

أثر العوامل المحددة للامتياز التجاري على أداء الشركات الحاصلة عليه كأحد أشكال الاستثمار الأجنبي في مصر

هاله محمد لبيب عنبة
أستاذ التسويق وريادة الأعمال
كلية التجارة
جامعة القاهرة

شريف محمود رجب منصور
دكتوراه إدارة الأعمال
كلية التجارة
جامعة القاهرة

مستخلص البحث

يهدف البحث الحالي إلى اختبار أثر العوامل المحددة للامتياز التجاري وهي: تكوين الأعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية بمحافظة القاهرة والجيزة، واعتمدت الدراسة الميدانية للبحث على عينة ميسرة من ٣٦٠ مفردة من مديري الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وتم جمع البيانات باستخدام قائمة الاستقصاء، وبلغ معدل الاستجابة حوالي ٨٣٪. وأوضحت النتائج أن العوامل المحددة للامتياز التجاري لها تأثير معنوي إيجابي على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، كما كشفت النتائج عن أن تصميم العقود أهم وأعلى محددات الامتياز التجاري من حيث التأثير الإيجابي على أداء الشركات، ويليه تكوين الأعمال الأعلى ارتباطاً وتفسيراً للتباين في أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، ثم يليهم تأثير الاستقلالية على تحسين مستوى أداء الشركات. وخلصت النتائج أيضاً إلى أنه بالرغم من الضعف النسبي في تقييم عامل الاستقرار البيئي وتأثيره المنخفض نسبياً على مستوى أداء الشركات، إلا أنه يعتبر من أبرز العوامل المهمة التي ينبغي مراعاتها عند الدخول في أو دراسة مجال الامتياز التجاري، وبخاصة الإضطرابات الكبيرة الناجمة عن جائحة كورونا COVID-19 وآثارها السلبية على علاقات مانح والحاصل على الامتياز التجاري، والقدرة على التنبؤ بتطورات السوق.

الكلمات المفتاحية

الامتياز التجاري، محددات الامتياز، أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، تكوين الأعمال، تصميم العقود، الاستقلالية، الاستقرار البيئي.

تم استلام البحث في ٥ ديسمبر ٢٠٢٣، وقبوله للنشر في ١٠ مايو ٢٠٢٤.

١. مقدمة:

لا شك أن وجود مناخ استثماري جيد يُمثل ميزة تنافسية بين الدول لجذب الاستثمارات الأجنبية، ويُقصد بالمناخ الاستثماري مجموعة العوامل التي تضم الظروف الاقتصادية والسياسية والقانونية والإدارية التي تشكل البيئة المحددة للاستثمار، بالإضافة إلى الحوافز الممنوحة للمستثمرين بقصد جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، مما يساهم في الناتج المحلي الإجمالي للدول المضيفة.

ومع ذلك، يعاني الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر من التذبذب والانخفاض الشديد منذ عام ٢٠١٦ حتى عام ٢٠٢٢، حيث يلاحظ وجود انخفاض في صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر، وهو ما يُعد مؤشراً على وجود حاجة لمزيد من العمل على تحسين مناخ الاستثمار في مصر. وترجع الأسباب إلى جائحة كورونا COVID-19 والحرب الروسية الأوكرانية، ومن المتوقع أن تتأثر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر سلباً نتيجة العدوان الإسرائيلي الحالي والمستمر على غزة (البنك المركزي المصري، ٢٠٢٣).

هذا، ويعد الامتياز التجاري أحد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر، ونشاط مهم لريادة الأعمال، ويسهم بشكل مباشر وغير مباشر في تعزيز النشاط الاقتصادي، وتحسين مؤشرات الاقتصاد القومي وبخاصة في الدول العربية (Noori, 2019). وبالتالي فإن توافر الاستقرار السياسي يمثل أحد العوامل المهمة لتحسين مناخ الاستثمار، وجذب الاستثمارات الأجنبية. كما أن توافر بيئة قانونية ملائمة تحدد وتنظم العلاقات بين الشركات الأجنبية المانحة للامتياز والشركات الحاصلة عليه أصبح أمراً ضرورياً ومهماً لخلق مناخ استثماري جاذب للاستثمارات الأجنبية (Abdul Rahman & Saif, 2020).

يحقق نظام الامتياز قيمة مضافة للشركات الحاصلة على الامتياز في البلدان المختلفة، حيث أنهم مصدر لموارد الشركات. ولذا، فإن استقلالية الحاصل على الامتياز في تنظيم المشاريع قد تساهم في تعزيز أداء نظام الامتياز، وهذه الاستقلالية قد تفيد الحاصل على الامتياز من حيث القدرة على التكيف مع السوق، وزيادة الابتكار على مستوى السلسلة، مما يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء الكلي (Dada, 2018).

بالرغم من ذلك، يواجه مانحو الامتياز والحاصلين عليه تحديات جديدة، خاصة في السياق الاقتصادي والتكنولوجي والتجاري الجديد، ويجب عليهم حشد المعرفة والمهارات الجديدة لمواجهةها. وتؤثر هذه التغييرات البيئية بالضرورة على العلاقة بين أصحاب الامتياز والحاصلين عليه، وكذلك على أدائهم، وقد تشكل قدرة أصحاب الامتياز على التكيف والابتكار عامل نجاح رئيسي لشبكة الامتياز وتحقيق اقتصاديات الحجم الكبير وصورة متماسكة للعلامة التجارية (Colla et al., 2019).

وفقاً لنظرية الرؤية القائمة على الموارد Resource-based theory، يقوم مانحو الامتياز التجاري بتطوير وتنفيذ إجراءات تعزيز النجاح الاستراتيجي في بيئة الأعمال الدولية باستخدام مواردهم الفريدة (Barney, 1991). وبالتالي فإن الموارد الاستراتيجية، مثل القدرات التنظيمية الديناميكية، تتنبأ بشكل كبير بأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، بمعنى أن قدرة الشركات الحاصلة على الامتياز على تحويل الموارد إلى قدرات لتعزيز الأعمال هي التي تحدد أداء الشركة (Ferreira et al., 2016). ويُستمد أداء الامتياز أيضاً من قدرة مانحو الامتياز على تحسين استخدام العلامات التجارية، من خلال تنسيق علاقات الامتياز لتسهيل وتعزيز وحماية تدفقات المعرفة بين صاحب الامتياز والحاصلين عليه من أجل المنفعة المتبادلة (Luu et al., 2023).

بالرغم من الاتجاه السائد في الدراسات السابقة نحو أهمية تلك العلاقات الريادية، واعتبار الامتياز وسيلة مميزة للشركات للتوسع في مجالات وفرص جديدة في سوق الأعمال، فضلاً عن مساهمة الامتياز التجاري في الناتج المحلي الإجمالي للدول المضيفة. ومع ذلك، لا يزال هناك ندرة حول العوامل المحددة لأداء الشركات الحاصلة على الامتياز، وخاصة في الدول النامية، مما يستلزم التعرف على العوامل المحددة للامتياز التجاري من وجهة نظر الشركات الحاصلة عليه (Abdul Ghani et al., 2022).

بناءً على ما تقدم، يسعى البحث الحالي إلى معالجة تلك الفجوة العلمية التطبيقية في الدراسات السابقة وبخاصة التسويقية، من خلال تحديد أهم العوامل المحددة للامتياز التجاري، واختبار أثرها على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر، مما يساهم في دعم المناقشات الأدبية، وحل القضايا العملية في مجال الامتياز التجاري، والذي يعاني من التحديات والمعوقات؛ سواء من حيث التنظيم الرسمي، أو القوانين المشرفة، أو البيانات الرسمية في الثقافة المصرية.

٢. الدراسة الاستطلاعية:

هدفت الدراسة الاستطلاعية إلى فهم أعمق لوضع الامتياز التجاري في مصر. وتحديد أبعاد ومتغيرات مشكلة الدراسة، وكذلك تحديد خصائص عينة البحث بشكل أكثر دقة. وبالإضافة إلى ذلك، قام الباحث بإجراء عشرة مقابلات متعمقة مع عدد من المسؤولين في بعض الجهات ذات الصلة بقطاع حقوق الامتياز في مصر، وشملت العديد من الجهات الحكومية، ومديري الجمعيات المهنية العاملة في قطاع الامتياز التجاري، بالإضافة إلى مسؤولي الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري من شركات أجنبية. وتمت المقابلات في نطاق محافظتي القاهرة والجيزة، خلال فبراير ومارس ٢٠٢١.

وأظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية ما يلي:

- بالرغم من الأهمية الكبيرة التي يحظى بها قطاع الامتياز التجاري على مستوى العالم خاصة بالولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا، إلا أنه لا يوجد الاهتمام الكاف بهذا القطاع في مصر.

- لا يوجد قاعدة بيانات دقيقة ورسمية عن عدد الشركات المصرية الحاصلة على امتياز تجاري من شركات أجنبية.
- لا يوجد جهة حكومية متخصصة ومسؤولة بشكل أساسي عن إدارة قطاع الامتياز التجاري، والسعى نحو تطويره، وتذليل المعوقات التي يواجهها، وجذب مزيد من الاستثمارات الأجنبية إليه.
- إن نجاح أو فشل المشروعات المصرية الحاصلة على امتياز تجاري يعتمد بشكل أساسي على الخبرات والقدرات الإدارية والمالية للحاصل على الامتياز.
- لا يوجد قانون خاص ينظم أعمال الامتياز بشكل محدد ومتخصص في مصر.
- تختلف جودة العلاقة بين مانح الامتياز والحاصل عليه وفقاً لظروف وأساليب إدارة الشركات الحاصلة على الامتياز، ووفقاً للعوامل الداخلية المرتبطة بخصائص الشركة الحاصلة على الامتياز.
- تختلف طريقة تقييم أداء الشركة الحاصلة على الامتياز، ومدى رضاها عن تحقيق أهدافها من شركة لأخرى.

٣. مشكلة البحث:

لا شك أن مزايا الامتياز التجاري معترف بها على نطاق واسع في الأعمال التجارية الدولية (Gillis et al., 2020). ومع ذلك، فإن معظم الباحثين في مجال حقوق الامتياز يتبنى منظور مانح الامتياز، والذي يبرز في الخصائص المحلية للشركات الحاصلة على الامتياز، ولكن هناك ندرة في الأبحاث حول تأثيرات الامتياز على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في الدراسات السابقة وخاصة التسويقية (Ghantous and Das, 2019; Colla et al., 2020; Boulay et al., 2021; Alon et al., 2018).

من خلال قيام الباحث بتحليل وإعادة النظر للدراسات السابقة في مجال الامتياز التجاري، ووفقاً لنتائج الدراسة الاستطلاعية التي تم القيام بها مع العديد من الأطراف المعنية بمجال الامتياز التجاري في مصر، تم التوصل إلى مجموعة من الفجوات البحثية الهامة في هذا المجال والمتمثلة فيما يلي:

- رغم أهمية أعمال الامتياز التجاري في تعزيز الأداء الاقتصادي للدول بشكل كبير، وتنمية أعمال الشركات المتوسطة والصغيرة على وجه الخصوص، فضلاً عن كونه نموذج مهم للأعمال الناجحة إلا أن البحث العلمي في مجال الامتياز مازال محدوداً (Wu, 2019; Nijmeijer et al., 2014; Chanut et al., 2013; Naidu et al., 2023; Mungo, 2015).
- بالرغم من الاهتمام الذي يحظى به الامتياز التجاري في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا والدول المتقدمة في آسيا (Luu et al., 2023; Lee & Choi, 2023; Colla et al., 2019)، إلا أنه من الملاحظ وجود قصور في دراسة العوامل التي تؤدي إلى نمو هذا النموذج من منظمات الأعمال، وقياس مستوى أدائه من وجهة نظر الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري في الدول النامية (Dube, 2020, Ping Li, 2018).
- وفقاً لمؤشرات الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر، والتي تشمل مؤشر بيئة أداء الأعمال، والتنافسية العالمية، والمخاطر السياسية، والقيود التنظيمية، والحوكمة العالمية، والتقييم السيادي، يتضح أن مصر تقع في ترتيب متأخر نسبياً في هذه المؤشرات، مما يعني أن هناك قصور في مناخ الاستثمار يحتاج إلى مزيد من الإصلاحات لجذب أعمال الامتياز التجاري كأحد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وتنمية الصادرات، ٢٠٢٢).
- يواجه تطبيق نموذج أعمال الامتياز التجاري العديد من التعقيدات غير المعلومة، خاصة في البلدان النامية وإفريقيا، حيث ركزت معظم الدراسات على النماذج التي تم تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا. وهناك حاجة لفهم الممارسات الفريدة لنموذج أعمال الامتياز والعوامل المؤثرة على نجاحه خاصة في اقتصاديات أفريقيا، حيث أن النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تمت في الثقافة الغربية ليست بالضرورة قابلة للتطبيق في الدول النامية الأفريقية (Hoskisson et al., 2013; Kiru & Mkokha, 2017).
- توجد ندرة شديدة في الدراسات التي تمت في مجال الامتياز التجاري بشكل عام وفي مصر بشكل خاص، وقد يرجع ذلك لعدم وجود إحصاءات دقيقة عن مجال الامتياز التجاري وأداء الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري في مصر. فضلاً عن أنه لا توجد جهة حكومية مسؤولة بشكل رئيس عن أعمال الامتياز التجاري كأحد أشكال الاستثمار الأجنبي في مصر، حيث يتركز الاهتمام فقط على بعض الجوانب القانونية والإدارية الخاصة بتسجيل العلامات التجارية، ولا يوجد في مصر حتى الآن قانون محدد لتنظيم أعمال الامتياز بين مانح الامتياز والحاصلين عليه، حيث يتم الاعتماد بشكل أساسي على بنود التعاقد وقوانين الاستثمار في مصر، وليس هناك معايير واضحة ومتفق عليها لتقييم أداء الشركات المصرية الحاصلة على حق الامتياز التجاري.

بناءً على ما تقدم، يركز هذا البحث على معالجة الفجوة البحثية المتمثلة في الاهتمام المحدود للباحثين بدراسة العوامل المحددة للامتياز التجاري في مجال ريادة الأعمال في الاقتصاديات النامية، بالإضافة إلى اختبار تأثيرها على تحسين أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وبخاصة في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر.

