



جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم علوم التسيير

الموضوع:

حماية الملكية الصناعية ودورها في تفعيل المقاولاتية

دراسة ميدانية بمؤسسة "سيم" موزاية - البلدية -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال.

إشراف الأستاذ(ة):

أ. حواسني صليحة

إعداد الطلبة:

- بشري عائشة

- عمر يوسف جميلة

لجنة المناقشة

رئيس اللجنة	
مقررا	
ممتحنا	

السنة الجامعية: 2015 - 2016

الشكر

الحمد لله الذي أعطى كل شيء خلقه ثم هدى، نحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا
فيه على أن وفقنا في إتمام هذا العمل المتواضع
نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذة المشرفة حواسني صليحة
على ما قدمته لنا من نصائح وتوجيهات وإرشادات وتشجيعات
فكانت لنا خير عون وسند في إنجاز هذه المذكرة
كما نتقدم بالشكر إلى مؤسسة "سيم" للصناعات الغذائية الذين لم يخلوا علينا
في تقديم المعلومات الخاصة بدراستنا الميدانية
ونخص بالشكر الأخت إنصاف التي كان لها الفضل في هذه الدراسة الميدانية
كما لا ننسى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد خاصة الأصدقاء وإلى
كل هؤلاء أسمى معاني الشكر والاحترام

أنظر إلى من دونك في الدنيا تسترح

وأنظر إلى من فوقك في العلم تجتهد

إهداء *

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونوري العالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلله الله بالهيئة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون انتظار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار

والذي العزيز

إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني، إلى بسمه الحياة وسر الوجود إلى من كان ذكائها سر نجاحي

وحنانها بلسم جراحي

أمي الحبيبة

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذاكرتي فؤادي

أخواتي

عبد الله، أمينة، زهرة، عائشة، خديجة، شريفة، محمد

وإلى الكتاكيت الصغار

عزيز، أبو بكر، نور الهدى، مايا، عمار، أنفال

إلى الأستاذة الكريمة التي ساعدتني في إنجاز هذا العمل من دون ملل أو كلال

إلى الأخوات اللواتي لم تلهن أمني... إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع الصدق

والصافي إلى من معهم سعدت، وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت إلى من كانوا

معي على طريق النجاح والخير إلى من عرفت كيف أحبهم وعلموني أن لا أضيعهم

عائشة وأشواق

وإلى صديقاتي إيمان ونسيمة ونجاة

جميلة

* إهداء *

إلى من نزلت فيهما الآية الكريمة بعد بسم الله الرحمن الرحيم:
" ووصينا الإنسان بوالديه، حملته أمه وهنا على وهن، وفصاله في عامين، أن أشكر لي
ولوالديك إلي المصير..".

إلى من كان الدليل المنير، إلى من أعطى ولم يطلب، إلى من تمنى لي أكثر مما تمنى لنفسه
إلى من تمنى وصولي إلى هنا ، إلى أعلى الناس: والدي العزيز
إلى ضياء قلبي وسر أخلاقي، إلى البسمة الدائمة، إلى من كانت سندا وعونا وطاقة
وحنانا أُمي الغالية.

إلى من علمتنا معنى أن نكون للعلم أوفياء ولم تبخل علينا بنصائحها وتوجيهاتها القيمة
الأستاذة حواسني صليحة

إلى من أعتز بذكورهم، إلى من ساعدوني وشجعوني، إلى من وضعوا في الثقة الكاملة
أخواتي إبراهيم، علي، فاطمة، مليكة
إلى من كانت لهم مكانة في قلبي بنات خالتي

نجاه وحرورية

إلى من كانت أخلاقهم كريمة ومجالستهم غنيمة ونيتهم سليمة ومفارقتهم أليمة أعز صديقاتي الذين
أحاطوني بمحبتهم واهتمامهم الدائم جميلة، أشواق وإلى إيمان ونسيمة
إلى كل براعم أسرتي

حبيبة، رانيا، محمد، نبيل، بسمة، يعقوب، أشواق، سجود، ليان

إلى جميع أساتذة قسم إدارة أعمال إلى كل طالبة ماستر دفعة 2016
إلى كل الذين يذكورهم قلبي ونساهم لسانني... أهدي هذا العمل المتواضع

عائشة



الملخص

إن حماية الملكية الصناعية هي إحدى العمليات الهامة التي لا يمكن الاستغناء عنها من طرف المؤسسة لحماية ومجابهة كل الأخطار التي قد تحيط بها وهو ما يسمح لها بالنمو والتطور في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة. وحتى يتأتى ذلك، لا بد من أن تمارس بطرق عملية مضبوطة، واضحة ومدروسة، وهذا من شأنه أن يدعم إنشاء المؤسسات بمختلف أحجامها ويعزز مفهوم المقاولاتية الذي أضحى واحدا من المفاهيم الاقتصادية الحديثة، كيف لا والمقاولاتية تعتبر محركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية كونها عبارة عن مجموعة من الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، وذلك بغية إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة وتحمل المخاطر والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع والمساهمة في الحد من ظاهرة البطالة.

الكلمات المفتاحية: حماية الملكية الصناعية، العلامة التجارية، براءة الاختراع والمقاولاتية.

Résumé

La protection de la propriété industrielle est l'un des processus importants qui ne peuvent pas être supprimés par l'entreprise pour se protéger contre tous les dangers qui peuvent l'entourer, ce qui lui permet de s'accroître et se développer au sein des changements économiques actuels. Pour que ceci soit réalisé, il faut appliquer des méthodes bien appropriées et claires, ce qui permettra de soutenir la mise en place d'entreprises de toutes tailles et améliore le concept de l'entrepreneuriat qui est devenu l'un des concepts économiques modernes et un moteur pour le développement économique et social. L'entrepreneuriat est considéré comme un ensemble d'actions et d'opérations sociales menées par l'entrepreneur pour la création ou le développement d'une nouvelle entreprise dans le cadre de la loi, afin de créer la richesse, en prenant l'initiative et supportant les risques et en contribuant à la réduction du chômage.

Mots clés: protection de la propriété industrielle, marques, brevets et entrepreneuriat.

Abstract

The protection of industrial property is an important process that cannot be removed by the company to protect against the dangers that may surround it, which allows it to increase and grow within current economic changes. For this to be achieved, it must be apply the appropriate and clear methods, which will support companies setting up of all sizes and improves the concept of entrepreneurship, which has become one of modern economic concepts and an engine for economic and social development. Entrepreneurship is considered as a set of actions and social operations by the Entrepreneur for the creation or development of a new company under the law to create wealth, taking the initiative and supporting risk and contribute to reducing unemployment.

Keywords: protection of industrial property, trademarks, patents and entrepreneurship.

قائمة

الجداول، الأشكال

والرموز

والمختصرات

1- قائمة الجداول

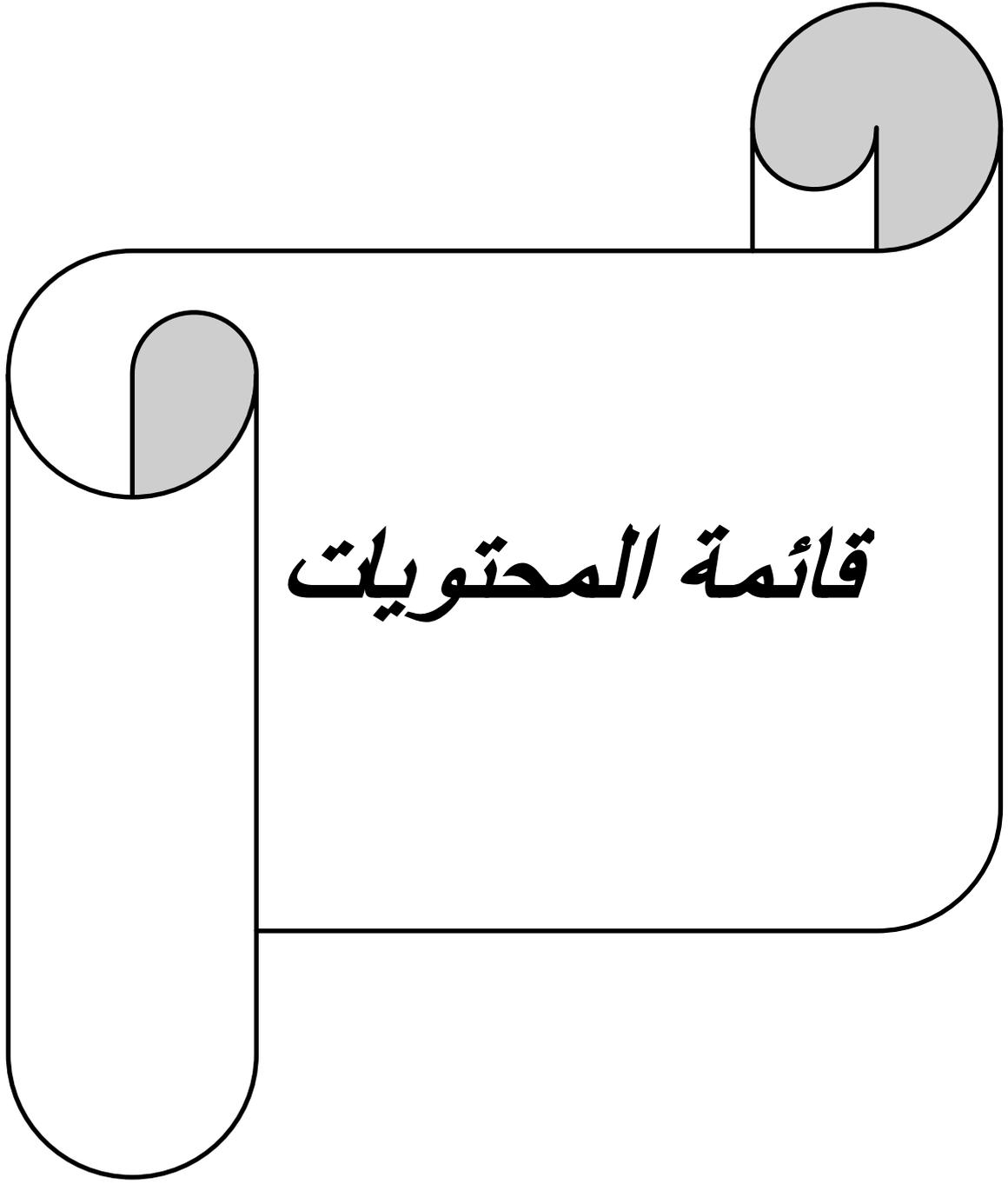
الصفحة	العنوان	الرقم
08	عناصر الملكية الصناعية	01
48	أسواق مؤسسة "سيم"	02
51	جدول مقياس لكارث الخماسي	03
52	جدول معامل الثبات لحماية الملكية الصناعية	04
52	جدول معامل الثبات للمقاولاتية	05
52	جدول معامل الثبات لحماية الملكية الصناعية-المقاولاتية	06
53	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	07
54	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي	08
55	توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الخبرة	09
5	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	10
58	جدول معامل الالتواء لحماية الملكية الصناعية	11
58	جدول معامل الالتواء للمقاولاتية	12
58	جدول معامل الالتواء لحماية الملكية الصناعية-المقاولاتية	13
59	جدول المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	14
60	جدول تحليل التباين للانحدار	15

2- قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي لمجمع "سيم"	47
02	الهيكل التنظيمي لمؤسسة الصناعات الغذائية (المطحنة) "سيم"	47
03	توزيع العينة الدراسة حسب الجنس	53
04	توزيع العينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي	55
05	توزيع العينة الدراسة حسب مستوى الخبرة المهنية	56
06	توزيع العينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	57

3- قائمة الرموز والمختصرات

الرقم	الرمز	التسمية	الصفحة
01	INAPI	INSTITUT NATIONAL POUR LA PROTECTION DE LA PRAPIRIETE INDUSTRIELLE (المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية)	39
02	SIM	LA SEMOULERIR IN/DU/STRIELLE DE LA MITIJA (المطحنة الصناعية للمنتجة)	44
03	Spss	الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية	50
04	CF	معامل الثبات	52
05		معامل الالتواء	58
06	R	معامل الارتباط	60
07	R ²	معامل التحديد	60
08	V	التباين	60
09	DL	درجات الحرية	60



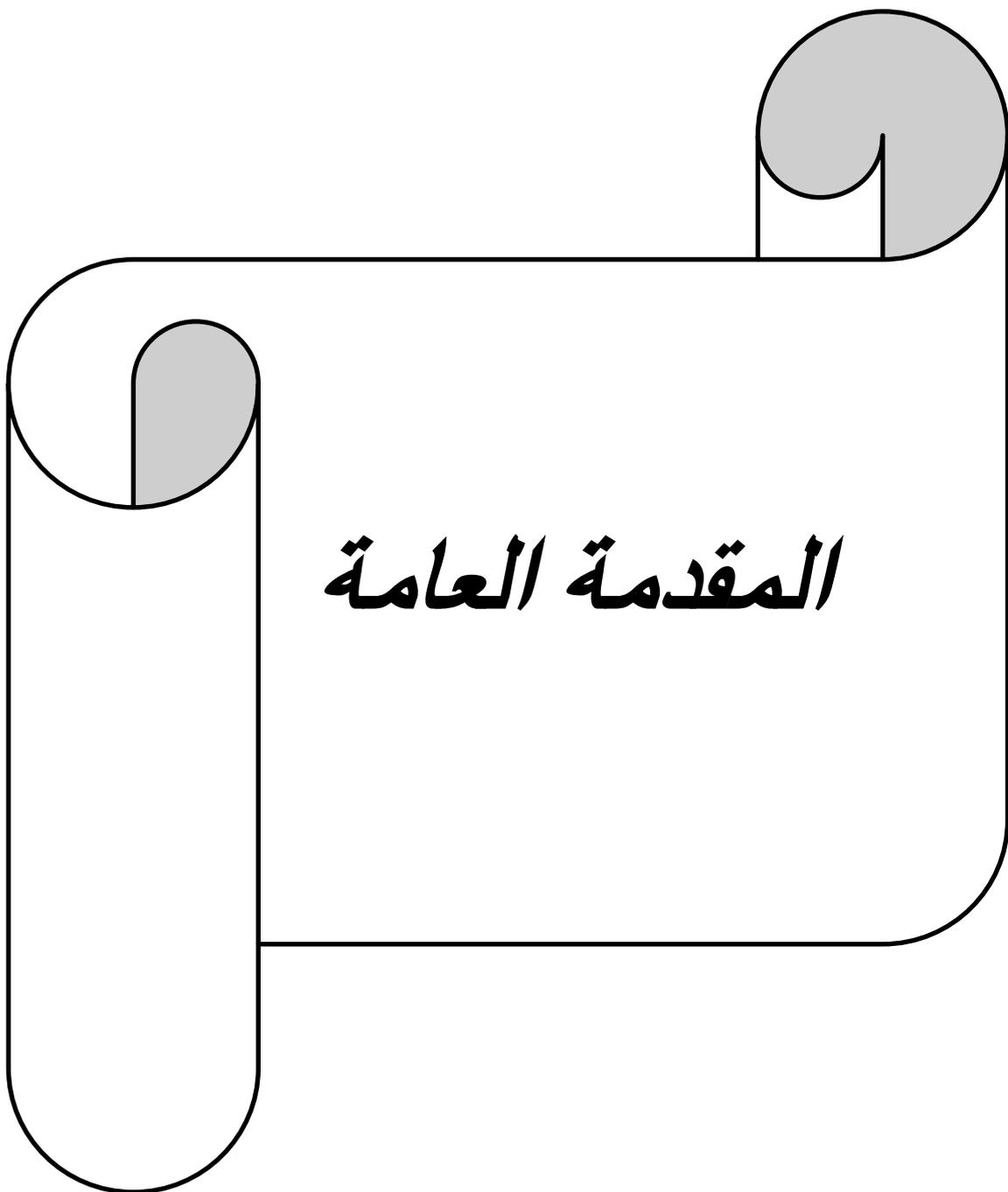
قائمة المحتويات

.....الشكر	
IX	
الإهداء.....	IX
المُلخَص.....	IX
قائمة الجداول.....	VI
قائمة الأشكال.....	VII
قائمة الرموز والمختصرات.....	IX
قائمة المحتويات.....	Ix
المقدمة العامة.....	أ-و
الفصل الأول: مدخل إلى حماية الملكية الصناعية	2
المبحث الأول: عموميات أساسية حول حماية الملكية الصناعية	3
المطلب الأول: تعريف ومفهوم الملكية الصناعية.....	3
الفرع الأول: مفهوم حماية الملكية الصناعية	3
الفرع الثاني: تعريف حماية الملكية الصناعية	3
المطلب الثاني: أهمية، دور وخصائص حماية الملكية الصناعية.....	4
الفرع الأول: أهمية حماية الملكية الصناعية.....	4
الفرع الثاني: دور حماية الملكية الصناعية.....	4
الفرع الثالث: خصائص حماية الملكية الصناعية.....	4
المطلب الثالث: حماية الملكية الصناعية في اتفاقيتي باريس وتريس.....	5
الفرع الأول: حماية الملكية الصناعية في اتفاقية باريس.....	5
الفرع الثاني: حماية الملكية الصناعية في اتفاقية تريس.....	6
المبحث الثاني: عموميات حول العلامة التجارية	9
المطلب الأول: تعريف ومفهوم العلامة التجارية.....	9
الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية.....	9
الفرع الثاني: مفهوم العلامة التجارية.....	9
المطلب الثاني: أهمية وأنواع العلامات التجارية.....	9
الفرع الأول: أهمية العلامة التجارية.....	9

- 10..... الفرع الثاني: أنواع العلامة التجارية.
- 11..... المطلب الثالث: الحماية القانونية للعلامات التجارية.
- 16..... المبحث الثالث: أساسيات حول براءة الاختراع.**
- 16..... المطلب الأول: تعريف ومفهوم براءة الاختراع.
- 16..... الفرع الأول: تعريف براءة الاختراع.
- 16..... الفرع الثاني: مفهوم براءة الاختراع.
- 17..... المطلب الثاني: شروط الحصول على براءة الاختراع.
- 17..... الفرع الأول: الشروط الموضوعية.
- 17..... الفرع الثاني: الشروط الشكلية.
- 18..... المطلب الثالث: الأساس القانوني لحماية براءة الاختراع.
- 19..... خلاصة الفصل الثاني.**
- 21..... الفصل الثاني: الإطار العام للمقاولاتية.**
- 22..... المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية.**
- 22..... المطلب الأول: تعريف ومفهوم المقاولاتية.
- 22..... الفرع الأول: تعريف المقاولاتية.
- 23..... الفرع الثاني: مفهوم المقاولاتية.
- 23..... المطلب الثاني: أهمية وأهداف المقاولاتية.
- 23..... الفرع الأول: أهمية المقاولاتية.
- 24..... الفرع الثاني: أهداف المقاولاتية.
- 24..... المطلب الثالث: أنواع المقاولاتية.
- 26..... المبحث الثاني: الاتجاهات، مقاربات التحليل والنماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي.**
- 26..... المطلب الأول: الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية.
- 26..... الفرع الأول: المقاولاتية كظاهرة تنظيمية.
- 26..... الفرع الثاني: المقاولاتية استغلال للفرص.
- 27..... الفرع الثالث: المقاولاتية ازدواجية بين الثنائية (الفرد-خلق القيمة).
- 28..... المطلب الثاني: مقاربات التحليل.

28.....	الفرع الأول: المقاربة الوظيفية.....
28.....	الفرع الثاني: المقاربة السلوكية.....
28.....	الفرع الثالث: المقاربة العملياتية.....
29.....	المطلب الثالث: النماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي.....
29.....	الفرع الأول: السلوك المخطط.....
29.....	الفرع الثاني: نموذج الحدث المقاولاتي.....
30.....	الفرع الثالث.....
30.....	المبحث الثالث: ماهية المقاول
30.....	المطلب الأول : تعريف ومفهوم المقاول.....
30.....	الفرع الأول: تعريف المقاول.....
31.....	الفرع الثاني: مفهوم المقاول.....
31.....	المطلب الثاني: أهداف وخصائص المقاول.....
31.....	الفرع الأول: أهداف المقاول.....
32.....	الفرع الثاني: خصائص المقاول.....
33.....	المطلب الثالث: الدور الاقتصادي والاجتماعي للمقاول ومساهمة المرأة في ممارسة المقاولاتية.....
33.....	الفرع الأول: الدور الاقتصادي والاجتماعي للمقاول.....
34.....	الفرع الثاني: مساهمة المرأة في ممارسة المقاولاتية.....
35.....	خلاصة الفصل الثاني.....
37.....	الفصل الثالث: واقع حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر دراسة تطبيقية.....
38.....	المبحث الأول: حماية الملكية الصناعية في الجزائر
	المطلب الأول: تطور حماية الملكية الصناعية في الجزائر، أهداف ومهام المعهد الوطني لحماية الملكية
38.....	الصناعية في الجزائر.....
38.....	الفرع الأول: تطور الملكية الصناعية في الجزائر.....
39.....	الفرع الثاني: مفهوم المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية.....
39.....	الفرع الثالث: أهداف المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية.....
39.....	الفرع الرابع: مهام المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية.....
40.....	المطلب الثاني: تطور ممارسة المقاولاتية في الجزائر.....

40.....	المطلب الثالث: قيود المقاولاتية في الجزائر
42.....	المبحث الثاني: البطاقة التعريفية لمؤسسة "سيم"
42.....	المطلب الأول: نشأة مؤسسة "سيم" وهيكلها التنظيمي
42.....	الفرع الأول: تقديم عام لنشأة مجمع "سيم"
43.....	الفرع الثاني: بطاقة فنية عن مؤسسة "سيم" للصناعة الغذائية "المطحنة"
45.....	المطلب الثاني: مهام وأهداف مؤسسة "سيم"
45.....	الفرع الأول: مهام مؤسسة "سيم"
46.....	الفرع الثاني: أهداف مؤسسة "سيم"
47.....	الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة "سيم"
48.....	المطلب الثالث: منتجات، خدمات وأسواق مؤسسة "سيم"
48.....	الفرع الأول: منتجات وخدمات مؤسسة "سيم"
48.....	الفرع الثاني: أسواق مؤسسة "سيم"
49.....	المبحث الثالث: حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر
49.....	المطلب الأول: تأثير حماية الملكية الصناعية في المقاولاتية
49.....	المطلب الثاني: منهجية الدراسة الميدانية
53.....	المطلب الثالث: تحليل نتائج الاستبيان ومناقشتها
62.....	خلاصة الفصل الثالث:
64.....	الخاتمة العامة
67.....	قائمة المراجع
71.....	الملاحق



المقدمة العامة

بقيام الثورة الصناعية في القارة الأوروبية خلال النصف الأخير من القرن التاسع عشر، ظهرت اختراعات حديثة، وأصبح احتكار التكنولوجيا من أهم قيم المشروع الصناعي، وهو ما سمح بظهور ما يسمى بالملكية الصناعية، التي تعد أحد فروع الملكية الفكرية.

وفي سنة 1873 ظهرت حاجة الدول الصناعية إلى حماية حقوق الملكية الصناعية على نطاق دولي عندما أحجم المخترعون الأجانب عن الاشتراك في المعرض الدولي للاختراعات الذي أقيم في مدينة فينينا لسرقة اختراعاتهم واستغلالها تجاريا بدون مقابل، ومع استمرار التقدم العلمي وحدث تغيرات اقتصادية هائلة وتدفق كبير لإنتاج وازدياد حركة المبادلات التجارية بين الدول، وظهور ويزوغ علاقات اقتصادية اقتضى الأمر وضع أنظمة قانونية جديدة لحماية حقوق الملكية الصناعية.

ومما لا شك فيه أنه مع تدويل للاقتصاد الرأسمالي أصبح أمر حقوق الملكية الصناعية عبر الدول أمرا ضروريا بالنسبة إلى رأس المال، لذلك تم التوقيع عام 1883 على اتفاقية باريس بشأن حماية حقوق الملكية الصناعية، التي تضمنت القواعد المنظمة لعناصر الملكية الصناعية أي براءات الاختراع، الرسوم و النماذج الصناعية، العلامات التجارية و الأسماء التجارية، و على إثر التطورات التقنية التي شهدتها العالم المتقدم خلال القرن العشرين تم تعديل أحكام اتفاقية باريس تعديلا جوهريا عام 1967 لذلك يشار للاتفاقية المعدلة باسم اتفاقية باريس 1967، وكذا اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الصناعية تريس 1994.

وأصبح هذا النوع من الحقوق ضرورة ملحة، خاصة في ظل عصر صناعي زراعي متطور، يغذيه العقل و تيسره الآلة و تحكمه التكنولوجيا، لأن الهدف من حماية الملكية الصناعية، هو تعزيز التقدم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمجتمع من خلال حماية السلع والمنتجات من التقليد والسرقة والتزوير والاعتداءات على ممتلكات الغير وإعطاء حق الاستثناء أو التصرف لصاحبها و معاقبة أي متعدي عليها.

وفي سياق آخر، شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصاديين وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي، الذي جعله من أفضل وسائل الإنعاش الاقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلا عن قدرته على الابتكار والإبداع والتجديد وتطوير منتجات جديدة، لذا كان لزاما على الدول العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها، فبالرغم من أن هذه الأخيرة عرفت في الدراسات الاقتصادية منذ نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر إلا أنها لم تعد للواجهة إلا بعد أزمة منتصف السبعينيات وما صاحبها من اضطرابات اقتصادية كثيرة أثرت سلبا على المؤسسات الكبيرة وأدت إلى ارتفاع محسوس في معدلات البطالة نتيجة تسريحها لأعداد هائلة من العمال، مما دفع بالاقتصاديين إلى البحث عن البدائل

الكفيلة بالخروج من تبعيات هذه الأزمة، التي تأتي من خلال العمل على الرفع من درجة مرونة المؤسسات بما يسمح لها بالتأقلم مع تطورات السوق السريعة وذلك بالتخفيف من حجمها وتخفيفها عن نشاطاتها الثانوية من أجل التركيز على مهنتها الأساسية وكذلك التخفيف من نقل هيكلها التنظيمية وقد سمح هذا التحول بفتح مجالات واسعة لإنشاء العديد من المؤسسات ذات الحجم المختلف (الصغير والمتوسط) تنشط في ميادين مختلفة وتدرجيا تم الانتقال من الاهتمام بالمسيرين ومؤسساتهم الكبيرة إلى الاهتمام بالمقاولين وعملية إنشاء المؤسسات الجديدة.

