

دور اليقظة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها—دراسة تطبيقية على  
عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل—

*The role of strategic vigilance in directing economic businesses towards promoting their  
exports – An applied study on some businesses in Jijel*

وهيبة بوزيان<sup>1</sup>

<sup>1</sup>جامعة جيجل (الجزائر)، مخبر السياسات التنموية والدراسات الإستشرافية، w.bouziane@univ-jijel.dz

تاريخ النشر : 2021/07/30؛

تاريخ القبول : 2021/06/30؛

تاريخ الاستلام: 2021/04/29؛

**ملخص:** تهدف هذه الدراسة إلى إختبار دور اليقظة الإستراتيجية بأبعادها (تنافسية، تكنولوجية، تجارية وبقظة إجتماعية) في ترقية صادرات بعض المؤسسات الاقتصادية المصدرة بولاية جيجل، حيث تم توزيع 45 إستابنة على مسيري وإطارات 07 مؤسسات مصدرة بالولاية، تم إسترجاها كاملة في حين تم إستبعاد 8 منها وإستخدام 37 الباقية في الدراسة والتحليل بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، توصلت الدراسة لوجود علاقة موجبة بينكل أبعاد اليقظة الإستراتيجية وتوجه المؤسسات المبحوثة نحو ترقية صادراتها. كما تم تفسير ومناقشة النتائج وتقدم مقترحات وآفاق للدراسة.

**الكلمات المفتاحية:** يقظة إستراتيجية؛ يقظة تنافسية؛ يقظة تكنولوجية؛ يقظة تجارية وإجتماعية؛ ترقية التصدير.

**تصنيف JEL:** F1؛ C8

**Abstract:** the present study aims to examine the role of strategic vigilance with its dimensions (technological, competitive, commercial and social) in promoting exports of some businesses in Jijel. The study found a positive relationship between all dimensions of strategic vigilance and vision of questioned institutions towards promoting their exports. The results were interpreted and discussed, and proposals and prospects were presented for the study.

**Keywords :** strategic vigilance ; competitive vigilance ; technological vigilance; commercial and social vigilance ; exportation

**Jel Classification Codes :** F1 ; C8

## مقدمة:

تعيش المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على غرار مثيلاتها في العالم حاليا في بيئة كثيرة التغيرات الناجمة عن العولمة؛ والتي أفرزت آليات جديدة من تطورات تكنولوجية، وظهور ابتكارات عديدة، وكذلك تزايد حدة المنافسة، ووجود كم هائل من المعلومات. وفي ظل هذه الرهانات كان لزاما على المؤسسة معرفة كيفية التعامل معها؛ وهذا بوضع نظام يمكنها من تحليل بيئتها وبقائها على دراية تامة ومستمرة، وبالتالي توجب على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية العمل وفق المعايير الدولية التي تتطلب منافسة محتمة واتخاذ القرارات وفق خطط وإستراتيجيات مسبقة ومناسبة واستغلال كل الفرص المتاحة لنجاح عملية الاختراق، وتحديد البدائل التي تتوافق مع خططها المستقبلية بهدف المزيد من التطور.

ويعتبر التصدير من أهم إستراتيجيات التوغل في الأسواق الخارجية ونقطة إنطلاق المؤسسات نحو الأسواق الخارجية لتحقيق أرباح أكبر وإكتساب حصص سوقية جديدة؛ أين يعتبر أحد الوسائل الرئيسية في دفع عجلة النمو في البلدان تحت لواء نظرية "النمو من خلال التصدير" التي يشدد الخبراء وصناع القرار الإقتصاديون على نجاعتها كبديل لنظرية إحلال الواردات وناجح العديد من الدول على غرار دول جنوب آسيا واليابان على تحقيق معدلات نمو كبيرة من خلال التصدير.

### 1.1 مشكلة الدراسة:

إن أهمية عمل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على إكتساب حصص سوقية في الأسواق الخارجية للبقاء في سوق المنافسة من جهة، وصعوبة الحصول على معلومات كافية بشأن الأسواق المتاحة لتصدير فائض إنتاجها. ذلك يستدعي حتمية الإعتداد على التطبيقات التكنولوجية الحديثة والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لها بالتحكم أكثر في بيئتها الخارجية وجعلها في حالة يقظة تامة. في إطار هذا السياق سنحاول من خلال هذا البحث الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: كيف تساعد اليقظة الإستراتيجية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة في ترقية صادراتها؟

### 2.1 أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هاته الدراسة من خلال الجوانب الآتية:

- أهمية أنظمة المعلومات الإستراتيجية في حياة المؤسسات، والذي تعتبر اليقظة الإستراتيجية الأحدث من حيث عملية إستقطاب، جمع ومعالجة المعلومات خاصة الإستراتيجية منها؛
- مساعدة معلومات اليقظة الإستراتيجية مسيري المؤسسات في عملية إتخاذ القرارات الإستراتيجية، والذي يعتبر قرار النفاذ إلى الأسواق الخارجية فيصلا هاما في ضمان إستمرارية وبقاء هذه الأخيرة في سوق المنافسة.

### 3.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة أساسا إلى:

- إبراز أهمية اليقظة الإستراتيجية كأحد أدوات التسيير الحديثة بالمؤسسات الاقتصادية؛
- الوقوف على واقع ممارسة مختلف جوانب اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسات محل الدراسة؛
- التعرف على أهمية الصادرات في المؤسسات محل الدراسة؛
- معرفة دور معلومات اليقظة الإستراتيجية في تسهيل عملية التصدير في المؤسسات محل الدراسة.

### 4.1 الدراسات السابقة:

- دراسة-دراسة (فالتة اليمين)، بعنوان "اليقظة وأهميتها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية". أطروحة دكتوراه بقسم علوم التسيير بجامعة بسكرة 2013/2012.هدفت الدراسة إلى توجيه الاهتمام نحو ترسيخ الأهمية الإستراتيجية لمعلومات اليقظة كضرورة حتمية

لتأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للإندماج في الاقتصاد العالمي. توصلت نتائج الدراسة إلى أن متخذو القرارات الإستراتيجية بالمؤسسات محل الدراسة تعي الأهمية الإستراتيجية لمعلومات اليقظة. كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب المؤسسات المبحوثة على درجة متوسطة من الحذر واليقظة.

