



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
التخصص: مالية وتجارة دولية
مذكرة بعنوان:

أثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية
دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية بولاية الوادي

تحت اشراف الدكتورة:
د. صالحى ناجية

إعداد الطلبة:
☞ قدوري فيصل
☞ كروش يوسف
☞ نصرات الطيب

لجنة المناقشة:

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيسا	بوصبيح رحيمة
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مقررا ومشرفا	د. صالحى ناجية
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشا	د. حيمر زينب

الموسم الجامعي: 2024/2023



شكر و عرفان

****اللهم إنا نشهدك أن سلكنا طريقاً نبتغي فيه علماً, فسهل لنا به طريقاً إلى الجنة****

نحمد الله عز وجل على حمداً يليق بجلاله على توفيقه إيانا لإتمام هذا العمل المتواضع

ومدنا بالقوة والعون لإنجاز مشروع هذا العمل .

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان , وكل التقدير إلى الأستاذة المشرفة

د . صالحى ناجية

على ما قدمته لنا من توجيهات قيمة, وإرشادات نيرة ودفعتنا

قدماً لإتمام هذا البحث المتواضع فجزاها الله عنا خير الجزاء

كما نشكر من ساعدنا, ومد لنا يد العون من قريب أو بعيد

إهداء

مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولت أن أخطأها بثبات

بفضل من الله ومنه إلى اللاتي حملنا وهنا على وهن

ووفرن لنا شروط الراحة الثامنة

أمهاتنا العزيزات.

إلى الذين حثونا على العلم والعمل كل هذه السنين

آباؤنا الكرام.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى أخوتنا.

إلى من علمونا الحروف من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسنى وأجلى

عبارات في العلم إلى من صاغولنا علمهم ومن فكهم منارة تدير لنا سيرة العلم والنجاح

إلى أساتذتنا الكرام.

لهديكم نخت تحن جناً هذا.....

شكر وعرفان	
إهداء	
فهرس الموضوعات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
ملخص الدراسة:	
مقدمة عامة	أ

الفصل الاول: الادبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد:	7
المبحث الأول: حماية الملكية الفكرية	8
المطلب الأول: مفهوم الملكية الفكرية	8
المطلب الثاني: حقوق الملكية الصناعية	9
المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية للمؤسسات	13
المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية للمؤسسة	13
المطلب الثاني: خصائص الميزة التنافسية	14
المطلب الثالث: أهمية الميزة التنافسية للمؤسسة	15
المطلب الرابع: محددات الميزة التنافسية للمؤسسة	16
المطلب الخامس: أبعاد الميزة التنافسية للمؤسسة	18
المبحث الثالث: الدراسات السابقة	23

23	المطلب الأول: الدراسات العربية
25	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
27	المطلب الثالث: التعقيب على الدراسات السابقة والدراسة الحالية
28	خلاصة الفصل:
الفصل الثاني: دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية بولاية الوادي	
30	تمهيد
31	المبحث الأول: الاجراءات المنهجية
40	المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان والفرضيات
40	المطلب الأول: تحليل نتائج الاستبيان
41	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اجابات افراد العينة نحو المخاور
49	المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
57	ملخص الفصل :
59	خاتمة :
64	الملاحق

قائمة الجداول

الجدول الرقم (01) : درجات الاجابة.....	32
جدول رقم 02 : معامل الارتباط بين بعد براءات الاختراع وفقراته.....	34
جدول رقم 03 : معامل الارتباط بين بعد العلامة التجارية وفقراته.....	34
جدول رقم 04 : معامل الارتباط بين بعد المؤشرات الجغرافية وفقراته.....	35
جدول رقم 05 : معامل الارتباط بين بعد النموذج الصناعي وفقراته.....	35
جدول رقم 06 : معامل الارتباط بين بعد السر التجاري وفقراته.....	36
جدول رقم 07 : معامل الارتباط بين محور التنافسية التجارية وفقراته.....	36
جدول رقم 08 : معامل الارتباط بين الاستبيان ومحاوره.....	37
الجدول رقم(08):معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة.....	38
جدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة.....	40
الشكل الرقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة.....	40
رقم (10): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام للمحور الاول.....	41
رقم (11): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد براءات الاختراع.....	42
الجدول رقم (12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد العلامة التجارية.....	43
الجدول رقم (13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعء المؤشرات الجغرافية.....	44
الجدول رقم (14): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد النموذج الصناعي.....	45
الجدول رقم (15): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد السر التجاري.....	46
الجدول رقم (16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام محور التنافسية التجارية.....	47
الجدول رقم (17): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.....	49
الجدول رقم (18): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية العامة.....	50
الجدول رقم (19): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الاولى.....	51
الجدول رقم (20): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية.....	52
الجدول رقم (21): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة.....	53
الجدول رقم (22): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة.....	54
الجدول رقم (23): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة.....	55

قائمة الأشكال

الشكل الرقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة 40

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية في المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي، اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من 35 مؤسسة، وتم تحليل البيانات للحصول على استنتاجات هامة تتعلق بأبعاد الملكية الفكرية وابعادها. النتائج أظهرت أن هناك أثرًا ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية بابعادها الخمسة (براءات الاختراع، العلامة التجارية، المؤشرات الجغرافية، النموذج الصناعي، السر التجاري) والتنافسية التجارية. هذه النتائج تبرز أهمية حماية حقوق الملكية الفكرية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: حماية الملكية الفكرية، التنافسية التجارية، براءات الاختراع، العلامة التجارية

Abstract

This study aimed to explore the impact of intellectual property protection on commercial competitiveness in economic institutions in the Wilaya of El Oued. The study relied on a sample of 35 institutions, and data analysis was conducted to obtain significant conclusions related to the dimensions of intellectual property. The results showed a statistically significant impact of intellectual property protection in its five dimensions (patents, trademarks, geographical indications, industrial designs, trade secrets) on commercial competitiveness. These findings highlight the importance of protecting intellectual property rights in enhancing the competitive capacity of economic institutions.

Keywords: intellectual property protection, commercial competitiveness, patents, trademarks, geographical indications, industrial designs, trade secrets.

المقدمة العامة

شهد العالم خلال العقد الماضي تحولات هائلة في عالم التجارة والاقتصاد، حيث لعبت التكنولوجيا دوراً حاسماً في تشكيل هذه التحولات وتحديد وجهات النمو الاقتصادي. من بين أبرز هذه التحولات، ظهرت مفاهيم جديدة تتعلق بحماية الملكية الفكرية ودورها في دعم التنافسية التجارية.

تعتبر حماية الملكية الفكرية أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على التنافسية للشركات والمؤسسات، حيث تعمل على تشجيع الابتكار والإبداع من خلال توفير بيئة آمنة لحماية الأفكار والاختراعات والعلامات التجارية. إن وجود نظام فعال لحماية الملكية الفكرية يعزز الثقة بين الأطراف التجارية ويشجع على الاستثمار في الأبحاث والتطوير، مما يعزز الابتكار ويدفع باتجاه تطوير منتجات وخدمات جديدة تزيد من قدرة الشركات على التنافس في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تسهم حماية الملكية الفكرية في تعزيز القيمة المضافة للمنتجات والخدمات، حيث يمكن للشركات الاستفادة من حصريّة الاستخدام والتسويق لمنتجاتها المحمية بحقوق الملكية الفكرية لتحقيق مزيد من الأرباح وتعزيز مكانتها في السوق.

إن فهم أثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية يعد أمراً بالغ الأهمية للشركات والحكومات على حد سواء، حيث يمكن من خلاله تحديد السياسات والإجراءات اللازمة لتعزيز بيئة الأعمال ودعم الابتكار والاستثمار في البحث والتطوير. إن توجيه الاهتمام والجهود نحو حماية الملكية الفكرية يساهم في بناء اقتصاد قائم على الابتكار والمعرفة، مما يعزز التنافسية الوطنية والدولية ويدفع باتجاه تحقيق التنمية المستدامة".

إشكالية البحث :

*ما هو أثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية؟

من الإشكالية الرئيسية ننتقل الى الإشكاليات الفرعية

- ما هو أثر براءات الاختراع على التنافسية التجارية؟
- ما هو أثر العلامة التجارية على التنافسية التجارية؟
- ما هو أثر المؤشرات الجغرافية على التنافسية التجارية؟
- ما هو أثر النموذج الصناعي على التنافسية التجارية؟
- ما هو أثر السر التجاري على التنافسية التجارية؟

فرضيات الدراسة :

الفرضية الرئيسية

* هناك أثر لحماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية.

الفرضيات الفرعية

- هناك أثر ذو دلالة احصائية لبراءات الاختراع على التنافسية التجارية
- هناك أثر ذو دلالة احصائية للعلامة التجارية على التنافسية التجارية
- هناك أثر ذو دلالة احصائية للمؤشرات الجغرافية على التنافسية التجارية
- هناك أثر ذو دلالة احصائية للنموذج الصناعي على التنافسية التجارية
- هناك أثر ذو دلالة احصائية للسر التجاري على التنافسية التجارية

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في ان حماية الملكية الفكرية تعد عاملا مهما في التنافسية التجارية في مايلي:

❖ توفر حماية الملكية الفكرية بيئة آمنة للمبتكرين والمبدعين لحماية أفكارهم واختراعاتهم. هذا يحفزهم على الاستثمار في البحث والتطوير، مما يؤدي إلى إنتاج منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة تعزز من قدرة الشركات على المنافسة.

❖ وجود نظام فعال لحماية الملكية الفكرية يجذب الاستثمارات الأجنبية والمحلية. المستثمرون يبحثون عن بيئات تجارية تضمن حماية استثماراتهم وأصولهم الفكرية، مما يؤدي إلى زيادة الاستثمارات في قطاعات متعددة.

❖ حماية الملكية الفكرية تمكن الشركات من الاستفادة من الحقوق الحصرية لاستخدام وتسويق منتجاتها. هذا يؤدي إلى زيادة القيمة المضافة للمنتجات والخدمات، مما يعزز من مكانة الشركة في السوق ويزيد من قدرتها على تحقيق أرباح أعلى.

❖ الملكية الفكرية تساعد الشركات على تمييز منتجاتها وخدماتها من خلال العلامات التجارية والبراءات وحقوق النشر. هذا التمييز يمنحها ميزة تنافسية قوية في السوق، حيث يمكن للمستهلكين التعرف على الجودة والابتكار المرتبط بهذه المنتجات.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة عموماً إلى تحليل حماية الملكية الفكرية وعلاقتها وهذه الأهداف تتمثل في مايلي:

توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالملكية الفكرية، بما في ذلك أنواعها (براءات الاختراع، العلامات التجارية، حقوق التأليف والنشر، الأسرار التجارية، التصميم الصناعية)، وأهميتها في السياق الاقتصادي والتجاري.

دراسة كيفية تأثير حماية الملكية الفكرية على معدلات الابتكار داخل الشركات والمؤسسات. وكيف تشجع الحماية القانونية على الاستثمار في البحث والتطوير.

تحليل كيفية تأثير نظام حماية الملكية الفكرية على القدرة التنافسية للشركات في الأسواق المحلية والدولية.

وكيف يمكن للملكية الفكرية أن تعزز من مكانة الشركات في السوق.

فحص دور حماية الملكية الفكرية في جذب الاستثمارات الأجنبية والمحلية. وكيف تؤثر الحماية الفعالة على ثقة المستثمرين وتوجيه الاستثمارات نحو القطاعات التي تعتمد على الابتكار.

حدود الدراسة :

تقتضي منهجية البحث العلمي بمهدف الاقتراب من الموضوعية والوصول إلى استنتاجات منطقية ضرورة وضع حدود للإشكالية، مع ضبط الإطار الذي يسمح بالفهم الصحيح للمسار المقترح لتحليلها ومنهجية إختبار فرضياتها ولتحقيق ذلك تم مراعاة البعدين التاليين :

البعد الزمني: منذ بداية المذكرة الى شهر ماي 2024

البعد المكاني: أما نطاق البحث هو قطاع المؤسسات الصناعية بالوادي

أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار ودراسة هذا الموضوع ما يلي:

- 1- اهتمامنا بالبحث في موضوع براءات الاختراع في المنتجات الصناعية
- 2- التعمق في فهم حماية الملكية الفكرية
- 3- رغبة منا في إثراء المكتبة الجامعية بموضوع يهتم بانشغالات الدول النامية باعتبار الجزائر واحدة من بينهم.

منهج الدراسة:

تعتمد منهجية الدراسة على الطريقة العلمية التي تركز على المقومات الأساسية التالية :
وهي المنهج الوصفي الذي يصف متغيرات الدراسة النظرية والمنهج التحليلي الذي يخص الدراسة الميدانية

هيكل الدراسة:

تناول هذه الدراسة حماية الملكية الفكرية وأثرها على التنافسية التجارية للمؤسسات. حيث جاء الفصل الاول بعنوان الادبيات النظرية والتطبيقية لدراسة حيث قمنا في المبحث الاول بتحديد مفهوم الملكية الفكرية وحقوق الملكية الصناعية و المبحث الثاني إلى تعريف الميزة التنافسية للمؤسسات، ويشرح خصائصها وأهميتها ومحدداتها وأبعادها و يستعرض المبحث الثالث الدراسات السابقة، مقسماً إلى الدراسات العربية والأجنبية، مع تقديم تعقيب على تلك الدراسات ومقارنتها بالدراسة الحالية و يشمل الفصل الثاني دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية بولاية الوادي، مقسمة إلى مبحثين: الإجراءات المنهجية وتحليل نتائج الاستبيان والفرضيات و يتضمن المبحث الأول منهج البحث والأدوات المستخدمة، بينما يركز المبحث الثاني على تحليل نتائج الاستبيان، وعرض وتحليل نتائج إجابات أفراد العينة نحو المحاور المختلفة، وأخيراً نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الاول

الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد:

تعتبر حماية الملكية الفكرية من أهم المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين والمختصين في مجالات القانون والاقتصاد والإدارة. فهي تمثل الأساس القانوني الذي يحمي حقوق الأفراد والمؤسسات في اختراعاتهم وابتكاراتهم الفكرية، مما يشجع على الاستثمار في البحث والتطوير ويساهم في تعزيز التنمية الاقتصادية والتنافسية التجارية. في هذا الفصل سنتناول ما يلي:

المبحث الأول: حماية الملكية الفكرية

المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية للمؤسسات

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الأول: حماية الملكية الفكرية

إن الملكية الفكرية بصفة عمامة، تعد الثمرة التي ينتجها العقل البشري، وقد تزايد الاهتمام بحمايتها بتزايد إدراك أهميتها في صنع التنمية والتقدم من خلال تحويل المعلومة إلى ابتكار والابتكار إلى سلع يتم إنتاجها، ومن ثم أصبحت المعلومة ملكية والملكية حق والحق في حاجة لحماية قانونية يجب توفيرها لصاحبها.¹

كما يشمل توفير الحماية للمخترع الوطني أو الأجنبي تشجيعا لهم على استثمار رؤوس أموالهم، بفروع الصناعات التي قد تحتاج لتكنولوجيا لا تستطيع الدولة توفيرها، فيقوم المخترع بسد هذا النقص، فتشمل حقوق الملكية الصناعية الحقوق الواردة على براءات الاختراع الرسوم والنماذج العلامات الصناعية وغيرها.²

المطلب الأول: مفهوم الملكية الفكرية

الملكية الفكرية تعني سلطة بحول الشخص على شيء غير مادي وهو.

أولا: تعريف الملكية الفكرية:

هي مصطلح قانوني يدل على ما ينتجه العقل البشري من أفكار، محددة، وتتم ترجمتها إلى أشياء ملموسة فيدخل في نطاقها كافة الحقوق الناتجة من النشاط الفكري للإنسان في الحقوق الفنية والأدبية والعلمية والصناعية والتجارية وغيرها.³

وعرفها بعض الفقهاء على أنها: الملكية الفكرية هي سلطة مباشرة يعطيها القانون للشخص على كافة عقله وتفكيره، وتمنحه مكنة الاستثثار والانتفاع بما تدر عليه هذه الأفكار من مردود مالي للمدة المحددة قانونا ودون منازعة أو اعتراضا من أحد.⁴

وجاء أيضا في تعريف العلمية الفكرية هي القواعد المقررة لحماية الإبداع الفكري المفرغ ضمن مصنفات مدركة الملكية الفكرية الفنية والأدبية (أو حماية العناصر المعنوية للمنشأة الصناعية والتجارية) الملكية الصناعية⁵.

¹ أحمد عبد الخالق الاقتصاد السياسي، لحماية قانون الملكية الفكرية دار الجامعة الجديدة الارابطة الاسكندرية، مصر 2002، ص 5

² محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983 - 1200، ص 12

³ صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، نشأتها ومفهومها ونطاقها وأهميتها وتكييفها وتنظيمها وحمايتها، ص 25.

⁴ عامل محمد الكسواني الملكية الفكرية، دار الجيب للنشر والتوزيع، عمان 1998، ص 68

⁵ حقا صوفية، حماية الملكية الفكرية والأدبية والبيئة الرقمي في التشريع الجزائري - رسالة ماجستير، جامعة مشوري قسنطينة 2012 المكتبات

ثانيا: خصائص حق الملكية الفكرية

من خلال تعريف الملكية الفكرية يمكن استنباط مجموعة من الخصائص فهي من خصوصيتها ومنا حيث طبيعتها تجمع بين الحقو الشخصية والحقوق العينية كما أنها تتميز بالتعقيد كونها تقوم على فكرة التوفيق بين مصلحة المبدع أو المبتكر وصلته بمجتمع الملكات الذهنية كما نجدها تنطوي على عنصر الاصاله كذلك نجد الملكية الفكرية محددة بحسب نوع الملكية المعطى ومن خصائص الملكية الفكرية أيضا نجدها تنطبق قوانينها ضمن نطاق أو إقليم معين مما يجعل حمايتها صعبة خارج نطاق هذا الاقليم. تكن اليوم أصبحت تقام اتفاقيات عدة بين البلدان بهدف توسيع نطاق قوانين حماية الملكية بشئى أنواعها¹.

