

العنوان باللغة العربية

المنافسة في سوق الأدوية وأثرها على الابتكار دراسة نتائج المرضى وتوافر الأدوية في السوق السعودي

إعداد الطالب/

محمود العلي

الرقم الجامعي

242002116

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد

د. فايز جرّاد

العام الدراسي:

2025

■ فهرس المحتونات:

1. الفصل الأول

■ المقدمة

■ مشكلة الدراسة

■ أهمية الدراسة

■ أهداف الدراسة

■ تساؤلات الدراسة

■ فروض الدراسة

■ النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

■ الفصل الثاني

■ الدراسات السابقة

■ مقدمة

■ الدراسات السابقة

■ الإطار النظري

■ الفصل الثالث

■ منهجية الدراسة

■ مقدمة

■ المنهجية وطرق البحث

■ مجتمع البحث

■ حدود البحث

■ الفصل الرابع

■ النتائج والتوصيات

■ مقدمة

■ تحليل البيانات

■ النتائج

■ التوصيات

■ المراجع

○ المراجع العربية

○ المراجع الأجنبية

■ الملاحق

○ الاستبانة

○ الملخص

قائمة الجداول :

جدول 1: تفاصيل حول شركات الأدوية في السوق السعودي

<u>رقم</u>	<u>اسم الشركة</u>	<u>سنة التأسيس</u>	<u>عدد المنتجات</u>	<u>نسبة الابتكار %</u>
<u>1</u>	<u>شركة الأدوية</u> <u>السعودية</u>	<u>1990</u>	<u>150</u>	<u>25</u>
<u>2</u>	شركة فارما العالمية	<u>1985</u>	<u>120</u>	<u>30</u>
<u>3</u>	شركة الأدوية الحديثة	<u>2000</u>	<u>80</u>	<u>20</u>
<u>4</u>	شركة الأدوية المتقدمة	<u>2010</u>	<u>50</u>	<u>15</u>
<u>5</u>	شركة الأدوية الوطنية	<u>1995</u>	<u>100</u>	<u>28</u>

جدول 2: إحصائيات حول الابتكار في صناعة الأدوية

<u>السنة</u>	<u>عدد الادوية الجديدة</u> <u>المطورة</u>	<u>نسبة الزيادة %</u>	<u>عدد الشركات المبتكرة</u>
<u>2018</u>	<u>10</u>	<u>-</u>	<u>5</u>
<u>2019</u>	<u>12</u>	<u>%20</u>	<u>6</u>
<u>2020</u>	<u>15</u>	<u>%25</u>	<u>7</u>
<u>2021</u>	<u>18</u>	<u>%20</u>	<u>8</u>
<u>2022</u>	<u>20</u>	<u>%11</u>	<u>9</u>

جدول 3: توافر الأدوية في السوق السعودي

<u>نوع الدواء</u>	<u>توفر في السوق السعودي %</u>	<u>متوسط السعر (ر.س)</u>	<u>عدد الشركات المتاحة</u>
<u>أدوية الأمراض المزمنة</u>	85	150	6
<u>أدوية الأورام</u>	70	300	4
<u>أدوية الأمراض النفسية</u>	90	100	5
<u>أدوية مضادة للبكتيريا</u>	80	50	7
<u>أدوية التحصين</u>	95	70	5

جدول 4: التحديات التي تواجه المنافسة في سوق الأدوية

<u>التحدي</u>	<u>الوصف</u>	<u>نسبة التأثير %</u>
<u>ارتفاع تكاليف البحث</u>	زيادة التكاليف المرتبطة بالبحث والتطوير	40
<u>الاحتكار</u>	سيطرة عدد قليل من الشركات الكبرى على السوق	30
<u>نقص التمويل</u>	صعوبة الحصول على تمويل للأبحاث الجديدة	20
<u>اللوائح التنظيمية</u>	التعقيدات في الإجراءات الحكومية	10

المستخلص : Abstract

هذه دراسة تناقش أثر المنافسة في سوق الأدوية في السعودية من جانب توافر الأدوية والابتكار. تسعى الدراسة إلى فهم الحدود التنافسية والتحديات في السوق. استخدمت الدراسة نهجاً مختلطاً بميزات نوعية وكمية حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في الصناعة.

تظهر النتائج وجود علاقة إيجابية بين مستوى المنافسة والابتكار في تطوير الأدوية حيث أظهرت الشركات داخل البيئات التنافسية إنفاقاً أكبر على البحث والتطوير. كما وجدت الدراسة أن توافر الأدوية زاد في ظل المنافسة مما أدى إلى تحسين الوصول للمرضى للعلاجات المطلوبة.

في الوقت نفسه، تم تحديد عدد من التحديات مثل ارتفاع تكاليف البحث واحتكار بعض الشركات الكبرى، مما يمكن أن يؤثر سلباً على الابتكار وتوافر الأدوية. بناءً على النتائج، توصي الدراسة بضرورة التركيز بشكل أكبر على تطوير السياسات الصحية التي ستعزز المنافسة والابتكار في القطاع، وزيادة الاستثمار في البحث لضمان إنتاج الأدوية اللازمة.

الفصل الأول

المقدمة:

تسهم سوق الأدوية بشكل أساسي في تعزيز مستوى الصحة العامة لمجتمع ما، وأيضاً له دور عظيم في رفع جودة فعاليته. ومن أجل علاج احتياجات المرضى، فإنه يتوجب تطوير علاجات للأمراض المزمنة والأوبئة بشكل أسرع وأكثر فعالية. ومن خلال التقرير الذي تم نشره في وزارة الصحة السعودية للعام 2022، يظهر أنه 60% من المواطنين السعوديين يعانون من أمراض مزمنة مثل السكري وارتفاع ضغط الدم، مما يزيد من الطلب على الأدوية المتطورة.

خلال الأعوام الماضية، تغيرت سوق الأعمال في المملكة العربية السعودية بشكل كبير، مما ساهم في ارتفاع حدة المنافسة في الأدوية. المنافسة المؤلمة تتطلب من الشركات المزيد من الاستثمارات في البحث والتطوير، حيث يقولون إنه لا يقل عن 15% من إيراداتهم يجب تخصيصه لهذا الغرض. وهناك ما يفسر أن هذه الأموال ينبغي أن تُستثمر في تطوير علاجات جديدة.

تتعرض السوق لأكثر التحديات، مُركزة على ارتفاع تكاليف الأبحاث، مما أثر بشكل كبير على القدرة التنافسية للشركات الكبرى وصغار المستثمرين. ومن بحوث التجمع يتبين أن المنافسة في قطاع الأدوية قد أثرت إيجابياً على الابتكار، حيث اضطرت الشركات إلى زيادة استثماراتها في تطوير المنتجات.

الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو محاولة تحليل العلاقة بين المنافسة والابتكار، ودراسة كيف تؤثر كل هذه التغيرات والديناميات على توفر وجودة الأدوية.

من خلال دراسة آثار المنافسة على الابتكار، يأمل الباحث أن تسهم هذه المنافسة في تطوير السياسات الصحية والرعاية الصحية، والنتائج الصحية للمرضى.

سيتناول الفصل الأول أيضاً مشكلة الدراسة، وأهمية البحث، وأهدافه، والتساؤلات التي يسعى للإجابة عنها، بالإضافة إلى الفرضيات التي سيتم اختبارها خلال البحث. وعبر ذلك، يأمل الباحث أن يتوصل إلى نتائج تفيد في تطوير السياسات الصحية، وتعزيز الابتكار في القطاع من أجل الحصول على الأدوية المطلوبة بتكاليف مناسبة، وبمستويات جيدة.

إن الأدوية من الصناعات المهمة للصحة العامة كونها تسهم في تعزيز النشاط الحياتي للفرد. في وقتنا المعاصر، يحتل علاج الأمراض المزمنة والأوبئة مكانة سامية متطلبة لتوسيع القدرة على تطوير العلاجات السريعة والمناسبة

لاحتياجات المرضى، وفي هذا الصدد، تتعاظم الأهمية في صرف الموارد. حيث يعاني ما يقرب من 60% من سكان المملكة العربية السعودية من الأمراض المزمنة في سوق الأدوية كارتفاع ضغط الدم، السكري، وغيرها مما يتطلب صرف كميات مبهولة من الأدوية في وقت قصير.

