الشركة تتولى السيطرة على الملكية لإنتاج مدخلاتها الخاصة ، في حين التكامل إلى الأمام يعني أن الشركة تأخذ الملكية وتتحكم في عملائها عندما تتكامل الشركات رأسياً فإنها تفعل ذلك بطريقة كاملة ، تتحرك للخلف أو للأمام بشكل حاسم مما يؤدي إلى اندماج كامل، و تتمثل إحدى الفوائد الرئيسية للتكامل الرأسي في أنه يمكن أن يقلل من بعض المخاطر التي تواجهها الشركة في السوق.

س: ماهو الفرق بين استراتيجية التكامل الرأسي و استراتيجية التكامل الافقي؟ وماهي مبرراته؟

عندما تأخذ الشركة نفس النوع من المنتجات على نفس مستوى عملية الإنتاج أو التسويق في عملية اندماج ، يقال إنها استراتيجية تكامل أفقي ، إنها استراتيجية لتوسيع الأعمال حيث تندمج المنظمة مع نفس خط الإنتاج لمنافستها ، والتكامل الرأسي من ناحية أخرى ، هو ملكية الشركة للأنشطة الرأسية ذات الصلة مما يعني أن الشركة تتحكم بشكل كامل في أكثر من مرحلة واحدة من سلسلة التوريد.

مبررات التكامل بصورة عامة: الايجابيات والسلبيات التكامل العمودي هو قرار إداري يترتب عليه منافع ويرافقه تكاليف وبالتالي لابد من مقارنة كافة البدائل المتاحة أمام الإدارة، مثل هل تلجأ الشركة الى التكامل، وفي حالة إقرار التكامل هل سيكون تكاملاً بالاندماج مع منشآت قائمة أم تأسيس وحدات جديدة داخل المنشأة ؟ **ويبرر قرار التكامل العمودي بشكل عام على أسس إقتصادية إما** لخلق أو التخلص من قوة إحتكارية لتقليل تكلفة المعاملات مع الأطراف الأخرى وقبل الحديث عن المنافع لابد من تحديد التكاليف التي قد تتحملها المنشأة في حالة التكامل العمودي .

المحاضرة التاسعة

الفصل السابع

الاعلان الصناعي (المفهوم، الاهداف، الخصائص، آراء اقتصادية، الاثر الاقتصادي للاعلان على البيع والمنتوج والمنافسة)

(1-7) تعريف بالاعلان ومفهومه وعناصره التي تميزه عن باقي ادوات الاتصال الاخرى:

هناك تعريفات مختلفة للإعلان وإن اتفقت معظمها في المضمون والمحتوى، وهي كالآتي:

- فتعرف **جمعية التسويق الأمريكية** الإعلان بأنه عبارة عن: "الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع".
- ويقدم **كوتلر** تعريفاً متشابهاً للإعلان وهو "شكل من الأشكال غير الشخصية للاتصال يجري عبر طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر وبواسطة جهة معلومة ومحددة".
- أما **ستانتون** فيعرف الإعلان بأنه "كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية مرئية أو شفوية – عن طريق رسالة معلومة المعلن تتعلق بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة"

وباستعراض التعريفات السابقة يمكننا أن نستخلص عدة عناصر أساسية يعتبر توافرها في الإعلان معياراً للتفرقة بينها وبين غيره من أدوات الاتصال.

س: ماهي العناصر الأساسية للإعلان والتي تميزه عن غيره من أدوات الاتصال الأخرى (خصائص الإعلان)؟

1. إن الإعلان نشاط غير شخصي بمعنى أنه ليس هناك اتصال مباشر بين المعلن والمعلن إليه، فالرسالة والمعلومات التي تحتويها تُنقل بصورة غير مباشرة من خلال وسيلة معينة وهذا يفرق بين الإعلان وبين البيع الشخصي والذي يقوم على الاتصال المباشر بين البائع والمشتري.
2. إن الإعلان كوسيلة للاتصال يعتبر مزدوج الاتجاه. بمعنى إن المعلن لا يهدف فقط أن يقوم بتوصيل المعلومات إلى المجموعات المختلفة وإنما يجب أن يتأكد من إن هذه المعلومات قد وصلت بالطريقة والكيفية المستهدفة ويتم ذلك عن طريق معرفة ردود فعل المستهلكين أو الأطراف محل الاتصال عن الرسالة الإعلانية وهو ما يعرف بـ "المعلومات المرتدة." التي تمكن من تعديل الخطط الإعلانية بما يحقق الفائدة المرجوة من عملية الاتصال.
3. إن الهدف من الإعلان (متعدد الأغراض)، فقد يكون الهدف هو توفير المعلومات والتأثير عليه بطريقة غير مباشرة أو قد يكون الهدف هو إقناع وإغراء المستهلك على اقتناء السلعة وتفضيلها عن السلع الأخرى. وقد يتضمن الإعلان فكرة الترويج عن المنظمة ذاتها دون منتجاتها.
4. يتم توصيل المعلومات إلى الأطراف المختلفة من خلال وسيلة معلومة ومتخصصة. وهناك العديد من الوسائل التي يمكن استخدامها سواء مرئية (لتلفزيون، السينما)، أو مسموعة (الراديو)، أو مقروءة مثل (الصحف والمجلات).. إلخ. ويتميز استخدام هذه الوسائل بضمن وصول الإعلان إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين المستهدفين بسبب انتشار هذه الوسائل. وعلى المعلن اختيار الوسيلة أو الوسائل التي تناسب الفئات المختلفة من المستهلكين بما يحقق التغطية المطلوبة لضمن وصول الرسالة إلى مستقبلها.
5. لعل أهم ما يميز الإعلان هو وضوح صفة المعلن في الإعلان مما يمكن من معرفة طبيعة الرسالة الإعلانية وتميزها عن باقي الرسائل الإعلانية الأخرى.
6. إن الإعلان هو جهد مدفوع القيمة. بمعنى إن المعلن يقوم بدفع تكاليف الإعلان إلى الجهة التي ستتولى توصيل المعلومات إلى القطاع المستهدف وهو ما يميز الإعلان عن غيره من الأنشطة مثل النشر.

(2-7) الاعلان (الاهداف والاساليب) لتغيير سلوك للمستهلكين:

أولاً: إن أهداف الإعلان ووظائفه يعمل على (تغيير الميول والاتجاهات وسلوك المستهلكين المحتملين وبشكل أوضح فإن الإعلان كوسيلة يستخدم لتغيير سلوك المستهلكين لشراء سلعة لم يكونوا مقتنعين بشرائها بالطريق لتغيير السلوك الاستهلاكي من خلال الأساليب التالية:

- من خلال توفير المعلومات والبيانات عن السلعة.
- التأكيد على أن الإعلان هو تعهد أو ضمان بجودة السلع أو الخدمات وصدق بياناتها المعلن عنها في الرسالة الإعلانية.
- من خلال العمل على تغيير الرغبات من خلال إبراز المزايا والفوائد التي تعود على المستهلك جراء شرائه واستخدامه للسلعة.
- تغيير تفضيل المستهلكين للعلامات التجارية المختلفة، أي يحوّل تفضيلهم من علامة تجارية منافسة إلى العلامة التجارية التي يعلن عنها.

ثانياً: خلق الطلب على سلعة معينة في مرحلة أولية ثم العمل على إشباعه في مرحلة تالية.

ثالثاً: محاولة تأجيل الانخفاض المستمر في هيكل الطلب من خلال مجموعة من المغريات البيعية لوقف هذا التدهور التدريجي.

رابعاً: فتح آفاق جديدة لأسواق لم تكن موجودة من قبل توجيه الحملات الإعلانية، ومن ثم إتاحة الفرصة أمام المشروع المعلن لتسويق سلع أو خدمات، ومن ثم تعظيم نصيبه النسبي من السوق.

خامساً: خلق نوع من الانتماء والولاء بين السلع والخدمات ومستهلكيها من خلال تعريف المستهلكين بالمعلومات والبيانات المرتبطة بهذه السلع أو الخدمات ذات الأثر في اتخاذ قرارات الشراء.