الملكية الفكرية هي لصيقة بصاحبها حيث هو وحده من يملك الحق في نسبها إليه دون الغير والاستثثار بنتائجها ما لم يتنازل عن ذلك للغير دون أن يتنازل عن حقه الأدبي في نسبتها إليه كونها يمكن التنازل عليه كذلك. نجد حقوق الملكية الفكرية غير ملموسة في التعبير عن ما تنتجه ويبدعه مهمة فكر الانسان من إبداعات وإنجازات مهمة جديدة لم تكن موجودة من قبل.²

المطلب الثاني: حقوق الملكية الصناعية

تعتبر الملكية الصناعية فرع من فروع الملكية الفكرية وقد ورد في شأنها عدة تعاريف نذكر منها تعريف "تلك الحقوق التي ترد على مبتكرات جديدة كالاختراعات ونماذج المنفعة مخططات التصميمات للدوائر المتكاملة والمعلومات غير المفصح عنها والتصميمات والنماذج الصناعية، أو على شارات مميزة تستخدم إما في تمييز المنتجات "العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية" أو في تمييز المنشآت التجارية الاسم التجاري تمكن صاحبها الاستثثار باستغلال ابتكاره أو علامته التجارية أو اسمه التجاري في مواجهة الكافة وفقا لأحكام المنظمة لذلك قانونا .. كما عرفها المحامي عامر محمود الكسواني بأنها: "سلطة مباشرة يمنحها القانون للشخص بحيث تعطيه مكنة الاستثثار بكل ما ينتج عن فكرة من مردود مالي متعلق بنشاطه الصناعي كالرسوم والنماذج الصناعية وامتيازات الاختراع والرسوم".³

وتشمل حقوق الملكية الصناعية كل من براءات الاختراع، الرسوم، والنماذج الصناعية

العلامات، التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة وتسمية المنشأ.

¹ غالي كلثومة الحماية القانونية للملكية الفكرية في التشريع الجزائري، مذكرة شهادة ماستر، جامعة مولاي الطاهر سعيدة. كلية الحقوق والعلوم

السياسية. قسم الحقوق، سنة 2020/2021، ص11-12

² غالي كلثومة، الحماية القانونية للملكية الفكرية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص12

³ غالي كلثومة، الحماية القانونية للملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ص13

1- الرسوم والنماذج الصناعية: تعد الرسوم والنماذج الصناعية نوع من أنواع الابتكارات التي تشكل موضوع حقوق الملكية الصناعية وهي تقوم على حماية الفن التطبيقي أو الصناعي وهي تخضع لأحكام الأمر رقم 2666 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية الصادرة في الجريدة الرسمية عدد 35 المؤرخة في 03/05/1966.

- المقصود الرسم والنماذج الصناعية: عرفتها المادة الأولى من الأمر رقم 66-68 " رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به اعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، ويعتبر نماذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بالألوان أو يدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله لصنع وحدات أخرى، ويمتاز عن النماذج الأخرى بشكله الخارجي.

يظهر مما سبق ذكره أن السم الصناعي: هو عبارة عن تنسيق جديد للخطوط على سطح المنتجات، فيعطي لها شكلا جذابا، يعتبر رسما صناعيا كل ترتيب للخطوط يظهر على المنتجات ويعطي لها طابعا مميزا كما هو الحال في السم الخاص بالمنتجات والسجاد، والأواني الخزفية، وأوراق الجدران أما النموذج الصناعي فهو عبارة عن القالب الخارجي الذي تظهر فيه المنتجات فيعطي لها صفة الجاذبية والجمال¹.

ولذا فإن الرسوم والنماذج الصناعية ماهي إلا عبارة عن مجموعة من الأشكال والألوان ذات طابع فني خاص، يتم تطبيقها على السلع والمنتجات عند صنعها لإضافة الجمال عليها، وبالتالي جذب الزبائن لشرائها وتفضيلها على مثيلاتها، للرسم التي تزينها أو النماذج التي تفرغ فيها².

2- التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة:

تعتبر التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة ذات أهمية بالغة في مجال الإلكتروني فهي تعد مظهر من مظاهر الثورة الرقمية ونظرا لتطور التقنيات المستعملة لإنتاجها كان لابد من حمايتها، لذا عمل المشرع الجزائري بدوره على تنظيم هذا النوع من الابداع فأصدر القانون المتعلق بحمايتها بمقتضى الأمر رقم 03/08 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بحماية التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة³.

¹ نسرين شريفي، سلسلة مباحث في القانون حقوق الملكية الفكرية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية مرجع سابق، ص78.

² نسرين شريفي، المرجع نفسه، ص78.

³ الأمر رقم 03/08 المتعلق بحماية التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة المؤرخ في 19 يوليو 2003. أين باقي معلومات النص

- تعريف التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة: هي كل منتج في شكل نهائي نصف نهائي يكون أحد عناصره على الأقل عنصرا نشيط وباقي العناصر هي جزء من جسم أو سطح لقطعة مادة ما ويكون مخصصا لغرض أداء وظيفة إلكترونية، فالتصميم الشكلي أو الطبوغرافيا هي كل من ترتيب ثلاثي الأبعاد يكون أحد عناصرها على الأقل عنصرا نشيطا وكل أو بعض الوصلات

وقد عرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 2 من الأمر رقم 03/08 المتعلق بحماية التصميم الشكلي للدوائر المتكاملة المؤرخ في 19 جويلية 2003 حيث نصت الدوائر المتكاملة منتج في شكله النهائي وفي شكله الانتقالي يكون أحد عناصره على الأقل عنصرا نشيطا وكل الارتباطات أو جزء منها هي جزء متكامل من جسم أو سطح لقطعة أو سطح مادة ويكون مخصص لأداء من وظيفة إلكترونية.¹

3- براءة الاختراع: تخول براءة الاختراع لصاحبها جميع الحقوق الاستثمارية لاستغلال الاختراع موضوع البراءة ومنع الغير من انتاج أو استعمال أو بيع أو استيراد الاختراع المشمول بالحماية في الجزائر دون إذن أو تصريح من المالك أو صاحب الحقوق.

قد عرفها المشرع الجزائري في المادة 2 الفقرة الثانية من الأمر 07/03 المتعلق بالبراءة أو براءة الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003 ب: "...البراءة أو براءة الاختراع وثيقة تسلم لحماية الاختراع".²

كما عرفها الدكتور صلاح الدين تعريفًا ملما يظهر جوهرها بشكل واضح في شهادة رسمية تصدرها جهة إدارية مختصة في الدولة إلى صاحب الاختراع أو الاكتشاف حيث يستطيع بمقتضى هذه الشهادة احتكار استغلال اختراعه أو اكتشافه زراعيا، أو تجاريا، أو صناعيا لمدة محددة وبقيود معينة.³

- العلامات التجارية: يقصد بالعلامة كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع، أو مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضاعته أو منتجاته أو خدماته عن التي يملكها الآخرون كعلامة "نسيم nassim" بالنسبة للسجائر، وعلامة نقاوس "NGAUOUS" للمشروبات الغازية ولقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 2/1 من الأمر رقم 03/06 المتعلق بالعلامات بأنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيها والألوان

¹ المادة 2، المرجع نفسه،

² المادة 2 من الأمر 07/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق براءة الاختراع، الجريدة الرسمية المؤرخة في 23 جويلية 2003، العدد 44.

³ نسرين شريقي سلسلة مباحث في قانون حقوق الملكية الفكرية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 119.

بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي، عن سلع وخدمات غيره، وللعلامة وظيفة إعلامية، باعتبارها وسيلة لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، بما تؤديه من رواج للبضائع والمنتجات وتحديد مصدرها، بحيث يتمكن المستهلك من التعرف عليها بكل سهولة والوثوق بها.¹

5- تسمية المنشأ:

ويعد من أهم احدى العناصر المميزة التي تميز بعض المنتجات أو المنشآت ونظمها المشرع الجزائري في الأمر رقم 76/65 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ.

- تعريف تسميات المنشأ: تناولها المشرع الجزائري ضمن أحكام الأمر 76/65. في نص المادة الأولى منه "تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية، أو شأنه ان يعين منتجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو مكان مسمى ومن أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.

ويعد كذلك كاسم جغرافي الاسم الذي دون تابعا لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، يكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات "لقد ابرز المشرع من خلال هذه المادة مجال تطبيق تسميات المنشأ حيث أوضح العلامة اللصيقة بين المنتجات والارض كما اشار الى ان جودة بعض المنتجات مرتبطة بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها، وبعبارة أخرى إن لتسميات المنشأ دور في الحياة الاقتصادية، وقد جاء تحديد الاجتماعية² ومفهوم بلد منشأ البضاعة في قانون الجمارك بتاريخ 21 جويلية 1979 وكذلك، القانون 12/12 المؤرخ في 26/12/2012 المعدل والمتمم له وفي نص المادة 14 منه على " يعتبر بلد المنشأ بضاعة البلد الذي استخرجت من باطن ارضه هذه البضاعة أو صنعت فيه وهذا التحديد الواضح مطابق لما نصت عليه المادة الأولى من الأمر 76/65 سابق الذكر³. ويشير النص بأتم الدقة والوضوح إلى أن جودة المنتجات مرتبطة بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها لان هذه العوامل تمنح للمنتجات طابعا مميز.

¹ عامل محمد الكسواني الملكية الفكرية: مرجع سابق، ص 121.

² المرجع نفسه، ص 122.

³ نبيل خليل مرسي، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 36

المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية للمؤسسات

أصبحت الميزة التنافسية ومصادرها أحد المجالات الادارية الرئيسية للدراسة، في ظل وضع يتسم بالتطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأصبحت فيه قدرة المؤسسة على المنافسة من أهم عناصر نموها واستمراريتها، لذلك سنحاول عبر هذا المطلب استعراض إطار نظري عام حولها.

المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية للمؤسسة

في ظل الاختلاف الحاصل بين الاقتصاديين والإداريين حول مفهوم موحد للميزة التنافسية نلخص أهم لبعض تعاريفها كالآتي:

أولاً- تعريف فيليب كوتلر: "الميزة التنافسية هي القدرة على أداء الأعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الأساليب التي تجعل الأخرى عاجزة عن مجاراتها في الأمد القريب أو في المستقبل".¹

ثانياً- تعريف نبيل خليل مرسى: "تمثل العنصر الاستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المنظمة ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافسيها".²

ثالثاً- تعريف علي السلمي: "الميزة التنافسية هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز، الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون".³

رابعاً- تعريف جمال الدين محمد مرسى وآخرون: "مجال تتمتع فيه المؤسسة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتنبع الميزة التنافسية من قدرة المؤسسة على استغلال مواردها المادية أو البشر تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا، أو القدرة على خفض التكلفة أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار أو التطوير أو وفرة الموارد المالية أو تميز الفكر الإداري أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة".⁴

¹ نبيل خليل مرسى، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 37.

² المرجع نفسه، ص 37.

³ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 2001، ص 104.

⁴ جمال الدين محمد مرسى وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية- منهج تطبيقي، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 147.

- من خلال ما سبق يتضح أن الميزة التنافسية لأي مؤسسة هي عنصر أو عناصر التفوق التي تتميز بها المنظمة عن غيرها، ويرتبط تحقيق الميزة التنافسية بعددين أساسيين هما¹:
- البعد الأول: القيمة المدركة لدى العميل: ويقصد بذلك تحسين القيمة التي يدركها العميل لمنتجات المنظمة (استعمالية، استهلاكية تبادلية).
 - البعد الثاني: التميز: إيجاد الوسائل التي تحقق الإبداع والابتكار في منتجاتها وخدمات المنظمة وطرق أدائها بحيث لا يمكن للمنافسين مجاراتها.

المطلب الثاني: خصائص الميزة التنافسية

من أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الأوضح، يجدر بنا عرض بعض خصائصها، والتي من أهمها:

- 1- تشتت من رغبات وحاجات الزبون.
- 2- تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال.
- 3- تقدم الملائمة الفريدة بين موارد المنظمة والفرص في البيئة .
- 4- طويلة الأمد وصعبة التقليد من قبل المنافسين
- 5- تقدم قاعدة لتحسينات اللاحقة.
- 6- تقدم التوجيه والتحفيز لكل المنظمة.²
- 7- تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين
- 8- تتبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها.
- 9- تنعكس في كفاءة أداء المنظمة وفي أنشطتها أو في قيمة ما تقدم للعملاء أو كليهما.
- 10- يجب أن تؤدي إلى التأثير في العملاء وإدراكهم للأفضلية.
- 11- تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتحديثها.³

¹ لبني محمد وليد بدران، دور تنمية وتدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال- نموذج مقترح للبنوك الإسلامية، رسالة ماجستير في إدارة أعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2010، ص48.

² نجم، نجم عبود، إدارة العمليات: النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة، الجزء الأول، معهد الإدارة العامة، الأردن، 2001، ص27.

³ داسي وهيبه حسين، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير في الاقتصاد، جامعة دمشق - سوريا، 2007، ص27.

المطلب الثالث: أهمية الميزة التنافسية للمؤسسة

توصل العديد من الباحثين إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي والتنافسي للمؤسسات، نوجز أهمها فيما يلي:

- 1- تحسين صورة وسمعة المؤسسة في المجتمع خاصة لدى العملاء والعمال، إذا ما اعتبر أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه كافة الأطراف ذات المصلحة (مباشرة أو غير مباشرة)، مما يزيد من مصداقيتها وزيادة الإقبال عليها وبالتالي تعظم قيمتها السوقية وتزيد أرباحها وتحقيق التفوق على المنافسين.¹
- 2- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي، حيث أصبحت قرارات إقراض البنوك وقرارات شراء للمستهلكين وتوجهات الاستثمار لحملة الأسهم والتأمينات مبنية أساسا في الوقت الراهن على أداء المؤسسة الاجتماعي والبيئي باعتبار معيار الأداء الاجتماعي للمؤسسة أحد أهم المعايير التي تعمل على جذب المستثمرين للمساهمة في استثمارات المؤسسة الحالية والمستقبلية .
- 3- إن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يعمل على تحسين مناخ العمل السائد من خلال بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف داخل المؤسسة.
- 4- إن عدم التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية في جانبها البيئي، سيؤدي إلى استنزاف أكثر للموارد الطبيعية ولزبد من التلوث وطرح النفايات في البيئة المحيطة، ومن ناحية أخرى سيعرض المؤسسة في حد ذاتها للمقاطعة من قبل أصحاب المصالح .
- 5- تمكن المسؤولية الاجتماعية من تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين الصورة العامة للمنتجات وسمعتها، وزيادة المبيعات، وإخلاص العملاء، وزيادة الإنتاجية والتنوعية، مما يؤدي إلى وضعها في موقف تنافسي أفضل من غيرها من المنافسين.²
- 6- إن المسؤولية الاجتماعية تمثل تحاوب فعال وتكيف مع التغيرات الحاصلة في حاجات العاملين والمجتمع، لينعكس هذا التحاوب بعلاقات إيجابية ترفع من مستوى الأداء وتحقيق مردود مالي أفضل .

¹ الزهرة رحامي، تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية" مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014، ص 42.

² محمد فلاق، مرجع سابق، ص 314.

7- جعل عملية اتخاذ القرارات وبناء الاستراتيجيات على أساس فهم متطور لتطلعات المجتمع والفرص المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية.

8- الولاء الكبير للعاملين سوف ينعكس إيجابيا في تحقيق الإنتاجية العالية، وتقليل التكاليف المرتبطة بالغياب عن العمل.

9- رضا عالي للمستهلكين نتيجة الحوافز والمزايا المادية المحسوسة في السلعة والخدمة (السعر والنوعية، التغليف الذوق، الأمان، وتوفر السلعة أو الخدمة دون انقطاع، والاحتياجات المختلفة للزبائن)، إضافة إلى المطالبة بتحمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

المطلب الرابع: محددات الميزة التنافسية للمؤسسة

إن هدف أي مؤسسة يركز حول السعي لتحقيق ميزة تنافسية مستمرة، وهذا يصعب الحصول عليه في ظل وجود العديد من الجهات التنافسية التي قد تتمكن من تقليد منتجاتها، فاليوم نجد أنه من الصعب حماية ميزة معينة، لأنه بمجرد تقليدها أو تجاوزها من طرف المنافسين تصبح تكلفة على المؤسسة، وفيما يلي أهم محددات الميزة التنافسية:

أولاً- حجم الميزة التنافسية: إن المبتكر أو مبدع الميزة التنافسية لا يستطيع استغلالها إلا لفترة محدودة إلى غاية إعلان المنافسين لهجوم معاكس، وفي هذه الحالة يتعين على المؤسسة أن تتخذ اتجاهها جديدا في عملها بحثا عن ميزة جديدة.¹

وتتحقق الاستمرارية للميزة التنافسية إذا كان بإمكانها المحافظة عليها سواء ميزة التكلفة الأقل أو ميزة تميز الخدمة في ظل مواجهة المنافسين الموجودين في قطاع النشاط، وبشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلب ذلك جهود أكبر من المؤسسات المنافسة للتغلب عليها.²

مثلا هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات والخدمات الجديدة، فإن للميزة التنافسية دورة حياة هي الأخرى ويمكن تلخيصها في المراحل التالية:

¹ سمية حرنان، ترشيد التكاليف لتحقيق تنافسية المؤسسة الخدمية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009، ص32.

² حجاج عبد الرؤف، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية — مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، جامعة سكيكدة، 2006-2007، ص21.

1- **مرحلة التقييم:** تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشأة للميزة التنافسية، لكونها تحتاج للكثير من التفكير والاستعداد البشري، المادي والمالي، وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، ويعزى ذلك للقبول الذي تخص به قبل عدد متزايد من الزبائن.

2- **مرحلة التثبيت:** تعرف الميزة التنافسية هنا استقراراً نسبياً من حيث الانتشار باعتبار أن المنافسين بدءوا يركزون عليها وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن.

3- **مرحلة التقليد:** ويتراجع في هاته المرحلة حجم الميزة التنافسية وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود، لكون المنافسون قاموا بتقليد ميزة المنظمة، وبالتالي تراجع أسبقيتها عليهم ومن ثم انخفاض في الوفورات.

4- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا مرحلة ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطورها بشكل سريع أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً عن أسس الميزة الحالية، وإن لم تتمكن المؤسسة من تحسين أو الحصول على ميزة جديدة فإنها تفقد أسبقيتها تماماً وعندها يكون من الصعب العودة إلى التنافس من جديد.¹

ثانياً- نطاق التنافس: يعبر نطاق التنافس عن مدى اتساع أنشطة وعملية المنظمة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، ويتشكل نطاق التنافس من أربعة أبعاد هي:

1- **القطاع السوقي:** يعكس مدى تنوع مخرجات المنظمة وكذا تنوع الزبائن الذين يتم خدمتهم، وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

2- **النطاق الرأسي:** يشير إلى درجة أداء المؤسسة لأنشطتها داخلياً أو خارجياً اعتماداً على مصادر التوريد المختلفة فالتكامل الأساسي المرتفع مقارنة بالمنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التميز، ومن جانب آخر يتيح التكامل درجة أقل من المرونة في تغيير مصادر التوريد أو منافذ التوزيع في حالة التكامل الرأسي الأمامي.

3- **النطاق الجغرافي:** يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسة، ويسمح النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من النشاط والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، وتبرز أهمية هاته الميزة بالنسبة للمؤسسات التي تعمل في نطاق عالمي أو كوني.

¹ سماح صوالح، دور تسير الكفاءات في بناء ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب -أوماش (ولاية بسكرة)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009، ص18.

