

الإهداء

إلى والدتي؛ أغلى ما أملك في الوجود.
إلى والدي؛ حفظه الله و رعاه.
σ و قل ربي ارحمهما كما ربياني صغيراً
الطريق أمامهم. إلى إخوتي، وفقهم الله في دراستهم و عملهم، و أنار
إلى كل قريب إلي؛
إلى زملائي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير بجامعة بسكرة.
إلى كل مناضل في سبيل العلم و المعرفة
إلى كل هؤلاء، أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

كلمة شكر

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا و مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة
العلم والبصيرة.

يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص والتقدير الخاص، إلى كل من
مد لنا يد المساعدة وساهم معنا في تذليل ما واجهتنا من صعوبات ونخص بالذكر :
الأستاذ المشرف الدكتور: **بن بركة عبد الوهاب** الذي لم يبخل علينا
بتوجيهاته وإرشاداته القيمة.

كما أشكر كل أعضاء لجنة المناقشة
على كل التوجيهات التي قدموها لي.
كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز
هذا العمل.

ملخص:

تعالج هذه المذكرة البحثية موضوع هيكل الصناعة وكذا الإستراتيجية التنافسية ، حيث أن الهدف من تحليل هيكل الصناعة هو التعرف على الفرص والتهديدات بغية وضع إستراتيجية للمؤسسة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وتنسجم مع أهدافها . وإن تحليل طبيعة الصناعة يساعد على فهم البيئة ، كون هذه الأخيرة تتسم بطبيعة ديناميكية ومعقدة أكثر من كونها ساكنة.

وبتشخيص طبيعة الصناعة تسعى المؤسسة إلى دخول مجال التنافس بفاعلية، وذلك من خلال إستراتيجيات التنافسية المختلفة التي يمكن انتهاجها لتعظيم المزايا التنافسية و الأرباح، ومن بين هذه الإستراتيجيات: إستراتيجيات العامة للتنافس لـ **Porter** التي هي عبارة عن إستراتيجيات تهدف إلى الحصول على ميزة تنافسية على المدى البعيد مع التخفيض من حدة الكثافة التنافسية.

Résumé:

Le présent mémoire de recherche traite l'objet de la structure de l'industrie ainsi que la stratégie de concurrence, car le but de l'analyse de la structure de l'industrie est de connaître les chances de et risques afin d'établir un stratégie d'entreprise suivant la nature de la dite industrie et pour qu'elle prenne ses objectifs en considération.

L'analyse de la nature de l'industrie aide à la compréhension de l'environnement, car celle-ci est de nature dynamique et complexe plus qu'elle n'est immobile, notamment au cours de la décennie passée.

Et en recherchant dans la nature de l'industrie, l'entreprise cherche à entrer effectivement dans le domaine compétitif et ce, par les différentes stratégies de concurrence qu'elle peut suivre afin de d'augmenter ses pouvoirs de concurrence et aussi ses profits.

Parmi les dites stratégies on peut citer : les stratégies générales de concurrence de **PORTER** qui sont des stratégies visant à obtenir une gamme concurrentielle sur un long terme en diminuant de la densité de concurrence.

فهرس المحتويات

I.	الإهداء.....
II.	كلمة الشكر.....
III.	الملخص باللغة العربية.....
III.	الملخص باللغة الفرنسية.....
III.	فهرس المحتويات.....
XI.	قائمة الجداول.....
XII.	قائمة الأشكال.....

المقدمة العامة

أ	المقدمة العامة.....
أ	الإشكالية.....
ب	الفرضيات.....
ب	أهمية الدراسة.....
ب	أهداف الدراسة.....
ج	محددات الدراسة.....
ج	دوافع ومبررات إختيار الموضوع.....
ج	صعوبات البحث.....
ج	منهج المستخدم في البحث.....
د	خطة و هيكل البحث.....