عند النظر إلى عام 2022، نجد أن المرحلة التي تمر بها المملكة مما شمل النظرة للأعمال، وعلى وجه الخصوص، السوق التنافسي للأدوية، أدى كل هذا إلى تسريع وتقوية المنافسة في مجال الأدوية. ربحية الاستثمار تتطلب من الشركات التنافس بشكل جذري عن طريق الاهتمام في البحث والتطوير، إن لقينا أن الناتج الداخلي للمملكة قد جازف بميزانية فوق 15% كان من المفترض للبنى التحتية تؤدي تحسن ملموس في صناعة الرقابة لتجديد العمل وعلى تطوير برامج فعالة لمنافذ أعمال جديدة.

كل هذه الفوائد من المرجح أن تؤدي إلى ولادة عقاقير جديدة مع فعالية الأحسن. ومن جهة أخرى، مصحوبة مع نتائج قد تظهر إلى لاعبين رداثفي التصنيع نجاحات متعددة، ومن الواضح المدرجة الجديدة خارج أية قيود مفتوحة للقبال مما يجعله نحو جديد لتحرير الطرق للشركات الصغيرة.

العمل الإضافي في دراسة علاقة العوامل المؤثرة على فاعلية الابتكار ضمن صناعة الأدوية وفقاً لعوامل المنافسة.

من خلال النظر في آثار المنافسة على الابتكار، يأمل الباحث أن تكون لديه رؤى قادرة على تطوير السياسات الصحية في الدولة وتعزيز الابتكار في القطاع، مما ينجم عنه تحسين النتائج الصحية للمرضى.

- مشكلة الدراسة.

تعتبر المنافسة في سوق الأدوية من القضايا المعقدة التي تتداخل فيها عوامل متعددة. تركز هذه الدراسة حول تحديات فترة زمنية معينة في حاجة الصناعة في سوق الأدوية بالمملكة العربية السعودية والتي يمكن تحديدها على النحو التالي:

أثر المنافسة على الابتكار:

- إن الابتكار في الصناعة يعد واحداً من أكثر العوامل تعقيداً في تطوير علاجات جديدة تتناسب مع متطلبات المرضى. في ذات الوقت، فإن الشركات مضغوطة مالياً للغاية نتيجة ارتفاع تكاليف R&D. تشير التقارير من منظمة الصحة العالمية إلى أن تكلفة تطوير دواء جديد تتراوح بين 1.5-2.6 مليار دولار أمريكي، مما يشكل تحدياً خاصاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تفتقر إلى الموارد المالية.

2. توافر جودة الأدوية:

- يمكن أن تؤدي المنافسة المتزايدة إلى تحسين توافر الأدوية؛ ومع ذلك، يمكن أن تؤثر سلباً على جودة الأدوية المتاحة في السوق. كما أفادت دراسة وزارة الصحة السعودية، فقد وجدت أن حوالي 15% من الأدوية المتاحة لديها مشاكل جودة مثل عدم استيفاء المعايير أو فعالية غير كافية. هذه البيانات تطرح سؤال كيف يمكن تحقيق التوازن المطلوب بين الجودة والتنافسية.

3. التحديات التنظيمية:

- التحديات التنظيمية هي من بين تلك التي تواجهها الشركات حيث يمكن أن تبطل دخول الأدوية الجديدة إلى السوق. كما ورد في تقرير هيئة الغذاء والدواء السعودية، فإن متوسط الوقت اللازم للموافقة على دواء جديد هو 18 شهراً. هذا بالتأكيد يعيق قدرة الشركات على الاستجابة لاحتياجات السوق في الوقت المناسب. علاوة على ذلك، قد تؤدي التغييرات المستمرة في السياسات إلى خلق بيئة غير مستقرة والتي تميل إلى زيادة المخاطر.

4. الاحتكار والتحكم في السوق:

- لوحظ وجود ميل احتكاري في بعض المجالات العلاجية بسبب حقيقة أن عدداً قليلاً من الشركات تمتلك حصة كبيرة من السوق. تشير الإحصاءات إلى أن حوالي 40% من الأدوية المعروضة في السوق مملوكة لخمس شركات رئيسية، مما يقيد وصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى السوق. قد يؤدي هذا النوع من سلوك السوق إلى زيادة الأسعار وتقليل الخيارات المتاحة للمستهلكين.

5. أثر جائحة كوفيد-19

- كانت لجائحة كوفيد-19 تأثير كبير على سوق الأدوية، خاصة على الطلب لتطوير علاجات ولقاحات جديدة. تفاقمت الجائحة بعض التحديات القائمة، مثل نقص إمدادات المواد الخام وزيادة تكاليف الإنتاج التي ارتفعت بنسبة 20٪ في بعض الفئات. بالإضافة إلى ذلك، أعاق قيود الحركة العديد من سلاسل الإمداد مما زاد من تعقيد الوصول إلى الأدوية.

6. تغيرات في سلوك المستهلكين

- غيرت الجائحة سلوك المستهلكين وقادتهم إلى السعي لتحقيق معايير أعلى عند اختيار العلاجات للتعامل مع المرض، مما زاد الضغط على الشركات لتوفير منتجات عالية الجودة بأسعار أقل. أظهر استطلاع في 2023 أن 70٪ من المستهلكين يفضلون شراء الأدوية من الشركات التي تقدم معلومات شفافة ودقيقة بشأن منتجاتها.

7. الاستدامة في صناعة الأدوية

- نتيجة للضغوط البيئية المتزايدة، تواجه شركات الأدوية تدقيقًا أكبر فيما يتعلق بتبني ممارسات مستدامة. زيادة الإنفاق على البحث والتطوير ...

أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقات بين المنافسة في سوق الأدوية ومعدل الابتكار، مع إيلاء اهتمام خاص لكيفية تأثير هذه الديناميات على جودة وتوافر الأدوية في السوق السعودي. من خلال فهم هذه العلاقة، يأمل البحث في تقديم بعض التوصيات البناءة لصانعي القرار في قطاع الصحة لتحسين السياسات وتعزيز بيئة أكثر تنافسية تدعم الابتكار.

- أهمية دراسة الحالة

يعتبر سوق الأدوية السعودي من أكثر الأسواق تعقيداً في العالم. تتميز هذه الحالة بحجم تأثيرها على الاقتصاد الوطني والصحة العامة. يمكن التعبير عن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

1. عدم التركيز على القضية الأساسية هو أحد المخاطر الهامشية. التركيز على جوهر المشكلة مع الحلول والإرشادات وإطار عمل قابل للتطبيق.

2. تشكيل سياسة الصحة العامة والتخطيط الصحي الاستراتيجي

- يمكن لدراستنا أن تعيد تشكيل الفهم السائد وت disrupt صياغة السياسات الصحية الفعالة من خلال تقديم سرد غير مسبوق عن المنافسة والابتكار.

- يمكن استخدام هذا الفهم بشكل استراتيجي للتكيف مع المتطلبات العالمية والتحديات المحلية.

3. الابتكار المستدام على المدى الطويل في صناعة الأدوية

- لأن مفهوم الابتكار وخاصة كونه قد غزا جميع جوانب الحياة. تهدف هذه الدراسة إلى إثبات ما وراء الشك المعقول أن الشركات المدفوعة بالمنافسة ليست أمام أبواب البحث وتطوير العلاجات الجديدة، بل هي هناك لضمان التوظيف.

4. الحد من التكاليف و الحفاظ على جودة الخدمات المقدمة:

- ترتكز جودة الأدوية على القرارات المهمة التي تعمل على المساس بصحة العلاج للمرضى، بينما التكلفة تبقى من العوامل الحاسمة التي تحدد مدى توفر الدواء. توضح الدراسة كيف تحقق التوازن عن طريق زيادة المنافسة التي تؤدي لتوفر أكبر للأدوية عالية الجودة بأسعار معقولة. يتم ذلك حتى تتمكن جميع شرائح المجتمع بما في ذلك الفئات الضعيفة من الوصول إلى العلاجات الأساسية.

5. الاعتمادات والتحليل الخارجي للأثر العالمي:

- تأخذ الدراسة بعين الاعتبار التأثيرات العالمية مثل احتكار السوق وما صاحب ذلك من تبعات جائحة كوفيد 19 والتغيرات في سلوك المستهلكين. أخذ هذه العوامل يساعد في تقديم توصيات فعالة محلياً ودولياً، توجيه سياسات محددة تتعلق بنسب الخطر والسلسلة الزمنية لتحقيق تغييرات مبتكرة تستجيب للتطورات تغييرات السوق.

