

العلاقة التكاملية بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب ودورها في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية
- تحليل تنافسية سوق الهاتف النقال بالجزائر -

The Integral Relationship between Economic Intelligence & Games Theory, and its Role to give enterprise a competitive advantage - Competitiveness Analysis on mobile market in Algeria-

د/أمين عويسي¹ جامعة سطيف1، الجزائر

د/اسماعيل مومني² جامعة سطيف1، الجزائر

Dr. Amine Aouissi , University of Sétif 1, Algeria

Dr. Smail moumeni, University of Sétif 1, Algeria

ملخص:

يعد "الذكاء الاقتصادي" أهم وسيلة تساعد في عملية اتخاذ القرار ضمن مفهوم إدارة الأعمال الحديث، وتهدف هذه الوسيلة إلى خلق وضعية تنافسية مميزة للمؤسسة؛ لكن أصبحت هذه الوسيلة رائجة لدى جميع متخذي القرار بمن فيهم المنافسين؛ لذا وجب دعم هذه الوسيلة بوسيلة أخرى هي "نظرية الألعاب"، قصد الدمج بين الوصيلتين في عملية تحليل واحدة والخروج بـ: "استراتيجية مثلى"؛ من شأنها زيادة كفاءة ورشادة قرارات المؤسسة؛ ما يجعلها تكتسب "وضعية تنافسية مميزة" في "السوق".
الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي؛ نظرية الألعاب؛ استراتيجية؛ الكفاءة-الفعالية؛ وضعية تنافسية مميزة؛ السوق.

Abstract:

Economic intelligence is the most important way to help decision making in the context of contemporary management, the main objective of this tool is to create a favorable competitive position for the company. However, all decision makers including competitors use business intelligence. Hence the need for support by the "game theory", by merging the two tools in one analysis process, the company has come created an "optimal strategy" or dominant, such a strategy may cause the company to be effective and efficient, which gives it the advantage of being positioned in an "advantageous competitive position" in the market.

Keywords:Economic intelligence, game theory; strategy; effectiveness - Results; advantageous competitive position; market.

مقدمة:

يتوفر محيط المؤسسة على معلومات مختلفة، عن الزبائن، عن المنافسين، عن السوق، عن باقي الفاعلين (دولة، منظمات حكومية وغير حكومية، نقابات...)، لهذا تسعى المؤسسة دائما إلى البحث عن وضعية مريحة لها وسط هذا المحيط تمكنها من تحقيق أهدافها على جميع المستويات.
يعتقد بعض العلماء المتخصصين أن المؤسسة في مثل هذا الوسط لا يمكن أن تكتسب المؤسسة وضعية تنافسية مريحة دون تفعيل آليات "الذكاء الاقتصادي"؛ في نفس الوقت أصبح "الذكاء الاقتصادي" أداة متوفرة وفي حوزة جميع الأطراف المذكورين آنفا بما فيهم المؤسسات المنافسة، لذا فإنه يجب على المؤسسة، أن تطور هذا المفهوم وآلياته حتى يصبح أداة فعالة في مواجهة المنافسين، وعليه فما هو سبيل تطوير هذه الأداة؟ نفترض أنه يجب دعم أداة "الذكاء الاقتصادي" بأداة أخرى من شأنها تطويره حتى يصبح أداة فعالة في يد المؤسسة،

¹ Amine.aouissi@univ-setif.dz

² Smail.moumeni@ univ-setif.dz

ولتكن هذه الأداة هي "نظرية الألعاب"، حيث عُرفت هذه الأخيرة بقدرتها على تحليل الوضعيات وذلك من خلال الاستفادة من البيانات ورسم الاستراتيجيات الفعالة، وعليه يكون السؤال الجوهرى هو:

كيف يمكن المكاملة بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب لزيادة كفاءة وترشيد قرارات المؤسسة؟

بناءً على التساؤل السابق، تهدف هذه الورقة إلى اختبار الفرضية التي مفادها أن "نظرية الألعاب" بمنطقها الوصفي والتنبؤي ستسهم وبشكل فعال في زيادة فعالية "الذكاء الاستراتيجي" للمؤسسة؛ والمكاملة بين الأداتين سيخلق أداة تحليل استراتيجي فعالة من شأنها زيادة كفاءة المؤسسة، ما ينتج عنه اكتسابها لميزة تنافسية تضمن لها "وضعية تنافسية مميزة" في محيطها (السوق).

أولاً: الجزء النظري

I- نظرية الألعاب:

أسس علم نظرية الألعاب سنة 1944 م على يد "جون فون نويمان" و"أوسكار مورغنشتن"؛ وقد تحصل كلاهما على جائزة نوبل للاقتصاد وذلك نظير أعمالهم في مجال نظرية الألعاب.

1-تعريف النظرية: للنظرية الكثير من التعاريف (Ouassila LABBANI, 2003, p12) التي لا يمكن تحديد أيها أصح وأدق، وسنركز على التعاريف التالية :

أ-المنظور الوصفي:(Vision Descriptive): وفيه نجد الكثير من التعاريف أهمها ما جاء على يد "كين بنمور Ken BINMORE"، أن نظرية الألعاب كما هي مطورة حالياً هي عبارة عن: «وصف ما يجري عندما يكون الشخص يتصرف بعقلانية».

ب-المنظور المعياري:(Vision Normative): ونجد أيضاً الكثير من التعاريف أهمها ما جاء على يد "ايريك فاندام Eric VAN DAMME": «نظرية الألعاب بالمنظور المعياري (التنسيقي): هدفها التنبؤ بكل ما يلزم أن يقوم به اللاعب في لعبة لتعظيم منفعة الشخصية (أو الفردية)».

2-تعريف اللعبة:

إنّ مصطلح "اللعبة" (Ouassila LABBANI, p13) كغيره من المصطلحات العلمية له عدة تعاريف وفي هذا المقام سوف نسرد البعض منها:

أ- تعريف اللعبة عند "جويل دي روسني" -مؤلف كتاب الميكروسكوب-اللعبة هي نشاط يجري بين مسؤولين أو أكثر عن اتخاذ قرارات. حيث يحاول كل منهم أن يحقق غرضه (أن يربح الجولة) آخذاً في الحسبان بعض الالتزامات والحدود التي تحددها اللعبة (قواعد اللعبة)، فاللعبة إذا هي نموذج لسيرورات وقواعد يقابلها في الواقع حوادث ومواقف وغايات.

ب- هي وضعية يكون فيها الأفراد (اللاعبين) ملزمون على الاختيار بين جملة من الأحداث الممكنة، وفي إطار تحكمه قوانين اللعبة، والتي تظهر ماذا يجب فعله وفي أي وقت (اجتهاد الباحثين ناتج عن دراسات سابقة).

ويمكن تلخيص ما سبق كما يلي:

3-التوازن في اللعبة (أو الحل):

إن تحليل اللعبة يُمكننا من التنبؤ بالتوازن الذي يظهر ما إذا كان اللاعبين عقلانيين، ومنه يكون التوازن «عبارة عن الحالة أو الوضعية التي لا يرغب فيها أي لاعب تغيير سلوكه في حالة ما إذا عرف سلوك باقي اللاعبين، وبأكثر دقة التوازن هو توليفة استراتيجية أين لا يكون أي لاعب في حاجة لتغيير استراتيجية ما إن يعرف استراتيجية باقي اللاعبين، ومنه وفي حالة تحديد التوازن لا يكون هناك أي سبب يدعو إلى التخلي عنه، ويكون اللاعبون ملزمون بسبب تصرفهم العقلاني بنتائج التوازن».

