

دور رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية بمؤسسة سوناتراك "بسكرة"-

The role of Human capital In achieving competitive advantage

- Case study at Sonatrach Foundation "Biskra" -

لطيسة عبد الحليم¹، راقى دراجي²

¹ جامعة لوئيسي علي -البلدة 02، letaissaabdelhalim@gmail.com

² جامعة آكلي محند أولحاج -البويرة ، derradjiraki@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/10/31

تاريخ القبول: 2022/06/30

تاريخ الاستلام: 2021/06/01

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الرأس المال البشري بمختلف إبعاده في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة سوناتراك "بسكرة"- حيث أصبح ينظر لرأس المال البشري كمورد استراتيجي يسمح بزيادة قدرة المؤسسة على المنافسة و تحقيق النجاح وهذا بعد تحول الاقتصاد إلى اقتصاد قائم على المعرفة، ولتوضيح العلاقة بين متغيري البحث تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات و قد وزعت على عينة عشوائية بسيطة حجمها 66 فردا و استرد منها 60 استبيانا، كما تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات.

ومن النتائج المتوصل إليها في ضوء الدراسة أن هناك دور لرأس المال البشري بإبعاده المختلفة "الكفاءات، المهارات، المعارف" في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: رأس المال البشري؛ مهارات؛ معارف؛ كفاءات ؛ ميزة تنافسية.

تصنيف JEL: M12، D21، L32.

Abstract:

This study aims to identify the role of the human capital in achieving competitive advantage in the Sonatrach Foundation "Biskra" , The human capital becomes an important factor that empower the company to enforce competition and success. This is mainly because economy becomes dependent on knowledge. To gather information, we made a questionnaire using a sample composed of 68 persons, but we got just 60 samples, also the program SPSS was used to analyze the data statistically.

Throughout our results, we have reached the conclusion that the human capital with its different aspects (competencies, knowledge; skills), has a great role in achieving the competitive advantage in our sample Foundation.

Keys words: Human capital; Skills; Knowledge; Competencies; Competitive advantage.

JEL classification codes: M12; D21 ;L32.

المؤلف المرسل: راقى دراجي، الإيميل: derradjiraki@yahoo.fr

1 - تمهيد:

نتيجة التطور الهائل في العلم و التكنولوجيا في مرحلة نهاية القرن 20، تحقق نوع من التراكم المعرفي حازته الدول المتقدمة في الغالب، هذا التراكم المعرفي واكبه و انبثق عنه تطورات في غاية الأهمية، أولها هو التراكم الرأسمالي، و الآخر هو السرعة في التقدم العلمي و التكنولوجي و الذي تجسد في تكنولوجيا الاتصال و ثورة المعلومات و اللذان كان لهما الأثر المباشر على المؤسسة التي تعتبر الوحدة الأساسية لتكوين المجتمع الاقتصادي ألا وهي المؤسسة. في خصم هذا التحول إلى اقتصاد الرقمي، أدركت المؤسسات أهمية العنصر البشري حيث أصبحت هذه الموارد و كيفية تسييرها من أهم مصادر الميزة التنافسية، و أصبح العنصر البشري من أهم أصول المؤسسة على الإطلاق، بل أساس ثروتها أو بالأحرى ثروتها في حد ذاتها، وذلك بسبب تراجع الأهمية النسبية للميزة التنافسية التقليدية.

ومن ثم فإن التحول من مفهوم المؤسسة التقليدية إلى المؤسسة المعاصرة في إطار اقتصاد الرقمي يتطلب إعداد العنصر البشري الذي يعد أساس كل تقدم في المؤسسة، فإذا توفرت القدرة مع الرغبة في إطار عمل منسجم و متفاعل تصبح إدارة الموارد البشرية هي المدخل الإستراتيجي لإدارة أهم أصولها بغية تحقيق الميزة التنافسية. إن هذه الأخيرة لا يجوز للمؤسسة الظفر بها إلا من خلال الأداء المتميز لمواردها البشرية، إذ أن أداء المؤسسة مرهون بأداء أفرادها وعليه فإن تحقيق ذلك الهدف المنشود من طرف المؤسسة أي النمو و الاستمرارية يتطلب وضع إستراتيجية لإدارة الموارد البشرية.

إشكالية الدراسة: ومن خلال ما تقدم يمكننا طرح التساؤل الرئيسي و الجوهرى الذي سيكون محور الدراسة كالتالى:

ما هو دور الذي يلعبه رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ؟

و تندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة؟
- ما هو دور المعارف في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة؟
- ما هو دور المهارات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة؟

فرضيات الدراسة: انطلاقا من إشكالية الدراسة ومن أجل الإجابة عنها تم صياغة فرضية الفرضية الرئيسية والتي انبثقت منها ثلاث فرضيات فرعية كالتالى:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لإدارة رأس المال البشري في وجود دور لرأس المال البشري في تحقيق الميزة تنافسية عند مستوى الدلالة (0.05).

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للكفاءات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة عند مستوى الدلالة (0.05)

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للمهارات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة عند مستوى الدلالة (0.05).

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للمعارف في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة عند مستوى الدلالة (0.05).

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من تزايد الاهتمام بموضوع رأس المال البشري على مستوى المنظمات و المحافظة على رأس مالها البشري باعتباره الثروة الفاعلة في تحقيق التفوق و التميز لما له من قدرة على التطوير و الابتكار و الإبداع ، كما إن حدة المنافسة الحالية بين المؤسسات تقتضي البحث عن الوسائل الناجعة التي تتضمن لها عوائد مستمرة في ظل عصر تميز بطغيان التكنولوجيا و هو ما لفت الانتباه إلى رأس المال البشري كعامل أساسي في تحقيق التنافسية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على المفاهيم الأساسية للمتغيرين و أبعادهما كما ورد في الأدبيات النظرية.
- تحديد مستوى المتغيرين في المؤسسة محل الدراسة.
- إبراز دور رأس المال البشري بمختلف أبعاده في تحقيق الميزة التنافسية.
- توضيح مختلف العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية و تفسير علاقة الارتباط بين رأس المال البشري و الميزة التنافسية.

الدراسات السابقة:

● **مصطفى رجب علي شعبان (2012، 2011)** " رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية" ، دراسة ميدانية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى توافر متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (البشري، الهيكلي و الزبوني) لدى شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، وإبراز رأس المال الفكري و مكوناته في تحقيق الميزة التنافسية.

و توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

-تتوفر متطلبات رأس المال الفكري لدى شركة الإتصالات الخلوية الفلسطينية جوال بنسبة 79.63% و يسهم توافر تلك المتطلبات في امتلاك الشركة لرأس المال الفكري متميز؛

-هنالك تفاوت في رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، و أن رأس المال البشري هو المجال الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية للشركة.

● **رند فخر عكرماوي (2010)** "اتجاهات المدراء في الوزارات الأردنية نحو دور رأس المال البشري" في تطبيق الجودة الشاملة، رسالة ماجستير، تخصص إدارة عامة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن.

وهدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف وتحديد اتجاهات المدراء في الوزارات الأردنية نحو دور رأس المال البشري "في تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر المدراء في الوزارات الأردنية.

• **مُجَّد دهان (2010، 2009)** "الاستثمار التعليمي في رأس المال البشري" مقارنة نظرية ودراسة تقييمية لحالة الجزائر أطروحة

دكتوراه، تخصص علوم اقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة.

وهدفت هذه الدراسة إلى:

- دراسة العلاقة بين التعليم ورأس المال البشري المتراكم من هذا الاستثمار في النمو الاقتصادي.

و توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- مساهمة رأس المال البشري في النمو الاقتصادي في الجزائر مساهمة ايجابية.

• **دراسة بعبسي سامية (2007، 2008)** "فعالية المورد البشري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، دراسة حالة

مؤسسة معالجة و تكيف التمور بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير و اقتصاد

المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة مُجَّد خيضر بسكرة. وهدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

توضيح كيف يمكن للمورد البشري إحداث التغيير الإيجابي في المؤسسة الاقتصادية من خلال التميز في الأداء.

التأكيد على ضرورة تقويم السلوك البشري و فهمه و توجيهه بغية الوصول إلى النتائج المنشودة.

و توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- عرفت مكانة المورد البشري داخل المؤسسة الاقتصادية تغيرات و تطورات كبيرة حيث أصبح ينظر إليه على أنه مورد استراتيجي

يمنحها التفوق و الريادة و يحقق الميزة التنافسية.

- لم تعد درجة كفاءة و فعالية المؤسسة تقاس بنتائج مالية فقط، بل أصبح يعتمد إضافة على ذلك على جودة القدرات اللازمة

لإحداث التغيير و التطوير بما يحقق أهدافها.

1 - رأس المال البشري:

1 - 1 مفهوم رأس المال البشري: هو المعرفة والمهارات والقدرات (KSAs) التي يمتلكها الأفراد والتي لديها القدرة على

التأثير على الأداء على المستوى الفردي، والتي يمكن أن تؤثر على الوحدة / الشركة مستوى الأداء التشغيلي (Haq,

.Human capital resources: a review and direction for future research, 216)

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

كما عرفته منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية على أنه: رأس المال البشري هو المعرفة والمهارات والكفاءات والقدرات والسمات الأخرى التي المتجسدة في الأفراد والتي تسهل خلق الرفاهية الشخصية والاجتماعية والاقتصادية. (Joseph & Aibieyi, 2015)

يتفق (Stewart ,Advinson) من خلال تعريفهما لرأس المال البشري انه يعتبر من أهم محددات خلق الثروة وتدعيم القدرات التنافسية للمنظمة، كما يتضح أن (مُجَّد السعيد، 2008):

أ- رأس المال الفكري يمثل كيانا معنويا غير ملموس؛

ب- عدم التأكد من العوائد المستقبلية المتوقعة من الأصول الفكرية؛

ج - صعوبة قياس و تقييم رأس المال البشري نظرا لعدم وجود قيمة سوقية لبعض مكوناته وعدم وجود عمر مادي له.

كما يتم القول أن رأس المال البشري هو نخبه متميزة أو موهوبة من العاملين الذين يتمتعون بقدرات إبداعية معززة بالمعارف والخبرات الراقية التي تمكنهم من العطاء المجدد و تحويل إمكانات و موارد المنظمة إلى المستويات التطبيقية و العلمية المتقدمة (سالم الجنابي، 2012).

رأس المال البشري يتمثل جميع الموارد البشرية ذات الإمكانيات المتميزة و التي لديها القدرات الإبداعية و الابتكارية، و تشمل على المعارف ، خبراتهم المتراكمة ، مهاراتهم و تماسكهم كفريق عمل متكامل".

1 - 2 مقاربات رأس المال البشري:

1-2-1- المقاربة الاقتصادية: تأسس تصور رأس المال البشري في أعمال الاقتصاديين Becker و Schultz وتمحورت تلك الأبحاث حول مردودية الاستثمار في تعليم و تكوين الفرد ، حيث جرب الاقتصاديون بداية حصر تكلفة الاستثمار في التكوين، حيث توافق بطريقة مبسطة مجموع تكاليف التعليم أو التكوين و تكلفة الفرصة المربوطة بهذا النشاط، كما أن الأرباح المنتظرة من هذا الاستثمار تتمثل في زيادة الأجور، و قيمة الفرد في سوق العمل، بالإضافة إلى أن رأسمال البشري للأفراد يزداد بإثراء معارفهم و قدراتهم، مما يسمح لهم بشغل مناصب أعلى أجرا، و هذا ما يسمح بإعطاء تنمين ملموس لنسب مردودية التعليم.

كما ذهب بعض الاقتصاديين إلى دراسة أثر زيادة مخزون رأسمال البشري على المستوى الكلي، حيث اعتبروا رأسمال البشري كعامل داخلي لنمو و تطور الاقتصاد، أما المفكرين Barte و Lunch و Black تناولوا موضوع تقييم تأثير الرأسمال البشري على إنتاجية المؤسسة، حيث وجدوا أن التكوين في المؤسسة ينمي الإنتاجية.

1-2-2- المقاربة التسييرية: إن أعمال الاقتصاديين حول إنتاجية المؤسسة تلتقي طبيعياً مع احتمالات باحثي التسيير، حيث أن المقاربة التسييرية للرأسمال البشري تسجل ضمن تيار البحث حول الموارد والكفاءات كمصدر للتنافسية المؤسسة، فهذه المقاربة تعتبر أن المؤسسة تمتلك موارد ذات جودة نادرة، قادرة على خلق الميزة التنافسية على حساب المنافسين، حيث أظهرت العديد من المعائنات التجريبية أن اختلاف الأداء بين المؤسسات ضمن الصناعة الواحدة، أو بين القطاعات يفسر باختلاف السيطرة على الموارد خصوصاً الموارد اللامادية التي تكون أساساً الميزة التنافسية، ومنذ ذلك الوقت انصب اهتمام المسيرين بمعرفة كيفية جمع ومعالجة الموارد، وكيفية بناء وتطوير الكفاءات (صولح و محبوب، 2010).