ومن ثم، يُمكن صياغة أسئلة البحث على النحو التالي:

- (١) ما هي العوامل المحددة للامتياز التجاري للشركات الحاصلة عليه في مصر؟
- (٢) ما هو تأثير العوامل المحددة للامتياز التجاري على أداء الشركات الحاصلة عليه في مصر؟

٤. أهداف البحث:

بناءً على ما تقدم من صياغة لإطار مشكلة البحث، يهدف البحث الحالي بصفة عامة إلى اختبار تأثير العوامل المحددة للامتياز التجاري (تكوين الأعمال، تصميم العقود، الاستقرار البيئي، الاستقلالية) على تحسين أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وتحديد الفروق النسبية في تأثير كل عامل من هذه العوامل على مستوى أداء للشركات.

ويُمكن تقسيم الهدف العام إلى عدد من الأهداف الفرعية التالية:

- (١) تحديد أهم العوامل المحددة للامتياز التجاري للشركات الحاصلة عليه في مصر.
- (٢) اختبار تأثير العوامل المحددة للامتياز التجاري على مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري.
- (٣) تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن من خلالها تحسين مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر.

٥. أهمية البحث:

يمكن تقسيم أهمية البحث إلى الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية على النحو التالي:

١-٥ الأهمية النظرية

- (١) تناول الاتفاق النسبي بين الباحثين على أهم محددات الامتياز التجاري ممثلة في أربع أبعاد هي: تكوين الأعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي؛ ومع ذلك هناك تركيز على عوامل أخرى محددة للامتياز التجاري تختلف باختلاف أهداف كل دراسة والثقافة التي تطبق فيها والتي كان معظمها في الدول الغربية المتقدمة مثل: الولايات المتحدة ودول أوروبا وبعض الدول الآسيوية.
- (٢) يُظهر البحث الحالي ملاءمة النظرية القائمة على الموارد التي تم تطويرها ونموها في الثقافة الغربية (Colla et al., 2019; Ghantous & Das, 2018) في السياق المصري النامي؛ مما يُشير إلى قابلية تطبيق مفهوم الامتياز التجاري متعدد الأبعاد (العوامل) وتعميمه عبر ثقافات الدول النامية، وهذا يُمثل مساهمة نظرية للأدبيات العربية النادرة في مثل هذه الموضوعات ومساعدة الباحثين على صياغة وتطوير نماذج الامتياز التجاري من منظور الشركات الحاصلة عليه بخلاف الرؤية السائدة من منظور الشركات المانحة له.
- (٣) يتفق البحث الحالي مع الدراسات السابقة في الاهتمام بتناول محددات الأداء التنظيمي للشركات ذات التوجه الريادي (من خلال الامتياز التجاري)، مع التركيز على أهم العوامل المتعلقة بريادة الأعمال وهي محددات الامتياز التجاري (تكوين الأعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي) التي يقل اهتمام الباحثين فيها وفقاً لتوصيات وملخصات الدراسات ذات الصلة (Hizam-Hanafiah et al., 2022; Mungo, 2019; Naidu et al., 2023).
- (٤) دراسة أهم النواتج الاستراتيجية للتوجه الريادي للشركات من خلال الحصول على حقوق الامتياز التجاري من شركات أجنبية، وأبرز تلك النواتج هو تحسين أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري (Adeiza, 2017; Parker et al., 2019)، مما يمكنها من مواكبة التكنولوجيا وسرعة التكيف والاستجابة للتغيرات في البيئة الخارجية، وتعزيز قدراتها التنافسية.

٢-٥ الأهمية التطبيقية

- (١) يساعد البحث الحالي قادة ومديري الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري على توجيه الجهود توجيهاً سليماً نحو تخصيص الموارد للاستثمار في عقود الامتياز والحصول على خدمات الأعمال الفنية والتشغيلية والإدارية من مانحي الامتياز الأجانب؛ وذلك من خلال المعرفة الجيدة لعوامل النجاح الرئيسية المحددة للامتياز التجاري والتي يجب تبنيها وتعزيزها للعمل بطريقة ريادية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- (٢) دعم عملية صنع القرارات لدى قادة الشركات المانحة والحاصلة على الامتياز، وحل المشكلات القائمة بينهم في مجال الامتياز من أجل تحقيق الإمكانات الكاملة لمواردها الرئيسية، من خلال التصميم الجيد لعقود الامتياز بينهم والتنسيق الجيد للموارد، وما لذلك من آثار إيجابية على تنافسيتهم والتي تؤدي إلى أداء متميز للشركات في نموذج أعمال الامتياز.

٣) تمكين القادة في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية المصرية من إعداد وتصميم خطط عمل مرنة ومناسبة لظروف عدم التأكد البيئي، وتتيح للموظفين تقديم أفكار وأساليب مبدعة وجديدة للتحسين المستمر، وأداء الأنشطة والمهام الوظيفية بطرق جديدة، مما يشجع على تعزيز الأداء الابتكاري لديهم وينعكس بالتالي على الأداء التنافسي وكسب ميزة تنافسية مستدامة في مجال الامتياز التجاري.

٤) تحفيز مديري الشركات المصرية الحاصلة على الامتياز التجاري على دعم الاستقلالية ومواكبة التكنولوجيا وسرعة التكيف والاستجابة للتغيرات في البيئة الخارجية، وتعزيز قدراتها على مواجهة عدم التأكد (مثل: ظروف COVID-19)، مما يمكنها من المساهمة في تحقيق رؤية مصر-٢٠٣٠ للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المستدامة.

٦. الدراسات السابقة:

١-٦ الدراسات التي تناولت مفهوم ومزايا الامتياز التجاري:

أكدت معظم الدراسات السابقة على أن الامتياز التجاري كأحد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر يرتبط ارتباطاً مباشراً بالنمو الاقتصادي لكل من الدول النامية والمتقدمة، حيث تتنافس الدول فيما بينها من أجل تحسين مناخ الاستثمار لجذب المزيد من أعمال الامتياز التجاري، حيث أنها تمثل مصدراً هاماً لتمويل برامج التنمية الاقتصادية، ويُعد تهيئة المناخ الاستثماري لجذب مزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة من التحديات التي تواجه معظم دول العالم، خاصة الدول النامية ومنها مصر، ويُعد الاستثمار الأجنبي المباشر أحد المفاهيم الاقتصادية التي تعتبر من محددات التنمية الاقتصادية للدول في سياق اقتصاد السوق.

اعتمدت العديد من الدراسات على فحص الاستثمار الأجنبي المباشر كمفتاح للنمو الاقتصادي والتطور التكنولوجي، ونظراً لأن جوهر التنمية الاقتصادية يتمثل في النقل السريع والفعال للتكنولوجيا التي يتم نقلها عن طريق الامتياز التجاري كأحد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر من الدولة الأم إلى الدولة المضيفة، بالإضافة إلى نقل الخبرات الإدارية والتسويقية (Anyanw & yamego, 2015; Ersoy & Kok, 2009; Naym & Nessa, 2017).

ويحقق الامتياز التجاري العديد من المزايا للبلد المضيف، منها على سبيل المثال توفير فرص الوظائف، ونقل التكنولوجيا، وتنمية الإبداع والابتكار، وتحسين مستوى الدخل، وتحسين مستوى الاقتصاد (Ekhard et al., 2002). أما على مستوى الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري شملت هذه المزايا إمكانية تحقيق ارباح عالية نتيجة الاعتماد على علامة تجاربه مجربة وموثوق بها، والحصول على التدريب والخبرة التشغيلية اللازمه من المانح لإدارة المشروع بكفاءة، وتبادل المعلومات والمعرفة وتطبيق الاساليب الادارية الحديثة التي تساعد في نمو وتطوير المشروع، بالإضافة إلى تحقيق الأرباح وأهداف المشروع (Adeiza, 2017; Withane, 1991).

وقد مر الامتياز التجاري بالعديد من التعريفات على مدى السنوات الطويلة الماضية، منها تعريف (Justice & judd 1989) بأنه "فرصة تجارية يمنح بموجبها مالك المنتج او الخدمة ومسجل علامة تجارية حقوقاً حصرياً لشركة أخرى، للتوزيع المحلي لهذا المنتج أو الخدمة في مقابل الحصول على رسوم معينة. كما عرفه (Alon 2010) بأنه "نظام أعمال قائم على العقود يمنح بموجبه أحد الطرفين للطرف الآخر مقابل استخدام كل من الملكية الفكرية والحقوق الصناعية والمعرفة الفنية والدعم التقني والتجاري، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة له ليكون جزء من شبكة الأعمال، والتي تُعتبر من أفضل ابتكارات نظام الأعمال في القرن العشرين.

كما عرّفه (Chiou & Droge 2015) بأنه "اتفاق قانوني بين مانح الامتياز والحاصل عليه لبيع أو توزيع منتج أو خدمة باستخدام العملية التجارية الكاملة واسم العلامة التجارية المقدم من مانح الامتياز. وعرفه (Mungo 2019) بأنه "نموذج عمل يسمح أحد الاطراف (مانح الامتياز) للطرف الاخر (الحاصل عليه)، والذي تم التأكد من امتلاكه الموارد والخبرة وحسن النية، باستخدام الاسم التجاري والمنتج لإجراء عمل مستقل يهدف إلى الاستدامة بين مانح الامتياز والحاصل عليه.

وبناءً على التعريفات السابقة، يتضح أن الامتياز ينطوي على علاقة تعاقدية بين مانح الامتياز، وهو شركة أجنبية غالباً، تمتلك العلامة التجارية المعروفة والموثوق بها، ولديها الخبرات الفنية والتشغيلية، وتمتلك القدرات والامكانيات الإدارية والتسويقية التي تمكنها من نمو ونجاح أعمالها، وتسعى إلى توسيع نطاق اعمالها من خلال أعمال الامتياز، وتقوم بمنح علاماتها التجارية وخبراتها الفنية والإدارية إلى الحاصل على الامتياز، وهي شركة محلية لديها القدرات التمويلية، ولديها الرغبة وحسن النية في بيع وتسويق منتجات مانح الامتياز، من خلال علاقة تعاقدية بينهما.

ومن ثمّ، اقترح الباحث تعريفاً للامتياز التجاري بأنه "نظام أعمال تجاري يقوم على التعاون المشترك بين مانح الامتياز الذي يمتلك منتج أو خدمة، ولديه علامة تجارية مميزة وخبرات فنية وإدارية وتسويقية، وبين شركة محلية لديها الموارد المالية والرغبة في إقامة تعاون تجاري من خلال تعاقد قانوني، وبموجب هذا التعاون يحصل الحاصل على الامتياز على حق الامتياز الذي يشمل حق استخدام المنتج أو الخدمة، والعلامة التجارية، والاستفادة من الخبرات الفنية والإدارية والتسويقية لمانح الامتياز، ويهدف هذا التعاون المشترك إلى تحقيق منافع تجارية متبادلة للطرفين".

٢-٦ الدراسات التي تناولت أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري:

بالرغم من أن منح حقوق الامتياز إلى شركات في دول أخرى يُعتبر مساراً للنمو، ويحقق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة، والعلامة التجارية، والتغلب على مشاكل التمويل، مع ذلك لا يزال هناك ندرة في الأبحاث التي تجرى بغرض تقييم الأداء التنظيمي لمانح الامتياز والحاصلين عليه (El Akremi et al., 2015).

وتنقسم مؤشرات قياس أداء الشركات الحاصلة على حق الامتياز إلى مقاييس مالية وغير مالية، وترتبط المقاييس المالية بأداء الشركة ذاتها مثل حجم المبيعات، ونمو الأرباح، والعائد على الاستثمار، لكن توجد صعوبته في الوصول إلى السجلات المالية لهذه الشركات، لذا فإن معظم الدراسات تركز على قياس الأداء للشركات الحاصلة على الامتياز من خلال المقاييس غير المالية (Palacio et al., 2014).

أما المقاييس غير المالية فهي تشمل على رضا العملاء والذي يقاس بالرضا عن أسعار المنتج وجودته، وعدد شكاوى العملاء، وعدد العملاء الجدد؛ ومقاييس مرتبطة بالعمليات الداخلية وتشمل عدد المنتجات الجديدة التي تم إدخالها للسوق، وعدد العاملين الذين التحقوا ببرامج تدريبية، والابتكار، ونسبة المرتجعات والتالف (Kaplan, 1993)، والرضا العام عن منح الامتياز، ونية البقاء في الامتياز (Palacio et al., 2014)، وهي ما اعتمد عليها الباحث في قياس أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر.

وفقاً للنظرية القائمة على الموارد، تنشأ الاختلافات في الأداء بين الشركات نتيجة عدم تجانس الموارد والقدرات، حيث تساعد الموارد القيمة والنادرة في تحسين الأداء، لذا تسعى الشركات لتحقيق الاستفادة القصوى من تلك الموارد من خلال تطوير الإجراءات والقدرات التنظيمية والأعمال على الأساليب الفنية والتشغيلية والتسويقية الفعالة بما يحقق ميزة تنافسية، حيث يقوم منح الامتياز بتطوير منتج أو خدمة تحمل علامة تجارية مميزة ولديه الخبرات الفنية والتشغيلية التي تميزه عن الآخرين وتساعد على بيع المنتج/الخدمة من خلال ما يعرف بمنح حق الامتياز التجاري إلى شركة في دولة أخرى، ويسمى الحاصل على الامتياز مقابل الحصول على رسوم وإجراءات محددة متفق عليها بينهما في عقد الاتفاق، بينما يقوم الحاصل على الامتياز بتسويق المنتج أو الخدمة في بلده، والاستفادة من علامة تجارية مميزة وموثوق بها، والخبرات الفنية والتنظيمية والأساليب التسويقية، وبرامج التدريب التي يوفرها له منح الامتياز التجاري (Altinay et al., 2014; Ghantous & Das., 2018).

ومن الدراسات التي ركزت على الأداء المالي للشركات الحاصلة على الامتياز في تاوان، دراسة (Wu (2015) التي قمت نموذجاً يصف كيفية ارتباط استراتيجيات ممنوحة الامتياز المتعلقة بمشاركة المعرفة والثقة وإدارة الصراع وسمعة العلامة التجارية بالأداء في سلسلة متاجر. وكشفت النتائج عن أن تبادل المعرفة والثقة وإدارة الصراع وسمعة العلامة التجارية هي من العوامل الرئيسية في تعزيز نية الشركات الحاصلة على الامتياز في البقاء، ودعم الأداء المالي داخل نظام منح الامتياز التجاري.

