

## اثر مزايا منح الامتيازات التجارية علي كفاءة اداء شركات صناعة الأدوية المصرية

فؤاد محمد سيد سالم

### الملخص:

هدفت الدراسة إلي التعرف على أهم العوامل التي تساهم في تحسين كفاءة شركات الأدوية في جمهورية مصر العربية و التي تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا العملاء بالإضافة إلي التعرف على أساليب منح الامتيازات التجارية التي تؤدي تحسين مستوي التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية مع تحديد أهم المتطلبات الواجبة للتغلب علي معوقات منح الامتيازات التجارية و التوصل إلي إطار عام يوضح العلاقة بين كفاءة شركات الأدوية في جمهورية مصر العربية و حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية.

و تتمثل مشكلة البحث في تساؤل رئيسي عن اثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أدائها و يتفرع من التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية تتمثل في تحديد اثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي تطور ها التكنولوجي بالإضافة إلي تحديد اثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية و ربحيتها مع تحديد اثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية و نموها وتوسعها.

وذلك لبحث العلاقة بين كل من أساليب منح الامتيازات التجارية، مدة منح الامتيازات التجارية، مزايا منح الامتيازات التجارية، معوقات منح الامتيازات التجارية كمتغيرات مستقلة و كل من التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية، ربحية شركات الأدوية المصرية، نمو و توسع شركات الأدوية المصرية كمتغيرات تابعة.

وقد تمت صياغة أربعة فروض نص الفرض الأول علي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر و نص الفرض الثاني علي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر.

ونص الفرض الثالث علي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر ما نص الفرض الرابع علي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر.

وقد أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحصول علي الامتيازات التجارية في شركات الأدوية و كل من التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية و تدريب العاملين بشركات الأدوية و المصرية المزايا التسويقية لشركات

## الأدوية المصرية

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحصول على الامتيازات التجارية في شركات الأدوية و كل من العائد المالي لشركات الأدوية المصرية و التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية و تدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية. وقد أوصت نتائج الدراسة وجود ضرورة توفير بيئة العمل و التسهيلات المادية اللازمة والضرورية التي تساعد إدارة شركات الأدوية المصرية على زيادة مدة منح الامتيازات التجارية مع عدم اهتمام الإدارة بالتخطيط على الأجل القصير و عدم اعتماد المديرين و قضاء معظم أوقاتهم في التخطيط والمتابعة دون الاهتمام و الطلب من المرؤوسين بفتح حوار معهم و تطبيق. سياسة الباب المفتوح بالإضافة إعطاء إدارة شركات الأدوية فرص لتقديم العاملين أفكار وحلول جديدة للمشاكل التي تواجه الشراكة بينها و بين الشركات المانحة للامتيازات التجارية.

### **Abstract:**

Study aimed to identify the most important factors that contribute to improving the efficiency of pharmaceutical companies in the Arab Republic of Egypt, which directly affect the level of customer satisfaction, in addition to identifying the methods of granting commercial Excellence that improve the level of technological development of Egyptian pharmaceutical companies.

Determining the most important requirements to overcome obstacles to granting commercial Excellence and reaching a general framework that clarifies the relationship between the efficiency of pharmaceutical companies in the Arab Republic of Egypt and the Egyptian pharmaceutical companies obtaining the commercial privileges of international brands.

research problem was formulated in a major question about the impact of Egyptian pharmaceutical companies on the commercial privileges of international brands on the efficiency of their performance. The main question is divided into sub-questions about Determining the impact of commercial Excellence of international brands on Egyptian pharmaceutical companies technological development. In addition to determining the impact of obtaining the commercial Excellence in pharmaceutical companies and their

profitability, growth and expansion.

To examine the relationship between methods of granting commercial Excellence, duration of granting commercial Excellence, advantages of granting commercial Excellence, obstacles to granting commercial Excellence as independent variables, and Technological development of Egyptian pharmaceutical companies, Workers Training in Egyptian pharmaceutical companies, Marketing Advantages of Egyptian Pharmaceutical Companies, Financial return of the Egyptian pharmaceutical companies.