1-3- أهمية رأس المال البشري:

يعتبر رأس المال البشري الثروة الحقيقية للأمم و أساس عملية التنافسية باعتباره أساس الإبداع و الابتكار، و لتوضيح أهمية رأس المال البشري بشكل بسيط تطرقنا لأهميته في النقاط التالية (حسين الديلمي، 2014):

- المنظمة بحاجة إلى سيل متواصل من الأفكار والمفاهيم الجديدة القابلة للتحويل إلى تكنولوجيا ومنتجات جديدة من خلال أفراد يتمتعون بالإنجاز الذاتي و القدرة للإتيان بما هو جديد؛
- تزايد نمط المنظمات المتخصصة يتطلب أفراد ذوي معرفة، ومهنيين قادرين على التعامل مع المفاهيم المعقدة والأكثر تطوراً؛
- لكون عصرنا ذا ثقافات و بيئات تنسم بالتنوع فهو يتطلب مديرين و أفراد يتميزون بالخبرات المتنوعة والخبرة المثالية عالية الكفاءة للعمل في بيئات مختلفة؛
- إضافة أي مهارة جديدة للفرد العامل أو اكتسابه قليات جديدة من شأنه أن يشكل إضافة حقيقية إلى ناتج المنظمة، و يسهم في عملية نموها واستمرارها، وبذلك فإن الفرد العامل الذي يحقق قيمة صافية للمنظمة يمكن أن يصنف كرأسمال (راتول و مصنوعة، 2011).

توفير رأس المال البشري، المتمثل في الأفراد ذوي المهارات الفكرية العالية المتميزة بالتكوين والتعليم، يسمح بتحفيز الإنتاج وتحقيق النمو من خلال زيادة مستوى المعارف في الاقتصاد و تطبيقها في مسارات الإنتاج (إبراهيم، 2012).

1-4- تنمية رأس المال البشري:

إن تكوين رأس المال البشري و تنميته ضرورة حضارية تفرضها متطلبات العصر و لا يمكن تصور منظمة متقدمة من حيث إمكاناتها و فقيرة من حيث كفاءة رأس مالها. وهناك عدة جوانب يجب أن تهتم بها المنظمة لتنمية رأس مالها البشري، و هي كالأتي (حسين جواد و عبد الحميد مُجد، 2006):

1-4-1- استقطاب أفضل المواهب البشرية: أي أن تكون الشركة ذات نظام فعال في عملية الاختيار والاختبار و استخدام العاملين الجدد وتوفير أسس التعلم و نقل الخبرة بين الأجيال المتعاقبة من العاملين.

1-4-2- إغناء رأس المال البشري: وذلك يتم من خلال تشجيع العاملين و تحفيزهم على الانضمام لبرامج التدريب و تشارك المعرفة و اكتسابها وتوزيعها داخل الشركة.

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

1-4-3-إيجاد بيئة التعلم: تتميز الشركات المعرفية بان رأسمالها في عقول العاملين الذين يغادرون الشركة في نهاية اليوم والذين يمكن أن تستقطبهم شركات منافسة أخرى و لذلك لابد من إيجاد أسس لتقوية وترسيخ قواعد الولاء التنظيمي.

يمكن تسمية التنمية و التطوير في رأس المال البشري بتنشيط رأس المال البشري و هناك مجموعة من الطرق يتم إتباعها لتنشيط رأس المال البشري نذكر منها (سعيد أبو لبة، 2008):

- **العصف الذهني BrainStorming:** و هو إثارة القدرة الإبداعية للأفراد لتوليد أكبر عدد من الأفكار و الحلول الإبداعية.
- **حلقات السيطرة النوعية QualityControls:** تتمثل في مجموعة من العاملين في اختصاصات متشابهة يعملون طواعية و يلتقون بمحض إرادتهم ساعة في الأسبوع لمناقشة مشكلات العمل و إيجاد الحلول المناسبة لها.
- **الإدارة بالمكشوف Open-book Management:** تتمثل في استخدام المعلومات الموجودة في أذهان الأفراد أولاً بأول، وذلك من خلال شحن القدرات الذهنية لهم بتوفير الجو الملائم لتوليد الأفكار.
- **الجماعات الحماسية Hot Groups:** وهي مجموعات صغيرة من الأفراد تكون نشطة و تحب الانجازات العالية في العمل و المخاطرة و المغامرة و المهمات الصعبة.

2 - الميزة التنافسية:

2-1- تعريف الميزة التنافسية:

عرف FAKEY " أي شيء يميز المنظمة أو منتجها إيجابيا على منافسيها من وجهة نظر الزبون النهائي (البكري، 2008). كما عرف بورتر (PORTER) الميزة التنافسية على أنها: " عملية اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المتعلقة من قبل المنافسين و قدرة المنظمة على تجسيد تلك الاكتشافات ميدانيا " يركز هذا التعريف على جوهر الميزة التنافسية ألا وهي الإبداع و القدرة على الابتكار.

أما بالنسبة LAMBIN يرى أنها مختلف الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة و تعطي للمنظمة بعض التفوق و السمة عن منافسيها. و يعرفها كل من (Pitts,Lei) على أنها: استغلال المنظمة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها، بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في أدائها لأنشطتها (القطب، 2012).

كما تعرف الميزة التنافسية على أنها القوة الدافعة أو القيمة الأساسية التي تتمتع بها المؤسسة، وتؤثر على سلوك الزبون، في إطار تعامله مع المؤسسة، وتستمر لفترة طويلة، بغض النظر عن طول أو قصر دورة حياة السلعة أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة (عبد السلام، 2002).

2 - 2 أهمية و أنواع الميزة التنافسية:2-2-1-أهمية الميزة التنافسية:

- تعطي مؤشرا قويا للمنظمات لإحكام سيطرتها على قطاع السوق (الحصة السوقية) أكبر من منافسيها و قد يعني سيطرة المنظمة على زبائن أكثر مقارنة بالمنافسين.
- تعد الميزة التنافسية سلاحا قويا تعتمد المنظمة لمواجهة تحديات المنظمات المنافسة: أي قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدراتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل عن طريق خلق التقنيات والمهارات التي تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع.
- تعتبر الميزة التنافسية معيارا مهما لنجاح المنظمات تميزها عن غيرها من حيث إيجاد نماذج يصعب على المنافسين تقليدها.
- أكثر المنظمات الحديثة تعتمد على التكنولوجيا لتحقيق المزايا التنافسية من أجل البقاء و الاستمرار. ذلك بسبب التغيرات المستمرة في التكنولوجيا، فإن عدم مواكبة هذا التغير يضع المنظمات في مواجهة الضعف والفشل.
- و تزداد أهمية الميزة التنافسية بزيادة حدة المنافسة بين المنظمات في العالم مما يحتم على المنظمات تميز و اكتساب مكانة جيدة بالسوق التجاري و هذا لا شك به، فجميع المنظمات متطلعة لإثبات تواجدتها في كل مكان في العالم (حجيم سلطان الطائي، 2009).