4- نطاق الصناعة: يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة.¹

المطلب الخامس: أبعاد الميزة التنافسية للمؤسسة

تمثل أهم الأبعاد - الأكثر شيوعاً - لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، فيما يلي:

أولاً- التكلفة الأقل: تعرف عملية خفض التكلفة بأنها "الأسلوب المخطط الذي يهدف إلى تحسين الكفاءة من خلال استخدام الأمثل لعناصر التكاليف، والسرعة في إنجاز العمليات أو زيادة الإنتاج بما يؤدي إلى خفض تكلفة الوحدة المنتجة، دون أن يؤثر ذلك على جودة ووظائفها"، إذ يجب أن تتم عملية خفض التكلفة دون المساس بنوعية ومواصفات السلعة المنتجة أو الخدمة المؤداة، فمثلاً استعمال مواد رديئة النوعية كونها ذات كلفة أقل في صناعة سلعة معينة، لا يعد تخفيضاً لتكاليف المواد الأولية المستعملة في صناعة السلعة.² وهناك العديد من السياسات والإجراءات الكفيلة بخفض التكلفة مثل توفير وسائل إنتاج مناسبة لتحقيق اقتصاديات الحجم، الاستغلال الأمثل للموارد، الاستثمار في المناطق ذات التكاليف الأقل، التركيز على تحسين الإنتاجية، التركيز على منحى الخبرة للمحافظة على التكاليف المنخفضة، العمل على الحصول على مصادر التموين المناسبة، بمعنى تحقيق مزايا سعرية من الموردين.

إن تبني هاته الاستراتيجية من قبل المؤسسة يوفر لها مجموعة من المزايا، أهمها:³

1- أنها تشكل حاجزاً دفاعياً أمام أقوى المنافسين، فإذا حاول المنافسون تخفيض تكاليفهم بطريقة غير كفؤة نسبياً فسيكون ذلك على حساب الأرباح، وبالتالي خروجهم من السوق، أما في حالة ما إذا فضل المنافسون

¹ نبيل مرسى خليل، التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998، ص 22.

² محمد فلاح، مرجع سابق، ص 281.

³ احمد بلالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005، ص 466.

البقاء على وضعهم الحالي فلن يتمكنوا من المنافسة بسبب ارتفاع تكاليفهم النسبية الأمر الذي ينعكس على مستوى الأسعار والذي بدوره ينعكس على الكمية المطلوبة من منتجاتهم.¹

2- أنها تشكل حاجزا دفاعيا أمام القوة التفاوضية للمستهلكين، فإذا كانت هناك ضغوطات على المؤسسة من قبل جمعيات حماية المستهلك لتخفيض الأسعار فلن تكون هناك أي ضغوطات على المؤسسة كون تكاليفها منخفضة.

3- إن نجاح هاته الاستراتيجية يشكل حاجزا دفاعيا أمام القوى التفاوضية للموردين، إذ أن تبنيها يوفر مرونة كافية لدى المؤسسة في حالة ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج، حيث تمكن المؤسسة من تعويض الزيادة في أسعار مدخلات الإنتاج من خلال خفض التكاليف في الأنشطة الأخرى.

4- كما تشكل هاته الاستراتيجية حاجزا قويا أمام أية محاولة لدخول السوق من قبل المنافسين الجدد، خاصة باعتمادها لاقتصاديات الحجم ستضع حواجز أمام هؤلاء وترفع من تكلفة الدخول عندهم، فتحقيق الحجم الكبير يتطلب استثمارات ضخمة ومصاريف كبيرة، كما أن الانطلاق بالحجم ضعيف لن يسمح للمؤسسة الجديدة بالصمود أمام أسعار القطاع.

5- كما تعمل هاته الاستراتيجية على حماية المؤسسة من خطر وجود السلع البديلة التي يمكن أن تنافس منتجاتها فالتهديد يكمن في أن هاته المنتجات لا تحوز فقط على نفس خصائص المنتج المراد تعويضه وإنما أيضا في قدر على المنافسة السعرية، أي على مستوى التكاليف وهو ما سيكون صعبا في مواجهة مؤسسة تعتمد على هاته الاستراتيجية.

إلا أن هناك بعض المخاطر التي تنطوي عليها هاته الاستراتيجية مثل التغير التكنولوجي، الذي يلغي الاستثمارات القديمة التي بذلت المنظمة بمجهودات كبيرة في سبيل توفيرها من أجل الإنتاج بكميات كبيرة دف تقليل التكلفة، أو أن يقوم المنافسون بتقليد الخبرة أو السياسات التي تتبعها المؤسسة لتحقيق التكلفة الأقل، كما يمكن أن مل المؤسسة المتغيرات الأخرى كالتغيرات التسويقية والإنتاجية بسبب التركيز على التكلفة بالإضافة إلى مخاطر حرب الأسعار وما تنطوي عليه من تخفيض في هوامش الأرباح وبالتالي تدهور إجمالي المردودية.

¹ عبد الحكيم عبد الله النور، الأداء التنافسي لشركة صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراة في الاقتصاد والتخطيط، غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سوريا، 2009، ص 275.

ثانياً- الاستجابة: إن من أهم المؤشرات لقياس أداء وتنافسية المنظمات هو مدى قدرتها على الاستجابة للزبائن وتلبية حاجاتهم والحفاظ على ولائهم، وعندئذ سيولي الزبائن قيمة أكبر لمنتجاتها مما يؤدي إلى خلق تميز يستند على الميزة التنافسية.¹ والاستجابة هي عبارة عن مجموعة من القيم المتعلقة بالسرعة والمرونة وموثوقية الأداء، فسرعة الاستجابة عنصر أساسي في تحقيق رضا الزبون، لأنها تختصر الوقت المستهلك من قبله. كما أن الوقت في مجتمع اليوم يعد من المصادر الأساسية لتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة بالنظر لما يمثل الوقت من أهمية لدى الزبون.² وتعرف المرونة على أنها قدرة المنظمة على استجابة للتغيرات الحاصلة في أذواق وحاجات وطلبات الزبون، أما الموثوقية، فتعني إمكانية الاعتماد على المنتج بحيث يحقق القيمة التي يتوقعها الزبون.³

ثالثاً- الجودة: يصفها "كوتلر" بأنها المظاهر والخصائص الكلية للمنتج (سلعة أو خدمة) التي تجعله قادراً على إشباع حاجات الزبون، أما الجودة الشاملة فتعرف على أنها التطوير المستمر للعمليات الإدارية وذلك بمراجعتها وتحليلها والبحث عن الوسائل والطرق لرفع مستوى الأداء وتقليل الوقت اللازم لإنجازها بالاستغناء عن جميع المهام والوظائف عديمة الفائدة وغير الضرورية للعميل وللعملية الإنتاجية، وذلك لتخفيض التكلفة ورفع مستوى الجودة مستندين في جميع مراحل التطوير على متطلبات واحتياجات العميل.

ويعتبر التحسين المستمر كأحد مرتكزات الجودة الشاملة من أهم المصادر الرئيسية في بناء المزايا التنافسية، إذ يمنح التحديث لمنتجات وعمليات المنظمة قيمة يفترق إليها المنافسون، مما يسمح بخفض التكلفة إلى مستوى أقل منهم ويمكن للمنظمة تحقيق التحسين المستمر من خلال عملية البحوث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة من خلال تسهيل تصنيع المنتج بتقليل عدد أجزاء المكونة له أو بتخفيض الوقت اللازم لتصنيع الأجزاء، مما يساعد على رفع مستوى إنتاجية العامل، كما تستطيع وظيفة البحوث والتطوير من رفع من كفاءة المنظمة بجعلها رائدة في مجال تطوير عمليات التصنيع، وهو ما يعطيها ميزة تنافسية.⁴

¹ محمد فلاح، مرجع سابق، ص 275.

² علاء فرحان طالب، زينب مكي محمود البناء، استراتيجية الخط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة "مدخل معاصر"، الطبعة الثانية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 466-467.

³ محمد فلاح، مرجع سابق، ص 181.

⁴ سملاي بحضية، أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية (مدخل الجودة والمعرفة)، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، تخصص: تسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص ص 8-9.

رابعاً-الإبداع: يعد الإبداع من المصادر الأساسية للميزة التنافسية لأنه يعطي المنظمة شيئاً فريداً تفتقده المنظمات المنافسة الأخرى.

وقد تباينت التعاريف للإبداع، حيث يعرفه "دراكر" على أنه "الطريقة التي تعتمد بها المنظمة لخلق مصادر جديدة للثروة أو دعم المصادر ذات القدرات العالية لخلق الثروة مستقبلاً.¹ فيما يرى "كوتلر" بأن الإبداع "يشير إلى أية سلعة أو فكرة يتم إدراكها وفهمها من أي شخص على أنها مفيدة وجديدة"، أي أن هناك نوعان من الإبداع.

1- إبداع المنتج: وهو عملية تطوير المنتجات أو وضع خصائص متفوقة للمنتجات الموجودة حالياً، وإبداع المنتج يخلق قيمة من خلال إيجاد منتجات جديدة أو تحسين عمل المنتجات الموجودة التي يدرك الزبون أنها سوف تقدم منفعة أكثر.

2- إبداع العملية: هو تطوير العملية الجديدة لإنتاج المنتجات وتسليمها للزبائن، وإبداع العملية يسمح للمنظمة بزيادة القيمة من خلال تخفيض كلف الإنتاج وعلى المدى البعيد.²

خامساً- السمعة: إن فكرة سمعة المنظمة معقدة ومتداخلة يصعب قياسها وقد تاملت من زوايا مختلفة، حيث هناك من عرفها بأنها تخمينات كلية في أذهان الناس حول صورة المنظمات وخدماتها، كما توصف السمعة على أنها تقييم الجمهور لقدرة المنظمة على تلبية احتياجات الجمهور المدركة، وهي انطباع المتعاملين معها حول منتجاتها وسياساتها وأنظمتها، وتلعب السمعة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة فبالرغم من أن دعم السمعة مفهوم معنوي، فإن السمعة الجيدة تزيد المؤسسة بشكل واضح وتزودها بميزة تنافسية ثابتة، ويمكن تحديد أهمية السمعة فيما يلي:³

- 1- المنظمة التي تتمتع بسمعة جيدة لها قيمة في السوق المالية وأسهمها لها قيمة عالية .
- 2- السمعة الجيدة تشكل عاملاً لجذب العاملين الجيدين.
- 3- تساعد على توليد ولاء المستهلك للمنظمة عند شعوره بالرعاية والاحترام المستمرين.
- 4- تساعد المؤسسة في الحصول على رأس المال المطلوب لمشاريعها.

¹ محمد فلاح، مرجع سابق، ص181.

² علاء فرحان طالب، زينب مكى محمود البناء، مرجع سابق، ص181.

³ محمد فلاح، مرجع سابق، ص300-304.

كما أن السمعة القوية المرتبطة بالأداء المالي تزيد من فعالية الإعلان والقدرة على شحن القيمة، وتحسين استخدام العاملين، وتسهيل تقديم المنتج، وتزيد من الوصول إلى رأس المال بسهولة، وجذب المستثمرين وزيادة المبيعات. ومن أهم فوائد إدارة السمعة هي إعطاء ثقة عالية للمستهلكين والمستثمرين والمجهزين والعاملين في المنظمة وكذلك أمام المنظمات الأخرى.

ولسمعة المنظمة جملة من الأبعاد، تتمثل في الرؤيا والقيادة، بيئة العمل، المسؤولية الاجتماعية، الأداء المالي، المنتجات والخدمات، والكسب العاطفي، والتي تؤدي بدورها إلى العناصر الستة للنجاح وهي: بناء الثقة مع أصحاب المصالح، تعظيم الأرباح، كسب المزيد من المستثمرين، الحصول على العاملين الموهوبين والأكفاء، زيادة المبيعات، قيادة سلسلة السوق.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات العربية

1-دراسة وسيلة لزعر 2022 : دور حقوق الملكية الفكرية في تحقيق التنمية الاقتصادية

هدفت الدراسة إلى تأكيد الدور الهام لحقوق الملكية الفكرية في تحقيق التنمية عموماً، والتنمية الاقتصادية بصورة خاصة.

وقد خلصت الدراسة إلى وجوب تعظيم استثمار حقوق الملكية الفكرية اقتصادياً، فالواضح أن لحقوق الملكية الفكرية؛ سواء حقوق الملكية الصناعية أو حقوق الملكية الأدبية والفنية أهمية بالغة في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، التي تشهدها دول العالم، وفي مقدمتها الدول النامية، لا سيما مع بروز المعرفة كركن أساسي في عملية تطور المجتمعات نحو الازدهار والرفاهية.

2-دراسة حراث خديجة وبوعمره اسيا 2022 : التدخل الضمني لمجلس المنافسة في نطاق الملكية الفكرية

يتناول هذا المقال التدخل الضمني لمجلس المنافسة لضبط المنافسة في مجال الملكية الفكرية ، فنظرا للتعارض بين مبادئ قانون المنافسة و الطبيعة الإستثنائية لحقوق الملكية الفكرية ، و أن مجال الملكية الفكرية منظم

بقوانينه الخاصة ، طرحت إشكالية هل يطبق قانون المنافسة على مجال الملكية الفكرية ، فكانت الإجابة بأن قوانين الملكية الفكرية منحت لصاحب الحق الفكري حقوق إستثنائية و بينت أشكال التعدي عليها و العقوبات المقررة لذلك في حين لم تضع عقوبات لصاحب الحق إذا تعسف في إستعمال حقه بما يضر بالمنافسة في السوق ، و بالتالي نظرا لعدم وجود نص صريح يخص تطبيق قانون المنافسة على مجال الملكية الفكرية ، و أن الملكية الفكرية هي جزء لا يتجزأ من السوق ، و مجلس المنافسة مخول لضبط المنافسة في السوق وفقا لقواعد قانون المنافسة ، فيطبق قانون المنافسة على مجال الملكية الفكرية ضمنا ، و بما أن قانون المنافسة لا يتضمن أحكام صريحة تطبق على الملكية الفكرية إستوجب القيام بإسقاط أحكام قانون المنافسة على مجال الملكية الفكرية من خلال رصد بعض الممارسات المنافية أو المقيدة للمنافسة التي يقوم بها أصحاب الملكية الفكرية و تستدعي تدخل مجلس المنافسة .

3- دراسة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (سنة 2003) " بعنوان: أهمية حقوق الملكية الفكرية كأداة إستراتيجية لتحريك عجلة التنمية الاقتصادية وتعزيز الاستثمار الأجنبي المباشر:

يكمن في اعتبارها الحماية الرسمية لصاحب العمل أو الاستثمار ولقد قامت عدة دراسات تتعلق بالاستثمار الأجنبي المباشر، والتي من بينها دراسة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية سنة 2003، وقد خلصت هذه الدراسة إلى تعداد إحدى عشر معياراً منها: سياسة التنافسية والعمالة المغتربة وتراخيص الإقامة وحماية الملكية الفكرية، وعلى أساس اختلاف خصائص هذه المعايير باختلاف ظروف الدول تم تصنيفها إلى ثلاثة مستويات هي: الوضع الأمثل والمعايير العامة الممكنة والمعايير المانعة. وقد تم تحديد خصائص حماية حقوق الملكية الفكرية في كل هذه المستويات، حيث أن الدول التي تصنف ضمن المعايير المانعة تكون قدرتها على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ضعيفة باعتبارها لا تملك نظاماً فعالاً لحماية الملكية الفكرية فيها على عكس الدول التي تصنف ضمن الوضع الأمثل، والتي استطاعت تحقيق نظام أمثل لحماية الملكية الفكرية فيها بسن مختلف القوانين واللوائح الخاصة بذلك، وتصنف بينهما تلك الدول التي تدخل ضمن المعايير العامة الممكنة والتي تعمل على التحسين المستمر لنظام حماية حقوق الملكية الفكرية فيها. فضلاً على ذلك فقد عمل مؤتمر الأمم المتحدة عام 2003 إلى الذهاب إلى أبعد من ذلك من خلال إنشاء مشروع خاص بحقوق الملكية الفكرية وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة، الذي بدأ التفكير به منذ عام 2001 من خلال التخفيف من حدة الفقر وتنمية بشرية مستدامة وهذا باعتماد الدول النامية على نظم أقوى لحماية حقوق الملكية الفكرية فيها خاصة فيما يخص تشجيع الابتكار والإبداع، فضلاً عن الوصول إلى استخدام التكنولوجيا الجديدة

4-دراسة مسعودي زكريا 2023 : دور حماية حقوق الملكية الفكرية في نجاح الشركات الناشئة

تهدف الدراسة لتوضيح الأهمية الاستراتيجية لحماية حقوق الملكية الفكرية بالنسبة للشركة الناشئة، كونها شركات تطمح للنمو السريع انطلاقاً من افكار ابداعية ابتكارات قابلة للتحسين ونظراً لتعرض افكارها لخطر السرقة والانتهاك من قبل المنافسين من الشركات الكبرى التي تملك امكانيات اكبر منها، إضافة لبحثها الدائم عن التمويل وكذا وضع استراتيجية خروج فعالة، لذا تسعى بشق السبل للتخفيف من حدة المخاطرة ومن بين اهم وسائلها في تحقيق هذا الهدف حسن ادارة ملكيتها الفكرية لاختراعاتها وابداعاتها الفكرية تم التوصل في الاخير الى ادارة محفظة الملكية الفكرية للشركة الناشئة بالشكل وفي الوقت المناسب، تمكنها من الاستفادة من الابتكار الذي عملت جاهدة على تطويره وحمايته من النسخ والسرقة وتضمن تفوق منتجاتها وخدماتها على منافسيها كما تمكنها من تحقيق أفضل مردود كما وتعزز من قيمة الشركة من خلال الاتفاقات السرية الخاصة بنقل الملكية وتسجيل براءات الاختراع والعلامات التجارية وغيرها من الأصول الفكرية تتمكن الشركة الناشئة من تعزيز موقفها التفاوضي في حالة البحث عن جذب مستثمرين محتملين الى جانب ضمان حقها في حالة سرقة وانتهاك باسترداد او التعويض.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية.