ومن الدراسات ذات الصلة بالأداء المالي وغير المالي لحقوق الامتياز التجاري دراسة Kim & Pennington-Gray (2017) والتي هدفت إلى فحص العلاقة بين القيم الأخلاقية على أداء الشركات بناءً على نظريتي مشاركة الخطر وأخلاقيات الأعمال في سياق صناعة الخدمات الغذائية بكوريا الجنوبية. وأوضحت نتائج الدراسة أن القيم الأخلاقية عموماً لها تأثير مباشر على النشاط الخيري للشركات والالتزام التنظيمي العاطفي، والمستمر، والذي يؤثر بدوره على كل من الأداء المالي وغير المالي للشركات الممنوحة الامتياز التجاري.

وبناءً على الرؤية القائمة على الموارد، أجريت دراسة (Ghantous & Das (2018) بهدف فحص أداء الامتياز التجاري الدولي، وذلك من خلال التركيز على كيفية تصور أصحاب الامتياز لأدائهم الدولي، ومحركات أدائهم الدولي، وكيف يُعدل سن الدخول للصناعة من تأثير مواردهم وقدراتهم على الأداء الدولي. وأظهرت نتائج الدراسة النوعية أن أصحاب الامتياز ينظرون إلى الأداء الدولي من حيث الرضا عن العلاقة مع الحاصلين الأجانب على الامتياز، والأداء مقارنة بالمنافسين. كما توضح النتائج أن الرضا عن العلاقة يُحسن بشكل كبير الأداء المقارن. وتعمل كل من الموارد المملوكة لأصحاب الامتياز، والعلامة التجارية والمعرفة على تعزيز الأداء المقارن فقط، في حين تعمل القدرات العلائقية الدولية المتعلقة بنقل المعرفة والمراقبة وتصميم العقود، وكل من قدرات إعادة التكوين للأعمال المتعلقة بالاستجابة التنظيمية والابتكار، على تحسين الرضا عن العلاقة. وخلصت النتائج أيضاً إلى أن تصميم العقود والابتكار يزيدان من الأداء المقارن بالمنافسين.

وفي سياق منح الامتياز التجاري في أستراليا، ركزت دراسة (Parker et al. (2019) على اختبار العلاقات بين الموارد الشخصية (الالتزام العاطفي، والاستباقية، والتفاوض، والدعم الأسري، والدعم التنظيمي المدرك) والسياقية وبين أداء الشركات المالي والمواطنة، الحاصلة على الامتياز التجاري. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الاستباقية والتفاوض والدعم الأسري والدعم التنظيمي ترتبط إيجابياً بالأداء المالي للشركات الممنوحة الامتياز. كما خلصت إلى أن الالتزام العاطفي والدعم الأسري والتنظيمي يرتبطان إيجابياً بالمواطنة التنظيمية للامتياز. وبالتالي قدمت الدراسة رؤى قيمة حول العلاقة بين الموارد الشخصية والسياقية وبين الأداء المالي وغير المالي للشركات الحاصلة على الامتياز التجاري.

ومزیداً على ذلك، اختبرت دراسة (Naidu et al. (2023) تأثير عناصر التوجه الريادي على الأداء المالي وغير المالي لشركات التجزئة الحاصلة على الامتياز التجاري في جمهورية جزر فيجي. وأكدت النتائج أن التكنولوجيا والابتكار والترويج، والميزة التنافسية وخلق القيمة المشتركة، ورسملة الفرص ذات العائد المرتفع، والتمكين والدعم لهم آثار معنوية إيجابية على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، بينما أثبتت النتائج عدم معنوية تأثير كل من القيادة المرتكزة على العملاء ومعرفة المنافسين. ودعمت

النتائج تأثير التوجه الريادي على كل من المؤشرات المالية وغير المالية، مع وجود تأثير أكبر على المؤشرات المالية. كما كشفت النتائج عن أن التوجه الريادي يمثل تأثيراً جزئياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، في حين أنه يمكن أن يُعزى التأثير المتبقي إلى طوارئ المنظمة والبيئة.

٣-٦ الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة على أداء أعمال الامتياز التجاري:

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة أن هناك مجموعة من العوامل الرئيسية المؤثرة على أداء الحاصل على الامتياز وشملت تنسيق الأعمال، وتصميم العقود، والسلوك والتفاعل. حيث يتضمن تنسيق الأعمال عوامل مؤثرة شملت اسم العلامة التجارية، والدعم الممنوح لمتلقي الامتياز، والتحكم؛ ويشمل تصميم العقود مستوى الدفع الأولي، ومستوى الدفع المستمر، والمنطقة الحصرية، واتفاقية الربط. أما عوامل جودة العلاقة شملت تقارب العلاقة، والالتزام، والثقة، والتواصل، والسلوك الانتهازي والحد من الصراعات، بينما عوامل الموقف تشمل المهارة، والحوافز المقدمة للحاصلين على الامتياز، والعمل الجاد، والمهارات الإدارية والتسويقية، والخبرة السابقة (Mungo, 2019).

وفيما يلي عرض أهم وأبرز العوامل المؤثرة على أداء الامتياز التجاري باختصار:

١-٣-٦ تكوين الأعمال

يُعرّف بأنه شراكة أعمال مستمرة، حيث يمنح مالك الامتياز - ذو علامة تجارية معروفة، وحسنة السمعة، ولديها الخبرة الفنية والتشغيلية والإدارية والتسويقية لمنتج أو خدمة معينة - حق القيام بأعمال مستقلة إلى الحاصل على الامتياز باستخدام العلامة التجارية، مع تقديم الدعم الفني والإداري والتسويقي، في مقابل رسوم نظير ذلك (Lindbjom & Tikkanen, 2010; Shane, 2005).

ويعد امتياز تنسيق الأعمال الأكثر انتشاراً في العديد من الاقتصاديات حول العالم، ويتم تطبيقه في مجموعة واسعة من الصناعات، مثل: مطاعم الخدمة السريعة، والفنادق، والأجهزة الإلكترونية، والعقارات (European Franchise Federation, International Franchise Association 2016; 2019). وتعتبر عوامل تكوين الأعمال المجموعة الأولى من العوامل التي لديها القدرة على التأثير على أداء أعمال الحاصلين على الامتياز، والتي تشمل اسم العلامة التجارية، وخدمات الدعم، ومقدار التحكم الذي يتمتع به الحاصلين على الامتياز في إدارة أعمالهم (Adams, 2015; Mungo, 2019; Nijmijer et al., 2014).

وتعتمد خدمات الدعم المقدمة إلى الحاصلين على الامتياز على شروط عقد الامتياز، وقد تشمل خدمات الدعم على المساعدة في اختيار الموقع، وتوفير التدريب الأولي والمستمر، ودعم التمويل، وخدمات الإدارة، وخدمات إدارة العمليات، والدعم التسويقي، ودعم البحث والتطوير (Benjamin, 2019; Chien, 2014; Hnuchek et al., 2013). وبالتالي تُعرّف خدمات الدعم بأنها مجموعة من خدمات الأعمال الفنية والتشغيلية والإدارية التي تُمكن الحاصلين على الامتياز من إنشاء وحدات الامتياز الخاصة بهم بنجاح (Doherty et al., 2014; Brokes, 2014).

وتشمل وسائل الدعم الأخرى مساعدة الحاصلين على الامتياز في تحليل السوق، وتوقع المبيعات، والترويج للعلامة التجارية، والمساعدة في توظيف الموظفين، ويُعد التدريب من أهم عوامل الدعم التي لها تأثير إيجابي على الرضا العام للحاصلين على الامتياز (Altinay et al., 2014; Latif, 2012; Roh & Yoon, 2009). وبالتالي فإن التدريب المناسب والجيد يمكن الحاصل على الامتياز من تطبيق المعرفة الخاصة بالنظام للحصول على أداء أفضل، واسترداد الاستثمار الأولي بشكل أسرع، والتعامل مع ظروف السوق بشكل أفضل، والحفاظ على صورة العلامة التجارية وقيمتها، والاستمرار في نظام الامتياز. ومن ثم، فإن خدمات الدعم الجيدة والمناسبة التي يحصل عليها الحاصلين على الامتياز لها تأثير إيجابي على أدائهم (Adams, 2015; Minguela et al., 2014).

٢-٣-٦ تصميم العقود

يُعد مجال الامتياز التجاري مجالاً خصباً للبحث والدراسة، ليس فقط في مجال التسويق، ولكن أيضاً في المجالات ذات صلة مثل الاقتصاد، والقانون، وريادة الأعمال؛ حيث أنه يمثل قناة توزيعية كفاء في مجال التسويق، وشكل تنظيمي هام للاقتصاد، والعقود القانونية التي تنظم العلاقة بين مانحي الامتياز والحاصلين عليه، كما يُعد من العوامل المؤثرة على جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي (Javalgid Lovich, 2011).

ومن منظور قانوني، يُشار إلى الامتياز التجاري بأنه إتفاق قانوني بين مانح الامتياز والحاصل عليه لبيع أو توزيع منتج أو خدمة، باستخدام العملية التجارية المتكاملة، واستخدام العلامة التجارية لمانح الامتياز. ويُعد هذا الاتفاق القانوني بين طرفين معترف بهما قانوناً، حيث يقوم مانح الامتياز بموجب هذا الاتفاق بمنح حق استخدام العلامة التجارية، والاسم التجاري، والقدرات الفنية والتشغيلية، والخبرات الإدارية للحاصل على الامتياز، على أن يقوم الحاصل على الامتياز بدفع بعض الرسوم لمانح الامتياز مقابل ذلك (Chiou & Droge; 2015; European Franchise Federation, 2017).

ويُعتبر تصميم العقود من العوامل المؤثرة على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، حيث تشمل مستوى الدفع الأولي، ومستوى الدفع المستمر، والمنطقة الحصرية، وعدالة الاتفاق (Mungo, 2019; Nijmeijer et al., 2014).

وبالرغم مما سبق، لا يوجد حتى الآن قانوناً محددًا خاص بتنظيم أعمال الامتياز في مصر، حيث تخضع العلاقة بين مانح الامتياز والحاصل عليه لشروط التعاقد بينهما، وأن القوانين المنظمة لأعمال الامتياز في مصر هي قوانين خاصة بالاستثمار بشكل

عام وحقوق الملكية للعلامات التجارية، ويُعد هذا أحد المعوقات المؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر بشكل عام، وأعمال الامتياز التجاري بشكل خاص، ويسعى البحث الحالي إلى إظهار هذه الفجوة البحثية وإيجاد حلول لها.

٦-٣-٣ العوامل البيئية:

يُعد توافر بيئة مناسبة من عوامل جذب الاستثمار الأجنبي، ومنها الامتياز التجاري، وتشمل العوامل البيئية كل من العوامل الاقتصادية، والسياسية، والتنظيمية. وتشمل العوامل الاقتصادية مستوى التنمية الاقتصادية معبراً عنها بمعدل النمو في الناتج القومي الإجمالي، ومعدل دخل الفرد، ومعدلات التضخم، وحجم السوق، ودرجة المنافسة في السوق، ومستوى البنية التحتية. كما تشمل العوامل السياسية مستوى الاستقرار السياسي، وسيادة القانون، وحرية التحويلات ودخول وخروج رأس المال من وإلى البلد المضيف. وأخيراً تتضمن البيئة التنظيمية عدد من العوامل منها النظام الإداري السائد في البلد المضيف، ومحاربة الفساد الإداري، والقضاء على البيروقراطية في الجهاز الحكومي للدولة، وتنافس الدول فيما بينها لتحسين المناخ الاستثماري بها، وتسعى لجذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر لما له من أهمية كبيرة في تحسين أداء مستوى الاقتصاد، وزيادة دخل الأفراد وتقليل مستوى البطالة، وتُعد الدول التي تتوفر بها هذه العوامل جاذبة للاستثمار الأجنبي، وأعمال الامتياز التجاري. ويركز هذا البحث على مستوى الاستقرار السياسي، وجائحة كورونا لاختبار تأثيرهما على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، ضمن النموذج المقترح لتحسين أداء هذه الشركات (Adams, 2014; Doherty, 2009; Sturm, 2004).

٦-٣-٤ الاستقلالية:

تُشير الاستقلالية إلى قدرة الحاصل على الامتياز على إدارة الأنشطة التجارية الخاصة به دون تحكم من مانح الامتياز، وتكييفها مع المجال الذي يعمل بها في إطار عقد الامتياز، مع مراعاة أنه يحق لمانح الامتياز متابعة ومراجعة أعمال الامتياز مع الحاصل عليه، والتأكد من التزامه بالقواعد والسياسات وبنود التعاقد التي تم الاتفاق عليها. وربطت العديد من الدراسات بين استقلالية الحاصل على الامتياز وأدائه، إستناداً على نظرية الوكالة والنظرية القائمة على الموارد. ووفقاً لنظرية الوكالة تعتمد أعمال الامتياز على العلاقة التعاقدية بين مانح الامتياز والحاصل عليه، والتي بموجبها يقوم مانح الامتياز بتفويض الحاصل عليه للقيام بالأنشطة التجارية المتعاقد عليها لتحسين أعمالهم وخلق فرص جديدة لتحسين الأداء. وفي حين تعتمد النظرية القائمة على الموارد على قيام مانح الامتياز بالاستفادة من موارد الحاصل عليه في مقابل منح حق الامتياز، واستخدام العلامة التجارية، والاستفادة من الخبرات الفنية والتسويقية والإدارية لمانح الامتياز، من أجل تحقيق منافع مشتركة تبادلية مع الاستمرار في سلسلة أعمال الامتياز (Combs et al., 2011; Dada et al., 2012).

وفي ضوء ما سبق، هدفت العديد من الدراسات إلى التعرف على العوامل المؤثرة على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، ومن أهم وأبرز هذه العوامل تكوين وتنسيق الأعمال والتي تضم اسم العلامة التجارية، والدعم والتحكم من الشركات الأجنبية المانحة، وعوامل تصميم العقود والتي تشمل مستوى المدفوعات الأولية، ومستوى المدفوعات الجارية، والأقليم الحضري، وربط الاتفاقيات، وعوامل السلوك والمعرفة التي تشمل عوامل جودة العلاقة وتضم الالتزام والتقارب، والثقة، والاتصال، والرضا عن العلاقة، وكذلك عوامل الموقف والمهارة، والتي تشمل الدافع والعمل الجاد والمهارات الإدارية والتسويقية والخبرات السابقة. وكل العوامل السابقة تؤثر في تقييم أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وكذلك مدى تحقيق الأهداف المرجوة من منح حقوق الامتياز بالنسبة للشركات المانحة (Adeiza, 2017).

