

المقدمة العامة

أولا/ إشكالية البحث:

تتسم البيئة الصناعية على المستوى العالمي بعدد من الخصائص التي تؤثر على مؤسستنا، وذلك نتيجة لتحديات عديدة، أفرزتها متغيرات عديدة في العالم السريع التغير. ولعل ظاهرة العولمة التي إكتسبت أبعادا عديدة في عولمة للإعلام والثقافة والتجارة والإدارة تكاد تشكل صلب التحديات التي تواجهها أغلب مؤسساتنا. ولعل أهم هذه التحديات تتبلور في المنافسة التي تزداد حدتها وتعدد منابعها، فهناك منافسة أنشأتها تكتل وتحالف المؤسسات الكبيرة، وتنامي عمليات المؤسسات العالمية ومتعددة الجنسيات؛ ومنافسة تتزايد حدتها مع تزايد عدد التكتلات الإقليمية بين دول متعددة في عديد من بقاع العالم .

ففي هذا الوضع الجديد لدنيا الأعمال وجدت معظم مؤسساتنا تعمل في منافسة صعبة، مع مؤسسات تميزت بالتوافق مع معايير الجودة العالمية (I.S.O). وكل هذا يجري في سوق أصبحت علمية بفعل إتفاقية الجات وتنامي إستخدام التكنولوجيا الإتصالات والمعلومات المتقدمة، التي جعلت أسواقنا مفتوحة للإنترنت وغيره أمام منتجات منافسة، بينما تتوضع قدرات عدد غير قليل من مؤسستنا على ولوج الأسواق العالمية والتنافس الفاعل بها .

إن إحتدام التنارع على الحصص السوقية الوطنية والعالمية هو الدافع الحقيقي للمؤسسة إلى إيجاد الصيغ والحلول التي تناور بها ضد منافسيها لتحفظ إستمراريتها أولا ثم المكانة التي تتوخها في السوق ثانيا. وعليه فإدراك المجال التنافسي أو بالأحرى مجال المناورات الإستراتيجية يمر حتما بفهم السوق والتصورات الإستراتيجية عنها ثم القوى المؤثرة في المنافسة والتي يمكن أن تشكل العناصر الأساسية في الإستراتيجية .

وفي ظل هذه التغيرات والتطورات الجديدة والمتنامية، برزت لدى المؤسسات اهتمامات عديدة ومتجددة، انصبت أساسا في كل ما له علاقة بالإستراتيجية التنافسية وهيكل الصناعة وبالتالي تحقيق أهداف من أهمها ميزة تنافسية دائمة ومستمرة .

ويستدعي البحث عن الإستراتيجية التنافسية الإستناد إلى تحليل هيكل الصناعة، كون هذه الأخيرة تؤثر على سلوك المؤسسة، حيث يجب أن نعرف إلى أي مدى يؤثر تطور البيئة الصناعية على مجريات الأمور في السوق الصناعة وبالتالي على إستراتيجيات التنافسية التي سوف تتبناها المؤسسة .

من خلال كل هذا يتضح لنا إذن المشكلة موضوع البحث والتي نطرحها في التساؤل التالي:

- ما نوع الإستراتيجية التنافسية الواجب إتباعها من طرف المؤسسة الصناعية لمجابهة التنافس في

ظل هيكل الصناعة (السوق) ؟

يمكن بلورة الإشكالية من خلال الأسئلة الفرعية التالية :

1. ماذا نقصد بهيكل الصناعة ، وما هي أبعاده الرئيسية ؟
 2. ماهي القوى التي تؤثر على المؤسسة داخل مجالها الصناعي ؟
 3. ماهية الإستراتيجية التنافسية، وما هي أنواع هذه الإستراتيجيات المتاحة أمام المؤسسة داخل الصناعة؟
 4. كيف يمكن أن يؤثر هيكل الصناعة على إختيار الإستراتيجية التنافسية من طرف المؤسسة الصناعية ؟
- ثانيا /فرضيات البحث:

للإجابة على الأسئلة المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية :

1. يقصد بهيكل الصناعة عدد المؤسسات الصناعية وتوزيع حجمها النسبي في الإقتصاد .
2. الأبعاد الرئيسية لهيكل الصناعة هي بعدين: التركيز الصناعي، عوائق الدخول إلى الصناعة.
3. المنافسين هم الناشطين في نفس السياق الإستراتيجي ، أي الموجودين في نفس الميدان المجابهة قبلها وبعديا وفي نفس الصناعة والمقيدون بنفس المحيط بمختلف أبعاده القانونية والسياسية والتكنولوجية هؤلاء المنافسين يمارسون المهنة نفسها وينشطون في إطار القواعد لعب متشابهة .
4. تهتم الاستراتيجية التنافسية بخلق وديمومة الميزة التنافسية للمؤسسة ضمن البيئة الصناعية. ومن ضمن الإستراتيجيات التنافسية: إستراتيجية التمييز، والسيطرة بالتكاليف، والتركيز. كما أنه يمكن تحديد الإستراتيجية التنافسية من خلال مراحل تطور الصناعة.