وحظيت المقاولاتية باهتمام كبير كونها تعد كقاطرة أمامية للتنمية الاقتصادية وعنصر أساسي في النسيج الاقتصادي للدول، وأصبح المقاول نموذجا يقتدي به ويعطي دفعة للآخرين للسير على خطاه وبالتالي الزيادة في عدد المشاريع الجديدة مما يؤدي تلقائيا إلى النمو الاقتصادي من خلال تنمية ابتكارات وقطاعات أعمال جديدة.

أما المقاولاتية في الجزائر، هي وليدة الإصلاحات التي اتخذت من قبل السلطات العمومية بداية من 1988 بعد تغيرات خرجت على المستويين الداخلي والخارجي والتي دفعت بالجزائر إلى التوجه نحو تنظيم جديد أساسه تشجيع وتنمية روح المقاولاتية، فبعدها كانت الدولة هي المقاول الوحيد لعقود طويلة تم تحرير النشاط الاقتصادي والمبادرات الخاصة تدريجيا، وتحرير الاقتصاد الجزائري منذ بداية التسعينيات من خلال إصلاحات اقتصادية كان ضمن ما يسمى ببرامج إعادة الهيكلة التي فرضتها المؤسسات المالية الدولية الممولة، جعلت من الدولة المساهمة والمواكبة الرئيسية لمختلف المبادرات وأمام الأزمة الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية التي عرفتتها الساحة الوطنية، تبنت الدولة إصلاحات عديدة هدفت إلى تسكين الأوضاع بالدرجة الأولى من جعلتها خلق أجهزة جديدة للتشغيل وأخرى لخلق مؤسسات صغيرة ومصغرة استجابة للضرورة الاجتماعية من جهة ومباشرة التكيف مع اقتصاد السوق كضرورة اقتصادية من جهة أخرى، إن تطبيق الملكية الصناعية من طرف المؤسسات أصبح ضرورة ملحة لحماية المنتجات وحماية الأفكار من كل تقليد، تزوير وسرقة، مما يجعلها تنمو وتزيد من قدراتها التنافسية فالمعروف أن الاهتمام بالميزات التنافسية ازداد في ظل ازدياد الاندماج الاقتصادي وانفتاح الاقتصاديات على بعضها البعض.

انطلاقا مما سبق ذكره يمكن طرح الإشكالية التالية: "ما مدى تأثير حماية الملكية الصناعية في تحقيق المقاولاتية؟"

انطلاقا من هذا التساؤل الرئيسي يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

الأسئلة الفرعية

انطلاقاً من هذا التساؤل الرئيسي يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية :

الأسئلة الفرعية

1. ما المقصود بحماية الملكية الصناعية و ما هي أهميتها ؟
2. ما هي المقاولاتية ؟
3. فيما تكمن أهمية العلامة التجارية ؟
4. كيف ساهمت حماية العلامة التجارية لمؤسسة "سيم" في نموها، تطورها والوصول إلى ما هي عليه في الوقت الحاضر ؟
5. ما هو هدف المقاول ؟

فرضيات الدراسة

إن الفرضيات تبقى دائماً بمثابة الإجابة المؤقتة عن التساؤلات المطروحة و لا تتحقق صحتها أو خطؤها إلا بعد التحليل، التجريب، التفسير وللإجابة على التساؤلات الفرعية السابقة يمكن اقتراح الفرضيات التالية :

1. الملكية الصناعية هي أحد الأقسام المهمة في الملكية الفكرية وتكمن أهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية وتشجيع الابتكارات الوطنية والبحث والتطوير
2. المقاولاتية تؤدي إلى التخفيف من البطالة وتنمية الاقتصاد .
3. تتمثل أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك ضد أي غش في أصل البضاعة من خلال ضمان جودة البضاعة وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة.
4. ساهمت العلامة التجارية لمؤسسة سيم بتطويرها من خلال تقديمها لمنتجات ذات جودة عالية يستطيع المستهلك الوثوق فيها.
5. المقاول شخص طموح يسعى إلى تطوير مؤسسته ونجاحها ونموها واستمرارها وتحقيق أقصى الأرباح الممكنة.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي :

- ✓ إزالة بعض الغموض حول حماية الملكية الصناعية.
- ✓ معرفة ما إذا كانت للمقاولاتية دور في دفع و تحريك عجلة التنمية الاقتصادية.

مبررات اختيار الموضوع

- ✓ الرغبة في دراسة هذا الموضوع جاء نتيجة لعدم فهمه من طرف معظم المؤسسات الجزائرية.
- ✓ المقاولاتية موضوع شيق لدراسة، والرغبة في الولوج والتعمق أكثر في الموضوع
- ✓ عدم تطبيق الملكية الصناعية في معظم المؤسسات الجزائرية رغم أن الجزائر في طريقها إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية لتجارة.
- ✓ قلة الدراسات ومحدوديتها نسبيا في موضوع المقاولاتية.

أهمية الدراسة

- ✓ تتجلى أهمية الدراسة في كون حماية الملكية الصناعية هي الركيزة الأساسية في حماية منتجات المؤسسة من التقليد والسرقة، مما يجعلها تنمو وتتطور لتساهم في بناء اقتصاد فعال وتنمية اجتماعية مستدامة
- ✓ يركز موضوع الدراسة حول متغيرين أساسيين، هما حماية الملكية الصناعية والمتغير التابع لها والمتمثل في المقاولاتية لذا فإن أهمية البحث تأتي من أهمية هذان المتغيران في تفعيلهما وترابطهما لخدمة القطاع الاقتصادي.

الدراسات السابقة

- 1- الجودي محمد علي، "نحو التطوير المقاولاتية من خلال التعلم المقاولاتي"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، الاجتماعية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سنة 2014/2015.
- 2- بدرابي سفيان، "ثقافة المقاول لى الشباب الجزائري المقل"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د، تخصص علم الاجتماع، التنمية البشرية، شعبة علم الاجتماع، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، تلمسان، الجزائر، سنة 2014/2015.
- 3- بن دريس حليلة، "حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري"، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بلكايد، تلمسان، سنة 2013-2015.

- 4- الزهرة عباوي، "المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاتلة وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تنظيم وعلم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 02، الجزائر، سنة 2014/2015.
- 5- دباح نادية، "دراسة واقع المقاتلات في الجزائر وآفاقها"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، سنة 2011/2012.
- 6- شلوف فريدة، "المرأة المقاتلة في الجزائر"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، قسم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، سنة 2008/2009.
- 7- عدمان رقية، "المرأة المقاتلة وتحديات النسق الاجتماعي"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع، الجزائر، سنة 2007/2008.
- 8- لونيسي ريم، "المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاتلة في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة سطيف 02، الجزائر، سنة 2014/2015.
- 9- مناد لطيفة، "المرأة المقاتلة والمشاركة الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإحصاء الوصفي، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان الجزائر، سنة 2013/2014.

حدود الدراسة

ولقد تم القيام بتربص قصير المدى لمدة ثلاثة أشهر في مؤسسة "سيم" انطلاقا من 5 جانفي 2016 إلى غاية 4 أفريل 2016.

منهج الدراسة المتبع والأدوات المستخدمة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يناسب الجانب النظري للموضوع، بحيث يدرس ظاهرة تأثر المقاتلات بحماية الملكية الصناعية وكذا المنهج القياسي (الإحصائي) في الجانب التطبيقي للدراسة باستخدام SPSS.

استعراض الخطة المتبعة في الدراسة

من أجل تغطية الموضوع تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول منها فصلين نظريين وفصل أخير مخصص لدراسة الحالة



الفصل الأول جاء تحت عنوان المدخل حماية الملكية الصناعية وقد قسم إلى ثلاث مباحث، بحيث المبحث الأول يتضمن ماهية حماية الملكية الصناعية أما المبحث الثاني فهو يتعلق بعموميات حول العلامة التجارية بينما المبحث الثالث فهو مخصص لأساسيات حول براءة الاختراع.

الفصل الثاني يركز على موضوع المقاولاتية الذي قسم إلى ثلاث مباحث، فالمبحث الأول هو خاص بالإطار العام للمقاولاتية أما المبحث الثاني فهو يشير إلى الاتجاهات، مقاربات التحليل والنماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي، فيما يتضمن المبحث الثالث ماهية المقاول.

أما الفصل الثالث والأخير فهو خاص بواقع حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر دراسة تطبيقية، وهو بدوره قسم إلى ثلاث مباحث فالمبحث الأول يتضمن الملكية الصناعية في الجزائر أما المبحث الثاني يخص بطاقة تعريفية عن مؤسسة "سيم" أما المبحث الثالث والأخير فسيتناول علاقة الملكية الصناعية بالمقاولاتية.

الفصل الأول

مدخل إلى حماية
الملكية الصناعية

تمهيد

إن ظهور الملكية الصناعية يرجع إلى العصور الوسطى، على إثر ظهور الثورة الصناعية في بريطانيا وبداية انتشار وتدويل التجارة.

ولقد ازداد الاهتمام بحماية حقوق الملكية الصناعية بسبب إدراك حقيقة أن التقدم الاقتصادي أصبح كثيف العلم والتكنولوجيا، وأصبحت القدرات التكنولوجية التي تعتمد على البحث والتطوير من أهم مكونات القدرات التنافسية التي ازداد الاهتمام بها في ظل ازدياد الاندماج الاقتصادي وانفتاح الاقتصاديات على بعضها البعض، هذا ما أدى إلى قيام نظام قانوني جديد حدد حقوق الملكية الصناعية لدى الدول التي ما لبثت تسن التشريعات الخاصة بحماية الاختراعات، والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والأسماء التجارية.

في هذا الفصل تم التطرق إلى دراسة الملكية الصناعية بأهم أنواعها ألا وهما العلامات التجارية وبراءة الاختراع لتداولهما في مختلف دراسات الملكية الصناعية واهتمام الكثير من الاقتصاديين بهما في الوقت الراهن. وقد قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث يتضمن كل واحد منهما ثلاثة مطالب.

وتتمثل هذه المباحث في:

المبحث الأول: ماهية حماية الملكية الصناعية؛

المبحث الثاني: عموميات حول العلامة التجارية؛

المبحث الثالث: أساسيات حول براءة الاختراع.

المبحث الأول: ماهية الملكية الصناعية

سيتم استعراض في هذا المبحث تعريف ومفهوم حماية الملكية الصناعية وذلك في المطلب الأول وفي المطلب الثاني أهمية وأهداف وخصائص حماية الملكية الصناعية أما المطلب الثالث والأخير فيتضمن حماية الملكية الصناعية في اتفاقتي باريس وتريس.

المطلب الأول: تعريف ومفهوم حماية الملكية الصناعية

الفرع الأول: تعريف حماية الملكية الصناعية

- 1-تعريف الفقه للملكية الصناعية: تعرف بأنها حقوق استنثار صناعي وتجاري وتخول صاحبها أن يستأثر قبل الكافة باستغلال ابتكاري جديد أو استغلال علامة مميزة.¹
- 2-تعريف القانون للملكية الصناعية: هي تلك الحقوق التي ترد على مبتكرات جديدة أو على شارات مميزة تستخدم إما في تمييز المنتجات أو تمييز المنشآت التجارية.²
- 3-تعريف الملكية الصناعية في التشريع الجزائري: يقصد بالملكية الصناعية مختلف الحقوق التي تكون ثمرة النشاط الإبداعي الخلاق للفرد في مجال الصناعة والتجارة، وهي تخول لصاحبها سلطة مباشرة على ابتكاره.³

الفرع الثاني: مفهوم حماية الملكية الصناعية

يشمل مصطلح الملكية الصناعية الحقوق التي ترد على بعض المنقولات المعنوية ولكن متمثلة في براءات الاختراع، الرسوم، النماذج الصناعية، العلامات التجارية والأسماء التجارية. ونظرية الملكية الصناعية حديثة النشأة ولذلك لم تظفر بالعناية الضرورية من طرف المفكرين رغم أهميتها العملية القصوى في العصر الحاضر الذي تتجه فيه الدول إلى التصنيع. وهي ربيبة حرية التجارة والصناعة، لأنها تنحصر في التنظيم القانوني للمنافسة بين المنتجين.⁴

¹ محمد، حسني، عباس، "الملكية الصناعية والمحل التجاري"، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر طبعة 1971، ص 196.

² محمد، حسنين، "الوجيز في الملكية الفكرية"، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، الطبعة 1985، ص123.

³ بن دريس حليلة، "حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2013/2014 ص85.

⁴ محمد كمال طه، وائل أنور بندق، "أصول القانون التجاري"، دار الفكر الجامعي، مصر، طبعة 2006، ص 694.

المطلب الثاني: أهمية، دور وخصائص حماية الملكية الصناعية

الفرع الأول: أهمية حماية الملكية الصناعية

تساهم الملكية الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تشجيع الابتكارات الوطنية وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يمثل مصدرا رئيسيا لنقل التكنولوجيا. كما يعمل نظام الملكية الصناعية أيضا على خلق إطار تستطيع الدول النامية من خلاله المشاركة في الأنشطة الاقتصادية للعالم المتقدم ويتم قياس فرص جذب الاستثمارات الخارجية للدول بمدى تطبيقها لأنظمة حماية الملكية الفكرية، وحماية الملكية الصناعية تنهض بالتنمية الاقتصادية فهي تمد المعلومات المتعلقة بالبراءات، السبيل أمام نقل التكنولوجيا والاستثمار وتشجيع البحث والتطوير في الجامعات ومراكز الأبحاث وتعمل عمل الحافز للتكنولوجيا والمشروعات التجارية الجديدة وتعتمد الشركات إلى جمع البراءات والانتفاع بها في عقود الترخيص والمشروعات المشتركة، وتصبح البراءات إذا استعملت على نحو سليم محركات فعالة للابتكار والبحث والتطوير فتعود بالنفع على الاقتصاد.

الفرع الثاني: دور حماية الملكية الصناعية

يكمن دور حماية الملكية في العلامات التجارية في جعلها كأداة فعالة تساعد على إيصال صورة متكاملة عن المنتجات، كما أنها تساعد على تعريف مصدر المنتجات والتكنولوجيا. ولها دور استراتيجي في الشركات على مستوى التسويق وأغراض الترويج والذي بدوره يساهم في تعزيز المبيعات والمنتجات ويمكن تجديدها بلا نهاية.¹

الفرع الثالث: خصائص الملكية الصناعية

- ✓ يجوز للمالك أن يستعمل ما يملكه كيف يشاء وأنه لا يمكن للغير قانونا أن يستعمل ملكيته وبطبيعة الحال هنالك بعض الحدود المعترف بها عموما لممارسة ذلك الحق؛
- ✓ براءات الاختراع: تحمي الاختراعات على وجه الخصوص بالبراءات التي يطلق عليها أيضا مصطلح الحماية القانونية للاختراعات وذلك في 140 بلد حيث تمنح هذه الحماية عن طريق البراءات بالرغم من أن هناك عددا قليلا من البلدان التي يجوز فيها أيضا منح الحماية بوسيلة أخرى خلاف البراءات؛
- ✓ إذا صنع شخص شيئا ما ويظن أنه اختراع، وجب عليه أن يتوجه إلى الحكومة بإيداعه طلبا لدى مكتب البراءات حتى تصدر له سندا يوصف فيه الاختراع ويذكر فيه بأنه صاحب البراءة؛

¹ نصيرة قريشي، جميلة مديوني، "رأس المال الفكري وحقوق الملكية الفكرية"، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال في الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف يومي 13 و14 ديسمبر 2011.

- ✓ صاحب البراءة محمي من أي استغلال للبراءة بناء على المادة 33 من اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة أو لا يجوز أن تنتهي مدة الحماية قبل انقضاء 20 سنة من تاريخ الإيداع؛
- ✓ تحمي الرسوم والنماذج من الاستنساخ المصرح به وبناء على المادة 03_26 من اتفاق تريس كما يجب أن تبلغ مدة الحماية المتاحة 10 سنوات على الأقل؛
- ✓ العلامة التجارية لا تستعمل عادة من جانب مشروع واحد فقط لأن بإمكان مالك العلامة التجارية أن يمنح تراخيص لمشروعات أخرى تستخدم نفس العلامة، لذلك يتعين على المرخص لهم احترام معايير النوعية التي يتبعها صاحب العلامة وغالبا ما تستعمل لمشروعات تجارية.¹

المطلب الثالث: حماية الملكية الصناعية في اتفاقيتي باريس وتريس

الفرع الأول: حماية الملكية الصناعية في اتفاقية باريس

تعتبر اتفاقية باريس بمثابة الدستور فيما يتعلق بالحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية، حيث أنها تمثل أولى الاتفاقيات الدولية في هذا المجال، وتضم القواعد الأساسية للحماية الدولية لكل عناصر الملكية الصناعية ولا تقتصر على عنصر واحد فقط.

النصوص الموضوعية في اتفاقية باريس يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

- 1- مبدأ المعاملة الوطنية: بحسب هذا المبدأ يجب أن يتمتع رعايا كل دول اتفاقية باريس في جميع دول الاتفاقية الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول للمواطنين وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. مواطني الدول غير الأعضاء في اتفاقية باريس يتمتعون أيضا بحق المعاملة الوطنية تحت الاتفاقية إذا كانوا مقيمون أو كان لديهم منشأة تجارية أو صناعية حقيقية في إحدى دول الأعضاء.
- 2- مبدأ الأسبقية: تنص الاتفاقية على مبدأ الأسبقية فيما يتعلق ببراءات الاختراع، نماذج المنفعة، العلامات والنماذج الصناعية.

هذا المبدأ يعني أنه يكون للذي يودع للمرة الأولى طلبا للتسجيل أحد عناصر الملكية الصناعية في إحدى دول الأعضاء بالاتفاقية الحق بالأسبقية، خلال مدة 12 شهرا بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة 6 أشهر بالنسبة للعلامات والنماذج الصناعية، لتقديم نفس طلب الإيداع في أي دولة أخرى عضو في الإتحاد ويعتبر هذا الطلب وكأنه قدم بتاريخ الإيداع الأول.

- 3- قواعد الحماية: اتفاقية باريس تنص على مجموعة من القواعد التي يجب على الدول الأعضاء إتباعها في حماية عناصر الملكية الصناعية أهمها ما يلي:

¹ منتدى الأعباء العربي، من إعداد المكتب الدولي للويبو (02-01-2001). http://alarabicclub.org/index.php?p_id=213&id=120.

3-1 بالنسبة لبراءات الاختراع: يعني منح براءة معينة عن اختراع في دولة متعاقدة لا يلزم باقي الدول الأعضاء على منح براءة لذات الاختراع، أيضا منح البراءة في الدول الأعضاء لا يمكن أن ترفض، أو تبطل أو تنتهى لأن البراءة عن ذات الاختراع قد تم رفضها أو إبطالها أو إنهاؤها في أي دولة أخرى.

3-2 بالنسبة للعلامات: اتفاقية باريس لا تتعرض لشروط وإجراءات تسجيل العلامات التي تبقى خاضعة للتشريع الوطني لكل دولة من دول الأعضاء، هذا مبني على القاعدة الأساسية في قانون العلامات التجارية وهي الإقليمية أو الوطنية، وبناءا عليه لا يجوز رفض طلب تسجيل مقدم من أي رعايا دول الأعضاء في دولة أخرى، أو أن يتم إبطال تسجيل قائم لسبب أن العلامة لم يتم التقدم بطلب تسجيلها في بلد منشأ.

3-3 النماذج الصناعية: تنص اتفاقية باريس على وجوب حماية النماذج الصناعية في كل من دول الأعضاء وأن الحماية يجب أن لا ترفض لأن المواد التي تضم النموذج لم يتم تصنيعها في البلد الذي تطلب الحماية فيه.

3-4 الأسماء التجارية: تنص اتفاقية باريس على وجوب حماية الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزءا من علامة تجارية أم لم يكن.

3-5 بيانات مصدر المنتجات: تنص الاتفاقية على وجوب اتخاذ الإجراءات اللازمة في كل بلد عضو لمنع الاستخدام المباشر أو غير المباشر لبيانات مصدر المنتجات غير الحقيقية سواء تعلق ذلك بمصدر منتجات أو بشخصية المنتج أو غير ذلك.

3-6 المنافسة غير مشروعة: اتفاقية باريس تنص على قواعد عامة فيما يتعلق بالمنافسة غير مشروعة وعلى الرغم من أهمية هذه المبادئ العامة ومن أنه قد تم تبنيها لاحقا كما هي في الكثير من القوانين الوطنية إلا أنها قليلا ما تحضي بنفس الاهتمام الذي تحضي به بقية مواد الاتفاقية.

الفرع الثاني: حماية الملكية الصناعية في اتفاقية تريرس

هي إحدى الاتفاقيات التي تمت الموافقة عليها في جولة الأورجواي من المفاوضات التي تمت ضمن إطار المفاوضات حول الاتفاقية العامة والتجارة (الجات) والتي انتهت عام 1994.

التريرس كما يشير اسمها (اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من الملكية الفكرية) تضم مجموعة من القواعد والمعايير القانونية في قانون الملكية الفكرية التي تعتبر ذات أهمية لدعم التجارة والاستثمار الأجنبي.¹

ومن الجدير بالذكر أن اتفاقية تريرس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواها وتختلف اتفاقية تريرس في هذا الخصوص عن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 وتعديلاتها فاتفافية

¹ سيد كنعان الأحمر، "الحماية الدولية للملكية الصناعية من اتفاقية باريس إلى اتفاق جوانب الحقوق الملكية المتصلة بالتجارة"، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة لتدريس طلاب الحقوق في الجامعة الأردنية، من 6 إلى 8 أبريل 2004.

باريس شأنها في ذلك شأن اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية 1886 وتعديلاتها تتضمن نصوصا ذاتية التنفيذ تعتبر أحكامها جزءا من القانون الداخلي بمجرد المصادقة عليها.

ومن الجدير بالذكر أنه يشترط لقبول عضوية أي دولة أو إقليم جمركي منفصل يملك استقلالاً ذاتياً كاملاً في منظمة التجارة العالمية أو يقبل اتفاقية مراكش لإنشاء منظمة التجارة العالمية والاتفاقيات التجارية متعددة الأطراف، ومن هذه الاتفاقيات اتفاقية ترينس وهي واردة في الملحق واحد من ملاحق اتفاقية مراكش، ومن ثم فإن قبول أي دولة عضو في منظمة التجارة العالمية مشروط لقبولها اتفاقية ترينس وكافة الاتفاقيات متعددة الأطراف الأخرى، وبالتالي فإن الاتفاقية تعتبر جزءاً من صفقة واحدة تشمل كافة الاتفاقيات متعددة الأطراف التي أسفرت عنها جولة الأرجواي ولقد ذكرت الفقرة الثانية من المادة الأولى من الاتفاقية أنه حيثما يرد اصطلاح الملكية الفكرية في اتفاقية ترينس فهو يشير إلى فروع الملكية التي تناولتها الأقسام من 1 إلى 7 من الجزء الثاني من الاتفاقية وهي:

حقوق المؤلف و حقوق المتعلقة بها، العلامات التجارية، براءات الاختراع، التصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة، المؤشرات الجغرافية، حماية المعلومات السرية، ويتضح من ذلك الطبيعة الشاملة لاتفاقية ترينس. أما في الفقرة الثالثة من المادة الأولى فقد أوجبت على الدول الأعضاء تطبيق المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية على مواطني البلدان الأعضاء الأخرى في منظمة التجارة العالمية ومن في حكمهم التمتع بالحد الأدنى من مستويات الحماية التي تقرها اتفاقية ترينس.¹

¹ حسام الدين الصغير، "الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية من اتفاقية باريس إلى اتفاقية ترينس"، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، القاهرة، من 29 إلى 31 جانفي 2007.

الفصل الأول: مدخل إلى حماية الملكية الصناعية

ومن خلال ما تم ذكره سابقا سوف يتم التطرق إلى شرح وجيز لأنواع الملكية الصناعية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 01: عناصر الملكية الصناعية

عناصر الملكية الصناعية	أهم الفروق بين هذه التسميات
العلامة التجارية	العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضاعته أو خدماته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة.
براءة الاختراع	هي أي فكرة إبداعية يتوصل إليها المخترع في أي من الحالات التقنية وتعلق بمنتج أو بطريقة صنع أو بكليهما تؤدي عمليا إلى حل مشكلة معينة في أي من الحالات
التصميمات والنماذج الصناعية	تعتبر تصميمًا أو نموذجا صناعيا كل ترتيب للخطوط وكل شكل مجسم بألوان أو بغير أو إذا اتخذ مظهرا مميزا يتسم بالجدة وقابل للاستغلال الصناعي.
الأسماء التجارية	الاسم التجاري هو الاسم الذي يستخدمه التاجر فردا كان أو شركة لتمييز محله التجاري عن نظائره.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، مرجع سبق ذكره، ص ص 699-745.

المبحث الثاني: عموميات حول العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية الصناعية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دوراً هاماً في نجاح المشروع التجاري، وينظر إليها على أنها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكيها حق الاستعمال والاستغلال والتصرف قانوناً وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى تعريف العلامة التجارية ومفهومها في المطلب الأول وفي المطلب الثاني أهمية وأنواع العلامة التجارية أما في المطلب الثالث سيتم الإشارة إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية.

