

رأس المال البشري ودوره في اختراق الأسواق الدولية (دراسة حالة شركة دال للصناعات الغذائية)

Human Capital and its Role in Penetrating International Markets (Case study of Dal Company for Food Industries 2017-2022)

إعداد: الدكتورة/ نجوى محمد الطيب القلع

أستاذ إدارة الأعمال المساعد، كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا، جمهورية السودان

Email: elgalaanagwa@gmail.com

الدكتور/ وراق علي وراق

أستاذ الاقتصاد المشارك، كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا، جمهورية السودان

Email: Warrag2021@gmail.com

المخلص:

تناولت الدراسة رأس المال البشري ودوره في اختراق الأسواق الدولية دراسة حالة شركة دال للصناعات الغذائية وهدفت الدراسة للتعرف على رأس المال البشري والأسواق الدولية وتحليل العلاقة بينهما لمعرفة ومواجهة الصعوبات التي تحد من اغتنام فرص الدخول للأسواق الدولية. تمثلت مشكلة الدراسة في ملاحظة الباحثان أن هناك قصور من المؤسسات في البحث والتطوير والبناء المعرفي للمورد البشري مما يؤدي إلى ضعفه وعدم فاعليته لاختراق الأسواق الدولية وعليه يمكن صياغة المشكلة من خلال السؤال الآتي: ما دور رأس المال البشري (المهارات، الابتكار، الخبرات، المعرفة) في اختراق الأسواق الدولية؟ تمثلت الفرضية الأساسية للدراسة في: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري (المهارات، الابتكار، الخبرات، المعرفة) واختراق الأسواق الدولية. تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت استبانة في جمع البيانات تم توزيعها على عينة من الموظفين أخذت بصورة عشوائية ووزعت على الموظفين بشركة دال للصناعات الغذائية والبالغ عددهم (50) موظفاً. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: رأس المال البشري يولد قيمة للمؤسسة تزيد من ثروتها المادية والاقتصادية، تساعد خبرات ومهارات المورد البشري على مواكبة التغيرات في البيئة الدولية، يساهم رأس المال المعرفي في الاستفادة من الفرص المتاحة ومواجهة التحديات في البيئة الدولية، كما أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في رأس المال البشري لتنمية معارفه ومهاراته مما يزيد من فاعلية اختراق الأسواق الدولية، وعلى المؤسسات مشاركة المورد البشري في اتخاذ القرارات لضمان ولائه وانتمائه لها، وكذلك البحث عن وسائل جديدة مبتكرة لإيجاد حلول للتحديات التي تواجه المؤسسات، وإيجاد أساليب مبتكرة لمعرفة حاجات العملاء بالأسواق الدولية مما ينتج عنه زيادة في العائد على الاستثمار، وضرورة أن تعمل المؤسسات على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة خبراتهم الدولية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال البشري، المهارات، الابتكار، الخبرات، المعرفة، اختراق الأسواق الدولية.

Human Capital and its Role in Penetrating International Markets (Case study of Dal Company for Food Industries 2017-2022)

Dr. Nagwa Mohamed Eltayeb Elgalaa

Assistant Professor of Business Administration, Emirates College of Science and Technology, Sudan

Dr. Warrag Ali Warrag Nassir

Associate Professor of Economics, Emirates College of Science and Technology, Sudan

Abstract:

The study dealt with human capital and its role in penetrating international markets, a case study of the Dal Company for Food Industries. The study aimed to identify human capital and international markets and analyze the relationship between them to know and confront the difficulties that limit the seizing of opportunities to enter international markets. The problem of the study was the researchers' observation that there are shortcomings of institutions in research, development and knowledge building of the human resource, which leads to its weakness and ineffectiveness in penetrating international markets. Therefore, the problem can be formulated through the following question: What is the role of human capital (skills, innovation, expertise, knowledge) In penetrating international markets? The main hypothesis of the study was: There is a statistically significant relationship between human capital (skills, innovation, expertise, knowledge) and penetration of international markets. The descriptive analytical approach was applied and a questionnaire was used to collect data that was distributed to a sample of employees taken at random and distributed to the 50 employees of Dal Company for Food Industries. The study reached a number of results, including human capital that generates value for the institution that increases its material and economic wealth. The expertise and skills of the human resource help to cope with changes in the international environment. Knowledge capital contributes to benefiting from available opportunities and facing challenges in the international environment. The study also recommended the necessity of Investing in human capital to develop its knowledge and skills, which increases the effectiveness of penetrating international markets.

keywords: Human capital, skills, innovation, expertise, knowledge, penetration into international markets

1. المقدمة:

إن أهمية التسويق الدولي تبدو واضحة من مبدأ التخصص في الإنتاج والتصدير وله أهمية كبيرة بالنسبة للمجتمع حيث يعمل على رفع المستوى المعيشي للمستهلك وتطوير وترقية المجتمع في جميع المجالات وخاصة الاقتصادية منها. لكي تقوم المؤسسات بوضع إستراتيجيات تسويقية جيدة لأداء أنشطتها بفاعلية ومعرفة كيف ستصل إلى الأسواق الدولية وكيف ستفوز على منافسيها والمحافظة على عملائها في تلك الأسواق الجديدة لا بد لها من التركيز في العنصر البشري والتخطيط السليم لتدريبه وإكسابه المعارف والمهارات التي تتناسب مع بيئة السوق الخارجي المستهدف مع الأخذ بعين الاعتبار الاختلافات السياسية، الاقتصادية، الثقافية، القانونية والتنافسية وتحليل تلك العوامل لمعرفة الفرص المتاحة والتحديات التي يمكن أن تصطدم بها المؤسسات في تلك الأسواق الدولية.

1.1. مشكلة الدراسة:

تتميز البيئة التسويقية الدولية بالديناميكية والتعقيد مما يحتم على إدارة المؤسسات أن تراعي العوامل الداخلية والخارجية لها وكيفية اختيار وتنمية المورد البشري لإنجاح التوسع الدولي. لاحظ الباحثان أن هناك قصور من المؤسسات في البحث والتطوير والبناء المعرفي للمورد البشري مما يؤدي إلى ضعفه وعدم فاعليته لاختراق الأسواق الدولية. وعليه يمكن صياغة المشكلة من خلال السؤال الآتي:

ما دور رأس المال البشري في اختراق الأسواق الدولية؟

تتمثل الأسئلة الفرعية للدراسة في الآتي:

1. ما دور المهارات في اختراق الأسواق الدولية؟
2. ما دور الابتكار في اختراق الأسواق الدولية؟
3. ما دور الخبرات في اختراق الأسواق الدولية؟
4. ما دور المعرفة في اختراق الأسواق الدولية؟

2.1. فرضيات الدراسة:

الفرضية الأساسية للدراسة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري واختراق الأسواق الدولية.