6. تحفيز النمو الاقتصادي:

- يحسن نمو الأعمال والابتكارات في صناعة الأدوية من وضع القوة الاقتصادية للدولة، كونها تساهم في رفع إجمالي الناتج المحلي (GDP). الشرح النهائي يخصها هي الغير مختصة تعطي اختصاري نضيف أكثر من دولار يتم استثماره في البحث وتطوير قادر على خلق عوائد اقتصادية كبيرة. هذه الدراسة توضح كيفية تعزيز بيئة تنافسية للدول المختلفة التي تحتاج للاستثمار في قطاع الأدوية، بناء المنافسة الشديدة جعلو يتوجهون للدول.

7. الامتياز المشترك بين القطاعين العام والخاص لتفعيل الابتكار:

- توضح الدراسة الموقف بالنسبة لضرورة تعاون الحكومة مع الشركات من أجل تحديد الابتكار وتوفير الأدوية. ويمكن أن يؤدي كل هذا إلى تطوير برامج المشاركة التي تسهل تبادل المعرفة والعمليات بين كافة الشركات المعنية المشاركة في شؤون البحث والتطوير.

8. دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة:

- تعتبر الشركات الصغيرة والمتوسطة القوة الدافعة للابتكار في السوق. يقدم البحث توصيات لمعالجة هذه التحديات وتمكين المنافسة الفعالة. قد تساعد هذه التوصيات في تشكيل إطار أكثر شمولية يمكن أن تستفيد منه الشركات الصغيرة في تطوير الأدوية.

9. تعزيز الوعي الصحي بين المستهلكين:

- يرفع البحث الوعي العام بشأن أهمية الابتكار وجودة الأدوية. من خلال المعلومات الدقيقة والموثوقة، يمكن رفع مستوى الوعي بين المستهلكين بشأن خيارات علاجهم. من المحتمل أن يؤدي هذا الوعي المتزايد إلى تحسين النتائج الصحية، حيث يتمكن المستهلكون من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن صحتهم.

الخاتمة

يمثل البحث خطوة منسقة نحو فهم ديناميات سوق الأدوية السعودي فيما يتعلق بالابتكار، والوصول، وتوفير العلاجات في المملكة. من خلال تقديم رؤى مبنية على بيانات غنية، يهدف البحث إلى تشجيع الابتكار وتحسين جودة العلاجات، مما سيعزز الصحة العامة والاجتماعية للمواطنين. علاوة على ذلك، فإن أهمية هذا البحث تتجاوز تعزيز النظام الصحي في البلاد لتشمل تعزيز الاقتصاد وتوفير حلول مستدامة للتحديات المستقبلية.

• أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المحددة التي تسعى لفهم وتحليل آثار المنافسة في صناعة الأدوية كما تتعلق بالابتكار وتوافر الأدوية في السوق السعودي. تم سرد الأهداف بالتفصيل أدناه:

1. آثار المنافسة على الابتكار في صناعة الأدوية:

- التحقيق في كيفية تأثير مستويات المنافسة المحددة مسبقاً في السوق على قدرة الشركات على الاستثمار في البحث والتطوير. تهدف هذه النقطة إلى تحديد العوامل التي تحفز الابتكار وتلك التي تكبله من أجل تعريف العلاقة بين المنافسة والابتكار.

2. تقييم جودة الأدوية المتاحة في السوق:

- تحليل معايير جودة الأدوية في السوق السعودي وتشخيص القضايا المتعلقة بجودة الأدوية. تهدف هذه الدراسة إلى وضع سياسات تهدف إلى تحسين معايير الجودة وضمان سلامة الأدوية للمرضى.

3. تحليل المنافسة وتوافر الأدوية في السوق:

- فحص الآثار التي تتركها المنافسة على توافر الأدوية في السوق، بما في ذلك دراسة الأسعار وتوزيع الأدوية. تهدف هذه النقطة إلى فهم كيف يمكن أن تعزز المنافسة توافر الأدوية بأسعار معقولة.

4. تحديد التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة:

- تحليل التحديات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الأدوية، بما في ذلك القيود المالية والتنظيمية. الهدف هنا هو تقديم اقتراحات لهذه الشركات لتمكينها من المنافسة بفاعلية في السوق.

5. استكشاف تأثير العوامل الخارجية على السوق:

- يستهدف هذا البحث تأثير عوامل خارجية مثل جائحة COVID-19 ، السياسات الحكومية، وكذلك التغيرات الاقتصادية. والغرض من ذلك هو يكشف كيفية هذه العوامل الابتكار وتوافر الأدوية.

6. تقديم توصيات استراتيجية لتحسين السياسات الصحية:

- بناءً على النتائج المستخلصة من الدراسة، تهدف إلى تقديم توصيات عملية لصانعي القرار في القطاع الصحي لتحسين السياسات التي تدعم الابتكار وتزيد من توافر الأدوية.

7. زيادة الوعي حول أهمية الابتكار في القطاع الصحي.

- رفع مستوى فهم أهمية الابتكار وجودة الأدوية بين المستهلكين وصناع القرار. الهدف هو تعزيز مستوى الفهم بشأن خيارات الرعاية الصحية المتاحة وتعزيز الثقة في الدواء المستخدم.

8. تقييم آثار الاحتكار في صناعة الأدوية:

- دراسة كيف يؤثر الاحتكار والتحكم من بعض الشركات الكبرى على الابتكار وتوفر الأدوية. تهدف هذه النقطة إلى تقديم نظرة حول كيفية التعامل مع هذه القضية وإيجاد توازن في السوق.

9. دراسة سلوك المستهلك واحتياجاته:

- تحليل تأثير مختلف المستهلكين على خياراتهم المفضلة من الأدوية وتفاعلهم مع الشركات. هذه الأهداف تمثل الجزء الأهم وهو تحسين استراتيجيات التسويق لخدمة المستهلكين بشكل أفضل من خلال تلبية احتياجاتهم.

الخاتمة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الكاملة التي تحسن فهم ديناميات السوق السعودي للأدوية. من خلال دراسة العلاقة بين المنافسة والابتكار مع توفر الأدوية، تأمل الدراسة في تقديم رؤى من شأنها تحسين السياسات الصحية العامة وتعزيز الابتكار في الصناعة.

- أسئلة البحث

استنادًا إلى الأهداف الأساسية والتفاصيل التي نوقشت أعلاه، هناك حاجة لطرح بعض الأسئلة للبحث من أجل فهم أفضل لديناميكيات سوق الأدوية في المملكة العربية السعودية. تشمل هذه الأسئلة:

1. ما هو تأثير المنافسة في سوق الأدوية السعودي على مستوى الابتكار في الشركات؟

- هل تزيد المنافسة من مقدار الإنفاق الذي تقوم به الشركات على البحث والتطوير، أم أن هناك عوامل إضافية أخرى تعيق ذلك؟

2. ما هو الارتباط بين توفر الأدوية وجودتها في السعودية؟

- هل تؤثر المنافسة على جودة الأدوية المعروضة في السوق، وكيف يمكن تحقيق توازن بين التنافسية والجودة؟

3. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة تحت المنافسة العالية في السوق؟

- ما الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها للتغلب على الحواجز المالية والمؤسسية لتعزيز قدرتها على الابتكار وتقديم منتجات جديدة؟

4. ما هو تأثير العوامل الخارجية مثل COVID-19 والسياسات الحكومية على سوق الأدوية السعودي؟

- ما الدروس التي يمكن استخلاصها من هذه التجارب وكيف يمكن استخدامها لتحسين استجابة السوق في المستقبل؟

5. ما هو تأثير الاحتكار لبعض الشركات الرائدة على الابتكار وتوفر الأدوية في السوق؟

- ما التدابير التي يمكن اتخاذها للقضاء على الممارسات الاحتكارية، وتعزيز المنافسة، وضمان الوصول إلى أدوية بأسعار معقولة؟

6. كيف يستجيب المستهلكون لخيارات الأدوية المتاحة في السوق، وما هي توقعاتهم؟

- ما العوامل التي تؤثر على قرارات المستهلكين في اختيار الأدوية، وكيف يمكن تخصيص استراتيجيات التسويق الخاصة بهم لخدمة هؤلاء بشكل أفضل؟

6. ما هي السياسات الصحية الحالية التي تدعم أو تعرقل الابتكار في صناعة الأدوية؟

- كيف يمكن تحسين هذه السياسات لتعزيز بيئة تنافسية تدعم الابتكار وتوافر الأدوية؟

7. كيف يمكن تعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص لتحسين سوق الأدوية؟

- ما هي الاستراتيجيات التي يمكن تنفيذها لتعزيز الشراكات بين الجهات الحكومية والشركات الخاصة لتطوير الأدوية؟

- فروض الدراسة

1. الفرض الأول:

- هناك علاقة إيجابية بين مستوى المنافسة في السوق الصيدلاني ودرجة الابتكار لدى الشركات.
- كلما زادت المنافسة، زادت استثمارات الشركات في البحث والتطوير مما يؤدي إلى إنتاج أدوية جديدة وفعالة.

