

تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة  
دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن

The impact of intellectual capital on value creation in SMEs  
An empirical study in Mahbouba Paste Company

تبانى رزيقة<sup>1</sup>\*

<sup>1</sup> جامعة عنابة (الجزائر)، [razika.tebani@univ-annaba.dz](mailto:razika.tebani@univ-annaba.dz)

تاريخ النشر: 2021/12/31

تاريخ القبول: 2021/12/17

تاريخ الاستلام: 2021/11/11

**Abstract:**

The purpose of this study is to focus on the impact of intellectual capital on value creation in SMEs, by conducting an empirical study in Mahbouba Company. To achieve the objectives of the study, a questioner was developed and distributed on Available Sample estimated 75 employers. the processing and analyse data using (SPSS v23).

The most important results of the study showed that intellectual capital has a positive and significant impact on the creation of value in Mahbouba Company, and it has succeeded in developing relational capital that essentially supports its capability to create value. The study recommended the necessity of the importance to developed intellectual and structural capital to maximize value creation.

**Key Words:** Intellectual capital; value creation; small and medium-sized companies; Mahbouba paste Company.

**JEL Classification:** J24; E22; L25.

**مستخلص**

تهدف الدراسة لتسليط الضوء على تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة، ولتحقق هذا الهدف أجريت دراسة ميدانية على مستوى شركة محبوبة للعجائن، عن طريق توزيع استبيان على عينة ميسرة قدرت ب 100 عامل أي ما يعادل 80 % من المجتمع البالغ 125 عامل، واسترجع 75 استبيان مستوفي الاجابات خضع للمعالجة الإحصائية، باستخدام برنامج SPSS إصدار 23.

ومن أبرز النتائج نذكر: رأس المال الفكري يؤثر إيجابيا وبدلالة احصائية، على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن، كما تعتمد الشركة بشكل أساسي على رأس مال العلائقي لخلق القيمة. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتطوير رأس المال البشري والهيكلية لتعظيم خلق القيمة.

**الكلمات الدالة:** رأس مال فكري؛ خلق القيمة؛ شركات صغيرة ومتوسطة؛ شركة محبوبة للعجائن.

**تصنيفات JEL:** J24؛ E22؛ L25.

## مقدمة

يعتبر تحديد محركات القيمة، من أهم قضايا الادارة الاستراتيجية، وقد حاول عدة باحثين تصميم طرق ومناهج لإدارة القيمة، تقوم على افتراض أنه يجب التركيز على الموارد ذات القيمة في نشاط الشركة، والعمل على إدارتها لتسهم في خلق القيمة، وعلى اعتبار الشركة محفظة تتكون من عدة موارد مترابطة، فمن المتوقع أن كل أصولها ستساعد على خلق قيمة للمستثمرين، وستكون مساهمتها إيجابية، إذا تم استخدامها بشكل فعال، وسلبية بخلاف ذلك. وبالانتقال إلى تحليل خلق القيمة، تسود فكرة ارتباطها باستخدام الأصول المالية والمادية لتحقيق الربح الاقتصادي.

لكن يجادل العديد من الباحثين بأن رأس المال الفكري أصبح فعلياً الميزة التنافسية الوحيدة للشركات في الاقتصاد الجديد القائم على المعرفة؛ وفي هذا الاتجاه، تستند مفاهيم الربح الاقتصادي والدخل المتبقي على حقيقة أن المزايا التنافسية لشركة معينة، هي التي تجلب قيمة إضافية. لذلك يفترض أن الميزة الرئيسية لرأس المال الفكري، تتمثل في قدرته على زيادة كفاءة الموارد الأخرى، بما في ذلك الأصول الملموسة؛ حيث خلق القيمة والنمو في اقتصاد القائم على المعرفة مدفوعان ومدعومان بشكل أساسي بالأصول غير الملموسة (الفكرية).

## إشكالية الدراسة

بناء على ما تقدم أصبح لزاماً على الشركات الاقتصادية خاصة منها الصغيرة والمتوسطة التوجه نحو تطوير رأس مالها الفكري، فهو الأساس لبناء القدرة التنافسية الفردية والتنظيمية وخلق القيمة في العصر الحالي. لكن يجب الإشارة إلى أنه من وجهة نظر الإدارة الاستراتيجية، لا يكفي أي عنصر من عناصر الأصول الغير مادية في حد ذاته لأداء ناجح، وإنما يجب دمج وإحداث تكامل ما بين جميع أبعاده لخلق القيمة، ومنه على الشركات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة التأسيس لإدارة أصولها الغير مادية وتعزيز الاستثمار فيها، حتى تتحكم في عملية خلق القيمة وتعظيمها.

ومنه يمكن طرح إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

**هل تمكنت شركة محبوبة للعجائن بعنابة من تطوير رأس مال فكري يدعم خلق**

### القيمة؟

للإجابة على تساؤل إشكالية الدراسة نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

س1: هل تمكنت شركة محبوبة للعجائن بعنابة من تطوير أبعاد رأس مال فكري؟

س2: هل تمكنت شركة محبوبة للعجائن بعنابة من خلق قيمة؟

س3: هل يؤثر رأس المال الفكري في خلق القيمة بشركة محبوبة للعجائن بعنابة؟  
فرضيات الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، نطرح فرضيات الدراسة التالية:  
الفرضية الرئيسية H: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال الفكري (بجميع أبعاده مجتمعة) على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة.

وينبثق عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: h1: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال البشري على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة.

الفرضية الفرعية الثانية: h2: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال الهيكلي على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة.

الفرضية الفرعية الثالثة: h3: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال العلائقي على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة.

#### أهمية الدراسة

- تكمن أهمية الدراسة في محاولة ربط أبعاد رأس المال الفكري بخلق القيمة، ففي الاقتصاد القائم على المعرفة يبرز دور الأصول الغير المادية في خلق القيمة وعظيمه، خاصة في الشركات الصغيرة والمتوسطة؛
- كما تبرز أهمية دراستنا في إمكانية تقديم اقتراحات وافادة المسؤولين على مستوى الشركات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال نتائج دراستنا، وتوجيههم لاتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بالاستثمار في رأس المال الفكري، لدعم تطوير قطاع الأعمال وخلق القيمة على المستوى التنظيمي والاقتصاد الوطني.

#### أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى توفر أبعاد رأس المال الفكري (البشري والهيكلية والعلائقي) في شركة محبوبة للعجائن بعنابة؛
- تقييم قدرة شركة محبوبة للعجائن بعنابة على خلق القيمة؛
- دراسة تأثير الرأس المال الفكري بأبعاده (البشري، الهيكلي، العلائقي)، على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة.

## منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج البحث الوصفي في جمع بياناتها حيث تم إجراء المسح المكتبي والاطلاع على أهم المساهمات البحثية ذات الصلة برأس المال الفكري وخلق القيمة والعلاقة ما بينهما، والأسلوب المسحي لتحديد توجه آراء عينة الدراسة حول مدى تمكن شركة محبوبة للعجائن بعنابة من تطوير رأس مال فكري وخلق القيمة، والمنهج الارتباطي لتوضيح علاقة التأثير ما بين المتغيرين.

## 1- مفهوم رأس المال الفكري

يعتبر John Kenneth Galbraith (1967) أول من استخدم مصطلح "رأس المال الفكري" واعتبره درجة من "الفعل الفكري" بدلاً من "الفكر كفكر خالص"، وحسب المعنى الضمني لهذا التعريف، من المحتمل أن يكون رأس المال الفكري ديناميكياً وليس شكلاً ثابتاً لرأس المال (Edvinsson & Sullivan, 1996). وعرفه (Stewart, 1997) باعتباره موارد فكرية تم إضفاء الطابع الرسمي عليها والاستيلاء عليها والاستفادة منها، لخلق قيمة من خلال إنتاج أصول ذات قيمة أعلى. (Bontis, 2001) وأشار إلى الموارد الفكرية مثل المعرفة والمعلومات والملكية الفكرية والخبرة التي يمكن استخدامها لخلق القيمة. " (Gopika و Wilfried, 2004)

وقد أكد (Edvinsson L., Long range planning, 1997) في دراستهما الشركة Skandia، على أن رأس المال الفكري يشير لامتلاك المعرفة والخبرة التطبيقية والتكنولوجيا التنظيمية وعلاقات العملاء والمهارات المهنية، التي تزود Skandia بميزة تنافسية في السوق"، وتم تحديد قيمة رأس المال الفكري من خلال مدى تحويل الأصول غير الملموسة، إلى عوائد مالية لشركة Skandia AFS ككل. كما عرفه (Edvinsson & Sullivan, 1996) على أنه المبلغ الإجمالي للمعرفة بأشكال مختلفة يمكن الاستفادة منها لاكتساب مزايا تنافسية مستدامة من قبل الشركة، وفضل تعريفه على أنه المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة.

بينما عرفه الباحثان (Hsu, Y. H., & Fang, W. (2009) Hsu & Fang, 2009) على أنه إجمالي القدرات، المعرفة، الثقافة، الاستراتيجية، العملية الفكرية، الممتلكات، والشبكات العلائقية للشركة، التي تخلق قيمة أو مزايا تنافسية وتساعد الشركة على تحقيق أهدافها. في حين اتجه باحثون آخرون إلى تعريف رأس المال الفكري على أنه: "مجموعة الأصول الغير ملموسة، وغير الماثية، تمكن الشركة من ممارسة نشاطها وخلق قيمة." (Martín-de-Castro, Delgado-Verde, López-Sáez, & Navas-López, 2011)

من خلال استعراضنا لمختلف التعاريف السابقة، يتضح بأنه من الصعب تقديم تعريف موحد لرأس المال الفكري، لكن تتضمن المفاهيم الأساسية المهمة في هذه التعاريف فكرة أن رأس المال الفكري هو شيء قائم على المعرفة، يشكل أحد الأصول الرئيسية للشركات وهو مزيج من الأصول غير الملموسة، التي توظفها الشركة لخلق القيمة.

وحتى إذا لم يكن هناك تعريف موحد لرأس المال الفكري، فهناك ميل في معظم

الدراسات لاعتماد أعمال (Bontis, 2001) ، Bontis , Roos, Roos, Stewart, Sveiby

Edvinsson and Malone في تحديد أبعاد رأس المال الفكري وهي:

### ✓ رأس المال البشري

يشير رأس المال البشري إلى القيمة المتراكمة للاستثمارات في تدريب الموظفين وتطوير كفاءتهم ومستقبلهم، ويركز المصطلح على قيمة ما يمكن للفرد إنتاجه؛ وهكذا فإن رأس المال البشري يشمل القيمة الفردية بالمعنى الاقتصادي (Gopika & Wilfried, 2004). ويشكل المعرفة والذاكرة المؤسسية حول الموضوعات ذات الأهمية للشركة، يتضمن هذا المورد الخبرة الجماعية والمهارات والمعرفة العامة لجميع موظفي الشركة، ويعتبر مورد لأنه يمكن أن يخلق قيمة للشركة (Edvinsson & Sullivan, 1996).

كما يعتبر القدرة على الابتكار، والالتزام، الحوكمة، وخبرات الموظفين، والتي لا يمكن تقليدها وتطبيقها بسهولة من قبل الشركات الأخرى، حيث يعتبر رأس المال البشري ضروري لإنتاج منتجات جديدة، وتحسين الإدارة والكفاءة التشغيلية، أو تحسين الجودة والإنتاجية، إضافة إلى إسهامه بشكل أساسي في تحسين النتيجة النهائية، لأن الموظفين الموهوبين يمكنهم إيجاد طرق أفضل لزيادة إيرادات المبيعات وخفض التكاليف. (Wang, Liang, & Xiang, 2018)

### ✓ رأس المال الهيكلي

يمثل رأس المال الهيكلي البنية التحتية الداعمة للمورد البشري بشكل مباشر وغير مباشر (Edvinsson & Sullivan, 1996) ، ويعد موردا تنظيمياً غير ملموس لا يمكن للموظفين سلبه عندما يكونون خارج العمل أو يتركون وظائفهم؛ حيث يتضمن إجراءات تنظيمية، إجراءات روتينية، إمكانيات، قواعد بيانات، أجهزة، برمجيات، أنظمة معلومات، علامات تجارية للشركة، صور، حقوق نشر، وبراءات اختراع ، وما إلى ذلك. فإذا أكدت الشركة على دور رأس المال الهيكلي عند تطوير وتنفيذ استراتيجيات الأعمال، فسوف تستفيد من البنية

