

اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية النشاط السياحي. دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية

STRATEGIC VIGILANCE AND ITS ROLE IN THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ACTIVITY. A CASE STUDY OF AIR ALGERIE COMPANY

سويهر خليل*؛ رزاز محمد عبد اللطيف**

Soumis : le 20 avril 2021 Accepté : le 20 mai 2021

الملخص :

تسمح اليقظة الإستراتيجية للمؤسسات السياحية بمتابعة ورصد والمراقبة المستمرة للمحيط المستهدف، كما تساعد على ضبط ورصد التهديدات المباشرة وغير المباشرة للمنافسين وتحويل الإشارات الضعيفة للفرص إلى فرص حقيقية وممكنة تمكنها من البقاء بتنافسية جيدة وتعتبر الخطوط الجوية الجزائرية فاعلا مباشرا وأساسيا في الحركة السياحية والنقل السياحي من وإلى الجزائر وحتى الدول الإفريقية فالشركة تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية تسمح لها في السيطرة على المحيط الذي تتواجد فيه وتتبنى الخطوط الجوية الجزائرية اليقظة الإستراتيجية لجلب أكبر عدد من المسافرين والحفاظ على حصتها السوقية التنافسية.

الكلمات المفتاحية : اليقظة، اليقظة الإستراتيجية، السياحة، الميزة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، البيئة السياحية

Abstract :

Strategic vigilance allows tourism institutions to follow up, monitor and continuously monitor the target environment. It also helps to control and monitor direct and indirect threats to competitors and transform weak signals of opportunities into real and feasible opportunities that enable them to remain in good competitiveness. Air Algerie is a direct and essential actor in the tourism movement and tourism transport to and from Algeria Even African countries, the company seeks to achieve a competitive advantage that allows it to control the environment in which it is located. Air Algerie adopts strategic vigilance to attract the largest number of passengers and maintain its competitive market share.

Keywords: Vigilance, strategic vigilance, tourism, competitive dvantage, technological vigilance, tourism environment.

* : khalidip@live.com ، الجزائر ، جامعة هواري بومدين ، مخبر الجيومورفولوجيا وجيوأخطار: خليل سويهر

** : الجزائر، جامعة هواري بومدين ، مخبر الجيومورفولوجيا وجيوأخطار : رزاز محمد عبد اللطيف : drezmas@yahoo.fr

المقدمة

أفرزت التغيرات العالمية توجهات حديثة، وتطورات مست كل ميادين النشاط السياحي وعلى كل المستويات الكلية والجزئية للسياحة، حيث فرضت واقعا جديدا ومختلفا يعتمد على المنصات التكنولوجية القائمة على الحركات الكثيرة والتغيرات السريعة المبنية على الإبداع والانفتاح والتحرر التكنولوجي، لذا فالمؤسسات تحتاج إلى التأقلم السريع والسلس مع بيئتها المتغيرة، للبقاء في المنافسة والحفاظ على تنافسيتها مع محيطها، فاليقظة الإستراتيجية تسمح لها بالمتابعة والرصد والمراقبة المستمرة للمحيط المستهدف، كما تساعد على ضبط ورصد التهديدات المباشرة وغير المباشرة للمنافسين وتحويل الإشارات الضعيفة للفرص إلى فرص حقيقية وممكنة تمكنها من البقاء بتنافسية جيدة وتعتبر الخطوط الجوية الجزائرية فاعلا مباشرا وأساسيا في الحركة السياحية والنقل السياحي من وإلى الجزائر وحتى الدول الإفريقية، فالشركة تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية تسمح لها بالسيطرة على المحيط الذي تتواجد فيه وتتبنى الخطوط الجوية الجزائرية اليقظة الإستراتيجية ومنها التكنولوجية لجلب أكبر عدد من المسافرين والحفاظ على حصتها السوقية والتنافسية.

