

أهمية الموارد غير الملموسة ودورها في رفع قيمة المؤسسة الاقتصادية

-دراسة حالة مجمع بيوفارم خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019-

The importance and the role of intangible resources in raising the value of the economic institution

-A case study of Biopharm Corporate Group in the duration 2014 to 2019-

إمان نايلي دواودة*، جامعة الجزائر 3، 2 شارع أحمد واكد، دالي إبراهيم، الجزائر العاصمة (الجزائر)

بشير كشرود، جامعة الجزائر 3، 2 شارع أحمد واكد، دالي إبراهيم، الجزائر العاصمة (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2022/08/25؛ تاريخ القبول: 2022/12/15؛ تاريخ النشر: 2022/12/31

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الموارد غير الملموسة بمختلف أنواعها، ومدى مساهمتها في زيادة قيمة المؤسسة الاقتصادية. تم استخدام المنهجين الوصفي والتحليلي بالإضافة إلى دراسة حالة مجمع بيوفارم (أحد المؤسسات المسعرة في بورصة الجزائر) خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة تكاملية وتفاعلية بين مكونات الموارد غير الملموسة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقتي) مما يكسب المؤسسة الاقتصادية ميزة تنافسية تؤدي إلى زيادة قيمتها.

الكلمات المفتاحية: موارد غير ملموسة، رأس مال بشري، رأس مال هيكلي، رأس مال علاقتي، قيمة المؤسسة.

تصنيف JEL: E22، G32.

Abstract:

The current study aims at indicating the importance of different intangible resources, and the extent to which it contributes in raising the value of the economic institutions. This study has relied on the analytical descriptive research method, in addition to a case study of Biopharm Corporate Group (one of Companies with share price in the Algerian Stock Market) during 2014 to 2019-. The study has concluded that there is a complementarity and an interactive relationship between the components of the intangible resources (human capital, structural capital, and relational capital) which would thus give the economic institution a competitive feature in order raise its value.

Keywords: Intangible resources; Human capital; Structural capital; Relational capital; Value of the institution.

Jel Classification Codes : E22 ; G32.

* المؤلف المرسل: إمان نايلي دواودة، nailidouaouda.imane@univ-alger3.dz

I- تمهيد

تنافست المؤسسات الاقتصادية سابقا على امتلاك أكبر عدد من الآلات والمعدات، حيث كانت الموارد المادية هي العنصر الأساسي للإنتاج، ثم بدأ الاهتمام بتوفير الأموال وتنوع مصادرها لتحقيق الاستثمارات. ومع الانفتاح الاقتصادي، ظهور العولمة وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، زادت حدة التنافس بين المؤسسات حيث أدركت أن التنافس لا يقتصر فقط على الموارد المادية والمالية التي قد تماثل فيها، وإنما يجب البحث عن عناصر أخرى تتميز بها مثل العنصر البشري، الذي أثبتت الدراسات أن له دورا كبيرا في زيادة فعالية وكفاءة المؤسسة، حيث أن الاستثمار في الأفراد يكسب المؤسسة ميزة تنافسية، تساهم في خلق القيمة وزيادة الثروة، وهذا ما أدى إلى ارتفاع القيمة السوقية للمؤسسات مقارنة بقيمتها الدفترية (المحاسبية)، حيث أسند هذا التفاوت إلى وجود عناصر غير ملموسة لم تؤخذ بعين الاعتبار ولم يتم تسجيلها وتقييمها، مثل: مهارات وكفاءات الموارد البشرية، سمعة المؤسسة، ولاء الزبائن... إلخ. وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية الآتية:

◀ كيف يمكن للموارد غير الملموسة أن تساهم في زيادة قيمة المؤسسة الاقتصادية؟

I-1- فرضيات الدراسة

لمعالجة إشكالية البحث تم صياغة الفرضيات الآتية:

- الموارد غير الملموسة هي كل العناصر التي ليس لها كيان مادي، قد تكون داخل المؤسسة أو خارجها.
- تتفاعل الموارد غير الملموسة فيما بينها مما يكسب المؤسسة الاقتصادية ميزة تنافسية تؤدي إلى زيادة قيمتها.

I-2- أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الدور الفعال للموارد غير الملموسة بشتى أنواعها وأهميتها في زيادة قيمة المؤسسة الاقتصادية، وكذا تفسير التفاوت بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية للمؤسسة الاقتصادية.

I-3- الدراسات السابقة

- **دراسة النجار جميل حسن (2017):** "أثر كل من الاستثمار في الأصول غير الملموسة، والأداء المالي، والسياسة المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة المدرجة في بورصة فلسطين". هدفت هذه الدراسة إلى اختبار مدى تأثير كل من الاستثمار في الأصول غير الملموسة، الأداء المالي والسياسة المالية على قيمة المؤسسة، وطبقت الدراسة على عينة تتكون من 34 مؤسسة مدرجة في بورصة فلسطين خلال الفترة الممتدة من 2006 إلى 2014. واعتمد الباحث على المنهج الوصفي والدراسة التطبيقية من خلال جمع البيانات من سجلات بورصة فلسطين ومراجعة التقارير المالية المنشورة من قبل مؤسسات العينة. وتوصلت الدراسة إلى أن الاستثمار في الأصول غير الملموسة والأداء المالي (مقاسا بالعائد على الأصول، معدل دوران الأصول ونسبة التداول) والسياسة المالية (مقاسة بنسبة الدين ونسبة توزيعات الأرباح) تؤثر بشكل جوهري على القيمة السوقية للشركات المساهمة المدرجة في بورصة فلسطين.
- **دراسة بلال كيموش (2016/2015):** "البدائل المحاسبية المتعلقة بالعناصر غير الملموسة وأثرها على قيمة المؤسسة -دراسة مجموعة من المؤسسات الجزائرية، الفرنسية والإنجليزية-". هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على واقع العناصر غير الملموسة في القوائم المالية للمؤسسات ومدى مساهمتها في إثراء قيمتها السوقية، تحليلها وتفسيرها وذلك في ثلاث بيئات اقتصادية هي الجزائر، فرنسا وإنجلترا، خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2013. وتوصلت الدراسة إلى أن العناصر غير الملموسة تمثل حصة معتبرة من قيم المؤسسات الفرنسية والإنجليزية، في حين كانت مساهمتها ضعيفة جدا في المؤسسات الجزائرية.
- **دراسة مريم بولمية (2012/2011):** "البعد المعنوي لإشكالية خلق القيمة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم وأهمية رأس المال المعنوي بأنواعه المختلفة في رفع كفاءة المؤسسة وقيمتها السوقية. وتوصلت الدراسة إلى أن رأس المال المعنوي يعد عاملا حاسما في قيمة المؤسسات، كما أنه يساهم في خلق الثروة.

II- ماهية الموارد غير الملموسة

تستعمل العديد من المصطلحات للتعبير على الموارد غير الملموسة من بينها: رأس المال الفكري (المعرفي)، الأصول المعنوية (غير الملموسة، غير المادية) ... إلخ، وبالنظر فيها، نجد أن مصطلح "أصول" يرتبط بالميزانية فقط، ومصطلح "الفكري" أو "المعرفي" يرتبط بالأفكار والمعارف، ولهذا سنستخدم في بحثنا مصطلح "الموارد غير الملموسة"، للتعبير عن كل الموارد التي ليس لها وجود مادي داخل المؤسسة.

II-1- مفهوم الموارد غير الملموسة

يستخدم المحاسبون مصطلح "الأصول المعنوية أو غير الملموسة"، حيث عرفها معيار المحاسبة الدولي 38 على أنها أصل غير نقدي قابل للتحديد ليس له كيان مادي. وأكد هذا المعيار على ضرورة أن تكون هذه الأصول قابلة للتحديد، مع إمكانية السيطرة عليها والحصول مستقبلا على منافع اقتصادية. (مؤسسة المعايير الدولية للتقارير المالية، 2016، الصفحات 2-4) كما أشارت جمعية المحاسبين الإدايين بكندا (CMA Canada)* إلى أن الأصول المعنوية هي الأصول المملوكة للمؤسسة والمبنية على المعرفة، والتي يتوقع أن تحقق منافع مستقبلية مستمرة، وتشمل القدرات التكنولوجية والابتكارية، الخبرات الإدارية والاستشارية، ورأس المال البشري المبني على المعرفة. (مسودة، 2011، صفحة 939) ونلاحظ من التعريفين، أن المقاربة المحاسبية اقتصرت فقط على الأصول القابلة للتحديد من طرف المؤسسة والتي تظهر في قوائمها المالية.

وانطلاقا من الإهمال المحاسبي لكثير من الموارد غير الملموسة، التي يصعب تحديدها وتسجيلها في القوائم المالية، عرفها باحثون آخرون على أنها كافة العوامل الحاسمة في النجاح المستقبلي للمؤسسة والتي لا تظهر في الميزانية التقليدية. أو أنها ثروة المؤسسة التي لا يمكن قراءتها في القوائم المالية. (عباسة و غوفي، 2016، صفحة 182) ويتسم التعريفان بالغموض والعمومية، إذ تم التركيز فقط على العناصر غير المدرجة في القوائم المالية.

