

قياس أثر حماية العلامة التجارية في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر خلال الفترة 1995-2018

Measuring the Impact of Trademark Protection in Attracting Foreign Direct Investment to Algeria During the Period 1995-2018

عائشة موزاوي¹ *، حسيبة زيان²

¹ جامعة يحيى فارس المدينة (الجزائر)، mouzaoui.aicha@univ-medea.dz

² جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف (الجزائر)، ha.zian@univ-chlef.dz

النشر: 2021/12/31

القبول: 2021/12/13

الاستلام: 2021/05/31

ملخص:

لقد هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة التجريبية بين حماية العلامة التجارية واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر في الأجلين القصير والطويل الأجل وشملت بيانات الدراسة الفترة 1995-2018، اعتمادا على نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL، وقد أوضحت النتائج التجريبية إلى وجود علاقة توازنية طويلة الأجل وقصيرة الأجل بين متغيرات الدراسة، حيث أن الزيادة في حماية العلامة التجارية يؤدي إلى ارتفاع جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر في الأجل الطويل والقصير.

الكلمات المفتاحية: حقوق الملكية الفكرية، العلامة التجارية، الاستثمار الأجنبي المباشر، الاقتصاد الجزائري، نموذج ARDL.

رموز JEL: E22، F21، C22، B23

Abstract:

This study aimed to test the empirical relationship between trademark protection and attracting foreign direct investment to Algeria in the short and long term. The empirical results included the period 1995-2018. Therefore, the ARDL was relied on the autoregressive model of the distributed time gaps. The experimental results indicated that there is a relationship. A long-term and short-term equilibrium between the study variables, as the increase in trademark protection leads to an increase in the attractiveness of foreign direct investment in the long and short term.

Keywords: Intellectual property rights, trademark, foreign direct investment, the Algerian economy, the ARDL model.

(JEL) Classification : E22، F21، C22، B23

1. مقدمة:

إن قوانين حقوق الملكية الفكرية بما فيها حماية العلامة التجارية تقوم على تشجيع الاستثمارات على اختلاف أنواعها وطنية كانت أم أجنبية، وذلك من خلال العلاقة بين أنظمة حماية حقوق الملكية الفكرية والاستثمار. ومن الملاحظ أن أهمية حقوق الملكية الفكرية تبرز في مجالات الاستثمار المختلفة، حيث أن الكثير من هذه الاستثمارات تحوي شكلا أو أكثر من أشكال حقوق الملكية الفكرية والأسرار التجارية. وقد بذلت جهود جمة لمعرفة تأثير تقوية حقوق الملكية الفكرية على الاستثمار الأجنبي المباشر، وعلى اعتبار أن للاستثمار مفهوم واسع يشمل هذه الحقوق كالتراخيص باستعمال العلامة التجارية أو براءة الاختراع، فإن للعلامة التجارية أهمية بالغة، إذ تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي، فلا شك أن اتجاه الاستثمار إلى بلد معين يتوقف على تمكن تلك الدولة من توفير العديد من المزايا التي تغري بها المستثمر الأجنبي، لكن في المقابل توجد عقبات تقف في وجهه ينبغي التخفيف منها أو إزالتها إذا أمكن، ومنها تزوير وتقليد العلامة التجارية، وتختلف من بلد لآخر حسب الإجراءات والسياسات الاستثمارية المتبعة. فالدولة الجزائرية من بين الدول التي أولت اهتماما بمجال معاملة وتنظيم الاستثمار وطنيا كان أم أجنبيا، إلى جانب الإصلاحات الاقتصادية التي قامت بها في هذا المجال، ومن بينها سن القوانين والتشريعات المتعلقة بحماية العلامة التجارية فيها، بهدف حماية المستثمر من خطر التقليد أو السطو على عناصر ملكيته الفكرية بصفة عامة، وعلامته التجارية بصفة خاصة.

1.1. إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكننا طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما مدى مساهمة حماية العلامة التجارية في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر؟.

2.1. الأسئلة الفرعية:

- ما هي الخلفية النظرية لحماية العلامة التجارية؟
- ما هي العلاقة تربط حماية العلامة التجارية باستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر؟
- ما هي أهمية حماية الجزائر للعلامة التجارية فيها على اعتبارها أحد العوامل المساعدة في تطوير مناخ الاستثمار؟.

3.1. فرضيات البحث:

- تعد حماية العلامة التجارية أحد المؤشرات المساعدة على قيام وتوسيع النشاطات الاستثمارية في الدول النامية.

- هناك علاقة قوية تربط حماية العلامة التجارية باستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر.
- مناخ الاستثمار الجزائري يستفيد بشكل متزايد من حماية الجزائر للعلامة التجارية وتشجيع الابتكار والإبداع.

4.1. أهمية البحث:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

- إبراز الأطر القانونية المنظمة لموضوع العلامة التجارية في الدول النامية والجزائر، خصوصا وأن هذه الدراسة تأتي في وقت تستعد فيه الجزائر إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وما تفرضه هذه الأخيرة من شروط ومتطلبات يتعين توفرها في الدولة الراغبة في الانضمام إليها، ومن بين هذه الشروط والمتطلبات ضرورة مواكبة المنظومة التشريعية المتعلقة بالملكية الفكرية في الدولة الراغبة في الانضمام مع ما تقتضيه اتفاقية " تريبس " (اتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية) والتي تعد من بين أهم اتفاقيات المنظمة العالمية للتجارة.
- إن حماية حقوق الملكية الفكرية عموما والعلامة التجارية خصوصا من المؤشرات الهامة التي تؤثر على مناخ الاستثمار وتعمل على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول النامية عموما والجزائر خصوصا كونها وسيلة لحماية المستثمر الأجنبي من جميع الانتهاكات المحتملة التي يتعرض لها استثماره داخل البلد.
- كما تأتي هذه الدراسة في وقت تعمل فيه الجزائر بشكل حثيث على تشجيع الاستثمار الأجنبي على مختلف المستويات، لاسيما ما يتعلق بنقل التكنولوجيا إلى الجزائر، وما يتطلبه هذا من ضرورة وجود حماية جادة وفعالة لحقوق الملكية الفكرية.