تتمثل الفرضيات الفرعية للدراسة في الآتي:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارات واختراق الأسواق الدولية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار واختراق الأسواق الدولية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخبرات واختراق الأسواق الدولية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة واختراق الأسواق الدولية.

3.1. أهداف الدراسة:

1. التعرف على رأس المال البشري الذي يساعد على مواجهة تحديات عصر المنافسة.
2. التعرف على الأسواق الدولية والصعوبات التي تواجه المؤسسات لاغتنام فرص الدخول لها.
3. تحليل العلاقة بين رأس المال البشري والأسواق الدولية.

4. التوصية بتحليل ومعرفة عوامل السوق الخارجية واستقطاب رأس المال البشري الفعال الذي يساعد على الدخول للأسواق الدولية.

4.1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على مفاهيم رأس المال البشري وعلاقته باختراق الأسواق الدولية ولفت انتباه المؤسسات لأهمية التسويق الدولي وما له من أثر كبير على تحقيق أهداف الربحية والبقاء والنمو للمؤسسات وتحسين المستوى المعيشي والرفاهية للأفراد والنمو الاقتصادي للدول، لذلك لا بد من تشجيع المؤسسات لإيجاد حل للمشاكل التي تواجهها في استقطاب رأس المال البشري ذو المهارات والخبرات والمعارف والقادر على الابتكار لاغتنام الفرص ومواجهة التحديات لاختراق الأسواق الدولية.

5.1. منهجية الدراسة:

استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة وتم استخدام برنامج SPSS لتحليل الاستبانة.

6.1. حدود الدراسة:

يتمثل تحديد مجال الدراسة في الآتي:

(1) الحدود المكانية: شركة دال للصناعات الغذائية

(2) الحدود البشرية: الموظفين بالشركة

(3) الحدود الزمنية: 2017 – 2022م

2. الدراسات السابقة:

دراسة (رماس، ابن حميدة، 2010م)

تناولت الدراسة أساليب اختراق المؤسسة الجزائرية للأسواق الدولية، وتمثلت المشكلة في كيف يمكن للمؤسسة الجزائرية اختراق الأسواق الدولية وما هي الطرق والأساليب؟ حيث قام الباحث بالتحرف على التسويق الدولي وما يمكن أن يجنيه من منافع للاقتصاد الوطني. قام الباحث بتطبيق الدراسة على مؤسسة ALZINC الجزائرية ووجد أن مهمة البحث والتنقيب عن الأسواق الدولية التي يمكن أن تستهدفها المؤسسة لطرح منتجاتها غير فعالة نظراً لاعتمادها على طرق ووسائل بسيطة جداً تعد تقليدية. توصلت الدراسة إلى: أن هناك تطور في منتجات المؤسسة وأنها عالية الجودة ولكن التوزيع يعتبر مشكلة أساسية في المؤسسة وأن هناك غياب لسياسة خاصة بالترويج. قام الباحث باقتراح هيكل تنظيمي لمديرية التصدير يركز على تقسيم الأسواق المستهدفة حسب المناطق الجغرافية وأن يقوم مدير التصدير ومساعدوه بالدراسات السوقية والبحث عن الأسواق الممكنة وتكوين بنك للمعلومات يساعد المؤسسة في اتخاذ القرارات. اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في اختراق المؤسسة للأسواق الدولية واختلفت في دراستها لأساليب الاختراق أما الدراسة الحالية فتناولت الموارد البشرية ودورها في اختراق الأسواق الدولية.

دراسة (عبد الحميد، 2015م)

تناولت الدراسة إستراتيجية المؤسسة في اختراق الأسواق الدولية، وتمثلت المشكلة في ما هي الاستراتيجيات المعتمدة من طرف المؤسسات الوطنية في اختراق الأسواق الدولية؟. توصلت الدراسة إلى: أن هناك تقنيات لاختيار الأسواق الدولية لا بد لأي دولة تريد الدخول للأسواق الدولية أن تأخذها بعين الاعتبار وتستعملها في التوجه نحو الأسواق الدولية،

وأن الميزة التنافسية تحقق عن طريق توصل المؤسسة إلى انتهاج آليات التصدير التي تعتبر أكثر فاعلية من حيث إجراء التنسيق بين المعطيات الداخلية والخارجية للمؤسسة. اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في اختراق المؤسسة للأسواق الدولية واختلفت في دراستها لاستراتيجية المؤسسة أما الدراسة الحالية فتناولت دور الموارد البشرية في اختراق الأسواق الدولية.

دراسة (صغيري، 2016م)

تناولت الدراسة دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية، وتمثلت المشكلة في: ما دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية؟ وافترضت أن عملية اختيار السوق الدولي المناسب يعتبر نقطة أساسية لنجاح استراتيجية التصدير. توصلت الدراسة إلى: أن التصدير عنصر مهم لزيادة النمو والتوسع للمؤسسة وأنه يكسب زبائن جدد ويسهم في اختراق الأسواق الدولية. وأوصت بضرورة الاعتماد على رجال التسويق وأخذ آرائهم وأفكارهم والقيام بمعارض دولية لكسب ثقة المستهلكين. اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في اختراق المؤسسة للأسواق الدولية واختلفت في دراستها لدور التصدير أما الدراسة الحالية فتناولت دور الموارد البشرية في اختراق الأسواق الدولية.

دراسة (كلاعية، دبابسية، 2019م)

تناولت الدراسة إستراتيجيات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في اختراق الأسواق الدولية، وتمثلت المشكلة في ما هي أهم الاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة في اختراق الأسواق الدولية؟ وافترضت أن التسويق الدولي يلعب دور مهم في تطور مبيعات المؤسسة ووصولها إلى الأسواق الدولية. استخدم المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن المؤسسة المتجهة للسوق الدولي عليها تطوير أنظمة معلوماتها التسويقية للتعرف على بيئة الأسواق الأجنبية، وأوصت بتصميم هيكل تنظيمي يتلاءم مع المفهوم الحديث للتسويق وانتهاج أساليب أخرى لبلوغ الأسواق الدولية. اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في اختراق المؤسسة للأسواق الدولية واختلفت في دراستها لاستراتيجيات المؤسسة الاقتصادية، أما الدراسة الحالية فتناولت الموارد البشرية ودورها في اختراق الأسواق الدولية.

