

أثر عوامل المحيط الداخلي على انتقال المؤسسات الجزائرية إلى الأسواق الدولية
دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية الدولية

**The Impact Of The Factors Of The Internal Environment On The
Transition Of Algerian Institutions To The International Markets , Case
Of A Sample Of Algerian Exporting Entrprises**

بن حمو عبد الله

مدوري نور الدين

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر

abdel.ben11@gmail.com

nor-djawed@hotmail.fr

تاريخ القبول: 2018/11/29

تاريخ الاستلام: 2018/06/25

الملخص:

أمام تزايد الاهتمام بضرورة تدويل المؤسسات كاختيار حتمي لبناء اقتصاد متوازن يستطيع الصمود في وجه التقلبات التي تصيب قطاع المحروقات. وجب على المؤسسات الجزائرية أن تضمنه وترصده بشكل مستمر، ومن العوامل التي تعمل على نجاحه المحيط بصفة عامة التي تعيشه هذه الأخيرة، وبصفة خاصة المحيط الداخلي ومكوناته المتمثلة في بعضا لمتغيرات كإمكانات بشرية وقدرته على اتخاذ القرارات، التكنولوجيا، ومرونة المؤسسة، وصنفها... الخ. مع ذلك فإن عملية نقل أعمال المؤسسة من السوق المحلي إلى الأسواق الدولية تخضع لمجموعة من التغيرات وأهمها جاذبية البلدان وقدرتها التنافسية بحيث يكون اختيار مؤسسة الدولة المستقبلية صحيحا وفي مكانها لتستفيد هذه المؤسسات الجزائرية بمعايير الجودة الدولية والإقليمية حتى تلقى المنتجات والمؤسسات الجزائرية لقبول الأسواق الدولية.

الكلمات المفتاحية: التدويل، إمكانات البيئة الداخلية، إمكانات البشرية، إمكانات، التكنولوجيا، اتخاذ القرار.

Abstract :

In view of the growing interest enterprises internationalization as an inevitable choice to build a balanced economy that can withstand the fluctuations in the hydrocarbons sector. Algerian enterprises must ensure that they supervisor this economy The factors that affect theirs successes the environment in global way, internal environment and some variables such as human potential andits ability to make decisions, technologies, flexibility of the enterprise, categories ... etc. However, the process of transferring the business of the enterprise from the local market to the international markets is a subject of some changes, the most important is the attractiveness and competitiveness of the countries. Thus, the selection of the recipient country should right and in place. These enterprises have benefits from international and regional quality standards, that the Algerian products can be accepted in these internationa markets.

Key Words: Internationalization, Possibilities Of The Internal Environment, Human Possibilities, Possibilities Of Technology, Decision-Making.

JEL Classification: D00, F1.

*مرسل المقال: مدوري نور الدين (nor-djawed@hotmail.fr).

المقدمة:

لم تعد المؤسسات الاقتصادية بالدول المتطورة والنامية على حد سواء تكتفي بمزاولة نشاطها على المستوى المحلي فقط، وذلك لعدة عوامل أهمها محدودية حجم الأسواق المحلية وركودها، ومحاولتها الرفع من حصصها السوقية ما ينتج عليه الاستفادة من اقتصاديا الحجم، ضف إلى ذلك التغيرات التي تحدث في المحيط الدولي ومنطق التكتلات الاقتصادية الدولية. ولعله أهم عنصر لا بد على المؤسسات الجزائرية التأكد منه ومراقبته وبطريقة مستمرة هو المحيط الذي تعيش به وبدرجة أكبر المحيط الدولي خاصة محيط الدول أو الدولة المضيفة التي تستهدف الدخول إليه، غير أنه عملية انتقال أعمال المؤسسة من السوق المحلي إلى الأسواق الدولية تحكمها متغيرات بيئية أخرى لا بد من أخذها بعين الاعتبار وأهمها جاذبية وتنافسية الدول حتى يكون اختيار المؤسسة للدولة المستقبلية صائب وفي محله، والشراكة الأجنبية للدول الجزائرية حتى تستفيد هذه المؤسسات من الاتفاقيات المبرمة مع الشركاء الدوليين مما يسهل عملية الانتقال إلى الأسواق الدولية، وأخيرا ضرورة اكتساب المؤسسات الجزائرية لمعايير جودة عالمية و/أو إقليمية حتى تلقى المنتجات والمؤسسات الجزائرية القبول بالأسواق الدولية.

على أساس النتائج التي توصلنا إليها إثر إطلاعنا على الدراسات التجريبية والأكاديمية التي تناولت مكونات هذا الموضوع (ونعني بذلك كل من الدراسات التي تناولت موضوع التدويل، والدراسات التي تناولت موضوع بيئة المؤسسة الداخلية)، وانطلاقا من الأبعاد السالفة الذكر وهذا التصور الأخير فإننا نتساءل وفق الإشكالية التالية:

ما هو أثر العوامل المكونة للمحيط الداخلي على انتقال المؤسسات الجزائرية إلى الأسواق الدولية؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية وهي:

- ما هي مكونات محيط المؤسسة الداخلية المتعلقة بانتقالها إلى الأسواق الأجنبية؟
- هل تتأثر عملية انتقال المؤسسات الجزائرية إلى الأسواق الأجنبية بالمتغيرات الشخصية للمسيرين؟
- هل تتأثر عملية الانتقال إلى الأسواق الأجنبية بصنف المؤسسات المبحوثة؟

1. الفرضيات :

- **الفرضية الأساسية الأولى:** توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع للمتغيرات الشخصية.
- الفرضية الفرعية الأولى: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل الجنس.
- الفرضية الفرعية الثانية: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل السن.
- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع للمستوى التعليمي.