• دراسة **Bernahrd wieder and Maria-lwise Ossimit** بعنوان « The impact of business intelligence on the quality of decision making ». 2015. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مساهمة إدارة اليقظة الإستراتيجية على نوعية القرارات التي تتخذها المؤسسات الأسترالية ، دراسة أجراها على عدد من مختصين في تكنولوجيا المعلومات ومسيري هذه المؤسسات ، حيث توصلت نتائج الدراسة أن معلومات نظام اليقظة الإستراتيجية لها إيجابي سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة على جودة البيانات، المعلومات المستخدمة في عملية إتخاذ القرارات وأيضا على مجال إستخدام تطبيقات اليقظة ، عملية التفاعل بين هذه الأجزاء أدى بالنتيجة إلى ظهور تأثير إيجابي على نوعية القرارات المتخذة من طرف مجموع مسيري المؤسسات.

• دراسة **بوخرينة خديجة (2015)** بعنوان " اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية-دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر-رام-مستغانم". رسالة ماجستير مقدمة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة وهران 02، هدفت الدراسة إلى عرض المزايا التنافسية لليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية. من بين أهم النتائج التي توصلت لها هاته الدراسة ان مؤسسة-رام-تقوم بتتبع وترصد كل ما يحدث في بيئتها الداخلية والخارجية، أي لها تعي أهمية اليقظة ودورها في الحصول على المعلومات الضرورية لإتخاذ القرارات الإستراتيجية.

• دراسة **Jesús Arteaga-Ortiz et Rubén Fernández-Ortiz (2008)** بعنوان :

« Des obstacles à l'exportation chez les petites et moyennes entreprises : une proposition intégrative »

، هدفت هاته الدراسة إلى تشخيص أهم العوائق التصديرية التي تواجهها المؤسسات الاقتصادية الإسبانية، وقد توصلت الدراسة التي أجريت على 478 مؤسسة صغيرة ومتوسطة إلى أن السبب الرئيسي لضعف صادرات هاته المؤسسات يرجع إلى نقص المعلومات عن كيفية إجراء عملية التصدير (المراحل التي يجب إتباعها) ، نقص المعلومات عن الفوائد المترتبة عن عملية التصدير، نقص المعلومات عن الفرص التصديرية الممكنة).

**المحور الأول: الإطار النظري لمغيرات الدراسة**

سيتم في هذا الجزء التطرق لأهم المفاهيم المتعلقة باليقظة الإستراتيجية وأبعادها، إضافة لتلك المتعلقة بالعملية التصديرية وكيف تتم من خلال معلومات اليقظة.

**أولا: مفاهيم حول اليقظة الإستراتيجية**

**1-تعريف اليقظة الإستراتيجية**

لقد تطرق عدة مفكرين ومختصين في علم الإدارة إلى تعريف اليقظة الإستراتيجية، حيث تختلف أفكارهم ومفاهيمهم باختلاف اختصاصهم وبيئة عملهم. فيعرفها (Lesca & Rouibeh, 1997) بتلك: "العملية المعلوماتية التي من خلالها تكون المؤسسة في حالة تنصت إستباقي لمحيطها الخارجي، وذلك بهدف فتح نوافذ للفرص السوقية إضافة لتقليل حالة عدم التأكد البيئي وتقليل المخاطر الممكنة"(p.102)؛

— دور اليقظة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها-دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل- —  
كما يمكن تعريفها على أنها: "سيرورة مستمرة ترتبط بتسيير المعلومة (استقطاب، جمع، تحليل ونشر المعلومات)، تسمح باستباق ورصد التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة، بهدف اتخاذ قرارات استراتيجية مثلى من خلال استغلال الفرص وتجنب وتفاذي التهديدات المحتملة (هاشم و ناصف، 2017، صفحة 198)؛

كما ترى (شادي، 2017) أن عملية اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة تساهم من خلال المعلومات الإستباقية التي تبثها في تصويب عملية صنع القرارات خاصة الإستراتيجية منها (ص.444)؛

إذمن خلال التعاريف السابقة، يمكننا تعريف اليقظة الإستراتيجية بتلك العملية التي تكون فيها المؤسسة ملمة بجميع التطورات الحاصلة في بيئتها الداخلية والخارجية مما يسمح لها باتخاذ قرارات جيدة تنعكس إيجابا على أدائها وتنافسيتها.

## 2-أهمية اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية:

تظهر أهمية اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة من خلال الفوائد والمنفعة التي تقدمها للمؤسسة وتظهر أساسا في (Ayachi, 2007, p. 52) :

-تسمح لمسيرى المؤسسة باستباق التغيرات الحاصلة في بيئتها من خلال الكشف عن الفرص المتاحة والتي يجب استغلالها بالمقابل تجنب المؤسسة التهديدات المحيطة بها وتجنب المفاجئات الإستراتيجية؛

-تسمح باتخاذ القرارات الهامة في الوقت المناسب؛

-تسمح اليقظة بالانتقال الأمثل والجيد للمعلومة على مختلف المستويات التنظيمية للمؤسسة؛

-تبقى المؤسسة على اتصال دائم ببيئتها مما يمكنها من رصد جميع التغيرات الحاصلة وفي حالة تأهب قصوى.

من خلال ما ذكر أن نظام اليقظة الإستراتيجية يجمع بين أسلوبين متكاملين: الإنذار والمتابعة، الأولى تنبه المسؤولين للظواهر الجديدة أو البارزة، أما الثانية تسمح بتتبع التطورات الحاصلة في بيئتها.

## 3-أنواع اليقظة الإستراتيجية:

تعد اليقظة الإستراتيجية من أنواع اليقظة المعلوماتية والتي بدورها تنقسم إلى تترابط فيما بينها لتشكل رادار للمؤسسة يسمح لها بالتقدم والتكيف في محيطها، وتشمل اليقظة الإستراتيجية الخارج التالية (لمروس، 2019، الصفحات 70-79):

**4-1اليقظة التكنولوجية:** هي العملية التي تحصر المؤسسة من خلالها التقنيات والتكنولوجيات المستعملة من طرف زبائنها ومورديها ومنافسها وذلك في إطار المجال الذي تعمل من خلاله، بهدف متابعة التطورات الحاصلة في هذا المجال لأجل مواكبة هذه التغيرات ونظرا للتطور التكنولوجي المتسارع أصبحت اليقظة التكنولوجية تتم على مدى قصير(Savescu, 2014, p. 217).