يستخدم المختصون في علوم التسيير مصطلح "رأس المال الفكري"، وعرف على أنه عبارة عن قدرات متميزة يتمتع بها عدد محدود من عمال المؤسسة، والتي تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية تساعد المؤسسة على زيادة إنتاجها وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمؤسسات المماثلة. (بيصار، 2017، صفحة 22) كما عرف على أنه أولئك العمال الذين يمثلون النجوم اللامعة والعقول المدبرة الذين يصعب استبدالهم. (عباسة و غوفي، 2016، صفحة 181) ويرى (حرشوش) أنه يمثل نخبة من العمال الذين بإمكانهم إنتاج الأفكار الجديدة، التي من خلالها، تستطيع المؤسسة توسيع حصتها السوقية، تعظيم نقاط قوتها واقتناص الفرص المناسبة. (عباسة و غوفي، 2016، صفحة 181) ونلاحظ من التعاريف، أنه تم حصر رأس المال الفكري في عدد محدود من العمال المميزين ذوي القدرات الخاصة والمهارات العالية. ويعرفه (EDVINSSON) على أنه تلك الأصول الفكرية التي تتجاوز قيمتها قيمة الأصول الأخرى التي تظهر في الميزانية، وتتكون من نوعين: بشري هو مصدر الابتكار والتجديد، هيكلي هو مساند للبشري بفعل نظم المعلومات، قنوات السوق وعلاقات الزبائن. (بن حمودة، 2015، صفحة 136)

وتؤكد تعاريف أخرى دور الموارد غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات، حيث عرفتها مؤسسة (Skandia)* على أنها جملة المعرفة والخبرة التطبيقية، التكنولوجية، التنظيمية والزبائن والمهارات المهنية التي تقدم ميزة تنافسية في السوق. (بن يحيى، 2018، صفحة 05) وعرفها (HAMEL) على أنها قدرات متفردة تتفوق بها المؤسسة على منافسيها تتحقق من تكامل مهارات مختلفة، وتساهم في زيادة القيمة المقدمة للزبائن، وهي مصدر من مصادر الميزة التنافسية. (بن حمودة، 2015، صفحة 136) وعرفها (HULTEN) على أنها تلك الموارد التي تنطوي عادة على تطوير المنتجات أو عمليات محددة، أو تستثمر في القدرات التنظيمية أو إنشاء أو تعزيز المنتجات التي تضع المؤسسة في موضع التنافس في بعض الأسواق. (سديري و عبد الله، 2019، الصفحات 287-288)

وهناك باحثون انطلقوا في تعريف الموارد غير الملموسة من فكرة عدم تساوي القيمة السوقية والقيمة الدفترية للمؤسسة، حيث عرفها (STEWART) على أنها تلك المادة الفكرية، المعرفة، المعلومات، الملكية الفكرية والخبرة التي توضع قيد الاستخدام من أجل خلق الثروة. (بكار، 2017، صفحة 369) وعرفت على أنها خاصية تقيس قدرة المؤسسة على خلق الثروة، وهي أصل ذو طبيعة غير مادية

والحصول عليه يشير إلى الموارد البشرية والعلاقات الداخلية والخارجية، ومنه فكل الميزات السابقة تؤدي إلى خلق القيمة. (بن يحيى ، 2018، صفحة 5)

بعد استعراض مختلف التعاريف التي قدمها الباحثون، الذين اختلفوا في استعمال المصطلحات وفي صياغة التعريف، نستخلص أن الموارد غير الملموسة هي كل العناصر التي ليس لها كيان مادي (المعارف، المهارات، الخبرات، الأنظمة، الهياكل، الإجراءات، علاقات المؤسسة بحيطها الخارجي... إلخ)، والتي تكسب المؤسسة ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق قيمة مضافة تزيد في قيمتها السوقية.

II-2- أهمية الموارد غير الملموسة

تتلخص أهمية الموارد غير الملموسة فيما يلي: (عبابسة و غويي، 2016، الصفحات 176-178)

- تعد القوة الخفية التي تضمن بقاء المؤسسة، حيث أشار (STEWART) إلى أن ثلثي المؤسسات الكبرى (500 مؤسسة سنة 1954) اختفت، لتظهر سنة 1994 مؤسسات صغيرة تعتمد على الموارد غير الملموسة أكثر من اعتمادها على الموارد الملموسة؛
- تشكل قيمتها جزء هاماً من قيمة المؤسسة، حيث قالت (Margaret BLAIR) من معهد (Brookings) الأمريكي: أن قيمة الأصول المادية للمؤسسات الصناعية كانت تمثل 62.3% من قيمتها السوقية سنة 1982 وأصبحت لا تتجاوز 37.9% سنة 1992؛
- تُكسب المؤسسة ميزة تنافسية يصعب تقليدها كونها ذات طبيعة غامضة ومعقدة؛
- تعد كنزاً مدفوناً لأن أجزاء منها ضمنية وغير صريحة، يجب البحث عنها ونشرها داخل المؤسسة؛
- تُعد مصدراً لتحقيق الثروة وخلق القيمة، فمؤسسة (IBM) تحقق أكثر من مليار دولار سنوياً كعائد على براءات الاختراع، وحققت مؤسسة (Microsoft) أرباحاً تزيد عن 6 مليار دولار بفضل أفكار وإبداعات 6 إلى 8 من موظفيها فقط، وتحقق مؤسسة (Coca Cola) ثروة عالية نتيجة معرفتها الجيدة بالسوق واسم علامتها التجارية؛
- لها أهمية استراتيجية كونها موارد ثمينة، نادرة، صعبة التقليد، الإحلال والاستبدال؛
- تساعد على تأسيس المؤسسة الذكية التي تحتم باستثمار العقول واستخدام تكنولوجيا المعلومات. (بن يحيى ، 2018، صفحة 15)

III- مكونات الموارد غير الملموسة

اختلف الاقتصاديون في تقسيم الموارد غير الملموسة وتحديد مكوناتها، وسنعمد التقسيم الأكثر تداولاً، حيث قسمت إلى رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلائقي (العلائقي).

III-1- رأس المال البشري

يعد (PETTY) أول من حاول تقييم العمال عام 1691، حيث رأى أن العمل هو مولد الثروة، كما أشار (SMITH) في كتابه "ثروة الأمم" سنة 1776 إلى تأثير مهارات العمال في العملية الإنتاجية وجودة المخرجات، وطالب بضرورة تحديد الأجر بناء على ما يبذل من وقت وجهد ومال. وأكد (MARSHALL) عام 1890 على أهمية الاستثمار في الأفراد بقوله: "إن أثنى أنواع رأس المال هو ما يستثمر في البشر"، كما وضع (FISHER) سنة 1905 الأساس لنظرية رأس المال البشري وذلك بإدخال هذا الأخير في مفهوم رأس المال. (عبابسة و غويي، 2016، الصفحات 169-170) ويعتبر (MINCER) أول من استخدم مصطلح "رأس المال البشري" في مقال نشره سنة 1958. لكن الظهور الحقيقي للنظرية الجديدة، كان من خلال مقال "الاستثمار في رأس المال البشري" الذي نشره (SCHULTZ) سنة 1961، والتي تبرز الدور الفعال للتعليم في تحسين القدرة الإنتاجية للعمال، الذين يعدون أساس استمرارية المؤسسة في ظل التغيرات الحاصلة والمنافسة. وتطورت هذه النظرية من خلال أبحاث كل من (SCHULTZ)، (BECKER) و (MINCER). (أبو الروس، 2015، صفحة 38)

وعرف (EDVINSSON) رأس المال البشري على أنه مجموع مهارات، خبرات ومعرفة العمال بالمؤسسة. (بن حمودة، 2015، صفحة 142) أما (MALHOTRA) فعرّفه على أنه قوة عقلية مصدرها المعرفة، المعلومات، الذكاء والخبرة، وتؤثر في زيادة القيمة السوقية، التشغيلية والتطويرية للمؤسسة. (أبو الروس، 2015، صفحة 30) ومن هذين التعريفين فإن رأس المال البشري يتكون مما يلي: (بن يحيى ، 2018، صفحة 20)

✓ **المعرفة:** هي القدرة على تجميع المعلومات، تبويبها، تصنيفها، معالجتها، تحليلها وتوظيفها لتحقيق أهداف معينة. وهناك **معرفة صريحة** وهي تلك المسجلة والمخزنة في أرشيف، قواعد معلومات... إلخ، ما يسهل الوصول إليها، التعامل معها وتناقلها بين أفراد المؤسسة مثل براءات الاختراع، حقوق الملكية الفكرية... إلخ، و**معرفة ضمنية** وهي تلك المعرفة الخفية والشخصية المحسدة في المهارات والخبرات التي يمتلكها الأفراد، والمخزنة في أذهانهم ما يصعب نقلها وتداولها بين أفراد المؤسسة. (بن حمودة، 2015، صفحة 8)

✓ **القدرات:** هي التمكن من أداء مهام معينة (قدرات حركية، قدرات عقلية... إلخ).

✓ **المهارات:** هي التمكن من القيام بمهمة معينة بطريقة محددة ودقة متناهية وفي وقت محدد.

✓ **الخبرات:** هو ما يمتلكه العامل من معارف متراكمة مكتسبة من الوظيفة الحالية والوظائف السابقة. (شبير، 2015، صفحة 37)

III-2- رأس المال الهيكلي

يعرف على أنه البنية المادية للمعرفة كأدوات التخزين، قواعد البيانات، الأدلة العلمية والعملية، حقوق النشر، براءات الاختراع، والتي من شأنها خلق القيمة. (بن يحيى، 2018، صفحة 27) كما يعرف على أنه تلك المعرفة الصريحة التي توجد عادة في هياكل وأنظمة وإجراءات المؤسسة، فهو يمثل كل قيم المؤسسة التي يتم تداولها داخليا. (بولية، 2012، صفحة 89) وعرفه (MC ELORY) على أنه جميع العناصر التي تدعم رأس المال البشري لكنه يبقى في المؤسسة عندما يترك الأفراد مؤسستهم ويذهبون إلى بيوتهم. (بن حمودة، 2015، صفحة 142) وينقسم إلى:

✓ **رأس مال تنظيمي:** يضم تاريخ المؤسسة، ثقافتها التنظيمية، العلامة التجارية، حقوق الملكية الفكرية، براءات الاختراع... إلخ.