المطلب الأول: تعريف ومفهوم العلامة التجارية

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

تعرف بأنها إشارة محسوسة توضع على المنتج أو الخدمة لغرض تمييزه عن ما يشتبه به من منتجات منافسة أو ما يقدم الغير من خدمة.¹
العلامة التجارية هي كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة.²

الفرع الثاني: مفهوم العلامة التجارية

هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو صور الأشكال المميزة للسلع أو توضيحيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره.³

المطلب الثاني: أهمية وأنواع العلامات التجارية

الفرع الأول: أهمية العلامة التجارية

تحتل العلامة التجارية أهمية متميزة في النشاط التجاري وفي ظل التجارة الحرة التي يزداد نطاقها يوماً بعد يوم وإذا ما تم النظر إليها نظرة اجتماعية فهي تهدف إلى حماية المستهلك ضد أي غش أو خداع في أصل

¹ نوري حمد خاطر، "شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 1 2005، ص 265.

² سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، دار النهضة، القاهرة، الطبعة 09، سنة 2013، ص 233

³ بن دريس حليلة، "حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2013/2014، ص 99.

- البضاعة وعائدها ونوعيتها، وتهدف في هذا المجال أيضا إلى تحسين الوظيفة الصناعية وحماية الاقتصاد الوطني من خلال ضمان جودة البضاعة وتحديد مصدر المنتج الحقيقي، وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة.
- ✓ إن الأهمية الاقتصادية لها دلالة واضحة على تطور الاقتصادي باعتباره اقتصادا حديثا، وهي لا تختلف من هذا الجانب عن الإعلانات التجارية الشائعة في المجتمع الآن فهي تخلق حالة نفسية لدى المستهلك إذ لا يشتري البضاعة إلا إذا كانت تحمل علامة معينة يثق بها هو؛¹
- ✓ تكمن أهمية العلامة التجارية من خلال وظائفها التي تؤديها فتعطي للمنتجات أو للبضائع أو للخدمات ذاتيتها التي تميزها عن غيرها بكل يسر وسهولة، حيث أنها تحدد المصدر الشخصي والإقليمي لها؛
- ✓ أصبحت العلامة التجارية تمثل تجسيدا للسمعة التجارية للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة في ميدان العمل التجاري، فبالتالي تعزز روح المبادرة في العالم وذلك من خلال سعيهم إلى تحسين وتطوير منتجاتهم واكتساب ثقة المستهلكين، فكلما زادت جودة البضاعة ازدادت شهرة تلك العلامة؛
- ✓ تعتبر العلامة التجارية أحد الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي؛
- ✓ تمكن العلامة التجارية صاحبها من مراقبة بيع السلع التي تحملها بالشروط والأسعار المحددة لتأكد من أنها وضعت على البضائع المخصصة لها حتى لا تختلط بمثيلاتها.²

الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية

إن أنواع العلامات الرئيسية هي علامة صناعية وعلامة تجارية وعلامة الخدمة وتحت هذا التقسيم توجد مسميات أخرى للعلامة لم يحددها القانون تفصيلا، لكن أشار إليها تبعا مثل العلامة الجماعية وعلامة المشروع والعلامة المشهورة وغيرها.

1-العلامة الصناعية: تنتمي العلامة الصناعية إلى المشاريع الصناعية التي تصنع منتجات وتختار علامة لها، وتظهر المشكلة في هذه العلامة إذ يصنع المنتج من مواد أولية لها علامة أيضا فيكون ملزما باختيار علامة خاصة به مع المحافظة على علامة المواد الأولية، وتصبح العلامة مركبة ويطلق على العلامة الأولى العلامة المرادفة، وقد يحدث الخلاف عندما لا يختلف المنتج النهائي المصنوع عن المواد الأولية، ولاشك بأن تكون المشكلة أكبر عندما يكون المنتج الثاني المصنوع رديئا بالنسبة للمنتج الأول فيحق لصاحب المنتج الأول الاحتجاج على الإساءة لعلامته.

¹ صلاح الدين، "المدخل إلى الملكية الفكرية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2004، ص255

² إيناس مازن فتحي الجبارين، "الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية"، رسالة ماجستير، في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص ص 30-32.

2- العلامة التجارية: تهدف العلامة التجارية إلى تأمين توزيع المنتج لا بيان جهة تصنيفه، بحيث تعطي فرصة للمستهلك في اختيار المنتج الذي يفضله بالنظر لعلامته التجارية ومعرفة مصدر موزعه إذ كان محلا كبيرا أو صغيرا، ويطلق على هذه العلامة أحيانا بعلامة التوزيع، ويمكن أن يحتوي المنتج على علامة صناعية أو علامة تجارية.

3- علامة المشروع: إن علامة المشروع مصطلح جديد شاع استعماله في الولايات المتحدة الأمريكية، الهدف منه ليس تمييز بضاعة معينة بل إبراز مشروع تجاري، قياسا إلى منافسة وتظهر هذه العلامة من خلال الشعار (logo) ولا تختلف عن علامة البضائع لكنها تحتل محل الاسم التجاري للموضوع.

4- علامة الخدمة: تستخدم علامة الخدمة من التجار الذين يقدمون خدمات للجمهور والهدف هو إبراز الخدمة بشكل محسوس مثل وضع بطاقة *étiquette* على حقائب المسافرين أو غرف الساكنين في فندق معين أو توضع على سيارة صاحب الكراج أو صاحب محل الصيانة، و تقترب هذه العلامة من الاسم التجاري ويحصل بينهما لبس أحيانا.

هذه العلامات تخضع إلى قواعد تحتاج إلى توضيح وظيفة كل واحدة منهن، مع استخدام مصطلح العلامة التجارية لكل هذه الأنواع لأن التسمية هذه مشتركة بينهن.¹

المطلب الثالث: الحماية القانونية للعلامة التجارية

تنص المادة 1\2 من اتفاقية ترينس على أنه فيما يتعلق بالإجراء الثاني والرابع من الاتفاق الحالي تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من 1 حتى 12 والمادة 19 من معاهدة باريس لعام 1967. ومن ثم فإن الأحكام الموضوعية الخاصة بالعلامات التجارية والواردة في اتفاقية باريس تعتبر ملزمة لجميع أعضاء منظمة التجارة العالمية، بغض النظر عما إذا كانوا أعضاء في اتفاقية باريس وذلك في الحدود المنصوص عليها في المادة 1\2 من اتفاقية ترينس، وإذا كانت قد استحدثت أحكاما موضوعية وإجرائية في شأن حماية العلامات التجارية، لم تمس بالتغيير أو بالإلغاء بعض نصوص اتفاقية باريس السارية على المستوى الدولي، كما أقرت أيضا كل من مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الدولة الأفضل بالرعاية.

¹ نوري حمد خاطر، مرجع سبق ذكره، ص ص 268-269.

وفيما يلي أهم ما استحدثته اتفاقية ترس في شأن حماية العلامات التجارية من حيث العلامات التجارية موضوع الحماية، تسجيل العلامات التجارية، إيداع العلامات التجارية الحقوق التي ينشئها التسجيل والترخيص والتنازل عن العلامة التجارية.¹

1- العلامات التجارية موضوع الحماية

على خلاف اتفاقية باريس للملكية الصناعية لعام 1967 فإن اتفاقية ترس نصت في المادة 115 على تعريف واسع للعلامات التجارية التي يمكن شمولها بالحماية القانونية فوقاً لاتفاقية ترس فأى شارة يمكن أن تشكل علامة تجارية بشرط أن تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات. وتضمنت الفقرة الأولى سالفه الذكر القائمة بالعلامة التجارية الأكثر انتشاراً، حيث أن النسخة الإنجليزية من ذلك النص وردت فيها عبارة *sin particulaire* خاصة منها، فهذه المادة ذكرت أهم صور العلامات التجارية، دون تحديدها بشكل مانع وجامع. ومن الشارات التي نصت عليها تلك المادة، باعتبارها علامة تجارية التي تشمل أسماء شخصية والحروف والأرقام ومجموعات الألوان وأي فروع من هذه العلامات. ويلاحظ على هذا التعداد عدم شموله كما يعرف بالعلامات الجسمية وهي التي ترد عادة على شكل السلعة نفسها أو كيفية تغليفها، وذلك على الرغم من أهمية القصوى، ولا بد من التأكيد مرة أخرى، أن اتفاقية ترس جاءت فقط بأمتثلة للشارات التي تصلح لأن تكون محلاً للحماية كعلامة تجارية، ولكن لا مانع من إضافة الحماية على علامات أخرى لم ترد في نص الاتفاقية طالما كان لها القدرة على تمييز السلع والخدمات. ويترتب على هذا النظر، أن الدول الأعضاء وإن لم يلتزموا صراحة باعتبار العلامات المجسمة من العلامات التجارية، يحق لهم حمايتها في قوانينهم الداخلية خاصة وأن اتفاقية ترس تضع الحدود الدنيا للحماية القانونية ولا تستهدف توحيد النظم القانونية لجميع الدول الأعضاء فيها. كما يستخلص من ذلك أيضاً أن اتفاقية ترس تجيز ضمناً، تسجيل الشارات غير البصرية كعلامة تجارية، مع إعطاء الحق للدول الأعضاء في نظر ذلك، إن هي أرادت في قوانينها الداخلية، وعليه أصبح من الجائز تسجيل العلامات التجارية التي لا يمكن إدراكها بالبصر مثل الأصوات والروائح، ومثال ذلك أن قانون لانهام الأمريكي *lanham act* للعلامات التجارية لا يمنع تسجيل الشارات الصوتية كعلامات تجارية، ومعنى ذلك أن الأغلبية الساحقة من العلامات التجارية تتكون من الكلمات والصور والألوان أو من مزيج بينهما

¹ جلال وفاء محمد، "حماية القانون للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية"، دار الجامعة الجديدة لنشر، الإسكندرية، مصر، طبعة 2004، ص ص 103-106.

2- تسجيل العلامات التجارية

القاعدة في اتفاقية ترينس هي عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية بناء على أسباب أخرى غير عدم قابليتها للحماية طبقا لعبارة المادة 2\15، فلطالما توافرت متطلبات الحماية الواردة في تلك العبارات، فلا يجوز لأي دولة عضو أن ترخص تسجيل الشارة كعلامة تجارية، كقاعدة عامة. ومن الضروري مراعاة أحكام المادة السادسة من اتفاقية باريس القاضية بعدم جواز رفض تسجيل العلامات أو إبطالها إلا إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية أو إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصرا على إشارات أو بيانات يمكن استعمالها في التجارة للدلالة على نوع السلعة أو جودتها أو كميتها أو قيمتها أو محل المنشأ أو وقت الإنتاج أو إذا أصبحت العلامة شائعة في اللغة الجارية لدرجة تفقد معها القدرة على تمييز السلع في الدول التي تطلب فيها الحماية أو إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب أو مضللة للجمهور. ولقد أجازت اتفاقية ترينس لدول الأعضاء أن تجعل تسجيل العلامة معلقا على الاستخدام الفعلي لها، وعليه فقد يجيز قانون إحدى الدول الأعضاء تسجيل العلامة التجارية دون اشتراط استخدامها فعليا من جانب المتقدم للتسجيل، إذ يتعين وفقا لاتفاقية ترينس منح طالب التسجيل فترة ثلاث سنوات اعتبارا من تاريخ تقديم الطلب للقيام باستعمال العلامة، وذلك قبل قيام مكتب العلامات برفض طلب التسجيل فإذا لم يتم طالب التسجيل باستعمال العلامة التجارية خلال تلك المدة، فإنه ينبغي شطب التسجيل وعليه فإن الحكم الوارد في اتفاقية ترينس أن قوانين بعض الدول تقضي بأن استخدام العلامة والانتفاع بها من جانب مالكها هو شرط لبقاء تسجيلها قائما، ويلاحظ أنه إذا كانت اتفاقية ترينس في المادة 1\19 قد حددت المدة التي يجوز بعدها إلغاء التسجيل بثلاث سنوات متواصلة من عدم استخدامها، وتحسب هذه المدة من يوم تسجيل العلامة، إلا أنه يجوز للدول الأعضاء أن تحدد في قوانينها الوطنية مددا أطول ولكن لا يجوز النزول عن الحد الذي وضعت الاتفاقية وهي ثلاث سنوات. ويلاحظ أن اتفاقية ترينس أكثر تحديدا وانضباطا من اتفاقية باريس بشأن مسألة اشتراط استخدام العلامة التجارية كشرط لبقاء التسجيل.¹

3- إيداع العلامات التجارية

لقد أحالت اتفاقية ترينس على اتفاقية باريس بشأن شروط إيداع العلامات التجارية وتسجيلها في بلد معين، إذ تخضع العلامات في هذه النصوص إلى القوانين الوطنية للبلد المراد إيداع وتسجيل العلامة فيه، وطبقا لمبدأ المعاملة الوطنية فإنه يحق لأي مواطن أو أي شخص مقيم في بلد عضو في منظمة التجارة العالمية، أو لأي شركة لها في ذلك البلد محلا تجاريا أو مصنعا مثلا إيداع طلب تسجيل العلامة في أي بلد

¹ سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، الطبعة الثانية، سنة 1997، ص ص 297-298.

آخر يكون عضوا في منظمة التجارة العالمية بموجب نفس الشروط المطبقة على المواطنين أو المقيمين الذين لهم أعمال في ذلك البلد العضو الأخر.

ولا يجوز رفض أي طلب للقيام بالتسجيل كما لا يجوز شطب أي تسجيل لعلامة تجارية بحجة أن مالك العلامة لم يقيم بتسجيلها في بلد المنشأ، كما أن أي علامة مسجلة في بلد عضو يجب اعتبارها مستقلة عن العلامات المسجلة في البلدان الأخرى بما في ذلك البلد المنشأ.

تقتضي المادة 415 من اتفاقية تريس بإلزام الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بنشر كل علامة إما قبل تسجيلها أو بعد تسجيلها فورا، كما تلزم هذه الدول بإعطاء فرصة معقولة بتقديم الالتماسات بإلغاء التسجيل، ويجوز للبلدان الأعضاء إتاحة الفرصة للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية. ولقد حددت اتفاقية تريس مدة التسجيل الأول للعلامة التجارية بسبع سنوات، ويجوز تجديد التسجيل لمدة مماثلة لا تقل عن سبع سنوات ويكون التسجيل ممكنا لمرات غير محدودة.

4- الحقوق التي ينشئها التسجيل

في ظل اتفاقية تريس، يعتبر التسجيل كقاعدة عامة، هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية والدليل على ذلك أن الاتفاقية لم تجعل الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية شرطا للتقدم بطلب تسجيلها أو سببا لرفض هذا التسجيل إلا في الحالة التي لا يقوم فيها الطالب باستعمال تلك العلامة قبل انقضاء ثلاث سنوات من تاريخ تقديم الطلب.

وتنص المادة 16 من اتفاقية تريس على الحقوق التي يمنحها التسجيل لصاحب العلامة المسجلة إذ يكون له الحق المطلق في منع الغير من استخدام ذات العلامة أو علامة مشابهة في أعماله التجارية بالنسبة لنفس نوع السلع أو الخدمات المماثلة لتلك التي سجلت العلامة بشأنها.

وبمثل الحكم المستحدث في اتفاقية تريس تطورا وإضافة كبيرة مقارنة بما كان مقررا في اتفاقية باريس بالنسبة للعلامات المشهورة. فاتفاقية باريس تشترط إبلاغ الحماية ضد الاستعمال غير المرخص به من المالك بالنسبة للعلامة المشهورة تماثل وتطابق السلع التي تستعمل عليها تلك العلامة. أما اتفاقية تريس فلا تشترط مثل هذا التماثل في السلع، أضف إلى ذلك أن اتفاقية باريس لا تحمي العلامات المشهورة في مجال الخدمات وتقتصر الحماية على العلامات في مجال السلع. بينما اتفاقية تريس فلقد بسطت الحماية بالنسبة للعلامات المشهورة في كل من السلع والخدمات سواء بسواء.¹

¹ محمد حسني عباس، مرجع سبق ذكره، ص 314-315.

5- الترخيص والتنازل عن العلامة التجارية

بموجب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يجيز مالك العلامة لشخص آخر أو أكثر باستخدام العلامة التجارية على كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها العلامة ويكون لمالك العلامة أن يستعمل العلامة بنفسه على الرغم من الترخيص باستعمال للغير، ولكن بشرط ألا يؤدي ذلك لحرمان المرخص له من الاستعمال المنصوص عليه في عقد الترخيص. ولقد أجازت اتفاقية تريس في المادة 21 التراخيص العقدية للعلامات التجارية والتي تبرم بين مالك العلامة التجارية والمرخص لهم، كما أجازت نفس المادة أيضا لمالك العلامة أن يتنازل عنها للغير وتحديد شروط وأحوال التنازل والترخيص يخضع للقواعد الموضوعية والإجرائية التي تنص عليها قوانين الدول الأعضاء في الاتفاقية.

ولقد حضرت اتفاقية تريس التراخيص الإجبارية باستخدام العلامات التجارية، وعلّة ذلك أنه لا توجد مصلحة عامة تقتضي وجود مثل هذه التراخيص للارتفاع بالعلامة التجارية، كما أن الترخيص الإجباري للعلامة التجارية يسمح لشخص آخر أو لشركة أخرى باستعمالها. قد يكون من شأنه تضليل الجمهور حول مصدر السلعة وحمله على الاعتقاد أن مصدرها مازال مالكها الأصلي، أضف إلى ذلك كله، أنه لا توجد حاجة ملحة من وراء الترخيص الإجباري للعلامة حتى عند امتناع مالك العلامة عن الترخيص للغير اختيارا أو عند رفعه لأسعار السلع التي تحمل علامته التجارية، إذ ما على الشركات المنافسة إلا أن تقوم بابتكار وتطوير علامتها التجارية لمنافسة العلامة الأولى، أما اتفاقية باريس للملكية الصناعية فلا تمنع الترخيص الإجباري للعلامة التجارية.

ولقد أقرت اتفاقية تريس حكما بجواز التنازل عن العلامة التجارية أو بدون نقل المنشأة أو المحل التجاري وهذا الحكم مخالف لما قرره اتفاقية باريس من أنه يجوز لدول الأعضاء الربط بين التنازل عن العلامة التجارية والمحل التجاري، بحيث لا يجوز التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن المتجر.¹

¹ جلال وفاء محمدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 118-121.

المبحث الثالث: أساسيات حول براءة الاختراع

تعتبر براءة الاختراع من أهم الابتكارات الجديدة ذات الطابع الموضوعي، وهي تحتل أهمية كبيرة بين عناصر الملكية الصناعية بسبب دورها الهام في تشجيع البحث العلمي والإبداع، الذي ينعكس دائما على التقدم الصناعي والتكنولوجي، وقد تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، المطلب الأول يتضمن تعريف ومفهوم براءة الاختراع، والمطلب الثاني يدور حول شروط الحصول على براءة الاختراع أما المطلب الثالث فهو يتعلق بالأساس القانوني لحماية براءة الاختراع.

المطلب الأول: تعريف ومفهوم براءة الاختراع

الفرع الأول: تعريف براءة الاختراع

- ✓ البراءة: هي إجراء شكلي يستكمل حمايته بقانون الاختراع، أو كما عرفتها المادة الأولى القانون الاتحادي البراءة بأنها سند الحماية، الذي تمنحه الإدارة باسم الدولة عن الاختراع.¹
- ✓ أما الاختراع لذاته فهو جهد إبداعي لا يأتيه رجل المهنة المعتاد إلا إذا بذل جهدا معقولا.
- ✓ براءة الاختراع: هي الوثيقة التي تمنحها الدولة للمخترع فتخول له حق استغلال اختراعه حاليا والتمتع بالحماية القانونية المقررة لهذا الغرض، وذلك لمدة محدودة وبشروط معينة.²
- ✓ براءة الاختراع: هي وثيقة تسلم لحماية الاختراع.³

الفرع الثاني: مفهوم براءة الاختراع

البراءة هي حق استثنائي يمنح نظير اختراع يكون منتجا أو عملية تتيح طريقة جديدة لإنجاز عمل ما أو تقديم حلا تقنيا جديدا لمشكلة ما. ويكفل البراءة لما لها من حماية اختراعه، وتسمح لفترة محدودة تدوم 20 سنة على وجه العموم. والمراد بالحماية بموجب البراءة أن الاختراع لا يمكن صنعه أو الانتفاع به أو توزيعه أو بيعه لأغراض تجارية دون موافقة مالك البراءة.⁴

¹ نوري حمد خاطر، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، الطبعة التاسعة، 2013، ص 06.

³ بن دريس حليلة، مرجع سبق ذكره، ص 86.

⁴ نصيرة قريشي، جميلة مديوني، مرجع سبق ذكره.

المطلب الثالث : شروط الحصول على براءة الاختراع

تتطلب حماية الاختراع القيام بشروط موضوعية وشروط شكلية فالشروط الأولى تتعلق في الاعتراف بجهد المخترع بأن عمله يشكل اختراعا. وتتعلق الثانية بالاعتراف الرسمي للدولة بوجود الاختراع واستحقاقه للحماية، وتتحصر الشروط الشكلية في منح شهادة الاختراع (البراءة) التي تتطلب إجراءات يجب على المخترع إتباعها لكي يحصل عليها.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية

اختلف الفقه في تحديد الشروط الموضوعية التي أشارت إليها التشريعات الخاصة بحماية الاختراع. فذهب بعضهم إلى تقسيمها إلى ثلاثة شروط الجدة وشروط الصفة الصناعية وشروط النشاط الابتكاري، ووجد آخرون أن الشروط الموضوعية أربعة أو خمسة وهي وجود اختراع أولا، وأن يكون جديدا ثانيا، وأن يقوم على نشاط ابتكاري ثالثا، وأن يكون قابلا للتطبيق الصناعي رابعا، وأخيرا لا يخالف النظام العام والآداب العامة. وهناك من يرى أن الشروط الموضوعية هي اثنان فقط، شرط الجدة وشرط الصفة الصناعية، وليس هناك ضرورة البحث عن شرط وجود الاختراع، لأن الاختراع لا يقوم أصلا ما لم يوجد الشرطان أعلاه، أما بشأن النشاط الابتكاري، فهو شرط مرتبط ارتباطا لا انفصام له مع شرط الجدة التي لا تحدد تماما إلا من خلال شرط النشاط الابتكاري، ولا توجد ضرورة الحديث عن شرط عدم مخالفة الاختراع للنظام العام والآداب العامة فكل عمل مادي أو فكري أو قانوني لا يجب أن يخالف النظام العام والآداب العامة، وإلا ذهبت عنه الحماية، ولا يمكن الاعتقاد أن الاختراع يساهم في بناء المجتمع ويلحق به ضررا في آن واحد.¹

الفرع الثاني: الشروط الشكلية

إذا تحققت الشروط الموضوعية للاختراع لم يبق أمام المخترع إلا تقديم طلب التسجيل ومنحه البراءة إلى دائرة تسجيل الاختراع، فإذا تحقق له هذا يصبح مخترعا، ومالكا للحقوق الناشئة عن اختراعه، فيستطيع حمايته بقانون حماية الاختراعات وللتسجيل شروط حددها القانون وآثار مهمة تقع عليه وهي:

- تحديد صاحب الحق في الاختراع: لا يتم الاختراع إلا من شخص طبيعي فهو وليد العقلانية، ولا يحل محل الشخص الطبيعي شئ آخر، فلا يحل محله العقل الاصطناعي أو النظام الرقمي.

- إجراءات تقديم طلب التسجيل: هناك إجراءات حددها القانون عند تقديم الطلب إذا لابد من تحديد وقت تقديمه وأن يتضمن بيانات معينة تحددها التعليمات واللوائح غالبا

¹ سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة الطبع، ص 69.

-منح البراءة: قرار منح البراءة يكسب المخترع حقوقا كاملة على اختراعه وله أن يستغلها وفقا للقانون، قرار المنح هو قرار إداري صادر من سلطة إدارية مختصة هي دائرة التسجيل.¹

المطلب الثالث: الأساس القانوني لحماية براءة الاختراع

يسمح القانون بحماية حق مالك البراءة في الانفراد باحتكار الاستغلال بتقديم إجراءات جنائية توقع على من يعتدي على هذا الحق بأي وجه من وجوه الاعتداء سواء بتقليد موضوع الاختراع الذي منحت عنه البراءة، أو بيع المنتجات المقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو سترادها من الخارج أو حيازتها، أو بوضع بيانات بغير حق على المنتجات أو الإعلانات أو العلامات التجارية أو أدوات التعبئة أو غير ذلك تؤدي إلى الاعتقاد بالحصول على براءة اختراع. ولم يقتصر القانون على تقرير هذه الجزاءات الجنائية بل نص على الإجراءات التحفظية التي يجوز للمالك أن يلجأ إليها أثناء نظر الدعوى أو قبل رفضها إثباتا للتقليد وتلافيا للإضرار بحقوق المالك في الفترة التي تسبق الحكم في الموضوع.²

¹ نوري حمد خاطر، مرجع سبق ذكره، ص ص 69-81.

² مصطفى كمال طه، وائل أنور البندق، مرجع سبق ذكره، ص ص 721-722.

خلاصة الفصل الأول

في هذا الفصل تم التركيز على مختلف جوانب الملكية الصناعية بنوعها العلامات التجارية وبراءة الاختراع وهذا من خلال مختلف الاتفاقيات خاصة اتفاقية باريس واتفاقية ترينس.

تعد حقوق الملكية الصناعية واحدة من أهم الحقوق الحديثة التي كثر الجدل حولها، فإن التسجيل هو أفضل طريقة تتم بها حماية الملكية الصناعية، حيث يتمتع مالك العلامات التجارية وبراءة الاختراع والرسوم أو النماذج الصناعية والأسماء التجارية بعدد كبير من الحقوق، إذ يوجد لدى كل دولة نوع من قوانين الملكية الفكرية بالإضافة إلى مكتب ملكية صناعية، وتكون الحماية الممنوحة نتيجة للتسجيل في دولة معينة سارية فقط في نطاق السلطة القضائية لتلك الدولة.