**4-2 اليقظة التنافسية:**وتعني متابعة وتحليل البيئة التنافسية للمؤسسة، وتشمل المنافسين الحاليين والمرتبين، كما تتمثل أيضا في مواكبة المؤسسة للتطورات السريعة لعصر المعلومات والضغط الهائل لقوى السوق والمنافسة (Prescott, 1999, p. 39).

**4-3 اليقظة التجارية:** وتخص دراسة العلاقات التجارية للمؤسسة؛ وتخص الزبائن والموردون على حد سواء، تكون مركزة على تطورات احتياجات ورغبات الزبائن على المدى البعيد. في الوضع الحالي أين الحفاظ على الزبائن يشكل الهاجس الأكبر للمؤسسة، اليقظة التجارية يجب أن تكون مركزة على ما يعرف بنظام تحليل شكاوى الزبائن، التسويق الشرائي يسمح بتفعيل اليقظة التجارية الخاصة بالموردين(سحنون و ثلاثية، 2018، صفحة 140) .

**4-4 اليقظة الإجتماعية:** وتشمل تحليل العناصر ذات الطابع السياسي، الاجتماعي القانوني وأيضا الثقافي والتي لها صلة مباشرة بالمؤسسة، يعتبر تطبيق اليقظة الاجتماعية تحدى كبير أمام المؤسسة لتوسع وتشعب هاته العملية وإرتفاع التكاليف المرتبطة بها (حليمي و دروازي، 2017، صفحة 66).

من خلال تطرقنا لأنواع اليقظة الممكنة يمكن الإستنتاج:

-أولا، لتحقيق يقظة فعالة، يجب معرفة ماذا نريد أن نتقسي: تحديد الأولويات والاهداف بدقة.

- ثانيا، أن اليقظة مرتبطة باستراتيجية المؤسسة، وعلى حسب الحالة قد تكون مركزة على دراسة التكنولوجيات، وهنا المقصود اليقظة التكنولوجية، المنافسة؛ أي نكون في حالة اليقظة التنافسية، الزبائن والموردون، واليقظة هنا تكون تجارية. أو البيئة عموما، ونتوجه هنا الى ما يعرف باليقظة الاجتماعية.

#### 5- كيفية تبني اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة:

يمكن تبني اليقظة الاستراتيجية من خلال مقاربتين أساسيتين (Baars & Kemper, 2008; Elbashir, Collier, & Davern, 2008):

أ-المقاربة الداخلية: يتطلب تبني اليقظة الاستراتيجية ثلاثة شروط أساسية هي:

1- يجب أن يكون موقع خلية اليقظة الاستراتيجية على مستوى الهيكل التنظيمي للمؤسسة قريبا من الإدارة العليا.

2- بحسب نوع اليقظة المتبناة داخل المؤسسة (تنافسية، تجارية، تكنولوجية أو إجتماعية). فإنه يتوجب تعبئة القدرات والكفاءات والموارد المالية والتقنية الملائمة لنوع اليقظة المتبناة.

مهما كان نوع اليقظة المطبق لابد أن يتشكل فريق اليقظة على الأقل نوعين من الافراد (Humbert & Castagnos, 2000, p. 06):

-الفريق الأول مكلف بالبحث وإدارة المعلومات؛

-الفريق الاخر مكلف بتوجيه عملية اليقظة وتحديد المحاور الرئيسية لها.

**ب-المقاربة الخارجية:** عندما لا تستطيع المؤسسة ولا تملك الإمكانيات خاصة التقنية والبشرية. أوإذا كانت لا ترغب بذلك لأسباب معينة في تبني اليقظة من داخل أسوارها تلجأ في هذه الحالة للاعتماد على الخبراء واختصاصيين خارجيين بما يعرف ( بالمناولة/ outsourcing/ sous traitance) يكفلون لها عملية اليقظة الاستراتيجية؛ هؤلاء الخبراء ينشطون عادة فيما يعرف بالمكاتب الاستشارية تلجأ اليها المؤسسات خاصة فيما يتعلق بالقضايا الاستراتيجية (Giannelloni & Vernet, 2001). تجدر الإشارة الى أنه عندما تلجأ المؤسسة الى المكاتب الاستشارية للقيام بعملية اليقظة الإستراتيجية يكون في غالب الأحيان لنقص الخبرة لديها، أو لصعوبة وتعقد النشاط الذي تنشط فيه والسرعة التي يتميز بها هذا القطاع وهذا لتفادي الوقوع في الأخطاء والاستفادة من تجارب هذه المكاتب (كعواش، 2017، صفحة 58).

ثانيا: مفاهيم حول عمليات التصدير

#### 1- مفهوم التصدير:

يعد التصدير أحد أهم أشكال الأعمال الدولية الذي يساهم بشكل كبير المؤسسات الاقتصادية في تصريف الفائض من إنتاجها نحو الأسواق الخارجية. فيرى (أحمد، 2007) أن المؤسسة الاقتصادية التي تملك حصة سوقية هامة في سوقها المحلي، يجب عليها أيضا أن تعمل جاهدة لإيجاد منافذ خارجية لبيع منتجاتها وتقليل المخاطر المترتبة عن أي تذبذب في السوق المحلي قد يؤدي إلى فقدانها لمكانتها السوقية(ص.428).

— دور اليقظة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها-دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل- —  
كما يؤكد (قدو، 2009) أن إتخاذ قرار التصدير إضافة إلى شكله ومراحله من أخطر القرارات التسويقية التي تتخذها المؤسسة الاقتصادية، وهذا ما يتطلب دراسة حقيقية وجادة للتكاليف والإيرادات المترتبة على إثر هكذا قرار بناء على خبراتها التسويقية المتراكمة في السوق المحلي(ص.54).

## 2-دوافع المؤسسة الاقتصادية للقيام بعمليات التصدير:

تلعب الصادرات دورا محوريا بالنسبة للدولة والمؤسسات الاقتصادية على حد سواء، وقد أكد (الهروشي، 2019) على أهمية قيام الدولة بالعمليات التصديرية وذلك لتحقيق مداخيل لخزيرتها من العملة الصعبة من أجل سداد قيمة وارداتها من السلع والخدمات من جهة، كما تتأكد أهمية هذه العملية في مساعدة المؤسسات الاقتصادية المصدرة على ضمان مكانة لها في الأسواق الدولية؛ إذ يسمح الإحتكاك مع المنتجات الأجنبية لبذل المزيد من الجهود لضمان أقصى معدلات الجودة ويشجع على الإبداع والإبتكار في الإنتاج، فالقدرة التصديرية اليوم أصبحت تمثل مقياسا للتنافسية الدولية لهاته المؤسسات (ص.504).