تتلخص مشكلة الدراسة في القدرة على معرفة دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية لشركة الخطوط الجوية الجزائرية في ظل منافسة شركات الطيران الأجنبية، ومن خلاله نصوغ الإشكالية في تساؤل رئيسي:

في ما يتمثل دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية وتعزيز القدرة التنافسية للخطوط الجوية الجزائرية داخل المحيط الذي تنشط فيه؟

ومنه تم صياغة الفرضيتان أدناه، والتي سيتم إثباتهما أو نفيهما وفق مجريات الدراسة:

الفرضية البديلة: اليقظة الإستراتيجية تعتبر عاملا فعالا في تطوير السيولة التنافسية لشركة الخطوط الجوية الجزائرية

الفرضية العدمية: اليقظة الإستراتيجية لا تعتبر عاملا فعالا في تطوير السيولة التنافسية لشركة الخطوط الجوية الجزائرية.

1. المنهجية والأدوات

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع المعلومات من المصادر المختلفة عن متغيرات البحث، كما اعتمدنا على منهج دراسة الحالة في الجزء التطبيقي بالاعتماد على إستبيان لجمع البيانات، ثم العمل على معالجتها، وتحليلها، واستخلاص النتائج.

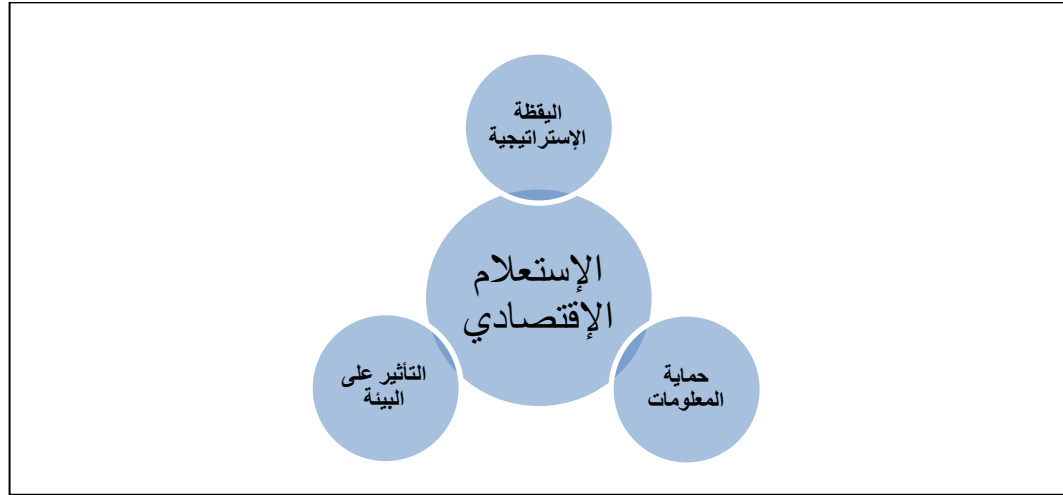
كما تسعى هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف التي تبين تطبيق اليقظة الإستراتيجية في شركة الخطوط الجوية الجزائرية والتعرف على دورها في تنمية وتعزيز الميزة التنافسية، وإستنتاج بعض النتائج والتوصيات التي من شأنها تقديم قيمة مضافة لها في إستغلال أمثل لسيرورات اليقظة وبالتالي الحصول على تنافسية أكثر تبقيا في الريادة على المستوى الوطني، وتشمل الدراسة على المفاهيم النظرية لماهية اليقظة الإستراتيجية والميزة التنافسية في القطاع السياحي الجزائري، كما تشمل على دراسة الحالة لمعرفة صحة الفرضية من عدمها والذي يبين دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية لشركة الخطوط الجوية الجزائرية .

