

## أثر البحث والتطوير على تحسين المنتجات

رانية عواد إبراهيم بصير

### الملخص:

هدفت الدراسة للتعرف على أثر البحث والتطوير على تحسين المنتجات في شركات الادوية الفلسطينية، وتم استخدام المنهج التحليلي الوصفي، ولقد تم تصميم أداة القياس (الاستبانة) وتوزيعها على عينة عشوائية طبقية من العاملين لدى تلك الشركات، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لاختبار فروض الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ايجابي للبحث والتطوير على تحسين المنتجات لدى تلك الشركات، وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الاهتمام بالتعاون في مجال البحث والتطوير لما لها من أثر مباشر في تحسين المنتجات لدى شركات الدواء الفلسطينية.

### Abstract:

The study aimed to identify the role of research and development on product development at Palestinian pharmaceutical companies. The descriptive analytical method was used. The measurement tool was designed and distributed to a random sample of employees of these companies. The statistical analysis program SPSS was used to test hypotheses of the study. The study found a positive effect of research and development on improving products of these companies. The study recommended the need to increase interest in research and development cooperation because of its direct impact on product improvement in Palestinian pharmaceutical companies.

### الجزء الأول: الإطار العام للدراسة

#### أولاً: الدراسات السابقة:

١- دراسة ( Battaglion & Garella, 2001 )<sup>(١)</sup> بعنوان: "الانتاج الدولي المشترك لتطوير منتج جديد ومكافحة الاحتكار"

هدفت الدراسة الى تحليل أشكالاً مختلفة لتنظيم مشروع انتاج مشترك بهدف إدخال منتج جديد في ماليزيا، وتوصل الباحث الى أنه في ظل الاتفاقيات الموقعة ومفاوضات التعاون بين الشركة الام والشركات المتعاونة حيث تتعاون الشركات ليس فقط في البحث والتطوير ولكن أيضاً في مرحلة بيع المنتج، كما أن السماح للشركات

د/ رانية محمد ابراهيم بصير

بانشاء شركة مشتركة للإنتاج قد يكون وسيلة بديلة لتحسين وتطوير منتجات جديدة وبديلاً لشركات الاحتكار.

وقد توصلت الدراسة الى أن اتفاقيات التعاون المشترك تشكل بديلاً جيداً لاحتكار السوق من قبل شركة واحدة، وعليه يجب وضع اسس التعاون بين الشركات في تطوير منتج جديد من خلال الدعم المالي والفني لعملية الإنتاج. إضافة الى وضع اسس التعاون في عمليات البحث والتطوير واختبار المنتج ومن ثم تسويق المنتج في البلد والخارج، ان اجابيات اتفاقيات التعاون المشترك القانونية اكبر من المشاكل التي قد تنشئ من خلال الاحتكار.

٢- دراسة ( Donel & Darren, 2002 )<sup>(ii)</sup> بعنوان: تنسيق تطوير المنتجات الجديدة في مشروع إنتاج مشترك دولي"

هدفت الدراسة الى دراسة حالة المشاكل التي قد تظهر في تنسيق وظائف الأعمال (البحث والتطوير والتصنيع) بين الشركات العاملة في مشروع إنتاج مشترك بهدف تطوير المنتجات الجديدة، وركزت الدراسة على العلاقات عبر الحدود التنظيمية، بين تنظيم مشروع الإنتاج المشترك والشركتين الشريكتين. استخدم الباحث اسلوب المقابلة للحصول على بياناته من خلال إطار مفاهيمي يستند إلى تطوير المنتجات الجديدة وآداب تحالفات الاستراتيجية.

وقد توصلت الدراسة الى إن اهداف الشراكة وبيئة العمل، وتحديد الترابط بين الوحدات الفرعية المشتركة بين الشركات ينتجان متطلبات التنسيق بين الوظائف بين الشركات، حيث أن بعض خصائص الشركاء تعرقل تحقيق التنسيق المطلوب، وتشمل هذه الخصائص الدرجة النسبية للترامن بين عمليات تطوير المنتجات الجديدة للشركاء، وصعوبة الشريك في إقامة روابط خارجية لتكنولوجيا المعلومات، وتؤثر الدرجة النسبية التي يتحكم فيها كل شريك في الإدارة على العلاقة في المخاطر المتصورة.

٣- دراسة (Meister, 2015)<sup>(iii)</sup> بعنوان: "تنسيق تطوير المنتجات الجديدة في مشروع إنتاج دولي مشترك"

هدفت الدراسة إلى عرض بعض المشاكل التي قد تواجه في تنسيق وظائف أعمال البحث والتطوير والتصنيع بين الشركات العاملة في مشروع مشترك لتطوير المنتجات الجديدة، وركزت الدراسة على العلاقات عبر الحدود التنظيمية، واستخدام إطار مفاهيمي، يستند إلى تطوير المنتجات الجديدة من خلال التحالفات الاستراتيجية.