4-توصيف اللعبة:العناصر الرئيسية في اللعبة (Eric RASMUSEN, 2004,p47) هي :

- أ. قانون اللعبة: اللاعبون، التحركات (الإجراءات والقرارات)، الغنائم (العوائد، الأرباح، المدفوعات)، المعلومات، وكل هذه العناصر تشكل ما يعرف "بقوانين اللعبة Les Règles du Jeux"؛
- ب. الاستراتيجية: اللاعبون وبهدف تعظيم غنائمهم يضعون خطط تسمى "استراتيجيات"، هذه الأخيرة تعني اختيار تحركات باستعمال المعلومات المتوفرة في كل فترة؛
- ج. التوازن: هو توليفة الاستراتيجيات المختارة من قبل جميع اللاعبين؛
- د. النتيجة: حسب التوازن المقترح، الشخص الذي يقدم النموذج يستطيع أن يحصل (برى) على التحركات الواردة من خلال الربط بين مختلف الخطط لجميع اللاعبين وهذا ما يعطينا "نتيجة اللعبة".

II- الذكاء الاقتصادي:

1- مفهوم الذكاء الاقتصادي:

الذكاء الاقتصادي حسب "هارولد ويلنسكي Harold WILENSKY": «هو النشاط الذي ينتج المعارف التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، هذه المعارف تُجمع وتُنتج في إطار قانوني ومصادر مفتوحة» (Pierre DUFAU et Jean, 2010,p05)؛ ويؤكد "هارولد" أن الذكاء الاقتصادي يشمل المهام التالية:

- بحث عن، وتجميع المعلومات والمعارف المفتاحية (والتي تتأتى من: اليقظة، البحث في المستندات، التحقيق في الموارد البشرية)،
- معالجة وترجمة البيانات المبهمة (والتي تتأتى من: صيانة قواعد البيانات والمعارف، إدارة البيانات، التحليل، التركيب والاستخلاص؛ في بناء الخطط التفسيرية والنماذج العقلية)،
- صياغة المنطق الاستراتيجي (والتي تتأتى من: استراتيجية الابتكار، قيادة المشاريع، التوقع والتحكم في المخاطر، تقييم آثار القرارات).
- تنفيذ الإجراءات وإنعاش الشبكات (والتي تتأتى من: إنعاش شبكات التأثير، الإحاطة الوقائية -أو العلاجية- للأعمال الهجومية والدفاعية، قيم التواصل)،
- تقييم الآثار وتبادل الممارسات (والتي تتأتى من: دراسة التأثير، اليقظة الرجعية للعمليات، تبادل خلاصة الدراسات التطبيقية والمعارف، التدقيق في الذكاء الاقتصادي والتقييم الذاتي).

2- هدف الذكاء الاقتصادي:

تزويد المؤسسات أو الدولة بالمعارف التي من شأنها أن تساعد في فهم محيطها بغية ضبط استراتيجيتها؛ ويهتم الذكاء الاقتصادي بـ: "دورة المعلومات Cycle d'Informations" والتي من شأنها في النهاية إنتاج "المعلومات الاستراتيجية" و"التكتيكات" ذات القيمة المضافة المرتفعة، والموجهة أساسا لتوضيح المساعدة على اتخاذ القرار من طرف الدولة أو المؤسسة (Tawfik HOULINE, 2010,p03).

3- الحرب الاقتصادية:

مفهوم ظهر في سنوات الستينات (Didier DANET, p145)، والذي وُضع لوصف التغيرات الدولية (النوعية والكمية)، والتطور السريع في شتى ميادين الاقتصاد، أيضا وضع لوصف الصراع على الموارد الطبيعية التي يكثر بها العالم (مواد أولية، طاقة، غذاء)؛ ويتفرع عنها مفهومي:

أ. الحرب الصناعية:

بالنسبة لـ: "جيرار سيمون كوهين Gérard Simon COHEN": الصناعة هي منبع القوة ومنه يقول: «كل قوة صناعية تنتهي بتحولها لقوة سياسية، وأي قوة سياسية لا تستند إلى قوة صناعية تؤول إلى الزوال» (Didier DANET, p146). أيضا تعتبر "المؤسسات" هي "الجيش" في "الحرب الصناعية".

ب. الحرب المعلوماتية:

برز المصطلح مع تطور الفكر الاستراتيجي العسكري البحت (Didier DANET, p147)، ثم مع تطور تكنولوجيا المعلومات، لينتقل كسلاح إلى أيدي المؤسسات، وعرف هذا التطور أوجه في نهاية سنوات السبعينات وبداية الثمانينات من القرن الماضي، مع بروز "اليابان" كمنافس عالمي لكل من "الولايات المتحدة الأمريكية" و"ألمانيا"، فيما يخص صنع التكنولوجيا ذات الدقة العالية والاهتمام بالعلوم الدقيقة.

III- العلاقة التكاملية لنظرية الألعاب مع الذكاء الاقتصادي:

يرى الدكتور "حمودي" والدكتورة "دايج" أن العلاقة بين نظرية الألعاب والتحليل الاستراتيجي (الخاص بالذكاء الاقتصادي) هي كما يلي:

«نظرية الألعاب تقوم بشرح الميكانيزمات المرتبطة بالسلوك الاستراتيجي (اجتماعي، اقتصادي، سياسي)» (Nabila DAIDJ et Abdelhakim HAMMOUDI, 2008,p 42) وترتبط بتحليل وضعيات العلاقات البينية الاستراتيجية (Interdépendance Stratégique) لمختلف الفاعلين، ومنه تسمح بفهم كيف يمكن دمج لاعبين مختلفين في وضعية من اللعبة (مكان المواجهة) أين تكون التحركات معروفة (السوق كمثال جيد) (« Nabila DAIDJ et Abdelhakim HAMMOUDI, p46) ويمكن تفصيل العلاقة التكاملية بين نظرية الألعاب والذكاء الاقتصادية في النقاط التالية:

1- المقاربة النظامية:

المقاربة النظامية لـ: "نظرية الألعاب"، من المحتمل أن تكون هي مصدر مساهمة هذه الأخيرة في الإدارة الاستراتيجية، وبأكثر تحديد "البقطة الاستراتيجية"، فنظرية الألعاب تسهم في شرح وتوضيح ظواهر التفاعل التي تميز اللعبة التنافسية، وذلك من خلال دمج منهجين كما يلي:

- من جهة، فإن نظرية الألعاب توفق بين مقارنة التحليل القطاعي والتي تمثل للعبة السياسي-اقتصادية وتطور

بيانات التنافسية،

- ومن جهة أخرى المقاربات التنظيمية التي تساعد على فهم وتحديد المحيط والتي تمكن من اتخاذ إجراءات استراتيجية ذات الصلة.

وحسب "روميلر ROMIELAER"، فإن نظرية الألعاب تسهم في تطور "اليقظة" «أي نمذجة يجب أن تأخذ في الحسبان الموارد المخصصة لملاحظة استراتيجيات اللاعبين الآخرين (والتي هي جزئياً "اليقظة الاستراتيجية" حيث يجب أن نكون قادرين على القيام بالتقييم الاقتصادي لكفاءة "اليقظة"، أي "إنتاجية" الموارد المخصصة من طرف المؤسسة لهذا النشاط، ونكون قادرين أيضاً على تحديد القضايا الاستراتيجية التي يتعين رصدها اعتماداً على هذه المقاربة (إن "نظرية الألعاب" تجيب على إشكالية "اليقظة التنافسية")» (Samuel GRANDVAL et Ahmed HIKMI, 2005, p6) حسب "بومارد BOUMARD"؛ فإن "اليقظة الاستراتيجية" تعاني من نقص على مستوى الأداء، نظراً لطبيعتها المعقدة والتي تتطلب مهارات تنظيمية متعددة (مثل: القدرة على فهم تعقيد وضغيات التسيير، والقدرة على نمذجتها، التطور الكمي والتغيرات النوعية في نظرية الاحتمالات تثير هي الأخرى إشكالية حول واقع الأوضاع).