وبهدف التعرف على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز ودرجة نجاحها من خلال الخصائص الشخصية للممنوح له الامتياز، اتضح أن خصائص الخبرة، والكفاءة، ومستوى التعليم، وكذلك العوامل البيئية التي تشمل حجم المشروع، وعمر المشروع، ورأس المال، والمعرفة الفنية المقدمة من مانح الامتياز، جميعها من أهم العوامل المؤثرة على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، كما أظهرت النتائج أن خبرة مالك/مديرى المشروع، والمعرفة الفنية المقدمة من المانح من أهم العوامل المؤثرة على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، وتُعد قيمة المعرفة حاسمة في الامتياز التجاري لأنها تنطوي على نقل المعرفة من مانح الامتياز إلى الحاصل عليه (Perrigot et al., 2017).

ومن منظور الحاصل على الامتياز، هدفت دراسة Colla et al. (2019) إلى تقصي أثر الامتياز التشاركي على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وتحديدًا، اختبرت الدراسة تأثير استقلالية الحاصل على الامتياز - في إدارة الموارد البشرية وقرارات التسويق - والالتزام العاطفي وابتكار الشبكة على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز في فرنسا. وأوضحت نتائج الدراسة أن استقلالية الشركات الممنوحة الامتياز في السياسات التجارية والالتزام العاطفي لشبكة العمل هي محددات قوية لأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري.

هذا، وقدمت دراسة Dube (2020) دراسة حالة للبحث في كيفية دعم مانح الامتياز لتحسين أداء أعمال الشركة الحاصلة على الامتياز في صناعة المطاعم بجنوب أفريقيا. حيث تم إجراء تقصي نوعي باستخدام امتياز News Café. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الربحية، ونمو الأعمال في تقييمات أصحاب الامتياز هي مؤشرات للأداء الجيد للحاصلين على الامتياز التجاري، وأن هناك مستوى عالي من الرضا عن الدعم الذي حصلت عليه الشركة في بداية علاقة الامتياز. كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن الحاصلين على الامتياز يواجهون تحديات خطيرة تشمل عوامل المنافسة، وارتفاع تكاليف ممارسة الأعمال، وتكاليف التسويق والقيود المالية.

وبناءً على نظرية الوكالة ونظرية ندرة الموارد، أجريت دراسة (Hizam-Hanafiah et al. (2022 بغرض تحديد عوامل النجاح الرئيسية في شركات أعمال الامتياز التجاري في ماليزيا. وأظهرت النتائج أن هناك ثلاثة عوامل نجاح حاسمة للامتياز التجاري وهي قدرة صاحب الامتياز، والترابط مع الحاصلين على الامتياز، والابتكار المستمر. كما أوضحت النتائج من خلال تلك العناصر الثلاثة أنه لا يزال هناك مجال لتوسع أكثر أهمية في محددات نجاح الامتياز التجاري. بالإضافة إلى ذلك، ساعدت نتائج هذه الدراسة في تقديم نموذج قيم لعملية أعمال الامتياز التجاري التي يُمكن للمنظمين ومانحي الامتياز والحاصلين عليه استخدامه كدليل.

كما أجريت دراسة (Luu et al. (2023 بهدف الكشف عن آليات تأثير الموارد المملوكة لمانح الامتياز وجودة العلاقة، والقدرات الديناميكية للحاصل عليه على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، من خلال فحص الدور المُعدّل للحساسية الثقافية بالتطبيق على المديرين والقادة بالفنادق وشركات الأغذية والقدرات الديناميكية على أداء الشركات الفيتنامية الحاصلة على الامتياز التجاري في فيتنام. وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لكل من الموارد المملوكة وجودة علاقة مانح الامتياز كما دعمت النتائج الدور المعدل للحساسية الثقافية في العلاقة بين جودة المانح وأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري.

وركزت دراسة (Lee & Choi (2023 على استكشاف الدعم الاجتماعي المقدم من مانحي الامتياز للحاصلين عليه للتغلب على جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19)، ودراسة تأثير الدعم الاجتماعي لأصحاب الامتياز على مرونة الحاصلين على الامتياز ونيتهم في الاحتفاظ بالأعمال خلال تلك الجائحة غير المرغوبة في صناعة المطاعم بكوريا الجنوبية. وأوضحت النتائج أن الدعم العاطفي والتقييمي الذي يقدمه صاحب الامتياز له تأثير إيجابي وهام على أداء ومرونة الحاصلين على الامتياز، ولكن ليس له آثار كبيرة على نية الاحتفاظ بالأعمال خلال الجائحة. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن الدعم المعلوماتي والفعال الذي يقدمه مانح الامتياز ليس له تأثيرات كبيرة على مرونة الحاصلين على الامتياز، ولكن له آثار إيجابية ومعنوية على نية الاحتفاظ بالأعمال. كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن مرونة الحاصلين على الامتياز تلعب دوراً كوسيط تام في العلاقة بين الدعم العاطفي من صاحب الامتياز ونية الحاصلين عليه في الاحتفاظ بالأعمال.

٧. فروض البحث:

في ضوء مشكلة البحث وأهدافه يُمكن صياغة الفرض الرئيس للبحث على النحو التالي:

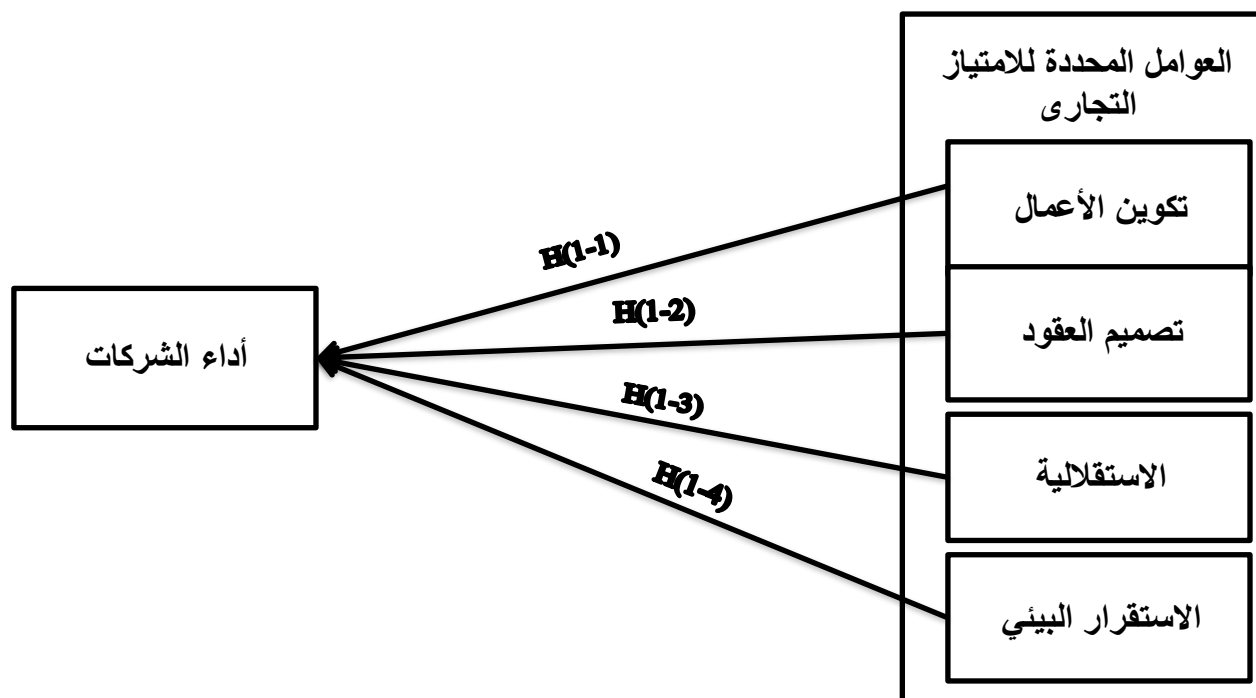
"الفرض الرئيس للبحث: تؤثر محددات الامتياز التجاري تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة عليه"

وينبثق من الفرض الرئيس الفروض الفرعية التالية:

- الفرض الفرعي الأول (١-١): يؤثر تكوين الأعمال بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر
- الفرض الفرعي الثاني (٢-١): يؤثر تصميم العقود بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر
- الفرض الفرعي الثالث (٣-١): تؤثر استقلالية الشركات الحاصلة على الامتياز تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر
- الفرض الفرعي الرابع (٤-١): يؤثر مستوى الاستقرار البيئي تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر

٨. نموذج البحث:

بمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالامتياز التجاري، والدراسات المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر، تمكن الباحث من اقتراح النموذج التالي الذي يشمل المتغير المستقل المتمثل في العوامل المحددة للامتياز التجاري وهي (تكوين الاعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي)، والمتغير التابع المتمثل في أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري. ويوضح الشكل رقم (١) العلاقة بين متغيرات البحث على النحو التالي



شكل (١) نموذج البحث المقترح

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

٩. منهجية البحث:

٩-١ مقاييس الدراسة:

في ضوء مراجعة الدراسات السابقة، وبخاصة التطبيقية منها، أمكن التعرف على متغيرات البحث ومفاهيمها المختلفة والأبعاد الفرعية التي تشتمل عليها، وعبارات القياس التي سبق إثبات صدقها وثباتها في دراسات ذات الصلة بموضوعات البحث الحالي، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١) متغيرات البحث وأبعادها ومصادر وأدوات قياسها*

المتغيرات والأبعاد	التعريف الإجرائي	(عدد بنود القياس)	المصادر	الأدوات
<u>المتغيرات المستقلة</u> محددات الامتياز التجاري ويشمل:		(١٨) عبارة		استخدام مقياس ليكرت خماسي النقاط يتراوح بين غير موافق تماماً (١) إلى موافق تماماً (٥)
(١) تكوين الأعمال	و تشير إلى العوامل المحددة لتكوين أعمال الامتياز التجاري للبدء في إجراءات التعاقد، ومنح الامتياز التجاري/ وتشمل اسم العلامة التجارية، والدعم المقدم من مانح الامتياز، والتحكم والشروط التي يفرضها مانح الامتياز على الحاصل عليه.	(٤) عبارات	Adams, 2017 Mungo, 2019; Dong & Lee, 2001 Ping Li, 2018 Wu, 2015	
(٢) تصميم العقود	ويقصد به الاتفاقيات وشروط العلاقة التعاقدية التي يتم الاتفاق عليها بين مانح الامتياز والحاصل عليه، وتشمل مستوى المدفوعات الأولية، والمدفوعات الجارية، والإقليم الحصري، وربط الاتفاقيات.	(٤) عبارات	Dube, 2020 Elsamny, 2019 Ghantous & Shobha, 2018 Mungo, 2019 Ping Li, 2018	

	Adams, 2017 Colla, 2018 Dube, 2020 Mungo, 2019	(٤) عبارات	وتعني قدرة الحاصل على الامتياز على التحكم في أنشطته الخاصة بإدارة أعماله، وتكييفها مع المنطقة المحليّة التي يعمل بها في إطار عقد الامتياز التجاري.	(٣) الاستقلالية
	Abdul Rahman & Saif, 2020 Alon, 2005 Sarkisov,2002 Vasilyeva,2021 Donatus&Ojide, 2003	(٦) عبارات	ويُعرف بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في البيئة المحيطة بالحاصل على الامتياز، ويركز الباحث على عاملين رئيسيين هما: الاستقرار السياسي في البلد المضيف، وجائحة كورونا العالمية Covid-19.	(٤) الاستقرار البيئي
استخدام مقياس ليكرت خماسي النقاط يتراوح بين غير موافق تماماً (١) إلى موافق تماماً (٥)	Fernandez & Santana, 2018 Kaplan,1993 Palacio et al., 2014 Pornarapa et. al.,2000	(٥) عبارات	ويقصد به قدرة الشركة الحاصلة على الامتياز التجاري على تحقيق أهدافها المتوقعة.	المتغير التابع أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مراجعة الدراسات السابقة .

٢-٩ تصميم البحث:

أعتمد البحث على استخدام المدخلين الكمي Quantitative وغير الكمي Qualitative معاً، فيما يسمى بالمدخل المختلط في بحوث التسويق، حيث تم الاعتماد على المنهج غير الكمي في مرحلة البحث الإستطلاعي، وتم الاعتماد على المنهج الكمي في مرحلة البحث الاستنتاجي الوصفي Deductive descriptive (إدريس، ٢٠١٢؛ Creswell,2009)، والذي يهدف إلى وصف وتحليل الظاهرة موضوع الدراسة وخصائصها كما توجد في واقع الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، ويقوم على إختبار النظرية القائمة، وتحديد متغيرات البحث المستقلة (العوامل المحددة للامتياز التجاري) والتابعة (أداء الشركات الحاصلة على الامتياز)، وربط المتغيرات في أسئلة أو فروض بحثية، واختبارها باستخدام أداة الاستقصاء المهيكلة، وجمع البيانات من العينة مرة واحدة فقط وفي نفس الفترة الزمنية فيما يُعرف بتصميم القطاع العرضي Cross-sectional design، واستخدام أساليب إحصائية كمية موضوعية (مثل: تحليل نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) لتحليل البيانات وتطبيقاتها (Hair et al., 2010; Saunders et al., 2009).