Four hypotheses were formulated, first hypothesis is that there is no statistically significant relationship between methods of granting commercial Excellence and performance efficiency of the pharmaceutical companies in Egypt. second hypothesis is that there is no statistically significant relationship between duration of granting commercial Excellence and performance efficiency of pharmaceutical companies in Egypt.

third hypothesis is that there is no statistically significant relationship between advantages of granting commercial Excellence and performance efficiency of pharmaceutical companies in Egypt. fourth hypothesis is that there is no statistically significant relationship between obstacles to granting commercial Excellence and performance efficiency of pharmaceutical companies in Egypt.

study results show that there is statistically significant relationship between obtaining the commercial Excellence in pharmaceutical companies and technological development of the Egyptian pharmaceutical companies, workers training in pharmaceutical companies, marketing advantages of the Egyptian pharmaceutical companies.

Study recommended that there are necessities to redesign new criteria to choose between the methods of granting Commercial Excellence in line with nature of the roles entrusted to stimulate

Egyptian pharmaceutical companies to increase and respond quickly to the parent companies offers

## مقدمة البحث:

يعتبر قطاع الأدوية من القطاعات الاستراتيجية سواء علي مستوى الدولة أو علي مستوى القطاع الصحي وذلك لما له من تأثير فعال علي صحة الأفراد وعلي اقتصاديات العلاج وتكلفته وقد أصبح الدواء في العصر الحديث من الحقوق الأساسية للإنسان وبالتالي لم يعد سلعة يختص بها الأغنياء دون الفقراء بل أصبح سلعة استراتيجية يقع علي الدولة عبء توفيرها للجميع يساهم توفير الأدوية مساهمة فعالة في تحقيق خطط الرعاية الصحية بكفاءة عالية

أن حق الامتياز (الفرنشايز) يتكون من ثلاثة محاور رئيسة هي المانح والممنوح وموضوع حق الامتياز متمثلاً في عملية توثيق الخبرات في أدلة عمل لجميع مراحل الإنتاج والتوزيع والإدارة والتسويق... الخ من الموضوعات المتعلقة بحق الامتياز (الفرنشايز) موضوع الدراسة.

و تعرف هيئة الفرنشايز الدولية (IFA) حق الامتياز بأنه علاقة مستمرة يقوم فيها صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) بمنح ترخيص للحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) لممارسة النشاط بالإضافة إلى المساعدة في التنظيم، والتدريب، والإدارة التجارية في مقابل اعتبارات مادية ومعنوية يحصل عليها المانح وقد تبلورت مشكلة البحث في دراسة اثر الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة صناعة الأدوية في مصر.

## أولاً: مصطلحات البحث:

- الامتيازات التجارية:

هي تحالف استراتيجي قوي يقدم وعداً بنجاح طويل الأمد، ومن أجله تستثمر جميع الأطراف مصادرها وكفاءتها للحصول على مكاسب استراتيجية لتسويق المنتجات أو الخدمات. ويدخل في هذا النظام نوعان على الأقل من الناس.<sup>(i)</sup>

### ١- مانح حق الامتياز التجاري **franchiser**:

وهو الذي يعبر علامته التجارية أو اسمه التجاري ونظام المشروع ويدعى مالك حق الامتياز التجاري.<sup>(ii)</sup>

### ٢- المستفيد من حق الامتياز التجاري **franchisee**:

وهو الذي يدفع ضريبة وأجرًا دوليًا أوليًا في الغالب مقابل الحصول على حق عمل الصفقات باسم مانح حق الامتياز التجاري ونظام شركته. ويسمى الشخص المستفيد من حق الامتياز التجاري.<sup>(iii)</sup>

ومن الناحية الاصطلاحية، «franchise» يعني العقد الذي يربط الطرفين إلا أنه غالبًا ما يستخدم هذا المصطلح ليعني المشروع الفعلي الذي يقوم به المستفيد من حق الامتياز التجاري. وفي مشاريع الامتياز التجاري، يقوم مانح حق الامتياز التجاري بتقديم

فؤاد محمد سيد سالم

خطة كاملة أو شكل العمل وتوصية المستفيد بحق الامتياز التجاري بذلك لإدارة وتشغيل المؤسسة. وتعتمد الخطة على تقديم الإجراءات التفصيلية المرحلة للأوجه العامة للمشروع وما يمكن أن يتوقع من مشاكل إدارية وكذلك يقدم منظومة متكاملة للقرارات التي سيواجهها المستفيد من الامتياز التجاري. ومن أهم مزايا شراء حق الامتياز التجاري أن نظام العمل وطرق توزيع السلع والخدمات المرتبط بالعلامة التجارية قد تم تطويرها واختبارها، وكنتيجة لذلك، يمكن توقع حدوث التوسع السريع والناجح في بيع التجزئة أكثر منه في حالة المشروعات التي تبدأ بأفكار «محلية»<sup>(iv)</sup>.

