

أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي

عماد عاطف حسونه¹، نعمه عباس الخفاجي²

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. وقد تم تحليل آراء وإستجابات وحدة المعاينة فيما يتعلق بأثر المعرفة بالأعمال الدولية بأبعادها والمتمثلة في المعرفة (بالزبائن الحاليين والمحتملين، والموردين الحاليين والمحتملين، والشركاء الحاليين والمحتملين، والمنافسين الحاليين والمحتملين، والظروف الاقتصادية، والظروف القانونية، والظروف التكنولوجية) في الأسواق الدولية على إستراتيجيات التعاون بأبعادها المتمثلة في (إستراتيجية المشاريع المشتركة، وإستراتيجية التحالفات التعاقدية). وتعدّ هذه الدراسة وصفية وتحليلية لكونها تبحث في وصف مستوى إهتمام المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي بالمعرفة بالأعمال الدولية وإستراتيجيات التعاون. وكذلك تحليل أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون. وقد تكونت عينة الدراسة من إحدى عشر شركة أردنية للصناعات الدوائية ذات نطاق دولي مسجلة في الجمعية الأردنية للصناعات الدوائية. وقد استخدمت عدة أدوات لجمع البيانات لغرض الدراسة والتحليل. فقد تمت مراجعة المواقع الإلكترونية للشركات المبحوثة. كما وتم استخدام الإستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات حيث تم توزيع (154) إستمارة مكونة من ثمانين فقرة، وتم إسترداد (125) إستمارة صالحة للتحليل. وقد استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل إستجابة وحدة المعاينة وإختبار الفرضيات وكان من أهمها: التكرارات، والمتوسطات الحسابية، والإنحرافات المعيارية، ومقياس كرونباخ ألفا، وإختبار الإنحدار الخطي المتعدد التدريجي لإختبار فرضيات الأثر. وقد كانت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي:

1. إن مستوى إهتمام أغلب المديرين بالمعرفة بالأعمال الدولية وإستراتيجيات التعاون قد تراوح بين الدرجة المتوسطة والمرفعة.
2. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية المتمثلة ب(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) على إستراتيجيات التعاون الدولي.
3. أن بُعد (المعرفة بالظروف القانونية) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجيات التعاون الدولي مقارنة ببقية الأبعاد.
4. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبُعدين من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة ب(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء) على إستراتيجية المشاريع المشتركة.
5. أن بُعد (المعرفة بالظروف القانونية) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجية المشاريع المشتركة مقارنة ببقية الأبعاد.
6. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة ب(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) على إستراتيجية التحالفات التعاقدية.
7. أن بُعد (المعرفة بالشركاء) هو الأكثر تأثيراً على التحالفات التعاقدية مقارنة ببقية الأبعاد.
8. برهنت النتائج على ملائمة فكرة النموذج بصورة جزئية لتفسير أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون.

الكلمات الدالة: المعرفة بالأعمال الدولية، إستراتيجيات التعاون، شركات صناعة الأدوية.

المقدمة

التغيير في الظروف المرتبطة بالأسواق، وشدة المنافسة نتيجة العالمية، وفتح الأسواق والاقتصاديات على بعضها، وحرية حركة رأس المال، وعوامل الإنتاج والمنتجات، والتنافس العالمي، والتغيير

¹ أستاذ مساعد، جامعة البتراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، قسم إدارة الأعمال.

emad_hassouneh@hotmail.com

² أستاذ دكتور، جامعة عمان العربية، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال.

neamaabass@yahoo.com

تاريخ استلام البحث 2014/8/27 وتاريخ قبوله 2015/7/30.

الأردن والتي تشهد تطوراتٍ سريعةً وجوهريّةً على المستوى الدولي (El-Quqa et al., 2007). ونتيجةً للتحديات والمخاطر التي تواجه شركات صناعة الأدوية الأردنية في الأسواق الدولية لجأت معظم تلك الشركات للدخول في إستراتيجيات تعاونية لمواجهة التحديات والعقبات التي قد تحيط بها من جهة، والاستفادة من القدرات والمهارات وبراءات الإختراع لدى الشركاء في التعاون من جهة أخرى.

تستمد الدراسة أهميتها النظرية من كونها تتميز عن الدراسات السابقة بأنها تناولت المعرفة بالأعمال الدولية كمفهوم حديث على المستوى العالمي والمحلي لقياس اثره على إستراتيجيات التعاون في حين تناولت الدراسات السابقة ابعاد المعرفة بالأعمال على المستوى المحلي من منظور التحليل البيئي. فضلا عن استخدامها مزيج من ابعاد المعرفة بالأعمال الدولية والتي لم تتطرق اليه الدراسات السابقة كمفهوم وتركيبية على المستوى المحلي. وكذلك تقديمها مراجعة نظرية شكلت اساس صياغة مشكلة وفرضيات وانموذج الدراسة. كما وأنها شكلت إستجابة لما توصلت له دراسة Jung et al. (2009) إلى أنّ أقلّ من 7% من المجالات الأكاديمية المختارة تقدّم معرفةً بالأعمال الدولية مما يوجب البحث في هذا المجال لزيادة الإثراء المعرفي.

ومن الناحية العملية تستمد الدراسة أهميتها في إمكانية الإستفادة من النتائج في تحديد أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية التي قد تساعد إدارة الشركات المبحوثة في ترشيد عملية الإختيار لإستراتيجيات التعاون الواجب إتباعها، والتي تحقق لتلك الشركات غاياتها من النمو والتوسع واستغلال الميزات المرتبطة بالتكاليف والميزات التنافسية المرتبطة بالصناعة في الأسواق الدولية.

مشكلة الدراسة

في ظل تزايد عولمة مجتمعاتنا والتغير في الظروف المرتبطة بالأسواق وشدة المنافسة العالمية، يصعب على شركات الأعمال تحمل تبعات بقائها في الوهم القائم على أن أسواقهم المحلية ستبقى دائماً قوية، ولا بد لهم من إعادة النظر في الطرق والأساليب والإستراتيجيات المتبعة من قبلهم دولياً. وبالإشارة إلى أنّ الدخول في الأعمال الدولية واتخاذ القرارات الخاصة

التكنولوجي السريع في مجالات النقل والاتصالات جعل تنبئي الشركات لإستراتيجيات الأعمال الدولية كشرط للبقاء في السوق أمراً حتمياً والذي يحقق لتلك الشركات الميزات المستهدفة من دخولها في الأسواق الدولية مثل زيادة الحصة السوقية، وزيادة المبيعات، وخفض التكاليف واكتساب مصادر جديدة غير متاحة في البلد الأم. كما أنّه وفي ظل اقتصاد المعرفة وكون الصناعات الدوائية صناعةً مبنيةً على أساس المعرفة تعتمد فيها الميزة التنافسية على الابتكار لمنتجات جديدة وتقليص الوقت المطلوب لخروج تلك المنتجات للسوق والاختيار الصحيح لإستراتيجيات التعاون والتنافس الدولية الواجب اتباعها، فقد زادت الحاجة والطلب على المعرفة بالأعمال الدولية بأبعادها المختلفة حيث تُعدّ من أهم المصادر التي تسهم في نجاح الشركات ذات النطاق الدولي (Jung et al., 2009).

وتتبع أهمية إستراتيجيات التعاون لشركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي في الأردن من حقيقة أنّ ما يقارب من ثلاثة أرباع إجمالي المنتجات الدوائية الأردنية تصدر إلى الأسواق الدولية (El-Quqa et al., 2007). ولضمان نجاح الإستراتيجيات الدولية المتبعة زاد اهتمام الشركات ذات النطاق الدولي بالمشاركة بالمعرفة العكسية والتي تتمثل في نقل ومشاركة المعرفة المتوفرة لدى المديرين ذوي الخبرة في الأسواق الدولية (المعرفة حول الزبائن والمنافسين والموردين والشركاء والظروف القانونية والاقتصادية والظروف التكنولوجية) مع الإدارة العليا المسؤولة عن التخطيط الاستراتيجي، بينما انصب تركيز الشركات سابقاً على نقل المعرفة الخاصة بهم من الشركة الأم إلى مديريها العاملين في الأسواق الدولية من أجل ضمان تنفيذ إستراتيجياتها. لذلك فإنّ الدراسة الحالية تسلط الضوء على أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي، والتي يتوقع أنّ تساعد الإدارات في الصناعات الدوائية الأردنية ذات النطاق الدولي، في تحديد المعرفة المهمة والواجب توافرها ومشاركتها مع الآخرين، من أجل المفاضلة بين الخيارات الإستراتيجية المتاحة.

أهمية الدراسة

تعد الصناعات الدوائية ثاني أكبر صناعة تصديرية في

الأردنية ذات النطاق الدولي؟

1-2 ما أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي؟

"الإطار النظري وأ نموذج الدراسة" المعرفة بالأعمال الدولية:

ازداد الاهتمام بالمعرفة باعتبارها ذات أهمية جوهرية لإدارة الشركات خاصة في مجتمع المعرفة حيث إن التغييرات في أسلوب انجاز الأعمال، والاستخدام المكثف لتكنولوجيا الاتصالات المتطورة، وما رافقها من تعقيدات تتطلب إجراء تغييرات اجتماعية وأخرى ثقافية، حتى أصبح العالم قرية صغيرة بسبب العولمة، وكثافة المنافسة الدولية. تشير هذه العوامل إلى وجود حاجة متزايدة لوضع المعرفة في مركز فلسفة مجتمع المعرفة المعاصر (Assudani, 2005). وأصبحت المعرفة وما يتصل بها من أصول غير ملموسة من العوامل الرئيسية للميزة التنافسية في الدول المتقدمة. إذ رأى (Teece 1998) إن الغاية من ذلك تعود إلى أهمية المعرفة بحد ذاتها والتوسع المتسارع في السلع، وعوامل السوق، الأمر الذي جعل منها أصولاً غير ملموسة تؤدي دوراً أساسياً في التمايز التنافسي في مختلف قطاعات الاقتصاد الدولي.

أكدت (Assudani, 2005) أنه على إدارة الشركات إدراك القواعد المعرفية ولكنها تحتاج كذلك إلى الاستفادة من القواعد المعرفية تلك لتحقيق النمو المستدام من خلال استثمار نتائج الابتكار والتعلم. وبيّن (Gao et al; 2008) أن شركات الأعمال تمتلك مصلحة في استخدام كل من المعرفة بأعمالها والمعرفة الشخصية المتوفرة لدى مديرها. وحدد أن المقصود بالمعرفة بالأعمال هنا هو المعرفة العملية أو المفيدة للإدارة، والإنتاج، والخدمات، والابتكار في مجال الصناعات بدلاً من المعرفة الاجتماعية والعلمية الأوسع.

وعدّ الباحثان (Musteen and Datta, 2011) أن المعرفة بالأسواق الدولية مهمة لجميع الشركات التي تتطلع لأن تصبح أعمالها دولية. حيث تساعد المعرفة إدارة تلك الشركات في تلبية متطلبات الزبائن بصورة أفضل، وتوقع حركة المنافسين في أسواقها المستهدفة، وتسهيل عملية تحديد

بالإستراتيجيات والأسواق قد ينطوي على بعض من المخاطر من مثل مخاطر الموقع والصناعة والمخاطر الاقتصادية والتي لا بد للمديرين والشركات من إدراكها بحيث تكون على وعي ودراية من تلك المخاطر وكيفية التعامل معها وتداركها.

كما وإن إرتفاع درجة عدم التأكد والخوف من المجهول نتيجة النقص في المعرفة بشأن الأسواق الدولية أصبح رادعاً ومانعاً للعديد من الشركات للتوسع دولياً (Spence & Crick, 2004)، حيث إن الشركات التي لا تمتلك تلك المعرفة ستقتصر مشاركتها في الأعمال الدولية من خلال إستراتيجيات بسيطة مثل التصدير، وسوف لن تكون قادرة على استغلال إمكاناتها وقدراتها بالكامل (Wittine, 2012). وفي ضوء الزيارة الأولية لعدد من شركات الصناعات الدوائية الأردنية ذات النطاق الدولي ومن خلال المقابلات التي أجريت مع عدد من المديرين ورؤساء الأقسام في تلك الشركات اتضح وجود نقص وتفاوت في المعرفة بالأعمال الدولية بأبعادها المختلفة، كما لوحظ أيضاً وجود تفاوت في مدى اعتماد إدارات تلك الشركات على المعرفة بالأعمال الدولية بأبعادها عند اختيار إستراتيجيات التعاون والذي قد يؤثر على مدى تحقيق الأهداف المرجوة من الشراكة والتوسع دولياً.