1- دراسة Edwin Mansfield (صادرة عن البنك الدولي (1994) تبر هذه الدراسة من أهم الدراسات التي حاولت تحديد العلاقة بين نظم حماية حقوق الملكية الفكرية والاستثمار الأجنبي المباشر. فلقد أجرى Mansfield دراسة باستخدام عينة من 100 شركة أمريكية رئيسية في ست صناعات إنتاجية (الكيمائيات شاملة الأدوية معدات النقل، المعدات الالكترونية، الآلات، الصناعات الغذائية والصناعات المعدنية) حيث قام بعمل استقصاء بين الشركات للحصول على معلومات عن أثر درجة حماية الملكية الفكرية على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، واستطاع أن يحصل على معلومات من 94 شركة ، وكان على كل شركة من العينة أن تجيب على أسئلة تتعلق بأهمية حماية حقوق الملكية الفكرية في التأثير أو عدم التأثير على قرارها بالقيام باستثمار أجنبي بأشكاله المختلفة. حيث لاحظ أن لقوانين حقوق الملكية الفكرية تأثير على قرار الاستثمار مهما كان مجال الصناعة لكن درجة التأثير تختلف باختلاف شكل الاستثمار: حيث أفادت

80%

شركات العينة أن قوة أو ضعف حماية حقوق الملكية الفكرية ذات أثر هام على بعض مجالات الاستثمار الأجنبي، وأشارت من هذه الشركات إلى أن الأثر هام بالنسبة للاستثمارات في البحث والتطوير، بينما 20% أفادت أن الأثر هام بالنسبة لمنافذ التوزيع والمبيعات وإذا لاحظنا مجالات الصناعة نجد أن القرارات الاستثمارية المتعلقة بمنافذ التوزيع تأخذ أقصى نسبها في الصناعات الغذائية أما بالنسبة للصناعات الكيميائية فنجد أنها تحتاج أكثر من غيرها لحماية حقوق الملكية الفكرية، نظرا لاعتماد هذه الصناعات على التكنولوجيا وبالتالي على الاستثمار في مجال البحث والتطوير الذي يتأثر بشكل قوي بقوانين حماية حقوق الملكية الفكرية حيث بلغت نسبة التأثير 100%، مقارنة بمثيلاتها من الصناعات الأخرى المنتجة تامة الصنع صناعة المركبات (الأجزاء....) التي نجد نسبة تأثيرها أقل. ويأخذ قرار الاستثمار في البحث والتطوير على نسب كبيرة مقارنة بغيره الاستثمار في التوزيع) ، كونه يحس الجانب الإبداعي الذي هو مصدر التكنولوجيا وعرضة للتقليد والقرصنة وبالتالي الأكثر حاجة للحماية، على عكس الاستثمار في التوزيع الذي يعتبر قناة لصرف المنتجات التي جسدت فيها التكنولوجيا وبالتالي لا تحتاج لحماية كبيرة.

2-دراسة: Tõnis Met, Aleksei KelliUniversity of Tartu

The Impact of Intellectual Property Reward Regime on the Competitiveness of Innovative SMEs

تهدف الدراسة إلى تحديد نوع نظام مكافأة الملكية الفكرية (IP) الذي يزيد من تنافسية الشركات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة. يقوم المؤلفون بتحليل أنظمة مكافأة الملكية الفكرية وتأثيرها على خلق المعرفة والتكنولوجيا الجديدة من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى ملكيتها الفكرية والسوق ونموذج الأعمال والقضايا الاستراتيجية الأخرى المتعلقة بالتعاون بين المخترع ورائد الأعمال والمستثمر. تم استخدام دراسي حالة ومقابلات لرسم العوامل الرئيسية التي تؤثر على استراتيجيات الملكية الفكرية والسوق للشركات الصغيرة والمتوسطة في مجالات التكنولوجيا الحيوية والإلكترونيات. الاستنتاج الرئيسي هو أن نظام مكافأة الملكية الفكرية يجب أن يكون مرئياً ويعتمد أكثر على الترتيبات التعاقدية بدلاً من القواعد القانونية الصارمة.

المطلب الثالث: التعقيب على الدراسات السابقة والدراسة الحالية

ان الدراسة الحالية تظهر أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية والتنافسية التجارية. هذا يتوافق مع دراسة وسيلة لزعر (2022) أكدت على أهمية حقوق الملكية الفكرية في تحقيق التنمية الاقتصادية وتعظيم استثمارها لتحقيق الازدهار، بينما دراسة حراث خديجة وبوعمرة آسيا (2022) تناولت دور مجلس المنافسة في تنظيم حقوق الملكية الفكرية وضبط المنافسة. أما دراسة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (2003) فقد شددت على أهمية حقوق الملكية الفكرية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز التنمية المستدامة. وأخيراً، دراسة مسعودي زكريا (2023) أبرزت الدور الاستراتيجي لحماية الملكية الفكرية في نجاح الشركات الناشئة.

واختلفت في متغيرات الدراسة مع دراسة كل من Edwin Mansfield التي أجراها البنك الدولي، أظهرت أن نظم حماية الملكية الفكرية تؤثر بشكل كبير على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر، خصوصاً في الصناعات التكنولوجية. وكذلك، دراسة Tönis Met و Aleksei Kelli (2022) من جامعة تارتو التي أشارت إلى أن نظام مكافأة الملكية الفكرية يجب أن يكون مرناً لتعزيز تنافسية الشركات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة.

تتفق جميع الدراسات على أن حماية الملكية الفكرية تلعب دوراً حاسماً في تعزيز التنافسية التجارية، من خلال توفير بيئة آمنة للاستثمار والابتكار، مما يزيد من جاذبية السوق ويعزز التنمية الاقتصادية.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم التركيز على حماية الملكية الفكرية حيث تم تعريفها وأهميتها هذا البحث الأساس النظري والقانوني لحماية الملكية الفكرية وأهميتها في تشجيع الابتكار والتنمية الاقتصادية، وتناولنا ماهية الميزة التنافسية للمؤسسات، ويبدأ بتعريف الميزة التنافسية، تليها خصائصها وأهميتها الكبيرة في تفوق المؤسسات على منافسيها، كما تم استعراض محددات الميزة التنافسية وأبعادها المختلفة، التي تشمل الجوانب الاستراتيجية والتشغيلية التي تعزز من قدرة المؤسسة على تحقيق أداء متميز في السوق. وركزنا على مراجعة الدراسات السابقة وما يميز دراستنا عليها

الفصل الثاني

دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الصناعية بولاية الوادي

تمهيد

تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين حماية الملكية الفكرية والتنافسية التجارية في المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي، لضمان الدقة والشمولية في البحث، تم اتباع إجراءات منهجية محددة تعتمد على أسس علمية رصينة. حيث سنقوم باتباع الإجراءات المنهجية المتبعة في البحث، لأدوات المستخدمة، توضيح المنهجية التي اتبعت في البحث، بما في ذلك اختيار العينة وتحديد الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات وتحليلها و عرض الخطوات التي اتبعت لضمان دقة النتائج وموضوعية التحليل.

المبحث الاول: الاجراءات المنهجية

منهج البحث والأدوات المستخدمة:

ستتطرق في هذا المطلب إلى المنهج المتبع، مجتمع وعينة الدراسة، حدود الدراسة والأدوات المستعملة.

1. المنهج المتبع في الدراسة:

قام الطلبة باعتماد في البحث الحالي على المنهج الوصفي الذي يلاءم طبيعة البحث الحالي ، كون هذا المنهج كما يؤكد بعض الباحثين يقوم بوصف ما هو كائن تفسيره ويهتم بتحديد الممارسات الشائعة و السائدة... كما لا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات وتبويبها، ولكنه يتضمن قدرا من التفسير لهذه البيانات، فمن خلال وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، وبيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها، وسنحاول في هذا البحث تعرف على اثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

تم حصر مجتمع الدراسة على جميع المؤسسات الانتاجية ولاية الوادي، وقد وزعت (35) استمارة واسترجعت كلها أي أن نسبة الاستجابة (100%).

3. حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في:

المجال البشري: (35) مؤسسة انتاجية بولاية الوادي من مدراء ومسيرين.

المجال الزمني: أجريت هذه الدراسة من الفترة الممتدة من: 20 ماي 2024 إلى 01 جوان 2024.

المجال المكاني: مؤسسات انتاجية بولاية الوادي

3- أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية في الدراسة الميدانية، وبعد توزيع الاستبيان على عينة المستهدفة، تم حصر وتجميع البيانات اللازمة ومعالجة البيانات المتحصل عليها باستعمال أدوات التحليل الإحصائي المناسبة

وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 22، وقد قسمنا الاستبيان إلى قسمين:

المحور الأول: البيانات الشخصية ويحتوي على عمر المؤسسة.

المحور الثاني: الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، وتكون من 05 ابعاد محددة كما يلي:

البعد الأول: براءات الاختراع، وتكون من 05 فقرات محددة من 01 الى 05 .

البعد الثاني: العلامة التجارية، وتكون من 07 فقرات محددة من 06 الى 12.

البعد الثالث: المؤشرات الجغرافية، وتكون من 03 فقرات محددة من 13 الى 15.

البعد الرابع: النموذج الصناعي، وتكون من 04 فقرات محددة من 16 الى 19.

البعد الخامس: السر التجاري، وتكون من 04 فقرات محددة من 20 الى 23

المحور الثالث: التنافسية التجارية : ويتكون من 20 فقرة محددة من 01 الى 20.

طريقة التصحيح

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي لتفرع لقياس استجابات الباحثين لفقرات الاستبيان اثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية، واعطاء درجات متدرجة من 01 الى 03 في الفقرات، والجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول الرقم (01) : درجات الاجابة

الاستجابات	غير موافق	محايد	موافق
الدرجة	1	2	3

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدها هذه الدراسة عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات الواردة في نموذج الدراسة، لتحديد درجة التأثير حددنا ثلاث مستويات منخفض متوسط مرتفع) باتباع المعادلة التالية:
طول الفئة = (الحد الأعلى للبديل - الحد الأدنى للبديل) / عدد المستويات.

طول الفئة = $(1-3) / 3 = 3/2 = 0.66$

درجة تأثير منخفضة من 1 إلى 1.66

درجة تأثير متوسطة من 1.67 إلى 2.33.

درجة تأثير مرتفع من 2.34 إلى 3

- اختبار صدق وثبات الاستبيان:

1- صدق المحكمين :

وللتأكد من صدق اختبار جودة حياة العمل المصمم ، قمنا بعرضه في صورته المبدئية على مجموعة من أساتذة يدرسون في قسم العلوم التجارية في جامعة الوادي، وذلك لإبداء ملاحظاتهم ووجهة نظرهم في الأداة من حيث :

- مدى قياس البعد للمتغير

- مدى قياس الفقرات للبعد

- عدد الفقرات في كل بعد

- ملائمة بدائل الأجوبة للفقرات

- طلب البديل في حالة عدم الموفقة

وبعد استرجاع استمارات التحكيم قمنا بتصحيح بعض الفقرات و كذلك تم اضافة مجموعة من البنود لبعض الأبعاد وتحصلنا في الأخير على استبيان اثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية- دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الانتاجية بولاية الوادي.

2- الصدق البنائي (الاتساق الداخلي) :

تم حساب صدق الاستبيان ايضا عن طريق الاتساق الداخلي (صدق التكوين)، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط الخطي لـ بيرسون (Pearson) بين البنود والدرجة الكلية لكل بعد، وقد كانت النتائج على النحو الموضح في الجداول التالية :

جدول رقم 02 : معامل الارتباط بين بعد براءات الاختراع وفقراته

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات
دال عند 0.05	0.425	01
	0.385	02
دال عند 0.01	0.441	03
	0.748	04
	0.793	05

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة وبعدها دالة عند مستوى (0.01) و(0.05)، أي عدد الفقرات الدالة هي (05/05) من المجموع الكلي المثلثة لبعده براءات الاختراع وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده براءات الاختراع.

جدول رقم 03 : معامل الارتباط بين بعد العلامة التجارية وفقراته

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات
دال عند 0.01	0.592	06
	0.657	07
	0.525	08
	0.492	09
	0.580	10
	0.446	11
	0.530	12

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة وبعدها دالة عند مستوى (0.01)، أي عدد الفقرات الدالة هي (07/07) من المجموع الكلي المثلثة لبعده العلامة التجارية وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده العلامة التجارية.

جدول رقم 04 : معامل الارتباط بين بعد المؤشرات الجغرافية وفقراته

الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	0.664	دال عند 0.01
14	0.525	
15	0.644	

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة وبعدها دالة عند مستوى (0.01)، أي عدد الفقرات الدالة هي (03/03) من المجموع الكلي المثلثة لبعده المؤشرات الجغرافية.

جدول رقم 05 : معامل الارتباط بين بعد النموذج الصناعي وفقراته

الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
16	0.519	دال عند 0.01
17	0.739	
18	0.485	
19	0.560	

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة وبعدها دالة عند مستوى (0.01)، أي عدد الفقرات الدالة هي (04/04) من المجموع الكلي المثلثة لبعده النموذج الصناعي، وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده النموذج الصناعي.

جدول رقم 06 : معامل الارتباط بين بعد السر التجاري وفقراته

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات
دال عند 0.01	0.760	20
	0.583	21
غير دال	0.239	22
دال عند 0.01	0.662	23

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة وبعدها دالة عند مستوى (0.01) ما عدا الفقرة (22)، أي عدد الفقرات الدالة هي (04/03) من المجموع الكلي المثلثة لبعدها السر التجاري، وهذا دليل على وجود الاتساق الداخلي لبعده السر التجاري.

جدول رقم 07 : معامل الارتباط بين محور التنافسية التجارية وفقراته

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات
دال عند 0.01	0.501	01
	0.715	02
	0.691	03
	0.373	04
	0.531	05
	0.459	06
غير دال	0.191	07
دال عند 0.01	0.525	08
	0.501	09
	0.715	10
	0.676	11
غير دال	0.232	12
دال عند 0.01	0.524	13

	0.477	14
غير دال	0.177	15
دال عند 0.01	0.465	16
	0.525	17
	0.470	18
	0.693	19
	0.610	20

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل فقرة ومحورها دالة عند مستوى (0.01) ما عدا الفقرة (07، 12، 15)، أي عدد الفقرات الدالة هي (20/17) من المجموع الكلي المثلثة لمحور التنافسية التجارية.

جدول رقم 08 : معامل الارتباط بين الاستبيان ومحاوره

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات
دال عند 0.01	0.489	محور الملكية الفكرية
	0.816	محور التنافسية التجارية

يتضح من هذا الجدول أن معامل الارتباط بين كل محور والاستبيان دالة عند مستوى (0.01)، أي عدد المحاور الدالة هي (02/02) من المجموع الكلي المثلثة لاستبيان اثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية- دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الانتاجية بولاية الوادي، وهذا دليل على وجود الانساق الداخلي لاستبيان اثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية- دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الانتاجية بولاية الوادي.

ثبات الاستبيان:

سنحاول من خلال هذا الجزء أن نبين مدى ثبات الاستبيان ومصادقته للعمل في الموضوع من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ حيث كلما كان معامل ألفا أكبر من (0.600)، كلما كان الاستبيان صالحا للدراسة

الجدول رقم(08):معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ	محاور الاستبيان
0.825	محور الملكية الفكرية
0.752	محور التنافسية التجارية
0.795	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

لقد تبين أن معامل الثبات (Cronbach's alpha) يساوي (0.795) بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من المعامل (0.60) ما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك ثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتميز بالثبات.

خامسا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

تم استخدام برنامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 22) لتفريغ البيانات ومعالجتها واعتمدت من خلاله على الأساليب الإحصائية التالية :

التكرارات : التكرارات تعني تكرار الأشياء أو الأحداث بشكل متكرر أو متتالي، في العديد من السياقات، يمكن أن تشير التكرارات إلى نمط متكرر يحدث في مجال معين، يُستخدم مصطلح "التكرارات" لوصف العملية التي تتكرر فيها نفس العملية أو القيم بشكل متكرر.

النسب المئوية: تشير إلى النسبة المئوية أو النسبة المئوية التي تستخدم لتمثيل العلاقة بين جزء من الشيء والكل. المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل مجال والاستبيان.

الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو فقرة.

معامل الارتباط بيرسون: و مقياس يُستخدم في الإحصاءات لتقدير العلاقة بين متغيرين. يقيس هذا المعامل درجة الارتباط أو الترابط بين المتغيرين.

ألفا كرونباخ: يستخدم معامل ألفا كرونباخ لتقدير مدى موثوقية المقياس كأداة قياس
إختبار الإنحدار الخطي البسيط: لاختبار مدى أثر العبارات الواردة في الاستبانة.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان والفرضيات

المطلب الأول: تحليل نتائج الاستبيان

المحور الأول : البيانات الشخصية

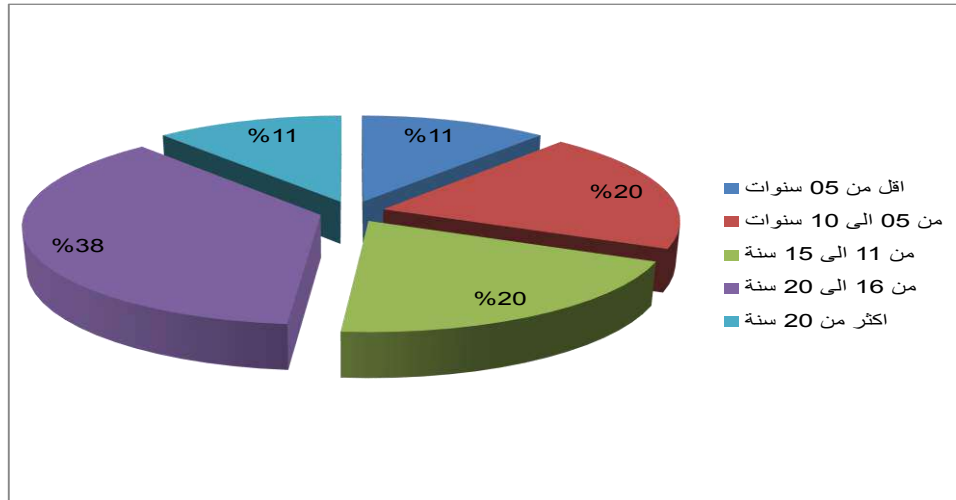
1- حسب عمر المؤسسة :

جدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة.

النسبة %	التكرارات	عمر المؤسسة
11	04	اقل من 05 سنوات
20	07	من 05 الى 10 سنوات
20	07	من 11 الى 15 سنة
38	13	من 16 الى 20 سنة
11	04	اكثر من 20 سنة
%100	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 22

الشكل الرقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة، حيث

ان أفراد عينة الدراسة يتكونون من فئة من 16 الى 20 سنة عددهم 13 بنسبة 38%، تليها كل من الفئة

من 05 الى 10 سنوات والفئة من 11 الى 15 سنة عددهم 07 بنسبة 20%، فيما كانت كل من الفئة اقل من 05 سنوات واكثر من 20 سنة في المرتبة الاخيرة عددهم 04 بنسبة 11%.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اجابات افراد العينة نحو المحاور

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان سيتم في هذا البحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

1- عرض وتحليل نتائج اجابات افراد العينة نحو محور الملكية الفكرية(الملكية الصناعية).