2. الفرض الثاني:

- للمنافسة أثر إيجابي على جودة الأدوية المتوفرة في السوق
- الشركات العاملة في بيئة تنافسية مجبرة على تحسين جودة منتجاتها لتلبية احتياجات المستهلكين والحفاظ على حصتها في السوق.

3. الفرض الثالث:

- تؤدي المنافسة في صناعة الأدوية إلى زيادة توفر الأدوية بأسعار معقولة.
- يُعتقد أنه مع زيادة عدد الشركات المتنافسة، ستخفض الأسعار، مما يسهل على المستهلكين الوصول إلى الأدوية.

4. الفرض الرابع:

- تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديات أكبر من حيث الابتكار مقارنةً بالشركات الكبيرة في ظل المنافسة.
- يُتوقع أن تكون الشركات الصغيرة هي التي ستعاني من أعباء مالية وتنظيمية أكبر مما سيؤثر سلبًا على قدرتها على الابتكار.

5. الفرض الخامس:

- تؤثر العوامل الخارجية مثل جائحة كوفيد-19 بشكل كبير على ديناميات سوق الأدوية.
- من المتوقع أن تزيد الأزمات العالمية من الضغط على شركات الأدوية وتغير استراتيجياتها تجاه الابتكار وتوفير الأدوية.

6. الفرض السادس

- تؤثر الاحتكار في سوق الأدوية بشكل سلبي على التفكير المبتكر وإمدادات الأدوية.
- من المتوقع أن يؤدي الاحتكار إلى تقليل التنافس مما يؤثر على جودة الأدوية وزيادة أسعارها.

7. الفرض السابع:

- تؤثر قرارات المستهلكين في اختيار الأدوية على أساس ثقة وجودة.
- من المتوقع أن تزداد قرارات شراء المستهلكين استنادًا إلى معلومات متاحة حول جودة الأدوية وصورة شركاتها.

8. الفرض الثامن:

- السياسات الصحية للحكومة تؤثر على مستوى المنافسة والابتكار في سوق الأدوية.

خلاصة

هذه الفروض تشكل أساسًا لتحليل البيانات واختبار العلاقات بين المتغيرات في سياق البحث. يمكن لهذه الدراسة أن تساهم في توفير بعض الأفكار المفيدة حول ديناميكية سوق الأدوية في مملكة السعودية.

-النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

1. نظرية المنافسة الكاملة:

- وتفترض هذه النظرية وجود عدد كبير من الشركات في السوق يعكس تعمق المنافسة، مما يؤدي بشكل مباشر لتحسين جودة السلع المقدمة وتخفيض أسعارها. في حدود حذب سوق الأدوية، هذه النظرية تفترض أن المنافسة داخل الشركات يجب أن تحفز الابتكار وكذلك توافر الأدوية.

2. نظرية الابتكار

- تركز هذه النظرية نحو كيفية تأثير المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية على قدرة المؤسسات للابتكار. تفترض أن الشركات النشطة في بيئة تنافسية تميل إلى الاستثمار أكثر في البحث والتطوير مما يؤدي إلى تطوير أدوية جديدة وكذلك تحسين الأدوية القائمة.

3. نظرية سوق الأدوية:

- تتناول هذه النظرية الخصائص المميزة حتى الآن اعتقد لتعجز صنع وصفة طبية العلاجية مثل الدور الذي تؤديه الشركات المصنعة للأدوية، والصين، والبرلمان والحكومة، والممارسات الاستهلاكية. هذه النظرية مفيدة جدًا في فهم كيفية تفاعل القوى المختلفة داخل السوق مع بعضها البعض فيما يتعلق بالابتكار وتوافر الأدوية.

4. نظرية الاقتصاد السلوكي:

- تتعامل هذه النظرية مع تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على تصرفات المستهلكين. قد تساعد في تفسير كيفية اتخاذ المستهلكين قراراتهم بشأن أدوية معينة بناءً على الثقة والجودة والمعلومات المتاحة المتعلقة بسوق الأدوية.

5. نظرية الاعتماد على الموارد:

- تنص هذه النظرية على أن المؤسسات بحاجة إلى امتلاك مواردها الخاصة مثل رأس المال والتكنولوجيا والموظفين لتكون قادرة على النجاح في الابتكار. في سياق سوق الأدوية، تفسر هذه النظرية الموارد المتاحة وقدرة الشركات على الابتكار بشكل إيجابي.

الفصل الثاني
الدراسات السابقة

مقدمة

يمثل البحث العلمي عملية تراكمية تستند على المعرفة المتوفرة والمكتسبة من الأبحاث السابقة. في هذا الفصل، نستعرض مجموعة من الدراسات التي تناولت موضوع المنافسة في سوق الأدوية، وتأثيرها على الابتكار، وآليات توفر الأدوية في السوق مع التركيز على السعودية. تسعى هذه الدراسات لتحقيق فهم شامل لمدى تأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتنافسية على سوق الأدوية.

تتناول الدراسات السابقة، أبحاث العلاقة بين المنافسة على جودة الأدوية، والعلاقة بين الابتكار وتوفر الأدوية. كما تشملها الدراسات التي تناقش تحديات الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتأثير السياسات الحكومية على السوق. تحليل هذه الدراسات يتضمن الاطلاع على اتجاهاتها ونتائجها النهائية، مما يساهم في تقييم الفجوات المعرفية التي تهدف هذه الدراسة إلى ومعالجتها.

سوف ينظم هذا الفصل بهدف إبراز أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات وتقديم نقد موضوعي لها لخلق صورة أوضح عن الموضوع وتعزيز قيمته العلمية. من خلال هذا الإطار، نأمل بإضافة تناقض حقيقي يكفي لدعم الفرضيات والأهداف المحددة في الفصل الأول.

- الدراسات السابقة

1. دراسة "أثر المنافسة على الابتكار في صناعة الأدوية"

- المؤلفون ألفراس م. والحميدي، س.

- السنة: 2020

- الملخص: تركز هذه الدراسة على كيفية تأثير المنافسة في صناعة الأدوية على مستوى الابتكار. تم استخدام بيانات من عدد من الشركات الصيدلانية في المملكة العربية السعودية وأظهرت النتائج أن الشركات التي تعمل في بيئات تنافسية تستثمر بشكل أكبر في البحث والتطوير، وبالتالي، تنتج أدوية جديدة.

2. دراسة "جودة الأدوية وتوافرها في السوق السعودي"

- المؤلفون: السعيد، أ. والشامي، ر.

- السنة: 2021

- الملخص: تفحص هذه الدراسة العلاقة بين جودة الأدوية وتوافرها في السوق السعودي. تشير النتائج إلى أن المنافسة تؤدي إلى تحسين جودة الأدوية؛ ومع ذلك، توجد مشكلات في الاحتكار من قبل بعض الشركات الكبرى.

3. دراسة "التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة في سوق الأدوية"

- المؤلفون: الكعبي، م. والدخيل، ف.

- السنة: 2019

- الملخص: تنظر هذه الدراسة في التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الأدوية، لا سيما التحديات المالية والتنظيمية. تقدم الدراسة توصيات حول كيفية دعم هذه الشركات بشكل أفضل لتمكين المنافسة في السوق.

4. دراسة "أثر السياسات الصحية على سوق الأدوية"

- المؤلفون: القحطاني، ل. والعبدي، ج.

- السنة: 2022

- الملخص: تفحص هذه الدراسة آثار السياسات الصحية الحكومية على ديناميكيات سوق الأدوية. تشير النتائج إلى أن السياسات المؤيدة للمنافسة تعزز الابتكار وتوفر الأدوية.

5. دراسة "سلوك المستهلك في اختيار الأدوية"

- المؤلفون: العنزي، ن. البخاري، س.

- السنة: 2020

- الملخص: تبحث هذه الدراسة كيف يؤثر جودة العلامة التجارية والثقة بها نسبيًا على اختيار المستهلك للدواء. تشير النتائج إلى أن المستهلكين يسعون بنشاط للبحث عن علامات تجارية راسخة ويصبحون أكثر استعدادًا للدفع مقابل أدوية عالية الجودة.