### ٣- الماركات العالمية:

الماركة هي ما تستعمله الشركات لتمييز منتجاتها عن المنتجات الأخرى من ذات الصنف. أنشئت أول علامة تجارية في بريطانيا عام ١٨٧٦. تقوم أغلب الدول بإصدار أنظمة تحمي حقوق مالكي العلامات التجارية. ويُشترط على الشركة التي ترغب في حماية علامتها التجارية أن تنص على طبيعة حقوقها في البلد الذي ترغب حماية علامتها التجارية فيه. ومعظم البلدان تسمح للشركة بتسجيل علامتها التجارية قبل البدء باستعمالها. وتشترط بعض البلدان التسجيل قبل الالتزام بحماية حقوق العلامة التجارية<sup>(v)</sup>.

### ٤- العلامة التجارية:

هي عبارة عن اسم مرتبط بمنج ما أو مُنتج وأصبحت العلامات التجارية من مكونات الثقافة والاقتصاد الهامة بطريقة متزايدة، حيث يتم وصفها الآن على أنها "ملحقات الثقافة والفلسفات الشخصية"<sup>(vi)</sup>.

وفي إطار ما سبق فان هذا البحث سوف يعالج قضية كفاءة صناعة الدواء في مصر وقيس العلاقة ما بين ذلك وبين أثر تطبيق الامتيازات التجارية للماركات العالمية.

### ثانياً: الدراسة الاستطلاعية ومشكلة البحث :

تسعي الدراسة الاستطلاعية إلى الإجابة عن التساؤل حول أثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أدائها؟ ويتفرع من التساؤل الرئيسي عدة أسئلة فرعية:

- ما هو اثر أساليب منح الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أداء شركات الأدوية المصرية؟

- ما هو اثر مدة منح الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أداء شركات الأدوية المصرية؟

- ما هو اثر مزايا منح الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أداء شركات الأدوية المصرية؟

- ما هو اثر معوقات منح الامتيازات التجارية للماركات العالمية علي كفاءة أداء شركات الأدوية المصرية؟

- ما هو أثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات

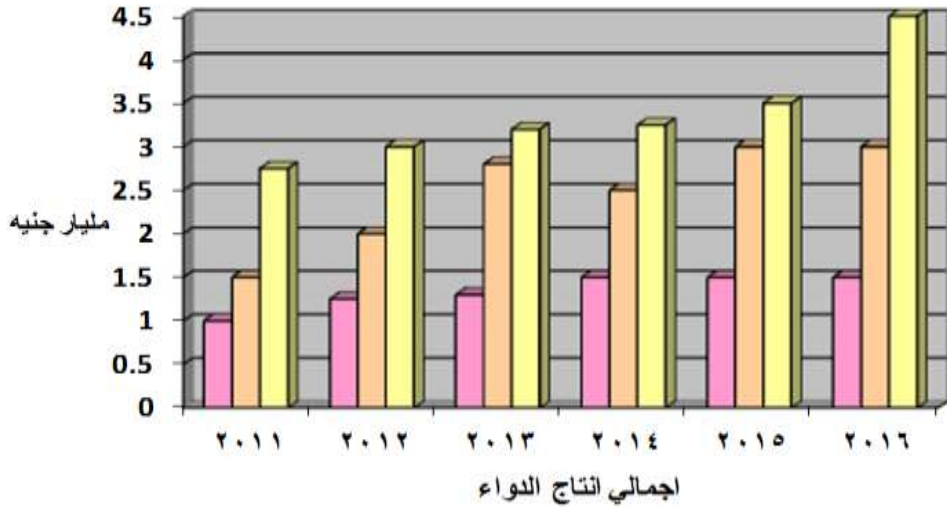
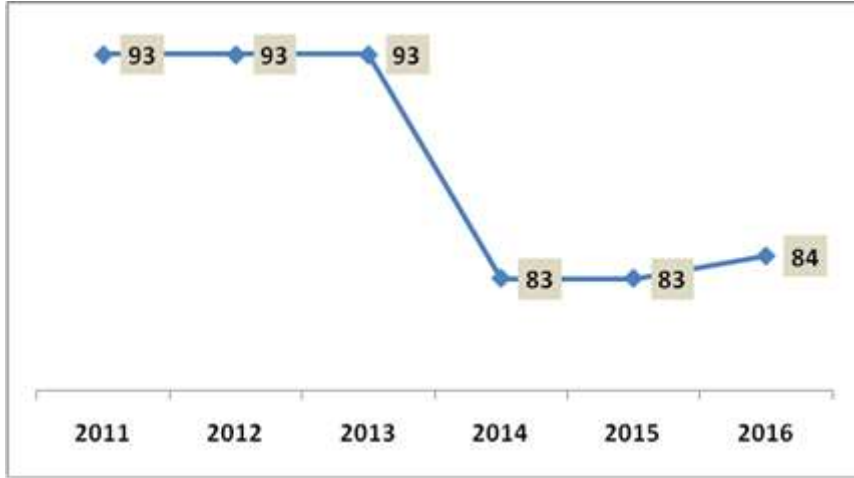
### العالمية على كفاءة أدائها؟