وتم استخلاص في هذا الفصل مجموعة من النقاط أهمها ما يلي:

- ✓ تسعى الدول لحماية الملكية الصناعية من خلال الاتفاقيات ومعاهدات تنظمها من أجل تحقيق حماية حقوق الملكية الصناعية؛
- ✓ تساهم الملكية الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تشجيع الابتكارات الوطنية وجذب الاستثمار الأجنبي الذي يمثل مصدرا رئيسيا لنقل التكنولوجيا؛
- ✓ تنص الاتفاقيات الدولية مثل معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية ترينس على توفير الحماية للعلامات التجارية؛
- ✓ تمثل العلامة التجارية في الواقع وسيلة دعاية للمنتجات من أجل الاحتفاظ بالعملاء واكتساب عملاء جدد، وهي بذلك تشكل ضمان لجودة المنتج، وأداة لتنظيم العلاقات الاقتصادية بين التاجر والمستهلك من جهة، وبين التاجر وغيره من التجار من جهة أخرى؛
- ✓ تعتبر براءة الاختراع من أهم الابتكارات الجديدة ذات الطابع الموضعي وهي تحتل أهمية كبيرة بين عناصر الملكية الصناعية بسبب دورها الهام في تشجيع البحث العلمي والإبداع الذي ينعكس دائما على التقدم الصناعي والتكنولوجي.

الفصل الثاني

الإطار العام
للمقاوالاتية

تمهيد

لقد عرف النظام الاقتصادي العالمي تطورات كبيرة يمكن اعتبارها السبب الرئيسي في تباين المكانة التي احتلتها المقاولاتية، فلقد اتسعت بشكل كبير ومهم انطلاقاً من سنوات الثمانينات، إذ تحولت إلى موضوع محوري للنقاش في عدد كبير من بلدان العالم التي أصبحت ترى في عملية إنشاء المؤسسات محركاً للتطور الاقتصادي، بذلك تم نفخ الغبار عن مختلف الأعمال التي تناولت المقاولاتية خلال مختلف العقبات الزمنية التي مر بها الاقتصاد العالمي.

لقد عجلت التغيرات و التحولات السريعة التي الاقتصاد العالمي إلى بروز المشاريع الصغيرة والمتوسطة كوسيلة لدفع وتيرة التنمية، عن طريق تجميع المشاريع المقاولاتية باعتبارها القاطرة الأمامية لها، محدثة نهضة اقتصادية واجتماعية، ومؤدية إلى نمو سليم في الاقتصاد الوطني، تشغيل المرأة، مواجهة المنافسة العالمية، إلا أن رهان نجاح مثل هذه المشاريع مرتبط بالمهارات المقاولاتية المتوفرة لدى للمقاول نفسه.

تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كما هو مبين في الآتي:

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية

المبحث الثاني: الاتجاهات، مقاربات التحليل والنماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي

المبحث الثالث: ماهية المقاول

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية

شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحويلات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصاديين وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورا مهما في تزايد الإقبال والاهتمام في الدول الحديثة بهذا المجال باعتباره أحد أهم وأبرز مصادر النمو وتنمية الإبداع. لقد قسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب هي: المطلب الأول تعريف ومفهوم المقاولاتية، المطلب الثاني أهمية وأهداف المقاولاتية، أما المطلب الثالث فيتضمن أنواع المقاولاتية.

المطلب الأول: تعريف ومفهوم المقاولاتية

حسب التوجه الجديد للمنظمة توجد أربعة عناصر مهمة لنجاح المنظمة تتمثل فيما يلي:

- 1- حدود المنظمة؛
- 2- التنظيم الداخلي للمنظمة؛
- 3- التكوين، النمو و التوسع داخل المنظمة؛
- 4- دور المقاول.¹

الفرع الأول: تعريف المقاولاتية

- 1- (Marcel mauss) 1923-1924 تعرف المقاولاتية على أنها الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة بحد ذاتها، إذ أنه عمل اجتماعي بحت.²
- 2- تعرف المقاولاتية على أنها عبارة عن السيرورة التي تبدأ بفكرة وتنتهي بعرض منتج جديد ذو قيمة في السوق وبين اثنين المغامرة بالجمع والتنسيق بين مختلف الموارد المتوفرة وخوض كافة المخاطر المترتبة عن هذه العملية، وبما أن السيرورة هو التجديد سواء على مستوى المنتج المادي أو الفكري (الطرق والمناهج) أو اكتشاف موارد جديدة، فتتطوي المقاولاتية على مبدأ الإبداع.³

¹ Mark casson, **an entrepreneurial theory of the firm** , p.03, cite,www. Druid. Dk/conferences/summer 1998/conf-papers/casson. Pdf, 15/03/2016/11 :41.

² خذري توفيق، حسين بن الطاهر، "المقاول كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية- المسارات

والمحددات"، واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خنشلة، يومي 05-06 سنة 2013.

³ مراح حياة، "إشكالية المقاول الجزائري الجديد"، الجزء الأول، مجلة دراسات اجتماعية، العدد 03، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات العلمية، الجزائر، جانفي 2010، ص 26.

الفرع الثاني: مفهوم المقاولاتية

المقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من خلال الأخذ بالمبادرة وتحمل المخاطر والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع.¹

المطلب الثاني: أهمية و أهداف المقاولاتية

الفرع الأول: أهمية المقاولاتية

تتمثل أهمية المقاولاتية في:

- ✓ الرفع من مستويات الإنتاج؛
- ✓ زيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها.
- ✓ تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق؛
- ✓ تشجيع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد تأثيرها لتشمل حتى المؤسسات القائمة التي تجد نفسها مضطرة إلى التكيف مع التغيرات الحاصلة من أجل تعزيز قدراتها التنافسية بما يضمن بقائها في الأسواق؛
- ✓ وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصب عملهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم؛
- ✓ تشكل متنفسا يسمح للمقاولين بالخروج من نموذج العمل المأجور الذي سيطر على الأذهان لفترة طويلة من الزمن و اللجوء إلى العمل الحر؛
- ✓ تشجيع المبادرة الفردية وازدهارها في أي مجتمع يتطلب العمل على غرس الرغبة في المبادرة ونشر روح المقاولاتية بين أفرادها؛²
- ✓ المنظمات الحديثة أصبحت تشجع الحس المقاولاتي على جميع مستويات المنظمة.³

¹ خذري توفيق، عماري علي، "المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لخريجي الجامعة"، تخصص اقتصاد وإدارة المنظمات، المركز الجامعي خنشلة، بدون سنة.

² دباح نادية، "دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها"، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، سنة 2011-2012، ص ص 11-12.

³ Karster foss, nicolai j, foss and peter g, ktein, **oriainaland derivad judgment**, an entrepreneurial theory of economic organization, sage publication, 2007, p1, cite, www. Egosret. Org/os.

الفرع الثاني: أهداف المقاولاتية

تختلف الوظيفة الأساسية للمقاولاتية حسب طبيعتها، بل حسب وجهة النظر داخلها، أي وجهات نظر المساهمين والعمال والإدارة والنقابات، من بين الأهداف التي تمارسها المقاولاتية، يمكن الإشارة إلى مايلي:

1- خدمة السوق: ويأتي ذلك بإنتاج سلع وخدمات متطابقة للطلب الفعلي، فلا يمكن للمقاول أن تصمد في خصم المناخ الاقتصادي السائد إلا باعتبار خدمة السوق من مهام المركزية.

2- تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح: الحصول على أرباح مالية وتعظيم الربح يعتبر بالنسبة للمقاول أهم هدف يسعى لتحقيقه.

ويرى الكثير من الاقتصاديين أن الربح هدف مشروع لأن المنظم يتحمل المخاطرة، وبالتالي فإن الربح هو بمثابة مقابل مالي للمخاطرة، كما أن كل مساهم في المقاولاتية يحفره الحصول على نسب من الربح الموزع على شكل مقاسم، فالمقاولاتية إذا لم تعد تجني أرباحا كافية، فإن المستثمرين المحتملين سينفرون من أسماؤها المعروفة مما يكون خطرا على نموها وانتشارها.

3- تعظيم المنفعة الاجتماعية: فبالإضافة إلى تعظيم الربح، ينتظر من المقاولاتية تعظيم المنفعة الاجتماعية وذلك عن طريق تحسين وضعية المجتمع.

وتتمثل المسؤولية الاجتماعية للمقاولاتية دورا بارزا في الحفاظ على البيئة وتحسين العمل واحترام الحقوق الأساسية للإنسان.¹

المطلب الثالث: أنواع المقاولاتية

إن إقامة الأعمال من قبل الأفراد، يمكن أن يحصل بثلاث طرق، الأولى تأسيس مؤسسة جديدة وإقامتها من البداية والاستمرار في إدارتها وتطورها حتى تصبح مؤسسة متوسطة الحجم، ولما لا مؤسسة كبيرة الحجم، أما الطريقة الثانية فهي شراء مؤسسة قائمة من الآخرين، وأخيرا هناك إمكانية اللجوء إلى المقاولاتية الداخلية، ويقوم المقاول بالمفاضلة بين مختلف هذه الحالات وذلك بعد الاطلاع على خصائص كل منها.

أولا: إنشاء مؤسسة جديدة: تعتبر إنشاء مؤسسة جديدة عملية معقدة وغير متجانسة، تختلف دوافعها من مقاول لآخر، فهناك من تتبلور لديه الفكرة عبر الزمن وبعد دراسة مختلف الاحتمالات والبدائل يقوم باتخاذ قرار إنشاء مؤسسة الخاصة.

1- إنشاء مؤسسة من العدم: إن عملية إنشاء مؤسسة من العدم ليست بالأمر السهل حيث تحتاج هذه المؤسسة إلى وقت كبير حتى تتمكن من إطلاق منتجاتها في السوق وحتى تقنع المستهلكين به ولذا يجب على المقاول تحديد احتياجات المؤسسة بدقة خاصة المالية منها كما أن عملية إنشاء المؤسسة

¹ www. Balogspot. Com/ 2014/ 3/ blog-post_2316.hotmail. 06/03/2016-11 :43.

في هذه الحالة تتطلب الكثير من العمل و الجهد والكثير من الصلابة والإصرار بالإضافة إلى ضرورة توخي الدقة في تقدير الأخطار المحتملة.

2- **إنشاء مؤسسة عن طريق التفريغ:** في هذه الحالة يقوم الأجراء من خلال الدعم المقدم لهم من طرف المؤسسات التي يعملون لصالحها، بإنشاء مؤسساتهم الخاصة والمستقلة، إن هذه الطريقة تسمح للعامل بإنشاء مؤسسته الخاصة أو بشراء مؤسسة موجودة بشكل مستقل عن مؤسسته الأصلية التي يغادرها والتي تقدم له بالمقابل أشكالاً مختلفة من الدعم والمرافقة وذلك بهدف التقليل من أخطار الفشل.

3- **الحصول على امتياز:** يعتبر الامتياز صيغة مهمة من أشكال إنشاء المؤسسات الجديدة إذ عرف تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة خاصة بعد التأكيد على حقوق الملكية في الدول المختلفة يمثل الامتياز نظاما تسويقيا يحتوي على اتفاقات قانونية تعطي الحق للمرخص له والمسمى أيضا الطرف الحاصل على الامتياز بقيادة عمل يملكه وفق شروط وفترة متفق عليها مع الجهة المانحة لترخيص الامتياز.

4- **إنشاء الفروع:** في هذه الحالة يعمل المقاول لصالح مؤسسة قائمة توكل له مشروعاً ذو طبيعة مقاولته الأخطار الشخصية التي يتحملها المقاول في هذه الحالة جد محدودة وفي المقابل يحظى هذا الأخير بامتيازات مماثلة لتلك الامتيازات الممنوحة للإطارات أو المدراء.

ثانياً: شراء عمل قائم: إن شراء مؤسسة قائمة يختلف عن إنشاء مؤسسة جديدة لأن المؤسسة موجودة في الأساس ولا حاجة لإنشائها، في هذه الحالة يمكن الاعتماد على ما تمتلكه المؤسسة من إمكانيات في الحاضر على تاريخها السابق وأيضاً على هيكلها التنظيمي مما يقلل من درجة عدم اليقين ومستوى الخطر وفي هذا النوع من النشاط نميز توجد حالتين هما:

1- **شراء مؤسسة في حالة جيدة:** في هذه الحالة تكمن الصعوبة في كيفية الحصول على معلومات تتعلق بوجود مؤسسة في صحة جيدة للبيع ومن ثم يجب على المقاول امتلاك موارد مالية معتبرة كافية لشرائها خاصة أن سعر السوق لهذه المؤسسات قد يكون مرتفعاً ومن الضروري أيضاً امتلاك المهارات الجيدة وتجربة ناجحة في التسيير.

2- **شراء مؤسسة تواجه صعوبات:** في هذه الحالة يجب أن يكون المقاول على دراية بالالتزامات القانونية التي تقع على عاتقه نتيجة امتلاك علاقات طيبة مع المتعاملين الأساسيين في القطاع يعتبر شرطاً أساسياً لنجاح في هذه العملية وتتطلب أيضاً ضخ أموال كثيرة فيها حتى تتمكن من معاودة نشاطها والوصول إلى حالة الاستقرار وتتطلب أيضاً امتلاك معرفة وخبرة جيدتين في التعامل مع حالات الأزمات والعمل بسرعة من أجل إعادة بناء الثقة مع الموظفين، الزبائن، الموردين ومختلف الشركاء.

ثالثاً: المقاول الداخلي: تعتبر المقاول الداخلي مخرجاً للمؤسسات يمكنها من تفادي الانعكاسات السلبية لتزايد ميول الأفراد إلى العمل الحر والاستقلالية.

ومن أجل تطوير المقاول الداخلي يجب توفر مجموعة من الشروط تتلخص فيما يلي:

- تشجيع التجربة والعمل على خلق جو يسمح بوقوع الخطأ والفشل داخل المؤسسة؛

- يجب على المؤسسة توفير الموارد الضرورية للمشاريع الجديدة وتسهيل عملية الحصول عليها؛
- يجب تشجيع العمل الجماعي المنظم حيث يعمل الأفراد المتخصصون في مجال السلعة الجيدة معا بعض النظر عن الدائرة التي يعملون فيها؛
- يحتاج المقاول الذي يعمل لصالح مؤسسة ما إلى أن يكافأ بشكل جيد على كل جهد و طاقة التي يبذلها في تطوير المشروع الجديد؛¹

المبحث الثاني: الاتجاهات ومقاربات التحليل و النماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي

أصبحت المقاولاتية مفهوم شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع في معظم البلدان، ومحور أساسي للتطور، ونمط حياة جذاب يمكن الأفراد من تحقيق ذواتهم ويصبحوا أكثر استقلالية ومستوي معيشي أفضل، ومنه قسم هذا المبحث إلي ثلاث مطالب، يتضمن المطلب الأول الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية والمطلب الثاني مقاربات التحليل أما المطلب الثالث فيتضمن النماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي.

المطلب الأول: الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية

الفرع الأول: المقاولاتية كظاهرة تنظيمية

يرى هذا الاتجاه أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل الأفكار، الخبرة والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز GARTNER أساسا على مسألة ظهور هذه المنظمة وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود حقا بعدما كانت مجرد فكرة، ويشيد أيضا بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام أو الرؤية إلى حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد.

ومن جهة أخرى ومثلما بينه BRUYAT لا يمكن أن تؤدي جميع المؤسسات المقامة لإحداث حالات تكون فيها شدة التغير بالنسبة للفرد بالإضافة إلى أهمية القيمة المقدمة ذات مستوى عالي، حيث يمكن للمؤسسات أن تنشأ عن طريق التقليد أو إعادة الإنتاج.

الفرع الثاني: المقاولاتية استغلال للفرص

العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتثمين واستغلال الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية والفرصة حسب COSSON تعني الحالات التي تسمح بتقديم منتجات، خدمات وموارد أولية جديدة، بالإضافة أيضا إلى إدخال طرق جديدة في التنظيم، وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها ويتم ذلك عن طريق المقاول الذي يعتبر شخصا قادرا على اكتشاف موارد غير مثمرة والتي يقوم بشرائها وتنظيمها من أجل إعادة

¹ دباح نادية، مرجع سبق ذكره، ص ص 29-32.

بيعها في شكل سلع ومنتجات ثمينة بشكل أفضل من طرف المستهلكين، وتفطن المقاول لمثل هذه الفرص يولد لديه رؤية مقاولاتية تدفعه لإنشاء مؤسسة بهدف استغلالها. إذ يركز هذا الاتجاه على دراسة ظهور نشاط اقتصادي جديد، والذي ليس بالضرورة مرتبط بظهور مؤسسة جديدة، ويطرح أيضا هذا الاتجاه بعض المشاكل الرئيسية في تصوره للمقاولاتية، حيث يفترض أن الفرص في الطبيعة كما هي، ويكفي امتلاك القدرة على معرفتها حتى تتمكن من امتلاكها وتحويلها لحقيقة اقتصادية، ولكن في الحقيقة يمكن أن تتشكل المقاولاتية من خلال إنشاء النشاط وليست هي بذاتها نقطة الانطلاق. كما يركز هذا الاتجاه فقط على دراسة طريقة استغلال أو تجسيد الفرصة التي تسمح بخلق منتج أو خدمة، في حين أنه يتوجب علينا دراسة ما يحدث فعلا في المقاولاتية من أجل فهم الظاهرة بصورة أفضل.

الفرع الثالث: المقاولاتية ازدواجية بين الثنائية (الفرد-خلق القيمة)

حسب هذا الاتجاه تتمحور المقاولاتية حول دراسة العلاقة التي تربط بين الفرد والقيمة التي أنشأها وبتزعمه BRUYAT فبالنسبة إليه يتمثل الموضوع العلمي المدروس في مجال المقولة في الثنائية الفرد وخلق القيمة. المنظور الأول ينطلق من الفرد ويعتبره الشرط الأساسي في خلق القيمة فهو العامل الرئيسي في الثنائية إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج، سعته وكل التفاصيل المتعلقة بالقيمة المقدمة . وبالتالي المقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة مثلا، والذي بدونها لم يكن لهذه القيمة أن تقدم .

أما المنظور الثاني فهو يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة التي أنشأها الفرد وتحتل القيمة التي قدمها مكانة كبيرة في حياته، كما أنها تؤثر بشكل كبير عليه إذ تدفعه لتعلم أشياء جديدة، لتعديل شبكة علاقاته بما يتماشى مع متطلباته، أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية والشخصية التي تقدمها المنظمة والتي تولد رضا المقاول والأطراف الفاعلة أو المهمة.

يمكن اعتبار هذه الاتجاهات الثلاثة متكاملة مع بعضها ومنه يجب توفر ثلاث عناصر أساسية هي:

- ✓ المقاولون الذين لن يكون هناك إبداع من دونهم؛
- ✓ البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة المتألية، الإبداع، الرقابة الداخلية؛
- ✓ البعد البيئي المرتبط بالتنوع في الأسواق؛
- و بناء على ما سبق يمكن تحديد الجوانب الرئيسية للمقاولاتية كما يلي:
- ✓ هي عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة؛
- ✓ تخصص الوقت و الجهد و المال؛
- ✓ تحمل المخاطر المختلفة الناجمة عن المخاطرة؛
- ✓ الحصول على العوائد الناجمة عن المخاطرة.

المطلب الثاني: مقاربات التحليل

الفرع الأول: المقاربة الوظيفية

العديد من الدراسات اعتبرت أن النشاط المقاولاتي لا يمكن قياسه إلا عن طريق مناهج وطرائق موضوعية موجودة في حد ذاتها ومستقلة عن الإدراك الذاتي للمقاول، في هذا الصدد ربطت المدرسة النيوكلاسيكية انفتاح وازدهار النشاط المقاولاتي بالظروف والشروط الاقتصادية المشجعة مثل:

✓ سهولة الوصول إلى الأسواق؛

✓ توافر رؤوس الأموال؛

✓ توفر اليد العاملة؛

✓ توفر التكنولوجيا.

أشار رواد هذا الاتجاه إلى الدور المركزي للمقاول بصفته محرك التنمية الاقتصادية، القادر على تحمل الأخطار، فجزيف شومبير shumpeter وهو الأب الحقيقي للعقل المقاولاتي من خلال نظرية "التطور الاقتصادي"، اعتبر المقاول الشخصية المحورية في التنمية، يتحمل مخاطر من أجل الإبداع، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة.

الفرع الثاني: المقاربة السلوكية

هذه المقاربة تركز على الخصائص البيكولوجية للمقاولين مثل الصفات الشخصية و الدوافع و السلوك بالإضافة إلى أصولهم و مساراتهم الاجتماعية لذا نجد ماكس فيبر اهتم بنظام القيم و دوره في إضفاء الشرعية و تشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي، في نفس الإطار نجد ماكلياند و نظرية حول الإنجاز و الذي حاول تفسير سلوك المقاول من خلال الحاجة للإنجاز و الحاجة للقوة. بعض الباحثين يميلون إلى التحليل النمطي للمقاول، حيث أن تعدد و نمو أنماط المعرفة عن المقاولين لا تسمح بالأخذ بنموذج موحد للمقاول .

الفرع الثالث: المقاربة العملية

هذه المقاربة أظهرت القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقتربت الاهتمام بماذا يفعل المقاول، وليس بشخصيته، حيث تعدد وتنوع المقاولين والمقاولات ومشاريعهم دعت العديد من الباحثين لدراسة المسار المقاولاتي. فالظهور المقاولاتي يتعلق بتصور GARTNER الذي يعتبر المقاول ظاهرة تركز على إنشاء وتنظيم مؤسسات جديدة، كما أن النموذج التفاعلي المبني من قبل GARTNER يتكون من أربعة أبعاد "البيئة، الأفراد المسار والتنظيم".

أما VENKATARMA MAN الذي يدافع عن فكرة "فرصة الأعمال" فهو يختلف عن وجهة النظر المتعلقة بالظهور التنظيمي ل GARTNER وذلك بدلا من بروز أو ظهور تنظيم جديد فإنه يركز على ظهور نشاطات

اقتصادية جديدة، علاوة على ذلك، فإن معظم الدراسات تركز على العوامل البيئية والاجتماعية والخصائص الفردية لتفسير السلوك المقاولاتي، لأن التفاعل الديناميكي لهذه العناصر يسهم في تفعيل المسار المقاولاتي بظهور نشاط ابتكاري جديد من عدمه
كتنظيم لهذه المقاربة، فإنه حتى ولو كان طرحها حديثا نسبيا مقارنة بسابقتها فلا يمكن حصر الظاهرة المقاولاتية في المسار المقاولاتي و تتبع مراحلها.¹

المطلب الثالث: النماذج النظرية لقياس التوجه المقاولاتي

الفرع الأول: السلوك المخطط Azjen

تنص هذه النظرية على أن توجهات الفرد هي التي تحدد سلوكه و ذلك من خلال ثلاث مجموعات من المتغيرات، ويعرف التوجه المقاولاتي على أنه مراحل معرفية تتفاعل فيها إدارة الفرد مع العوامل المحيطة. وتتضمن ما يلي:

- 1- الموافقة للسلوك: تتضمن التقييم الذي يقوم به الفرد للسلوك الراغب في القيام به. وهي تعتمد على النتائج المحتملة التي ينتظرها الفرد من هذا السلوك
- 2- المعايير الذاتية: هي تنتج من الضغط الاجتماعي الذي يتعرض له الفرد من عائلته وأبويه وكذلك أصدقائه، فيما يخص رأيهم في المشروع الذي يريد إنجازه كما يمكن أن تؤثر السياسات الحكومية التي تشجع مثلا على إنشاء مؤسسات كثيفة التكنولوجيا، على رفع توجهات الأفراد نحو هذا النوع من المؤسسات، بالإضافة لتأثير العوامل الثقافية مثل الحاجة لتحقيق الذات، والبحث عن الاستقلالية.
- 3- إدراك الرقابة على السلوك: وتتضمن هذه المتغيرة، الأخذ بعين الاعتبار درجة المعارف التي يمتلكها الفرد ومؤهلاته الخاصة، كذلك الموارد والفرص الضرورية اللازمة لتحقيق السلوك المرغوب.

الفرع الثاني: نموذج الحدث المقاولاتي ل sokol; shapero

الفكرة الأساسية للنموذج تقول أنه لكي يبادر الفرد بتغيير كبير ومهم لتوجهه في الحياة، اتخاذ قرار إنشاء مؤسسته الخاصة، فيجب أن يسبق هذا القرار حدث ما يقوم بإيقاف وكسر الروتين المعتاد. وهناك نقطتان أساسيتان تسبقان اتخاذ القرار بإنشاء مؤسسة هما:

¹ بدرابي سفيان، "ثقافة المقاول لدى الشباب الجزائري المقاول"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، ل-م-د، تخصص علم الاجتماع والتنمية البشرية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، تلمسان، الجزائر، السنة الجامعية 2015/2014، ص ص 29-33.

- 1- إدراك الرغبة: تضم العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على نظام القيم للأفراد، فكلما يولي المجتمع أهمية المخاطرة، الاستقلالية الذاتية ويتشكل نظام القيم من خلال تأثير العائلة خاصة الأبوين اللذان يلعبان دور مهم في تكوين الرغبة، بالإضافة لخوض تجارب مقاولاتية سابقة فاشلة كانت أو ناجحة.
- 2- إدراك إمكانية الإنجاز: تنشأ إمكانية الإنجاز من خلال إدراك الفرد لجميع أنواع الدعم والمساعدة المتوفرة لديه لتحقيق فكرته. فتوفر الموارد المالية يؤثر مباشرة على توجه الفرد نحو المقاول، وهذا الميل يتولد نتيجة امتلاك الفرد لمدخرات خاصة أو مساهمات العائلة، ومن خلال أفراد المجموعة.