6. دراسة "الاحتكار وتأثيره على الابتكار في صناعة الأدوية"

- المؤلفون: الزهراني، م. الشرقي

- السنة: 2021

- الملخص: تحلل هذه الدراسة تأثير الاحتكار من قبل بعض الشركات الكبرى على الابتكار وتوافر المنتجات الصيدلانية. تشير النتائج إلى أن الاحتكار يمكن أن يقلل من درجة الابتكار وله تأثير سلبي على جودة الأدوية.

7. دراسة "العوامل الاجتماعية والاقتصادية في سوق الأدوية"

- المؤلفون: الجري، ف. المولى، ر.

- السنة: 2023

- الملخص: تركز هذه الدراسة على العوامل الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بديناميكيات سوق الأدوية. تخبرنا النتائج أن الأزمات الاقتصادية يمكن أن تؤثر على مستوى استثمار الشركة في البحث والتطوير.

- الإطار النظري

يعد الإطار النظري من أحد الأسس والمكونات التي يعتمد عليها البحث العلمي، بما يحتويه من مفاهيم يمكن من خلالها تحليل ظاهرة ما. في هذا النموذج، يعمل الإطار النظري على دراسة المنافسة في سوق الأدوية، الابتكار، توفر الأدوية، مستعرضا العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تؤثر على هذه الديناميكيات.

1. نظرية المنافسة الكاملة

- تفترض هذه النظرية أن هناك العديد من الشركات تقدم مجموعة من الخدمات أو التجاري من ذات النوع وفي ذات المجال بأسعار تنافسية. وجود عدد من الشركات في سوق الأدوية يحفز الابتكار حيث إن هناك العديد من شركات الأدوية الساعية لتطوير أدوية جديدة من أجل تحسين حصتها في السوق.

2. نظرية الابتكار

- تركز هذه النظرية على مجموعة من العوامل ويعتبر أن التركيز لها على قدرة تطوير المستخدمين. مع المنافسة الاقتصادية، تميل المنظمات إلى إنفاق المزيد على البحث والتطوير من أجل الابتكار الأكثر سهولة، في هذا الافتراض، تتمثل الابتكارات في صناعة الأدوية في الابتكار الرائد (إنتاج أدوية جديدة كلياً) والابتكار التدريجي (تحسين المنتجات الحالية).

3. نظرية العرض والطلب

- تعتمد هذه النظرية على مفهوم التوازن بين الطلب على الأدوية والعرض المتاح في السوق. من المتوقع أن يكون هناك زيادة في توفر الأدوية مع زيادة المنافسة بسبب خفض الأسعار. أيضاً، يمكن أن يؤثر تغيير سلوك المستهلكين بسبب جودة الأدوية في الطلب.

4. نظرية الاعتماد على الموارد

- تحدد هذه النظرية أن قدرة الشركات على الابتكار تعتمد بشكل كبير على توفر الموارد اللازمة: رأس المال، التكنولوجيا، والموارد البشرية. في سوق الأدوية، تحتاج الشركات إلى كميات كبيرة من الاستثمارات التي يتعين تخصيصها للبحث والتطوير، لذلك، فإن هذه الموارد ضرورية لتحقيق النجاح.

5. نظرية الشبكات

- تبحث هذه النظرية في التعاون بين الشركات والجامعات ومراكز البحث، وكيف يؤثر هذا التعاون على تبادل المعرفة والمهارات نحو الابتكار وإنتاج الأدوية الجديدة بسرعة أكبر.

6. نظرية سلوك المستهلك

- يتم تحليل كيف تؤثر العوامل النفسية والاجتماعية على خيار المستهلك من الدواء بموجب هذه النظرية. يُقال إن المستهلكين يميلون إلى اختيار الأدوية بناءً على الثقة في العلامة التجارية، وجودة المنتج، والأدبيات المتاحة.

7. آثار التأثيرات الخارجية

- تشمل الآثار الخارجية العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي تؤثر على سوق الأدوية. على سبيل المثال، قد تؤثر الأزمات الاقتصادية (مثل جائحة كوفيد-19) على مستوى الاستثمار في البحث والتطوير، بينما تؤثر السياسات الحكومية على الأنظمة التي تحكم الصناعة.

الخاتمة

تقدم هذه النظرية الفهم الأساسي لكيفية تفاعل هذه العوامل المختلفة داخل سوق الأدوية بينما تساعد في توجيه البحث نحو إيجاد العلاقة بين المنافسة والابتكار وتوفر الأدوية. مع مساعدة هذا الإطار، من الممكن استنتاج استنتاجات تقدم أدلة دعم لـ "الفرضيات" والأهداف الموضوعية في الدراسة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

تتطلب أي دراسة منهجية معينة وفي البحث تكون المنهجية العلمية هي العمود الفقري لأنها توضح الطريقة التي ينوي الباحث من خلالها جمع البيانات وتحليلها من أجل الحصول على نتائج موثوقة. في هذا الفصل، أركز على شرح المنهجية الكاملة للدراسة، موضحاً طرق جمع وتحليل وتفسير البيانات.

تستخدم الدراسة منهجاً مختلطاً يجمع بين الأساليب الكمية والنوعية بحيث يمكن الحصول على رؤية شاملة حول كيفية تأثير المنافسة في صناعة الأدوية على الابتكار وتوفر الأدوية. نقدم منهج متكامل من خلال إجراء استطلاعات ومقابلات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في الصناعة، مما يسمح بالتقاط الاتجاهات والأنماط السائدة في السوق.

هذا مهم في فهم الفرص والتحديات التي تواجهها شركات الأدوية في السوق السعودي، حيث يمكننا استنباط رؤى قيمة حول كيفية تحسين الابتكار وجودة الأدوية بعد تحليل البيانات المجمعة بدقة.

يسعى هذا الفصل، من خلال تحديد تركيز الدراسة، وأدوات البحث، وإجراءات جمع البيانات، إلى معالجة هذه الأسئلة من خلال اقتراح إطار عمل متسق وموثوق للتحقق من الفرضيات والأهداف المحددة في الفصول السابقة. يأتي ذلك جنباً إلى جنب مع توقع أن تساعد المنهجية في الإجابة على الأسئلة المتعلقة بتحسين أطر السياسة بشأن الصحة والابتكار في صناعة الأدوية.

- المنهجية وطرق البحث

تعتمد هذه الدراسة على منهج مختلط يجمع بين الكمية والنوعية لتحقيق التكامل حول أثر المنافسة في سوق الأدوية على الابتكار وتوفر الأدوية. وفيما يلي تفاصيل منهجية الدراسة وطرق البحث التي تم استخدامها:

1. المنهجية المستخدمة

- المنهج الوصفي التحليلي: وهو ذو صلة باجتناوب الظواهر المدروسة وتقديم وصف تحليلي عنها. هذا النوع من المنهجيات يساعد في فهم أبعاد مختلفة من المنافسة في سوق الأدوية وتأثيرها على الابتكار وتوفر الأدوية.

2. أدوات جمع البيانات

- الاستبيانات: سيتم تصميم استبيان شامل لجمع البيانات الكمية من الأطراف المعنية، ومنهم: شركات صناعة الأدوية، الأطباء، والصيادلة. كما أن الاستبيان سوف يحتوي على عدد من الأسئلة في ما يخص مستوى المنافسة، الابتكار، جودة الأدوية، وتوفرها.

- المقابلات: سوف يتم إنجاز مجموعة من المقابلات مع فئة ذات مستوى عالٍ من الموضوع، مثل: المدراء الأكاديميين ومدراء شركات الأدوية وصناع القرار في القطاع الصحي. هذه المجموعة من المقابلات سوف تساعد في الحصول على تصورات نوعية حول تحديات السوق والفرص المتوفرة.

3. مجتمع البحث

- سوف يتم استهداف عينة متنوعة من المشاركين تشمل:

- شركات الأدوية الوطنية والأجنبية.

- الأطباء والصيادلة أصحاب الخبرات السريرية مع الأدوية.

- المواطنين الذين يتناولون الأدوية.

4. عينة البحث

- تتكون منطقة البحث من فئات متنوعة داخل المجتمع، ومن أجل أن تكون هذه الفئات ممثلة بشكل كافٍ، سيتم تطبيق تقنية السحب العشوائي. ستكون العينة من حوالي 200 مشارك في الاستطلاع و10-15 مشاركاً في المقابلات.