✓ **رأس مال عملياتي:** هو المعرفة العملية ويمثل البنى التحتية، التكنولوجية والشبكية المتوفرة بالمؤسسة، بالإضافة إلى استراتيجيات المؤسسة، إجراءاتها واتفاقياتها. (بن يحيى، 2018، صفحة 29)

III-3- رأس المال العلاقتي (العلائقي)

يوجد عدة تسميات مثل رأس المال الزبوني ورأس المال التسويقي، ويعرف على أنه جميع العلاقات التجارية التي تكون مع الوسطاء، الزبائن والموردين، وتنقسم إلى علاقات تعاقدية تكون وفق عقود محررة وعلاقات غير رسمية تشمل مجموعة من المؤثرات (القوة، الولاء، الرضا، السعر... إلخ). (بن يحيى، 2018، صفحة 24) ويرى (SVEIBY) أن رأس المال العلاقتي هو تلك التحالفات والعلاقات مع الزبائن، الشركاء، الموردين، المستثمرين، الجماعات المحلية وكل ما يتعلق بالتميز والسمعة. (بولية، 2012، صفحة 88)

IV- أثر الموارد غير الملموسة على قيمة المؤسسة الاقتصادية

تمثل القيمة السوقية للمؤسسة الاقتصادية قيمتها الحقيقية، التي تعمل على تعظيمها من خلال جودة المنتجات، الأصول المستخدمة، العلامة التجارية، كفاءة اليد العاملة والإدارة... إلخ. (BARNETO & GREGORIO, 2009, p. 4) ويلاحظ دوما وجود فجوة بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية للمؤسسة، فسرها بعض الباحثين بعدم ملائمة المقاييس المالية التقليدية، وبررتها النظرية النيوكلاسيكية بالتقدم التكنولوجي، ونظرية رأس المال البشري بالعنصر البشري. (بولية، 2012، صفحة 127) وتغن المحللون الماليون، من خلال الجمعية الفرنسية للمحللين الماليين سنة 2000، نسبة الأصول المعنوية في قيمة المؤسسات المركبة لمؤشر SBF 120*، حيث قدرت النسبة بـ 50% في بداية 1999 ثم تجاوزت 75% سنة 2000. وأظهرت دراسة أخرى، أجريت سنة 2006 على 98 مؤسسة أوروبية مدرجة، أن نسبة الأصول المعنوية قد تجاوزت 60% من قيمة هذه المؤسسات. (بولية، 2012، صفحة 131) وتوصلت دراسة قام بها (Nien-Su Shih) سنة 2013 إلى وجود ارتباط إيجابي بين الاستثمار في الموارد غير الملموسة والقيمة السوقية. (النجار، 2017، الصفحات 281-282)

IV-1- علاقة رأس المال البشري بقيمة المؤسسة الاقتصادية

تبرز أهمية رأس المال البشري فيما يلي: (شبير، 2015، صفحة 36)

- يعد مصدرا من مصادر التنمية المستدامة؛
- يساهم في زيادة كفاءة استخدام الأصول وتحقيق إنتاجية أعلى وخدمة أفضل للزبائن؛ (أبو الروس، 2015، صفحة 38)

• رفع معدلات النمو عن طريق زيادة الطاقة الإنتاجية والاستثمارات، حيث أظهرت الدراسات أن 8% من إجمالي النمو يتحقق بسبب الموارد الملموسة بينما 92% الباقية تتحقق من خلال الموارد غير الملموسة المرتبطة بالابتكار، رأس المال البشري والمعرفة؛ (سديري و عبد الله، 2019، صفحة 292)

• يعد الثروة الحقيقية للمؤسسة وأهم عوامل الإنتاج، حيث أن الرفع من قدراته الإبداعية ومساهمته في التحديد والابتكار يجعل المؤسسة قادرة على تحسين الأداء، ومواجهة التغيرات والمؤسسات المنافسة؛

• تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال الإبداع والابتكار، ما يجعله موردا يصعب تقليده؛ (أبو الروس، 2015، الصفحات 37-38)

• يعد مخزوننا متراكما من المهارات، القدرات والخبرات، ما يؤهله للتعامل مع مختلف الموارد الملموسة وغير الملموسة. (سديري و عبد الله، 2019، الصفحات 290-291)

يتم الاستثمار في رأس المال البشري عن طريق:

✓ **التعليم:** يساعد على صناعة المعرفة ونقلها، تعلم المهارات الجديدة واستيعاب التقنيات الحديثة واستخدامها. (مدفوني ، 2017، الصفحات 37-38) كما يساهم في تعزيز قدرة رأس المال البشري على مواجهة التغيرات، وتهيئة مناخ تنظيمي يصل بالمؤسسة إلى الأداء المتميز وتحقيق ميزة تنافسية مستمرة. (فرحاني، 2016، صفحة 215)

✓ **الصحة:** تؤثر الرعاية والخدمة الصحية على تنمية رأس المال البشري وزيادة إنتاجيته وكفاءته.

✓ **التدريب:** يتم داخل أو خارج المؤسسة، يعمل على تطوير معارف، خبرات واتجاهات العمال مما يجعلهم أكثر فعالية في أداء مهامهم. (فرحاني، 2016، الصفحات 217-218)

✓ **البحث والتطوير:** هو تحويل المعارف إلى حلول فنية (طرق إنتاج حديثة و/أو منتجات جديدة). (رحماني، 2009، صفحة 45) ويساهم في زيادة كفاءة رأس المال البشري من خلال خلق الأفكار وتحقيق الإبداع والابتكار. وتوصلت العديد من الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين نفقات البحث والتطوير والقيمة السوقية للمؤسسة، مثل دراسة (HIRSCHEY) سنة 1982، دراسة (SOUGIANNIS) سنة 1994، التي أثبتت أن زيادة الإنفاق على البحث والتطوير تؤدي إلى زيادة الأرباح خلال فترة تقل عن 7 سنوات، (بولية، 2012، صفحة 134) دراسة (KOTHARI وآخرون) سنة 2002 ودراسة (LANTZ وآخرون) سنة 2005. (النجار، 2017، الصفحات 379-380)

ويحقق الاستثمار في رأس المال البشري الإبداع والابتكار، الذين يؤديان إلى: (بكوش، 2012، صفحة 82)

- تقلص منتجات جديدة ومتطورة؛
- تحسين الجودة وتقليل تكلفة الإنتاج؛
- زيادة الطلب من خلال دخول أسواق جديدة؛
- خلق موارد مالية جديدة للمؤسسة، وهذا راجع إلى زيادة المبيعات وتعظيم الأرباح؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة وإكسابها ميزة تنافسية؛
- تسهيل عملية التفاوض بين المنتجين والموزعين؛
- جذب الزبائن والحصول على رضاهم وضمائمهم؛
- ضمان بقاء واستمرارية المؤسسة وحمايتها من المنافسين الجدد وتهديد السلع البديلة.

IV-2- علاقة رأس المال الهيكلي بقيمة المؤسسة الاقتصادية

يتكون رأس المال الهيكلي من مجموعة من العناصر نذكر منها ما يلي:

✓ **ثقافة المؤسسة:** عرفها (DAVIS) على أنها مجموع القيم، المعتقدات والتوقعات المشتركة، والتي تعد كدليل لأفراد المؤسسة، ينتج من خلالها معايير تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الأفراد والمجموعات داخل هذه المؤسسة. (بروش و هدار ، 2007، صفحة 55) ولثقافة المؤسسة أهمية كبيرة، نلخصها كما يلي: (بن يحيى ، 2018، الصفحات 167-169)

- تعزيز ثقة العمال بالمؤسسة وفخرهم واعتزازهم بإرثها التاريخي؛
- تعزيز روح الانتماء لدى العمال مما يضمن لهم استقرارا وظيفيا ونفسيا؛
- توسيع آفاق ومدارك العمال حول الأحداث الواقعة في المحيط الذي يعملون به؛
- التنبؤ بسلوك الأفراد والجماعات وكذا تحديد سلوكهم الوظيفي، طبيعة علاقاتهم، مظهرهم... إلخ؛
- تسهيل مهام الإدارة والمسيرين وعملية إدماج العمال داخل المؤسسة، بالرغم من اختلاف مستوياتهم التعليمية ومصالحهم الشخصية؛ (بروش و هدار ، 2007، الصفحات 59-60)
- جذب الموارد البشرية الملائمة والتي تتمتع بالكفاءة؛
- زيادة قابلية المؤسسة للتغيير وقدرتها على مواكبة التطورات الحاصلة؛
- رسم وتحديد حدود المؤسسة وإعطائها هوية خاصة بما تميزها عن باقي المؤسسات. (بروش و هدار ، 2007، صفحة 59)

✓ **الملكية الفكرية:** تقوم بحماية الاختراعات والابتكارات، التصميم والعلامات التجارية، بهدف تشجيع الاستثمار المالي، البشري والتكنولوجي لتقديم أعمال متطورة أو جديدة، اختراعات أو تصاميم. (عجالي، 2017، الصفحات 73-74) وتضم نوعين: الملكية الأدبية والفنية (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة)، تشمل كل عمل في المجال الأدبي، العلمي والفني (الكتب، اللوحات... إلخ)، (ملخص قانون الملكية الفكرية، 2020) والملكية الصناعية التي تطبق في المجال الصناعي والتجاري، تخضع لتسجيل رسمي وترجم عن طريق سندات تسلّم بعد التسجيل، (رحماني، 2009، صفحة 58) وتشمل عدة أنواع منها:

أ- **براءة الاختراع:** تعرفها المواد 2، 3، 9 و 11 من الأمر رقم 03-07 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق ببراءات الاختراع على أنها وثيقة، تسلّم من طرف المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)*، تقوم بحماية الاختراعات الجديدة (منتج أو طريقة) الناتجة عن نشاط اختراعي والقابلة للتطبيق الصناعي. تمنح لفترة تدوم 20 سنة، ابتداء من تاريخ إيداع الطلب. وتكفل البراءة لمالكها حماية اختراعه (لا يمكن صنعه، استعماله، بيعه أو استيراده دون موافقة مالك البراءة)، كما يحق له التنازل عنها، تحويلها عن طريق الإرث أو عقود التراخيص. وتُمنح براءة الاختراع من أجل استغلال الاختراع بغرض الحصول على الربح، وتكمن أهميتها فيما يلي: (عجالي، 2017، الصفحات 75-76)

- تعتبر دليلا ومؤشرا على قدرة المؤسسة على الابتكار والاختراع، وكذا خبرتها، تخصصها وقدرتها التكنولوجية، مما يكسبها صورة وسمعة جيدة أمام الأطراف التي تتعامل معها؛

- تشجيع روح الإبداع والابتكار داخل المؤسسة؛ (رحماني، 2009، صفحة 68)
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مما يزيد في قيمتها السوقية؛
- عرقلة الداخلين الجدد إلى الصناعة، وكذا الحد من عمليات التقليد وبالتالي التخفيف من حدة المنافسة؛
- السيطرة على تكاليف الإنتاج، وهذا ما يكسبها ميزة تنافسية ويزيد من أرباحها؛
- تحقيق مداخيل للمؤسسة الاقتصادية من خلال التراخيص باستغلال الاختراع أو بيعه؛ (بكوش، 2012، صفحة 88)
- زيادة الفرص التمويلية للمؤسسة وكذا تسهيل عملية البحث عن الشركاء. (بكوش، 2012، صفحة 89)

ب- **الرسوم والنماذج الصناعية:** تعرف الرسوم على أنها إعطاء مظهر خارجي (تركيب أو ألوان) لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية. أما النموذج فهو كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها، أو كل شيء، صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى. وتبلغ مدة الحماية 10 سنوات ابتداء من تاريخ الإيداع. (بكوش، 2012، صفحة 91) وتكمن أهميتها فيما يلي: (بكوش، 2012، الصفحات 91-92)

- تجعل المنتج جذابا ومغريا مما يرفع من قيمته التجارية وكذا زيادة فرص تسويقه؛

● تمييز المنتج عن المنتجات المنافسة؛

● تلعب دورا حاسما في اتخاذ الزبون لقراره النهائي بشراء أو عدم شراء المنتج؛

● تساعد على بناء الثقة مع الزبون وضمان ولائه، وبالتالي زيادة الحصة السوقية وكذا الأرباح.