- **الفرضية الأساسية الثانية:** توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بصفة جزئية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لصفن المؤسسات المبحوثة.
- الفرضية الفرعية الأولى: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لطبيعة ملكية المؤسسات المبحوثة.
- الفرضية الفرعية الثانية: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لحجم المؤسسات المبحوثة.
- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعمر المؤسسات المبحوثة.
- **الفرضية الرئيسية الثالثة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، لمكونات البيئة الداخلية للمؤسسة على تدويل نشاطاتها.

2. الهدف من الدراسة: إن الهدف من هذه الدراسة يكمن في النقاط التالية:

- معرفة أثر كل مكون من مكونات محيط المؤسسة الداخلي على عملية الانتقال إلى الأسواق الأجنبية.
- الإجابة على التساؤلات ودراسة الفروض المقدمة لإثبات صحتها أو نفيها، وبالتالي التعرف على حقيقة عملية تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وعلاقة المحيط الداخلي لهذه المؤسسات.

1. الإطار النظري:

11. محيط المؤسسة الداخلي

يقصد بعوامل المحيط الداخلي إمكانات وظروف المنظمة التي تؤثر في القرارات التسويقية وخاصة ما يتعلق منها بالأهداف والاستراتيجيات والخطط التسويقية وغيرها من القرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي الذي تقدمه المنظمة للسوق، وتتميز هذه العوامل بأنها تخضع لسيطرة الإدارة إلى حد بعيد.

للحديث عن المحيط الداخلي فإن الأمر يتطلب تناول العديد من العوامل التي تمثل بمجملها النشاط الداخلي للمنظمة والتي تتعلق بشكل رئيسي بالمزيج التسويقي: الأهداف التنظيمية، المصادر المالية، المهارات الإدارية، نقاط القوة ونقاط الضعف في المنظمة، وعموما الأنشطة والوظائف الأخرى غير التسويقية في المنظمة (البكري، 2006).

يمكن تقسيم عوامل المحيط الداخلي إلى:

أ. **العوامل غير التسويقية** (جبر، 2007، صفحة 38).

- **الإمكانات البشرية:** يعتبر هذا المتغير من العوامل الرئيسية التي تؤثر في القرارات التسويقية، فلا نستطيع على سبيل المثال أن نقرر التعامل مع قطاع من المستهلكين إذا لم تتوفر لدينا العمالة التي يمكنها تقديم المنتج أو الخدمة التي تتناسب مع رغبات هذا القطاع (تدريب وتأهيل رجال البيع).
- **الإمكانات التكنولوجية:** تؤثر الإمكانات التكنولوجية المتوفرة لدى المنظمة على إستراتيجيتها التسويقية لأن المنظمة التي لا تتوفر لديها إمكانات تكنولوجية متقدمة لا يكون لديها مرونة كبيرة في اختيار قطاعات المستهلكين

خاصة تلك التي تطلب منتجات متقدمة أو لها مواصفات خاصة، كما تؤثر الإمكانيات التكنولوجية في تحديد مواصفات المنتج ونوعيته مما ينعكس أثره على بقية متغيرات المزيج التسويقي لهذا يجب على إدارة التسويق أن تكون على تنسيق دائم مع إدارة البحث والتطوير.

- **مركز المنظمة في المجتمع** (جبر، 2007): لا يكفي أن تتوفر لدى المنظمة الإمكانيات المالية والبشرية والفنية بل لا بد أن تكون المنظمة مقبولة في المجتمع الذي توجد فيه سواء من العمال الذين يعملون فيها، أو العملاء وبقية عناصر النظام التسويقي من موردين ووسطاء وغيرها بالإضافة إلى مؤسسات النشر والإعلان وكذا الحكومة والمؤسسات الأخرى في المجتمع.

ب. **العوامل التسويقية**: وتتمثل في المزيج التسويقي الذي يعرف على أنه مجموعة من الأدوات التسويقية التي تستخدمها المنظمة من أجل استمرارية تحقيق أهدافها التسويقية في السوق المستهدف (عواد، 2000، صفحة 5) وهي المنتج، السعر، الاتصال، التوزيع، والتي تعتبر متغيرات يمكن السيطرة عليها من قبل إدارة المنظمة لإنجاز وتحقيق أهدافها الخاصة.

- **المنتج**: يتضمن جميع الخطط التي تعدّها المنظمة تجاه المنتج الذي تتعامل به، والتطورات التي يمكن إجراؤها عليه لغرض أن يأخذ موقعه التنافسي المناسب في السوق أي أن المنظمة لا تكنفي بطرح المنتج في السوق فقط بل تعمل على إدخال منتجات جديدة وإجراء تطويرات ملائمة حسب ما يتطلبه السوق.

- **السعر**: وضع السياسة السعرية المناسبة وبما يتوافق مع ظروف السوق والقوة الشرائية للمستهلك، آخذين بعين الاعتبار الخصومات والمساحات التي يمكن تقديمها للوسطاء الآخرين ضمن المنافذ التوزيعية.

- **الاتصال**: هي تلك الوسائل الرئيسية المستخدمة في الاتصال والإخبار عن المنتجات التي تتعامل بها المنظمة سواء كان عن طريق الإعلان، البيع الشخصي، العلاقات العامة، ترويج المبيعات... الخ.

- **التوزيع**: يتمثل في النشاط المتعلق باختيار المنفذ التوزيعي المناسب لإيصال السلع والخدمات لجمهور المستهلكين والمستعملين وبما يحقق لها السيطرة الكافية على حركة انسيابية للسلع، وهنا لا بد من القول بأن المنظمة لا تعتمد على منفذ واحد للتوزيع، بل يمكن أن يتم التوزيع عبر أكثر من منفذ وبوقت واحد وعبر أكثر من منفذ وبوقت واحد عبر سيطرتها المباشرة على تلك المنافذ أو دون ذلك وهذا يتحدد حسب المنتج والبيئة التي تتعامل معها المنظمة (البكري، 2006).

