

## أثر حقوق الملكية الفكرية على اختراق الأسواق الدولية السيد عزت السيد صالح

### الملخص:

يهدف البحث إلي التعرف على أثر حقوق الملكية الفكرية على اختراق الاسواق الدولية لشركات صناعة الدواء في مصر استخدم الباحث المنهج الوصفي، و تم تصميم أداة القياس(استقصاء) وتوزيعها على عينة عشوائية متعددة المراحل من المدراء بالقطاعين العام والخاص وعينة من عملاء تلك الشركات، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لاختبار فروض البحث. وتوصل البحث إلي وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لبناء حقوق الملكية الفكرية على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الاسواق الدولية من وجهة نظر المدراء والعملاء، وأوصى البحث بضرورة توافر متطلبات بناء حقوق الملكية الفكرية من خلال الاهتمام برأس المال الفكري للاستفادة من نواتجه.

### Abstract:

This thesis aims at exploring the influence of building intellectual property rights on achieving a competitive advantage in local and international markets of Egyptian drug industry companies. The researcher uses the descriptive approach. A questionnaire is designed and distributed to be filled in by a multi-level random sample of managers in both public and private sector and a sample of customers as well. The statistical analysis program SPSS is used to examine the hypotheses.

The thesis finds out that there is a statistically significant influence of building intellectual property rights on achieving a competitive advantage in local and international markets from both managers and customers viewpoints. It recommends the necessity of intellectual property building requirements through focusing mental capital in order to benefit from its fruits.

## الجزء الأول: الإطار العام للدراسة

## أولاً: الدراسات السابقة:

- ١- هدفت دراسة ( محمد سمير ٢٠١٢ ) إلي اختبار مدي صحة فرضية زيادة معدل الابتكار في صناعة البرمجيات في مصر(المتغير التابع ) مع تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية(المتغير المستقل)، وتوصلت الدراسة إلي أنه ينبغي التميز بين أثرين لحماية حقوق الملكية الفكرية علي معدل الابتكار في صناعة البرمجيات الأول مباشر ويتمثل في أثر الحماية علي الابتكارات اللاحقة( تتابع الابتكار)،وبالتالي أثر غير مباشر وينتقل من الحماية (المتغير المستقل) إلي معدل الابتكار( المتغير التابع) من خلال معدل القرصنة ( متغير ناقل للأثر)، باعتبار أن القرصنة من العوامل المؤثرة علي جدوى الإنفاق علي البحوث والتطوير وبالتالي علي الابتكار .
- ٢- هدفت دراسة (Iftekhar & Nada, 2012) بعنوان حماية حقوق الملكية الفكرية وتكنولوجيا المعلومات" إلي التعرف علي أهمية حقوق الملكية الفكرية وتأثير تكنولوجيا المعلومات علي الإبداع ، وتوصلت إلي أن هناك علاقة إيجابية قوية فيما يتعلق بكمية وجودة الإبداعات، وتنفيذ إجراءات دعم الإبداع ونمو الوظائف لها أهمية كبيرة في الدول التي تعاني من ارتفاع معدل البطالة. وكذلك أن زيادة الإبداع والابتكار يتطلب التشجيع علي البحث والتطوير المحلي ودعم ونقل التكنولوجيا بين الدول المتقدمة والنامية.
- ٣- هدفت دراسة(Teleghani et al . 2012) بعنوان دور الابتكار في العلاقة بين إدارة المعرفة والقدرة التنافسية "إلي تحليل دور الابتكار في العلاقة بين المعرفة وتعزيز الميزة التنافسية في صناعة السياحة الإيرانية. وتوصلت هذه الدراسة إلي العديد من النتائج أهمها: أن الابتكار له تأثير قوي ومباشر في تعزيز الميزة التنافسية للشركات محل الدراسة. أن خلق المعرفة واستخدامها يؤدي إلي الابتكار، وبالتالي يعزز القدرات التنافسية لتلك الشركات في الأسواق الدولية .
- ٤- هدفت دراسة( Findikli, et .al 2015 ) بعنوان " الابتكار المؤسسي وإدارة المعرفة والإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية" إلي تحديد مدي تأثير ممارسة الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية في عمليات المعرفة (توليد المعرفة، مشاركة المعرفة، وتطبيق المعرفة) والابتكار التنظيمي وتوصلت الدراسة إلي أن استراتيجية تقييم الأداء واستراتيجية التعويضات والمكافآت تؤثر في قدرة المنظمات محل الدراسة علي إدارة المعرفة .وأن كل من استراتيجية التدريب

واستراتيجية التعويضات والمكافآت تؤثر في قدرة المنظمات محل الدراسة على الابتكار التنظيمي.

٥- دراسة ( ناريمان متولي ، ٢٠١٧ ) بعنوان " مدي الإفادة من إدارة المعرفة كمدخل للجودة الشاملة في دعم الإبداع المعرفي والابتكار التنظيمي : بالمكتبات الجامعية " إلي التعرف علي عمليات إدارة المعرفة وأهميتها في دعم الإبداع المعرفي والابتكار، وتوصلت إلي أهمية الإبداع والابتكار التنظيمي لتحقيق التميز في مجال العمل من خلال القيادات المعرفية المبدعة . وكذلك أكدت الدراسة أن الثقافة التنظيمية لها تأثير علي الإبداع.

### ثانياً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود ضعف في قدرة شركات صناعة الدواء في مصر علي اختراع أسواق جديدة ، نتيجة لضعف قدرتها علي تقديم منتجات تتصف بالابتكار، وهو ما يعكس الحاجة إلي التحقق من مدي توافر متطلبات حقوق الملكية الفكرية في شركات صناعة الدواء في مصر، ودورها في دعم قدرة هذه الشركات علي تحقيق ميزة تنافسية يمكن من خلالها اختراق الاسواق الدولية.

### ثالثاً: أهداف البحث:

١. التعرف علي أثر حقوق الملكية الفكرية علي اختراق الأسواق الدولية.
٢. الميزة التنافسية ودورها في اختراق الاسواق الدولية
٣. تقديم مجموعة من التوصيات يمكن أن تساهم في تفعيل الإبداع والابتكار في شركات صناعة الدواء المصرية لابتكار منتجات جديدة تحتفظ بحق ملكيتها الفكرية .