٣-٩ مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في "الشركات المحلية الحاصلة على حق الامتياز التجاري من شركات أجنبية في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية بمحافظة القاهرة والجيزة"، وقد تم اختيار قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر كمجال للتطبيق، لأنه من القطاعات المهمة التي يعمل بها آلاف الشركات والعاملين، حيث يبلغ عدد العلامات التجارية الأجنبية ١٦٢٥٠ علامة تقريباً بالسوق المصري. ويُعد قطاع الامتياز بأنواعه المختلفة من القطاعات الضخمة التي تساعد على نمو الاقتصاد وخفض معدل البطالة، ففي مصر يصل حجم أعمال الامتياز التجاري إلى ١٧٠ مليار جنيه استثمارات مباشرة وغير مباشرة، ويعمل به ما يقرب من ١,٥ مليون عامل، كما تم اختيار محافظتي القاهرة والجيزة مكاناً للتطبيق حيث يتمركز بهما أكبر عدد من الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري بنسبة تبلغ أكثر من ٦٥٪ من إجمالي الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر (وزارة التموين والتجارة الداخلية، جهاز تنمية التجارة الداخلية ITDA، ٢٠٢٢، الغرفة التجارية بالقاهرة، ٢٠٢٣، الغرفة التجارية بالجيزة، ٢٠٢٣). من أجل الوصول للبيانات المطلوبة، قام الباحث بعمل زيارات ومخاطبات إلى كل من الغرفة التجارية بالقاهرة، والغرفة التجارية بالجيزة، ووحدة العلامات التجارية بجهاز تنمية التجارة الداخلية بوزارة التموين، ووحدة الفرنشايز بجهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ورئاسة مجلس الوزراء، وتم للحصول على بيان بأسماء الشركات العاملة في قطاع الامتياز التجاري علماً بان هذه البيانات تتضمن اسم الشركة، ورأس المال، والعنوان، والنشاط، وأرقام التواصل وبعض الإيميلات، وكذلك موقع شركة أمازون في مصر الذي يحتوي على العديد من العلامات التجارية في مجال التطبيق، وتُعد محافظتي القاهرة والجيزة محوراً لتتركز معظم تلك الشركات بسبب موقعها الجغرافي والاستراتيجي والتجاري الدولي لكافة أنشطة الأعمال بمختلف أنواعها الخدمية والصناعية.

ونظراً لكبير حجم مجتمع البحث، والذي يزيد عن ١٠,٠٠٠ شركة حسب بيانات مجمعة من الأجهزة والهيئات والأماكن سالفة الذكر، وصعوبة الحصول على إطار محدد ودقيق لمجتمع البحث، فقد تم الاعتماد على عينة ميسرة غير احتمالية؛ حيث تم جمع البيانات باستخدام " قائمة الاستقصاء" المهيكلة كأداة فعالة في جمع البيانات (بسيوني، ٢٠٠٦). ووفقاً لجداول التوزيع الإحصائية

عند مستوى ثقة (٩٥٪) وهامش خطأ (٥٪)، تم اتباع معادلة تومسون (Thompson, 2012, p.59) لتحديد حجم العينة المناسبة لتطبيق الدراسة الميدانية، وذلك وفق المعادلة التالية:

$$n = \frac{N \times p(1 - p)}{[N - 1 \times (d^2 \div z^2) + p(1 - p)]}$$

حيث:

N حجم المجتمع المستهدف

p: القيمة الاحتمالية (٥٠٪)؛

d: نسبة الخطأ ٥٪؛

Z: قيمة الدالة المعيارية للاختبار المقابلة لمستوى المعنوية ٥٪ وتساوي ١,٩٦.

وبالتالي تم حساب الحد الأدنى من حجم العينة المستهدف المقدر بنحو (٣٨٤) مفردة من مديري الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري (الأزهرى، ٢٠١٠).

١٠. منهجية البحث:

١-١٠ جمع البيانات ومعدل الاستجابة:

أعتمد الباحث في جمع بيانات البحث على قائمة الاستقصاء، والتي اشتملت على مقاييس المتغيرات المستقلة والتابعة بالإضافة إلى مجموعة من المتغيرات الشخصية والوظيفية للمديرين المسؤولين المعنيين بالبحث. فلقد تم الاطلاع على عدد من المقاييس وقوائم الاستقصاء في الدراسات التطبيقية ذات الصلة بموضوع الامتياز التجاري والأداء التنظيمي، وتم تصميم القائمة وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي يتراوح بين (١) وتعني عدم الموافقة تماماً، و(٢) عدم الموافقة، و(٣) الحياد، و(٤) المعبرة عن الموافقة، و(٥) تمثل الموافقة التامة (الأزهرى، ٢٠١٠).

كما تم الاعتماد على طريقتين في جمع البيانات: الطريقة الأولى تتمثل في الاعتماد على الاستقصاء الإلكتروني Online survey باستخدام رسالة بريد إلكتروني موجهة إلى مديري ومسؤولي الشركات المحلية الحاصلة على الامتياز التجاري، مع وضع شرطين حاكمين، أولهما أنه لن يتم قبول وتسجيل أي قائمة إلا بعد الإجابة على كافة الأسئلة بالقائمة، وثانيهما أنه متاح للمستقصى منه ملء قائمة استقصاء واحدة فقط، ويحقق الاستقصاء الإلكتروني العديد من المزايا منها عدم التكرار وعدم وجود قيم مفقودة وانخفاض الوقت والجهد والتكلفة وسرعة الوصول إلى عدد كبير من أفراد العينة المستهدفة مع ضمان عدم التحيز، لكن على الجانب الآخر تتمثل عيوب هذه الطريقة في انخفاض معدل الاستجابة مما يحد من القدرة على الوصول إلى حجم العينة المستهدف (Wright, 2005)، لذا اعتمد الباحث على الطريقة الثانية وهي المقابلات الشخصية باستخدام قائمة الاستقصاء المطبوعة مع مفردات العينة المستهدفة (بسيوني، ٢٠٠٦؛ الأزهرى، ٢٠١٠).

وقد تم جمع البيانات من عينة البحث بعد مراعاة حجم العينة من مديري ومسؤولي الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري بالقاهرة الكبرى، وتم توزيع (٤٣٣) قائمة استقصاء مقسمة إلى (٢٦٠) قائمة عن طريق الاستقصاء الإلكتروني، وتم الاستجابة لعدد (٢٠٣) استمارة منهم، بينما تم توزيع (١٧٣) استمارة استقصاء مطبوعة من خلال المقابلات الشخصية، وتم الرد على (١٥٧) استمارة منهم، ليصبح إجمالي الاستمارات الصالحة (٣٦٠) استمارة بعد إجراء عملية فحص ومراجعة قوائم الاستقصاء المستلمة وتصفيتها واستبعاد القوائم غير الصالحة وغير المكتملة، والتي وُجد فيها تحيز واضح باختيار إجابة واحدة على جميع الأسئلة، أو وجود نسبة كبيرة من العبارات لم يتم الإجابة عليها، حيث بلغ عدد القوائم الصالحة المكتملة (٣٦٠) قائمة جيدة بمعدل استجابة (٨٣٪)، وقد تم ترميزها وإدخالها لبرنامج SPSS لمعالجتها وتحليلها كميًا. وذلك كما هو موضح بالجدول (٢) التالي:

جدول (٢) معدل الاستجابة وفقاً للقوائم الصالحة للتحليل الإحصائي

القطاع	القوائم الموزعة	القوائم المستلمة	القوائم المستبعدة	القوائم الصالحة
الاستقصاء الإلكتروني	٢٦٠	٢٠٣	-	٢٠٣
الاستقصاء المطبوع	١٧٣	١٦٧	١٠	١٥٧
الإجمالي	٤٣٣	٣٧٠	١٠	٣٦٠
معدل الاستجابة				
				٨٣٪

المصدر: من إعداد الباحث

٢-١٠ التحليل الوصفي لعينة البحث:

تستهدف هذه المرحلة التحليل الوصفي للعوامل الديموجرافية والخصائص الوظيفية (النوع، والعمر، ومستوى التعليم) للمشاركين في الدراسة التطبيقية في المستويات الإدارية المختلفة بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية. ويوضح الجدول رقم (٣) نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة وفق الخصائص ذات الصلة بموضوع البحث كالتالي:

جدول (٣) التحليل الوصفي لعينة البحث

الخصائص	الفئات	عينة الدراسة (٣٦٠)	
		التكرار	النسبة المئوية %
النوع	ذكور	٢٩٠	٨٠,٦%
	إناث	٧٠	١٩,٤%
العمر	أقل من ٢٥ عاماً	٤٠	١١,١%
	٢٥ - أقل من ٤٠	١٦٠	٤٤,٤%
	من ٤٠ - أقل من ٦٠	١٠٠	٢٧,٨%
	٦٠ فأكثر	٦٠	١٦,٧%
مستوى التعليم	أقل من جامعي	١٣	٣,٦%
	جامعي	٢٧٠	٧٥%
	دراسات عليا	٧٧	٢١,٤%

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25.

يوضح الجدول السابق رقم (٣) ملخصاً للخصائص الشخصية والوظيفية للقادة والمسؤولين بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري موضوع التطبيق في مصر، مشيراً إلى ارتفاع نسبة المشاركين من الذكور إلى (٨١%) مقابل (١٩%) لنسبة الإناث، مما يشير إلى درجة مقبولة من التنوع في عينة البحث، وبما يلائم طبيعة واقع قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر.

ويلاحظ من خلال نتائج التحليل أن النسبة الأكبر من أفراد العينة (٤٤,٤%) كانوا من المسؤولين الشباب ذوي الفئة العمرية (٢٥ - أقل من ٤٠) عاماً، يليهم فئة المديرين الخبراء الذين تقع أعمارهم بين (٤٠ - أقل من ٦٠) عاماً حيث بلغت نسبتهم (٢٨%) تقريباً، ثم يليهم فئة كبار السن الذين تتجاوز أعمارهم (٦٠) عاماً بنسبة تقريبية بلغت (١٧%)، بينما انخفضت نسبة المشاركين من صغار الشباب ذوي العمر الذي لا يتجاوز (٢٥) عاماً إلى (١١%) فقط من إجمالي عينة البحث الميداني، وأخيراً وفقاً للحالة التعليمية، يتضح أن (٧٥%) من المشاركين في الدراسة من الحاصلين على شهادات جامعية، يليهم نسبة المديرين الحاصلين على شهادة الدكتوراه أو الماجستير (٢١%)، في حين انخفضت بشدة نسبة ذوي المستوى التعليمي المنخفض إلى (٤%).

٣-١٠ اختبار صدق وثبات القياس

من أجل إثبات صلاحية ومصداقية المقاييس للاعتماد عليها لاختبار فروض البحث، قام الباحث بإجراء تحليل العامل الاستكشافي EFA وأسلوب ألفا كرونباخ Alpha Cronbach للتأكد من مدى تمثيل مقاييس البحث للطبيعة الحقيقية لهيكل البحث والاتساق الداخلي للمقاييس، وإمكانية الاعتماد عليها في قياس متغيرات البحث، بجانب التأكد من أن المقياس يغطي كافة المعاني التي يتضمنها المفهوم المراد قياسه مع تحديد العوامل المكونة للظاهرة (إدريس، ٢٠١٢؛ Hair et al., 2010).

ويوضح جدول (٤) نتائج التحليل العامل الاستكشافي كالتالي:

جدول (٤) نتائج اختبار الصدق والثبات

متغيرات البحث (عدد العبارات)	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Bartlett's Test (*كا)	معامل الثبات	معامل الصدق
تكوين الأعمال	٠,٧٨٥	٤١٩,٧٨٤***	٠,٨١٠	٠,٩٠٠
تصميم العقود	٠,٦٢٤	٢٠٤,٥٣٦***	٠,٧٦٦	٠,٨٧٥
الاستقلالية	٠,٧٩٤	٥٠٢,٤١١***	٠,٨١٦	٠,٩٠٣
الاستقرار البيئي	٠,٨٠٦	١٦,٣٨٩***	٠,٧٥٩	٠,٨٧١
أداء الشركات	٠,٨١٩	٥٧٢,٣٩٣***	٠,٧٩٤	٠,٨٩١

* كا^٢ دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25.

يُشير جدول (٤) السابق أعلاه إلى نتائج إجراء تحليل EFA باستخدام أسلوب تحليل المكون المبدئي principal component analysis كأسلوب لاستخلاص أو استبعاد عوامل ومتغيرات القياس، ويُعد هذا الأسلوب أكثر أساليب الاستخلاص ملائمة في حالة التأكد من عدد الهياكل (المتغيرات) الرئيسية في الدراسات السابقة، بعدد محدد من العوامل (٥ عوامل). مع مراعاة قواعد استبعاد العناصر ذات التحميلات Factor Loadings الأقل من (٠,٥٠) على عواملها الرئيسية، وعدم وجود تحميلات عابرة cross loadings على عوامل متعددة أكبر من (٠,٤٠)، والبنود ذات الارتباط المشترك Communalities أقل من (٠,٥٠) (بدوي، ٢٠١٣؛ Byrne, 2010).

وبناءً عليه، يتضح من نتائج عدد من مؤشرات التحليل العاملي الاستكشافي أهمها أن حجم العينة مناسب بدرجة كافية لاختبار الصدق والثبات، ويتضح ذلك من مؤشر **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sampling adequacy**، فقد تجاوزت حد القبول (٠,٥٠) لكل متغيرات وعوامل البحث الرئيسية، فقد تراوحت القيم بين (٠,٦٢٤) لتصميم العقود، و(٠,٨١٩) للمتغير التابع المتمثل في أداء الشركات الحاصلة على الامتياز، مما يُشير إلى قبولها ووقوعها في الحدود المقبولة. بينما يقاس مؤشر **Bartlett's Test of Sphericity** المعنوية الإحصائية الشاملة التي تشير إلى الارتباط بين المتغيرات في التحليل، بقيم Chi-Square التقريبية التي تراوحت بين (٢٠٤,٥٣٦) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) بالنسبة لعامل تصميم العقود، و(٥٧٢,٣٩٣) لأداء الشركات عند مستوى معنوية أيضاً (٠,٠٠٠) وهي أقل من المستوى المفترض للبحث (0.05) مما يشير لقبولها ووجود اتساق داخلي كاف بين بنود قياس المتغيرات (بدوي، ٢٠١٣؛ Hair et al., 2010).