ج- العلامة التجارية: تعرفها المادتين 2 و5 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 2003/07/19 والمتعلق بالعلامات على أنها كل الرموز القابلة للتمثيل، لاسيما الكلمات (بما فيها أسماء الأشخاص)، الأحرف، الأرقام، الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توكيفها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره. تسجل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، لمدة 10 سنوات ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، قابلة للتجديد لفترات متتالية تقدر بـ 10 سنوات. تبرز أهميتها فيما يلي: (حواس، 2015، صفحة 168)

● تمييز منتجات المؤسسة عن منتجات المنافسين، وحمايتها من المقلدين والمزورين؛

● تعتبر أداة لجذب الزبائن وكسب ولائهم، إذ تقدم انطباعا معينا عن جودة السلعة في أذهانهم مما يزيد من قيمتها في نظرهم؛

● تعتبر وسيلة ضمان وحماية للزبون من خلال تسهيل مهمة التعرف على السلع المرغوبة، زيادة حريته في اختيار السلعة مع تقليل الوقت، الجهد وعنصر المخاطرة المصاحب لقرار الشراء، كما تساعد على التعرف على مُنتج السلعة وبالتالي إمكانية الرجوع إليه إذا استلزم الأمر؛

● تعبر عن الطبقة التي ينتمي إليها الزبون ومكانته الاجتماعية؛

● تمنح للمؤسسة حرية أكبر في تسعير السلعة، كما تسهل لها عملية الترويج وتخفيض تكاليفها؛

● تعزيز الموقف التفاوضي للمؤسسة، وتسهيل عملية الوصول إلى الزبائن الجدد واختراق أسواق جديدة؛

● بناء صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة مما يساعدها على تقديم منتجات جديدة تحمل نفس العلامة؛

● تعد مصدرا من مصادر تمويل المؤسسة، وذلك بمنح عقود امتياز لاستخدام العلامة التجارية.

IV-3- علاقة رأس المال العلاقتي بقيمة المؤسسة الاقتصادية

يعبر رأس المال العلاقتي عن قوة العلاقة التي تربط المؤسسة بالأطراف الخارجية التي تتعامل معها. وتعد شهرة المؤسسة وسمعتها هي أساس تلك العلاقات.

✓ **شهرة المؤسسة (السمعة):** تتولد تلقائيا، لا يمكن شراؤها أو بيعها بمفردها وإنما تظهر عندما تباع المؤسسة ككل، فهي لا تظهر في ميزانيات المؤسسة إلا في حالات الاندماج والميزانيات المجمعة. وتعرف على أنها تلك الإيرادات المتوقعة التي تزيد عن الإيرادات العادية. (كشكو، 2016، صفحة 25) ومن وجهة نظر محاسبية، هي الفرق بين المبلغ المدفوع لاقتناء مؤسسة ومجموع القيم العادلة لأصولها وخصومها القابلة للتحديد. ومن وجهة نظر اقتصادية، هي الفرق بين القيمة السوقية للمؤسسة وقيمتها المحاسبية، والتي تتحدد بمجموعة من العوامل أهمها كفاءة التنظيم والإدارة، العلاقات المميزة مع الزبائن والأطراف الأخرى، الموقع المتميز، كفاءة العمال، جودة المنتجات... إلخ. (كيموش، 2016، الصفحات 26-27) تكمن أهميتها فيما يلي:

● بناء وتعزيز الثقة بين المؤسسة وزبائنها، مما ينعكس إيجابا على حجم المبيعات؛

● زيادة رضا العمال عن المؤسسة التي يعملون بها مما يضمن إنجاز الأعمال والمهام بجودة عالية؛

● تسهيل عملية طرح منتجات جديدة في السوق؛

● تسهيل عمليات التفاوض مع البنوك، الموردين وباقي الشركاء.

✓ **علاقات المؤسسة:** تربط المؤسسة علاقات بمحيطها الخارجي، تعتبر رأس مال يجب استغلاله لزيادة قيمتها، وأهم هذه العلاقات:

أ- **علاقة المؤسسة بالزبائن:** هي علاقة خاصة، تبادلية وتفاعلية بين الطرفين، حيث تعمل المؤسسة جاهدة على التحكم في هذه العلاقة، تطويرها وتمتينها من خلال: (عجالي، 2017، الصفحات 91-92)

● جذب وكسب ثقة الزبائن من خلال تقديم منتجات ذات جودة عالية تلي رغباتهم وبأسعار مناسبة؛

- ضمان ولاء الزبائن من خلال تقوية شعور الانتماء لديهم، وهذا بالاهتمام بأرائهم واقتراحاتهم وأخذها بعين الاعتبار، إشراكهم في أعمال المؤسسة وصفقاتها التجارية؛
- المحافظة على الزبائن في الأجل الطويل مما يؤدي إلى زيادة المبيعات، التقليل من حدة المنافسة، تخفيض تكاليف كل من إدارة الزبائن، جذب زبائن جدد والترويج.
- ب- **علاقة المؤسسة بالموردين:** يتوجب على المؤسسة أن تولي اهتماما بعلاقتها مع الموردين مثلما تفعله مع الزبائن، حيث يساهم الموردون في تخفيض تكاليف وآجال الإنتاج، وكذا تحسين جودة المنتجات المرتبطة بجودة المواد الأولية والتموينات الأخرى، وهذا ما يكسب المؤسسة ميزة تنافسية ولذا يجب عليها تأسيس علاقة مع مورديها، قائمة على الشراكة والمنفعة المتبادلة، وهذا من خلال:
 - عدم بناء العلاقة على أساس السعر الأقل فقط، وإنما يجب الأخذ بعين الاعتبار جودة التموينات، الخدمة المقدمة، الصيانة، سرعة التسليم...إلخ؛
 - وضع قاعدة بيانات خاصة بالموردين وتوريداتهم ومدى مطابقتها للحدود، وهذا لتسهيل عملية التقييم والتعاقدات المستقبلية؛
 - إشراك الموردين في تحسين جودة منتجات المؤسسة.
- ج- **علاقة المؤسسة بالشركاء:** هي علاقات تكاملية وتبادلية تعتمد على التعاون بين المؤسسة وشركائها.
- د- **علاقة المؤسسة بالمنافسين:** للمؤسسات المنافسة أهدافا غير متضاربة نحو الزبائن، الموردين...إلخ، إلا أنه غالبا ما ترتبط فيما بينها بشكل سلمي، ولهذا فإقامة تحالفات وشراكات فيما بينها يمكنها من تحقيق التكامل والتبادل مما يؤدي إلى زيادة الأرباح، تنمية المنتجات، دخول أسواق جديدة، اكتساب وتبادل المعارف والخبرات، اغتنام الفرص المتاحة وتجنب المخاطر المحتملة.

V- دور الموارد غير الملموسة في زيادة قيمة مجمع بيوفارم (BIOPHARM)

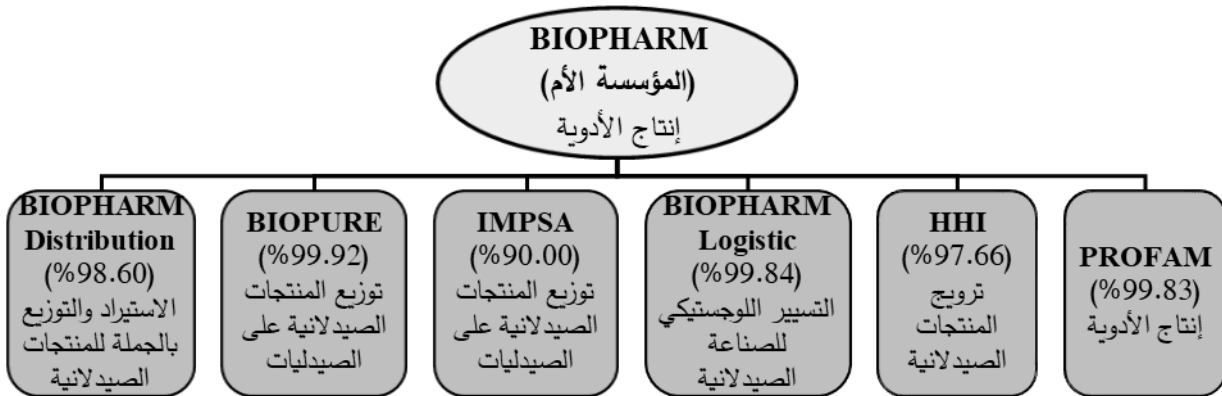
سنحاول التعرف على مختلف الموارد غير الملموسة التي يملكها مجمع بيوفارم (BIOPHARM) ومحاولة إبراز دورها في الرفع من قيمته من خلال تطور الاستثمارات، رقم الأعمال ونتائج المؤسسة.