### رابعاً: فروض البحث:

الفرض الرئيسي الأول: لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لعناصر حقوق الملكية الفكرية على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الاسواق الدولية من وجهه نظر المدراء في شركات صناعة الدواء

### خامساً: أهمية البحث:

#### ١- الأهمية العلمية:-

- التركيز على الطاقات الابتكارية والإبداعية التي يمتلكها العنصر البشري في المنظمات الصناعية بصفة عامة، وشركات صناعة الدواء المصرية بصفة خاصة، والعمل على تنشيطها وتطويرها، والمحافظة عليها للمساهمة في بناء

- حقوق ملكية فكرية صناعية تحقق لها ميزة تنافسية تستطيع من خلالها هذه المنظمات اختراق الأسواق الدولية.
- انخفاض عدد الدراسات التي تناولت أثر حقوق الملكية الفكرية على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية.
  - ٢- الأهمية العملية:-
  - يتوقع أن تفيد نتائج البحث في زيادة وعي المسؤولين في شركات صناعة الدواء بأهمية رأس المال الفكري في خلق المعرفة وتنميتها وتطويرها لتعزيز الإبداع والابتكار، وتحقيق الميزة التنافسية والمحافظة على البقاء والنمو في الأسواق المحلية والدولية.
  - تقديم مجموعة من التوصيات يمكن أن تساهم في إثراء المسؤولين بصناعة الدواء بأهمية حقوق الملكية الفكرية لزيادة الحصة السوقية لها من خلال فتح أسواق جديدة لها.

### سادساً: حدود الدراسة:

- تجري هذه الدراسة في ظل المحددات التالية:
١. الحدود الموضوعية: سوف يقتصر هذا البحث على دراسة موضوع حقوق الملكية الفكرية ، وأساليب تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية.
  ٢. الحدود البشرية : سوف يقتصر البحث على استطلاع رأي أعضاء الإدارة العليا والوسطى بشركات صناعة الدواء في مصر وعملاء شركات صناعة الدواء .
  ٣. الحدود الزمانية : سوف تقتصر عملية جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة وتوزيع استمارات الاستقصاء وتجميعها خلال العام الحالي ٢٠١٧ .

## الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

### أولاً: الملكية الفكرية

#### ■ مفهوم الملكية الفكرية:

هي كل ما ينتجه الفكر الإنساني من اختراعات وإبداعات فنية وغيرها من نتاج العقل الإنساني، ولقد ازداد الاهتمام بحمايتها مع ازدياد الإدراك لأهميتها في صنع التنمية والتقدم من خلال تحويل المعلومة إلى ابتكار والابتكار إلى سلعة يتم إنتاجها وتطويرها، الأمر الذي تزداد معه أهميتها الاقتصادية. ويمكن للباحث عرض بعض التعريفات الأكثر شيوعاً لمفهوم الملكية

بأنها ناتج العقل البشري الذي ميزه الله عن سائر المخلوقات، وعلي أنها المعرفة والتكنولوجيا التي يمتلكها المؤلف والمفكر والمخترع والمبتكر، بالإضافة إلي أنها حق يقتضي بموجبه منع الآخرين من استغلال اختراعاتهم وتصميماتهم وأفكارهم وما أبدعته عقولهم (عوض، ٢٠٠٤).

يعرف حقوق الملكية الفكرية بأنها "الحق الذي يمتلكه المخترع في اكتشافه ونشاطه الفكري والبدني وله الحرية بوضع اختراعه للاستخدام أو السماح لأشخاص وجهات أخرى باستخدام هذا الاختراع (M Rajesh 2009)

كل ما ينتجه العقل البشري من أفكار محده يتم ترجمتها إلي أشياء ملموسة يدخل في كل نطاقها كافة الحقوق الناتجة عن النشاط الفكري للإنسان في الحقوق الصناعية والتجارية والفنية (عبدالرحمن، ٢٠١٧)

#### ■ أهمية الملكية الفكرية:

برزت أهمية الملكية الفكرية الصناعية بصورة كبيرة بعد الثورة الصناعية وما واكبها من ابتكارات واختراعات وتطور تكنولوجي، وفي ظل المتغيرات التي نعيش فيها والتغيرات التي تحدث كل يوم في العالم من انفتاح وتحرر وسائل الاتصال، بات من الضروري حماية كل مفكر ومبدع ومبتكر من التعدي عليه وتقليده وتحريفه، واتخاذ التدابير الوقائية والعقابية تجاهه لأنها أساس التقدم الحضاري ورفي البشرية، ويعود الاهتمام بحقوق الملكية الفكرية إلي الأهمية الاقتصادية التي تشهدها بعض الدول إلي العديد من العوامل أهمها ما يلي:

١. التحولات في القدرات التنافسية للدول المختلفة وتغير قواعد اللعبة الاقتصادية والتنافسية علي المستوى العالمي.
٢. التوجه نحو التحرر الاقتصادي في داخل الدول وإفساح المجال أمام المشروع الخاص.
٣. تزايد الوزن النسبي للمعرفة والتكنولوجيا كوسائل إنتاج ووسائل تسويق.
٤. تزايد الوزن النسبي للمعلومات والمعرفة كمدخل أساسي في كثير من السلع والخدمات التي يتم تداولها في الفترة الأخيرة.
٥. ظهور أنواع جديدة من التكنولوجيا لم تكن معروفة.
٦. تغيير طبيعة العلم والمعرفة والتكنولوجيا ليزداد اعتمادها أكثر علي البحث العلمي والتطوير.
٧. كذلك يعود الاهتمام إلي المكاسب المالية والاقتصادية التي تجنيها الدول صاحبة الابتكارات والاختراعات.