وعلاوةً على ذلك، تم اختبار ثبات المقاييس من خلال معامل ألفا كرونباخ، ويُشير إلى ثبات وصدق الاتساق الداخلي بين بنود القياس، حيث تتمثل نقطة القبول له (Cutoff-point) (0.7) في غالبية الدراسات (إدريس، ٢٠١٢؛ Hair et al., 2010). وفي ضوء نتائج التحليل بالجدول (٤) السابق، يتضح أن جميع معاملات ثبات وصدق الاتساق الداخلي تجاوزت حد القبول (٠,٧)، ويشير ارتفاع قيم الصدق والثبات إلى إمكانية الاعتماد على المقاييس لاختبار العلاقات بين متغيرات البحث. حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بين (٠,٧٥٩، ٠,٨١٦) لكل من الاستقرار البيئي والاستقلالية على التوالي، كما بلغت معاملات الصدق (٠,٩٠٣، ٠,٨٧١) لكل منهما على التوالي. وقد بلغ معامل الاتساق الداخلي الكلي لأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري (٠,٧٩٤) بمعامل صدق (٠,٨٩١). مما يشير إلى مزيد من الاتساق الداخلي الشامل بين متغيرات البحث والثقة والدقة العالية في نتائج العلاقات بينها. وبالتوافق مع نتائج التحليل العاملي EFA فإنها تقدم دليلاً عملياً على إمكانية الاعتماد على المقياس في اختبار العلاقات بين متغيرات البحث.

١٠-٤ التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

فيما يتعلق بالتحليل الوصفي لمتغيرات البحث من وجهة نظر المسؤولين والمديرين بالشركات الحاصلة على حقوق الامتياز التجاري في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية موضوع الدراسة، فالجدول (٥) يوضح إجابات أفراد العينة على بنود قائمة الاستقصاء والمتغيرات الرئيسية:

جدول (٥) الإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث

متغيرات البحث والأبعاد الفرعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
العوامل المحددة للامتياز التجاري ككل	تكوين الأعمال	3.76	1.405
	تصميم العقود	3.71	1.355
	الاستقلالية	3.81	1.294
	الاستقرار البيئي	3.22	1.456
أداء الشركات الحاصلة للامتياز		3.58	1.386
		3.81	1.265

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

تُشير نتائج الجدول (٥) أعلاه إلى أن ترتيب تقييم المديرين المشاركين في الدراسة الميدانية لمتغيرات البحث والأبعاد الفرعية لها يعكس أهمية كل متغير وبنود قياسها. وبالتالي يتضح أن العوامل المحددة للامتياز التجاري تحظى بالتوافق العام من وجهة نظر المسؤولين في الشركات الحاصلة على حقوق الامتياز التجاري في مصر، والتي حصلت كلياً على متوسط حسابي (٣,٥٨) وانحراف معياري (١,١٧) وعند مستوى اختلاف بلغ (١,٣٨)، وكان أبرزها وأهمها على الإطلاق في الدراسة هو عامل الاستقلالية التي تتمتع بها الشركات الحاصلة على الامتياز، حيث حصلت على تقييم متوسط (٣,٨١) بانحراف معياري (١,١٣) وبلغ معامل الاختلاف (١,٢٩٤)، وبخاصة إدراكهم أن مناح الامتياز يوفر لهم استقلالية إدارية، وشعورهم بالاستقلالية في اختيار المنتجات أيضاً.

ويلي ذلك من حيث الأهمية متغير تكوين الأعمال الذي تم تقييمه بمتوسط حسابي (٣,٧٦) وانحراف معياري (١,١٨) وبمعامل اختلاف مقرر بنحو (١,٤٠). وبخاصة اعتقاد المديرين والمسؤولين بالشركات الحاصلة على الامتياز بأن العلامة التجارية لمنح الامتياز تحظى بتقدير عالي من العملاء في سوق الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر، وأنه من السهل أن يتعرف العملاء على العلامة التجارية لمنح الامتياز.

كما يأتي في أولوية التقييم الوصفي للمتغيرات تصميم العقود والذي تم تقديره حسابياً من وجهة نظر مديري الشركات الحاصلة على الامتياز بمتوسط بلغ (٣,٧١) وبانحراف مشتت للتقييمات بلغ (١,١٦)، وبالتالي بلغ معامل اختلافه (١,٣٥). وأهم ما يشكل اتجاه المديرين في الشركات الحاصلة على الامتياز هو إدراكهم أن منح الامتياز يتعامل حسب المتفق عليه في العقد بينهم، وأنهم يتمتعون بمعاملة عادلة من قبل المانح الأجنبي للامتياز.

بينما يأتي الاستقرار البيئي في الترتيب الأخير كأقل العوامل المحددة للامتياز تقيماً من خلال المديرين المسؤولين بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وذلك عند متوسط حسابي مقدر بنحو (٣,٢٢) وبانحراف معياري (١,٢٠)، وتمثل ذلك في اعتقادهم بأنه من الصعب التنبؤ بتطورات السوق المحلي بسبب تأثيرات جائحة كورونا، وأن جائحة كورونا أثرت بشكل سلبي على حجم المبيعات من الأجهزة الكهربائية والإلكترونية الحاصلة على الامتياز في مصر.

فيما يتعلق بأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، يُعد أعلى متغيرات الدراسة تقيماً على الإطلاق وفق المتوسط الحسابي (٣,٨١)، بأقل انحراف معياري لإجابات المشاركين بلغ نحو (١,١٢)، ومعامل اختلاف مقدر بنحو (١,٢٦)، حيث يتضح أن المديرين والمسؤولين بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري يرون أن التعاون مع منح الامتياز أتاح لهم إمكانية تحقيق نمو في المبيعات، وأن ذلك التعاون مع منح الامتياز يمثل قراراً رشيداً للأعمال.

ويخلص ذلك التحليل الوصفي لمتغيرات البحث إلى أن هناك توافق عام بدرجة كبيرة بين المديرين بالشركات الحاصلة على الامتياز على الأهمية التي تفوق المتوسط لجميع متغيرات البحث، ووجود حاجة لدراسة هذه العوامل المهمة لديهم، وتقصي العلاقات التأثيرية بينها للوقوف على مدى صحة فروض البحث الحالي.

١٠-٥ التحليل الاستنتاجي واختبار الفروض:

يتناول هذا المحور التطبيق العملي لأسلوب تحليل الارتباط البسيط باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson's Correlation Coefficient لتحديد درجة الترابط بين متغيرات البحث، وأسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية Structure Equation Modeling (SEM) لنموذج البحث الحالي بشقيه القياسي (التوكيدي) والهيكلية^(٤)، والذي يشمل على مجموعة من الإجراءات المرتبطة ببعضها، ويُعرف بالأسلوب التحليلي الذي يحل محل الأساليب الإحصائية الأخرى مثل: تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis، وتحليل المسار Path analysis، وتحليل التباين ANOVA، والتحليل العاملي، وتحليل المكون المبدئي (بدوي، ٢٠١٣؛ Byrne, 2010; Hair et al., 2010).

وفيما يلي تطبيق للثلاث محاور الفرعية للتحليل:

١٠-٥-١ مصفوفة الارتباط البسيط:

في هذه المرحلة تم استخدام أسلوب تحليل الارتباط البسيط لتحديد درجة الترابط بين متغيرات البحث المستقلة المتمثلة في محددات الامتياز التجاري الأربعة (تكوين الأعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي) والمتغير التابع أداء الشركات التجارية الحاصلة على الامتياز في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر.

جدول (٦) مصفوفة الارتباط بين متغيرات البحث

المتغيرات	تكوين الأعمال	تصميم العقود	الاستقلالية	الاستقرار البيئي	محددات الامتياز	أداء الشركات
(١) تكوين الأعمال	1					
(٢) تصميم العقود	.740**	1				
(٣) الاستقلالية	.796**	.709**	1			
(٤) الاستقرار البيئي	.472**	.652**	.446**	1		
(٥) محددات الامتياز	.869**	.898**	.850**	.788**	1	
(٦) أداء الشركات	.815**	.718**	.798**	.463**	.807**	1

** دال عند مستوى معنوية (٠,٠١)

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

يتضح من خلال نتائج الجدول السابق رقم (٦) وجود علاقات ارتباطية موجبة قوية بين جميع العوامل المحددة للامتياز التجاري، وكانت العلاقات الأقوى على الإطلاق بين كلٍ من تصميم العقود وتكوين الأعمال والاستقلالية وبين محددات الامتياز ككل

(١) جزء من نموذج شامل في رسالة دكتوراه للباحث قيد المناقشة

بمعاملات ارتباط (٠,٨٩٨)، (٠,٨٦٩)، (٠,٨٥٠) لكل منها على التوالي. ويُعد متغير تكوين الأعمال أهم وأعلى محددات الامتياز التجاري ارتباطاً بأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، حيث بلغ معامل ارتباطهما (٠,٨١٥)، يليه الاستقلالية (٠,٧٩٨)، ثم تصميم العقود (٠,٧١٨). وفي حين يتضح أن هناك علاقة ارتباط قوية موجبة بين محددات الامتياز التجاري ككل وبين أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري بمعامل ارتباط (٠,٨٠٧). بينما تُشير النتائج إلى أن الاستقرار البيئي أقل محددات الامتياز التجاري ارتباطاً بأداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر بمعامل ارتباط مقدر بنحو (٠,٤٦٣).

أوضحت النتائج وجود علاقات ارتباطية موجبة قوية بين جميع محددات الامتياز التجاري الأربعة (تكوين الأعمال، وتصميم العقود، والاستقلالية، والاستقرار البيئي) بعضها ببعض، ولكن لم تتجاوز حد (٠,٨)؛ مما يُثبت استقلالية المتغيرات الفرعية المستقلة لمحددات الامتياز، وعدم وجود تعددية خطية بينها Multicollinearity. وجميع هذه العلاقات الارتباطية الايجابية دالة عند مستويات معنوية $** (٠,٠١)$ ؛ مما يشير إلى وجود علاقات ايجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين جميع متغيرات البحث.

١٠-٥-٢ نموذج التحليل العاملي التوكيدي: Confirmatory Factor Analysis (CFA)

يُعرّف التحليل العاملي التوكيدي بنموذج القياس الذي يحدد العلاقات بين المتغيرات الظاهرة (المقاييس) والكامنة (العوامل). ومن ثم فإن الاهتمام الأساسي لنموذج القياس هو قوة مسارات الانحدار الهيكلية من العامل أو المتغير الكامن (Latent Variable) إلى عبارات القياس أو المتغيرات الظاهرة (Observed variable)، وذلك بغرض تقييم صلاحية ودقة وثبات المقاييس، فهو الإجراء الأساسي لنمذجة المعادلة الهيكلية، والذي يستخدم في حالة وجود معرفة بخلفية هيكل المتغيرات الكامنة (بدوي، ٢٠١٣؛ Byrne, 2010). الجدول (٧) يبين نتائج التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات البحث المستقلة والتابعة.

جدول (٧) نتائج التحليل العاملي التوكيدي لمقاييس البحث

قيم المعنوية P-Value	قيمة "ت" T-Value	المعلمة المعيارية	متغيرات البحث	
		0.754	Q1	<---
0.000	12.371	0.700	Q2	<---
0.000	11.673	0.655	Q3	<---
0.000	13.174	0.659	Q4	<---
		0.692	Q5	<---
0.000	5.592	0.729	Q6	<---
0.000	10.034	0.680	Q7	<---
0.000	10.128	0.504	Q8	<---
		0.779	Q9	<---
0.000	13.738	0.750	Q10	<---
0.000	12.171	0.661	Q11	<---
0.000	14.243	0.707	Q12	<---
		0.523	Q13	<---
0.000	8.048	0.487	Q14	<---
0.000	9.390	0.583	Q15	<---
0.000	10.485	0.672	Q16	<---
0.000	8.560	0.673	Q17	<---
0.000	7.225	0.432	Q18	<---
		0.717	Q23	<---
0.000	11.627	0.754	Q24	<---
0.000	10.025	0.616	Q25	<---
0.000	10.276	0.635	Q26	<---
0.000	11.267	0.668	Q27	<---

*** دال عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١)

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

يتضح من الجدول (٧) أن جميع بنود القياس ترتبط بقيم عالية بعواملها (المتغيرات) الرئيسية الخمسة، ولا يمكن حذفها لأن جميع المسارات دالة بمستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١)، وهو أقل من مستوى المعنوية المقرر لنموذج البحث (٠,٠٥)، وبالتالي يتم قبول جميع العلاقات بين العوامل الكامنة وبنود قياسها الظاهرة. ونخلص من ذلك إلى أن النموذج النظري المقترح (النموذج المفاهيمي) يتوافق جيداً مع البيانات (النموذج الواقعي) بدرجة عالية، بمعنى أن هذا النموذج يصف بدقة كافية بيانات العينة، وأن مقاييس البحث تتسم بصدق وثبات الاتساق الداخلي للملائمين لاختبار فروض البحث. فيما يتعلق بمؤشرات جودة التوافق Goodness of fit لنموذج SEM، يُمكن عرض أبرز تلك المؤشرات في الجدول (٨).

جدول (٨) مؤشرات جودة التوافق لنموذج القياس التوكيدي

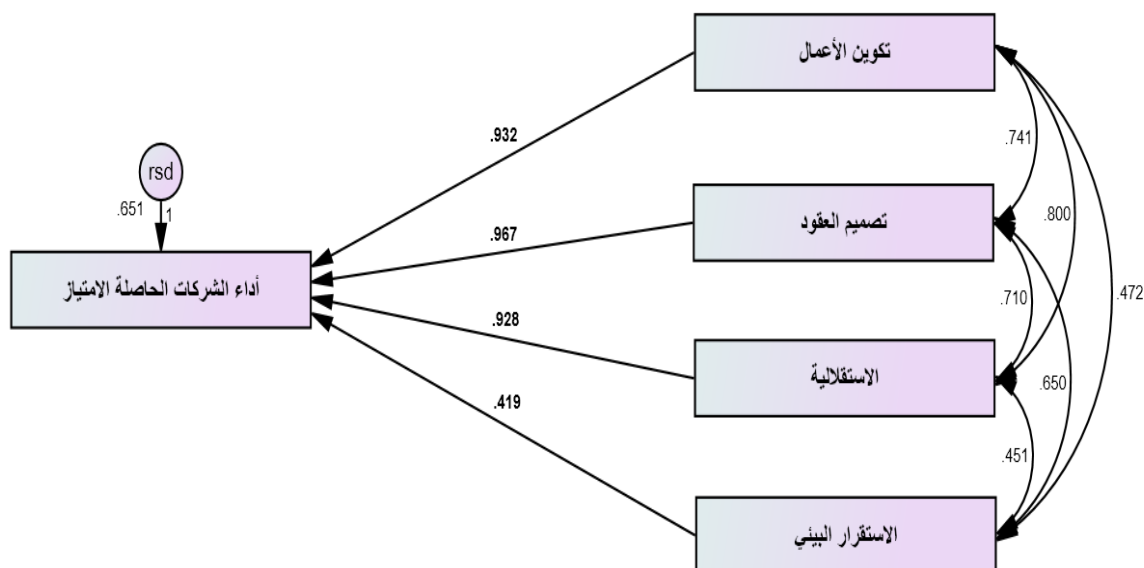
المراجع	حدود القبول Cut-off Point	القيمة	مؤشرات جودة التوافق
Tong, 2007 Byrne, 2010	$0.05 \geq$	0.000	معنوية كاي ^٢ Chi-Square (P-Value)
Garson, 2009 Kline, 2016	(٠ - ١٠٠٪) الأفضل $90 \leq$	٠,٩١	مؤشر جودة التوافق Goodness of Fit Index (GFI)
Byrne, 2010	(٠ - ١٠٠٪) والأفضل $90 \leq$	٠,٩٦	مؤشر التوافق المقارن Comparative Fit Index (CFI)
Byrne, 2010 Kline, 2016 Wang, 2019	$0.08 \geq$ (٠,١٠ - ٠,٠٥) مقبول	٠,٠٣	مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ (RMR)

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

في ضوء نتائج الجدول رقم (٨) يتضح أن هناك أدلة عملية على قبول جميع مؤشرات جودة التوافق لنموذج القياس التوكيدي الذي يمثل الخطوة الأولى في أسلوب نمذجة SEM، مما يشير إلى مزيد من الصدق والثبات والدقة اللازمة للانتقال إلى الخطوة التالية للنموذج الهيكلي.