وقد تبين من نتائج الدراسة الاستطلاعية التي تمت على عدد من الشركات تنوعت ما بين القطاع الخاص والحكومي من أصل قائمة من شركات الأدوية في مصر عددها ١٩ شركة كما هو موضح في الجدول رقم (١) وهي:

١- شركة المهن الطبية للأدوية	٢- ميدزين للصناعات الدوائية	٣- سانوفي أفنتس
٤- القاهرة للأدوية	٥- فارما أفرسيز	٦- أسترا زينكا
٧- مصر للأدوية	٨- فاركو للأدوية	٩- ايبيكو
١٠- جلاكسو ولكم	١١- الإسكندرية	١٢- ايمك للتوزيع
١٣- نوفاتس	١٤- ممفيس	١٥- الفرعونية
١٦- فايزر	١٧- النيل	١٨- دلتا
١٩- سكويب		

ذكرت تقارير وأوراق عمل قدمت الى مؤتمر وزراء الصناعة العرب الذي عقد مؤخرا في دمشق أن الصناعة الدوائية في الدول العربية قد ارتفع إنتاجها إلى ما قيمته ٢.١٥ مليار دولار وان الوطن العربي يستهلك سنويا من الأدوية بقيمة ٤.٥ مليارات دولار وهذا يشكل ١.٥% من الاستهلاك العالمي. وتوقعت ورقة العمل المقدمة من المنظمة العربية للصناعة والتعدين ان يصل الإنتاج الدوائي العربي الى حوالي ٢.٥ مليار دولار مع بداية القرن المقبل ليغطي حوالي ٤٥% من استهلاك الوطن العربي والمقدر بـ ٥.٥ مليارات دولار وبزيادة سنوية قدرها ٥٠%. وقد وصل حجم الاستثمار في الصناعات العربية الدوائية نحو أربعة مليارات دولار. وذكرت ورقة العمل أن عدد المصانع في الوطن العربي بلغ ١٨٥ مصنعا. وحققت بعض الدول العربية تقدما في الصناعة الدوائية حيث تمكنت من تغطية نسبة مرتفعة جدا من استهلاكها ففي مصر تغطي الصناعة الوطنية ما يزيد على ٩٠% من استهلاك الدواء، وفي المغرب ٨٥% وفي سوريا ٧٥% بينما هذه النسبة في اليمن هي ٤٠% والسعودية والإمارات ٢٠% إما في لبنان فتصل إلى اقل من ١٢%.

يمثل الشكل التالي نسبة تغطية الإنتاج المحلي من الدواء لإجمالي الاستهلاك في مصر. مما يشير إلى تدني قدرة صناعة الدواء في مصر على مواجهة متطلبات السوق.



### ثالثاً: أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث للعديد من الاعتبارات العلمية والتطبيقية كما يتضح:

#### ١- الأهمية العلمية:

أ- يجب أن يكون هناك وجود لسياسة دوائية قومية حقيقية، وكذلك وجود سياسة علمية تكنولوجية قومية، مع أهمية وجود تنسيق تشابك وتكامل بين السياستين فيما يتعلق بصناعة الدواء، حيث أن الدواء - كما هو معروف - يعتبر منتج يعتمد على هذا بالإضافة إلى أهمية وجود تنسيق بين السياستين من البحث جهة، والتشريعات الوطنية في مجالات مثل الملكية الفكرية، والاستثمار... إلخ.