1.1 اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة

قبل الشروع في توضيح مفهوم اليقظة الإستراتيجية لا بد من معرفة ما هو الذكاء الإقتصادي (الإستعلام الإقتصادي) وما هي اليقظة وأنواعها؟

1.1.1. الذكاء الإقتصادي

ويعرف على أنه "النشاط الذي يمكن المؤسسات سواء خاصة أو عامة من تعظيم مواردها، والوصول والإتاحة إلى المعلومات الاقتصادية، الاجتماعية، التكنولوجية، والإستراتيجية وحمايتها، عبر المراقبة المستمرة لمحيطها الداخلي والخارجي مما يمكنها من التحكم في بيئتها التنافسية في أفضل الظروف (التكلفة والنوعية والوقت السليم) لإتخاذ القرارات الفورية (MOINET, 2006) ومنه نستنتج أهم مكونات الإستعلام الإقتصادي هي :



الشكل رقم 01 : أهم مكونات الإستعلام الإقتصادي

Source : JAKOBIAK François, l'intelligence économique; la comprendre, l'implanter, l'utiliser, 2ème édition, édition d'organisation, 2006, p 25

بتصرف بحيث تكون سيرة عمل مكونات الإستعلام الإقتصادي كالتالي:
اليقظة الإستراتيجية: إنتاج المعلومات.
حماية المعلومات : خاصة المعلومات الإستراتيجية.
التأثير على البيئة: إستخدام المعلومة.

2.1.1. اليقظة

وتعرف بأنها إنتاج للمعلومة مع المراقبة المستمرة للبيئة من أجل الحصول والتحكم في المعلومة بشكل عام (JAKOBIAC, 1992)، وعليه يمكن القول بأن اليقظة هي أنشطة مستمرة، ومتكررة تمكن المؤسسة من رصد، وتسيير موارد المعلومات، لمواكبة التغيرات التي تطرأ على بيئتها، لاقتناص الفرص وتجنب التهديدات، مع خلق ميزة تنافسية تساعد على التكيف مع ظروف السوق كما أنه يوجد هناك أيضا مجموعة من اليقظات (LESCA, 2003) وهي :

- اليقظة التكنولوجية : تعتبر أول يقظة ظهرت وهي تهتم بالمعلومة التكنولوجية من خلال المراقبة المنظمة للمحيط التكنولوجي (REVELLI, 2000) ونقل التكنولوجيا في الجزائر غالبا ما يصاحبه فشل نسبي فيتم شراء التكنولوجيا وإهمال التحكم فيها والتحكم يكون بواسطة البحث والتطوير) وهي في كيفية التحصل على المعلومة التقنية والعلمية التي تسمح بدورها في التحصل على إنتاج المعرفة اللازمة لتغذية سيرة الإبداع التكنولوجي (ROUACH, 1996). لم تعد اليقظة التكنولوجية كافية الشيء الذي أدى إلى ظهور عدة يقظات أخرى وهذا لوجود أنواع مختلفة للمعلومة حيث نوع المعلومة هو ما يحدد نوع اليقظة
- اليقظة التسويقية: هي اليقظة التي تسمح بمراقبة استراتيجيات المنافسة وملاحظة سلوكها (السوق)

- اليقظة التنافسية: تهتم بمراقبة نقاط القوة ونقاط الضعف بالمقارنة مع المؤسسات المتواجدة في المنافسة مع المؤسسة.
- اليقظة التجارية: تهتم بالزبائن والموردين وكل المعلومات التي تغذي النشاط التجاري.
- اليقظة الاجتماعية: تهتم بمراقبة السلوك الاجتماعي للمستهلك ومحاولة المعرفة الجيدة لإحتياجات المستهلكين .
- اليقظة القانونية : تهتم بمراقبة إنتاج القوانين و التوجيهات من طرف الدولة والحكومة.
- يقظة براءات الاختراع : تهتم بمراقبة كل براءات الاختراع التي سجلت من طرف الوكالات الدولية و المحلية الخاصة بذلك.
- اليقظة الإستراتيجية: هي مجموع اليقظات الأخرى مع الأخذ بعين الاعتبار الجانب الإستراتيجي، وهي سيرورة متواصلة لإنتاج المعلومة ذات القيمة المضافة العالية (يمكن بيعها عدة مرات) حسب المواضيع والأهداف الإستراتيجية (HERMEL, 2001) ولهذا يجب أن يكون للمؤسسة مديرية خاصة باليقظة الإستراتيجية.

2.1 رهانات، أهمية، أهداف اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسة

- الرهان التجاري: إدارة المعلومة عن طريق اليقظة (التحكم في المعلومة) واليقظة تسمح بزيادة حجم المبيعات عن طريق جلب زبائن جدد
- الرهان التسويقي: الغاية منه التحكم في الأسواق مع الوصول لأكبر شرائح مستهدفة في السوق ويكون حسب إستراتيجية المؤسسة.
- الرهان التكنولوجي: يهدف إلى تطور المعرفة العلمية والتكنولوجية داخل المؤسسة عن طريق وظيفة البحث والتطوير.
- الرهان القانوني: يكمن في مراقبة المناقشات البرلمانية من أجل إنتاج القوانين والتحكم في القوانين الصادرة.
- الرهان الاجتماعي: يهدف إلى التحكم في المحيط الداخلي وحل الأزمات الاجتماعية الناتجة مثلا عن عملية الإضراب
- الرهان المالي: يهدف إلى مراقبة كل نشاطات البنوك والأسواق المالية (التعاملات)
- الرهان التمويني: يهدف إلى مراقبة الموردين واكتشاف الموردين الجدد.

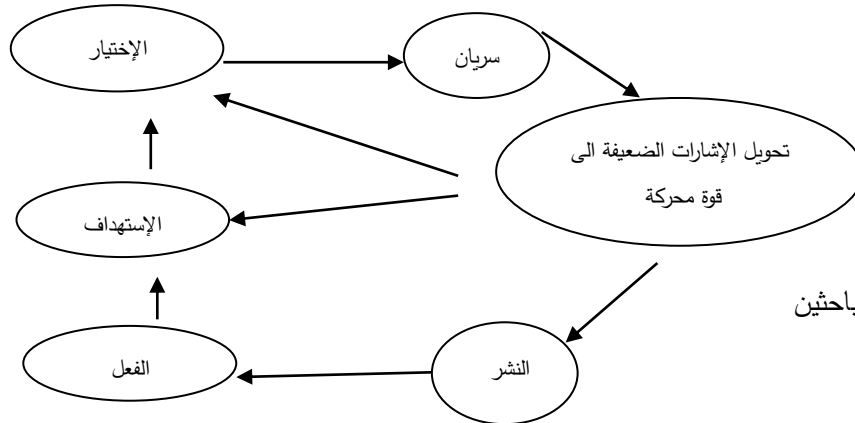
3.1 سيرورة اليقظة الاستراتيجية

لليقظة الاستراتيجية سيرورات خاصة بها داخلها ويوجد داخل هذه السيرورات مجموعة من الخطوات داخل كل خطوة عدة مراحل.



الشكل رقم 02: نموذج تصميمي لخطوات اليقظة الاستراتيجية

المصدر: إعداد الباحثين



المصدر: إعداد الباحثين

الشكل رقم 03 : نموذج تصميمي لسيرورة اليقظة الاستراتيجية المراحل (étapes)

4.1. العمليات الرئيسية لليقظة الاستراتيجية

تتكون اليقظة الإستراتيجية من ثلاث عمليات رئيسية (BERGERON, 1995) وهي :

- المراقبة والملاحظة: هي المرحلة التي يتم فيها البحث والاستهداف والجمع مع تعقب المعلومة حيث تكون خام ويقوم بذلك المنتجون، والمصممون والتجار
- الاستغلال : هي المرحلة التي يتم فيها التحليل والمصادقة، والتركيب، وتقديم التوصيات، والنشر مع تداول المعلومة التي تكون ذو قيمة مضافة عالية.
- الاستعمال : يتم اتخاذ القرار الاستراتيجي من قبل متخذي القرار في المؤسسة.

5.1 اليقظة الإستراتيجية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية

- الميزة التنافسية: يختلف المختصون في إعطاء تعريف موحد لها غير أن جلهم يتفقون على أن تطبيقها يكون على مستوى المؤسسات، وتبعاً لذلك نستعرض التعريف التالي :

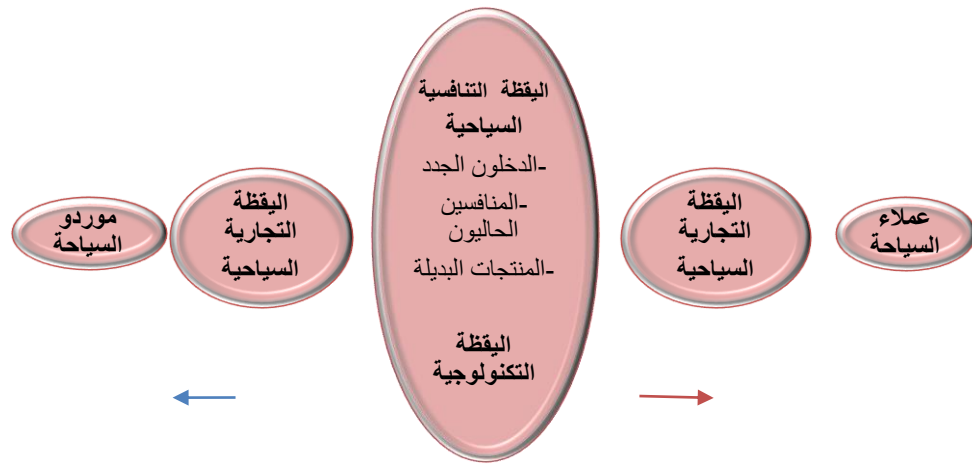
يعرفها (Porter, 1993) بأنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع، فالميزة التنافسية لا تختص بالدولة وإنما بالمؤسسة وحسبه فإن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي إستطاعت المؤسسة أن تخلقها لعملائها إذ يمكن أن تأخذ شكل السعر المنخفض أو تقديم منافع متميزة في المنتج مقارنة بالمنافسين الآخرين (Porter, 1999).

- اليقظة التنافسية في النشاط السياحي: اليقظة التنافسية هي النشاط الذي يسمح للمؤسسة بمراقبة ومتابعة المحيط التنافسي للمؤسسة، وبالأخص متابعة ورصد نشاطات المنافسين (COSTA, 2008) فهي كل عمليات البحث وجمع المعلومات لكل ما يتعلق بالمنافسين المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين، مع معالجة وتحليل هذه المعلومات ثم تخزينها ونشرها أي توصيلها لمتخذي القرار في المؤسسة بغرض تحليل سلوكياتهم الحالية والمستقبلية (BRACHET-DUCOS, 2007)، مما يؤدي بالمؤسسة إلى تحسين وتطوير الحالة التنافسية لها مقارنة بالمنافسين في بيئتها (MARCON, 2006). ومنه نستنتج أن اليقظة التنافسية يكمن تطبيقها على الميدان السياحي بإعتباره صناعة قائمة بذاتها وله نشاط يجذب المؤسسات (عميش، 2014)، وتظهر أهمية اليقظة التنافسية في بيئة السياحة المتغيرة بسرعة والتي تتطلب كل ممارسات التميز والإبداع التنافسي للوصول للريادة والتموقع الجيد والإستمرار في

السوق السياحي (كواش خالد، 2004).

6.1 مكونات اليقظة التنافسية السياحية:

تعتبر اليقظة التنافسية أحد مكونات اليقظة الإستراتيجية والتي ذكرناها سالفا (اليقظة التجارية، اليقظة التكنولوجية... إلى غير ذلك)، حيث تعتبر منفصلة تماما عن بعضها البعض إلا أن التداخل والتفاعل بين هذه اليقظات هو أمر طبيعي لأن كل يقظة توجد في البيئة العامة للمؤسسة (MADIES, 2008) فعلى سبيل المثال ستكون اليقظة التنافسية قريبة من اليقظة التكنولوجية إذا إهتمت أكثر بالمنتجات والتجهيزات التكنولوجية للمنافسين وستكون قريبة من اليقظة التجارية إذا ركزت على تحليل مزايا العملاء المنافسين (بالحبيب، 2016). والشكل التالي يبين مكونات اليقظة الإستراتيجية بشكل عام، وتوضيح إسقاطه على النشاط السياحي.



الشكل رقم 4: مكونات اليقظة الإستراتيجية في البيئة السياحية

المصدر: B. Martinet et J.M. Ribault, la veille technologique, concurrentielle et commerciale, les éditions d'organisation, Paris, 1989, p24.

بتصرف

المنافس الحالي: هم المؤسسات التي تنشط فعليا في مجال نشاط المؤسسة، ولهم حركية دائمة للحصول على موقع متميز بالإعتماد على خطط تنافسية والمنافس الحالي يعتبر منافسا مباشرا ويقدم سلعا وخدمات تتطابق وتشبه بشكل شبه كامل منتجات المؤسسة، مما يصعب على العميل التفرقة بينهم. المنتجات السياحية البديلة: وهي المؤسسة التي تقدم منتجا يؤثر على إقبال العميل على منتجات المؤسسة، كالمنتجات البديلة أو المنتجات المتكاملة وبالتالي هي منافس غير مباشر في البيئة السياحية. الداخلون الجدد في النشاط السياحي: هي المؤسسات التي تغريها الأرباح التي تحققها المؤسسة في صناعة المنتجات السياحية، فيقررون الدخول في مجال نشاطها، ويجدر الإنتباه أنه كلما كانت عوائق الدخول إلى السوق السياحي كبيرة نقص احتمال دخول منافسين جدد وكلما كانت عوائق الدخول سهلة كلما زاد احتمال دخول منافسين جدد.

2. المناقشة

1.2 إبراز دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية في النشاط السياحي

تعتبر الخطوط الجوية الجزائرية من أهم الفاعلين في النشاط السياحي باختلاف أنواعه عبر نقل السياح من وإلى الجزائر وحتى بعض دول إفريقيا، بالإضافة إلى إقامتها ومشاركتها في معارض السياحة في الجزائر وبعض الدول الأوروبية، وتبرز فعالية شركة الخطوط الجوية الجزائرية في نقل المعتمرين والحجاج على طول السنة (السياحة الدينية)، كما تركز على نقل السياح الأجانب إلى الصحراء عبر مختلف المطارات الداخلية. وسيتم إبراز دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ، من خلال ربط مكون من مكونات اليقظة الإستراتيجية بعامل من عوامل تحسين تنافسية المؤسسة السياحية، ولهذا الغرض تم إعداد إستبيان مكون من 10 عشرة أسئلة وهي عبارة عن أسئلة لإبراز دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة السياحية من خلال التأثير على عامل تحقيق التفوق على المنافسين. فالإجابة عن أسئلة هذا الإستبيان ستنتفي أو تؤكد فرضية الدراسة. اعتمدت على مقياس ليكرت الخماسي النسبي لقياس إستجابات أفراد العينة، ويبين الجدول التالي مقياس درجة الموافقة وترجمة الاستجابات عند التحليل

الجدول 01 : مقياس درجة الموافقة

درجة الموافقة	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	اتفق تماما
عدد النقاط	1	2	3	4	5

المصدر: إعداد الباحثين

وهذا يعني أن المجال النسبي لاتجاهات إجابات المستجوبين للموافقة أو عدم الموافقة هو كالاتي:

- المجال من [20%-36%] يدل على مستوى ضعيف جدا للموافقة على محتوى السؤال.
- المجال من [37%-52%] يدل على مستوى ضعيف للموافقة على محتوى السؤال.
- المجال من [53%-68%] يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال.
- المجال من [69%-84%] يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال.
- المجال من [85%-100%] يدل على مستوى عال جدا للموافقة على محتوى السؤال

تم توزيع الإستبانة على 8 مسؤولين في مديريات الخطوط الجوية الجزائرية مع التأكيد التام لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بأن الإجابات ستحظى بالسرية التامة، ولن تستخدم إلا لأغراض الدراسة فقط.

الجدول 02 : دور اليقظة التنافسية في تحسين تنافسية المؤسسة.

من خلال ممارسة اليقظة الإستراتيجية أصبح للمؤسسة القدرة على	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	اتفق تماما
الوصول إلى معرفة متركمة حول المنافسين	-	-	-	62.5%	37.5%
المعرفة الجيدة لمخططات المنافسين	-	-	12.5%	75%	12.5%
معرفة توجهات المنافسين	-	-	-	25%	75%
تحديد أقرب المنافسين على المؤسسة	-	-	-	50%	50%
تجنب تهديدات المنافسين	-	-	-	50%	50%
تسيير التسعير بكفاءة أكثر	-	-	-	25%	75%

تجنب والحماية من الدعاية السلبية تجاه المؤسسة	-	-	25%	25%	50%
جذب عملاء المنافسين	-	-	12.5%	75%	12.5%
فهم توجهات المؤسسات المنافسة (الاستراتيجية ونوعية الخدمات المقدمة، التسويق..)	-	-	25%	62.5%	12.5%
تحقيق التعلم المنتظم من المنافسين	-	-	-	25%	75%

المصدر: إعداد الباحثين بناء على نتائج الاستبيان.

الجدول 03 : دور اليقظة التنافسية في تحسين تنافسية المؤسسة.

من خلال ممارسة اليقظة الإستراتيجية أصبح للمؤسسة القدرة على	%النسبة	المجال	الملاحظة
الوصول إلى معرفة متراكمة حول المنافسين	62.5	53%- [68%]	يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال
المعرفة الجيدة لمخططات المنافسين	75	69%- [84%]	يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال
معرفة توجهات المنافسين	75	69%- [84%]	يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال
تحديد أقرب المنافسين على المؤسسة	50	53%- [68%]	يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال
تجنب تهديدات المنافسين	50	53%- [68%]	يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال
تسيير التسعير بكفاءة أكثر	75	69%- [84%]	يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال
تجنب والحماية من الدعاية السلبية تجاه المؤسسة	50	53%- [68%]	يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال
جذب عملاء المنافسين	75	69%- [84%]	يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال
فهم توجهات المؤسسات المنافسة من حيث الاستراتيجية ونوعية الخدمات المقدمة، التسويق..	62,5	53%- [68%]	يدل على مستوى متوسط للموافقة على محتوى السؤال
تحقيق التعلم المنتظم من المنافسين	75	69%- [84%]	يدل على مستوى عال للموافقة على محتوى السؤال

المصدر: إعداد الباحثين بناء على نتائج الاستبيان.

3. النتائج

يلاحظ من الجدول أن جميع الإجابات تتفق على ضرورة استخدام نظام اليقظة الإستراتيجية في تعزيز تنافسية شركة الخطوط الجوية الجزائرية في البيئة التي تنشط فيها، إذ نجد خمسة (05) أسئلة من الاستبيان تدل على مستوى متوسط للموافقة على السؤال بتفاوت نسبي بسيط وتنتمي إلى المجال النسبي

[53%-68%]، بحيث تتركز الأسئلة على التراكم المعرفي ومعرفة المخططات المستقبلية للمنافسين وجذب عملاء جدد للشركة، كما نجد أيضا أن خمسة (05) أسئلة تحصلت على نسبة موافقة عالية وتتعلق بسياسات التسعير وكيفية تجنب التهديدات والتعلم المستمر من البيئة التنافسية وتنتمي إلى المجال [69%-84%]، وبشكل عام نجد أن 7.5% من الإجابات عن الأسئلة كانت محايدة و 47.5% كانت موافقة لمحتوى الأسئلة و 45% كانت موافقة بشدة على محتوى الأسئلة، مما يؤكد أن الشركة تعتمد على ممارسات اليقظة الإستراتيجية في نشاطاتها القصيرة والمتوسطة والبعيدة الأجل، وهو أيضا ما يؤكد صحة الفرضية البديلة وهي أن اليقظة الإستراتيجية تعتبر عاملا فعالا في تطوير السيولة التنافسية لشركة الخطوط الجوية الجزائرية .

الخلاصة

تعتبر المنافسة من المحركات الفعالة في تفعيل وتحريك عجلة النمو للمؤسسات لما لها من قدرة على التأثير والتأثر في البيئة التي تنشط فيها، ويعتبر نشاط النقل الجوي من أساسيات الحركة السياحية والعصب الرئيس لها، ورغم ضعف النشاط السياحي في الجزائر مقارنة بدول الجوار إلا أن هناك بيئة تنافسية قائمة على مستوى نشاط شركة الخطوط الجوية الجزائرية والتي تسعى الشركة إلى استدامة السيطرة على سوق النقل الجوي من وإلى الجزائر من خلال تطبيق ممارسات اليقظة الإستراتيجية في بيئتها وتحديد قدرة الشركات الأجنبية الناشطة في الجزائر من الحصول على زبائن جدد مثل شركة الخطوط التونسية ومصر للطيران والخطوط السعودية بالنسبة لنقل المعتمرين والحجاج في المواسم الدينية (السياحة الدينية) ، أو بالنسبة للشركات الأوروبية التي تسعى لنقل السياح عبر خطوطها من وإلى الجزائر.

المراجع المستعملة باللغة العربية:

كواش، خالد (2004). أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية – حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (251 ص)
 بالحبيب محسن (2017). أثر إدارة العلاقة مع العملاء في تنافسية المؤسسات السياحية بالجزائر – دراسة عينة من الوكالات السياحية بالجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، (286 ص).
 عميش، سميرة (2017). دور إستراتيجية الترويج في تكييف و تحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، (323 ص).

<https://tdoctorat.univ-setif.dz/2015/SEG/Amiche%20samira.pdf>

المراجع المستعملة باللغة الأجنبية

Brachet-ducos, C, 2007. Quel apport des professionnels de l'information scientifique et technique dans le dispositif de la veille d'un organisme de recherche ?, cycle supérieur, France : mémoire/INTD/CNAM, 102),https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00000628/document
 Bergeron, P, 1995. « Observations sur le processus de veille et les obstacles à sa pratique ». *Argus*, vol 24, n° 3.
 Costa, N, 2008. *Veille et Benchmarking*, Paris, Ed Ellipses, (p.17-22).
 Hermel, L, 2001. *Maitriser et pratiquer la veille stratégique*, Paris, édition AFNOR.
 HASSID, L, GUSTAVE, P, MOINET N, 1997. *Les PME face au défi de l'Intelligence Économique - le renseignement sans complexe*. Paris, Ed Dunod.

- Jakobiak, F, 2006. *L'intelligence économique, la comprendre*. Paris, éd d'organisation.
- Jakobiak, F, 1992. *Exemples commentés de veille technologique*. Paris, Les Editions d'Organisations.
- Lesca, H, 2003. *La veille stratégique : la méthode L.E Scanning*. Cormelles-le-Royal, Editions EMS.
- Madies, T, Prager, J-C, 2008. *Innovation et compétitivité des régions*. Rapport du Conseil d'analyse Economique. Paris, La documentation française.
- Marcon, C, Moinet, N, 2006. *L'intelligence économique*. Paris, Editions Dunod.
- Porter, M, 1999. *L'avantage concurrentiel, comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*. Paris, Editions Dunod.
- Porter, M, 1993. *L'avantage concurrentiel des nations*. Paris, inter-edition.
- Revelli, C, 2000. *L'intelligence stratégique sur Internet*. France, 2ème Ed Dunod.
- Rouach, D, 1996. *La Veille Technologique et l'Intelligence*. Paris, Collection Que Sais-je-PUF.