— كما تؤثر الصادرات في بلد ما إيجابيا كت تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، تحقيق التوازن في الميزان التجاري، خلق مناصب الشغل وتحقيق معدلات نمو إقتصادية مهمة(Arrouche , 2017).

—وبالنسبة للمؤسسة الاقتصادية يرى(Bernard & Vignaud, 2009)أن القيام بالتصدير ببساطة يعني البيع أكثر، والذي تحت هذا المبرر تندرج أهداف أخرى (تنوع المنتجات والأسواق، تنوع الزبائن و ضمان أفضل تسيير للمخزون)، وهذا ما ينعكس إيجابا على تحسين صورة المؤسسة في نظر زبائنها.(p.17)

كما أضاف الباحثان أن التصدير يمثل مصدر مهما لدعم عمليات البحث والتطوير، تحديث وسائل الإنتاج، الحصول على براءات الاختراع. أي أن هذه العملية تعتبر مؤشر قوي للتميز(p.18).

## 3-خطوات القيام بالعملية التصديرية بالإعتماد على معلومات اليقظة الإستراتيجية:

إنه لمن الضروري على المؤسسة الاقتصادية التي ترغب بتحقيق النمو في الأسواق الخارجية، هذا يقتضي بالضرورة بالتحقق من كونها تملك المعلومات الكافية عن الأسواق الخارجية التي ترغب بالتصدير إليها أو إكتساب حصص سوقية جديدة وهذا بالنسبة للأسواق التي تملك فيها حصة سوقية مسبقا (لعلوي، 2007، صفحة 148).

وقد أشار(Djammal, 2005) إلى ضرورة مرور أي مشروع للتوسع الدولي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية بمرحلة تقييمية؛ حيث يجب على كل مؤسسة تقييم قدرتها التصديرية، أي قياس مدى قدرتها على تسويق منتجاتها أو الخدمات التي تقدمها في الأسواق الخارجية. هذا التقييم يمكن أن يقوم به مختص في المؤسسة (أعوان اليقظة في خلية اليقظة الإستراتيجية)، أو من خلال الإعتماد على إختصاصي من خارج المؤسسة يتولى الكشف عن نقاط القوة في المؤسسة وحصر نقاط الضعف التي يجب معالجتها. إن عملية تقييم القدرة التصديرية للمؤسسة تسمح بإتخاذ القرارات المبنية على معرفة كاملة وقوية بقرار التصدير من عدمه(p120-122).

كما أكدت(Karsaklian, 2009) على ضرورة أن تقوم المؤسسة الاقتصادية الراغبة في النجاح بإختراق سوق خارجي معين أن تحدد بدقة التجزئة السوقية المناسبة لعرضها من المنتجات؛ هذه العملية تندرج تحت عمليات اليقظة التي يجب أن يمارسها رجل الأعمال الدولي، هاته الأخيرة تسمح بتوجيه خيار التجزئة السوقية المناسبة. فاليقظة تعمل على إكتشاف التغيرات السلوكية للمستهلكين وبالتالي ظهور تجزئة سوقية جديدة(p.125).

## المحور الثاني: الدراسة الميدانية

### 1-الإطار المنهجي للدراسة الميدانية:

سيتم فيما يلي ما يتعلق بمجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة،بالإضافة إلى التحقق من جودة البيانات.

**1.1 مجتمع وعينة الدراسة:** تم إجراء الدراسة التطبيقية على سبعة (07) مؤسسات مصدرة بولاية جيجل، أما عينة الدراسة فتمثلت في مسيري وإطارات هاته المؤسسات، أي الفاعلين في عملية إتخاذ القرارات الإستراتيجية بهاته المؤسسات، حيث تم توزيع 45 إستبانة، تم إستبعاد 08 منها والإحتفاظ فقط ب 37 للقيام بالدراسة والتحليل والتي تمثل 82.22% من مجتمع الدراسة.

**2.1 أداة الدراسة:** تم الإعتماد على أداة الإستبانة في الحصول على المعلومات والبيانات من العينة المبحوثة، وتم تطوير الإستبانة بالإستعانة ببعض المصادر العربية والأجنبية. وقد تم إستخدام مقياس ليكرث الحماسي والذي يحتوي على خمس فقرات كما يأتي (لأنفق تماما(01)، لا أنفق(02)، محايد(03)، أنفق(04)، أنفق بشدة(05).

وتتكون الإستبانة من 18 عبارة تقيس متغيرات الدراسة مقسمة على محورين كما يلي: المحور الأول يخص المتغير المستقل ويتمثل في العبارات من 01 إلى 12، مع تحديد 3 عبارات لكل بعد من أبعاد اليقظة الإستراتيجية (التنافسية، التجارية، التنافسية والإجتماعية). في حين المحور الثاني كان للمتغير التابع (ترقية الصادات)، ويخص العبارات من 13 إلى 18.

ولتحليل البيانات الإحصائية وإختبار فرضيات الدراسة تم الإعتماد على الأساليب التالية

-معامل الثبات كرونباخ-ألfa لقياس درجة ثبات وصدق الإجابات على فقرات الإستبيان؛

-معامل الارتباط بيرسون لتحديد قوة وإتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

### 3.1 إختبار جودة بيانات الدراسة:

**1.3.1 إختبار صدق الإستبانة:** تم إختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة، ويقصد بالإتساق الداخلي مدى تناسق كل عبارة من

عبارات الإستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات أبعاد الإستبيان والدرجة الكلية للبعد نفسه. والموضحة في الجدول رقم(01)

جدول رقم (01): نتائج إختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة

المتغيرات	رقم الفقرة	Sig.(2-tailed)	معامل سبيرمان	المتغيرات	رقم الفقرة	Sig.(2-tailed)	معامل سبيرمان
اليقظة التكنولوجية	1	,000*	,632	اليقظة التنافسية	4	,000*	,620
	2	,000*	,804		5	,000*	,529
	3	,000*	,734		6	,000*	,533
اليقظة التجارية	7	,000*	,554	الإجتماعية	10	,000*	,568
	8	,000*	,669		11	,000*	,792
	9	,000*	,727		12	,000*	,502
قرار التصدير	13	,000*	,541	*الإرتباط دال إحصائيا عند $\alpha=0.05$	17	,000*	,502
	14	,000*	,630		18	,000*	,733
	15	,000*	,572				
	16	,000*	,782				

المصدر: من إعداد الباحثة إعتنادا على مخرجات spss

— دور البقطة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها—دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل —  
يبين الجدول رقم(01) نلاحظ معاملات الارتباط المبنية دالة احصائيا عند مستوى معنوية  $\alpha=0.05$ ، كما أن معامل ارتباط كل عبارة بالنسبة لمتوسط مجموع العبارات المشكلة لكل متغير بالدراسة محصورة بين 0.560 و0.723 وهي أكبر من 0.50 وهذا دليل على ارتباط موجب وقوي بين كل عبارة ومتوسط مجموع العبارات، ومنه تم إثبات صدق أداة الدراسة.