ثالثا / أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا الموضوع في لفت الانتباه إلى أهمية الإستراتيجية التنافسية في حياة المؤسسة المصنعة للأدوية، وفي بقائها ونموها بصفة خاصة ، وهذا بإبراز مدى ضرورة التأقلم والتكيف مع الظروف الحالية للمحيط المتميزة بالتغير والحركية المستمرة .

كما تتجلى أهميته كذلك في تسليط الضوء على دور هيكل الصناعة في تحديد المؤسسة الصناعية لإستراتيجياتها التنافسية لمجابهة قوى التنافس.

رابعا/ أهداف الدراسة :

يمكن تلخيص الأهداف التي يمكن الوصول إليها من خلال هذا البحث فيما يلي :

1. توضيح كل من هيكل الصناعة مع التعرض إلى مختلف أبعاده الرئيسية ؛
2. التعرف على أهم القوى المؤثرة على المؤسسة داخل مجالها الصناعي؛
3. الوقوف عند أهم التغييرات التنافسية التي تحدث عند تطور حياة الصناعة؛
4. معرفة ما هي الإستراتيجيات التنافسية التي يمكن للمؤسسة تطبيقها في مجالها صناعي؛
5. تبيان أن الإستراتيجية التنافسية هي السبيل الوحيد الذي يساعد المؤسسة على البقاء والنمو في ظل محيطها التنافسي؛
6. توضيح كيفية نجاح المؤسسة في تحديد الإستراتيجية التنافسية المناسبة لها ضمن هيكل صناعة معين؛

7. إنجاز دراسة تقييمية لمعرفة مكانة الإستراتيجية التنافسية من وجهة نظر إرتباطها بهيكل الصناعة. كما نأمل من خلال تحقيق هذه الأهداف أن ترقى هذه الدراسة إلى مستوى المساهمة في المعرفة العلمية وإثراء المكتبة بمرجع علمي وميداني جديد .

خامسا / محددات الدراسة :

للإجابة على الإشكالية محل الدراسة، قمنا بإجراء بحثنا في إطار مجموعة من الحدود كالتالي:
يعتبر التفكير الإستراتيجي واسعا وشاسعا ، لذلك إرتأينا أن نسلط الضوء على الإستراتيجيات التنافسية الممكنة التي يمكن أن تتبناها المؤسسة الصناعية في إطار هيكل الصناعة(السوق) .

سادسا / دوافع ومبررات إختيار هذا الموضوع :

تعود أسباب إختيارنا لهذا الموضوع بالدرجة الأولى إلى الميل الشخصي لقضايا ذات الطابع الحديث والإستراتيجي خاصة ، كما أن هذا الإهتمام نابع أيضا بإحساسنا بالأهمية البالغة وكذا الدور المهم التي تحتله الإستراتيجية التنافسية في حياة المؤسسة خاصة في ظل الأوضاع الإقتصادية العالمية الراهنة .

سابعا / صعوبات البحث :

1. صعوبة الحصول على المراجع المتخصصة مع ندرتها باللغة العربية الشيء الذي سوف يكلفنا جهدا ووقتا كبيرا للترجمة .

2. صعوبة تطبيق هذه المعارف النظرية على قطاع بأكمله، خاصة وأننا نتكلم على الإستراتيجيات التنافسية التي يمكن أن تنتهجها المؤسسة الصناعية ضمن هيكل صناعة.

ثامنا / المنهج المستخدم في البحث :

للإجابة على إشكالية بحثنا وإثبات صحة أو نفي الفرضيات ، تمت الدراسة بالإعتماد على منهجين:
المنهج الوصفي والمنهج التحليلي. حيث يتعلق المنهج الوصفي بالجانب النظري، من خلال التغطية الأكاديمية لمختلف جوانبه. وأما المنهج التحليلي ، فيتعلق بالجانب التطبيقي، للوقوف على واقع الإستراتيجية التنافسية في المؤسسة محل الدراسة، بمحاولة إسقاط الدراسة النظرية على الواقع العملي والميداني.

تاسعا / خطوات البحث :

بناء على طرح الإشكالية وأهداف الموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول ، وفق المحتوى التالي :

المقدمة العامة

الفصل الأول : تحليل هيكل الصناعة

1. مفهوم وأبعاد هيكل الصناعة.
2. تحليل نموذج القوى الخمس ل Porter .
3. المجموعات الإستراتيجية وهيكل الصناعة.
4. محددات العوامل الخمس ونموذج المجموعة الإستراتيجية.
5. التغييرات التنافسية أثناء تطور الصناعة.
6. العولمة وهيكل الصناعة.

الفصل الثاني : تحليل الإستراتيجيات التنافسية.

1. مفهوم الإستراتيجية التنافسية.
2. الإستراتيجيات التنافسية العامة.
3. إختيار الإستراتيجية التنافسية على مستوى الصناعة.
4. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات الجزأة .
5. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلي المهد والنمو.
6. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلة النضج.
7. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلة التدهور.

الفصل الثالث: صناعة الدواء في الجزائر 2000-2008.

1. الصناعة الدوائية العالمية.
2. تشخيص الصناعة الدوائية في الجزائر.
3. تحليل الهيكل الصناعي الدوائي في الجزائر.
4. تحليل قوى المنافسة في مجمع صيدال.
5. الإستراتيجيات التنافسية لمجمع صيدال.

الخاتمة العامة