### ■ تقسيمات الملكية الفكرية:

تنقسم الملكية الفكرية إلى أربعة أقسام رئيسية وهي (براءات الاختراع والعلامات التجارية ، والتصاميم والنماذج الصناعية، وحقوق الطبع وتقسّم إلى قسمين رئيسيين من حيث مجال العمل وهم: الملكية الصناعية، والملكية الفنية والأدبية) ، تعتبر الملكية الصناعية أحد جوانب الملكية الفكرية المتعلقة بإبداعات البشر في مجال الصناعة من اختراعات وابتكارات تسهم في حل مشاكل معينة، وتشمل (براءات الاختراع، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية، التصاميم الصناعية، المنافسة غير المشروعة، الأسرار التجارية).

وبعد تناول الباحث لتقسيمات الملكية الفكرية يتضح أنها قسمين هما الملكية الفنية والأدبية والملكية الصناعية، ولكن يقتصر الباحث على الملكية الصناعية وذلك وفقاً لأهداف البحث ويركز الباحث على الاختراعات والماركات التجارية كما يلي:

١. الاختراعات : الاختراع هو اكتشاف طريقة فنية جديدة لإنتاج منتج لم يكن موجوداً من قبل ، أو التوصل الي أسلوب حديث لإنتاج منتج موجود بنفقة أقل. أما التطبيق العملي للاختراع أو عملية الصنع للمنتج الجديد وتطويره بما يجعله أكثر قبولا للمستهلك من الناحية الاقتصادية يعرف بالابتكار أو التجديد Innovation، وتعد عملية الاختراع هي مهمة المخترع، أما عملية الابتكار فهي وظيفة المنظم Entrepreneur أو رجل الأعمال. والدولة الأكثر تقدماً هي التي تكون قادره على تطبيق الاختراعات وهذا يؤكد أن التساوي في الاختراعات أو المعرفة العلمية بين دولتين لا يعني الحصول على مستوي واحد من التجديد والتطوير، لأن هناك فروقاً كبيراً بين الاختراع وبين تطبيقية.
٢. الماركات التجارية : تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق الماركة التجارية بأنها علامة تتمتع بحماية قانونية ويمتلکها بائع واحد فقط ، بحيث يحظر على المنافسين استخدام نفس العلامة وتتضمن الماركة التجارية الكلمات الحروف أو الأرقام التي يمكن التلفظ بها وقد تشمل أيضاً الرسومات والصور.

### ثانياً: الإبداع والابتكار في المنظمات الصناعية:

تلاحظ في الآونة الأخيرة زيادة التحالفات بين الشركات بشكل كبير من أجل تحقيق التعاون في مجالات الفكر والإبداع والابتكار في الإنتاج وذلك نظراً لشدة المنافسة التي يشهدها العالم اليوم، وحتى تضمن هذه المنظمات الاستمرار في السوق والمنافسة مع المنظمات الأخرى يجب عليها الاهتمام بتحقيق رغبات واحتياجات

العملاء، ذلك إما من خلال ابتكار منتجات جديدة أو تطوير منتج قائم بما يضمن لها الاستمرار والبقاء في السوق.

#### ■ مفهوم الإبداع والابتكار:

يرى البعض أن الابتكار هو إحداث التغيير على التقنية المستخدمة ، بمعنى الانتقال من وسائل حالية إلى وسائل جديدة أكثر تطور تقني، بينما يراه البعض الآخر أنه عملية تحويل الأفكار الجديدة إلى ممارسة عملية، بينما فريق ثالث يرى أنه التطوير المنتظم والتطبيق العملي للأفكار الجديدة.

أما الإبداع هو العملية التي يترتب عليها ظهور فكرة أو منتج أو خدمة جديدة، يمكن تبنيها من خلال العاملين في المنظمة أو فرضها عليهم من خلال أصحاب القرار، بحيث يترتب عنها إحداث نوع من التغيير في بيئة أو عمليات أو مخرجات المنظمة.

#### ■ خصائص الابتكار:

حاول بعض الكتاب وضع مجموعة من الخصائص والصفات ،التي يمكن من خلالها معرفة فيما إذا كان تصرف معين ابتكار أم لا ومن بين هؤلاء " مايكل ويست" ورفقائه، حيث قاموا بوضع مجموعة من الصفات هي :

- ينبغي أن يمثل الابتكار شيئاً جديداً بالنسبة للمجتمع المراد التطبيق فيه.
- يجب أن يكون الابتكار شيئاً مقصوداً وليس أمراً عرضاً.
- يجب أن يهدف الابتكار إلي تحقيق فائدة للمؤسسة.
- ينبغي أن يتسم الابتكار بعمومية آثاره.

#### ■ أهمية الإبداع والابتكار بالنسبة للمنظمات الصناعية:

هناك مجموعة من المتغيرات جعلت للإبداع و الابتكار أهمية خاصة أكثر من أي وقت مضى بالنسبة للمنظمات ، وهذه المتغيرات فرضت الكثير من الضغوطات على المنظمات الصناعية لتكون أكثر تميزاً وأكثر سعياً لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة . ومن بين هذه المتغيرات ما يلي: ازدياد المنافسة بين المنظمات .

- كبر حجم المنظمات.
- ارتفاع توقعات المستهلكين.
- نقص الموارد.
- تزايد الطلب علي الأفكار الجديدة.

#### ثالثاً: رأس المال الفكري و حقوق الملكية الفكرية:

إن رأس المال الفكري وما ينتجه من ابتكارات وحقوق ملكية يمثل أحد الأركان الأساسية لمجتمعات المعرفة واقتصاداتها، إلا أنه لا يمكنه أن يعمل بإنتاجية

عالية إلا في تنظيمات تتوافق معه في الخصائص. وهذه التنظيمات هي المؤسسات أو المنظمات التي تقوم على التعلم والمعرفة، وهي تمثل العمودي الفقري الذي يتكامل ليكون مجتمع واقتصاد المعرفة. وتعمل هذه المنظمات المعرفية على استقطاب رأس المال الفكري، وتنميته والحفاظ عليه وتشجيعه واستثارة فكره وإبداعه وتنميته قدراته على الابتكار ليكون مصدراً مستديماً للقيمة المضافة والتنافسية على مستوى المنظمة وعلى مستوى الدولة في إجماله.