الفرع الثالث: النموذج الموحد

يعني أن الرغبات يؤثر عليها كل من موقف الفرد تجاه فكرة إنشاء مؤسسة والذي يستند على قيمة المهنة أو الميزات المهنية التي يطمح إليها، ونظريته للمقاول، أي الحاجيات التي يمكنه إرضائها من خلال النشاط المقاولاتي بالإضافة لتأثير متغيرة المعيار الاجتماعي والتي تتكون من مواقف الأشخاص المهمين له حال اتخاذه لقرار إنشاء مؤسسته.¹

المبحث الثالث: ماهية المقاول

يشكل كل من المقاول والمقاوله موضوعا لعدة أبحاث يفسر الأهمية المتزايدة للمقاوله في سياق التنمية الاقتصادية للدول والمجتمعات، هذا النوع يظهر من خلال ديناميكية خلق المؤسسات التي تنطوي على خلق فرص عمل وبالتالي خلق الثروة لذا سوف يتطرق هذا المبحث إلى ثلاث مطالب تتضمن:
المطلب تعريف ومفهوم المقاول والمطلب الثاني أهداف وخصائص المقاول أما المطلب الثاني يضم الدور الاقتصادي والاجتماعي للمقاول ومساهمة المرأة في ممارسة المقاولاتية.

المطلب الأول: تعريف و مفهوم المقاول

الفرع الأول: تعريف المقاول

يعرف المقاول على أنه الشخص الذي يقوم بوظائف المشروع الرئيسية ويكون مسؤولا على اتخاذ القرارات وتحمل المخاطر، وبالتالي يجب أن تتوفر في المقاول روح المسؤولية التي تعتبر ضرورية من أجل إنشاء وتسيير المشروع بطريقة عقلانية وفعالة، فهو الشخص الذي يجتمع فيه وظيفتان:

¹ الزهرة عباوي، "المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاوله وعلاقتها باختبار النشاط الاجتماعي"، مذكرة لنيل شهادة

ماجستير، تخصص تنظيم وعمل، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 02، الجزائر، السنة الجامعية 2014-2015، ص ص31-33.

تحمل المسؤولية عند المخاطر التي يتعرض لها المشروع، والقيام بأعمال الإدارة.¹ كما يمكن تعريف المقاول على أنه: "شخص مبدع ومسير لمؤسسة صغيرة ومتوسطة يساهم بنسبة كبيرة في رأس مال المؤسسة ويقوم بدور تنشيط في القرارات المتعلقة بتوجيهه أو حل مشاكلها."²

الفرع الثاني: مفهوم المقاول

اعتبر المقاول بالخصوص مركز التحاليل نظرا لتعدد معانيه ولما أحدثه المفهوم من نقاش، فالكثير من الباحثين اعتبر المقاول كحقل للمقاول، فحتى على مستوى الأطروحات الكلاسيكية للمقاول اعتبر المقاول محرك التنمية الاقتصادية والاجتماعية فهو مفتاح العقدة والفاعل الرئيسي فيها، ويعتبر SAY.J.B (1803) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم إذ اعتبره المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج بهدف خلق منفعة جديدة كما اعتبر بالنسبة للكثير من الباحثين أمثال CANTILTON ; NILT هو مالك لرأس المال وهو المسؤول وصاحب القرارات الأساسية بصفته المعني بالأخطار، هؤلاء الباحثين يعتبرون الأخذ بالمخاطر هي النشاط الرئيسي للمقاول.³

المطلب الثاني: أهداف و خصائص المقاول

الفرع الأول: أهداف المقاول

يمكن حصر دوافع أي فرد لإنشاء مقاولته فيما يلي:

▪ الهدف الاجتماعي:

✓ إدراك حاجة المجتمع الضيق إلى سلعة غير موجودة؛

✓ إدخال منتج في مناطق أخرى إلى مجتمعه بدافع الانتماء إلى هذا المجتمع؛

✓ رفع مستوى معيشة الأسرة و زيادة مصدر دخلها؛

✓ تحقيق الأمان الوظيفي ؛

✓ الحفاظ على اسم العائلة؛

✓ تحقيق مركز إجماعي.

▪ الهدف الاقتصادي: ينشئ الفرد المقاول عادة من أجل تحقيق الربح النقدي، ذلك أنه السبيل لتحسين المكانة الاجتماعية والوضع المالية.

¹ عدمان رقية، "المرأة المقاوله وتحديات النسق الاجتماعي"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع، سنة 2007-2008، ص 07.

² وفاء رايس، "دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي"، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية التكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة، الجزائر، 06-07-08 أبريل 2010، ص 10.

³ بداروي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص ص 37-38.

■ الهدف الذاتي: إن إنشاء مقاوله يكون الفرد مالكمها يسمح بإبراز طاقته، وهذا يعتمد عليه استمرار ونجاح المقاوله، وبالتالي لن يكون العائد الاقتصادي فقط هو سبب الاستمرارية بل كذلك تحقيق طموح الشخص وثقته بقدراته، حيث ينتقل الفرد من مرؤوس إلى رئيس ومالك، وبالتالي يتحرر من القيود واللوائح التي تحكم سلوكهم المرتبطة بالوظائف التي كانوا يشغلونها وبالتالي يمكنهم برمجة وتخطيط وقتهم وفق مصالحهم وبما يخدم المؤسسة.¹

ويكمن دور المقاول في ترتيب أو تنظيم المورد البشري والمالي اللذان يكونان تحت مراقبته مباشرة.²

الفرع الثاني: خصائص المقاول

1- "الصحة والقدرة الجسمية: فالصحة ضرورية لكل العمال في المؤسسة من العمال البسطاء إلى المدير العام"، فالفرد الذي يكون لديه جسم سليم سيكون أكثر فعالية وإنتاجية، فلا يجد ما يعرقل مساره المهني في المؤسسة ويتمكن من العمل والمبادرة دون صعوبات جسدية.

2- الذكاء والقوة العلمية: ثاني ميزة يجب على كل مقاول أن يتميز بها الذكاء الذي يسمح له بفهم الأشياء فهما صحيحا.

3- القيمة الأخلاقية: فيجب تتوفر في المقاول قوة الشخصية، المثابرة والعزم، الوضوح المبادرة فهذه الصفات تساهم بشكل كبير في نجاح المقاول في مشروعه، ولكن هناك سمة أهم وهي الانضباط.

4- الثقافة العامة: هذه الثقافة لا تخص ميدان المهنة التي يقوم بها المقاول فقط وإنما هي مستمدة من الخارج أي من المحيط الخارجي.

هذا المحيط يساهم بشكل كبير في تحديد المهنة والخبرة المراد الحصول عليها من طرف المقاول وتسهيل سير المؤسسة.

5- المعرفة الإدارية: هذه الخاصية لها أهمية بالغة وهي لا تعلم في المدارس، بل المقاول يتعلمها من خلال الممارسة اليومية لنشاط عمله، فيكسب خبرة تأهله لتسيير الجيد للمؤسسة من خلال المهارات التي يكتسبها التي تتمثل في:

- مهارات إنسانية: التي يطورها المدير مع مرؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع.
- مهارات تفكيرية: تتمثل في الأسس العلمية في ميدان الإدارة، اتخاذ القرار.
- مهارات فنية تتمثل في خبرة ودراية المدراء بالوسائل المتعلقة بالإنتاج.

¹ شلوف فريدة، "المرأة المقاوله في الجزائر"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في علم الاجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، سنة 2008-2009، ص 56-57.

² Kaster foss, nicolai j, foss and peter g, ktein, loc.cit, p02.

6- معرفة متخصصة: وأخيرا فهذه الخاصية تأتي مباشرة بعد المعرفة الإدارية وهي تخص المعرفة والدراية الخاصة بمنصب العمل بحد ذاته ولكن الخاصية الأساسية التي يتميز بها المقاولون هي "المهارات التقنية"، فالتأهيل الذي يملكونه في تطبيق التقنية التي تخص مهمة المشروع تلعب دورا في نجاح المشروع، فهم يتمتعون بقدرة تقنية عالية يسخرونها لصالح أعمالهم.¹

المطلب الثالث: الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمقاول و مساهمة المرأة في ممارسة المقاولاتية

الفرع الأول: الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمقاول

لا شك أن للمقاول دور يتعدى شخصه إلى التأثير على ميكانيزمات الاقتصاد الكلي، التوازنات المرتبطة به، مروراً بالبيئة الاجتماعية التي لها علاقة قوية بالحالة الاقتصادية، ويتمثل تأثير المقاول على هذه الأخيرة في الآتي:

- ✓ زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هيكل الأعمال والمجتمع: حيث تكون الزيادة في مواقع متعددة وهذا التغيير يكون مصحوب بنمو وزيادة في المخرجات، وهذه تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية؛
- ✓ توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة: تستطيع الدولة أن تشجع الاتجاه المقاولاتي في أعمال معينة مثل الأعمال التكنولوجية، أو تشجيع التوجه نحو مناطق معينة وذلك عن طريق بعض الحوافز التشجيعية للرياديين لإقامة مشاريعهم في تلك التخصصات أو تلك المناطق؛
- ✓ تنمية الصادرات والمحافظة على استمرارية المنافسة: تستطيع هذه المنظمات المساهمة في تنمية الصادرات سواء من خلال الانتاج المباشر أو غير المباشر، من خلال تغذيتها للمنظمات الكبيرة المختلفة بالمواد الوسيطة التي تحتاج إليها، حيث يمكن أن تعتمد عليها المنظمات الكبيرة في إنتاج جزء من إنتاجها، مما يؤدي إلى خفض تكاليف الإنتاج في المنظمات الكبيرة وإعطائها القدرة على استمرارية المنافسة في المنافسة العالمية؛
- ✓ المساهمة في النمو السليم للاقتصاد: تحتل الأعمال الصغيرة مكانة مهمة جدا في الاقتصاد المعاصر كما أنها ضرورية لنمو بشكل سليم فهي مصدر مهم لاستمرار المنافسة، كما أنها ضرورية للإبداع ولتطوير سلع أو خدمات جديدة بتكاليف محدودة، بالإضافة إلى تطوير القدرات الإدارية الفردية ولتوفير الفرص للأفراد الذين يتمتعون بنزعة للاستقلالية والعمل الخاص الحر لتلبية حاجاتهم.

¹ لونيبي ريم، "المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف 02، الجزائر، 2014-2015، ص ص 67-69.

- ✓ عدالة التنمية وتوزيع الثروة: تعمل المقاوله على تحقيق التوازن الإقليمي في ربوع المجتمع في عملية التنمية الاقتصادية وتحقيق النمط المتوازن وزيادة فرص العمل وإزالة الفوارق الإقليمية الناتجة عن تركيز الأنشطة الاقتصادية في إقليم معين؛
- ✓ المساهمة في تشغيل المرأة: تلعب المقاوله والأعمال الصغيرة دورا كبيرا في الاهتمام بالمرأة العاملة من خلال دورها الفاعل في إدخال العديد من الأشغال التي تناسب عمل المرأة، كما تساعد الريادة على تشجيع المرأة على البدء في أعمال ريادية تقودها بنفسها لتساهم بذلك مساهمة فاعلة في بناء الاقتصاد؛
- ✓ الحد من هجرة السكان من الريف إلى المدن: يعد وجود المقاولين والمنظمات الصغيرة في الاقتصاد إحدى الدعائم الأساسية في تثبيت السكان، لذا لا بد من وجود برامج تنموية تساعد على التخفيف من الفقر والبطالة وتعمل على بناء طبقة متوسطة في الأرياف بدلا من الهجرة إلى المدن.¹

الفرع الثاني: مساهمة المرأة في ممارسة المقاولاتية

أثبتت الدراسات بأن المقاوله النسوية تحتل أهمية كبيرة في مختلف البلدان، كما أنها مختلفة عن المقاوله الرجالية، حيث غالبا ما تعتمد على نمط التسيير بالمشاركة، وضع الأهداف الاجتماعية في قائمة الأولويات، بالإضافة لتمييز النساء المقاولات بأساليب التفاوض الناجح الذي يكتسبه من وراءه على علاقات دائمة وتعاون مريح لطرفي التعامل.

المرأة المقاوله هي تلك المرأة التي تملك خصائص ومميزات معينة تجعلها تتحمل الخطر وهي تلك المرأة ذات روح المبادرة والمخاطرة تتحمل المسؤولية وتتعامل بمرونة وبمهارة في التنظيم والإدارة، واثقة بإمكانياتها، هدفها النجاح والتفوق.

وليس هناك فروق بارزة بين كل من المرأة المقاوله والرجل المقاول خاصة فيما يتعلق بالمميزات والسمات الشخصية فكل منهما يتمتع بروح المبادرة، الرغبة في النجاح والتميز، إنما قد تظهر هذه الفروقات في طريقة التسيير فكما سبق الذكر فأسلوب المرأة المقاوله في تسيير مؤسستها يغلب عليه طابع المشاركة في التخطيط واتخاذ القرارات إضافة إلى حسها الاجتماعي الذي يميزها عن الرجل المقاول.²

¹ خذري توفيق، حسين بن الطاهر، مرجع سبق ذكره.

² لونيسي ريم، مرجع سبق ذكره، ص 186.

خلاصة الفصل الثاني

أصبحت المقاولانية من أهم مجالات الأعمال التي تزايد الاهتمام بها في معظم دول العالم، حيث أصبحت أبرز منبع للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء، إذ تعتبر من أهم المميزات التي يختص بها الأفراد الراغبين في إبداء مبادراتهم، إبداعهم وثقافتهم الاستثمارية، ويمكن القول أن الشرط الأساسي لترقية المقاولانية يكمن في نشر ثقافة المقاولانية، تلك الثقافة التي تحد وتثمن الخصائص الشخصية التي يتميز بها المقاول كالحاجة للإنجاز الشخصي، المخاطرة، الثقة في النفس، والتي تثمن النجاح الفردي وتغفر الفشل، وتشجع التنوع والتغيير هذه الثقافة هي التي تسمح بولادة المقاولين وبتطوير مقاولاتهم، ولذا يجب العمل على نشر مبادئ المقاولانية لتشمل المجتمع ككل.

ومن خلال هذا الفصل تم استخلاص النتائج التالية:

- ✓ تعتبر المقاولانية الركيزة الأساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- ✓ قدمت المقاربات رؤية أوسع نطاق للمقاولة؛
- ✓ ركزت هذه الاتجاهات على المقاولانية بصفة خاصة وعلى المقاول بصفة عامة؛
- ✓ تعزيز دور المرافقة من خلال تشجيع المقاول على إنشاء نشاط خاص به؛
- ✓ المقاولة استطاعت أن تشبع حاجات المرأة في إثبات ذاتها كشخصية مستقلة لها كيانها الخاص.

الفصل التطبيقي

واقع حماية الملكية
الصناعية والمقاولاتية
في الجزائر
دراسة تطبيقية

تمهيد

تعد المؤسسة الاقتصادية أداة فعالة في إحداث التنمية والتقدم لأي اقتصاد كان، فهي قبل كل شيء خلية إنتاج يتم فيها تجميع وتوليد بعض العناصر الاقتصادية ولتحقيق الهدف الأساسي من وجودها هو التسيير نحو طريق الربح والنمو، ولتجسيد ذلك لابد من تطبيق إجراءات الملكية الصناعية على منتجاتها وذلك بحمايتها من التقليد والتزوير، والأمر الذي يجعلها تتطور وتساهم بالتالي في بناء الاقتصاد الوطني. مؤسسة "سيم" التي تعتبر واحدة من المؤسسات الرائدة في السوق الجزائرية أوجدت لها مكانا جديا هام في المجتمع الجزائري، وتلقى قبولا عاما من طرف المستهلكين المحليين والأجانب تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث هي:

المبحث الأول: الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر؛

المبحث الثاني: البطاقة التعريفية لمؤسسة "سيم"؛

المبحث الثالث: علاقة الملكية الصناعية بالمقاولاتية.

المبحث الأول: الملكية الصناعية في الجزائر

لقد تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، المطلب الأول سوف نتطرق إلى تطور الملكية الصناعية في الجزائر أهداف ومهام المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية يتضمن تطور ممارسة المقاولاتية في الجزائر وفي المطلب الثاني أما المطلب الثالث يتضمن قيود المقاولاتية في الجزائر.

المطلب الأول: تطور الملكية الصناعية في الجزائر، أهداف ومهام المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية

الفرع الأول: تطور حماية الملكية الصناعية في الجزائر

المرحلة الأولى: فترة الاحتلال الفرنسي من سنة 1830م إلى غاية سنة 1962: من المؤكد أن الاحتلال الفرنسي للجزائر لم يأخذ الطابع الاستعماري فحسب بل امتد الاستيطان إلى المستوى اعتبر فيه الأراضي الجزائرية امتداد جغرافي لأراضيه وجزء لا يتجزأ منه، ولذلك فإن القوانين الفرنسية وما تعلق منها بحماية عناصر الملكية الفكرية بما فيها الملكية الصناعية كانت تطبق في الأراضي الجزائرية.

المرحلة الثانية: مرحلة ما بعد الاستقلال إلى غاية اليوم: بعدما غادر الاستعمار الفرنسي أرض الوطن، كانت أول ضرائبه على الصعيد القانوني هو الفراغ الذي طرأ على الصعيد التشريعي مباشرة فكان على الدولة الجزائرية المستقلة سد مجموعة من القوانين فصدر الأمر رقم 154/62 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962، والذي سمح بالعمل بالقوانين الفرنسية ما لم يتعارض منها مع السيادة الوطنية، وغداة الاستقلال وحادثة الدولة وتشريعاتها القانونية قررت الجزائر التحرر من كافة الاتفاقيات السارية قبل استقلالها ومنها قوانين المعاهدات المتعلقة بالملكية الفكرية إلا أن هذا الفراغ القانوني لم يدم طويلا إلى أن جاءت سنة 1966 فصدرت سلسلة من القوانين والمراسيم والقرارات بغرض بناء صرح دولة القانون، ويعتبر الأمر 48/66 المؤرخ في 5 ذو القعدة الموافق لـ 25 فيفري 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 إلى اليوم أهم القوانين في هذا المجال لم تنضم الجزائر إلى المنظمة العالمية لتجارة.¹

¹ www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=548:2011-08-29-23-26-6&catid.1e07/04/2016.

الفرع الثاني: التعريف بالمعهد الوطني للملكية الصناعية INAPI

تم إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية في 1963 وتم تنظيم هيكله الحالية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 الصادر في 21 فيفري 1998 وهو عبارة عن مؤسسة عمومية صناعي، تجاري يتمتع باستقلالية مالية وموضوع تحت وصاية الوزارة المكلفة بالصناعة.

الفرع الثالث: أهداف المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية INAPI

يتمثل دور المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية في الآتي

- ✓ حماية الاختراعات؛
- ✓ حماية العلامة الصناعية و التجارية والخدماتية؛
- ✓ حماية الرسوم والنماذج؛
- ✓ حماية التسميات الأصلية؛
- ✓ توفير معلومات حول التشريع في مجال الملكية الصناعية؛
- ✓ توفير معلومات تقنية انطلاقا من قاعدة معلومات تتضمن أهم التكنولوجيا العالمية التي تحصلت على براءات الاختراع.

الفرع الرابع: مهام المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية INAP

- ✓ مهام الخدمة العمومية لفائدة الدولة: التنفيذ السياسة الوطنية للملكية الصناعية؛
- ✓ مهام لفائدة المتعاملين الاقتصاديين والباحثين منها:
 - دراسة، تسجيل وحماية حقوق الملكية الصناعية (العلامات، الرسوم والنماذج والتسميات الأصلية وبراءات الاختراع)؛
 - تسهيل الدخول إلى المعلومات التقنية و وضع تحت تصرف المواطنين كل الوثائق والمعلومات التي لها علاقة بمجال الكفاءة؛
 - ترقية، تطوير وتعزيز قدرات الاختراع والابتكار بواسطة تدابير تحفيزية مادية ونفسية.¹

¹ WWW.mipmepi.gov.dz/www.inapi.org.le07/04/2016.11:14h.

المطلب الثاني: تطور ممارسة المقاولاتية في الجزائر

لاشك أن السياق التاريخي لتطور الفكر والعمل المقاولاتي في الجزائر، هو ذاته سياق اعتماد الدولة الجزائرية لسياسة الإصلاحات الاقتصادية في نهاية القرن العشرين، بعد تخليها عن النموذج الاشتراكي في التسيير وتبنيها لآليات اقتصاد السوق، التي تفترض تطوير قطاع المؤسسات، ففي الفترة الاستعمارية للجزائر لم تكن السياسة الفرنسية تمنح المواطنين الجزائريين حقوق وامتيازات لممارسة النشاط المقاولاتي إلا في حدود ضيقة، على الرغم من أن الفترة الاستعمارية عرفت ازدهارا كبيرا للمؤسسات الصغيرة، حيث كانت 98% من تلك المؤسسات مملوكة للمستوطنين الفرنسيين.

أما في مرحلة الاستقلال وحتى عام 1989، بحكم طبيعة الخيارات السياسية والاقتصادية التي تبنتها النخبة الحاكمة، المستندة إلى المنهج الاشتراكي ونظام الحزب الواحد اللذان يحدان من خيارات المشاركة الاقتصادية والسياسية ويجعلان سلطة القرار والمبادرة في يد الدولة وحدها فقط، ويمنعان كل المبادرات الخاصة ويحضر لهما تكوين منظمات أو جمعيات مستقلة، كما يحضر إنشاء مؤسسات اقتصادية خاصة، في ظل هذه الأوضاع السياسية والاقتصادية كان الفكر والنشاط المقاولاتي مغيبا ومهمشا بحكم تلك التوجهات السياسية.

بينما وبعد أكتوبر 1988 نتيجة عنه توجهات جديدة تسيير في إطار تعميق الحريات السياسية والاقتصادية، وفتح المجال للاستثمار الخاص والخصوصية، وتفعيل آليات حرية السوق، ومما سرع من تلك التوجهات الاقتصادية التزام الجزائر بتنفيذ برنامج الاستقرار الاقتصادي والتكيف الهيكلي لكل من صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، وكانت الظاهرة الاقتصادية البارزة في هذه التوجهات التطور السريع للقطاع الخاص، بفضل النمو المتزايد لعدد المؤسسات وتنوع نشاطاتها.

وتشير إحصائيات سنة 2000 الخاصة بطبيعة ملكية المؤسسات في الجزائر، إلى كون 4,74% من المؤسسات هي مؤسسات تابعة للقطاع العام، بينما تمثل 94,25% مؤسسات تابعة للقطاع الخاص.¹

المطلب الثالث: قيود المقاولاتية في الجزائر

تعتبر السوق الجزائرية سوق بكر ومجال خصب للاستثمار لكن بالمقابل يوجد جملة من المصاعب، يجب على المقاولين والمستثمرين معرفتها حق المعرفة ومحاولة التغلب عليها والتكيف معها للحصول على أكبر فرص للأعمال، تتمثل هذه القيود فيما يلي:

¹ مناد لطيفة، "المرأة المقاول والمشاركة الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإحصاء الوصفي، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، السنة 2014/2013، ص ص55-58.

1- السلع الصينية: حصة الصين من الواردات الجزائرية لم تتوقف عن النمو، فالسوق الجزائرية أصبحت مشبعة بالبضاعة الرديئة والمغشوشة وهذا لا يعني بالضرورة أن الصين تتبع سلع رديئة فقط، والدليل على ذلك هو أن 50 من منتجاتهم تصدر إلى فرنسا وإسبانيا وجهات أخرى، ومن هنا يجب التفكير في منافسة المنتجات النهائية من النوع الرديء، وعلى المقاول الجزائري أن يحاول إعادة السيطرة على السوق الجزائرية التي غزتها السلع الصينية الرديئة.

2- الاقتصاد الموازي أو السوق الموازية: يتجلى الأثر السلبي للسوق الموازي على تطور القطاع الخاص في كونه يعد منافسا غير شرعي في النشاط الاقتصادي لا يتحمل أية تكاليف مما يساعد على تصريف منتجاته وخدماته بأسعار أقل، عكس مؤسسات القطاع الخاص التي تعمل بطريقة رسمية وقانونية، فينجز على تحمل عدة تكاليف أهمها دفع الضرائب مما يساهم في ارتفاع أسعار منتجاتها وخدماتها بشكل يجعلها في حالة عدم القدرة على المنافسة زيادة على ما ينجر من خرق لحقوق الملكية من طرف السوق الموازي، مما يحد من رغبة المستثمرين في دخول السوق وتحمل المخاطر لعلمهم المسبق بعدم توافر مناخ نزيه للمنافسة بشكل يحد من اتساع تواجد القطاع الخاص الرسمي في النشاط الاقتصادي. إن العائدات المتحصل عليها في السوق الموازي تحدث خلافا في الاقتصاد الوطني والنشاط الاقتصادي للقطاع الرسمي الخاص، لذا يجب على المقاول معرفة تفاصيل هذه السوق، ليتمكن من اتخاذ القرارات المناسبة فيما يخص استثماراته وتكاليفها، وكذا أسعار السلع والخدمات المختلفة.

3- المؤسسات العائلية: العائلة هي مجال للتعاون، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية تأسست على الشكل المتعارف عليه، حول ديناميكية زوجية (زوج وزوجة وأحيانا الأولاد)، أما الجزائرية فيدور هيكلها حول روابط الدم (الأب، الأبناء، وأحيانا الأعمام والأخوال)، أما الزوجات وزوجات الأبناء وبقية الأقارب فهم في الغالب على هامش عمليات الإنتاج واتخاذ القرار. إن الأسرة الجزائرية تتبع النمط الأبوي منذ قدم التاريخ، و السمة الأبوية هي السمة الأساسية لمجتمعها، و يشير النظام الأبوي إلى نمط توزيع السلطة داخل الأسرة الجزائرية على أساس هيمنة الرجل على المرأة. وهيمنة الكبار على الصغار، مما يعني توزيعها هرميا على محوري السن والجنس.

4- القطاع الخاص: يتميز القطاع الخاص الجزائري بأنه عبارة عن تشكيلة من المؤسسات الفردية العائلية الصغيرة الحجم، تعاني من ضعف رأس المال المستثمر، قلة المؤهلات الفنية لليد العاملة وتستخدم تكنولوجيا أقل تطورا، فالمنتج للقطاعات الأكثر استثمارا في الجزائر يراها تتجه نحو قطاعات التجارة والخدمات والأشكال العمومية على حساب القطاع الاجتماعي ما يؤكد عدم فاعلية المقاول الجزائري الذي يضمن الحصول على هامش ربح مرتفع.