وقد توصلت الدراسة الى تحديد الترابط بين الوحدات الفرعية المشتركة بين الشركات، لإنتاج متطلبات للتنسيق بين الوظائف بين الشركات ، حيث أن بعض خصائص الشركاء تعرقل تحقيق التنسيق المطلوب، وتشمل هذه الخصائص الدرجة

د/ رانية محمد إبراهيم بصير

النسبية للتزامن بين عمليات الشركاء في البرنامج الوطني للتنمية، وصعوبة الشريك في إقامة روابط خارجية لتكنولوجيا المعلومات.

٤- دراسة (Cohen,2015) <sup>(iv)</sup> بعنوان : " المتغيرات الاستراتيجية في الصناعة الدوائية "

هدفت الدراسة الى معرفة المتغيرات الاستراتيجية في الصناعة الدوائية حيث أن استراتيجيات التنويع في الثمانينيات كانت توفر الإيرادات للحفاظ على نمو الشركات والتقدم ومن خلال البحث والتطوير لعمليات الاندماج والاستحواذ والمشاريع المشتركة في صناعة الأدوية.

وقد توصلت الدراسة الى انخفاض إنتاجية البحث والتطوير في مجال صناعة الأدوية، بدأت شركات الأدوية في التركيز على التكنولوجيا واكتساب بعض من شركات التكنولوجيا الحيوية الأكثر نجاحاً، وقد وضعت شركات دوائية كبيرة قدرات كبيرة في مجال التكنولوجيا الحيوية كما لاحظوا النجاح التجاري والعلمي لشركاء تحالف التكنولوجيا الحيوية الخاصة بهم. وعلى الرغم من هذه الزيادة في القدرة على العلوم الداخلية، فإن تسجيلات شركات الدوائية الكبيرة في اكتشاف وتطوير العقاقير التي تدعم التكنولوجيا الحيوية قد تقلص من قبل اللاعبين في مجال التكنولوجيا الحيوية، ولا يزال التزامهم في البحث والتطوير الداخلي يميل إلى حد كبير إلى نهج التوليف الكيميائي لتصميم الأدوية.

٥- دراسة (Nie , 2015) <sup>(v)</sup> بعنوان : "تقييم التكلفة وإدارة الحافظة الأمثل لتطوير المنتجات الحيوية"

هدفت الدراسة الى معرفة معاناة صناعة المستحضرات الصيدلانية من انخفاض إنتاجية البحث والتطوير، مع مراعاة أن شركات المستحضرات الصيدلانية تجتذب استثمارات رأس المال الاستثماري، ويمكن لإدارة البحث أن تحقق عوائد أعلى من المتوسط في ظل زيادة تكاليف تطوير العقاقير، ويشير ذلك إلى الحاجة إلى أدوات اتخاذ القرارات المتقدمة التي تسهل عملية صنع القرار في إدارة البحث والتطوير.

وقد توصلت الدراسة الى أنبات وظيفة إدارة الحافظة الأمثل باستخدام دراسة الحالة مع مختلف قيود الميزانية إلى أن تحليل نتائج التحسين في ضوء توزيع التدفقات النقدية عبر كل من فئات الأنشطة ومراحل التنمية وقد ساهم هذا العمل في الجهود المبذولة لتوفير الدعم الكمي لعملية اتخاذ القرارات المتعلقة بإدارة الحافظة، وأوضح فوائد الجمع بين تقييم التكاليف وتحسين إدارة الحافظة لتعزيز فهم العملية وتحقيق أداء أفضل.

**ثانياً: مشكلة الدراسة:**

تتبلور مشكلة هذه الدراسة بصفة أساسية من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر البحث والتطوير على تحسين المنتجات في شركات الأدوية الفلسطينية؟

### ثالثاً: فروض الدراسة:

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبحث والتطوير على تحسين المنتجات في شركات الأدوية الفلسطينية.

### رابعاً: أهداف الدراسة:

١- التعرف على مدى الاهتمام بالبحث والتطوير من قبل شركات الأدوية الفلسطينية محل الدراسة.

٢- تحديد العلاقة بين البحث والتطوير وتحسين المنتجات في شركات الأدوية الفلسطينية.

٣- معرفة أثر البحث والتطوير على تحسين المنتجات في شركات الأدوية الفلسطينية.

٤- تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تفيد القيادات الإدارية في شركات الأدوية الفلسطينية محل الدراسة والمهتمين بهذا المجال.

### خامساً: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها العلمي وكذلك من مجال تطبيقها عملياً، ويمكن توضيح ذلك من خلال المحورين الآتيين:

#### أ. الأهمية العلمية:

١. تساعد في التعرف على اثر البحث والتطوير، وتسهم في توضيح أهمية دوره في تحسين المنتجات الدوائية وخصوصاً الدور الذي يمكن أن تقوم به في شركات الأدوية الفلسطينية.

٢. يعتبر البحث والتطوير، لذا يمكن أن تساهم الدراسة في إمداد المكتبة العربية عموماً والمكتبة المصرية خصوصاً بالمعارف حول موضوع اثر البحث والتطوير على تحسين المنتجات في شركات الأدوية الفلسطينية.