سادساً: محاولة مواجهة المنافسة، ذلك أن الكثير من الحملات الإعلانية تهدف إلى تعويض التأثير على حصة المشروع من السوق الذي تحدثه إعلانات المنافسين.

سابعاً: زيادة استعمال المنتج، حيث أن بعض الإعلانات تحاول إغراء المستهلكين على استعمال المنتج بشكل يؤدي إلى زيادة كمية الاستهلاك الكلية منه. ومن الأمثلة على ذلك استعمال معجون الأسنان ثلاث مرات يومياً، أو إحلال المشروبات الغازية المثلجة بدلاً من المشروبات التقليدية (الشاي، القهوة).

ثامناً: زيادة معدلات دوران السلع أو الخدمات المعلن عنها من خلال جذب الانتباه وإثارة الاهتمام واستخدام الأساليب المختلفة لبعث الرغبة لدى المعلن إليهم (المستهلكين) في محاولة ترمي إلى إقناعهم بالسلع المسوقة لضمان استجاباتهم المرضية وحثهم على انتقاء هذه السلع من وسط الكم السلي الهائل المعروف في السوق. ولا شك في أن قيام الإعلان بهذه الوظيفة يعني زيادة أرقام المبيعات ومن ثم تعظيم الربحية واستمرارية المشروع المعلن وهيكله السلي والخدي في السوق.

تاسعاً: زيادة المبيعات في موسم انخفاض الطلب. فمعظم المنتجات لها مواسم شراء أو فترة استخدام طبيعية. وللتغلب على ذلك تحاول كثير من الإعلانات إثارة الطلب على مدار العام.

عاشراً: خلق صورة إيجابية للمشروعات. فعلى الرغم من أن الهدف المباشر ليس ببيع منتج معين، ولكن للاستحواذ على إعجاب جمهور المستهلكين بسلع المشروع على أساس أنه (مشروع وطني) أو يعمل للمصلحة العامة أو في خدمة الاقتصاد القومي)، فلا شك أن الهدفين مرتبطان ببعضهما.

(3-7) الاثر الاقتصادي للإعلان على البيع والمنتوج

تتباين وجهة نظر الاقتصاديين بالنسبة للإعلان بين مؤيد و معارض. فكثيراً منهم تجاهلوا الإعلان كلية أو نظروا إليه بنظرة مشوبة بالريبة، ونتيجة لذلك لم يدخل الإعلان ضمن نظرية من النظريات التقليدية في الفكر الاقتصادي. وكان "الفرد مارشال" أول اقتصادي يتعرض للإعلان. ففي سنة 1922 فرّق "مارشال" بين نوعين من الإعلان:

رأي مارشال من الاعلان: الإعلان الإنشائي، والإعلان العدواني، فالإعلان الإنشائي في رأيه مفيد لأنه يمد الناس بالمعلومات عن السلع الجديدة، في حين أن الإعلان العدواني في رأيه جهود ضائعة لأن المنتجين يستخدمونه لمواجهة إعلانات المنافسين، ونقل الطلب من سلعة إلى أخرى دون أداء أي خدمة اجتماعية مفيدة. وبالتالي فإن "مارشال" مع غيره من الاقتصاديين الذين ينتمون إلى المدرسة الكلاسيكية الحديثة أغفلوا أو فشلوا في الاعتراف بمفهوم "القيمة المضافة" أو أن الإعلان يمكنه أن يزيد الطلب الأولي لمجموعة من السلع. وقد انتقد بعض الاقتصاديين حديثاً الإعلان على أنه يقلل من أهمية مفهوم الرجل الاقتصادي الذي يفترض أن الناس تتخذ قراراتها على أساس عقلائي وليس على أساس انفعالي. وقد انتقد "باكمان" في دراسة قام بها على أثر الإعلان على المنافسة.

رأي باكمان و جالبريث: وذكر أن نظرة الاقتصاديين غالباً ما تكون ضيقة إذ قال: "لقد دأب الاقتصاديون على توجيه نقد مرير إلى الإعلان والمناداة بأنه نشاط يؤدي إلى الإسراف في استخدام الموارد الاقتصادية ويساعد على نشأة الاحتكار. وللأسف البالغ للاقتصاديون في النقد لانهم أغفلوا الشرط الذي يضعونه وهو تحت ظروف المنافسة الحرة. ففي العالم المثالي الذي خلقه الاقتصاديون يقصد القيام بتحليلهم لن يكون هناك حاجة إلى الإعلان أو أن الحاجة إليه ستكون قليلة. ولكن من سوء الحظ عندما يصل الاقتصاديون إلى نتيجة مبنية على هذه الافتراضات، أن تطبق على الواقع الذي يندر أن تتحقق فيه النظرية أو ليس من المرغوب فيه أن تتحقق". ويتبنى "جالبريث" في كتابه الدولة الصناعية الحديثه وجهة نظر مشابهة، عندما يدعو إلى ضرورة أن يراجع كثير من الاقتصاديين وجهة نظرهم فيما يختص بدراسة الدور الاقتصادي للإعلان. ويقرر أن أهمية الإعلان للتحليل الاقتصادي تنشأ من الحقيقة التي تقول أنه إذا كانت المنشأة الصناعية الحديثة تبغي تحقيق نموها المرتقب وتحمي نفسها ضد عواقب السوق، يجب أن تطور أسلوب بمقتضاه تتمكن من التحكم والتأثير في حاجات المستهلكين. يستطرد "جالبريث" فيقول إن التحكم في حاجات المستهلكين يمكن أن يتم بطرق مختلفة من ضمنها النشاط الإعلاني والتسويقي. فلم يعدا لمنتج يقوم بترجمة رغبات المستهلكين وإنتاج السلع التي يسفر عنها دراسة الطلب، بل باستخدام أدوات كالإعلان يمكن للمنتج أن يقرر أي السلع سينتج، والتأثير على أذواق المستهلكين لاستيعاب السلع المنتجة ومع أن هذه الطريقة لها عواقب اجتماعية، فإن "جالبريث" يقرر أن الإعلان يحقق عدة وظائف اجتماعية مهمة.

(4-7) الآثار الاقتصادية السلبية والايجابية للإعلان

يمكن تلخيص النقد الذي يوجه إلى الإعلان على أنه جهود غير اقتصادية، فإذا خفض الإنفاق الإعلاني فإن هذا يؤدي إلى رفع مستوى معيشة المجتمع. اهم الانتقادات الاقتصادية الموجهة للإعلان:

س: ماهي اهم النقاط الجوهرية لنقد الاعلان من الناحية الاقتصادية ؟

1-يعتبر الإعلان تكلفة غير ضرورية للمنشآت، ويؤدي إلى رفع السعر.

2-يستخدم الإعلان لزيادة تكتل المنشآت ويؤدي إلى الاحتكار.

3-تتزايد النفقات الإعلانية باستمرار، وتستخدم معظم الزيادة في تأكيد بعض الفروق الطفيفة بين السلع، وفي إغراء المستهلكين على الانتقال من سلعة إلى أخرى، مع عدم تزويدهم بالمعلومات الموضوعية.

4-تعتمد الصحافة الحديثة وغيرها من وسائل النشر في بقاءها على دخلها من الإعلان.

س: ماهي اهم النقاط الجوهرية المؤيدة للاعلان بحسب وجهة النظر الاقتصادية؟

يمكن تلخيص الدفوع التي يقدمها المؤيدون للإعلان على أساس اقتصادي:

1-يعتبر الإعلان وسيلة لاستمالة الطلب وزيادته والاستفادة من مزايا الإنتاج على نطاق واسع. وهذه الوفورات التي تتحقق نتيجة الإنتاج على نطاق واسع تنتقل إلى المستهلكين في صورة أسعار منخفضة.

2-يضيف الإعلان قيمة سيكولوجية إلى السلع وبالتالي يؤدي إلى زيادة الإشباع.
3-يؤدي الإعلان إلى زيادة تنوع السلع وجودتها، ويستميل المنافسة بين المنتجين في مجال التقدم التكنولوجي.