التحتية المعززة لجمع المعرفة وتخزينها ومشاركتها وتطبيقها. لأنه يوفر الجهود غير الضرورية في عملية خلق القيمة. (Wang, Liang, & Xiang, 2018)

### ✓ رأس المال العلائقي

لا يمكن اعتبار الشركات كأنظمة منعزلة، إذ تعتمد بشكل كبير على العلاقات التي تقيمها في بيئتها، ويشمل رأس المال العلائقي القيمة الناتجة عن هذه العلاقات، وقد حصرها (Edvinsson & Sullivan, 1996) في علاقات الشركة مع أصحاب المصلحة الخارجيين، وعرفاه على أنه مصدر رأس المال المدفوع لجميع علاقات الشركة مع أصحاب المصلحة الخارجيين مثل العملاء والموردين والحكومات وما إلى ذلك. بينما ينظر اليه (Mubarik, Bontis, Mubarik, & Mahmood, 2021) على أنه: "العلاقات الخارجية والشركات والعلاقات بين الشركة والموردين، والعملاء، والعلاقات المتبادلة بين الموظفين؛ فهو نسيج من الروابط بين الشركة وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.

ويشمل رأس المال العلائقي: ولاء العملاء القيمين نتيجة لفهم احتياجاتهم وتلبية احتياجاتهم الحقيقية؛ الثقة والالتزام المتبادلين مع الموردون الرئيسيون، الشراكات التعاونية المبنية على الثقة والالتزام التعاوني، السمعة والعلاقات التي طورتها الشركة منذ بداية نشاطها في القطاع الذي تنشط فيه وبيئتها ككل، معرفة القوانين واللوائح وكذلك مهارات الضغط والتواصل، والفهم النقدي والذكاء التنافسي. (Kong & Thomson, 2009). حيث يمكن رأس مال العلائقي الشركات القضاء على التحيزات غير الضرورية، وتحديد الاتجاه المحتمل لمزيد من التطوير، وتحسين كفاءة العمل داخل شبكة معينة (الشركاء الاستراتيجيون). كما يساهم في خفض التكاليف وتحسين الإنتاجية وسرعة الاستجابة وحتى الربحية (Wang, Liang, & Xiang, 2018)

### 2- مفهوم خلق القيمة

تعرف القيمة على أنها الجوانب غير المالية لقياس الأداء من وجهة نظر أصحاب المصلحة. (Amit & Zott, 2001)، وعند الجمع بين مصطلح "خلق" ومصطلح "القيمة" يظهر أن القيمة لا تخلق من ذاتها، فخلق القيمة هو الاتجاه نحو الارتفاع، على عكس هدر القيمة وهو خفضها مع الوقت، ويعتبر خلق القيمة الاقتصادية في قلب نشاط الشركات، أساس وجودها، ومحددا لاختياراتها الاستراتيجية. (Cappelletti & Khouatra, 2004)

و غالبًا ما يرتبط خلق القيمة بمفهوم أداء الأعمال، فهي ضمان تباين إيجابي في الحصة من خلال الاستفادة من المزايا التنافسية، التي يمكن أن تنشأ من الأنشطة المختلفة، أما تدمير القيمة يمثل الموقف الذي تنخفض فيه قيمة الشركة بمرور الوقت. (Anaya, 2021) من جهته ينظر (Edvinsson L. , 2000) إلى خلق القيمة على أنها تشكيل المعلومات والمعرفة والابتكارات، التي يتم تجميعها أحيانًا تحت تسمية "الملكية الفكرية": إذ ينتج خلق القيمة عن تشكيل أفكار جديدة، وتبادل المعلومات عالميًا والتفاعل، من خلال شبكات ذات سرعة تنظيمية عالية من أجل اتخاذ الإجراءات، وهذا نتيجة جهود أفراد يحدثون فرقًا حاسمًا في قدرة الشركة على تحقيق أهدافها؛ فمن الثابت أن رأس المال الفكري يؤثر بشكل إيجابي على أداء الشركات ويوفر مزايا تنافسية (Baima, Forliano, Santoro, & Vrontis, 2021) : لأن الشركات التي تملك قدرات تنظيمية وبشرية مميزة تستطيع متابعة فرص النمو، مستفيدة في ذلك من نقاط قوتها وخلق ميزة تنافسية. (Afiouni, 2009).

وقد أكد الباحثان (Zott and Amit (2007)، على نموذج أعمال الشركة خلق قيمة تركز على أربعة جوانب: الإبداع (توفير مبتكر للمنتجات والخدمات والتوزيع وقنوات التسويق الجديدة)، الالتزام (الحفاظ على علاقة دائمة مع العملاء والشركاء)، تقديم عرض متكامل (تقديم حزم من المنتجات والخدمات وقنوات التوزيع)، وتحقيق الكفاءة ( خفض التكلفة لتوفير فوائد أعلى للموزعين وأسعار تنافسية للعملاء). (Rashidirad & Salimian, 2020)

### 3- رأس المال الفكري كركيزة لخلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة

يعد خلق القيمة أمرًا حاسمًا بشكل خاص للشركات الصغيرة والمتوسطة، لأنها تتعرض بشكل متزايد لضغوط العولمة والمنافسة الشرسة من طرف الشركات الكبرى، وعليها تحسين قدرتها التنافسية من خلال خلق قيمة أعلى. (Rashidirad & Salimian, 2020) في هذا الصدد، تعتبر الأنشطة القائمة على المعرفة هي المصدر الرئيسي للمزايا التنافسية المستدامة في الاقتصاد، وخاصة في الشركات الصغيرة والمتوسطة (Ferreira & Franco, 2020)، والتي تتميز عادة بنقص الموارد، ولهذا عليها التركيز على تطوير رأس المال الفكري (والعناصر المكونة له) كطريقة للتغلب على نقاط ضعفها، بسبب حجمها، وخلق قيمة استراتيجية يمكن التعرف : إذ يلعب رأس المال الفكري دورًا استراتيجيًا في الشركات الصغيرة والمتوسطة، ومنه على الشركات الصغيرة والمتوسطة استغلال قيمة أعلى للأصول غير