V-1-1- تقديم عام لمجمع بيوفارم (BIOPHARM)

V-1-1-1- التعريف بمجمع بيوفارم وفروعه

هو مجمع صناعي وتجاري ينشط منذ سنة 1991 في مختلف مجالات الصناعة الصيدلانية بما فيها الإنتاج، الاستيراد، التوزيع بالجملة، التوزيع على الصيدليات، الخدمات اللوجستية، الترويج والمعلومات الصحية. يقدر رأس ماله بـ 104.375.000.5 دج مقسم إلى 25.521.875 سهم بقيمة إسمية تقدر بـ 200 دج للسهم الواحد، تم إدراج أسهم المجمع (20% من الأسهم) لأول مرة في بورصة الجزائر في أبريل 2016. وسيطر المجمع على 6 فروع كما يساهم بنسبة 30% في رأس مال BIOPHARM Investment وهي مؤسسة تمثل المجمع في المؤسسات التي سيتم إنشاؤها مع الشركاء.

الشكل (01): الهيكل القانوني لمجمع بيوفارم



المصدر: (biopharm, 2019, p. 22)

من خلال الهيكل القانوني، يتشكل المجمع مما يلي:

✓ **وحدة الإنتاج (واد السمار):** بدأت العمل سنة 2005، تقوم بتصنيع حوالي 45 مليون وحدة سنويا من خلال 9 خطوط إنتاج: الشكل السائل (2)، المراهم (1)، التحاميل (2) والشكل الجاف (4). تضم الوحدة مستودعات التخزين، وحدات الوزن، خطوط الإنتاج و3 مخابر (مخبر للبحث والتطوير ومخبرين لمراقبة الجودة). يقوم المجمع بإنتاج أكثر من 159 نوع من الدواء من مختلف الفئات العلاجية والأشكال الصيدلانية، منها من يحمل علامته التجارية ومنها ما يصنع في إطار الاتفاقيات مع الشركاء (Cipla, SANOFI... إلخ). وفي سنة 2019، تم بناء وحدة إنتاج أخرى بالرعاية، مخصصة لإنتاج أدوية معبئة في أكياس أحادية الجرعة (Stick)، حيث تقدم 7 منتجات معبئة بهذا الشكل وبقدرة إنتاج تقدر بـ 10 مليون علب.

✓ **فرع BIOPHARM Distribution (الرعاية):** يقدر رأس ماله بـ 3.500 مليون دج، يتمثل نشاطه في الاستيراد (أكثر من 500 منتج) والتوزيع بالجملة للمنتجات الصيدلانية والشبه صيدلانية الخاصة بالمجمع والمستوردة. يقيم هذا الفرع علاقات مع أكثر من 50 مخبر دولي مثل Astra Zeneca, Bayer, Cipla... إلخ، وتحصل على شهادة الإيزو 9001 سنة 2008.

✓ **فرع BIOPURE (أولاد يعيش):** أنشأ سنة 2006، رأس ماله 1.800 مليون دج. يعد من أهم موزعي الأدوية على الصيدليات في الجزائر بفضل شبكته المتكونة من 6 مراكز توزيع، حيث يوزع أكثر من 4000 نوع، بالإضافة إلى مجموعة واسعة من المنتجات الشبه صيدلانية المحلية والمستوردة.

✓ **فرع IMPSA:** قامت بيوفارم في أوت 2018 بالاستحواذ على حصة الأغلبية في رأس مال مؤسسة IMPSA التي تم إنشاؤها سنة 2009 بالعاصمة، متخصصة في التوزيع على الصيدليات وتميز بخدمة تقلص الطلب عن بعد.

✓ **فرع BIOPHARM Logistic (الرعاية):** أنشأ سنة 2014، رأس ماله 777.6 مليون دج. يقدم هذا الفرع خدمات لوجستية (توزيع، نقل وتسليم المنتجات الصيدلانية) من خلال 6 منصات لوجستية موزعة عبر الوطن بالإضافة إلى أكثر من 300 وسيلة نقل ويد عاملة مؤهلة وذات خبرة.

✓ **فرع HHI* (الدار البيضاء):** بدأ نشاطه سنة 2002، رأس ماله 33.6 مليون دج. يقوم بالترويج للمنتجات الصيدلانية الخاصة بالمجمع ومنتجات الشركاء التي توزعها BIOPHARM Distribution، كما يقدم المعلومات الطبية للمختصين في الصحة (الأطباء، الصيدلة... إلخ) وللهيكل الطبي (المستشفيات، العيادات... إلخ) وهذا بفضل المندوبين الطبيين والتجارين (Délégués médicaux et commerciaux).

✓ **فرع PROFAM (واد السمار):** بدأ نشاطه سنة 2012، رأس ماله 302.4 مليون دج. يقوم بإنتاج المنتجات الصيدلانية وشبه الصيدلانية، المكملات الغذائية، المعدات والأجهزة الطبية والجراحية.

V-1-2- استراتيجيات مجمع بيوفارم

يسعى مجمع بيوفارم إلى توفير أكبر كمية من الأدوية للمرضى الجزائريين بما يتوافق مع معايير الجودة الوطنية والدولية، ولهذا قام بوضع مدونة الأخلاق (Le code d'éthique) في ماي 2018، والتي تضم مجموعة من القيم (الشفافية، المطابقة، النزاهة والالتزام)، التي يعمل جاهدا على ضمان احترامها وتطبيقها من طرف العمال. (biopharm, 2019, p. 16) وتقوم استراتيجية مجمع بيوفارم على ما يلي:

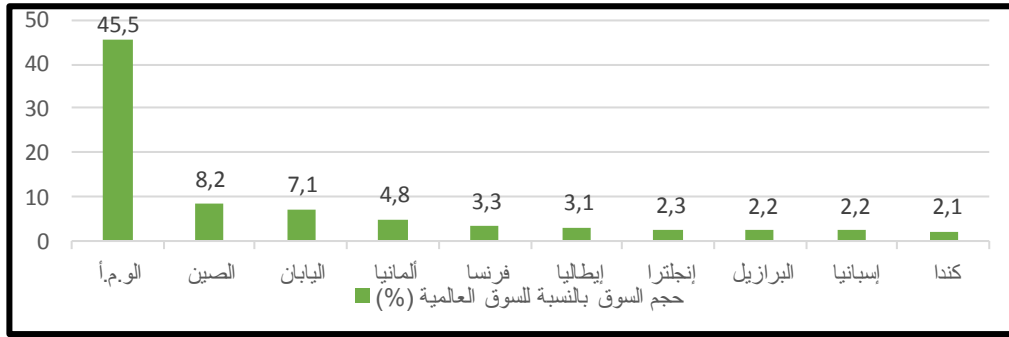
- التكامل العمودي الذي يسمح له بإنتاج وتوزيع منتجاته، اغتنام فرص السوق وخلق القيمة لمساهمي؛
- ترشيد النفقات، تحسين الموارد واستغلالها بشكل أمثل؛
- الالتزام بالجودة والذي تم إثباته سنة 2015، من خلال منح شهادة ممارسات التصنيع الجيد (BPF)* لوحدة الإنتاج من طرف الوكالة الوطنية الفرنسية لسلامة الأدوية ومنتجات الصحة (ANSM)*؛
- القيام باستثمارات كبيرة لتطوير قدراته الصناعية وشبكته التجارية؛
- توسيع علامته التجارية في السوق من خلال تطوير وطرح حوالي 15 منتجا سنويا؛

- إقامة شراكات مع مخابر دولية مما يسمح له باقتناء الخبرات، المهارات والتكنولوجيا المتطورة؛
- التكوين المستمر لموظفيه لضمان تلبية المعايير الدولية للقطاع.

V-1-3- محيط مجمع بيوفارم

تعرف سوق الدواء العالمية توزيعا غير متساو، حيث تعد السوق الأمريكية (الو.م.أ) هي الأهم وتمثل 45% من السوق العالمية، في حين تمثل الأسواق الأوروبية (ألمانيا، فرنسا، إيطاليا، إنجلترا وإسبانيا) 15.7%، اليابان 1.7%، الدول الناشئة (البرازيل والصين) 10.4%. (biopharm, 2019, p. 10) ويوضح الشكل الموالي أهم أسواق الدواء العالمية :

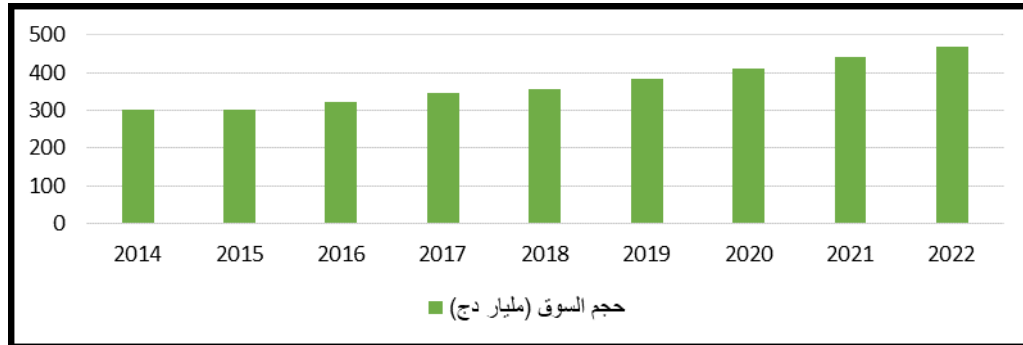
الشكل (02): أهم أسواق الدواء العالمية سنة 2018



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقرير السنوي لمجمع بيوفارم لسنة 2019.

وفيما يخص سوق الأدوية الجزائرية، فقد شهدت استقرارا رغم الظروف الصعبة التي يمر بها الاقتصاد الجزائري خلال السنوات الأخيرة، وكذا السياسة المتبعة من قبل الحكومة للحد من حجم الواردات، بشكل عام، والواردات من المنتجات الصيدلانية وشبه الصيدلانية، بشكل خاص، حيث غطى الإنتاج الصيدلاني أكثر من 50% من احتياجات السكان سنة 2019. ويوضح الشكل الموالي تطور سوق الأدوية الجزائرية خلال الفترة 2014-2022:

الشكل (03): تطور سوق الأدوية الجزائرية خلال الفترة 2014-2022



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم لسنتي 2017 و2018.