### 2.3.1 ثبات أداة الدراسة: يمثل الجدول (02) نتائج الدراسة باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (cronbach's alpha)

جدول رقم (01): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة بمعامل كرونباخ ألفا

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	عدد الحالات	المتغيرات
.609	3	37	يقظة تكنولوجية
.638	3	37	يقظة تنافسية
.594	3	37	يقظة تجارية
.607	3	37	يقظة إجتماعية
.661	6	37	ترقية الصادرات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss

من الجدول رقم (02) نلاحظ أن معامل الثبات كرونباخ ألفا بالنسبة لكل متغيرات الدراسة يتراوح بين 0.594 و0.661، وهو أكبر من 0.6، أي (60%) وهي النسبة المقبولة إحصائيا، إذن فشرط ثبات أداة الدراسة محقق وبذلك يمكن تعميم نتائج الدراسة على جميع مجتمع على مجتمع الدراسة.

#### 4-إختبار فرضيات الدراسة:

لتأكيد صحة الفرضية الرئيسية والتي تنص على: "توجد علاقة ارتباط بين عمليات اليقظة الإستراتيجية وتوجه المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة لترقية صادراتها"، سنقوم بإختبار جملة من الفرضيات الفرعية والتي تم صياغتها كما يلي:  
-توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التكنولوجية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.  
-توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التنافسية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.  
-توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التجارية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.  
-توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة الاجتماعية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.

#### 1.4 إختبار الفرضية الفرعية الأولى

تنص الفرضية الفرعية الأولى أنه: "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التكنولوجية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".



من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية إستخدمنا معامل إرتباط بيرسون لتحديد قوة وإتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقل والمتغير التابع، والجدول رقم (03) يوضح ذلك:

جدول رقم (03): مصفوفة معاملات الإرتباط لليقظة التكنولوجية وتوجه المؤسسة نحو ترقية صادراتها

اليقظة التكنولوجية	معامل بيرسون	
0.552	معامل إرتباط بيرسون	التوجه نحو ترقية الصادرات
0.000	مستوى المعنوية	
37	عدد أفراد العينة	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات spss

تشير نتائج التحليل الإحصائي والموضحة في الجدول(03) إلى أنه توجد علاقة إرتباط بين المتغير المستقل اليقظة التكنولوجية والمتغير التابع توجه المؤسسات المبحوثة نحو ترقية صادراتها.

ويمكن توضيح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى من خلال نتائج الإنحدار الخطي البسيط والموضحة في الجدول(04):

جدول رقم (04): نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى

نتائج التحليل الإحصائي						الفرضية الفرعية الأولى
مستوى المعنوية	f	t	B	R <sup>2</sup>	R	توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد اليقظة التكنولوجية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.
.000	17.971	4.239	0.603	0.305	0.552	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات spss

يمكن تحليل هذه النتائج كما يلي:

- بلغ معامل الإرتباط بين المتغير المستقل اليقظة التكنولوجية والمتغير التابع توجه نحو ترقية الصادرات في المؤسسات محل الدراسة  $R=0.552$ ، مما يؤكد ذلك وجود علاقة بين المتغيرين وقوة هاته العلاقة تقدر ب وهي معنوية عند مستوى دلالة؛
- بلغ معامل التحديد  $R^2=0.305$  وهذا يعني بأن المتغير المستقل يفسر المتغير التابع بنسبة 30.5%؛
- بلغ معامل الإنحدار بين المتغيرين  $B= 0.603$ ، إذ تشير إشارة معامل الإنحدار الموجبة إلى أن العلاقة بين المتغيرين هي علاقة طردية؛
- بلغت قيمة  $F=17.971$  وهذا ما يبين أن النموذج دال إحصائياً؛

- دور البقطة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها—دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل —
- بلغت قيمة إختبار  $t=4.239$  ، وهي قيمة معنوية إحصائية وهذا ما يؤكد ثبوت صحة هذه الفرضية.
- وعليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى التي تنص أنه "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التكنولوجية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

#### 2.4 إختبار الفرضية الفرعية الثانية

تنص الفرضية الفرعية الثانية أنه: "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التنافسية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية إستخدمنا معامل إرتباط بيرسون لتحديد قوة وإتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقل والمتغير التابع، والجدول رقم (05) يوضح ذلك:

جدول رقم (05): مصفوفة معاملات الإرتباط للبقطة التكنولوجية وتوجه المؤسسة نحو ترقية صادراتها

البقطة التنافسية	معامل بيرسون	
0.532	معامل إرتباط بيرسون	التوجه نحو
0.002	مستوى المعنوية	ترقية
37	عدد أفراد العينة	الصادرات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss

تشير نتائج التحليل الإحصائي والموضحة في الجدول (05) إلى أنه توجد علاقة إرتباط بين المتغير المستقل البقطة التنافسية والمتغير التابع توجه المؤسسات المبحوثة نحو ترقية صادراتها.