الملموسة، خاصة فيما يتعلق برأس المال البشري، حتى تنافس بنجاح. (Crema & Verbano, 2016; Jordão & Novas, 2017)

ويكمن أحد التحديات الرئيسية الحالية للشركات الصغيرة والمتوسطة، في تمكنها من الالتزام بخلق قيمة في بيئة ديناميكية متزايدة التعقيد وعدم التأكد. كما يجب أن يضمن التزامها، استمرارها في ممارسة نشاطها وتطوير أعمالها في الأسواق المستهدفة واستدامتها، وفي معظم الحالات، ستبحث الشركات الصغيرة والمتوسطة عن طرق جديدة لتنفيذ أعمال أكثر ربحية وتنافسية على المدى الطويل، وإذا كانت تنشط في قطاع يسودها منافسة تامة، عليها ابتكار حلول

وتبني استراتيجية مختلفة تماما عن منافسها وما يتوقعه السوق؛ خاصة منها الشركات الصغيرة، فهي أكثر عرضة للخطر بسبب اعتمادها على ولاء المستهلكين مقارنة بالشركات الكبيرة، ومنه عليها تطوير قيمة جوهرية لجميع أصحاب المصالح. (Saidia, Ayodele, & Maxwell, 2021)

لكن قدرة الشركات الصغيرة والمتوسطة على رفع التحدي يرتكز أساسا على قدرتها على تفسير وتحديد مفهوم القيمة، ومختلف السياسات والممارسات التي يجب اعتمادها في نشاطها والموافقة لمفهومها للقيمة. إذ يؤثر تفسيرها على استراتيجيتها، سياساتها ومختلف عمليات نشاطها، ومنه سينعكس على سيرورة خلق القيمة وعلى التقاط القيمة.

وعلى الرغم من أن المفاهيم الأساسية والمزايا المتعلقة برأس المال الفكري تعتبر عامة وتنطبق على كل بيئة عمل بغض النظر عن حجم الشركة، فقد توصل البحث في سياق الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى بعض النتائج المهمة من أهمها:

يمكن يتم تطوير رأس المال الهيكلي والحفاظ عليه بشكل أساسي بواسطة الموظفين؛ فلا يوجد بنك معلومات أو مخزون معرفي واضح لأن المدير / المالك يلعب هذا الدور، بينما يتم إنشاء المعرفة ومشاركتها ونقلها وتطبيقها، من خلال كل الأفراد العاملين في الشركات الصغيرة والمتوسطة، صعودا وهبوطا في التسلسل الهرمي بشكل مرن، بحكم أن عدد العاملين قليل وقربهم من بعضهم البعض، وإمكانية التواصل السهل مع المدير؛ فهو عادة مالك الشركة دون تدخل الآليات الموجودة عادة في الشركات الكبرى. (Desouza & Awazu, 2006)

وعلى عكس الشركات الكبيرة، يميل رأس المال البشري في الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى التصرف بشكل مختلف تمامًا؛ فننادرا ما يغادر الموظفون الشركة، ولكن حتى في حالة مغادرتهم، فإن هذا لا يؤدي إلى فقدان كبير للمعرفة.

كما تقوم الشركات الصغيرة والمتوسطة بتطوير رأس مالها العلائقي بسهولة، واستخدام المعرفة المتاحة من شركائها بسهولة أكبر، من أجل تحقيق أداء أعلى . (Desouza & Awazu, 2006)؛ حيث يساعد قرب الشركات الصغيرة والمتوسطة من عملائها من اكتساب المعرفة بتدفق مباشر وأسرع مقارنة بالشركات الكبرى . (Cohen & Kaimenakis, 2007) ووفقاً لـ (Jordão & Novas, 2017)، يمكن أن تساهم استراتيجيات خلق القيمة القائمة على الاستثمار وإدارة رأس المال الفكري في خلق القيمة. حيث تمكن من : خفض التكاليف ، تحسين السمعة، زيادة الأرباح والمبيعات ؛ وكذلك زيادة اليقين في التخطيط، زيادة القبول وإضفاء الشرعية ، السماح بتشكيل مزايا تنافسية، السماح باستغلال أفضل لإمكانيات السوق، وخلق قدرة أكبر على الابتكار.

#### 4- الطرق والأدوات المعتمدة في الدراسة

##### 4-1- مجتمع وعينة الدراسة

أجريت الدراسة الميدانية على مستوى شركة محبوبة للعجائن، وهي شركة صغيرة ومتوسطة انطلقت في فيفري 2000 سنة، تقع على مستوى المنطقة الصناعية برحال – عنابة، يبلغ عدد عمالها 125 عامل،

تم اختيار عينة ميسرة ممن قبلوا الإجابة على الاستبيان قدرت ب 100 عامل أي بنسبة 80 % من مجموع العاملين في شركة محبوبة، استرجع 92 استبيان مع استبعاد 17 استبيان غير مستوفي الاجابات، وبذلك خضع 75 استبيان للمعالجة الإحصائية، أي ما نسبته 75% من مجموع عدد الإستبيان الموزع على عينة الدراسة وهي نسبة جد مقبولة لأغراض البحث.

##### 4-2- الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة

تم استخدم برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار 23، لمعالجة الاستبيان من اجل الاجابة على أسئلة الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة، باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- مقاييس الاحصاء الوصفي التكرارات، والنسب المئوية لوصف خصائص الشخصية والوظيفية للمبحوثين، والمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة؛
- تحليل تباين الانحدار analyse de la variance لاختبار مدى صلاحية نموذج الدراسة؛

- الانحدار الخطي المتعدد: لاختبار مدى صحة فرضيات الدراسة؛
- الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لاقتراح النموذج المعدل للدراسة.

#### 3-4- أداة الدراسة

تم استخدام استبيان متكون من محورين، المحور الأول خصص لقياس مدى توفر أبعاد رأس المال الفكري، أما المحور الثاني فخصص لقياس خلق القيمة، وقد تم الاعتماد في المحورين على مقياس ليكرت الخماسي الذي تتفاوت فيه درجاته حسب درجة الموافقة على كل الفقرة من فقرات المحورين كالآتي: موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1)، ويلاحظ من الجدول رقم (01) أن جميع معاملات الثبات جاءت أعلى من القيمة المقبولة 0.6.