4-يدعم الإعلان الصحافة ووسائل النشر الأخرى. وحتى يمكن تقييم هاتين المجموعتين من الادعاءات، والوصول إلى ما يحدد مدى الحاجة إلى الإعلان اقتصادياً، يجب علينا دراسة العلاقة بين الإعلان وعدد من العوامل التالية:

1-أثر الإعلان على تكاليف الإنتاج والتسويق.

2-أثر الإعلان على أسعار التجزئة.

3-أثر الإعلان على تكتل الموارد الإنتاجية.

4-أثر الإعلان على تنوع السلع وجودتها.

5-أهمية الدخل الإعلاني بالنسبة لبقاء واستمرار وسائل النشر العامة.

(5-7) تصنيف الإعلانات على أساس الهدف:

طبقاً لهذا الأساس يمكن التفرقة بين أنواع أساسية من الإعلانات هي:
أولاً: **إعلان السلعة أو الخدمة**: هذا النوع من الإعلانات يقدم معلومات أو جاذبيات بيعية لإثارة وتشجيع الأفراد لشراء السلعة أو الخدمة. ويضم هذا النوع من الإعلانات عدة أنواع فرعية يمكن توصيفها وعرض نماذج لها كالآتي:

1. **الإعلان الريادي**: يستهدف هذا الإعلان إثارة الطلب أو خلق الطلب الأول

على السلعة. ويرتبط أو يتشابه مع هذا النوع من الإعلان، الإعلان الخبري

2. **الإعلان التنافسي**: يحتوي هذا الإعلان على رسالة تستهدف إثارة أو تنمية

الطلب الانتقائي.

3. **الإعلان المقارن**: ويقدم مقارنة مباشرة بين العلامة المعلن عنها والعلامة

الخاصة بسلع أخرى منافسة. وهو أكثر الإعلانات التي نراها، كما أنه البديل

للإعلان التنافسي تقريبا كما يوضح النموذج الآتي مثلاً لإعلان تنافسي،

غير أن المنافسة هنا ليست على أساس السعر ولكن على أسس أخرى غير سعرية.

4. الإعلان التذكيري: ويستهدف هذا النوع تذكير المستهلك بالسلعة. وطالما أن السلعة مستقرة أو وصلت لمرحلة الاستقرار والمستهلك على معرفة بخصائصها ومزاياه واستخداماتها، فيكتفي فقط في هذا الإعلان بتذكير المستهلك باسم السلعة. مثال : إعلان عن فندق وكازينو عُرابي.

ثانياً: إعلان المؤسسات: يستهدف إعلان المؤسسات تحسين الصورة الذهنية وبناء السمعة الجيدة لدى الجمهور عن المؤسسة أو المنظمة. وينقسم إعلان المؤسسات إلى نوعين رئيسيين هما:

1. إعلان الخدمات العامة.
2. إعلان خدمات المستهلك.

ثالثاً: إعلان الأعمال: وتنقسم إلى أربعة أنواع أساسية يمكن ذكرها والنماذج التطبيقية لها كالآتية:

1. الإعلان الصناعي: الإعلان عن سلع أو خدمات أو مواد تدخل في إنتاج سلع أخرى نهائية.
2. الإعلان التجاري: موجه من المنتج للتجار (تجزئة أو جملة).
3. الإعلان المهني: يوجه إلى المهنيين كالأطباء والمهندسين والخبراء.. لإقناعهم بوصف أو توصية المستهلك بشراء سلعة معينة.
4. الإعلان الزراعي: ويكون موجه إلى المزارعين لإقناعهم بشراء نوع معين من البذور أو الآلات الزراعية أو أشجار الفاكهة.

رابعاً: الإعلان السياسي:

في هذا المجال تجدر الإشارة بصفة عامة إلى أن الإعلان السياسي يمكن تصنيفه إلى ثلاث أنواع هي:

1. الإعلان الرسمي.. حيث استخدم اللوحات الرسمية مثلاً والتي توضع تحت تصرف المرشحين طوال الفترة الانتخابية. وهذا الإعلان مجاني ويحقق حداً أدنى من الحضور أو التواجد للمرشح في السوق السياسي. وهذا الإعلان متاح لجميع المرشحين.
2. الإعلان التجاري: ويستخدم هذا النوع عادة قبل بدء الحملة الانتخابية الرسمية للمرشح. كما يمكن الاستمرار في استخدامها أيضاً أثناء الحملة مثل الإعلانات الملونة كبيرة الحجم في الواقع المميزة داخل المدن والدوائر الانتخابية.
3. الإعلان "المتوحش": وهو يسمح بمضاعفة التواجد لصورة المرشح أو رسالته بأقل تكلفة، غير أنه يجب الحذر من استخدامه لأنه يخلق في كثير من الأحيان عداً بين المرشح وبعض فئات جمهور الناخبين خاصة عند استخدام جدران أو حوائط المنازل والنوادي والجامعات في لصق الإعلانات.

المحاضرة العاشرة

(6-7) الإعلان والمنافسة السعرية والقيمة المضافة

- الإعلان وعلاقته بالمنافسة السعرية

يختلف المدى الذي يمكن أن يستخدم فيه الإعلان لشل تطور المنافسة السعرية من صناعة إلى أخرى. فتأكيد اختلاف خصائص السلع يعتبر من مظاهر تسويق السلع الكمالية كمستحضرات التجميل التي تشتري على أساس انفعالي وليس على أساس منطقي. وفي مثل هذه الأحوال تؤكد المنافسة نفسها في صورة حملات إعلانية ضخمة تاركة دور لا يذكر للسعر كمتغير تنافسي. أما في حالة السلع الضرورية التي تشتري على أساس منطقي وليس على أساس انفعالي فإن للإعلان دور محدود بسبب انخفاض السعر، ويصبح من الصعب على منتجها أن يؤكدوا اختلاف خصائصها، ويلعب السعر دوراً كبيراً كمتغير تنافسي تاركاً دوراً محدوداً للإعلان بسبب انخفاض السعر إلى الحد الأدنى.

- الإعلان ومصطلح "القيمة المضافة":

يستعمل مصطلح "القيمة المضافة" غالباً ليعبر عن الزيادة في قيمة المواد الخام وهي تمر عبر مراحل متلاحقة في العملية الإنتاجية. والقيمة المضافة عبارة عن الفرق في أسعار السوق قبل وبعد كل مرحلة (القيمة الجديدة التي تم اضافتها للسلعة بعد مرحلة انتاجية معينة). وعندما تطبق مصطلح القيمة المضافة على الإعلان فإننا نعرف بوجود خصائص مادية للسلعة وخصائص أخرى سيكولوجية أو نفسية، والقيمة المضافة نقصد به هنا بوجود وتأثير الاعلان عبارة عن الخصائص النفسية التي توجد في ذهن المشتري أو المستهلك. ويتحدد السعر الذي تجد المشتري المرتقب مستعداً لدفعه في سلعة معينة بالقيم التي يضيفها على السلعة ودرجة الإشباع التي يشعر أنه سيحصل عليها نتيجة الاستعمال. فإذا خلق الإعلان قيمة مدركة إضافية لسلعة ما فإننا نجد أن المستهلك مستعد لدفع سعر أعلى لها متوقعاً الحصول على درجة أكبر من الإشباع عما كان سيحصل عليه من سلعة تشبهها في الخصائص المادية وتختلف عنها في الخصائص النفسية.

وبالتالي فإن تأكيد الإعلان يؤثر على الفروق النفسية غير السعرية يعدل من إدراك المستهلك ويضيف منفعة ما يتم ادراكه. وبسبب الإدراك المعدل بفعل الاعلان فإن السلعة تصبح مرغوبة أكثر من وجهة نظر المستهلك. وفي هذا الإطار يكون باستطاعة الإعلان أن يضيف قيمة.