2- كيف يمكن أن تتكامل "نظرية الألعاب" و"الذكاء الاقتصادي"؟

أ. من ناحية المنهج:

إن منهج "الذكاء الاقتصادي" يحتاج المنهج الفكري المستوحى من منطق "نظرية الألعاب" (خاصة في قضية التصميم)، حيث يرى "غيريان GUERRIEN" (S.GRANDVAL et A.HIKMI, p6) أن:

- نظرية الألعاب بالكاد تستطيع أن تضع "القرارات الملموسة"، وهذا لارتباط هذه الأخيرة بعوامل اللاتوازن،
- الانضباط الذي يستخدم التفكير الذي لا يمكن إنكاره، ومن وجهة النظر هذه تعتبر نظرية الألعاب تكوينية بالنسبة لعملية اتخاذ القرار،
- صرامة ودقة نظرية الألعاب تقود إلى إثراء عملية التسيير، من خلال قراءة أنشطة الاستخبارات الاقتصادية، ثم تضعها في شكل لعبة وتحدد جميع الاستراتيجيات الممكنة في ظل قواعد اللعبة، وفي الأخير تستنتج "الاستراتيجية المثلى".

ب. مفهوم "الذكاء" بين منهج "الذكاء الاقتصادي" و"نظرية الألعاب":

«في إطار المعلومات الوفيرة وثنائية الاتجاه (inter/rétroactions) والمتعددة والمتداولة بين أفراد فاعلين غير متجانسين، الذكاء هو الوسيلة الوحيدة التي تمكن من مواجهة اضطرابات المعيشة، أين يمكنك خلق مساحة معينة ومجتمع مشترك ومتفتح، محوكم ومرن، ويعطي (الذكاء) الجهات الفاعلة القدرة على صناعة والتحكم في مستقبلهم» (Guy MASSE, Christian MARCON et Nicolas MOINET, 2006, p84).

"إيدغر مورين Edgar MORIN" الذكاء هو «القدرة على: التفكير، معالجة، وحل المشكلات في الوضعيات المعقدة» (G.MASSE et Autres, p85).

«الذكاء الاقتصادي» بالنسبة لـ: "نظرية الألعاب" هو أن تكون قادر على تحقيق نتيجة مرغوبة عندما تكون اللعبة عاجزة عن تحقيق ذلك طبيعياً» (G.MASSE et Autres, p86).

اللعبة كنظام:

اللعبة هي وضعية أين نجد عدد من متخذي القرار (وبصفة ذاتية Autonomes) مجبرين على اتخاذ قرارات تؤدي إلى نتائج معينة لكل متخذ قرار؛ فكل متخذ قرار يتحصل على نتيجة، لكن هذه النتيجة مرتبطة بجملة القرارات المتخذة من طرف الجميع.

وتعريف اللعبة هذا مبني على أساس الميزة التفاعلية للعبة؛ فنظرية الألعاب تنتمي إلى فئة النظريات التي تحلل النظم وعلى هذا النحو فهي تتعامل مع العلاقات بين اللاعبين (الجهات الفعالة).

تعتبر نظرية الألعاب فعالة في حال ما نريد الأخذ في الحسبان عدد من العوامل المؤثرة، وأين لا يمكننا اتخاذ أي قرار دون أن يؤدي إلى عدد لا يحصى من القرارات الأخرى.

من هنا تعتبر نظرية الألعاب وسيلة لتسيير التعقيد، فهي تفكك اللعبة إلى عناصرها الأساسية. هذا التحليل والتفكيك للتعقيد يضع إطار لتحليل ديناميكية التنافسية الحالية، حيث أن فهم الظواهر التنافسية يتطلب بالضرورة تحليل تفاعلي، مع التركيز على الأفعال وردود الأفعال في إطار المؤسسات.

تطبيق الذكاء على وضعية اجتماعية يمكن اختصاره في فهم لعبة واحدة، حيث كل فاعل (فرد أو لاعب) يكون عادة مركز تفاعل متعدد، حيث يجب الكشف عنه للحد من أوجه عدم التأكيد (l'incertitude) التي تصاحبه (فمثلا نجد أن أي مؤسسة هي دائما في مواجهة: منافسيها، زبائنها، مواردها والمساهمين).

يؤكد كل من "بابور وراي BABBOR et RAI" على أن المنافسة تتأتى من مواجهة (مقابلة) عدة ميادين (السياسة، المالية...) بالإضافة إلى ميدان السوق (الموردين، الوضعيات...).

ويجب التركيز على ما تستطيع نظرية الألعاب أن توضحه وتشرحه في مسألة الأداء للإجراءات الاستراتيجية؛ حيث تعطي نظرية الألعاب أهمية كبيرة لمسألة "النتائج"، أي التحليل من خلال النتائج للوصول للاستراتيجية الأفضل للاعب.

ومن الناحية الفكرية، لنظرية الألعاب مساهمة هامة أيضا تتمثل في المساعدة على صياغة المشكلة، وبناء التمثيل العقلي لهيكل صياغة القرار، لتمكن صانع القرار من رسم مخططه للواقع؛ أين نجد في الواقع وفي أغلب الأحيان لا يكون صانع القرار عقلاني، ومنه فهو يفضل السير وراء المعلومات الإيجابية التي تؤدي في بعض الأحيان إلى سوء التقدير في لعبة تنافسية.

ونظرية الألعاب في نمطها النظامي تقدم خمسة عناصر أساسية هي:

- مجموعة من اللاعبين العقلانيين.
- شجرة قرار تمثل كل جزئيات القرارات الممكنة والوضعيات الملاحظة والتي من الممكن أن تنتج في مدى زمني معين.
- دوال غنائم اللاعبين، موضحة في نهاية فروع شجرة القرار.
- ومن هذه العناصر الثلاثة الأولى نستنتج مفهوم الاستراتيجية والتوازن (وهما العنصر الرابع والخامس):
- استراتيجية اللاعب: هي قائمة من القرارات التي من شأنها أن تتخذ في جميع الوضعيات الملاحظة والتي يمكن تمثيلها في شجرة اللعبة.

- التوازن: هو مجموعة من الاستراتيجيات (واحدة لكل لاعب)، كل لاعب على حدا يجب أن يتمسك باستراتيجية التوازن والتي لا يمكنه أن يبتعد عنها أبداً، وهو متأكد أن باقي اللاعبين سيفعلون نفس الشيء.

ج. الاستراتيجية:

- تعرف "الاستراتيجية" في إطار "نظرية الألعاب" على أنها: «مخطط تحركات تام (مع ردود أفعال) الذي يغطي جميع خطوات سير اللعبة من البداية للنهاية وبأكثر دقة ممكنة، يوضع هذا المخطط في البداية، ويهدف إلى "التعظيم" القائم عن الوضعية العامة (اللعبة) وذلك بالتموضع في الوضعية المثلى».

- تعرف "الاستراتيجية" في إطار "الذكاء الاقتصادي" على أنها «هي تصميم وتطوير وتشغيل القدرات (الطاقات) بطريقة يقظة (فطنة) لأجل إحداث تغييرات يؤمل منها الحصول على "وضعية مميزة" (ذات ميزة تنافسية) في مواجهة باقي المنافسين لتحقيق الأهداف والمشاريع التي هي مسؤولة عنها.

- من هنا نرى أن التعريفين السابقين (كلا التعريفين من : (S.GRANDVAL et A.HIKMI, p5) يناقشان الوضعية العامة، وطريقة الاستفادة منها بهدف تحقيق مكاسب، ولا يحدث ذلك إلا إذا كان الفرد في "الوضعية المثلى" التي تأتي عن طريق رسم عدد من التحركات في مواجهة وضعيات مختلفة.

كما نجد أيضاً مفهوم "الاستراتيجية التنافسية" التي تُعنى بكيفية خلق ميزة تنافسية لكل عمل من أعمال الشركة التي يوجد فيها منافسين، أما استراتيجية المؤسسة فتعنى بمسألتين مختلفتين: أي عمل يجب على المؤسسة أن تتدخل فيه؟ وكيف يجب على مجلس إدارة المؤسسة أن يدير مجموعة من وحدات الأعمال؟» (Michael E. PORTER, 1987,p2).

