

الاستراتيجيات العلائقية بين متعاملي الهاتف النقال في الجزائر:
حالة المتعاملون موبيليس، جازي و نجمة للفترة (2004-2013).

د.بوشناف عمار- جامعة البليدة 2

Résumé

Cet article étudie les typologies des stratégies relationnelles que peuvent entretenir les opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie dans un contexte concurrentiel. En effet, l'étude à montrer à travers le rapprochement entre les actions et les réactions des opérateurs en compétition et après l'analyse de leurs comportements concurrentiels, qu'il existe deux stratégies relationnelles, c'est la stratégie de l'affrontement et la stratégie de l'évitement, et que c'est deux stratégies fonctionnent d'une façon alterné, même si la stratégie de l'affrontement se manifeste dominante.

Les mots clés: Opérateurs de la téléphonie mobile, Comportements concurrentiels, Stratégies relationnelles, Actions, Réactions, Affrontement, Evitement.

ملخص :

تهدف هذه المقالة إلى دراسة طبيعة الاستراتيجيات العلائقية التي يمكن أن تنشأ بين متعاملي الهاتف النقال في الجزائر، ضمن إطار تنافسي و عليه، فإنّ الدراسة أوضحت من خلال مقابلة أفعال و ردود أفعال المتعاملين ، وبعد تحليل سلوكياتهم التنافسية، أنّ هناك إستراتيجيتين علائقيتين، والمتمثلة في إستراتيجية المواجهة و إستراتيجية الاجتناب ، وأن هاتين الإستراتيجيتين تمارسان بالتناوب، حتى و إن إستراتيجية المواجهة هي الغالبة .

الكلمات المفتاحية: متعاملو الهاتف النقال، السلوكيات التنافسية، الإستراتيجيات العلائقية، الأفعال، ردود الأفعال، المواجهة، الاجتناب.

مقدمة:

عرفت البيئة التنافسية للمؤسسات خلال السنوات الأخيرة انقلابات كبيرة، حيث شهدت إعادة انتشار لدور الدولة والمتمثل في أنواع جديدة من التدخلات في الحياة الاقتصادية (تحرير القطاعات، التخصصة... إلخ)، و ظاهرة العولمة الاقتصادية (الوصول إلى مناطق جديدة، تداخل و ارتباط المجتمعات في أجزاء كبيرة من العالم... إلخ)، تسارع وتيرة التبادلات الدولية (سهولة الوصول إلى أنماط عديدة من المواصلات و الاتصالات، أنية تدفق المعلومات، تضاعف الإبداعات و جهود البحث و التطوير... إلخ) أدى كل ذلك إلى تحول يوميات المتعاملين الاقتصاديين و في الوقت نفسه، إلى تحوّل وجهة نظرهم نحو العلاقات التنافسية. و ما يمكن الإشارة إليه، هو أنّ المشهد التنافسي الجديد للمؤسسات، قد اتسم بالسرعة، بالمرونة و بالإبداع؛ و ذلك بغرض مواجهة التطورات السريعة التي عرفتها بيئة الأعمال في القرن الحادي و العشرين. و يرى كل من (Ph.Baumard, 2000)¹ (J.C.Mathé, 2001)² أنّ هناك مقارنة جديدة للتحليل الاستراتيجي لمواجهة الوضع الجديد، و التي تستند إلى دراسة العلاقات التنافسية بين المؤسسات. و من ثم، فإنّ الفهم الجيد لاستراتيجيات المؤسسات يمر حتما من خلال دراسة عملياتها التنافسية و بالنتيجة، من خلال تحليل الديناميكية التنافسية التي تميز قطاع نشاط معين. و بهذه المقاربة الجديدة للظاهرة التنافسية، ينتقل التحليل الاستراتيجي من دراسة بنية قطاع النشاط إلى دراسة سلوكيات المؤسسات العاملة في القطاع، و من مقارنة سكونية للمنافسة إلى مقارنة ديناميكية للمنافسة.

الإشكالية:

ماهي طبيعة الاستراتيجيات العلائقية المعتمدة من قبل متعاملي الهاتف النقال في الجزائر؟

الفرضيات:

- 1-تعتمد متعاملو الهاتف النقال في الجزائر على إستراتيجية المواجهة التنافسية؛
- 2-تعتمد متعاملو الهاتف النقال في الجزائر على إستراتيجية اجتناب المنافسة.

I. المقاربات الجديدة للمنافسة:

تعتبر دراسة المنافسة جزء أساسيا عند القيام بالتحليل الاستراتيجي للمؤسسات، حيث كان الاعتماد، إلى زمن قريب، على مقارنة بنوية و سكونية من خلال مقارنة الاقتصاد الصناعي، و سرعان ما تم تجديد هذه المقاربة و تعويضها بمقاربة جديدة، تدعى بالمقاربة الديناميكية و المعتمدة على دراسة سلوكيات الفاعلين. و عليه، سوف نتطرق إلى أهم التغيرات التي طرأت على المنافسة، من وجهة نظر المؤسسات.

I-1. مقاربات المنافسة: من شدة المنافسة إلى الصراعات التنافسية:

يرى (F. Le Roy, 2004)³ أنّه منذ الأعمال التأسيسية لـ (Adam Smith) اعتبرت المنافسة، إما على أنّها مجموعة من البنيويات. و إما على أنّها مجموعة من القرارات. فبالنسبة للتصور الأول الموصوف بالبنوي، و الذي كان مهيمنا في مجال إدارة الأعمال، و بخاصة تحت تأثير أعمال (M.E.Porter, 1982)⁴، حيث ركز على فكرة أنّ بنوية قطاع نشاط معين هي التي تحدّد شدة المنافسة بين المؤسسات المتواجدة فيه. أمّا التصور الآخر، الموصوف بالسلوكي، فالمؤسسات المتنافسة هي التي تقرّر أن ترفع أو تخفّض من وتيرة الصراعات التنافسية في قطاع نشاط معين. و بالتالي، التأثير على شدة المنافسة. و من ثم، يجب دراسة تأثير السلوكيات على السلوكيات، بمعنى مجموع المناورات و المناورات المضادة التي تقوم بها المؤسسات التي هي في وضعية ارتباط تنافسي، فهذا التصور يندرج ضمن المقاربة الديناميكية للمنافسة، و التي نشأت على إثرها ما يسمى بمدرسة التفاعلات التنافسية، حيث تقع الأبحاث و الدراسات التي أسست لتصور جديد للمنافسة في صميم أدبيات إدارة الأعمال. و عليه، كانت الانطلاقة الأولى، و الواضحة، في سنة 1984 عندما