2-2-2-أنواع الميزة التنافسية:

تنقسم الميزة التنافسية إلى نوعين و هما:

أ- ميزة التكلفة الأقل : هذه الإستراتيجية تؤكد الكفاءة من خلال إنتاج كميات كبيرة من المنتجات الموحدة ، تأمل المؤسسة في الاستفادة من اقتصاديات الحجم وتأثيرات منحنى الخبرة. غالبًا ما يكون المنتج منتجًا أساسيًا يتم إنتاجه بتكلفة منخفضة نسبيًا وإتاحته لقاعدة عملاء كبيرة جدًا.

يتطلب الحفاظ على هذه الإستراتيجية بحثًا مستمرًا عن تخفيضات التكلفة في جميع جوانب العمل. تتمثل إستراتيجية التوزيع المرتبطة في الحصول على أوسع توزيع ممكن. غالبًا ما تتضمن الإستراتيجية الترويجية محاولة الاستفادة من ميزات المنتج منخفضة التكلفة (Tanwar, Porter's Generic Competitive Strategies, 2013).

ب- ميزة التميز: يهدف التمايز إلى السوق الواسع الذي يتضمن إنشاء منتج أو خدمات يُنظر إليها في جميع أنحاء صناعتها على أنها فريدة من نوعها. قد تقوم المؤسسة أو وحدة الأعمال بعد ذلك بفرض علاوة على منتجها. يمكن أن يرتبط هذا التخصص بالتصميم أو صورة العلامة التجارية أو التكنولوجيا أو الميزات أو التجار أو الشبكة أو خدمة العملاء. التمايز هو إستراتيجية قابلة للتطبيق لكسب عوائد أعلى من المتوسط في عمل معين لأن ولاء العلامة التجارية الناتج يقلل من حساسية العملاء للسعر. يمكن عادةً نقل التكاليف المتزايدة إلى المشتريين. يمكن أن يعمل ولاء المشتري أيضًا كحاجز دخول - يجب على

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

المؤسسات الجديدة تطوير ما يميزها من الكفاءة لتمييز منتجاتهم بطريقة ما من أجل المنافسة بنجاح. (Tanwar, Porter's Generic Competitive Strategies, 2013)

2-3- أبعاد الميزة التنافسية و أهدافها:

2-3-1- أبعاد الميزة التنافسية:

هناك خمس أبعاد للميزة التنافسية نوردتها فيما يلي (مُجد القراء، 2011):

أ- **التكلفة:** وهي قدرة المؤسسة على الإنتاج بأقل التكاليف مقارنة منافسها ، حيث يراعي التناسب ما بين تكلفة تقديم المنتج و المواصفات الموجودة فيها ، و كنتيجة لذلك فإن المؤسسة ستحقق ميزة تنافسية من خلال انخفاض أسعارها و ذلك بناء على انخفاض تكاليفها مما يمكنها من البيع بنفس الأسعار أو بأقل منها و هو ما يعني تعظيم العوائد.

ب- **الجودة :** بعدد كان الاهتمام منصبا على بعد التكلفة و كنتيجة التغيير أذواق المستهلكين و زيادة وعيهم أصبحوا يركزون على بعد آخر و هو الجودة التي تعني الخصائص التفرد و المتميزة في المنتج و التي تتم إرادتها و تقبلها من طرف الزبون و تقبلها من طرف الزبون ، إذ يتوجب على المؤسسات الراقية في البقاء في المنافسة داخل الأسواق العالمية من أن تضع منتجات ذات جودة عالمية .

ت- **المرونة:** و تعرف على أنها القدرة على التجاوب مع متغيرات في حاجات و رغبات الزبائن عن طريق نوعين من المرونة:

- مرونة الحجم: و تعني القدرة على التكيف مع الطلب، و تقلب أي أنه من خلال التحكم في حجم الإنتاج.
- تميز المنتجات: و يرتبط هذا النوع بمدى مقدرة تميز المنتجات على مواكبة حاجات و رغبات الزبائن و إشباعها و التكيف مع التقلبات الحاصلة فيها عن طريق تصاميم المنتجات و مواصفاتها الفنية .
- ث- **الإبداع :** يعتبر الإبداع بعد الميزة التنافسية من خلال استكشافه الفرص الجديدة في البيئة الخارجية و مراقبتها و سرعة الاستجابة لها باتجاه تطور معين أو عمل خلاق ، سواء في محل الإنتاج أو التكنولوجيا المستعملة ، أو في إيجاد طرق جديدة أكثر خلقا للقيمة في محل المؤسسة و تختلف عن الطرق القائمة.

2-3-2- أهداف الميزة التنافسية:

أصبح الاقتصاد التنافسي قائما على مجموعة أسس مميزة تؤهل المؤسسات الحائزة عليها من تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها ما يلي (بلالي، 2007):

أ- **كثافة الربح والسعي لتحقيقه:** فالربح هدف رئيسي من أهداف المؤسسات ذات المزايا التنافسية، وهو هدف يرتبط بدافع التملك والحيازة لكافة أشكال الأصول، ويتم ذلك من خلال خطة مبرمجة زمنيا من أجل:

- **زيادة العائد:** أسهم الملكية، سندات التمويل، صكوك الاستثمار .
- **زيادة المردود:** القيمة المضافة، هامش الربح، فارق سعر البيع .

- زيادة الدخل: الأجور، المرتبات، المكافآت.

من خلال هذه الزيادات تتمكن المؤسسة من رفع احتياطياتها، ومن ثم تدعيم الاستثمار والتوسع في نشاطها، مما يؤدي إلى زيادة أرباحها وتحقيقها الموقع المميز في السوق .