#### ب. الأهمية التطبيقية:

١. يتم تطبيق هذه الدراسة على شركات الأدوية الفلسطينية وهي القطاع الأكبر الذي يقدم الخدمات الصحية للمواطنين فهي تمثل قطاعاً هاماً واستراتيجياً.

٢. تواجه شركات الأدوية الفلسطينية العديد من المشاكل التي تؤدي إلى ضعف مستوى البحث والتطوير الدوائية، الأمر الذي يتطلب التركيز عليها والبحث عن الطرق والأساليب التي تؤدي إلى تحسين المنتجات الجديدة لديها.

### الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

#### اهمية البحث والتطوير لتحسين المنتجات:

يعد تطوير المنتجات من الأمور الاستراتيجية الهامة لنجاح شركات الأعمال، وغالباً ما يستخدم مفهوم التطوير والابتكار كمفهومين مترادفين لأن كليهما يسعى إلى

تحقيق هدف واحد ألا وهو التوصل إلى ما هو جديد، الأمر الذي يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق.<sup>(vi)</sup>

لا يوجد هنالك تعريف محدد أو متفق عليه بين الباحثين في هذا المجال لتعريف ما هو تطوير المنتجات، وذلك لأن مفهوم تطوير المنتجات جديدة هو مصطلح متعدد الأبعاد، ونسبي في الوقت نفسه إضافة إلى ذلك أن الغالبية العظمى من المنتجات التي تم تطويرها ما هي إلا تحسينات وعمليات تطوير على منتجات حالية من نواحي متعددة.<sup>(vii)</sup> يعتبر تبنى استراتيجيات التطوير من قبل المؤسسات المعنية بالتطوير، تجاوباً منطقياً مع مقولة إنه إذا أرادت المؤسسات الاستمرار في أعمالها لا بد لها من تجديد وتطوير كفاءتها الإدارية، الإنتاجية والتسويقية وبما يصبح حاجات المستهلكين أو المستخدمين الحاليين أو المتوقعين وهو الأمر الذي يؤدي بالنتيجة المنطقية إلى تطوير مواز في الموارد المالية و البشرية المتاحة لهذه المؤسسات، وهكذا فإن تطوير الموارد بنوعها البشرية والمادية يستعمل على تطوير كفاءات ومقدرات وأساليب عمل هذه المؤسسات وبما يضمن تقديم الجديد والممكن والمقبول من المستهلكين النهائيين وتحت مختلف الظروف البيئية.<sup>(viii)</sup>

غالباً ما تكون المنتجات الجديدة إما مبتكرة أو مطورة وهذا الاتجاه قد يصبح فلسفة من وجهة نظر مفاهيم التسويق، وقد ميز Peter Druker بين مفهومين عندما قال أن أي عمل يحتوي على وظيفتين رئيسيتين هما:<sup>(ix)</sup>

- التسويق (Marketing)

- التطوير والتجديد (Innovation)

فان السلع الجديدة تشكل عاملاً رئيسياً للنمو في المؤسسة، وقد تم التوصل في هذا المجال الى قبل Booz Allen Hamilton هي أن أغلب مجالات النمو في الصناعات تعود إلى حقيقة أساسية من السلع الجديدة ويفسر عدد المنتجات الجديدة المسوقة كل سنة بالأهمية الكبيرة التي توليها المؤسسات للتطوير والتحديث لمنتجاتها بصفة مستمرة.<sup>(x)</sup> وتعد المنتجات الجديدة وسيلة لإعادة بعث الطلب في الأسواق المشبعة كذلك فإن عملية التطوير تسمح للشركة بتجديد زبائنها وجعلهم أوفياء وذلك بمنحهم منتجات أكثر تطوراً وكفاءة.

بغية مواجهة الأخطار المتنامية التي تجابه المؤسسات والتحكم في درجة المخاطرة والتكاليف المرتبطة بعملية التطوير، فإن المؤسسات تخلت عن النموذج الكلاسيكي للتنظيم الذي تقوم المؤسسة وفقه بكل الخطوات اللازمة لإعداد وتطوير منتج جديد وذلك باعتمادها على التعاون وربط علاقات مع المؤسسات أخرى، وبهدف خفض التكاليف والحصول على مصادر وموارد مالية وبشرية لا تتوفر للشركة المعنية

بالتطوير، وقد يكون شكل هذا التعاون تكنولوجيا، أو البحث والتطوير، أو التصنيع وتسويق المنتج وعادة ما تكون عملية التعاون منظمة مع مؤسسات من نفس القطاع، كأن يقوم المورد بالاشتراك في صياغة وتحديد مفهوم المنتج الجديد بإنتاج بعض مكوناته، إن التعاون مع شركاء، يسمح للمؤسسة المطورة بأن تهتم ببعض الخطوات فقط من عملية التطوير فبعض المؤسسات تركز على عملية التسويق للمنتج (التنسيق) ووفقاً لهذا التوجه فإن الشركة لا تحتاج لاستثمارات ضخمة وذلك لاعتمادها على أصول وكفاءات شركائها، ومن الشروط الضرورية لتبني هذا النهج:<sup>(xi)</sup>

- أن تكون العلامة التجارية معروفة.
- المعرفة الجيدة للسوق.
- الاتصاف بالسرعة.
- العلاقات الجيدة مع الشركاء.
- حماية الشركة من خطر التقليد والقرصنة.