جدول (01): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة وأبعادها

معامل الثبات ألف كرونباخ	المتغيرات	
0.961	رأس المال الفكري	المتغير المستقل
0.999	رأس المال البشري	أبعاد رأس المال الفكري
0.955	رأس المال الهيكلي	
0.922	رأس المال العلائقي	
0.948	المتغير التابع خلق القيمة	
0.966	مجموع متغيرات الدراسة	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

#### 5- تحليل نتائج الدراسة

##### 5-1- الإجابة على أسئلة الدراسة

حتى نتمكن من الإجابة على أسئلة الدراسة تم قياس اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة باحتساب المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف.

##### السؤال الأول: هل تمكنت شركة محبوبة للعجائن بعناية من تطوير رأس مال فكري؟

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (02) إلى توجه آراء أفراد عينة الدراسة إلى الاتفاق حول توفير رأس المال الفكري لدى شركة محبوبة للعجائن عنابة بمتوسط حسابي يساوي 3.91 بدرجة أهمية مرتفعة وانحراف معياري 0.807، ومعامل اختلاف 0.206، وقد احتل بعد رأس المال الهيكلي المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.09 يشير إلى درجة أهمية مرتفعة وانحراف معياري 0.604، ومعامل اختلاف 0.147، وقد جاء بعد رأس المال العلائقي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يساوي 3.93 بدرجة أهمية مرتفعة، وانحراف معياري 0.688 ومعامل اختلاف

## تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة

### دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن

0.175، أما بعد رأس المال البشري فقد جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة، بمتوسط حسابي يساوي 3.71 بدرجة أهمية مرتفعة ، وانحراف معياري 1.129 ومعامل اختلاف 0.304.

جدول رقم (02) الترتيب التنازلي لأبعاد رأس المال الفكري حسب قيمة معامل الاختلاف

المرتبة	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الأهمية
01	رأس المال الهيكلي	4.09	0.604	0.147	مرتفع
02	رأس المال العلائقي	3.93	0.688	0.175	مرتفع
03	رأس المال البشري	3.71	1.129	0.304	مرتفع
04	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لرأس المال الفكري	3.91	0.807	0.206	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

### السؤال الثاني: هل تمكنت شركة محبوبة للعجائن بعناية من خلق قيمة؟

تشير نتائج الجدول رقم (03) بأن شركة محبوبة للعجائن عناية تمكنت من خلق القيمة، حيث جاء المتوسط العام لمجموع عبارات خلق القيمة يساوي 3.80 بدرجة أهمية مرتفع و بانحراف معياري 0,610 يشير الى توافق الآراء و بمعامل الاختلاف 0,158، وقد جاءت اتجاهات آراء افراد عينة الدراسة لصالح تمتع شركة محبوبة بولاء زبائنها بمتوسط حسابي يساوي 4,03، و بانحراف معياري 0.519 و بمعامل اختلاف 0.128 في المرتبة الأولى، تلمها تلبية احتياجات زبائنها بتقديم منتجات ذات جودة بمتوسط حسابي 4.03 باتجاه مرتفع وانحراف معياري 0.545 يدل على توافق الآراء و بمعامل اختلاف 0.135. كما توضح النتائج الواردة في الجدول رقم (03) تحسن سمعة شركة محبوبة للعجائن عناية منذ انطلاق نشاطها، حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي 4.07 باتجاه مرتفع وانحراف معياري 0.553 يدل على توافق الآراء و بمعامل اختلاف 0.136، وفي المرتبة الرابعة اكتساب شركة محبوبة للعجائن عناية زبائن جدد في السوق بمتوسط حسابي 4.07 باتجاه مرتفع وانحراف معياري 0.545 يدل على توافق الآراء و بمعامل اختلاف 0.136.

كما اتجهت آراء أفراد عينة الدراسة إلى الاتفاق حول تحسن قدرة شركة محبوبة للعجائن على مواجهة المنافسة، وتحسن إيراداتها، أما التحكم في التكاليف وتخفيض التكاليف فقد جاءت في المراتب الاخيرة على التوالي بمتوسط حسابي باتجاه درجة أهمية مرتفع يساوي و 3.57، 3.60، 3.67 وبالترتيب حسب معامل اختلاف 0.210، 0.211، 0.211.

جدول رقم (03): الترتيب التنازلي لعبارات خلق القيمة حسب قيمة معامل الاختلاف

المرتبة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	مستوى الأهمية
03	تحسنت سمعة شركة منذ انطلاق نشاطها	4.07	0.553	0.136	مرتفع
01	تتمتع الشركة بولاء زبائنها الحاليين	4.03	0.519	0.128	مرتفع
02	تستطيع الشركة الاستجابة لاحتياجات زبائنها بتقديم منتجات ذات جودة	4.03	0.545	0.135	مرتفع
04	اكتسبت الشركة زبائن جدد في السوق	4.00	0.545	0.136	مرتفع
06	تنمو مبيعات شركة سنويا	3.92	0.539	0.137	متوسط
07	تمكنت الشركة من تطوير منتجات وخدمات جديدة	3.93	0.553	0.140	مرتفع
05	طورت الشركة ابتكارات جديدة	3.97	0.545	0.137	مرتفع
08	تمكنت الشركة من توسيع الجغرافي لسوقها	3.97	0.643	0.169	مرتفع
09	تحسنت إيرادات شركة	3.67	0.759	0.209	متوسط
11	تمكنت الشركة من التحكم وتخفيض تكاليفها	3.57	0.759	0.211	متوسط
10	تحسنت قدرة شركة على مواجهة المنافسة	3.60	0.756	0.210	متوسط
/	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لخلق القيمة	3.80	0,610	0,158	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

## 2-5- نتائج اختبار فرضيات الدراسة

تنص الفرضية الرئيسية على H: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال الفكري (بجميع أبعاده مجتمعة) على خلق القيمة في شركة محبوبة عناية.

وجاءت نتائج اختبار الفرضية موضحة في الجدول رقم (04)، حيث تثبت صحة نموذج الدراسة، فقد بلغت قيمة F المحسوبة ( $F=37.087$ ) وهي أعلى من قيمتها الجدولية ( $F=3.969$ )، وبقيمة احتمالية بلغت  $\alpha = 0.000$  وهي أقل من مستوى الدلالة الاحصائية المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ ). كما تظهر النتائج بأن العلاقة ما بين المتغير المستقل رأس المال الفكري و المتغير التابع خلق القيمة تعتبر إيجابية وهي قوية، حيث بلغت قيمة الارتباط ( $R=0.676$ )، كما تفسر أبعاد المتغير المستقل رأس المال الفكري مجتمعة ما قدره ( $R^2=33.7\%$ ) فقط من التباين في خلق القيمة في شركة محبوبة عناية، وهي قوة تفسيرية ضعيفة، وباقي النسبة 66.3% ترجع

تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة

دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن

لمتغيرات أخرى لم تدرج في نموذج الدراسة، ومنه نتائج الجدول تؤكد قبول الفرضية الرئيسية H: أي وجود تأثير ذو دلالة احصائية لرأس المال الفكري بأبعاده مجتمعة على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة عند مستوى دلالة احصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

الجدول رقم (04): نتائج تحليل الانحدار العام للتحقق من جودة وصحة النموذج

النتيجة	الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	F		R <sup>2</sup>	R	المعامل	خلق القيمة
			الجدولية	المحسوبة				
قبول الفرضية	0.000	73/1	3.969	37.087	0.337	0.580	1.977	الحد الثابت رأس المال الفكري
	0.000						0.476	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

ومن أجل اختبار الفرضيات الفرعية أي تأثير كل بعد من أبعاد رأس المال الفكري على خلق الخلق القيمة في شركة محبوبة عنابة، تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، وجاءت النتائج ملخصة في الجدول رقم (05)، كالتالي:

جدول رقم (05): يلخص نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير أبعاد رأس المال الفكري على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن

القرار	Sig	درجة الحرية	T		Beta	B	a	الفرضية
			الجدولية	المحسوبة				
قبول	0.000	73/1	1.667	17.392	0.049	0.1	3.466	h <sub>1</sub>
قبول	0.000			3.483	0.708	0.665	1.115	h <sub>2</sub>
قبول	0.000			3.942	0.784	0.731	1.034	h <sub>3</sub>

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى h<sub>1</sub>:

تنص الفرضية الفرعية الأولى h<sub>1</sub>: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال البشري على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة.

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (05) ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الإنحدار لبعده رأس المال البشري، حيث تشير قيمة المعامل المعياري Beta وهو مساوي لقيمة معامل الارتباط بين المتغير رأس المال البشري والمتغير التابع خلق القيمة أنها تساوي 0.478 وهذا يدل على ارتباط قريب من المتوسط إيجابي ما بين المتغيرين وبدلالة قيمة (t) المحسوبة 17.392

وهي أكبر من قيمتها الجدولية 1.667، وهي دالة احصائيا  $\alpha = 0.000$  وهي أقل من مستوى الدلالة الاحصائية المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ )، وبهذه النتائج فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى

### الفرضية الفرعية الثانية

**تنص الفرضية الفرعية الثانية  $h_2$  :** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال الهيكلي على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (05) ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار لبعدها رأس المال الهيكلي، حيث تشير قيمة المعامل المعياري  $Beta$  وهو مساوي لقيمة معامل الارتباط بين المتغير رأس المال الهيكلي والمتغير التابع خلق القيمة أنها تساوي 0.708 وهذا يدل على ارتباط قوي إيجابي ما بين المتغيرين وبدلالة قيمة (t) المحسوبة 3.483 وهي أكبر من قيمتها الجدولية 1.667، وهي دالة احصائيا  $\alpha = 0.000$  وهي أقل من مستوى الدلالة الاحصائية المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ ) ، وبهذه النتائج فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية.

### الفرضية الفرعية الثالثة

**تنص الفرضية الفرعية الثانية  $h_3$  :** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لرأس المال العلائقي على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة.

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (05) ثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار لبعدها رأس المال العلائقي، حيث تشير قيمة المعامل المعياري  $Beta$  وهو مساوي لقيمة معامل الارتباط بين المتغير رأس المال البشري والمتغير التابع خلق القيمة أنها تساوي 0.784 وهذا يدل على ارتباط قوي إيجابي ما بين المتغيرين وبدلالة قيمة (t) المحسوبة 3.942 وهي أكبر من قيمتها الجدولية 1.667، وهي دالة احصائيا  $\alpha = 0.000$  وهي أقل من مستوى الدلالة الاحصائية المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ ) ، وبهذه النتائج فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

ولتحديد أبعاد رأس المال الفكري الأكثر تأثيرا على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة، تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد المتدرج Stepwise Multiple Regression. حيث يقوم بحذف المتغيرات الأقل تأثيرا ويبقى فقط المتغيرات الأكثر تأثيرا على المتغير التابع، وجاءت نتائج تحليل الاختبار موضحة في الجدول التالي:

تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة

دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن

جدول رقم (06): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لتأثير أبعاد رأس المال الفكري على خلق القيمة

النموذج	المتغيرات	معاملات الانحدار	قيمة F		درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
النموذج المقترح	الحد الثابت	1.034	المحسوبة	الجدولية	73/1	0.000
	رأس المال العلائقي	0.713	116.381	3.969		0.000
	معامل الارتباط R	0.784				
	معامل التحديد R <sup>2</sup>	0.615				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss إصدار 23

حسب النتائج الواردة في الجدول رقم (06) يتضح أنه استبعد كلا من بعد رأس المال البشري والهيكل من النموذج لضعف تأثيرهما على خلق القيمة في شركة محبوبة العجائن بعنابة، وثبوت الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار لبعدها رأس المال العلائقي، ومنه تتأثر خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة، بمتغير رأس المال العلائقي حيث توجد علاقة ارتباط قوية ما بينه وبين خلق القيمة  $R = 78.4\%$ ، وبلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 61.5\%$  مما يشير أن بعد رأس المال العلائقي يفسر ما نسبته  $61.5\%$  من التباين الحاصل في المتغير التابع خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة، وباقي النسبة  $38.5\%$  ترجع إلى متغيرات أخرى لم تدرج في نموذج الدراسة.

