تحليل العلاقة بين هيكل السوق والأداء، دراسة حالة الصناعة التأمينية في الجزائر

Analysis of the Relationship Between the Market Structure and Performance: a Case Study of the Insurance Industry in Algeria

أسامة سنوسي[1] *، فاطمة محبوب[2]

[1] المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة (الجزائر)، o.senoussi@centre-univ-mila.dz

[2] المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة (الجزائر)، f.mahboub@centre-univ-mila.dz

الاستلام: 30 /2020/11 القبول: 12 /2020/12 النشر: 31 /2020/02

ملخص:

من خلال هذه الدراسة سوف نقوم بتحليل العلاقة بين هيكل السوق وأداء شركات التأمين في سوق تأمينات الأضرار في الجزائر، باعتمادنا على نموذج التحليل في الاقتصاد الصناعي (SCP) هيكل– سلوك– أداء (Structure-Conduct-Performance)، وانطلقت هذه الدراسة من فرضية وجود تأثير متبادل بين هيكل السوق والأداء، وعلى هذا الأساس شملت عينة الدراسة 10 شركات تأمين خلال الفترة 2007–2015 وتم تقدير معالم النموذج باستخدام منظومة المعادلات الآنية، بالاعتماد على طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2SLS) وطريقة المربعات الصغرى ذات الثلاث مراحل (3SLS).

خلصت هذه الدراسة إلى أن سوق تأمين الأضرار في الجزائر يتسم بهيكل احتكار قلة ويتجه هذا السوق إلى المنافسة، كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير متبادل بين هيكل سوق تأمينات الأضرار وأداء شركات التأمين العاملة به، وكان هذا التأثير سلبي بين المتغيرين في كلا الاتجاهين، مما يعني دحض لفرضية نموذج هيكل– سلوك– أداء، أي أن شركات التأمين العمومية التي تسيطر على سوق التأمين لا تستفيد من وضعية الهيمنة في تحقيق أرباح غير عادية وهي بعيدة كل البعد عن السلوكات الاحتكارية.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الصناعي، هيكل السوق، نموذج هيكل– سلوك– أداء، المعادلات الآنية، صناعة التأمين.

رموز JEL: L22، G22.

Abstract:

This study aims at analyzing the relationship between market structure and the performance of the insurance companies in Algeria's property and casualty insurance market by adopting the model of analysis in the industrial organization (SCP); (Structure-Conduct-Performance). Moreover, the study is based on the hypothesis of existence of a Mutual Influence between market structure and performance. Accordingly, the study sample is included ten insurance companies during the period between 2007 and 2015. A simultaneous equation is employed to estimate the parameters of the model, relying on Two-Stage Least Square (2SLS) and Three-Stage Least Square.

* المؤلف المراسل

On the whole, the study concludes that Algeria's property and casualty insurance market is characterized by a monopoly structure and heading towards competition, the study also dictates the existence of impact between the structure of the insurance market and the performance of insurance companies operating in it, this effect is negative between the two variables in both directions, which means rejection of the structure-Conduct-performance paradigm hypothesis, that is, public insurance companies that control the insurance market do not benefit from the dominant position in making unusual profits, and they are far from monopolistic behaviors.

Keywords: industrial organization**,** market structure, structure conduct performance paradigm, simultaneous equations, insurance industry.
(JEL) Classification : L22 ،G22.

1. مقدمة: لا يعد التأمين صناعة حديثة العهد، بل نشأ قديما مع فكرة التعاون، وتطور إلى أن وصل إلى الصورة التي هو عليها الآن، وأصبح في المجتمعات الحديثة ضرورة ملحة لدرء المخاطر التي لا يمكن للأفراد والمجتمعات إهمالها أو التغاضي عنها، ويعتبر التأمين الوسيلة المثلى لحماية الممتلكات ووسائل الإنتاج ورؤوس الأموال، وضمان حماية الأسرة والأفراد من كافة الأخطار التي قد يتعرضون لها في حياتهم.

وباعتبار التأمين صناعة عالمية وجزء لا يتجزأ من الحياة الاقتصادية، يتوجب على هذه الصناعة مواكبة التغيرات الهائلة في جميع المجالات الاقتصادية، السياسية، التقنية والدولية، والسير معها جنبا إلى جنب، لكي تتفاعل مع نشاطاتها المختلفة في إطار النظم الدولية، أيا كان شكلها وتوجهاتها ولكي ترقى بها بشكل مستمر بما يتوافق مع تلك التطورات.

والجزائر كباقي الدول في العالم، تلعب صناعة التأمين فيها دورا معززا ومنشطا لاقتصادها، ومع تطور مستوى الأنشطة الاقتصادية وزيادة عدد المشاريع، ترتفع وتتنوع المخاطر الممكن حدوثها، ومن هنا تزداد أهمية هذه الصناعة والحاجة إليها، لتوفير التغطيات التأمينية اللازمة لهذه المشاريع في حالة تعرضها للمخاطر، والتعويض عما قد يقع لها من خسائر، كما تبرز أهمية صناعة التأمين في الجزائر من خلال الارتفاع المتزايد في نسب نموها، والدور الكبير الذي توليه الدولة لها من خلال إصدار العديد من التشريعات والقوانين المنظمة لها واستحداث هيئة رقابية متمثلة في لجنة الإشراف على التأمينات، تتكفل بمراقبة صناعة التأمين وضمان السير الحسن لها، وهذا لكي يتلاءم مع التطورات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر، وتماشيا مع متطلبات الانفتاح الاقتصادي.

ولقد عرفت صناعة التأمين في الجزائر تغيرا هيكليا بعدما تم رفع احتكار الدولة لهذه الصناعة، وإلغاء التخصص بالنسبة للشركات العمومية، وقد سمح هذا الوضع بزيادة المنافسة عن طريق

دخول شركات، خاصة الأجنبية منها والتي تأتي بخبراتها الفنية والإدارية وقدراتها المالية، حيث دخلت 16 شركة تأمين بعد سنة 1995.

1.1. إشكالية البحث: إن الحكم على مستوى أداء شركات التأمين لا يقتصر على تحليل الربحية ومدى تأثرها بالمؤشرات المالية والتقنية كما تناولته العديد من الدراسات في هذا المجال كالسيولة والملاءة المالية ومستوى التعويضات وطبيعة الهيكل المالي للشركة والمخاطر التي قد تتعرض لها. بل يجب على الأخذ بعين الاعتبار ظروف الصناعة والمتعلقة بمعدلات نموها ودرجة انفتاح الصناعة ومستوى الطلب على المنتجات وتدخل الدولة في القطاع، بالإضافة إلى طبيعة السوق الذي تنشط فيه شركات التامين وخصائصه كدرجة التركز ومستوى عوائق الدخول إلى الصناعة ومدى سيطرة شركات التأمين على قنوات توزيع منتجاتها أي درجة التكامل العمودي الأمامي في الصناعة.

إن تحليل أداء شركات التأمين مع الأخذ بعين الاعتبار هيكل الصناعة الذي يعكس طبيعة المنافسة السائدة، يدفعنا إلى ضرورة البحث عن منهج متكامل للتحليل يشمل خصائص الشركة على المستوى الجزئي والظروف السائدة في الصناعة على المستوى الكلي، وهذا ما يمكن أن يقدمه لنا منهج التحليل في الاقتصاد الصناعي، إذ يعتبر هيكل الصناعة عنصر مهم يعتمد عليه في تحليل أية صناعة، وهو أحد أبعاد النموذج المعروف (هيكل – سلوك – أداء)، وهذا النموذج يقوم على مبدأ أساسي هو أن هيكل الصناعة يؤثر على سلوك المؤسسة، وبالتالي هذا التأثير ينعكس على أدائها، أيضا سلوك المؤسسة يختلف تبعا لاختلاف هيكل الصناعة، فسلوك المؤسسة في سوق تتميز بالاحتكار يختلف عن سلوكها في سوق تتميز بالمنافسة، ومن جهة أخرى يمكن لهيكل الصناعة أن يؤثر على أداء المؤسسة ذلك لأن ربحية المؤسسة مثلا في سوق احتكارية تختلف عن ربحيتها في سوق تنافسية.

ويشمل هيكل الصناعة على أبعاد رئيسية يمكن من خلالها معرفة نوع أو شكل صناعة معينة، وهذه في التركز الصناعي في الدخول و الخروج من والى الصناعة من قبل مؤسسات أخرى راغبة في الدخول الأبعاد تتمثل ومدى وجود تمييز في المنتجات من طرف المؤسسات الموجودة داخل الصناعة، كما يمكن إضافة التكامل بين المؤسسات في الصناعة أيضا، كذلك لا يمكن إهمال السياسات الحكومية الهادفة إلى التأثير على هيكل الصناعة.

وضمن هذا السياق نصل إلى إبراز معالم إشكالية بحثنا التي نحاول تناولها والوصول إلى الإجابة عنها من خلال هذه الدراسة، وتتمثل في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثر أداء شركات التامين في الجزائر بخصائص هيكل الصناعة التأمينية؟ وهل توجد علاقة تبادلية بينهما؟

وللإجابة على الإشكالية الأساسية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يؤثر هيكل سوق تأمين الأضرار في الجزائر على أداء شركات التأمين العاملة به.
- هل يؤثر أداء شركات التأمين في الجزائر على هيكل سوق تأمين الأضرار.
- هل يؤثر هيكل سوق تأمين الأضرار في الجزائر على سلوك شركات التأمين العاملة به.
- هل يؤثر سلوك شركات التأمين في الجزائر على هيكل سوق تأمين الأضرار.
- هل يؤثر أداء شركات تأمين الأضرار في الجزائر على سلوكها في السوق.
- هل يؤثر سلوك شركات تأمين الأضرار في الجزائر على أدائها.

2.1. فرضيات الدراسة: من أجل الإجابة على التساؤلات السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: يوجد تأثير موجب ومعنوي لهيكل سوق تأمين الأضرار في الجزائر على أداء شركات التأمين العاملة به.
- الفرضية الثانية: يوجد تأثير موجب ومعنوي لأداء شركات تأمين الأضرار في الجزائر على هيكل سوق تأمين الأضرار.
- الفرضية الثالثة: يوجد تأثير موجب ومعنوي لهيكل سوق تأمين الأضرار في الجزائر على سلوك شركات التأمين العاملة به.
- الفرضية الرابعة: يوجد تأثير موجب ومعنوي لسلوك شركات التأمين في الجزائر على هيكل سوق تأمين الأضرار.
- الفرضية الخامسة: يوجد تأثير موجب ومعنوي لأداء شركات تأمين الأضرار في الجزائر على سلوكها في السوق.
- الفرضية السادسة: يوجد تأثير موجب ومعنوي لسلوك شركات تأمين الأضرار في الجزائر على أدائها.