قام مجموعة من الأساتذة و الطلبة في جامعة (Maryland) الأمريكية بإنشاء فرقة بحث مختصة في الإدارة الإستراتيجية (SMRG) و التي ركزت في تحاليلها على دراسة التفاعلات بين المؤسسات المتنافسة . و لقد أدى برنامج البحث إلى تحديد إطار نظري خاص مبني على الثنائية فعل-رد فعل، و إلى طريقة خاصة في جمع المعطيات مبنية على معالجة كيفية لمعطيات كمية، حيث تم تجسيد نتائج الأبحاث في شكل منشورات علمية في أرقى المجالات المتخصصة . و لم يكن هؤلاء الباحثون الوحيدون الذين أحسنوا بالحاجة إلى مقارنة متجددة للمنافسة، ففي سنة 1985 كتب (B-A.Weitz,1985) ⁵ مقالا خصصه لعلاقات المنافسة في مجلة (Journal of Marketing Research) ، و كذلك في سنة 1996 خصصت مجلة (Science Organisation) عدد من حول موضوع المنافسة الفائقة للباحثين (A.Y.Illinitch, R.A. D'Aveni & A.Y.Lewin, 1996) ⁶ ، حيث اعتبروا أنّ هناك قوى تعمل على إعادة تشكيل المشهد التنافسي. و بالنتيجة، فإنّ المؤسسات، في معظم الصناعات، لم تعرف تحولات جذرية فحسب، بل عرفت أيضا تحولات أساسية في قواعد المنافسة و في طريقة ممارسة اللعبة التنافسية. و هذا ما أدى إلى بروز نموذج جديد، ألا و هو المنافسة الفائقة. و في السياق نفسه، خصصت مجلة (Journal of Business Research) سنة 1990 مقالا للباحثين (N. Deepika & S-E.Newell) ⁷ ، حيث تعرّضوا فيه إلى كيفية تعامل المؤسسات مع بيئة تتميز بمنافسة فائقة مع دراسة حالة شركة بيبسي، و خلصت الدراسة إلى أنّ الشركة استطاعت الصمود من خلال تكيف إستراتيجيتها و هيكلتها مع بيئتها بفعالية عالية. أمّا في أوروبا، فقد وجد هذا التجديد في الأبحاث المتعلقة بالمنافسة صداه في فرنسا، بخاصة، مع الأعمال الرائدة للباحثين (H.Dumez & A.Jeunemaître, 1991) ⁸ على مستوى مركز البحث في الإدارة، و كذلك تنظيم أيام دراسية و مناقشة أطروحات الدكتوراه للباحثين (F.Bensbaa,1998) ⁹ و (J.Ibert,1997) ¹⁰ ، إلى جانب نشر كتب لمجموعة من الباحثين (Baumard, 2000) و (Le Roy, 1999, 2002 ; Mathé, 2001) ؛ و أعداد خاصة في مجلات مرموقة في فرنسا.

و لقد شهدت البحوث في مجال الإدارة الإستراتيجية المتعلقة بتحليل المنافسة، تطورا ملحوظا خلال ألفية الثالثة، بخاصة حول موضوع الديناميكية التنافسية، مع بروز عدد من الباحثين المهتمين بهذا المجال من البحث، حيث يرى (F. Le Roy,2001) ¹¹ أنّ هناك اتجاهين مختلفين لتفسير المنافسة، فالتفسير الأول يتبناه عددا كبيرا من الباحثين (Brahn, 1995; Brandemeyer & Schmidt, 1995; Garda & Marn, 1994; Hinthorne, 1994; Potter, 1996) ، و الذين لاحظوا من خلال أبحاثهم الحديثة، بأنّ معظم قطاعات النشاط هي ساحة لمواجهة تنافسية أكثر فأكثر عنفا. و في السياق نفسه، تؤكد مجموعة أخرى من الباحثين (Brandemeyer & Schmidt, 1995; Garda & Marn, 1994) ، (Porter, 1982) على أنّ النتيجة الحتمية لهذه المواجهات هو تراجع عام لهامش الربح . و بناء على ذلك، يوصون المؤسسات بعدم استفزاز المنافسين. وأمّا أصحاب الاتجاه الآخر (Craig, 1996; D'Aveni, 1995; Young & al, 1996) ، فيعتبرون بأنّ الأسواق تتطور نحو شكل جديد من المنافسة و المتمثلة في المنافسة الفائقة، حيث المؤسسات الأحسن أداء ليست بالضرورة تلك التي تتفادى المواجهة، بل هي تلك التي تدخل عوامل جديدة تؤدي إلى زعزعة قطاع النشاط، و هي تلك التي تكون أكثر عدوانية تجاه المنافسة. إنّ هذين الاتجاهان ليسا متناقضين، فكلاهما يقرّ بأنّ المنافسة أصبحت شرسة. و بالتالي، الاختلاف هو في كيفية التعاطي مع هذه المنافسة. فمؤيدو فكرة عدم استفزاز المنافسين، يحاولون البرهنة على أنّ المنافسة لا تعني بالضرورة المواجهة، مادامت المؤسسة لم

تتضرر و تحافظ على مستوى مقبول من العوائد. و بالتالي، تأجيل المواجهة عند توفر شروط النجاح و ضمان نتائجها الايجابية. أما أصحاب المواجهة، فيعتبرون المسألة مسألة حياة أو موت، فالمبادر أولاً هو من سيفرض شروطه و يؤسس لقواعد جديدة للعبة التنافسية، و سيحصل على الريادة التي تمكنه من أن يسود قطاع النشاط.

2.1.1.I. الانتقال من الدراسة البنوية لقطاع النشاط إلى دراسة السلوكيات التنافسية للمؤسسات:

لقد ركزت الدراسة البنوية للصناعة على العوامل الخارجية لتفسير شدة المنافسة، غير أنه مع الأبحاث الحديثة ظهرت توجهات جديدة أكدت بأن هذا التفسير ليس هو الوحيد. و يعتبر (F. Le Roy, 2002) ¹² من جهته أن تحليل الدراسات السابقة أدى إلى تحديد اتجاهين كبيرين في دراسة المنافسة، حيث يعتمد الاتجاه الأول على المقابلة الكلاسيكية الأولى في العلوم الاجتماعية بين البنوية و الفردانية المنهجية و عليه، فإن المنافسة اعتبرت من منظور هذه المقابلة على أنها مجموعة من البنيات أو كمجموعة من القرارات. أما الاتجاه الآخر، فيتمثل في المقابلة الكلاسيكية الثانية و تختص بدراسة المنافسة بالاعتماد على المشاهدات الميدانية و الحركية التي يعرفها قطاع نشاط معين ضمن مقارنة استقرائية، أو بالاعتماد على تفكير تحليلي-رياضي من خلال مقارنة استنباطية.