5.1. أهداف الدراسة:

- نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تبيان أثر حماية العلامة التجارية على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول النامية عموما والجزائر خصوصا، باعتبارها من المؤشرات التي تؤثر على قرارات المستثمر في القيام بالاستثمار داخل الدولة.

6.1. حدود الدراسة:

- تعتبر حدود الدراسة المنهج العلمي الذي من خلاله نستطيع ضبط الإطار الصحيح لتحليل حدود الإشكالية، ومنهجية اختيار فرضياتها، وتسهيل الوصول إلى النتائج، وبغرض تحقيق ذلك اتبعنا في بحثنا الحدود التالية:

- الحدود الموضوعية:

سنركز في دراستنا هذه على كل ما يتعلق بحماية العلامة التجارية، والتطرق إلى العلاقة التي تربط حماية العلامة التجارية باستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر.

- الحدود المكانية:

اعتمدنا في دراستنا هذه على الجزائر باعتبارها بلدا عرف عدة تطورات في مجال حماية العلامة التجارية، والتي تطمح للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

- الحدود الزمانية:

اعتمدنا على الفترة الممتدة من 1995 إلى غاية 2018، على اعتبار سنة 1995 هي سنة انطلاق المنظمة العالمية للتجارة في تطبيق اتفاقياتها وأهمها اتفاقية التريبس التي أصبحت إلزاما على الدول المنظمة إليها، وكذا لمعرفة مدى تأثير حماية العلامة التجارية كجزء من حماية حقوق الملكية الصناعية من خلال تطبيق اتفاقية التريبس على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، إلى غاية سنة 2018 التي تعتبر من السنوات التي شهد فيها نظام حماية حقوق الملكية الصناعية عموما وحماية العلامة التجارية خصوصا تطورا ملحوظا في الجزائر والذي أثر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر فيها، وكل هذه الفترة الزمنية (23 سنة) تعتبر مناسبة لمعرفة مدى تأثير حماية العلامة التجارية على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر، على اعتبار الاحصائيات غير متوفرة لسنتي 2019 و2020.

7.1. منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والوصول إلى أهداف الدراسة، سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف وتحليل بعض المفاهيم المتعلقة بالعلامة التجارية وحمايتها، بالإضافة إلى العلاقة التي يمكن أن تربطها بالاستثمار الأجنبي المباشر، من خلال الاستعانة ببعض الجداول والأشكال، بينما سيتم الاعتماد على الأسلوب القياسي الكمي لقياس أثر حماية العلامة التجارية على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر خلال الفترة 1995-2018 وذلك بالاعتماد على نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL، حيث تم تجميع بيانات هذه الفترة من قاعدة بيانات البنك الدولي فيما يخص بيانات تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، ومن قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو) فيما يخص العلامة التجارية.

1. 8. الدراسات السابقة:

- دراسة عبد السلام مخلوفي، أثر حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة على نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص "تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007، حيث حاول الباحث التطرق إلى انعكاسات حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة على الصناعة الدوائية، متخذًا الصناعة الدوائية كنموذج للدراسة. حيث اهتمت اتفاقية TRIPS كثيرا بمجال

الصناعة الدوائية، و باعتبار الجزائر من الدول التي مازالت غير منظمة إلى المنظمة العالمية للتجارة، فهي غير ملزمة بتطبيق أحكام اتفاقية TRIPS، كما أن الدراسة ركزت على موضوع نقل التكنولوجيا في قطاع الصناعة الدوائية دون سواها.

- دراسة دويس محمد الطيب، محاولة تشخيص وتقييم النظام الوطني للابتكار في الجزائر خلال الفترة 1996-2009، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2011-2012، حيث حاول الباحث الإلمام بجميع العناصر المتعلقة بالنظام الوطني للابتكار في الجزائر من خلال دراسة واقع الإنتاج العلمي للباحثين الجزائريين في مختلف المجالات، وكذا تصنيف مؤسسات ومراكز البحث العلمي بها ومقارنتها بدول أخرى التي لا تزال الجزائر بعيدة عنها.

- دراسة شاشوة ياسين، الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية في إطار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: نقود وبنوك، جامعة الجزائر 03، 2011/2012، حيث تطرق الباحث من خلالها على مختلف المفاهيم المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية بما فيها الاتفاقيات المتعلقة بها وخاصة اتفاقية التريبس، وسعي الجزائر لإنشاء نظام فعال لحماية حقوق الملكية الفكرية فيها بصفتها من الدول التي تطمح للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

- دراسة (Seyoum, B, 1996): وقد تمت على 27 دولة أقل تقدما وحديثة العهد بالتصنيع ومتقدمة، حيث أوضحت وجود علاقة موجبة بين حماية البراءة والعلامة التجارية وحق التأليف، وتدفعات الاستثمار المباشر. ولكن عندما قسمت دول العينة (متقدمة- أقل تقدما- حديثة العهد بالتصنيع)، كانت النتيجة هي نفسها في الدول مجتمعة، ولكن فقط عند حماية حق التأليف.

- دراسة الباحث (Keith E. Markus): لقد توصلنا إلى أن هناك أثر إيجابي ومعنوي لحماية العلامة التجارية على جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر في الأجلين القصير والطويل، فزيادة تسجيل العلامة التجارية بـ 1% سيؤدي إلى ارتفاع جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر بـ 0.447% و 1.349% في الأجلين القصير والطويل على الترتيب، حيث أن المتغير حقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامة التجارية يؤثر في المتغير الاستثمار الأجنبي المباشر، لكن العكس غير صحيح، وهذا ما ذهب إليه الاقتصادي

Keith E. Markus في دراسته، الذي أكد فيها أن هناك دلائل قوية تعزز فكرة أن حقوق الملكية الفكرية وسيلة فعالة لحفز الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل، إضافة إلى أنها ليست سوى أحد مكونات مجموعة من تأثيرات هامة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، كما ينبغي على الاقتصاديات الناشئة (مثل الجزائر) أن

تعرف تكامل قوي بين حقوق الملكية الفكرية وتحرير الاسواق والتحرر من القيود الاقتصادية المختلفة (طهرات ، 2013، ص251).