٣-٥-١٠ النموذج الهيكلي للبحث: Structural Model

يُمثل النموذج الهيكلي الشق الثاني لنمذجة SEM، والذي يحدد العلاقات التأثيرية المفترضة بين المتغيرات الكامنة (Constructs)، بمعنى آخر أنه يفسر العلاقات المباشرة بين المتغيرات المستقلة Exogenous (محددات الامتياز التجاري) والتابعة Endogenous (أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري)؛ أي تحليل المسارات المفترضة في البحث (Byrne, 2010; Hair et al., 2010). وذلك على النحو الموضح في الشكل رقم (٢).



شكل (٢) النموذج الهيكلي للبحث

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

من خلال النموذج السابق يتضح أن هناك أحد أربع مسارات بين متغيرات البحث، والتي تمثل العلاقات التأثيرية المباشرة بين المتغيرات المستقلة (محددات الامتياز التجاري) والمتغير التابع (أداء الشركات الحاصلة على الامتياز) في نموذج البحث، وهو ما يوضحه الجدول (٩).

جدول (٩) نتائج التحليل الهيكلي لنموذج البحث

معامل التحديد R ^{2*}	قيم المعنوية P-value	قيم ت T-value	المعلمة المعيارية	مسارات الانحدار		
				أداء الشركات	<---	تكوين الأعمال
.664	***	14.243	.932	أداء الشركات	<---	تكوين الأعمال
.514	***	16.452	.967	أداء الشركات	<---	تصميم العقود
.636	***	12.171	.928	أداء الشركات	<---	الاستقلالية
.213	***	8.657	.419	أداء الشركات	<---	الاستقرار البيئي

*** دال عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١)، معامل التحديد الكلي $R^2 = 0.651$.

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS V.25

يتضح من نتائج الجدول (٩) معنوية جميع مسارات الانحدار بين متغيرات البحث، وذلك عند مستويات معنوية أقل من (٠,٠٥)، وتتمثل تلك المسارات على الترتيب فيما يلي:

- **المسار الأول:** معامل تأثير المحدد الأول للامتياز التجاري (تكوين الأعمال) على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، حيث بلغ معامل التأثير المعياري له على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز (٠,٩٣٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) لاختبار "t-test"، ويفسر (٦٦٪) من التباين في مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري؛ مما يُشير إلى قبول صحة الفرض الفرعي (١-١) الذي ينص على أن تكوين الأعمال بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة يؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وذلك بدرجة ثقة أعلى من ٩٥٪.

- **المسار الثاني:** معامل تأثير المحدد الثاني للامتياز التجاري (تصميم العقود) على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، حيث بلغ معامل التأثير المعياري له على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز (٠,٩٦٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) لاختبار "t-test"، ويفسر (٥١٪) من التباين في مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري؛ مما يدل على قبول صحة الفرض الفرعي (٢-١) الذي ينص على أن تصميم العقود بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة يؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وذلك بدرجة ثقة أعلى من ٩٥٪.

- **المسار الثالث:** معامل تأثير المحدد الثالث للامتياز التجاري (الاستقلالية) على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، حيث بلغ معامل التأثير المعياري له على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز (٠,٩٢٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) لاختبار "t-test"، ويفسر (٦٤٪) من التباين في مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري؛ مما يُشير إلى قبول صحة الفرض الفرعي (٣-١) الذي ينص على أن استقلالية الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة عليه، وذلك عند مستوى ثقة أعلى من ٩٥٪.

- **المسار الرابع:** معامل تأثير المحدد الرابع للامتياز التجاري (الاستقرار البيئي) على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، حيث بلغ معامل التأثير المعياري له على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز (٠,٤١٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) لاختبار "t-test"، ويفسر (٢١٪) فقط من التباين في مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري؛ مما يُشير إلى قبول صحة الفرض الفرعي (٤-١) الذي ينص على أن مستوى الاستقرار البيئي يؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وذلك عند مستوى ثقة أعلى من ٩٥٪.

وبناءً على ما تقدم، تقرر قبول صحة الفرض الرئيس للبحث، والذي ينص على أن محددات الامتياز التجاري تؤثر تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، وجميع تلك المحددات تقدر (٦٥٪) من التباين في أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر. وذلك بدرجة ثقة أعلى من ٩٥٪.

ويُمكن بناء المعادلة الهيكلية الخطية المعبرة عن العلاقات التأثيرية المباشرة على النحو التالي:

أداء الشركات = (٠,٩٣٢) تكوين الأعمال + (٠,٩٦٧) تصميم العقود + (٠,٩٢٨) الاستقلالية + (٠,٤١٩) الاستقرار البيئي + البواقي (rsd)

ويستعرض الجدول رقم (١٠) التالي ملخصاً لاختبار فروض البحث:

جدول (١٠) ملخص اختبار فروض البحث

فروض البحث	الصيغة	القرار
الفرض الرئيس للبحث	تؤثر محددات الامتياز تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر	قبول صحة الفرض
الفرض الفرعي الأول (١-١)	يؤثر تكوين الأعمال بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر	قبول صحة الفرض
الفرض الفرعي الثاني (٢-١)	يؤثر تصميم العقود بين الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري والشركات المانحة تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر	قبول صحة الفروض
الفرض الفرعي الثالث (٣-١)	تؤثر الاستقلالية للشركات الحاصلة على الامتياز التجاري تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر	قبول صحة الفرض
الفرض الفرعي الرابع (٤-١)	يؤثر الاستقرار البيئي تأثيراً معنوياً إيجابياً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر	قبول صحة الفرض

المصدر: إعداد الباحث

١.١ نتائج البحث:

يمكن بلورة نتائج البحث فيما يلي:

(١) توصلت نتائج البحث إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لمحددات الامتياز التجاري على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وأكدت الرؤية متعددة الأبعاد لعوامل الامتياز التجاري، حيث اختلف تأثير كل بُعد على أداء الشركات الحاصلة للامتياز والذي يُفسر بنسبة (٦٥٪) من خلال متغيرات البحث مجتمعة، بمعنى أن تعزيز الأداء التنظيمي (المالي وغير المالي) للشركات الحاصلة على الامتياز التجاري بنسبة (٦٥٪) في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر يرجع إلى زيادة مستويات تكوين الأعمال المشتركة، والتصميم المشترك للعقود، واستقلالية الشركات الحاصلة على، والاستقرار البيئي؛ مما يدعم نتائج بعض الدراسات ذات الصلة (Alon et al., 2021; Colla et al., 2019; Dube, 2020).

(٢) كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن تكوين الأعمال أهم وأعلى محددات الامتياز التجاري ارتباطاً (بمعامل = ٠,٨١٥) ومن الأهم تأثيراً (بمعامل معياري = ٠,٩٣٢) على تحسين مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، وأعلىها تفسيراً (٦٦٪) من التباين في أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية في مصر، حيث يرجع سبب دعم إمكانية الشركات على المنافسة بشكل أكثر فاعلية في السوق، وتحقيق أرباح صافية وعوائد على الاستثمار بنسبة كبيرة إلى سهولة تعرف العملاء على العلامة التجارية لمانح الامتياز وحصولها على تقدير عالٍ من العملاء، ويتفق هذا مع نتائج بعض الدراسات العربية والأجنبية (مثل: Mungo, 2019; Luu et al., 2023; Adams, 2017) في دعم القدرات التنافسية للشركات الحاصلة على الامتياز التجاري من خلال التوجه الريادي وتأثيره على النواتج الاستراتيجية التنظيمية.

(٣) أوضحت نتائج الدراسة ومسارات التأثير المعياري أن تصميم العقود هو أهم وأعلى العوامل تأثيراً على أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري، حيث بلغ معامل تأثيره المعياري (٠,٩٦٧)؛ بمعنى أن تمتع الشركات الحاصلة على للامتياز بالعدالة من مانح الامتياز الأجنبي، وإدراك مديرها بأن مانح الامتياز يتصرف وفقاً لبنود الاتفاقية الواردة في العقد، من شأنه أن يؤدي إلى تحسين الأداء للشركات الحاصلة على الامتياز. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة Adeiza (2017)، وتتفق أيضاً مع أبرز نتائج البعض الآخر مثل دراسة (Ghantous & Das, 2018) التي خلصت إلى أن تصميم العقود وما يترتب عليها من أهم المحددات المؤثرة على أداء الشركات الحاصلة على حقوق الامتياز التجاري.

(٤) رغم الضعف النسبي في تقييم عامل الاستقرار البيئي مقارنةً بالمحددات الأخرى، وعلاقته بأداء الشركات الذي بلغ معامل الارتباط بينهما (٠,٤٦٣)، كما بلغ تأثيره المعياري (٠,٤١٩) على مستوى أداء الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري في مصر، إلا أنه يعتبر من أبرز العوامل المهمة التي ينبغي مراعاتها عند الدخول في أو دراسة مجال الامتياز التجاري، وبخاصةً الاضطرابات الكبيرة الناجمة عن جائحة كورونا COVID-19 وآثارها السلبية على علاقات المانح والممنوح للامتياز التجاري، والقدرة على التنبؤ بتطورات السوق، فضلاً عن الآثار السلبية لعدم الاستقرار السياسي. وهذا ما يؤيد ما توصلت إليه نتائج دراسة (Lee & Choi (2023) (Naidu et al., 2023; Dube, 2020).

١٢. توصيات البحث:

بناءً على ما تقدم، يُمكن تقديم مجموعة من التوصيات إلى قادة ومديري الشركات الحاصلة على الامتياز التجاري من شركات أجنبية، وكذا للقادة والمسؤولين في الجهاز الإداري للدولة المصرية المعنيين بتنظيم والإشراف على حقوق الامتياز والاستثمار المباشر في مصر، مثل جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابع لمجلس الوزراء، وجهاز تنمية التجارة الداخلية بوزارة التموين، والغرف التجارية، والهيئة العامة لشؤون المعارض والمؤتمرات، ووزارة الاستثمار، ومؤسسات الخبرة الاستشارية العاملة في مجال الامتياز. وذلك على النحو الموضح بالجدول (١١).

جدول (١١) توصيات وآليات التنفيذ والجهات المنوطة بها

التوصية	المسئول عن التنفيذ	كيفية التنفيذ
١. إنشاء قاعدة بيانات توضح الماتحين الأكثر شهرة والتزاماً والأكثر دعماً للتدريب في مجال الامتياز التجاري.	جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابع لمجلس الوزراء.	- تقسيم مجال الامتياز التجاري إلى قطاعات مثل قطاع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية، في كل قطاع توضح بيانات الماتحين الحاليين، وكذلك الراغبين للدخول إلى السوق المصري، ويتم توفير البيانات للشركات المحلية الراغبة في الحصول على حق الامتياز التجاري، وكذلك الأطراف الأخرى المرتبطة بمجال الامتياز التجاري مثل الباحثين، مؤسسات المجتمع المدني، الخبرة الاستشارية المهتمين بأعمال الامتياز التجاري وغيرها.
٢. توسيع أعمال ودعم وحدة الامتياز التجاري التابعة لجهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابع لمجلس الوزراء.	جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابع لمجلس الوزراء.	- دعم الوحدة بالكوادر البشرية المؤهلة - توفير الدورات المختلفة للعاملين بالوحدة لتطوير أدائهم. - توفير الدعم المالي لزيادة الأنشطة التسويقية والتدريبية. - إنشاء وحدة لبحوث تسويق أعمال الامتياز التجاري.
٣. وضع مجموعة من المعايير يتم الاتفاق عليها لتقييم أداء الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري وفق كل قطاع.	جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني مثل EFDA وبعض الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري.	- عقد مجموعة من الاجتماعات للأطراف المرتبطة لوضع تصورهم حول كيفية قياس أداء الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري في كل قطاع. - الاستعانة بمنظمات المجتمع المدني وبيوت الخبرة الاستشارية في هذا المجال لمساعدة الشركات في تقييم أدائها، وتحديد نقاط القوة والضعف وكيفية تطوير أداء الشركة. - بعد تقييم أداء الشركات الحاصلة على حق الامتياز التجاري، يتم القيام بالإجراءات الإصلاحية اللازمة لدعم القطاع وتحسين أداء الشركات العاملة به.
٤. عقد دورات متخصصة للشركات الحاصلة على الامتياز التجاري بشكل عام وقطاع الأجهزة الإلكترونية بشكل خاص لتحسين أدائهم.	إدارة الموارد البشرية بالشركات، وبيوت الخبرة الاستشارية العاملة في قطاع الامتياز التجاري بالتنسيق مع إدارة التسويق وفرق العمل الجزئية.	- إقامة دورات متخصصة لدعم وتوسيع أعمال الامتياز التجاري - التعريف بأهمية وفوائد الامتياز التجاري. - طرق التعامل مع الشركات الأجنبية المانحة لحقوق الامتياز التجاري، وتوطيد العلاقات معهم، والاستمرار في شبكة أعمال الامتياز. - التركيز على الأنشطة التسويقية.
٥. إقرار قانون خاص بمجال الامتياز بشكل عام لتقييم وتصميم عقود الامتياز وحل المشكلات الناشئة بين الشركات المانحة والحاصلة على الامتياز التجاري.	وزارة الاستثمار، ووزارة التجارة والصناعة، مجلس النواب، الشئون القانونية بالشركات.	- العمل على اقتراح وتقديم مشروع قرار لتنظيم أعمال الامتياز لمجلس النواب. - اتخاذ كافة الإجراءات والمراحل اللازمة لإقرار مشروع القانون بشكل نهائي. - تخصيص وحدة دائمة لمتابعة وحل المشكلات القائمة بين المستثمرين في مجال الامتياز.
٦. الاهتمام بالتدريب المستمر للعاملين	مديري الموارد البشرية بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري تحت	- تحديد الاحتياجات التدريبية وفق كل إدارة. - مواكبة أداء العاملين للتطورات التكنولوجية السريعة.