ويتم قياسه من خلال اجابات على المحور الاول، وعرض النتائج المتوصل إليها باستخدام الأدوات الإحصائية والقياسية والبرامج المستعملة في معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان، ثم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاه العام وجاءت على النحو التالي:

رقم (10): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام للمحور الاول.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الابعاد
1	موافق	0.355	2.640	بعد براءات الاختراع
5	محايد	0.411	2.085	بعد العلامة التجارية
2	موافق	0.491	2.447	بعد المؤشرات الجغرافية
3	محايد	0.454	2.307	بعد النموذج الصناعي
4	محايد	0.429	2.287	بعد السر التجاري
	موافق	0.267	2.353	محور الملكية الفكرية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لأبعاد محور الملكية الفكرية بلغ (2.353) والانحراف المعياري بقدر بـ (0.267) وقد كان الاتجاه العام لعبارات محور الملكية الفكرية يقع في المجال (2.34-3) اي موافق، حيث كان المتوسط الحسابي لبعد براءات الاختراع (2.640) وهو الاعلى، والانحراف المعياري (0.355)، يليها المتوسط الحسابي لبعد المؤشرات الجغرافية والمقدر (2.447) والانحراف المعياري (0.491)، يليها في المرتبة الثالثة بعد النموذج الصناعي بمتوسط حسابي (2.307) والانحراف المعياري

(0.454)، يليها البعد السر التجاري بمتوسط حسابي (2.287) والانحراف المعياري (0.429)، وفي المرتبة الاخيرة بعد العلامة التجارية بمتوسط حسابي (2.085) والانحراف المعياري (0.411). وسيتم تفصيل اجابات الافراد على الابعاد كما يلي :

—بعد براءات الاختراع:

رقم (11): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد براءات الاختراع.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
1	موافق	0.373	2.91	تلعب براءات الاختراع دوراً حاسماً في حماية الملكية الفكرية والاستفادة منها
2	موافق	0.430	2.86	تتحقق الحماية من خلال تسجيل الاختراع في الدول التي يرغب المخترع في حماية اختراعه فيها
3	موافق	0.382	2.83	يستفيد مالِك براءة الاختراع من عمله وتعبه واستثماره
5	محايد	0.932	2.11	تعتبر براءة الاختراع ميزة تنافسية للمؤسسة وتعطي صاحبها ميزة خاصة
4	موافق	0.742	2.49	تمثل براءة الاختراع في تقديم حل المشكلة ما في منتج ما ويتم حماية الفكرة
موافق		0.355	2.64	بعد براءات الاختراع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعد براءات الاختراع بلغ (2.64) والانحراف المعياري بقدر — (0.355) وقد كان الاتجاه العام لعبارات لبعد براءات الاختراع في المجال (2.34-3) اي موافق، حيث كان المتوسط الحسابي لفقرة ينق تلعب براءات الاختراع دوراً حاسماً في حماية الملكية الفكرية والاستفادة منها (2.91) وهو الاعلى والانحراف المعياري (0.373)، وفي المرتبة الاخيرة فقرة ي تعتبر براءة الاختراع ميزة تنافسية للمؤسسة وتعطي صاحبها ميزة خاصة بمتوسط حسابي (2.11) والانحراف المعياري (0.932).

—بعد العلامة التجارية:

الجدول رقم (12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد العلامة التجارية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
2	موافق	0.655	2.43	شراء سلعة أو خدمة معينة دون غيرها بناءا على العلامة التجارية التي تميزها
1	موافق	0.742	2.49	تعتبر العلامة التجارية الهوية الخاصة بالتاجر والتي تميزه عن غيره
4	محايد	0.781	2.09	تعتبر العلامة التجارية في مجال الأعمال أو التجارة لتمييز مؤسسة أو شركة عن غيرها من المؤسسات أو الشركات
7	محايد	0.718	1.369	تبذل المؤسسة جهودها في حماية علامتها التجارية من خلال متابعة المزورين
3	محايد	0.810	2.14	تبادل الخبرات مع المؤسسات المنافسة دون المس بالعلامة التجارية
6	محايد	0.832	1.89	يعتبر تقليد العلامة التجارية مفضلا للزبائن بخصوص مصدر البضاعة التي تميزها العلامة وهذا ما يضر المنتج
5	محايد	0.758	1.89	يمثل التزوير في العلامة التجارية في أن يجعل العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية إلى حد كبير وهذا ما يلحق بالضرر على المنتجين
محايد		0.411	2.085	بعد العلامة التجارية

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعء العلامة التجارية بلغ (2.085) والانحراف المعياري بقدر — (0.411) وقد كان الاتجاه العام لعبارات لبعء العلامة التجارية يقع في المجال (1.67–2.33) اي محايد، حيث كان المتوسط الحسابي للفقرة تعتبر العلامة التجارية الهوية الخاصة بالتاجر والتي تميزه عن غيره (2.49) وهو الاعلى والانحراف معياري (0.742)، وفي المرتبة الاخيرة فقرة تبذل المؤسسة جهودها في حماية علامتها التجارية من خلال متابعة المزورين بمتوسط حسابي (1.369) والانحراف معياري (0.718).

-بعد المؤشرات الجغرافية:

الجدول رقم (13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام لبعد المؤشرات الجغرافية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
3	موافق	0.838	2.34	يعتبر قانون حماية المؤشرات الجغرافية مهم لحماية الاستغلال غير المشروع الشهرة المنتجات المحلية التي تشتهر بها المنطقة التي تنتج فيها المنتج
1	موافق	0.765	2.66	تعتبر المنطقة التي تنتج فيها المؤسسة ميزة تنافسية لها وتميز منتجاتها عن غيرها
2	موافق	0.802	2.34	تعتبر المنافسة غير المشروعة في المجال الصناعي والتجاري من حيث مصدر انتاج السلعة مصدر خطر على المؤسسة
موافق		0.491	2.447	بعد المؤشرات الجغرافية

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعد المؤشرات الجغرافية بلغ (2.447) والانحراف المعياري بقدر بـ (0.491) وقد كان الاتجاه العام لعبارات لبعد المؤشرات الجغرافية يقع في المجال (2.34-03) أي موافق، حيث كان المتوسط الحسابي للفقرة تعتبر المنطقة التي تنتج فيها المؤسسة ميزة تنافسية لها وتميز منتجاتها عن غيرها (2.66) وهو الاعلى والانحراف معياري (0.765)، تليها الفقرة تعتبر المنافسة غير المشروعة في المجال الصناعي والتجاري من حيث مصدر انتاج السلعة مصدر خطر على المؤسسة بمتوسط حسابي (2.34) والانحراف معياري (0.802)، وفي المرتبة الاخيرة فقرة يعتبر قانون حماية المؤشرات الجغرافية مهم لحماية الاستغلال غير المشروع الشهرة المنتجات المحلية التي تشتهر بها المنطقة التي تنتج فيها المنتج بمتوسط حسابي (2.34) والانحراف معياري (0.838).

—بعد النموذج الصناعي:

الجدول رقم (14): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد النموذج الصناعي.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
4	محايد	0.686	2.00	يعتبر النموذج الصناعي أهمية كبيرة في جذب الزبائن
2	موافق	0.838	2.34	لنموذج الصناعي فائدة عملية في مجال المنافسة بين التجار والمنتجين
1	موافق	0.775	2.60	ضرورة تحديد نموذج صناعي للمنتجات وذلك بسبب الارتفاع المتزايد للمؤسسات التنافسية في نفس المجال
3	محايد	0.789	2.29	تميز كل مؤسسة بنموذج صناعي يميزها على غيرها من المؤسسات
محايد		0.454	2.307	بعد النموذج الصناعي

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام بعد النموذج الصناعي بلغ (2.307) والانحراف المعياري بقدر بـ (0.454) وقد كان الاتجاه العام لعبارات بعد النموذج الصناعي يقع في المجال (1.67-2.33) اي محايد، حيث كان المتوسط الحسابي للفقرة ضرورة تحديد نموذج صناعي للمنتجات وذلك بسبب الارتفاع المتزايد للمؤسسات التنافسية في نفس المجال (2.60) وهو الاعلى والانحراف معياري (0.775)، يليها الفقرة للنموذج الصناعي فائدة عملية في مجال المنافسة بين التجار والمنتجين بمتوسط حسابي (2.34) والانحراف معياري (0.838)، وفي المرتبة الثالثة الفقرة تميز كل مؤسسة بنموذج صناعي يميزها على غيرها من المؤسسات بمتوسط حسابي (2.29) والانحراف معياري (0.789)، وفي المرتبة الاخيرة فقرة يعتبر النموذج الصناعي أهمية كبيرة في جذب الزبائن بمتوسط حسابي (2.00) والانحراف معياري (0.686).

—بعد السر التجاري:

الجدول رقم (15): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام بعد السر التجاري.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
2	محايد	0.808	2.23	يحق للمالك منع الآخرين من أخذ سر مهنته دون الحصول على إذن مسبق منه
4	محايد	0.781	2.09	يحق المقاضات في حالة التعدي على سر العلامة التجارية والمطالبة بوقف التعدي أو وقف استمراره والتعويض عما أصابه من ضرر
1	موافق	0.471	2.69	يعتبر السر التجاري من أهم مؤشرات الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق
3	محايد	0.810	2.14	يجب المحافظة على السر التجاري في أي علامة تجارية لسلعة ما حتى لا تفقد المؤسسة حصتها في السوق من طرف المنافسين
محايد		0.429	2.285	بعد السر التجاري

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لبعد السر التجاري بلغ (2.285) والانحراف المعياري بقدر بـ (0.429) وقد كان الاتجاه العام لعبارات لبعد السر التجاري يقع في المجال (1.67–2.33) أي محايد، حيث كان المتوسط الحسابي للفقرة يعتبر السر التجاري من أهم مؤشرات الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق (2.69) وهو الأعلى والانحراف المعياري (0.471)، يليها الفقرة يحق للمالك منع الآخرين من أخذ سر مهنته دون الحصول على إذن مسبق منه بمتوسط حسابي (2.23) والانحراف المعياري (0.808)، وفي المرتبة الثالثة الفقرة يجب المحافظة على السر التجاري في أي علامة تجارية لسلعة ما حتى لا تفقد المؤسسة حصتها في السوق من طرف المنافسين بمتوسط حسابي (2.14) والانحراف المعياري (0.810)، وفي المرتبة الأخيرة فقرة يحق المقاضات في حالة التعدي على سر العلامة التجارية والمطالبة بوقف التعدي أو وقف استمراره والتعويض عما أصابه من ضرر بمتوسط حسابي (2.09) والانحراف المعياري (0.781).

2-محور التنافسية التجارية:

الجدول رقم (16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه العام محور التنافسية التجارية.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
2	محايد	0.797	2.20	يشجع مناخ الاستثمار لدينا على تحقيق التنافسية التجارية
10	محايد	0.781	2.09	تقدم نفس المنتجات والخدمات التي يقدمها منافسوك لكن بسعر أقل.
10	محايد	0.781	2.09	تتميز بخدمات أفضل من منتجات وخدمات المنافسين.
5	محايد	0.810	2.14	يشكل عامل الوقت أهمية كبيرة لكسب الكثير من المستهلكين من خلال سرعة الوصول للمستهلك
19	محايد	0.845	1.86	أمكانية حصولك على حصة سوقية كبيرة متميزة من خلال ثقة المستهلكين في منتجاتك
16	محايد	0.873	2.06	لديك قيمة وتوضع لمنتجاتك بين المنافسة الشرسة في الأسواق
7	محايد	0.832	2.11	شد انتباه العملاء الجدد، بحكم تشابه المنتجات والخدمات في السوق إلى حد كبير
13	محايد	0.838	2.06	يشارك المستهلك من بين البقية تحتاج لجذب انتباهه بميزة تنافسية تشكل فارقا في احتياجه.
2	محايد	0.797	2.20	جودة السلعة المقدمة والسعر التنافسي من خلال العلامة التجارية هو الذي يحطم سوق .
10	محايد	0.781	2.09	تمكنت العلامات التجارية من خلق ميزة عززت مكانتك في أذهان المستهلكين به زحاما عن غيرها من المنافسين
6	محايد	0.758	2.11	إبداعك في تقديم منتجك سيحقق لك ميزة تنافسية ذهبية تساعدك على نيل رضا المستهلك وتلبية احتياجاته
17	محايد	0.822	2.03	تحاول أن تخلق أكثر من ميزة تساندك في السوق وتقربك للمستهلكين.
20	محايد	0.785	1.83	يثر الإعلان عن المنتجات أو الخدمات التي تتمتع بجودة أفضل أو أسعار أخفض اهتمام المستهلكين.
13	محايد	0.838	2.06	استراتيجية تنافستك تعتمد على التكنولوجيا : ربط الزبائن بميزة تنافسية تعتمد على التكنولوجيا من خلال البحث على أسهل وأسرع طريقة لتسويق منتجاتك وتزويد ولاء الزبائن لك.
7	محايد	0.832	2.11	القدرة على التكيف السوق في تغير مستمر من خلال التطورات الحاصلة وزيادة المنافسين، لديك القدرة تتضمن وجودك وثباتك اليوم، وتخطط وتستعد لتضمن

بقاءك في السوق.			
18	محايد	0.857	2.03
13	محايد	0.838	2.06
1	محايد	0.789	2.29
4	محايد	0.772	2.14
9	محايد	0.742	2.09
محايد		0.703	2.081
محور التنافسية التجارية			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن المتوسط العام لمحور التنافسية التجارية بلغ (2.081) والانحراف المعياري بقدر بـ (0.703) وقد كان الاتجاه العام لعبارات محور التنافسية التجارية يقع في المجال (1.67-2.33) اي محايد، حيث كان المتوسط الحسابي لفقرة تجربة المستهلك : السوق مليء بمنافسين لديهم نفس خدماتك ومنتجاتك، لست الوحيد في السوق، كما أن الزبون يهتم في خدمة ما بعد البيع مثل الضمانات وامكانية الاسترجاع وغيرها ، لذا وجود سياسة واضحة . ومنح الزبون إحساس بالثقة والأريحية بالتعامل معك يعطيك مكانة خاصة. (2.29) وهو الاعلى والانحراف معياري (0.789)، فيما كانت فقرة يثير الإعلان عن المنتجات أو الخدمات التي تتمتع بجودة أفضل أو أسعار أخفض اهتمام المستهلكين في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي (1.83) والانحراف معياري (0.785).

المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان سيتم في هذا المبحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

أولاً: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع ألعندالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات، والجدول الموالي يلخص أهم النتائج

الجدول رقم (17): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

Shapiro–Wilk		محاور الدراسة
Sig	قيمة Z	
0.977	0.989	الاستبيان ككل

SPSS.V 22 المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج

من خلال الجدول أعلاه حيث نجد مستوى المعنوية لكل مجالات الدراسة (0.977) وهي أكبر من (0,05) وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي، ومنه نستنتج أن بيانات جميع محاور الاستبيان تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعلمية للإجابة على الفرضيات الموضوعية.

1. نتائج اختبار الفرضية العامة

نص الفرضية العامة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية و التنافسية التجارية لدى عينة الدراسة.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية و التنافسية التجارية لدى عينة الدراسة

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية و التنافسية التجارية لدى عينة الدراسة

الجدول رقم (18): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية العامة.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.04	9.367	0.205	0.041	0.00	3.970	2.454	مقدار الثبات (B_0)
				0.04	1.606	0.458	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.458$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.041$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (حماية الملكية الفكرية) تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد بلغت ($F=9.528$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

وإنطلاقا من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلا في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام بحماية الملكية الفكرية أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترتفع تحسين التنافسية التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (2.454) + (0.458) \text{ حماية الملكية الفكرية}$$

بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

2/ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الاولى

نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين براءات الاختراع والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين براءات الاختراع والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين براءات الاختراع والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (19): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الاولى.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.04	7.682	0.242	0.059	0.00	4.820	2.507	مقدار الثبات (B_0)
				0.04	2.826	0.461	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.461$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.059$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (براءات الاختراع) تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد بلغت ($F=7.682$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

وإنطلاقاً من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلاً بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلاً في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام ببراءات الاختراع أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترفع تحسين التنافسية التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (2.507) + (0.461) \text{ براءات الاختراع}$$

بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين براءات الاختراع والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

3/ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلامة التجارية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلامة التجارية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلامة التجارية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (20): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.04	6.414	0.303	0.091	0.00	7.033	2.496	مقدار الثبات (B_0)
				0.04	2.189	0.419	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.419$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.091$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (العلامة التجارية) تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد بلغت ($F=6.414$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

وإنطلاقا من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلا في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام بالعلامة التجارية أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترفع تحسين التنافسية التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (2.496) + (0.419) \text{ العلامة التجارية}$$

بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلامة التجارية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

4/ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المؤشرات الجغرافية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المؤشرات الجغرافية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المؤشرات الجغرافية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (21): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.04	5.584	0.313	0.098	0.00	8.005	2.710	مقدار الثبات (B_0)
				0.04	2.893	0.426	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.426$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.098$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (المؤشرات الجغرافية) تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد بلغت ($F=5.584$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

وإنطلاقاً من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلاً بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلاً في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام بالمؤشرات الجغرافية أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترتفع تحسين التنافسية التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (2.710) + (0.426) \text{ المؤشرات الجغرافية}$$

بناءً على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المؤشرات الجغرافية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

5/ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النموذج الصناعي والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النموذج الصناعي والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النموذج الصناعي والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (22): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.04	6.334	0.457	0.207	0.00	7.427	2.608	مقدار الثبات (B_0)
				0.04	3.528	0.523	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.523$) وهي دالة عند مستوى (0.05)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.207$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (النموذج الصناعي) تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد بلغت ($F=6.334$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.05).

وإنطلاقا من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلا في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام بالنموذج الصناعي أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترتفع تحسين التنافسية التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (2.608) + (0.523) \text{ النموذج الصناعي}$$

بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النموذج الصناعي والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

6/ نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

نص الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين السر التجاري والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند

مستوى دلالة (0.05).

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين السر التجاري والتنافسية التجارية لدى عينة

الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين السر التجاري والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة

عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (23): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة.

Sig	Anova (F)	معامل الارتباط (R)	معامل التفسير (R^2)	Sig	اختبار (T)	معامل الانحدار (B)	
0.00	20.116	0.615	0.379	0.01	2.537	0.760	مقدار الثبات (B_0)
				0.00	4.485	0.578	المتغير المستقل (B_1)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار قد بلغت ($B=0.578$) وهي دالة عند مستوى

(0.01)، معامل التحديد قد بلغ ($R^2=0.379$) وهذا يدل أن على أن المتغير المستقل (السر التجاري)

تؤثر على المتغير التابع (التنافسية التجارية) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F قد

بلغت ($F=20.116$) وهي دالة عند مستوى دلالة (0.01).