ب- يجب استخدام آلية التراخيص الإلزامية في إطار المنفعة الوطنية غير التجارية وهو

أمر يستحق الكثير من الاهتمامات الإدارية والتشريعية والتكنولوجية في مجالات الدواء. وجود خطأ استراتيجي كبير في صناعة الدواء المصرية وكذلك في العديد من الدول النامية، وهو الاعتماد الأساسي على تمدها أفضياً بإنشاء شركات جديدة، دون وجود تمدد رأسى لها من خلال التطوير التكنولوجى. وفى هذا الخصوص نشير إلى أن مقولة أن الصناعة الدوائية الوطنية تغطى نسبة عالية من الاستهلاك المحلى (مثلاً: تغطى ٩٣% فى مصر)، هى مقولة غير مناسبة للعصر. كانت هذه المقولة مناسبة لعصر خمسينات وستينات القرن العشرين، زمن الإحلال محل الواردات، أما الآن، فى بدايات القرن الحادى والعشرين، وبعد اتضاح الارتفاع الكبير لعناصر العلم والتكنولوجيا المتضمنة فى الدواء، فإن قدرة الصناعة الدوائية تظهر فى مؤشرات التطور التكنولوجى والقيمة المضافة والنصيب فى السوق العالمى. هنا نجذب الانتباه إلى أن الصناعة الدوائية فى بلدان مثل إنجلترا وسويسرا وألمانيا والنمسا وفرنسا تغطى ٦٠% من الاستهلاك المحلى، ذلك بينما لها أنصبة "الأسد" فى - فى حدود ٤٠ السوق العالمى. وفى المقابل فإن مقياس تغطية الاستهلاك المحلى بنسب عالية فى البلدان النامية) مثلما هو الحال فى مصر والمغرب وسوريا.. إلخ هو مقياس مضلل جداً، حيث هو لا يأخذ فى الاعتبار غير المنتج النهائى، ذلك بينما المواد الدوائية الخام ومواد التعبئة والتكنولوجيا تأتى جميعها أو معظمها من الخارج.

## ٢- الأهمية التطبيقية:

أ- التعرف على الواقع الفعلى لمستوى صناعة الدواء فى مصر مما يوفر أساساً لتطويرها والرقى بها من خلال المعايير العالمية وذلك فى ظل دخول القطاع الخاص فى مجال صناعة الدواء ومنافسة الشركات الحكومية والاستحواذ عليها.

ب- مساعدة القائمين على إدارة شركات الادوية فى التغلب على قصور النظم الحالية وذلك من خلال فهم مفاهيم ومعايير النماذج العالمية .

ج- ففي عام ٢٠٠٩ كانت قيمة الواردات الدوائية ٢٢٩.٦ وحتى عام ٢٠١٦ وصلت الي ٤٤٠.٢٢. فى حين أن قيمة الصادرات فى عام ٢٠٠٩ كانت ٣٥.١٩ وحتى وصلت فى عام ٢٠١٦ الي ٤٥.١ ولعل هذا ما يبرر اعتقاد البعض بأن صناعة الدواء فى مصر ستدخل منعطفاً محفوفاً بالمخاطر.

د- وضع إطار مقترح لتعظيم دور الامتيازات التجارية للماركات العالمية فى شركات صناعة الادوية المصرية.

هـ- تساعد تلك الدراسة فى التعرف على الآثار المترتبة على الامتيازات التجارية على كفاءة صناعة الأدوية فى مصر.

و- يساعد هذا البحث فى تحسين كفاءة صنع الدواء فى مصر عن طريق نظام الامتيازات التجارية مما سوف يعود بالنفع على العديد من الأشخاص والهيئات المستفيدة من قطاع



الدواء.

### رابعاً : أهداف البحث:

يسعى البحث لتحقيق الأهداف التالية:

- ١- فهم العلاقة بين تقييم الامتيازات التجارية وكفاءة شركات صناعة الأدوية المصرية مع تحليل أهم العوامل التي تساهم في تحسين كفاءة الشركات موضع الدراسة.
- ٢- التعرف على علاقة الارتباط والتأثير بين مدى منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية المصرية.
- ٣- تحديد نوع وقوة الارتباط بين مزايا منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية المصرية.
- ٤- التعرف على أثر معوقات منح الامتيازات التجارية على كفاءة شركات صناعة الأدوية المصرية.
- ٥- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات الموجهة للشركات موضع التطبيق مع تصور إطار مقترح يوضح العلاقة بين كفاءة شركات صناعة الأدوية المصرية وتقييم الامتيازات التجارية للماركات العالمية.

### خامساً: فروض البحث:

ينص الفرض الرئيسي على أنه "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر".

ويتفرع من الفرض الرئيسي مجموعة من الفروض الفرعية كالتالي:

#### **١- الفرض الأول:**

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر".

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية والتطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية وتدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.

ج- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية والمزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.

د- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية والعائد المالي لشركات الأدوية المصرية.

#### **٢- الفرض الثاني:**

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر".

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية والتطور

التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية وتدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.