V-2- الموارد غير الملموسة لمجمع بيوفارم (BIOPHARM)

V-2-1- الموارد البشرية

يسعى مجمع بيوفارم إلى اعتماد سياسة فعالة لتسيير الموارد البشرية، تطويرها وضمان الحفاظ عليها. وبلغ عدد عمال المجمع 2408 عامل سنة 2019، وقدر متوسط السن بـ 36 سنة ومتوسط الخبرة 5 سنوات، وهذا يدل على اعتماد المجمع على الكفاءات الشابة. ويلخص الجدول الموالي تطور الموارد البشرية في المجمع خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (01): تطور الموارد البشرية في مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

البيان	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الموارد البشرية	1718	1783	1862	2008	2282	2408
نسبة التطور	-	%4	%4.4	%7.8	%14	%6

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

نلاحظ أن عدد العمال في تزايد مستمر من سنة لأخرى، وهذا يعود إلى سياسة التوظيف التي يتبعها المجمع، فتح وحدات إنتاج جديدة، بالإضافة إلى سمعة المجمع التي تساهم في الحفاظ على الموارد البشرية. أما في 2018 فكانت النسبة 14% وهذا راجع إلى الاستحواذ على مؤسسة IMPSA.

وتنقسم الموارد البشرية على مختلف فروع المجمع كما يلي:

الجدول (02): تقسيم الموارد البشرية على فروع مجمع بيوفارم خلال سنتي 2018 و 2019

البيان	Production	Distribution	BIOPURE	IMPSA	Logistic	HHI	المجموع
2019	500	93	319	172	1064	260	2408
2018	478	96	275	152	1035	246	2282
نسبة التطور	%5	-3%	%16	%13	%3	%6	%6

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم لسنتي 2018 و 2019.

نلاحظ أن نصف عدد الموارد البشرية تقريبا ينتمي إلى فرع BIOPHARM Logistic، أما فيما يخص نسبة التطور فأكثر نسبة كانت لفرعي BIOPURE و IMPSA وهذا يدل على اهتمام المجمع بعمليات توزيع المنتجات على الصيدليات وضمان كسب زبائنه وضمان ولائهم.

V-2-2- التكوين

يضع مجمع بيوفارم مخططا لتطوير موارده البشرية تتمثل أهم محاوره الاستراتيجية فيما يلي: (15, p. 2019, biopharm)

- وضع نظام معلومات للموارد البشرية؛
- وضع دليل للتوظيف، المهارات والمهنة؛
- جذب وكسب المواهب وتنميتها للحفاظ عليها وضمان ولائها؛
- وضع نظام لإدارة الكفاءات؛
- إنشاء أكاديمية بيوفارم (Académie BIOPHARM).

ويولي المجمع أهمية كبيرة للتكوين، حيث بلغت عدد ساعات التكوين 30131 ساعة في 2019 بزيادة تقدر بـ 48% مقارنة بـ 2018 أين بلغ عددها 20300 ساعة. ويلخص الجدول الآتي تطور عدد ساعات التكوين خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (03): تطور عدد ساعات التكوين في مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

البيان	2014	2015	2016	2017	2018	2019
--------	------	------	------	------	------	------

30131	20300	11430	11700	11913	8976	عدد ساعات التكوين
%48	%78	%2-	%2-	%33	-	نسبة التطور

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

ولتعزيز التكوين وإثرائه، أنشأ مجمع بيوفارم سنة 2017 "أكاديمية بيوفارم"، التي تقوم بوضع برنامج تدريب متكامل، وهذا بإعداد دورات تكوينية يقدمها مدربون مؤهلون من داخل المجمع (تكوين داخلي) أو خبراء استشاريون من خارج المجمع (تكوين خارجي). وتهدف إلى تحقيق ما يلي: (biopharm, 2017, p. 22)

- تطوير مهارات العمال وتحسين أدائهم؛
- نقل وتبادل المعارف والخبرات داخل المجمع من خلال المدربين الداخليين؛
- زيادة الحجم الساعي للتكوين؛
- تشجيع التنوع والحركة بين الفروع؛
- تحسين إدارة المسار المهني الذي يساعد على الاحتفاظ بالمواهب.

كما يقوم مجمع بيوفارم، بإنشاء شراكات أكاديمية ومهنية مع الجامعات، المدارس العليا ومعاهد التكوين، بهدف تحسين مهارات الطلبة وتطوير مجال التدريب بتكليفه مع احتياجات المجمع، ولهذا قام بوضع خلية للتكفل بالطلبة المترشحين من مختلف الشعب العلمية، الذين يستقبلهم من أجل تأطيرهم، تدريبهم وإكسابهم خبرة ميدانية مما سيتيح له إمكانية اختيار الطلبة المتميزين وتوظيفهم.

V-2-3- البحث والتطوير

يسعى مجمع بيوفارم إلى تطوير منتجاته وطرح منتجات جديدة، ولهذا قام بوضع مخبر للبحث والتطوير على مستوى وحدة الإنتاج، دخل حيز الخدمة سنة 2007، ويساهم في تصميم منتجات صيدلانية جنيصة مبتكرة، دمج أشكال صيدلانية وعمليات تكنولوجية جديدة بالإضافة إلى وضع برامج للتعاون العلمي مع المخابر الجامعية، مراكز البحث والخبراء الوطنيين والدوليين. ويوضح الجدول الموالي تطور عدد المنتجات المصنعة من طرف المجمع خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (04): تطور عدد المنتجات المصنعة في مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

2019	2018	2017	2016	2015	2014	البيان
159	143	130	61	67	59	عدد المنتجات
%11	%10	%113	%9-	%14	-	نسبة التطور

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

نلاحظ من خلال الجدول النمو المتزايد لعدد المنتجات المصنعة في المجمع، وهذا يدل على فعالية المخبر في تطوير المنتجات الحالية وابتكار منتجات جديدة.

ويوضح الجدول الموالي المنتجات الجديدة التي تم إطلاقها من قبل مجمع بيوفارم خلال الفترة الممتدة من 2016 إلى 2019، وهي منتجات متنوعة من مختلف الأصناف الدوائية (أمراض القلب، أمراض الصدر، أمراض المعدة، المكملات الغذائية، مستحضرات الجلد والتجميل... إلخ)، الأشكال الدوائية (سائلة، جافة، مرهم، Stick Pack) والجرعات:

الجدول (05): المنتجات الجديدة لمجمع بيوفارم خلال الفترة 2016-2019

اسم المنتجات الجديدة	البيان
Neurica - Parol - Xira lierre - Flagyl - Zolify - Rispal Gouttes - Clotasole Pommade -Rivasti.	2016
Corect - Gratix - Olanzomax - Apaisa - Kinadyn - Nobac - Dozax - Tiopam - Biofenac - Cysti-stop.	2017

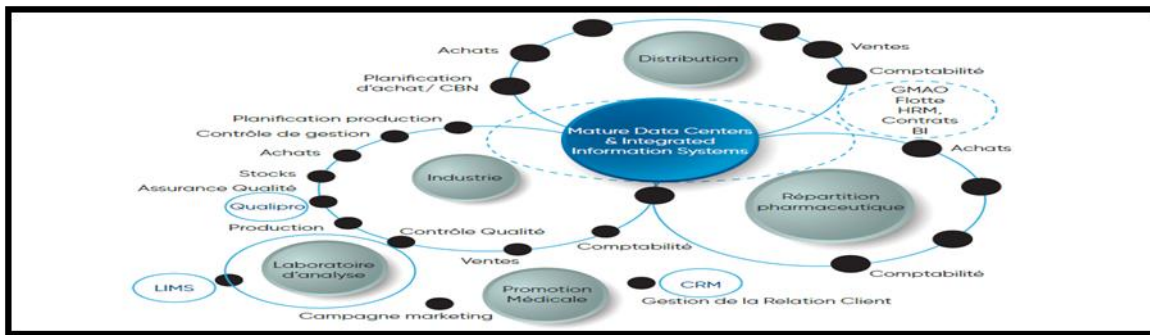
Rynza Nasal – Metazid – Versec – Vitamine B12 – Melaza Gle – Cirbesa – Bionorm – Curcuma – Biomla – Gingembre – Aspirine Cardio – Game dermocosmétique OZE – Aloe Vera Biopharm – Xira–lierre Stick.	2018
Nutribio Libido – Nutribio Sommeil – Melaza – Nutribio antioxydant – Loresta – Biolect – Cordipine – Apaisa pic – Apaisa pic Plus – Apaisa pic Bébé – Nutribio Jambe Légère.	2019

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

V-2-4- أنظمة المعلومات

يعد نظام المعلومات عنصرا رئيسيا بالنسبة لمجمع بيوفارم، كونه يضمن عمليات جمع، تخزين، معالجة ونشر المعلومة بطريقة آمنة، وهذا بفضل مجموعة من الموارد المادية، البشرية والبرامج. ويستثمر المجمع حوالي 12 مليون دج في البرامج و28 مليون دج في الأجهزة. (biopharm, 2018, p. 41)

الشكل (04): التغطية الوظيفية لنظام المعلومات في مجمع بيوفارم



المصدر: (biopharm, 2016, p. 16)

نلاحظ من خلال الشكل أن نظام المعلومات يغطي كافة وظائف المجمع (التموين، التخزين، الإنتاج، التسويق، المحاسبة... إلخ) وكذا مختلف فروعها.

وترتب أنظمة البرامج المنتشرة في مجمع بيوفارم إلى 4 أصناف: (biopharm, 2019, p. 43)

✓ **ERP SI ***: هو برنامج للتسيير يسمح بتوحيد المعلومات وإدارة جميع وظائف وأنشطة المؤسسة (التموين، التصنيع، الموارد البشرية، المالية... إلخ).

✓ **البرامج العمودية**: وتتمثل في برنامج **CRM*** الذي يساعد على تسيير العلاقات مع الزبائن وإدارة المبيعات، نظام **HRMS*** وهو مجموعة من البرامج التي تساعد على إدارة الموارد البشرية، برنامج **Qualipro** الذي يساعد على إدارة الجودة، برنامج **LIMS*** ويستخدم لإدارة معلومات المخبر.

