

أ-هـ	مقدمة
[38-1]	الفصل الأول: الإطار النظري للمنافسة والميزة التنافسية
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الإطار العام للمنافسة والتنافسية
3	المطلب الأول: مدخل عام حول المنافسة
3	أولاً: تعريف المنافسة
4	ثانياً: تحليل المنافسة
5	ثالثاً: أنواع المنافسة
6	المطلب الثاني: نظرة عامة حول التنافسية
6	أولاً: تعريف التنافسية
7	ثانياً: أنواع التنافسية
8	ثالثاً: مؤشرات قياس التنافسية
10	المطلب الثالث: أشكال هيكل الصناعة
10	أولاً: سوق المنافسة التامة
10	ثانياً: سوق الاحتكار التام
11	ثالثاً: سوق المنافسة الاحتكارية
11	رابعاً: سوق احتكار القلة
12	المبحث الثاني: الأسس النظرية لمفهوم الميزة التنافسية
12	المطلب الأول: مفهوم القدرة التنافسية، الميزة التنافسية ومحدداتها
12	أولاً: مفهوم القدرة التنافسية وأسس تطويرها
14	ثانياً: مفهوم الميزة التنافسية وأنواعها
15	ثالثاً: محددات الميزة التنافسية
19	المطلب الثاني: مصادر الميزة التنافسية
19	أولاً: الكفاءة
19	ثانياً: الجودة
20	ثالثاً: الاستجابة لحاجات العميل
20	رابعاً: المعرفة
21	خامساً: الإبداع
21	المطلب الثالث: الإستراتيجيات التنافسية لـ "Porter"

- أولاً: إستراتيجية السيطرة بالتكاليف 21
- ثانياً: إستراتيجية التمييز 23
- ثالثاً: إستراتيجية التركيز 24
- المبحث الثالث: تحليل المنافسة على مستوى القطاع 25
- المطلب الأول: التحليل الهيكلي حسب نموذج الاقتصاد الصناعي 25
- أولاً: مفهوم الاقتصاد الصناعي 25
- ثانياً: منهجية التحليل في الاقتصاد الصناعي 26
- المطلب الثاني: نموذج التحليل الهيكلي التنافسي للصناعة لـ "Porter" 30
- أولاً: المنافسة في القطاع 30
- ثانياً: الداخلون المحتملون 31
- ثالثاً: المنتجات البديلة 32
- رابعاً: القوة التفاوضية للموردين 32
- خامساً: القوة التفاوضية للزبائن 33
- المطلب الثالث: التحليل الهيكلي التنافسي من خلال مفهوم المجموعات الإستراتيجية 34
- أولاً: مفهوم المجموعات الإستراتيجية 34
- ثانياً: هيكل الصناعة (خريطة القطاع) 34
- ثالثاً: تحليل المنافسة وفقاً للمجموعات الإستراتيجية 36
- خلاصة 38

الفصل الثاني: البحث والتطوير لتحسين القدرة التنافسية. [39-75]

- تمهيد 40
- المبحث الأول: الإطار العام للبحث والتطوير 41
- المطلب الأول: مدخل عام حول البحث والتطوير 41
- أولاً: مفهوم البحث والتطوير 41
- ثانياً: بعض المفاهيم المرتبطة به 42
- ثالثاً: أهمية البحث والتطوير 44
- رابعاً: أهداف البحث والتطوير 44
- المطلب الثاني: أنواع البحث والتطوير 45
- أولاً: البحوث الأساسية 45

45.....	ثانيا: البحوث التطبيقية.....
46.....	ثالثا: التطوير (التطوير التجريبي).....
47.....	المطلب الثالث: محددات قرار القيام بالبحث والتطوير.....
47.....	أولا: هيكل الصناعة والحافز على البحث والتطوير.....
48.....	ثانيا: حجم المنشأة والبحث والتطوير.....
48.....	ثالثا: التنوع في المنتجات والبحث والتطوير.....
49.....	رابعا: محددات أخرى.....
51.....	المبحث الثاني : البحث والتطوير في المؤسسات الصناعية ومخاطره
51.....	المطلب الأول: عوامل البحث والتطوير.....
51.....	أولا: عوامل البحث والتطوير الأساسية.....
52.....	ثانيا: عوامل البحث والتطوير الأخرى.....
54.....	المطلب الثاني: مراحل البحث والتطوير.....
54.....	أولا: مرحلة التفكير والتبرير.....
54.....	ثانيا: مرحلة تحديد مشروع البحث والتطوير.....
54.....	ثالثا: مرحلة التحليل.....
55.....	رابعا: مرحلة البحث، أعمال التطوير والتصوير.....
55.....	خامسا: مرحلة إعداد النموذج.....
55.....	سادسا: مرحلة التجارب والتعديلات.....
56.....	سابعا: مرحلة الإنتاج الصناعي.....
56.....	المطلب الثالث: مؤشرات قياس البحث والتطوير.....
57.....	أولا:مقاييس المدخلات.....
57.....	ثانيا: مقاييس المخرجات.....
58.....	المطلب الرابع: مخاطر البحث والتطوير.....
58.....	أولا: ارتفاع معدل فشل تطوير المنتجات.....
58.....	ثانيا: ارتفاع تكاليف البحث والتطوير.....
59.....	ثالثا: قصر دورة حياة المنتج.....
59.....	رابعا: ازدياد حدة المنافسة في حالة النجاح.....
59.....	خامسا: طول عملية البحث والتطوير.....
60.....	سادسا: مقاومة المستهلك.....