5- العناقيد الصناعية: سلسلة مترابطة من الصناعات ذات العلاقة سواء في إطار التكامل الأمامي أو الخلفي أو الأفقي من حيث مدخلات الإنتاج أو التكنولوجيا أو حتى المستهلكين، قنوات التوزيع. فالعناقيد الصناعية تعد دعما حقيقيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص من خلال وجود نوع من الارتباط والتكامل في إطار التعاون والمصالح المشتركة وهنا يبرز دور المقاول القادر على الإبداع سواء من خلال الإنتاج منتج جديد سابق أو اختراق أسواق جديدة من جهة أو إنشاء تشكيلة علاقات مع مؤسسات أخرى تمكنه من إيجاد موقع لنفسه في إطار العقود الصناعي.¹

المبحث الثاني: البطاقة التعريفية لمؤسسة سيم

بعد الاستقلال بدأت الدولة الجزائرية في إعادة هيكلة مؤسساتها، ثم تبنت النظام الرأسمالي الذي نجم عنه مؤسسات خاصة تسعى إلى مساهمة بناء الاقتصاد الوطني، ومن بين هذه المؤسسات مجمع "سيم" الذي يعد من أكبر الهياكل المؤسساتية في الجزائر حيث أن تطوره مسير للتحويلات الجذرية التي عرفها اقتصاد الجزائر منذ ما يزيد عن عقد كامل.

من مطحنة بسيطة في 1993 إلى من أكبر المجمعات الصناعية الجزائرية، ويرجع تطور هذه المؤسسة العائلية مثالي بفضل قوة الجهود، العمل الملتمح والاختيار الأحسن تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب حيث يتضمن: المطلب الأول نشأة مؤسسة سيم، تاريخها وهيكلها التنظيمي، أما المطلب الثاني فيتعلق بمهام وأهداف مؤسسة "سيم" بينما المطلب الثالث يشير إلى منتجات وأسواق المؤسسة.

المطلب الأول: نشأة مؤسسة سيم و تاريخها وهيكلها التنظيمي

مؤسسة "سيم" عبارة عن مجمع، صناعي، تجاري، مالي، خدماتي ويعتبر من أكبر المجمعات الرائدة في الجزائر.

الفرع الأول: تقديم عام لنشأة مجمع "سيم"

بدأت مؤسسة "سيم" نشاطها في بداية التسعينات كمطحنة عائلية يسيرها الأب "عبد القادر الزغيمي" وثلاثة أولاده، حيث بدأت في تطبيق أعمالها بمعنى الإنتاج في سنة 1994 عن طريق تحويل القمح في مطحنة ذات قدرات 150 طن ويد عاملة 40 عاملا ورأس مال اجتماعي قدر بـ 900800 دج فتحوّلت، من مؤسسة ذات مسؤولية محدودة إلى مؤسسة ذات أسهم لديها سجل تجاري واحد رقمه هو 03B084290 وفي سنة 2004، قدر رأس مالها الموقع بـ 5.665.000.000 وارتفع عدد عمالها إلى 991 عاملا وفي سنة 2000 أصبحت مؤسسة "سيم" عبارة عن مجمع يضم ستة فروع: تشمل

¹ لونيبي ريم، مرجع سبق ذكره، ص ص 208-210.

الاستثمارات في قطاع الصحة عيادة أمينة، بشفة والترقية العقارية بالبلدية مركب، بالإضافة إلى اقتنائها مؤسستين للمياه المعدنية والغازية AOUA SIM بموزاية، وجود فرع للتغذية الزراعية بمنطقة عين الدفلى، تنس وموزاية وكذلك فرع الصناعات الغذائية AGROSIM بعين الرمان موزاية، ومن جهة أخرى فتحت أبوابها للشراكة الأجنبية بإقامة مؤسسة مختلطة الجنسية "جزائرية إيطالية" في ميدان الصيانة والتموين لقطع الغيار وهذا في سنة 1997.

وفي سنة 2002 كانت هناك شراكة بين مؤسسة "سيم" و"سونطراك" في ميدان الطاقة المتجددة، إضافة إلى تعاملها كبنك القروض في جويلية 2002 مع الأردن وكويت وليبيا، وفي سنة 2005 تم إنشاء صلصة "سيم" وهي مؤسسة جزائرية إسبانية.

وقد بلغ استثمار المؤسسة 16.000.000.000 دج، أما الاستثمارات التي هي في قيد الإنجاز فتقدر بـ 3.700.000.000.

وبعد مدة قصيرة فرضت نفسها في السوق لتتحول عام 2002 إلى شركة ذات أسهم محتلة المرتبة الريادية في مجال اختصاصها فبعد انطلاقه عائلية تحولت المؤسسة إلى مجمع صناعي ومالي متعدد النشاطات والفروع ويضم أكثر من 1110 عاملا باستثمار يقارب 57.000.000.00^E.

الفرع الثاني: بطاقة فنية عن مؤسسة "سيم" للصناعة الغذائية "المطحنة"

تقع المطحنة الصناعية للنتيجة في الأطلس البلدي بالضبط في دائرة موزاية بمنطقة عين الرمان التي تبعد بحوالي 14 كلم عن مدينة البليدة، تأسست في عام 1993 كمطحنة عائلية صغيرة مختصة في تحويل الحبوب، القمح واعتبرت كأول مؤسسة جزائرية في الميدان الخاص، المهمة الرئيسية للمطحنة هي تحويل الحبوب (المادة الأولية) إلى فريضة، سميد وعجائن وكسكسي.

انضمت إلى المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية منذ سنة 1993 يتعلق موضوع الشراكة بين "سيم" وشركات أخرى أساسا بالمواد الأولية، أما تلك التي تحصل عليها من الداخل فتكون من خلال تعاونية الحبوب فقط.

لديها شراكة مع شركة فرنسية عالمية في إنتاج أغذية الحيوانات. أما بالنسبة لاستيراد مواد التغليف فيكون من تركيا وإيطاليا وهي على نوعان ورقي وبلاستيكي ومن الجزائر يتم الحصول على هذه المواد من ولايتي الجزائر وسطيف، ولون التغليف يتغير على أساس المنتج ونوعية الحبوب. تتوفر "سيم" على قاعة بيانات للحصول على المعلومات، وهي تستخدم الإنترنت منذ أقل من عشر سنوات.

تحتوي "سيم" على الممتلكات التالية:

✓ 5 وحدات لإنتاج العجائن القصيرة سعة 300 طن/اليوم؛

- ✓ 3 مطاحن، سعة 200 طن/اليوم؛
- ✓ 2 وحدات لإنتاج العجائن الطويلة سعة 300 طن/اليوم؛
- ✓ 4 وحدات لإنتاج الكسكسي، سعة 2000 طن/اليوم؛
- ✓ 1 واحدة لإنتاج أغذية الأنعام؛
- ✓ مخبزة صناعية لصناعة الخبز والحلويات الخاصة بمرضى السكري.

تمتد "سيم" على مساحة تقدر ب 90000م وتوظف حاليا 1110 عاملا موزعين على الشكل التالي:

- ✓ الإطارات 60 عامل؛
 - ✓ أعوان التحكم 196 عامل؛
 - ✓ أعوان التنفيذ 854 عامل؛
 - ✓ النساء 31 من 1110 عامل؛
 - ✓ الرجال 1079 من 1110 عامل.
- يلتزم عمالها بهندام رسمي الذي يحمل شعار العلامة التجارية لسيم و هو ما يعد من وسائل الحماية التي توفر للعمال.

يرمز للمؤسسة بالرمز SIM اختصارا ل: LA SEMOULERIE IN/ DU/ STRIELLE DE LA MITIJA وترمز ألوان العلامة إلى ما يلي:

- اللون الأصفر يرمز لسنبلة، أما اللون الأزرق لم تتم الإجابة عليه؛
- R تعني التجديد؛
- . . . تعني الاستمرار؛
- السنبلة ترمز لحبوب القمح؛
- أما الشكل البيضاوي للعلامة فلم تتم الإجابة عليه.

تحصلت "سيم" على شهادة الايزو 9001-2008، وستكون عما قريب خاضعة لمقاييس HACCP دخلت سجل غنيس للأرقام القياسية من خلال إنجازها لأكبر كسكس في العالم عام 2002.

1-التنظيم الداخلي للمؤسسة

تتكون المطحنة الصناعية للمنتجة من أربع مديريات تحت سلطة الرئيس المدير العام وهي: مديرية التجارة والتسويق، مديرية الإدارة والمالية، مديرية الإنتاج، مديرية التموين، تتفرع هذه المديريات إلى تسعة دوائر هي: دائرة التسويق، دائرة التجارة، دائرة المحاسبة، دائرة التسيير الموارد البشرية، دائرة الصيانة، دائرة العجائن، دائرة الموارد الأولية، دائرة التموين

2- تعريف ومفهوم المؤسسة

1.2 تعريف مؤسسة

تعددت التعاريف الخاصة بالمؤسسة وبمفهومها كالاتجاهات التقليدية التي تعرفها أنها عملية تهدف إلى توجيه وتوظيف عدد من الأفراد لتحقيق هدف معين. أما الباحث والمختص كريستر برنارد فقد عرفها بأنها: "نظام تعاوني يقوم على أساس تعاون شخصين أو أكثر من أجل تحقيق هدف معين وهي تمثل نطاقا معنويا".¹ وتعرف أيضا كمجموعة من الموارد البشرية والمادية والمالية المنظمة والمهيكلت والتي تخضع لأهداف دقيقة وتسيير على أساس طريقة معينة من التسيير.²

2.2 مفهوم المؤسسة

تتمثل المؤسسة عموما في مجموعة من الطاقات البشرية، المادية والمالية والتي تشغل فيما بينها، وفق تركيب معين وتوثيق محدد قصد إنجاز أداء المهام المنوط بها من طرف المجتمع.³

المطلب الثاني: مهام وأهداف مؤسسة "سيم"

الفرع الأول: مهام مؤسسة "سيم"

تتمثل مهام المؤسسة في تسيير وتطوير وتنمية الإنتاج الإجمالي، حيث يمكن تلخيص المهام الرئيسية التي أنشأت من أجلها المؤسسة في تغطية الطلب الوطني فيما يخص العجائن ومشتقاتها، كما أنها تساهم في تنمية وتفعيل هذا القطاع وترقية صادراتها بالأخص لدول المغرب العربي. حيث تقوم مؤسسة "سيم" بتحويل المادة الأولية سواء قمح صلب أو لين إلى مواد استهلاكية ذات نوعية جيدة تحضى بمواصفات الجودة العالمية.

ومن أجل تحقيق هذه المهام الملقاة على عاتق إدارة المؤسسة فهي تعمل على:

- ✓ إقامة نقاط بيع جديدة تعمل على توفير المنتجات بشكل أكبر على التراب الوطني؛
- ✓ إقامة وحدات جديدة وهذا عن طريق زيادة نسبة الاستثمارات واقتناء أجهزة جديدة لمضاعفة الإنتاج؛

¹ الملاحق الخاصة الداخلية للمؤسسة.

² يعقوب عبد الكريم، "المحاسبة التحليلية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص15.

³ أحمد طرطار، "تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص15.

- ✓ استعمال الإنتاج الزراعي واستغلاله إلى أقصى حد ممكن؛
- ✓ إتباع حاجات وأذواق تفضيلات ولذيفة المستهلكين عن طريق تقديم منتجات صحية؛
- ✓ تشغيل نسبة معينة من اليد العاملة وبالتالي زيادة القدرة الشرائية للأفراد.

الفرع الثاني: أهداف مؤسسة "سيم"

تعتبر أهداف مؤسسة "سيم" أهداف إستراتيجية وتنقسم إلى أهداف اقتصادية وأخرى اجتماعية على أن يبقى أهم هدف إستراتيجي للمؤسسة هو البقاء والاستمرار، وهي موضحة كما يلي:

الأهداف الاقتصادية: تتمثل في:

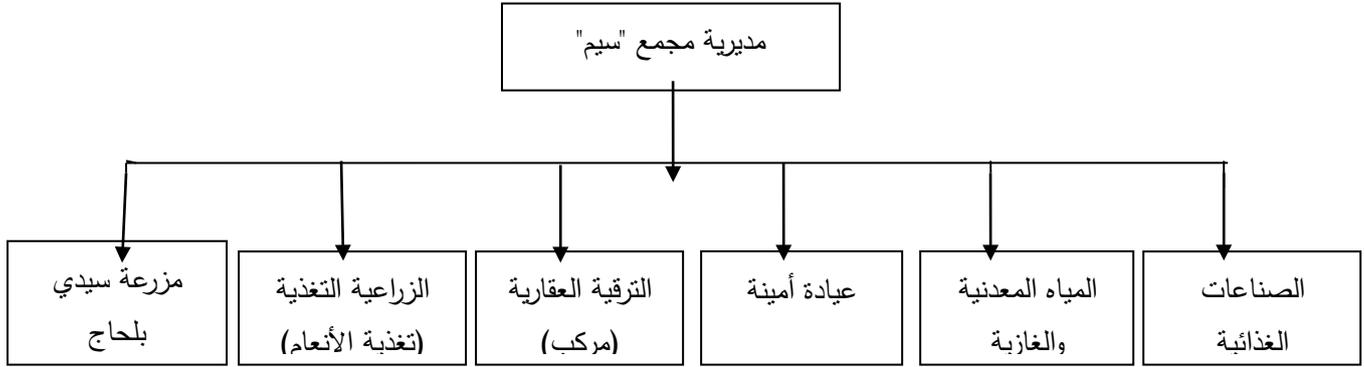
- ✓ المحافظة على مركز الريادة في سوق الصناعة الغذائية في ظل المنافسة الشديدة الحالية للحصول على تكنولوجيا حديثة والوصول إلى مركز القيادة في السوق المحلية للعجائن الغذائية؛
- ✓ العمل على تعديل وتطوير المنتجات الموجودة في السوق، بالإضافة إلى الرجوع والعودة بمنتجات جديدة مبتكرة وتوسع تشكيلة المنتجات بما يساهم في توسيع الحصة السوقية للمؤسسة؛
- ✓ السهر على توفير التكوين الملائم لكل عمال مؤسسة "سيم" في جميع المستويات وذلك بغرض جعلهم يجارون التطورات التكنولوجية وتقنيات التسيير الحديثة؛
- ✓ تحقيق أكبر رضا للزبائن من خلال تلبية حاجاتهم و رغباتهم وأنواع أذواقهم والعمل على إشباعهم مما يؤدي إلى تحقيق مستوى مقبول من الأرباح؛
- ✓ تكيف منتجاتها مع الطلب المزاي للمستهلكين.

الأهداف الاجتماعية: وتتمثل الأهداف الاجتماعية للمؤسسة "سيم" في:

- ✓ تلبية احتياجات السوق الوطني أي تحقيق الاكتفاء الذاتي وطنيا؛
- ✓ رفع المستوى المعيشي للعمال عن طريق تكوينهم ورفع مستواهم المهني؛
- ✓ المساهمة في امتصاص البطالة وذلك بفتح أبواب التوظيف أمم الشباب؛
- ✓ المساهمة في تحقيق التنمية الوطنية الشاملة.

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة "سيم"

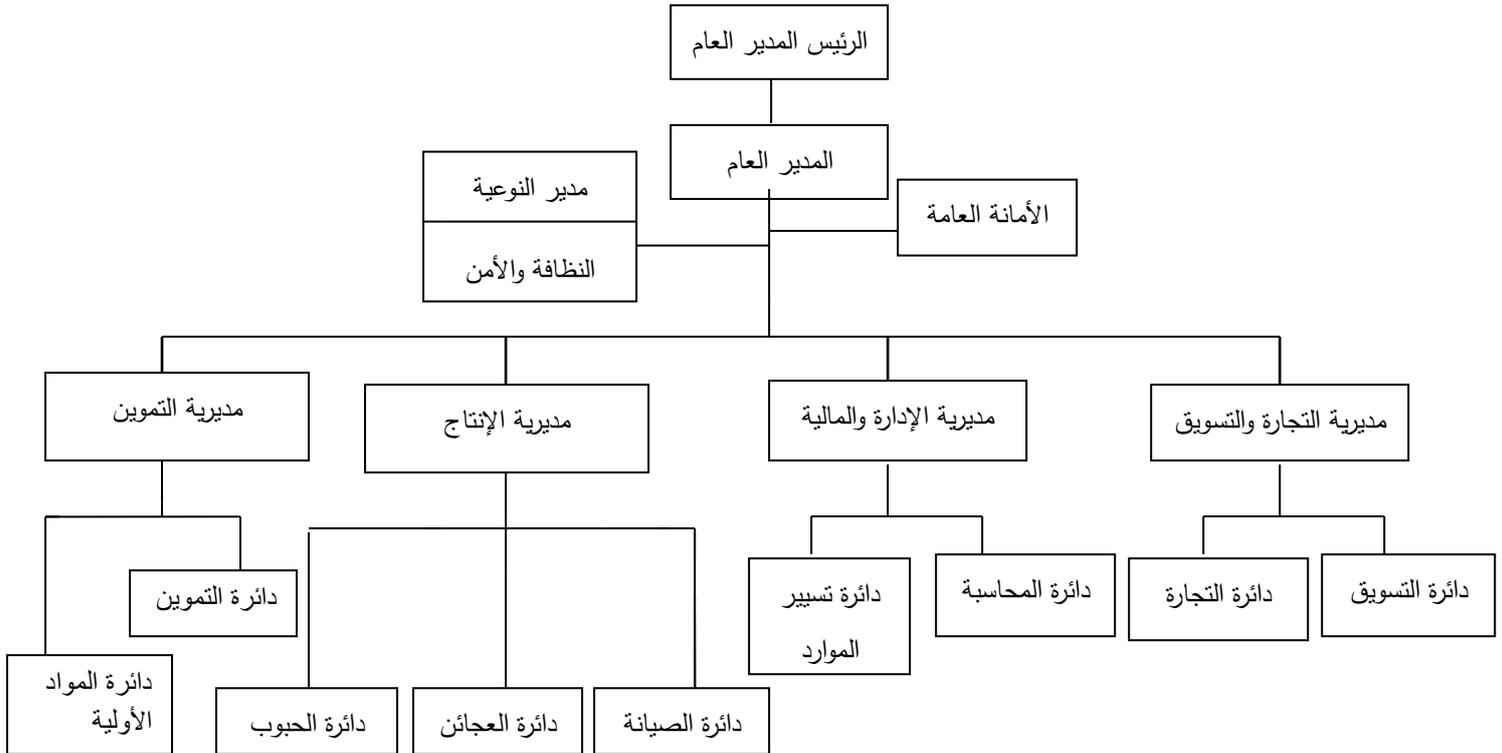
الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي لمجمع "سيم"



المصدر: الوثائق الداخلية للمؤسسة 2014/2013

بينما الشكل الموالي يظهر الهيكل التنظيمي لمؤسسة سيم

الشكل رقم 02: الهيكل التنظيمي لمؤسسة "سيم"



المصدر: الوثائق الداخلية للمؤسسة 2014/2013

المطلب الثالث: منتجات وخدمات وأسواق مؤسسة "سيم"

الفرع الأول: منتجات مؤسسة "سيم"

- ✓ العجائن القصيرة والطويلة بمختلف أشكالها وأحجامها وأنواعها؛
- ✓ السميد والفريضة بأنواعها؛
- ✓ الكسكس؛
- ✓ الخبز والحلويات خاصة بمرضى السكري؛
- ✓ أغذية الأنعام.

بالإضافة إلى المنتجات التي تنتجها هناك عدة خدمات تقدم لعمال وموظفي هذه المؤسسة خاصة وللمجتمع عامة وهي:

- ✓ الرعاية الصحية بعيادة أمينة بمنطقة الشفة؛
- ✓ التعليم بواسطة روضة للأطفال وأقسام تحضيرية ومدرسة ابتدائية ومتوسطة في قلب مدينة البليدة؛
- ✓ هذه الخدمات لا تقدم فقط لعمال مؤسسة "سيم" بل هي أيضا موجهة للمجتمع.

الفرع الثاني: أسواق مؤسسة "سيم"

"سيم" أكثر من 10 سنوات خبرة في التصدير.

الجدول رقم 02: أسواق مؤسسة سيم

المنتج المسوق	البلد
كل المنتجات	الجزائرية
كل المنتجات	الأسواق الإفريقية: موريطانيا، نيجر، ليبيا، طوغوا، البنين، سينغال، غينيا، قومبيا، كولديفوار
العجائن والمشروبات الغازية	الأسواق الأوروبية: فرنسا، إسبانيا، بلجيكا
العجائن والمشروبات الغازية	الأسواق الآسيوية: دبي (الإمارات العربية المتحدة)، ماليزيا، في خمس سنوات الأخيرة

الأسواق الأمريكية: الولايات المتحدة الأمريكية في خمس سنوات الأخيرة، كندا	الكسكس فقط
---	------------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف المؤسسة.

المبحث الثالث: حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر

المطلب الأول: تأثير حماية الملكية الصناعية بالمقاولاتية

حماية الملكية الصناعية ليست وليدة اليوم بالنسبة للجزائر، فقد كان ظهورها في القوانين والتشريعات الجزائرية منذ الاستقلال، لذا أنشأ المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية فالمؤسسات الجزائرية لا تملك المفهوم الصحيح عن حماية الملكية الصناعية، التي تعد المحرك أو هي ضمان لحماية منتجات أي مؤسسة كانت سواء من الغش أو التقليد أو التزوير، وأولي خطوات هذه الحماية تبدأ بالتسجيل لدى المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية. ومن خلال تطبيق المؤسسة لهذا المبدأ تكون محمية من أي خطر، خاصة المنافسة غير المشروعة، وتعرف بمنتجاتها في السوق من خلال علامتها التجارية التي تميزها عن غيرها، وخطوة بخطوة تبدأ المؤسسة في الانتشار والنمو من خلال جودة منتجاتها، مما يكسبها السمعة الجيدة ويزيد من حصصها في السوق وتكسب ثقة زبائنها، بهذا يكون تأثير حماية الملكية الصناعية على المقاولاتية بشكل إيجابي وهو ما يزيد من قوتها وتطورها وحتى انتشارها خارج السوق الجزائرية، وهذا ما تم تسجيله في مؤسسة "سيم" لصناعات الغذائية، بحيث كانت خطوتها الأولى كمطحنة عائلية سجلت علامتها منذ نشأتها سنة 1993، ومنذ ذلك الوقت بدأت المؤسسة في النمو بالتدرج من خلال تكثيف نشاطاتها بزيادة فروعها حتى استحوذت على السوق الجزائرية، وبعدها بدأ التفكير في التسويق نحو الخارج وأصبحت أول مصدر جزائري في مجال العجائن خاصة الكسكس وبعد إنشائها لأكبر طبق كسكس في العالم سنة 2002 فتح لها المجال للتسويق في أمريكا وهذا ما جعل علامة "سيم" تنتشر لتنشأ شراكة مع مجموعة من الشركات إلى أن أصبحت الآن مجمع ينتج عدة منتجات فإن استخدام حماية الملكية الصناعية من طرف مؤسسة تؤثر في المقاولاتية بشكل إيجابي وعكس ذلك يقضي عليها وعلى استمراريتها.

المطلب الثاني: المنهج المتبع في هذه الدراسة

أ- تم الاعتماد على المنهج الوصفي، حيث أنه يعبر عن الظاهرة الاجتماعية المراد دراستها تعبيراً كمياً وكيفياً. كما اعتمدت الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات:

1- البيانات الأولية: وذلك من خلال الدراسة الميدانية وجمع المعلومات اللازمة من مجتمع الدراسة ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي واستخدام الاختيارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة إحصائية ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

2-البيانات الثانوية: وذلك من خلال مراجعة الكتب والدوريات والمنشورات التي تتعلق بحماية الملكية الصناعية والمقاولاتية لإثراء الدراسة بشكل علمي.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من:العاملين بمؤسسة "سيم" بموزاية وعددهم 60 عامل
عينة الدراسة: قامت الباحثتان بتوزيع استبيان على عينة حجمها 50 موظف من مؤسسة "سيم" وتم استرداد 39 إستبانة أي أن نسبة المجيبين على الاستبيان كان 39 من المستقصيين.

الأدوات المستخدمة

أولاً: أداة الدراسة

بعد مراجعة للأدبيات والدراسات ذات العلاقة وجدت الباحثتان أن أنسب وسيلة لجمع المعلومات هي الاستبيان وقد تم تصميم الاستبيان بما يتوافق مع أهداف الدراسة كالتالي:
1-إعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات ؛
2-عرض الاستبيان على المشرفة من أجل اختبار مدى ملائمة لجمع البيانات ؛
3-تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم ؛
4-توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.
وتتكون أداة الدراسة من قسمين كالتالي:

✓ القسم الأول: عبارة عن مجموع بيانات شخصية وذلك لتوضيح خصائص عينة البحث وشمل الجنس، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي والخبرة المهنية.

✓ القسم الثاني: تضمن عبارات تقيس متغيرات الدراسة وتكونت الاستبانة من 36 فقرة حول أبعاد كل من المتغير المستقل والمتغير التابع وهي كالتالي:

أبعاد المتغير المستقل:

- الملكية الصناعية: وتضمن أربع عبارات.
- دور وخصائص الملكية الصناعية: وتضمن أربع عبارات
- مفهوم العلامة التجارية: وتضمن أربع عبارات
- أهمية العلامة التجارية: وتضمن أربع عبارات

أبعاد المتغير التابع:

- مفهوم المقاولاتية: وتضمن خمس عبارات
- أهداف المقاولاتية: وتضمن خمس عبارات
- مفهوم المقاول: وتضمن خمس عبارات

▪ مناخ المقاولاتية: وتضمن خمس عبارات

ينطوي نموذج الدراسة على نوعين من المتغيرات المتغير المستقل وهو حماية الملكية الصناعية والمتغير التابع وهو المقاولاتية

وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت الخماسي" لقياس استجابات المستقصيين لفقرات الاستبيان وذلك كما هو موضح في الجدول رقم 3

الجدول رقم (3): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

ثانيا: صدق وثبات الاستبيان

وقد تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين هما:

1-الصدق الظاهري (صدق المحكمين): وتم ذلك بعرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة بهدف التأكد من صحة وسلامة لغة الاستبيان.