س: ماهي الآثار الإيجابية والسلبية للإعلان من الناحية الاقتصادية؟

الآثار الايجابية والسلبية لتاثير الاعلان في المجال الاقتصادي يمكن ان نلخصه بالفروقات الاتية:

جدول (6-7) الآثار السلبية والايجابية للاعلان في المجال الاقتصادي

الآثار السلبية	الآثار الإيجابية
----------------	------------------

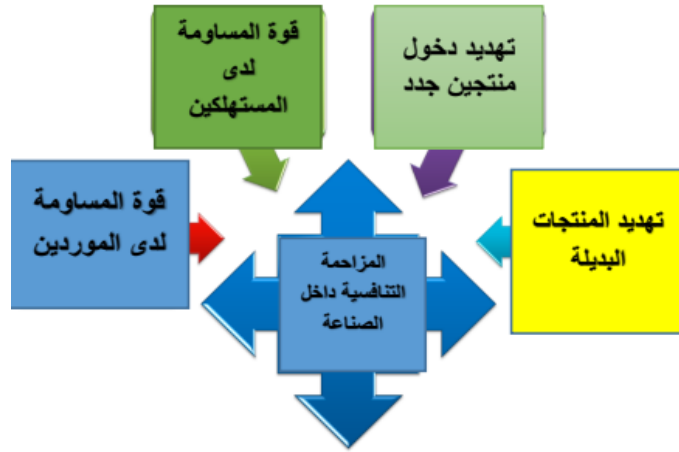
<p>-إسراف وإهدار للموارد ويؤدي إلى المنافسة الاحتكارية غير السعرية</p>	<p>1-التأثير على الاقتصاد: -يشجع النمو الاقتصادي والاستثمار ويخلق فرص عمل. -يساعد على المنافسة ويعود بالنفع لصالح المستهلكين. -يخير الجمهور بالسلع والخدمات المتاحة ويعزز المنافسة.</p>
<p>-يخلق معوقات للدخول في الصناعات.</p>	<p>2-التأثير على الصناعة :</p>
<p>-يلغي المنافسة بين المنشآت .</p>	<p>-يساعد على اتساع السوق للسلع الجديدة. -تزداد المنافسة بين الشركات.</p>
<p>-يزيد التكاليف والأسعار. -يؤدي إلى تحقيق أرباح مبالغ فيها.</p>	<p>3- يؤثر ايجابيا في نمو عائد المبيعات من خلال: -تقليل التأثير على المنشأة. -التسويق يساعد من تقليل المخاطر وعدم التأكد.</p>
	<p>4-التأثير على المستهلكين عن طريق: -وسيلة إخبار مجانية. -يعمل كأداة للرقابة على الجودة. -يزيد الطلب أو يحافظ على مستواه. -يحفز الجمهور لرفع مستوى معيشتهم</p>

انتهى الفصل السابع ، والذي تم تقديمه يوم الخميس الموافق 2022/ 11/ 17

(7-7) القوى التنافسية الخمسة لبورتر :

هي إطار تحليلي يستخدم في تقييم استراتيجيات الأعمال والأسواق. ويمكن استخدام هذا الإطار كأداة تحليل للمميزات التنافسية والعلاقة المتبادلة مع السوق. وهذه الأداة تقارن محيط العمل أو بيئة العمل الداخلية مع البيئة الخارجية على نطاقها الأوسع.

يعتمد هذا التحليل على أنه إذا تغيرت إحدى هذه القوى فلا بد من إعادة تقييم المؤسسة وسوق العمل المرتبط بأداءها. ليس فقط ولكن أيضًا استخدمها في محاكاة تغيير هذه القوى الخمسة وما قد يترتب عليها في محيط العمل والأسواق المحيطة. وتعد هذه الطريقة إحدى الطرق الذكية للتخطيط ضد مخاطر سوق العمل والتغيير المفاجئ في مجريات العمل والقوى الخمسة هي:



1. تهديد دخول المنتجات البديلة.
2. تهديد المنافسون الجدد.
3. المزاحمة او حدة المنافسة من الخصوم داخل الصناعة.
4. قوة المستهلكين(المشترين) على المساومة.
5. قوة الموردين (بائعي الجملة) على المساومة.

1. **تهديد المنتجات البديلة** : إن وجود منتجات بديلة خارج نطاق المنتج التنافسي العام يزيد من ميول المستهلكين إلى السلع البدائل. وهو يتم عن طريق، نزوح المشترين إلى السلع البديلة. او عن طريق المنافسة السعرية للبضائع البديلة. او من خلال تكلفة الفرصة البديله التي يتكبدها المشتري ومدى تمايز المنتجات في تصور المشتري.

2. **التهديد من دخول منافسين جدد**: الأسواق المربحة التي تدر عوائد عالية تجتذب الشركات، وهذا يخلق وجود العديد من الشركات المنافسة في السوق مما يتسبب بانخفاض الربح الجزئي للشركة. وما لم يتم الحد من دخول شركات جديدة من قبل الشركات التي تشغل السوق، فإن معدل الربح سينخفض إلى مستوى تنافسي مثل ذلك في (الاسواق التنافسية المثالية)، فيما يتم عمل حواجز للدخول مثل (براءات الاختراع، والحقوق، الخ). او من خلال اقتصاديات اختلافات المنتج. او عن طريق حقوق العلامة التجارية. او من خلال تكاليف التبديل وتكاليف التعمق. او عن طريق متطلبات رأس المال . او من خلال إمكانيات الولوج إلى قنوات التوزيع. او مدى الحصول على ايجابيات ومنافع التكلفة المطلقة. او من خلال ايجابيات ومنافع منحني التعلم او عن طريق ردة الفعل الانتقامي المتوقعة من جانب شاغلي السوق الحاليين، او السياسات الحكومية.

3. **حدة المنافسة من الخصوم**: في معظم الصناعات تعد المنافسة من الخصوم، المحدد الرئيس لقدرة الشركة التنافسية في الصناعة والمجال الذي ستنافس فيه. أحيانا المنافسين يتنافسون بشكل عدائي وأحيانا المنافسين يتنافسون في مجالات غير السعر مثل المنافسة في الابداع والتسويق وغيرها من المجالات. ويعود ذلك الى عدة اسباب مثل (تفاوت وتناوب الافراط في الصناعة، عوائق أمام الخروج من السوق، التعقيد في المعلومات وعدم التناظر، اقتصاديات الحجم الكبير، مستوى تكلفة الاعلانات، التوفيرات في التكاليف لاجسام السلع الكبيرة، الميزة التنافسية المستمدة من خلال الارتجال).

4. **القوة التفاوضية للعملاء المشترين على المساومة:** أو ما تعرف أيضا بالقدرة التفاوضية لسوق النواتج. قدرة العملاء على وضع الشركة تحت ضغط ما يؤثر أيضا على حساسية الزبائن للتغيرات في الأسعار. وهذا الامر يعتمد على (نسبة المشترين إلى الشركة، درجة الاعتماد على قنوات التوزيع القائمة، مدى نفوذ المساومة وبخاصة في الصناعات التي تكون التكاليف الثابتة عالية فيها، حجم شريحة المشترين، تكلفة التبديل- اعادة المنتجات غير الموافقة للمواصفات- للمشترين بالمقارنة مع تكلفة الشركة للتبديل- قدرة الشركة على التعويض للمنتج المضروب، مدى توافر المعلومات للمشتري، قدرة الشركة على الدمج الخلفي لضمان مثلا المواد الوسيطة والاولية، توافر المنتجات البديلة، مدى حساسية المشتري إلى التغيرات بالأسعار، الميزات الفريدة لمنتجات الصناعة المختلفة او المتنوعة).

5. **القوة التفاوضية للموردين اصحاب المواد الاولية ومستلزمات الانتاج:** أو ما توصف أحيانا بالقدرة التفاوضية لسوق المدخلات. موردي المواد الخام، والمكونات، والعمالة، والخدمات (مثل الخبراء) للشركة يمكن أن يشكلوا مصدر قوى تضغط على الشركة. فالموردين قد يرفضون العمل مع الشركة، أو على سبيل المثال يفرضون أسعار باهظة للموارد الخاصة والمهمة (تكاليف التبديل للموردين بالمقارنة تكاليف التبديل للشركة، درجة التمايز لمدخلات الصناعة، توافر مدخلات بديلة، نسبة الموردين إلى الشركات، تضامن الموظفين (مثل النقابات العمالية).

الانتقادات الموجهة إلى نموذج التحليل للقوى الخمس

تعرض نموذج بورتر للتحدي والانتقادات من قبل العديد من الأكاديميين والخبراء الاستراتيجيين امثال "ستيوارت نييل" و"كيفين كوين" و" سومو سوبرامانيام الذين ذكروا ان النموذج التحليلي بني على فرضيات ضعيفة وهي:

1. أن المشترين، المنافسين، والموردين لا يتفاعلون مع بعضهم البعض ولا يتواطؤون.
2. ان مصدر القيمة المضافة هيكلية وتنظيمي يعمل على (خلق حواجز أمام دخول).
3. غموض السوق المنخفض او الضعيف، يسمح للمشاركين في السوق التخطيط والاستجابة للسلوك التنافسي فيه.
4. افتقرت نظرية بورتر الى مفهوم اخر جديد وهو (المكملين)، اذ ان من الامتدادات المهمة لأعمال بورتر وجدت في أعمال "براندنبورغ" و"نالبوف" في منتصف 1990. فباستخدام نظرية اللعبة، أضافوا مفهوم المكملين واعتبروها (القوة السادسة)، الأمر الذي ساعد على تفسير وتوضيح الأسباب الكامنة وراء التحالفات الاستراتيجية. كثيرا ما يعود فضل فكرة المكملين كقوة سادسة "لأندرو غروف" الرئيس التنفيذي السابق لشركة "إنتل" (إنتل هي من أكبر شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات في الولايات المتحدة الأمريكية وهي متخصصة برقاقات ومعالجات الكمبيوتر، تأسست الشركة في عام 1968 كشركة للإلكترونيات المتكاملة ومقرها في كاليفورنيا- USA)، تأسست هذه الشركة على يد روبرت نويس وغوردون مور، إنتل هي واحدة من أكبر أسواق صانعي رقائق أشباه الموصلات في العالم بناء على إيراداتها). ووفقا لكثير من المراجع، القوة السادسة هي الحكومة أو الجمهور. ففي أثناء وجود "مارتن" ريتشارد جومز" في منصبه كمستشار لمجموعة "بول" طور نموذج

لقوى خمس اضافية وذلك بالاعتماد على نموذج بورتر. فكان يعتبر نموذج "جونز" **الحكومة المحلية والعالمية بالإضافة إلى المجموعات الضاغطة القوى** السادسة. فكان هذا النموذج نتيجة العمل الذي قام به "جونز" كجزء من المجموعة المبادرة لتنظيم إدارة المعلومات.

5. كما وجه للنموذج التحليلي لبورتر انتقاد كونه غير مجدي في تقييم مدى جاذبية الأسواق الصناعية التي تستقل عن الموارد التي تجلبها الشركات. وبالتالي يزعم أن يقترن هذا النموذج بنظرية «المنظور المستند على الموارد» حتى يتسنى للشركة وضع إستراتيجية سليمة أكثر.

المحاضرة الحادية عشرة

الفصل الثامن: اقتصاديات البحث والتطوير الصناعي

تعد الصناعة من أقدم الحرف التي مارسها الانسان. ومن هنا فإن الصناعة في مختلف دول العالم لها أهمية كبيرة وموقع متميز في البناء الاقتصادي في الوقت الحاضر. إذ إن تطور الدول المتقدمة جاء نتيجة للتطور الصناعي. وعلى هذا الاساس سميت بالدول الصناعية المتطورة وقد تم ذلك خلال رسم الاستراتيجيات الناجحة للصناعة بشقيها الاستهلاكية والانتاجية عبر السنين والعقود والقرون.

تتميز البيئة الاقتصادية العالمية بالتطور التكنولوجي السريع في عمليات الانتاج. لذلك فإن الاستراتيجية التقليدية للتصنيع لم تعد ملائمة للمنافسة في ظل التطورات السريعة في الاقتصاد في العالمي، مما يتطلب التعاون في مجال الصناعة مع مختلف الشركات الصناعية العالمية نقل التطور التكنولوجي.

وهذا الامر لا نجده في القطاع الصناعي العراقي الذي يعاني من واقع مترد، إذ إن هذا القطاع أصبح عائق، على الاقتصاد العراقي بسبب الاختلالات الهيكلية نتيجة السياسات الاقتصادية الخاطئة، مما أدى إلى تراجع نمو الصناعة، ولقد فشل العراق بوضع استراتيجية ناجحة لعقود. إن الواقع المتردي والمتهالك للمعدات الانتاجية في الصناعات الاستخراجية والتحويلية أدى إلى تدني الانتاج بدرجة لا تستطيع بعض الصناعات من إنتاج (1) % من إجمالي إنتاجها، وأن اغلب موظفي هذا القطاع يتقاضون رواتب من وزارة المالية دون أي إنتاج يذكر ليس لانهم غير نشطين، بل لان الآلات والمعدات اصبحت متقدمة جدا وانذارها اكتمل. لذلك ينبغي وضع استراتيجية واضحة وناجحة من أجل النهوض بالواقع الصناعي المتهالك، من خلال إشراك القطاع الخاص وكذلك الاستفادة من تجارب الدول النامية التي نجحت في وضع استراتيجياتها الصحيحة وهذه الاستراتيجية لابد أن تُرسم على وفق دراسات الاختصاصيين والخبراء من أجل تطوير القطاع الصناعي.

(1-8) مفهوم البحث والتطوير

يتكون البحث والتطوير من الأنشطة الاستقصائية التي يختارها الشخص أو الشركة للقيام بالنتيجة المرجوة من الاكتشاف الذي سيؤدي إما إلى إنشاء منتج أو خط إنتاج أو خدمة جديدة تمامًا. لا يقتصر البحث والتطوير على إنشاء منتجات جديدة فقط، حيث يمكن استخدامه لتقوية منتج أو خدمة موجودة بميزات إضافية.

يشير **البحث** إلى أي علم أو تفكير جديد سينتج عنه منتج جديد أو ميزات جديدة لمنتج موجود. يمكن تقسيم البحث إلى بحث أساسي أو بحث تطبيقي. يسعى البحث الأساسي إلى الخوض في المبادئ العلمية من وجهة نظر أكاديمية، بينما يسعى البحث التطبيقي إلى استخدام هذا البحث الأساسي في بيئة حقيقية.

يشير جزء **التطوير** إلى التطبيق الفعلي للعلم أو التفكير الجديد بحيث يمكن أن يبدأ منتج أو خدمة جديدة أو أفضل بشكل متزايد في التبلور.

يعد البحث والتطوير في الأساس الخطوة الأولى في تطوير منتج جديد ، لكن تطوير المنتج لا يقتصر على البحث والتطوير. فرع من البحث والتطوير ، يمكن أن يشير تطوير المنتج إلى دورة حياة المنتج بأكملها ، من المفهوم إلى البيع إلى التجديد إلى التقاعد.

(2-9) ماذا نعني بالبحث والتطوير

يعتبر البحث والتطوير التكنولوجي من أهم محفزات النمو الاقتصادي حيث يرفع من مستوى التقنية السائد في الاقتصاد مما يؤدي الى زيادة الناتج الكلي، وقد اهتمت نظريات النمو الاقتصادي الداخلي بهذه العلاقة بين النمو الاقتصادي ومستوى البحث والتطوير السائد في الاقتصاد، لذلك ربطت بعض الدراسات في نظريات النمو الاقتصادي لضعف النمو للدول النامية عند المقارنة بالدول المتطورة لوجود تدني في الاستثمار في البحث والتطوير في الدول النامية. وهناك فرق بين مصطلحي البحث والتطوير لانهما نشاطين مختلفين وكالاتي:

البحث: هو النشاط المنظم الهادف الى اكتشاف معرفة علمية جديدة ومفيدة سواء كان بحثا لذاته، او لغرض وهدف علمي معين.

التطوير: هو استعمال منظم للمعرفة العلمية، موجه نحو انتاج المواد والوسائل والمنظومات والطرق خاصة ادخال الجديد منها، او بعبارة اخرى هو نقل البحوث التطبيقية الى الواقع العلمي .

تساؤلات مطروحة؟

لماذا البحث والتطوير مهم في الصناعة؟

يعد البحث والتطوير مهمًا للشركات لأنه يوفر معرفة ورؤى قوية ، ويؤدي إلى تحسينات في العمليات الحالية المتعلقة بالادارة والانتاج والتسويق وبناء استراتيجيات الشركة، حيث يمكن زيادة الكفاءة وخفض التكاليف. كما يسمح للشركات بتطوير منتجات وخدمات جديدة للسماح لها بالبقاء والازدهار في الأسواق التنافسية، كما يسهم البحث والتطوير ايجاد طرق انتاجية اكثر جودة واكل كلفة واكثر ربحا.

ما هي مكانة البحث والتطوير في الصناعة وماذا تعني للصناعة؟

البحث والتطوير (R & D) هو عندما تقوم الشركات بإنشاء شعبة او مختبر او وحدة للمعرفة من اجل ايجاد او اكتشاف منتجات جديدة، أو اكتشاف طرق جديدة لتحسين منتجاتها وخدماتها الحالية. فان الشركات الأكبر حجمًا ذات الفريق البحثي والتطويري الاكثر كفاءة له القدرة على اختبار المنتجات أو العمليات وصقلها اكثر سرعة قبل الاستخدام التجاري، مما يعني بان الشركة الكبيرة هذه ستفاجيء السوق والشركات الاخرى بهذه المنتجات لتحص على ربح احتكاري افضل، وتسيدها مؤقتا في السوق.

كيف يؤثر البحث والتطوير على الأعمال التجارية؟

يمكن أن يؤدي البحث والتطوير إلى ابتكارات في العمل، وقد تكون هذه من حيث المنتجات والخدمات الجديدة والعمليات المحسنة والطرق الجديدة للتفاعل مع عملائك. يمكن أن تؤدي هذه الابتكارات إلى أرباح أكبر وتكاليف أقل. الابتكار يعد هنا منهج و طريقة مفيدة لتنمية أعمالك.

كيف يساعد البحث والتطوير الاقتصاد؟

تكتسب الشركات ميزة تنافسية من خلال الأداء بطريقة لا يمكن لمنافسيها تكرارها بسهولة. إذا أدت جهود البحث والتطوير إلى نوع محسن من العمليات الانتاجية و التجارية - عن طريق خفض التكاليف الهامشية أو زيادة الإنتاجية الحدية - فمن الأسهل التفوق على المنافسين، وهذه الميزة التنافسية ستؤدي لتسديد الشركة المحلية اولاً في السوق المحلية لتحقيق الاستحواذ التام، والقدرة بعد ذلك على المنافسة في الاسواق الاقليمية ومن ثم العالمية، وهي في حقيقة الامن استطاعت ان تحقق للاقتصاد القومي زيادة جديدة في الناتج المحلي الاجمالي، تحقيق نمو اعلى فيه، وتوفير في العملات الصعبة لان هذه الشركة حققت الاكتفاء الذاتي للبلد من تلك السلعة او السلع، كما فتحت مجال اكبر لاستيعاب اليد العاملة المحلية.

لماذا يجب أن تستثمر في البحث والتطوير R & D؟

البحث والتطوير (R & D) هو جزء من عمليات الشركة التي تسعى للحصول على المعرفة لتطوير وتصميم وتعزيز منتجاتها أو خدماتها أو تقنياتها أو عملياتها. إلى جانب إنشاء منتجات جديدة وإضافة ميزات إلى المنتجات القديمة، فالاستثمار في البحث والتطوير يربط أجزاء مختلفة من إستراتيجية الشركة وخطة العمل، مثل التسويق وخفض التكلفة. عض مزايا البحث والتطوير واضحة ، مثل إمكانية زيادة الإنتاجية أو خطوط إنتاج جديدة. تقدم خدمة الإيرادات الداخلية ائتماناً ضريبياً للبحث والتطوير للشركات.

يبحث بعض المستثمرين عن شركات ذات جهود بحث وتطوير قوية. في بعض الحالات ، يتم شراء الشركات الصغيرة من قبل الشركات الكبرى في الصناعة من أجل البحث والتطوير.

المزايا الايجابية الرئيسية التي تحسب لصالح البحث والتطوير

- يعد البحث والتطوير محرراً مهماً للنمو الاقتصادي لأنه يحفز الابتكار والاختراع والتقدم.
- يمكن أن يكون الإنفاق على البحث والتطوير كثيفاً لرأس المال ، ولكن يمكن أن يؤدي أيضاً إلى اختراقات يمكن أن تؤدي إلى تحقيق الأرباح والرفاهية للمستهلكين.
- اصبح البحث والتطوير سمة العصر اليوم ، اذ يهيمن البحث والتطوير على قطاعات الصناعة مثل التكنولوجيا الحيوية والأدوية وتكنولوجيا المعلومات والكمبيوتر.
- يمكن للشركات الصغيرة العاملة في مجال البحث والتطوير ان تخصص في هذا المجال لتحقيق الريادة بذلك، وهي تعد النواة الاساسية لنشوء والتحول الى صناعات كبيرة ومتطورة.

(3-9) خصائص الاستثمار في البحث والتطوير

1. خصائص تنافسية: تكتسب الشركات ميزة تنافسية من خلال الأداء بطريقة لا يمكن لمنافسيها تكرارها بسهولة. إذا أدت جهود البحث والتطوير إلى نوع محسن من العمليات التجارية - خفض التكاليف الهامشية أو زيادة الإنتاجية الحدية - فمن الأسهل التفوق على المنافسين.

1. **خاصية نوعية** : غالبًا ما يؤدي البحث والتطوير إلى نوع جديد من المنتجات أو الخدمات. وفقًا لإدارة الأعمال الصغيرة ، هذا أكثر شيوعًا في قطاعات مثل الآلات الصناعية والشاحنات والجرارات وأشباه الموصلات وتكنولوجيا الحوسبة والمستحضرات الصيدلانية.
2. **خاصية متعلقة بالربح**: وهي متعلقة بعمليات الاستحواذ والاندماج، حقق العديد من رواد الأعمال والشركات الصغيرة مبلغًا كبيرًا من المال في وقت قصير عن طريق بيع أفكار جيدة لشركات قائمة لديها العديد من الموارد. تعتبر عمليات الشراء شائعة بشكل خاص مع شركات الإنترنت ، ولكن يمكن رؤيتها أينما كان هناك الكثير من الحوافز للابتكار.
3. **خاصية متعلقة في مجال الإعلان والتسويق**: الإعلان مليء بالادعاءات حول التقنيات الجديدة الثورية أو المنتجات والتقنيات التي لم يسبق لها مثيل. يطلب المستهلكون منتجات جديدة ومحسنة ، أحيانًا لمجرد أنها جديدة. يمكن أن تعمل أقسام البحث والتطوير كأجنحة إعلانية في السوق المناسب.
4. **خاصية متعلقة برسم الاستراتيجيات**: تتيح استراتيجيات البحث والتطوير للشركات إنشاء استراتيجيات تسويقية عالية الفعالية حول إطلاق منتج جديد أو منتج حالي بميزات جديدة. يمكن للشركة إنشاء حملات تسويقية مبتكرة تتناسب مع المنتجات المبتكرة وتزيد من المشاركة في السوق. يمكن للمنتجات أو الميزات الجديدة المبتكرة زيادة حصتها في السوق من خلال منح العملاء شيئًا لم يروه من قبل.
5. **خاصية متعلقة بزيادة المشاركة في السوق وتنشيطه**: من خلال الفوائد المستحصلة من إدارة التكلفة ، والتقدم في القدرات التسويقية ومطابقة الاتجاه هذه كلها أسباب تستثمر الشركات في البحث والتطوير. يمكن أن يساعد البحث والتطوير الشركة في متابعة اتجاهات السوق أو البقاء في طليعتها والحفاظ على صلة الشركة. على الرغم من أنه يجب تخصيص الموارد للبحث والتطوير ، فإن الابتكارات المكتسبة من خلال هذا البحث يمكن أن تعمل في الواقع على تقليل التكاليف من خلال عمليات إنتاج أكثر كفاءة أو منتجات أكثر كفاءة. يمكن لجهود البحث والتطوير أيضًا أن تقلل من ضريبة دخل الشركات ، وذلك بفضل الخصومات والائتمانات التي تولدها.

كيفية تنشيط البحث والتطوير من قبل متخذي القرار السياسي الحكومي؟ تجربة دولية؟

أحد الأدوات التي يمكن من خلالها تنشيط البحث والتطوير داخل المنشآت والمؤسسات الصناعية وخاصة الصغيرة منها هو إعفاءات في الائتمان الضريبي على البحث والتطوير: ففي عام 1981 ، بدأت مصلحة الضرائب الأمريكية بتقديم **إعفاءات** ضريبية للشركات التي تنفق الأموال وتوظف الموظفين لغرض البحث والتطوير. جنبًا إلى جنب مع مخصص مبرم مدته 20 عامًا للائتمان.

وتشمل الشركات المؤهلة أو المشمولة بذلك: (الشركات الناشئة والمشاريع الصغيرة الأخرى ذات التخصص البحثي) فهي تعد المؤهلة رسميًا وعلميًا واقتصاديًا المعنية بالإعفاء الضريبي. إذ يمكن أن تحول هذه المصروفات كتعويض عن الالتزامات الضريبية التي تم إعفاء الشركات المعنية بذلك.

اهم الصعوبات والمشاكل التي تواجه اقتصاديات البحث والتطوير الصناعي:

لغرض اشباع حاجات المواطنين المادية والمعنوية ينبغي ان يكون هناك تعجيلا متزايدا في نمو الانتاج الصناعي كما ونوعا وتحديثه وتحسينه بشكل مضطرد، ولا يمكن للانتاج الصناعي ان يتطور ويتحدث ويتحسن ولا يمكن تحقيق نمو الانتاجية الا من خلال تنامي قوى الانتاج الذاتي (الانسان)، والمادي (وسائل الانتاج)، بمعنى تحسين قوة العمل الفكرية والبدنية للعاملين وعموم المجتمع، ووسائل الانتاج ذاتها. وهذا التطور الصناعي لا يحصل تلقائيا، مالم تكن هناك حركة متواصلة للتقدم العلمي والتقني التكنولوجي الناجم عن الاستفادة التطبيقية لآحراز الثورة العلمية والتكنولوجية المعاصرة وترجمتها في الحياة العملية الى نتائج ملموسة وفي كل الحقول والمجالات كما ونوعا.

ان النمو الاقتصادي والاجتماعي، مرهون بزيادة الانتاجية التي تعتمد بجزئها الاكبر على التقدم التكنولوجي والعلمي، والجزء الاصغر على تطور الاستثمارات واليد العاملة، **وعليه تعد اقتصاديات البحث والتطوير عنصر انتاجي خاص جدا**، الذي بتواجده قد يتولد عنه مشكلات اقتصادية في الاقتصاديات الحرة وذلك لسببين:

س: هناك مشكلتان ينجمان عن نشاطات اقتصاديات البحث والتطوير، وضحهما؟

1. ان البحث والتطوير يتميز بمستوى عالي من اللايقين (عدم التاكيد).
2. ان المعلومات ستكتسب صفة السلعة العامة.

المشكلة الاولى:

ان الانتاج الذي يمكن الحصول عليه باستخدام الموارد في مشاريع بحوث جديدة لا تكون نتائجه معروفة مسبقا، اذ ان هناك مخاطر جراء ذلك، فمن يستطيع ان **(يمول)** ابحاثا وتطويرها دون مخاطر، وعليه فان هذه المخاطر يجب ان يتحملها الآخرون، والحل الامثل في اطار فكرة الاقتصاد (باريتو)، ان توزع المخاطر على اعضاء المجتمع بحيث يؤخذ بنظر الاعتبار موارد وتفضيلات الافراد.

ومن ناحية اخرى يمكن النظر لفكرة باريتو على انه ليس من المحتمل الحصول دائما على هذه النتيجة، فمن الضروري الاعتماد على آلية تنافسية لتمويل المخاطر، واحد طرق التعامل مع المخاطر الناجمة عن البحث والتطوير، هو ان تقوم المنشأة بجمع الاموال من سوق رأس المال، وبذلك تتوزع المخاطر على عدد كبير من اعضاء المجتمع وسيكون هذا المنتج مرغوبا اجتماعيا طالما انه ينتج لافراد جميعا تعبيراً عن تفضيلاتهم ونسبة لمشاريع الابحاث ذات المخاطر.

ومن ناحية اخرى، يمكن للمنشأة الكبيرة ان تؤمن نفسها ضد الفشل، وتجعل المخاطر مشتركة بين المشاريع، بحيث تعادل مشاريع الابحاث الناجحة المشاريع الفاشلة، او ان تشارك منشآت مستقلة بمواردها من اجل القيام بالبحث في مجال معين ذو فائدة مشتركة.

الحل الاخير لمشكلة تمويل المشاريع البحثية والتطوير (R&D) هو ان يكون هناك تدخل مباشر من قبل الحكومة في مساندة مشاريع البحث والتطوير في المنشآت الكبيرة او في شركات متخصصة صغيرة، مما يؤدي الى تحسن مستوى الفائدة.

المحاضرة الثانية عشرة

المشكلة الثانية:

س: ناقش العبارة الآتية : ان النشاط البحثي والمعلوماتي عبارة عن سلعة، وهو يحمل بداخله خاصيتين؟

وهو متعلق بمفهوم النشاط البحثي، اذ ان المعلومات لها صفة السلعة، وبمجرد انتاج السلعة فان المعلومات ستحمل صفة السلعة وخصائصها، ومن خصائص السلعة هي:

1. عدم القدرة على الاستثناء (استبعاد) في الاستهلاك للمعلومة.
2. عدم المنافسة في استهلاك للمعلومة، لانها ستتبع تلك السلعة دون غيرها.

المقصود بـ (الخاصية الاولى): يتمثل بان يكون هناك اقرار بحقوق الملكية للمعلومة، كون انها تعتبر من اسرار الصناعة، او الشركة التي نتج فيها (البحث والتطوير)، وذلك للقضاء على التجسس الصناعي، ومنح الحقوق لصاحب الابتكار او صاحب براءة الاختراع، وهذا الامر يعد بمثابة ترخيص للشركة المنتجة للبحث والتطوير او براءة الاختراع الحق بالتفرد بانتاج وبيع تلك السلعة الجديدة او المطورة من قبلها، ورخصة اخرى لحقوق بيع الابتكار الجديد الذ تم في اروتها.

اما المقصود بـ (الخاصية الثانية): هو التفرد من قبل الشخص المنتج لبراءة الاختراع او الشركة بحقوق الملكية ، لتحقيق ربح احتكاري قد يمتد لسنوات عديدة قد تصل الى عشرين (20) سنة. ووفقا لذلك اصبح هناك حافظا قويا للاختراع الذي يغذي التقدم التكنولوجي والنمو الاقتصادي.

في حين ان هناك آراء اخرى تنادي بعدم احتكار ملكية الاختراع وخاصة لفترة طويلة، لانها ستمنع فرص بديلة اخرى عن المجتمع. تعميم الابتكار وكشف اسراره وتقديم المعلومات، سيؤدي الى توفير افكارا جديدة ذات معلومات تنتهي بسلع اكثر ابداعا كان يمكن ان يحرم منها المجتمع اذا تم التكتم على المعلومات (احتكار كامل معلوماتيا). وعليه فان توفير الافكار الجديدة والمخترعات لكل من يطلبها مجانا للوصول الى المستوى الامثل اجتماعيا.

(4-9) الثورات الصناعية وعلاقتهم بالتطور او التقدم التكنولوجي (المراحل)

عرف العالم مع بداية النصف الثاني من القرن الثامن عشر تغيرات ، وتطورات في الميدان الصناعي شمل وسائل الإنتاج المختلفة وسمي بالثورة الصناعية التي ظهرت ملامحها الأولى في أوروبا خاصة ثم امتدت إلى مناطق أخرى من العالم. لقد ظهرت بوادر الثورة الصناعية في أوروبا، نتيجة للنهضة العلمية الشاملة التي أدت إلى ظهور اختراعات واكتشافات جديدة، كنتيجة حتمية للبحث والتطوير. والتي ادت الى قيام الثورة الصناعية.

الثورة الصناعية هي انتشار وإحلال المكننة محل العمل اليدوي. حيث شهدت أوروبا الغربية خلال القرن الثامن عشر نهضة علمية شاملة فتنوعت الأبحاث والتجارب لتشمل مختلف فروع العلم ولتؤدي إلى اختراعات واكتشافات مهمة كانت السبب المباشر في قيام الثورة الصناعية خلال القرن التاسع عشر من عمليات التصنيع الكيميائي الجديدة وإنتاج الحديد، وازدياد استخدام الطاقة البخارية والمائية وتطوير أدوات الآلات وظهور نظام المصنع الميكانيكي. أدت الثورة الصناعية أيضًا

إلى ارتفاع غير مسبوق في معدل النمو السكاني، وكذلك كان لها الأثر البالغ على الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية سواء في أوروبا أو خارجها.

تعرف **الثورة الصناعية** على انها جملة من التغيرات التي شهدتها العالم والتي بدأت في انجلترا أولا في الواقع الإنتاجي للصناعة والزراعة، وذلك من خلال عدد من الاختراعات والاكتشافات، فهي نتاج البحث والتطوير والتي قام بها أفراد عدة، أدت إلى استبدال الأساليب القديمة في الإنتاج إلى أساليب حديثة باستخدام الآلات الميكانيكية في الصناعة والزراعة فضلا عن التجارة والتي توسعت فيما بعد مع توسع حركة النقل وازدياد سرعتها وتطوير السفن واختراع القاطرة. وقد أدت هذه التغيرات إلى مجموعة من التحولات على جميع الأصعدة:

مثلت الثورة الصناعية نقطة تحول رئيسة في التاريخ. تقريبا فإن كل جانب من جوانب الحياة اليومية تأثر بها بطريقة ما. وبالذات بدأ متوسط الدخل والسكان يُظهرون نموًا مستدامًا غير مسبوق. قال بعض الاقتصاديين إن أهم تأثير للثورة الصناعية هو أن مستوى المعيشة لجميع السكان في العالم الغربي بدأ في الارتفاع باستمرار لأول مرة في التاريخ، على الرغم من أن آخرين قالوا إنه لم يبدأ في التحسن بشكل ملموس حتى أواخر القرن التاسع عشر وبداية العشرين. اعقبها تغييرات اجتماعية متمثلة في زيادة السكان وتغيير العلاقات الاجتماعية، لاسيما بعد اضمحلال الصناعات اليدوية وبروز ظاهرة المعامل الكبيرة ونمو طبقات اجتماعية جديدة وضعف أخرى، فضلا عن النتائج الصحية والفكرية وغيرها.

(1-4-9) مظاهر الثورة الصناعية في اوربا:

تعددت مظاهر الثورة الصناعية ما بين المظاهر الاقتصادية والاجتماعية ويمكن تقسيمها إلى عدة مظاهر أهمها:

1. المظاهر الاقتصادية.
2. الوصول إلى المواد الأولية وإلى الأسواق.
3. تكاثر السكان.
4. تحسن كبير في تنظيم العمل.
5. التطور الاجتماعي.
6. الاختراعات الجديدة.
7. فك الارتباط بين الدين والسياسة.
8. التخلص من الروح المحلية الضيقة بالدعوة إلى تكوين روح قومية.

اهم العوامل التي ادت الى انتشار التصنيع ثم الثورة الصناعية :

1. مستويات عالية من الإنتاجية الزراعية ادت الى توفير العمالة الزائدة والغذاء، مما حفز الكثير من المزارعين منخفضي الانتاجية بالعمل في المدينة.
2. انتشار مجموعة من المهارات الإدارية وريادة الأعمال.
3. تواجد الموانئ والأنهار والقنوات والطرق المتاحة لنقل المواد الخام والمخرجات بثمن بخس.
4. وفرة في الموارد الطبيعية مثل الفحم والحديد والشلالات.

5. تحقيق الاستقرار السياسي والنظام القانوني الذي يدعم الأعمال التجارية.
6. وجود وفرة حقيقية في رأس المال المالي المتاح للاستثمار.
7. الاكتشافات الجغرافية وظهور المستعمرات التي ادت لتوفير الموارد من (اليد العاملة، راس المال المادي، المواد الأولية، و تواجد الاسواق الجديدة لتصريف المنتجات).
8. وصدرت بريطانيا مهاراتها وصناعاتها إلى أوروبا الغربية (خاصة بلجيكا وفرنسا والولايات الألمانية) في أوائل القرن التاسع عشر. ثم نسخت الولايات المتحدة النموذج البريطاني في أوائل القرن التاسع عشر وقامت اليابان بنسخ النماذج الأوروبية الغربية في أواخر القرن التاسع عشر.

انواع الثورات الصناعية

اولا: الثورة الصناعية الأولى:

وقعت الثورة الصناعية الأولى في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر في أوروبا وأمريكا. كانت فترة أصبحت فيها المجتمعات الريفية الزراعية، في معظمها، صناعية وحضرية. لعبت صناعات الحديد والنسيج أدواراً مركزية في الثورة الصناعية، جنباً إلى جنب مع تطوير محرك البخار.

ثانيا: الثورة الصناعية الثانية

حدثت الثورة الصناعية الثانية بين عامي 1870 و 1914، أي قبل الحرب العالمية الأولى. كانت فترة نمو للصناعات القائمة وتوسعة صناعات جديدة، مثل الفولاذ والنفط والكهرباء، واستخدام الطاقة الكهربائية لإنتاج ضخمة. وشملت التطورات التكنولوجية الرئيسية خلال هذه الفترة الهاتف والمصباح الكهربائي والفونوغراف ومحرك الاحتراق الداخلي.

ثالثا: الثورة الصناعية الثالثة

تشير الثورة الصناعية الثالثة، أو الثورة الرقمية، إلى تقدم التكنولوجيا من الأجهزة الإلكترونية والميكانيكية التناظرية إلى التكنولوجيا الرقمية المتاحة اليوم. بدأ الحقبة خلال الثمانينيات وما زالت مستمرة. تشمل التطورات التي حدثت خلال الثورة الصناعية الثالثة الكمبيوتر الشخصي والإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Information and Communication Technology)

رابعا: الثورة الصناعية الرابعة

تم استخدام كلمة «الثورة الصناعية الرابعة» لأول مرة في عام 2016، من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي. وتستند الثورة الصناعية الرابعة إلى الثورة الرقمية، التي تمثل طرفاً جديدة تصبح فيها التكنولوجيا جزءاً لا يتجزأ من المجتمعات وحتى جسم الإنسان. تتميز الثورة الصناعية الرابعة باختراق التكنولوجيا الناشئة في عدد من المجالات، بما في ذلك الروبوتات، والذكاء الاصطناعي، وتكنولوجيا النانو، والحوسبة الكمومية، والتكنولوجيا الحيوية، وإنترنت الأشياء (IoT)، والطباعة ثلاثية الأبعاد، والمركبات المستقلة. يصف الأستاذ كلاوس شواب، في كتابه «الثورة الصناعية الرابعة»، وهو المؤسس والرئيس التنفيذي للمنتدى الاقتصادي العالمي، كيف أن هذه الثورة الرابعة تختلف اختلافاً جوهرياً عن الثلاثة السابقة، التي تميزت بشكل رئيسي بالتقدم التكنولوجي. إذ تتمتع هذه التقنيات بإمكانيات كبيرة للاستمرار في توصيل مليارات الأشخاص إلى الويب، وتحسين كفاءة

الأعمال والمؤسسات بشكل جذري، والمساعدة في تجديد البيئة الطبيعية من خلال إدارة أفضل للأصول.

يعتقد المفكرون والعلماء من امثال ايريك سيجال (Arik Segal)، بان الثورة الصناعية الرابعة تحتفظ بفرص فريدة لتحسين التواصل البشري وحل النزاعات.

انتهى الفصل الثامن، والذي تم تقديمه يوم الخميس الموافق 2022/ 12 / 8