التوصية	المسئول عن التنفيذ	كيفية التنفيذ
بالشركات الحاصلة على الامتياز التجاري	إشراف إدارة الجودة والمالية وفريق الإدارة العليا	- تقييم أثر التدريب المستمر وانعكاسه على أداء الشركة. - تقديم الحوافز المالية والمعنوية لجذب العاملين للمشاركة في برامج التدريب والتنمية وربطها بالأجور والحوافز.

المصدر: إعداد الباحث

١٣. توصيات البحث:

فيما يلي يتم بلورة حدود البحث، كما يقترح الباحث في ضوء النتائج السابقة عدداً من الأفكار البحثية المستقبلية:

- (١) اقتصر البحث الحالي على أربعة عوامل محددة للامتياز التجاري، وبالتالي يُقترح دراسة تأثير عوامل أخرى لمحددات الامتياز التجاري على أداء الشركات الحاصلة عليه مثل: اختلاف الثقافة، ومناخ الاستثمار، والقيود التنظيمية، والحكومة الالكترونية، وقوانين الاستثمار في البلد المضيف.
- (٢) تم تركيز الضوء على العلاقة المباشرة بين محددات الامتياز التجاري وأداء الشركات الحاصلة عليه، مع ضرورة توسع النموذج الحالي للبحث من خلال إضافة متغيرات وسيطة مثل: جودة العلاقة، والتوجه الريادي، والثقافة التنظيمية.
- (٣) يمكن للبحث المستقبلي تضمين متغيرات تأثيرية مثل: نمط القيادة، والمرونة الاستراتيجية، والديناميكية البيئية، مما يسهم في إثراء أدبيات ريادة الأعمال ويرسم صورة كاملة لأثر العوامل المحددة للامتياز التجاري على النواتج الاستراتيجية.
- (٤) تبني مقاييس نوعية لمحددات الامتياز التجاري قائمة على المقابلات الشخصية المتعمقة مع الخبراء إلى جانب المقاييس الكمية، فإن الأبعاد الأربعة المقترحة لمحددات الامتياز في البحث الحالي قد لا تناسب اقتصاديات الدول النامية مثل مصر. كما يمكن للبحث المستقبلي كذلك توسيع النطاق الجغرافي لتطبيق أفكار البحث الحالي، وعمل دراسات مقارنة بين دول نامية ومتقدمة للخروج بنتائج أكثر شمولاً ومساهمة في النظرية.
- (٥) من المناسب للبحث المستقبلي أيضاً تطبيق الموضوع على عينة احتمالية طبقية بخلاف رؤية البحث الحالي الذي تناول عينة ميسرة غير احتمالية من إقليم القاهرة الكبرى، وذلك من خلال اتباع الارشادات الرسمية الصادرة عن جهات رسمية دولية ومحلية معنية بحقوق الامتياز التجاري، وتطبيق النماذج النظرية لمحددات الامتياز التجاري على قطاعات أخرى مثل: قطاع الأدوية، وقطاع الوجبات السريعة.
- (٦) يمكن للبحث المستقبلي أيضاً استكمال نتائج البحث الحالي باستخدام تصميم البحث الطولي بدلاً من التصميم العرضي المستقطع للبحث الحالي، مما يُنتج تفاصيل أكثر تسهم في استكمال الصورة الكلية لتأثير محددات الامتياز التجاري على النواتج الاستراتيجية لمنظمات الأعمال.

المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- الأزهري، محيي الدين (٢٠١٠)، المنهج العلمي في البحث، الأجزاء ١-٥، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، مدينة نصر، القاهرة، ٣٠.
إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠١٢)، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٥، (٤٣-٤٤).
بسيوني، إسماعيل علي (٢٠٠٦). طرق البحث في الإدارة: مدخل لبناء المهارات البحثية (أوما سيكاران)، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية. ٣٨٥، ١.

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية:

- Abdul Ghani, M. F., Hizam-Hanafiah, M., Mat Isa, R., & Abd Hamid, H. (2022). A Preliminary Study: Exploring Franchising Growth Factors of Franchisor and Franchisee. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 138.
- Abdul Rahman, E., & Saif, A. D. (2020). The impact of Political Stability and Absence of Violence/Terrorism on foreign direct investment flows in the Arab countries. *North American Academic Research*, 3(1), 1-20.
- Adeiza, A & Marissa Malek (2017). An empirical examination of the major relationship factors affecting franchisees' overall satisfaction and intention to stay. *Iranian Journal of Management Studies*, 10(1), 31-62.

- Adeiza, A. (2017). Factors Influencing Franchisees' Business Performance: A Study on the Nigerian Franchise System. Unpublished PhD Thesis. Universiti Utara Malaysia.
- Alon, I., Apriliyanti, I. D., & Parodi, M. C. H. (2020). A systematic review of international franchising. *Multinational Business Review*, 29(1), 43-69.
- Boulay, J., Caemmerer, B., Evanschitzky, H., & Duniach, K. (2020). Multi-unit franchising from franchisor and franchisee perspectives: antecedents, performance outcomes, and the optimal mini-chain size. *Journal of Business Research*, 113, 49-58.
- Bretas, V. P., & Alon, I. (2021). Franchising research on emerging markets: Bibliometric and content analyses. *Journal of Business Research*, 133, 51-65.
- Byrne, B.M (2010), "Structural Equation Modeling with AMOS Basic Concepts, Applications ,and Programming, SECOND EDITION.
- Colla, E., Ruiz-Molina, M. E., Chastenet De Gery, C., Schultz, M., Deparis, M., & Lemmet, L. (2019). Understanding franchisee performance: The role of the franchisee's autonomy, affective commitment to the network and innovativeness. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47(7), 733-751.
- Dada, O. (2018). A model of entrepreneurial autonomy in franchised outlets: a systematic review of the empirical evidence. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 206-226.
- Doherty, A (2007). Support mechanisms in international retail franchise networks. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Doherty, M & Alexander, N. (2006). Power and control in international retail franchising. *European Journal of Marketing*.
- Dube, B. (2020). Franchisor support to optimise franchisee performance in the restaurant industry. University of Johannesburg (South Africa).
- El Akremi, A., Perrigot, R., & Piot-Lepetit, I. (2015). Examining the drivers for franchised chains performance through the lens of the dynamic capabilities approach. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 145-165.
- Ghantous, N., & Das, S. S. (2018). International franchising and performance: a resource-based perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(8), 744-763.
- Gillis, W. E., Combs, J. G., & Yin, X. (2020). Franchise management capabilities and franchisor performance under alternative franchise ownership strategies. *Journal of business venturing*, 35(1), 105899.
- Gorovaia, N. (2018). Determinants, transactional alignment, and performance outcomes of franchise contract length. *International journal of retail & distribution management*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). *Multivariate data analysis* . Uppersaddle River.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hizam-Hanafiah, M., Abdul Ghani, M. F., Mat Isa, R., & Abd Hamid, H. (2022). Critical Success Factors of Franchising Firms: A Study on Franchisors and Franchisees. *Administrative Sciences*, 13(1), 8.
- Kazmi, S & Manarv (2009). A methodology of identifying factors influencing foreign direct investment in ICT industry. In 2009 International Conference on Computers & Industrial Engineering (pp. 1452-1457). IEEE.
- Kim, M. S., & Pennington-Gray, L. (2017). Does franchisor ethical value really lead to improvements in financial and non-financial performance?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(10), 2573-2591.
- Lee, D (2000). Factors affecting international franchising from a franchisee's perspective. Golden Gate University.
- Lee, E., Kim, & Rhee, S (2021). Effects of marketing decisions on brand equity and franchise performance. *Sustainability*, 13(6), 3391.

- Lee, J. H., & Choi, H. M. (2023). Sustainable restaurant franchising: Franchisor social support for franchisee resilience and intention to retain business during the COVID-19 pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 415-425.
- Luu, T. D., Mai, K. H. N., Huynh, C. C., Phan, N. H. T., Le, N. T., & Le, T. N. D. (2023). Performance of franchisee: the role of reciprocal resources, relationship quality and cultural sensitivity. *International Journal of Emerging Markets*.
- Minguela-Rata, Rodríguez-Benavides & López-Sánchez (2014). Knowledge complexity, absorptive capacity and weak ties: An empirical analysis of its effects on franchise systems uniformity. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Mungo, B. (2019). Factors Influencing Franchisees' Business Performance A Study in Tanzania Franchise System (Doctoral dissertation, Mzumbe University).
- Naidu, S & Narayan, J. (2021). Revisiting the contingency theory: dissection of entrepreneurial orientation elements in retail franchisee performance. *International Journal of Emerging Markets*.
- Naidu, S., Singh, G., & Narayan, J. (2023). Revisiting the contingency theory: dissection of entrepreneurial orientation elements in retail franchisee performance. *International Journal of Emerging Markets*, 18(9), 2343-2362.
- Nijmeijer Fabbricotti & Huijsman, R. (2014). Making franchising work: A framework based on a systematic review. *International Journal of Management Reviews*.
- Noori, S. (2019). Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth in Jordan. *Journal of Administration and Economics*, (119), 77-94.
- Parker, S. L., Cutts, S., Nathan, G., & Zacher, H. (2019). Understanding franchisee performance: The role of personal and contextual resources. *Journal of business and psychology*, 34, 603-620.
- Paul, J & Feliciano-Cestero (2021). Five decades of research on foreign direct investment by MNEs: An overview and research agenda. *Journal of business research*, 124, 800-812.
- Perrigot, R & Windsperger, J (2015). An investigation into independent small business owners' perception of franchisee relationships. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Perrigot, R., López-Fernández & Herrbach, O. (2020). Resale pricing as part of franchisor know-how. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Perrigot, R., Terry & Di Lernia, C. (2019). Good faith in franchising: the perceptions of franchisees, franchisors and their lawyers in the French context. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Rosado-Serrano & Dikova, D. (2018). International franchising: A literature review and research agenda. *Journal of Business Research*, 85, 238-257.
- Rosado-Serrano, A., & Paul, J. (2018). A new conceptual model for international franchising. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 179-188.
- Saunders, M., Lewis, P. H. I. L. I. P., & Thornhill, A. D. R. I. A. N. (2009). Research methods. *Business Students 4edition Pearson Education Limited, England*.
- Wu, C. W. (2015). Antecedents of franchise strategy and performance. *Journal of Business Research*, 68(7), 1581-1588.
- Zajko, K., & Bradač Hojnik, B. (2018). Social franchising model as a scaling strategy for ICT reuse: A case study of an international franchise. *Sustainability*, 10(9), 3144.

ثالثاً: التقارير والمواقع الإلكترونية:

- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية – مصر ، التقرير الاقتصادي السنوي ٢٠٢١/٢٢ .
- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية – مصر ، تقرير متابعة الاداء الاقتصادي والاجتماعي خلال العام المالي ٢٠١٨/٢٠١٩ .
- البنك المركزي المصري : التقرير الاستثمار الأجنبي المباشر ٢٠٢٢/٢٠٢٣ ، تقرير الاستقرار المالي ٢٠٢١ .

- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات ، تقرير مناخ الاستثمار فى الدول العربية ، مؤتمرات جاذبية الاستثمار ٢٠١٩ ، ٢٠٢١ ، ٢٠٢٢ .
<http://dhaman.net/ar>
- البنك الدولي ، التقرير السنوى الفرص الاستثمارية والحد من الفقر ٢٠٢٠ .
<https://www.worldbank.org/en/about/annual-report>
- الجمعية الامريكية لحقوق الفرنشايز
-<https://www.aafd.org>
- المجلس العالمى للفرنشايز
<https://worldfranchisecouncil.net>
- الجمعية المصريه لاعمال الفرنشايز EFDA
<https://www.efda.org.eg>
- وزارة التموين والتجاره الداخليه – جهاز تنمية التجارة الداخليه
<http://www.itda.gov.eg>

The impact of factors determining commercial franchising on franchisee performance as one of the forms of foreign investment in Egypt

Sherif Mahmoud Ragab

PhD in business Administration
Faculty of Commerce
Cairo University
Sh.mansour101@gmail.com

Hala M. L. Enaba

Professor of Marketing & Entrepreneurship
Faculty of Commerce
Cairo University

Abstract

This research aims to examine the impact of factors determining commercial franchising are business formation, contract design, independence, and environmental stability on performance of franchisee companies in the electrical and electronic devices sector in Cairo, depending on a convenience sample of 360 units of managers at franchisee companies, collecting data by questionnaire, and response rate is estimated with 83%. The results showed that factors determining commercial franchising have a significant positive effect on performance of franchisee companies, also, revealed that contract design is the most important factor influence positively performance of franchisee companies, followed by business formation with a higher correlation and explanation of variance in performance of franchisee companies, then the positive effect of independence on enhancing performance of companies obtained a commercial franchise. The results also concluded that despite the relative weakness in estimating the environmental stability factor compared to other determinants, and its low significant effect on the level of performance of companies, it is considered one of the most important factors that should be taken into consideration when Entering or studying commercial franchising area, especially the major disruptions resulting from the COVID-19 pandemic and its negative effects on franchisor-franchisee relationships, and the ability to predict market developments.

Keywords

Commercial franchising, Commercial franchising antecedents, Performance of franchisee companies, Business formation, Contract design, Independence, Environmental stability