أما قيمة معامل الانحدار  $B = 0.713$ ، مما يدل على وجود علاقة طردية بين رأس المال العلائقي وخلق القيمة، حيث أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى رأس المال العلائقي يؤدي إلى زيادة في خلق القيمة بقيمة  $1.034$ ، وجاء معامل التباين  $F = 116.381$ ، وهو أكبر من قيمة الجدولية التي بلغت  $3.969$ ، وهي دالة إحصائية  $\alpha = 0.000$  وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ ). ووفق كل نتائج اختبار الانحدار المتعدد التدريجي لتأثير أبعاد رأس المال الفكري على خلق القيمة، نقترح نموذج التنبؤ بخلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن وفق المعادلة التالية:

$$Y = \text{الحد الثابت}(a) + \text{معامل الميل الحدي}(X) + e_0$$

$Y =$  خلق القيمة

$a =$  الحد الثابت

$X =$  رأس المال العلائقي

$e_0 =$  الخطأ

خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن = 0.713 + 1.034 (الرأس المال العلائقي) +  $e_0$   
 خلاصة

لقد سعت دراستنا لتحديد مدى توفر أبعاد رأس المال الفكري وتأثيرها على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة، من خلال دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن عنابة. وقد توصلت الدراسة للنتائج التالية:

- توجه آراء أفراد عينة الدراسة إلى الاتفاق حول امتلاك شركة محبوبة للعجائن عنابة لرأس مال فكري بمتوسط حسابي يساوي 3.91 بدرجة أهمية مرتفعة؛
- توجه آراء أفراد عينة الدراسة إلى الاتفاق أن رأس المال الفكري لشركة محبوبة للعجائن يتكون في الدرجة الأولى من رأس المال الهيكلي بمتوسط حسابي 4.09 بدرجة أهمية مرتفعة؛ يليه في المرتبة الثانية رأس المال العلائقي بمتوسط حسابي يساوي 3.93 بدرجة أهمية مرتفعة، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة لرأس المال البشري جاء في المرتبة الأخيرة.
- إن اتفاق أفراد عينة الدراسة حول توفر رأس المال الفكري بجميع أبعاده بدرجة أهمية مرتفعة، إنما يدل على إدراك القائمين على تسيير شركة محبوبة للعجائن اهتمامهم، وسعيمهم للاستثمار في رأس المال الفكري بجميع أبعاده باعتباره ركيزة لخلق القيمة؛
- كما اتفقت آراء أفراد عينة الدراسة حول تمكن شركة محبوبة للعجائن عنابة من خلق القيمة، حيث جاء المتوسط العام لعبارات خلق القيمة يساوي 3.80 بدرجة أهمية مرتفع وتمتع شركة محبوبة بولاء زبائنها بمتوسط حسابي 4.03 بدرجة أهمية مرتفعة، وقدرتها على الاستجابة لاحتياجات زبائنها بتقديم منتجات ذات جودة بمتوسط حسابي 4.03 باتجاه مرتفع، وتحسن سمعتها منذ انطلاق نشاطها بمتوسط حسابي 4.07 باتجاه مرتفع، واكتساب شركة محبوبة للعجائن عنابة زبائن جدد في السوق بمتوسط حسابي 4.07 باتجاه مرتفع؛
- كما أظهرت نتائج الدراسة تأثير ذو دلالة احصائية لرأس المال الفكري بجميع أبعاده مجتمعة على خلق القيمة في شركة محبوبة عنابة، مع وجود تفاوت في درجة تأثير أبعاده لصالح تأثير رأس المال العلائقي على حساب رأس المال البشري والهيكلية، على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن؛
- وقد أكدت نتيجة اختبار الانحدار المتعدد التدريجي هذ التأثير، حيث تم إسقاط بعد رأس المال الهيكلي والبشري، ومنه تتأثر خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن بعنابة رأس المال العلائقي، وأشارت النتائج إلى أن بعد رأس المال العلائقي يسهم في تفسير ما نسبته

61.5% من خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Desouza & Awazu, 2006) ، التي أظهرت أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تستطيع تطوير رأس مالها العلائقي بسهولة أكبر واستخدام المعرفة المتاحة من شركائها بسهولة أكبر، ويساعدها ذلك على تحقيق أداء أعلى. واتفقت أيضا مع نتائج دراسة (Kong & Thomson, 2009) ، التي أظهرت أن رأس المال العلائقي يمكن الشركات من القضاء على التحيزات غير الضرورية، وتحديد الاتجاه المحتمل لمزيد من التطوير، وتحسين كفاءة العمل داخل شبكة معينة (الشركاء الاستراتيجيون). كما يساهم رأس مال العلائقي في خفض التكاليف وتحسين الإنتاجية وسرعة الاستجابة، وحتى الربحية. (Wang, Liang, & Xiang, 2018)

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن شركة محبوبة للعجائن عنابة منذ انطلاق نشاطها سنة 2004، عملت على الحصول على شهادة إدارة الجودة الإيزو 9001 إصدار 2000 مع الالتزام بتطبيقه، عن طريق الاستثمار في تطوير رأس مال العلائقي وجعله الركيزة الأساسية لخلق القيمة؛ حيث جعلت الزبون محور نشاطها عن طريق معرفة احتياجاته والعمل على تلبيةه، وتدريب العاملين من طرف خبراء محليين وأجانب من أجل تعزيز خبرة ومعرفة العمال، وتكوين رأس مال بشري يملك المؤهلات والقدرات والخبرة الكافية ، لتطوير منتجات ودعم العرض المقدم في السوق وتنويعه. وبهذا انتقلت شركة محبوبة من إنتاج العجائن القصيرة والطويلة سنة 2004 بالتي إنتاج فقط إلى تطوير وتوسيع تشكيلة منتجاتها بإطلاق 4 خطوط إنتاج عبارة عن عجائن ممزوجة بالخضار سنة 2009، ثم في سنة 2010 دعمت عرضها في السوق بإطلاق تشكيلة منتجات العجائن المحشبة عن طريق 4 خطوط إنتاج جديدة، وتشكيلة منتجات العجائن المصنوعة من الحبوب الكاملة، لتصل عدد المنتجات المعروضة في السوق 45 نوع من العجائن.