بناءً على ما تقدم فإن الغرض من الدراسة هو تحديد أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

ويمكن تحقيق غرض الدراسة من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية:

1. ما مستوى إهتمام المدراء بالمعرفة بالأعمال الدولية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي؟
2. ما مستوى إهتمام المدراء بإستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي؟
3. ما أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون بأبعادها (إستراتيجية المشاريع المشتركة، إستراتيجية التحالفات التعاقدية) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي؟

وتتفرع منه الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1-1 ما أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية

الدولية والعالمية.

وعرّفها (Fernhaber et al., 2009) بأنها المعلومات، والمعتقدات، والمهارات التي تتمكن الشركات من استخدامها في أعمالها ذات النطاق الدولي. وأكدت كذلك أنّ المعرفة بالأعمال الدولية تشكّل أحدَ الموارد غير الملموسة لريادة الأعمال دولياً والتي تساعد في تحقيق ميزة تنافسية دولية مستدامة.

وعرّفَت المعرفة بالأسواق الدولية بأنها تلك المعرفة الخاصة بممارسات الأعمال والفرص المحتملة في الأسواق الخارجية، والمعرفة بالثقافة المحلية، والظروف التنافسية، وحاجات الزبائن، والمعرفة الأوسع والأشمل ببيئتها المؤسسية (Musteen & Datta 2011).

يستنتج أنّ المعرفة بالأعمال الدولية هي تأطير للمعلومات والبيانات المتوفرة في أذهان المديرين وقواعد بيانات الشركات عن العناصر والأبعاد والبيئات المكوّنة للأعمال في الأسواق الدولية، والتي يتمّ تطويرها وتوظيفها بما يخدم تلك الشركات في توجيه قراراتها الإستراتيجية، وتنفيذ أعمالها، وزيادة فرص نجاحها دولياً.

أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية

بههدف تحديد ووصف المعرفة بالأعمال الدولية، فلابدّ من التطرّق إلى آراء مجموعة من الباحثين والتعرف على الأبعاد التي تطرّقوا لها، كما هو موضح في الجدول (1):

جدول (1)

أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية من وجهة نظر عينة من الباحثين.

الباحثان/ السنة: أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية
(Eriksson et al., 1997): المعرفة الخاصة بالتدويل: وهي المعرفة بقدرات الشركة ومواردها، والمعرفة بالأعمال: وهي المعرفة بالزبائن، والمعرفة بالمنافسين، والمعرفة بالسوق، والمعرفة المؤسسية: وهي المعرفة بمعايير المؤسسات، والمعرفة بالأنظمة والتشريعات، والمعرفة بالقيم والثقافة.
(Lord and Ranft, 2000): المعرفة باللغة والثقافة، والمعرفة بالظروف السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية.
(Karaszewski, 2008): المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين، وبالشركاء الحاليين والمحتملين، وبالموردّيين الحاليين والمحتملين، وبالوضع الاقتصادي في المنطقة، وبأصحاب المصالح، وبالبيئة الاجتماعية والثقافية في المنطقة، وبالظروف السياسية والقانونية في المنطقة، وبالتكنولوجيا، وبالمؤسسات الاستشارية والتدريبية، وبالتطور العلمي، وبالمراكز العلمية

الشركاء في التحالفات المحتملة، وتطوير شبكات الموردين في الأسواق الدولية. كما أنّ معرفة إدارة الشركات وفهمها لبيئتها التنافسية والسياسية الدولية، يمكّنها من التعامل مع المعوقات والحواجز التي توضع من قبل الحكومات أو الشركات الموجودة في تلك الأسواق وبالتالي تمكينها من التنافس بفاعلية في الأسواق الدولية. وأوضحا أنّ هكذا نوع من المعرفة يساهم بتقليل درجة عدم التأكد في أذهان المديرين، بما يحفزها لزيادة مستوى الاهتمام بالأسواق الدولية.

مفهوم المعرفة بالأعمال الدولية

بههدف تحديد المعرفة بالأعمال الدولية كمتغير مستقل ينبغي تقديم بيان لمفهومها بالإعتماد على آراء مجموعة من الباحثين والكتاب في حقل الأعمال الدولية. فقد حدد (Jung et al., 2009) المعرفة بالأعمال الدولية على أنها المعلومات المرتبطة بعمليات الشركات التي تمتد أعمالها إلى مجموعة دول. وقد عمل (Jung et al., 2009) على ربط الحاجة إلى المعرفة بالأعمال الدولية بالتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات، والتجارة الحرة التي تخدم شركات الأعمال عابرة القارات في دخول الأسواق الدولية وتحقيق التبادل التجاري للسلع والخدمات. واستعان كل من (Kedia & Daniel, 2003) بالمنهج التكامل لتوضيح المعرفة بالأعمال الدولية، بحيث تتضمن معرفة سياسة الدول ومعرفة أوضاعها الاقتصادية وظروفها الاجتماعية والاختلافات الثقافية بينها، ومدى تأثيرها على حركة الشركات في الأسواق

<p>والبحثية، وبالبيئة الاجتماعية في الشركة، وبالمنتج، وبأساليب الإدارة، وبالموظفين.</p> <p>(Javernick-will, A, 2009): المعرفة التنظيمية: وهي المعرفة بالأنظمة والقوانين، والمعرفة بمعايير وعمليات الموافقة، والمعرفة بسياسة الحكومات، والمعرفة المعيارية: وهي المعرفة بممارسات العمل، والمعرفة بالمعايير الاجتماعية، والمعرفة بالتوقعات والتفضيلات المحلية، والمعرفة بتنظيم الصناعة، والمعرفة بالخدمات اللوجستية والموارد المتاحة، والمعرفة بالسوق، والمعرفة الثقافية: وهي المعرفة بالممارسات الثقافية والمعتقدات والقيم.</p> <p>(West & Noel, 2009): المعرفة بالصناعة، وبالنهج الاستراتيجي لدى الإدارات، وبكيفية البدء بالمشاريع الجديدة.</p> <p>(Musteen & Datta, 2011)، (Musteen, 2006): المعرفة بالمنافسين في الأسواق الدولية، وبالمخاطر في الأسواق الدولية، وبالزبائن في الأسواق الدولية، وبالظروف والأنظمة القانونية في الأسواق الدولية، وبالبنية التحتية في الأسواق الدولية، وبالاختلاف الثقافي والاجتماعي في الأسواق الدولية.</p>

حاجات ومتطلبات الزبائن، وتفضيلاتهم، والقوة الشرائية لديهم الناتجة عن التغيير في بيئة الأعمال الدولية، فقد أصبحت معرفة الشركات بالزبائن أمراً حتمياً. كما ويتوجب على شركات الأعمال تفعيل برامج وآليات تمكنها من حفظ المعرفة بالزبائن، المتوفرة والمترسخة في عقول الأفراد الذين يتعاملون مع الزبائن بشكل مباشر في قواعد بيانات خاصة بالشركات، بحيث تُستخدم من قبل المديرين ومُتخذي القرار كمورد استراتيجي مهم في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية دولياً.

- المعرفة بالموردين (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية

أشار (Willcocks et al., 2007) إلى أن هناك ثلاث فئات من الكفاءات والجدارات يتوجب على شركات الأعمال التأكد من وجودها في الموردين الدوليين، وهي: كفاءة التسليم والتي تستند على قدرة الموردين واستعدادهم لتلبية الاحتياجات التشغيلية اليومية للعملاء، وكفاءة التحول والتي تستند إلى استعداد الموردين لتقديم خدمات محسنة من حيث التكلفة والجودة، والنوع الأخير من الكفاءات هو كفاءة العلاقة، والذي يستند إلى قدرة وقابلية الموردين للتكيف مع أهداف وقيم واحتياجات العملاء.

وأوضح (Li et al., 2010) أن المعرفة بالموردين الدوليين يمكن أن تشمل على معرفة عدد سنوات الخبرة التي عمل فيها المورد دولياً، وحجم المورد من حيث عدد الموظفين، والمعرفة بأداء المورد من حيث جودة المنتجات، والتزامه بمواعيد التسليم، والدعم الذي يقدمه في المبيعات

ولأغراض الدراسة الحالية فقد تم اختيار أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية الآتية:

- المعرفة بالزبائن (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية

أشار (Gebert et al ; 2003) أن المعرفة بالزبائن يجب أن تكون شفافة داخل شركات الأعمال، على الرغم من ضرورة التأكد من عدم نشرها خارج حدود الشركة حيث إنه يمكن تحويلها إلى ميزة تنافسية. ورأى أن التحدي الذي يواجه شركات الأعمال هو التساؤل عن كمية المعلومات التي يمكن تحويلها إلى معرفة عن الزبائن. إضافة إلى ذلك فقد أكد (Karaszewski, 2008) أن شركات الأعمال يجب أن تحرص على معرفة حاجات وتفضيلات الزبائن، والقوة الشرائية للزبائن في الأسواق الدولية في سعيها للحصول على ميزة تنافسية دولية مستدامة.

ورأى (Aziz & Sparrow, 2011) أن هناك إدراك متزايد من قبل شركات الأعمال لقيمة وأهمية المعرفة بالزبائن، وأنه في ظل توفر العديد من الخيارات التي يقدمها المنافسون فإن على شركات الأعمال وخصوصاً الإدارات العليا فيها أن توظف المعرفة المتوفرة لديها عن الزبائن في تحسين وتطوير مختلف الجوانب في منظماتهم.

يُستنتج من ذلك أن المعرفة بالزبائن هي أحد الموارد المهمة، والتي تساعد الشركات في تحقيق التمايز دولياً. ويرى الباحثان أنه وبالنظر إلى الزبائن كعنصر أساسي لشركات الأعمال تعتمد عليه في وجودها وبقائها، ونتيجة للتغير في

(Brouthers et al., 2002, Akhter & Robles, 2006).

بينما أشار (Blackmore & Kendrick, 2002) أن معرفة الشركات بالمنافسين والتمثلة في (معرفة الغايات والأهداف من أعمالهم، ومعرفة خططهم المستقبلية، ومعرفة قدراتهم وإمكانياتهم، ومعرفة مدى تعرضهم للمخاطر الناتجة عن الضعف في سلاسل التوريد الخاصة بهم) يساعدها في اكتساب الحصة السوقية الأكبر وتجنب الاصطدام المفاجيء بنشاطات المنافسين في الأسواق الدولية.

بالنظر إلى المنافسين كنصر رئيسي في الأسواق الدولية وحقيقة من حقائق الأعمال بالنسبة لمعظم الشركات لا يمكن انكارها، يرى الباحثان أن المعرفة بالمنافسين والظروف التنافسية تمكن شركات الأعمال من التخطيط الاستراتيجي الفعال لأنشطتها وعملياتها في مختلف جوانب الشركة بدءاً من عملية تدويلها وانتهاءً بالجوانب الأخرى مثل التسويق، والتطوير، والإنتاج، والبيع، والتسعير.

- المعرفة بالظروف الاقتصادية في الأسواق الدولية

أوضح كل من (Akhter & Robles, 2006) أنه وبالنظر إلى التقلبات الاقتصادية وتأثيرها على مستوى الشركات، فإن التقلبات في أسعار الصرف والفائدة والأسعار بشكل عام تؤوّل إلى مخاطر اقتصادية قد تقلل من رغبتها في تخصيص الموارد الإستراتيجية في أسواق تلك البلدان، مما يستدعي تعاون الشركات مع شركاء محليين تستطيع من خلالها الحصول على المرونة الإستراتيجية اللازمة لإجراء التعديلات الموائمة للظروف الاقتصادية.

فيما أشار (Daniels et al., 2009) أن تقييم المديرين وشركات الأعمال للبيئة الاقتصادية ومعرفتهم بالأبعاد الاقتصادية المهمة في البيئة الدولية مثل: (استقرار الأسعار، وأسواق رأس المال، وحجم السوق، والسياسة الاقتصادية العامة) تساعد في اتخاذ قرارات أفضل فيما يتعلق بخيارات الاستثمار، وقرارات العمليات، والاستراتيجيات.

وبين (Zekiri & Angelora, 2011) أن على شركات الأعمال الدولية أن تعطي إهتماماً واسعاً لمعرفة التطور والأداء الاقتصادي في البلدان المستهدفة. مشيراً إلى أن درجة النمو الاقتصادي في الدول لها أثر كبير ومهم في

والخدمات وكذلك الدعم التقني. كما وأوضح أنه يتوجب على شركات الأعمال الدولية معرفة درجة موثوقية المورد ومدى تشاركه في الأهداف مع الشركة.

يتضح إن معرفة شركات الأعمال بالموردين ضرورية ومهمة في تسهيل عمل تلك الشركات دولياً، حيث إن توفر الموردين ذوي الكفاءات والقدرات يساعد الشركات في التركيز على الجدارات الأساسية لديها، وتخفيض الكلف الانتاجية، وضمان تنفيذ خططهم المتعلقة بالإنتاج، والمبيعات.