ب- الانفتاح الواسع على الآخرين: بمعنى القفز من مرحلة الانغلاق على الذات إلى مرحلة الانفتاح على الآخرين (المستهلكين) الذين يصبحون مكونا رئيسيا من مكونات نشاط المؤسسة والذين يعتبرون كجسر واصل بين واقع حاضر ومستقبل مرغوب، فتحقيق المؤسسة لميزة تنافسية سيزيد عدد مستهلكي منتجاتها ومن ثم توسع تعاملاتها و إطلاعها على مختلف سلوكيات وأذواق المستهلكين واكتسابها لخبرة معينة في التعامل معهم.

ت-التوغل في السوق العالمية: ويقصد به التحول من تغطية السوق المحلية إلى تغطية أسواق عالمية، وهذا للوصول إلى درجة متقدمة من السيطرة والتحكم في هذه الأسواق.

ث- الإطلاع المباشر على أهم الاكتشافات والبحوث العلمية: حيث تهدف المؤسسات إلى التحول من البث عن حل المشكلة أو الأزمة، إلى التفوق بالاكتشاف والبحث والريادة في أفق غير مسبوق من العلم والمعرفة، وهي أفق تتيح مجالات جديدة للتفوق وتتيح إمكانية التميز لمنتجات المؤسسة (حرنان، 2009).

2-4- محددات الميزة التنافسية:

تحدد الميزة التنافسية من خلال فرعين هما:

2-4-1-حجم الميزة التنافسية:

يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا أمكن للمنظمة المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج في مواجهة المنظمات المنافسة. وبشكل عام، كلما كانت الميزة أكبر، كلما تطلبت جهودا أكبر من المنظمات المنافسة للتغلب عليها أو تحييد أثرها (شين، 2008).

ومتلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة، فإن للميزة التنافسية دورة حياة و تتمثل دورة مراحلها في (حيمر، 2012):

أ- مرحلة التقديم: تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج الكثير من التفكير و الاستعداد البشري ، المادي والمالي.

ب- مرحلة التبني: تعرف الميزة هنا استقرارا نسبيا من حيث الانتشار ، باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها و تكون المبيعات أقصى ما يمكن.

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

ت-مرحلة التقليد: يتراجع حجم الميزة و تتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود ، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة و بالتالي تراجع أسبقيتها عليهم، و من ثمة انخفاض في المبيعات.

ث-مرحلة الضرورة : تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية و تطويرها بشكل سريع لإنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً عن أسس الميزة الحالية، و إذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها تماماً و عندها يكون من الصعوبة العودة للتنافس من جديد.

2-4-2- نطاق التنافس:

نطاق التنافس أي مدى اتساع أنشطة و عمليات المؤسسة التي تساهم في تحقيق مزايا تنافسية و ذلك بتحقيق وفورات في التكلفة مقارنة بالمنافسين ، كالأستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، خبرة فنية واحدة واستخدام نفس المنافذ لتوازي لخدمة قطاعات سوقية أو مناطق مختلفة مما يساهم في تحقيق اقتصاديات المدى كما يمكن أيضاً للنطاق الضيق من تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز على قطاع سوقي معين و خدمته بأقل تكلفة أو تقديم منتج مميز له (العيهار، 2005).

3- دراسة ميدانية بمؤسسة سوناطراك ”بسكرة حول دور رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية:

3-1 - مجتمع و عينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في مؤسسة سوناطراك (بسكرة) من جميع المستويات الإدارية و البالغ عددهم 80، تكونت عينة الدراسة من جميع إطارات مؤسسة سوناطراك (بسكرة)، حيث تم سحب عينة عشوائية بسيطة من هذا المجتمع لدراستها وتعميم نتائجها على مجتمع الدراسة، وذلك بالاعتماد على جدول تحديد حجم العينة لـ: Krejcie & Morgan، قمنا بتوزيع 66 استبيان وتم استرجاع 60، حيث تمثل هذه قيمة حجم العينة الصالحة للدراسة.

3-2 - أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات ، وقد تكونت لاستمارة من قسمين على النحو التالي:

القسم الأول: تضمن القسم الأول من المقياس قياس الصفات الشخصية لمفردات الدراسة باستخدام (4) فقرات تتعلق (بالجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة).

القسم الثاني: وهو القسم الخاص بمحاوور الدراسة، حيث تكون من جزأين: الجزء الأول تضمن محور رأس المال البشري الإداري أما الجزء الثاني فتضمن محور الميزة التنافسية.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لقياس اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة، وذلك وفق الجدول التالي:

الجدول رقم 1: درجات مقياس Likert الخماسي

الدرجة	لا أتفق تماما	لا أتفق	أتفق إلى حد ما	أتفق	أتفق تماما
	01	02	03	04	05

المصدر: من إعداد الباحثين

3-3 أساليب وطرق المعالجة الإحصائية:

بعد الحصول على البيانات الأولية لازمة شرعنا في دراستها وتحليلها على ومحاولة استغلالها للإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث قمنا بمعالجتها عن طريق احد أنظمة التحكم الخاصة بالإحصائيات وهو البرنامج المعروف بحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss كأداة أساسية لإدخال المعطيات و الحصول على النتائج الإحصائية، و من الاختبارات الأساسية الإحصائية التي تم استخدامها ما يلي:

- إختبار معامل الثبات Cronbach's alpha؛
- المتوسطات الحسابية لمعرفة اتجاهات الآراء لكل من محور رأس المال البشري و الميزة التنافسية؛
- الانحرافات المعيارية، لقياس درجة التشتت المطلق لقيم الإجابات عن متوسطها الحسابي؛
- معامل الارتباط لقياس نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات الدراسة؛
- استعمال أسلوب الانحدار الخطي البسيط لمعرفة دور رأس المال البشري في الميزة التنافسية.

3-4- صدق وثبات المقياس:

لقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال الحساب بمعاملات الارتباط بين كل بعد و الدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي اليه، و لتأكد من صدق و ثبات أداة الدراسة قمنا بحساب معاملات الفا (&) كرونباخ ، وكانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 2: معاملات الثبات و الصدق

معامل الصدق	معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	
0.935	0.8575	14	رأس المال البشري
0.942	0.888	19	الميزة التنافسية
0.9385	0.8815	33	المجموع الكلي

* الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0,05 ≤ α).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول الأعلى نتائج معاملات الصدق والثبات الإجمالية لمتغيرات الدراسة ، وكان معامل الثبات الكلي بلغ 0.8815 وهو معامل ثبات قوي جدا و مناسب لأغراض البحث، كما تعتبر جميع معاملات الثبات لمحاور البحث و أبعادهم

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة...

مناسبة لأغراض البحث، و بهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث (الاستبيان) مما يجعلنا على ثقة تامة بصحتها و صلاحيتها لتحليل النتائج.