- دراسة (Markusen, 1998) عن أثر حقوق الملكية الفكرية على استثمارات الشركات متعددة الجنسيات، حيث أجرى Markusen بحثا عن حقوق الملكية الفكرية واستثمارات الشركات متعددة الجنسيات، ويهدف هذا البحث لتعميق الفهم لكيفية إبرام عقود الاستثمار للشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية، وعلاقة تلك الاستثمارات بحماية حقوق الملكية الفكرية ومدى تأثير درجة الحماية في الدول النامية المضيفة على عوائد الإنتاج، وقد أتبع نموذج يوضح مفاضلة الشركة متعددة الجنسيات بين بديلين: البديل الأول القيام بالتصدير للدولة النامية، والبديل الثاني إنشاء مصنع للإنتاج في الدولة النامية أو التعاقد مع وكيل بالدولة للإنتاج محليا، البديل الأول يعني أن الشركة الأم تحصل على جميع العائدات لنفسها، والبديل الثاني يني أن تشارك الشركة الأم مع وكيل محلي Local Agent بالدولة النامية مقابل المشاركة في عوائد الإنتاج (ناصر، 2009، ص147).

حيث ربط Markusen بين تكوين الهياكل المؤسسية لنظم حماية حقوق الملكية الفكرية وعقود الشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية وركز على الطريقة التي يؤثر بها هذا التعاقد على قدرة المديرين المحليين الذين تقوم تلك الشركات بتوظيفهم واكتسابهم الخبرات وانتقالهم إلى بناء شركات منافسة للشركة متعددة الجنسيات في مرحلة تالية. ويبني تحليل Markusen على فرضية (Fosfuri, et al, 1997) بأن الشركات متعددة الجنسيات تلجأ إلى توظيف مديرين محليين يكتسبون المهارات خلال المرحلة الأولى من دورة حياة المنتج أما في مرحلة تالية فإنهم يلجئون إلى الإخلال بتعاقداتهم ويعملون كمنافسين للشركة الأصلية (عز العرب، 2001، ص271).

2. الإطار النظري للعلامة التجارية:

تعتبر العلامة التجارية دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، إلا أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها عدم التعدي على العلامات التجارية، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام معاهدات دولية للبت في أحكام العقوبات المقررة على مختلف الجناح الناتجة عن تقليد العلامات التجارية، فقد تكون هذه العقوبات مدنية أو جنائية، ومع هذا يبقى التقليد ظاهرة تؤثر سلبا على المنتجات

الوطنية، كما تتعرض لسلامة وأمن البلاد اقتصاديا، وهذا يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات.

1.2. تعريف العلامة التجارية (Trade mark):

تعرف بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته، عن مثيلاتها التي يصفها أو يتاجر بها أو يقدمها للآخرين. وهي تعتبر إحدى أهم حقوق الملكية الصناعية وأكثرها ذيوعا وانتشارا في العالم، وذلك لعلاقتها المباشرة واليومية مع المستهلك، فكل شخص عندما يقوم بشراء سلعة أو تلقي خدمة من جهة معينة، يبني قراره بشراء سلعة أو خدمة معينة دون غيرها اعتمادا على العلامة التجارية التي تميزها. والعلامات قد تكون من حروف أو كلمات أو رسوم أو ألوان أو رموز أو أي منها أو منها جميعها (حسين حوى، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية، 2010، ص31)، كما أن العلامات تنقسم إلى قسمين رئيسيين، فإما أن تكون علامات سلع أو منتجات ومثالها (بيبسي كولا، كوكا كولا) أو علامات خدمات ومثالها (فندق ماريوت، علامات المطاعم مثل كنتاكي وماكدونالد) (حسين حوى، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية، 2010، ص32). إن العلامة التجارية أو الاسم التجاري هم بمثابة إشارة مميزة توضع على بعض السلع أو الخدمات للدلالة على أن شخصا محددًا أو شركة ما ينتجها. وتتغير مدة الحماية العلامة التجارية ولكن لا يمكن تمديدتها إلى ما لا نهاية (الويبو، الملكية الفكرية والشركات الصغيرة والمتوسطة، رقم 488(A)).

ومن هذه التصورات يمكن القول أن العلامة التجارية تتمثل في تمييز منتجات مؤسسة عن منتجات المؤسسات الأخرى. فضلا عن ذلك فليس من الضروري أن تكون العلامة اسما بل يمكن أن تكون حرفا أو عددا أو شكلا أو مجموعة ألوان (عباس، 2003، ص86) أو مجموعة أرقام منفصلة أو متلاصقة أو رمزا ثلاثي الأبعاد، أو رمزا صوتيا أو حتى رائحة مميزة، وليس بالضرورة أن تكون العلامة التجارية خاصة بشركة أو فرد بل قد تكون جماعية تابعة لفئة معينة كجمعية المحاسبين أو المحامين أو المهندسين. ومن المهام الأساسية للعلامة التجارية هي أنها توضح منشأ السلعة أو الخدمة (الويبو، 450(F)).

بعد الانضمام إلى اتفاقية باريس 1966، قامت الجزائر بإصدار أول قانون ينظم الحقوق الخاصة بعلامات المصنع والمتجر بأمر رقم 66-57 المؤرخ في: 19/03/1966. وقد تعرض هذا القانون إلى سلسلة من التعديلات، كان آخرها الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/06/2003، وتتلخص أهم المسائل التي نص عليها هذا الأمر في النقاط التالية (عبادة، 2009، ص42):

• ماهية العلامات التجارية.

• الشروط الواجب توافرها في العلامات التجارية المسجلة.

• آثار تسجيل العلامات التجارية.

• إبطال العلامة التجارية.

العلامات التجارية هي علامة تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن منتجات منشآت أخرى، وهي رمز أو شهادة للجودة والسمعة الطيبة للمنتجات التي تحملها، وبالتالي فإن تقليدها يشكل ضررا على الشركة صاحبة الحق في استغلالها، وعلى المستهلك أيضا، لذلك كان من الضروري وضع نظام للعلامات التجارية المسجلة (المجدوب، 2000، ص244).