3. الإطار النظري:

1.3. رأس المال البشري:

يعد رأس المال البشري العنصر الهام في رأس المال الفكري لكونه محرك الإبداع والمورد الحاسم للقيمة غير الملموسة في عصر المعرفة ويتمثل في القوى العاملة التي تمتلك القدرة والتفكير والتجديد والابتكار وذلك بفعل المعرفة الضمنية الكامنة في أذهان العاملين (Uliana, Grant, and Macey, 2005). وهذا العنصر هو المسؤول عن التفكير وعمليات الإبداع والابتكار بالمنظمة. وتعتبر الأصول البشرية المعرفة المحفوظة في ذهن العامل والتي لا تملكها المنظمة بل هي مرتبطة بالفرد شخصياً، وتتمثل في المعارف، المهارات، الإبداع، والخبرات (رواية حسن، 2001). رأس المال البشري يمثل جميع الموارد البشرية ذات الإمكانيات المتميزة على شغل الوظائف الإدارية والفنية والتي لديها القدرات الإبداعية والابتكارية والتفوقية وتشمل هذه على معارف العاملين المتطورة وخبراتهم المتراكمة على التجارب الحياتية والعملية ومهاراتهم التقنية فضلاً عن رضاهم ومعنوياتهم وتماسكهم كفريق عمل متكامل (سعد علي العتري، 2005).

2.3. مكونات رأس المال البشري:

هو مجموع القدرات والمهارات والخبرات البشرية المتباينة في مستويات أدائها في المنظمة حالياً والتي ستهيئ للعمل مستقبلاً أو المعطلة بسبب الظروف (Evans, 2002).

المهارات:

المهارة مقدرة ذهنية أو عقلية مكتسبة أو طبيعية في الفرد للقيام بواجبه بالكفاية، والكفاءة المطلوبة وتنقسم إلى مقدرة على التأقلم ومقدرة على التحليل والتفكير في المستقبل، ومقدرة التجديد والابتكار مما يسهل أداء مهمة أو نشاط معين بصورة مقنعة وبالأسيب والإجراءات الملائمة وبطريقة صحيحة (نبيلة ميمون، 2016).

الابتكار:

هو وسيلة لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المنظمات، ويعرف الابتكار على أنه أي فكر أو سلوك أو شيء ما جديد لأنه يختلف نوعاً عن الأشكال القائمة، وهو ملاحظة وتوليد أفكار جديدة من خلال توفر وجهات نظر متباينة وتنسيق الأفعال الضرورية لتنفيذ هذه الأفكار وترجمتها إلى إبتكارات (علي محمد عبد الرشيد، 2004).

الخبرات:

الخبرة فردية اجتماعية في آن واحد يفسر ذلك أن ما يتعلمه الفرد بالخبرة غالباً ما يتطور نتاج تفاعل الفرد مع أفراد مجتمعه فالمعايشة واختبار الأحداث لا يتم إلا في وسط بيئي يتفاعل من خلاله الفرد مع المحيطين به فتتكون الخبرة في داخله ومن جانب آخر فإن هذه الخبرة ليست ذات قيمة إذا ما تلقاها الفرد بتسليم دونما تفكير، والخبرة متغيرة ومتطورة لأنها تتفاعل باستمرار مع مواقف البيئة وظروفها، وفي هذا التفاعل المستمر تترابط مع خبرات أخرى، ويحدث لها ما يسمى بتعديل الخبرة وإعادة تنظيمها وتركيبها (أسماء عبدالمطلب، عماد عبدالله، 2014).

المعرفة:

هي ذلك الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي والتفكير والدراسات الميدانية وتطوير المشروعات الابتكارية، وغيرها من أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمان (المغربي، 2002). كما عرفت بأنها مزيج من الخبرات والمهارات والقدرات والمعلومات السياقية المترابطة لدى العاملين ولدى المنظمة (العلي، 2006).

وبما أن العنصر البشري هو أساس نجاح المنظمات فعليها أن تصب جل اهتمامها في الاستثمار في رأس المال البشري وذلك بالتعليم والتدريب مما يزيد من المعارف والخبرات والمهارات، إن الإنفاق على الإستثمار في رأس المال البشري مؤشر لقياس ربحية المنظمة ويساهم بشكل فاعل في تحقيق فوائد عالية للمنظمة فهو يعزز من الابتكار والإبداع مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة في اختراق الأسواق الدولية.

إن الاستثمار في رأس المال البشري سيؤدي إلى تحقيق منافع طويلة الأجل، تتمثل في تغيير الصورة الذهنية تجاه طبيعة العمل بما يؤدي إلى زيادة القدرات الإبداعية وتحسين الإنتاجية، وزيادة الإيرادات، بالإضافة إلى تحقيق المزيد من الخدمات والمنتجات، وتحسين العلاقات بين العملاء والموردين.

السوق:

هو نظام متكامل ومتداخل من أنشطة تهدف إلى تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات لحاجات المستهلكين (طلحة، 2019م). أما كوتلر فيعرف التسويق على أنه العملية التي تقوم المنظمات من خلالها بخلق قيمة للمستهلكين وبناء علاقات قوية معهم في الطلب والحصول على قيمة من المستهلكين في مقابل ذلك (Kotler Armstrong, 2011).

إن إستراتيجية المؤسسة تصف توجهها تجاه النمو وتحدد الأعمال التي تعمل بها المؤسسة وتقودها نحو الدخول والخروج من الأعمال المختلفة وكيف تضيف القيمة للمستهلك. وتنبثق من إستراتيجية المؤسسة إستراتيجية الأعمال التي توضح كيفية التنافس في أعمال معينة وإن أغلب المؤسسات الكبيرة لديها أعمال كثيرة وكلها تنافس في أجزاء أسواق مختلفة وكل وحدة عمل يجب أن تمتلك قاعدة للتنافس في أسواق معينة (Schroeder,2007).

التسويق الدولي:

هو عبارة عن مجموعة من الطرق والتقنيات التي تسمح للمؤسسة بكسب زبائن جدد والمحافظة عليهم وذلك من خلال الاتصال المستمر بالأسواق، وذلك يتحقق من خلال المعرفة الجيدة للأسواق بالملاحظة والتحليل للطلب والمنافسة والوسطاء والمحيط القانوني والاجتماعي والثقافي، وأيضاً التسويق الجيد للمنتجات بالاعتماد على سياسة فعالة للاتصال والتوزيع (علاق، البدلي، 2008م).

إن قرارات عمليات التسويق الدولي تتطلب قيام الشركة بتحديد حاجات ورغبات المستهلكين وإنتاج الأصول التي تحقق ميزة تفضيلية تسويقية وإجراء اتصالات حول هذه الأصول وتوزيعها وتبادلها دولياً عن طريق واحد أو مجموعة من صيغ التعاقد على التبادل (عفيفي، 2003م).

تتجه المؤسسات للدخول للأسواق الدولية لتحقيق جملة من الدوافع تتلخص في الآتي (جوامع، 2007م)

1. أهداف الربح والنمو: حيث تفكر المؤسسات في التوسع دولياً لزيادة الربح وضمان الاستمرارية.
2. توفر المعلومات: إن توفر المعلومات عن الأسواق المراد الدخول فيها يعتبر من العناصر المهمة التي تدفع بالمؤسسات نحو التسويق الدولي.
3. اتجاهات المديرين: إن الدوافع الحاسمة نحو العمل الدولي أو تجنبه هو طاقم المديرين بالمؤسسة.
4. التفوق التكنولوجي: إن المؤسسة التي وصلت إلى درجة عالية من التفوق التكنولوجي، أو تمتلك منتجات لا ينافسها فيها أحد تستطيع بسهولة أن تتجه إلى التسويق الدولي.