- المعرفة بالشركاء (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية

أشارت (Kausar & Shaw, 2004) أن أهم الإجراءات الواجب اتخاذها من قبل شركات الأعمال لإقامة وبناء تحالفات إستراتيجية دولية ناجحة هو تعزيز ودعم ورعاية العلاقة في التحالفات من خلال تطوير مستويات أعلى من التنسيق والثقة والاتصال وتفاذي الصراعات بين الشركاء. وأن المعرفة بقدرات ومهارات الشركاء ومدى قبولهم لأهداف الشراكة تؤدي إلى مستويات أعلى من الالتزام لتحقيق الأهداف والغايات من وراء التحالفات.

وبالنظر إلى المعايير التي يجب معرفتها عن الشركاء وتوفرها فيهم، فقد أشار كل من (Roy & Oliver, 2009) إلى أهمية معرفة المعايير المرتبطة بالمهام والشركاء. يستنتج من ذلك أن المعرفة بالشركاء تساعد شركات الأعمال في تخصيص وتحديد الموارد والمهام التي سيساهم فيها الأطراف لنجاح المشاريع الدولية. كما وأن اختيار الشركاء بناء على ما يمتلكونه من قدرات وجدارات تكميلية يساعد الشركات في تحقيق غاياتها وأهدافها من الشراكة.

- المعرفة بالمنافسين (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية

إن معرفة شركات الأعمال الخدمية منها والصناعية بالتغير في سياسات التسعير الخاصة بالمنافسين، واستراتيجياتهم، والأسواق المخدومة من قبلهم، والمعرفة بالمخاطر المرتبطة بدخول منافسين جدد إلى الأسواق الدولية، يمكنها من الاختيار الأمثل لإستراتيجيات الدخول وكذلك تحديد الموارد المراد تخصيصها بالشكل الذي يعظم الفوائد ويقلص من المخاطر المصاحبة للأعمال الدولية

يتبين مما سبق أنّ التكنولوجيا أصبحت متطلباً أساسياً للشركات على المستوى المحلي والدولي، وخصوصاً فيما يتعلق بالصناعات الدوائية كونها صناعةً قائمةً على التطور التكنولوجي والتطور في البحث والتطوير.

ويُستنتج من ذلك أنّ المعرفة بالأعمال الدولية قد تساعد الشركات الدولية في التقليل من درجة عدم اليقين في الأسواق الدولية الناتجة عن التغيير في طبيعة المنافسة، والأسواق، والأنظمة، وكذلك فأتها تساعد الشركات في التعرف على العوائق والمخاطر التي قد تواجههم في الأسواق الدولية. مما يمكن الشركات من تقييم فرص نجاحها في تلك الأسواق من خلال خياراتها وقراراتها الإستراتيجية، والتي لا بد للشركات الدولية من معرفة انعكاساتها وآثارها في ضوء معرفتهم بالأعمال الدولية.

إستراتيجيات التعاون الدولي:

لقد حُدد مفهوم الإستراتيجية التعاونية في بحث عدّة بمسميات مختلفة فمثلاً أطلق عليها بداية مفهوم الإستراتيجية الجماعية (Collective Strategy)، ثم أطلق عليها إستراتيجية التبادل المشتركة (Shared-meta Strategy)، ليظهر بعدها مفهوم إستراتيجية التعاون (Collaborative Strategy) لتكون متكاملة مع المستويات الأخرى من الإستراتيجية بما في ذلك الإستراتيجيات على مستوى الشركة، والأعمال، ومستوى العمليات. (Clarke & Fuller, 2010).

أصبح التعاون بين شركات الأعمال الدولية أمراً ضرورياً وحيوياً لنجاحها في الصناعات الدوائية والتكنولوجيا الحيوية، حيث إن الجهود اللازمة لتقديم المنتج من مرحلة الاكتشاف مروراً بمراحل التطوير والموافقات الرقابية إلى مرحلة التصنيع والتسويق نادراً ما تكون نتيجة لجهود شركة منفردة (Schohl, 2004). فتفكر إدارة الشركات الدولية وعلى نحو فاعل في تحالفاتها مع شركائها لغرض دخول أسواق جديدة، واستغلال الفرص، والاستفادة من القدرات، وللحد من المخاطر المالية الدولية أو لتحقيق نموّ متسارع (Kumar, 2012).

ولأغراض الدراسة الحالية تمّ اختيار إستراتيجيتي المشاريع المشتركة والتحالفات التعاقدية كخيارين لإستراتيجيات التعاون التي تستعينُ بها شركات الأعمال الدولية.

الإستراتيجيات الدولية للشركات، وأن المعرفة بالوضع الاقتصادي تكتسب أهميةً خاصةً كونها تزود شركات الأعمال بصورة أوضح وفهم أعمق لإمكانات السوق ودرجة نموه وكذلك تعتبر مؤشراً هاماً في قياس جاذبية البلدان المستهدفة.

المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية

إنّ عدم المعرفة بالتطورات القانونية والتنظيمية في الأسواق الدولية (معرفة التغيير في القوانين والأنظمة، ومعرفة المعوقات الجمركية، ومعرفة القوانين الخاصة بتحويل الأرباح والأصول، ومعرفة القوانين الخاصة بإلغاء العقود) تؤثر سلباً على عمليات الشركات، وأصولها، وأرباحها، كما وتشكل عائقاً أمام الشركات بمنعها من تحقيق أهدافها من العمل دولياً (Akhter & Robles, 2006).

وأشار كلٌّ من (Zekiri & Angelova, 2011) أنّ المعرفة بالظروف القانونية في البلدان المستهدفة تعتبر ذات أهميةً جوهرية في عملية اختيار الأسواق، نتيجة للتأثيرات السلبية التي قد تنجم عن القوانين المتعلقة بقضايا مثل نزح الملكية، وحقوق الملكية الفكرية، وبراءات الاختراع، والعلامات التجارية، والتراخيص، ومكافحة الاحتكار والرشوة. الأمر الذي يجعل معرفة شركات الأعمال الدولية بالأنواع المختلفة من الأنظمة القانونية والتهديدات التي قد تواجهها نتيجةً لتلك الأنظمة والقوانين في الأسواق الدولية أمراً حتمياً.

المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية

تعد التكنولوجيا حيويةً وجوهريةً تساعد الشركات في الأسواق الدولية في تحسين عملية توزيع منتجاتها وخدمة عملائها، وتطوير عملية الاتصالات الداخلية والخارجية من خلال طرحها وتقديمها لوسائل اتصال جديدة ومتطورة، كما وتعدّ المحرك الرئيسي للعولمة حيث إنها تسمح لشركات الأعمال بإنتاج المنتجات وطرح الخدمات بتكلفة أقل وجودة أفضل (Zekiri & Angelova, 2011).

إن توفر التكنولوجيا الحديثة إضافةً إلى قنوات التوزيع والبنية التحتية المناسبة في الأسواق الدولية يشكل حافزاً للشركات لتشكيل تحالفات مع شركات محلية في تلك الأسواق للاستفادة من المزايا الناتجة عن التكنولوجيا، والتي تؤثر بدورها على أداء التحالفات (Musteen, 2006, Musteen & Datta, 2011).

وحدد الباحثان (Moon & Kwo 2010) العوامل الحكومية، وعوامل الموقع، والمخاطر والفوائد، ونطاق السيطرة المرغوب به على أنها تؤثر في التفضيل بين إستراتيجية المشاريع المشتركة والتحالفات التعاقدية. بينما أكد (Buckley & Casson, 1996) أنه في الأسواق صغيرة الحجم والتي تشهد تقلبات اقتصادية وتكنولوجية حادة تزداد فيها احتمالية اختيار الشركات لإستراتيجية التحالفات التعاقدية بدلاً من إستراتيجية المشاريع المشتركة، وإستراتيجية المشاريع المشتركة بدلاً من إستراتيجيات الاندماج أو الملكية الكاملة. ويمكن القول أن الشركات الدولية تكاد تفتقر لامتلاك جميع الموارد، والقدرات، والمهارات اللازمة لنجاحها واكتسابها ميزة تنافسية دولية، مما يجعلها تتجه لإستراتيجيات التعاون مع الشركات القيادية والريادية تلك التي تمتلك الموارد والقدرات التكميلية بغية التنافس بوصفها قوة أعمال متحدة. حيث إن دخول الشركات الدولية في إستراتيجيات تعاون يأتي استجابةً منطقيةً للتغيرات المتسارعة في قطاع الاقتصاد الدولي، والتكنولوجيا، والعولمة، مصاحبةً للتحوّل النمطي والنقلة النوعية للتخصيص، وتحقيق وفورات النطاق والتركيز على الجدارات الأساسية، والذي بدوره حفز الشركات الدولية لإعادة تصميم إستراتيجياتها المرتبطة بعملية تدويل أعمالها وعملياتها. وتأخذ إستراتيجيات التعاون أشكالاً مختلفةً مجسدةً منهجيةً متنوّعة التفكير بمناهج متعدّدة تعتمد على القوى الإستراتيجية للشركات المتعاونة، وما تتطلّعه من موارد ينبغي الحصول عليها، وكذلك الاهتمام بالاستجابة لمعطيات بيئة الأعمال الدولية، وقد تمتلك تلك المعطيات تأثيراً مشتركاً على عملية اختيار التصميم المنظمي الذي يتوافق مع التعاون كخيار إستراتيجي.

الدراسات ذات الصلة:

- (Comino, Mariel & Sandonis, 2007): "Joint ventures versus contractual agreements: an empirical investigation":

هدفت الدراسة إلى التحقّق من العوامل المحدّدة لأشكال التحالفات الإستراتيجية، حيث استخدمت قاعدة بيانات مكوّنة

- إستراتيجية المشاريع المشتركة بين الشركات الدولية يمكن النظر إلى إستراتيجية المشاريع المشتركة كأداة للتوسّع بالأعمال الدولية، تمكّن شركات الأعمال من اكتساب الموارد والقدرات التكميلية من بعضها البعض، والتي تحتاجها لتحقيق وفورات النطاق والحجم، ولتقديم منتجات وخدمات وتكنولوجيا جديدة إلى الأسواق الدولية بشكل أسرع، وأعلى كفاءة، وذات موثوقية عالية وبتكلفة أدنى المنبثقة من حالة النقر نتيجة استخدام طرق مبتكرة (Elo, 2009).

وعُرّفَت إستراتيجية المشاريع المشتركة على أنها الإستراتيجية الأقل مخاطرة عند دخول الأسواق الدولية والتي تنطوي على دخول شركتين في شراكة تحت مسمى جديد (Javalgi & Wright, 2003). وعدت أنها ذات أسلوبٍ لاستقطاب الموارد بين الشركاء بلغة المشاركة (Kirby & Kaiser, 2003).

أوضح (Hill, 2007) أن ميزات إستراتيجية المشاريع المشتركة تكمن في استفادة الشركات من معرفة الشريك بمعطيات المنافسة والثقافة والأنظمة السياسية، وتقاسم المخاطر والتكاليف، إضافةً إلى ذلك فإن إستراتيجية المشاريع المشتركة قد تكون السبيل الوحيد لدخول أسواق بعض البلدان.

- إستراتيجية التحالفات التعاقدية بين الشركات الدولية: تتضمن إستراتيجية التحالفات التعاقدية تطوير وإنشاء علاقة تعاقدية بين شركتين أو أكثر في مجالات مختلفة مثل إستراتيجية الترخيص، و/أو البحث والتطوير، و/أو التسويق والترويج، و/أو التصنيع. يتميز هذا النوع من إستراتيجيات التحالفات بمشاركة الأطراف في الموارد، والقدرات والمهارات دون حاجة للمشاركة في الملكية أو إنشاء كيان تنظيمي جديد كما هو الحال في المشاريع المشتركة الدولية. تتناسب التحالفات التعاقدية الشركات التي تتطلّع في تطوير أعمالها الدولية متعددة مرحلة التصدير، ولكنها في الوقت ذاته غير مستعدّة للاستثمار من خلال إستراتيجية المشاريع المشتركة. بحيث تمكن التحالفات شركات الأعمال من التعامل مع المعوقات والحوجز المؤسسية من خلال توظيف علاقات الشركاء المحليين مع السلطات الطيبة، والتي يمكن استخدامها لتسهيل وتسريع عمليات الموافقة الصحية لطرح المنتجات الدوائية في الأسواق الدولية المستهدفة (Simonet, 2002).

الشركة الاقتصادية.

- (Jung, Park, Kim, & J.Kim 2009) :
"The Demand For and Supply of International Business Knowledge (IBK): An Interdisciplinary Approach":

هدفت الدراسة لاختبار الاستخدامات المتعددة للمعرفة بالأعمال الدولية، وكذلك العرض المتوفر من المعرفة بالأعمال الدولية من خلال مراجعة للمجلات الأكاديمية في حقل الأعمال الدولية. توصلت الدراسة إلى أن أقل من 7% من المجلات الأكاديمية المختارة تقدم معرفةً بالأعمال الدولية مما يوجب البحث في هذا المجال. تُتبع أهمية هذه الدراسة من كونها توضح النقص في مجال المعرفة بالأعمال الدولية، ومن خلال طرحها للمؤشرات المختلفة للعرض والطلب من المعرفة بالأعمال الدولية والأبعاد المختلفة الواجب على الباحثين في هذا المجال التعرف عليها من مثل الاختلافات الثقافية، والعوامل السياسية المختلفة، والأنظمة والقوانين المختلفة.