نصت المادة (15) من اتفاقية التريبس على أن أية علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة معينة عن تلك التي تنتجها المنشأة الأخرى تصلح لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات وخصوصا الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأشكالا ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية (العفوري، 2000، ص99).

العلامة التجارية ترتبط بكلمات أو رموز لمنتجات أو خدمات معينة للتعرف على مصدرها، مدة حمايتها سبع سنوات على الأقل (مخلوفي، 2005، ص120).

2.2. الإطار التشريعي للعلامة التجارية في الجزائر

لقد اهتم المشرع الجزائري بالعلامات ووضع لها نصوص قانونية تنظمها وتحميها، ويرجع أول نص في هذا المجال إلى الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بحماية الحقوق الخاصة بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

أما حاليا فينظمها الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات حيث عرف هذا الأخير العلامة في مادته الثانية على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي، عن سلع وخدمات غيره" (مبروك، 2007، ص107). وللعلامة دور كبير في جلب العملاء، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على السلع والمنتجات، كما أنها تحدد مصدر المنتجات والبضائع، بحيث يمكن للمستهلك أن يتعرف عليها بسهولة، فهي تزرع الثقة في نفس المستهلك، ولها وظيفة إعلامية وإعلانية. وتشير العلامة التجارية إلى مصدر البيع، أما

العلامة الصناعية فتشير إلى مصدر الإنتاج، فيما تعد علامة الخدمة السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم الخدمات الفردية أو الجماعية، لتشخيص الخدمات التي تقدمها (رمضانية، 2008، ص71).

لقد أصبحت العلامات التجارية المسجلة أو ما يسمى (الماركة المسجلة) لها وزن كبير في السوق حيث أن الزبائن لهم ولاء لعلاماتهم المفضلة، ذات المعايير والمواصفات التي يرغبون فيها، لذلك تقوم الدول بحماية العلامات المسجلة من استخدامها من المؤسسات المنافسة، يمكن للمؤسسة حماية ابتكاراتها عن طريق علامات أسماء أو رموز تميز منتجاتها عن المنتجات الأخرى الموجودة في الأسواق، ويترتب عن هذا النوع من الحماية حماية شهرة المؤسسة والفوائد الناتجة عنه (رضوان، 2012، ص30).

3.2. وظائف العلامة التجارية: بما أن المؤسسة تقوم بتمييز منتجاتها بواسطة العلامة التجارية شكلا ومضمونا عن منافسيها، فيمكن تحديد وظائفها من خلال بعدين وهما: وظيفة العلامة بالنسبة للمؤسسة، ووظيفتها بالنسبة للمستهلك، وهي ملخصة في الجدول التالي (عبادة، 2009، ص34):

الجدول رقم (01): وظائف العلامة التجارية

بالنسبة للمستهلك	بالنسبة للمؤسسة
- تمييز ومعرفة المنتجات والمؤسسات	- تمييز مختلف منتجات المؤسسة
- وسيلة تواصل بين الأفراد.	- تقييم السوق
- ضمان لجودة المنتج.	- إثبات الملكية
- إثبات الصورة الذاتية.	- الاتصال
- مثل نمط معين للحياة.	- توضع المنتج بالنسبة للمنتجات المنافسة
- إضافة إلى ذلك فهي:	- التصدي لمحاولات تقليد المنتجات
- تقليص سيرورة القرار الشرائي	- الرقابة على الأسواق
- توفر الوقت والطاقة	
- تتخفف مخاطر الشراء.	

Source: Claude Demeur, le marketing, 4ème édition, (éditions DALLOZ, Paris 2003), p 120.

4.2. الشروط الواجب توافرها لتسجيل العلامات التجارية: تنص المادة الرابعة من الأمر رقم 03-06 أنه "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة" (مبروك، 2007، ص107).

- يتبين من الفقرة سابقة الذكر أن عملية تسجيل العلامات أمر إلزامي يفرضه القانون على كل شخص يقوم بتصنيع أو بيع سلعة أو تقديم خدمة الغرض منها تحقيق منفعة اقتصادية. لقد أشار الأمر رقم 03-06 إلى شروط تسجيل العلامات، ويمكن حصرها في الشرطين التاليين (عبادة، 2009، ص43):
- يجب أن كون العلامة مميزة: وهو ما نصت عليه المادة الثانية.
 - أن تكون العلامة جديدة: وهذا الشرط لم يرد ذكره بصريح العبارة، بل هو نص يمكن استنتاجه من أحكام
 - التشريع. ويقصد به عدم استعمال نفس علامة المنتج لتمييز علامة منتج من نفس الصنف، أما فيما يتعلق بأسباب رفض تسجيل العلامات فهي مذكورة في المادة السابعة من نفس الأمر، نقتصر على ذكر أهمها (عبادة، 2009، ص43):
 - الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلعة أو التغليف يرفضها.
 - الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.
 - الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام.
 - الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية.
 - وفيما يتعلق بالآليات الحاكمة للعلامات التجارية فهي (عز العرب، 2001، ص186):
 - اتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات عام 1989، ويبلغ عدد الدول الاقتصادية 50 دولة وفق إحصاءات 1998.
 - اتفاقية مدريد لمنع المؤشرات المضللة أو الخطأ بالنسبة لمصدر السلع عام 1967.
 - اتفاقية ليسبون لحماية أسماء المنشأ وتسجيلها الدولي عام 1979.
 - اتفاقية تسجيل العلامة التجارية عام 1980.
 - اتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للبضائع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات عام 1957 والمعدلة في 1979 وتضم 57 دولة وفق إحصاءات 1998.
 - اتفاق فيينا المنشئ للتصنيف الدولي للعناصر المميزة للعلامات عام 1973.
 - اتفاقية التريبيس.
3. قياس أثر حماية العلامة التجارية على الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة 1995-2018

قمنا في هذا المحور بقياس أثر حماية العلامة التجارية على الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة 1995-2018 اعتمادا على برنامج EViews 09 و كانت النتائج كالتالي:

1.3. مصادر جمع البيانات

قمنا باستخراج احصائيات تسجيل العلامة التجارية MARK من موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بينما قمنا باستخراج احصائيات الاستثمار الاجنبي المباشر INV من موقع البنك الدولي وقد اعتمدنا في قياس الاستثمار الاجنبي المباشر على صافي التدفقات الوافدة (ميزان المدفوعات، بالأسعار الجارية للدولار).