60.....	سابعا: القيود والتشريعات الحكومية.
60.....	المبحث الثالث: البحث والتطوير الإستراتيجي.
61.....	المطلب الأول: أنواع البحث والتطوير الإستراتيجي.
61.....	أولا: الإستراتيجية الهجومية "Stratégie offensive".
61.....	ثانيا: الإستراتيجية الدفاعية "Stratégie défensive".
62.....	ثالثا: إستراتيجية التقليد "Stratégie d'imitation".
62.....	رابعا: الإستراتيجية التابعة "Stratégie dépendante".
62.....	المطلب الثاني: سبل تجسيد البحث والتطوير في المؤسسات الصناعية.
62.....	أولا: التطوير الداخلي "Le développement en interne".
63.....	ثانيا: عقود واتفاقيات التعاون "contra les accords de cooperation".
64.....	ثالثا: التعاقد من الباطن "la sous- traitance".
64.....	رابعا: عقود اقتناء التراخيص "contra la licence".
65.....	المبحث الرابع: دعم القدرة التنافسية من خلال البحث والتطوير.
65.....	المطلب الأول: تأثير البحث والتطوير على هيكل الصناعة.
65.....	أولا: تأثير البحث والتطوير على منافسي القطاع.
66.....	ثانيا: تأثير البحث والتطوير على الداخلين المحتملين.
67.....	ثالثا : تأثير البحث والتطوير على المنتجات البديلة.
68.....	رابعا: تأثير البحث والتطوير على القوة التفاوضية للزبائن.
68.....	خامسا: تأثير البحث والتطوير على القوة التفاوضية للموردين.
69.....	المطلب الثاني: دور البحث والتطوير في تحقيق الإستراتيجيات التنافسية لـ "Porter".
69.....	أولا: إستراتيجية السيطرة بالتكاليف.
70.....	ثانيا: إستراتيجية التمييز.
71.....	ثالثا: إستراتيجية التركيز.
72.....	المطلب الثالث: مساهمة البحث والتطوير في تحسين أداء المؤسسة.
72.....	أولا: تخفيض التكاليف، تحسين الإنتاجية وزيادة الأرباح.
72.....	ثانيا: رفع كفاءة المورد البشري.
73.....	ثالثا: تحسين الجودة والخدمة المقدمة للزبون.
74.....	رابعا: زيادة الحصة السوقية.
75.....	خلاصة.

77.....	تمهيد.....
78.....	المبحث الأول: نظرة عامة حول المجمع الصناعي صيدال.....
78.....	المطلب الأول: تقديم المجمع الصناعي صيدال.....
78.....	أولاً: نشأة وتطور المجمع الصناعي صيدال.....
79.....	ثانياً: تعريف مجمع صيدال، مهامه وأهدافه.....
80.....	المطلب الثاني: الإطار التنظيمي العام لمجمع صيدال.....
82.....	أولاً: الإدارة العليا.....
82.....	ثانياً: المصالح الوظيفية.....
83.....	ثالثاً: فروع ووحدات المجمع.....
85.....	المطلب الثالث: تحليل نشاط المجمع الصناعي صيدال.....
85.....	أولاً: تطور كمية الإنتاج لمجمع صيدال.....
86.....	ثانياً: تطور كمية المبيعات لمجمع صيدال.....
87.....	ثالثاً: تطور رقم الأعمال لمجمع صيدال.....
89.....	المبحث الثاني: تحليل هيكل قطاع صناعة الأدوية.....
89.....	المطلب الأول: تحليل الهيكل التنافسي لصناعة الأدوية حسب نموذج "Porter".....
89.....	أولاً: المنافسة في القطاع.....
89.....	ثانياً: الداخلون الجدد.....
89.....	ثالثاً: المنتجات البديلة.....
90.....	رابعاً: القوة التفاوضية للموردين.....
90.....	خامساً: القوة التفاوضية للزبائن.....
91.....	المطلب الثاني: تحديد مجال تنافس صيدال بتطبيق المجموعات الإستراتيجية.....
93.....	المطلب الثالث: تحديد الفرص والتهديدات في الصناعة الدوائية.....
93.....	أولاً: الفرص المتاحة للنمو المستدام للمجمع.....
94.....	ثانياً: التهديدات والتحديات الخاصة بصناعة الأدوية.....
95.....	المبحث الثالث: واقع البحث والتطوير بمجمع صيدال.....
95.....	المطلب الأول: تقديم عام لمركز البحث والتطوير بمجمع صيدال.....
95.....	أولاً: نشأة مركز البحث والتطوير.....

96.....	ثانيا: مهام مركز البحث والتطوير.....
96.....	ثالثا: هيكل التنظيم لمركز البحث والتطوير.....
97.....	المطلب الثاني: أشكال البحث والتطوير لدى مجمع صيدال.....
97.....	أولا: البحث والتطوير في المنتجات.....
101.....	ثانيا: البحث والتطوير في العمليات الإنتاجية.....
102.....	المطلب الثالث: برامج البحث والتطوير داخل مجمع صيدال.....
102.....	أولا: أهداف القيام بأعمال البحث والتطوير بمجمع صيدال.....
102.....	ثانيا: وسائل البحث والتطوير بمجمع صيدال.....
109	ثالثا: مراحل البحث والتطوير في مجمع صيدال.....
112.....	المطلب الرابع: نتائج البحث والتطوير على مجمع صيدال (براءة الاختراع).....
113.....	المبحث الرابع: تأثير البحث والتطوير على القدرة التنافسية لمجمع صيدال.....
113.....	المطلب الأول: تأثير البحث والتطوير على الإستراتيجيات العامة للمجمع.....
114.....	المطلب الثاني: تأثير البحث والتطوير على أداء المجمع.....
119.....	المطلب الثالث: إستراتيجية التقليد كخيار تنافسي لمجمع صيدال.....
120.....	خلاصة.....
[126-121].....	الخاتمة.....
[135-127].....	قائمة المراجع.....