ويمكن توضيح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثانية من خلال نتائج الإنحدار الخطي البسيط والموضحة في الجدول (06):

جدول رقم (06): نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثانية

نتائج التحليل الإحصائي						الفرضية الفرعية الثانية
مستوى المعنوية	f	t	B	$R^2$	R	توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التكنولوجية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.
0.002	11.84	2.76	0.75	0.28	0.532	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss

يمكن تحليل هذه النتائج كما يلي:

- بلغ معامل الإرتباط بين المتغير المستقل البقطة التنافسية والمتغير التابع توجه نحو ترقية الصادرات في المؤسسات محل الدراسة  $R=0.532$ ، مما يؤكد ذلك وجود علاقة بين المتغيرين وقوة هاته العلاقة تقدر ب 53.2%؛ وهي معنوية عند مستوى دلالة 0.05؛

- بلغ معامل التحديد  $R^2=0.28$ ، وهذا يعني بأن المتغير المستقل يفسر المتغير التابع بنسبة 28%؛
  - بلغ معامل الإنحدار بين المتغيرين  $B= 0.75$ ، إذ تشير إشارة معامل الإنحدار الموجبة إلى أن العلاقة بين المتغيرين هي علاقة طردية أي كلما زادت اليقظة التنافسية لدى المؤسسات زاد توجهها نحو ترقية الصادرات؛
  - بلغت قيمة  $F=11.84$  وهذا ما يبين أن النموذج دال إحصائياً؛
  - بلغت قيمة إختبار  $t= 2.76$ ، وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من 0.05 وهذا ما يؤكد ثبوت صحة هذه الفرضية.
- وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية التي تنص أنه "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التنافسية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

### 3.4 إختبار الفرضية الفرعية الثالثة

- تنص الفرضية الفرعية الثالثة أنه: "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التجارية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".
- من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية إستخدمنا معامل إرتباط بيرسون لتحديد قوة وإتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقل والمتغير التابع، والجدول رقم (07) يوضح ذلك:

جدول رقم (07): مصفوفة معاملات الإرتباط لليقظة التجارية وتوجه المؤسسة نحو ترقية صادراتها

اليقظة التجارية	معامل بيرسون	
0.456	معامل إرتباط بيرسون	التوجه نحو
0.002	مستوى المعنوية	ترقية
37	عدد أفراد العينة	الصادرات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات spss

تشير نتائج التحليل الإحصائي والموضحة في الجدول (07) إلى أنه توجد علاقة إرتباط بين المتغير المستقل اليقظة التنافسية والمتغير التابع توجه المؤسسات المبحوثة نحو ترقية صادراتها.

ويمكن توضيح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثالثة من خلال نتائج الإنحدار الخطي البسيط والموضحة في الجدول (08):

جدول رقم (08): نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نتائج التحليل الإحصائي						الفرضية الفرعية الثالثة
مستوى المعنوية	f	t	B	$R^2$	R	توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقطة التجارية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.
0.002	10.674	3.281	0.441	0.208	0.456	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات spss

— دور البقظة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها—دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل —  
يمكن تحليل هذه النتائج كما يلي:

- بلغ معامل الارتباط بين المتغير المستقل البقظة التجارية والمتغير التابع التوجه نحو ترقية الصادرات في المؤسسات محل الدراسة  $R=0.456$ ، وهو متوسط مما يؤكد ذلك وجود علاقة بين المتغيرين وقوة هاته العلاقة تقدر ب %45.6 وهي معنوية عند مستوى دلالة 0.05 ؛

- بلغ معامل التحديد  $R^2=0.208$  وهذا يعني بأن المتغير المستقل يفسر المتغير التابع بنسبة 20.80%؛

- بلغ معامل الإنحدار بين المتغيرين  $B= 0.441$ ، إذ تشير إشارة معامل الإنحدار الموجبة إلى أن العلاقة بين المتغيرين هي علاقة طردية؛

- بلغت قيمة  $F=10.674$  وهذا ما يبين أن النموذج دال إحصائياً؛

- بلغت قيمة إختبار  $t= 3.281$ ، وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من 0.05 وهذا ما يؤكد ثبوت صحة هذه الفرضية.

وعليه نقبل صحة الفرضية الفرعية الثالثة أنه "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقظة التجارية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

#### 4.4 إختبار الفرضية الفرعية الرابعة

تنص الفرضية الفرعية الرابعة أنه: "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية اعتماد البقظة الاجتماعية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

من أجل التأكد من صحة هذه الفرضية إستخدمنا معامل إرتباط بيرسون لتحديد قوة وإتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقل والمتغير التابع، والجدول رقم (09) يوضح ذلك:

جدول رقم (09): مصفوفة معاملات الارتباط للبقظة الاجتماعية وتوجه المؤسسة نحو ترقية صادراتها

البقظة الاجتماعية	معامل بيرسون	
0.56	معامل إرتباط بيرسون	التوجه نحو
0.001	مستوى المعنوية	ترقية
37	عدد أفراد العينة	الصادرات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات spss

تشير نتائج التحليل الإحصائي والموضحة في الجدول (09) إلى أنه توجد علاقة إرتباط بين المتغير المستقل البقظة التنافسية والمتغير التابع توجه المؤسسات المبحوثة نحو ترقية صادراتها.

ويمكن توضيح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثالثة من خلال نتائج الإنحدار الخطي البسيط والموضحة في الجدول (10):

## جدول رقم (10): نتائج إختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نتائج التحليل الإحصائي						الفرضية الفرعية الرابعة
مستوى المعنوية	f	t	B	R <sup>2</sup>	R	توجد علاقة إيجابية بين إمكانية إعتماد البقطة الاجتماعية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها.
0.001	13.56	2.77	0.76	0.31	0.56	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss

يمكن تحليل هذه النتائج كما يلي:

- بلغ معامل الارتباط بين المتغير المستقل البقطة التنافسية والمتغير التابع توجه نحو ترقية الصادرات في المؤسسات محل الدراسة  $R=0.56$ ، مما يؤكد ذلك وجود علاقة بين المتغيرين وقوة هاته العلاقة تقدر ب 56%؛
  - بلغ معامل التحديد  $R^2 = 0.31$  وهذا يعني بأن المتغير المستقل يفسر المتغير التابع بنسبة 31%؛
  - بلغ معامل الإنحدار بين المتغيرين  $B=0.76$ ، إذ تشير إشارة معامل الإنحدار الموجبة إلى أن العلاقة بين المتغيرين هي علاقة طردية؛
  - بلغت قيمة  $F=13.56$  وهذا ما يبين أن النموذج دال إحصائيا؛
  - بلغت قيمة إختبار  $t=2.77$ ، وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من 0.05 وهذا ما يؤكد ثبوت صحة هذه الفرضية.
- وعليه نقبل الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص أنه "توجد علاقة إيجابية بين إمكانية إعتماد البقطة الاجتماعية وتوجه المؤسسات محل الدراسة نحو ترقية صادراتها".