ج- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية والمزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.

د- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية والعاقد المالي لشركات الأدوية المصرية.

### ٣- الفرض الثالث:

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر".

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية والتطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية وتدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.

ج- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية والمزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.

د- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية والعاقد المالي لشركات الأدوية المصرية.

### ٤- الفرض الرابع:

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية وكفاءة أداء شركات الأدوية في مصر".

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية والتطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية وتدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.

ج- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية والمزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.

د- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية والعاقد المالي لشركات الأدوية المصرية.

### سادساً: منهجية البحث:

بما أن الدراسة تستهدف معرفة أثر حصول شركات الأدوية المصرية على الامتيازات التجارية للماركات العالمية على كفاءة أدائها، لذا سوف يتم استخدام المنهج الوصفي بأسلوبه التحليلي في إعداد الدراسة التطبيقية ويقصد بالمنهج الوصفي التحليلي صفة

فؤاد محمد سيد سالم

البحث التي تستهدف الوصف الكمي أو الكيفي لظاهرة اجتماعية أو إنسانية أو إدارية أو مجموعة من الظواهر المترابطة معاً من خلال استخدام أدوات جمع البيانات المختلفة كالمقابلة والاستقصاء وغيرها مما يجعل الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة واضحة بدرجة يسهل معها تحديد المشكلة تحديداً واقعياً تمهيداً لاختبار الفروض حولها.

سوف يتم اعتماد منهج البحث الوصفي والتطبيقي في الدراسة الحالية من حيث طرق جمع البيانات الأولية من مقابلات إلي استبيانات.. الخ. ثم بعد ذلك طرق للتطبيق مثل اللقاءات مع المقابلات مع مديري شركات الأدوية المختلفة والعاملين فيها ومجالس الإدارات المختلفة.

### سابعاً: الإطار المفاهيمي:

يعتبر قطاع الأدوية من القطاعات الإستراتيجية سواء علي مستوى الدولة أو علي مستوى القطاع الصحي وذلك لما له من تأثير فعال علي صحة الأفراد وعلي اقتصاديات العلاج وتكلفته وقد أصبح الدواء في العصر الحديث من الحقوق الأساسية للإنسان وبالتالي لم يعد سلعة يختص بها الأغنياء دون الفقراء بل أصبح سلعة إستراتيجية يقع علي الدولة عبء توفيرها للجميع يساهم توفير الأدوية مساهمة فعالة في تحقيق خطط الرعاية الصحية بكفاءة عالية. (vii)

أن حق الامتياز (الفرنشايز) يتكون من ثلاثة محاور رئيسة هي المانح والممنوح وموضوع حق الامتياز متمثلاً في عملية توثيق الخبرات في أدلة عمل لجميع مراحل الإنتاج والتوزيع والإدارة والتسويق... إلخ من الموضوعات المتعلقة بحق الامتياز (الفرنشايز) موضوع الدراسة. (viii)

وتعرف هيئة الفرنشايز الدولية (IFA) حق الامتياز بأنه علاقة مستمرة يقوم فيها صاحب حق الامتياز (الفرنشايز) بمنح ترخيص للحصول على حق الامتياز (الفرنشايز) لممارسة النشاط بالإضافة إلى المساعدة في التنظيم، والتدريب، والإدارة التجارية في مقابل اعتبارات مادية ومعنوية يحصل عليها المانح. (ix)

### ثامناً: الدراسة الميدانية:

يتكون مجتمع الدراسة من طاقم الإداريين وطاقم العاملين في شركات الأدوية المصرية بالإضافة إلي عملاء تلك الشركات وقد قام الباحث باستخدام أداة الاستقصاء لجمع البيانات وتم تحديد حجم العينة من خلال المعادلة التالية:

حجم العينة =

$$N = \frac{\hat{p}(1 - \hat{p})z^2}{ME^2}$$

حيث :

N ← حجم العينة

المبدئي.

Z ← القيمة الجدولية تحت منحنى التوزيع الطبيعي وتساوي 1.96 .  
 $p^{\wedge}$  ← نسبة عدد المفردات التي تتوافر فيها الخاصية أو الخصائص موضوع البحث  
 ويمكن افتراض  $P = 50\%$  للحصول على أكبر حجم للعينة.  
 $(1 - p) - 1 = 50\% = 50\%$   
 $ME2$  ← درجة الخطأ المسموح به تساوي  $5\%$ .  
 وتطبيق القانون:

$$n = \frac{0.5 * 0.5 * (1.96)^2}{(0.5)^2} = 384$$

حتى تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة فقد تم اختيار عينة طبقية عشوائية من مجتمع الدراسة و ذلك من خلا استطلاع آراء واتجاهات ثلاثة فئات وهم:

- الفئة الأولى: تتكون من إدارة شركات الأدوية المصرية.
- الفئة الثانية: تتكون من عملاء شركات الأدوية المصرية.
- الفئة الثالثة: تتكون من العاملين بشركات الأدوية المصرية.