2.3. دراسة استقرارية متغيرات الدراسة

لتجنب الإنحدار الزائف يجب أن تكون متغيرات الدراسة كلها مستقرة ولدراسة استقراريتها اعتمدنا على اختبار ديكي فولر المطور ADF بعد إدخال الوغاريتم الطبيعي عليها، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): نتائج اختبار استقرارية السلاسل الزمنية

عند المستوي			
السلسلة	النموذج	احصائية ADF المحسوبة	احصائية ADF المجدولة (1%)
Linv	None	1,287	-2,674
Lmark	Constante	-5,211	-3,375
عند الفروقات من الدرجة الاولى			
Dlinv	None	-3,766	-2,679

المصدر: من إعداد الباحثتان اعتمادا على مخرجات برنامج Eviews9.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة إحصائية ADF المحسوبة لسلسلة الاستثمار الاجنبي المباشر أكبر من قيمة إحصائية ADF المجدولة عند النموذج الرابع ما يدل على أن السلسلة غير مستقرة من النوع Ds وقد استقرت عند الفروقات من الدرجة الاولى حيث نلاحظ أن قيمة إحصائية ADF المحسوبة لسلسلة الفروقات الاولى للاستثمار الاجنبي المباشر أقل من قيمة إحصائية ADF المجدولة عند النموذج الرابع ما يدل على أن السلسلة مستقرة عند الفروقات من الدرجة الاولى، كما نلاحظ أن قيمة إحصائية ADF المحسوبة لسلسلة تسجيل العلامة التجارية أقل من قيمة إحصائية ADF المجدولة عند النموذج الخامس ما يدل على أن السلسلة مستقرة عند المستوي.

3.3. تقدير أثر حماية العلامة التجارية على الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة 1995-2018

سنعتمد في طريقة التقدير على نموذج ARDL المطور من قبل (Pesaran et al , 2001, P 289-290) (Pesaran (2001) 326)، والذي يتم استخدامه عندما تكون السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة مستقرة عند المستوى $I(0)$ و عند الفرق الأول $I(1)$ بشرط أن لا تتواجد سلسلة مستقرة عند الفرق الثاني $I(2)$. بعد تحديد التأخيرات لنموذج UECM باستخدام معيار (SC) وتقديره باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية، سيتم استخدام اختبار الحدود (Bound Test) لأجل اختبار التكامل المشترك والذي يعتمد على الفرضية التالية:

$$H_0: \phi_1 = \phi_2 = 0$$

$$H_1: \phi_1 \neq \phi_2 \neq 0$$

نقوم بمقارنة إحصائية فيشر المحسوبة F_{stat} مع إحصائية فيشر الجدولة F_{pss} والمحسوبة من قبل (Pesaran et al (2001) والتي تتضمن قيمتين حرجيتين، بحيث نفترض قيمة الحد الأدنى $I(0)$ أن كل المتغيرات مستقرة عند المستوى، بينما نفترض قيمة الحد الأعلى $I(1)$ أن كل المتغيرات تستقر عند الفرق الأول، ويكون القرار كالتالي:

- إذا كانت قيمة F_{stat} أكبر من قيمة F_{pss} للحد الأعلى فإننا نرفض فرضية العدم أي هناك علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات.

- إذا كانت قيمة F_{stat} أقل من قيمة F_{pss} للحد الأدنى فإننا نقبل فرضية العدم أي عدم وجود علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات.

- إذا كانت قيمة F_{stat} تقع بين قيمتي F_{pss} للحد الأعلى والأدنى فإننا نكون أمام حالة عدم التأكد من وجود علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات.

3.4. نتائج اختبار الحدود للتكامل المشترك.

نلاحظ من خلال الجدول 02 أن جميع المتغيرات مستقرة عند الفروق من الدرجة الأولى وبعد التحقق من أنه لا توجد أي متغيرة مستقرة عند الفرق الثاني $I(2)$ واختيار أفضل نموذج حسب معيار (SC) والذي هو $ARDL(3,0)$ ، نقوم باستخدام اختبار الحدود لأجل اختبار التكامل المشترك.

الجدول رقم (03): نتائج اختبار التكامل المشترك.

مستوى المعنوية			فيشر المجدولة F_{pss}	فيشر المحسوبة F_{stat}
10%	5%	1%		القيمة
4.04	4.94	6.84	I(0)	5.425
4.78	5.73	7.84	I(1)	

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على الملحق رقم 1.

يظهر من خلال الجدول (3) أن إحصائية فيشر المحسوبة $stat = 5.425$ وهي أكبر من قيمة الحد الأعلى I(1) والتي تساوي $pss = 4.78$ وذلك عند مستوى معنوية 10%، وهذا ما يدل على وجود علاقة تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة. وفيما يلي سنقوم بتقدير معاملات النموذج في الأجلين القصير والطويل. (انظر الملحق رقم 1).

5.3. نتائج تقدير نموذج ARDL: بعد التأكد من وجود علاقة التكامل المشترك قمنا بتقدير نموذج والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): نتائج تقدير نموذج ARDL

نموذج التكامل المشترك			
الاحتمال المقابل	إحصائية ستودنت	المعاملات	المتغيرات
0.033	-2.293	-0.314	D(LINV(-1))
0.045	-2.143	-0.291	D(LINV(-2))
0.026	2.399	0.447	D(LMARK)
0.003	-3.292	-0.331	CointEq(-1)
معلمات الأجل الطويل			
0.073	1.898	1.349	LMARK
0.079	1.853	10.384	C
اختبارات التشخيص			
Adjusted R^2 : 0.30		Jarque Bera : 1.40 [0.49]	
Serial Correlation LM (1): 0.24 [0.86]		ARCH : 1.43 [0.26]	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على الملحق رقم 2، 3، 4، 5.