4- النتائج ومناقشتها:

تناول هذا الجزء استجابات أفراد عينة الدراسة نحو أبعاد المتغير المستقل رأس المال البشري و أبعاد المتغير التابع الميزة التنافسية بمؤسسة سوناطراك ”بسكرة“-، وكذلك نتائج تحليل الانحدار للاختبار دور المتغير المستقل (رأس المال البشري) في تحقيق ميزة تنافسية.

4-1- وصف خصائص عينة الدراسة: نرمي من خلاله إلى معرفة بعض الخصائص الشخصية و الوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وهي كما يلي:

4-1-1- توزيع مفردات العينة حسب الجنس: يوضح الجدول الآتي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الجنس:

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة (%)
ذكر	40	66.66%
أنثى	20	33.33%
المجموع	60	100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن عدد الذكور في العينة (40) أي ما نسبته (66.66%) من الحجم الإجمالي للعينة هم ذكور، في حين عدد الإناث (20) أي ما نسبته (33.33%) من الحجم الإجمالي للعينة إناث، ويمكن تبرير ذلك إلى طبيعة العمل في مؤسسة سوناطراك.

4-1-2- توزيع مفردات العينة حسب السن: يوضح الجدول الآتي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب السن:

الجدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	أقل من 30	من 30 إلى	من 36 إلى	من 41 إلى	46 سنة	المجموع
التكرار	13	17	10	12	8	60
النسبة (%)	21.66%	28.33%	16.66%	20%	13.33%	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن ما نسبته (21.66%) أعمارهم أقل 30 سنة، كما أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 30 إلى 35 سنة بلغت بنسبتهم (28.33%)، أما الأفراد أكبر من 46 سنة نسبتهم تمثل (13.33%) من الحجم الإجمالي

للعينة، ويلاحظ أن أغلبية الأفراد أعمارهم أقل من 40 سنة، حيث بلغ بنسبتهم (66.66%)، بينما الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 41 سنة (33.33%).

4-1-3- توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي: يوضح الجدول الآتي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المستوى

الدراسي:

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	مستوى متوسط	مستوى ثانوي	مستوى جامعي (ليسانس، ماستر)	دراسات عليا (ماجستير)	المجموع
التكرار	6	13	30	11	60
النسبة (%)	10%	21.66%	50%	18.33%	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن ستة (06) من أفراد العينة لهم مستوى دراسي متوسط أي ما نسبته (10%) من الحجم الإجمالي للعينة، في حين بلغ عدد الأفراد الذين لهم مستوى دراسي ثانوي (13) فرد، أي ما نسبته (21.66%) من الحجم الإجمالي للعينة، كما بلغ عدد الأفراد الذين لهم مستوى دراسي جامعي (30) فردا أي بنسبة (50%) من حجم العينة، في حين يوجد (11) من لديهم مستوى دراسات عليا بنسبة (18.33%)، ويلاحظ من معطيات الجدول أن غالبية أفراد العينة لهم مستوى جامعي، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن غالبية المؤسسات الاقتصادية و مؤسسة سونطراك خاصتا تحتاج إلى أفراد متخصصين ذوي مستوى تعليمي جيد يستطيعون من خلاله تطوير مستوى العام للمؤسسة ومساهمة في تحقيق التميز.

4-1-4- توزيع مفردات العينة حسب الخبرة المهنية: يوضح الجدول الآتي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية:

الجدول رقم 6: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	05-01 سنوات	10-05 سنوات	أكثر من 10 سنوات	المجموع
التكرار	10	30	20	60
النسبة (%)	16.66%	50%	33.33%	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن (06) من أفراد العينة التي تتراوح خبرتهم بين (01) و (05) سنوات (10) فرد، أي ما نسبته (16.66%) من الحجم الإجمالي للعينة، كما بلغ عدد الأفراد الذين لهم خبرة بين (05) و (10) سنوات (30) أفراد أي ما نسبته (50%) من حجم العينة، بلغ عدد الأفراد الذين يملكون خبرة مهنية لأكثر من (10) سنوات (20) فرد أي ما نسبته (33.33%).

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

4-1-5- توزيع مفردات العينة حسب الوظيفة: يوضح الجدول الآتي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الوظيفة:

الجدول رقم 7: توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

المجموع	الإدارة الدنيا		الإدارة الوسطى		الإدارة العليا		الخبرة المهنية التكرار
	موظف	مكلف بالدراسات	رئيس مصلحة	رئيس قسم	نائب مدير	مدير	
60	48	2	5	3	1	1	
%100	%80	%3.33	%8.33	%5	%1.66	%1.66	النسبة (%)

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن عدد الأفراد عدد الأفراد الموظفين في الإدارة العليا فردين (02) حيث أن ما نسبته (3.32%) من عينة الدراسة هي من نصيب الإدارة العليا مقسمة بالتساوي بين المدير (1.66%) ونائب المدير (1.66%)، كما بلغ عدد موظفي الإدارة الوسطى (08) أفراد أي ما نسبته (13.33%) هي من نصيب الإدارة الوسطى، حيث (5%) لرؤساء الأقسام و (8.33%) لرؤساء المصالح، كما بلغ عدد موظفي الإدارة الدنيا (50) فرد أي أن نسبة أفراد العينة الذين يمثلون الإدارة الدنيا (83.33%)، حيث أن ما نسبته (3.33%) للمكلفين بالدراسات و (80%) للموظفين التنفيذيين. وهذه النسب متوافقة مع المستوى التعليمي، و يعود ذلك إلى أن الجزء الأكبر من أنشطة المديرية العامة لمؤسسة سونطراك بين الإدارتين الوسطى والدنيا.

4-2- تحليل إجابات مفردات عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة: نرمي من خلاله إلى معرفة بعض الخصائص

الشخصية و الوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وهي كما يلي:

4-2-2- تحليل إجابات مفردات عينة الدراسة حول المتغير المستقل رأس المال البشري:

والجدول الموالي يوضح نتائج الإحصاء الوصفي المتعلقة بكل بعد من أبعاد رأس المال البشري: الكفاءات، المعارف، المهارات، حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لوصف إجابات أفراد العينة، وذلك للتعرف على واقع رأس المال البشري في ظل الأبعاد المدروسة كمايلي:

الجدول رقم 8: تحليل أبعاد رأس المال البشري

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الإتجاه
1	الكفاءات	4.083	0.724	1	مرتفع
2	المعارف	3.611	1.001	3	متوسط

3	المهارات	3.944	0.663	2	مرتفع
---	----------	-------	-------	---	-------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن الاتجاه العام حول عبارات المتغير المستقل رأس المال البشري كان بدرجة موافق بحيث كانت كل المتوسطات الحسابية للأبعاد الثلاثة تنتمي لفئة (3.40-4.19) حيث أن أفراد عينة الدراسة يوافقون في كون أبعاد رأس المال البشري تركز على الأبعاد التي جاءت بها الدراسة .