أسهمت شركة دال للصناعات الغذائية إسهاماً كبيراً ومقدراً في الاقتصاد الوطني، فهي الشركة الأولى في السودان في التصنيع الغذائي، لذلك تسعى جاهدة لتحقيق أفضل المنتجات وأجودها من حيث مطابقتها للمواصفات العالمية، ويتم فيها الإنتاج عبر استخدام أفضل وأحدث ما توصلت إليه التقنية الحديثة إلى جانب الكادر الوطني المؤهل ذو المواصفات الخاصة والخبرات الأجنبية المقننة، وذلك لتجويد الأداء والمحافظة على سمعة الشركة وتقديم قيمة للزبون وزيادة ثقته في الشركة. إن حرص شركة دال على الجودة والتميز يقابله حرص من العاملين للمحافظة على هذه السمعة الطيبة، وتوسيع قطاعات السوق وإرضاء المستهلكين بل لا تقف أهداف الشركة على تغطية السوق المحلي فحسب حيث تهدف إلى انتشار منتجاتها على صعيد واسع في الأسواق الدولية.

لا يمكن لأي مؤسسة النجاح في اختراق الأسواق الدولية وتحقيق المزايا التنافسية من دون الدراسة والتحليل لكل متغيرات البيئة الداخلية لمعرفة نقاط القوة والضعف وتحليل البيئة الخارجية للتعرف على التهديدات ومواجهتها واغتنام الفرص التسويقية المتاحة في الأسواق الدولية. فالعنصر البشري هو المورد الاستراتيجي في عملية التنمية وهو المورد الذي يصعب نسخه أو تقليده لإمكاناته وقدراته ومهاراته من قبل أي مؤسسة أخرى غير التي يعمل بها. فالإنسان هو ثمرة التنمية كما هو غايتها

وسيلتها حيث يمثل العامل الحاسم في التطوير لأنه المكون له والفاعل فيه، فعلى المؤسسات الإنفاق على الاستثمار في المورد البشري لزيادة مهاراته ومعارفه الإنتاجية ومواكبة التطور التكنولوجي وتوظيفه لتطوير الإنسان ذاته فكراً، سلوكاً، نقداً، رايًا، مشاركةً وإبداعاً، مما يجعلها ذات قوة لمواجهة المنافسة الدولية وتوسيع قاعدتها باختراق الأسواق الدولية.

4. نتائج التحليل واختبار فروض الدراسة

1.4. مجتمع وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث الأصلي من الموظفين وعينة البحث قد تم اختيارها بطريقة عشوائية من مجتمع البحث، حيث قاما الباحثان بتوزيع عدد (50) استمارة استبانة على عينة البحث واستجاب (50) فرداً أي ما نسبته (100%) من المبحوثين، حيث أعادوا الاستمارات بعد ملئها بالمعلومات المطلوبة.

2.4. الثبات والصدق الإحصائي:

لحساب الصدق والثبات الإحصائي لاستمارة الاستبانة تم أخذ عينة استطلاعية بحجم (20) فرداً وتم حساب ثبات وصدق الاستبانة من هذه العينة بموجب معادلة التجزئة النصفية ويوضح الجدول رقم (1) نتائج الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية:

جدول رقم (1) نتائج الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية

المقياس	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
المحور الأول	65%	80%
المحور الثاني	74%	85%
الاستبانة كاملة	66%	81%

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2022م

يتضح للباحثان من الجدول أعلاه أن نسبة معامل الثبات ومعامل الصدق الذاتي وفقاً لمعادلة ألفا كرونباخ للعبارات لكامل استمارة الاستبانة عالية جداً وتقارب (100%) مما يعطي مؤشر جيد لقوة وصدق الاستبانة وفهم عباراتها من قبل المبحوثين، ومن ثم الاعتماد عليها في اختبار فرضيات الدراسة.

3.4. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وبمعاونة الأساليب الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على العبارات.
2. ألفا كرونباخ لحساب معامل الثبات والصدق الإحصائي.
3. الوسط الحسابي (Mean) لإجابات أفراد العينة على العبارات.
4. اختبار مربع كاي.

5. تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1- تحليل ومناقشة عبارات المحور الأول: رأس المال البشري

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء الباحثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (رأس المال البشري) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

جدول رقم (2) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة رأس المال البشري

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
أوافق	1.262	3.80	20	12	9	6	3	يولد رأس المال البشري قيمة للمؤسسة تزيد من ثروتها المادية والاقتصادية
			40%	24%	18%	12%	6%	
أوافق	1.102	3.64	12	18	12	6	2	إن فكر وسلوك المورد البشري المتجدد يساعد لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المؤسسات دولياً
			24%	36%	24%	12%	4%	
محايد	1.179	3.28	9	12	17	8	4	يعد رأس المال البشري مصدر للابتكار والتجديد بالمؤسسة
			18%	24%	34%	16%	8%	
أوافق	1.168	3.32	9	14	14	10	3	المقدرة الذهنية والعقلية تساعد المورد البشري على التأقلم والتحليل والتفكير في المستقبل
			18%	28%	28%	20%	6%	
أوافق	1.141	3.38	8	17	15	6	4	مقدرة التجديد والابتكار تسهل على المورد البشري أداء مهامه بصورة مقنعة وبأساليب وإجراءات ملائمة
			16%	34%	30%	12%	8%	
أوافق	1.170	3.48	58	73	67	36	16	رأس المال البشري
			23.2%	29.2%	26.8%	14.4%	6.4%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022 م

بعد دراسة الجدول السابق (2) لنتائج المحور الأول (رأس المال البشري) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.48) أي موافقين بحسب مقياس ليكرت الخماسي. أي أن غالبية الباحثين موافقين على ما جاء بعبارات محور رأس المال البشري.