بالنسبة لاختبارات تشخيص النموذج نلاحظ من الجدول (04) أن الاحتمال المقابل لإحصائية مضاعف لاجرانج (LM) أكبر من مستوى معنوية 5% وهذا ما يؤكد خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي للأخطاء

من الدرجة الأولى والثانية والثالثة، كما يظهر أن الاحتمال المقابل لكل من إحصائية (Jarque Bera) وإحصائية (ARCH) أكبر من مستوى معنوية 5% مما يعني أن الأخطاء تتبع التوزيع الطبيعي كما أن تباينها ثابت.

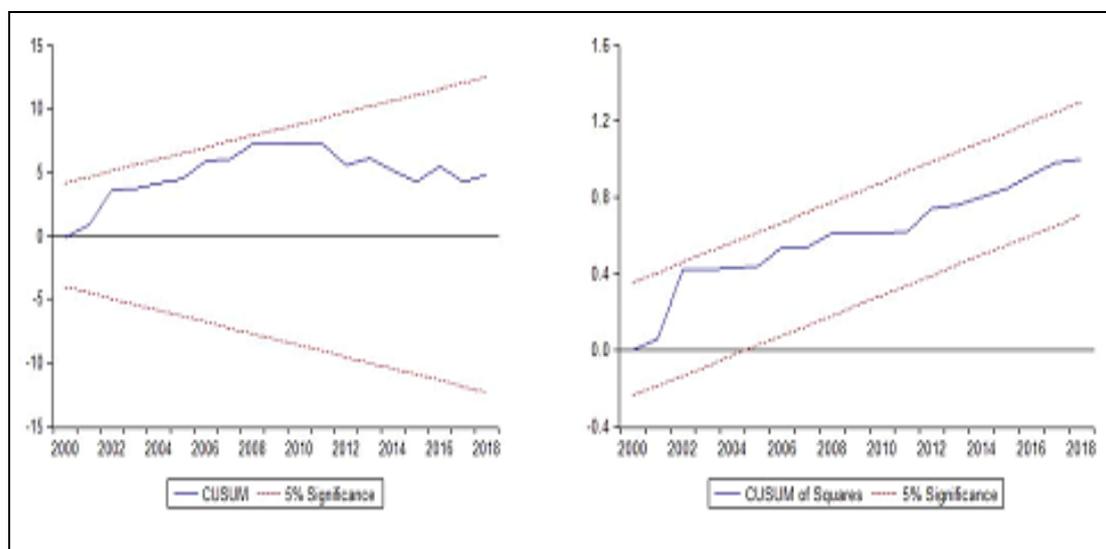
ويظهر كذلك من خلال الجدول (06) أن معلمة تصحيح الخطأ ذات إشارة سالبة كما أنها ذات معنوية إحصائية عند مستوى 1%، وهذا ما يؤكد وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، وبالتالي فإن سرعة التعديل من الأجل القصير إلى الأجل الطويل تقدر بنحو 33.10%.

كما يتبين أيضا أن هناك أثر إيجابي ومعنوي لحماية العلامة التجارية على جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر في الأجلين القصير والطويل، فزيادة تسجيل العلامة التجارية بـ 1% سيؤدي إلى ارتفاع جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر بـ 0.447% و 1.349% في الأجلين القصير والطويل على الترتيب. (انظر الملاحق 2، 3، 4، 5).

6.3. اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج

وفقا ل (pesaran and pesaran,1997) فإن الخطوة التي تلي تقدير صيغة UECM لنموذج ARDL تتمثل في اختبار الاستقرار الهيكلي لمعاملات الأجلين الطويل والقصير، أي خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من أي تغيرات هيكلية فيها عبر الزمن وللتحقق من ذلك يتم استخدام اختبارين هما اختبار المجموع التراكمي للبواقي المتتابة (CUSUMQ, cumulative Sum of recursive Residual) واختبار المجموع التراكمي لمربعات البواقي المتتابة (cumulative Sum of Squar Recursive Residual, CUSUMQ) حيث يتحقق الاستقرار الهيكلي لمعاملات الأجلين الطويل والقصير بصيغة UECM لنموذج ARDL اذا وقع الشكل البياني لإحصائية كل من CUSUM و CUSUMQ داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5% (أمين حواس، فاطمة الزهراء زرواط، 2016، ص225).

الشكل رقم (01): نتائج اختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج



المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على برنامج Eviews 09

نلاحظ من خلال الشكل اعلاه ان الشكل البياني لإحصائية كل من CUSUM و CUSUMQ داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية ما يدل على أن المعاملات المقدرة للنموذج مستقرة هيكلية عبر الفترة محل الدراسة مما يؤكد انسجام في النموذج بين نتائج تصحيح الخطأ في المدى القصير والطويل.

4. الخاتمة:

إن حقوق الملكية الفكرية هي بشكل عام حقوق احتكارية تمنح لأشخاص معينين دون الآخرين لاستغلال ابتكار جديد أو إشارة مميزة من الوجهة الاقتصادية والتجارية، لأن الأموال محل هذه الحقوق المحمية تتصل بالصناعة أو التجارة. وقد قمنا من خلال هذه الدراسة بقياس أثر حماية العلامة التجارية باعتبارها شكلا من أشكال حماية حقوق الملكية الفكرية في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر خلال الفترة 1995-2018، وقد تطرقنا فيها إلى إبراز مفهوم العلامة التجارية، وأهم الأطر القانونية المنظمة لها في الجزائر، بالإضافة إلى أهم وظائفها بالنسبة للمؤسسة والمستهلك.

1.4. النتائج: وقد توصلنا من خلال دراستنا هذه إلى النتائج التالية:

✓ تقوم العلامة التجارية بتمييز منتجات مؤسسة معينة عن منتجات بقية المؤسسات.