4-2-2 تحليل إجابات مفردات عينة الدراسة حول المتغير التابع رأس الميزة التنافسية:

والجدول الموالي يوضح نتائج الإحصاء الوصفي المتعلقة بكل بعد من أبعاد الميزة التنافسية: التكلفة، الجودة وتميز المنتجات، الابداع، حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لوصف إجابات أفراد العينة، وذلك للتعرف على واقع الميزة التنافسية في ظل الأبعاد المدروسة كمايلي:

الجدول رقم 9: تحليل أبعاد الميزة التنافسية

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه
1	التكلفة	4.022	0.927	2	مرتفع
2	الجودة و تميز المنتجات	4.123	0.923	1	مرتفع
3	الإبداع	3.894	0.865	3	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

تشير نتائج الجدول أعلاه أن الاتجاه العام حول أبعاد المتغير التابع الميزة التنافسية كان بدرجة موافق بحيث كانت كل المتوسطات الحسابية للأبعاد الثلاثة تنتمي لفئة (3.40-4.19) حيث أن أفراد عينة الدراسة يوافقون في كون الميزة التنافسية تركز على الأبعاد التي جاءت بها الدراسة.

4-2-2 اختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات التأثير من خلال استخدام اختبار الانحدار البسيط.

الجدول رقم 10: نتائج تحليل الانحدار لإختبار دور المتغير المستقل (رأس المال البشري) في تحقيق ميزة تنافسية

المتغير	المعامل	الخطأ المعياري	(t) المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,588	0,641	0,917	0,366
الرأس مال البشري	0,771	0,176	0,771	0,000

معامل الارتباط: (R=0,565)، معامل التحديد: (R²=0,320)، المتغير التابع: ميزة تنافسية

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (α ≤ 0,05).

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة...

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول أعلاه أن هناك دور ذا دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (رأس المال البشري) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) في المنظمة قيد الدراسة إذ بلغت قيمة $t(0,771)$ بمستوى دلالة (0.000) و تشير قيمة الارتباط R إلى قوة العلاقة بين إدارة رأس المال البشري والمتغير التابع الميزة التنافسية والذي قدر بـ (0,565)، كما فسر البعد رأس المال البشري ما قيمته (32%) من التباين الكلي الحاصل في المتغير التابع الميزة التنافسية بالاعتماد على قيمة R^2 .
الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للكفاءات على تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0.05).
لإختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر للكفاءات على تحقيق الميزة التنافسية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 11: نتائج تحليل الانحدار لإختبار دور بعد (الكفاءات) في تحقيق ميزة تنافسية

المتغير	المعامل	الخطأ المعياري	(t) المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,626	0,627	0,998	0,324
الكفاءات	0,752	0,170	4,428	0,000
معامل الارتباط: (R=0,569)، معامل التحديد: (R ² =0,324)، المتغير التابع: الميزة التنافسية				

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول أعلاه أن هناك دور ذو دلالة إحصائية بين البعد (الكفاءات) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) في المنظمة قيد الدراسة إذ بلغت قيمة $t(4,428)$ بمستوى دلالة (0.000) و تشير قيمة الارتباط R إلى وجود العلاقة الكفاءات والمتغير التابع الميزة التنافسية والذي قدر بـ (0,569)، كما فسر البعد الكفاءات ما قيمته (32.4%) من التباين الكلي الحاصل في المتغير التابع الميزة التنافسية بالاعتماد على قيمة R^2 والباقي تعزى إلى عوامل أخرى غير متحكم فيها.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعارف على تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0.05).
لاختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر للمعارف على تحقيق الميزة التنافسية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 12: نتائج تحليل الانحدار لإختبار دور المعارف في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة

المتغير	المعامل	الخطأ المعياري	(t) المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1,502	0,525	2,862	0,007
المعارف	0,591	0,144	4,104	0,000
معامل الارتباط: (R=0,57)، معامل التحديد: (R ² =0,353)، المتغير التابع: الميزة التنافسية				

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول أعلاه أن هناك دور ذو دلالة إحصائية بين البعد (المعارف) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) في المؤسسة قيد الدراسة إذ بلغت قيمة $t(4,104)$ بمستوى دلالة (0.000) و تشير قيمة الارتباط R إلى وجود العلاقة بين المعارف والمتغير التابع الميزة التنافسية والذي قد ب (0,572)، كما فسر البعد المعارف ما قيمته (65.8%) من التباين الكلي الحاصل في المتغير التابع الميزة التنافسية بالاعتماد على قيمة R^2 والباقي تعود إلى عوامل أخرى غير متحكم فيها.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات على تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى دلالة (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام الإنحدار البسيط للتحقق من وجود أثر للمهارات على تحقيق الميزة التنافسية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 13: نتائج تحليل الانحدار لإختبار دور المهارات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة

المتغير	المعامل	الخطأ المعياري	(t) المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1,502	0,288	4,754	0,002
المهارات	0, 491	0,144	6,167	0,000
معامل الارتباط: ($R= 0,689$)، معامل التحديد: ($R^2= 0,463$)، المتغير التابع: الميزة التنافسية				

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من خلال نتائج التحليل الواردة في الجدول أعلاه أن هناك دور ذو دلالة إحصائية بين البعد (المهارات) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) في المؤسسة قيد الدراسة إذ بلغت قيمة $t(6,167)$ بمستوى دلالة (0.000) و تشير قيمة الارتباط R إلى وجود العلاقة بين المعارف والمتغير التابع الميزة التنافسية والذي قد ب (0,689)، كما فسر البعد المعارف ما قيمته (53.7%) من التباين الكلي الحاصل في المتغير التابع الميزة التنافسية بالاعتماد على قيمة R^2 والباقي تعود إلى عوامل أخرى غير متحكم فيها.

الخلاصة:

أظهرت الدراسة أن الإطار العام للعاملين بمؤسسة سوناطراك "بسكرة" يميلون أن لرأس مال بشري دور في تحقيق الميزة تنافسية وذلك من خلال الأبعاد المكونة لرأس مال بشري والتي لها دور الميزة تنافسية.