2-طريقة ألفا كرونباخ: ألفا كرونباخ: مقياس أو مؤشر لثبات الاستبيان كطريقة ثانية لقياس الثبات ولذلك قامت الباحثتين بحساب معامل الثبات لكل العبارات المرتبطة بالاستبيان.

يتم دراسة ثبات أداة الدراسة من خلال قيمة معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لكل بعد، يقيس هذا المعامل الاتساق الداخلي في فقرات الاستبانة. وحسب دراسة للباحثين "Strong" و "Hensley" فإنه حتى يتحقق ثبات الأداة يجب أن يكون معامل كرونباخ ألفا أكبر أو يساوي 0,60.

الجدول رقم4: معامل الثبات x "الحماية الملكية الصناعية"

البعد	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
الملكية الصناعية	4	0.893
دور وخصائص الملكية الصناعية	4	0.895
مفهوم العلامة التجارية	4	.0893
أهمية العلامة التجارية	4	0.907

المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول رقم 05: معامل الثبات y "المقاولاتية"

البعد	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
مفهوم المقاولاتية	5	0.910
أهداف المقاولاتية	5	0.899
مفهوم المقاول	5	0.905
مناخ المقاول	5	0.893

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول رقم 06: معامل الثبات xy "حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية"

البعد	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
المجموعة x	16	0.799
المجموعة y	20	0.879
المجموع	36	0.944

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول رقم 6 يلاحظ أن قيم معامل الثبات تتراوح بين 0.799 و 0.944 لكل أبعاد النموذج، بحيث كانت نتيجة معامل الثبات الكلية لنموذج هي 0.944 بهذا نستنتج أن قيم النموذج مقبولة وتدل على ثبات أداة الدراسة.

ثالثا: أساليب المعالجة الإحصائية

لقد قامت الباحثين بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال برنامج spss الإحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات ؛
- معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات ؛
- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

المطلب الثالث: تحليل نتائج الاستبيان ومناقشتها

سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى نتائج الدراسة ومحاولة مناقشة وإعطاء تفسيرات للنتائج

أولاً: خصائص عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

1- خصائص عينة الدراسة حسب الجنس

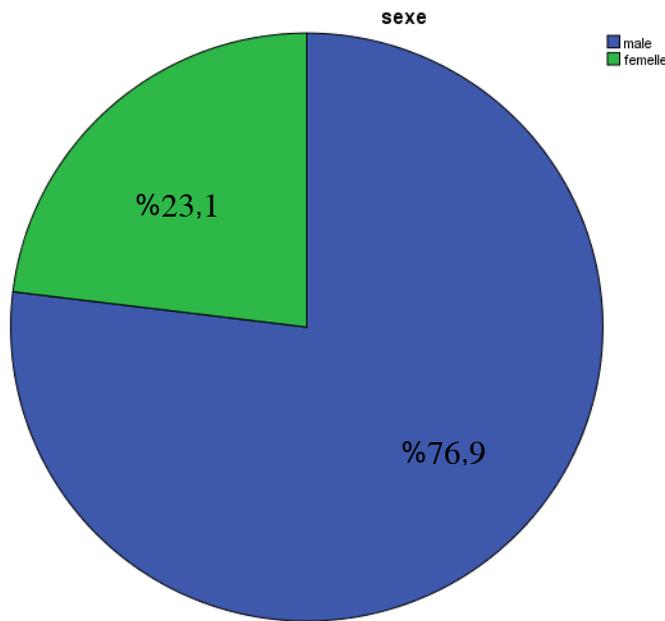
يتضمن الجدول رقم 07 خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس.

الجدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	30	76,9%
أنثى	09	23,1%
المجموع	39	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من الجدول رقم 07 يظهر أن نسبة 76.9% من المستقصيين كانت ذكور، أما نسبة الإناث فقد كانت تساوي 23.1% من المستقصيين. وهذا يشير إلى أن المجتمع محل الدراسة مجتمع ذكوري وهذا لطبيعة نشاط المؤسسة وكذا لوجود المؤسسة في منطقة نائية يصعب الوصول إليها لذا يستوجب وجود الذكور أكثر من الإناث . وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية.

2- خصائص العينة حسب المستوى الوظيفي

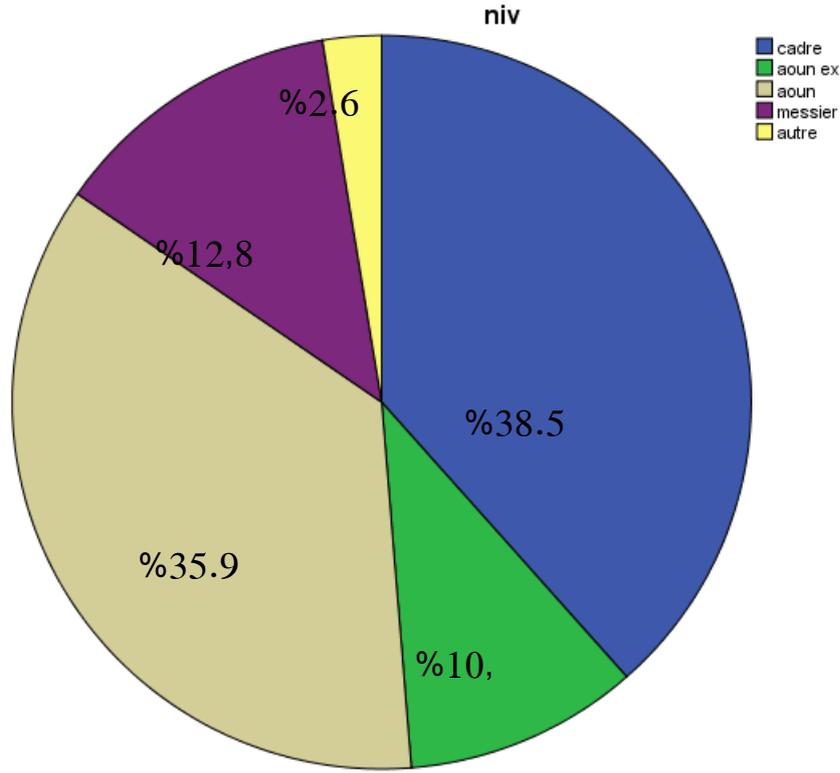
الجدول رقم 08: عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي

النسبة	التكرار	المستوى الوظيفي
38,5%	15	إطار
10,3%	4	عون تنفيذي
35,9%	14	عون إداري
12,8%	5	مسير
2,6%	1	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

فيما يلي شكل توضيحي لتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي

الشكل رقم 04: توزيع عينة الدراسة المستوى الوظيفي



من الجدول رقم 08 يظهر لنا أن نسبة 38.5% من المستقيمين تمثل الإطارات، ونسبة 10.3% تمثل أعوان تنفيذيين، و 35.9% تتمثل في الأعوان الإداريين أما نسبة 12.8% تمثل المسيرين وأقل نسبة كانت 2.6% تمثل وظائف أخرى. وهذا يشير إلى أن أغلبية الموظفين تمثل الإطارات وأعوان إداريين وهذا يدل على أن المؤسسة لديها موظفين ذات كفاءات عالية بحيث يعتبرون كمورد بشري مهم.

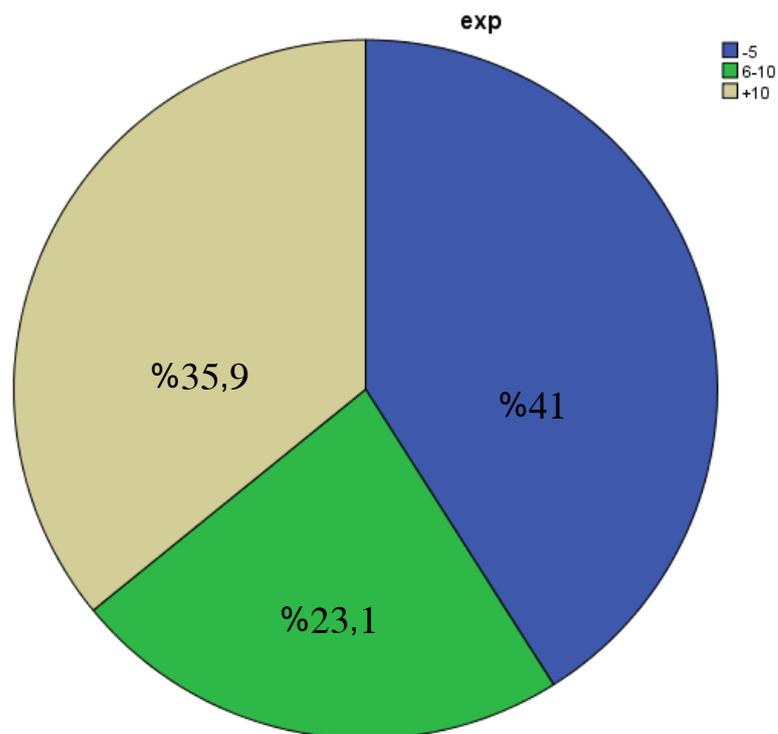
3- خصائص عينة الدراسة حسب مستوى الخبرة المهنية

الجدول رقم 09: حسب مستوى الخبرة المهنية

النسبة	التكرار	الخبرة المهنية
41%	16	أقل من 5 سنوات
23,1%	9	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
35,9%	14	أكثر من 10 سنوات
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الخبرة المهنية



من الجدول رقم 09 يظهر أن نسبة 41% من المستقصيين تمثل الموظفين الذين لديهم مستوى الخبرة أقل من 5 سنوات، ونسبة 23.1% فقد كانت تمثل الموظفين الذين لديهم مستوى الخبرة يتراوح ما بين 6 سنوات و 10 سنوات، أما نسبة 35.9% تمثل نسبة الموظفين الذين لديهم أكثر من 10 سنوات خبرة مهنية، لهذا يمكن القول أن موظفي المؤسسة لديهم الخبرة والكفاءة.

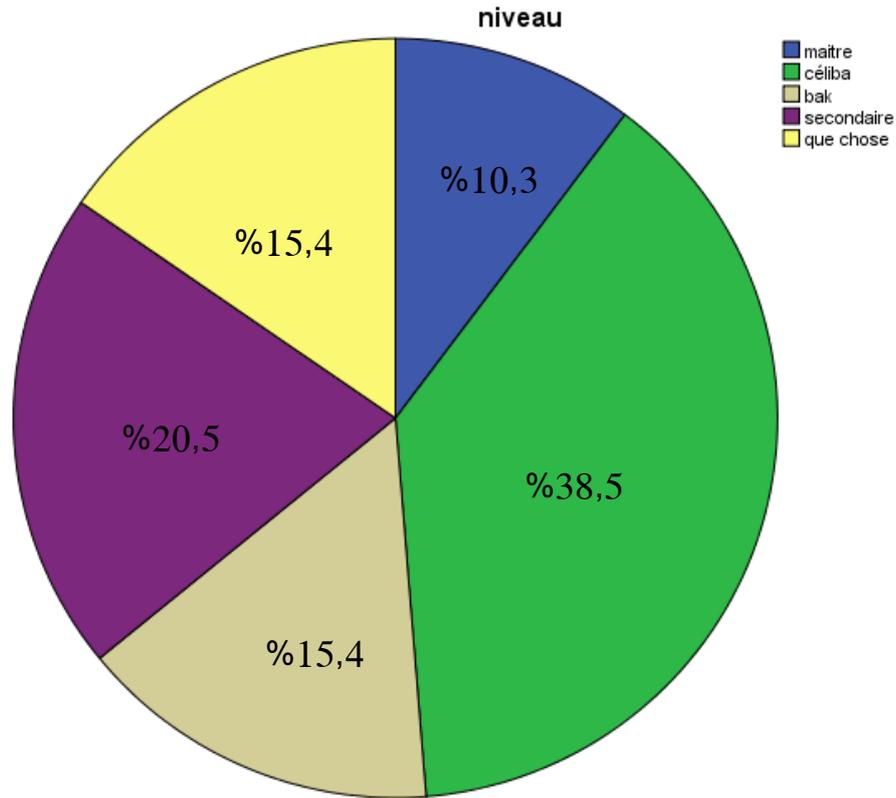
4- خصائص عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم 10: المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
10,3%	4	ماجستير
38,5%	15	ليسانس
15,4%	6	بكالوريا
20,5%	8	ثانوي
15,4%	6	غير ذلك
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم 06: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



من الجدول رقم 10 يظهر أن نسبة 10.3% من المستقيين تمثل الموظفين الذين لديهم مستوى ماجيستر، ونسبة 38.5% فقد كانت تمثل الموظفين الذين لديهم مستوى ليسانس ونسبة 15.4% تمثل الموظفين الذين لديهم مستوى بكالوريا، أما نسبة 20.5% تمثل مستوى ثانوي ونسبة 15.4% تمثل مستويات أخرى، إن أغلبية موظفي المؤسسة لديهم مستوى تعليمي جامعي وهذا يدل على أن المؤسسة تعتمد في التوظيف على ذوي الشهادات العليا.

ثانيا: مناقشة وتفسير النتائج

أ-دراسة واختبار صحة فرضيات الدراسة

1- طبيعة توزيع متغيرات النموذج: حتى يتم اختبار صحة فرضيات الدراسة يجب أن يخضع أبعاد نموذج الدراسة إلى التوزيع الطبيعي. ويتحقق هذا الشرط إذا ما كان معامل الالتواء (برسون) محصورا بين 3 و -3 وهذا حسب دراسة للباحث " won " في سنة 2004. الجدول رقم 06 يبين قيمة معامل الالتواء لمختلف متغيرات الدراسة.

الجدول رقم 11: معامل الالتواء "حماية الملكية الصناعية"

الفصل الثالث: واقع حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية في الجزائر دراسة تطبيقية

المتغير	معامل الالتواء
الملكية الصناعية	0.268
دور وخصائص حماية الملكية الصناعية	1.397
مفهوم العلامة التجارية	0.932
أهمية العلامة التجارية	0.882

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول رقم 12: معامل الالتواء "المقاولاتية"

المتغير	معامل الالتواء
مفهوم المقاولاتية	0.274
أهداف المقاولاتية	0.776
مفهوم المقاول	0.434
مناخ المقاول	0.925

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول رقم 13: معامل الالتواء "حماية الملكية الصناعية" و"المقاولاتية"

المتغير	معامل الالتواء
المجموعة X	1.264
المجموعة Y	0.806

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول رقم 13 يلاحظ أن معامل الالتواء محصور بين 0.268 و 1.324 وهذا ضمن المجال [3-3] بمعنى أن توزيع هذه العينة يخضع للتوزيع الطبيعي، أي يمكن إكمال إجراء اختبار صحة الفرضيات.

جدول رقم 14: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

المحاور	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
حماية الملكية الصناعية	- مفهوم حماية الملكية الصناعية	2.217	0.582	موافق
	- دور وخصائص حماية الملكية الصناعية	1.961	0.560	موافق بشدة
	- مفهوم العلامة التجارية	2.076	0.671	موافق
	- أهمية العلامة التجارية	2.115	0.783	موافق
المقاولاتية	- مفهوم المقاولاتية	2.189	0.548	موافق
	- أهداف المقاولاتية	2.097	0.606	موافق
	- مفهوم المقاول	2.076	0.631	موافق
	- مناخ المقاول	2.184	0.684	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

2- اختبار صحة الفرضيات:

2-1 اختبار صحة الفرضية الأولى والثانية: لاختبار صحة الفرضيتين يعتمد على المتوسط الحسابي لإجابة المستقصيين. كان الوسط الحسابي بالنسبة للمتغير المستقل وهو حماية الملكية الصناعية يساوي بالتقريب 2.217 وبالعودة إلى مقياس "ليكرت الخماسي" يقارب منتصف هذا المقياس بمعنى أن شدة قوته قوية وليست ضعيفة. لذا يتم تأكيد الفرضية الأولى والتي مفادها أن المؤسسة تطبق حماية الملكية الصناعية.

أما الوسط الحسابي بالنسبة للمتغير التابع وهو المقاولاتية فقد كان بالتقريب مساوي لـ 2.189 وهذا يقابل في مقياس "ليكرت" الخماسي 62% من إجابة المستقصيين بمعنى أنه يوجد قبول مرتفع لدى موظفي مؤسسة "سيم"، بأن المقاولاتية تخلق مؤسسات تساهم في التنمية الاقتصادية لذا فإن الفرضية الثانية مقبولة.

2-2 اختبار صحة الفرضية الثالثة: لاختبار صحة الفرضيات يعتمد على المتوسط الحسابي لإجابة المستقصيين بحيث كان الوسط الحسابي للمجموعة الرابعة للمتغير المستقل يساوي بالتقريب 2.115 وبالعودة إلى مقياس "ليكرت الخماسي" نجده يقارب منتصف هذا المقياس بمعنى أن شدة قوته قوية وليست ضعيفة حسب ما أفادته إجابات العينة من خلال أهمية العلامة التجارية لذا نقبل الفرضية الثالثة والتي مفادها على أن العلامة التجارية لها أهمية كبيرة في حماية المنتج.

2-3 اختبار صحة الفرضية الرابعة: الوسط الحسابي بالنسبة للمتغير المستقل التابع للمجموعة الثالثة كان بالتقريب يساوي 2.076 وبالعودة إلى مقياس "لكرت الخماسي" يقارب الأغلبية من إجابة المستقصيين فهذا يعني أنه يوجد قبول مرتفع لدى موظفي المؤسسة بأن حماية العلامة التجارية للمؤسسة ساهم في نموها وتطورها لذا فإن الفرضية الرابعة مقبولة.

2-4 اختبار صحة الفرضية الخامسة: الوسط الحسابي بالنسبة للمتغير التابع للمجموعة الثالثة فقد كان بالتقريب 2.076 وهذا يقابل في مقياس "لكرت الخماسي" أغلبية إجابة المستقصيين وهذا يعني أن هناك قبول مرتفع لدى موظفي المؤسسة بأن هدف المقاول تحمل المسؤولية وخلق منفعة عامة لذا فإن الفرضية الخامسة مقبولة.

2-5 اختبار فرضية تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع

-ملائمة النموذج: كما هو موضح في الجدول، معامل التحديد يساوي 0.588، هذا يعني أنه 0.588 من التباين في المقاولاتية. مفسر بالتغير في المتغيرات المستقلة. (الملكية الصناعية، دور وخصائص حماية الملكية الصناعية، مفهوم العلامة التجارية، أهمية العلامة التجارية) كلما كان معامل التحديد ذات دلالة يكون لتطبيق حماية الملكية الصناعية دور فعال في تفعيل المقاولاتية مستوى الدلالة F يساوي 0.000 وهي أقل من قيمة F المحسوبة التي تساوي 52.745، وهذا دليل على معنوية (SIG)=(0.000) إذ نرفض الفرضية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 وهذا يعني وجود علاقة معنوية بدرجة عالية بين حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية.

الجدول 14: نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis of variances) (المتغير التابع=المقاولاتية)

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط (R)
1	6.291	1	6.291	52.74	0.000	0.588	0.767
الخطأ المتبقي	4.413	37	0.119				
المجموع	10.704	38					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول رقم 14 نتائج الانحدار المتعدد لاختيار وتأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع

ب- تفسير النتائج:

-إن معامل الارتباط $R=0.767$ أي أن هناك علاقة قوية وطردية بين حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية.

-إن معامل التحديد $R^2= 0.588$ أي حماية الملكية الصناعية مفسرة بـ 0.588 وتبقى 0.412 تدخل ضمن هامش الخطأ.

اختبار معنوية المعالم

نلاحظ أن:

$Sig(A)=0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن العدد الثابت لديه دلالة معنوية.

$Sig(B)=0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن حماية الملكية الصناعية تؤثر في المقاولاتية.

اختبار معنوية النموذج

نلاحظ أن $F=52.745$ و $Sig(F)=0.000$ قيمتها أقل من 0.05

إن النموذج ككل له دلالة معنوية أي أن حماية الملكية الصناعية تؤثر في المقاولاتية.

اتضح بأن هناك علاقة ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عالية جدا (أقل من 0.01) بين مختلف محاور حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية

من خلال متغيرات الدراسة فإن معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تكون من الشكل: $Y=\hat{\alpha}+\beta X$ حيث أن:

Y : تعبر عن المقاولاتية

X : تعبر عن حماية الملكية الصناعية

من خلال الجدول السابق فإن معادلة الانحدار المقدره تكون كالتالي: $Y=0.480+0.786X$

التفسير الاقتصادي لنموذج

إن قيمة $\hat{\alpha}=0.480$ قيمتها موجبة أي أنها مقبولة اقتصاديا

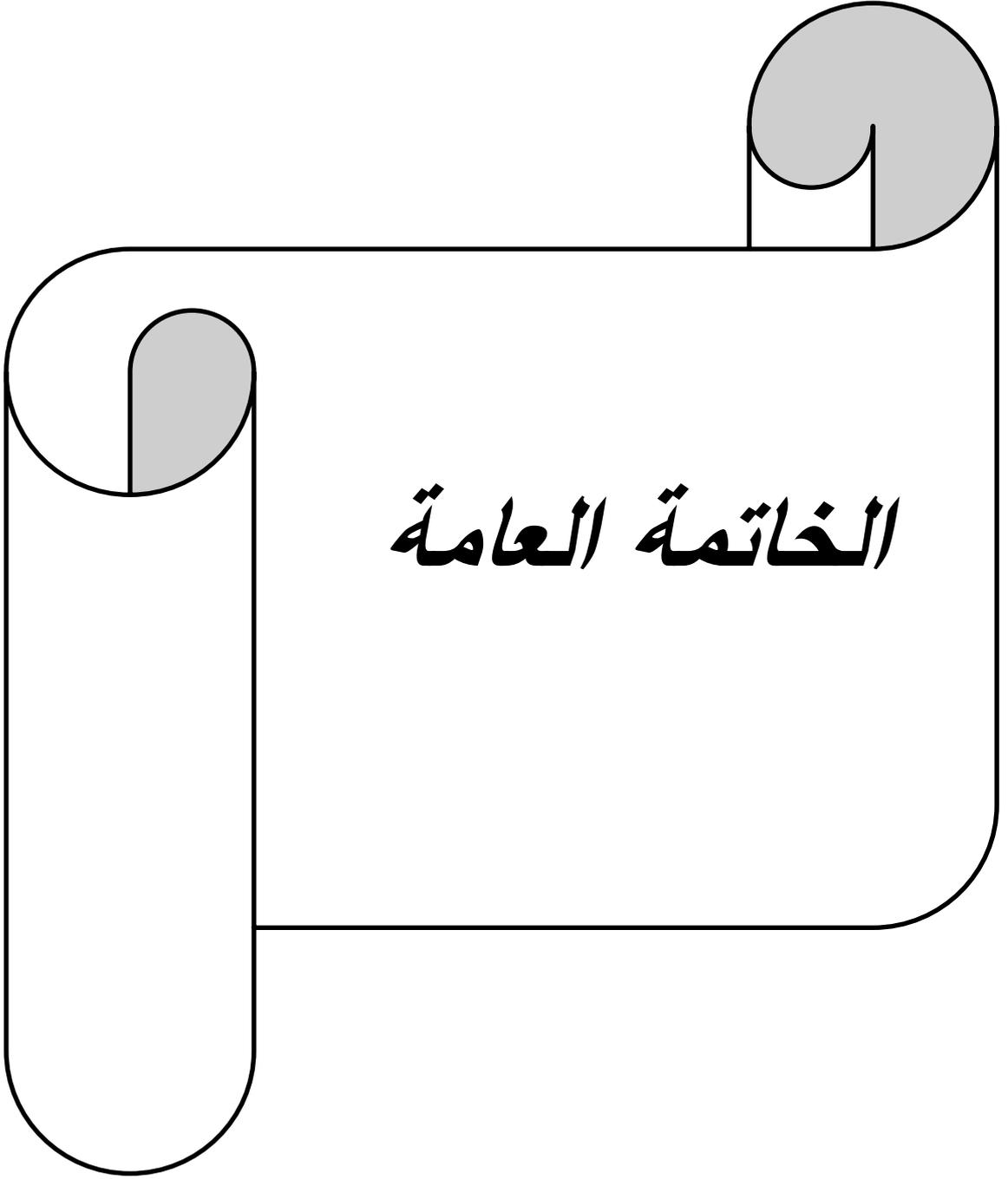
كما نلاحظ أن $\beta=0.786$ أي إذا زادت حماية الملكية الصناعية بوحدة واحدة تؤدي إلى زيادة المقاولاتية بـ 0.786 وهي مقبولة لأنها موجبة

-نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أنه يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha < 0.05$ لحماية الملكية الصناعية والمقاولاتية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.768 وهو ذات دلالة معنوية عند مستوى عال جدا (0.01) ما يعني أنه كلما زادت حماية الملكية الصناعية كلما أدى ذلك إلى تفعيل المقاولاتية.

خلاصة الفصل الثالث

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع حماية الملكية الصناعية ودورها في تفعيل المقاولاتية وذلك من خلال إبراز أهميته بالنسبة للمؤسسات الجزائرية، وتمت بدراسة ميدانية على مستوى مؤسسة "سيم" التي تقع بدائرة موزاية، ولاية البليدة، إذ تعتبر حماية الملكية الصناعية من أهم الآليات المطبقة في هذه المؤسسة وهذا لقدرتها على حماية المنتجات من كل تقليد وتزوير ومساهمتها في تحقيق النمو والتطور وذلك من خلال دراسة عنصرين أساسيين فالشق الأول يتعلق بالعلامة التجارية التي تعتبر المحور الأساسي في تمييز المنتجات، أما الشق الثاني فهو يتمحور حول براءة الاختراع إذ تعطي لصاحبها حق التصرف في ابتكاراته وحمايتها من كل اعتداء، ومن جهة أخرى عرجت الباحثتان على موضوع المقاولاتية من خلال إبرازها كأسلوب حديث في تنمية الاقتصاد وتزايد أهميتها وأخذها لمكانة مرموقة بحيث أصبح المقاول يشكل الأهمية العظمى في خلق مؤسسات تساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الدخل الوطني.