جدول رقم (٢) يوضح التوزيع التكراري النسبي لفئات العينة

البيان	التكرار	%
العاملين	٨٠	٢٠.٦٧%
العملاء	٢٢٧	٥٨.٦٦%
المديرين	٨٠	٢٠.٦٧%
الإجمالي	٣٨٧	١٠٠.٠٠%

يتضح من الجدول رقم (٢) أنه تم تقسيم عينة الدراسة بحيث تشمل الفئة الأولى إدارة شركات الأدوية المصرية بنسبة  $20.67\%$  من إجمالي عدد العينة و عددها ٨٠ مفردة و الفئة الثانية عملاء شركات الأدوية المصرية بنسبة  $58.66\%$  من إجمالي عدد العينة و عددها ٢٢٧ مفردة و الفئة الثالثة العاملين بشركات الأدوية المصرية بنسبة  $20.67\%$  من إجمالي عدد العينة و عددها ٨٠ مفردة.

جدول رقم (٣) يوضح نسبة استجابة فئات العينة

الفئة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المفقودة	عدد الاستمارات الصحيحة	نسبة الاستجابة
العاملين	٨٥	٥	٨٠	٩٤.١٢%
العملاء	٢١٤	٤٦	١٦٨	٧٨.٥٠%
المديرين	٨٥	٥	٨٠	٩٤.١٢%
الإجمالي	٣٨٤	١٣	٣٢٨	٨٥.٤٢%

يتضح من الجدول رقم (٣) قد بلغت نسبة استجابة مديري شركات الأدوية المصرية نسبة  $94.12\%$  ونسبة استجابة عملاء شركات الأدوية المصرية بنسبة  $78.50\%$  من

فؤاد محمد سيد سالم

إجمالي عدد العينة ونسبة استجابة العاملين بشركات الأدوية المصرية نسبة ٩٤.١٢% وإجمالي استجابة عينة الدراسة ٨٥.٤٢%.

### صدق وثبات الأداة:

للتأكد من الصدق الظاهري لقائمة الاستقصاء تم التأكد من كون الأسئلة (الفقرات) والتي تتعلق بالموضوع الأساسي كما تم التأكد من دقة الفقرات وقياسها لما وضعت من أجله.

### صدق الأداة:

قام الباحث بعرض قائمة الاستقصاء على عدد من الأساتذة المختصين في مجال الدراسة حيث تم تصميم قائمة الاستقصاء وإرسالها إلى مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة، وعدد من الممارسين والمهتمين في موضوع الدراسة، وذلك للتأكد من مدى صلاحية قائمة الاستقصاء لغرض الدراسة، والتأكد من شمولية المعلومات التي تغطي أهداف الدراسة وموضوعها، وقد أخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار وقام الباحث بإجراء العديد من التعديلات التي شملت إلغاء بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر، كما تم تعديل صياغة بعض الفقرات بحيث استقر الاستبيان على وضعه النهائي قبل بدء التوزيع.

### ثبات أداة البحث:

تم التأكد من ثبات أداة الدراسة من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ وهو ما يطلق عليه معامل الاعتمادية، وذلك لتحديد معامل ثبات قائمة الاستقصاء وقياس صدق الاتساق الداخلي لقائمة الاستقصاء كما بالجدول رقم (٤):

جدول رقم (٤) يوضح معامل ألفا كرونباخ (Cornbrash's Alpha Coefficient)

المحاور	معامل الثبات للتجزئة	النصفية	معامل ألف كرونباخ
الثبات الكلي لقائمة الاستقصاء	سيبرمان- براون	جيتمان	٠.٩٢٣
	٠.٩٤٣	٠.٩٤١	

أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تفوق الحد المسموح به لثبات أداة الدراسة (٧٠%) وحيث بلغت قيمة الثبات الكلي لأداة الدراسة (٩٢.٣%) وبالتالي نستنتج من ذلك أن أداة الدراسة تحقق درجة عالية من الصدق والثبات والاعتمادية، مما يشير إلى صلاحية استخدام الأداة لجمع البيانات الأولية التي تحقق أهداف الدراسة، وبالتالي يمكن الوثوق بالنتائج التي تتوصل إليها الدراسة.