د. اللاعبين:

"الاستراتيجي" (الشخص المكلف بوضع الاستراتيجية) في السوق، قادر على معرفة (معرفة جزئية أو شاملة)، كفاءة السوق وميكانيزماته، فهو بذلك يستطيع أن يستفيد من جميع وضعياته، فالاستراتيجي يجمع جميع المعلومات الموجودة في السوق والمتعلقة بأصحاب القرار في المؤسسات المنافسة وبأهدافهم الاستراتيجية، ثم يجري تحليل لجميع تلك المعلومة مستخلصاً جملة من المعارف، يضعها كقواعد توجه تحركاته في إطار استراتيجية مثلى، وهذا نجده في جميع "النماذج الاستراتيجية" و"الاستراتيجيات التنافسية"، وهو بطريقة أو بأخرى يتوافق مع منطق "نظرية الألعاب" فهي تعتبر المهد لهذا النمط من التفكير، إذن الاستراتيجية ما هو إلا لاعب، في لعبة قد تكون بمعلومات تامة أو غير تامة، والاستراتيجية المثلى بالنسبة له والتي يعتمد عليها لتحقيق "وضعية تنافسية" في سوق معين، ما هي إلا التوازن في "لعبة ذات طبيعة ملحقة".

ه. تعداد اللاعبين:

في أي لعبة حسب "نظرية الألعاب"، أهم خطوة يجب القيام بها هي "عد وإحصاء" جميع المشتركين؛ بالنسبة لنمط التفكير الخاص "بالذكاء الاقتصادي"، حيث يجب أن تكون فيه "قاعدة بيانات" خاصة بجميع المؤسسات المنافسة وتحتوي هذه القاعدة على بطاقة لجميع المعلومات المفصلة لكل مؤسسة على حدى، وتُظهر هذه البطاقة بشكل خاص القدرات الاستراتيجية التي يمتلكها "أصحاب القرار" فيها، في الواقع إعداد هذا النوع من

قواعد البيانات صعب جدا ومن المستحيل أن يكون بالدقة المطلوبة، هذا الأمر يجعل من تدخل "نظرية الألعاب" ضروري فهي بنمط "منطقها" تسمح بالتنبؤ بتصرفات اللاعبين دونما الحاجة إلى معلومات دقيقة عن اللاعبين، فالمهم معرفة (قواعد اللعبة، عدد اللاعبين، التوازن...) وهي كافية للقيام بتحليل النتائج الممكنة في الوضعيات المختلفة ما يسهل أمر التنبؤ بتحركات اللاعبين وبناء الاستراتيجيات واختيار المثلى مهنا لمواجهة المنافسين.

و. الأثر الانعكاسي اللانهائي:

"نظرية المنظمات الصناعية" تفترض رشادة جميع اللاعبين (S.GRANDVAL et A.HIKMI, p7) ، فاللاعبون لديهم معلومات تامة، والقدرة على معرفة نتيجة اللعبة (وضعية التوازن)، ومنه يمكن لأي لاعب أن يضع نفسه مكان البقية بهدف استباق الاستراتيجية (لو كنت في مكان فلان لفعلت كذا)، وهو ينتج ما يعرف ب "أثر المرآة" الذي ينشأ بين المؤسسات، فكل مؤسسة تحاول أن تضع نفسها مكان الأخرى بهدف معرفة "سلوك منافستها" في مواجهة الوضعية العامة، وهذا الأمر يتم بطريق متعددة وعدد لا نهائي من المرات (أي في كل مرة تضطر المؤسسة أن تتخذ القرار، وهذا النمط من التفكير هو حصيلة المزوجة بين منطق نظرية الألعاب والذكاء الاقتصادي).

ز. استغلال الاختلاف في الرشادة:

على عكس ما ذكر آنفا حول كون "نظرية المنظمات الصناعية" تفترض الرشادة، نجد أن "نظرية الإدراك والمعرفة" برهنت على وجود حالات "عدم الرشادة" لبعض الأفراد أو بصيغة أخرى "اختلاف الرشادة بين الأفراد" وهو الأمر الذي يُفعل عملية اليقظة (الفطنة)، لاستغلال هذا الفرق في الرشادة وما يترتب عنه من قرارات لباقي الأفراد.

ح. اختراق نمط التفكير للمنافس:

"أثر المرآة" ينتج في الميدان قليل الأفراد، أي عدد محدود من اللاعبين، وهناك معلومات متوفرة عن كل لاعب ومنه تقنيا يمكن اختراق "نمط تفكير المنافس" لكن ما العمل إذا ثبت "أثر المرآة" (مثلا: لوجود عدد كبير من اللاعبين)، ووجد عدد كبير من أنماط الرشادة المختلفة، فما هو السبيل لاختراق نمط تفكير المنافس؟ هنا يجب على "اليقظة الاستراتيجية" أن تستهدف استغلال الاختلاف في الرشادة للحصول على جميع الاستراتيجيات الممكنة وبذلك تعظيم الغنائم.

وبإحكام عمل "اليقظة الاستراتيجية" يجب على المؤسسة أن تستطيع اختراق نمط تفكير المنافس في نفس الوقت يجب ألا تسمح لهذا الأخير باختراق نمط تفكيرها، وهذا لا يكون إلا بتحكم المؤسسة بآليتي "الذكاء الاقتصادي" و"نظرية الألعاب".

ط. تشتيت اللعبة:

كما ذكرنا في النقطة السابقة يجب على المؤسسة اختراق نمط تفكير المنافس، وعدم السماح له باختراق نمط تفكيرها، كيف يمكن هذا؟

يقول "هاورد HAWARD": «اللاعب يستطيع أن يقع في فخ سوء تقييم تفضيلات باقي اللاعبين، وهذا ما يقوده إلى اختيار الاستراتيجية المجازية (الوهمية) التي لا تتوافق واللعبة الحقيقية» (S.GRANDVAL et

(A.HIKMI, p10)؛ بنفس نمط التفكير، يمكن أن نقول أنه يمكن أن يقع اللاعب ضحية استراتيجية ذكية موضوعة من طرف لاعب آخر أكثر دراية وأكثر قدرة على التحليل الاستراتيجي، ومنه يمكن القول أيضا أن اللاعب الثاني مارس على الأول نوع من التضليل "تشتيت اللعبة" فلم يسمح للاعب الأول أن يخترق نمط تفكيره فوق ضحية له، ونؤكد أن هذه الوضعية تتم عن دهاء متأتي من احترافية في تطبيق "الذكاء الاقتصادي" بكل ميزات، مع الاستناد لنمط التفكير المتأتي من "نظرية الألعاب".

يمكن هنا أن ندرج ملاحظة في شكل نتيجة مسبقة، أغلب علماء التخصص يؤكدون أن نمط تفكير "الذكاء الاقتصادي" منبثق من "نظرية الألعاب"، فهي علاقة "جزء" بـ "كل"، ونؤكد حتى مع صحة هذا الطرح، فإنه لا ينبغي أن نعتبر كل نمط منفصل بحد ذاته وله خصوصياته، ومنه نؤكد على ضرورة المكاملة بين النمطين حتى نتمكن من تفعيل "اليقظة الاستراتيجية"، التي تخدم المؤسسة وتكسبها "وضعية تنافسية مميزة Situation Concurrentiel Avantageuse".

ي. عائدات اللاعبين:

يحدد اللاعبون استراتيجياتهم في "نظرية الألعاب" عن طريق حساب "المغانم" من كل استراتيجية بالنظر للاستراتيجيات الممكنة (الأخرى)، بنفس النمط تحدد الاستراتيجيات المثلى في "الذكاء الاقتصادي" عن طريق تقييم باقي الاستراتيجيات وأياها تضع المؤسسة في "وضعية تنافسية أفضل"، ومنه كلا النمطين يقوم على أساس اتخاذ القرار حسب الهدف، أي اتخاذ القرار الأكثر تطابقا والأهداف المسيطرة. كما أن نظرية الألعاب تهدف إلى تحليل (التحركات) الإجراءات المتخذة من طرف "أصحاب القرار الواعين"، كما أن هذه الإجراءات (التحركات) لها نتائج على كل واحد منهم (Eric RASMUSEN, p46) .