## 5-الخاتمة:

## 5-1 تفسير النتائج:

- لليقطة التكنولوجية دور إيجابي في توجه المؤسسات محل الدراسة لتوجهها نحو ترقية صادراتها، ويمكن تفسير ذلك بأن أساس المنافسة بين المنتجات في الأسواق الخارجية مبني على الإبداع التكنولوجي، وبالرغم من المؤسسات تمارس اليقطة التكنولوجية ولو بدرجة متوسطة فإنها تعمل على إستقطاب التكنولوجيات الحديثة والآلات الجديدة للإنتاج لتقدم منتجات لا تقل جودة عن منافسيها في الأسواق الدولية وهذا ما يعزز قدراتها التنافسية، وهذا ما توصلت له أيضا دراسة (Savescu، 2014)؛
- لليقطة التنافسية دور إيجابي في توجه المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة نحو ترقية صادراتها، حيث يمكن تفسير ذلك بأن المؤسسات المبحوثة تقوم بمتابعة تحركات منافسيها الدوليين وتعمل على إكتساب الأدوات والمناهج التي تمكنها من تحليل المنافسة الدولية في قطاعها، وبذلك تستطيع إنتقاء معلومات عن إستراتيجيات المنافسين وأهدافهم وإكتشاف نقاط ضعفهم وتحولها لنقاط قوة لصالحهم وهذه النتيجة توصلت إليها دراسة (Korib & Bekkal-Brikci، 2017)؛

— دور البقطة الإستراتيجية في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها-دراسة تطبيقية على عدد من المؤسسات المصدرة بولاية جيجل- —

- لليقطة التجارية دور إيجابي في توجه المؤسسات الاقتصادية نحو ترقية صادراتها، وهذه النتيجة تتماشى ودراسة (بلحاج، 2017) وهذا يمكن تفسيره بأن المؤسسات المبحوثة تدرك الدور المحوري للزبائن في نمو صادراتها، فهي تعمل على إكتشاف تطورات رغبات الزبون الأجنبي، ومن ثم تكييف الإنتاج مع المتطلبات الجديدة وهذا ما يضمن لها الإستمرارية والتوسع أكثر في الأسواق الخارجية؛

- لليقطة الاجتماعية دور إيجابي أيضا في توجه المؤسسات محل الدراسة في ترقية صادراتها، حيث أن مسيري هاته المؤسسات يعملون على تتبع التطورات السوسيو إقتصادية، الديمغرافية والثقافية في الدول التي تصدر إليها أو حتى في دول أخرى مستهدفة، فهم يدركون أن الوضعية المعيشية ومستوى دخل الأفراد ذات تأثير مباشر على مستويات الطلب الدولي لمنتجاتها، وهذه النتيجة تتماشى ودراسة (لموس، 2019).

## 5-2 مقترحات وآفاق الدراسة:

بناء على النتائج المتوصل إليها، يمكن تقديم الإقتراحات التالية:

- ضرورة إهتمام المؤسسات محل الدراسة والمؤسسات الاقتصادية الجزائرية عموما أكثر في أساليب تحصيل المعلومات، ومحاولة وضعه في إطار رسمي، حتى يكون له الأثر الإيجابي على المؤسسة ككل، أي تكوين خلية أو وظيفة يقظة إستراتيجية تتكلف بالتنظيم والتسيير الجاد لتحصيل وتحليل واستخدام المعلومات خاصة الإستراتيجية منها لتحسين قراراتها التصديرية وتعزيز حصتها السوقية في الأسواق الخارجية؛

- إنشاء خلية يقظة بقسم التصدير التابع للمؤسسة، بحيث يعمل بصفة مباشرة مع متخذي القرارات الإستراتيجية في المؤسسة، بهدف زيادة فاعلية قراراتها؛

- إستحداث مصلحة مختصة في أنظمة المعلومات، وذلك بالاعتماد على عدد من مصممي ومحلي هذه النظم؛

- عمل دورات تكوينية لعمال قسم التصدير في مجال التحكم في إستخدام تطبيقات التكنولوجيا الحديثة.

## آفاق الدراسة:

- إدراء دراسات أخرى على عينات أكبر لتشمل جميع المؤسسات الاقتصادية المصدرة بالجزائر؛ حيث إقتصرت الدراسة الحالية على (05) مؤسسات مصدرة فقط بإقليم ولاية جيجل؛

- إجراء دراسات معمقة أكثر حول أهمية تطبيقات البقطة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية، وكيفية تفعيلها.

إستبيان للدراسة

في إطار القيام بالدراسة الميدانية لإعداد دراسة تعالج موضوع " دور اليقظة الإستراتيجية في ترقية صادرات المؤسسات الاقتصادية-دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية المصدرة بولاية جيجل " يسرنا أن ندعوكم للإجابة على الأسئلة والعبارات الواردة في هذا الاستبيان، علما أن مساهمتكم الكريمة في الإجابة على هذه الأسئلة ستساعد البحث للتوصل إلى النتائج العلمية المرجوة، ونعدكم أن كل ما تدلون به سيتم التعامل معه في إطار علمي، وبشكل سري.

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	من فضلك عين درجة موافقتك أو عدم موافقتك بوضع علامة (X) على السلم الموجود في الجدول. شكرا لك (ي) مقدما.
<b>المحور الأول: اليقظة الإستراتيجية</b>					
<b>في إطار البحث عن المعلومات الإستراتيجية تهم المؤسسة ب:</b>					
<b>البعد الأول: اليقظة التكنولوجية</b>					
					01 تهم بمعرفة كل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع في مجال عملها.
					02 تتابع باستمرار التطورات التقنية والإبتكارات العلمية في محيطها.
					03 تهم بمعرفة التكنولوجيات المستخدمة من طرف منافسها المحليين والدوليين.
<b>البعد الثاني: اليقظة التنافسية</b>					
					04 تهم المؤسسة لكل ما يحدث في محيطها التنافسي
					05 تهم بمعرفة جميع المعلومات عن المنتجات المنافسة (التشكيلة الكاملة، السوق المغطاة، الحصص السوقية)
					06 تهم بمعرفة تقنيات البيع والتوزيع لدى المؤسسات المنافسة الأسعار (شبكة التوزيع، خطة التوزيع، الأسعار المطبقة).
<b>البعد الثالث: اليقظة التجارية</b>					
					07 تهم المؤسسة بمتابعة تطورات إحتياجات الزبائن من المنتجات، ومعرفة العروض المختلفة للموردين
					08 تقوم المؤسسة بمراجعة الجرائد والمجلات المتخصصة في قطاع عملها المحلية منها والدولية
					09 تهم المؤسسة بالمشاركة في مختلف المعارض والمؤتمرات والفعالية التجارية المحلية والدولية ذات الصلة بقطاع عملها.
<b>البعد الرابع: اليقظة الإجتماعية</b>					
					10 تهم المؤسسة بجمع المعلومات المتعلقة بالأحداث الاجتماعية والثقافية على الصعيد الدولي (النمو الديمغرافي، العادات والثقافات، المستوى المعيشي... إلخ)
					11 تتابع التطورات في مجال التنظيمات والقوانين والتشريعات المطبقة على قطاع عملها.
					12 تتابع التطورات المالية والسياسية والأمنية الحاصلة في الدول.