✓ **برنامج Gurobi Optimizer**: يستخدم لحل مشاكل الجدولة والتخطيط.

✓ **منصة ذكاء الأعمال (Plateforme de business intelligence)**: تساعد على استرجاع البيانات من خلال مصادر البيانات غير المتجانسة بغرض تلبية احتياجات التحليل وإعداد التقارير.

كما يحتوي المجمع على نظام للتوثيق، يتضمن كل عمليات المجمع، يقوم بتصميم التنظيم والذاكرة وهذا بالاستفادة من المعرفة الفردية والجماعية المكونة من ملفات تم التحقق منها ومتبادلة، والتي تعتبر مصدرا لتأمين الأعمال الصيدلانية.

V-2-5- العلاقة مع الزبائن

يوجه مجمع بيوفارم منتحاته الصيدلانية وشبه الصيدلانية إلى تجار الجملة، الصيدليات، المستشفيات، العيادات العمومية والخاصة، الأطباء، بالإضافة إلى المواطنين العاديين. ويسعى المجمع إلى جذب كل هؤلاء الزبائن، الحفاظ عليهم وضمان ولائهم من خلال تعزيز العلاقة معهم، وهذا ما جعله يخصص فرع **BIOPHARM Distribution** للتوزيع بالجملة (أكثر من 100 تاجر جملة)، والذي يعمل

أهمية الموارد غير الملموسة ودورها في رفع قيمة المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع بيوفارم خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019-

على ضمان توزيع المنتجات في الوقت المناسب بالاعتماد على يد عاملة مؤهلة ودائمة (93 عامل) وشبكة توزيع مكونة من مركزي توزيع جهويين و 150 مؤسسة توزيع في جميع أنحاء الوطن.

كما خصص فرعي BIOPURE SPA و IMPSA للتوزيع على الصيدليات، حيث يضمن الأول ومن خلال 319 عامل و 259 وسيلة نقل التوزيع على أكثر من 3000 صيدلية موزعة على التراب الوطني، أما الثاني ومن خلال 172 عامل يضمن التوزيع على أكثر من 400 صيدلية موزعة على 17 ولاية.

وخصص فرع HHI لتزقية المنتجات وترويجها مع تقديم مختلف المعلومات، وهذا بفضل أكثر من 129 مندوب طبي وتجاري. كما يحرص هذا الفرع على المشاركة في مختلف التظاهرات الوطنية والدولية المرتبطة بالصحة، حيث شارك في 90 تظاهرة سنة 2019، كما قام بتنظيم ثلاث طبعات لمنتدى الطب النفسي العصبي من 2017 إلى 2019، كما نظم في نوفمبر 2019 يومين للتحميس ضد السرطان وهذا بالتعاون مع الجمعية العلمية لطلبة الصيدلة بجامعة الجزائر (ASEPA*).

بالإضافة إلى هذا، يستعمل مجمع بيوفارم منذ 2017 مواقع التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك (أكثر من 100 ألف مشترك) وتويتر، بهدف التقرب أكثر من المواطنين والتعريف بمنتجاته المختلفة.

يلخص الجدول الآتي تطور رقم أعمال الفروع الأربعة خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (06): تطور رقم أعمال فروع IMPSA , BIOPURE SPA , BIOPHARM Distribution

و HHI خلال الفترة 2014-2019

البيان (مليون دج)	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BIOPHARM Distribution	31162	29660	30549	32029	32618	34124
نسبة التطور	-	-5%	3%	5%	2%	5%
BIOPURE SPA	23077	26683	30125	33957	36650	38097
نسبة التطور	-	16%	13%	13%	8%	4%
HHI	509	535	623	866	1034	1178
نسبة التطور	-	5%	16%	39%	19%	14%
IMPSA	-	-	-	-	4144	4764
نسبة التطور	-	-	-	-	-	15%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

V-3-3- تقييم مجمع بيوفارم (BIOPHARM)

V-3-1- تطور الاستثمارات

يسعى المجمع جاهدا إلى تطوير منتجاته وزيادة قدراته الإنتاجية، ويظهر هذا جليا من خلال المشاريع الاستثمارية التي يقوم بإنجازها، والتي ستدخل حيز الخدمة خلال 2021، وهي:

✓ مشروع ألفا (ALPHA): هو مصنع جديد للإنتاج بواد السمار بقدرته إنتاج تقدر بـ 120 مليون وحدة بيع، قدرت قيمة الاستثمار بـ 5.74 مليار دج، انطلق المشروع كان في أبريل 2018 وسيدخل حيز الخدمة في الثلاثي الأول لسنة 2021.

✓ مشروع البويرة: هو مركب صناعي ولوجيستي، يقع بوادي البردي بالبويرة، شرع في بنائه في جوان 2018، يتكون من وحدة لإنتاج مختلف الأشكال الدوائية (قدرة إنتاج تقدر بـ 28 مليون علبة سنويا)، مركز لوجستيكي يضم مستودعات للتخزين بقدرته 27000 لوحة تحميل (Palettes)، ومركز لتطوير المهارات (أكاديمية بيوفارم). قدر مبلغ الاستثمار بـ 4.04 مليار دج، وسيدخل حيز الخدمة في الثلاثي الثاني لسنة 2020.

✓ مشروع شرائط قياس السكر (**Bandelette glycémiq**): هو مصنع لإنتاج شرائط قياس نسبة السكر في الدم بمعايير دولية من حيث الجودة والدقة، بقدرة إنتاج تقدر بـ 5.8 مليون علبة. يقع بأولاد هداج بالعاصمة، شرع في بنائه في أكتوبر 2018، تقدر قيمة الاستثمار بـ 628.4 مليون دج، وسيدخل حيز الخدمة في الثلاثي الأول لسنة 2021. ويلخص الجدول الموالي تطور مختلف تشييات المجمع خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (07): تطور تشييات مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

2019	2018	2017	2016	2015	2014	البيان (مليون دج)
445	445	-	-	-	-	فارق الشراء (Good Will)
156	170	77	68	60	22	تشييات معنوية
8%	121%	13%	13%	173%	-	نسبة التطور
5300	4321	3959	3724	3367	3285	تشييات عينية
23%	9%	6%	11%	2%	-	نسبة التطور
2342	945	159	52	282	109	تشييات قيد الإنجاز
148%	494%	206%	82%	159%	-	نسبة التطور
718	719	465	429	378	321	تشييات مالية
0.14%	55%	8%	13%	18%	-	نسبة التطور
8961	6600	4661	4273	4087	3737	مجموع الأصول غير الجارية
36%	42%	9%	5%	9%	-	نسبة التطور

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- تطور مجموع الأصول غير الجارية خاصة سنتي 2018 و 2019، وهذا يدل على السياسة الاستثمارية التي ينتهجها المجمع، والتي تظهر من خلال تطور كل عناصر التشييات بالإضافة إلى المشاريع (التشييات) قيد الإنجاز (مشروع ألفا، مشروع البويرة... إلخ)؛
- ظهور فارق الشراء خلال 2018 وهو ناتج عن استحواذ مجمع بيوفارم على مؤسسة IMPSA، وهو الفرق الناتج بين حصة المجمع في الأصول الصافية لمؤسسة IMPSA (90%) والمبلغ المدفوع من قبله عند تاريخ الاستحواذ (2018/07/31)؛
- زيادة التشييات المعنوية، والتي تضم مصاريف التنمية، البرامج، تراخيص تصنيع وتسويق المنتجات الصيدلانية وشهرة المحل. كما أن نسبة زيادتها هي الأكبر مقارنة بالتشييات الأخرى، وهذا دليل على أهميتها بالنسبة للمجمع خاصة فيما يخص تراخيص التصنيع والتسويق وبرامج المعلوماتية، ويوضح الجدول الموالي تطور مختلف عناصر التشييات المعنوية خلال الفترة الممتدة من 2017 إلى 2019:

الجدول (08): تطور عناصر التشييات المعنوية قبل الاهتلاك خلال الفترة 2017-2019

2019	2018	2017	البيان (مليون دج)
101	101	-	مصاريف التنمية القابلة للتشييت
140	129	105	برامج المعلوماتية
237	216	213	التراخيص
12	12	12	شهرة المحل
490	458	330	مجموع التشييات المعنوية قبل الاهتلاك
(334)	(288)	(253)	الاهتلاك

أهمية الموارد غير الملموسة ودورها في رفع قيمة المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع بيوفارم خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019-

156	170	77	مجموع التثبيتات المعنوية بعد الاهتلاك
-----	-----	----	---------------------------------------

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

- زيادة التثبيتات العينية من سنة لأخرى، وهذا راجع إلى تجديد المعدات والآلات بغية الرفع من قدرات الإنتاج وتلبية النمو المتوقع للنشاط، اقتناء معدات النقل وكذا تهيئة بعض مراكز التوزيع واللوجستيك. ويلخص الجدول الآتي حجم التثبيتات العينية التي تم اقتناؤها وكذا المتنازل عنها من قبل المجمع سنتي 2018 و2019:

الجدول (09): حجم التثبيتات العينية المقتناة والمتنازل عنها سنتي 2018 و2019

الإجمالي		التنازل خلال السنة		الاقتناءات خلال السنة		البيان (مليون دج)
2019	2018	2019	2018	2019	2018	
-	139	-	-	-	139	IMPSA
775	546	-	(78)	775	624	BIOPHARM SPA
338	5	-	-	338	5	PROFAM
353	167	(99)	(19)	452	186	الأنشطة اللوجستية
1466	858	(99)	(97)	1565	955	المبلغ الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

V-3-2- تطور رقم الأعمال

يلخص الجدول الآتي تطور رقم أعمال مجمع بيوفارم خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (10): تطور رقم أعمال مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

2019	2018	2017	2016	2015	2014	البيان (مليون دج)
67838	63055	58568	56376	51043	48943	رقم الأعمال
%8	%8	%4	%10	%4	-	نسبة التطور

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع رقم أعمال المجمع وهذا راجع إلى زيادة الإنتاج وكذا التوزيع بالجملة وعلى الصيدليات، وهذا دليل على الإقبال والطلب المتزايد على منتجات المجمع.

V-3-3- تطور النتائج

يوضح الجدول الموالي تطور النتيجة الصافية لمجمع بيوفارم وربحية السهم خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019:

الجدول (11): تطور نتائج مجمع بيوفارم خلال الفترة 2014-2019

2019	2018	2017	2016	2015	2014	البيان (مليون دج)
7557	7482	6460	5513	4421	3819	النتيجة الصافية - حصة المجمع -
%1	%16	%17	%25	%16	-	نسبة التطور
296.1	293.16	253.11	216	173.21	149.63	ربحية السهم - حصة المجمع -
%20	%23	%23	%24	%23	%26	المردودية المالية

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على التقارير السنوية لمجمع بيوفارم خلال الفترة.

نلاحظ من خلال الجدول تطور النتيجة الصافية - حصة المجمع - خلال فترة الدراسة بشكل ملحوظ ما عدا سنة 2019، والتي عرفت زيادة بسيطة تقدر بـ 1%، ونفس الشيء بالنسبة لربحية السهم، أما المردودية المالية فقد شهدت نوعا من الثبات خلال الفترة من 2014 إلى 2019.

VI- الخلاصة

أوضح هذا البحث أهمية الموارد غير الملموسة بمختلف أنواعها (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقي) داخل المؤسسة الاقتصادية، حيث تتفاعل هذه الموارد فيما بينها مما يكسب المؤسسة ميزة تنافسية، تساهم في خلق القيمة لمختلف الأطراف ذات المصلحة وبالتالي زيادة القيمة السوقية للمؤسسة الاقتصادية.

VI-1- نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن عرضها فيما يلي:

- هناك علاقة تكاملية وتفاعلية بين مكونات الموارد غير الملموسة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقي)، حيث كلما زاد التفاعل بين هذه المكونات كلما أثر ذلك إيجابيا على قيمة المؤسسة الاقتصادية؛
- تُكسب الموارد غير الملموسة المؤسسة ميزة تنافسية، وهذا يعود لطبيعتها المركبة والمعقدة وغير الملموسة، وتنامي قيمتها وأهميتها المتزايدة، وهذا ما يصعب تقليدها من قبل المنافسين؛
- تساهم الموارد غير الملموسة في زيادة قيمة المؤسسة الاقتصادية من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج، تحسين الإنتاجية، تحسين الجودة، زيادة الأرباح، زيادة ولاء الزبائن... الخ؛
- قصور الأنظمة المحاسبية والمالية في قياس وتقييم الموارد غير الملموسة.

VI-2- التوصيات

على ضوء دراستنا والنتائج المتوصل إليها، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

- يجب التعامل مع الموارد غير الملموسة على أنها موارد استراتيجية، يجب الحفاظ عليها، تطويرها وتنميتها من أجل تحقيق الميزة التنافسية؛
- ضرورة الاستثمار في الموارد غير الملموسة بهدف تحسين المركز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية وزيادة قيمتها السوقية؛
- إعطاء أهمية كبيرة لمكونات الموارد غير الملموسة: رأس المال البشري من خلال التدريب والتكوين المستمر، رأس المال الهيكلي من خلال تحديث الهياكل التنظيمية وترسيخ ثقافة المؤسسة، رأس المال العلاقي من خلال العمل على تحسين صورة المؤسسة وتعزيز علاقاتها مع الأطراف الخارجية؛
- يجب إعادة النظر في كيفية محاسبة وقياس الموارد غير الملموسة، وكذا طريقة الإفصاح عنها بالإضافة إلى تطوير معايير المحاسبة الدولية حتى يتسنى للقوائم المالية استيعاب عناصر أخرى من الموارد غير الملموسة؛
- ضرورة تطوير رأس المال البشري وتنميته، كونه يعد الثروة الحقيقية للمؤسسة الاقتصادية، وهذا من خلال مكوناته المختلفة (المعرفة، الخبرات، المهارات)، والتي يجب الاستثمار فيها (التعليم، التدريب، البحث والتطوير) من أجل زيادة إنتاجيته وتحسين جودة المنتجات (الإبداع والابتكار)؛
- تعزيز علاقات المؤسسة مع زبائنها، مورديها، شركائها ومنافسيها وهذا من خلال تحسين صورة المؤسسة وكذا كفاءة رأس مالها البشري.

– الاحالات والمراجع

BARNETO, P., & GREGORIO, G. (2009). *Finance –Manuel et application–* (éd. 2). Paris, France: Dunod.

biopharm. (2017). *rapport annuel de gestion 2017*. alger: biopharm. –

biopharm. (2018). *rapport annuel de gestion 2018*. alger: biopharm. –

biopharm. (2019). *rapport annuel de gestion 2019*. alger: biopharm. –

- أسماء رحمانى. (2009). دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة مؤسسة AMPMECA-IND- (مذكرة ماجستير). بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، الجزائر: جامعة محمد بوقرة.
- الهاشمي عباس، و عبد الحميد غوثي. (ديسمبر، 2016). رأس المال الفكري: إشكالية مفهوم؟ مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية (20)، الصفحات 167-188.
- بلال كيموش. (2016). البدائل المحاسبية المتعلقة بالعناصر غير الملموسة وأثرها على قيمة المؤسسة -دراسة مجموعة من المؤسسات الجزائرية، الفرنسية والإنجليزية- (أطروحة دكتوراه). سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة سطيف 1.
- جميل حسن النجار. (2017). أثر كل من الاستثمار في الأصول غير الملموسة، والأداء المالي، والسياسة المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، 13 (03)، الصفحات 375-404.
- دلال عجالي. (2017). إدارة رأس المال الفكري كمدخل لدعم وتحسين تنافسية شركات التأمين -دراسة ميدانية على مؤسسات التأمين بالجزائر- (أطروحة دكتوراه). أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي.
- زين الدين بروش، و لحسن هدار . (جوان، 2007). دور الثقافة التنظيمية في إدارة التغيير في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة ENAMC بالعلمة-. *مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية* (01)، الصفحات 45-80.
- سارة سديري، و علي عبد الله. (2019). الاستثمار في الموارد غير الملموسة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - واقع وتحديات - دراسة حالة المنطقة الصناعية - سطيف -. *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، 9 (3 مكرر (الجزء الأول))، الصفحات 285-305.
- سائد محمود كشكو. (2016). مدى الإفصاح عن الأصول غير الملموسة في التقارير المالية للشركات المدرجة في بورصة فلسطين (مذكرة ماجستير). غزة، كلية التجارة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.
- سعد الله بكاري. (جوان، 2017). إشكالية قياس الرأس المال الفكري في المؤسسة الاقتصادية. *مجلة المعيار* (18)، الصفحات 368-376.
- سناء مسودة. (أفريل، 2011). مدى توفر متطلبات رأس المال المعرفي (البشري، الهيكلي، الزبائني) لتحقيق الميزة التنافسية ومعوقات توفرها -دراسة ميدانية في قطاع الصناعات الدوائية الأردنية-. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)*، 25 (04)، الصفحات 933-964.
- عبد المطلب بيبصار. (2017). دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال -دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة (أطروحة دكتوراه). المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد بوضياف.
- كريمة بكوش. (2012). أثر الإبداع التكنولوجي البيئي على ترقية الأداء التسويقي (أطروحة دكتوراه). الجائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- لويذة فرحاتي. (2016). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة -دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة- باتنة- (أطروحة دكتوراه). بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر.
- محمد طلال محمد أبو الروس. (2015). دور رأس المال البشري في تجنيد الأموال في المؤسسات الأهلية العاملة في قطاع غزة -دراسة حالة المنظمات الأهلية في محافظة الوسطى- (مذكرة ماجستير). غزة، كلية التجارة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.
- محمد منير عودة شبيب. (2015). دور أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري في القطاع المصرفي الفلسطيني -دراسة حالة بنك فلسطين (مذكرة ماجستير). غزة، كلية التجارة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.

- مريم بولمية. (2012). البعد المعنوي لإشكالية خلق القيمة (مذكرة ماجستير). عناية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة باجي مختار.
- ملخص قانون الملكية الفكرية. (21 أكتوبر، 2020). تاريخ الاسترداد 06 ديسمبر، 2020، من بوابة القانون: <https://www.bawabat-el9anon.com/2018/10/Intellectual-Property.html>
- مؤسسة المعايير الدولية للتقارير المالية. (2016). معيار المحاسبة الدولي 38: الأصول غير الملموسة. (الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين، المترجمون)
- مولود حواس. (2015). أثر اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بلد المنشأ على اتخاذ القرار الشرائي للسلع المعمرة –الفلاجات نموذجاً- (أطروحة دكتوراه). الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- نجاة بن يحيى. (2018). تفعيل الرأس المال الفكري من خلال ترسيخ ثقافة الإبداع – مع دراسة حالة – (أطروحة دكتوراه). الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- هندة مدفوني. (2017). الاستثمار في رأس المال البشري كمدخل استراتيجي لتحسين جودة التعليم العالي في ظل اقتصاد المعرفة –دراسة حالة بعض الجامعات الجزائرية- (أطروحة دكتوراه). أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي.
- يوسف بن حمودة. (2015). خلق القيمة من خلال إدارة المعرفة داخل المؤسسة (أطروحة دكتوراه). الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي.

* CMA Canada: Certified Management Accountants of Canada.

* تأسست مؤسسة سكانديا (Skandia) سنة 1855م، وهي مؤسسة سويدية تقدم خدمات مصرفية وتأمينية.

* Société des bourses françaises) SBF 120) هو مؤشر لبورصة باريس، يتكون من 120 سهما الأكثر تداولاً في بورصة باريس.

* INAPI : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle.

* HHI : Human Health Information.

* BPF : Bonnes Pratiques de Fabrication.

* ANSM : Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé.

* ERP : Enterprise Resource Planning (تخطيط موارد المؤسسة).

* CRM : Customer Relationship Management.

* HRMS : Human Resources Management System.

* LIMS : Laboratory Information Management System.

* ASEPA : Association Scientifique des Etudiants en Pharmacie de l'université d'Alger.