3.1. أهمية البحث: تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال العناصر التالية:

- الدور الحيوي الذي تؤديه صناعة التأمين في النشاط الاقتصادي للدولة، باعتبارها مصدرا من مصادر التنمية الاقتصادية، من خلال مساهمتها في توظيف الوفورات المالية الناجمة عن أقساط التأمين في أوجه الاستثمار المختلفة.
- الأهمية النظرية للدراسة لكونها تبحث في العلاقة بين هيكل السوق وأداء المؤسسات وطبيعة التأثير المتبادل بينها، وهذا الموضوع يعتبر حديثا نسبيا في البحوث والدراسات باللغة العربية.
- أهمية دراسة العلاقة بين هيكل السوق والأداء وتطبيقها على الصناعة التأمينية حيث أحصت الدراسة العديد من الدراسات في مجال الصناعة المصرفية وبعض القطاعات الصناعية في دول معينة، إلا أنها تبقى محدودة جدا في صناعة التأمين، ومما يزيد من أهمية الدراسة كونها تبحث في التأثير المتبادل بين هيكل سوق والأداء حيث أن أغلب الدراسات إن لم نقل جلها تركز على دراسة العلاقة من جانب واحد فقط من خلال دراسة تأثير خصائص هيكل السوق على أداء المؤسسات.

4.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى البحث عن العلاقة بين هيكل صناعة التأمين في الجزائـــر وأداء شركات التأمين العاملة بها، وتحديد طبيعة التأثير بين المتغيرين، هل هو في اتجاه واحد أم أنه متبادل؟ مـــن خلال نموذج التحليل في الاقتصاد الصناعي المعروف بالثلاثية (هيكل – سلوك – أداء).

2. الاطار النظري للدراسة

1.2 تعريف هيكل الصناعة: ونشير إلى أنه في بداية الكتابة في مجال الاقتصاد الصناعي، كان يعبر عن هيكل الصناعة بنسبة التركز فقط، بحيث كان الهدف هو تقييم مدى اقتراب عدد البائعين أو شكل السوق من حالة المنافسة التامة أو من حالة الاحتكار التام، وذلك من أجل استنتاج آلية أداء المؤسسة، ومع اكتشاف عدم صحة مفهوم السوق المستقر، وكذا انخفاض أهمية التركز إلى حد كبير ظهر مفهوم المنافسة الكامنة (تقدير إمكانية الدخول والخروج من وإلى الصناعة من طرف المؤسسات)، التي أصبحت تعتبر أكثر أهمية من المنافسة بين المؤسسات الموجودة في السوق فعلا، والقوة السوقية لهذه المؤسسات. وفي هذا الإطار قدم مايكل بورتر (Michael porter) تحليلا أكثر شمولية يركز من خلاله على العلاقة بين العناصر المكونة لهيكل الصناعة وليس عددها حيث عرف هيكل الصناعة على أنه "عبارة عن خمسة قوى تنافسية، مع اعتبار أن التنافس بين المؤسسات الموجودة في السوق يعتبر أحد هذه القوى" (angelier, 1993, p. 10).

يتعلق هيكل الصناعة بخواص التركيب البنائي للأسواق التي تعمل في ظـــلها الصناعات في بلد معين (بامخرمة، اقتصاديات الصناعة، 1994، صفحة 39)، ومن أمثلة هذه الخواص الأهمية النسبية

للوحدات الإنتاجية المختلفة فـــي الصناعة، أي وزنها النسبي، من حيث رأس المال أو الإنتاج، أو عدد العمال وغيـــرها (وإن كان هذا التعريف أقرب للتركز الصناعي منه للهيكل).

كما ينظر للهيكل على أنه أي جسم مركب ما، فإنه النمط أو الطريقة التي تترتب بها الأجزاء المكونة لذلك الجسم، فـــإذا أخذنا الســـوق هنا كجسم يتعين تفحص الطريقة التي ترتبط بها المكونات المختلفة للصناعـــة، وفي هذه الحـــالة البائعين والمشترين، وكيف يرتبطون ببعضهم البعض (القريشي، 2005، صفحة 28).

ويعرف الاقتصادي Bain هيكل الصناعة بأنه " تلك الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثيرا استراتيجيا على طبيعة المنافسة والتسعير داخل تلك الصناعة"، ويقترح Bain أربعة خصائص رئيسية لهيكل الصناعة، والتي تعتبر مهمة لاستيعاب المفهوم وقياسه بشكل محدد وهي:

1- درجة تركز البائعين، أي عدد المصانع المنتجة لسلعة ما، وتوزيعها النسبي من حيث الحجم؛

2- درجة تركز المشترين، أي عدد المشترين للسلع وتوزيعهم النسبي؛

3- درجة الاختلاف والتنوع فيما بين السلع أي الفرق في مستوى نوعية المنتجات؛

4- شروط الدخول والخروج من وإلى الصناعة، أي مدى السهولة التي يمكن للمؤسسات الدخول فيها إلى الصناعة والخروج منها.

ومعلوم أن كل من هذه الخصائص الأربعة لهيكل الصناعة مهمة في تحديد سلوك المؤسسات الإنتاجية، والتي بدورها تؤثر على أداء الصناعة ككل. (القريشي، 2005، الصفحات 28-29).

وعليه يمكن القول أن هيكل السوق (الصناعة) يصف البيئة التي تنشط فيها المنافسة بين المؤسسات، ويتحدد ذلك بمجموعة الأبعاد من خلال النظر إلى عدد وتوزيع هذه المؤسسات، مدى سهولة اختراق هذا الهيكل القائم، مدى تمييز منتجات الصناعة، ودرجة التكامل العمودي في الصناعة.

2.2 الاعتبارات الأساسية لتحليل هيكل الصناعة: يمكن أن ننظر إلى تعريف ورسم حدود الصناعة وتصنيفها على أنها مدخلا لتحليلها، إلا أن هذا الأمر يبقى غير كافي للمضي قدما نحو تحليل شامل، ولذلك وجب أن ينصرف التحليل إلى تحديد السمات المميزة لكل صناعة وذلك من خلال ما يلي (هندى، 2012، الصفحات 324-331):

- **التحليل التاريخي للمبيعات والأرباح:** يساعد التحليل التاريخي لهذين العنصرين في الوقوف على مدى استفادة الصناعة من فترات الازدهار، ومدى قدرتها على مواجهة فترات الكساد، كما أن زيادة درجة التقلب في معدل نمو المبيعات، دل ذلك على زيادة حجم مخاطر الاستثمار في تلك الصناعة.
- **حجم الطلب والعرض:** من المهم أن يتم التعرف على تغيرات حركة الطلب على المنتجات في الصناعة، وقدرة هذه الأخيرة على تغطية أي زيادة محتملة في الطلب، وعلى إمكانيات الصناعة في تمويل التوسع، واذا ثبت بالتحليل عجز الصناعة على التكيف مع هذه التغيرات، دل ذلك على احتمال دخول منتجين جدد، مما يترتب عليه زيادة في العرض واحتدام المنافسة بين المؤسسات الأمر الذي قد يترك أثرا عكسيا على الربحية.
- **ظروف المنافسة:** وهنا يتم الوقوف على العوائق التي تحد من دخول مؤسسات جديدة إلى الصناعة ومدى فعالية هذه الموانع وقدرتها على تحقيق أرباح للمؤسسات القائمة.
- **طبيعة المنتج وتكنولوجيا الصناعة:** إن الصناعات التي تنمو بسرعة عادة ما تكون منتجاتها تستخدم حصة متزايدة من متوسط دخل الفرد على المستوى الوطني. ومن الضروري كذلك تحليل مدى قدرة الصناعة على ملاحقة التطور التكنولوجي للمحافظة على قدرتها في مواجهة المنافسة الأجنبية، أو مواجهة صناعة منافسة محلية. وكمثال على الصناعات دائمة التطور نجد صناعة الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة التقاط الصور والكاميرات فهذه الصناعات تعرف تحسينات مستمرة وخلال فترات زمنية قصيرة لا تتعدى السنة أحيانا.
- **تأثير الدولة:** يسري تدخل الدولة في هذا الجانب على أمرين هما: مدى التدخل في نشاط الصناعة، وقدرة الدولة على تنمية علاقات دولية من خلال الدبلوماسية الاقتصادية تسهم في النهوض بالصناعة. والمؤكد أن تتفاوت الصناعات فيما بينها من حيث تدخل الدولة، حيث نجد هناك تدخل كبير في الصناعة المصرفية والصناعة التأمينية، والاتصالات....الخ.
- **التحولات الاجتماعية:** من بين مظاهر التحول الاجتماعي تلك التغيرات التي من شانها أن تؤثر على نمط استهلاك أفراد المجتمع، فنجد على سبيل المثال أن عامل السرعة الذي يميز الحياة العصرية، وتأثيره السلبي على الصناعة المنسوجات من الصوف الخالص أو القطن الخالص، بل وأصبح على تلك الصناعات إدخال الألياف الصناعية لتسهيل انسيابية الملابس بعد غسلها في محاولة لزيادة جاذبيتها للمستهلكين، هذه التغيرات في أنماط السلوك لا تسود فجأة بل تبدأ ببطء ثم تنتشر بعد ذلك، وعليه يجب الأخذ بعين الاعتبار التحولات الاجتماعية في بيئة الصناعة منذ بداية ظهورها ومحاولة الوقوف على تأثيرها المحتمل.

3.2 العلاقة (هيكل–أداء): بعد سنوات من أعمال (Mason) وبعد ملاحظات إحصائية أجراها (J.Bain)، تمكن هذا الأخير من استنتاج وجود علاقات سببية في اتجاه واحد يؤثر من خلالها هيكل السوق على سلوك المنشآت، وأخرى يؤثر من خلالها سلوك المنشآت على أدائها داخل السوق، حيث اكتشف (J.Bain) وجود ارتباط إحصائي بين معدل الربح في الصناعة ودرجة التركز داخلها، وكذلك الحال مع قوة عوائق الدخول، وبذلك استنتج (J.Bain) وجود علاقة غير مباشرة بين أداء المنشآت وهيكل الصناعة الذي تنشط فيه، مرورا بسلوكها داخل الصناعة، ومن هنا برز النموذج الثلاثي المعروف في الاقتصاد الصناعي وهو نموذج SCP، والذي يعني النموذج الذي يضم هيكل الصناعة، سلوك المنشآت وأدائها. وتظهر العلاقة بين هيكل الصناعة وبعض عناصر الأداء فيما يلي:

- **<u>الربحية وهيكل الصناعة:</u>** التركز العالي للصناعة يؤدي إلى أرباح وأسعار مرتفعة، إذ أن العدد الصغير للمؤسسات أو الأنصبة السوقية غير المتساوية يسهل التواطؤ، وبالتالي تتمكن المؤسسات من تعظيم الأرباح المشتركة، إذن هناك علاقة طردية بين هامش الربحية ودرجة التركز، فوجود عوائق الدخول يؤدي إلى زيادة درجة التركز، هذا الأخير يؤدي إلى رفع الأسعار دون الخوف من تهديد المنافسة، وبالتالي رفع معدل الربحية، وتعتمد هذه السيطرة على مرونة الطلب، بالإضافة إلى أن الرسوم الجمركية ترفع من معدل ربحية الصناعة، ويرتبـــط مستوى الربحية بالمركز المالي للمؤسســـة، وقد يشجع المستوى المنخفض من الأرباح للمؤسسات الصغيرة على الاندماج فيما يؤثر على تركيز الصناعة.
- **التطور التقني وهيكل الصناعة:** بالنسبة لتأثير هيكل الصناعة على التطور التقني هناك وجهتي نظر:

أ– وجهة نظر شومبيتر (Schumpeter): الذي يرى أن العوامل الاحتكارية في السوق هي التي تؤدي إلى ارتفاع معدل التطور التقني، لأن المؤسسات الاحتكارية الكبيرة هي التي تتمكن من تحقيق أرباح غير عادية مرتفعة، بالتالي تتمكن من إنفاق جزء من هذه الأرباح على تطوير أساليب الإنتاج، هذا يكون له أثر إيجابي على معدل التطور التقني في الصناعة.

ب– وجهة نظر مانسيفيلد (Mansifield): إذ يرى أن هيكل الصناعة الذي يتميز بالمنافسة التامة هو الذي يشجع التطور التقني لمواجهة المنافسين الآخرين، حيث تهتم المؤسسات بالتطور التقني لتخفيض التكاليف المتوسطة، وبالتالي لا تضطر في النهاية للخروج من السوق. (بامخرمة، الخطة الدراسية لمادة اقتصاديات الصناعة، 2018)

أما بالنسبة للعلاقة تأثير التطور التقني على درجة المنافسة في الصناعة، فيؤثر التطور التقني على درجة المنافسة في السوق المحلي والسوق الخارجي، من خلال تأثيره على الإنتاجية التي تؤثر على قدرة

المؤسسة التنافسية في السوق المحلي، وخاصة أمام سياسات الإغراق للمنافسين الأجانب. بالإضافة إلى أن العوامل التقنية تلعب دورا مهما في المستوى الأمثل للتشغيل، وبالتالي درجة التركز الصناعي.

4.2 العلاقة (هيكل– سلوك): انطلاقا من فكرة أن النظرية تحدد المتغيرات التي تشكل الظاهرة، والتحليل التجريبي يبين العلاقة بين هذه المتغيرات ويختبرها، وكذلك فرضية أن سلوكات المنشآت الناشطة في صناعة ما له علاقة مع هياكل تلك الصناعة، حاول (E.Mason) وضع المبادئ الأولى لمنهج جديد، يسمح بتفسير العلاقة بين هياكل الصناعة وسلوك المنشآت داخلها، كما اقترح إمكانية وجود علاقة لهما مع أداء المنشآت داخل الصناعة (Morvan, 1991, p. 07). وفيما يلي نحاول التطرق إلى بعض العلاقات بين عناصر هيكل الصناعة وعناصر السلوك.

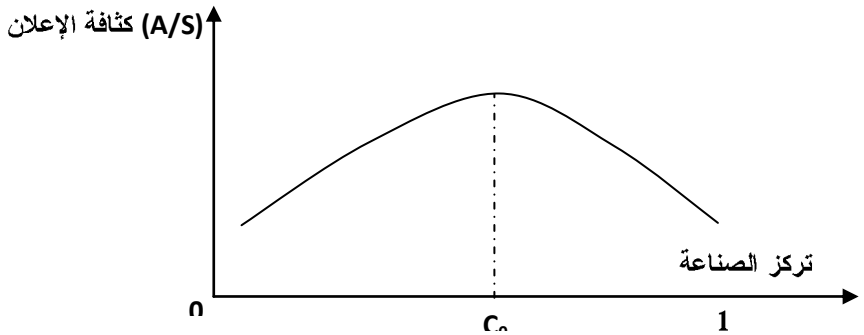
1.4.2 الكثافة الإعلانية وتركز الصناعة: تؤثر حملات الإعلان الناجحة على الحصة السوقية، وبالتالي على التركز، حيث تأثير الإعلان على القرارات يؤدي إلى زيادة حجم الطلب الذي يعتبر كمحدد لهيكل الصناعة، أيضا تركز هذه النظرة على دور الإعلان في زياد تمييز المنتجات، بالتالي زيادة عوائق الدخول.

حاول كومنار وويلسون (Comnar and Wilson) توضيح العلاقة، فوجد أن الإعلان يمكن أن يؤدي إلى زيادة القوة السوقية بزيادة تمييز المنتج أو العكس، ففي سوق لا تتوفر به المعلومات عن المنتجات يعمل الإعلان على التعريف بالمنتج، مما يزيد من المرونة السعرية وكسر القوة الاحتكارية (كلارك، 1994، صفحة 228).

ويؤكد نيكولاس كالدور(Nicholas Kaldor) أن الإعلان يعمل على زيادة التركز الصناعي والأرباح عن طريق زيادة عوائق الدخول وزيادة الحصة السوقية للمؤسسات المعنية. فالإعلان يؤدي إلى جذب مستهلكين جدد للمؤسسة ويزيد من ولاء المستهلكين لها، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة المبيعات مما يسمح بتوسع الإنتاج والاستفادة من وفرات الحجم. وبسبب الإعلان أيضا، فإن الراغبين في الدخول إلى الصناعة يتطلب منهم رأس مال أكبر الأمر الذي يرفع من عوائق الدخول، وعليه فإن هذه العوامل تؤدي إلى زيادة القوة الاحتكارية للمؤسسات المعلنة (Kaldor, 1951, pp. 14-15).

أما عن العلاقة العكسية حول تأثير تركز الصناعة على الإعلان، نلاحظ في الشكل (01) أن الإعلان يزيد في البداية، بسبب زيادة هامش الربح المترتب عن زيادة التركز، ثم يصل إلى مستوى معين من التركز أين تصل كثافة الإعلان إلى أعلاها، حيث هيكل احتكار القلة، إذ لدى المؤسسات فرصة للاستحواذ على

مبيعات منافسيها، وكلما زاد الاعتماد المتبادل بين المؤسسات (الاقتراب من الاحتكار التام) كلما أدى ذلك إلى التقليل من الإعلان (كلارك، 1994، صفحة 213).



شكل رقم(01): الكثافة الإعلانية وتركز الصناعة

المصدر: روجر كلارك، **اقتصاديات الصناعة**، تر: فريد بشير طاهر، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994, ص 213.

وقد أكد ساتون (Sutton) هذه الفرضية من خلال دراسته التي اعتمد فيها على علاقة بين التركز والإعلان من خلال معادلة من الدرجة الثانية، حيث وجد أن الكثافة الإعلانية تزداد عند الانتقال من الصناعات ذات التركيز المنخفض إلى الصناعات ذات التركز المرتفع حيث تصل عند نهايتها العظمى عند مستوى تركز (C= 64%)، ثم تأخذ في التناقص في القطاعات ذات التركز الأعلى. ويرى ساتون أن كثافة الإعلان في الصناعات ذات التركز المتوسط قد يعكس اتجاهات مضادة للمنافسة وأن التحكم في الإعلان قد يزيد من العوامل الباعثة على المنافسة في مثل هذه الحالات (كنعان المعماري، 2010، صفحة 146).

2.4.2 هيكل الصناعة والحافز على الاختراع: أظهر تحليل أرو (Arrow) أن ظروف المنافسة أكثر مواتاه لتشجيع الاختراعات من ظروف الاحتكار، غير أن ديمستز (Demsetz) يرى أن ظروف الاحتكار أكثر ملائمة لتشجيع الابتكار من المنافسة (عطية، 1997، صفحة 220)، وقد يعني هذا أن المزج بين الاحتكار والمنافسة هو الأفضل للمساعدة على الابتكار، أي أن التركز المعتدل هو الأكثر ملائمة لتشجيع الاختراعات، في المقابل يعمل الاختراع والإبداع التكنولوجي غالبا على تكثيف القوى التنافسية في الصناعة، وتنبثق قوة الإبداع التكنولوجي على إثارة المنافسة السوقية فيما يلي (قريشي ، 2005، صفحة 94):

- **الإبداع التكنولوجي وطبيعة المنافسة في الصناعة:** عندما تؤدي الإبداعات التكنولوجية إلى تخفيض التكلفة، فإن ذلك يجعل المؤسسات مرتفعة التكاليف، حيث تجد نفسها في حروب سعرية قد تؤدي بها إلى الانسحاب؛

- **الإبداع التكنولوجي والوافدين الجدد إلى الصناعة:** إذا تمكنت المؤسسات القائمة من بناء الولاء لعلامة منتجاتها عن طريق الإبداع التكنولوجي، فإنها تبرز عوائق دخول، ويظهر هذا جليا في الأموال الضخمة التي ترصدها صناعة الأدوية لعمليات البحث و التطوير؛

- **الإبداع التكنولوجي والقوة التفاوضية للمجهزين:** إذا كان يتوفر لدى الموردين تكنولوجيات معينة بخصائص معينة ليس لها بديل، فإن القدرة التفاوضية للمجهزين ستكون عالية؛

- **الإبداع التكنولوجي ومنتجات الإحلال:** يمكن أن يخلق الإبداع التكنولوجي بدائل قوية لصناعة ما مما يشكل قيودا على السعر المفروض من طرف هذه المؤسسات في الصناعة القائمة، ويؤدي إلى انخفاض ربحيتها.

نستخلص مما سبق أن الإبداع يؤثر على الهيكل بما يزيد من القوة السوقية، وبالتالي التركز الصناعي.

3.4.2 السياسة السعرية وهيكل الصناعة: تخفيض أسعار المؤسسات القائمة في الصناعة ولو مؤقتا في حالة توقعها هجوما من قبل المؤسسات الراغبة في الدخول، هي إحدى أشكال السلوك المؤدية إلى الحفاظ على عوائق الدخول، بالتالي استمرارية الوضع التركزي فيها، في المقابل تؤدي القوة السوقية إلى تحكم أفضل في الأسعار.

3. منهجية الدراسة: تتمثل منهجية البحث في استعمال المنهج القياسي لاختبار مدى صحة الفرضية الرئيسية للدراسة والمتمثلة في وجود تأثير بين هيكل السوق، سلوك المؤسسات وأدائها بشكل متبادل، فقد أكدت الدراسات في مجال الاقتصاد الصناعي على أن هيكل الصناعة يكون له تأثير على سلوك المؤسسات في الصناعة وهذا الأخير يكون له تأثير على مؤشرات أداء المؤسسات في الصناعة، في المقابل فإن أداء المؤسسات في الصناعة له تأثير في سلوك المؤسسة ومن ثم في هيكل الصناعة. سنحاول اختبار هذه العلاقة على واحدة من الصناعات المالية والمتمثلة في صناعة التأمين في الجزائر انطلاقا من بيانات واقعية لسلاسل زمنية مقطعية (panel data)، كما سيتم استخدام نموذج آني يسمح بالتأكد من وجود علاقة تبادلية إضافة إلى تحديد طبيعتها.

1.3 نموذج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على نموذج البحث الكلاسيكي في الاقتصاد الصناعي الذي يتكون من ثلاثة معادلات أساسية وهي:

- **معادلة هيكل السوق:** والتي تتأثر بالمتغيرات المستقلة المتمثلة في أداء المؤسسات وسلوكها في السوق.
- **معادلة السلوك:** وهي ودالة في هيكل السوق وأداء المؤسسات.
- **معادلة الأداء:** وهي دالة في هيكل السوق وسلوك المؤسسات.

ومن أجل ضبط النموذج تم إدراج مجموعة من المتغيرات الضابطة لكل معادلة من المعادلات السابقة، وعليه يكون الشكل الرياضي للنموذج بالشكل التالي:

$$S_{i,t} = f(C_{i,t}, P_{i,t}, X_{i,t}) \quad \ldots\ldots(01)$$
$$C_{i,t} = f(S_{i,t}, P_{i,t}, Z_{i,t}) \quad \ldots\ldots(02)$$
$$P_{i,t} = f(S_{i,t}, C_{i,t}, W_{i,t}) \quad \ldots\ldots(03)$$

حيث: S تمثل هيكل الصناعة (Market Structure).

C : تمثل سلوك المؤسسات (Conduct).

P : تمثل أداء المؤسسات (Performance)،

X, Z, W: تمثل متغيرات ضابطة للمعادلات.

t: تمثل الزمن معبر عنه بالسنوات، i: تمثل رقم المقطع ومعبر عنه برقم الشركة

$$t = 2009, 2010 \ldots\ldots\ldots\ldots T \qquad i = 1, 2, 3 \ldots\ldots\ldots\ldots N$$

ولتطبيق هذا النموذج تستخدم هذه الدراسة في التحليل القياسي قاعدة بيانات مدمجة (مقطع وفترات زمنية) حيث أن عدد المقاطع والذي يمثل في هذه الدراسة عينة شركات التأمين وعددها 10 شركات، وفي الوقت نفسه يحتوي كل مقطع على سلسلة زمنية مكونة من 07 سنوات بداية من 2009م إلى غاية 2015م وبالتالي يكون عدد المشاهدات المستخدمة في التحليل هو: 07*10= 70 مشاهدة.

وعلى ضوء العينة المستخدمة في التحليل وتحقيقا لأهداف الدراسة يتم إعادة كتابة النموذج السابق وفق الصيغة الأساسية كما يلي:

$$\boldsymbol{S}_{i,t} = a_0 + a_1 ADV_{i,t} + a_2 P_{i,t} + a_3 GI_{i,t} + a_4 OS_{i,t} + a_5 VI_{i,t} + a_6 BR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \ldots\ldots (04)$$
$$\boldsymbol{ADV}_{i,t} = b_0 + b_1 MS_{i,t} + b_2 P_{i,t} + b_3 S_{i,t} + b_4 S_{i,t}^2 + b_5 GI_{i,t-1} + \gamma_{i,t} \quad \ldots\ldots\ldots\ldots(05)$$
$$\boldsymbol{P}_{i,t} = d_0 + d_1 S_{i,t} + d_2 ADV_{i,t} + d_3 size_{i,t} + d_4 GF_{i,t} + d_5 expens_{i,t} + d_6 LEVERAGE_{i,t} + d_7 loss_{i,t} + \eta_{i,t} \quad \ldots\ldots\ldots\ldots(06)$$

ويوضح الجدول اللاحق تعريف مختصر للمتغيرات التي يتضمنها النموذج من خلال المعادلات (4،5،6).

الجدول رقم (01): التعريف برموز المتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة

رمز المتغير	اسم المتغير	طريقة حساب المتغير
S	يعبر عن هيكل الصناعة (Structure) ويتم قياسه بمؤشرات التركز الصناعي	الحصة السوقية للأربع شركات الأولى في السوق (C4)
		مؤشر التركز هيرشمان هيرفيندال للحصص السوقية للشركات (HHI_{ms})
		مؤشر التركز هيرشمان هيرفيندال لأصول الشركات (HHI_{asset})
ADV	كثافة الاعلان (advertising)	تكاليف الإعلان ÷ الأقساط المكتتبة
P	أداء الشركة (performance)	مؤشر العائد على إجمالي الأصول (ROA)
		مؤشر العائد على حقوق الملكية (ROE)
GI	معدل نمو الصناعة (growth industry)	(إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة (t) – إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة (t-1)) ÷ (إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة (t-1))
OS	ملكية الشركة (Ownership)	متغير وهمي (dummy variable) يأخذ القيمة (0) اذا كانت الشركة خاصة، والقيمة (1) اذا كانت الشركة عامة.
VI	التكامل العمودي (vertical integration)	مبيعات الوكالات المباشرة ÷ إجمالي مبيعات الشركة
BR	عوائق الدخول (barrier to market entrance)	رأسمال الشركة ÷ إجمالي الأقساط المكتتبة الشركة
MS	الحصة السوقية (market share)	إجمالي الأقساط المكتتبة للشركة في السنة (t) ÷ إجمالي الأقساط المكتتبة للسوق في السنة (t)
GF	معدل نمو الشركة (Growth firm)	(إجمالي الأقساط المكتتبة للشركة في السنة (t) – إجمالي الأقساط المكتتبة للشركة في السنة (t-1)) ÷ (إجمالي الأقساط المكتتبة للشركة في السنة (t-1))
GIt-1	معدل نمو الصناعة في السنة الماضية (past Growth industry)	(إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة في السنة(t-1) – إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة في السنة (t-2)) ÷ (إجمالي الأقساط المكتتبة في الصناعة في السنة (t-2))
Size	حجم الشركة (size)	اللوغاريتم النيبيري لإجمالي أصول الشركة (ln assets)
EXPENSE	معدل التكاليف (expenses ratio)	التكاليف العامة للشركة ÷ إجمالي أصول الشركة
LEVERAGE	وزن رأس المال (LEVERAGE)	الأموال الخاصة للشركة ÷ إجمالي أصول الشركة
Loss	معدل الخسائر (loss ratio)	إجمالي تعويضات الشركة / إجمالي الأقساط المكتتبة للشركة

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على نموذج الدراسة.

2.3 أسلوب تقدير معالم النموذج: نظرا لخصوصية هذا النوع من النماذج خاصة فيما تعلق بمشكلة التأثير الآني لمتغيرات النموذج، فان هذا الأمر يصعب من تقدير معالم النموذج وفقا لطريقة المربعات الصغرى العادية لما قد يترتب عليه من مقدرات متحيزة وغير متسقة، مما يدفعنا إلى استخدام طرق أخرى تسمح بتقدير معلمات النموذج بشكل جيد، ومن بين تلك الطرق والتي تركز عليها دراستنا نذكر:

1.2.3 طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين 2SLS (Two Stage Least Squares): سميت هذه الطريقة بذات المرحلتين، وذلك لأنها تستخدم طريقة المربعات الصغرى مرتين، الأولى يتم من خلالها تحديد المتغير الداخلي في المعادلة المطلوب تقدير معلماتها ومن ثم استخراج الشكل المختزل لهذا المتغير، بعدها يتم استخدام طريقة المربعات الصغرى لإيجاد القيم التقديرية للشكل المختزل، أما المرحلة الثانية فيتم تعويض

القيم المقدرة محل القيم الحقيقية للمتغيرات الداخلية، وبعدها تستخدم طريقة المربعات الصغرى مرة أخرى لإيجاد المعلمات التقديرية لمنظومة المعادلات الآنية. وتعد طريقة 2SLS من بين الطرق المهمة في تقدير نماذج المعادلات الآنية زائدة التحديد أو تامة التحديد، فضلا على أنها طريقة بسيطة الحساب. (حم و محمود حمدون ، 2009، صفحة 331)

2.2.3 طريقة المربعات الصغرى ذات الثلاث مراحل 3SLS (Three Stage Least Squares Method): تعتبر هذه الطريقة امتداداً لطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين، حيث يتم إيجاد مقدرات معلمات الشكل المختزل باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية، وفي المرحلة الثانية يتم إيجاد معلمات كل معادلة من معادلات النموذج على انفراد باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين، أما المرحلة الثالثة فتستخدم طريقة المربعات الصغرى العامة في إيجاد معلمات منظومة المعادلات الآنية دفعة واحدة. تعتبر مقدرات طريقة المربعات الصغرى ذات الثلاث مراحل احسن اتساقا وأكثرها كفاءة من طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (حم و محمود حمدون ، 2009، صفحة 331).

4. نتائج الدراسة

1.4 استقرارية متغيرات الدراسة: من أجل التعرف على استقرارية بيانات البانل الخاصة بنموذج الدراسة، قمنا بتطبيق اختبار (Lin, Levin & Chu) على كل متغير من متغيرات الدراسة على حدى وهذا باختيار فترة الإبطاء المناسبة (lags) بطريقة آلية لمعيار (AIC)، مع الأخذ بعين الاعتبار دور الحد الثابت والاتجاه معا (trend and intercept)، نتائج اختبار الاستقرارية موضحة في الجدول اللاحق:

جدول رقم (02): نتائج اختبارات جذر الوحدة (LLC) لبيانات الدراسة

المتغيرات	عند المستوى I(0)	عند الفرق الأول I(1)
C4	4.39922- (0.0000)	/
HHI_{MS}	5.84725- (0.0000)	/
HHI_{assets}	2.37800- (0.0087)	/
ADV	8.16813- (0.0000)	/
ROA	7.57728- (0.0000)	/
ROE	7.64191- (0.0000)	/
GI	0.98900- (0.1613)	6.28083- (0.0000)
VI	14.6081- (0.0000)	/

BR	25.0678- (0.0000)	/
MS	6.45254- (0.0000)	/
SIZE	13.8663- (0.0000)	/
GF	8.22371- (0.0000)	/
EXPENS	9.12548- (0.0000)	/
LEVERAGE	18.0060- (0.0000)	/
LOSS	10.1611- (0.0000)	/

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8.

تمثل القيم العليا في خانة من الجدول قيمة الإحصائية (statistic)، بينما تعبر القيم التي بين قوسين على قيمة الاحتمال لكل إحصائية (P-value).

نلاحظ من الجدول رقم (02) أن نتائج الاختبار أظهرت وجود جذر الوحدة بالنسبة لمتغير معدل نمو صناعة التأمين حيث كانت القيمة الاحتمالية أكبر من 1% أي قبول فرضية العدم لوجود جذر الوحدة وهذا يعني أن السلسلة غير مستقرة عند المستوى I(0)، وبعد إجراء اختبار (LLC) عند فروقات الدرجة الأولى أصبحت السلسلة الزمنية لمعدل نمو صناعة التأمين مستقرة عند المستوى I(1). أما بالنسبة إلى باقي متغيرات الدراسة فقد أظهرت نتائج اختبار (LLC) غياب جذر الوحدة حيث كانت القيمة الاحتمالية أقل من 1% في جميع المتغيرات، وهذا يدل على استقرارها عند المستوى I(0) أي رفض فرضية العدم لوجود جذر الوحدة، مما يعني إمكانية استخدام السلاسل الزمنية لهذه المتغيرات في شكلها الأصلي في عملية التقدير دون الحاجة إلى أخذ الفروق من الدرجة الأولى أو الثانية.

2.4 تقدير معالم النموذج: بما أننا نستخدم ثلاثة مؤشرات لقياس تركز صناعة التأمين في الجزائر، ومؤشرين لقياس أداء شركات التأمين، مثلما تم الإشارة إليه في نموذج الدراسة والمتغيرات المستخدمة في النموذج، وعليه سنختبر ستة نماذج فرعية مشتقة من النموذج الرئيسي كما هو موضح في الجدول التالي.

جدول رقم (04): مصفوفة النماذج المختبرة في الدراسة

الأداء		المتغيرات	
ROE	**ROA**		
Model 2	Model 1	C_4	هيكل السوق
Model 4	Model 3	HHI_{MS}	
Model 6	Model 5	HHI_{assets}	

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على ما سبق.

وبما أننا سنستخدم طريقة المعادلات الآنية لتقدير معالم نماذج الدراسة، نقوم بتشخيص معادلات النموذج عن طريق مستوى التحديد لكل معادلة من معادلات النموذج الأساسي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): نتائج تشخيص معادلات نموذج الدراسة

المعادلة	عدد المتغيرات الداخلية في النموذج	عدد المتغيرات الخارجية في النموذج	عدد المتغيرات الداخلية التي تظهر في المعادلة	عدد المتغيرات الخارجية التي تظهر في المعادلة	قيمة الشرط	مقارنة (K) مع قيمة الشرط	القرار التشخيص
	g	K	g*	K*	g*+k*-1		
معادلة الهيكل	3	12	2	4	5	5<12	معادلة زائدة التحديد
معادلة السلوك			2	3	4	4<12	معادلة زائدة التحديد
معادلة الأداء			2	5	6	6<12	معادلة زائدة التحديد

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على المعادلات (04، 05، 06)

بناء على الجدول أعلاه، نلاحظ أن كل معادلات النموذج هي زائدة التحديد، وعليه يمكن أن نطبق نموذج المعادلات الآنية ذات المرحلتين وذات الثلاث مراحل (مزاحم ، 2007، صفحة 184).

5. تحليل نتائج الدراسة

يوضح الجدول رقم (06) إشارة المتغيرات الداخلية والخارجية في النموذج الأساسي بعد القيام بتقدير معالم نماذج الدراسة الستة باستخدام منظومة المعادلات الآنية، وتم تحديد وجود تأثير لكل متغير في النموذج بناء على المعنوية الإحصائية.

جدول رقم (06): إشارة معاملات نموذج الدراسة بعد تقدير المعالم.

المتغيرات		المعادلات		
		معادلة هيكل السوق	معادلة السلوك	معادلة الأداء
التركز الصناعي*	*S*		لا يوجد تأثير	تأثير سالب (−)
كثافة الإعلان*	*Adv*	تأثير سالب (−)		تأثير موجب (+)
الأداء*	*P*	تأثير سالب (−)	لا يوجد تأثير	
معدل نمو الصناعة*	*GI*	لا يوجد تأثير		
الملكية*	*OS*	تأثير سالب (−)		
عوائق الدخول**	*BR*	تأثير موجب (+)		
التكامل العمودي*	*VI*	لا يوجد تأثير		

الحصة السوقية*	*MS*		تأثير سالب (−)	
مربع التركز الصناعي*	S^2		لا يوجد تأثير	
معدل نمو الصناعة* للسنة الماضية	*GIt-1*		لا يوجد تأثير	
حجم الشركة*	*Size*			تأثير موجب (+)
معدل نمو الشركة*	*GF*			تأثير سالب (−)
معدل التكاليف*	*EXPENSE*			تأثير موجب (+)
وزن رأس المال*	*LEVERAGE*			تأثير موجب (+)
نسبة الخسائر**	*Loss*			تأثير موجب (+)

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الدراسة.

(*) يوجد تأثير معنوي عند استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات الثلاث مراحل (3SLS)

(**) يوجد تأثير معنوي عند استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2SLS)

بينت نتائج التقدير أن أحسن مقياس هو معدل العائد على إجمالي الأصول للتعبير عن الأداء، أما فيما يخص تركز السوق فكان أحسن مقياس هو نسبة التركز لأربعة شركات تأمين (C4) ثم يليه مؤشر هريشمان هيرفيندال للحصة السوقية (HHI_{MS}) ثم يليهما مؤشر هريشمان هيرفيندال للأصول (HHI_{asset}). وفيما يلي تحليل تأثير كل متغير في المعادلة الخاصة به.

1.5 تحليل النتائج بالنسبة إلى معادلة هيكل الصناعة:

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين أداء شركات التأمين ومستوى تركز الصناعة التأمينية في الجزائر، أي كلما ارتفع أداء شركات التأمين أدى إلى انخفاض في مستوى تركز الصناعة التأمينية في الجزائر وهو عكس ما كان متوقع حسب افتراضات نموذج (SCP) هيكل – سلوك – أداء، في أن ارتفاع أداء المؤسسات يؤدي إلى ارتفاع مستوى تركز الصناعة، ويمكن إرجاع ذلك في كون الأداء في هذه الصناعة كان حافزا لدخول شركات جديدة في ظل ضعف عوائق الدخول الأمر الذي يساهم في خفض مستوى تركز الصناعة؛

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين الكثافة الإعلانية لدى شركات التأمين ومستوى تركز الصناعة التأمينية، أي أن ارتفاع الإنفاق الإعلاني يؤدي إلى انخفاض مستوى تركز الصناعة التأمينية وهذا ما يتناقض مع افتراضات نموذج (SCP) هيكل – سلوك – أداء، في أن المؤسسات الرائدة في السوق تميل

إلى الإنفاق الإعلاني من أجل بسط سيطرتها والحفاظ على الوضع الاحتكاري. ويمكن تفسير هذه العلاقة العكسية بسبب انخفاض الإنفاق الإعلاني لدى شركات التامين؛

– عدم وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين نمو الصناعة التأمينية في الجزائر ومستوى تركزها، وهذه النتيجة متوافقة مع دراسة (عادل منير، تأثير العلاقة المتبادلة بين خصائص سوق التامين وأداء شركات التأمين في السوق الكويتي، 2003) و (عادل منير، تحليل العلاقة بين خصائص هيكل السوق ومستوى ربحية شركات التأمين في السوق المصري، 1995)، إذ لاحظنا وجود علاقة عكسية (غير معنوية) بين نمو الصناعة وهيكل السوق في أربعة نماذج من بين النماذج الستة للدراسة، أي أن الزيادة في معدل النمو في صناعة التأمين سيؤدي إلى انخفاض مستوى تركز الصناعة التأمينية في الجزائر، ويمكن تفسير تلك العلاقة السلبية بسبب تزامن دخول الشركات الجديدة التي ساهمت في تنشيط الصناعة التأمينية وتقديمها لمنتجات جديدة، وإعادة توزيع الحصص السوقية للشركات القائمة؛

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين **ملكية شركة** التأمين ومستوى **تركز الصناعة** التأمينية وهذا يعني أن الشركات العمومية لا تؤثر على مستوى تركز الصناعة التأمينية، ولا يوجد تأثير للدولة من خلال إجراءاتها وسياساتها على تفضيل أو دعم لشركات التأمين العامة؛

– وجود **علاقة طردية** بين **عوائق الدخول** ومستوى **تركز الصناعة** التأمينية في الجزائر وكانت هذه النتيجة متوافقة مع دراسة (Jeong & Masson, 1990) ومتوافقة مع الجانب النظري، حيث أن ارتفاع نسبة رأس المال إلى إجمالي الأقساط يؤدي إلى ارتفاع مستوى تركز الصناعة التأمينية في الجزائر، لكن ما يجب التأكيد عليه أن قوة العلاقة ضعيفة لأن قيمة المعامل تساوي (0.005474)، بالإضافة إلى أن عوائق الصناعة التأمينية في الجزائر تأخذ الطابع التنظيمي فقط، حيث أن سلطة الإشراف والرقابة حذرة في منح تراخيص لشركات تأمين جديدة لمزاولة نشاطها في الجزائر؛

– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكامل العمودي ومستوى تركز الصناعة التأمينية في الجزائر كما أن اتجاه العلاقة غير واضح ، وتتأثر بمقياس الأداء المستخدم، فبالنسبة لنماذج (ROA) كانت إشارة متغير التكامل العمودي سالبة بينما في نماذج (ROE) كانت إشارة متغير التكامل العمودي موجبة.

2.5 تحليل النتائج بالنسبة إلى معادلة سلوك المؤسسات:

– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أداء شركات التأمين وحجم إنفاقها الإعلاني، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Klein & all, 2002) ، وهذا يعني أن المؤسسات التي حققت أداء مرتفع لا تخصص

ميزانيات لتمويل الحملات الإعلانية ويظهر ذلك جليا من خلال حجم الإنفاق الإعلاني لشركات التأمين والكثافة الإعلانية للمنتجات التأمينية؛

– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمو الصناعة ذو الفرق الزمني وحجم الإنفاق الإعلاني لشركات التأمين، إلا أن إشارة المتغير كانت سالبة في أربعة نماذج، أي أن انخفاض معدل نمو الطلب على المنتجات التأمينية يدفع شركات التأمين إلى زيادة الإنفاق الإعلاني من أجل المحافظة على الحصة السوقية وضمان مكانة بين المنافسين. ويمكن تفسير عدم معنوية العلاقة كون صناعة التأمين عرفت معدلات نمو مرتفعة نوعا ما خلال السنوات الأخيرة، الأمر الذي دفع شركات التأمين إلى عدم تخصيص ميزانيات للدعاية والإشهار والاكتفاء بمزايا انتعاش السوق، ومما يؤكد ذلك العلاقة بين الحصة السوقية والكثافة الإعلانية؛

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين **الحصة السوقية** لشركات التأمين **والكثافة الإعلانية** لمنتجاتها وقد جاءت هذه النتائج متطابقة مع دراسة (Misra, 2010)، حيث أن شركات التأمين ذات الحصة السوقية الكبيرة تتحمل نفقات إعلانية أقل من الشركات ذات الحصص السوقية الصغيرة، ويمكن تفسير ذلك بأن شركات التأمين المسيطرة في السوق تعتمد على شبكات توزيعها المنتشرة جغرافيا في مختلف أرجاء البلاد، بالإضافة إلى استفادتها من دخولها المبكر للسوق؛

– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تركز السوق والكثافة الإعلانية لدى شركات التأمين، إلا أن إشارة تركز السوق كانت موجبة، وهو ما كان متوقع حسب افتراضات نموذج هيكل – سلوك – أداء، وتتفق النتائج مع دراسة (Gu-Shin Tung & all; 2010)، ويمكن تفسير عدم معنوية العلاقة في أن شركات التأمين الأكثر تركزا لا تميل إلى السلوكات والممارسات الاحتكارية التي تقودها إلى الهيمنة على السوق وبالتالي تحقيق أرباح غير عادية؛

– إشارة مربع التركز في جميع النماذج كانت سالبة، أي أن معادلة السلوك دالة من الدرجة الثانية تأخذ شكل مقلوب حرف (U) إلا أنها غير معنوية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Klein & all, 2002). وعليه فإن العلاقة بين تركز الصناعة والكثافة الإعلانية تأخذ شكل معادلة انحدار خطي متعدد، على عكس ما كان متوقعا بأن تأخذ شكل معادلة من الدرجة الثانية.

3.5 تحليل النتائج بالنسبة إلى معادلة الأداء:

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين تركز صناعة التأمين في الجزائر وأداء شركات التأمين، وكانت هذه النتيجة عكس ما كان متوقع حسب فرضية نموذج (هيكل– سلوك– أداء) وتحديدا فرضية القوة

السوقية أين تكون العلاقة موجبة بين هيكل السوق وأداء المؤسسات، والسبب في ذلك هو أن بعض الشركات ذات التركيز الكبير لم تحقق نتائج جيدة بالمقارنة مع حجم المبيعات في السوق والحصة السوقية المرتفعة بالمقارنة مع الشركات الصغيرة نسبيا، وعليه يمكن القول أن تركز الصناعة التأمينية في الجزائر لم يسمح للشركات المسيطرة من تحقيق أرباحا غير عادية؛

– وجود **علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية بين كثافة الإعلان وأداء شركات التأمين في الجزائر، وهذه النتيجة متوقعة حسب نموذج هيكل – سلوك– أداء، ومتوافقة مع دراسة (Pagoulatos & Sorensen, 1981) ومع دراسة (Gu-Shin Tung & all ;2010) من حيث الإشارة، حيث أن شركات التأمين التي حققت مستويات إنفاق إعلاني كبير انعكس ذلك على أدائها المالي، وهذا يؤكد استجابة الأداء المالي لشركات التأمين للنفقة الإعلانية.

– وجود **علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية بين حجم شركة التأمين ومستوى أدائها، وكانت النتيجة متوقعة حسب النظرية الاقتصادية ومتوافقة مع الدراسات السابقة (علام و آخرون، 2013) و (عادل منير، تأثير العلاقة المتبادلة بين خصائص سوق التامين وأداء شركات التأمين في السوق الكويتي، 2003) و (عادل منير، محددات أداء شركات التأمين الكويتية دراسة تحليلية، 1998). وهذا يعني أن زيادة حجم الشركة يؤدي إلى ارتفاع في أدائها المالي. ويمكن تفسير ذلك بقدرة شركات التأمين كبيرة الحجم على الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير وأصولها الضخمة وشبكات توزيعها الواسعة، لقبول تغطية أخطار كبيرة لصالح المؤمنين، مما يسمح بانخفاض تكلفة المنتجات التأمينية وزيادة هامش الربح وتعزيز موقعها المالي مقارنة مع شركات التأمين صغيرة الحجم؛

– وجود **علاقة عكسية** ذات دلالة إحصائية بين معدل نمو شركة التأمين وأدائها، وهذه النتيجة عكس ما كان متوقع، لكنها متفقة مع دراسة (عادل منير، محددات أداء شركات التأمين الكويتية دراسة تحليلية، 1998)، ويمكن تفسير ذلك بأن ارتفاع معدل نمو الأقساط يعبر عن القدرة على افتكاك حصة سوقية من إجمالي الأقساط في ظل المنافسة التي تشهدها صناعة التأمين في الجزائر، لكن هذا النمو في الأقساط يترتب عليه ارتفاع في مستوى النفقات اللازمة لتسيير ملفات تأمين الأخطار المؤمن عليها مما يؤثر على مستوى الأداء المالي للشركة. ومن زاوية أخرى يمكن النظر إلى نمو الأقساط على أنه زيادة في حجم المخاطر المتمثلة في عدم التقدير الجيد للأخطار وتسعيرها، وبالتالي عدم مقدرة شركات التأمين الوفاء بالتزاماتها التعاقدية وتسديد

التعويضات عند تحقق الأخطار، مما يدفعها إلى تخصيص مبالغ احتياطية إضافية لتسديد التعويضات عند استحقاقها وبالتالي ارتفاع التكاليف وانخفاض الأرباح.

– وجود **علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية بين معدل التكاليف وأداء شركات التأمين، وهذه النتيجة عكس ما كان متوقع ومفاجئة نوعا ما، حيث أن زيادة معدل التكاليف ساهم في ارتفاع أداء شركات التأمين، ويمكن تفسير ذلك في إن زيادة الأجور والمرتبات والمصاريف الإدارية المتعلقة بتحسين ظروف العمل لدى شركات التأمين ساهم في ارتفاع إنتاجية عوامل الإنتاج مما انعكس على تحسن الأداء بشكل عام؛

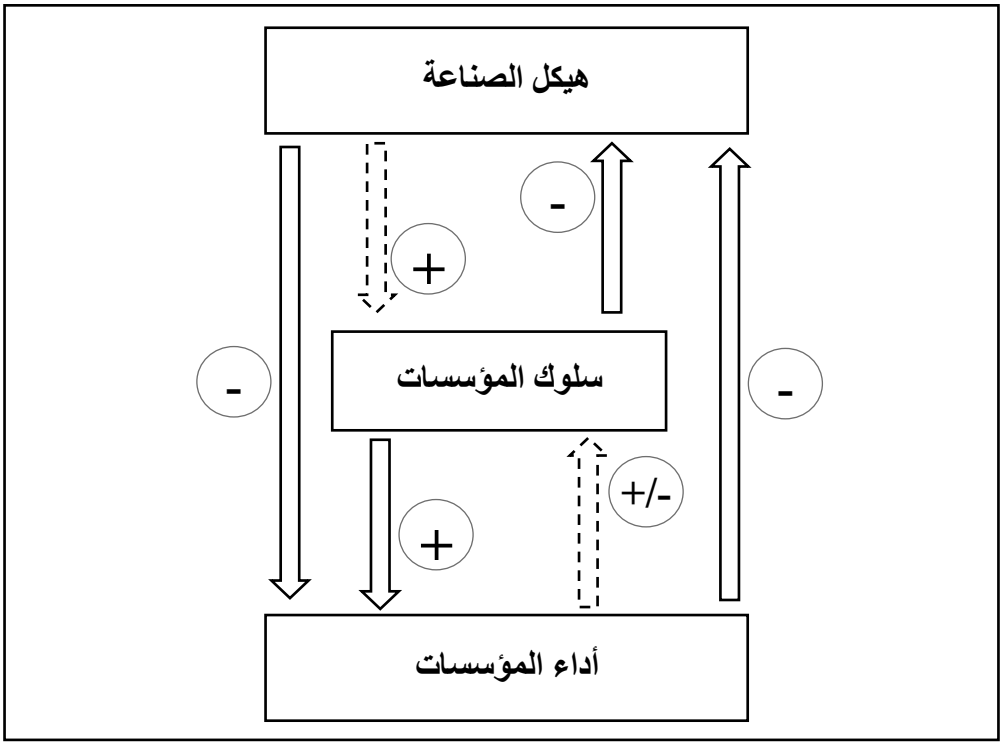
– وجود **علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية بين وزن رأس المال ومستوى أداء شركات التأمين، ومتوافقة مع ما كان متوقع، أي كلما زات نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول أدت إلى زيادة أداء شركات التأمين، وهذا ما يعبر عن الملاءة المالية الجيدة، حيث أن ستة شركات حققت نسبة أعلى من المتوسط، وقد جاءت هذه النتيجة عكس ما جاء في دراسة (شريم، 2006)؛

– وجود **علاقة طردية** ذات دلالة إحصائية بين نسبة الخسائر ومستوى أداء شركات التأمين عند استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2SLS) بينما لم تكن العلاقة ذات دلالة إحصائية عن استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات الثلاث مراحل (3SLS)، تترجم العلاقة على إن ارتفاع نسبة الخسائر أدى إلى ارتفاع في أداء شركات التأمين، وكانت هذه النتيجة عكس ما جاء في دراسة (شريم، 2006) في اتجاه العلاقة ومعنويتها، ويمكن تفسير ذلك بأن شركات التأمين في الجزائر تتقبل المخاطرة من أجل تحقيق أرباح أكبر وتعزيز أدائها المالي خاصة شركات التأمين العمومية المسيطرة على السوق، مما يدفعها إلى استثمار الفوائض التأمينية في مجالات ذات مردود مرتفع يسمح بتغطية التعويضات.

4.5 تحليل النتائج بالنسبة إلى نموذج (هيكل– سلوك– أداء)

من خلال الدراسة التجريبية لاختبار نموذج التحليل في الاقتصاد الصناعي المعروف بالثلاثية (هيكل سلوك– أداء) تمكنا من إثبات وجود علاقة تبادلية بين عناصر النموذج باستخدام منظومة المعادلات الآنية، طبيعة واتجاه العلاقة بين العناصر موضحة في الشكل التالي.

الشكل رقم (02): النتائج التجريبية لتطبيق نموذج هيكل سلوك أداء في الصناعة التأمينية



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الدراسة.

ملاحظة: اتجاه العلاقة بالخط المتقطع يدل على عدم معنويتها.

يظهر من الشكل وجود علاقة تبادلية بين هيكل الصناعة التأمينية وأداء شركاتها لكن بتأثير سالب في كلا الاتجاهين، وهذا يؤكد دحض فرضية نموذج (SCP) هيكل – سلوك – أداء، فسيطرة شركات التأمين الأكثر تركزا (شركات التأمين العمومية) لم تحقق لها أرباحا غير تنافسية، حيث أن هذه الشركات استفادت من ظروف الدخول المبكر إلى صناعة التأمين في الجزائر، بالإضافة إلى اتساع شبكة التوزيع الموروثة من الفترة الاحتكارية مما سمح لها بالتموقع في مختلف أرجاء البلاد، الأمر الذي ساهم في الحصول على حصة سوقية مرتفعة بالمقارنة مع شركات التأمين الخاصة والأجنبية منها.

إن الأرباح التي حققتها الشركات ذات التركيز المرتفع تعتبر كعامل جذب للسوق يسمح بدخول شركات تأمين جديدة في ظل انخفاض عوائق الدخول التي يتسم أغلبها بالطابع التنظيمي، مما يساهم في رفع مستوى المنافسة وانخفاض الحصة السوقية للشركات القائمة، وبالتالي انخفاض تركز الصناعة التأمينية في الجزائر ولذلك وجدنا علاقة عكسية بين الأداء وهيكل صناعة التأمين وهذا ما يؤكد مرة أخرى دحض لفرضية نموذج هيكل– سلوك – أداء.

بالنسبة إلى سلوك شركات التأمين فنلاحظ وجود تأثير سالب للإنفاق الإعلاني على هيكل الصناعة التأمينية، وعليه فالإعلان غير قادر على خلق منتوج تأميني متميز خاصة لدى شركات التأمين ذات التركز

المرتفع، وهو ما يؤكد غياب الممارسات الاحتكارية ويدعم دحض فرضية القوة السوقية حسب نموذج هيكل – سلوك – أداء، في مقابل ذلك نجد أثر موجب غير دال إحصائيا لتأثير هيكل الصناعة على سلوك شركات التأمين من خلال الإنفاق الإعلاني، ويمكن إرجاع ذلك إلى حالة التركز التي تعرفها الصناعة التأمينية، التي دفعت الشركات الجديدة إلى تبني الدعاية والإعلان من أجل التعريف بمنتجاتها في السوق ليس أكثر، وما يؤكد ذلك العلاقة العكسية بين الحصة السوقية والإنفاق الإعلاني.

بالنسبة للعلاقة بين سلوك شركات التأمين وأدائها، نلاحظ من الشكل رقم (02) وجود علاقة ذات اتجاه واحد من خلال التأثير الموجب للإنفاق الإعلاني على أداء شركات التأمين، وهو ما يؤكد أن الربحية استجابت للإنفاق الإعلاني، فقد استفادت شركات التأمين الجديدة من الدعاية والإشهار لمنتجاتها وانعكس ذلك كما أشرنا سابقا في انخفاض مستوى تركز الصناعة التأمينية وبالتالي تحسن أداء هذه الشركات. أما بالنسبة للشركات التي حققت أداء أفضل فلم تستطع الدراسة تأكيد مدى ميلها نحو تخصيص انفاق إعلاني من أجل الحفاظ على الحصة السوقية ومن ثم مبيعات مرتفعة للمنتجات التأمينية.

6. الخاتمة

1.6 اختبار صحة الفرضيات: من خلال نتائج الدراسة التطبيقية الخاصة بتحليل العلاقة بين هيكل الصناعة وأداء المؤسسات بالتطبيق على الصناعة التأمينية في الجزائر، تمت الإجابة على فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- **الفرضية الأولى** تم **رفضها**، حيث أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية وجود أثر **سلبي** ومعنوي لهيكل سوق الأضرار على أداء شركات التأمين العاملة به، حيث أن شركات التأمين المسيطرة في السوق لم تحقق أرباحًا غير عادية.
- **الفرضية الثاني**: تم **رفضها** حيث أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية وجود أثر **سلبي** ومعنوي لأداء شركات تأمين الأضرار على هيكل سوق التأمين، حيث أن أداء شركات التأمين ساهم في جذب شركات تأمين جديدة مما ساعد على تخفيض مستوى تركز السوق .
- **الفرضية الثالثة**: تم **رفضها** حيث أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية وجود أثر موجب **وغير معنوي** لهيكل سوق تأمين الأضرار على سلوك شركات التأمين، حيث أن وضعية شركات التأمين المسيطرة في السوق

دفعت شركات التأمين الصغيرة للبحث عن مكانة لها في السوق من خلال التعريف بها بواسطة الدعاية والإعلان.

- **الفرضية الرابعة:** تم **رفضها** حيث أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية وجود أثر **سلبي** ومعنوي لسلوك شركات تأمين الأضرار في الجزائر على هيكل السوق، فالإنفاق الإعلاني لشركات التأمين لم يخلق منتوج تأميني متميز لدى الشركات خاصة المهيمنة منها.
- **الفرضية الخامسة:** تم **رفضها** الفرضية الخامسة حيث أظهرت النتائج الدراسة التطبيقية **عدم وجود أثر معنوي** لأداء شركات تأمين الأضرار في الجزائر على سلوك شركات التأمين، كما أن الدراسة لم تستطع تحديد طبيعة التأثير حيث كان موجبا في النماذج التي استخدمت مؤشر (ROA) للتعبير عن الأداء، وسالبا في النماذج التي استخدمت مؤشر (ROE) للتعبير عن الأداء.
- **الفرضية السادسة:** تم **قبولها** حيث أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية معنوية أثر سلوك شركات تأمين الأضرار على أدائها وكان التأثير موجبًا، فالإنفاق الإعلاني لشركات التأمين ساهم في تحقيق أداء جيد.

2.6 الاقتراحات: على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن أن نتوجه إلى شركات التأمين الناشطة في الجزائر من جهة، وإلى السلطة تتولى الرقابة والإشراف على صناعة التأمين في الجزائر من جهة أخرى وعلى رأسها مديرية التأمينات بوزارة المالية، بجملة من الاقتراحات على النحو التالي:

1- إدراج مؤشرات التركز الصناعي ضمن مؤشرات تقييم أداء الصناعة لمعرفة توجهات المنافسة في الصناعة واتخاذ التدابير اللزمة لمعالجة الاختلالات التي قد يعرفها سوق التأمين؛

2- توصي هذه الدراسة شركات التأمين الصغيرة على الاندماج فيما بينها من أجل زيادة راس المال والأصول وتحسين حصصها السوقية لتكون قادرة على مواجهة المنافسة الحالية والمحتملة في صناعة التأمين في الجزائرّ؛

3- فتح المجال أمام شركات تأمين جديدة للعمل في صناعة التأمين في الجزائر من أجل تشجيع المنافسة والاستفادة من الفرص غير المستغلة في بعض الفروع التأمينية، مما يؤدي إلى تحسين أداء صناعة التامين وتحسين مكانتها في الاقتصاد الوطني.

4- على شركات التأمين الحالية وخاصة العمومية منها العمل على تحسين أدائها المالي والإداري لتكون قادرة على مواجهة المنافسة التي تتجه إليها صناعة التامين في الجزائر والمحافظة على حصتها السوقية؛

5- إقامة تحالفات استراتيجية بين شركات التأمين والبنوك التجارية من أجل الاستفادة من مزايا تسويق المنتجات التأمينية عبر قنوات التوزيع المصرفية والوصول إلى العملاء في المناطق الداخلية؛

6- ضرورة الاهتمام بتسويق المنتجات التأمينية من طرف شركات التأمين، والعمل على نشر الوعي التأميني والتعريف بأهميته لدى الأفراد والمجتمع بمختلف الوسائط الإعلامية لا سيما الإلكترونية منها؛

7- ضرورة الاستغلال الأمثل لأصول شركات التأمين وتحسين مردوديتها حتى تتمكن من مزاولة نشاطها وتعظيم ربحيتها، باعتبار أن الأصول تعكس حجم الشركة وقدرتها على تحقيق الأرباح.

7. ملاحق:

1.7 تقدير معالم النموذج الأول (ROA, C_4)

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (C4)	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)	الهيكل (C4)	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)
الثابت	0.663317 (0.0000)	-1.720114 (0.8466)	0.238344 (0.0539)	0.663302 (0.0000)	-1.672110 (0.8429)	0.415765 (0.0003)
C4		5.247518 (0.8458)	**-0.462700 (0.0105)**		5.090740 (0.8423)	**-0.723844 (0.0000)**
ADV	-0.061395 (0.9103)		-0.651866 (0.4612)	-0.00351 (0.9945)		-0.515462 (0.5279)
ROA	**-0.271630 (0.0374)**	0.061930 (0.2589)		**-0.276001 (0.0241)**	0.064468 (0.2156)	
D(GI)	-0.024382 (0.4100)			-0.013188 (0.6239)		
OS	-0.001192 (0.8626)			-0.001189 (0.8541)		
VI	-0.002880 (0.7741)			-0.001724 (0.8544)		
BR	0.009646 (0.1794)			0.008632 (0.1910)		
MS		**-0.034652 (0.0012)**			**-0.034623 (0.0006)**	
C4^2		-3.984657 (0.8456)			-3.857446 (0.8425)	
GI_1		-0.004756 (0.8644)			-0.005035 (0.8488)	
SIZE			**0.004970 (0.0937)**			**0.004594 (0.0937)**
GF			**-0.043828 (0.0311)**			**-0.041743 (0.0231)**
EXPENS			0.110271 (0.1139)			0.096420 (0.1350)
LEVERAGE			**0.134358 (0.0052)**			**0.128155 (0.0041)**
LOSS			-0.024264 (0.2538)			-0.020779 (0.2787)
R-squared	0.026609	0.163392	0.486444	0.019818	0.161487	0.460774
Adjusted R-squared	-0.083587	0.085929	0.417311	-0.091146	0.083847	0.388186
Durbin-Watson stat	1.121672	0.232857	1.856807	1.131390	0.237943	1.776792
S.E. of regression	0.012821	0.005502	0.014760	0.012866	0.005509	0.015124
Sum squared resid	0.008712	0.001635	0.011328	0.008773	0.001639	0.011895

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

2.7 تقدير معالم النموذج الثاني (ROE, C_4)

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (C4)	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)	الهيكل (C4)	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)
الثابت	0.666395 (0.0000)	-0.488800 (0.9645)	1.741749 (0.0340)	0.671213 (0.0000)	2.646124 (0.7853)	3.079269 (0.0000)
C4		1.519619 (0.9636)	**-2.537842 (0.0337)**		-7.981103 (0.7866)	**-4.752562 (0.0000)**
ADV	-0.758273 (0.3418)		8.044249 (0.1714)	-1.133674 (0.1143)		**10.12261 (0.0431)**
ROE	**-0.180833 (0.0033)**	-0.003439 (0.8978)		**-0.198677 (0.0000)**	-0.000805 (0.9738)	
D(GI)	-0.038696 (0.3544)			-0.020982 (0.4258)		
OS	-0.014220 (0.1822)			**-0.016735 (0.0714)**		
VI	0.013002 (0.3657)			0.019862 (0.1152)		
BR	0.015872 (0.1315)			0.009229 (0.2004)		
MS		**-0.033830 (0.0016)**			**-0.033254 (0.0009)**	
C4^2		-1.161422 (0.9634)			6.034466 (0.7874)	
GI_1		0.002968 (0.9411)			-8.50E-06 (0.9998)	
SIZE			-0.024076 (0.2200)			-0.006129 (0.7047)
GF			0.121975 (0.3628)			-0.053955 (0.5013)
EXPENS			**0.841844 (0.0692)**			-0.626746 (0.1258)
LEVERAGE			0.505521 (0.1099)			**0.434997 (0.0949)**
LOSS			**0.257912 (0.0684)**			0.123387 (0.1948)
R-squared	-0.978445	0.169109	-0.026469	-1.342157	0.125561	-0.273436
Adjusted R-squared	-1.202420	0.092174	-0.164648	-1.607307	0.044594	-0.444860
Durbin-Watson stat	2.317530	0.155451	2.061542	2.253949	0.311047	1.968971
S.E. of regression	0.018279	0.005484	0.097921	0.019888	0.005625	0.109067
Sum squared resid	0.017708	0.001624	0.498604	0.020964	0.001709	0.618567

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

3.7 تقدير المعالم النموذج الثالث (ROA, HHI_{MS})

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (HHI_{MS})	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)	الهيكل (HHI_{MS})	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)
الثابت	1399.986 (0.0000)	-1.339500 (0.5671)	0.094872 (0.2236)	0.140236 (0.0000)	-1.341948 (0.5455)	0.199306 (0.0054)
HHI_{MS}		19.48190 (0.5647)	**-1.169101 (0.0211)**		19.49444 (0.5435)	**-1.897745 (0.0001)**
ADV	-0.028455 (0.8792)		-0.707626 (0.4277)	-0.015313 (0.9306)		-0.552092 (0.5025)
ROA	-0.080654 **(0.0724)**	0.065855 (0.2378)		**-0.086755 (0.0388)**	0.067442 (0.2027)	
D(GI)	0.010451 (0.3060)			0.011556 (0.2142)		
OS	-0.000446 (0.8508)			-0.000433 (0.8458)		