الفصل الأول : تحليل هيكل الصناعة

2	مقدمة الفصل.....
3	1. مفهوم وأبعاد هيكل الصناعة.....
3	1.1 مفهوم هيكل الصناعة.....
4	2.1. الأبعاد الرئيسية لهيكل الصناعة.....
14	2. تحليل نموذج العوامل الخمس لـ Porter.....
15	1.1. التهديد من دخول المنافسين جدد.....
16	2.2. المنافسين الحاليين.....
19	3.2. خطر المنتجات البديلة.....
20	4.2. القوة التفاوضية للموردين.....
21	5.2. القوة التفاوضية للعملاء.....
24	3. المجموعات الإستراتيجية وهيكل الصناعة.....
24	1.3. مفهوم المجموعات الإستراتيجية.....
25	2.3. هيكل الصناعة (خريطة الصناعة).....

4	محددات العوام	ل	الخم	س	ونم	وذج	المجموع	ة
30	الإستراتيجية	30	1.4	تجديد	والإبتكار	وهيكل
31	2.4	هيكل	الصناعة	والسيما	ت	المؤسسة	31
32	5	التغيرات	التنافسية	أثناء	تطور	الصناعة	32
33	1.5	البيئة	الصناعية	الناشئة	33	33
33	2.5	البيئة	الصناعية	النامية	33	33
33	3.5	البيئة	الصناعية	الطاردة	34	34
34	4.5	البيئة	الصناعية	الناضجة	35	35
35	5.5	البيئة	الصناعية	المتدهورة	36	36
36	6	العولمة	وهيكل	الصناعة	36	36
36	1.6	عولمة	الإنتاج	37	37
37	2.6	عولمة	الأسواق	39	39
39		خلاصة	الفصل	الأول			

الفصل الثاني : تحليل الإستراتيجيات التنافسية

42	مقدمة	الفصل	42
43	1	مفهوم	الإستراتيجية	التنافسية
43	1.1	المنافسة	والتنافسية	داخل
45	2.1	الإستراتيجية	التنافسية
50	2	الإستراتيجيات	التنافسية	العامة
50	1.2	إستراتيجية	التكلفة	المنخفضة
53	2.2	إستراتيجية	التمييز

56.....	3.2. إستراتيجية التركيز
60	3. إختيار إستراتيجية الإستثمار عند مستوى النشاط
60	1.3. المركز التنافسي للمؤسسة
61.....	2.3. آثار دورة حياة الصناعة
62.....	4. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات المجزأة
62.....	1.4. التكامل الأمامي
63	2.4. حق الإمتياز
63	3.4. الإندماج الأفقي
64.....	5. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلتها المهمة والنمو
65.....	1.5. تنمية أو تطوير تسويق الإبتكار بنفسها
66	2.5. تسويق الإبتكار من خلال تحالف إستراتيجي
66.....	3.5. الترخيص بالإبتكار للآخرين
68.....	6. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلة النضج
68.....	1.6. إستراتيجيات إعاقه الدخول إلى الصناعة الناجحة
71	2.6. إستراتيجيات لتقليل المنافسة داخل المجال الصناعي
73.....	3.6. الإستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة للسيطرة على الموردين والمشتريين
75.....	7. إستراتيجيات التنافسية في الصناعات التي تمر بمرحلة التدهور
75.....	1.7. إستراتيجية الريادة
75.....	2.7. إستراتيجية الشريحة
75.....	3.7. إستراتيجية الحصاد
75.....	4.7. إستراتيجية التحرد
76.....	خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث : صناعة الدواء في الجزائر 2000-2008

79.....	مقدمة الفصل.....
80.....	1. الصناعة الدوائية العالمية.....
80.....	1.1. السوق الدوائية العالمية.....
83.....	2.1. مقومات وخصائص الصناعة الدوائية.....
84.....	3.1. هيكل الصناعة الدوائية.....
85.....	2. تشخيص الصناعة الدوائية في الجزائر.....
85.....	1.2. التطور التاريخي للصناعة الدوائية في الجزائر.....
88.....	2.2. صناعة الأدوية في القطاع العام.....
92.....	3.2. صناعة الأدوية في القطاع الخاص.....
94.....	4.2. تشخيص الصناعة الدوائية (الإنتاج+الإستراد).....
99.....	3. تحليل الهيكل الصناعي الدوائي في الجزائر.....
99.....	1.3. دراسة التركز الصناعي.....
102.....	2.3. عوائق الدخول إلى الصناعة.....
104.....	3.3. تمييز المنتجات الدوائية.....
	4. تحليل قوى المنافسة في مجمع
105.....	صيدال.....
105.....	1.4. التهديدات الناتجة عن القوة التفاوضية للموردين.....
105.....	2.4. التهديدات المتعلقة بالقوة التفاوضية للزبائن.....
106.....	3.4. التهديدات المتعلقة بالمنتجات البديلة.....
106.....	4.4. تهديدات دخول المنافسين الجدد.....
107.....	5.4. تهديد القوة المنافسة بين المؤسسات المتواجدة في السوق.....
109.....	5. الإستراتيجيات التنافسية لمجمع صيدال.....
109.....	1.5. مفهوم الشراكة.....
110.....	2.5. الدوافع المؤدية للشراكة.....
111.....	3.5. أشكال الشراكة لدى مجمع صيدال.....
114.....	خلاصة الفصل الثالث.....