- (Park 2010): "What matters to managerial Knowledge acquisition in International Joint Ventures? High Knowledge acquirers versus Low Knowledge acquirers"

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة على مدى اكتساب المشاريع الدولية المشتركة للمعرفة الإدارية من الشركات الأجنبية الأم. توصلت هذه الدراسة إلى أن المشاريع الدولية المشتركة تقوم فعلاً باكتساب المعرفة الإدارية من الشركات الأجنبية الأم، كما وتوصلت إلى وجود علاقة إيجابية ما بين المحددات المهمة (الثقة بين الأطراف، الخبرة الدولية، والدعم الإداري) ومدى اكتساب المشاريع الدولية للمعرفة. يمثل مجتمع الدراسة 688 شركة من الشركات المشتركة دولياً المدرجة في قائمة الاستثمار الأجنبي والمنشورة بواسطة وزارة التجارة الكورية. لجمع البيانات الخاصة بالدراسة تم استخدام الإستبانة، والتي أرسلت للمدراء التنفيذيين في تلك الشركات.

- (Lilleoere & Hansen 2011):

من 1344 تحالفاً في جميع أنحاء العالم في قطاعات صناعية متعددة. توصلت الدراسة إلى أن التحالفات في مجال البحث والتطوير تكون أكثر ميلاً لاستخدام الأشكال التنظيمية الحرة مثل (الإتفاقيات التعاونية) بدلا من الأشكال الأكثر هرمية مثل (المشاريع المشتركة). وتكون هذه النتيجة أكثر قوة عندما يحدث التحالف في قطاعات تكنولوجية متطورة. كما وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات التي تدخل في تحالفات متعددة النطاق والأبعاد أو الدولية منها تفضل الأشكال التنظيمية الهرمية للتحالف، مثل (المشاريع المشتركة).

- (Ferreira, Li, & Suk, 2009): " Foreign entry strategies: Strategic adaptation to various facets of the institutional environments":

هدفت الدراسة الى تطوير نموذج متكامل لإستراتيجيات الدخول المتبعة من قبل الشركات متعددة الجنسية وكيفية تحديدها من خلال فهم معطيات البيئات المؤسسية والقيود التي تواجهها الشركات أثناء عملية تدويلها. توصلت الدراسة الى أن المعرفة بالبيئات المؤسسية والقوانين والمحددات المفروضة للتبادل التجاري مهمة حيث إنها تختلف من دولة الى أخرى ومن قطاع صناعي الى آخر مما يستوجب على الشركات التكيف والتنقل بين إستراتيجيات الدخول والتعاون المختلفة وفقا لما تفرضه الدول من قوانين وتشريعات تجارية.

- (Karaszewski 2008):"The influence of KM on Global Corporations' Competitiveness":

هدفت الدراسة إلى تقييم لموقع كبرى الشركات في الاقتصاد العالمي، وأثر عناصر المعرفة الأساسية في بناء المنافسة المحتملة لكبرى الشركات الرائدة في العالم. لأغراض الدراسة تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات، حيث وُزعت على 500 شركة مصنفة عالمياً. توصلت الدراسة بأن ليست كل مصادر المعرفة مهمة في الحصول على الميزة التنافسية، حيث أظهرت النتائج بأن مفتاح النجاح ليس بالضرورة أن يكون الإدارة الماهرة أو المعرفة غير المحدودة، وإنما القدرة على توجيه وتوظيف المعرفة نحو النشاطات المهمة لعمليات

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

أنموذج الدراسة

استمدت فكرة الأنموذج بناءً على زيارة الشركات الدوائية الأردنية المصنعة للأدوية والتي تعمل دولياً، وبالاستعانة بدراسة (Jung et al., 2009, Karaszewski) بدراسة (Zekiri & Angelova, 2011, Park 2010) المعرفة بالأعمال الدولية، والاستعانة بدراسة (Zhang et al., 2010, & Comino et al., 2007) فيما يخص إستراتيجيات التعاون الدولي. ويوضح الشكل (1) أنموذج الدراسة.

فالفكرة الأساسية تجسد التفكير بضرورة التحري عن المعرفة بالأعمال الدولية وحيث إن هذه المعرفة تحمل أبعاداً متعدّدة فقد تم اختيار المعرفة المتعلقة بـ (الزبائن، والموردين، والشركاء، والمنافسين، والظروف الاقتصادية، والظروف القانونية، والظروف التكنولوجية) في الأسواق الدولية، وهي تعبّر في مضمونها عن ضرورة إدراك المديرين للمعرفة بالأعمال الدولية بصورة كلية أو جزئية. ويتوقع أن يساعد ارتفاع مستوى المعرفة بالأعمال الدولية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي إلى ترشيد عملية اختيار محفظة إستراتيجيات التعاون المتمثلة بـ (إستراتيجية المشاريع المشتركة، وإستراتيجية التحالفات التعاقدية). يتوقع أن يكون هذا الأنموذج أكثر ملائمةً للشركات ذات الأعمال الدولية والعالمية تلك التي تسعى الى تحقيق المواءمة بين مستوى المعرفة بالأعمال الدولية ونوع إستراتيجيات التعاون التي تقود ضمناً لاستدامة أعمال شركات صناعة الأدوية وتطورها بصورة كلية أو جزئية بلغة التعاون لتحقيق أهدافها.

"Knowledge-Sharing enablers and barriers in Pharmaceutical research and development":

هدفت الدراسة إلى اكتشاف إمكانات ومعوقات المشاركة بالمعرفة في قطاع الصناعات الدوائية من خلال مجموعة من المهنيين العاملين في هذا القطاع. تم بناء هذه الدراسة على حالة دراسة واحدة وهي شركة Novo Nordisk في الدنمارك. ساهمت هذه الدراسة في ملء النقص بالدراسات المتعلقة بتقاسم المعرفة والتي تساهم في تقليص الوقت اللازم لخروج المنتج الدوائي بشكله النهائي للسوق، والذي بدوره يكسب الشركات العاملة في الصناعات الدوائية الميزة التنافسية.

فرضيات الدراسة

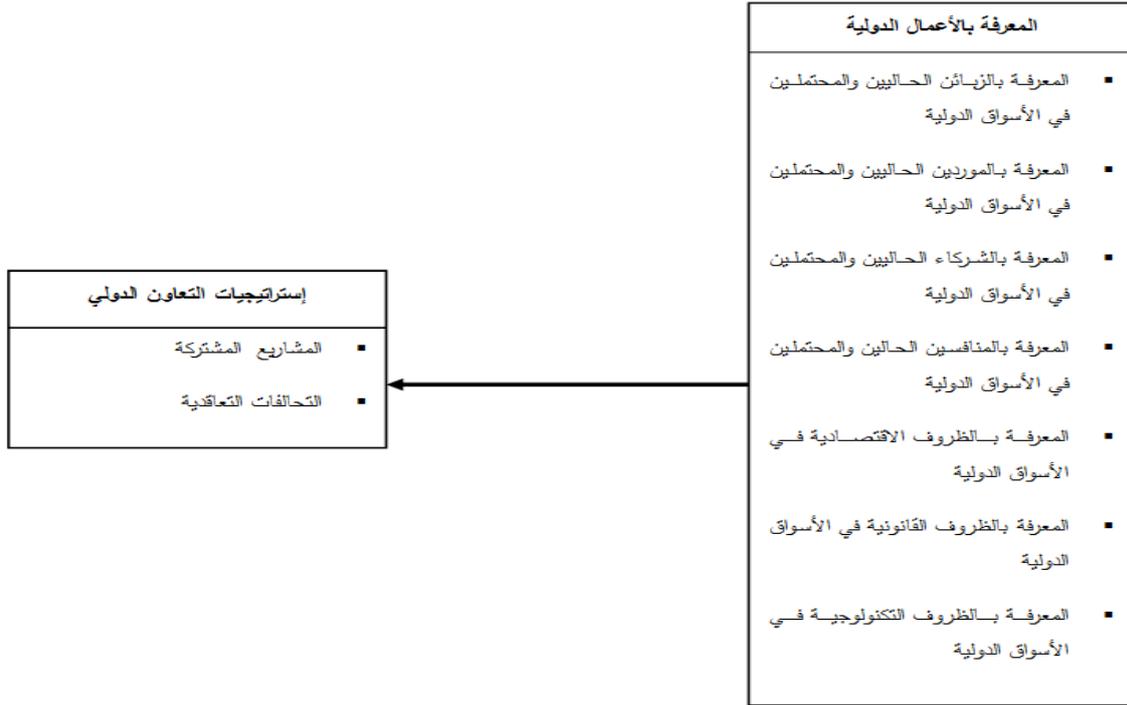
جاءت فكرة صياغة فرضيات الدراسة بالاسترشاد بمشكلة الدراسة، بالإضافة إلى وجود نقص في الدراسات المحللة والمختبرة لمدى وجود أثر للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون. وبذلك تسهم الدراسة الحالية في صياغة فرضيات صفرية يجسدها شكل أنموذج فرضي تمثل حلول متوقعة للمشكلة قابلة للاختبار والتحقق عملياً في شركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي.

لذا يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

- **الفرضية الرئيسية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

وتتفرع منها الفرضيات الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.



الشكل (1): أنموذج الدراسة

التعريف بالمصطلحات إجرائياً:

- المعرفة بالأعمال الدولية: تشمل المعرفة المتوفرة لدى المديرين ومُتخذي القرار في الشركات التي ترغب في العمل في أكثر من دولة حول (الزبائن، الموردين، الشركاء، المنافسين، الظروف الاقتصادية، الظروف القانونية، الظروف التكنولوجية) في تلك الدول. تم قياس هذا المتغير من خلال الأبعاد الآتية:
- المعرفة بالزبائن (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية: هي المعرفة المتوفرة حول حاجات وتفصيلات الزبائن، والقوة الشرائية لدى الزبائن، والفرص المتاحة للحصول على زبائن جدد، والنمط الشرائي للزبائن.
- المعرفة بالموردين (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية: هي توافر المعرفة حول عدد سنوات خبرة المورد، والوضع المالي للموردين، وجدية التزام الموردين بمواعيد التسليم، وقدرتهم على تلبية الاحتياجات، وسمعتهم في الأسواق الدولية.
- المعرفة بالشركاء (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية: هي توافر المعرفة اللازمة حول الأهداف الإستراتيجية للشركاء، والمعرفة بالقدرات التكنولوجية والتسويقية والمالية للشركاء، والمعرفة بـعدد سنوات الخبرة لدى الشركاء، واستعدادهم لتقاسم مخاطر الأعمال.
- المعرفة بالمنافسين (الحاليين والمحتملين) في الأسواق الدولية: وتتمثل بتوفر المعرفة حول القدرات الإنتاجية والتسويقية والتكنولوجية للمنافسين، والمعرفة بالمرونة السعرية لدى المنافسين، والمعرفة بحصتهم السوقية.
- المعرفة بالظروف الاقتصادية في الأسواق الدولية: وهي توافر المعرفة حول التقلبات بأسعار الصرف، معدل النمو الاقتصادي، معدل التضخم، والخطط الاقتصادية للدولة في القطاع الصحي.

الطريقة والإجراءات

- منهج الدراسة:

في ضوء طبيعة مشكلة الدراسة، فقد اعتمد المنهج الوصفي لوصف استجابات أفراد وحدة المعاينة وتقديراتهم حول مستوى اهتمام المديرين بالمعرفة بالأعمال الدولية وإستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. وتم استخدام المنهج التحليلي لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون.

- مجتمع الدراسة ووحدة المعاينة:

ان شركات صناعة الادوية الاردنية هي شركات اعمال ذات نطاق دولي وفق معيار نوع الصناعة والاسواق والزبائن والمنتجات اضافة الى ارتباطها بتحالفات إستراتيجية مع شركات عالمية تختص بصناعة الادوية. تكون مجتمع الدراسة من شركات صناعة الأدوية الأردنية المسجلة في الجمعية الأردنية للصناعات الدوائية لعام (2011) والبالغ عددها (13) شركة، وبالإستعانة بالمواقع الإلكترونية للشركات تم تحديد الشركات العاملة دولياً وبذلك قد تم استثناء شركة الكندي للصناعات الدوائية لاقتصر أعمالها على المستوى المحلي فقط، وشركة فيلادلفيا للصناعات الدوائية لرفضها التعاون مع الباحث، وبذلك يصبح مجتمع الدراسة (11) شركة. ومن الأسباب التي دعت إلى اختيار هذا المجتمع أن الصناعات الدوائية تعد ثاني أكبر صناعة تصديرية في الأردن والتي تشهد تطورات سريعةً وجوهرياً على المستوى الدولي، نتيجة للتحديات والمخاطر التي تواجه شركات صناعة الأدوية الأردنية في الأسواق الدولية لجأت معظم تلك الشركات للدخول في إستراتيجيات تعاونية لمواجهة التحديات التي قد تحيط بها من جهة، والاستفادة من القدرات والمهارات لدى الشركاء في التعاون من جهة أخرى.

وصمّت وحدة المعاينة المديرين ممّن هم بدرجة (مدير عام، ونائب مدير عام، ومدير دائرة، ورئيس قسم)، يتوزعون على شركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي في الأردن، حيث تم توزيع الاستبانات على أفراد وحدة المعاينة، وتم تحديد نسبة المسترجع منها، ونسبة الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي، كما هو موضح بالجدول رقم (2) الآتي:

- المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية:

وهي توافر المعرفة حول السياسات واللوائح الحكومية، والمعوقات القانونية للتبادل التجاري في الصناعات الدوائية، وقوانين تشجيع الاستثمار، والأنظمة الرقابية المفروضة من قبل المؤسسة العامة للغذاء والدواء.

- المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية:

وهي توافر المعرفة حول التطور بنظم التصنيع الدوائي، جودة البنية التحتية، توفر العلماء والخبراء ذوي الجدارات المتميزة، والتطور التكنولوجي.

- إستراتيجيات التعاون الدولي: هي التآزر ما بين

شركتين أو أكثر تعمل في نطاق الأعمال الدولية للوصول إلى الأهداف المشتركة والحصول على الميزة التنافسية من خلال التعاون بينهما بموجب اتفاقيات مختلفة. تم قياس هذا المتغير من خلال الخيارين الآتيين:

- إستراتيجية المشاريع المشتركة: وهي إحدى

إستراتيجيات التعاون الدولي تتفق فيها شركتين أو أكثر على تطوير عمل مشترك جديد لفترة محددة من خلال توظيف أصول وموارد جديدة والاستفادة من القدرات والموارد لدى الشركاء بحيث يخدم هذا المشروع أهداف كل الأطراف. وتعدّ هذه الإستراتيجية إحدى وسائل التوسع دولياً.

- إستراتيجية التحالفات التعاقدية: وهي مجموعة من

الاتفاقيات الخاصة بين شركتين أو أكثر في مجال البحث والتطوير، والتسويق والترويج، والترخيص، والتصنيع تدخل فيها الشركات للتخفيف من مخاطر التقلبات الاقتصادية والاختلافات الثقافية ومخاطر الاستثمار الخارجي وكذلك الاستفادة من خبرات الشركاء.

جدول (2)

مجتمع الدراسة ووحدة المعاينة

المسمى الوظيفي	العدد الموزع	العدد المسترجع	نسبة المسترجع قياساً للموزع (نسبة الاستجابة)	العدد الصالح للتحليل الإحصائي	نسبة الصالح قياساً بالمسترجع
مدير عام	11	7	63.6%	7	100.0%
نائب مدير عام	11	7	63.6%	6	85.7%
مدير دائرة	66	61	92.4%	58	95.1%
رئيس قسم	66	57	86.4%	54	94.7%
المجموع	154	132	85.7%	125	94.7%

والاستجابات، نظراً لسهولة فهمة وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد وحدة المعاينة الخاضعة للاختبار عن مدى اتفقاتهم عن كل عبارة من العبارات التي ينتمون إليها وفق المقياس المذكور، وكما يأتي:

لا أتفق تماماً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً
(1) درجة	(2) درجة	(3) درجات	(4) درجات	(5) درجات

وتم اعتماد مقياس لدرجة الاهتمام بأبعاد المعرفة بالأعمال الدولية واستراتيجيات التعاون الدولي، مقسم إلى ثلاثة مستويات، حيث احتسبت درجة القطع وذلك بقسمة الفرق بين أعلى قيمة للمقياس (5) وأقل قيمة فيه (1) على ثلاثة مستويات، أي أن درجة القطع هي $\{ (1-5) / 3 = 1.33 \}$.

وبذلك تكون المستويات الثلاثة على النحو الآتي:

أ. درجة الاهتمام منخفضة (1 - 2.33).

ب. درجة الاهتمام متوسطة (2.34 - 3.67).

ج. درجة الاهتمام مرتفعة (3.68 - 5).

وعليه تتكون أداة الدراسة بصورتها النهائية والموجهة إلى إدارة شركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي في الأردن من (54) فقرة. كما هو موضح في الجدول رقم (3) الآتي:

ويُعد تدقيق الاستبيانات المسترجعة، تم استبعاد (7) استمارات لنقص المعلومات الواردة فيها، وعليه فإن العدد المس ترجع الصالح للتحليل الإحصائي بلغ (125) استمارة.

- مراحل تطوير أداة الدراسة:

بُعد أن تمّ تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها وفرضياتها، تم تطوير فقرات الاستبانة وصياغتها بما يعكس متغيرات أنموذج الدراسة، واحتوت الاستبانة في صورتها النهائية على الأجزاء الآتية:

- المعرفة بالأعمال الدولية وهي (المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية، والمعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية، والمعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية، والمعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية، والمعرفة بالوضع الاقتصادي في الأسواق الدولية، والمعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية، والمعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية).

- استراتيجيات التعاون الدولي وهي (إستراتيجية المشاريع المشتركة، وإستراتيجية التحالفات التعاقدية).

- اختيار مقياس الاستبيان:

لقد تمّ اختيار مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج، لكونه يُعد من أكثر المقاييس استخداماً لقياس الآراء

جدول (3)

فقرات قياس أبعاد متغيرات أنموذج الدراسة

مصدر المقياس	الفقرات	المتغيرات
تم الاعتماد على مصادر عدة للتعرف على المعرفة بالأعمال الدولية، منها على سبيل المثال لا الحصر: Zekiri & Angelova, 2011, Jung et al., 2009, Karaszewski 2008, West & Noel, 2009, Javernick-will, 2009	من 1-41	المعرفة بالأعمال الدولية
	من 1 - 5	المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين
	من 6 - 11	المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين
	من 12-18	المعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين
	من 19-25	المعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين
	من 26-30	المعرفة بالوضع الاقتصادي في الأسواق الدولية
	من 31-36	المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية
	من 37-41	المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية
تم الاعتماد على مصادر عدة للتعرف على استراتيجيات التعاون الدولي، منها على سبيل المثال لا الحصر: Park 2010, Zhang et al., 2010, Elo, 2009, Comino et al., 2007	من 42-54	استراتيجيات التعاون الدولي
	من 42-47	إستراتيجية المشاريع المشتركة
	من 48-54	إستراتيجية التحالفات التعاقدية

صدق الأداة:

الإدارة والإحصاء التطبيقي والقياس والتقييم بقصد الإفادة من خبرتهم ومخزونهم المعرفي، مما جعل الأداة أكثر دقة وموضوعية في القياس، وقد بلغ عدد المحكّمين (14) محكّماً. وكان الهدف من تحكيم الاستبانة، التحقق من درجة ملائمة

تم التحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) لأداة الدراسة، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكّمين والمستشارين من أصحاب الخبرة والمعرفة في علوم

للتحقق من ثبات الاستبانة، قام الباحثان باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا) (Cronbach Alpha)، وذلك لحساب معاملات الثبات لمتغيرات الأداة (قياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)، حيث كانت قيم كرونباخ ألفا لجميع متغيرات الدراسة ولأداة ككل مقبولة في البحوث الإنسانية، كما هو موضح بالجدول رقم (4) الآتي:

صياغة الفقرات لُغويًا، ومدى انتماء الفقرات إلى متغيرات الدراسة. وقد تم الأخذ بنظر الاعتبار جميع ملاحظات الخبراء والمحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض الفقرات وحذف بعضها الآخر، وإضافة فقرات أخرى لبعض الأبعاد، بحيث تم تصميم الاستبانة بشكلها النهائي. ثبات الاستبانة كأداة للدراسة:

جدول (4)

نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)

كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	المتغيرات الفرعية	المتغيرات الرئيسية
0.91	5	المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين	المعرفة بالأعمال الدولية
0.79	6	المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين	
0.80	7	المعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين	
0.66	7	المعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين	
0.80	5	المعرفة بالوضع الاقتصادي في الأسواق الدولية	
0.83	6	المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية	
0.81	5	المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية	
0.82	6	إستراتيجية المشاريع المشتركة	
0.74	7	إستراتيجية التحالفات التعاقدية	

عرض النتائج

مستوى إهتمام المديرين بالمعرفة بالأعمال الدولية: يوضح الجدول رقم (5) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية النسبية لمستوى اهتمام أفراد وحدة المعاينة من المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي للمعرفة بالأعمال الدولية.

يمكن الإجابة على الأسئلة الوصفية بدلالة قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابة المديرين عن فقرات أبعاد متغيرات نموذج الدراسة. إما الأسئلة والفرضيات الإستدلالية فسيتم الإجابة عنها والتحقق في مستوى دلالتها المعنوية من خلال الإستعانة بنتائج تحليل الإنحدار المتعدد التدريجي.

جدول (5)

قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية النسبية لمستوى اهتمام المديرين بأبعاد المعرفة بالأعمال الدولية (n=125)

المعرفة بالأعمال الدولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإهتمام	ترتيب الأهمية النسبية
المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين	3.90	0.91	78 %	السابع
المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين	4.11	0.61	82 %	السادس
المعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين	4.33	0.42	87 %	الثالث
المعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين	4.14	0.43	83 %	الخامس
المعرفة بالظروف الاقتصادية في الأسواق الدولية	4.39	0.51	88 %	الثاني
المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية	4.27	0.45	85 %	الرابع
المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية	4.51	0.43	90 %	الأول

على المرتبة السادسة، وأخيراً حصل بُعد (المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين) على المرتبة السابعة والأخيرة، على سُلّم أولويات أفراد عينة الدراسة واهتماماتهم.

مستوى إهتمام المديرين بإستراتيجيات التعاون: يوضح الجدول (6) قيم المتوسطات الحسابية، مع الانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية النسبية لمستوى اهتمام أفراد وحدة المعاينة من المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي بإستراتيجيات التعاون.

أسفرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والخاصة بالمعرفة بالأعمال الدولية، بحصول بُعد (المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية) على المرتبة الأولى، وجاء بُعد (المعرفة بالظروف الاقتصادية في الأسواق الدولية) بالمرتبة الثانية، في حين حصل بُعد (المعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين) على المرتبة الثالثة، أما بُعد (المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية) فقد حصل على المرتبة الرابعة، وجاء بُعد (المعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين) بالمرتبة الخامسة، في حين حصل بُعد (المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين)

جدول (6)

قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية النسبية لمستوى اهتمام المديرين بإستراتيجيات التعاون (n=125)

إستراتيجيات التعاون	إستراتيجيات التعاون	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإهتمام	ترتيب الأهمية النسبية
إستراتيجيات التعاون الدولي	إستراتيجية المشاريع المشتركة	4.41	0.48	88 %	الأول
	إستراتيجية التحالفات التعاقدية	4.02	0.50	80 %	الثاني

بُعد (إستراتيجية التحالفات التعاقدية) بالمرتبة الثانية، على سُلّم أولويات أفراد عينة الدراسة واهتماماتهم لهذين البُعدين من أبعاد إستراتيجيات التعاون الدولي.

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الثاني والخاصة بأبعاد إستراتيجيات التعاون الدولي، بحصول بُعد (إستراتيجية المشاريع المشتركة) على المرتبة الأولى، وجاء

إختبار الفرضيات

وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة المتمثلة بأبعاد (المعرفة بالأعمال الدولية). كما هو موضح في الجدول رقم (7) الآتي:

لاختبار صحة الفرضية الرئيسة الأولى من عدم صحتها، تمّ استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (Stepwise)، وقبل إجراء الاختبار ينبغي التحقق من عدم

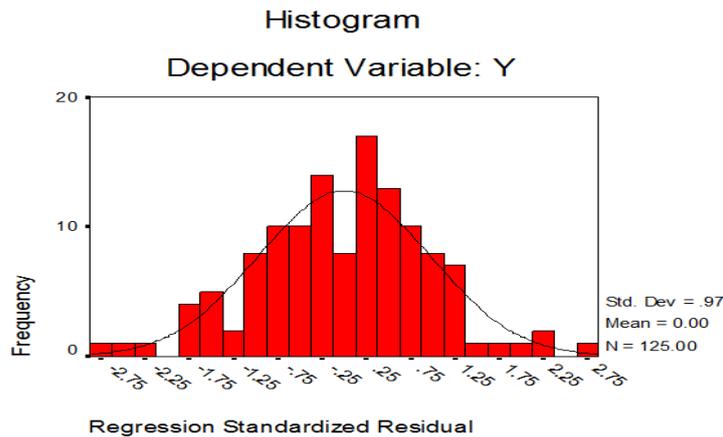
جدول (7)

نتائج اختبار (VIF) للتحقق من ظاهرة التداخل الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة

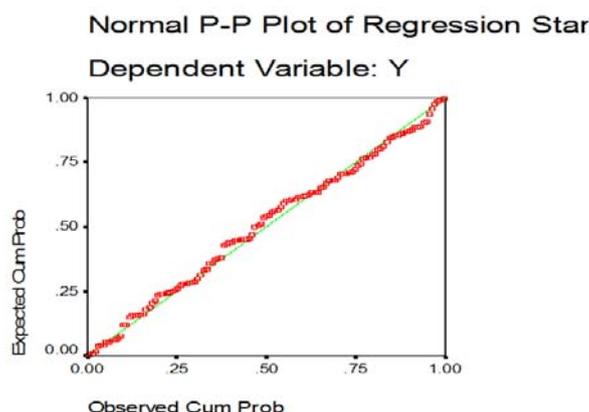
Tolerance	VIF	المتغيرات المستقلة
0.850	1.176	المعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية
0.727	1.375	المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية
0.704	1.421	المعرفة بالشركاء الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية
0.694	1.441	المعرفة بالمنافسين الحاليين والمحتملين في الأسواق الدولية
0.669	1.495	المعرفة بالظروف الاقتصادية في الأسواق الدولية
0.767	1.304	المعرفة بالظروف القانونية في الأسواق الدولية
0.763	1.310	المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية

صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ويمكن التحقق من أنّ البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) من عدمه من خلال استخدام المدرجات التكرارية (Histograms) و (Normal Probability Plot). والشكلان (2) و (3) يوضّحان ذلك:

يتّضح من النتائج، عدم وجود تداخل خطي متعدد (Multicollinearity) بين المعرفة بالأعمال الدولية، إنّ ما يؤكد ذلك قيم معيار الاختبار (VIF) للمعرفة بالأعمال الدولية حيث إنّ جميع هذه القيم أقل من القيمة الحرجة للاختبار والبالغة (5). عليه فقد أصبح بالإمكان قياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات



الشكل (2): المدرج التكراري.



الشكل (3): Normal Probability Plot

لاختبار صحة الفرضية الرئيسية من عدم صحتها، ينبغي أولاً التحقق من صحة الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، وعلى النحو الآتي:

1 : اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$ ، للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ولاختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى من عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (Stepwise)، وقبل إجراء الاختبار ينبغي التحقق من صلاحية النموذج، كما هو موضح في الجدول رقم (8) الآتي:

وفي ضوء ما تقدم، يتضح بأن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي.

وتأسيساً على ما تقدم، وبُعد أن تم التأكد من عدم وجود تداخل خطي متعدد (Multicollinearity) بين المعرفة بالأعمال الدولية، وأن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي. فقد أصبح بالإمكان اختبار أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

اختبار الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$ ، للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

جدول (8)

تحليل التباين للانحدار لاختبار صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي

الدلالة الإحصائية	قيمة (F) المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التغير (التباين)
0.000	40.245 *	5.594	2	11.188	الانحدار
		0.139	122	16.968	البواقي (الخطأ)
		-	124	28.156	الكلية

{ قيمة (F) الجدولية بدرجتي حرية البسط والمقام (2، 122)، عند مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ } = 3.05

الجدولية والبالغة (3.05)، وكذلك قيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ ،

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (8)، أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (40.245) أكبر من قيمة (F)

الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ويوضح الجدول (9) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي.

عليه سيتم رفض الفرضية الصفرية ويعني هذا ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر لأبعاد المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. وفي ضوء ما تقدم، فقد أصبح بالإمكان استخدام أسلوب الانحدار

جدول (9)

نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية (Sig.)	المعاملات المعيارية (BETA)
الحد الثابت (β_0)	0.784	1.909	0.059	-
المعرفة بالظروف القانونية	0.473	5.947	0.000	0.443
المعرفة بالشركاء	0.371	4.388	0.000	0.326
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.630			
معامل التفسير (R^2)	0.397			

الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي، إن ما يؤيد ذلك قيم (t) المحسوبة لهما وبالبالغة (5.947، 4.388) على التوالي، وكذلك أنّ قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) للبعدين المذكورين أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وفي ضوء النتائج السابقة ترفض الفرضية الصفرية.

ج. تشير قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة (0.397)، إلى أنّ الأبعاد الداخلة في النموذج المتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء)، تفسر ما نسبته (39.7%) من التغيرات التي تطرأ على إستراتيجية المشاريع المشتركة، أما النسبة المتبقية والبالغة (60.3%) فإنها تُعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار الخطي المتعدد. د. تشير قيم المعاملات المعيارية (BETA) المحسوبة للأبعاد المتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء)، وبالبالغة (0.443، 0.326) على التوالي، إلى أنّ زيادة اهتمام المديرين في شركات

يُتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (9) أعلاه، ما يأتي:

أ. تمّ استبعاد الأبعاد (المعرفة بالزبائن، والمعرفة بالموّدين، والمعرفة بالمنافسين، والمعرفة بالظروف الاقتصادية، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) من النموذج في ضوء نتائج استخدام أسلوب الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)، لضعف تأثير هذه الأبعاد على إستراتيجية المشاريع المشتركة. إنّ ما يؤيد ذلك قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) لها وبالبالغة (0.277، 0.310، 0.100، 0.108، 0.064) على التوالي، وهي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$). ب. ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (β) لبعدين من المعرفة بالأعمال الدولية المتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء)، عليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) للبعدين المذكورين على إستراتيجية المشاريع المشتركة في شركات صناعة

التدريجي ، يكون الأنموذج المقدر كالاتي:

$$\hat{Y}_i = 0.784 + 0.473 X_1 + 0.371 X_2$$

حيث إن:

\hat{Y}_i : إستراتيجية المشاريع المشتركة.

X_1 : المعرفة بالظروف القانونية.

X_2 : المعرفة بالشركاء.

2: اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$ ، للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. لاختبار صحة الفرضية الرئيسة الثانية من عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (Stepwise)، وقبل إجراء الاختبار ينبغي التحقق من صلاحية الأنموذج، كما هو موضح في الجدول رقم (10) الآتي:

صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي بكل بُعد من الأبعاد السابقة بمقدار وحدة انحراف معياري واحد، سيؤدّي إلى زيادة توجهاتهم في تعزيز إستراتيجية المشاريع المشتركة في الشركات المذكورة، بنسب بلغت (44.3%، 32.6%) على الترتيب. أظهرت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى، بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ ، لبعدين من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء) على (إستراتيجية المشاريع المشتركة) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ونودّ الإشارة هنا بأنّ بُعد (المعرفة بالظروف القانونية) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجية المشاريع المشتركة مقارنة ببقية الأبعاد، إنّ ما يؤيد ذلك مقدار (قوة تأثيره) (β) والبالغ (0.473). وبناء على نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد

جدول (10)

جدول تحليل التباين للانحدار لاختبار صلاحية أنموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي

مصدر التغير (التباين)	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الانحدار	7.115	3	2.372	11.920 *	0.000
البواقي (الخطأ)	24.071	121	0.199		
الكل	31.186	124	-		

{ قيمة (F) الجدولية بدرجتي حرية البسط والمقام (3، 121)، عند مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ } = 3.06

شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. وفي ضوء ما تقدم، فقد أصبح بالإمكان استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ويوضح الجدول (11) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي.

يتّضح من النتائج الواردة في الجدول (10)، إنّ قيمة (F) المحسوبة والبالغة (11.920) أكبر من قيمة (F) الجدولية والبالغة (3.06)، وكذلك قيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ ، عليه سيتم رفض الفرضية الصفرية، وهذا يعني ثبوت صلاحية أنموذج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في

جدول (11)

نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية (Sig.)	المعاملات المعيارية (BETA)
الحد الثابت (β_0)	0.762	1.385	0.169	-
المعرفة بالظروف القانونية	0.242	2.395	0.018	0.216
المعرفة بالشركاء	0.252	2.460	0.015	0.211
المعرفة بالظروف التكنولوجية	0.251	2.410	0.017	0.213
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.478			
معامل التفسير (R^2)	0.228			

وفي ضوء النتائج السابقة سيتم رفض الفرضية الصفرية (H_{022}).

ج. تشير قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة (0.228)، إلى أنّ الأبعاد الداخلة في الأنموذج المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، تفسر ما نسبته (22.8%) من التغيرات التي تطرأ على إستراتيجية التحالفات التعاقدية، أما النسبة المتبقية والبالغة (77.2%) فإنّها تُعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في أنموذج الانحدار الخطي المتعدد.

د. تشير قيم المعاملات المعيارية (BETA) المحسوبة للأبعاد المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، والبالغة (0.216، 0.211، 0.213) على التوالي، إلى أنّ زيادة اهتمام المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي بكل بُعد من الأبعاد السابقة بمقدار وحدة انحراف معياري واحد، سيؤدي إلى زيادة توجهاتهم في تعزيز إستراتيجية التحالفات التعاقدية في الشركات المذكورة، بنسب بلغت (21.6%)، (21.1%)، (21.3%) على الترتيب. أظهرت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية، بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

يتّضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (11) أعلاه، ما يأتي:

أ. تم استبعاد الأبعاد (المعرفة بالزبائن، والمعرفة بالموردين، والمعرفة بالمنافسين، والمعرفة بالظروف الاقتصادية) من الأنموذج في ضوء نتائج استخدام أسلوب الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)، لضعف تأثير هذه الأبعاد على إستراتيجية التحالفات التعاقدية. إنّ ما يؤيد ذلك قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) لها والبالغة (0.796، 0.938، 0.790، 0.159) على التوالي، وهي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

ب. ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (β) لثلاثة من المعرفة بالأعمال الدولية المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، عليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) للأبعاد المذكورة على إستراتيجية التحالفات التعاقدية في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي، إنّ ما يؤيد ذلك قيم (t) المحسوبة لها والبالغة (2.395، 2.460، 2.410) على التوالي، وكذلك أن قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) للأبعاد المذكورة أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

حيث إن:

\hat{Y}_i : إستراتيجية التحالفات التعاقدية

X_1 : المعرفة بالظروف القانونية.

X_2 : المعرفة بالشركاء.

X_3 : المعرفة بالظروف التكنولوجية.

وبعد الانتهاء من اختبار الفرضيات الفرعية، يمكن إختبار صحة الفرضية الرئيسية من عدمها، ولتحقيق هذا الغرض تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (Stepwise)، وقبل إجراء الاختبار ينبغي التحقق من صلاحية النموذج، كما هو موضح في الجدول رقم (12) الآتي:

لثلاثة أبعاد للمعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة ب(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) على (إستراتيجية التحالفات التعاقدية) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ونود الإشارة هنا بأن بُعد (المعرفة بالشركاء) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجية التحالفات التعاقدية مقارنة ببقية الأبعاد، إن ما يؤيد ذلك مقدار (قوة تأثيره) (β) والبالغ (0.252).

وبناء على نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، يكون النموذج المقدر كالاتي:

$$\hat{Y}_i = 0.762 + 0.242 X_1 + 0.252 X_2 + 0.251 X_3$$

جدول (12)

جدول تحليل التباين للانحدار لاختبار صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي

مصدر التغير (التباين)	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) المحسوبة	الدالة الإحصائية
الانحدار	9.144	3	3.048	27.214 *	0.000
البواقي (الخطأ)	13.585	121	0.112		
الكل	22.729	124	-		

{ قيمة (F) الجدولية بدرجتي حرية البسط والمقام (3، 121)، عند مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ } = 3.06

صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. وفي ضوء ما تقدم، فقد أصبح بالإمكان استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. كما هو موضح في الجدول رقم (13) الآتي:

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (12)، إن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (27.214) أكبر من قيمة (F) الجدولية والبالغة (3.06)، وكذلك قيمة الدالة الإحصائية البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية $(\alpha = 0.05)$ ، عليه سيتم رفض الفرضية الصفرية وهذا يعني ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي المتعدد، وبالتالي يوجد أثر للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات

جدول (13)

نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لقياس أثر المعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية (Sig.)	المعاملات المعيارية (BETA)
الحد الثابت (β_0)	0.581	1.405	0.062	-
المعرفة بالظروف القانونية	0.331	4.350	0.000	0.345
المعرفة بالشركاء	0.298	3.872	0.000	0.292
المعرفة بالظروف التكنولوجية	0.206	2.635	0.010	0.205
معامل الارتباط المتعدد (R)	0.634			
معامل التفسير (R^2)	0.402			

ج. النتائج السابقة سيتم رفض الفرضية الصفرية (H_{02}). تشير قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة (0.402)، إلى أن الأبعاد الداخلة في الأنموذج المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، تفسر ما نسبته (40.2%) من التغيرات التي تطرأ على إستراتيجيات التعاون الدولي، أما النسبة المتبقية والبالغة (59.8%) فإنها تُعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في أنموذج الانحدار الخطي المتعدد.

د. تشير قيم المعاملات المعيارية (BETA) المحسوبة للأبعاد المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، وبالبالغة (0.345، 0.292، 0.205) على التوالي، إلى أن زيادة اهتمام المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي بكل بُعد من الأبعاد السابقة بمقدار وحدة انحراف معياري واحد، سيؤدي إلى زيادة توجهاتهم في تعزيز إستراتيجيات التعاون الدولي في الشركات المذكورة، بنسب بلغت (34.5%، 29.2%، 20.5%) على الترتيب.

أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية بشكل عام، بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (α)

يُتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (13) أعلاه، ما يأتي:

أ. تم استبعاد الأبعاد (المعرفة بالزبائن، والمعرفة بالموردين، والمعرفة بالمنافسين، والمعرفة بالظروف الاقتصادية) من الأنموذج في ضوء نتائج استخدام أسلوب الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise)، لضعف تأثير هذه الأبعاد على إستراتيجيات التعاون الدولي. إن ما يؤيد ذلك قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) لها والبالغة (0.687، 0.685، 0.327، 0.090) على التوالي، وهي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

ب. ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (β) لثلاثة من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية المتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية)، عليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) للأبعاد المذكورة على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي، إن ما يؤيد ذلك قيم (t) المحسوبة لها والبالغة (4.350، 3.872، 2.635) على التوالي، وكذلك أن قيم الدلالة الإحصائية (Sig.) للأبعاد المذكورة أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وفي ضوء

وانتهاءً بعملية التصنيع وطرح المنتجات في الأسواق.

- من جانب آخر إن سبب حصول بُعد (المعرفة بالزيائن الحاليين والمحتملين) على الترتيب السابع والأخير في سلم تقييم أفراد العينة، يُعزى إلى تواضع ثقافة المديرين وإدراكهم لهذا البُعد، وعدم اهتمامهم بهذا النوع من المعرفة بالأعمال الدولية أسوةً بالأبعاد الأخرى نتيجة الاعتقاد السائد لدى أغلب المديرين بأن الصناعات الدوائية قائمة على تقديم منتجات ذات فاعلية وكفاءة عالية في علاج الأمراض المرتبطة بها بغض النظر عن توجهات وتفضيلات الزبائن، وأن قرار الشراء يعتمد على قدرة المنتج وفعالته في تحقيق الغاية منه وهي العلاج.

- مستوى إهتمام المديرين بإستراتيجيات التعاون: أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الثاني والخاصة بأبعاد إستراتيجيات التعاون الدولي، بحصول بُعد (إستراتيجية المشاريع المشتركة) على المرتبة الأولى، وجاء بُعد (إستراتيجية التحالفات التعاقدية) بالمرتبة الثانية، على سلم أولويات أفراد عينة الدراسة واهتماماتهم لهذين البُعدين من أبعاد إستراتيجيات التعاون الدولي.

- وإن سبب حصول البُعدين المذكورين على الترتيب الأول والثاني على التوالي في سلم اهتمام المديرين يعود إلى إدراكهم العالي حول بُعد (إستراتيجية المشاريع المشتركة) باعتباره ركناً أساسياً لإستراتيجيات التعاون الدولي، ولكون المشاريع المشتركة تساعد الشركات في التخلص من السلوك الإنتهازي للشركاء وكذلك الاستثمار الأمثل للفرص السوقية والإستفادة من قدرات وإمكانات الشركاء التكنولوجية، يليه في الأهمية والترتيب من الناحية المنطقية والعملية بُعد (إستراتيجية التحالفات التعاقدية).

- الفرضية الفرعية الأولى: أظهرت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى، بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، لبُعدين

($\alpha = 0.05$)، لثلاثة أبعاد للمعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة بـ (المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) على (إستراتيجيات التعاون الدولي) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي. ونودُ الإشارة هنا بأن بُعد (المعرفة بالظروف القانونية) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجيات التعاون الدولي مقارنة ببقية الأبعاد، إن ما يؤيد ذلك مقدار (قوة تأثيره) (β) والبالغ (0.331). وبناءً على نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، يكون النموذج المقدر كالتالي:

$$\hat{Y}_i = 0.581 + 0.331X_1 + 0.298X_2 + 0.206X_3$$

حيث إن:

\hat{Y}_i : إستراتيجيات التعاون الدولي.

X_1 : بُعد المعرفة بالظروف القانونية.

X_2 : بُعد المعرفة بالشركاء.

X_3 : بُعد المعرفة بالظروف التكنولوجية.

مناقشة النتائج والتوصيات

- مستوى إهتمام المديرين بالمعرفة بالأعمال الدولية: أسفرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والخاصة بالمعرفة بالأعمال الدولية، بحصول بُعد (المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية) على المرتبة الأولى، وحصل بُعد (المعرفة بالزيائن الحاليين والمحتملين) على المرتبة السابعة والأخيرة، على سلم أولويات أفراد عينة الدراسة واهتماماتهم. 0 - يعود سبب حصول بُعد (المعرفة بالظروف التكنولوجية في الأسواق الدولية) على الترتيب الأول في سلم تقييم أفراد عينة الدراسة وذلك لأهمية هذا البُعد مقارنة بالأبعاد الأخرى، وأثره الواضح على إستراتيجيات التعاون في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي من جهة، ولأنّ التكنولوجيا تعد أسلوباً حيويّاً يساعد المنظمات في الأسواق الدولية على تحسين عملية توزيع منتجاتها وخدمة عملائها من جهة ثانية، كما وأن الصناعات الدوائية قائمة على التطور التكنولوجي والذي يُعتبر أساساً لها بدءاً من مرحلة إكتشاف التراكيب الدوائية

بالظروف التكنولوجية) على (إستراتيجيات التعاون الدولي) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

ويتضح من النتيجة السابقة بأن زيادة إدراك إدارات شركات الصناعات الدوائية للمعرفة بالأعمال الدولية، سيسهم بشكل كبير في الارتقاء بإستراتيجيات التعاون الدولي في الشركات المذكورة من خلال المفاضلة بينها وتعزيز الإستراتيجيات التي تحقق الأهداف والغايات المرجوة منها في الأسواق الدولية والتي تتفق مع أهداف كلا الأطراف وتستثمر القدرات والكفاءات الموجودة لدى الشركاء وكذلك في الأسواق نفسها.

وبالإشارة الى أن بُعد (المعرفة بالظروف القانونية) هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجيات التعاون الدولي مقارنة ببقية الأبعاد، يفسره حاجة الشركات للمعرفة بالتشريعات والقوانين والمعوقات القانونية للتبادل التجاري في الصناعات الدوائية في الدول التي يرغبون في الدخول لأسواقها والتي تحتم أحياناً على الشركات الدخول اما في مشاريع مشتركة أو تحالفات تعاقدية، كما وتساعد تلك المعرفة الشركات في تجنب التأثيرات السلبية التي قد تتجم عن القوانين المتعلقة بقضايا من مثل نزع الملكية، وحقوق الملكية الفكرية، وبراءات الاختراع، والعلامات التجارية، والتراخيص.

وبالإشارة الى عدم وجود تأثير للمعرفة بالظروف التكنولوجية على إستراتيجية المشاريع المشتركة مقارنة بإستراتيجيات التعاون بشكل عام يفسره تبعية الشركات الأردنية في مشاريعها المشتركة للشركات الأخرى في الدول المتقدمة والتي تمتلك براءات إختراع وجدارات وقدرات تكنولوجية حيوية إضافةً إلى قنوات توزيع وبنية تحتية مناسبة تساعد الشركات الأردنية في تحسين عملية تصنيع وتعبئة وتغليف وتوزيع منتجاتها وخدمة عملائها والذي يمثل جوهر عمليات الشركات الأردنية.

وفي ضوء ما تقدم، يتضح بأن الأبعاد المذكورة تلعب دوراً فاعلاً في تأثيرها على إستراتيجيات التعاون الدولي بشكل عام من جهة، وعلى كل بُعد من أبعادها المتمثلة بـ(إستراتيجية المشاريع المشتركة، وإستراتيجية التحالفات التعاقدية) من جهة ثانية.

يستنتج من نتائج الاختبارات أن هناك تأثيراً للمعرفة بالأعمال الدولية على إستراتيجيات التعاون الدولي في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي وكان التأثير

من أبعاد المعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء) على (إستراتيجية المشاريع المشتركة) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

- ويتضح من النتيجة السابقة بأن زيادة إدراك إدارات شركات الصناعات الدوائية للبعدين المذكورين، سيسهم بشكل كبير في الارتقاء بإستراتيجية المشاريع المشتركة في الشركات المذكورة من خلال الاختيار الأمثل للشركاء، ممن يمتلكون قدرات ومهارات وكفاءات غير متوفرة لدى الشركات، تساعد في النمو والإزدهار في الأسواق الدولية والتي تحتم فيها الظروف القانونية أحياناً الدخول في المشاريع المشتركة.

- **الفرضية الفرعية الثانية:** أظهرت نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، لثلاثة أبعاد للمعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة بالظروف التكنولوجية) على (إستراتيجية التحالفات التعاقدية) في شركات صناعة الأدوية الأردنية ذات النطاق الدولي.

- ويتضح من النتيجة السابقة بأن زيادة إدراك إدارات شركات الصناعات الدوائية للمعرفة بالأعمال الدولية، سيسهم بشكل كبير في الارتقاء بإستراتيجية التحالفات التعاقدية في هذه الشركات من خلال تفادي والتقليل من آثار التقلبات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة والحادة، وعندما تكون القدرات التكنولوجية متداخلة بين الشركاء، مع رغبتها في استغلال الميزات المرتبطة بالتكاليف والميزات التنافسية المرتبطة بالصناعة في الأسواق الدولية.

- **الفرضية الرئيسية:** أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية بشكل عام، بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، لثلاثة أبعاد للمعرفة بالأعمال الدولية والمتمثلة بـ(المعرفة بالظروف القانونية، والمعرفة بالشركاء، والمعرفة

المعرفة بالظروف القانونية هو الأكثر تأثيراً على إستراتيجيات التعاون الدولي. كما وافقت الدراسة الحالية مع دراسة (Roy & Oliver, 2009) بأهمية المعرفة بالشركاء باعتبارها ركيزة أساسية للتعاون الدولي.

التوصيات:

1. ضرورة اهتمام إدارة شركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي، بـ(المعرفة بالموردين الحاليين والمحتملين، والمعرفة بالزبائن الحاليين والمحتملين)، أسوةً بأبعاد المعرفة بالأعمال الدولية، نظراً لحصولهما على المراتب الأخيرة (السادسة والسابعة) على الترتيب، على سلم إدراك أفراد عينة الدراسة وتصوراتهم لهذين البعدين في الشركات المذكورة من خلال زيادة الإدراك والوعي لدى المديرين العاملين بأهمية المعرفة بالزبائن في توجيه الحملات الترويجية وتحديد القطاعات السوقية المستهدفة وكذلك تحديد الفئات السعوية للمنتجات بما يتناسب وسلوك الزبائن الشرائي وتصوراتهم حول المنتجات، وقدرتهم الشرائية، كما ويجب زيادة إهتمام المديرين بالمعرفة بالموردين وبيان أهميتها في جودة وتكلفة المنتجات في سلسلة أنشطة التوريد. من خلال تنظيم دورات تدريبية مختصة في مجال المعرفة بالأعمال الدولية.
2. توصي الدراسة بضرورة اهتمام شركات صناعة الأدوية ذات النطاق الدولي بإستراتيجية التحالفات التعاقدية ضمن إستراتيجيات التعاون الدولي من خلال التركيز على المزايا المتحققة من التحالفات التعاقدية والمتمثلة بإنخفاض التكاليف والسيطرة على الموارد الإستراتيجية للشركات.
3. اختبار فرضيات الدراسة وأنموذجها في قطاعات الأعمال الأخرى مثل قطاع الاتصالات، وقطاع تكنولوجيا المعلومات، وقطاع الفنادق، وقطاع البنوك، وقطاع الطيران ذات النطاق الدولي.

متباينا في قوته التفسيرية. ويمكن القول بصلاحيّة فكرة نموذج الدراسة لتفسير حالة التغير المتوقعة في إستراتيجية المشاريع المشتركة وإستراتيجية التحالفات التعاقدية بصورة منفردة ومجمّعة بدلالة التغير المتوقع في معرفة المديرين في شركات صناعة الأدوية الأردنية بالأعمال الدولية. وتخضع هذه النتائج في قبولها لمحددات نظرية ترتبط بأبعاد متغيرات أنموذج الدراسة وأخرى مكانية ترتبط بقطاع صناعة الأدوية بجانبه الصناعي وبما قدمه المديرون وحدة المعاينة من إجابات تعكس مستوى إهتمامهم بفكرة الدراسة.

وعند مقارنة نتائج إختبار الفرضية مع الدراسات السابقة يلاحظ وجود إختلاف مع دراسة (Comino et., 2007) والتي أظهرت بأن مدى ما يتضمنه القطاع الصناعي من أنشطة للبحث والتطوير هو الأكثر تأثيراً على القرارات المتعلقة بإختيار إستراتيجيات التعاون، ودراسة (Akhter & Robles, 2006) والتي بينت بأن المعرفة بالظروف الإقتصادية تلعب دور أساسي في القرارات الإستراتيجية للشركات المتعلقة برغبتها للتعاون، بينما أوضحت الدراسة الحالية بأن المعرفة بالظروف القانونية هي الأكثر تأثيراً على إستراتيجيات التعاون، كما ويلاحظ وجود إختلاف مع دراسة (Karaszewski, 2008) والتي بينت بأن شركات الأعمال الدولية يجب أن تحرص على معرفة الزبائن في حين أظهرت نتائج الدراسة الحالية بأن بعد المعرفة بالزبائن يأتي في المرتبة السابعة والأخيرة من حيث الأهمية على سلم إدراك المدراء عينة الدراسة. وعند مقارنة نتائج إختبار الفرضية مع الدراسات السابقة لوحظ وجود إتفاق مع دراسة (Ferreira et., 2009) والتي بينت بأن الشركات الدولية تكيف قراراتها الإستراتيجية والمتعلقة بالتعاون وكيفية الدخول للأسواق الدولية وفقاً لما تمتلكه من معرفة حول البيئات المؤسسية والقانونية والتي تختلف من دولة الى أخرى ومن قطاع صناعي الى آخر من حيث القيود والقوانين المفروضة للتعامل التجاري، إضافة الى دراسة (Zekiri & Angelova, 2011) والتي بينت بأن معرفة الشركات الدولية بالظروف القانونية التي قد تواجهها أمراً حتمياً وذو أهمية جوهرية متفقين بذلك مع الدراسة الحالية والتي أظهرت بأن بعد

المراجع

المراجع الأجنبية

- Akhter, S., and Robles, F. 2006. "Leveraging internal competency and managing environmental uncertainty, propensity to collaborate in international markets", *International marketing review*, 23(1):98-115.
- Assudani, R. 2005. "Catching the chameleon: understanding the elusive term knowledge", *Journal of knowledge management*, 9(2):31-44.
- Aziz, N., and Sparrow, J. 2011. "Patterns of gaining and sharing of knowledge about customers: a study of an express parcel delivery company", *Journal of knowledge management resources and practice*, 9:29-47.
- Blackmore, J., and Kendrick, T. 2002. "Ten things you really need to know about your competitors", *Management services*, 46(7):16-18.
- Brouthers, K., Brouthers, L., and Werner, S. 2002. "Industrial sector, perceived environmental uncertainty and entry mode strategy", *Journal of business research*, 55:495-507.
- Buckley, P., and Casson, M. 1996. "An economic model of international joint venture strategy", *Journal of international business studies*, 27(5):849-876.
- Clarke, A., and Fuller, M. 2010. "Collaborative strategic management: strategy formulation and implementation by multi-organizational cross-sector social partnerships", *Journal of business ethics*, 94:85-101.
- Comino, S., Mariel, P., and Sandonis, J. 2007. "Joint ventures versus contractual agreements: an empirical investigation", *Spanish economic review*, 9:159-175.
- Daniels, J., Radebaugh, L., and Sullivan, D. 2009. *International business: Environments and operations*, 12ed, Upper saddle river, NJ: Pearson prentice Hall.
- Elo, M. 2009. "International expansion through joint venture: Situations and strategies from a network perspective", *25th IMP conference*, Marseille:1-9.
- El-Quqa, O., Hasan, F., Sarma, R., and Rout, B. 2007. Jordan Pharmaceutical sector, *Global investment house KSCC*:1-108.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkg, A., and Sharma, D. 1997. "Experiential knowledge and Costs in the internationalization process", *Journal of international business studies*, 28(2):337-360.
- Fernhaber, S., Mcdougall-covin, P., and Shepherd, D. 2009. "International entrepreneurship: Leveraging internal and external knowledge sources", *Strategic entrepreneurship Journal*, 3:297-320.
- Ferreira, M., Li, D., Suk, J. 2009. "Foreign entry strategies: Strategic adaptation to various facets of the institutional environments", *Development and Society Journal*, 38(1):27-55.
- Gao, F., Li, M., and Clarke, S. 2008. "Knowledge, management, and knowledge management in business operations", *Journal of knowledge management*, 12(2):3-17.
- Gebert, H., Geib, M., Kolbe, L., and Brenner, W. 2003. "Knowledge-enabled customer relationship management: integrating customer relationship management and knowledge management concepts", *Journal of knowledge management*, 7(5):107-123.
- Hill, C. 2007. *International business competing in the global market place*, Irwin: McGraw Hill.
- Javalgi, R., and Wright, R. 2003. "An international market entry model for pharmaceutical companies: A conceptual framework for strategic decisions", *International Journal of medical marketing*, 3(4):274-286.
- Javernick, A. 2009. "Organizational learning during internationalization: acquiring local institutional knowledge", *Construction management and economics*, 27:783-797.
- Jung, S., Park, Y., Kim, D., and Kim, J. 2009. "The Demand for and Supply of International Business Knowledge (IBK): An Interdisciplinary Approach", *International Journal of Business Research*, 9(6):68-77.
- Karaszewski, R. 2008. "The Influence of KM on Global Corporations' Competitiveness", *Journal of Knowledge*

- Management*, 12(3):63-70.
- Kauser, S., and Shaw, V. 2004. "The influence of behavioral and organizational characteristics on the success of international strategic alliances", *International marketing review*, 21(1):17-52.
- Kedia, B., and Daniel, S. 2003. "US business needs for employees with international expertise", *proceeding for the needs for global challenges Conference at Duke University*:1-31.
- Kirby, D., and Kaiser, S. 2003. "Joint ventures as an internationalization strategy for SMEs", *Small business economics*, 21:229-242.
- Kumar, T. 2012. "Collaborative strategy- The way forward in alliances and joint ventures: a concept note", *The IUP Journal of business strategy*, IX(2):31-43.
- Li, J., Poppo, L., and Zhou, K. 2010. "Relational Mechanisms, Formal Contracts, and Local Knowledge Acquisition by International Subsidiaries", *Strategic management Journal*, 31:349-370.
- Lilleoere, A., and Hansen, E. 2011. "Knowledge-Sharing enablers and barriers in Pharmaceutical Research and Development", *Journal of knowledge management*, 15(1):53-70.
- Lord, M., and Ranft, A. 2000. "Organizational learning about new international markets: Exploring the internal transfer of local market knowledge", *Journal of international business studies*, 31(4):573-589.
- Moon, H., and Kwon, D. 2010. "Entry mode choice between wholly-owned subsidiary and joint venture: A case study of the automotive industry in India", *International Journal of performability engineering*, 6(6):605-614.
- Musteen, M., and Datta, D. 2011. "Learning about foreign markets: a study of Czech SMEs", *Journal of international entrepreneurship*, 9:91-109.
- Musteen, M. 2006. "The role of international networks and foreign market knowledge in the internationalization of Czech entrepreneurial ventures", *Published PHD thesis, University of Kansas*.
- Park, B. 2010. "What Matters to Managerial Knowledge Acquisition in International Joint Venture? High Knowledge Acquires versus Low knowledge acquires", *Asia Pacific Journal of Management*, 27: pp55-79.
- Roy, J., and Oliver, C. 2009. "International joint venture partner selection: The role of the host-country legal environment", *Journal of international business studies*, 40:779-801.
- Schohl, J. 2004. *Working together in the pharmaceutical, biotech and medical device industries: Contractual terms and conditions*, Independent study at the Kellogg school of management, Northwestern University.
- Simonet, D. 2002. "Licensing agreements in the pharmaceutical industry", *Journal of medical marketing*, 2(4):329-341.
- Spence, M., and Crick, D. 2004. "Acquiring relevant knowledge for foreign market entry: the role of overseas trade missions", *Strategic Change*, 13(5):283-292.
- Teece, D. 1998. "Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets, for know-how, and intangible assets", *California management review*, 40(3):55-79.
- West, G., and Noel, T. 2009. "The impact of knowledge resources on new venture performance", *Journal of small business management*, 47(1):1-22.
- Willcocks, L., Cullen, S., and Lacity, M. 2007. "The outsourcing enterprise-The CEO guide to selecting effective suppliers", www.outsourcingunit.org/publications/Selecting_Effective_Suppliers.pdf
- Wittine, Z. 2012. "The use of information sources in international business-comparative analysis", *The business review, cambridge*, 19(2):210-215.
- Zekiri, J., and Angelova, B. 2011. "Factors that influence entry mode choice in foreign markets", *European Journal of social sciences*, 22(4):572-584.
- Zhang, H., Shu, C., Jian, X., and Malter, A. 2010. "Managing Knowledge for Innovation: The Role of Cooperation, Competition, and Alliance Nationality", *Journal of International Marketing*, 18(4):74-94.

The Impact of International Business Knowledge on the Collaborative Strategies in the Jordanian Pharmaceutical Firms with International Scope

Imad Atef Hassouneh^{}, Neamah Abbas ALkhafaji²*

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the impact of International business knowledge (IBK) on the Collaborative Strategies in the Pharmaceutical firms with international scope. The researchers analyze the opinions and responses of the sample unit concerning the impact of IBK on collaborative strategies. The dimensions of the IBK relate to Knowledge (on current and prospective customers, current and prospective suppliers, current and prospective partners, current and prospective competitors, economic conditions, legal conditions, and technological conditions). On the other hand, the dimensions of Collaborative strategies relate to (Joint-venture strategy, and Contractual alliances strategy). The study is descriptive and analytical where it describes the level of interest of managers working in pharmaceutical firms with the International business knowledge and the Collaborative Strategies. It also analyzes the impact of International business Knowledge on the Collaborative Strategies. The sample of the study consists of eleven Jordanian pharmaceutical firms with international scope that are registered in the Jordanian Association of Pharmaceutical manufacturers. The researchers uses various tools in gathering the needed data for this study such as reviewing the websites of the researched firms, the researcher has also used a questionnaire as the primary tool for collecting data by distributing (154) questionnaires consisting of (80) paragraphs and recovering (125) valid for analysis. Furthermore, a group of statistical techniques are used to examine the responses of the sample unit and to test the hypotheses. Some of these techniques are: frequencies, standard deviations, Cronbach Alpha, multi linear regression, (t) test and One way ANOVA to find the impact of IBK on the Collaborative Strategies, and the variance in the impact of IBK dimensions on the Collaborative strategies based on personal and functional characteristics. The main results of the study are the following:

1. The majority of manager's level of interest on International Business Knowledge dimensions and Collaborative strategies is of medium and high range.
2. There is statistically significant impact of three dimensions of International Business Knowledge (Knowledge on legal conditions, Knowledge on partners, Knowledge on technological conditions) on the International Collaborative Strategies.
3. Results showed that knowledge on legal conditions is the most influential on the international collaborative strategies compared to the other dimensions.
4. There is statistically significant impact of two dimensions of International Business Knowledge (Knowledge on legal conditions, Knowledge on partners) on Joint-Venture Strategy.
5. Results showed that knowledge on legal conditions is the most influential on Joint-Venture strategy compared to the other dimensions.

6. There is statistically significant impact of three dimensions of International Business Knowledge (Knowledge on legal conditions, Knowledge on partners, Knowledge on technological conditions) on Contractual alliances strategy.
7. Results showed that knowledge on partners is the most influential on Contractual alliances strategy compared to the other dimensions.
8. Results demonstrated adequate idea of the model partially to explain the impact of international business knowledge on the collaborative strategies.

KEYWORDS: International Business Knowledge, Collaborative Strategies, Pharmaceutical Firms.

¹ Assistant professor, Business Administration Department, Faculty of Administrative & Financial Sciences, Petra University.
emad_hassouneh@hotmail.com

² Professor, Business Administration Department, Faculty of Business, Amman Arab University.
neamaabass@yahoo.com

Received on 27/8/2014 and Accepted for Publication on 30/7/2015.