2- تحليل ومناقشة عبارات المحور الثاني (المهارات)

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء المبحوثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (المهارات) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

جدول رقم (3) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المهارات

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة					
			أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
أوافق	1.183	3.78	18	14	8	9	1	الاستثمار في تعليم وتدريب المورد البشري يزيد من مهاراته
			36%	28%	16%	18%	2%	
أوافق	1.225	3.64	15	16	7	10	2	تنمية مهارات التفكير للمورد البشري من خلال التفاعل الاجتماعي تساعد في تكيفه مع البيئة الدولية
			30%	32%	14%	20%	4%	
أوافق	1.126	3.42	11	12	15	11	1	تساهم التنمية المهنية للمورد البشري في اختراق الأسواق الدولية
			22%	24%	30%	22%	2%	
محايد	1.210	2.62	3	12	7	19	9	يعاني المورد البشري من عدم مشاركته في اتخاذ القرارات داخل المؤسسات مما ينعكس سلباً على ولائه لها
			6%	24%	14%	38%	18%	
محايد	1.279	2.58	4	10	9	15	12	قلة المهارات تعيق رأس المال البشري للانتقال من دولة إلى أخرى
			8%	20%	18%	30%	24%	
محايد	1.205	3.21	51	64	46	64	25	المهارات
			20.4%	25.6%	18.4%	25.6%	10.0%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بعد دراسة الجدول السابق (3) لنتائج المحور الثاني (المهارات) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.21) أي محايد حسب مقياس ليكرت الخماسي. أي أن غالبية المبحوثين محايدون عن ما جاء بمحور المهارات.

3- تحليل ومناقشة عبارات المحور الثالث: الابتكار

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء المبحوثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (الابتكار) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

جدول رقم (4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الابتكار

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
محايد	1.415	3.28	14	11	5	15	5	الابتكار وسيلة لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المؤسسات
			28%	22%	10%	30%	10%	
أوافق	1.385	3.40	15	10	11	8	6	تعمل المؤسسة على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة قدراتهم الابتكارية
			30%	20%	22%	16%	12%	
أوافق	1.343	3.44	15	11	9	11	4	يساهم الابتكار في توليد أفكار جديدة بالمؤسسات
			30%	22%	18%	22%	8%	
محايد	1.283	2.84	7	8	13	14	8	يساعد الابتكار في معرفة حاجات العملاء بالأسواق الدولية
			14%	16%	26%	28%	16%	
محايد	1.245	3.04	6	15	10	13	6	ابتكار المورد البشري لطرق جديدة تسهم في زيادة العائد على الاستثمار
			12%	30%	20%	26%	12%	
محايد	1.334	3.20	57	55	48	61	29	الابتكار
			22.8%	22.0%	19.2%	24.4%	11.6%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022 م

من خلال دراسة الجدول السابق (4) لنتائج المحور الثالث (الابتكار) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.20) أي محايد حسب مقياس ليكرت الخماسي. بمعنى أن غالبية المبحوثين محايدون عن ما جاء بعبارات محور الابتكار.

4- تحليل ومناقشة عبارات المحور الرابع: الخبرات

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء المبحوثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (الخبرات) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

الخبرات جدول رقم (5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الخبرات

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
أوافق	1.262	3.80	20	12	9	6	3	تساعد خبرات المورد البشري على مواكبة

			40%	24%	18%	12%	6%	التغيرات في البيئة الدولية
أوافق	1.102	3.64	12	18	12	6	2	تتوالد الخبرات بتفاعل الفرد وتعايشه مع أفراد مجتمعه
			24%	36%	24%	12%	4%	
محايد	1.179	3.28	9	12	17	8	4	تعمل المؤسسة على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة خبراتهم الدولية
			18%	24%	34%	16%	8%	
أوافق	1.168	3.32	9	14	14	10	3	ينمي التفاعل المستمر خبرات الأفراد وربطها بخبرات أخرى
			18%	28%	28%	20%	6%	
أوافق	1.141	3.38	8	17	15	6	4	تساعد الخبرة في تحديد منفعة المؤسسة من الاستثمار في الأسواق الدولية
			16%	34%	30%	12%	8%	
أوافق	1.170	3.48	58	73	67	36	16	الخبرات
			23.2%	29.2%	26.8%	14.4%	6.4%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022 م

بعد دراسة الجدول السابق (5) لنتائج المحور الرابع (الخبرات) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.48) أي موافقين بحسب مقياس ليكرت الخماسي. أي أن غالبية المبحوثين موافقين على ما جاء بعبارات محور الخبرات.

5- تحليل ومناقشة عبارات المحور الخامس: المعرفة

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء المبحوثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (المعرفة) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

جدول رقم (6) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المعرفة

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
محايد	1.460	3.10	15	4	8	17	6	تساهم المعرفة في تسهيل الدخول إلى الأسواق الدولية
			30%	8%	16%	34%	12%	
محايد	1.315	3.16	10	12	9	14	5	تحفز المؤسسات مواردها البشرية على تكوين معارفها وزيادة قدراتها الإبداعية
			20%	24%	18%	28%	10%	
أوافق	1.297	3.54	15	13	10	8	4	يساهم رأس المال المعرفي في الاستفادة من الفرص المتاحة
			30%	26%	20%	16%	8%	

أوافق	1.165	3.48	11	15	14	7	3	ينحصل المورد البشري على المعرفة من خلال البحث العلمي والتفكير
			22%	30%	28%	14%	6%	
أوافق	1.309	3.32	51	44	41	46	18	المعرفة
			25.5%	22.0%	20.5%	23.0%	9.0%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022 م

بعد دراسة الجدول السابق (6) لنتائج المحور الخامس (المعرفة) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.32) أي موافق حسب مقياس ليكرت الخماسي. بمعنى أن غالبية المبحوثين موافقين عن ما جاء بمحور المعرفة.

6- تحليل ومناقشة عبارات المحور السادس: اختراق الأسواق الدولية

يهدف هذا المحور لمعرفة اتجاه آراء المبحوثين حول كل عبارة من عبارات هذا المحور (اختراق الأسواق الدولية) وذلك من خلال استخدام الوسط الحسابي.

جدول رقم (7) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات اختراق الأسواق الدولية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
أوافق	1.309	3.32	17	16	12	3	2	تعمل المؤسسة على استغلال قدرات مواردها البشرية لاختراق الأسواق الدولية
			34%	32%	24%	6%	4%	
أوافق	1.088	3.86	14	18	13	3	2	بساهم التكيف مع المتغيرات لاغتنام الفرص في السوق الدولية
			28%	36%	26%	6%	4%	
أوافق	1.055	3.78	8	10	9	15	8	تؤثر لوائح وقوانين الدول في اختراق الأسواق الدولية
			16%	20%	18%	30%	16%	
محايد	1.344	2.90	9	8	11	14	8	تقوم المؤسسة بشراكة مع بعض المؤسسات الدولية للتوسع خارجياً وتسويق منتجاتها
			18%	16%	22%	28%	16%	
محايد	1.353	2.92	22	18	7	0	3	تقوم المؤسسة بتطوير موردها البشري وتنميته من أجل مواجهة التحديات في البيئة الدولية
			44%	36%	14%	0%	6%	
أوافق	1.062	3.35	70	70	52	35	23	اختراق الأسواق الدولية
			28.0%	28.0%	20.8%	14.0%	9.2%	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022 م

من خلال دراسة الجدول السابق (7) لنتائج المحور السادس (اختراق الأسواق الدولية) نجد أنه حصل على وسط حسابي (3.35) أي أوافق حسب مقياس ليكرت الخماسي. بمعنى أن غالبية المبحوثين يوافقون على ما جاء بمحور اختراق الأسواق الدولية.

عرض ومناقشة نتائج المحور الأول: رأس المال البشري

يهدف هذا المحور لمعرفة رأس المال البشري وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من عبارات المحور الأول، ويتم حساب قيمة كاي تربيع لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور رأس المال البشري كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (8) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات رأس المال البشري

الرقم	العبارة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	يولد رأس المال البشري قيمة للمؤسسة تزيد من ثروتها المادية والاقتصادية	17.000a	4	.002	دالة احصائياً
2	إن فكر وسلوك المورد البشري المتجدد يساعد لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المؤسسات دولياً	15.200a	4	.004	دالة احصائياً
3	يعد رأس المال البشري مصدر للابتكار والتجديد بالمؤسسة	9.400a	4	.052	دالة احصائياً
4	المقدرة الذهنية والعقلية تساعد المورد البشري على التأقلم والتحليل والتفكير في المستقبل	8.200a	4	.085	غير دالة احصائياً
5	مقدرة التجديد والابتكار تسهل على المورد البشري أداء مهامه بصورة مقنعة وبأساليب وإجراءات ملائمة	13.000a	4	.011	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

يتضح للباحثان من الجدول رقم (8) ما يلي:

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص برأس المال البشري من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية على التوالي (0.002) (0.004) (0.052) (0.011) جميعها أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين.

تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني:

يهدف هذا المحور لمعرفة المهارات واختبار هذا المحور لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور، استخدام اختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة المحور الثاني.

الجدول رقم (9) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات محور المهارات

الرقم	العبارة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	الاستثمار في تعليم وتدريب المورد البشري يزيد من مهارات	16.600a	4	.002	دالة احصائياً
2	تنمية مهارات التفكير للمورد البشري من خلال التفاعل الاجتماعي تساعد في تكيفه مع البيئة الدولية	13.400a	4	.009	دالة احصائياً
3	تساهم التنمية المهنية للمورد البشري في اختراق الأسواق الدولية	11.200a	4	.024	دالة احصائياً
4	يعاني المورد البشري من عدم مشاركته في اتخاذ القرارات داخل المنظمات مما ينعكس سلباً على ولائه لها	14.400a	4	.006	دالة احصائياً
5	قلة المهارات تقييد رأس المال البشري للانتقال من دولة إلى أخرى	6.600a	4	.159	غير دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص بالمهارات من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية على التوالي (0.002) (0.009) (0.024) (0.006) جميعها أقل من مستوى دلالة (0.05) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين.

تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث:

يهدف هذا المحور لمعرفة الابتكار واختبار هذا المحور لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور، استخدام مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (10) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات محور الابتكار

الرقم	العبارة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	الابتكار وسيلة لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المؤسسات	9.200a	4	.056	غير دالة احصائياً

غير دالة احصائياً	.331	4	4.600a	تعمل المؤسسة على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة قدراتهم الابتكارية	2
غير دالة احصائياً	.171	4	6.400a	يساهم الابتكار في وتوليد أفكار جديدة بالمؤسسات	3
غير دالة احصائياً	.380	4	4.200a	يساعد الابتكار في معرفة حاجات العملاء بالأسواق الدولية	4
غير دالة احصائياً	.159	4	6.600a	ابتكار المورد البشري لطرق جديدة تسهم في زيادة العائد على الاستثمار	5

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

يتضح للباحثان من الجدول رقم (10) ما يلي:

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص بالابتكار من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية على التوالي (0.331) (0.171) (0.380) (0.159). جميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة 5% مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد العينة ولصالح المحايدين.

عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع:

يهدف هذا المحور لمعرفة بُعد الخبرات وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات للبعد الرابع، ويتم حساب واختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعده الخبرات كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (11) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الخبرات

الرقم	العبارة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	تساعد خبرات المورد البشري على مواكبة التغيرات في البيئة الدولية	17.000a	4	.002	دالة احصائياً
2	تتوالد الخبرات بتفاعل الفرد وتعايشه مع أفراد مجتمعه	15.200a	4	.004	دالة احصائياً
3	تعمل المؤسسة على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة خبراتهم الدولية	9.400a	4	.052	دالة احصائياً
4	ينمي التفاعل المستمر خبرات الأفراد وربطها مع خبرات أخرى	8.200a	4	.085	غير دالة احصائياً
5	تساعد الخبرة في تحديد منفعة المؤسسة من الاستثمار في الأسواق الدولية	13.000a	4	.011	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

يتضح للباحثان من الجدول رقم (11) ما يلي:

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص بالخبرات من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية على التوالي (0.002) (0.004) (0.052) (0.011) جميعها أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين.

عرض ومناقشة نتائج المحور الخامس: المعرفة

يهدف هذا المحور لمعرفة بعد المعرفة وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من عبارات المحور الخامس، ويتم حساب واختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعدها المعرفة كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (12) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات المعرفة

الرقم	العبارة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	تساهم المعرفة في تسهيل الدخول إلى الأسواق الدولية	13.000a	4	.011	دالة احصائياً
2	تحفز المنظمات مواردها البشرية على تكوين معارفها وزيادة قدراتها الإبداعية	4.600a	4	.331	غير دالة احصائياً
3	يساهم رأس المال المعرفي في الاستفادة من الفرص المتاحة	7.400a	4	.116	غير دالة احصائياً
4	يتحصل المورد البشري على المعرفة من خلال البحث العلمي والتفكير	10.000a	4	.040	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

يتضح للباحثان من الجدول رقم (12) ما يلي:

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص بالمعرفة من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية على التوالي (0.011) (0.040) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بينما نجد العبارة الثانية والثالثة ليس لها فروق ذات دلالة إحصائية.

عرض ومناقشة نتائج المحور السادس: اختراق الأسواق الدولية

يهدف هذا المحور لمعرفة اختراق الأسواق الدولية وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من عبارات المحور السادس، ويتم حساب قيمة كاي تربيع لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور اختراق الأسواق الدولية كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (13) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات اختراق الأسواق الدولية

الرقم	العبرة	كاي المحسوبة	درجة الحرية	درجة المعنوية	القرار
1	تعمل المؤسسة على استغلال قدرات مواردها البشرية لاختراق الأسواق الدولية	20.200a	4	.000	دالة احصائياً
2	يساهم التكيف مع المتغيرات لاغتنام الفرص في السوق الدولية	20.200a	4	.000	دالة احصائياً
3	تؤثر لوائح وقوانين الدول في اختراق الأسواق الدولية	3.400a	4	.493	غير دالة احصائياً
4	تقوم المؤسسة بشراكة مع بعض المؤسسات الدولية للتوسع خارجياً وتسويق منتجاتها	2.600a	4	.627	غير دالة احصائياً
5	تقوم المؤسسة بتطوير مواردها البشري وتنميته من أجل مواجهة التحديات في البيئة الدولية	19.280b	3	.000	دالة احصائياً

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

يتضح للباحثان من الجدول رقم (13) ما يلي:

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بجميع العبارات في المحور الخاص باختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للعبارات الأولى والثانية والخامسة على التوالي (0.000) (0.000) (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (4) و(3) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اجابات أفراد العينة ولصالح الموافقون بينما نجد العبارة الثالثة والرابعة ليس لها فروق ذات دلالة إحصائية.

اختبار كاي لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة واختراق الأسواق الدولية:

جدول رقم (14) اختبار مربع كاي لقياس العلاقة بين محوري رأس المال البشري * اختراق الأسواق الدولية

Total	اختراق الأسواق الدولية				رأس المال البشري * اختراق الأسواق الدولية		
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا	أوافق	محايد
3	0	0	2	1	Count	لا	رأس المال البشري
100.0%	.0%	.0%	66.7%	33.3%	% within رأس المال البشري	أوافق	
17	3	3	9	2	Count	محايد	
100.0%	17.6%	17.6%	52.9%	11.8%	% within رأس المال البشري	محايد	
20	3	11	6	0	Count	أوافق	
100.0%	15.0%	55.0%	30.0%	.0%	% within رأس المال البشري	أوافق	

10	7	1	2	0	Count	أوافق	اختبار مربع كاي
100.0%	70.0%	10.0%	20.0%	.0%	% within رأس المال البشري	بشدة	
50	13	15	19	3	Count	Total	اختبار مربع كاي
100.0%	26.0%	30.0%	38.0%	6.0%	% within رأس المال البشري		
دالة احصائياً	.002	المعنوية	9	درجة الحرية	26.192a	كاي تربيع	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للعلاقة بين رأس المال البشري * اختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للمحورين (0.002) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (9) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري * اختراق الأسواق الدولية يعزى لرأس المال البشري.

جدول رقم (15) اختبار مربع كاي لقياس العلاقة بين محوري المهارات واختراق الأسواق الدولية

Total	اختراق الأسواق الدولية				محوري المهارات واختراق الأسواق الدولية		
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق	محايد	أوافق
3	3	0	0	0	Count	لا أوافق	المهارات
100.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	% within المهارات	بشدة	
4	0	2	2	0	Count	لا أوافق	المهارات
100.0%	.0%	50.0%	50.0%	.0%	% within المهارات	محايد	
20	4	6	8	2	Count	محايد	المهارات
100.0%	20.0%	30.0%	40.0%	10.0%	% within المهارات	أوافق	
17	6	4	7	0	Count	أوافق	المهارات
100.0%	35.3%	23.5%	41.2%	.0%	% within المهارات	أوافق بشدة	
6	0	3	2	1	Count	أوافق بشدة	المهارات
100.0%	.0%	50.0%	33.3%	16.7%	% within المهارات	Total	
50	13	15	19	3	Count	Total	نتيجة اختبار مربع كاي
100.0%	26.0%	30.0%	38.0%	6.0%	% within المهارات	كاي تربيع	
غير دالة احصائياً	.160	المعنوية	12	درجة الحرية	16.734a	كاي تربيع	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للعلاقة بين المهارات واختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للمحورين (0.160) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (12) ومستوى دلالة 5% مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهارات واختراق الأسواق الدولية ويعزي لاختلاف المهارات.

جدول رقم (16) اختبار مربع كاي لقياس العلاقة بين محوري الابتكار واختراق الأسواق الدولية

Total	اختراق الأسواق الدولية				الابتكار واختراق الأسواق الدولية		
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	Count	لا أوافق	الابتكار
5	2	0	2	1	Count	لا أوافق	
100.0%	40.0%	.0%	40.0%	20.0%	% within	الابتكار	
25	8	6	9	2	Count	محايد	
100.0%	32.0%	24.0%	36.0%	8.0%	% within	الابتكار	
16	3	8	5	0	Count	أوافق	Total
100.0%	18.8%	50.0%	31.3%	.0%	% within	الابتكار	
4	0	1	3	0	Count	أوافق بشدة	نتيجة اختبار مربع كاي
100.0%	.0%	25.0%	75.0%	.0%	% within	الابتكار	
50	13	15	19	3	Count		Total
100.0%	26.0%	30.0%	38.0%	6.0%	% within	الابتكار	
غير دالة إحصائياً	0.296	المعنوية	9	درجة الحرية	10.718a	كاي تربيع	مربع كاي

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للعلاقة بين الابتكار واختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للمحورين (0.296) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (9) ومستوى دلالة 5% مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الابتكار واختراق الأسواق الدولية يعزي للإبتكار.

جدول رقم (17) اختبار مربع كاي لقياس العلاقة بين محوري الخبرات واختراق الأسواق الدولية

Total	اختراق الأسواق الدولية				الخبرات واختراق الأسواق الدولية		
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	Count	لا أوافق	الخبرات
3	0	0	2	1	Count	لا أوافق	
100.0%	.0%	.0%	66.7%	33.3%	% within	الخبرات	
17	3	3	9	2	Count	محايد	

100.0%	17.6%	17.6%	52.9%	11.8%	% within	الخبرات	أوافق
20	3	11	6	0	Count		
100.0%	15.0%	55.0%	30.0%	.0%	% within	الخبرات	أوافق بشدة
10	7	1	2	0	Count		
100.0%	70.0%	10.0%	20.0%	.0%	% within	الخبرات	Total
50	13	15	19	3	Count		
100.0%	26.0%	30.0%	38.0%	6.0%	% within	الخبرات	اختبار مربع كاي
دالة احصائياً	.002	المعنوية	9	درجة الحرية	26.192a	كاي تربيع	

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للعلاقة بين الخبرات واختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للمحورين (0.002) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (9) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرات واختراق الأسواق الدولية يعزي للخبرات.