ك. التوازن:

في "نظرية الألعاب" هو حل للعبة، وهو وضعية لا يمكن للاعب أن يفارقها حتى بعد علمه بباقي خيارات اللاعبين ("توازن ناش")، بالنسبة للتحليل الاستراتيجي ("الذكاء الاقتصادي") هو الوصول إلى وضعيات (سعر التوازن، كمية التوازن) التي تضمن عائدات مقبولة للمؤسسة، ولا يمكن أن يحدث ذلك إلا إذا كانت المؤسسة في "وضعية تنافسية مثلى"؛ والشيء المشترك لـ: "التوازن" في نمطي التفكير أنه في بعض الأحيان يكون مفروض بغض النظر عن قوة المؤسسة التحليلية أو الاستراتيجية، ونقصد جبرية الخيار، وهو توازن وليس تعظيم في الحالتين، وهو ما يجعل مفهوم "التوازن" يختلف عن "التعظيم".

د. أمين عويسي، د. إسماعيل مومني العلاقة التكاملية بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب ودورها في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - تحليل تنافسية سوق الهاتف النقال بالجزائر-

ل. جدول يوضح الانتقال من نمط نظرية الألعاب لإدارة الاستراتيجية: (مقترح من طرف: Eric RASMUSEN, p13)

مفاهيم نظرية الألعاب	الانتقال المفيد لإدارة الاستراتيجية
الاستراتيجية	إعادة صياغة مفهوم التخطيط
شجرة القرار	عملية استكشاف المستقبل والتغذية العكسية (مفهوم التشعب)
اللاعبين	- تحديد الحقل القطاعي نسبة للمستقبل - استغلال عدم تماثل المعلومات - تسليط الضوء على الاستفادة من تجربة المباريات السابقة
دالة العائدات (العنائم)	الأخذ بعين الاعتبار غنائم اللاعبين الآخرين، لوضع استراتيجية مقبولة
التوازن	- مفهوم عدم التعيين بسبب عدم الاستقرار، ومنه تصبح نتيجة التوازن الاستراتيجي عشوائية - رد فعل ناتج عن انتقال اللعبة

ثانيا: الجزء التطبيقي

I- التحليل عن طريق "الذكاء الاقتصادي"

1- البحث عن المعلومات

أ- أهم "البيانات العامة" المجمعة عن سوق الهاتف النقال في الجزائر (1)

المعيار السنة	العدد للمشتركين الإجمالي	الكثافة الهاتفية للقال ² (%)	الدقائق المستهلكة من طرف المشترك (دقيقة)	دفع مسبق (مشترك)	دفع مؤجل (مشترك)	المعاملات الإجمالية (مليون دقيقة)	رقم المسجل الأعمال (مليار دينار)
2009	32,729,824	91.68	150	31,101,502	1,628,322	\	\
2010	32,780,165	90.30	164	30,915,483	1,864,682	64,610	222.58
2011	35,615,926	96.52	199	33,516,713	2,099,213	81,677	246.07
2012	37,527,703	99.28	200	34,914,236	2,613,467	86,820	269.56
2013 ³	38,913,811	101.61	224	36,073,514	2,853,178	99,428	293.05
2014	40,636,750	104.52	242	37,477,416	3,172,164	110,533	316.54
2015	42,359,690	107.42	261	38,881,317	3,491,149	121,638	340.03
2016	44,082,629	110.32	279	40,285,218	3,810,134	132,743	363.52

¹ البيانات مستخلصة من تقرير سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية؛ المعنونين: "مرصد سوق الهاتف Eric RASMUSEN في الجزائر سنة 2102" و "Rapport annuel de l'ARPT 2011".

² الكثافة الهاتفية هي عدد المشتركين في 100 نسمة.

³ البيانات [2009-2012 م] حقيقية ومن سنة [2013-2020] متوقعة (بخط عريض ومسطر)؛ التوقع باستخدام برنامج SPSS ونموذج النظم الخبيرة.

387.01	143,848	4,129,119	41,689,119	298	113.22	45,805,569	2017
410.50	154,953	4,448,104	43,093,020	316	116.12	47,528,508	2018
433.99	166,058	4,767,090	44,496,921	335	119.03	49,251,447	2019
457.48	177,163	5,086,075	45,900,823	353	121.93	50,974,387	2020

الجدول رقم 01: بيانات عامة

الجدول رقم 02: توزيع الحصص في السوق:

السنة	اتصالات الجزائر للنقال (موبيليس)	اوراسكوم لاتصالات الجزائر (جيزي)	الوطنية لاتصالات الجزائر (أوريدو)
2009	10,079,500	14,617,642	8,032,682
2010	9,446,774	15,087,393	8,245,998
2011	10,515,914	16,595,233	8,504,779
2012	10,622,884	17,845,669	9,059,150
2013	10,786,594	19,032,207	9,328,731
2014	11,076,268	20,401,678	9,701,768
2015	11,373,716	21,869,670	10,089,722
2016	11,679,148	23,443,269	10,493,188
2017	11,992,777	25,130,073	10,912,787
2018	12,314,824	26,938,222	11,349,164
2019	12,645,514	28,876,444	11,802,990
2020	12,985,079	30,954,096	12,274,963

ملاحظة مهمة: هذه البيانات مجمعة عن طريق استعمال خاصية "البحث عن المعلومات" ل: "الذكاء الاقتصادي"؛ فهي تعد أهم المعلومات المتوفرة عن السوق؛ مع الإشارة إلى أن هذه المعلومات عامة؛ أي متوفرة لكل المتعاملين؛ والأفراد الاقتصاديين الآخرين.

ب- البحث عن "البيانات الخاصة":

هي البيانات التي لا تستطيع المؤسسة تجميعها إلا عن طريق "التحقيق" وهذه العملية هي الأخرى تندرج ضمن مقاربة "الذكاء الاقتصادي"؛ ونقدم كمثل على كيفية القيام بالتحقيق من خلال "استمارة" تم اقتراحها من طرف الباحثين، لمحاكاة الدراسة التطبيقية في المؤسسة (أي كما يجب أن تقوم به المؤسسة).

• وصف الاستمارة:

- عنوان الاستمارة: "تقييم سوق الهاتف النقال في الجزائر 2014"
- عدد الأسئلة: 25 سؤال.
- عدد الاستمارات الموزعة؛ ليس هناك عدد محدد.
- طريقة نشر الاستمارة: عن طريق ال: "واب WEB" من خلال موقع كويك سرفي⁽¹⁾.
- رابط الاستمارة: <https://www.quicksurveys.com/s/Fm7o3L2>
- مدة جمع الاستمارات "أسبوع واحد".

¹ <https://www.quicksurveys.com>؛ كما يقوم الموقع بتجميع WEB : موقع متخصص في انشاء الاستمارات ونشرها عن طريق ال: واب <https://www.quicksurveys.com> بيانات وتحليلها مقدما تقرير شامل عن الاستمارة.

د. أمين عويسي، د. إسماعيل مومني العلاقة التكاملية بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب ودورها في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - تحليل تنافسية سوق الهاتف النقال بالجزائر-

- عدد الردود المجمعة 70 استثمار مملوّة.

- عدد الولايات المستهدفة (المنطقة): 48 ولاية.

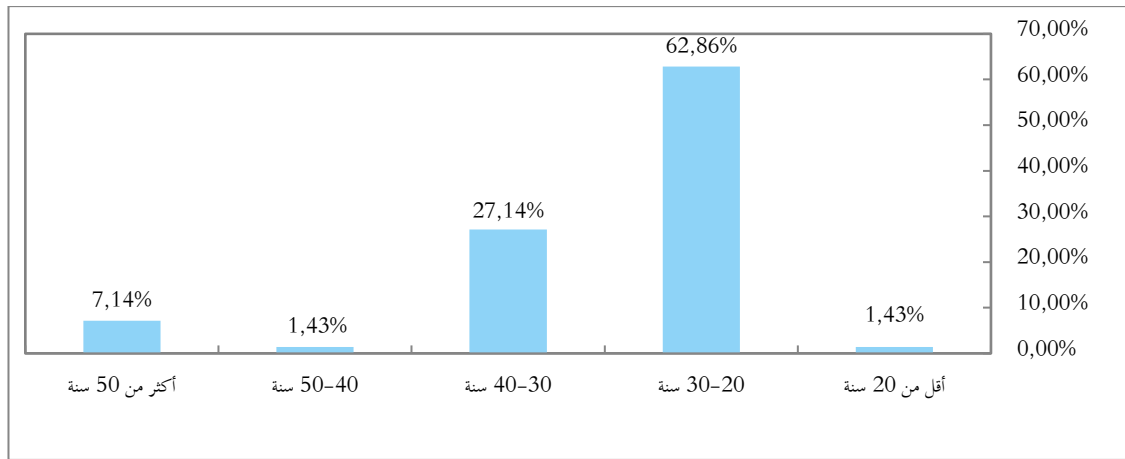
- الفئة المستهدفة: المجتمع الجزائري.

ملاحظة: الهدف من الاستبيان هو تثبيت المنهجية المتبعة، وليس الوصول إلى نتائج آنية، وعليه سنقوم مستقبلا بتوسيع عينة الدراسة بهدف الوصول إلى نتائج علمية يمكن اعتمادها في استراتيجيات التنافس بين مؤسسات القطاع.

• البيانات المحصلة:

○ المعلومات الشخصية

السن:



المنطقة:

الولاية	عدد الاستثمارات	النسبة	الولاية	عدد الاستثمارات	النسبة
برج بوعريّيج	2	%2.86	سكيكدة	1	%1.43
بومرداس	1	%1.43	قسنطينة	1	%1.43
الطارف	1	%1.43	المدية	1	%1.43
ميلة	2	%2.86	المسيلة	2	%2.86
البويرة	1	%1.43	أدرار	2	%2.86
تبسة	1	%1.43	الأغواط	1	%1.43
جيجل	1	%1.43	أم البواقي	1	%1.43
سطيف	51	72.86%	بسكرة	1	%1.43

○ أسئلة النمط الأول:

<p>-2) أي متعامل تفضل (في حالة الاشتراك مع أكثر من متعامل) [لا يمكن اختيار أكثر من متعامل] ؟</p>	<p>-1) ما هو المتعامل الذي أنت مشترك معه [يمكن اختيار أكثر من متعامل] ؟</p>																						
<table border="1"> <tr> <td>موبيليس</td> <td>32,86%</td> </tr> <tr> <td>جيزي</td> <td>27,14%</td> </tr> <tr> <td>أوريديو</td> <td>40,00%</td> </tr> </table>	موبيليس	32,86%	جيزي	27,14%	أوريديو	40,00%	<table border="1"> <tr> <td>موبيليس</td> <td>44,29%</td> </tr> <tr> <td>جيزي</td> <td>52,86%</td> </tr> <tr> <td>أوريديو</td> <td>41,43%</td> </tr> </table>	موبيليس	44,29%	جيزي	52,86%	أوريديو	41,43%										
موبيليس	32,86%																						
جيزي	27,14%																						
أوريديو	40,00%																						
موبيليس	44,29%																						
جيزي	52,86%																						
أوريديو	41,43%																						
<p>-4) في خدمة الدفع البعدي (poste-payée) ؛ هل تفضل ؟</p>	<p>-3) ما هي صيغة الدفع المفضلة لديك ؟</p>																						
<table border="1"> <tr> <td>رصيد محدود ((limité</td> <td>41,43%</td> </tr> <tr> <td>رصيد غير محدود ((illimité</td> <td>41,43%</td> </tr> <tr> <td>لا أدري</td> <td>17,14%</td> </tr> </table>	رصيد محدود ((limité	41,43%	رصيد غير محدود ((illimité	41,43%	لا أدري	17,14%	<table border="1"> <tr> <td>الدفع المسبق ((prépayée</td> <td>61,43%</td> </tr> <tr> <td>الدفع البعدي ((poste-payée</td> <td>21,43%</td> </tr> <tr> <td>لا أدري</td> <td>17,14%</td> </tr> </table>	الدفع المسبق ((prépayée	61,43%	الدفع البعدي ((poste-payée	21,43%	لا أدري	17,14%										
رصيد محدود ((limité	41,43%																						
رصيد غير محدود ((illimité	41,43%																						
لا أدري	17,14%																						
الدفع المسبق ((prépayée	61,43%																						
الدفع البعدي ((poste-payée	21,43%																						
لا أدري	17,14%																						
<p>-6) هل تفضل الاشتراك ؟</p>	<p>-5) عند إمضاء عقود التزام (contrat d'abonnement) مع المتعامل المشترك معه، هل تفضل ان تكون المدة ؟</p>																						
<table border="1"> <tr> <td>الشخصي ((personnel</td> <td>81,43%</td> </tr> <tr> <td>المحترف ((professional</td> <td>8,57%</td> </tr> <tr> <td>لا أدري</td> <td>10,00%</td> </tr> </table>	الشخصي ((personnel	81,43%	المحترف ((professional	8,57%	لا أدري	10,00%	<table border="1"> <tr> <td>أقل أو تساوي 12 شهر.</td> <td>77,14%</td> </tr> <tr> <td>12-24 شهر.</td> <td>5,71%</td> </tr> <tr> <td>أكثر من 24 شهر.</td> <td>17,14%</td> </tr> </table>	أقل أو تساوي 12 شهر.	77,14%	12-24 شهر.	5,71%	أكثر من 24 شهر.	17,14%										
الشخصي ((personnel	81,43%																						
المحترف ((professional	8,57%																						
لا أدري	10,00%																						
أقل أو تساوي 12 شهر.	77,14%																						
12-24 شهر.	5,71%																						
أكثر من 24 شهر.	17,14%																						
<p>-8) ما هي الاسباب التي يمكن ان تدفعك لتغيير المتعامل المشترك معه [يمكن اختيار أكثر من خيار] ؟</p>	<p>-7) ما هي الاسباب التي يمكن ان تمنعك من تغيير المتعامل المشترك معه [يمكن اختيار أكثر من خيار] ؟</p>																						
<table border="1"> <tr> <td>خدمة أفضل بنفس السعر</td> <td>77,14%</td> </tr> <tr> <td>سعر أفضل مع نفس الخدمة</td> <td>38,57%</td> </tr> <tr> <td>خدمة أفضل بسعر أعلى</td> <td>8,57%</td> </tr> <tr> <td>سعر أدنى مع خدمة أقل</td> <td>1,43%</td> </tr> <tr> <td>لا أدري</td> <td>11,43%</td> </tr> </table>	خدمة أفضل بنفس السعر	77,14%	سعر أفضل مع نفس الخدمة	38,57%	خدمة أفضل بسعر أعلى	8,57%	سعر أدنى مع خدمة أقل	1,43%	لا أدري	11,43%	<table border="1"> <tr> <td>التغيير لا يخفض مصاريف الخدمة.</td> <td>52,86%</td> </tr> <tr> <td>روابط تعاقدية (التزام طويل الأجل)</td> <td>10,00%</td> </tr> <tr> <td>عدم القدرة على اقتناء خدمة جديدة (مصاريف إضافية)</td> <td>20,00%</td> </tr> <tr> <td>نقص المعلومات عن المتعامل المنافس (خطر الاشتراك الجديد)</td> <td>15,71%</td> </tr> <tr> <td>فقد امتياز الوفاء الممنوح من طرف المتعامل الذي أنا مشترك معه.</td> <td>21,43%</td> </tr> <tr> <td>لا أدري</td> <td>20,00%</td> </tr> </table>	التغيير لا يخفض مصاريف الخدمة.	52,86%	روابط تعاقدية (التزام طويل الأجل)	10,00%	عدم القدرة على اقتناء خدمة جديدة (مصاريف إضافية)	20,00%	نقص المعلومات عن المتعامل المنافس (خطر الاشتراك الجديد)	15,71%	فقد امتياز الوفاء الممنوح من طرف المتعامل الذي أنا مشترك معه.	21,43%	لا أدري	20,00%
خدمة أفضل بنفس السعر	77,14%																						
سعر أفضل مع نفس الخدمة	38,57%																						
خدمة أفضل بسعر أعلى	8,57%																						
سعر أدنى مع خدمة أقل	1,43%																						
لا أدري	11,43%																						
التغيير لا يخفض مصاريف الخدمة.	52,86%																						
روابط تعاقدية (التزام طويل الأجل)	10,00%																						
عدم القدرة على اقتناء خدمة جديدة (مصاريف إضافية)	20,00%																						
نقص المعلومات عن المتعامل المنافس (خطر الاشتراك الجديد)	15,71%																						
فقد امتياز الوفاء الممنوح من طرف المتعامل الذي أنا مشترك معه.	21,43%																						
لا أدري	20,00%																						

○ أسئلة النمط الثاني:

لا أدري	لا (%)	نعم (%)	الأسئلة
---------	--------	---------	---------

(%)			
5.71	20.00	74.29	9-) هل ترغب في الحصول على انترنيت التدفق العالي -الجيل الثالث- على هاتفك النقال؟
30.00	28.57	41.43	10-) موظفي استقبال المتعامل الذي انا مشترك معه محترفين (يفهمون ما أريد دائما)؟
10.00	24.29	65.71	11-) يوفر المتعامل الذي انا مشترك معه جميع المعلومات الضرورية لنوع الاشتراك (بطريقة سهلة)؟
10.00	18.57	71.43	12-) المنتجات المقدمة من طرف المتعامل الذي انا مشترك معه سهلة التمييز بينها (قصد اختيار الملائم لك)؟
14.29	18.57	67.14	13-) يمكن تمييز المنتجات المقدمة من طرف المتعامل الذي انا مشترك معه عن باقي المنتجات الموجودة في السوق (المعروضة من طرف باقي المتعاملين)؟
20.00	20.00	60.00	14-) المتعامل الذي انا مشترك معه يقدم منتجاته بطريقة احترافية (اعلانات؛ اشهار؛ حملات اعلامية...؟)
8.57	44.29	47.14	15-) هل انت مستعد ان تغير المتعامل المشترك معه؟
27.14	52.86	20.00	16-) أسعار خدمة الانترنت في الهاتف النقال، المتوفرة حاليا -الجيل الثالث- مقبولة؟
8.57	17.14	74.29	17-) هل تريد ان تحصل على خدمات الجيل الرابع والخامس للهاتف النقال؟
12.86	34.29	52.86	18-) هل أنت مستعد ان تدفع مبالغ اضافية لاقتناء خدمات أفضل (خدمات الجيل الرابع والخامس للهاتف النقال)؟
15.71	21.43	62.86	19-) يجب ارفاق خدمات مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك، التويتر...) مع متعامل الهاتف النقال الذي انا مشترك؟
15.71	14.29	70.00	20-) يجب ان يوفر المتعامل الذي انا مشترك معه على خدمات المكالمات المرئية (Visio phone) ضمن شبكة الجيل الثالث؟
10.00	17.14	72.86	21-) ارغب في الحصول على خدمات المكالمات المرئية من المواقع الدولية المتخصصة (سكابي، الياهو مسنجر، الويندوز لايف، الفيبير...؟)

○ أسئلة النمط الثالث:

25-) هل انت مستعد يتضمن اشتراكك مبلغ إضافي خاص بخدمات المكالمات المرئية من المواقع الدولية المتخصصة (سكابي، الياهو مسنجر، الويندوز	24-) ما هو المبلغ الذي انت مستعد ان تدفعه مقابل خدمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك،	23-) ما هو المبلغ الاضافي الذي انت مستعد ان تدفعه لاقتناء خدمة الانترنت -الجيل الثالث- على	22-) ما هو متوسط انفاقك على خدمة الهاتف النقال (مكالمات صوتية فقط)
--	---	--	--

لايف، الفير... بقدر، للخدمة الواحدة (%)؟	التوتير... للخدمة الواحدة (%)؟	هاتفك النقال (%)؟	هاتفك النقال (%)؟	أقل من أو يساوي 1000 دج/شهرية
70.00	72.86	أقل من 100 دج/شهرية	78.57	58.57
12.86	11.43	100- 200 دج/شهرية	18.57	35.71
10.00	8.57	200- 300 دج/شهرية	2.86	4.29
7.14	7.14	أكثر من 300 دج/شهرية	0.00	1.43
			0.00	0.00
				أكثر من 10000 دج/شهرية
				أكثر من 10000 دج/شهرية

العلاقة التكاملية بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب

2- المعالجة

أ- البيانات العامة : توضح البيانات العامة أنه هناك "احتكار قلة Oligopole" ؛ أين تقسم سوق الاتصالات (37,527,703 ؛ مشترك سنة 2012 م) إلى ثلاث أقسام (10,622,884 ؛ 17,845,669 ؛ 9,059,150 ؛ مشترك سنة 2012 م) ؛ في نفس الوقت يسعى كل متعامل إلى كسب أكبر حصة في السوق، بكسب عدد زبائن أكبر، والأهم من ذلك هو اقتطاع حصة من عدد المكالمات المسجلة (200 دقيقة شهريا)، أي المتعامل يسعى إلى جعل زبائنه يقومون بعدد أكبر من المكالمات على شبكته، لأنه السبيل الوحيد لاقتطاع نسبة أكبر من العائدات (269.56 مليار دينار المتوقعة -الإحصائية الحقيقية غير موجودة- سنة 2012 م).

ب-البيانات الخاصة: الورقة لا تسمح بمعالجة جميع البيانات المجمعة وبالذقة المطلوبة؛ فما سنقدمه هو حوصلة بسيطة تظهر من خلالها أسلوب معالجة البيانات عن طريق أداة "الذكاء الاقتصادي"؛ كما يلي:
من الإجابة عن السؤال رقم (1) يتضح لنا أن عددا لا بأس به من الأفراد يملك اشتراك مع أكثر من متعامل (136.26 %) أي هناك زيادة ب: (36 %) يملكون أكثر من شريحة؛ وهو الأمر الذي يبرر ارتفاع نسبة الكثافة المتوقعة إلى (121.93 % سنة 2020م)، تفيد هذه المعلومة في أن الحصص من عدد المشتركين يمكن أن تضخم، وهي فرصة لكسب عدد أكبر (تصريح المتعامل "أوريدو" أنه يملك 21 مليون مشترك من خلال إعلاناته لسنة 2014، في حين التوقع كان لا يزيد عن 12.274 مليون مشترك).

من السؤال رقم (2) نلاحظ أن استراتيجية "أوريدو" في جذب الزبائن لاقت صدى عند الزبائن ف (40 % من العينة) يفضلون "أوريدو"؛ وهو ما يعطي مصداقية لتصريحات المتعامل (21 مليون مشترك).

تقدم الإجابة عن الأسئلة (3، 4، 5، 6)؛ تفاصيل مهمة جدا عن تفضيلات الزبائن (نوعية الاشتراك، الالتزام، صيغة الدفع والرصيد).