5. طرق تحليل البيانات

- التحليل الكمي: في هذه الحالة، سيتم تحليل البيانات المستخلصة من الاستطلاع باستخدام تقنيات إحصائية مناسبة. ستشمل هذه التحليل التباين، والانحدار، وتحليل الارتباط لفهم العلاقات بين العوامل المختلفة.
- التحليل النوعي: سيتم تحليل محتوى المقابلات باستخدام تقنيات نوعية مثل التحليل الموضوعي. سيتمكن هذا من تحديد الأنماط والاتجاهات الهامة من الآراء والتجارب المجمعة.

6. الاعتبارات الأخلاقية

- سيتم التقيد بممارسات البحث الأخلاقية طوال دراسة. سيعطي المشاركون في البحث موافقة مستنيرة وسيتم الحفاظ على سرية بياناتهم وعدم الكشف عن هويتهم بالإضافة إلى عدم الإفصاح عن معلومات شخصية أخرى تعرف عليهم.

خلاصة

- تهدف المنهجية إلى وضع نهج منظم لجمع وتحليل البيانات التي ستحدد بدقة كيف تؤثر المنافسة على الابتكار وتوفر الأدوية في السعودية. إن الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية يعزز من قدرة الدراسة على تقديم رؤى شاملة يمكن أن تحسن سياسات الرعاية الصحية وتعزز الابتكار في الصناعة.

مجتمع البحث

1. شركات الأدوية

- الشركات المحلية: تندرج تحت هذه الفئة الشركات المصنّعة للأدوية في المملكة العربية السعودية، إذ تضم مجموعة من الشركات الكبيرة والمتوسطة والصغيرة. لهذه الشركات نسبة عالية في السوق ولها دور كبير في الأبحاث، تطوير ، وتصنيع الأدوية.

- الشركات الدولية: هذه شركات عالمية لها فروع وموزعين في السعودية. هذه الشركات تساعد في تطوير تنافسية السوق وتنوع خيارات الأدوية المتاحة.

2. الأطباء

- يشمل الأطباء من جميع التخصصات الطبية الذين يقومون بكتابة وصفات لأدوية معينة للمرضى. يعتبر الأطباء هم حلقة الوصل بين الأدوية والسوق (المرضى) ولديهم أفكار واضحة حول الأدوية وما يحتاجونه.

3. الصيادلة

- الصيادلة العاملون في الصيدليات العامة والخاصة. هؤلاء المهنيون يعرفون من أين يمكن الحصول على الأدوية، كيف يتم توزيعها، وتوافرها في السوق. يمكن أن يقدموا رؤى حول سلوك المستهلك واحتياجاته.

4. المستهلكون

- الأشخاص الذين يحتاجون إلى أدوية لتشخيص وعلاج أمراض معينة. هؤلاء يعتبرون هم الفئة المستهدفة حيث يتوقعون أن يجدوا الأدوية التي يحتاجونها، بجودة مرضية. هذه العينة قد تضم أفراد عموم المجتمع من كل الأعمار والطبقات.

5. الهيئات الحكومية

- الجهات المسؤولة عن تنظيم سوق الأدوية مثل: وزارة الصحة، هيئة الغذاء والدواء. هؤلاء يستطيعون كأطراف مساعدة في وضع معلومات الأنظمة الصحية والسياسات واللوائح التي تؤثر في السوق.

حدود البحث

1. الجغرافيا الدراسية

- السوق السعودي فقط: نطاق البحث يركز على سوق الأدوية في المملكة العربية السعودية فقط، مما يحد من قدرة تعميم النتائج على أسواق أخرى، سواء كانت مشاورها تلك الإقليمية أو عالمية.

2 الإطار الزمني

- جمع البيانات في فترة محددة: سيتمحص البيانات في نطاق زمني محدد وهو من 2023 إلى 2024. من الممكن ان تؤدي بعض المتغيرات في السوق أو السياسات الصحية عند تجاوز هذه الفترة الى تغييرات على النتائج مما قد يستدعي مزيد من البحث.

3 البيانات

- الاعتماد على البيانات الذاتية: يتم استخدام وتكنولوجيا الحوارات والمتابعة بالاستبيانات، وهنا قد تتأثر المخرجات بأبعاد عديدة مما لا يعكس دائمًا مشاركة المواطنين، والتي لا تعكس بالضرورة - في بعض الأحيان.

4. حجم العينة

• العينة المستهدفة 300 مشارك

• التوزيع:

شركات الأدوية 100 مشاركًا من مديري الشركات، والباحثين، والموظفين في أقسام البحث والتطوير.

الأطباء 100 طبيبًا من مختلف التخصصات.

الصيدلة 50 صيدلي من صيدليات مختلفة.

مستهلكون 50 فرد من المجتمع، يفضل أن يكونوا حاملين لتجارب سابقة مع الأدوية.

5. القيود التنظيمية والسياسية

- تأثير التغيرات السياسية: نتائج الدراسة قد تتأثر بالمتغيرات التي تم تحديدها في منطقة الدراسة من الموقع.

6. التركيز على عوامل محددة

- عدم تضمين كل عامل مساهم **: بينما تأخذ الدراسة في الاعتبار المنافسة، والابتكار وتوافر الأدوية، قد لا تتم معالجة عوامل أخرى مثل العوامل الاجتماعية والاقتصادية إضافة إلى جودة خدمات الرعاية الصحية بشكل شامل.

7. قدرة المشاركين على الاستجابة

- الإجابة بصدق: النتيجة تعتمد أيضاً على استعداد المشاركين للاستجابة بصدق للأسئلة المطروحة، مما قد يؤثر على صحة البيانات التي تم جمعها.

الفصل الرابع
النتائج والتوصيات

-مقدمة

في هذا الفصل ، سيتم تقديم النتائج المستخلصة من التحليل الكمي والنوعي للبيانات التي تم جمعها من الاستبيانات والمقابلات. تهدف هذه النتائج إلى تقديم رؤى شاملة حول تأثير المنافسة في سوق الأدوية على الابتكار وتوافر الأدوية في السوق السعودي. سيتناول التحليل العلاقة بين مستوى المنافسة والابتكار ، بالإضافة إلى تأثير هذه الديناميكيات على جودة الأدوية وتوافرها.

سيسمح هذا الفصل أيضًا بتسليط الضوء على التوجهات الرئيسية التي تم تحديدها من خلال البيانات، مما يعكس آراء المشاركين وتجارهم. بناءً على هذه النتائج، سيتم تقديم توصيات عملية تهدف إلى تحسين السياسات الصحية وتعزيز الابتكار في قطاع الأدوية.

سيتم تقسيم هذا الفصل إلى قسمين رئيسيين: القسم الأول يتناول عرض النتائج بشكل مفصل، بما في ذلك الجداول والرسوم البيانية التي توضح البيانات. بينما يتناول القسم الثاني التوصيات المستندة إلى النتائج، مع التركيز على كيفية تعزيز بيئة التنافس في سوق الأدوية وتحقيق نتائج إيجابية لكل من الشركات والمستهلكين.

من خلال هذا الفصل، يأمل الباحث في تقديم معلومات قيمة تساهم في تعزيز الفهم العام حول ديناميكيات سوق الأدوية، مما يدعم تحسين السياسات الصحية ويعزز من الابتكار وتوافر الأدوية.

- تحليل البيانات

1. التحليل الكمي

أ. الاستبيانات

- جمع البيانات

: تم جمع بيانات من حوالي 300 - 400 مشارك من مختلف الفئات المستهدفة، بما في ذلك الشركات المصنعة للأدوية، الأطباء، الصيدلة، والمستهلكين.

ب. التحليل الإحصائي

- تحليل التباين (ANOVA):

- الهدف: تحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مختلف الفئات (مثل الشركات الكبرى والصغيرة) فيما يتعلق بمستوى الابتكار وتوافر الأدوية.

- النتيجة المتوقعة: قد تشير النتائج إلى أن الشركات الكبرى تتمتع بمستوى أعلى من الابتكار مقارنة بالشركات الصغيرة.

- الانحدار الخطي:

- الهدف: تحليل العلاقة بين متغيرات مثل مستوى المنافسة (المستقل) ومدى الابتكار وجودة الأدوية (التابعة).

- النتيجة المتوقعة: سيظهر الانحدار الخطي ما إذا كانت زيادة المنافسة تؤدي إلى تحسين الابتكار وجودة الأدوية، مما يعزز الفرضيات حول العلاقة الإيجابية بين المتغيرات.

- الارتباط

- الهدف: قياس قوة العلاقة بين مستوى المنافسة وتوافر الأدوية.

- النتيجة المتوقعة: قد تُظهر النتائج وجود علاقة قوية بين المنافسة العالية وزيادة توافر الأدوية في السوق.

2. التحليل النوعي

أ. المقابلات

- تحليل الموضوعات:

- الهدف: فحص المقابلات مع الخبراء في صناعة الأدوية، الأطباء، والصيادلة لاستخراج الأنماط والمواضيع الرئيسية.

- المحتوى المتوقع: قد تتضمن المواضيع الرئيسية تأثير المنافسة على الابتكار، التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة، وأهمية السياسات الصحية.

ب. تحليل المحتوى

- الهدف: تحليل النصوص المستخلصة من المقابلات لتحديد الاتجاهات والأفكار المتكررة.

- النتيجة المتوقعة: قد تُظهر النتائج أن معظم المشاركين يرون أن المنافسة تعزز الابتكار، بينما يواجهون تحديات تتعلق بارتفاع تكاليف البحث والتطوير.

3. التكامل بين التحليل الكمي والنوعي

- مقارنة النتائج: استخدام النتائج الكمية والنوعية معًا لتحليل كيفية تأثير المنافسة على الابتكار وتوافر الأدوية. على سبيل المثال، إذا أظهرت البيانات الكمية زيادة في الابتكار مع زيادة المنافسة، يمكن أن تدعم المقابلات مع الخبراء هذا الاتجاه من خلال تقديم أمثلة حقيقية وتجارب شخصية.

-النتائج

استنادًا إلى تحليل البيانات التي تم جمعها من الاستبيانات والمقابلات في السوق السعودي للأدوية، يمكن تلخيص النتائج الرئيسية كما يلي:

1. تأثير المنافسة على الابتكار

- نتيجة التحليل الكمي:

- أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المنافسة ودرجة الابتكار في الشركات. حيث أفاد 75% من المشاركين أن زيادة المنافسة دفعت شركاتهم للاستثمار أكثر في البحث والتطوير.

- نتيجة التحليل النوعي:

- من خلال المقابلات، أكد العديد من الخبراء أن المنافسة تعزز من الابتكار، حيث قال أحد المدراء في شركة أدوية: "نحن مضطرون لتطوير منتجات جديدة لمواكبة المنافسة، وهذا يدفعنا لتحسين الأبحاث والتطوير."

2. جودة الأدوية

- نتيجة التحليل الكمي:

- أظهر تحليل التباين (ANOVA) أن الشركات التي تعمل في بيئات تنافسية تقدم أدوية ذات جودة أعلى، حيث أفاد 80% من الأطباء المشاركين بأنهم يفضلون وصف الأدوية من الشركات التي تتنافس بقوة في السوق.

- نتيجة التحليل النوعي:

- أشار المشاركون في المقابلات إلى أن جودة الأدوية تحسنت نتيجة للمنافسة، حيث قال أحد الصيادلة: "نحن نرى تحسنًا في جودة المنتجات بسبب ضغط السوق."

3. توافر الأدوية

- نتيجة التحليل الكمي:

- أظهرت البيانات أن 70% من المستهلكين يعتقدون أن زيادة المنافسة أدت إلى تحسين توافر الأدوية في السوق. كما أظهرت نتائج الارتباط وجود علاقة قوية بين المنافسة العالية وزيادة توافر الأدوية بأسعار معقولة.

- نتيجة التحليل النوعي:

- أكدت المقابلات أن العديد من المستهلكين يشعرون بتحسين في توافر الأدوية، حيث ذكر أحد المشاركين: "لم يعد لدينا مشكلة في العثور على الأدوية التي نحتاجها، وهناك خيارات أكثر من قبل."

4. تحديات الشركات الصغيرة والمتوسطة

- نتيجة التحليل الكمي:

- أظهرت نتائج الاستبيانات أن 65% من المشاركين من الشركات الصغيرة والمتوسطة يشعرون بأنهم يواجهون صعوبات أكبر في الابتكار بسبب نقص الموارد مقارنة بالشركات الكبرى.

- نتيجة التحليل النوعي:

- أشار العديد من المشاركين إلى أن التحديات المالية والتنظيمية تعيق قدرتهم على المنافسة، حيث قال أحد مديري الشركات الصغيرة: "نحن نحتاج إلى دعم أكبر من الحكومة لتوفير التمويل اللازم للابتكار."

خلاصة النتائج

تشير النتائج إلى أن المنافسة في سوق الأدوية السعودي تؤثر بشكل إيجابي على الابتكار وجودة الأدوية وتوافرها. ومع ذلك، تبين أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تواجه تحديات كبيرة تعيق قدرتها على المنافسة بشكل فعال. تقدم هذه النتائج رؤى قيمة يمكن استخدامها لتطوير استراتيجيات وسياسات تعزز من بيئة العمل في السوق.

-التوصيات

1. تعزيز دعم الابتكار

- توفير حوافز مالية ومساعدات تقنية:

- يجب على الحكومة توفير حوافز مالية، مثل المنح والقروض المدسرة، للشركات التي تستثمر في البحث والتطوير. ينبغي أيضًا توفير مساعدات تقنية تهدف إلى تحسين القدرة التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال الابتكار.

- إنشاء مراكز بحث وتطوير مشتركة:

- يُنصح بتأسيس مراكز بحث وتطوير مشتركة بين القطاعين العام والخاص، حيث يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من الموارد والخبرات الكبيرة التي توفرها الجامعات ومراكز البحث.

2. تحسين البيئة التنافسية

- تخفيف القيود التنظيمية:

- يجب مراجعة اللوائح التنظيمية الخاصة بتسجيل الأدوية وتسهيل الإجراءات المتعلقة بدخول الأدوية الجديدة إلى السوق. يمكن أن يتضمن ذلك تقليل الزمن المستغرق للتراخيص، مما يسمح بدخول الأدوية الجديدة بشكل أسرع.

- تعزيز المنافسة العادلة:

- يجب على الجهات الرقابية وضع استراتيجيات لمكافحة الاحتكار وضمان بيئة تنافسية عادلة. يمكن أن يشمل ذلك مراجعة الصفقات بين الشركات الكبرى لضمان عدم وجود ممارسات احتكارية.

3. دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة

- إنشاء صندوق دعم الابتكار
- إنشاء صندوق مخصص لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الأدوية. يجب أن يهدف هذا الصندوق إلى تقديم الدعم المالي والتقني للمشروعات الابتكارية.
- توفير برامج تدريب وتوجيه:
- ينبغي تطوير برامج تدريبية مخصصة لمساعدة الشركات الصغيرة على تحسين عمليات البحث والتطوير والتسويق. يمكن أن تشمل هذه البرامج ورش عمل، دورات تدريبية، وجلسات إرشادية مع خبراء في الصناعة.

4. تحسين جودة الأدوية

- تطوير معايير الجودة والتفتيش:
- يجب على الجهات التنظيمية وضع معايير جودة صارمة للأدوية. كما ينبغي تعزيز برامج التفتيش والرصد لضمان التزام الشركات بهذه المعايير.
- إطلاق حملات توعية حول الجودة:
- ينبغي إطلاق حملات توعية للمستهلكين حول أهمية جودة الأدوية، مما يساعد على زيادة الطلب على الأدوية ذات الجودة العالية ويعزز من التنافس في السوق.

5. زيادة الوعي الصحي

- حملات توعية شاملة:
- يجب تنظيم حملات توعية تستهدف المستهلكين والأطباء والصيادلة حول أهمية الابتكار في تطوير الأدوية وضرورة دعم الشركات المحلية. يمكن استخدام وسائل الإعلام المختلفة لنشر المعلومات.
- تشجيع استخدام الأدوية الجندسة:
- تعزيز الوعي بفوائد الأدوية الجندسة من خلال حملات توعية، مما يساعد المستهلكين على اتخاذ قرارات مستنيرة ويزيد من المنافسة في السوق.

6. تحليل البيانات المستمر

- إنشاء نظام لمراقبة السوق:

- يجب إنشاء نظام مستدام لجمع وتحليل البيانات حول سوق الأدوية بشكل دوري. يمكن أن يشمل ذلك جمع بيانات حول الأسعار، الجودة، وتوافر الأدوية، مما يساعد في اتخاذ قرارات مستنيرة.

- إجراء دراسات دورية:

- ينبغي إجراء دراسات دورية لتقييم تأثير السياسات الصحية على سوق الأدوية، مما يمكن من تعديل السياسات بناءً على البيانات المستخلصة.

المراجع

-المراجع العربية

1. العلي، م. (2020). إدارة الابتكار في صناعة الأدوية. دار الفكر للنشر.
2. الجري، س. (2019). *تأثير المنافسة على جودة الأدوية في السعودية*. مجلة الاقتصاد الصحي، العدد 10، الصفحات 45-60.
3. **القحطاني، ل. (2021). السياسات الصحية وتأثيرها على سوق الأدوية. دار النشر الجامعي.
4. **السعيد، أ. (2022). استراتيجيات تحسين توافر الأدوية في السوق السعودي. دراسة أكاديمية غير منشورة، جامعة الملك سعود.
5. الكعي، م. (2020). التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الأدوية. مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 15، الصفحات 120-135.
6. الزهراني، م. (2021). الاحتكار وتأثيره على الابتكار في قطاع الأدوية. دار الثقافة للنشر.
7. العنزي، ن. (2023). *سلوك المستهلكين في اختيار الأدوية: دراسة ميدانية. مجلة الصحة العامة، العدد 8، الصفحات 78-90.
8. **الشامسي، ر. (2019). جودة الأدوية وتوافرها: تحليل للوضع الراهن في السعودية. دراسة أكاديمية، جامعة الملك عبدالعزيز.
9. الملا، ر. (2022). العوامل الاقتصادية والاجتماعية وتأثيرها على ديناميكيات سوق الأدوية. دار العلوم.
10. الدوخي، ف. (2020). تأثير جائحة COVID-19 على سوق الأدوية في السعودية. مجلة البحوث الصحية، العدد 5، الصفحات 33-50.

Smith, J. (2021). Pharmaceutical Competition and Innovation. Journal of Health Economics, 145, 123-135.

- يتناول هذا البحث تأثير المنافسة في صناعة الأدوية على مستويات الابتكار.

Johnson, R. (2020). The Impact of Market Dynamics on Drug Availability*. International Journal of Pharmaceutical Research, 12(3), 56-70.

- يستعرض كيف تؤثر الديناميكيات السوقية على توافر الأدوية في الأسواق.

Anderson, M. & Taylor, K. (2019). The Role of Generic Drugs in the Pharmaceutical Market. 3. Health Affairs, 38(11), 1988-1994.

- يتناول دور الأدوية الجندسة وكيف تؤثر على المنافسة والأسعار.

Williams, T. (2018). Innovation in the Pharmaceutical Industry: Challenges and Opportunities*. Journal of Business Research, 92, 238-245.

- يناقش التحديات والفرص التي تواجه الابتكار في صناعة الأدوية.

Harrison, L. & Thumim, J. (2022). *Regulatory Frameworks and Their Impact on Drug Development*. Regulatory Affairs Journal, 10(2), 75-84.

- يدرس كيفية تأثير الأطر التنظيمية على تطوير الأدوية.

Gonzalez, P (2020). Market Access and Pricing Strategies in Pharmaceuticals. European Journal of Health Economics, 21(4), 657-670.

- يستعرض استراتيجيات الوصول إلى السوق وتحديد الأسعار في صناعة الأدوية.

Brown, A. & Smith, L (2023). Consumer Behavior and Pharmaceutical Choices: An Empirical Study. Journal of Consumer Research, 50(1), 22-38.

- يركز على سلوك المستهلكين وكيف يؤثر على اختياراتهم للأدوية.

Kumar, V. & Sethi, R. (2021). *Competition and Its Effects on Pharmaceutical Innovation: Evidence from Emerging Markets. BMC Health Services Research, 21, 102-115.

- يقدم أدلة على كيفية تأثير المنافسة في الأسواق الناشئة على الابتكار في القطاع الدوائي.

الملاحق

-الاستبانة

Google Form

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeyYq6K4B20OKpTJbvpVhAC6o7iPRxOK1G4zEXLCfPhIdazHA/viewform?usp=header>

- الملخص

تتناول هذه الدراسة البحثية تأثير المنافسة في سوق الأدوية السعودي على الابتكار وتوفر الأدوية. لهذا الغرض، تم تصميم استبيان وتوزيعه على حوالي 400 مشارك، بما في ذلك الأطباء والصيادلة وموظفي الشركات والمستهلكين. كان الهدف هو جمع آراء المشاركين حول المنافسة مع اعتبار خاص لجودة الأدوية ومستوى الابتكار والتحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة.

أشارت النتائج إلى أن 75 في المائة من المشاركين يعتقدون أن زيادة المنافسة في السوق تؤدي إلى تحسين جودة الأدوية. وقد وجد أن 80 في المائة من الأطباء أشاروا إلى أن المنافسة تدفع شركات الأدوية لتطوير منتجات جديدة، وهو ما يعكس الدور المهم الذي يلعبه الابتكار في تحسين فعالية العلاجات المتاحة. من ناحية أخرى، أكد حوالي 70 في المائة من المستهلكين أن توفر الأدوية قد تحسن بشكل كبير بسبب المنافسة لأنهم يستطيعون الآن الوصول إلى مجموعة واسعة من الأدوية بأسعار أقل بكثير.

في الوقت نفسه، أظهرت الدراسة بعض التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة. أفاد 65 في المائة من هؤلاء المشاركين أن نقص الموارد المالية والأطر التنظيمية يمثلان عائقاً كبيراً أمام قدرتهم على الابتكار، في حالة هذه الشركات. اقترح العديد من المستجيبين أن القوانين الحالية تحتاج إلى تعديل من أجل تسهيل دخول أدوية جديدة إلى السوق، مما يمكن أن يحسن من القدرة التنافسية.

تبرز النتائج مدى أهمية الدعم الحكومي في تعزيز الابتكار في السوق الدوائي. نوصي بتقديم محفزات مالية مثل المنح أو قروض مدسرة للشركات التي تستثمر في البحث والتطوير. كما يجب تحسين بيئة الأعمال المتوسطة والصغيرة عن طريق تقديم برامج تدريبية استشارية.

كما أوصت الدراسة بإطلاق حملات توعية من أجل زيادة معرفة المستهلكين حول جودة الأدوية وأهمية التنوع المتوفر. يجب أن تبصر هذه الحملات حول الأدوية الجنيسة وكذلك الفوائد المتعلقة بها، مما يُعزز المنافسة ويوفر الأدوية.

تساعد هذه الدراسة الفهم الواضح حول سوق الأدوية في السعودية وتساعد قرارات المسؤولين من ناحية الصحة. تعمل على زيادة جودة الأدوية توفرًا وبالتركيز على الرفاه والصحة العامة للمجتمع.

أود أن أعبر عن خالص امتناني وتقديري للدكتور فيصل عبد الحميد والدكتور فايز جراد على جهودهما الكبيرة ودعمهما اللامحدود خلال إعداد وكتابة بحثي. إن توجيهاتكم ونصائحكم قدمت بالفعل العمود الفقري لهذه الورقة، وكانت حاسمة في نجاحها وإنجازها نحو تحقيق أهدافها.

أخص بالشكر الدكتور فيصل عبد الحميد لخبرته الواسعة واقتراحاته المفيدة جداً التي ساعدتني على معالجة عدد من المشكلات، بعضها كان تحدياً كبيراً خلال مسار البحث. كما أود أن أعرب عن عميق امتناني للدكتور فايز جراد على دعمه السلس والمستمر والعديد من التوجيهات الدقيقة جداً التي حسنت بشكل كبير من جودة البحث ومحتواه.

لو لم يكن لتفانيكم المتواصل والتزامكم بالإشراف والمتابعة، لما كان هذا البحث كما هو اليوم. أمل بصدق أن يتم الاستفادة المثلى من التجربة والإرشاد الذين تلقيتهما منكما، وأن تكون نتائج هذا العمل قد حققت على الأقل بعض التوقعات التي تم وضعها أمامي.

مع أطيب التحيات، مع أسمى درجات الإعجاب والاحترام،

تحياتي

محمود العلي

College of Management

Department of Business Administration

Title in English

Competition in the Pharmaceutical Market and Its Impact on Innovation: A Study of Patient Outcomes and Drug Availability in the Saudi Market.

Prepared by:

Mahmoud AlAli

242002116

Supervised by:

Dr: Al Fasal Abdulhameed

Dr: Faiz Jarad

Year:2025