- ✓ ليس من الضروري أن تكون العلامة التجارية اسما، بل يمكن أن تكون حرفا أو عددا أو شكلا أو مجموعة من الألوان، كما لا يجب أن تكون خاصة بشركة أو فرد، وإنما يمكن أن تكون جماعية أو تابعة لفئة معينة، فهي ليست ثابتة بل تخضع للتعديل اللانهائي.
- ✓ نظرا لأن التقليد والقرصنة لا يمثل خطرا فقط على مالكي العلامة التجارية التي يطالها، بل إنه يشكل تهديدا للمجتمع ككل، إذ أن المنافسة غير المشروعة للمنتجات المقلدة والمقرصنة تؤدي إلى القضاء على الإنتاج المحلي، كما تعتبر هذه المنتجات خطرا على المستهلك في صحته، أمنه وسلامته، لغياب معايير الصنع اللازمة فيها، بالإضافة إلى الأثر البالغ لهذه الظاهرة على السياسة الاقتصادية للدولة خاصة في مجال الاستثمار.
- ✓ اهتمام الدولة الجزائرية بحماية العلامة التجارية ليس حديث العهد، حيث وقعت على عدة اتفاقيات بعضها خاصة بالمنظمة العالمية للتجارة بصفتها عضوا مراقبا فيها، كما قامت بتعديل قوانينها الخاصة بحقوق الملكية الفكرية وخاصة ما تعلق منها بالعلامة التجارية، بهدف إضفاء الحماية على عمليات نقل التكنولوجيا عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر.
- ✓ وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، وبالتالي فإن سرعة التعديل من الأجل القصير إلى الأجل الطويل تقدر بنحو 33.10%.
- ✓ هناك أثر ايجابي ومعنوي لحماية العلامة التجارية على جاذبية الاستثمار الاجنبي المباشر في الأجلين القصير والطويل، فزيادة تسجيل العلامة التجارية بـ 1% سيؤدي إلى ارتفاع جاذبية الاستثمار الاجنبي المباشر بـ 0.447% و 1.349% في الأجلين القصير والطويل على الترتيب.
- 2.4. التوصيات:** وانطلاقا من هذه الدراسة والنتائج المتوصل إليها يمكن تقديم بعض الاقتراحات كما يلي:
- إعداد استراتيجية وطنية للملكية الفكرية ضمن السياسات العلمية، الثقافية، التجارية، الاقتصادية والتعليمية.
 - ضرورة تحسين بيئة الاستثمار، والمعالجة الجدية للتعقيدات البيروقراطية التي تشل الاقتصاد في مجال الاستيراد والتصدير، وتحقيق المزيد من الشفافية والانفتاح والحرية الاقتصادية.
 - تشجيع الاستثمار الوطني بتحفيز المؤسسات المحلية للاستخدام الأمثل لعناصر الملكية الصناعية، بهدف رفع قدرتها التنافسية على المستويين الداخلي والدولي، والاستثمار العربي والإقليمي.

- العمل على إصلاح وتعديل التشريعات المتصلة بحماية الملكية الفكرية وخاصة ما تعلق منها بالعلامة التجارية، من خلال تقديم وإعداد المقترحات والتوصيات المتعلقة بذلك، والعمل على تحقيق الانسجام ما بين القوانين والتشريعات المحلية وبين التشريعات الدولية بما يحقق العدالة لجميع الأطراف.

5. المراجع:

- المجذوب، أ. (2000). الجات ومصر والبلدان العربية من هافانا إلى مراكش. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الويبو. (بلا تاريخ). (F)450.
- الويبو. (بلا تاريخ). الملكية الفكرية والشركات الصغيرة والمتوسطة. مطوية رقم (A)488.
- حسين حوى، ف. (2010). المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- حسين مبروك. (2007). المدونة الجزائرية للملكية الفكرية. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- حواس. أ & زرواط. ف. (2016)، واردات السلع الرأسمالية والنمو الاقتصادي في الصين: منهجية ARDL ، مجلة الاقتصاد والاحصاء التطبيقي، المدرسة الوطنية العليا للاحصاء والاقتصاد التطبيقي، الجزائر.
- رضوان، ع. (s.d.). دور الابتكار في دعم التنمية الصناعية في الجزائر. مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية. الجزائر: جامعة الجزائر.
- رمضان، ع. (2008). محاربة ظاهرة التزييف في ظل انضمام الجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة واقع ومتطلبات. مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير. الجزائر، جامعة الجزائر.
- طهرات، ع. (2013). فعالية حماية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر ودورها في تطوير بيئة الاستثمار الاجنبي المباشر دراسة قياسية خلال الفترة 2005-2010 أطروحة دكتوراه. وهران، الجزائر.
- عبادة، م. (2009). تطوير صورة العلامة التجارية كأداة من أدوات تحقيق الميزة التنافسية دراسة صنف منتجات التلفاز. "مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير. جامعة ورقلة، الجزائر.
- عباس، ع. (2003). إدارة الأعمال الدولية. عمان: دار ومكتبة الحامد.
- عبدالواحد العقوري. (2000). العولمة والجات (التحديات والفرص). القاهرة: مكتبة مدبولي.
- عز العرب، م. م. (2001). مستقبل اتفاقية حقوق الملكية الفكرية في ضوء بعض اتجاهات المعارضة على المستوى العالمي. مركز بحوث دراسات التجارة الخارجية. 186 ،
- مخلوفي، ع. (2005). اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة TRIPS أداة لحماية التكنولوجيا أو ابتكارها؟. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا.
- ناصر، ج. (2009). الاستثمار واشركات متعددة الجنسية الاسلوب العلمي لحماية الملكية الفكرية. "مصر: دار الكتاب الحديث.
- Pesaran . (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. Journal of Applied Econometrics, 289-326.

- <https://databank.albankaldawli.org>.
- WIPO statistics database. Last updated: December 2019.

7. الملاحق

الملحق رقم (01): نتائج اختبار الحدود للتكامل المشترك Bounds Test

ARDL Bounds Test
Date: 04/21/21 Time: 19:08
Sample: 1995 2018
Included observations: 24
Null Hypothesis: No long-run relationships exist

Test Statistic	Value	k
F-statistic	5.425342	1

Critical Value Bounds

Significance	I0 Bound	I1 Bound
10%	4.04	4.78
5%	4.94	5.73
2.5%	5.77	6.68
1%	6.84	7.84

Test Equation:
Dependent Variable: D(LINV)
Method: Least Squares
Date: 04/21/21 Time: 19:08
Sample: 1995 2018
Included observations: 24

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(LINV(-1))	-0.198335	0.163157	-1.215608	0.2390
D(LINV(-2))	-0.242194	0.157372	-1.538985	0.1403
C	8.608262	2.581684	3.334360	0.0035
LMARK(-1)	-0.266302	0.231303	-1.151311	0.2639
LINV(-1)	-0.306115	0.115579	-2.648521	0.0159

R-squared 0.426183 Mean dependent var 0.097006
Adjusted R-square 0.305380 S.D. dependent var 0.550909
S.E. of regression 0.459149 Akaike info criterion 1.464169
Sum squared resi 4.005542 Schwarz criterion 1.709597
Log likelihood -12.57003 Hannan-Quinn criter. 1.529281
F-statistic 3.527904 Durbin-Watson stat 1.843003
Prob(F-statistic) 0.025795

الملحق رقم (02): تقدير علاقتي الأجلين الطويل والقصير

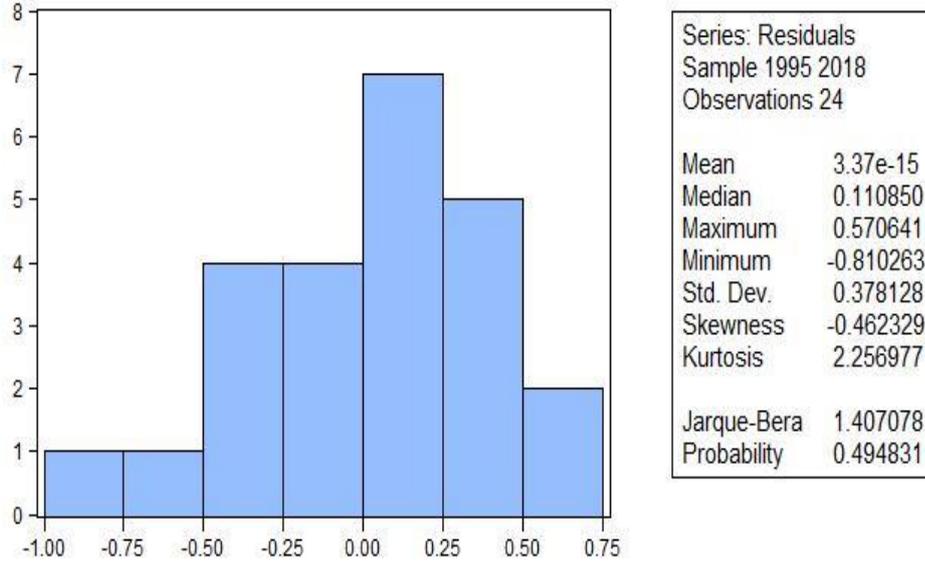
ARDL Cointegrating And Long Run Form
Dependent Variable: LINV
Selected Model: ARDL(3, 0)
Date: 04/21/21 Time: 18:58
Sample: 1995 2018
Included observations: 24

Cointegrating Form				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(LINV(-1))	-0.314019	0.136916	-2.293515	0.0334
D(LINV(-2))	-0.291207	0.135860	-2.143442	0.0452
D(LMARK)	0.447669	0.186578	2.399368	0.0268
CointEq(-1)	-0.331747	0.100762	-3.292371	0.0038

Cointeq = LINV - (1.3494*LMARK + 10.3840)

Long Run Coefficients				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LMARK	1.349429	0.710962	1.898032	0.0730
C	10.384009	5.602317	1.853521	0.0794

الملحق رقم (03): اختبار التوزيع الطبيعي للبقايا Jarque-Bear



الملحق رقم (04): اختبار الارتباط الخطي للبقايا

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.247668	Prob. F(3,16)	0.8618
Obs*R-squared	1.065047	Prob. Chi-Square(3)	0.7855

Test Equation:

Dependent Variable: RESID
Method: ARDL
Date: 04/21/21 Time: 19:11
Sample: 1995 2018
Included observations: 24
Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LINV(-1)	0.161376	0.349275	0.462032	0.6503
LINV(-2)	0.042972	0.232239	0.185032	0.8555
LINV(-3)	-0.133989	0.215697	-0.621193	0.5432
LMARK	-0.024902	0.226531	-0.109928	0.9138
C	-1.285427	4.108287	-0.312886	0.7584
RESID(-1)	-0.166543	0.441929	-0.376853	0.7112
RESID(-2)	-0.225502	0.344046	-0.655441	0.5215
RESID(-3)	0.213119	0.319552	0.666931	0.5143

R-squared	0.044377	Mean dependent var	3.37E-15
Adjusted R-squared	-0.373708	S.D. dependent var	0.378128
S.E. of regression	0.443186	Akaike info criterion	1.471547
Sum squared resid	3.142622	Schwarz criterion	1.864232
Log likelihood	-9.658568	Hannan-Quinn criter.	1.575727
F-statistic	0.106143	Durbin-Watson stat	1.860629
Prob(F-statistic)	0.997074		

الملحق رقم (05): اختبار ثبات تباين الاخطاء ARCH

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	1.435554	Prob. F(3,17)	0.2673
Obs*R-squared	4.244676	Prob. Chi-Square(3)	0.2362

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 04/21/21 Time: 19:13

Sample (adjusted): 1998 2018

Included observations: 21 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.115999	0.057943	2.001940	0.0615
RESID^2(-1)	0.199043	0.227602	0.874521	0.3940
RESID^2(-2)	0.303037	0.216707	1.398372	0.1800
RESID^2(-3)	-0.342314	0.223543	-1.531311	0.1441

R-squared	0.202127	Mean dependent var	0.141423
Adjusted R-squared	0.061326	S.D. dependent var	0.164322
S.E. of regression	0.159204	Akaike info criterion	-0.667623
Sum squared resid	0.430878	Schwarz criterion	-0.468666
Log likelihood	11.01004	Hannan-Quinn criter.	-0.624444
F-statistic	1.435554	Durbin-Watson stat	2.037900
Prob(F-statistic)	0.267266		