على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أن تسعى إلى الميزة التنافسية في كافة مستوياتها من خلال تبنيها لمفهوم الرأس مال بشري وأن تعمل على إيجاد مناخ يساعد على تنمية و تطوير الرأس مال بشري من خلال رفع وتنمية قدرات العاملين وتنمية مهارتهم، إضافة إلى استقطاب الكفاءات من اليد العاملة. اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم و انتهاج أسلوب العمل بروح الفريق و توفير نظام للحوافز يتسم بالعدالة و الموضوعية و يرتبط بتقييم عادل للأداء و توفير وسائل اتصال حديثة وفعالة تتيح تبادل

عنوان المقال: دور الرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة ميدانية بمؤسسة... .

المعلومات في الوقت المناسب ، و يضاف إلى ما سبق تهيئة الفرص التدريبية للعاملين التي تتيح لهم الاطلاع على الأساليب الحديثة في حل المشكلات و تمكنهم من تولي مهام إضافية.

ونظرا لثراء مفهومي الرأس مال البشري و الميزة التنافسية و إمكانية تأثرها و تأثيرها على العديد من العوامل و المتغيرات التنظيمية و لكون دراستنا هذه اقتصرت على تأثير راس مال البشري على الميزة التنافسية من خلال مجموعة الأبعاد فإننا نوصي بـ:

– دراسة العلاقة بين الرأس مال البشري و الإبداع التنظيمي من خلال الاعتماد على مجموعة أبعاد أخرى غير تلك التي اعتمدنا عليها؛

– ربط الرأس مال البشري بمتغيرات تنظيمية أخرى كالولاء التنظيمي ، العدالة التنظيمية ، سلوك المواطنة، تحسين الأداء المنظمي؛

– ربط الميزة التنافسية بمتغيرات تنظيمية أخرى حديثة كتنسيير المهارات، القيادة التحويلية، التعلم التنظيمي، إدارة المعرفة.

الهوامش والمراجع:

Haq, M. (2016). Human capital resources: a review and direction for future research. *Int. J. Management Development* , 1 (04), 269.

Joseph, A. I., & Aibieyi, S. (2015). Human Capital: Definitions, Approaches and Management Dynamics. *Journal of Business Administration and Education* , 05 (01), 58.

Tanwar, R. (2013). Porter's Generic Competitive Strategies. *IOSR Journal of Business and Management* , 15 (01), 12.

– أبو قحف عبد السلام. (2002). *بحوث ودراسات في قضايا إدارية معاصرة*. القاهرة: دار الجامعة الجديدة.

– أحمد بلالي. (2007). الميزة التنافسية و نموذج الإدارة الإستراتيجية. *مجلة العلوم الإنسانية* (11)، 252-253.

– أكرم سالم الجنابي. (2012). *إدارة المعرفة في بناء الكفاءات الحكومية*. عمان: الوراق للنشر و التوزيع.

– ثامر البكري. (2008). *استراتيجيات التسويق*. عمان، الاردن: دار الباروني للنشر.

– حسين يوسف عبد الستار. (2008). *دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال*. عمان، الاردن: دار المسيرة.

– سعد علي العنزي، و وآخرون. (2009). *دائرة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال*. عمان، الاردن: دار البيازوري.

– سماح صولح، و مراد محبوب. (2010). *الرأسمال البشري و صناعة الكفاءات الريادية*. المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر الريادية في مجتمع المعرفة (صفحة 6.7). عمان: جامعة الزيتونة الأردنية.

– سميرة حرنان. (2009). *ترشيد التكاليف لتحقيق تنافسية المؤسسة الخدمية*. رسالة ماجستير ، 33-32. بسكرة، العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة محمد خيضر.

– شريفي إبراهيم. (2012). *دور رأس المال البشري في النمو الاقتصادي: دراسة قياسية في الفترة 1964-2010*. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية (08)، 34.

– عباس حسين جواد، و خولة عبد الحميد محمد. (2006). *اثر رأس المال الفكري في الإبداع المنظمي*. مجلة جامعة أهل البيت (4)، ص1.

– عبد الرضا عطية م. لطيف. (2008). *رأس المال الفكري وإدارة المعرفة: العلاقة والأثر*، دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء المصارف الحكومية في محافظة الديوانية. *مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية* ، 10 (3)، 149.

– عبد الكريم أحمد حسين الديلمي. (2014). *تنمية رأس المال الفكري وأثره في صياغة إستراتيجية منظمات الأعمال*. رسالة ماجستير ، 45-46. إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية، اليمن: جامعة عدن.

– علي السلمي. (2001). *إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية*. القاهرة: دار الغريب للنشر و التوزيع و الطباعة.

- فلة العيهار. (2005). دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير . الجزائر، تخصص إدارة أعمال، الجزائر: جامعة الجزائر.
- مُجد راتول، و أحمد مصنوعة. (2011). لاستثمار في الرأس المال الفكري و أساليب قياس كفاءته. للملتقى الدولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة (صفحة 7). الشلف: جامعة الشلف.
- محي الدين القطب. (2012). الخيار الاستراتيجي و أثره في تحقيق الميزة التنافسية. عمان، الاردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.
- مروان مُجد نجيب. (2011). دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية. القاهرة: دار شتات للنشر و البرمجيات.
- مرم حيمر. (2012). دور استراتيجي الإعلان و التنوع في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة. رسالة ماجستير ، 75. كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة بسكرة.
- مصطفى ماجد مُجد القرا. (2011). رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير ، 306-307. غزة، كلية التجارة، فلسطين: الجامعة الإسلامية غزة.
- مصطفى محمود أوبوكر. (2008). موارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية. مصر: الدار الجامعية.
- نبيل مرسي خليل. (1996). الميزة التنافسية في مجال الأعمال (الإصدار 85). الإسكندرية: الدار الجامعية للطباعة للنشر.
- نوال شين. (2008). دور الأداء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة. رسالة ماجستير . كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة بسكرة.
- هاشم عيسى سعيد أبو لبة. (2008). الاستثمار في رأس المال الفكري في المنظمات المتعلمة. رسالة ماجستير ، 72-73. كلية إدارة الاعمال، الاردن: جامعة آل البيت.
- هاني مُجد السعيد. (2008). رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة (الإصدار 1). القاهرة: دار السحاب للنشر و التوزيع.
- يوسف حجيم سلطان الطائي. (2009). هاشم فوزي دباس العبادي، التسويق الالكتروني (الإصدار 1). عمان، الاردن: مؤسسة الوراق.