- **تشخيص التصدير**: الهدف من تشخيص التصدير هو التقييم الاستراتيجي المحتمل للمؤسسة وذلك من خلال تحديد قدرات المؤسسة على التصدير ومواجهتها لأخطاره. ويرتكز التقييم أساساً على موارد وكفاءات المؤسسة لتحديد فرص نجاحها في السوق الدولية. وتشخيص التصدير يجب أن يشمل معطيات كمية قابلة للقياس كالاتي:
ت. **تحليل قوى وطاقات المؤسسة**: في البداية يتم تشخيص طاقات المؤسسة عن طريق تقييم الوظائف الرئيسية بالمؤسسة والتي لها علاقة مباشرة بتدويل المؤسسة وذلك من أجل قياس ما مدى قدرة المؤسسة على التعامل مع الأسواق المحلية.

- **الطاقة الإنتاجية:** إنتاج كمية كافية ولمدة طويلة، التصدير الزائد لا يمكن أن يكون سياسة تتبعها المؤسسة. من أجل بلوغ هذا المستوى من الإنتاج لابد على المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة أن تقوم بعملية استثمار خاصة إذا كان السوق المستهدف في نمو متواصل.
- إنتاج منتج يتلاءم ومتطلبات السوق المستهدف، بما في ذلك المتطلبات التجارية الأمر الذي مرونة في الآلة الإنتاجية مما يترتب عن ذلك تكاليف زائدة. (Helénne, 2002)
- إنتاج في ظروف توزيع تتلاءم ومتطلبات السوق، حيث إمكانية التخزين وتمويل التخزين عنصرتين مهمتين لآبد على المؤسسة أن تأخذهما بعين الاعتبار (Pasco-Berho, 2007).
- **الجودة:** بالإضافة إلى ما سبق فالدخول إلى الأسواق الدولية يحتاج إلى تمويل قد يكون لشراء وسائل إنتاج جديدة أو لتغطية مصاريف دورة الاستغلال باعتبار أن ما يتم إنتاجه لن يتم تصديره مباشرة بل يتطلب وقتاً وهذا ما يؤدي إلى الحاجة لرأس المال العامل.
- ث. **تشخيص الموارد البشرية:** خلال عملية التشخيص يتم التأكد من أن الموارد البشرية الحالية بإمكانها تنفيذ المهام المطلوبة وكذلك التأكد من أن الهيكل التنظيمي لمصلحة التصدير قادر على ذلك أو يجب تعديله بما يتطلبه تنفيذ المهام (عمر، 2007).

- كفاءات التسويق واللوجيستيك:

- وضعية المؤسسة في سوقها المحلي، وتجاه السوق الخارجي.
- وضعية المؤسسة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.
- الإستراتيجيات التجارية المعتمدة.
- صورة المؤسسة.
- خصائص نظام المعلومات التسويقي.
- الميزانيات المخصصة لعمليات التغليف، التخزين، النقل... الخ (Pasco-Berho, 2007)

2. الإطار التطبيقي للدراسة

1.2. الإجراءات المنهجية للبحث الميداني.

- **مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من جميع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (بمختلف مجالات أنشطتها خارج قطاع المحروقات) التي تقوم بتسويق منتجاتها وخدماتها بأسواق الدول الأجنبية. وبلغ عدد هذه المؤسسات بتاريخ 2014/12/12، 498 مؤسسة. على أساس الشهادات المقدمة من طرف (la CACI) ومختلف الغرف التجارية والصناعية الجهوية. تنقسم أنشطة هذه المؤسسات على القطاعات التالية.

الجدول رقم (1) : المؤسسات الجزائرية الدولية (خارج قطاع المحروقات) وفق طبيعة النشاط

القطاع	العدد	%
الثروة الحيوانية والمنتجات الحيوانية والمنتجات الزراعية	84	16.87
المنتجات الزراعية والصناعية	85	17.07
منتجات مصائد الأسماك	20	04.02
منتجات التعدين	11	02.21
منتجات الطاقة والبتروكيماويات	05	01.01
الكيمائيات ومستحضرات التجميل والأدوية والطب البيطري	36	07.29
الكيمائيات ومستحضرات التجميل والأدوية والطب البيطري	39	07.83
منتجات الحديد والصلب	20	04.02
النفايات الحديدية وغير الحديدية	30	06.02
المعدات والمواد والمنتجات من الصناعة الميكانيكية	14	02.81
المعدات الكهربائية والمواد الالكترونية	28	05.62
مواد البناء والسيراميك والصناعية	11	02.21
الفلين والمواد الخشبية	20	04.02
الورق والكرتون	29	05.82
الطبعة والفنون التخطيطية	03	00.60
سلع جلدية ، جلود وجلود	16	03.21
المنسوجات ومصنوعاتها	12	02.41
منتجات حرفية	06	01.20
التجارة متعددة الاستيراد والتصدير	29	05.82
المجموع	498	100.00

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الموقع الرسمي لوزارة التجارة.

- تقديم عينة الدراسة: حاولنا اختيار عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي بلغت 70 مؤسسة تسوق منتجاتها وخدماتها بالأسواق الدولية، حيث تم توزيع 70 استمارة تم استرجاع والأخذ بعين الاعتبار 44 استمارة فقط، وتم توزيع جزء منها شخصيا وجزء آخر عن طريق البريد الإلكتروني وعن طريق وسائط أيضا.
- مجال الدراسة: يكمن الهدف الأساسي من البحث في محاولة دراسة ومعرفة مدى تأثير نشاط المؤسسة في الانتقال إلى الأسواق الدولية بمكونات المحيط الداخلي لها، لذلك وتدعيما لما تم تناوله في الجانب النظري من البحث، تم إعداد الدراسة الميدانية في إطار مجموعة من الحدود المكانية والزمنية.

- الحدود المكانية للدراسة: تضمن الجانب الميداني للبحث دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، كما سبق ذكره، إذ كانت الحدود المكانية للدراسة تتمثل في زيارة مختلف المؤسسات الاقتصادية التي تمارس نشاطها على المستوى الدولي، كما سبأتي ذكره في الجدول رقم (2) حيث شملت بعض مناطق الوطن ومحاوله الإلمام بمختلف القطاعات الاقتصادية وتم التركيز على المديرية العامة لكل مؤسسة. حيث تم توزيع الاستبيان على مديري المؤسسات أو مديري مصلحة التسويق ومديري المصلحة التجارية.

2.2. المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة

إن طبيعة الموضوع والدراسة هي التي تحدد المنهج الواجب إتباعه قصد الإحاطة بأهم جوانبه، لذلك سنعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعطيات والبيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة، من أجل وصف وتقييم أثر المتغيرات البيئية المحيطة بالمؤسسة على عملية تدويل نشاطها، من خلال المسح الميداني للمؤسسات مدارالبحث، تم تحليل ومعالجة بيانات البحث باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية منها والتحليلية، وذلك استعانة بالبرنامج الإحصائي spss ذات الإصدار 23، كما تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي (Likert) لقياس الاستبيان، بغية التعرف على آراء واتجاهات المستجوبين، وأعتمد كذلك على مستوى الدلالة أو المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، والذي يقابله مستوى الثقة (95%) لتفسير نتائج الاختبارات المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة.

• توزيع وجمع البيانات حسب تواجد المؤسسة جغرافيا

تم توزيع الاستبيانات على مجموعة من المؤسسات الجزائرية المصدرة والمتواجدة عبر القطر الوطني كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2): الاستبيانات الموزعة والمسترجعة حسب التوقع الجغرافي

الجهة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة والمقبولة	نسبة الاستبيانات المسترجعة والمقبولة	نسبة العينة
الوسط	17	13	76.47	29.54
الشرق	21	07	33.33	15.90
الغرب	25	23	92.00	52.28
الجنوب	07	01	14.92	2.28
المجموع	70	44	62.86	100.00

المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن ما نسبته 62.86% من الاستثمارات الموزعة (والتي كان عددها 70 استثماراً) تم استرجاعها وأخذها بعين الاعتبار في تحليل نتائج الدراسة عن طريق معالجتها بواسطة البرنامج الإحصائي، وتعد عدد المؤسسات من الغرب الجزائري أكبر نسبة تم توزيع واسترجاع البيانات بها حسث قدرت بـ

52.28% من العينة، تم يليها وسط الجزائر بنسبة 29.54% تم الشرق بنسبة 15.90% والجنوب بمؤسسة واحدة بنسبة 2.28%

• التحليل الوصفي لنتائج الاستبيان

الجدول رقم (3): نتائج التحليل الوصفي لمفهوم التدويل لدى المؤسسات

ر	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الأهمية
1	تواجدكم بدولة أجنبية واحدة على الأقل يعني أن مؤسستكم دولية	3.68	1.15	مرتفع
2	تمر عملية تدويل أنشطة المؤسسة بمراحل عدة آخرها إقامة وحدة إنتاج بالخارج.	3.90	0.80	مرتفع
3	تواجه عملية التدويل عدة مشاكل ومعوقات أهمها المرتبطة بالمنافسة.	4.20	0.55	متوسط
4	عند القيام بعملية التدويل تستفيد المؤسسات الجزائرية من عقود تبرمها الدول الشراكة التي الجزائرية مع الدول والهيئات الأجنبية.	4.22	0.67	متوسط
5	عند القيام بعملية التدويل لا بد على المؤسسات الجزائرية أن تضم مستوى جودة معين لمنتجاتها وطرق تسيرها وإنتاجها... الخ (حيث تتطابق مع معايير معينة)	4.18	1.04	مرتفع
6	إن نجاح المؤسسات بسوقها المحلي يعتبر كمحفز أساسي ومهم لقيام بعملية تدويل نشاطها.	4.47	0.62	متوسط
7	تختار المؤسسات الجزائرية في الأساس تدويل أنشطتها إلى الدول القريبة جغرافيا.	3.84	1.16	متوسط
8	كلما كان حجم المؤسسة أكبر كلما كان هناك فرصة أكبر لنجاح عملية التدويل ونجاح المؤسسة بالخارج.	3.90	1.13	مرتفع
9	تختار مؤسستكم تدويل نشاطها إلى أسواق الدول التي تربطها علاقة شراكة مع الجزائر.	3.65	1.19	متوسط
10	تختار مؤسستكم تدويل أنشطتها إلى الدول الأكثر جاذبية للاستثمار الأجنبي المباشر.	4.40	0.54	متوسط
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع العبارات	3.44	0.50	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام SPSS23.

يتضح من الجدول أعلا أن العبارة " إن نجاح المؤسسات بسوقها المحلي يعتبر كمحفز أساسي ومهم لقيام بعملية تدويل نشاطها." جاءت في الترتيب الأول وبمستوى أهمية مرتفع، حيث بلغ متوسطها الحسابي 4.47 والانحراف المعياري لها 0.62 تم تأتي العبارات الأخيرة (6، 4، 9) وبمتوسطات حسابية ذات مستوى أهمية متوسط على التوالي (2.13، 2.88، 2.95).

إن معدل المتوسطات الحسابية المقدر بـ 3.44 ذات الأهمية المتوسطة وانحراف معياري قدر بـ 0.50 تدل على أن أغلبية أفراد العينة قيد الدراسة توافق بدرجة متوسطة على أنه إن نجاح المؤسسات بسوقها المحلي يعتبر كمحفز أساسي ومهم لقيام بعملية تدويل نشاطها.

- مكونات البيئة الداخلية للمؤسسة

الجدول رقم (4) : نتائج التحليل الوصفي لمكونات البيئة الداخلية للمؤسسة

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الأهمية
1	الوضع المريح للمؤسسة يسمح لها بتدويل نشاطها.	4.659	0.60	مرتفع
2	الإمكانيات البشرية المؤهلة بالمؤسسة تحفزها على تدويل نشاطها.	4.136	1.091	مرتفع
3	استعمال المؤسسة لتكنولوجيا متقدمة يساعدها في عملية تدويل نشاطها.	3.522	1.337	متوسط
4	مرونة المؤسسة لمتطلبات السوق عنصر أساسي لنجاح عملية التدويل.	2.886	1.466	متوسط
5	الصورة الجيدة للمؤسسة في المجتمع الذي تعيش به تساعدها على التدويل.	3.840	1.199	مرتفع
6	الاستجابة السريعة للمؤسسة لمتطلبات المستهلكين وتطوير منتجاتها تساعد على نجاحها بالأسواق الدولية.	2.136	1.339	متوسط
7	السياسات التسعيرية تساعد في نجاح المؤسسة في تدويل نشاطها إذا ما كانت تلبى احتياجات المستهلكين بالدولة المضيفة	3.545	1.284	متوسط
8	نجاح المؤسسة دولياً يعتمد بصفة كبيرة على عملية الاتصال.	3.727	1.207	مرتفع
9	إيصال منتج المؤسسة في الوقت والمكان المناسبين يساعدها على نجاحها في تسويق منتجاتها بالأسواق الدولية.	2.954	1.429	متوسط
1	أساس نجاح المؤسسة بالأسواق الدولية هو صياغة مزيج تسويق يشبع حاجات المستهلكين بذلك السوق.	3.000	1.524	متوسط
0				
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع العبارات	4.050	0.30	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

يتضح من خلال الجدول أن العبارة رقم 04 " الوضع المريح للمؤسسة يسمح لها بتدويل نشاطها" قد جاءت في المركز الأول وبمستوى أهمية مرتفع حيث بلغ متوسطها الحسابي 4.659 وانحراف معياري 0.60، وتأتي في المراتب الأخيرة العبارات (7،4،10،6،9) وبمتوسطات حسابية (2.136، 2.954، 2.886، 3.000، 3.545) على الترتيب، أغلبية أفراد العينة توافق وبدرجة مرتفعة على أن مكونات البيئة الداخلية تلعب دور مهم في نجاح المؤسسة في عملية تدويل نشاطها، أي أن هنالك اهتمام مرتفع وهذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية والذي قدر بـ 4.050 وانحراف معياري قدر بـ 0.30.

3.3. إختبار فرضيات الدراسة.

سيتم في هذا المبحث اختبار فرضيات الدراسة التي تم طرحها في البداية، وذلك من خلال استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، التي يمكن أن تساعد على تفسير وقبول أو رفض الفرضيات.

1.3.3. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل الجنس. قبل اختبار صحة الفرضية لآبد من توضيح حجم مجموعتي الجنس وكذلك المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل منهما، من أجل مقارنة بين المتوسطات في الجدول الموالي:

الجدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب الجنس

المتغير	الجنس	عدد الأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل	ذكر	18	3.39	0.532
	أنثى	26	3.62	0.370

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول أعلاه، يتبين أن هناك فارق جد ضئيل بين متوسطي الجنس، وقد يكون هذا مؤشراً على أن الفرق غير دال إحصائياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الذكور (3.39) والانحراف المعياري (0.532)، بينما بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الإناث (3.62) وانحراف معياري (0.370)، ولا اختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام T-test لعينتين مستقلتين من أجل معرفة دلالة الاختلافات بالنسبة للجنس، وجاءت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (6): اختبار (ت) لمعرفة دلالة الاختلافات حسب عامل الجنس

اختبار (ت) لتساوي المتوسطات		اختبار (Levene) لتساوي التباين	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	T	F
0.234	42	-1.206	0.195
0.153	17.610	-1.493	1.735

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول يتضح أن التجانس غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.195) وهي أكبر من القيمة المفترضة (0.05)، وبالتالي فإن التباين متجانس بين مجموعتي الجنس، وبما أن T-test غير دال إحصائياً في حالة تساوي التباين حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.234) وهي أكبر من القيمة المفروضة (0.05)، فإننا نرفض الفرضية الفرعية الأولى حيث: "لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل الجنس."

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل السن، بهدف التعرف على وجود اختلافات بين آراء العينة من عدمها، لآبد من توضيح حجم كل مجموعة من المجموعات الأربع حسب السن مع متوسطاتها وانحرافات المعيارية حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل في الجدول الموالي:

الجدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب السن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد الأفراد	السن	المتغير
0.321	3.51	01	أقل من 30 سنة	العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل
0.523	3.27	10	من 30 إلى 40 سنة	
0.498	3.17	21	من 41 إلى 50 سنة	
0.529	3.42	12	أكبر من 51 سنة	
0.468	3.34	44	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (7) أعلاه، يتبين أن هناك اختلافات ضئيلة بين المتوسطات الحسابية لفئات السن، وقد يكون هذا مؤشراً على أن الفرق غير دال إحصائياً.

ولاختبار معنوية هذه الاختلافات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وقبل إجراء هذا النوع من الاختبار لا بد من استخدام اختبار تجانس التباين بين المجموعات، والجدول (8) الموالي يظهر نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (8): اختبار تجانس التباين بين المجموعات الخاصة بعامل السن

اختبار Levene	درجة الحرية 1	درجة الحرية 2	مستوى المعنوية
0.352	3	38	0.798

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من الجدول أعلاه، يتبين أن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة بلغت (0.798)، وهي أكبر من مستوى المعنوية المحدد ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أن التباين بين المجموعات متجانس. لذلك يمكن إتمام اختبار تحليل التباين الأحادي كما هو موضح في الجدول (9) الموالي:

الجدول رقم (9): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة دلالة

الاختلافات حسب عامل السن

مصدر التباين	مجموع	درجات الحرية	متوسط	قيمة (ف)	مستوى
بين المجموعات	1.264	3	0.398	1.466	0.562
داخل	10.087	38	0.265		
المجموع	11.351	41			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

نلاحظ من الجدول أن الاختبار غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة المعنوية المحسوبة (0.562)، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثانية حيث: " لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعامل السن."

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع للمستوى التعليمي، بهدف التعرف على وجود

اختلافات بين آراء العينة من عدمها، لا بد من توضيح حجم كل مجموعة من المجموعات الثلاث حسب الوظيفة مع متوسطاتها وانحرافاتها المعيارية حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل في الجدول الموالي:

الجدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب المستوى التعليمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد الأفراد	المستوى التعليمي	المتغير
0.547	3.43	27	ليسانس	العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل
0.425	3.49	10	ماستر	
0.534	3.41	07	ماجستير	
0.508	3.44	44	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (10) أعلاه، يتبين أن هناك اختلافات ضئيلة بين المتوسطات الحسابية، وهذا يشير أنه الفرق غير دال إحصائياً.

ولاختبار معنوية هذه الاختلافات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وقبل إجراء هذا النوع من الاختبار لا بد من استخدام اختبار تجانس التباين بين المجموعات، والجدول (11) الموالي يظهر نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (11): اختبار تجانس التباين بين المجموعات الخاصة بالمستوى التعليمي

اختبار	درجة	درجة الحرية ²	مستوى المعنوية
0.741	2	41	0.483

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

الاختبار غير دال معنوياً حيث بلغه قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.483) وبالتالي التباين بين المستويات التعليمية متجانس، لذلك يمكن إتمام اختبار تحليل التباين الأحادي كما هو موضح في الجدول (12) الموالي:

الجدول رقم (12): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة دلالة الاختلافات حسب

المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى
بين المجموعات	0.032	2	0.016	0.060	0.942
داخل	11.074	41	0.270		
المجموع	11.106	43			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من الجدول نلاحظ أن الاختبار غير دال إحصائياً حيث بلغه قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.942)، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثالثة حيث: "لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع للمستوى التعليمي."

2.3.3 اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لطبيعة ملكية المؤسسات المبحوثة.

من أجل التعرف على وجود اختلافات بين آراء العينة من عدمها، لابد من توضيح حجم كل مجموعة من المجموعات الثلاث حسب ملكية المؤسسات المبحوثة مع متوسطاتها وانحرافاتها المعيارية في الجدول (16) (الموالى :

الانحراف	المتوسط الحسابي	عدد المؤسسات	طبيعة الملكية	المتغير
0.965	4.32	01	عامة	العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل
1.116	3.51	41	خاصة	
1.025	2.48	02	مختلطة	
1.035	3.44	44	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (16) أعلاه، يتضح أن هناك اختلافات بين المتوسطات الحسابية، حيث كانت أعلى المتوسطات تمثل المؤسسات العامة، وهذا يبين أنه قد يكون الفرق دالاً إحصائياً، ولاختبار معنوية هذه الاختلافات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وقبل إجراء هذا النوع من الاختبار لابد من استخدام اختبار تجانس التباين بين المجموعات، والجدول (17) الموالى يظهر نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (17): اختبار تجانس التباين بين المجموعات الخاصة بعامل طبيعة ملكية المؤسسات المبحوثة

اختبار Levene	درجة الحرية 1	درجة الحرية 2	مستوى المعنوية
0.881	2	45	0.522

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من الجدول (17) أعلاه، يتبين أن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة بلغت (0.522)، وهي أكبر من مستوى المعنوية المحدد ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أن التباين بين المجموعات متجانس. لذلك يمكن إتمام اختبار تحليل التباين الأحادي كما هو موضح في الجدول (18) (الموالى :

الجدول رقم (18): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة دلالة

الاختلافات حسب طبيعة ملكية المؤسسات المبحوثة

مصدر التباين	مجموع	درجات الحرية	متوسط	قيمة (ف)	مستوى
بين المجموعات	10.601	2	6.236	4.369	0.019
داخل	53.563	45	1.256		
المجموع	64.164	47			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

يلاحظ من خلال جدول (18)، أن قيمة الاختبار (ف.4.368)، وقيمة مستوى المعنوية المحسوبة بلغت (Sig=0.019)، وهي أقل من مستوى المعنوية المحدد ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية

الأولى بحيث نقول أنه: " لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لطبيعة ملكية المؤسسات المبحوثة." - اختبار الفرضية الفرعية الثانية: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لحجم المؤسسات المبحوثة. من أجل التعرف على وجود اختلافات بين آراء العينة من عدمها، لابد من توضيح حجم كل مجموعة من المجموعات الأربع حسب حجم المؤسسات المبحوثة مع متوسطاتها وانحرافاتها المعيارية حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل في الجدول (19) الموالي:

الجدول رقم (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب عدد عمال المؤسسات المبحوثة

المتغير	حجم المؤسسة	عدد	المتوسط	الانحراف
العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل	صغيرة جدا	07	3.24	0.386
	صغيرة	31	3.49	0.558
	متوسطة	06	3.41	0.318
	كبيرة	00	0.00	0.000
	المجموع	44	3.44	0.508

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (19) أعلاه، يتضح أن هناك اختلافات ضئيلة جدا بين المتوسطات الحسابية، حيث بلغت أكبر قيمة (3.49) التي تمثل المؤسسات الصغيرة وأقل قيمة (3.27) والتي تمثل المؤسسات الصغيرة جدا، وهذا يبين أنه يمكن أن يكون الفرق دالا إحصائيا. ولاختبار فيما إذا كانت هذه الاختلافات معنوية أي دالة إحصائية تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وقبل إجراء هذا النوع من الاختبار لابد من استخدام اختبار تجانس التباين بين المجموعات، والجدول (20) الموالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (20): اختبار تجانس التباين بين المجموعات الخاصة بعامل حجم المؤسسات المبحوثة

اختبار Levene	درجة الحرية 1	درجة الحرية 2	مستوى المعنوية
1.455	2	41	0.245

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام SPSS23.

من الجدول (20) أعلاه، يتبين أن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.245) هي أكبر من مستوى المعنوية المحدد ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أن التباين بين المجموعات متجانس، وعليه نرفض الفرضية الفرعية الثانية حيث أنه: "لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لحجم المؤسسات المبحوثة." - اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعمر المؤسسات المبحوثة.

من أجل التعرف على وجود اختلافات بين آراء العينة من عدمها، لابد من توضيح حجم كل مجموعة من هذه المجموعات حسب عمر المؤسسات المبحوثة مع متوسطاتها وانحرافاتها المعيارية حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل في الجدول (21) الموالي:

الجدول رقم (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب عمر المؤسسات المبحوثة

الانحراف	المتوسط	عدد المؤسسات	عمر المؤسسة	المتغير
0.678	3.36	12	من سنة إلى 5 سنوات	العوامل المؤثرة في
0.443	3.40	24	من 5 سنوات إلى	اتخاذ القرار
0.243	3.73	08	أكثر من 10 سنوات	بالتدويل
0.508	3.44	44	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (21) أعلاه، يتبين أن هناك اختلافات طفيفة جداً بين المتوسطات الحسابية، حيث كانت أعلى قيمة (3.73) للمؤسسات التي يتراوح عمر نشاطها أكثر من عشر سنوات، وهذا يشير أنه قد يكون الفرق دالاً إحصائياً، ولاختبار فيما إذا كانت هذه الاختلافات معنوية أي دالة إحصائياً تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وقبل إجراء هذا النوع من الاختبار لابد من استخدام اختبار تجانس التباين بين المجموعات، والجدول (22) الموالي يظهر نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (22): اختبار تجانس التباين بين المجموعات الخاصة بعامل عمر المؤسسات المبحوثة

اختبار Levene	درجة الحرية 1	درجة الحرية 2	مستوى المعنوية
4.296	2	41	0.020

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من الجدول (22) أعلاه، يتبين أن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (0.020) أقل من مستوى المعنوية المحدد ($\alpha \leq 0.05$) عند قيمة الاختبار (4.296)، وهذا يبين على أن التباين بين المجموعات غير متجانس. مما يدل على أنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لعمر المؤسسات المبحوثة، وعليه سيتم استخدام اختبار تامهان (Tamhane's T2) للمقارنات المتعددة الذي يستخدم في حالة عدم تجانس التباين بين المجموعات، وذلك لتحديد اتجاه الاختلافات بين هذه المجموعات، وتوضيح أي من المجموعات الثلاث تختلف عن المجموعات الأخرى، حيث تم الاستغناء عن المجموعة التي تمثل المؤسسات التي عمر نشاطها أقل من سنة لعدم وجودها في العينة، والجدول (23) الموالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (23): نتائج اختبار تامهان (Tamhane's T2) لتحديد جهة الاختلافات حسب متغير عمر المؤسسات

المتغير	عمر المؤسسة (أ)	عمر المؤسسة (ب)	الفرق بين المتوسطين (أ-ب)
العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل	من سنة إلى 5	من 5 سنوات إلى 10	0.038-
	سنوات	أكثر من 10 سنوات	0.367-
	من 5 سنوات إلى	من سنة إلى 5 سنوات	0.038
	10سنوات	أكثر من 10 سنوات	0.328-
	أكثر من 10 سنوات	من سنة إلى 5 سنوات	0.367
		من 5 سنوات إلى 10	0.328

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (23) أعلاه، تبين أن هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطي المجموعة التي تمثل المؤسسات التي عمر نشاطها أكثر من عشر سنوات والمجموعة التي تمثل المؤسسات التي تراول نشاطها ما بين سنة و5 سنوات، حيث بلغ الفرق (0.367) وهو لصالح المؤسسات التي عمر نشاطها أكثر من 10 سنوات، وكذلك تبين أن هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطي المجموعة التي تمثل المؤسسات التي عمر نشاطها أكثر من عشر سنوات والمجموعة التي تمثل المؤسسات التي تراول نشاطها ما بين 5 سنوات و10 سنوات، حيث بلغ الفرق (0.328) وهو لصالح المؤسسات التي عمر نشاطها أكثر من 10 سنوات

وبهذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه: "توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل لمرع للمؤسسات المبحوثة."

انطلاقا من النتائج السابقة نرفض الفرضية الرئيسية الثانية جزئيا والتي تنص على أنه: "توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع لصنف المؤسسات المبحوثة."

3.3.3 اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، لمكونات البيئة الداخلية للمؤسسة على تدويل نشاطاتها.

لاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لمكونات البيئة الداخلية للمؤسسة على تدويل نشاطاتها، والجدول (24) الموالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول (24): مؤشرات ونتائج اختبار نموذج الانحدار البسيط

ملخص نموذج الانحدار		نتائج تحليل تباين الانحدار					
معامل التحديد (R ²)	معامل الارتباط (R)	مستوى المعنوية	قيمة (F) المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
		0.745	0.107	0.028	1	0.028	الانحدار
0.003	0.050			0.264	42	11.078	الخطأ
					43	11.106	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

من خلال الجدول (24) أعلاه، يتضح أن قيمة معامل التحديد بلغت (R²=0.003) وهذا يدل على أنّ المتغير المستقل المتمثل في البيئة الداخلية للمؤسسة يفسر ما نسبته (0.3%) من العوامل المؤثرة على عملية تدويل نشاط المؤسسة، والباقي (99.97%) يرجع إلى عوامل أخرى لم يشملها النموذج . كما يلاحظ أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (0.107)، وبمستوى معنوية (0.000) أكبر من مستوى المعنوية المحدد عند ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين أن النموذج غير معنوي.

ويمكن اختبار معنوية معامل الانحدار البسيط وتوضيح شكل النموذج في الجدول (25) الموالي:

الجدول (25): نتائج اختبار معنوية معامل الانحدار

المتغير	B	Beta	قيمة (t) المحسوبة	مستوى المعنوية
الثابت	3.104		3.010	0.004
مكونات البيئة الداخلية	0.083	0.050	0.327	0.745
معادلة الانحدار	التدويل = 3.104 + 0.083 مكونات البيئة الداخلية			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات نظام SPSS23.

يوضح الجدول (25)، أن قيمة الثابت بلغت (3.104) وقيمة t المقابلة لها (3.010) بمستوى معنوية (0.004) أقل من قيمة مستوى المعنوية المحددة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يعني أن قيمة الثابت في المعادلة له أثر معنوي على المتغير التابع (التدويل).

كما بلغت قيمة معامل الانحدار (0.083) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0.050) وقيمة (t) المحسوبة (0.327)، وهي غير معنوية إحصائياً؛ لأن قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (Sig=0.745) أكبر من قيمة مستوى المعنوية المحددة ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يشير إلى أنه ليس هناك أثراً معنوياً بين مكونات البيئة الداخلة للمؤسسة وبين عملية تدويل نشاطاتها.

وبهذه النتائج نرفض الفرضية الرئيسية الثالثة التي تنص على أنّه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند

مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، لمكونات البيئة الداخلية للمؤسسة على تدويل نشاطاتها".

الخاتمة:

انتقال المؤسسة من العمل بالسوق المحلي إلى العمل على مستوى الأسواق الدولية أو ما يطلق على هذه العملية اصطلاحاً "التدويل" يعتبر القرار الصائب والمثالي لمواجهة العقبات السابقة الذكر وتحويلها إلى فرص للاستفادة منها، غير أنه انتقال المؤسسات إلى الأسواق الدولية لا يتم بسهولة وبسرعة، وليس بمحض الصدفة أو نتيجة لقرارات ارتجالية، وإنما يسبق هذا القرار وهذه العملية مجموعة من الدراسات والتحليل لمجموعة من المتغيرات، انطلاقاً من متغيرات محيط الدولة الأم، واختيار طريقة للانتقال وإستراتيجية للدخول، وصولاً إلى دراسة متغيرات محيط الدول أو الدولة المضيفة.

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج النظرية والميدانية كما يلي:

- لا بد على أي مؤسسة كانت عند تفكيرها في تدويل نشاطها، أن تحدد نقاط قوتها ونقاط ضعفها، وأن تدرس المحيط الخارجي المحلي للوقوف عند الفرص والتهديدات التي قد تكون مساعدة أو معوقة لعملية تدويلها، وبطبيعة الحال دراسة المحيط الخارجي الدولي لمعرفة الفرص والتهديدات التي يوفرها هذا المحيط.
- لدخول السوق الدولية، يجب أن لا تكون نقاط ضعف المؤسسة الجزائية في عناصر النجاح في السوق، لأن فرص نجاحها تتوقف بدرجة كبيرة على مدى تحكّمها في عناصر النجاح هذه، وهي تعتبر العلاقة التي تربط المحيط الداخلي بالمحيط الخارجي.
- إن نجاح المؤسسات الجزائرية بالأسواق المحلية لا يعني بالضرورة نجاحها بالأسواق الدولية، لأن المتغيرات الخارجية المحيطة بتغير من دولة إلى أخرى، وبالتالي كان لزاماً على هذه المؤسسات دراسة مكونات محيط الدولة المضيفة جيداً وبدقة ومحاولة التأقلم معها.
- تمر عملية تدويل المؤسسات بعدة مراحل انطلاقاً من اتخاذ القرار بالتدويل، وصولاً إلى إيجاد تنظيم محكم يسمح بالسير الحسن للمؤسسة على المستوى الدولي، ويتخلل هذه المراحل اختيار الطريقة والإستراتيجية التي تتبعها المؤسسة لتدويل نشاطها.
- لا يمكن للمؤسسات الجزائرية الراغبة في الدخول إلى الأسواق الدولية التحكّم في المتغيرات البيئية المحيطة بها، لكن يمكنها أن تغير في مكونات بيئتها الداخلية بما يتلاءم ويساعدها على التقليل من حدة هذه المتغيرات والاستفادة من الفرص المتاحة لها دولياً.
- إن أغلبية المؤسسات الجزائرية الدولية تشغل في مجال منتجات الصناعات الزراعية والزراعة بما نسبته 33.94%.
- تتمركز المؤسسات الجزائرية التي تداول نشاطاتها على المستوى الدولي بكل من وسط وشرق الجزائر بما نسبته 81.12%.
- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ ، بين آراء العينة حول العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بالتدويل ترجع للمتغيرات الشخصية.

- ءوءء اءءلافاء ذاء ءءالة إءصاءة بصفة ءءئةة عءء مسءوى معنوءة ($\alpha \leq 0.05$) ببء آراء العبءة ءول العوامل المءؤرة فب اءءاء القراء بالءءوبل ءرء لصفء المءؤسساء المبعءوءة.

المراءع المسءعملة

- ءبء. أءمء. (2007). إءارة ءسوءق. مصر: المكءبة المصءبة.
- البءرى. ءامر. (2006). ءسوءق: أسس ومفءهم معاصرة. الأءءن: ءار البازورى.
- عمر ءل. (2007). ءشءص ءءصءبر بالمءؤسسة وءءللل الببئة الأءرءة وءورهما فب ءءءبء إسءراءبءة عءو الأسواق ءءولبة. ءونس: المءءقى العربب الأماس فب ءسوءق ءءولب.
- عواء ءف. س. (2000). مباءئ ءسوءق. الأءءن: ءار الفكء.

-Helénne, C. P.-B. (2002). , *Marketing International*. Douned Paris: 4 Edition.

- Pasco-Berho, C. (2007). *Marketing Internationnal*. paris: Dunod Paris.