جدول رقم (18) اختبار مربع كاي لقياس العلاقة بين محوري المعرفة واختراق الأسواق الدولية

Total	اختراق الأسواق الدولية				المعرفة واختراق الأسواق الدولية		
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	Count	المعرفة	
1	0	0	0	1	Count	لا أوافق بشدة	المعرفة
100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	% within	المعرفة	
7	1	2	4	0	Count	لا أوافق	محايد
100.0%	14.3%	28.6%	57.1%	.0%	% within	المعرفة	
20	6	4	9	1	Count	محايد	أوافق
100.0%	30.0%	20.0%	45.0%	5.0%	% within	المعرفة	
15	3	6	5	1	Count	أوافق	أوافق بشدة
100.0%	20.0%	40.0%	33.3%	6.7%	% within	المعرفة	
7	3	3	1	0	Count	أوافق بشدة	Total
100.0%	42.9%	42.9%	14.3%	.0%	% within	المعرفة	
50	13	15	19	3	Count	Total	
100.0%	26.0%	30.0%	38.0%	6.0%	% within	المعرفة	

دالة احصائياً	.042	المعنوية	12	درجة الحرية	21.628a	كاي تربيع	نتيجة اختبار مربع كاي
---------------	------	----------	----	-------------	---------	-----------	-----------------------

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2022م

بلغت قيمة اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للعلاقة بين المعرفة واختراق الأسواق الدولية من خلال قيمة متغيرات الدراسة المعنوية للمحورين (0.042) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) عند درجة حرية (12) ومستوى دلالة 5% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المعرفة واختراق الأسواق الدولية تعزى للمعرفة.

6. النتائج والتوصيات

1.6. النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن:

1. رأس المال البشري يولد قيمة للمؤسسة تزيد من ثروتها المادية والاقتصادية.
2. إن فكر وسلوك المورد البشري المتجدد يساعد لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجه المؤسسات دولياً.
3. مقدرات المورد البشري الذهنية والعقلية تساعد على التأقلم والتحليل والتفكير في المستقبل.
4. الاستثمار في تعليم وتدريب المورد البشري يزيد من مهاراته وأداء مهامه بصورة مقنعة وبأساليب وإجراءات ملائمة وبطريقة صحيحة.
5. تساعد خبرات ومهارات المورد البشري على مواكبة التغيرات في البيئة الدولية.
6. يساهم رأس المال المعرفي في الاستفادة من الفرص المتاحة ومواجهة التحديات في البيئة الدولية.
7. يتحصل المورد البشري على المعرفة من خلال البحث العلمي والتفكير.
8. تعمل المؤسسة على استغلال قدرات مواردها البشرية والتكيف مع المتغيرات لإغتنام الفرص في السوق الدولية.
9. تؤثر لوائح وقوانين الدول في اختراق الأسواق الدولية.

2.6. التوصيات:

1. ضرورة الاستثمار في رأس المال البشري لتنمية معارفه ومهاراته مما يزيد من فاعلية اختراق الأسواق الدولية.
2. على المؤسسات مشاركة المورد البشري في اتخاذ القرارات لضمان ولائه وانتمائه لها.
3. البحث عن وسائل جديدة مبتكرة لإيجاد حلول للتحديات التي تواجه المؤسسات.
4. إيجاد أساليب مبتكرة لمعرفة حاجات العملاء بالأسواق الدولية مما ينتج عنه زيادة في العائد على الاستثمار.
5. ضرورة أن تعمل المؤسسات على الاستثمار في مواردها البشرية لزيادة خبراتهم الدولية.
6. الاهتمام بتنمية مهارات التفكير للمورد البشري من خلال التفاعل الاجتماعي مما يساعد في تكيفه مع البيئة الدولية.
7. على المؤسسات تحفيز مواردها البشرية لتكوين معارفها وزيادة قدراتها الإبداعية.
8. ضرورة أن تقوم المؤسسة بشراكة مع بعض المؤسسات الدولية للتوسع خارجياً وتسويق منتجاتها.

7. المراجع والمصادر:

1.7. المراجع العربية:

- أسماء عبد المطلب، عماد عبدالله، (2014)، "التربية بالخبرة وموقعها في التربية الإسلامية"، جامعة اليرموك، علوم الشريعة والقانون، المجلد 41، ص 820.
- العلي، عبد الستار وقندلجي، عامر وآخرون، (2006)، "المدخل إلى إدارة المعرفة"، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 26.
- المغربي، عبد الحميد عبدالفتاح، (2002)، "نظم المعلومات الإدارية"، المكتبة العصرية للطباعة والتوزيع، جامعة المنصورة، ص 182.
- جوامع إسماعيل، (2007م)، "التسويق الدولي لدى مسيري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج الخضر، باتنة، ص ص 17-19.
- راوية حسن، (2001)، "مدخل إستراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، ص 371.
- رماس أمين محمد، محمد بن حميدة، (2010)، "أساليب اختراق المؤسسة الجزائرية للأسواق الدولية"، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 4، العدد 4.
- سعدا الصرن ومحمد صقور، (2020م)، "استراتيجيات وسياسات التسويق"، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، ص 423.
- سعد علي العتري، أحمد صالح، (2005)، "إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال"، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، ص 231.
- صغيري إيمان، (2016)، "دور التصدير في اختراق الأسواق الدولية"، رسالة ماجستير، منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة.
- طلحة الهام، (2019م)، "إستراتيجيات التسويق في ظل المنافسة"، دراسة حالة المؤسسات الجزائرية لقنوات الري، جامعة جيلاني أبو تهامة خميس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة والتسيير، ص 3.
- عزوز عبد الحميد عزوز، (2015م)، "إستراتيجية المؤسسة في اختراق الأسواق الدولية"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- عفيفي صديق محمد، (2003م)، "التسويق الدولي"، الطبعة العاشرة، مصر، مكتبة عين شمس، ص 54.
- علاق بشير عباس، البدلي قحطان بدر، (2008م)، "إدارة التسويق"، دار زهران للنشر والتوزيع، ص 200.
- علي محمد عبد الرشيد، (2004)، "إدارة المنظمات والسلوك التنظيمي"، صنعاء، وزارة الثقافة والسياحة، ص 306.
- كلايعة محمد نجيب، دبابسية زكريا، (2019)، "إستراتيجيات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في اختراق الأسواق الدولية"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة 8 ماي 1945 - قالم.
- نبيلة ميمون، (2016)، "دور المهارات البيعية والسلوكية في تحقيق التميز في خدمة العملاء في بيئة الأعمال المعاصرة"، رسالة دكتوراة، منشورة، الجزائر، جامعة فرحات عباس، ص 168.
- كتيب شركة دال للصناعات الغذائية المحدودة، (2017م)، ص 3.

2.7. المراجع الأجنبية:

- Evans, Puck Barsouk, (2002), The Global Challenge International Human Resource Management, Mc Graw Hill Companies, New York., p55.
- Kotler. Philp, Armstrong, (2011), Gary, Matketing-An-Introduction,10ed, McGraw- Hill Irwin.
- Schroeder, Rogeer, G, (2007), Operation Management, Contemporary, Concept and Cases,3ed, McGraw-Hill Irwin, p20.
- Uliana, E., Grant, P. and Macey, J., (2005), Towards Reporting Human Capital”, Meditari Accountancy Research, Vol., 13, No. 2, p 168.

Doi: doi.org/10.52133/ijrsp.v5.60.6