كما عمدت شركة محبوبة للعجائن عنابة إلى عقد شراكات لدخول مجال المنتجات المكملة للعجائن، بالتعاون مع شركة سيبا مختصة في الصلصات ومعجون الطماطم بهذا تكون دعمت قدرات التعلم والخبرة المكتسبة، واستثمرت فيه باكتساب مهنة جديدة مكملة لمهنتها (صناعة العجائن) مستفيدة بذلك من أثر التعاضد ما بين النشاطات الحالية والجديدة، نتج عنها خلق قيمة تمثلت في إطلاق شركة محبوبة منتجات جديدة، تمثلت في معجون

الطماطم ومعجون الفواكه. كما أسست لتطوير شبكة موزعين سمحت بنمو أسواقها ودخول إلى ولايات في الوسط والغرب، وتمكنت بالتالي من تحقيق زيادة في رقم أعمالها بنسبة 05%، وتطور في نسبة الأرباح بـ 02%، وكل هذه المؤشرات تدل على تأثير رأس المال الفكري لشركة محبوبة للعجائن على خلق القيمة، لذلك توصي دراستنا ضرورة اهتمام المسيرين في شركة محبوبة بعدم التركيز فقط على تطوير رأس المال العلائقي، والاتجاه أيضا لدعم جهود الاستثمار في رأس المال البشري والهيكلية لدعم قدرة شركة محبوبة للعجائن على تعظيم خلق القيمة.

### قيود وأفاق الدراسة الحالية

تسهم الدراسة الحالية في تسليط الضوء على علاقة مهمة ما بين متغيرين مهمين، وهي تأثير رأس المال الفكري وخلق القيمة في مجال الشركات الصغيرة والمتوسطة، والتي يعول عليها الاقتصاد الجزائري لتحقيق الاقلاع الاقتصادي ومختلف المجالات الأخرى. وقد تمت دراستها تجريبيا على مستوى شركة محبوبة للعجائن بعنابة التي تحتل مكانة تنافسية مهمة في مجال صناعة المواد الغذائية، إلا أنها تنطوي على بعض القيود، يجب توضيحها، لمساعدة الباحثين في المستقبل على سد الثغرات، من بينها:

لا يمكن تعميم نتائج الدراسة، واعتبارها فقط نتائج أولية، لأنها اقتصرت على دراسة شركة واحدة، لذلك تقترح دراستنا توسيع عينة الدراسة، من خلال إجراء دراسات مستقبلية على عينة كبيرة من الشركات الصغيرة والمتوسطة والناشئة في الجزائر، لمعرفة القيود والتوجهات المستقبلية لدور رأس المال الفكري في خلق القيمة مع إدخال متغيرات أخرى، مثل الابتكار في أبعاده المختلفة، أو التشارك المعرفي.

### قائمة المصادر والمراجع

- Afiouni, F. (2009). Leveraging human capital and value creation by combining HRM and KM initiatives. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 6(3).
- Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic management journal*, 22(6-7).
- Anaya, F. E. (2021). Capital immatériel et création de valeur: Étude de l'impact de la Recherche & Développement sur la création de valeur en entreprise. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2(3).
- Baima, G., Forliano, C., Santoro, G., & Vrontis, D. (2021). Intellectual capital and business model: a systematic literature review to explore their linkages. *Journal of Intellectual Capital*, 22(3).
- Bontis, N. (2001). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *Knowledge management and business model innovation*.
- Cappelletti, L., & Khouatra, D. (2004). Concepts et mesure de la création de valeur organisationnelle. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 10(1).

- Cohen, S., & Kaimenakis, N. (2007). Intellectual Capital and Corporate Performance in Knowledge-Intensive SMEs. *Learning Organization*, 14(3).
- Crema, M., & Verbanco, C. (2016). Managing Intellectual Capital in Italian Manufacturing SMEs. *Creativity and Innovation Management*, 25(3).
- Desouza, K. C., & Awazu, Y. (2006). Knowledge management at SMEs: five peculiarities. *Journal of Knowledge Management*, 10(1).
- Edvinsson, L. (1997). Long range planning. Developing intellectual capital at Skandia , 30 (3).
- Edvinsson, L. (2000). Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (1).
- Edvinsson, L., & Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. *European Management Journal*, 14(4).
- Ferreira, A., & Franco, M. (2020). The influence of strategic alliances on human capital development: A study applied to technology-based SMEs. *EuroMed Journal of Business*, , 15(1).
- Gopika, K., & Wilfried, G. A. (2004). Intellectual capital: Measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*, 5(3).
- Hsu, Y. H., & Fang, W. (2009). Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(5).
- Jordão, R. V., & Novas, J. C. (2017). Knowledge management and intellectual capital in networks of small- and medium-sized enterprises. *Journal of Intellectual Capital*, 18(3).
- Kong, E., & Thomson, S. B. (2009). An intellectual capital perspective of human resource strategies and practices. *Knowledge Management Research ; Practice*, 7(4).
- Martín-de-Castro, G., Delgado-Verde, M., López-Sáez, P., & Navas-López, J. E. (2011). Towards 'an intellectual capital-based view of the firm': origins and nature. *Journal of business ethics*, 98(4).
- Mubarik, M. S., Bontis, N., Mubarik, M., & Mahmood, T. ( 2021). Intellectual capital and supply chain resilience. *Journal of Intellectual Capital*.
- Rashidirad, M., & Salimian, H. (2020). SMEs' dynamic capabilities and value creation: the mediating role of competitive strategy. *European Business Review*, 32(4).
- Saidia, A. A., Ayodele, M. S., & Maxwell, W. P. (2021). Firm level strategy and value creation in small businesses: The Nigerian experience. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(2).
- Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth Of Organizations*. Doubleday/Currency: New York.
- Wang, Z. C., Liang, H. W., & Xiang, E. (2018). Intellectual capital and firm performance: the mediating role of innovation speed and quality. *The International Journal of Human Resource Management* .