اخور الثاني: التوجه نحو ترقية الصادرات					
خلال مرحلة دراسة المؤسسة لإمكانية التوسع في عمليات التصدير تقوم ب:					
				تتم المؤسسة بإكتساب حصص سوقية إضافية في الأسواق الخارجية التي تصدر منتجاتها إليها	<u>13</u>
				ترغب المؤسسة في إقتحام أسواق خارجية جديدة	<u>14</u>
				ترغب المؤسسة في إقامة فروع لها في أسواق خارجية	<u>15</u>
				ترغب المؤسسة في البحث عن وكلاء أجاناب جدد لتسويق منتجاتها في الأسواق الخارجية	<u>16</u>
				تتم المؤسسة بتكليف منتجاتها مع متطلبات الأسواق الخارجية	<u>17</u>
				تتم المؤسسة بتقديم منتجات جديدة تتوافق مع متطلبات الزبائن الأجنبيين	<u>18</u>

## Références

1. Arrouche , n. (2017). accompagnement des entreprises algériennes à l'export:portées et limites. *أداء المؤسسات الجزائرية* (12), 47-60.
2. Ayachi, H. (2007). l'adéquation entre le système d'information et la veille stratégique dans une activité de construction du sens. *Management & Avenir*, 02(12), 49-66.
3. Baars, H., & Kemper, H.-G. (2008). management support with structured and unstructured data-An integrated business intelligence framework. *information systems journal*, 25(02), 132-148.
4. Benyahya-Taibi, G., & Rahmani, Y. (2019). les obstacles à l'exportation chez les petites et les moyennes entreprises Algériennes: cas des PME oranaises. *JEFB*, 04(01), 253-268.
5. Bernard, B., & Vignaud, I. (2009). *l'export facile pour les PME et PMI du maghreb*. Alger: éditions ITCIS.
6. Djammal, N. (2005). *Commerce international*. Alger, Algérie: éditions de renouveau pédagogique .INC.
7. Elbashir, M. Z., Collier, P. A., & Davern, M. J. (2008). Measuring the effects of business intelligence systems: the relationship between business process and organizational performance. *International journal of accounting information systems*, 09, 135-153.
8. Giannelloni, J.-I., & Verette, é. (2001). *Etude de marché* (éd. 2ème édition). paris, france: Vuibert.
9. Humbert, L., & Castagnos, J. C. (2000). capturer les signaux faibles de la veille stratégique :comment amorcer le processus? *in colloque AIMS*, (pp. 1-21). Montpellier.
10. Karsaklian, é. (2009). *internationalisation d'entreprises*. paris, france: Dunod.
11. Korib, N., & Bekkal-Brikci, D. (2017, juin). L'impact de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur l'internationalisation des petites et moyennes. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*, 39-54.
12. Lesca, H., & Rouibeh, K. (1997). des outils ou service de veille stratégique. *systèmes d'information et management*, 02(02), 101-131.
13. Prescott, J. E. (1999). The evolution of competitive intelligence :designing a process for action. *proposal management*, 37-52.
14. Savescu, D. (2014, may). some aspects regarding on technological vigilance. *fascicle of management and technological engineering*, 01(01), 217-220.

## المراجع باللغة العربية:

1. أحمد, ع. أ. (2007). *مدخل إلى إدارة الأعمال الدولية*. الطبعة الثالثة. (الحيزة, مصر: دار المريخ للنشر).
2. الهروشي, د. ح. (2019). نحو إستراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات:دراسة إحصائية لقطاعي الصناعة والفلاحة. *مجلة المالية والأسواق*, 127-148.
3. بتغ, ص. & برحومة, ع. (2018). مدى ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتقنيات الذكاء الإقتصادي -دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بالمسيلة. *مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية* (02), العدد التاسع, 32-44.
4. بلحاج, م. (2017). البقظة الإستراتيجية ضرورة حتمية للإستمرار في البيئة المعاصرة. *مجلة إقتصاديات المال والأعمال*, 192-206.
5. حلبي, ل. & دروازي, ي. (2017). دور البقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية. *مجلة أبعاد إقتصادية*, 60-75. (07).
6. حولة شادي. (جوان, 2017). المعلومات وصنع القرار عبر البقظة الإستراتيجية: نحو نظام فعال لسيرورة المعلومات. *مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية* (12), 454-426.



7. سخنون, &، ثلاثيية, ن. (2018). أثر اليقظة الإستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة)سيبوس-لابال عنابة. (مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والإجتماعية. 135-145, (43)
8. قذو, ب. ج. (2009). التسويق الدولي. الطبعة الأولى. (عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
9. كعواش, ج. (2017). أثر الممارسات الإدارية للمالك-المسير على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. بسكرة، الجزائر: كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير.
10. لعلاوي, ع. (2007). تشخيص التصدير بالمؤسسة وتحليل البيئة الخارجية.
11. لمروس, م. (2019). أنواع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة الحديثة. مجلة الميدان للدراسات الرياضية والإجتماعية والإنسانية، المجلد الثاني. العدد الثامن. 68-86, )
12. مصطفى معاشو، و فضيل فارس. (2019). أثر متغيرات بيئة التسويق الدولي على إختراق الأسواق الدولية. مجلة رؤى إقتصادية، 02(09)، 374-359.
13. نحلة عبد القادر هاشم، و ميرفت صالح ناصف. (2017). القيادة الجامعية واليقظة الإستراتيجية. قيادة التعليم وإدارته في الوطن العربي: الواقع والرؤى المستقبلية. 24، الصفحات 197-206. القاهرة: الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية.