

دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة:

دراسة مقارنة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدوا

The Role of Strategic Intelligence in Achieving and Promoting Sustainable Competitive Advantage: A Comparative Study Between Mobilis Company and Ooredoo company

د. محمد كنوش*، جامعة برج بوعريش، الجزائر.

mohamed.knouch@univ-bba.dz

نبيلة جدي، جامعة تراكيا، تركيا

nabiladjaadi@yahoo.com

تاريخ التسليم: (2020/03/17)، تاريخ المراجعة: (2020/05/04)، تاريخ القبول: (2020/11/03)

Abstract :

This study aims to reveal the role of strategic intelligence in achieving and enhancing sustainable competitive advantage in telecommunications institutions in Algeria, through a comparative study between the Mobilis company and Ooredoo Company, as the telecommunications sector is witnessing great competition, whether locally or internationally, given that this sector is very sensitive to developments that It occurs in the environment, as the development of communications and information technology, which is among the reasons for the strength of the speed of development, is considered within this same sector, and its impact on both strategic intelligence and sustainable competitive advantage is considered a great and good impact.

The study revealed that the level of accreditation of the Mobilis company and the Ooredoo company for a system of strategic intelligence is a good level in both institutions with a preference for the Ooredoo Foundation, as we have found that the role that strategic intelligence plays in achieving and enhancing the sustainable competitive advantage is a big role well, with an advantage difference for the company of Ooredoo.

Keywords : Knowledge management, Economic intelligence, Strategic intelligence, Sustainable competitive advantage..

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة في مؤسسات الاتصالات في الجزائر، من خلال دراسة مقارنة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدوا، إذ يشهد قطاع الاتصالات منافسة كبيرة سواء محليا أو دولياً، كون أن هذا القطاع حساس جدا للتطورات التي تحدث في البيئة، كما أن تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي هي من بين أسباب قوة سرعة التطور تعتبر من ضمن هذا القطاع نفسه، كما أن تأثيرها في كل من الذكاء الإستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة؛ يعتبر تأثيرا كبيرا جيدا.

كشفت الدراسة على أن مستوى اعتماد كل من مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدوا لنظام للذكاء الإستراتيجي مستوى جيد في كلا المؤسسات مع تسجيل أفضلية لمؤسسة أوريدوا، كما تبين لنا أن الدور الذي يلعبه الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة دور كبير جيدا، مع وجود فارق أفضلية لمؤسسة أوريدوا.

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة، الذكاء الاقتصادي، الذكاء الإستراتيجي، الميزة التنافسية المستدامة.

* المؤلف المراسل: د. مريم لوكال، الإيميل: m.loukal@univ-boumerdes.dz

مقدمة:

في ظل اشتداد المنافسة؛ وبعدما كانت المؤسسات تسعى إلى الزيادة والرفع من أرباحها؛ أصبحت في يومنا الحاضر تسعى إلى تحقيق قدر مقبول من الأرباح، من أهم المميزات والتحويلات التي تشهدها المؤسسات في الوقت الراهن هو التوجه لإعطاء أهمية كبيرة للبحث العلمي واستغلال وإدماج نواتجه؛ ممثلة في المعرفة في المؤسسات أياً كانت طبيعتها صناعية، تجارية أو خدمية، وإعطاء أهمية كبيرة للبحث العلمي في منظومة أو آليات تسيير المؤسسات بطريقة تتميز بالنجاعة الاقتصادية في البيئة الداخلية للمؤسسة وفي بيئتها الخارجية.

وفي ظل هذا المحيط غير المستقر تبذل المؤسسات مجهودات كبيرة؛ بغية التوصل واعتماد أساليب تسييريه جديدة ومميزة عن المؤسسات الأخرى أو المنافسة على الأقل، تمكنها من تحقيق هدفها البقاء وتحقيق الربح المقبول، ويمكن تصنيف الأساليب القائمة على أساس المعرفة والمعلومة من أهم الأساليب التي تسعى المؤسسات لدمجها في أنظمتها التسييرية حالياً مثل؛ اليقظة الإستراتيجية، الذكاء الاقتصادي، إدارة المعرفة والذكاء الإستراتيجي، كونها أنظمة تبقى المؤسسة على يقظة دائمة وذات موقع تنافسي متقدم على المنافسين، وتمكنها من اكتساب ميزة تنافسية مستدامة.

إن الدور الإستراتيجي للذكاء الإستراتيجي ومركباته في إكساب المؤسسة لميزة تنافسية مستدامة والحفاظ عليها، وواقع ذلك في المؤسسات الجزائرية من خلال أخذ مؤسستين ناشطتين في قطاع الاتصالات كعينة للمؤسسة الجزائرية، هو ما نسعى لاستكشافه وتوضيحه في هذه الدراسة.

1. إشكالية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للبحث والكشف عن دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة في مؤسسات الاتصالات في الجزائر، مع دراسة مقارنة بين القطاع العام الذي تمثله مؤسسة موبيليس والقطاع الخاص الذي تمثله مؤسسة أوريدو، من خلال طرح الإشكالية التالية:

- ما دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة بمؤسستي موبيليس وأوريدو للاتصالات في الجزائر؟ .

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي أسئلة فرعية تسمح بإجراء دراسة مقارنة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر على النحو التالي:

- 1- هل توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في اعتمادهما نظام الذكاء الإستراتيجي؟
- 2- هل توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في تحقيقهما لميزة تنافسية مستدامة؟

3- هل توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في الدور الذي يلعبه الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة في المؤسستين محل الدراسة؟

فرضيات الدراسة:

استناداً إلى مشكلة الدراسة؛ تم صياغة فرضيات سيجري اختبارها، واستخلاص النتائج والتوصيات من خلالها، ولهذا ينطلق البحث من ثلاث فرضيات مفادها:

الفرضية الأولى: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في اعتماد نظام للذكاء الإستراتيجي؛

الفرضية الثانية: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة؛

الفرضية الثالثة: يلعب الذكاء الإستراتيجي دوراً إيجابياً في تحقيق وتعزيز ميزة تنافسية مستدامة في مؤسستي موبيليس وأوريدو للاتصالات في الجزائر؛

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في معرفة واقع الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة والعلاقة التكاملية بينهما كمقدمة لبناء نظام الذكاء الإستراتيجي في مؤسستين هامتين في قطاع الاتصالات في الجزائر، هذا القطاع الذي يشهد تنافسية قوية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد الجزائري، وإن كان يشتغل في ظل اقتصاد احتكار القلة كون أن هذا القطاع منظم من قبل الدولة في ظل احتكاره لثلاث مؤسسات؛ واحدة وطنية -موبيليس- وأخرى مشتركة -جازي- وثالثة أجنبية - أوريدو -.

كما تكمن أهمية الدراسة في القيام بدراسة مقارنة بين مؤسستين إحداهما مؤسسة وطنية تسير وترسم خططها الإستراتيجية من قبل مسيرين جزائريين، وهذا ما يسمح لنا بالوقوف على واقع حال مؤسسة وطنية مهمة مثل موبيليس والتي تشتغل في قطاع يتميز بالتطور المتسارع عالمياً، ومدى اندماجها وتكيفها مع التطورات ومواكبتها للتغيرات العالمية في القطاع، ومؤسسة أخرى أجنبية تسير جزئياً من قبل مسيرين أجانب، وترسم خططها الإستراتيجية من قبل أجانب بصفة كاملة، كون أنها في خططها الإستراتيجية تعود للمسيرين على مستوى المؤسسة الأم خارج الوطن.

المنهج المستخدم:

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهجية البحث الوصفي، والميداني التحليلي، فيما يتعلق بالبحث الوصفي؛ فقد تم إجراء المسح المكتبي والاطلاع على البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة من أجل فهم مكونات الذكاء الإستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة، والعناصر المشكلة ل كليهما، أما على صعيد البحث الميداني التحليلي؛ فقد تم إجراء المسح الاستطلاعي الشامل، وتحليل كافة البيانات المجمعة من مجتمع الدراسة من خلال الاستمارة عن طريق منظومة أو حزمة

تحليل البيانات الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، و يتمثل مجتمع الدراسة في مؤسستي موبيليس وأوريدو من خلال توزيع الاستبانة على الاطارات العليا في كل المؤسستين من شهر أوت إلى غاية شهر ديسمبر 2018، وتُعمد اختيار هذا القطاع نظراً لأنه قطاع يشهد تنافسية كبيرة بين المؤسسات سواءً على المستوى العالمي أو على المستوى المحلي.

وقد تضمنت الاستبانة مجموعة من الأسئلة، الجزء الأول متعلق بالذكاء الإستراتيجي؛ والذي تم قياسه من خلال مركبيه - ادارة المعرفة والذكاء الاقتصادي-، وتم قياس ادارة المعرفة من خلال عمليات إدارة المعرفة، في حين تم قياس الذكاء الاقتصادي من خلال مركباته الثلاث وهي: البقطة الإستراتيجية، التأثير، والحماية والأمن، في حين الجزء الثاني تضمن أسئلة لقياس الميزة التنافسية المستدامة.

الدراسات السابقة

- دراسة (العزاوي، 2008): "أثر العلاقة بين الذكاء الإستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الإستراتيجي: دراسة اختبارية تحليلية لآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد". هدفت الدراسة إلى تبيان أثر العلاقة بين الذكاء الإستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الإستراتيجي في كليات جامعة بغداد، وشملت الدراسة تسع كليات تابعة لجامعة بغداد، وشكلت 38% من مجموع كليات الجامعة، أما بيانات الدراسة فجمعت من 80 رئيساً وعضواً من رؤساء وأعضاء مجالس هذه الكليات باعتماد الاستبانة وتم الاستعانة بالمقابلات الشخصية.

- دراسة (العدوان، 2013): "دور الذكاء الإستراتيجي وجودة المعلومات على جودة المعلومات في البنوك التجارية الكويتية". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الإستراتيجي وجودة المعلومات على جودة القرارات في البنوك التجارية الكويتية، تكون مجتمع الدراسة من المديرين في الإدارة العليا والوسطى في البنوك التجارية الكويتية والبالغ عددهم 371.

- دراسة (Abadie and others, 2010) :

Strategic intelligence monitor on personal health systems market structure and innovation dynamics.

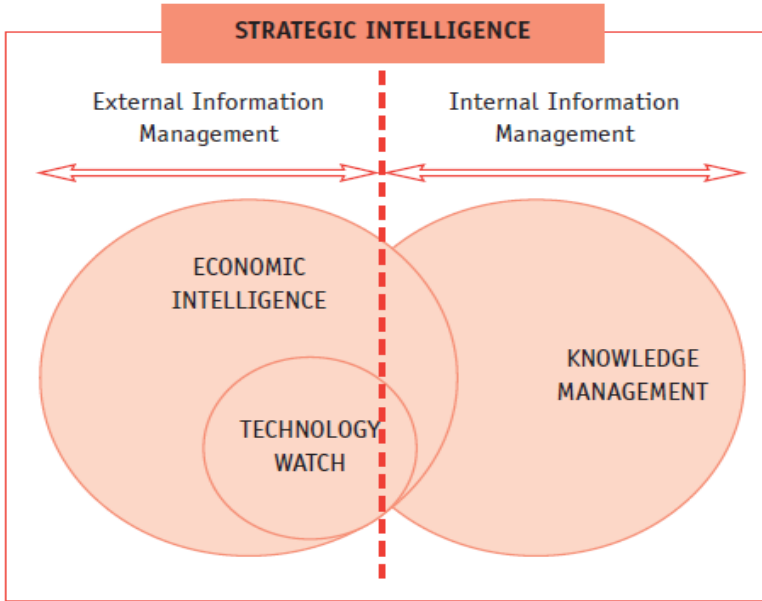
هدفت الدراسة إلى بيان أهمية الذكاء الإستراتيجي في تحقيق الإبداع من خلال تحقيق أعلى نسب مبيعات في السوق الصحية الأوروبية ومنافسة شركات الأدوية العملاقة، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من شركات الأدوية العالمية وعددها 50 شركة واعتمدت الدراسة أداتي الاستبانة والمقابلات لتحقيق جمع البيانات عن الدراسة، وأظهرت الدراسة، أن الذكاء الإستراتيجي يوفر الرؤية للمديرين في الشركات المبحوثة، ويؤهل المديرين في الشركات محل الدراسة ليكونوا قادة لمنظمات تقود سوق الأدوية.

2. الذكاء الإستراتيجي: عرف أربيلو الذكاء الإستراتيجي هو منهجية البحث وتفسير المعلومات المتاحة للجميع من أجل تفعيلها ومعرفة قدرتها للاستغلال الفرص المتاحة ومواجهة التهديدات المحيطة (فواز، 2012، ص10).

كما يعرف مارك كزو (Mark Xu) الذكاء الإستراتيجي على أنه جملة العمليات التي تهدف لتزويد المنظمة بالمعلومات التي تحتاجها حول محيط الأعمال بما يمكنها من توقع أي تغيير قد يحدث في محيطها، وتصميم خياراتها الإستراتيجية، التي تخلق للمستهلك القيمة، وتحقق نموا وريحا مستقبليا للمنظمة في الأسواق الجديدة (Xu,2007,p.41).

ووفقا للجنة الأوروبية للذكاء الإستراتيجي؛ يتشكل الذكاء الإستراتيجي من إدارة المعرفة وهي تتحكم في إدارة المعلومات على المستوى الداخلي للمؤسسة، وكذلك من الذكاء الاقتصادي وهو يتحكم في إدارة المعلومات على المستوى الخارجي للمؤسسة، كما هو موضح في الشكل رقم (01)

الشكل 1: يوضح نموذج اللجنة الأوروبية لنظام الذكاء الإستراتيجي



Source: Cetisme partnership, 2002, p: 19.

3. الميزة التنافسية المستدامة: تجدر الإشارة إلى أن مصطلح الميزة التنافسية المستدامة ورد بصيغ مختلفة مثل: الميزة التنافسية المستمرة أو الميزة التنافسية المتواصلة؛ وهي كلها تحمل نفس المدلول، كما أنه لا بد من الإشارة إلى أن مفهوم الميزة التنافسية المستدامة ينطلق أساساً من مفهوم الميزة التنافسية. وقد تباينت وجهات نظر الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم الاستدامة، إذ نجد بورتر قد شرح ذلك؛ عندما استند إلى اعتماد عبارة الربحية طويلة الأجل في الإشارة إلى مفهوم الاستدامة (المعاصيدي، 2007، صفحة 15)، وتظهر مراجعة أدبيات التسيير أن المفهوم الأساسي للميزة التنافسية يرجع إلى Chamberlin "ثم إلى Selznick" الذي ربط الميزة بالقدرة، ثم حصل تطور في هذا المفهوم حين وصف "شاندلر" و "هوفر" "Schendel and Hofer" الميزة التنافسية بأنها الوضع الفريد الذي تطوره المنظمة مقابل منافسيها من خلال تخصيص الموارد، ثم وضع كل من "بورتر" و "داي" الجيل التالي من الصياغة المفاهيمية للميزة التنافسية، حيث اعتبروا أنها تعد هدف الإستراتيجية، أي كمتغير تابع لا يستخدم ضمن الإستراتيجية بالنظر إلى أن الأداء المتفوق يرتبط بالميزة التنافسية، ذلك أن امتلاك وتطوير الميزة التنافسية يمثل هدفاً إستراتيجياً تسعى المنظمات لتحقيقها في ظل التحديات التنافسية الشديدة للاقتصاد المبني على المعرفة والكفاءات البشرية (سمالي، وبلال، 2005، ص 09).

ريتشارد هال (Richard Hall) يرى أن المؤسسة تتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، عندما تتمكن باستمرار من إنتاج أو تقديم منتجات أو خدمات تتوافق ومعايير الشراء الأساسية لغالبيتها العملاء في السوق المستهدف (HALL, 1993, p. 12)، كما تعرف الميزة التنافسية المستدامة على أنها الميزة التي تعتمد على استغلال الموارد بإستراتيجيات سريعة عن طريق التعلم السريع من أجل الاستجابة للتغيرات الدورية التي الواقعة في البيئة (Liu, 2013, p. 45).

يمكن أن نعرف الميزة التنافسية المستدامة على أنها: ذلك الأداء المتفوق الذي تحققه المؤسسة من خلال استغلال الموارد المختلفة، وخصوصاً منها غير الملموسة، بأسلوب يصعب تقليده من قبل المنافسين، مع تحقق شرط تكرار هذه الميزة أو هذا التفوق.

4. دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

كما أسلفنا في الشرح سابقاً فإن الذكاء الإستراتيجي يتشكل من الذكاء الاقتصادي وكذلك إدارة المعرفة؛ سوف نوضح كيف يسهم كل عنصر في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة.

1.4 الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية المستدامة

تعتبر كل من البقطة التنافسية وعنصر الحماية من أهم مكونات الذكاء الاقتصادي ولهما بالغ الأهمية في تحقيق تعزيز الميزة التنافسية المستدامة.

1.1.4 دور البقطة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: في ظل التحولات البيئية

الجديدة التي تعيشها المؤسسة، وإثر الاندفاع القوي نحو التكنولوجيا ونحو البحث المستمر للأنشطة ذات قيمة مضافة قوية، وفي ظل عولمة الأسواق، وكثرة المعلومات ومصادرها، أصبحت المنافسة بين

المؤسسات حادة تكاد تصل إلى حروب اقتصادية خفية، كما أن تحقيق حماية المؤسسة لميزتها التنافسية والعمل على استدامتها أصبح من الصعوبة بما كان، ولأجل ذلك تسعى المؤسسات جاهدة من أجل تسيير المعلومات من جمع وتوليد وتوزيع وحمايتها من عمليات الجوسسة الاقتصادية، وهذا ما تتكفل به اليقظة الإستراتيجية وخصوصًا اليقظة التنافسية منها، ومن أهم ما تحققه اليقظة التنافسية للمؤسسة نذكر:

- المعرفة العميقة للأسواق والمنافسة؛
- إكساب المؤسسة موقع قوة من أجل طرح سلعها وخدماتها المبكرة في السوق؛
- الزيادة من أثر التآزر والتعاقد في المؤسسة،
- ضمان الاستجابة الجيدة لحاجيات الزبائن؛
- التحسين المستمر للمنتجات والخدمات المقدمة من قبل المؤسسة؛
- حماية الميزة التنافسية والعمل على استدامتها.

كما أن السير الحسن لعملية اليقظة التنافسية يؤثر تأثيرًا إيجابيًا على المؤسسة وعلى نشاطها حيث تساعد اليقظة التنافسية على البحث والتطوير وعلى اتخاذ القرار، كما تضيف للمعلومة قيمة ناتجة عن تحليل هذه الأخير واستخراج منها نتائج تتطابق وحاجات المؤسسة (تومسون، 2006، ص53).

2.1.4 اعتماد إستراتيجيات لحماية واستدامة الميزة التنافسية: تكون المؤسسات في سوق المنافسة، غالبًا معرضة للتحدي والهجوم من قبل المنافسين. ويمكن أن تصدر التحركات الهجومية في السوق من الدخلاء الجدد في الصناعة، أو من المؤسسات القائمة، التي تسعى لتحسين أوضاعها في السوق. ويتمثل الغرض الأساسي للاستراتيجيات الدفاعية في تقليل مخاطر التعرض للهجوم، وفي إضعاف آثار أية هجمات قد تحدث، بالإضافة إلى التأثير على المنافسين لتوجيه جهودهم لمنافسين آخرين، وعلى الرغم من أن الاستراتيجيات الدفاعية عادة لا تعزز الميزة التنافسية للمؤسسة، إلا أنها تساعد على تقوية الوضع التنافسي للمؤسسة وتحسينها وحماية مواردها وإمكاناتها القيمة من التقليد، ودعم أية ميزة تنافسية لديها (تومسون، 2006، ص55).

2.4 إدارة المعرفة والميزة التنافسية المستدامة: أصبح ينظر إلى المعرفة على أنها مصدر مهم لخلق الثروة، وهذا ما أدى إلى تزايد وتنامي الاهتمام بعمليات المعرفة وإدارتها داخل المنظمات في السنوات الأخيرة، كما أصبح ينظر إلى المعرفة على مستوى المنظمات على أنها مصدر للميزة التنافسية المستدامة، من خلال تأثيرها على الأفراد والعمليات والتكنولوجيا، وكل العناصر التي يمكن أن تلعب دورًا في خلق ميزة تنافسية على مستوى المنظمة (carrion, 2006, p.26).

5. النتائج والتحليل

اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على ما يلي: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في اعتماد نظام للذكاء الاستراتيجي.

من خلال عرض وتحليل بيانات الجزء الأول من الاستبانة، والذي تم فيه مناقشة المركبات الرئيسية والفرعية المشكلة لنظام الذكاء الإستراتيجي، نتحصل على هذا الجدول الذي يوضح الفروق في اعتماد مؤسستي موبيليس وأوريدو لنظام الذكاء الإستراتيجي على النحو التالي:

الجدول 1: يوضح الفروق في اعتماد مؤسستي موبيليس وأوريدو لنظام للذكاء الإستراتيجي

المحور	لمؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	القرار
الذكاء الاقتصادي	موبيليس	3,8553	,41967	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,8482	,17102	13,031		
إدارة المعرفة	موبيليس	3,7193	,45322	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,7605	,28653	11,617		
الذكاء الاستراتيجي	موبيليس	3,7781	,39167	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,7985	,20398	13,782		

* يتم اتخاذ القرار بشأن دلالة النتائج عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

كما هو مبين في الجدول رقم (1) أن المتوسط الحسابي للذكاء الاستراتيجي بصفة عامة لمؤسسة أوريدو يقدر بـ(4,79) بانحراف معياري قدره (0,20) وهو أكبر من المتوسط الحسابي لمؤسسة موبيليس المقدّر بـ(3,77) بانحراف معياري قدره (,39)، وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد نظام للذكاء الإستراتيجي بين مؤسستي أوريدو وموبيليس، لصالح مؤسسة أوريدو. وما يؤكد ذلك هي قيمة "ت" المحسوبة المقدرة بـ(-13,78) وهي دالة عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرة (0.00).

ونفس النتيجة سُجلت في كل محور من المحاور المشكلة للذكاء الإستراتيجي؛ بحيث كانت المتوسطات الحسابية لمؤسسة أوريدو أكبر من المتوسط الحسابي لمؤسسة موبيليس وبالتالي سُجلت فيها الفروق لصالح لمؤسسة أوريدو، إذ تراوحت قيم "ت" المحسوبة لها من (-13,782) إلى (-11,617) وكلها دالة عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرة (0.00). وعليه يمكن القول إنّه توجد فروق في اعتماد نظام للذكاء الإستراتيجي، بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو لصالح مؤسسة أوريدو.

وبناءً عليه يمكن أن نقول إنّ الفرضية الأولى، التي مفادها: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في اعتماد نظام للذكاء الاستراتيجي، فرضية مقبولة

اختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على ما يلي: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

من خلال عرض وتحليل بيانات الجزء الثاني من الاستبانة، والذي تم فيه مناقشة المداخل الرئيسية للميزة التنافسية المستدامة، نتحصل على هذا الجدول الذي يوضح الفروق في تحقيق مؤسستي موبيليس وأوريدو للميزة التنافسية المستدامة على النحو التالي:

الجدول 2: يوضح الفروق في تحقيق مؤسستي موبيليس وأوريدو لميزة التنافسية المستدامة

المحور	مؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	القرار
مدخل استدامة التكلفة المنخفضة	موبيليس	3,7368	45118,	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,8571	26838,	12,754		
مدخل استدامة خلق قيمة مميزة للزبائن	موبيليس	3,7368	54830,	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,7837	29271,	10,049		
الميزة التنافسية المستدامة	موبيليس	3,7368	43626,	-	0.00	توجد فروق (لصالح مؤسسة أوريدو)
	أوريدو	4,8204	22211,	13,198		

* يتم اتخاذ القرار بشأن دلالة النتائج عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05).

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن المتوسط الحسابي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة بصفة عامة لمؤسسة أوريدو يقدر بـ(4,82) بانحراف معياري قدره (0,22) وهو أكبر من المتوسط الحسابي لمؤسسة موبيليس المقدر بـ(3,73) بانحراف معياري قدره (0,53)، وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في امتلاك ميزة تنافسية مستدامة بين مؤسستي أوريدو وموبيليس، لصالح مؤسسة أوريدو. وما يؤكد ذلك هي قيمة "ت" المحسوبة المقدرة بـ(-13,198) وهي دالة عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرة (0.00).

ونفس النتيجة سُجلت في كلا المدخلين اللذين يمكن من خلالهما تحقيق ميزة تنافسية مستدامة سواء مدخل استدامة تحقيق تكلفة منخفضة للزبائن أو مدخل استدامة خلق قيمة مميزة للزبائن، بحيث كانت المتوسطات الحسابية لمؤسسة أوريدو أكبر من المتوسط الحسابي لمؤسسة موبيليس وبالتالي سُجلت فيها الفروق لصالح مؤسسة أوريدو، إذ تراوحت قيم "ت" المحسوبة لها من (-12,754) إلى (-10,049) وكلها دالة عند درجات الحرية (71) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدرة (0.00). وعليه يمكن القول إنّه توجد فروق في الميزة التنافسية المستدامة المحققة من قبل كل من مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو لصالح مؤسسة أوريدو.

من خلال الجدول رقم 2 يتبين لنا أن مؤسسة أوريدو تحقق ميزة تنافسية مستدامة من خلال مدخلي استدامة ميزة التكلفة المنخفضة واستدامة خلق ميزة مميزة للزبائن، أحسن من الميزة التنافسية المستدامة التي تحققها مؤسسة موبيليس، ويفسر ذلك بالاعتماد المكثف لمؤسسة أوريدو في تقديم خدماتها على عامل التكنولوجيا التي تعتمد أساساً على عامل المعلومة والمعرفة كمصدر لتحقيق التميز وتخفيض التكاليف، هذه الإستراتيجية نراها معتمدة في مؤسسة أوريدو أكثر مما هي معتمدة في مؤسسة موبيليس. وبناءً عليه يمكن أن نقول إنَّ الفرضية الرئيسية الثانية، التي مفادها: توجد فروق بين مؤسسة موبيليس ومؤسسة أوريدو للاتصالات في الجزائر في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، فرضية مقبولة.

اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على ما يلي: يلعب الذكاء الاستراتيجي دور ايجابيا في تحقيق وتعزيز ميزة تنافسية مستدامة في مؤسستي موبيليس وأوريدو للاتصالات في الجزائر.

الجدول 3: اختبار معامل الانحدار الخطي الأحادي بين الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة

القرار	معامل التحديد	اختبار (t)		اختبار (F)		معامل الانحدار		
		مستوى المعنوية Sig	T	مستوى المعنوية Sig	F	الخطأ المعياري	المعاملات B	
دال (يوجد تأثير إيجابي قوي جدا)	,792	,488	,697	,000	269,852	,251	,175	الثابت (باقي العوامل الأخرى)
		,000	16,427			,058	,956	الذكاء الاستراتيجي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (3) أن نتائجه مقبولة إحصائيا حيث بلغت قيمة "F" (269,85) وهي دالة عند درجات الحرية (72) ومستوى الخطأ (0,05)، بمستوى دلالة قدره (0,00)، وهذا يعني أن للمتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي تأثيرا إيجابيا قويا جدا على الميزة التنافسية المستدامة. وما يؤكد ذلك هي قيمة (t) المحسوبة للذكاء الإستراتيجي المقدرة بـ(16,42) والدالة بمستوى دلالة قدره (0,00)، وتشير قيمة المعامل (B) إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل الذكاء الإستراتيجي بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار (0,95) في الميزة التنافسية المستدامة.

أي أنه كلما اعتمدت مؤسسات الاتصالات محل الدراسة على الذكاء الإستراتيجي أدى ذلك إلى تحقيقها الميزة التنافسية المستدامة، علما أن المتغير المستقل الذكاء الإستراتيجي يفسر حسب معامل التحديد R^2 المقدّر بـ: (,79) من التباين في المتغير التابع الميزة التنافسية المستدامة، أي أن 79% من

التغيرات الحاصلة على مستوى الميزة التنافسية المستدامة بمؤسسات الاتصالات محل الدراسة سببها تغيرات على مستوى الذكاء الإستراتيجي.

ومنه فإن الذكاء الإستراتيجي يلعب دورا ايجابيا جدا في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة في مؤسستي موبيليس وأوريدو للاتصالات في الجزائر.

وبناءً عليه يمكن أن نقول إنَّ الفرضية الرئيسية الثالثة، التي مفادها: يلعب الذكاء الإستراتيجي دورا فعالا في تحقيق وتعزيز ميزة تنافسية مستدامة في مؤسستي موبيليس وأوريدو للاتصالات في الجزائر، فرضية مقبولة.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تتجلى أهمية اكتساب المؤسسة لميزة تنافسية مستدامة، و أهمية الذكاء الإستراتيجي في تحقيق ذلك، باعتباره نظاما متكاملًا للتسيير الإستراتيجي؛ ناهيك على أنه نظام متكامل يسمح ويمكن المؤسسة من العمل بكل أريحية في ظل البيئة التنافسية القوية، من خلال معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف في البيئة الخاصة وكذلك الفرص والتهديدات في البيئة العامة، واتخاذ القرارات المناسبة والتي تصب في مصلحة المؤسسة، كون أن نظام الذكاء الاقتصادي باعتباره المركب الرئيسي الأول لنظام الذكاء الإستراتيجي يمكن المؤسسة من التحكم في بيئتها الخارجية، في حين يهتم المركب الرئيسي الثاني؛ إدارة المعرفة من التحكم في بيئتها الداخلية، وقد تبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن للذكاء الإستراتيجي دور كبير في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لكلا المؤسستين محل الدراسة بأفضلية لمؤسسة أوريدو في ذلك؛ بحيث أن ميزتها التنافسية المستدامة أكثر قوية لأنها تبنت إستراتيجية طويلة المدى من خلال الاعتماد على المعرفة كمصدر لميزتها التنافسية المستدامة، وذلك على الرغم من دخولها السوق بعد مؤسسة موبيليس كما أن حصتها السوقية أقل من مؤسسة موبيليس إلا أن جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة أوريدو ونظرا لتركيزها على تقديم خدمات البط بالإنترنت، سوف سمح لها بالتأكيد بأن تصبح المؤسسة الرائدة في مجال الاتصالات اللاسلكية في السوق الجزائرية، أما بالنسبة لمؤسسة موبيليس فيجب عليها التركيز على تحسين خدماتها وخصوصا في مجال الأنترنت؛ ذلك أن المنافسة في المستقبل القريب جيدا في مجال الاتصالات سوف تعتمد على جودة خدمات الأنترنت في الهواتف النقالة.

قائمة المراجع:

أولا - المراجع باللغة العربية:

- معن وعد الله المعاضيدي.(2007)، استدامة الميزة التنافسية في عصر الأنترنت، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية، للبلدان العربية، جامعة الشلف، ص ص06-07.

- واضح فواز. (7/6 نوفمبر، 2012)، الذكاء الإستراتيجي والإستراتيجية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: حالة ملبنة الحضنة، مداخلة في الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر.
- سملالي يحضيه، وأحمد بلالي. (5/4 ماي، 2005)، الميزة التنافسية وفعالية التسيير الإستراتيجي: مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول التسيير الفعال في المؤسسة الاقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر.
- أثر آيه، تومسون، وآيه جي ستريكلاند. (2006)، الإدارة الإستراتيجية: المفاهيم والحالات العملية، مكتبة لبنان مع شركة ماكجروهيلس، 24-205.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- carrion, G. c. (2006). competitive advantage of knowledge management, encyclopedia of knowledge management. Spain: idea group reference.
- Gabriel cepeda-carrion. (2006). competitive advantage of knowledge management, encyclopedia of knowledge management. Spain: dea group reference.
- HALL, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. Strategic Management Jpurnal.
- Liu, Y. (2013). Sustainable competitive advantage in turbulent business environments. International Journal of Production Research.
- Xu, M. (2007). Managing strategic intelligence: Techniques and technologies. New Yok: Information Science Reference.