#### ■ مفهوم رأس المال الفكري:

قدم الكثير من الباحثين والعلماء العديد من المساهمات العلمية إلى مفهوم رأس المال الفكري، ومن ثم هناك تعريفات متعددة ومختلفة حول مفهوم رأس المال الفكري، كما وردت في أدبيات الفكر الإداري وجدت أنها تقارب الخمسين مفهوماً، إلا أنه اتفق كثير من الباحثين ومنهم (Edvinsson) و (Stewart) و (Bontis) على أنها تدور حول المادة الفكرية للمنظمات التي تتعلق بكل من (المعارف، المعلومات، الخبرات، الملكية الفكرية، الابتكار و خلق الثروة). ويعتبر رأس المال الفكري المظلة الرئيسية لجميع الأصول المعرفية بالمنظمة، علاوة على ما يتضمنه من مزج الجانب الفكري والخبرات لدي العاملين لتحقيق الإبداع والابتكار.

#### ■ أهمية رأس المال الفكري:

يعد الاهتمام برأس المال الفكري أحد أبرز التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية، ذلك بسبب الحاجة الملحة إلى تنظيم كل من الابتكار والإبداع والعمل المعرفي تنظيمياً منهجياً، حيث يركز رأس المال الفكري على الطاقات الابتكارية والإبداعية الموجودة عند العاملين في المنظمة وكيفية اكتشافها واستثمارها والمحافظة عليها، باعتبار أن المنظمات المعاصرة تنظر إلى مواردها البشرية على أنها أعلى الموارد وأكثر الأصول قيمة (حرحوش ٢٠٠٧).

#### ■ قدرات رأس المال الفكري على ابتكار منتجات جديدة يمكن للمنظمة

##### الاستفادة منها في ابتكار منتجات جديدة من خلال ما يلي:

١- قدرات رأس المال البشري في دعم عمليات الابتكار: وهي تشير إلى قدرة رأس المال البشري على توليد الأفكار الداخلية الجديدة (مهارات /كفاءات/ تجارب) من خلال قاعدة العلوم والتكنولوجيا الداخلية للمنظمة، وربطها باحتياجات السوق لاستغلالها في تقديم منتجات جديدة، أو لمنح تراخيص أو بيع ملكيات فكرية، أو تقديم إسهامات بأفكار متميزة لأصحاب المنظمة والمجتمع تساعد المنظمة على توسيع أسواقها وتحسين صورتها الذهنية وتعزيز وضعها المالي والتنافسي .



٢- قدرات رأس المال الهيكلية في دعم عمليات الابتكار : وهي تشير إلى قدرة رأس المال الهيكلية على استيعاب الأفكار الواردة تنظيمياً، من خلال تهيئة موارد البنية التحتية والأنظمة والبرامج وشبكات معلومات ملائمة لتنفيذها ودمجها في ثقافة المنظمة ومبادئها، وتحويلها من خلال البحوث والتطوير R&D إلى ملكية فكرية وطرق وعمليات ومعرفة كامنة / سائدة داخل المنظمة.

٣- قدرات رأس مال العلاقات : وهي تشير إلى قدرة رأس مال العلاقات على إقامة وتأسيس شبكة العلاقات والتفاعلات الدائمة الفعالة، والتعاون مع كل أطراف الابتكار أو الأطراف المتعاملة مع المنظمة والمؤثرة عليها من خلال عمليات (الاستحواذ / التحالفات / الحصول على التكنولوجيا الخارجية )، لاكتشاف المعرفة الخارجية ، والأفكار الجديدة ، والتكنولوجيا والتقنيات المتطورة ، والاحتفاظ بها ونقلها إلى داخل المنظمة . مما يدعم تطوير التقنيات والتكنولوجيا وقدرات المنظمة.

#### رابعاً:- اختراق الأسواق الدولية

نظراً لشدة المنافسة التي تواجهها المنظمات في الوقت الحالي، فإن الميزة التنافسية هي أفضل الأساليب التي تمكن المنظمة من اختراق اسواق دولية جديدة، لأن مع شدة المنافسة قد تختفي منظمات وتظهر أخرى أكثر قدرة على المنافسة، وكذلك الدول فإن التنافس يؤدي إلى بروز بعض الدول كقوة اقتصادية عالمية وسقوط أخرى، لذلك وجب البحث عن كل الطرق والوسائل التي تعزز المزايا التنافسية، والتي منها الاستراتيجيات الكبرى للتنافس التي حددها بورتر، واعتبارها المفتاح نحو التميز في عالم الأعمال. في سنة ١٩٨٥ اقترح porter ثلاث مراحل رئيسية لتحقيق الميزة التنافسية وهي:

- المرحلة الأولى: تحليل بيئة القطاع التي تنتمي إليه المنظمة، وتتحدد بيئة القطاع من خلال الضغط الذي تمارسه القوي التنافسية الخمس والتي تتمثل في: التهديد الذي يشكله دخول مستثمرين جدد (قدرة المجهزين التفاوضية، قدرة المشترين التفاوضية، التهديد الذي تشكله الخدمات، المنتجات البديلة، التنافس بين المستثمرين الحاليين). ومن خلال دراسة القوي الخمس يمكن تحديد جاذبية السوق لذلك القطاع وتحديد الوضعية التنافسية للمنظمة وصعوبة تحقيق عائد على الاستثمار بشكل مقبول .

- المرحلة الثانية : إقرار الاستراتيجية التنافسية، هنا يوضح porter بأنه يتعين على المنظمة أن تقوم باختيار استراتيجية تنافسية محددة من أجل تحقيق الميزة التنافسية، في هذا الإطار قام بتحديد وضعيتين تنافسييتين تختار بينهما المنظمة لتحقيق ميزة تنافسية وهما قيادة التكلفة، أي اكتساب ميزة تنافسية من خلال السيطرة على مجمل التكاليف أو التميز، أي اكتساب الميزة من خلال تقديم منتج جديد أو خدمة جديدة ذات قيمة للعميل .
- المرحلة الثالثة : تطبيق الاستراتيجية التنافسية يجب أن تنظر المنظمة إلى هذه المرحلة بأنها ليست مرحلة تنتهي بعد مدة معينة ، بل أنها مرحلة مستمرة تقوم من خلاله المنظمة بإعادة تقييم القطاع الذي تنتمي إليه ووضعها التنافسي فيه .

وفي هذا الإطار قد حدد بورتر نموذج لتحليل هيكل الصناعة وقوي التنافس بالدول المتقدمة، وكذلك قدم أوستن Austin نموذج لتحليل هيكل الصناعة وقوي التنافس بالدول النامية، وأيضاً قدم بورتر نموذج يطلق عليه الماسة يستعرض من خلاله محددات الميزة التنافسية الدولية، وفيما يلي يلخص الباحث هذه النماذج باختصار:

يعتمد نموذج بورتر على دراسة مؤثرات البيئة الخارجية على تنافسية المنظمة، وتحليل هيكل قطاعات النشاط المختلفة وقوى المنافسة بالدول المتقدمة، ويهدف إلى تحليل العوامل المؤثرة في تشكيل هيكل المنافسة التي تحدد بدورها الفرص التنافسية في الصناعات التي تقدم منتجات أو خدمات متكاملة، وحسب بورتر الأداء التنافسي هو نتيجة تأثير خمسة قوى في بيئة الصناعة، وهذه القوى الخمس

١- شدة المزاحمة بين المتنافسين في الصناعة.

٢- تهديد الداخلين الجدد في الصناعة.

٣- تهديد المنتجات البديلة.

٤- قوة التفاوض (المساومة) لدى الموردين.

٥- قوة التفاوض (المساومة) لدى العملاء.

كذلك صنف " Porter العوامل المحددة للميزة التنافسية الدولية في نشاط

معين بأربع مجموعات هي

١- عوامل الإنتاج: هي أهم المدخلات لعملية الإنتاج وللصناعة وتحدد مدى قدرة

المنظمة على المنافسة، وتأخذ هذه العوامل شكلين الأول: يتمثل في العوامل

الأساسية التي تتجسد في الموارد البشرية الموارد الطبيعية ورأس المال،

وهي عوامل لا تشكل ميزة تنافسية لأن تقليدها وانتقالها إلى المنافسين أمر سهل للغاية، أما الشكل الثاني فهو يمثل العوامل المطورة والتي يصعب تقليدها وتتمثل في الموارد البشرية ذات المهارة الخاصة. ويعتمد تحقيق الميزة التنافسية على قدرة الدولة على المنافسة في صناعة معينة، لأن اليد العاملة الماهرة يمكن تحويلها إلى ميزة تنافسية يصعب تقليدها.

٢- أوضاع الطلب المحلي: كلما ازدادت أهمية هيكل الطلب المحلي في السلع كثيفة التكنولوجيا، فإن هذا سيدفع بالمنظمة إلى رفع مستوى جودة المنتج وتطويره، وتحقيق ميزة تنافسية في هذه المنتجات أدى إلى توسيع دائرة الابتكار من أجل تحقيق رغبات المستهلكين ورفع مستوى الجودة وتحقيق خاصية التميز للمنتجات.

٣- الصناعات المغذية والمكملة: تعتبر الصناعات المغذية والمكملة سبب نجاح العديد من المنظمات وهي ذات ميزة تنافسية، لأنها تشترك مع بعضها البعض في التقنيات و المدخلات وقنوات التوزيع والعملاء مما يؤدي إلى تقليل السعر وتبادل المعلومات والأفكار مما يخلق مهارات أفضل.

٤- استراتيجية المنظمة وطبيعة المنافسة المحلية: تعتبر الاستراتيجية المتبعة من طرف المنظمة عنصراً مهماً في خلق بيئة محلية ملائمة للمنافسة.

٥- دور الحكومة: تقوم الحكومة بدور فعال في خلق الميزة التنافسية، مما يدعم الأداء التنافسي للمنظمات، عن طريق وضع سياسات تشجع على المنافسة وتدعم عمليات الابتكار والتصدير.

٦- دور الصدف: تلعب العوامل غير المتوقعة والتي تحدث بمحض الصدفة دوراً أساسياً في تنافسية الصناعات، ومن هذه العوامل الاختراعات الجديدة، التغيرات المفاجئة في أسعار المدخلات، الكوارث الطبيعية. ويترتب على هذه العوامل ميزات سابقة، لتحل محلها ميزات جديدة.

### خامساً:- العلاقة بين حقوق الملكية الفكرية واختراق الأسواق الدولية:

ركز برنامج الويبو التنفيذي الثالث الذي تنظمه أكاديمية الويبو العالمية في جنيف، في الفترة من ١٧ إلى ١٩ سبتمبر/أيلول ٢٠٠٧، على دور الملكية الفكرية في تكوين الميزة التنافسية والحفاظ عليها. وجمعت الدورة التي نُظمت لثلاثة أيام تحت عنوان "الإدارة الاستراتيجية لحقوق الملكية الفكرية" ٤٠ مديراً تنفيذياً من ٣٢ مؤسسة تجارية ومنظمة بحث وتطوير ومعهد أكاديمي من ٢٠ بلداً في أفريقيا وآسيا وأوروبا والأمريكتين.

حيث تعد إدارة الملكية الفكرية حالياً مجالاً رئيسياً من مجالات الاختصاص في قطاع الأعمال، وهي تضاهي في أهميتها استيعاب مفاهيم مثل الابتكار والتكنولوجيا والتسويق والمال والتدبير المؤسسي واقتصاديات الصناعة واستراتيجيتها.

ويفتح برنامج الويبو التنفيذي فرصة للمشاركين للاطلاع على تفاصيل قيمة بشأن الإدارة الاستراتيجية للملكية الفكرية.

وتمثل أصول الملكية الفكرية جزءاً يزداد أهمية من قيمة المؤسسة، بما يفسر الحاجة الضرورية والمتنامية في أن تكتسب الشركات فهماً عملياً حول كيفية دعم الإدارة الاستراتيجية لأصول الملكية الفكرية، لتكوين الميزة التنافسية التجارية المستدامة.

وفي ظل اقتصاد المعرفة يمثل رأس المال الفكري ذو القدرة العالية على الإبداع والمنافسة المورد الاستراتيجي الذي يقف عليه نجاح المنظمات، وتحقيقها لمزايا تنافسية مستدامة وخلق القيمة.

حيث بدأ الاعتماد على التكنولوجيا يتراجع نظراً لشدة تغيرها، وأصبح التنافس والتفوق المرتكز عليها أمراً صعباً، ففي عالم متغير تتحرك فيه المعلومات والموارد والتكنولوجيا بسرعة فائقة، يبقى العنصر الوحيد الذي يمثل نقطة القوة بالنسبة للمنظمة هو رأس المال الفكري والكفاءات المؤهلة لابتكار منتجات جديدة تسجل كبراءات اختراع تحتفظ بالمنظمة بحق ملكيتها الفكرية يمكن من خلالها دعم القدرة على الدخول في أسواق جديدة.

واستناداً الي ما سبق فإن حقوق الملكية الفكرية تمثل أهم مصادر تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات لمواجهة المنافسة مع المنظمات العاملة في نفس الصناعة لضمان الاستمرار والنمو في الأسواق المحلية واختراق أسواق جديدة لها.

## منهجية الدراسة:

### المقدمة:

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محورياً رئيساً يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وكذلك يتم عن طريقها الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي، والتعرف على آراء واتجاهات الأفراد محل الدراسة للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء موضوع الدراسة.

وتساعد منهجية الدراسة على توضيح الأساليب والوسائل المتبعة في إعداد الدراسة خصوصاً فيما يتعلق بالدراسة الميدانية، وذلك من خلال تحديد الإطار

المفاهيمي المستخدم في إجراء الدراسة الميدانية وفروض ومتغيرات البحث وكيفية قياسها، وكذلك تعمل على توصيف للمنهجية والإجراءات التي اتبعها الباحث في تحديد مجتمع وعينة البحث، ومنهج البحث وأداة البحث والمصادقية والثبات، بالإضافة إلى توضيح أساليب جمع البيانات ومعدل الاستجابة، وآلية تحليل ومعالجة البيانات وإجراء الاختبارات اللازمة.

ومن هذا المنطلق يستعرض الباحث الأسلوب المتبع في الدراسة، وتحديد نوع ومصادر البيانات المستخدمة في الدراسة، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وطرق جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي للبيانات.

### أولاً: أسلوب الدراسة:

تتطلب طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الاعتماد على المنهج المناسب والذي يحقق تلك الأهداف ودراسة المشكلة بصورة أفضل لذا لجأ الباحث إلى استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعتمد على دراسة المشكلة كما في الواقع العملي، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً وتحليلها كمياً ونوعياً، وربط المعلومات حول المشكلة وتفسيرها وتحليلها بطريقة تؤدي إلى الاستنتاجات الدقيقة حول المشكلة وطرق علاجها، ولقد استخدم الباحث نوعين من مصادر البيانات وذلك كما يلي:

#### • المصادر الثانوية:

يمكن تحديد البيانات التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة في ضوء مشكلة الدراسة والمتغيرات المتعلقة بها حيث اعتمدا الباحث 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 اعتمدا الباحث على التقارير والنشرات التي تصدر عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

#### • المصادر الأولية:

تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من العاملين بشركات صناعة الدواء في مصر من خلال قائمة الاستقصاء، وذلك للحصول على آراء واتجاهات العاملين في شركات صناعة الدواء حول عناصر حقوق الملكية الفكرية وعناصر تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية التي تتعلق بما يلي:

- التعرف على آراء فئات مجتمع البحث حول مؤشرات حقوق الملكية الفكرية.
- التعرف على آراء فئات مجتمع البحث حول مؤشرات تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية.

ولقد قام الباحث بإعداد جانب تطبيقي ميداني يعتمد على قوائم استقصاء مختلفة موجهة لعينة من العاملين بالإدارة العليا والوسطي بشركات صناعة الدواء في مصر، وذلك لاختبار صحة الفروض الخاصة بالدراسة، بالإضافة إلى إجراء بعض المقابلات الشخصية، ويتضح ذلك على النحو التالي:

#### • قائمة الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان - قائمة الاستقصاء- الأداة الأكثر شيوعاً وملائمة في تقصي الآراء ووجهات النظر حول مسألة أو قضية ما، وتم في هذه الدراسة استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على البيانات الأولية من مجتمع البحث في ضوء أهداف الدراسة، ولقد تم تصميم استمارة استبيان من أجل معرفة آراء أعضاء الإدارة العليا والإدارة الوسطي في شركات صناعة الدواء في مصر، بحيث تشمل كل متغيرات موضوع الدراسة

#### • المقابلات الشخصية:

اعتمداً الباحث على المقابلة الشخصية عند توزيع استمارات الاستبيان ، وذلك للإجابة عن بعض الاستفسارات التي قد ترد من المستقضي منهم، وكذلك إيضاح وشرح بعض النقاط والحصول على بعض المعلومات والبيانات والملاحظات والآراء الإضافية من المستقضي منهم والتي لا يمكن الحصول عليها بواسطة الاستبيانات.

#### • 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 باستخدام برنامج SPSS.22.

#### ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

##### أ- تحديد مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في شركات صناعة الدواء في مصر، ونظراً لكثرة عدد الشركات والبالغ عددهم (١٥٤) شركة تصنيع للقطاع ككل، فقد وجد الباحث صعوبة في تطبيق البحث على جميع العاملين في هذه الشركات. لذا فقد اختار الباحث (٤) شركات من القطاع العام، وكذلك (٤) من القطاع الخاص فقط كمجال للدراسة.

والجدول التالي يوضح أسماء الشركات التي حددها الباحث وعدد العاملين بالإدارة العليا والوسطي في الشركات التي وقع الاختيار عليها .

جدول رقم (١)  
شركات صناعة الدواء التي وقع عليها الاختيار

عدد المدراء		شركات القطاع الخاص	عدد المدراء		شركات القطاع العام
وسطي	عليا		وسطي	عليا	
٥٤	٣٢	شركة أمون	١٤٣	٥٢	شركة النصر للصناعات الدوائية.
٥١	٢١	شركة فاركو للأدوية.	١٢٢	٤٨	شركة النيل للصناعات الدوائية.
٤٨	٢٢	شركة سيد يكو.	٧١	٤٣	شركة ممفيس للأدوية.
٤٢	١٧	شركة راميدال.	٦٥	٣٨	الشركة العربية للأدوية.
١٩٥	٩٢	الإجمالي	٤٠١	١٨١	الإجمالي

ب- عينة البحث:

تعتمد الدراسة الميدانية للبحث الحالي على اثنين من العينات مختلفتين يتمثلا في الآتي:

- فئة العاملين بشركات صناعة الدواء:

جدول رقم (٢)

توزيع العينة ونسبة الاستجابة لفنتي الإدارة العليا والوسطي في شركات القطاع العام

الإدارة الوسطى				الإدارة العليا				الشركة
نسبة الاستجابة %	الاستجابات الصحيحة	حجم العينة	حجم المجتمع	نسبة الاستجابة %	الاستجابات الصحيحة	حجم العينة	حجم المجتمع	
73.2%	41	56	143	80%	24	30	52	شركة النصر
70.8%	34	48	122	82.1%	23	28	48	شركة النيل
71.4%	20	28	71	48%	21	25	43	شركة ممفيس
76%	19	25	65	90.9%	20	22	38	الشركة العربية
72.6%	114	157	401	83.3%	88	105	181	الإجمالي

حيث اعتمدا الباحث على معامل ثقة 95%، وخطأ مسموح به في التقدير 5% ±، وبالاعتماد على جداول العينات الإحصائية.

## جدول رقم (٣)

توزيع العينة ونسبة الاستجابة لفنتي الإدارة العليا والوسطى في شركات القطاع الخاص

الإدارة الوسطى				الإدارة العليا				الشركة
نسبة الاستجابة %	الاستجابات الصحيحة	حجم العينة	حجم المجتمع	نسبة الاستجابة %	الاستجابات الصحيحة	حجم العينة	حجم المجتمع	
90.4%	19	21	54	84.2%	16	19	32	شركة أمون
85%	17	20	51	84.6%	11	13	21	شركة فاركو
89.5%	17	19	48	92.3%	12	13	22	شركة سيد يكو
88.2%	15	17	42	80%	8	10	17	شركة راميدا
88.3%	68	77	195	85.5%	47	55	92	الإجمالي

## طرق جمع البيانات:

١- قام الباحث بإعداد وتصميم قائمة استقصاء وتم توجيهها إلي السادة العاملين بالإدارة العليا والوسطى بشركات صناعة الدواء ، بالإضافة إلي إجراء بعض المقابلات الشخصية لبعض رؤساء القطاعات ومديري الإدارات في هذه الشركات .

٢- بالإضافة إلي ذلك فقد قام الباحث بإعداد وتصميم قائمة استقصاء وتم توجيهها إلي السادة العملاء المتعاملين مع شركات صناعة الأدوية .

## أساليب التحليل الإحصائي:

بعد الانتهاء من جمع البيانات تم الاستعانة بالحاسب الآلي بالاعتماد علي برنامج (SPSS22) لتفريغ البيانات ، وجدولتها وإجراء التحليل الإحصائي المناسب لتحليل البيانات ولاختبار صحة فروض البحث. وتطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي كالآتي :

١- الإحصاء الوصفي: تم الاعتماد علي الإحصاء الوصفي وكل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها، وكذلك تم الاعتماد علي معامل الفا كرونباخ (Cron Bach's Alpha) والذي يستخدم لقياس مدي الصدق والثبات للأسئلة الموجودة في قائمة الاستقصاء، وكذلك التأكد من مدي أهمية هذه الأسئلة بالإضافة إلي



- استخدام معامل الثبات، وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة بطريقة الجزر التربيعي لمعامل الفا .
- ٢- الإحصاء الاستدلالي: اعتمدا الباحث في تحليل بيانات هذه الدراسة على أساليب الإحصاء الاستدلالي وذلك لإثبات صحة الفروض من عدمها وهذه الأساليب كما يلي:
- اختبار (T): يستخدم لاختبار معنوية الفروق الإحصائية بين عينتين مستقلتين.
  - تحليل الارتباط.
  - تحليل الإنحدار الخطي المتعدد (Multiple linear regression analysis)
  - تحليل الإنحدار الخطي البسيط (simple linear regression analysis).
  - تحليل التباين (T-test (ANCOVA) Analysis Of Covariance

### الجزء الثالث اختبار فروض الدراسة

#### الفرض الرئيسي:

ينص الفرض الرئيسي والذي قام الباحث بصياغته في صورة فرض العدم على أنه " لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لحقوق الملكية الفكرية على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية لشركات صناعة الدواء في مصر". وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear Regression Analysis ، وذلك بطريقة المربعات الصغرى (OLS) Ordinary Least Squares ، بالإضافة إلى اختبارات معامل الانحدار ومعامل ارتباط بيرسون (t) ، وكذلك اختبار معنوية النموذج الكلي (f) بالإضافة لبعض أساليب واختبارات التحقق من مقدرات المربعات الصغرى المتغير المستقل: حقوق الملكية الفكرية

المتغير التابع: الميزة التنافسية في الأسواق المحلية والدولية

ومن نتائج التحليل للاختبارات السابقة أضح للباحث ما يلي:

- ١- كانت قيمة مستوى الدلالة الخاص باختبار حقوق الملكية الفكرية على اختراق الأسواق الدولية أقل من قيمة مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني أنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لحقوق الملكية الفكرية، على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية لشركات الأدوية في مصر.

- ٢- كانت إشارتي معامل الإنحدار وكذلك معامل ارتباط بيرسون في النموذج الوارد إشارة موجبة، وهذا يعني أنه توجد علاقة ارتباط طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين حقوق الملكية الفكرية وأختراق الأسواق الدولية، أو بعبارة أخرى كلما زاد الاعتماد على حقوق الملكية الفكرية أدى ذلك إلى زيادة الحصة السوقية للشركات صناعة الدواء المصرية في الأسواق الدولية.
  - ٣- كانت قيمة مستوي الدلالة الخاصة باختبار معنوية النموذج الإجمالي ANOVA أقل من قيمة مستوى المعنوية  $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني إمكانية الاعتماد على النموذج التقديري وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة.
  - ٤- كانت قيمة معامل التحديد لقياس قوة التأثير وحجمه  $r^2 = 79.9\%$  وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في حقوق الملكية الفكرية مسؤولة عن تفسير ما نسبته  $79.9\%$  من التغيرات التي تحدث في اختراق الأسواق الدولية، وهناك ما نسبته  $28.1\%$  يرجع إلى حد الخطأ العشوائي Random error من وجهة نظر المدراء.
  - ٥- كانت قيمة إحصائية ديربن واتسون المحسوبة للتحقق من مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء (البواقي)  $Dw = 1.775$ ، وبالنظر للقيم الجدولية الموضحة يتضح للباحث أن القيمة المحسوبة تقع بين القيمتين  $(Du, 4-Du)$ ، وهذا يعني عدم وجود تام لمشكلة الارتباط الذاتي Autocorrelation.
- ومما سبق يمكن للباحث رفض الفرض في صيغته العدمية وقبول الفرض في الصورة البديلة التي نصت علي أنه " يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لحقوق الملكية الفكرية على اختراق الأسواق الدولية لشركات صناعة الدواء في مصر.

## الجزء الرابع: النتائج والتوصيات

### أولاً: النتائج:

- ١- بينت الدراسة وجود دور هام لحقوق الملكية الفكرية على اختراق الأسواق الدولية.
- ٢- بينت الدراسة أن متطلبات حقوق الملكية الفكرية في حاجة الي دعم من جانب الإدارة العليا.
- ٣- توجد علاقة بين امتلاك الشركة لحقوق ملكية فكرية لمنتجات جديدة لم يسبق إنتاجها من قبل وتحقيق الميزة التنافسية لاختراق الاسواق الدولية.
- ٤- استنتجت الدراسة أن لحقوق الملكية الفكرية تأثير كبير على اختراق الأسواق الدولية، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى.

## ثانياً: توصيات البحث:

- ١- ضرورة الاهتمام بتوافر متطلبات حقوق الملكية الفكرية لتفعيل القدرة على تحقيق الميزة التنافسية لاختراق الأسواق الدولية.
- ٢- أن تهتم شركات صناعة الدواء محل الدراسة بابتكارات واختراعات العاملين وجعلها موضع تنفيذ لتسجيل براءات اختراع لمنتجات جديدة تحتفظ بحق ملكيتها الفكرية .
- ٣- ضرورة أن توفر الشركات محل الدراسة الميزانية الكافية للبحث والتطوير وذلك لتنشيط القدرة على ابتكار منتجات جديدة. وضع حوافز مجزية للعاملين المبتكرين لتشجيعهم على الابتكار والابداع.
- ٤- دراسة الأسواق المحلية والدولية للتعرف على احتياجات العملاء.

## المراجع:-

- Taleghani, M., Rad, S. k., and Rahmati, Y., "The Role of innovation in the Relationship Between Knowledge management and competitive Advantage : An Empirical study of tourism Industry", Journal of Basic and Applied scientific Research. 2012.
- رياض بن صوشة، "رأس المال الفكري كمورد استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة": دراسة حالة علي المؤسسة الوطنية للجيوفيزياء ، اليوم الدراسي بالمركز الجامعي ، جامعة الجزائر ، ٢٠١١، ص ١٩.
- فراج مخمير عبد العال، " دور رأس المال الفكري في تحسين الأداء في بيئة العمل المصرية ": دراسة تطبيقية ، مجلة الدراسات المالية والتجارية ، كلية التجارة جامعة بني سويف ، العدد الأول ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٥٢.
- سيد محمد جاد الرب، استراتيجيات تطوير وتحسين الأداء، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦
- \_\_\_\_\_، إدارة الإبداع والتميز التنافسي، دار الفجر، القاهرة، ٢٠١٣
- عادل حرحوش، "رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليبه المحافظة عليه"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧، ص ٢.
- ناهده إسماعيل عبد الله الحمداني وعلي أكرم عبد الله،، "رأس المال الفكري وأثره في إدارة أداء العاملين دراسة تحليلية لأراء عينة من رؤساء الأقسام العلمية في جامعة الموصل"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد ٣٢، العدد ٩٨، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، ٢٠١٠، ص ١٢٦.

- نصيرة قوريش ، جميلة مديوني، "رأس المال الفكري وحقوق الملكية الفكرية" ، الملتقى الدولي المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ، يومي ١٣-١٤ ديسمبر، ٢٠١١ ، ص ١٣ .
- السيد احمد عبدا لخالق ، "الاقتصاد السياسي لحماية قانون الملكية الفكرية" ، دار الجامعة الحديثة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٦ ، ص ص ٥٢-٥٣ .
- Vergauwen, Philip; Roberts, Hanns; vandemaele, Sigrid Business Alliance & partnership. Performance and its value Drivers : An Intellectual Capital .Approach, The Business Review Cambridge , 12 (2) ,2009,PP 239-253.
- بوبعة عبد الوهاب ، " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال- موبيليس، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري ، ٢٠١٢ .
- عبد المجيد قدي ، سمالي يحضيه ، " نحو تنمية استراتيجية للموارد والكفاءات البشرية في ظل العولمة" ، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول النجاح في الأداء والشفافية من أجل ضمان نجاح الإصلاحات والاندماج في الاقتصاد العالمي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٣ .
- Bin Ahmad, S., & Mushraf, A "The Relationship between Intellectual Capital and Business Performance: An Empirical Study in Iraqi Industry", International Conference on Management and Artificial Intelligence, Press, Bali, Indonesia, vol.6., 2011,P.105.
- شارلز وجاريت جونز ، "الإدارة الاستراتيجية : مدخل متكامل" ، ترجمة رفاعي محمد رفاعي، ومحمد سيد أحمد المتعال، دار المريخ للنشر ، السعودية ، الجزء ١، ٢٠٠١ ، ص ١٩٥ .
- أمال عياري ورجب نصيب ، " الاستراتيجية الحديثة للتغير كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية" ، ملتقى دولي ، جامعة محمد حوضر بسكرة ، الجزائر ، من ٢٩-٣٠ أكتوبر ، ٢٠٠٢ ، ص ١٤