VI	-0.000799 (0.8172)			-0.000536 (0.8684)		
BR	0.003647 (0.1412)			0.003205 (0.1592)		
MS		**-0.034713 (0.0013)**			**-0.034699 (0.0007)**	
HHI_{MS}^2		-70.40763 (0.5645)			-70.37848 (0.5437)	
GI_1		-0.004591 (0.8434)			-0.003703 (0.8666)	
SIZE			**0.005207 (0.0824)**			**0.005008 (0.0710)**
GF			**-0.034243 (0.0855)**			**-0.031057 (0.0836)**
EXPENS			**0.118473 (0.0918)**			**0.107300 (0.0990)**
LEVERAGE			**0.128264 (0.0080)**			**0.120691 (0.0071)**
LOSS			-0.025652 (0.2333)			-0.021531 (0.2673)
R-squared	0.084246	0.140776	0.472165	0.073828	0.139461	0.447763
Adjusted R-squared	-0.019424	0.061218	0.401110	-0.031021	0.059782	0.373423
Durbin-Watson stat	0.865833	0.307404	1.865209	0.876664	0.314324	1.769380
S.E. of regression	0.004420	0.005576	0.014964	0.004445	0.005580	0.015306
Sum squared resid	0.001036	0.001679	0.011643	0.001047	0.001682	0.012182

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

4.7 تقدير معالم النموذج الرابع (ROE, HHI_{MS}):

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (HHI_{MS})	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)	الهيكل (HHI_{MS})	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)
الثابت	0.140674 (0.0000)	-1.378268 (0.6193)	0.870301 (0.0899)	0.142968 (0.0000)	-0.995053 (0.6973)	1.892193 (0.0000)
HHI_{MS}		20.08970 (0.6166)	-5.790082 **(0.0810)**		14.68296 (0.6916)	-13.76933 **(0.0000)**
ADV	-0.223719 (0.3683)		7.442801 (0.2047)	**-0.395490 (0.0801)**		8.260485 (0.1049)
ROE	**-0.049970 (0.0092)**	-0.010204 (0.6929)		**-0.061355 (0.0000)**	-0.009383 (0.6976)	
D(GI)	0.006871 (0.5983)			0.001694 (0.8540)		
OS	-0.004065 (0.2217)			**-0.005168 (0.0820)**		
VI	0.003696 (0.4102)			0.005744 (0.1528)		
BR	0.005337 (0.1047)			0.003186 (0.1908)		
MS		**-0.034279 (0.0016)**			**-0.033972 (0.0008)**	
HHI_{MS}^2		-72.71660 (0.6160)			-53.65247 (0.6883)	
GI_1		0.010153 (0.7423)			0.005712 (0.8403)	
SIZE			-0.022174 (0.2588)			-0.008973 (0.5923)
GF			-0.067203 (0.6059)			-0.032691 (0.7091)

EXPENS			**-0.761782 (0.0988)**			-0.606948 (0.1394)
LEVERAGE			0.445822 (0.1570)			0.424793 (0.1091)
LOSS			**0.248922 (0.0790)**			0.127959 (0.2091)
R-squared	-0.527826	0.148841	-0.033983	-1.028800	0.153172	-0.241591
Adjusted R-squared	-0.700787	0.070030	-0.173173	-1.258475	0.074762	-0.408729
Durbin-Watson stat	2.031716	0.216429	2.061960	2.037155	0.165315	1.961135
S.E. of regression	0.005709	0.005550	0.098279	0.006579	0.005536	0.107694
Sum squared resid	0.001728	0.001663	0.502254	0.002294	0.001655	0.603099

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

5.7 تقدير معالم النموذج الخامس (ROA, HHI_{assets})

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (HHI_{asset})	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)	الهيكل (HHI_{asset})	السلوك (ADV)	الأداء (ROA)
الثابت	0.165835 (0.0000)	-0.758340 (0.6604)	0.024725 (0.7851)	0.166218 (0.0000)	-0.731865 (0.6547)	0.112995 (0.1778)
HHI_{asset}		9.176970 (0.6569)	-0.554815 (0.2718)		8.866451 (0.6508)	**-1.063112 (0.0231)**
ADV	-0.036334 (0.8596)		-0.924872 (0.3179)	-0.027092 (0.8884)		-0.949035 (0.2691)
ROA	-0.061367 (0.2141)	0.061782 (0.2574)		-0.068922 (0.1367)	0.060770 (0.2404)	
D(GI)	-0.002692 (0.8110)			-0.000575 (0.9561)		
OS	-0.000440 (0.8663)			-0.000322 (0.8957)		
VI	-0.000615 (0.8718)			-0.000713 (0.8421)		
BR	0.004190 (0.1260)			0.003916 (0.1247)		
MS		**-0.034670 (0.0012)**			**-0.034658 (0.0006)**	
HHI_{asset}^2		-27.51375 (0.6565)			-26.59497 (0.6503)	
GI_1		0.001563 (0.9545)			-0.000648 (0.9801)	
SIZE			**0.005878 (0.0613)**			**0.005516 (0.0586)**
GF			-0.029849 (0.1517)			-0.029960 (0.1174)
EXPENS			**0.147999 (0.0438)**			**0.139680 (0.0404)**
LEVERAGE			**0.106503 (0.0359)**			**0.105816 (0.0248)**
LOSS			-0.028120 (0.2138)			-0.026037 (0.2102)
R-squared	0.039487	0.159698	0.416876	0.030847	0.160402	0.399239
Adjusted R-squared	-0.069250	0.081892	0.338378	-0.078868	0.082661	0.318367
Durbin-Watson stat	0.608220	0.241336	1.908638	0.640102	0.239001	1.898884
S.E. of regression	0.004883	0.005514	0.015728	0.004905	0.005512	0.015964
Sum squared resid	0.001264	0.001642	0.012863	0.001275	0.001641	0.013252

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

6.7 تقدير معالم النموذج السادس (ROE, HHI_{assets})

طرق التقدير	2SLS			3SLS		
معادلات النموذج	الهيكل (HHI_{asset})	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)	الهيكل (HHI_{asset})	السلوك (ADV)	الأداء (ROE)

الثابت	0.166352 (0.0000)	-0.656114 (0.7184)	0.580448 (0.3060)	0.168733 (0.0000)	-0.552285 (0.7462)	1.804441 (0.0002)
HHI_{asset}		7.986773 (0.7140)	-3.056229 (0.3320)		6.836284 (0.7380)	**-11.04685 (0.0000)**
ADV	-0.187694 (0.4409)		6.087690 (0.2923)	-0.334178 (0.1379)		8.242909 (0.1089)
ROE	**-0.037902 (0.0449)**	-0.007484 (0.7426)		**-0.053789 (0.0007)**	-0.006247 (0.7715)	
D(GI)	-0.005403 (0.6734)			-0.003993 (0.6998)		
OS	-0.003213 (0.3258)			-0.004416 (0.1420)		
VI	0.002824 (0.5218)			0.004567 (0.2616)		
BR	**0.005474 (0.0907)**			0.004172 (0.1196)		
MS		**-0.034116 (0.0015)**			**-0.033978 (0.0008)**	
HHI_{asset}^{2}		-24.02099 (0.7130)			-20.87061 (0.7333)	
GI_1		0.013885 (0.6971)			0.015302 (0.6471)	
SIZE			-0.019216 (0.3252)			-0.008936 (0.6059)
GF			-0.045139 (0.7276)			-0.045318 (0.6549)
EXPENS			-0.609209 (0.1821)			-0.590545 (0.1502)
LEVERAGE			0.339485 (0.2816)			0.400259 (0.1439)
LOSS			0.230903 (0.1026)			0.162255 (0.1544)
R-squared	-0.267896	0.165019	-0.032004	-0.732632	0.158473	-0.281727
Adjusted R-squared	-0.411431	0.087706	-0.170928	-0.928779	0.080554	-0.454267
Durbin-Watson stat	1.474938	0.162758	2.115921	1.799082	0.168412	1.965051
S.E. of regression	0.005610	0.005497	0.098185	0.006558	0.005519	0.109421
Sum squared resid	0.001668	0.001632	0.501293	0.002279	0.001645	0.622594

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 8. القيم بين قوسين تمثل القيمة الاحتمالية (p-value)

8. هوامش:

Bibliographie

- Jeong , K.-Y., & Masson, R. (1990, Aug). Market Structure, Entry, and Performance in Korea. *The Review of Economics and Statistics, 72*(03).
- Kaldor, N. (1951). The Economic Aspects of Advertising. *The Review of Economic Studies, 18*(01).
- Misra, S. (2010). Advertising and Market Structure (A Study of the Indian Consumer Goods and Services Sector). *International Research Journal of Finance and Economics, 42*(02).
- محمد يحيى حم ، و عبد الله محمود حمدون . (2009). استخدام طريقتي (SLS2) و(SLS3) في تقدير منظومة المعادلات الآنية للأسعار العالمية للحبوب للمدة 1961-2002. *مجلة تنمية الرافدين، 31*(93).
- محمد يحيى مزاحم . (2007). تقدير معلمات منظومة المعادلات الآنية للاستثمار الزراعي والناتج المحلي الزراعي في العراق للفترة 1980 – 2000. *المجلة العراقية للعلوم الإحصائية، 11*.

- angelier, j. p. (1993). *Economie industrielle.* Alger: office des publications universitaires.
- Klein, P., & all. (2002, February). Structure, conduct and performance (A simultaneous equations approach). *Applied Economics, 34*(17).
- Morvan, Y. (1991). *Fondement d'économie industrielle* (éd. 2). paris: édition Economica.
- Pagoulatos, E., & Sorensen, R. (1981, Jan). A Simultaneous Equation Analysis of Advertising, Concentration and Profitability. *Southern Economic Journal, 47*(03).
- أحمد سعيد بامخرمة. (1994). *اقتصاديات الصناعة* (الإصدار 1). السعودية: دار زهران للنشر والتوزيع.
- بامخرمة, أ .(13 08, 2018) .*الخطة الدراسية لمادة اقتصاديات الصناعة* . Récupéré sur www.economics.kaau.edu.sa/dean/vsaleh/file.asp?ID=4114
- روجر كلارك. (1994). *اقتصاديات الصناعة*. (فريد بشير طاهر، المترجمون) السعودية: دار المريخ للنشر.
- شريم, ن .(2006) .محددات الأداء المالي لشركات التأمين) .ك. ا. العليا (.Éd ,*مذكرة ماجستير غير منشورة*.
- عبد الحميد عادل منير. (1995). تحليل العلاقة بين خصائص هيكل السوق ومستوى ربحية شركات التأمين في السوق المصري. *مجلة التجارة*(21).
- عبد الحميد عادل منير. (ماي, 1998). محددات أداء شركات التأمين الكويتية دراسة تحليلية. *المجلة العربية للعلوم الإدارية، 05*(05).
- عبد الحميد عادل منير. (2003). تأثير العلاقة المتبادلة بين خصائص سوق التامين وأداء شركات التأمين في السوق الكويتي. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*(02).
- عبد الغفور حسن كنعان المعماري. (2010). *اقتصاديات الإنتاج الصناعي*. الاردن: دار وائل للنشر،.
- عبد القادر محمد عطية. (1997). *الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق*. مصر: الدار الجامعية للطباعة والنشر.
- محمد حمدان علام، و آخرون. (يونيو, 2013). العلاقة بين هيكل السوق والربحية في صناعة المصارف الأردنية والفلسطينية. *مجلة رؤى استراتيجية، 01*(03).
- محمد قريشي . (2005). الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر.
- مدحت القريشي. (2005). *الاقتصاد الصناعي*، (الإصدار 2). الاردن: دار وائل للنشر.
- منير إبراهيم هندى. (2012). *الأوراق المالية وأسواق راس المال*. مصر: مركز الدلتا للطباعة.