وإنطلاقا من نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين حيث من أجل

قياس قيمة المستويات التي سوف تحسن في التنافسية التجارية مستقبلا في حالة قامت المؤسسة بزيادة الاهتمام

بالسر التجاري أو إجراء تحسينات عليها فإننا نستخدم المعادلة التالية لتعرف كم سترفع تحسين التنافسية

التجارية المقدمة لدى المؤسسات الانتاجية في ولاية الوادي

$$Y = b_0 + b_1 x$$

$$\text{التنافسية التجارية} = (0.760) + (0.578) \text{ السر التجاري}$$

بناء على قرار اختبار الفرضية: نقبل الفرضية البديلة (H_1) ونرفض الفرضية الصفرية (H_0) أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين السر التجاري والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

ملخص الفصل :

تم التطرق في هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج التي أسفرت عنها الدراسة من خلال تحقق أو عدم تحقق الفرضيات، حيث بينت نتائج الفرضية العامة انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05). بمعنى انه تحقق الفرض .

أما بالنسبة للفرضيات الجزئية فتحققت هي ايضا حيث نصت على النحو التالي :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين براءات الاختراع والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلامات التجارية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المؤشرات الجغرافية والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05) ..

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النموذج الصناعي والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين السر التجاري والتنافسية التجارية لدى عينة الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

الخاتمة

خاتمة:

من خلال البحث الذي أجريناه حول تأثير حماية الملكية الفكرية على الميزة التنافسية للمؤسسات، تم التوصل إلى نتائج هامة تؤكد الأهمية الكبيرة لهذه الحماية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات. إذ تلعب الملكية الفكرية دوراً حيوياً في دعم الابتكار وتشجيع التنمية الاقتصادية، مما يمكن المؤسسات من التفوق في سوق مليء بالتحديات والمنافسة الشديدة.

نتائج الدراسة:

لقد أظهرت الدراسة بوضوح أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين حماية الملكية الفكرية والتنافسية التجارية بأبعادها الخمسة: براءات الاختراع، العلامة التجارية، المؤشرات الجغرافية، النموذج الصناعي، والسر التجاري. تشير النتائج إلى أن المؤسسات التي تولي اهتماماً كبيراً لحماية حقوقها الفكرية تتمتع بميزة تنافسية أكبر مقارنةً بتلك التي لا تهتم بهذه الحماية.

التوصيات

تعزيز التشريعات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية

يجب على الحكومات وضع قوانين صارمة وفعالة لحماية حقوق الملكية الفكرية، وتحديثها باستمرار لمواكبة التطورات التكنولوجية والاقتصادية.

يتعين على المؤسسات أن تدرك أهمية حماية حقوقها الفكرية وكيفية الاستفادة منها في تعزيز تنافسيتها. يمكن تحقيق ذلك من خلال ورش عمل ودورات تدريبية مخصصة.

يجب تعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية والخاصة والمؤسسات الأكاديمية لتوفير بيئة داعمة للابتكار وحماية الملكية الفكرية. من الضروري تقديم الدعم اللازم للمؤسسات الناشئة لحماية حقوقها الفكرية، سواء من خلال تقديم التمويل أو الاستشارات القانونية والفنية.

الاقتراحات:

إنشاء مراكز متخصصة لحماية الملكية الفكرية.

تطوير منصات إلكترونية لتسجيل الملكية الفكرية

تعزيز التعاون الدولي في مجال حماية الملكية الفكرية، من خلال اتفاقيات دولية تضمن احترام حقوق الملكية الفكرية عبر الحدود وتحمي مصالح المؤسسات في الأسواق العالمية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. احمد بلالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005.
2. أحمد عبد الخالق الاقتصاد السياسي، لحماية قانون الملكية الفكرية دار الجامعة الجديدة الازارطة الاسكندرية، مصر 2002.
3. جمال الدين محمد مرسي وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية - منهج تطبيقي، الدار الجامعية، الإسكندرية.
4. صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، نشأتها ومفهومها ونطاقها وأهميتها وتكييفها وتنظيمها وحمايتها،
5. عامل محمد الكسواني الملكية الفكرية، دار الجيب للنشر والتوزيع، عمان 1998.
6. علاء فرحان طالب، زينب مكى محمود البناء، استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة "مدخل معاصر"، الطبعة الثانية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
7. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 2001.
8. محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983 - 1200.
9. نبيل خليل مرسي، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998.

10. نجم، نجم عبود، إدارة العمليات: النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة، الجزء الأول، معهد الإدارة العامة، الأردن، 2001.

11. نسرين شريقي سلسلة مباحث في قانون حقوق الملكية الفكرية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حقوق الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 119.

ثانيا: المذكرات

12. حجاج عبد الرؤف، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية — مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، جامعة سكيكدة، 2006-2007.

13. حقاص صوفية، حماية الملكية الفكرية والأدبية والبيئة الرقمي في التشريع الجزائري - رسالة ماجستير، جامعة مشوري قسنطينة 2012 المكتبات الجزائر .

14. داسي وهية حسين، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير في الاقتصاد، نبيل مرسي خليل، التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998

15. الزهرة رحمان، تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية" مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014.

16. سماح صوالح، دور تسيير الكفاءات في بناء ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب -أوماش (ولاية بسكرة)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009.

17. سملاي يحضية، أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية (مدخل الجودة والمعرفة)، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، تخصص: تسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2003
18. سمية حرنان، ترشيد التكاليف لتحقيق تنافسية المؤسسة الخدمية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009
19. عبد الحكيم عبد الله النصور، الأداء التنافسي لشركة صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراة في الاقتصاد والتخطيط، غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سوريا، 2009.
20. غالي كلثومة الحماية القانونية للملكية الفكرية في التشريع الجزائري، مذكرة شهادة ماستر، جامعة مولاي الطاهر سعيدة. كليه الحقوق والعلوم السياسية. قسم الحقوق، سنة 2021/2020.
21. ليلي محمد وليد بدران، دور تنمية وتدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال-نموذج مقترح للبنوك الإسلامية، رسالة ماجستير في إدارة أعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2010

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

استمارة استبيان

يسرنا ان نضع بين ايديكم هذا الاستبيان الذي يهدف إلى تعرف على "أثر حماية الملكية الفكرية على التنافسية التجارية"، حيث يتم إجراء دراسة ميدانية على عينة من مؤسسات إنتاجية في ولاية الوادي نأمل من سيادتكم التعاون والتكرم بالإجابة على العبارات التي يتضمنها هذا الاستبيان ،علما ان المعلومات التي سيتم ذكرها من طرفكم ستكون سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث .
اخيرا نقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير وشكرا لتعاونكم .

تحت اشرافا الدكتوراة:

د. ناجية صالح

من إعداد الطلبة

- تصرات الطيب
- قنوري فيصل
- رحومة ياسين
- كروش يوسف

أولا بيانات شخصية: يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة

الصفة				
صاحب المؤسسة		مدير		
نوع منتجات المؤسسة				
عمر المؤسسة				
أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	من 10 إلى 15 سنة	من 15 إلى 20 سنة	أكثر من 20 سنة

ثانياً محاور الاستبيان: يرجى وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة

المحور الأول : الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)

موافق	محايد	غير موافق	البعد الأول: براءات الاختراع: يمنح بطلب اختراع يكون منتجاً أو عملية تتيح طريقة جديدة لإنتاج عمل ما أو تقدم حلاً تقنياً جديداً لمشكلة ما، وتكفل البراءة مالكها حماية اختراعه.
			1- يجب براءات الاختراع دوراً حاسماً في حماية الملكية الفكرية والاستفادة منها
			2- تتحقق الحماية من خلال تسجيل الاختراع في الدول التي يرغب المخترع في حماية اختراعه فيها
			3- يستفيد مالك البراءة الاختراع من عمله ولعبه واستثماره
			4- تعتبر براءة الاختراع ميزة تنافسية للمؤسسة وتعطي صاحبها ميزة خاصة
			5- تمثل براءة الاختراع في تقديم حل لمشكلة ما في منتج ما ويتم حماية الفكرة
موافق	محايد	غير موافق	البعد الثاني: العلامة التجارية: هي إشارة يستخدمها تاجر ما لتمييز منتجاته عن منتجات غيره حتى يسهل القانون العلامة للتسجيل يجب أن تكون مميزة وغير مقلدة وغير مخالفة للنظام العام والآداب.
			1- شراء سلعة أو خدمة معينة دون غيرها بناء على العلامة التجارية التي ليزها
			2- تعتبر العلامة التجارية الهوية الخاصة بالتاجر والتي تميزه عن غيره
			3- تعتبر العلامة التجارية في مجال الأعمال أو التجارة لتمييز مؤسسة أو شركة عن غيرها من المؤسسات أو الشركات
			4- تبذل المؤسسة جهودها في حماية علامتها التجارية من خلال مناعة الموردين
			5- تبادل الخبرات مع المؤسسات المنافسة دون المس بالعلامة التجارية
			6- يعتبر تقليد العلامة التجارية مضاف للرباين بخصوص مصدر البضاعة التي ليزها العلامة وهذا ما يضر المنتج
			7- يمثل التزوير في العلامة التجارية في أن يجعل العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية إلى حد كبير وهذا ما يلحق بالضرر على المستهلكين
موافق	محايد	غير موافق	البعد الثالث: المؤشرات الجغرافية: هي إشارة توضع على منتج معين تشير إلى أنه نشأ من منطقة معينة محددة
			1- يعتبر قانون حماية المؤشرات الجغرافية مهم لحماية الاستغلال غير المشروع لشهرة المنتجات المحلية التي تشتهر بها المنطقة التي تنتج فيها للنتج
			2- تعتبر المنطقة التي تنتج فيها المؤسسة ميزة تنافسية لها وتميز منتجاتها عن غيرها
			3- تعتبر المنافسة غير المشروعة في المجال الصناعي والتجاري من حيث مصدر إنتاج السلعة مصدر خطر على المؤسسة
موافق	محايد	غير موافق	البعد الرابع: النموذج الصناعي: هو المظهر الزخرفي أو الجمالي لسلعة ما، ومن الممكن أن يتألف الرسم أو النموذج الصناعي من عناصر مجسمة مثل شكل السلعة أو سطحها أو من عناصر ثنائية الأبعاد مثل الرسوم أو الخطوط أو الألوان

			4- يعتبر النموذج الصناعي أهمية كبيرة في جذب الزبائن
			5- للنموذج الصناعي فائدة عملية في مجال المنافسة بين التجار والمنتجين
			6- ضرورة تحديد نموذج صناعي للمنتجات وذلك بسبب الارتفاع المتزايد للمؤسسات المنافسة في نفس المجال
			7- تتميز كل مؤسسة بنموذج صناعي يميزها على غيرها من المؤسسات
موافق	محايد	غير موافق	المعهد التجاري: النمو التجاري هو عبارة عن أي معلومة ذات قيمة تجارية تتعلق بطريقة الإنتاج أو المبيعات وغير معروفة للجمهور الخذ صاحبها تدابير معقولة للحفاظ على سريتها (سر المهنة)
			8- يحق للمالك منع الآخرين من أخذ سر مهنته دون الحصول على إذن مسبق منه
			9- يحق المقاضات في حالة التعدي على سر العلامة التجارية والمطالبة بوقف التعدي أو وقف استثماره والتعويض عما أصابه من ضرر
			10- يعتبر السر التجاري من أهم مؤشرات الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق
			11- يجب المحافظة على السر التجاري في أي علامة تجارية لسلعة ما حتى لا تفقد المؤسسة حصتها في السوق من طرف المنافسين
المحور الثاني : التنافسية التجارية			
موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			1- يشجع مناخ الاستثمار لدينا على تحقيق التنافسية التجارية
			2- تقدم نفس المنتجات والخدمات التي يقدمها منافسوك لكن بسعر أقل .
			3- تتميز بخدمات أفضل من منتجات وخدمات المنافسين.
			4- يشكل عامل الوقت أهمية كبيرة لكسب الكثير من المستهلكين من خلال سرعة الوصول للمستهلك
			5- إمكانية حصولك على حصة سوقية كبيرة متميزة من خلال لقة للمستهلكين في منتجاتك
			6- لديك قيمة وتوضع لمنتجاتك بين المنافسة الشرسة في الأسواق
			7- شد انتباه العملاء الجدد، يحكم تشابه المنتجات والخدمات في السوق إلى حد كبير
			8- يختار المستهلك من بين البقية تحتاج لجذب انتباهه بميزة تنافسية تشكل فارقاً في احتياجه.
			9- جودة السلعة المقدمة والسعر التنافسي من خلال العلامة التجارية هو الذي يحطم سوق .
			10- تمكنت العلامات التجارية من خلق ميزة عززت مكانتك في أذهان المستهلكين = رزها عن غيرها من المنافسين
			11- إبداعك في تقديم منتجك يحقق لك ميزة تنافسية ذهبية لمساعدك على تلبية رضا المستهلك وتلبية احتياجاته .
			12- تحاول أن تخلق أكثر من ميزة تساندك في السوق وتترك للمستهلكين.
			13- يثير الإعلان عن المنتجات أو الخدمات التي تتمتع بجودة أفضل أو أسعار أفضل اهتمام المستهلكين.
			14- استراتيجية تنافسيتك تعتمد على التكنولوجيا: ربط الزبائن بميزة تنافسية تعتمد على التكنولوجيا من خلال البحث على أسهل وأسرع طريقة لتسويق منتجاتك وتزيد ولاء الزبائن لك.
			15- القدرة على التكيف: السوق في تغير مستمر من خلال التطورات الحاصلة وزيادة المنافسين، لديك القدرة أن تضمن وجودك وبالتالي اليوم، ولتخطط وتستعد لتضمن بقاءك في السوق.
			16- المنافسة على السعر: المحافظة على جودة منتجاتك مقابل سعر موافق للزبائن.

			17- البحث عن منافسيك :دراساتك لمنافسيك ونقاط ضعفهم وذلك من خلال جذب المستهلك وتلبية احتياجاته و رغباته.
			18- تجربة المستهلك :السوق مليء بتنافسين لديهم نفس خدماتك ومنتجاتك، لست الوحيد في السوق، كما أن الزبون يهتم في خدمة ما بعد البيع مثل الضمانات والسياسة الواضحة لما تقدمه ومنهج الزبون إحساس بالثقة والأمانة بالتعامل معك يعطيك مكانة خاصة.
			19- المنافسة على سرعة تقديم الخدمة: من أسهل الطرق لاجتذاب ولاء زبونك هو تقديم الخدمة التي يريدها في الوقت المناسب وبالسرعة المطلوبة. ويتطلب ذلك توصلا سريعا ومباشرا مع الزبائن.
			20- المنافسة على الجودة: الجودة هي العنصر ما يسعى إليه المستهلك، وتستطيع شركة ناشئة أن تثبت نفسها بجدارة سريعا من خلال ميزة الجودة التنافسية للمشروع.