وبينت نتائج الدراسة الميدانية أن مؤسسة "سيم" تعد واحدة من المؤسسات الجزائرية الرائدة في السوق والتي عرفت خلال مسيرتها تطورا اقتصاديا متزايد فمن مؤسسة أسرة صغيرة إلى مجمع كبير، وهذا لكونها اعتمدت على أساليب إنتاجية وبشرية حديثة ولعل أبرزها حماية الملكية الصناعية وهو ما يشكل نموذج نجاح يقتدي به ويدعو باقي المؤسسات لإتباعه كما تقتضي الظروف الاقتصادية التسريع في اتخاذ كل الإجراءات المسهلة والمنظمة لضمان إنشاء مؤسسات جديدة واستمرار المؤسسات المتواجدة بالسوق سيما في مجال حماية الملكية الفكرية والصناعية لتحقيق الروح المقاولاتية كون هذه الملكية تؤثر بقوة وبالإيجاب (علاقة طردية قوية) في خلق وبقاء المقاولاتية.



الخاتمة العامة

لقد كان الهدف الأساسي من هذه الدراسة أي حماية الملكية الصناعية ودورها في تفعيل المقاولاتية تلعب دورا مهما وجوهريا في تنمية الاقتصاد والدفع بعجلة التقدم والتطور لأي بلد يولي الاهتمام بهذا النوع من الحقوق، وقد أضحت موضوع حماية هذه الملكية في عالم اليوم الشغل الشاغل للعديد من الدول لمواجهة كل تقليد، قرصنة وتزوير لمختلف الإبداعات والابتكارات ووطنيا ودوليا على توفير الحماية لحقوق الملكية الصناعية في ظل عالم اليوم الذي يدعو إلى توحيد هذه الحماية عالميا، وذلك من أجل حماية أصحاب هذه الحقوق من التقليد والقرصنة والتزوير لإبداعاتهم وابتكاراتهم.

كما حظيت المقاولاتية هي الأخرى باهتمام متزايد لا يقل عن مثيلة للملكية الصناعية كونها ترتبط أساسا بالدورة الاقتصادية ويستمد موضوع أهميتها من خلال أثارها المختلفة على جميع الميادين الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء إذ أنها تعتبر ظاهرة متعددة الأبعاد تتمحور أساسا حول روح الإبداع والمخاطرة وعلى الرغم من أهمية هذان المتغيران. وعلى الصعيد الوطني لا تهتم الكثير من المؤسسات الجزائرية بالجوانب المتعلقة بالملكية الصناعية التي مازال موضوعها غير واضح المعالم بالنسبة للكثير من مسيري المؤسسات، كما لا تزال البدايات الأولى للمقاولاتية محتشمة ومتواضعة للغاية.

النتائج

- ✓ وجود معظم المؤسسات في أي ولاية لا تفهم معنى حماية الملكية الصناعية؛
- ✓ "سيم" هي من المؤسسات القلائل المستوعبة لموضوع حماية الملكية الصناعية؛
- ✓ حماية العلامة التجارية لسيم كان سببا في ما هي عليه اليوم؛
- ✓ ازدهار مجال المقاولاتية عما كان عليه من قبل؛
- ✓ وجود روح الإبداع والابتكار داخل المؤسسة.

إثبات صحة الفرضيات

- 1- تبين من خلال الدراسة التطبيقية أن حماية الملكية الصناعية تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية وتشجع الابتكارات الوطنية وهذا يثبت صحة الفرضية الأولى.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة التطبيقية أن المقاولاتية تخلق مؤسسات تساهم في التنمية الاقتصادية وتخفف من ظاهرة البطالة وهذا يثبت صحة الفرضية الثانية.
- 3- أشارت أحد نتائج الدراسة التطبيقية بأن للعلامة التجارية أهمية كبيرة في حماية المنتج من الغش والسرقة وعليه فإن الفرضية الثالثة صحيحة.
- 4- تبين لنا من خلال نتائج الدراسة التطبيقية أنه بحماية العلامة التجارية لمؤسسة "سيم" ساهم في نموها وتطورها لذا فإن الفرضية الرابعة صحيحة.

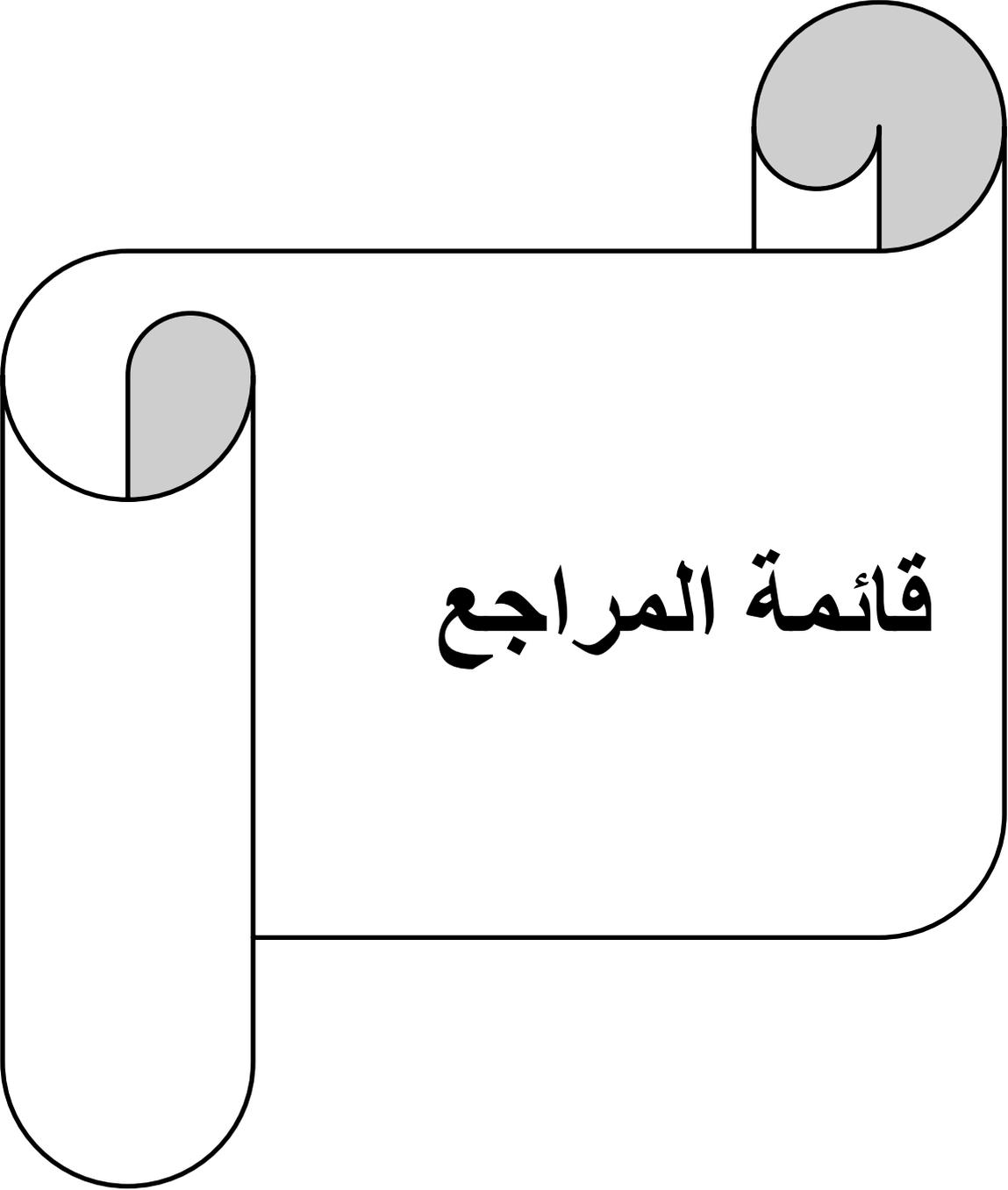
5-تبين من خلال الدراسة التطبيقية أن هدف المقاول هو خلق منفعة عامة وتحمل المسؤولية وهذا يثبت صحة الفرضية الخامسة.

وانطلاقا من هذا الوضع يمكن اقتراح جملة من الحلول التي قد تساهم إلى حد ما في إبراز الأدوار المهمة لكل من المقاولاتية وحماية الملكية الصناعية في تعزيز النمو الاقتصادي المستدام وتحقيق التنمية المستدامة بكل أبعادها المختلفة تتمثل هذه الاقتراحات في الآتي:

- ✓ إعطاء أهمية أكبر لموضوع حماية الملكية الصناعية لأهميتها العظمى في تطور المؤسسات؛
- ✓ توعية مسيري المؤسسات حول تأثير حماية الملكية الصناعية على مشروعاتهم؛
- ✓ تقديم ندوات وإلقاء محاضرات حول نشر ثقافة الملكية الصناعية في الجامعات؛
- ✓ تشجيع الدراسات حول حماية الملكية الصناعية؛
- ✓ فتح المجال لدعم الشباب في إنشاء مؤسسات خاصة؛
- ✓ إعطاء نطاق أوسع في مجال المقاولاتية؛
- ✓ إبراز أهمية ممارسة المقاولاتية واعتبارها العصب الأساسي في دفع عجلة التنمية من خلال مختلف الحملات التحسيسية والتوعية؛
- ✓ تشجيع ممارسة المقاولاتية في الجزائر بسن القوانين والتشريعات المختلفة.

أفاق الدراسة

- في السياق المتصل بموضوعي حماية الملكية الصناعية والمقاولاتية يمكن اقتراح على المهتمين بمجال البحث بالمواضيع التالية:
- ✓ دور المقاولاتية في التنمية الاقتصادية؛
 - ✓ حماية الملكية الصناعية ودورها في تطور المؤسسات الجزائرية؛
 - ✓ مدى تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك؛



قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

- 1- أحمد طرطار، "تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة"، ديوان المطبوعات، الجزائر، طبعة 1999.
- 2- جلال وفاء محمدين، "حماية القانون للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)"، دار النشر، الاسكندرية، مصر، طبعة 2004.
- 3- سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، الطبعة التاسعة، سنة 2003.
- 4- سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، بدون دار النشر، الطبعة الثانية، سنة 1997.
- 5- سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة الطبع.
- 6- صلاح زين الدين، "مدخل إلى الملكية الفكرية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2004.
- 7- ف. زاوي صلاح، "الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية وحقوق الملكية الأدبية والفنية"، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، طبعة 2006.
- 8- محمد حسني عباس، "الملكية الصناعية والمحل التجاري"، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، طبعة 1971.
- 9- محمد حسنين، "الوجيز في الملكية الفكرية"، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، طبعة 1985.
- 10- مصطفى كمال طه، وائل أنور البندق، "أصول القانون التجاري"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، طبعة 2006.
- 11- نوري حمد خاطر، "قواعد الملكية الفكرية-الملكية الصناعية"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2005.
- 12- يعقوب عبد الكريم، "المحاسبة التحليلية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة 1998.

ثانياً: المجالات العلمية

- 1- مراح حياة، "إشكالية المفاول الجزائري الجديد"، الجزء الأول، مجلة دراسات اجتماعية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات العلمية، الجزائر، العدد 03.

ثالثاً: الملتقيات العلمية

- 1- السيد كنعان الأحمر، "الحماية الدولية للملكية الصناعية من اتفاقية باريس إلى اتفاقية جوانب الملكية المتصلة بالتجارة (اتفاقية ترينس)"، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة لتدريس طلاب الحقوق، جامعة الأردن، عمان، من 06 إلى 08 أبريل 2004.
- 2- توفيق خذري، حسين بن طاهر، "واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، المقالة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - المسارات والمحددات-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي يومي 05-06 ماي، سنة 2013.
- 3- توفيق خذري، عماري علي، "المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لخريجي الجامعة"، تخصص اقتصاد وإدارة المنظمات، المركز الجامعي خنشلة، الجزائر، بدون أيام.
- 4- حسام الدين الصغير، "الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية. من اتفاقية باريس إلى اتفاقية ترينس"، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية، لفائدة الدبلوماسيين المصريين، القاهرة، من 29 إلى 31 جانفي 2007.
- 5- نصيرة قريش، جميلة مديوني، "ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال في الاقتصاديات الحديثة"، رأس المال الفكري وحقوق الملكية الفكرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، يومي 13 و 14 ديسمبر 2011.
- 6- وفاء رايس، "دور التكوين في تنمية الحس المقاولاتي"، مداخلة ضمن ملتقى حول المقاولاتية، التكوين وفرص الأعمال، جامعة بسكرة، الجزائر، أيام 06-07-08 أبريل 2010.

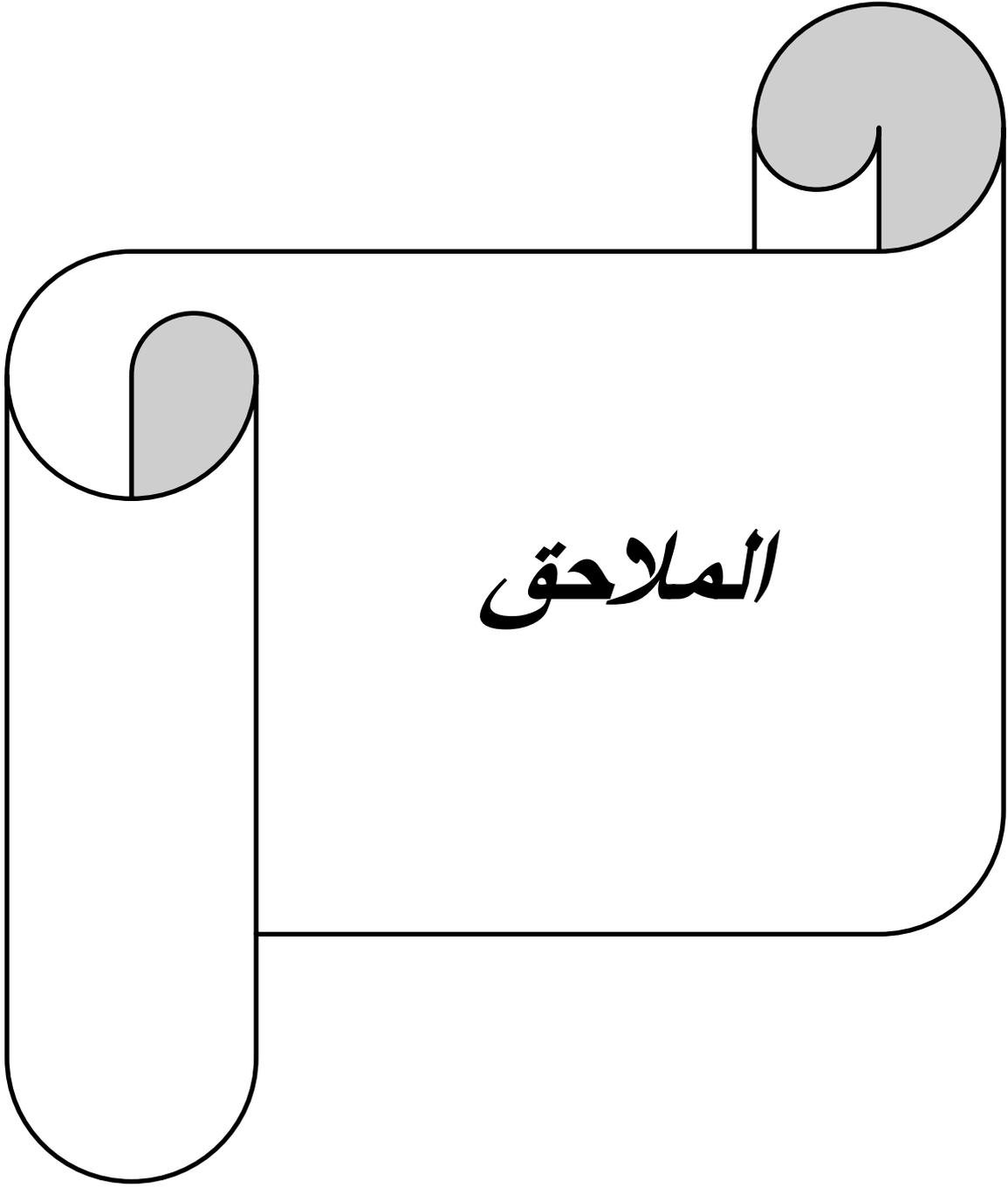
رابعا: الأطروحات والمذكرات العلمية

- 1- الجودي محمد علي، "تحو التطوير المقاولاتية من خلال التعلم المقاولاتي"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، الاجتماعية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015.
- 2- بدرابي سفيان، "ثقافة المقاول لذي الشباب الجزائري المقاول"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل م د، تخصص علم الاجتماع، التنمية البشرية، شعبة علم الاجتماع، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، تلمسان، الجزائر، سنة 2014/2015.
- 3- بن دريس حليلة، "حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري"، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي القايد، تلمسان، السنة الجامعية 2013-2015.
- 4- الزهرة عباوي، "المسارات الاجتماعية والثقافية للمرأة المقاول وعلاقتها باختيار النشاط الاجتماعي"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 02، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015.

- 5-دباح نادية، "دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2011/ 2012.
- 6-شلوف فريدة، "المرأة المقاولاتية في الجزائر"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تنمية وتسيير الموارد البشرية، قسم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2008/2009.
- 7-عدمان رقية، "المرأة المقاولاتية وتحديات النسق الاجتماعي"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع، الجزائر، السنة الجامعية 2007/2008.
- 8-لونيسي ريم، "المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة سطيف 02، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015.
- 9-مناد لطيفة، "المرأة المقاولاتية والمشاركة الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاحصاء الوصفي، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بالكايد، تلمسان الجزائر، السنة الجامعية 2013/2014.

خامسا: المواقع الالكترونية

- 1-http://www :egost lost.
- 2-Cite :http://www.druid :dk/conferences/Summer 1998/conf.
- 3-http://www.blastak ;blog spot.com/2014/03/blog-post-2316.hotnal.
- 4-http://www.journal.aylvarians.org/index.php.
- 5-http://www.mipmepi.gov.dg/www.inapi.
- 06-gtpp://alaralrclub.org/index.php ?p.id=213&id=120.
- 7-thesis.univ-biskra.dz
- 8-depace.univ-themcen.dz
- 9-dsose.univ_themcen.dz
- 10-dspace.univ-seti2.dz
- 11-biblio.univ-alger.dz
- 12-https://9ananak.blog spot.fr/2015/12/-Eefrepeneuiat-des femmes.
- 13-http://193.194 .83.98/xtf/data/pdf/1105/admane-rekaia.pdf
- 14-dspce.univ-setif2.dz
- 15-dspoce.oniv-tlemcen.dz
- 16-http://alarabiclub.org/index.
- 17-www.univ-eloued.dz
- 18-www.univ-khanchela.dz
- 19-www.univ-chelaf.dz
- 20-www.univ-baskra.dz



الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبيان

جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص إدارة أعمال

إستمارة إستمابان

لنا الشرف العظيم أن نتقدم إلى حضرتكم باستمارة الاستبيان هذه والتي تعد جزءا من بحثنا العلمي الذي نقوم بإعداده لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، حيث عنونت دراستنا "بحماية الملكية الصناعية ودورها في تفعيل المقاولاتية" دراسة حالة شركة "سيم" وباعتباركم جزء مهم من عينة البحث، يرجى منكم التفضل والتكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بما يتجسد ميدانيا، على مستواكم حتى يتسنى لنا الوصول إلى النتائج واقتراح الحلول الملائمة لإشكالية البحث ونحيطكم علما بأن كل ما سيرد في الاستمارة سيحاط بكامل السرية ولا يستخدم إلا في إطار البحث العلمي.

ولكم منا كل الشكر والامتنان على حسن تفهمكم وتعاونكم المثمر.

تحت إشراف الأستاذة
حواسني صليحة

من إعداد الباحثين
✓ بشري عائشة
✓ عمر يوسف جميلة

الجوانب الشخصية:

الرجاء وضع إشارة X في خانة الإجابة المناسبة

1 . الجنس

ذكر

انثى

2. المستوى الوظيفي

إطار

عون تنفيذي

عون إداري

مسير

أخرى

3. الخبرة المهنية

أقل من 5 سنوات

من 6 سنوات إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

4. المستوى التعليمي

ماجستير

ليسانس

بكالوريا

ثانوي

غير ذلك

الجزء الأول: حماية الملكية الصناعية

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أولاً: مفهوم حماية الملكية الصناعية						
1	لديك معلومات حول الملكية الصناعية					
2	الملكية الصناعية تحمي كل سلعة وخدمة من التقليد					
3	تترتب خسائر على الاقتصاد جراء انتهاك قوانين حماية الملكية الصناعية					
4	السياسات الحكومية الراهنة فعالة في تطبيق قوانين حماية الملكية الصناعية ومحاربة القرصنة					
ثانياً: دور وخصائص حماية الملكية الصناعية						
1	الملكية الصناعية تشجع الاقتصاد الوطني					
2	تساهم الملكية الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية					
3	حماية الملكية الصناعية مشجع ومحفز للاستثمار					
4	الملكية الصناعية أداة من أدوات مواجهة المنافسة					
ثالثاً: مفهوم العلامة التجارية						
1	العلامة التجارية هي الشارة التي تميز المنتجات عن بعضها البعض					
2	العلامة التجارية تسهل من مراقبة السلع والخدمات المعروضة في السوق					
3	العلامة التجارية تكسب ثقة المستهلك					
4	العلامة التجارية سبب نجاح كل مشروع صناعي أو تجاري					
رابعاً: أهمية العلامة التجارية						
1	العلامة التجارية تعريف لأصل المنتج					
2	العلامة التجارية هي ضمان لجودة المنتج					
3	العلامة التجارية تحمي المنتج من المنافسة					
4	العلام التجارية تعطي لصانع أو التاجر السمعة					

الجزء الثاني: المقاوالتية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الرقم	الفقرة
أولاً: مفهوم المقاوالتية						
					1	المقاوالتية هي مجموعة أفكار لتجسيد مشروع معين
					2	المقاوالتية هي إنشاء مؤسسة من العدم
					3	المقاوالتية إنشاء مؤسسات جديدة تشجع الابتكار
					4	المقاوالتية هي نشاط خاص بخلق وتطوير المؤسسة
					5	المقاوالتية هي تحقيق الربح جراء تحمل المخاطر
ثانياً: أهداف المقاوالتية						
					1	تعتبر المقاوالتية متنفساً للجوء إلى العمل الحر
					2	تشجيع للمبادرات الفردية
					3	الاسهام في الحد من ظاهرة البطالة
					4	تحقيق أهداف مادية ومعنوية
					5	المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية
ثالثاً: مفهوم المقاوالتية						
					1	شخص يتمتع بروح المسؤولية والمغامرة
					2	شخص يمتلك خاصية التنبؤ بالمخاطر ومعالجتها
					3	شخص طموح لا يخشى الفشل
					4	شخص يتحمل المسؤوليات ويتخذ القرارات
					5	شخص مبدع في خلق المنفعة
رابعاً: مناخ المقاوالتية						
					1	قوانين الاستثمار المرنة تسمح بظهور المقاولين
					2	القوانين التجارية والتنظيمية تدعم عمل المقاولين
					3	تقديم دعم مالي من طرف الدولة يشجع المقاوالتية
					4	المتابعة التقنية و الإدارية وأجهزة الدولة تعزز المقاوالتية
					5	نجاح المقاوالتية مرتبط بالقوانين الرديعية لكل تقليد وسرقة

الملحق رقم 02: جداول خاصة بمخرجات برنامج spss

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,944	36

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
b1	14,7949	12,162	,805	,893
b2	14,8872	11,976	,761	,895
b3	14,9077	11,730	,789	,893
b4	14,8000	12,080	,629	,907
t1	14,7667	12,801	,576	,910
t2	14,9654	12,318	,726	,899
t3	14,9077	12,031	,657	,905
t4	14,8628	11,308	,782	,893

Statistiques descriptive

	N	Moyenne	Asymétrie	
	Statistique	Statistique	Statistique	Erreur std
b1	39	2,1897	,274	,378
b2	39	2,0974	,776	,378
b3	39	2,0769	,434	,378
b4	39	2,1846	,925	,378
t1	39	2,2179	,268	,378
t2	39	2,0192	1,397	,378
t3	39	2,0769	,932	,378
t4	39	2,1218	,882	,378
N valide (listwise)	39			

Statistiques descriptive

	N	Moyenne	Asymétrie	
	Statistique	Statistique	Statistique	Erreur std
x	39	2,1090	1,162	,378
y	39	2,1372	,806	,378
N valide (listwise)	39			

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	x ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : y

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,767 ^a	,588	,577	,34535

a. Valeurs prédites : (constantes), x

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	6,291	1	6,291	52,745	,000 ^b
Résidu	4,413	37	,119		
Total	10,704	38			

a. Variable dépendante : y

b. Valeurs prédites : (constantes), x

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,480	,235		2,047	,048
x	,786	,108	,767	7,263	,000

a. Variable dépendante : y

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne		Ecart type
	Statistique	Statistique	Statistique	Statistique	Statistique	Erreur std	Statistique
t1	39	1,00	3,50	86,50	2,2179	,09329	,58259
t2	39	1,00	4,00	76,50	1,9615	,08977	,56060
t3	39	1,00	4,00	81,00	2,0769	,10756	,67169
t4	39	1,00	3,75	82,50	2,1154	,12554	,78398
N valide (listwise)	39						

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Somme	Moyenne		Ecart type
	Statistique	Statistique	Statistique	Statistique	Statistique	Erreur std	Statistique
b3	39	1,00	4,00	81,00	2,0769	,10117	,63182
b2	39	1,00	3,80	81,80	2,0974	,09716	,60675
b4	39	1,20	4,00	85,20	2,1846	,10957	,68424
b1	39	1,00	3,60	85,40	2,1897	,08784	,54858
N valide (listwise)	39						