116.....	الخاتمة العامة.....
117.....	نتائج إختبار الفرضيات.....
119.....	توصيات المقترحة.....
119.....	آفاق البحث.....

قائمة المراجع

121	الكتب باللغة العربية.....
122	الكتب باللغة الأجنبية.....
125	المواقع الإلكترونية.....

قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
7	نسبة التركيز لثلاث صناعات A,B,C.	1.1
11	إقتصاديات الحجم كعائق للدخول.	2.1
12	المزايا المطلقة للتكاليف.	3.1
14	القوى المنافسة الخمس لPorter.	4.1
17	سلسلة هياكل الصناعة.	5.1
20	تهديد منتجات الإحلال.	6.1
23	إطار تحليل الصناعة للدول النامية- نموذج Austin.	7.1
26	خريطة الصناعة.	8.1
31	التوازن المتقطع وهيكل المنافسة.	9.1
32	مراحل دورة حياة الصناعة.	10.1
34	النمو في الطلب والطاقة الفائضة.	11.1
47	مستويات الإستراتيجية.	1.2
48	الإستراتيجية التنافسية.	2.2
49	مكونات الإستراتيجية التنافسية.	3.2
57	أنواع إستراتيجيات على مستوى النشاط.	4.2
59	الإستراتيجيات العامة للتنافس.	5.2
64	كيفية التنافس حول أرباح المؤسسة المبتكرة.	6.2
70	الطاقة الفائضة كعائق للدخول.	7.2
72	إستراتيجيات التنافسية الغير السعرية الأربعة.	8.2
81	أسواق الأدوية الثمانية الكبرى في العالم لسنة 2008.	1.3
81	الإنتاج العالمي للدواء لسنة 2008.	2.3
89	الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال.	3.3
91	تطور الإنتاج لمجمع صيدال خلال الفترة 2000-2008.	4.3
94	تطور إستيراد الأدوية في الجزائر 2000-2005. IX	5.3
96	نسبة واردات الأدوية من الدول لسنة 2005.	6.3

97	تطور الإنتاج الوطني 2006-2000.	7.3
100	السوق الوطنية من الأدوية لسنة 2006.	8.3
108	نموذج التحليل التنافسي لمجمع صيدال.	9.3

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
59	مقارنة الاستراتيجيات التنافسية المختلفة المتاحة للمؤسسة.	1.2
61	العلاقة بين مرحلة دورة الحياة والمركز التنافسي والإستراتيجية التنافسية على مستوى الصناعة.	2.2
80	أسواق الأدوية الثمانية الكبرى في العالم لسنة 2008.	1.3
82	تمويل البحث والتطوير حسب الدول وحسب المخابر	2.3
90	كمية الإنتاج لمجمع صيدال لسنة 2007-2008.	3.3
90	تطور الإنتاج لمجمع صيدال خلال الفترة 2000-2008.	4.3
94	تطور إستيراد الدواء خلال: 2000-2005.	5.3
95	قيمة ونسبة الواردات من الأدوية وأهم الدول الموردة لسنة 2005.	6.3
97	تطور الإنتاج الوطني للأدوية 2000-2006.	7.3
99	تطور سوق الدواء من 2004-2006.	8.3
100	نصيب المتعاملين الإقتصاديين من سوق الأدوية (الإنتاج+الإستيراد) لسنة 2005.	9.3
101	درجة التركز حسب Herschman et Herfindah.	10.3
113	اتفاقيات اقتناء الرخص في صيدال.	11.3