الملحق رقم 02: مخرجات الدراسة

```

COMPUTE ع6 + ع7 + ع8 + ع9 + ع10 + ع11 + ع12 = (.7) / التجارية
EXECUTE.
COMPUTE ع13 + ع14 + ع15 = (.3) / الجغرافية
EXECUTE.
COMPUTE ع16 + ع17 + ع18 + ع19 = (.4) / الصناعي
EXECUTE.
COMPUTE ع20 + ع21 + ع22 + ع23 = (.4) / التجاري
EXECUTE.
COMPUTE ت1 to ت20 = SUM(.20) / التنافسية
EXECUTE.
COMPUTE 5. / (التجاري + الصناعي + الجغرافية + التجارية + براءات) = الفكرية
EXECUTE.
CORRELATIONS
/VARIABLES=ع1 ع2 ع3 ع4 ع5 براءات
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:32:54
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav.تسييرالتقريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe		CORRELATIONS ع 1 ع 2 ع 3 ع 4 ع 5 براءات= /VARIABLES /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.08

Corrélations

		ع 1	ع 2	ع 3	ع 4	ع 5	براءات
ع 1	Corrélation de Pearson	1	.105	.100	.029	.367	.425
	Sig. (bilatérale)		.550	.568	.869	.030	.011
	N	35	35	35	35	35	35
ع 2	Corrélation de Pearson	.105	1	.204	.042	.132	.385
	Sig. (bilatérale)	.550		.239	.811	.451	.023
	N	35	35	35	35	35	35
ع 3	Corrélation de Pearson	.100	.204	1	.139	.198	.441
	Sig. (bilatérale)	.568	.239		.426	.253	.008
	N	35	35	35	35	35	35
ع 4	Corrélation de Pearson	.029	.042	.139	1	.427	.748
	Sig. (bilatérale)	.869	.811	.426		.010	.000
	N	35	35	35	35	35	35
ع 5	Corrélation de Pearson	.367	.132	.198	.427	1	.793
	Sig. (bilatérale)	.030	.451	.253	.010		.000
	N	35	35	35	35	35	35
براءات	Corrélation de Pearson	.425	.385	.441	.748	.793	1
	Sig. (bilatérale)	.011	.023	.008	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35

CORRELATIONS

/VARIABLES=ع 6 ع 7 ع 8 ع 9 ع 10 ع 11 ع 12 التجارية
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:33:21
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav.تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 6ع 7ع 8ع 9ع 10ع 11ع 12ع التجارية /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.13
	Temps écoulé	00:00:00.21

Corrélations

		6ع	7ع	8ع	9ع	10ع	11ع
6ع	Corrélation de Pearson	1	.406	-.016	.107	.381	.255
	Sig. (bilatérale)		.015	.925	.540	.024	.140
	N	35	35	35	35	35	35
7ع	Corrélation de Pearson	.406	1	.281	.184	.468	-.003
	Sig. (bilatérale)	.015		.102	.289	.005	.988
	N	35	35	35	35	35	35
8ع	Corrélation de Pearson	-.016	.281	1	.049	.027	.242
	Sig. (bilatérale)	.925	.102		.778	.880	.162
	N	35	35	35	35	35	35
9ع	Corrélation de Pearson	.107	.184	.049	1	.181	.037
	Sig. (bilatérale)	.540	.289	.778		.299	.835
	N	35	35	35	35	35	35

10ع	Corrélation de Pearson	.381	.468	.027	.181	1	.156
	Sig. (bilatérale)	.024	.005	.880	.299		.371
	N	35	35	35	35	35	35
11ع	Corrélation de Pearson	.255	-.003-	.242	.037	.156	1
	Sig. (bilatérale)	.140	.988	.162	.835	.371	
	N	35	35	35	35	35	35
12ع	Corrélation de Pearson	.220	.206	.365	.364	-.021-	-.068-
	Sig. (bilatérale)	.204	.235	.031	.032	.907	.698
	N	35	35	35	35	35	35
التجارية	Corrélation de Pearson	.592	.657	.525	.492	.580	.446
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.001	.003	.000	.007
	N	35	35	35	35	35	35

Corrélations

		12ع	التجارية
6ع	Corrélation de Pearson	.220	.592
	Sig. (bilatérale)	.204	.000
	N	35	35
7ع	Corrélation de Pearson	.206	.657
	Sig. (bilatérale)	.235	.000
	N	35	35
8ع	Corrélation de Pearson	.365	.525
	Sig. (bilatérale)	.031	.001
	N	35	35
9ع	Corrélation de Pearson	.364	.492
	Sig. (bilatérale)	.032	.003
	N	35	35
10ع	Corrélation de Pearson	-.021-	.580
	Sig. (bilatérale)	.907	.000
	N	35	35
11ع	Corrélation de Pearson	-.068-	.446
	Sig. (bilatérale)	.698	.007
	N	35	35
12ع	Corrélation de Pearson	1	.530
	Sig. (bilatérale)		.001
	N	35	35
التجارية	Corrélation de Pearson	.530	1
	Sig. (bilatérale)	.001	
	N	35	35

/VARIABLES=الجغرافية ع15 ع14 ع13
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:34:09
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=الجغرافية ع15 ع14 ع13 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.03
	Temps écoulé	00:00:00.04

Corrélations

		ع13	ع14	ع15	الجغرافية
ع13	Corrélation de Pearson	1	.005	.170	.664
	Sig. (bilatérale)		.976	.329	.000
	N	35	35	35	35

14ع	Corrélation de Pearson	.005	1	.005	.525
	Sig. (bilatérale)	.976		.975	.001
	N	35	35	35	35
15ع	Corrélation de Pearson	.170	.005	1	.644
	Sig. (bilatérale)	.329	.975		.000
	N	35	35	35	35
الجغرافية	Corrélation de Pearson	.664	.525	.644	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.001	.000	
	N	35	35	35	35

Remarques

Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:34:57
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 16 ت 17 ت 18 ت 19 ت الصناعي /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.06
	Temps écoulé	00:00:00.04

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:55:54
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير\التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=الصناعي 19ع 18ع 17ع 16ع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.03
	Temps écoulé	00:00:00.06

Corrélations

		16ع	17ع	18ع	19ع	الصناعي
16ع	Corrélation de Pearson	1	.256	.000	.054	.519
	Sig. (bilatérale)		.138	1.000	.756	.001
	N	35	35	35	35	35
17ع	Corrélation de Pearson	.256	1	.127	.292	.739
	Sig. (bilatérale)	.138		.468	.088	.000
	N	35	35	35	35	35
18ع	Corrélation de Pearson	.000	.127	1	.000	.485
	Sig. (bilatérale)	1.000	.468		1.000	.003
	N	35	35	35	35	35
19ع	Corrélation de Pearson	.054	.292	.000	1	.590

	Sig. (bilatérale)	.756	.088	1.000		.000
	N	35	35	35	35	35
الصناعي	Corrélation de Pearson	.519	.739	.485	.590	1
	Sig. (bilatérale)	.001	.000	.003	.000	
	N	35	35	35	35	35

CORRELATIONS

/VARIABLES=ع 20 ع 21 ع 22 ع 23 التجاري
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:56:49
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير\التقريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=ع 20 ع 21 ع 22 ع 23 التجاري /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.05
	Temps écoulé	00:00:00.08

Corrélations

		ع20	ع21	ع22	ع23	التجاري
ع20	Corrélation de Pearson	1	.294	-.038-	.353	.760
	Sig. (bilatérale)		.086	.830	.037	.000
	N	35	35	35	35	35
ع21	Corrélation de Pearson	.294	1	-.085-	.027	.583
	Sig. (bilatérale)	.086		.629	.880	.000
	N	35	35	35	35	35
ع22	Corrélation de Pearson	-.038-	-.085-	1	.044	.239
	Sig. (bilatérale)	.830	.629		.802	.167
	N	35	35	35	35	35
ع23	Corrélation de Pearson	.353	.027	.044	1	.662
	Sig. (bilatérale)	.037	.880	.802		.000
	N	35	35	35	35	35
التجاري	Corrélation de Pearson	.760	.583	.239	.662	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.167	.000	
	N	35	35	35	35	35

Remarques

Sortie obtenue		02-JUN-2024 22:59:11
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe		CORRELATIONS
		ت 1 ت 2 ت 3 ت 4 ت 5 ت 6 ت 7 /VARIABLES=
		ت 8 ت 9 ت 10 ت 11 ت 12 ت 13 ت 14 ت 15 ت 16
		ت 17 ت 18 ت 19 ت 20 التنافسية
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
		/MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.19
	Temps écoulé	00:00:00.34

COMPUTE التنافسية=SUM(.20) / 20 to 1 ت

EXECUTE .

CORRELATIONS

ت 1 ت 2 ت 3 ت 4 ت 5 ت 6 ت 7 ت 8 ت 9 ت 10 ت 11 ت 12 ت 13 ت 14 ت 15 ت 16 ت 17 ت 18 /VARIABLES=

ت 19 ت 20 التنافسية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		02-JUN-2024 23:05:06
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav.تسيير\التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe	CORRELATIONS	
	/VARIABLES= 7ت 6ت 5ت 4ت 3ت 2ت 1ت	
	16ت 8ت 9ت 10ت 11ت 12ت 13ت 14ت 15ت 16ت	
	17ت 18ت 19ت 20ت التنافسية	
	/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
	/MISSING=PAIRWISE.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.17
	Temps écoulé	00:00:00.23

Corrélations

	1ت	2ت	3ت	4ت	5ت	6ت	7ت	8ت	9ت	10ت	11ت	12ت
1ت Corrélacion de Pearson	1	.255	.161	.410	.131	.279	-.213-	-.018-	1.000	.255	.107	.440
Sig. (bilatérale)		.139	.357	.014	.453	.104	.220	.920	.000	.139	.540	.008
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
2ت Corrélacion de Pearson	.255	1	.807	.027	.108	.252	.120	.217	.255	1.000	.778	-.050-
Sig. (bilatérale)	.139		.000	.880	.536	.145	.491	.211	.139	.000	.000	.777
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
3ت Corrélacion de Pearson	.161	.807	1	.166	.153	.165	.120	.172	.161	.807	.976	.088
Sig. (bilatérale)	.357	.000		.340	.381	.343	.491	.323	.357	.000	.000	.616
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
4ت Corrélacion de Pearson	.410	.027	.166	1	.375	-.095-	.019	-.012-	.410	.027	.164	.789
Sig. (bilatérale)	.014	.880	.340		.027	.587	.915	.944	.014	.880	.346	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
5ت Corrélacion de Pearson	.131	.108	.153	.375	1	.370	-.018-	.386	.131	.108	.118	.091
Sig. (bilatérale)	.453	.536	.381	.027		.029	.919	.022	.453	.536	.499	.604
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
6ت Corrélacion de Pearson	.279	.252	.165	-.095-	.370	1	-.050-	.116	.279	.252	.123	-.207-
Sig. (bilatérale)	.104	.145	.343	.587	.029		.776	.507	.104	.145	.481	.232
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
7ت Corrélacion de Pearson	-.213-	.120	.120	.019	-.018-	-.050-	1	.075	-.213-	.120	.119	-.048-
Sig. (bilatérale)	.220	.491	.491	.915	.919	.776		.670	.220	.491	.498	.785
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

8ت	Corrélation de Pearson	-.018-	.217	.172	-.012-	.386	.116	.075	1	-.018-	.217	.175	-.173-
	Sig. (bilatérale)	.920	.211	.323	.944	.022	.507	.670		.920	.211	.316	.320
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
9ت	Corrélation de Pearson	1.000	.255	.161	.410	.131	.279	-.213-	-.018-	1	.255	.107	.440
	Sig. (bilatérale)	.000	.139	.357	.014	.453	.104	.220	.920		.139	.540	.008
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
10ت	Corrélation de Pearson	.255	1.000	.807	.027	.108	.252	.120	.217	.255	1	.778	-.050-
	Sig. (bilatérale)	.139	.000	.000	.880	.536	.145	.491	.211	.139		.000	.777
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
11ت	Corrélation de Pearson	.107	.778	.976	.164	.118	.123	.119	.175	.107	.778	1	.089
	Sig. (bilatérale)	.540	.000	.000	.346	.499	.481	.498	.316	.540	.000		.611
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
12ت	Corrélation de Pearson	.440	-.050-	.088	.789	.091	-.207-	-.048-	-.173-	.440	-.050-	.089	1
	Sig. (bilatérale)	.008	.777	.616	.000	.604	.232	.785	.320	.008	.777	.611	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
13ت	Corrélation de Pearson	.197	.121	.168	.271	.848	.315	-.059-	.283	.197	.121	.133	.281
	Sig. (bilatérale)	.256	.490	.333	.115	.000	.065	.736	.099	.256	.490	.447	.102
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
14ت	Corrélation de Pearson	.291	.307	.217	-.142-	.261	.920	-.052-	.121	.291	.307	.175	-.088-
	Sig. (bilatérale)	.090	.073	.211	.414	.130	.000	.768	.489	.090	.073	.316	.616
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
15ت	Corrélation de Pearson	-.302-	.075	.075	-.069-	.066	-.090-	.915	.201	-.302-	.075	.072	-.177-
	Sig. (bilatérale)	.078	.669	.669	.695	.708	.606	.000	.246	.078	.669	.681	.309
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
16ت	Corrélation de Pearson	-.052-	.172	.128	-.048-	.331	.076	.078	.980	-.052-	.172	.131	-.210-
	Sig. (bilatérale)	.768	.323	.464	.782	.052	.663	.657	.000	.768	.323	.454	.226
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
17ت	Corrélation de Pearson	-.018-	.217	.172	-.012-	.386	.116	.075	1.000	-.018-	.217	.175	-.173-
	Sig. (bilatérale)	.920	.211	.323	.944	.022	.507	.670	.000	.920	.211	.316	.320
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

18ت	Corrélation de Pearson	.889	.198	.102	.349	.107	.189	-.275-	.019	.889	.198	.141	.395
	Sig. (bilatérale)	.000	.255	.559	.040	.540	.276	.109	.913	.000	.255	.421	.019
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
19ت	Corrélation de Pearson	.191	.808	.613	.013	.167	.337	.065	.260	.191	.808	.674	-.099-
	Sig. (bilatérale)	.271	.000	.000	.939	.337	.048	.709	.132	.271	.000	.000	.570
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
20ت	Corrélation de Pearson	.070	.646	.849	.126	.114	.174	.079	.134	.070	.646	.923	.044
	Sig. (bilatérale)	.691	.000	.000	.471	.515	.318	.652	.444	.691	.000	.000	.802
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
التنافسية	Corrélation de Pearson	.501	.715	.691	.373	.531	.459	.191	.525	.501	.715	.676	.232
	Sig. (bilatérale)	.002	.000	.000	.027	.001	.006	.273	.001	.002	.000	.000	.179
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Corrélations

		ت13	ت14	ت15	ت16	ت17	ت18	ت19	ت20	التنافسية
ت1	Corrélation de Pearson	.197	.291	-.302-	-.052-	-.018-	.889	.191	.070	.501
	Sig. (bilatérale)	.256	.090	.078	.768	.920	.000	.271	.691	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ت2	Corrélation de Pearson	.121	.307	.075	.172	.217	.198	.808	.646	.715
	Sig. (bilatérale)	.490	.073	.669	.323	.211	.255	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ت3	Corrélation de Pearson	.168	.217	.075	.128	.172	.102	.613	.849	.691
	Sig. (bilatérale)	.333	.211	.669	.464	.323	.559	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ت4	Corrélation de Pearson	.271	-.142-	-.069-	-.048-	-.012-	.349	.013	.126	.373
	Sig. (bilatérale)	.115	.414	.695	.782	.944	.040	.939	.471	.027
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ت5	Corrélation de Pearson	.848	.261	.066	.331	.386	.107	.167	.114	.531
	Sig. (bilatérale)	.000	.130	.708	.052	.022	.540	.337	.515	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ت6	Corrélation de Pearson	.315	.920	-.090-	.076	.116	.189	.337	.174	.459

	Sig. (bilatérale)	.065	.000	.606	.663	.507	.276	.048	.318	.006
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
7ت	Corrélation de Pearson	-.059-	-.052-	.915	.078	.075	-.275-	.065	.079	.191
	Sig. (bilatérale)	.736	.768	.000	.657	.670	.109	.709	.652	.273
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
8ت	Corrélation de Pearson	.283	.121	.201	.980	1.000	.019	.260	.134	.525
	Sig. (bilatérale)	.099	.489	.246	.000	.000	.913	.132	.444	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
9ت	Corrélation de Pearson	.197	.291	-.302-	-.052-	-.018-	.889	.191	.070	.501
	Sig. (bilatérale)	.256	.090	.078	.768	.920	.000	.271	.691	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
10ت	Corrélation de Pearson	.121	.307	.075	.172	.217	.198	.808	.646	.715
	Sig. (bilatérale)	.490	.073	.669	.323	.211	.255	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
11ت	Corrélation de Pearson	.133	.175	.072	.131	.175	.141	.674	.923	.676
	Sig. (bilatérale)	.447	.316	.681	.454	.316	.421	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
12ت	Corrélation de Pearson	.281	-.088-	-.177-	-.210-	-.173-	.395	-.099-	.044	.232
	Sig. (bilatérale)	.102	.616	.309	.226	.320	.019	.570	.802	.179
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
13ت	Corrélation de Pearson	1	.373	.031	.226	.283	.176	.139	.076	.524
	Sig. (bilatérale)		.027	.860	.192	.099	.311	.427	.663	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
14ت	Corrélation de Pearson	.373	1	-.094-	.080	.121	.197	.305	.134	.477
	Sig. (bilatérale)	.027		.591	.650	.489	.257	.075	.444	.004
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
15ت	Corrélation de Pearson	.031	-.094-	1	.243	.201	-.320-	.065	.031	.177
	Sig. (bilatérale)	.860	.591		.160	.246	.061	.709	.858	.308
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
16ت	Corrélation de Pearson	.226	.080	.243	1	.980	-.012-	.216	.088	.465
	Sig. (bilatérale)	.192	.650	.160		.000	.943	.213	.613	.005

N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
17ت Corrélation de Pearson	.283	.121	.201	.980	1	.019	.260	.134	.525
Sig. (bilatérale)	.099	.489	.246	.000		.913	.132	.444	.001
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
18ت Corrélation de Pearson	.176	.197	-.320-	-.012-	.019	1	.317	.208	.470
Sig. (bilatérale)	.311	.257	.061	.943	.913		.063	.230	.004
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
19ت Corrélation de Pearson	.139	.305	.065	.216	.260	.317	1	.747	.693
Sig. (bilatérale)	.427	.075	.709	.213	.132	.063		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
20ت Corrélation de Pearson	.076	.134	.031	.088	.134	.208	.747	1	.610
Sig. (bilatérale)	.663	.444	.858	.613	.444	.230	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
التنافسية Corrélation de Pearson	.524	.477	.177	.465	.525	.470	.693	.610	1
Sig. (bilatérale)	.001	.004	.308	.005	.001	.004	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

COMPUTE (التنافسية + الفكرية) = الاستبيان / 2.

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=الاستبيان التنافسية الفكرية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques	
Sortie obtenue	02-JUN-2024 23:35:58
Commentaires	
Entrée	Données
	H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\
	sav.تسيير\التفريغ
	Jeu de données actif
	Jeu_de_données1
	Filtre
	<sans>

	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=الفكرية التنافسية الاستبيان /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.11

Corrélations

		الفكرية	التنافسية	الاستبيان
الفكرية	Corrélation de Pearson	1	-.105-	.489
	Sig. (bilatérale)		.549	.003
	N	35	35	35
التنافسية	Corrélation de Pearson	-.105-	1	.816
	Sig. (bilatérale)	.549		.000
	N	35	35	35
الاستبيان	Corrélation de Pearson	.489	.816	1
	Sig. (bilatérale)	.003	.000	
	N	35	35	35

RELIABILITY

/VARIABLES=الاستبيان التنافسية الفكرية
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

Fiabilité

Remarques

Sortie obtenue		02-JUN-2024 23:37:58
Commentaires		
Entrée	Données	H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير\التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=الفكرية التنافسية الاستبيان /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.02

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	35	100.0
Exclue	0	.0
Total	35	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.795	3

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
الفكرية	4.2988	.367	.116	.825
التنافسية	4.5706	.185	.371	.752

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données1.

SAVE OUTFILE='H:\الطلبة\اعمال 2024\نصرا تسيير\التفريغ.sav'
/COMPRESSED.

FREQUENCIES VARIABLES=الفكرية التجاري الصناعي الجغرافية التجارية براءات
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue	03-JUN-2024 08:57:08
Commentaires	
Entrée	Données
	H:\الطلبة\اعمال 2024\نصرا تسيير\التفريغ.sav
	Jeu de données actif
	Jeu_de_données1
	Filtre
	<sans>
	Pondération
	<sans>
	Fichier scindé
	<sans>

	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= براءات التجارية الجغرافية الصناعي التجاري الفكرية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.00
	Temps écoulé	00:00:00.00

[Jeu_de_données1] H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\نصرات تسيير\التفريغ\

Statistiques							
		براءات	التجارية	الجغرافية	الصناعي	التجاري	الفكرية
N	Valide	35	35	35	35	35	35
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		2.6400	2.0857	2.4476	2.3071	2.2857	2.3532
Ecart type		.35579	.41171	.49138	.45409	.42936	.26746

FREQUENCIES VARIABLES= 1 ع 2 ع 3 ع 4 ع 5 براءات
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques	
Sortie obtenue	03-JUN-2024 09:09:28
Commentaires	

Entrée	Données	H:\الطالبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير\التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= 1ع 2ع 3ع 4ع 5ع 6ع 7ع 8ع 9ع 10ع 11ع 12ع التجارية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.03
	Temps écoulé	00:00:00.10

Statistiques

	1ع	2ع	3ع	4ع	5ع	براءات
N Valide	35	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2.91	2.86	2.83	2.11	2.49	2.6400
Ecart type	.373	.430	.382	.932	.742	.35579

FREQUENCIES VARIABLES= 1ع 2ع 3ع 4ع 5ع 6ع 7ع 8ع 9ع 10ع 11ع 12ع التجارية
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue		03-JUN-2024 09:25:51
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطالبة\اعمال 2024\انصرات\sav تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= 8ع 7ع 6ع 9ع 10ع 11ع 12ع التجارية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.00
	Temps écoulé	00:00:00.03

Statistiques

	6ع	7ع	8ع	9ع	10ع	11ع	12ع
N Valide	35	35	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2.43	2.49	2.09	1.69	2.14	1.89	1.89
Ecart type	.655	.742	.781	.718	.810	.832	.758

Statistiques

	التجارية
N Valide	35
Manquant	0
Moyenne	2.0857
Ecart type	.41171

FREQUENCIES VARIABLES= 13ع 14ع 15ع الجغرافية
/FORMAT=NOTABLE

```
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue		03-JUN-2024 09:36:54
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطالبة\اعمال 2024\انصارات\H:\تسيير\التقريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= 14ع 13ع 15ع الجغرافية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.03

Statistiques

	13ع	14ع	15ع	الجغرافية
N Valide	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0
Moyenne	2.34	2.66	2.34	2.4476
Ecart type	.838	.765	.802	.49138

FREQUENCIES VARIABLES=ع 16 ع 17 ع 18 ع 19 الصناعي
 /FORMAT=NOTABLE
 /STATISTICS=STDDEV MEAN
 /ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		03-JUN-2024 09:50:59
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu de données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= ع 16 ع 17 ع 18 ع 19 الصناعي /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.03
	Temps écoulé	00:00:00.03

Statistiques					
	ع 16	ع 17	ع 18	ع 19	الصناعي
N Valide	35	35	35	35	35

Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne	2.00	2.34	2.60	2.29	2.3071
Ecart type	.686	.838	.775	.789	.45409

FREQUENCIES VARIABLES=ع 20 ع 21 ع 22 ع 23 التجاري
 /FORMAT=NOTABLE
 /STATISTICS=STDDEV MEAN
 /ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue		03-JUN-2024 10:01:45
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطالبة\اعمال 2024\انصرات\
		sav.تسييرالتقريب
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES=ع 20 ع 21 ع 22 ع 23 التجاري /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.03

Statistiques

	التجاري	ع23	ع22	ع21	ع20
N Valide	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne	2.2857	2.14	2.69	2.09	2.23
Ecart type	.42936	.810	.471	.781	.808

FREQUENCIES VARIABLES= 1 ت 2 ت 3 ت 4 ت 5 ت 6 ت 7 ت 8 ت 9 ت 10 ت 11 ت 12 ت 13 ت 14 ت 15 ت
 التنافسية 16 ت 17 ت 18 ت 19 ت 20 التنافسية
 /FORMAT=NOTABLE
 /STATISTICS=STDDEV MEAN
 /ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue	03-JUN-2024 10:15:15	
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير\التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.

Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= 1 ت 2 ت 12 ت 11 ت 10 ت 9 ت 8 ت 7 ت 6 ت 5 ت 4 ت 3 ت 20 ت 19 ت 18 ت 17 ت 16 ت 15 ت 14 ت 13 ت التنافسية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.02

Statistiques

	1 ت	2 ت	3 ت	4 ت	5 ت	6 ت	7 ت
N Valide	35	35	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2.20	2.09	2.09	2.14	1.86	2.06	2.11
Ecart type	.797	.781	.781	.810	.845	.873	.832

Statistiques

	8 ت	9 ت	10 ت	11 ت	12 ت	13 ت	14 ت
N Valide	35	35	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2.06	2.20	2.09	2.11	2.03	1.83	2.06
Ecart type	.838	.797	.781	.758	.822	.785	.838

Statistiques

	15 ت	16 ت	17 ت	18 ت	19 ت	20 ت	التنافسية
N Valide	35	35	35	35	35	35	35
Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2.11	2.03	2.06	2.29	2.14	2.09	2.0814
Ecart type	.832	.857	.838	.789	.772	.742	.40331

EXAMINE VARIABLES= الاستبيان
 /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT
 /COMPARE GROUPS
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /CINTERVAL 95
 /MISSING LISTWISE
 /NOTOTAL.

Explorer

Remarques

Sortie obtenue	03-JUN-2024 10:42:49	
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطبية\اعمال 2024\انصرات\H:\الطبية\اعمال 2024\انصرات\Tسيير التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur pour les variables dépendantes sont traitées comme manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes pour toutes les variables dépendantes et facteurs utilisés.
Syntaxe	EXAMINE VARIABLES=الاستبيان /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT /COMPARE GROUPS /STATISTICS DESCRIPTIVES /INTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:05.01
	Temps écoulé	00:00:18.16

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الاستبيان	35	100.0%	0	0.0%	35	100.0%

Descriptives

		Statistiques	Erreur standard
الاستبيان	Moyenne	2.2173	.03887
	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne		
	Borne inférieure	2.1383	
	Borne supérieure	2.2963	
	Moyenne tronquée à 5 %	2.2188	
	Médiane	2.2069	
	Variance	.053	
	Ecart type	.22997	
	Minimum	1.60	
	Maximum	2.73	
	Plage	1.13	
	Plage interquartile	.30	
	Asymétrie	-.155-	.398
	Kurtosis	.532	.778

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
الاستبيان	.060	35	.200	.989	35	.977

الاستبيان

الاستبيان Stem-and-Leaf Plot

Frequency Stem & Leaf

1.00 Extremes (= < 1.60)

2.00 18 . 99

3.00 19 . 588

4.00 20 . 1289

7.00 21 . 2222569

6.00 22 . 025689

4.00 23 . 1579

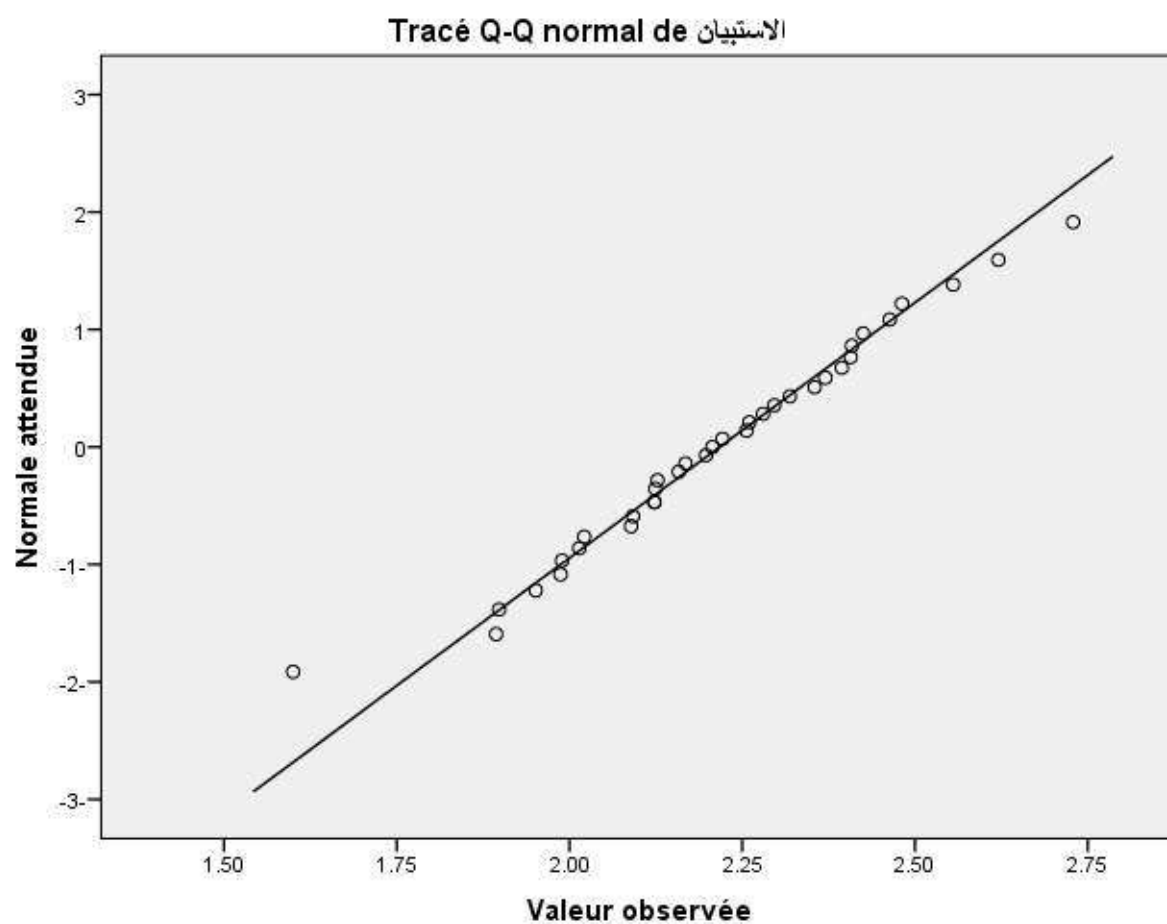
5.00 24 . 00268

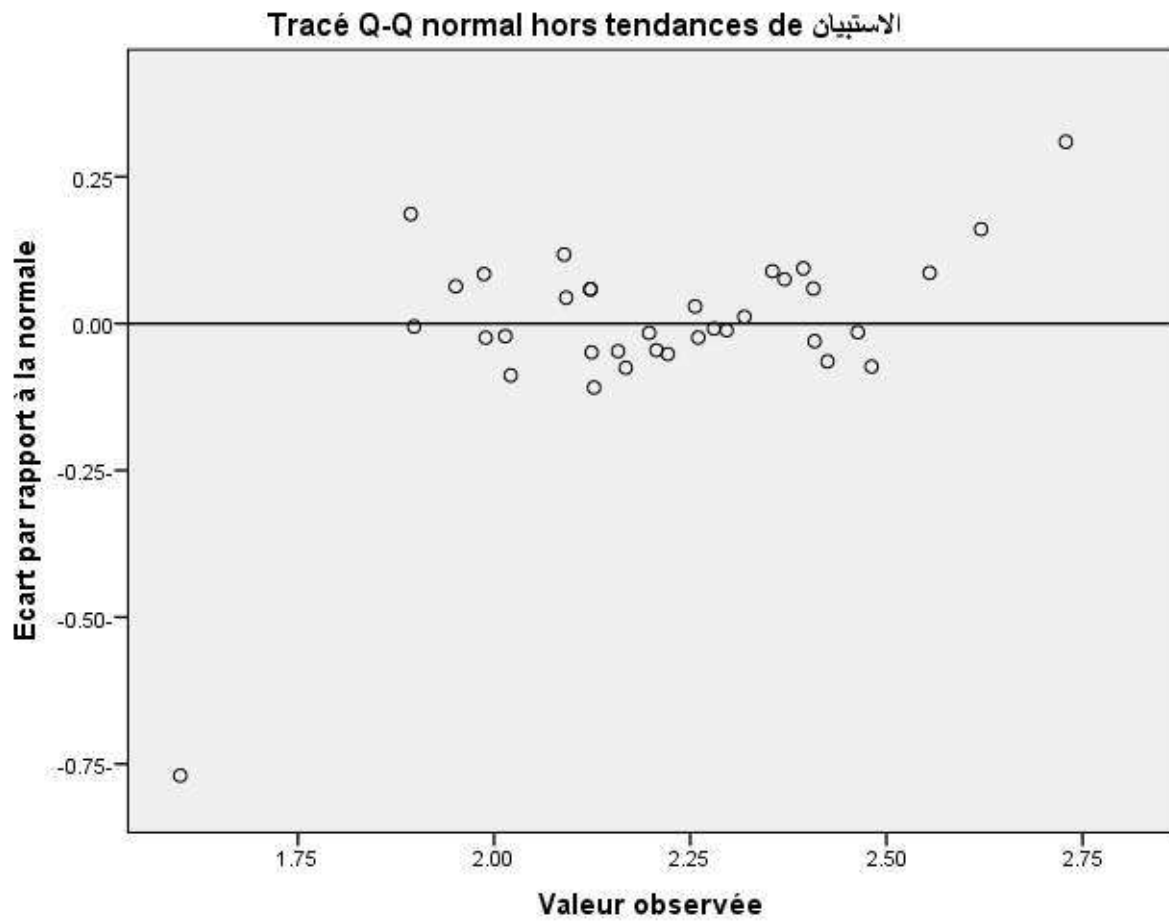
1.00 25 . 5

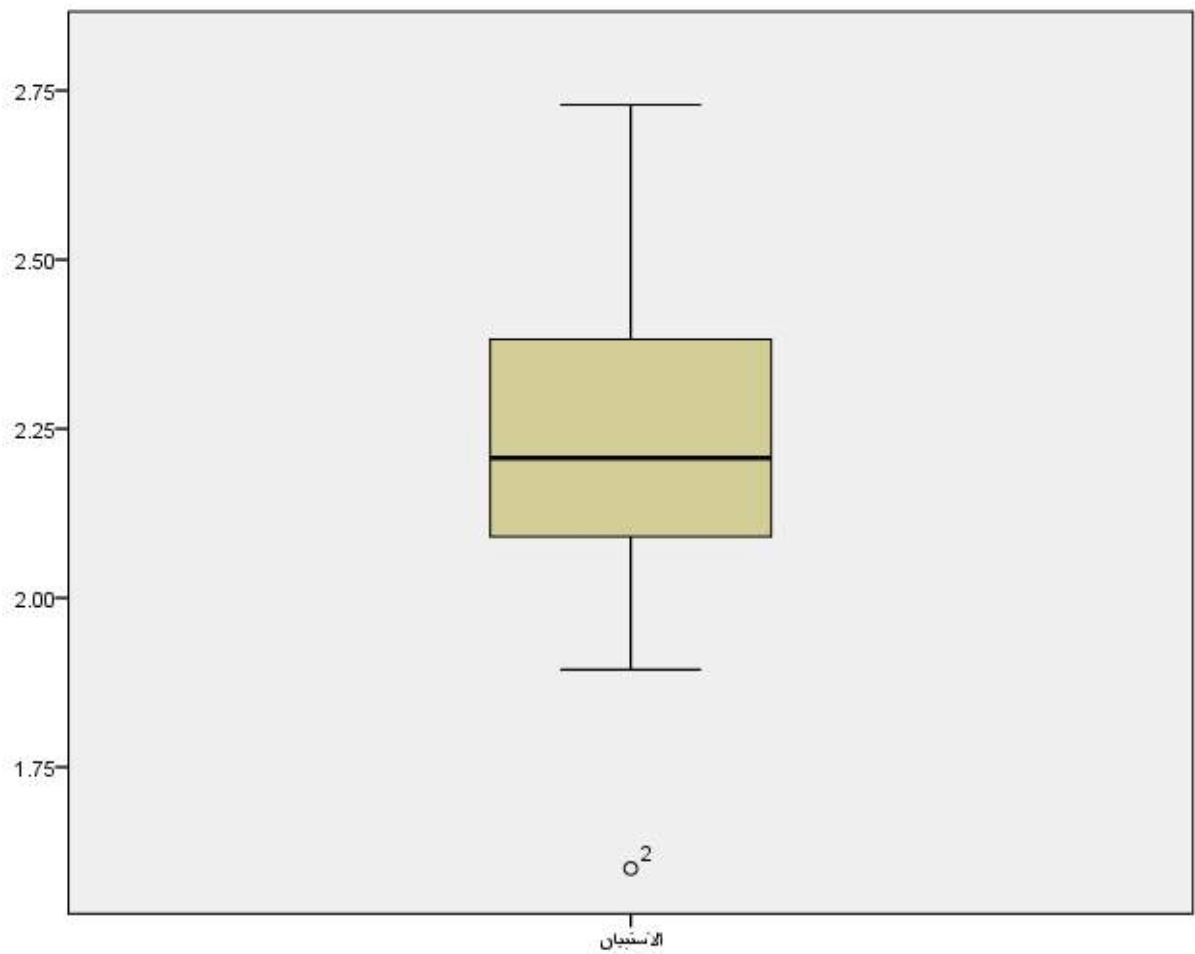
1.00 26 . 2

1.00 27 . 2

Stem width: .10
Each leaf: 1 case(s)







```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT التنافسية
/METHOD=ENTER الفكرية .
```

Régression

Remarques		
Sortie obtenue	03-JUN-2024 10:46:22	
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطالبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير التفريغ.sav

Gestion des valeurs manquantes	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
Syntaxe	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التنافسية /METHOD=ENTER الفكرية.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.09
	Temps écoulé	00:00:00.06
	Mémoire requise	2436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الفكرية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.205	.041	.019	.40712

ANOVA						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	.061	1	.061	9.367	.049
	Résidus	5.470	33	.166		
	Total	5.530	34			

Coefficients					
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.454	.618		3.970	.000
الفكرية	.458	.261	-.105-	1.606	.049

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT التنافسية
  /METHOD=ENTER براءات.
```

Régression

Remarques		
Sortie obtenue		03-JUN-2024 10:56:03
Commentaires		
Entrée	Données	H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\
	Jeu de données actif	sav.تسيير التفريغ Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التناقصية /METHOD=ENTER براءات.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.08
	Temps écoulé	00:00:00.06
	Mémoire requise	2436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	براءات	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.242	.059	.003	.40521

ANOVA

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	.112	1	.112	7.682	.041
Résidus	5.419	33	.164		

Total	5.530	34			
-------	-------	----	--	--	--

Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.507	.520		4.820	.000
براءات	.461	.195	-.142-	2.826	.041

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT التنافسية
/METHOD=ENTER التجارية .

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue	03-JUN-2024 11:03:08	
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التنافسية /METHOD=ENTER التجارية.
Ressources	Temps de processeur 00:00:00.06
	Temps écoulé 00:00:00.18
	Mémoire requise 2436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels 0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	التجارية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.303	.091	.008	.40088

ANOVA

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	.227	1	.227	6.414	.042
Résidus	5.303	33	.161		
Total	5.530	34			

Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.496	.355		7.033	.000
التجارية	0.4198548	.167	-.203-	2.189014	.042

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT التنافسية
 /METHOD=ENTER الجغرافية .

Régression

Remarques

Sortie obtenue		03-JUN-2024 11:10:50
Commentaires		
Entrée	Données	H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.

Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التنافسية /METHOD=ENTER الجغرافية.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.02
	Temps écoulé	00:00:00.14
	Mémoire requise	2436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الجغرافية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.313	.098	.071	.38881

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	.542	1	.542	5.584	.047
	Résidus	4.989	33	.151		
	Total	5.530	34			

Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	t	Sig.
--------	-------------------------------	---------------------------	---	------

	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.710	.339		8.005	.000
الجغرافية	.426	.136	-.313-	2.893192	.047

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT التنافسية
 /METHOD=ENTER الصناعي .

Régression

Remarques		
Sortie obtenue		03-JUN-2024 11:16:45
Commentaires		
Entrée	Données	H:\اعمال الطلبة\اعمال 2024\انصرات\H:\تسيير التفريغ.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.

Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التنافسية /METHOD=ENTER الصناعي.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.05
	Temps écoulé	00:00:00.09
	Mémoire requise	2436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الصناعي	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.457	.207	.044	.39562

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	.365	1	.365	6.334	.041
	Résidus	5.165	33	.157		
	Total	5.530	34			

Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	t	Sig.
--------	-------------------------------	---------------------------	---	------

	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.608	.351		7.427	.000
الصناعي	.523	.149	-.257-	3.528	.041

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT التنافسية
 /METHOD=ENTER التجاري .

Régression

Remarques

Sortie obtenue	03-JUN-2024 12:52:43	
Commentaires		
Entrée	Données	H:\الطلبة\اعمال 2024\انصرات\sav تسيير التفريغ
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	35
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التنافسية /METHOD=ENTER التجاري .	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00.09

Temps écoulé	00:00:00.09
Mémoire requise	2436 octets
Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	التجاري	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.615	.379	.360	.32268

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2.094	1	2.094	20.116	.000
	Résidus	3.436	33	.104		
	Total	5.530	34			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	.760	.300		2.537	.016
	التجاري	.578	.129	.615	4.485	.000