وقد تقوم المؤسسة المطورة بالتعاون مع شركاء من أجل تطوير منتج جديد و ذلك بأن يهتم هذا الشريك بصياغة وإعداد مفهوم وتصور للمنتج الجديد ومن ثم التخلي عنه لصالح المؤسسة المطورة بمقابل معين (ترخيص) وهي شائعة الاستعمال في النشاطات المتعلقة بالتكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا المعلومات والتي تتميز بالتغير التكنولوجي السريع والمخاطر الكبيرة وتلجأ الشركات إلى هذا النوع من التعاون عندما لا تكون عملية التطوير ضمن أولوياتها الاستراتيجية أو بدخولها سوقاً جديدة لا تعرفه أو لعدم امتلاكها الاستثمارات اللازمة.

ومن شروط نجاح هذه العملية:

- القدرة على التفاوض والتأثير في المتعاملين معها.
- البحوث والتطوير.
- الحصول على براءات الاختراع.

### تحسين المنتج الحالي أو القائم Improvements of existing Product :Features

يشير إلى إجراء تعديل أو تحسين على المنتج الحالي أي تغيير بعض خصائصه كزيادة تبسيطية وتحسين آرائه لزيادة بقائه من خلال إعداد تصميم أفضل له وتقديمه بشكل جديد إلى السوق لتلبية حاجات ورغبات الزبائن ويمثل تحسين المنتج الحالي مصدراً مهماً لتقديم منتج بخصائص جديدة تميزها عن المنافس في السوق بهدف المحافظة على حصة الشركة في السوق.

وإن تطوير المنتجات يعد من الأنشطة الأساسية للمنظمة، إذ يمكن لها من خلال تطوير وتقديم منتجات جديدة من الحصول على فرصة للنمو ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية لها. ويشير أيضاً إلى إجراء تعديلات وتحسينات على المنتج لغرض تقديمه إلى السوق بشكل جديد وذلك لتلبية حاجات الزبائن ورغباتهم باستمرار، ومن هذه التحسينات كذلك تحسين طراز المنتج لكسب أعجاب العملاء بالمنتج ليس من ناحية الأداء الوظيفي للمنتج ولكن من الناحية الذوقية والجمالية.<sup>(xii)</sup>

إن عملية التطوير والتحديث لا تعني فقط التطورات التقنية والتكنولوجيا الجديدة، وإنما قد تكون من خلال إضافة مواصفات قد تكون بسيطة للمنتج، من أجل استخدام جديد أو تغيير للغلاف ولنمط التعبئة وذلك بقصد ملاءمة شريحة جديدة من الزبائن، وقد يكون ذلك أيضاً من خلال إضافة خدمات، أو تنوع في المنتجات والخدمات أو في طريقة العرض... الخ، فعملية التطوير بهذا تهدف إلى خلق أسواق جديدة وتعزيز ولاء المستهلكين الحاليين لمنتجات المؤسسة، كما يسمح بالابتعاد عن الصدام المباشر مع المنافسين الأقوياء وذلك بإيجاد منتجات لا يوجد في مجالها منافسون مباشرون.

### الجزء الثالث: منهجية الدراسة والدراسة الميدانية

#### أولاً: أسلوب الدراسة:

استخدمت الباحثة نوعين من مصادر البيانات وذلك كما يلي:  
أ- **المصادر الثانوية:** ويمكن تحديد البيانات التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة في ضوء مشكلة الدراسة والمتغيرات المتعلقة بها حيث اعتمدت الباحثة في تكوين الإطار النظري على الكتب العربية والأجنبية، والمجلات والدوريات العلمية، والأبحاث العلمية المتخصصة المنشورة منها وغير المنشورة أيضاً، والتي تناولت موضوع الدراسة أو بعض جوانبها، بالإضافة إلى ذلك اعتمدت الباحثة على التقارير والنشرات التي تصدرها وزارة الصحة وشركات الأدوية.

وتم الاعتماد على بعض البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة ذات الصلة بموضوع الدراسة من خلال الرجوع إلى المكتبات، والدراسات والدوريات والنشرات والمقالات، وغيرها من مصادر جمع المعلومات، بالإضافة إلى البيانات المتعلقة - خلال الفترة الممتدة من ٢٠١٣-٢٠١٥.

ب- **المصادر الأولية:** تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من العاملين في شركات الأدوية الفلسطينية من خلال قائمة الاستقصاء، وذلك للحصول على آرائهم واتجاهاتهم والتي تخدم موضوع الدراسة.

ولقد قامت الباحثة بإعداد جانب تطبيقي ميداني يعتمد على قائمة استقصاء موجهة لعينة من العاملين محل الدراسة في شركات الأدوية، وذلك لاختبار صحة الفروض الخاصة

د/ رانية محمد إبراهيم بصير

بالدراسة، بالإضافة إلى إجراء بعض المقابلات الشخصية، ويتضح ذلك على النحو التالي:

١- **قائمة الاستقصاء:** لقد تم تصميم استمارة استبيان من أجل معرفة ، وتم اعداد قائمة الاستقصاء بحيث تشمل كل متغيرات موضوع الدراسة وقسمت الى جزئين رئيسيين وذلك على النحو التالي:

**الجزء الأول:** وهو عبارة عن الجزء المتعلق بالبحث والتطوير ويتكون من (٨) فقرات.  
**الجزء الثاني:** وهو عبارة عن الجزء الخاص بتحسين المنتجات الحالية ويتكون من (٤) فقرات.

٢- **المقابلات الشخصية:** اعتمدت الباحثة على المقابلة الشخصية عند توزيع استمارات الاستبيان وذلك للإجابة عن بعض الاستفسارات التي قد ترد من المستقصى منهم، وكذلك أيضاً ايضاح وشرح بعض النقاط والحصول على بعض المعلومات والبيانات والملاحظات والآراء الإضافية من المستقصى منهم والتي لا يمكن الحصول عليها بواسطة الاستبيانات.

٣- **الدراسة التحليلية:** تم تفرغ البيانات من استمارات الاستبيان وتصنيفها وتبويبها لتسهيل عملية تحليلها وتفسيرها، وذلك لاستخلاص النتائج والتوصيات، ولقد تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة لاختبار صحة الفروض.

### ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

#### ١- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالشركات العاملة في مجال الأدوية في الضفة الغربية/ فلسطين، ويبلغ حجم مجتمع الدراسة ٨٩٢ مفردة، للعام ٢٠١٥.

#### ٢- عينة الدراسة:

اقتصرت الدراسة على عينة من العاملين في الشركات العاملة في مجال الأدوية في الضفة الغربية / فلسطين، ولذا تم اختيار عينة عشوائية طبقية من العاملين في تلك الشركات المختلفة بلغت ٢٧٠ مفردة من العاملين وذلك طبقاً لجدول حجم العينة عند معامل ثقة ٩٥% ونسبة خطأ ٥%.

### ثالثاً: معاملات الصدق والثبات لقائمة الاستقصاء:

أ- **صدق المحكمين:** قامت الباحثة بعرض قائمة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في تخصص إدارة الأعمال من أعضاء هيئة التدريس في عدد من الجامعات، والذين أجروا بعض التعديلات على أداة القياس (الاستبيانية) مع حذف بعض

د/ رانية محوّد إبراهيم بصير

الفقرات، وإضافة فقرات جديدة، وذلك بهدف التعرف على مدى تنوع وشمولية الفقرات والمحاور التي وضعت لقياس أبعاد الدراسة المختلفة.

ب- **ثبات المقياس:** تبين من معامل الثبات لكل بعد من أبعاد متغيرات الدراسة أن جميع معاملات الصدق هي دالة احصائياً عند مستوى (0.05%) وبذلك يعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت له، كما يتبين أن درجة معامل ثبات جميع أبعاد محاور الاستبانة مرتفعة وهذا يعني أن قيمة معامل الثبات لجميع الأبعاد مرتفعة.

#### رابعاً: حدود الدراسة:

- ١- **الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على العاملين في الشركات العاملة في مجال الأدوية في فلسطين.
- ٢- **الحدود المكانية:** طبقت الدراسة على شركات الأدوية الفلسطينية في الضفة الغربية فقط/ فلسطين.
- ٣- **الحدود الزمانية:** تمت عملية جمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة عن الفترة من العام (٢٠١٤-٢٠١٥).
- ٤- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة الحالية على شركات الأدوية الفلسطينية في الضفة الغربية فقط.

#### خامساً: الإحصاء الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:

##### **أ. البحث والتطوير :**

تم استخدام اختبار t للعينة الواحدة، والنتائج مبينة في جدول رقم (١) والذي يبين آراء أفراد عينة الدراسة على (أشكال التعاون مع الجهات الخارجية في مجال تطوير المنتجات).

جدول رقم (١)  
مؤشرات البحث و التطوير

م.	الفقرة	الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	قيمة t	القيمة الاحتمالية	الترتيب
١.	تتعاون الشركة مع شركات أجنبية في بعض مجالات تطوير الادوية	٤.٠٠	٨٠.٠	٠.٤٦٣	١٣٦.٨	٠.٠٠	٧
٢.	تتشارك الشركة مع جهات أخرى للقيام بأنشطة تطوير المنتجات	٤.٣٣	٨٦.٦	٠.٧٣٠	٩٣.٩	٠.٠٠	٣
٣.	تقوم الشركة بشراء تكنولوجيا تصنيع المنتجات من شركات أخرى	٣.٨٦	٧٧.٢	٠.٦٧٢	٩٠.٨	٠.٠٠	٨
٤.	حصول الشركة على تراخيص لنقل حق استخدام تكنولوجيا تصنيع المنتجات من شركة أخرى	٤.٣٢	٨٦.٤	٠.٦٧٢	١٠١.٨	٠.٠٠	٤
٥.	اندماج شركتنا مع شركة أخرى	٤.٣٥	٨٧.٠	٠.٦٣٩	١٠٧.٩	٠.٠٠	٢
٦.	استحواذ الشركة على شركات أخرى أو اجزاء من شركات أخرى، في السوق المحلي	٤.٢٠	٨٤.٠	٠.٥٦١	١١٧.٩	٠.٠٠	٥
٧.	استحواذ الشركة على شركات أخرى أو اجزاء من شركات أخرى، في السوق الخارجي	٤.٤٥	٨٩.٠	٠.٥٩٨	١١٧.٩	٠.٠٠	١
٨.	ترك الشركة أهمية الدخول في تكتلات مع شركات اقليمية	٤.١٥	٨٣.٠	٠.٦٨٩	١٠٢.٣	٠.٠٠	٦
	الدرجة الكلية	٤.٢٤	٨٤.٨	٠.٢٤٨	٢٧١.٣	٠.٠٠	

تستخلص الباحثة من الجدول السابق ما يلي:

- أ. اتفقت آراء العينة على أنها جميعها لديها توجه عالٍ نحو أشكال التعاون مع الجهات الخارجية في مجال تطوير المنتجات وبدرجة مرتفعة، حيث بلغت الدرجة الكلية لها (٤.٢٤) وبأهمية نسبية بلغت (٨٤.٨%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن التوجه العالمي للتعاون ما بين شركات صناعة الدواء أصبح أمراً محتوماً وبالتالي لجأت شركات صناعة الدواء الفلسطينية لتلبية هذا الاتجاه ولجميع شركات صناعة الدواء الفلسطينية عينة الدراسة.
- ب. كما اتفقت آراء العينة على أنها عملت على الاستحواذ على شركات / أجزاء من شركات أخرى في السوق الخارجي وذلك لتوسعة نشاطها وأعمالها، حيث جاءت في المرتبة الأولى وبأهمية نسبية بلغت (٨٩.٠%).
- ج. كما أكدت عينة الدراسة إلى وجود اندماج للشركات عينة الدراسة مع شركة أخرى بأهمية نسبية بلغت (٨٧.٠%) حيث حلت تلك الإجابة ثانياً وهي نتيجة حتمية للفقرة السابعة (استحواذ الشركات على شركات أخرى أو أجزاء من شركات أخرى في السوق الخارجي)، حيث أن شركات صناعة الدواء في

د/ رانية محوّد ابراهيم بصير

فلسطين تلجأ إلى أسلوب الاستحواذ أولاً، وفي حالة عدم تمكنها من ذلك تعمل على اندماج مع شركة أخرى في سبيل تقادي المنافسة الدولية على وجه الخصوص.

**وبصفة عامة** اتفقت آراء عينة الدراسة والمتمثلة في جميع العاملين في شركات صناعة الدواء الفلسطينية على تركيزها على مكونات الإنتاج الدولية من خلال التعاون مع الجهات الخارجية في مجال تطوير المنتجات، وتعزو الباحثة ذلك إلى أهمية الاستحواذ على الشركات التي تعمل في مجال الصناعة الدوائية في فلسطين، أو الاندماج مع شركة أخرى، فضلاً عن مشاركتها لجهات أخرى للقيام بأنشطة تطوير المنتجات في حالة عدم توفر الإمكانات اللازمة في ذات الشركة، بالإضافة إلى حصول الشركات على تراخيص لنقل حق استخدام تكنولوجيا تصنيع المنتجات من شركة أخرى تماشياً مع الاستفادة من عمليتي الاستحواذ أو الاندماج، سواء أكان ذلك في السوق المحلي أو السوق الخارجي، ووجود إدراك عال لدى شركات صناعة الدواء الفلسطينية لأهمية الدخول في تكتلات مع شركات إقليمية، والتعاون مع شركات أجنبية في بعض مجالات تطوير الأدوية، كما أن شركات صناعة الدواء الفلسطينية تقوم بشراء تكنولوجيا تصنيع المنتجات من شركات أخرى، حيث بلغت الأهمية النسبية لتلك التوجهات (٨٩.٠٪، ٨٧.٠٪، ٨٦.٦٪، ٨٦.٤٪، ٨٤.٠٪، ٨٣.٠٪، ٨٠.٠٪، ٧٧.٢٪) على التوالي، وجاءت جميعها بدرجة مرتفعة.

## ب. تحسين المنتجات

جدول رقم (٢)

### مؤشرات تحسين المنتج القائم

م.	الفقرة	الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	قيمة t	القيمة الاحتمالية	الترتيب
١.	تقوم الشركة باستمرار بتحسين مواصفات المنتجات التي تقوم بإنتاجها.	٤.٢٠	٨٤.٠	٠.٧٧٣	٨٦.١	٠.٠٠	٢
٢.	تقوم الشركة باستمرار بالبحث عن بدائل أفضل للخدمات المستخدمة في الإنتاج.	٤.١٤	٨٢.٨	٠.٧٦٦	٨٥.٥	٠.٠٠	٤
٣.	لدى الشركة دائماً مشروعات بحثية تقوم بإنجازها لتطوير منتجاتها الحالية.	٤.٣٣	٨٦.٦	٠.٦٨٦	٩٩.٩	٠.٠٠	١
٤.	تقوم الشركة بتطوير استخدامات جديدة لمنتجاتها الحالية.	٤.١٧	٨٣.٤	٠.٧٧٠	٨٥.٧	٠.٠٠	٣
	الدرجة الكلية	٤.٢١	٨٤.٢	٠.٣٨٣	١٧٤.١	٠.٠٠	

### تستخلص الباحثة من الجدول السابق ما يلي:

أ. اتفقت آراء العينة على أنها تعمل على تحسين خصائص المنتجات الحالية والتي تقوم بإنتاجها وبدرجة مرتفعة، حيث بلغت أهميتها النسبية (٨٤.٢%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن نتائج البحوث العلمية تشير إلى وجود العديد من التعارضات الدوائية بالإضافة إلى اكتشاف ضعف في أداء وتأثير بعض من المنتجات الدوائية، وعليه تقوم الشركات المصنعة للدواء بتحسين جودة منتجاتها بشكل دائم ومستمر.

ب. وقد جاءت أعلى إجابة لصالح الفقرة التي تنص على (لدى الشركة دائماً مشروعات بحثية تقوم بإنجازها لتطوير منتجاتها الحالية) وبأهمية نسبية مقدارها (٨٦.٦%) وبدرجة عالية، حيث ترى الباحثة أن توفر مراكز البحث والتطوير في مصانع الدواء الفلسطينية هو ضرورة لا بد منها، وأن تلك المراكز تعمل على تطوير المنتجات بناء على نتائج البحوث والمشاريع والدراسات العالمية.

ج. كما أكدت عينة الدراسة على أن شركات صناعة الدواء في فلسطين تقوم باستمرار بتحسين مواصفات المنتجات التي تقوم بإنتاجها وبأهمية نسبية مقدارها (٨٤.٠%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أهمية تطوير المنتجات من حيث طول مدة الصلاحية وانخفاض الآثار الجانبية، فضلاً عن تحديث البيانات المكتوبة في الوصفات الدوائية بشكل دائم ومستمر، والتعريف بطريقة الاستخدام والحفظ.

د. في حين جاءت أدنى إجابة لصالح الفقرة التي تنص على (تقوم الشركة باستمرار بالبحث عن بدائل أفضل للخامات المستخدمة في الإنتاج)، وبأهمية نسبية بلغت (٨٢.٨%) وبدرجة مرتفعة، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن سوق الدواء العالمي يعمل على توفير المواد الخام الأولية لصناعة الدواء، إلا أن مخاطر التحديث تنتج ربما من الشركات الحديثة والتي لا تمتلك خبرة عملية مما يؤدي ذلك إلى انخفاض مواصفات المواد الخام الأولية، وبذلك فإن سعي شركات الدواء الفلسطينية نحو البحث عن بدائل أفضل هو أمر ضروري من حيث الجودة والسعر وسرعة الوصول والوفرة الدائمة لها.

**وبصفة عامة** اتفقت آراء عينة الدراسة والمتمثلة في جميع العاملين في شركات صناعة الدواء الفلسطينية على ضرورة تحسين خصائص المنتجات الحالية التي تقوم بتصنيعها، حيث أشارت العينة إلى أن تلك الشركات لديها مشروعات بحثية تقوم بإنجازها لتطوير منتجاتها، كما أنها تقوم بتحسين مواصفات منتجاتها بشكل مستمر، فضلاً عن قيامها بتطوير استخدامات جديدة لتلك المنتجات، والاستمرار في البحث عن بدائل أفضل

د/ رانية محوّد ابراهيم بصير

للخامات المستخدمة في الإنتاج، وبأهمية نسبية بلغت (٠.٨٢.٦٪، ٠.٨٤.٠٪، ٠.٨٣.٤٪، ٠.٨٢.٨٪) على التوالي.

### اختبار الفرض:

ينص فرض الدراسة والذي تم صياغته في صورة فرض العدم على أنه: لا يوجد اثر معنوي بين البحوث والتطوير وتحسين خصائص المنتجات في قطاع الصناعات الدوائية في فلسطين.

ولاختبار الفرضية، تم استخدام اختبار معامل الانحدار الأحادي، وتبين نتائج الجدول رقم (٣) إلى أنه تم قبول الفرض العدم والذي يشير إلى أنه لا يوجد أثر معنوي بين البحوث والتطوير وتحسين خصائص المنتجات الحالية في قطاع الصناعات الدوائية، ورفض الفرض البديل.

### وجاءت النتائج كالتالي:

بلغت قيمة F المحسوبة تساوي (٠.٧٤٠) وهي ليست دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) حيث أن القيمة الاحتمالية تساوي (٠.٣٩٠) وهي أعلى من (٠.٠٥). وهذا يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البحوث والتطوير والمتغير التابع (تحسين خصائص المنتجات الحالية).

Y: المتغير التابع وهي تحسين خصائص المنتجات الحالية.

### ومن خلال الدلالة الإحصائية اتضح التالي:

كل تحسين قدره (٠.٣٨٣) في مجال البحوث والتطوير يؤدي إلى زيادة بدرجة واحدة في تحسين خصائص المنتجات الحالية في شركات صناعة الدواء في فلسطين. وهو تأثير متوسط.

جدول رقم (٣)

البنء	المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	الخطأ المعياري	معاملات الانحدار المعيارية Beta	قيمة t	القيمة الاحتمالية sig.	مستوى الدلالة عند (٠.٠٥)	الترتيب
البحوث والتطوير	تحسين خصائص المنتجات الحالية	٠.٠٥٤	٠.٣٨٤	٠.٣٨٣	٢٥.٥٤٧	٠.٠٠٠	دال إحصائياً	
تحليل التباين ANOVA								
	قيمة اختبار F	٠.٧٤٠		القيمة الاحتمالية	٠.٣٩٠			
	قيمة معامل التفسير المعدل R <sup>2</sup>	٠.٠٠١		القيمة الاحتمالية لمعامل التفسير	0.000			

## الجزء الرابع: النتائج والتوصيات

### أولاً: النتائج:

١. توصلت الدراسة إلى وجود أثر للبحث والتطوير على تحسين المنتجات، في شركات الادوية الفلسطينية.
٢. اثبتت الدراسة ان شركات الادوية الفلسطينية تبدي اهتماما كبيراً في عقد اتفاقيات شراكة دولية لعمل الابحاث والتطوير الملائم للأدوية، بهدف تحسينها.
٣. اثبتت الدراسة أن افتقار شركات الأدوية الفلسطينية إلى مختبرات حديثة شاملة يؤثر على مقدرتها في تحسين وتطوير منتجاتها دون شراكة ملائمة.

### ثانياً: التوصيات:

١. ضرورة تفعيل دور قسم البحث والتطوير فيها إيجاد صيغ جديدة لتحقيق أفضل الات التفاعل بين العلم والتقنية.
٢. ضرورة التعرف على آراء العملاء حول المنتج المنوي تحسينه.
٣. عمل استطلاعات دورية بهدف التعرف على رأي عملائها في منتجاتها الجديدة قبل طرحها للسوق.

### المراجع:

- <sup>i</sup>- Battagion Maria, & Garella Paolo, “**Joint Venture for a New Product and Antitrust Exemptions**“, Australian Economic Papers. Sep2001, Vol. 40 Issue 3. 5 Graphs
- <sup>ii</sup>- Gerwin Donal, Meister Darren, “**Coordinating new product development in an international joint venture**“, 2002, International Journal of Technology Management, Vol. 24 Issue 1, p27. 17p. 1 Diagram
- <sup>iii</sup>- Donald Gerwin and Darren Meister, “**Coordinating new product development in an international joint venture**“, working paper, researchgate.net, 2015
- <sup>iv</sup>- Jeff Cohen, “**Strategic Alternatives In The Pharmaceutical Industry**“, working paper, Kellog school of Management, 2015
- <sup>v</sup>- Wenhao Nie, “**Cost Evaluation And Portfolio Management Optimization For Biopharmaceutical Product Development**“, doctoral dissertation, University College London (ULC), 2015

- ٦- حميد الطائي و بشير العلاق، "تطوير المنتجات وتسعيورها"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٨ ص ٥٣
- 7- Trott ,Paul, "**Innovation Management and New Product Development**", 3ed edition. Upper Saddle River- U.S.A. Prentice Hal,(2005), p385.
- ٨- - محمد ابراهيم عبيدات، "تطوير المنتجات الجديدة" ، مدخل سلوكي ، دار وائل للطباعة والنشر ، ٢٠٠٦، ص ١٤
- ٩- رعد حسن الصرن، " أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، الجزء الأول"، دار الرضا للنشر، دمشق، ٢٠٠١، ص ٧٦
- ١٠- رعد حسن الصرن، مرجع سابق، ص ٧٦.
- ١١- غنية فيلالي، "أساليب تطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية"، جامعة منتوري قسنطينة- ، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٨، ص ٨٨.
- ١٢- أحمد عرفة وسمية شلبي، "الإدارة الاستراتيجية للتسويق"، بدون ناشر، ٢٠٠٥، ص ص ٣٠٨-٣٠٩.