2.I. الخيار الإستراتيجي: لتحقيق الاستقرار أو لزعة المنافسين:

ففي العالم الاقتصادي المعاصر و في ظل الاضطرابات الحادة للأسواق، تجد المؤسسات نفسها في مواجهة قواعد جديدة تحكم اللعبة التنافسية ضمن قطاع النشاط. و هذا ما يدعّم الواقع من خلال أمثلة عديدة، فعلى سبيل المثال لا الحصر، ما تعلق بشركات الطيران في الولايات المتحدة الأمريكية مع الاعتماد على استخدام ما يسمى بالتكلفة المنخفضة، و ما أنجز عنها من منافسة شديدة و علاقات تنافسية متداخلة. و في هذا السياق الموصوف بعدم الاستقرار، فإن زعزعة قواعد اللعبة التنافسية، تعتبر رافعة إستراتيجية قوية لإعادة تشكيل المعاملات القطاعية، و التحرك نحو التأثير على شروط الأداء. و يرى من جهتهما كل من (G.Hamel & C.Prahalad, 1989) ¹³ أن الأمر لا يتعلق باللعب جيدا للعبة نفسها، بل على العكس من ذلك، يجب تغيير الأسس التي بنيت عليها اللعبة بصفة تضع المنافسين في مأزق. و تقترح زعزعة قواعد اللعبة التنافسية حسب (R.D' Aveni, 1995) ¹⁴ القدرة على إعادة التفكير في النموذج الصناعي الموجود، بطريقة تسمح بتقديم قيمة جديدة للزبائن، بمغالطة المنافسين و إنتاج ثروة جديدة للجهات ذات المصلحة. و تستدعي هذه العملية حسب (A.Dixit, 1982) ¹⁵ استخدام البدائل الإستراتيجية التي يمكن أن تتلخص في عملية التناوب بين المواجهة و الاجتناب.

1.2.I. استقرار أو زعزعة اللعبة التنافسية:

يرى (P.Roy, 2004) ¹⁶ أن ملاحظة الممارسات الجديدة في العلاقات التنافسية التي تعتمد عليها المؤسسات، تشير إلى محدودية التفسيرات المقامة من قبل المقاربات الكلاسيكية التي كانت مهيمنة على المنافسة، حيث وجهت لها انتقادات كبيرة و المتمثلة في ثلاث انتقادات، حيث يتمثل الانتقاد الأول في الطابع السكوني للمنافسة. أما الانتقاد الثاني، فيتمثل في إضفاء شيء من الحتمية على بيئة المؤسسات، أي أن البيئة هي التي تحكم تحركات هذه الأخيرة. أما الانتقاد الآخر، فيتمثل في علاقات المنافسة غير الواضحة بين المتنافسين. و عليه، فإن تنوع و تعقد الإستراتيجيات التنافسية، تستدعي وضع إطار مفاهيمي جديد و قوي، قادر على توضيح الطريقة التي تتفاعل بها المؤسسات مع بيئتها، و تحاول أن تشكلها من خلال إستراتيجياتها الفردية و/أو الجماعية. و مقارنة بموضوع بناء الميزة التنافسية، فإن موضوع الدفاع عن الميزة التنافسية لم ينل حصته، نسبيا، من الدراسة في أدبيات الإدارة الإستراتيجية. و من خلال تحليل الخيارات الإستراتيجية المعتمدة من قبل المؤسسات الرائدة

(احتكار القلة) في السوق، و التي تعمل من أجل الدفاع عن موقعها، ثم تدعمه تتحدد في هذا الإطار مقاربتين متعارضتين، و هما كما يلي:

1. **المقاربة الأولى:** تعتبر هذه المقاربة الأكثر قبولا، و التي من مسلماتها أنّ المؤسسة الرائدة من مصلحتها المحافظة على الاستقرار داخل القطاع؛ قصد تفادي كل خطر مرتبط بظهور تهديد جديد أو صراعات قوية مع المؤسسات الأخرى. بأن الأعمال الصادرة عن الاقتصاد الصناعي تندرج مباشرة في هذا التوجه. و يوضح تحليل (M.E.Porter,1980) للمنافسة في هذا السياق، الأخطار المرتبطة بشدة القوى التنافسية على المؤسسة. و من ثم، فإنّ من مصلحة المؤسسات الرائدة تشجيع العطالة في القطاع عوض المخاطرة بزعة الشروط البيئية، فالنهج الاستراتيجي المحدد للمؤسسة الرائدة، يتمثل في وضع حواجز الدخول قصد ردع المنافسين المحتملين.

2. **المقاربة الثانية:** تعتبر هذه المقاربة، و هي الأحدث، أنّ التبرير السابق الذي مفاده أنّ تحييد الصراعات التنافسية هو مفتاح الدفاع عن الميزة التنافسية غير واقعي، فانطلاقا من مبدأ أنّ حواجز الدخول ليست أبدية، و بأنّ الميزة التنافسية الوحيدة المستدامة تنشأ من خلال القدرة على إنشاء مزايا جديدة، فالمؤسسات مطالبة بالقيام بمبادرات عدوانية و ليس التردد في زعزعة الوضع الراهن، فالأمر لا يتعلق بتقليل المنافسة، بقدر ما يتعلق بتأجيلها؛ حتى يمكن الاستفادة من أثارها على المنافسين و على القطاع برمته. و عليه، على المؤسسات أن تكون لديها القدرة على انتقاد حالة السوق الحالي؛ بهدف إعادة مناقشة موقعها و دورها من جديد.

و لقد حاول (P.Roy, 2004)¹⁷ التأكيد من وجود هاتين المقاربتين من عدمه، و ذلك من خلال دراسة قام بها على قاعات العروض السينمائية الفرنسية، و ارتكز على دراسة عبر الزمن (12 عاما) للأفعال التنافسية لثلاث مؤسسات رائدة في مجال الصناعة السينمائية (UGC, Pathé, Gaumont)، و كيف أنّها حاولت أن تحافظ على هذه الريادة، حيث توصل الباحث إلى أن المؤسسات الرائدة تقوم بمناورات جماعية و فردية، بحيث لا تؤثر على بعضها البعض من جهة، و تعمل على تغيير في قواعد اللعبة التنافسية بالنسبة للمؤسسات المتحدية من جهة أخرى. و ذلك من خلال زعزعة السوق، فهي بذلك تعتمد على إستراتيجية الاستقرار فيما بينها؛ حتى لا تتواجه مواجهة مباشرة. و في الوقت نفسه، تطبق إستراتيجية الزعزعة لإخراج المؤسسات المتحدية من السوق أو تحييد أثار ردود أفعالها على الأقل؛ لأنها الأضعف. و ما يمكن استنتاجه من هذه الدراسة، هو أنّ المؤسسات الرائدة لا يمكنها بأي حال من الأحوال أن تتواجه بشكل مباشر و عنيف؛ لأنّ ذلك يؤدي إلى استنزاف طاقتها على المدى البعيد. و بالتالي، فهي تستعد للحالات الطارئة؛ حتى يمكن أن تقاوم في حالة هجوم قوي. و في كثير من الأحيان، هي تتفق ضمنا على عدم المواجهة المباشرة، و تكتفي بمواجهات هامشية، فيصبح الأمر المهم هنا هو استقرار القطاع أو السوق. أمّا المواجهة المباشرة، فتكون مع المؤسسات المتحدية لمنعها من دخول دائرة المؤسسات الرائدة؛ حتى لا تفقد حصص السوق. و بالنتيجة، تراجع العوائد مما يضع وجودها في خطر.

إنّ مسألة دراسة الخيار الإستراتيجي للمؤسسات المتنافسة، تؤدي بالضرورة إلى دراسة العلاقات التي تربطها مع بعضها البعض و مع بيئتها التنافسية. و يقتضي هذا، التطرق إلى السياسات العلائقية التي توضح التفاعلات الممكنة بين المؤسسات المتنافسة في إطار النظام الإيكولوجي للأعمال.

I.2.2. جدلية السياسات العلانية و النظام الايكولوجي للأعمال:

إن السياسات الهادفة إلى الحد من الشدة التنافسية تساهم في سعي المؤسسات، في ظل بيئة مستقرة و مناسبة، إلى البقاء و الازدهار. إن هذا الموضوع يحيل إلى مفهوم البيئة القابلة للتفاوض، الذي جاء به كل من (Cyert&March,1963)¹⁸ و بالخصوص إلى المراقبة الخارجية للمؤسسة، التي تنادي بها نظرية التبعية للموارد للباحثين (J.Pfeffer&G)¹⁹. (Salancik, 1978)، حيث أظهرت هذه النظرية طرائق للتواصل و التنسيق بين المؤسسات وفق درجة انخراطها في هذه العلاقة. و من هنا، يمكن تحديد طرائق غير رسمية، و التي تستند إلى اعتماد معايير مشتركة. أما الطرائق شبه الرسمية، فتتمثل في إنشاء فروع مشتركة و استقطاب المسيرين من خارج المؤسسات، من خلال تشكيل لجان استشارية أو مجالس إدارة متشابهة، أو تجمع مهني، أو مكان لتبادل المعلومات حول التكاليف و الأسعار. أما الطرائق الرسمية، فتتمثل في التفاهم المباشر، و بمعنى آخر التواطؤ و هو أعلى درجات التفاهم. إن العلاقة صراع- تعاون، لا تأخذ بعين الاعتبار تنوع السياسات العلانية و سلوكيات الفاعلين. و من هنا، اقترح (G.Koenig,1996)²⁰ نموذجاً لفهم مجمل سلوكيات الممتنافسين من خلال الثلاثية مواجهة – اجتناب – تعاون، و التي هي عبارة عن أقطاب لمثلث متساوي الساقين، و فبعض النظر عن السياسات العلانية المحددة (المواجهة، الاجتناب و التعاون)، و كذلك وضيعات وسيطة بين هذه الأقطاب (التمايز، الاختلاف، التفاهم و التعاون التنافسي)، و التي تشير إلى وجود واقع مختلط. ففي إطار الاستقرار، يبدو أن الاجتناب أو التعاون من الوسائط العلانية الأكثر ملاءمة. و يعتبر (G.Koenig,1996) أيضاً، بأن قطب الاجتناب يمكن أن يكتمل من خلال عنصرى التنقل و البحث عن أثر الاحتكار، فبالنسبة لهذا الباحث يستند عنصر التنقل إلى تركيز الأنشطة في بعض أجزاء السوق، و هذا المعنى قريب من إستراتيجية التركيز في نموذج (M.E.Porter, 1980) للإستراتيجيات العامة للتنافس. و من ثم، يكن للمؤسسات المتفاعلة- بالاعتماد على التنقل- أن تتعرف على وضع راهن ضمني، و الذي يسمح باقتسام السوق، بمعنى لكل فاعل من الفاعلين مكتسبات خاصة به يسعى إلى المحافظة عليها. و هكذا، يجد الفاعلون أنفسهم مجبرون على التفاهم مهما كان نوعه صريح أو ضمني، فهو يقع بين قطبي التعاون و الاجتناب بحسب كونه نابع عن إرادة متعمدة من قبل الفاعلين بدرجات متفاوتة. أما بالنسبة لأثر الاحتكار، فيمكن وضعه حيز التنفيذ من خلال منطوق إيجاد حدود فاصلة أو من خلال منطوق الإعاقه، حيث يستند منطوق الحد الفاصل إلى مفهوم التمايز، و الذي يقترب من قطب المواجهة، و يقترح (G.Koenig,1996) بذلك مفهوم الاختلاف، و هو قريب هذه المرة من قطب الاجتناب. أما بالنسبة لمنطوق الإعاقه، فيشير (J.Ibert, 2002)²¹ أنه يحيل إلى المناورات التي تبحث بوساطتها المؤسسة عن مضايقة المنافس، إما باستغلال حمائية معينة، و إما من خلال ردع المنافسين المحتملين، و ذلك بتحبيد مناوراتهم. و يمكن تنفيذ منطوق الإعاقه من خلال تكتيكات معينة، كندعيم العلامة التجارية، أو الاستثمار في القدرات بصفة مفرطة، أو تطبيق أسعار رادعة عند دخول مؤسسات جديدة. أما بالنسبة لقطب التعاون، فإن التحرك يكون من خلال الاعتماد على الإستراتيجيات الجماعية، بمعنى البحث عن الشريك الذي بمقدوره التمتع ضمن علاقة عمودية (زبائن-موردون/) أو ضمن علاقة أفقية (منافسون). و يبقى التعاون الغائب الأكبر في التحليل الإستراتيجي لـ (M.E.Porter, 1980)، حيث كان يركّز على منطوق الهيمنة، التمايز أو التركيز، و ترك جانباً سياسات التعاون و بخاصة مع المنافسين. و على إثر إغفال نموذج (M.E.Porter,1980) لمفهوم التعاون، جاءت أبحاث متقدمة لتعطي لهذا المفهوم تفرعات أخرى، كالتشراكة و التحالف بين الممتنافسين، و هذا بغرض تحقيق المؤسسات لأهداف النمو أو المردودية من خلال تحرك جماعي. و أوضح الباحثان (W-G.Astley&C-²² (J.Fombrun, 1983) في هذا السياق، أن التحرك الجماعي يندرج ضمن ما يسمّى بالإستراتيجية الجماعية، و التي أصبحت على ما يبدو النمط العلاني المفضل للمؤسسات في

الظروف الاقتصادية المعاصرة، و المقصود هو إيجاد فرص للتعاون من خلال الشراكة، التحالف، التجمع... الخ.

III . تحليل الاستراتيجيات العلائقية بين متعاملي الهاتف النقال في الجزائر:

سوف نحاول البحث عن طبيعة العلاقات التنافسية من خلال تحليل أفعال و ردود أفعال المتعاملين.

III.1 . الطريقة المنهجية و إجراءات الدراسة:

سنحاول التطرق إلى منهجية دراسة الحالة التطبيقية، و تحديد مختلف الإجراءات المناسبة لهذه الدراسة، و ذلك من خلال الوقوف على العلاقة بين الأفعال و ردود الأفعال التنافسية لمتعاملي الهاتف النقال من الجيل الثاني في الجزائر.

III.1.1. منهجية الدراسة:

لقد تم الاعتماد على طريقة على جمع المعلومات من مصادرها الأساسية، فالمعلومات ذات طبيعة كمية و التي ركزت أساسا على العروض الأساسية و العروض الترويجية المقدمة من قبل مؤسسات الهاتف النقال الثلاث موبيليس، جازي و نجمة للزبائن للفترة الممتدة من 2004م إلى 2013 م، و ذلك قصد غربلة العروض لكل مؤسسة على حدى، و تبويبها ضمن فئة الأفعال أو ردود الأفعال.

III.2.1. كفاءة إختيار مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من مجمل العروض (267 عرض) التي اعتمدها متعاملو الهاتف النقال من نوع الجيل الثاني في الجزائر منذ 2004 م إلى غاية 2013م، و ذلك بالنظر إلى الطفرة الكبيرة التي عرفت هذه الصناعة منذ 2001 سنة تاريخ تحرير قطاع الاتصالات أسلكية و ألاسلكية، و الديناميكية التنافسية التي خلقها المتعاملون، إلى جانب المحتوى التكنولوجي الذي تتمتع به الصناعة.

III.3.1. كفاءة اختيار العينة:

لقد تم تحديد عينة الدراسة بناء على مجموعة من الاعتبارات الموضوعية و العملية، و ذلك على ثلاثة مستويات: على مستوى الصناعة، على مستوى فترة الدراسة، و أخيرا على مستوى المناورات التنافسية. فبالنسبة لاختيار الصناعة، فهناك ثلاثة اعتبارات أساسية و المتمثلة في: المنافسة الشديدة بين المتعاملين، و دليل ذلك التطور الكبير في عدد المشتركين، حيث بلغ 37.258.000 مشترك في شبكة الهاتف النقال (GSM) إلى غاية نوفمبر 2014²³، بالإضافة إلى تنوع العروض المقدمة للمشاركين، و المحتوى التكنولوجي سريع التغير الذي تتمتع به، و العدد القليل من المتعاملين (ثلاثة متعاملين احتكار القلّة) الذي فرضته خصوصية الصناعة؛ باعتبارها تنتمي إلى الصناعات الشبكية، الأمر الذي مكّن من تتبع العمليات التي يقومون بها ضمن إطار واضح. أما على مستوى الفترة المدروسة، فقد تم تحديدها بالاستناد إلى نقطتين أساسيتين: تتعلّق الأولى بوضع المتعاملين الثلاثة على خط الانطلاق نفسه؛ باعتبار أنّ هناك فارق زمني بين المتعاملين، من حيث الإنشاء و حصولهم على رخصة الاستغلال. فقد تم إنشاء المتعامل جازي سنة 2001 ، أما الانطلاق التجاري فكان سنة 2002. تم إنشاء المتعامل موبيليس الذي هو فرع من فروع اتصالات الجزائر سنة 2002، أما الانطلاق التجاري فكانت سنة 2003 . و أخيرا المتعامل نجمة الذي أنشأ في أواخر سنة 2003، أما الانطلاق التجاري فكانت سنة 2004. و بالتالي، ارتأينا اعتماد سنة 2004 كسنة لبداية فترة الدراسة، كون أنّ الالتقاء التنافسي بين المتعاملين حدث فعليا في هذه السنة. بالإضافة إلى أنّ السلوكيات التنافسية للمتعاملين مترابطة، فمن غير المنطقي أن ندرس سلوك متعامل بمعزل عن سلوك المتعاملين الآخرين. أمّا نهاية فترة الدراسة، فقد حدّدت في سنة 2013 ؛ باعتبار أنّها تغطي عشرية كاملة و التي نعتبرها كافية لتوضيح مدى

التطور الذي عرفه المتعاملون، و كذلك اتضاح السلوكيات التنافسية المعتمدة من قبل كل متعامل على حدى، و تأثيرها على المتعاملين الآخرين. أما على مستوى المناورات التنافسية (مناورة تنافسية 384 منها: 247 فعل، و 107 ردة فعل)، فقد تم مقابلة الأفعال بردود الأفعال مثنى مثنى للتحقق من مدى ارتباط ردود الأفعال بالأفعال.

2.III التحليل الإحصائي لأفعال و ردود أفعال المتعاملين:

لقد تم الاعتماد على التحليل الإحصائي للكشف عن العلاقات الممكنة بين أفعال و ردود أفعال المتعاملين؛ قصد تفسير السلوكيات التنافسية لكل منهم، و هذا من خلال استخدام أساليب التحليل الإحصائي التي تتناسب مع أهداف الدراسة، و هذا لاختبار الفرضيات، و وصف العلاقة بين المتغير المستقل (الفعل) من جهة، و المتغير التابع (ردّة الفعل) من جهة أخرى. و ذلك من خلال استخدام البرنامج الإحصائي (EVIWS04) لمعالجة و تحليل البيانات و استخراج نتائج الدراسة. و قد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية، التي ناسبت متغيرات الدراسة المختلفة على النحو الآتي:

1. معامل الارتباط البسيط: تم استخدامه لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرين، و تحديد طبيعة علاقة الارتباط بين أفعال و ردود أفعال المتعاملين،
2. معامل التحديد: (R^2) لمعرفة القوة التفسيرية للمتغير المستقل، و ذلك بتحديد أثر المتغير المستقل في المتغير التابع؛
3. اختبار (T-Teste) : لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية فيما بين كل متغير من المتغيرات المستقلة و بين المتغير التابع، حيث يتم المقارنة بين (T) الجدولية و (T) المحسوبة؛

4. اختبار (F-Teste) : لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية فيما بين كل متغير من المتغيرات المستقلة مجتمعة، و بين المتغير التابع، حيث يتم المقارنة بين (F) الجدولية (F) المحسوبة،

5. المعامل المعياري للانحدار (beta) : لتحديد نسبة التغير في المتغير التابع، عندما يتغير المتغير المستقل بوحدة واحدة.

1.2.III تحليل علاقة الارتباط بين المتعاملين:

يتم تحليل العلاقة الإحصائية بين المتعاملين موبيليس، جازي و نجمة.

1. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل جازي :
أ. اختبار فرضية العدم (H_0) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل جازي.

ب. اختبار الفرضية البديلة (H_1) : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل جازي.

و يشير الجدول رقم (01) إلى تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال موبيليس و ردود أفعال جازي.

الجدول رقم (01) معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل موبيليس تجاه ردود أفعال المتعامل جازي

رّد فعل المتعامل جازي (ع)		أفعال المتعامل موبيليس		قيمة (f)
		ب	أ	المحسوبة
قيمة (t)		1.987	0.0551	0.809
الجدولية	المحسوبة	معامل التفسير R^2		المعامل المعياري للانحدار beta
2,306	0.899	0.0918		0.3030

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج
N=10, p≤0.05, fd(1,8) EViews4

يُتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق مايلي:
 $E = 0.0551$ س + 1.987 ، بمستوى معنوية أقل من 5 % ، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل جازي (المتغير التابع)؛
س: أفعال المتعامل موبيليس (المتغير المستقل) .
أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل موبيليس بلغت 0.899 ، و هي بذلك أقل من قيمة (t) الجدولية التي بلغت $2,306$ عند مستوى معنوية 5% ؛
ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل موبيليس بلغت 0.809 ، و هي بذلك أقل من (f) الجدولية التي بلغت $5,32$ عند مستوى معنوية 5% . و بناء عليه، نقبل فرضية العدم، و نرفض الفرضية البديلة (H1) ، و هذا ما يعني عدم وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل موبيليس في ردود أفعال المتعامل جازي.
ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة 0.0918 يتضح أن أفعال المتعامل موبيليس غير قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل جازي، إلا في حدود نسبة $9,18\%$ ، أما النسبة الباقية البالغة $90,82\%$ فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.
د. يتضح من خلال قيمة المعامل المعياري للانحدار (beta) البالغة $0,303$ أن زيادة بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى الزيادة في ردود أفعال المتعامل جازي بنسبة $30,30\%$ من وحدة انحراف معياري واحدة.

و بناء على ما تقدم، يتضح عدم وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل موبيليس في ردود أفعال المتعامل جازي عند مستوى معنوية 5% . و هذا يدل على أن المتعامل جازي لم يتأثر بأفعال المتعامل موبيليس بصفة واضحة.

2. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل نجمة:

أ. اختبار فرضية العدم (H0) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل نجمة؛
ب. اختبار الفرضية البديلة (H1) : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل نجمة.
و يشير الجدول رقم (02) إلى تقدير مَعلمات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال المتعامل موبيليس و ردود أفعال المتعامل نجمة.
الجدول رقم (02) مَعلمات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل موبيليس تجاه ردود أفعال المتعامل نجمة

رَدّة فعل المتعامل نجمة(ع) قيمة (t)		أفعال المتعامل موبيليس	
المحسوبة	الجدولية	ب	أ
1.0781	5,32	0.2557	0.1660
الجدولية	المحسوبة	معامل التفسير R^2	المعامل المعياري للانحدار beta
2,306	1.0383	0.1188	0,3446

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج

$N=10, p \leq 0.05, fd(1,8)$ EViews4

يُتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق مايلي:

ع = 0.1660 س + 0.2557 ، بمستوى معنوية أقل أو يساوي 5%، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل نجمة (المتغير التابع)؛
س: أفعال المتعامل موبيليس (المتغير المستقل).

أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل موبيليس بلغت **1.0383**، وهي بذلك أقل من قيمة (t) الجدولية التي بلغت **2,306** عند مستوى معنوية 5%.

ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال موبيليس بلغت **1.0781**، وهي بذلك أقل من قيمة (f) الجدولية التي بلغت **5,32** عند مستوى معنوية 5%، و بناء عليه نقبل فرضية العدم، و نرفض الفرضية البديلة (H1)، و هذا ما يعني عدم وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل موبيليس في ردود أفعال المتعامل نجمة.

ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة **0.1188** يتضح أن أفعال المتعامل موبيليس غير قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل نجمة إلا في حدود نسبة **11,88%**، أما النسبة الباقية البالغة **88,12%** فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج الدراسة.

د. يتضح من خلال قيمة المعامل المعياري للانحدار (beta) البالغة **0,3446** أن زيادة بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى الزيادة في ردود أفعال المتعامل نجمة بنسبة **34,46%** من وحدة انحراف معياري واحدة. و بناء على ما تقدم، يتضح عدم وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال موبيليس في ردود أفعال المتعامل نجمة عند مستوى معنوية 5%.

III.2.2. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعاملين موبيليس و نجمة: يتم تحليل العلاقة الإحصائية بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعاملين موبيليس و نجمة.

1. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل موبيليس:

أ. اختبار فرضية العدم: (H0) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل موبيليس.

ب. اختبار الفرضية البديلة: (H1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل موبيليس.

و يشير الجدول رقم (03) إلى تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل موبيليس.

الجدول رقم (03): معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل جازي تجاه ردود أفعال المتعامل موبيليس

ردة فعل المتعامل موبيليس (ع)		أفعال المتعامل جازي		قيمة (f)
المحسوبة	الجدولية	أ	ب	المحسوبة
قيمة (t)	0.230	0.488	5,32	17.570
المحسوبة	معامل التفسير R^2	المعامل المعياري للانحدار beta		
الجدولية	4.191	0.6871		0,8289

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج

N=10, p≤0.05, fd(1,8) EViews4

يتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق ما يلي:

ع = **0.230** س + **0.488** ، بمستوى معنوية أقل أو يساوي 5% ، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل موبيليس المتغير التابع؛

س: أفعال المتعامل جازي (المتغير المستقل).

أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل جازي بلغت **4.191**، وهي بذلك أكبر من قيمة (t) الجدولية التي بلغت **2,306** عند مستوى معنوية 5% .

ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال جازي بلغت **17.570** ، وهي بذلك أكبر من قيمة (f) الجدولية التي بلغت **5,32** عند مستوى معنوية 5% . و بناء عليه، نرفض فرضية

العدم، و نقبل الفرضية البديلة (H1) ، و هذا ما يعني وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل جازي في ردود أفعال المتعامل موبيليس.

ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة، **0.6871** يتضح بأن أفعال المتعامل جازي قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل موبيليس في حدود نسبة **68,71%** أما النسبة الباقية البالغة **31,29%** فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة. د. يتضح من خلال قيمة المعامل المعياري للانحدار (**beta**) البالغة **0,8289** أن، زيادة بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى الزيادة في ردود أفعال المتعامل موبيليس بنسبة **82,89%** من وحدة انحراف معياري.

2. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل نجمة:

أ. اختبار فرضية العدم (H0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل نجمة.

ب. اختبار الفرضية البديلة (H1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل نجمة.

و يشير الجدول رقم (04) إلى تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال المتعامل جازي و ردود أفعال المتعامل نجمة.

الجدول رقم (04): معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل جازي تجاه ردود أفعال المتعامل نجمة

قيمة (f)		أفعال المتعامل جازي		ردة فعل المتعامل	
المحسوبة	الجدولية	ب	أ	نجمة (ع)	قيمة (t)
16.542	5,32	0330-	0.1964		
المعامل المعياري للانحدار beta		معامل التفسير (R^2)		المحسوبة	الجدولية
0,8209		0.6740		4.067	2,306

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج **N=10, p≤0.05,fd(1,8) EViews4**

يتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق ما يلي:

ع = **0.1964** س - **0330** ، بمستوى معنوية أقل أو يساوي من **5%** ، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل نجمة (المتغير التابع)

س: أفعال المتعامل جازي (المتغير المستقل).

أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل جازي بلغت **4.067** ، وهي بذلك أكبر من قيمة (t) الجدولية التي بلغت **2,306** عند مستوى معنوية **5%**

ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال جازي بلغت **16.542** ، وهي بذلك أكبر من قيمة (f) الجدولية التي بلغت **5,32** عند مستوى معنوية **5%** . وبناء عليه، نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة (H1) ، و هذا ما يعني وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل جازي في ردود أفعال المتعامل نجمة.

ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة **0.6740** ، يتضح أن أفعال المتعامل جازي قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل نجمة في حدود نسبة **67,40%** من التغيرات التي تطرأ على ردود أفعال المتعامل نجمة. أما النسبة الباقية البالغة **32,60%** ، فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.

3.2.III. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعاملين موبيليس و جازي: يتم تحليل العلاقة الإحصائية بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعاملين موبيليس و جازي.

1. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل موبيليس:
أ. اختبار فرضية العدم (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل موبيليس.
ب. اختبار الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل موبيليس.
و يشير الجدول رقم (05) إلى تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل موبيليس.
الجدول رقم (05): معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل نجمة تجاه ردود أفعال المتعامل موبيليس.

قيمة (f)		أفعال المتعامل نجمة		رد فعل المتعامل موبيليس (ع)
المحسوبة	الجدولية	ب	أ	
18.509	5,32	0.093	0.154	قيمة (t)
المعامل المعياري للانحدار beta		معامل التفسير (R^2)		المحسوبة
0,8127		0.6605		الجدولية
				2,306

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج EViews4 $N=10, p \leq 0.05, fd(1,8)$

يتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق مايلي:
ع $= 0.154س + 0.093$ ، بمستوى معنوية أقل أو يساوي 5%، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل موبيليس (المتغير التابع)
س: أفعال المتعامل نجمة (المتغير المستقل)
أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل نجمة بلغت 4.302 ، و هي بذلك أكبر من قيمة (t) الجدولية التي بلغت 2,306 عند مستوى معنوية 5%
ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل انحدار أفعال المتعامل نجمة بلغت 18.509 ، و هي بذلك أكبر من قيمة (f) الجدولية التي بلغت 5,32 عند مستوى معنوية 5%. و بناء عليه، نرفض فرضية العدم، و نقبل الفرضية البديلة (H_1) ، و هذا ما يعني وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل نجمة في ردود أفعال المتعامل موبيليس.
ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة 0.6605 ، يتضح أن أفعال المتعامل نجمة قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل موبيليس في حدود نسبة 66,05% من التغيرات التي تطرأ على ردود أفعال المتعامل موبيليس. أمّا النسبة الباقية البالغة 33,95% ، فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.
د. يتضح من خلال قيمة المعامل المعياري للانحدار (beta) البالغة 0,8127 أن زيادة بمقدار وحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى الزيادة في ردود أفعال المتعامل موبيليس بنسبة 81,27% من وحدة انحراف معياري واحدة . و بناء على ما تقدم، يتضح وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال نجمة في ردود أفعال المتعامل موبيليس عند مستوى معنوية 5% .

2. تحليل علاقة الارتباط بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل جازي:
أ. اختبار فرضية العدم (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل جازي.
ب. اختبار الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل جازي.
و يشير الجدول رقم (06) إلى تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل قياس اتجاه أفعال المتعامل نجمة و ردود أفعال المتعامل جازي.

الجدول رقم: (06) معلمات نموذج الانحدار الخطي البسيط لأفعال المتعامل نجمة تجاه ردود
أفعال المتعامل جازي

قيمة (f)		أفعال المتعامل نجمة		ردة فعل المتعامل جازي (ع)	
المحسوبة	الجدولية	ب	أ	قيمة (t)	المحسوبة
18.884	5,32	-0.096	0.235		
المعامل المعياري للانحدار beta	معامل التفسير (R^2)			الجدولية	المحسوبة
0,8156	0.6652			2,306	4.345

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج

$N=10, p \leq 0.05, fd(1,8), EViews4$

يُتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق مايلي:

ع = $0.239س + 0.096$ - ، بمستوى معنوية أقل أو يساوي من 5 %، حيث: ع تعبر عن ردود أفعال المتعامل جازي (المتغير التابع)

س: أفعال المتعامل نجمة (المتغير المستقل)

أ. إن قيمة (t) المحسوبة لمعامل أنحدار أفعال المتعامل نجمة بلغت 4.294 ، وهي بذلك أكبر من قيمة (t) الجدولية التي بلغت $2,306$ عند مستوى معنوية 5 %.

ب. إن قيمة (f) المحسوبة لمعامل أنحدار أفعال نجمة بلغت 18.884 ، وهي بذلك أكبر من قيمة (f) الجدولية التي بلغت $5,32$ عند مستوى معنوية 5 % . وبناء عليه، نرفض فرضية العدم، و نقبل الفرضية البديلة ($H1$) . وهذا ما يعني وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال المتعامل نجمة في ردود أفعال المتعامل جازي.

ج. من خلال قيمة معامل التفسير (R^2) البالغة 0.6652 ، يتضح أن أفعال المتعامل نجمة قادرة على تفسير ردود أفعال المتعامل جازي في حدود نسبة $66,52\%$ من التغيرات التي تطرأ على ردود أفعال المتعامل جازي. أما النسبة الباقية البالغة $33,48\%$ ، فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.

د. يتضح من خلال قيمة المعامل المعياري للانحدار (beta) البالغة $0,8156$ أن زيادة بمقدار وحدة أنحراف معياري واحدة سيؤدي إلى الزيادة في ردود أفعال المتعامل جازي بنسبة $81,56\%$ من وحدة أنحراف معياري واحدة.

و بناء على ما تقدم، يتضح وجود اتجاه ذو دلالة إحصائية لأفعال نجمة في ردود أفعال المتعامل جازي عند مستوى معنوية 5%.

خاتمة:

يمكن استنتاج من هذه الدراسة مايلي:

- 1- بالنسبة لعلاقة المتعاملين جازي و نجمة بالمتعامل موبيليس، فإن هناك علاقة ارتباط ضعيفة، وهذا يعني عدم تأثرهما بأفعال المتعامل موبيليس. وبالتالي، فهما يعتمدان على إستراتيجية الاجتناب والتي يمكن أن تنجم إما عن عدم قدرة المتعاملين جازي و نجمة عن الرد بصفة قوية، وإما أن بالمتعامل موبيليس لا يشكل تهديدا لهما؛
- 2- بالنسبة لعلاقة المتعاملين موبيليس و نجمة بالمتعامل جازي، فإن هناك علاقة ارتباط قوية ، وهذا يعني أن المتعاملين موبيليس و نجمة يعتمدان إستراتيجية المواجهة ؛
- 3- بالنسبة لعلاقة المتعاملين موبيليس و جازي بالمتعامل نجمة ، فإن هناك علاقة ارتباط قوية ، وهذا يعني أن المتعاملين موبيليس و جازي يعتمدان إستراتيجية المواجهة ؛

إنَّ العلاقة بين متعاملي الهاتف النقال في الجزائر، هي علاقة مواجهة في مجملها، حيث نجد أربع علاقات تنافسية تتسم بالمواجهة، مقابل علاقتين تتسمان بالاجتناب، أي أنَّ إستراتيجية المواجهة محققة بنسبة 67,67% (أربع علاقات من ست)، و إستراتيجية الاجتناب محققة بنسبة 33,33% (علاقتهان من ست)، و من هنا يمكن القول أن هناك تناوب بين إستراتيجية الاجتناب والمواجهة، غير أنَّ الغلبة هي لإستراتيجية المواجهة.

الهوامش:

- ¹Ph.Baumard, Analyse stratégique : mouvements, signaux concurrentiels et interdépendance, Dunod, Paris,2000
- ²J.C.Mathé, Management stratégique concurrentiel, Vuibert, Paris,2001.
- ³F. LE Roy, La concurrence: Entre affrontement et connivence, Revue française de gestion 2004/1, n° 148, pp141-152
- ⁴M.E.Porter, Choix stratégiques et concurrence, Paris, Economica, 1982,p48
- ⁵B.A.Weitz, Introduction to Special Issue on Competition in Marketing, Journal of Marketing Research. 11 (August), 1985, p229-236.
- ⁶A.Y.Ilinitch,R.A.D'Aveni&A.Y.Lewin, New Organizational Forms and Strategies for Managing in Hypercompetitive Environments, Organization Science, vol. 7, n° 3,1996, pp.211-220
- ⁷N.Deepika&S-E.Newell, Organizational responses to hypercompetitive environment :A case study of Pepsi Canada, Journal of Business Research;1998,p.41-48
- ⁸H.Dumez&A.Jeunemaître, La concurrence en Europe: De nouvelles règles du jeu pour les entreprises, Seuil, Paris,1991
- ⁹F.Bensebaa., L'action stratégique et le souci des réactions mimétiques, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Marne-la-Vallée, Paris, 1998.
- ¹⁰J.Ibert, La dynamique concurrentielle et ses déterminants : un cas de vente par affaires, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris Dauphine, Paris, 1997.
- ¹¹F.Le Roy, Agressivité concurrentielle, taille de l'entreprise et performances, Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique,13-14-15 juin 2001

¹²F.Le Roy ,La concurrence : entre affrontement et connivence, Vuibert, Paris ,2002,p3

¹³G.Hamel&C.Prahalad, Strategic intent, Harvard Business Review, vol. 67, N° 3, 1989, pp. 63-77.

¹⁴ R. D'Aveni, Hypercompétition, Vuibert, Paris, 1995, p13

¹⁵A.Dixit, Recent Developments in Oligopoly Theory, American Economic Review, Vol 72, N°2,May1982, pp. 112-117

¹⁶P. Roy, Les stratégies de renforcement du leadership de marché : stabiliser ou perturber la concurrence ?, Revue française de gestion, 2004/1 , No 158, pp.211-212

¹⁷ Idem, pp.214-223

¹⁸R. M. Cyert&J. V. March, A Behavioral theory of the firm, New-York: Wiley, 1963,p15

¹⁹J.Pfeffer& R-G. Salancik,The External Control of Organization : A Resource Dependence Perspective. New-York: Harper & Row, 1978,p73

²⁰Koenig,G, Management stratégique : Paradoxes, interactions et apprentissages, Nathan, Paris, 1996, p222

²¹J.Ibert, De La concurrence au conflit irréductible : dynamique économique et psycho-sociologiques, in F.LE ROY, La concurrence : entre affrontement et connivence, Vuibert, Paris, 2002, p29

²²W-G. Astley&C-J. Fombrun , Collective Strategy : Social Ecology of Organizational Environments, Academy of Management Review, Vol 8,No 4,1983,pp576-587

²³<http://www.belfortdz.com/actualites/41-operateurs-mobiles/1540-45millions-abonnes-au-telephone-mobile-en-algerie-et-8millions-abonnes-au-3g>, consulté le 15/04/2015

المراجع:

- Astley.W-G& Fombrun.C-J, Collective Strategy: Social Ecology of Organizational Environments” Academy of Management Review, Vol8,N°4, 1983

-Baumard.Ph, Analyse stratégique: mouvements, signaux concurrentiels et interdépendance, Dunod, Paris,2000

- Bensebaa.F, L'action stratégique et le souci des réactions mimétiques, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Marne-la-Vallée, Paris, 1998.
- Cyert.R. M&March.J. V, A Behavioral theory of the firm, New-York: Wiley, 1963
- D'Aveni.R, Hypercompétition, Vuibert, Paris,1995
- Deepika.N&Newell.S-E, Organisational responses to hypercompetitive environment :A case study of Pepsi Canada, Journal of Business Research;1998
- DIXIT.A, Recent Developments in Oligopoly Theory, American Economic Review, Vol72, N°2, May1982.
- Dumez. H&Jeunemaître. A, La concurrence en Europe: De nouvelles règles du jeu pour les entreprises, Seuil, Paris,1991
- Hamel.G&Prahalad.C, Strategic intent, Harvard Business Review, vol. 67, N° 3, 1989.
- Ibert.J, De La concurrence au conflit irréductible : dynamique économique et psycho-sociologiques, in F.LE ROY, La concurrence : entre affrontement et connivence, Vuibert, Paris, 2002
- Ibert.J, La dynamique concurrentielle et ses déterminants : un cas de vente par affaires, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris Dauphine, Paris, 1997.
- Koenig.G, Management stratégique : Paradoxes, interactions et apprentissages, Nathan, Paris, 1996
- Le Roy.F, La concurrence: Entre affrontement et connivence, Revue française de gestion 2004/1, n° 148
- Le Roy. F, Agressivité concurrentielle, taille de l'entreprise et performances, Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique,13-14-15 juin 2001
- Le Roy.F,La concurrence : entre affrontement et connivence, Vuibert, Paris ,2002
- Ilinitch.A.Y,R.A.D'Aveni&Lewin. A.Y., New Organizational Forms and Strategies for Managing in Hypercompetitive Environments, Organization Science, vol. 7, n°3, 1996
- Mathé.J.C, Management stratégique concurrentiel, Vuibert, Paris,2001.

-Pfeffer.J&Salancik.R-G, The External Control of Organization: A Resource Dependence Perspective, New-York: Harper&Row, 1978

-Porter. M.E, Choix stratégiques et concurrence, Paris, Economica, 1982

-Roy.P, Les stratégies de renforcement du leadership de marché : stabiliser ou perturber la concurrence ?, Revue française de gestion, 2004/1 , No158

-Weitz.B-A, Introduction to Special Issue on Competition in Marketing, Journal of Marketing Research. 11 (August), 1985.

-<http://www.belfortdz.com/actualites/41-operateurs-mobiles/1540-45millions-abonnes-au-telephone-mobile-en-algerie-et-8millions-abonnes-au-3g>, consulté le 15/04/2015