### تاسعاً: النتائج و التوصيات:

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة كالتالي :  
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية و التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية و تدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية و المزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب منح الامتيازات التجارية و العائد المالي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية و التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية و تدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية و المزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة منح الامتيازات التجارية و العائد المالي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية و تدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية و المزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مزايا منح الامتيازات التجارية و العائد المالي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية و التطور التكنولوجي لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية و تدريب العاملين بشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية و المزايا التسويقية لشركات الأدوية المصرية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معوقات منح الامتيازات التجارية و العائد المالي لشركات الأدوية المصرية.

وقد أوصت الدراسة بالتالي:

- يجب إعادة تصميم معايير جديدة لاختيار بين أساليب منح الامتيازات التجارية بما يتلاءم مع طبيعة الأدوار الموكلة و ذلك لتحفيز شركات الأدوية المصرية على زيادة و

سرعة الاستجابة لعروض الشركات الأم.  
- التركيز على تصميم وتقديم برامج تدريب من خلال خبراء متخصصين لإكساب العاملين بشركات الأدوية المصرية مهارات و معارف جديدة تساعدهم على رفع مستويات الاعتمادية و بالتالي زيادة فرص الحصول على التراخيص من الشركات الأم.  
- ضرورة توفير بيئة العمل و التسهيلات المادية اللازمة و الضرورية التي تساعد إدارة شركات الأدوية المصرية على زيادة مدة منح الامتيازات التجارية.  
- عدم اهتمام الإدارة بالتخطيط على الأجل القصير و عدم اعتماد المديرين و قضاء معظم أوقاتهم في التخطيط والمتابعة دون الاهتمام و الطلب من المرؤوسين بفتح حوار معهم و تطبيق سياسة الباب المفتوح.  
- إعطاء إدارة شركات الأدوية فرص لتقديم العاملين أفكار و حلول جديدة للمشاكل التي تواجه الشراكة بينها و بين الشركات المانحة للامتيازات التجارية.  
- ضرورة الاهتمام من الإدارة بكل من:  
· النظم و السياسات و الإجراءات.  
· شكل العلاقة بين الإدارة و طاقم العاملين.  
· الأسس المستخدمة من الإدارة في تقييم جدوى تراخيص الامتيازات التجارية بحيث تشمل الأثر المالي و الأثر التسويقي.  
· التشاور بين مانح الامتياز و شركة الأدوية المصرية في اتخاذ القرارات.  
مما يعزز من التعاون المشترك بين مانحي الامتيازات التجارية و شركات الأدوية و هو ما ينعكس على كفاءة أدائها المالي و التسويقي و أداء العاملين.

## المراجع:

- (<sup>i</sup>) Hall, K. (1997), Power and Privilege: Objectivity, Commercial Interests and Standard Form Contracts. Griffith L. Rev., 6, 30.  
(<sup>ii</sup>) Feldman, S. W. (1984). **Governments' Commercial Data Privilege under Exemption Five of the Freedom of Information Act**, The. Pub. Cont. LJ, 15, 122.  
(<sup>iii</sup>) Cramer, J. A. (2004). **A systematic review of adherence with medications for diabetes**. Diabetes care, 27(5), 1218-1224.  
(<sup>iv</sup>) Neumayer, E. (2011). **Strategic Delaying and Concessions Extraction in Accession Negotiations to the World Trade Organization**. London: LSE Working Paper.  
(<sup>v</sup>) Singh, J. P. (2010). Development Objectives and Trade Negotiations: Moralistic Foreign Policy or Negotiated Trade Concessions?. **International Negotiation**, 15(3), 367-389.

(<sup>vi</sup>) Hornbeck, S. K. (2002). Trade, Concessions, Investments, Conflict and Policy in the Far East. Proceedings of the Academy of Political Science in the City of New York, 80-98.

(<sup>vii</sup>) د . سيد محمد جاد الرب، (٢٠٠٩)، إدارة المنظمات الصحية والطبية- مدخل متكامل في اطار المفاهيم الادارية الحديثة، القاهرة، دار النهضة العربية.

(<sup>viii</sup>)Wei, Yu-Chen, et al, (2016), A fit perspective approach in linking corporate image and intention-to-apply, **Journal of Business Research**, Vol. 69, No. 6, PP. 2220-2225.

(<sup>ix</sup>) International Franchise Association (<http://www.franchise.org>)