تقدم الإجابة عن السؤال (7، 8)؛ مرونة الأفراد اتجاه تغيير المتعامل وأسباب التي يمكن أن تدفع لذلك، والعكس صحيح.

تقدم الإجابة عن الأسئلة (9-21)؛ فرص تطور سوق الهاتف النقال في الجزائر؛ عن طريق إدراج خدمات جيدة، ومدى استعداد و رغبة أفراد المجتمع (الممثل في العينة) في هذه الخدمات المرفقة.

تقدم الإجابة عن الأسئلة (22-25) قدرة الأفراد على دفع مبالغ إضافية لاقتناء الخدمات المرفقة مع خدمة الهاتف النقال (صوت فقط)؛

مجمال الأسئلة (9-25)، تعطي المتعامل فكرة عن الميول الكبرى لسوق الهاتف النقال في الجزائر، وتسمح له باختيار اتجاه التطور الذي يرغب فيه؛ برسم جملة من الاستراتيجيات (اختيار التكنولوجيا؛ عائدات كل خيار، الحصص المحتملة ... إلى غير ذلك).

3- البث (Diffusion):

إن البيانات المجمعَة آفا وعملية معالجتها، تعطي المتعامل جملة من المعارف المتعلقة بسوق الهاتف النقال في الجزائر (المحيط الخارجي للمتعامل)؛ ولا تسعنا الورقة لتقديم تصور شامل ودقيق عن آليات "آليات البث" التي يجب أن تتبع؛ لكن هذا لا يمنعنا من تقديم فكرة عامة ببعض الأمثلة البسيطة؛

يقدم السؤال (7، 8) معرفة مجمعة هي أن (52.86 % من المشتركين) يرون أن تغيير المتعامل لا يخفض التكاليف، في نفس الوقت (77.14 % من المشتركين) يرغبون في خدمات أفضل بنفس الأسعار؛ إذن لو يستطيع المتعامل إيصال (بث) معلومة إلى المشتركين بأن منتجاته متميزة عما هو موجود في السوق مع نفس التكاليف مقارنة بما هو موجود في السوق؛ فهذا سيجعل فئة من المشتركين يفضلون الاشتراك مع هذا المتعامل، وأن التكاليف عند التغيير ستتناقص لأنهم سيحصلون على خدمة أفضل؛ فهي الاستراتيجية المثلى لكسب مكانة في السوق.

يقدم السؤال (17) معلومة مهمة ؛ عن مدى مواكبة المجتمع الجزائري ورغبته في التكنولوجيا الحديثة ف (74.29 %) من المجتمع (الممثل في العينة)، يرغبون في الحصول على تكنولوجيا الجيل الرابع والخامس للهاتف النقال ؛ هي معرفة ضرورية للمتعامل تطمئنه عن استثماراته المستقبلية ؛ وفي نفس الوقت يمكن أن يستغلها كمعلومات تبث، وخير مثال على ذلك جلب المتعامل "موبيليس" عتاد تكنولوجيا الجيل الرابع ؛ هي معلومة جد فعالة في هذا الوقت، فيمكن بثها على نطاق واسع لجذب أكبر عدد ممكن من المشتركين، فهي تمثل موافقة المتعامل لرغبات وتطلعات "مشتركي الهاتف النقال".

II. التحليل عن طريق نظرية الألعاب

1- وصف اللعبة

أ- قانون اللعبة:

- تمثل سوق الهاتف النقال في الجزائر، "لعبة بمعلومات غير تامة *Jeu a Information Incomplete*"، منه فالتحليل يتم عن طريق النسب (كما هو مشار في: (Eric RASMUSEN, p97).
- في نفس الوقت هي "لعبة صفرية" (Zero-Sum Game) (David H. KREPS, 1999, p11) (مجموع الغنائم - مجموع الخسائر = صفر)، اللاعبون يتنافسون في سوق محددة (37,527,703 مشترك ؛ 200 دقيقة شهريا، 86,820 مليون دقيقة سنويا، 269.56 مليار دينار متوقعة ؛ سنة 2012 م) ؛ وما يكسبه متعامل من حصة سيكون انتقاصا من حصة باقي المتعاملين.
- عدد اللاعبين هو: ثلاث (03) لاعبين.
- الغنائم: عبارة عن حصص (10,622,884 ؛ 17,845,669 ؛ 9,059,150 ؛ سنة 2012 م).
- ب- الاستراتيجيات الممكنة: هناك عدد معتبر من الاستراتيجيات الممكنة لا تسعه هذه الورقة؛ لكن سنركز على ثنائية هي الأهم (سعر؛ نوعية)؛ فنتنتج لنا استراتيجيتين هما: خفض السعر؛ تحسين الخدمة (أي تقديم خدمات مرفقة).
- ج- التوازن: هو الثنائية (سعر؛ نوعية) التي تضمن "الوضعية التنافسية المميزة" للمتعامل والتي تجعله يحصل على: (حصة أكبر من المشتركين؛ مكالمات أكبر ضمن شبكته، حصة أكبر من العائدات).

2- تمثيل اللعبة

أ- تحليل شخصية المتعاملين:

- موبيليس: متعامل تاريخي وطني، يجب أن تتم حمايته لأنه "احتكار طبيعي"؛ كما يجب أن يكون هو "الرائد"؛ لأنه ينفذ سياسات الدولة لتطوير القطاع، وهو أداة الضغط على باقي المتنافسين؛ فدائما هو الذي يكون سباق في وضع الاستراتيجيات ليتبعه باقي المتعاملين.
- جيزي: يحاول الخروج من سوق المنافسة بسلاسة، لأن المالك الأصلي (رجل الأعمال المصري -سويس) حقق أرباحا معتبرة، من خلال نشاط المتعامل في السنوات الماضية؛ باع أصول المؤسسة في صفقة كبرى، المالك الجديد (شركة فينبلكوم الروسية)، لا تسعى لتطوير خدماتها، مؤكدة رغبتها في بيع أصول المؤسسة في صفقة تجارية مربحة (لم تسع لتقديم خدمات الجيل الثالث لغاية تاريخ إعداد هذه الورقة)، فهي لا تفكر في تطوير القطاع.
- أوريدو: تسعى لأخذ مكانة "جيزي" في السوق (قبل الأحداث الأخيرة)؛ بتقديم عروض شكلية مقنعة للمشاركين (تفضيل 40 ٪ من المشاركين لها)؛ لكن مساهمتها في الاقتصاد الوطني تبقى جد محدودة (توظيفها لليد العاملة جد محدود).

د. أمين عويسي، د. إسماعيل مومني العلاقة التكاملية بين الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب ودورها في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - تحليل تنافسية سوق الهاتف النقال بالجزائر-

ب-تحليل المغام (الأرباح): بما أننا اخترنا استراتيجيتين فقط فسيكون توزيع المغام كما يلي:

تحسين الخدمة		تخفيض السعر	
77.14% ونعطيها (2) القيمة (-7) مجازا (طبيعة نظرية الألعاب)	لا يحسن	38.37% ونعطيها (1) القيمة (-4) مجازا (طبيعة نظرية الألعاب)	لا يخفض
38.57% ونعطيها القيمة (-4)	متعاملين لا يحسنان	19.185% ونعطيها القيمة (-2)	متعاملين لا يخفضان
0% ونعطيها القيمة (0)	ثلاث متعاملون لا يحسنون	0% ونعطيها القيمة (0)	ثلاث متعاملون لا يخفضون
77.14% ونعطيها القيمة (7)	متعامل واحد يحسن	38.37% ونعطيها القيمة (4)	متعامل واحد يخفض
38.57% ونعطيها القيمة (4)	متعاملين يحسنان	19.185% ونعطيها القيمة (2)	متعاملين يخفضان
25.71% ونعطيها القيمة (3)	ثلاث متعاملون يحسنون	12.79% ونعطيها القيمة (1)	ثلاث متعاملون يخفضون

ج-تمثيل استراتيجية السعر:

يتم تمثيل هذه الاستراتيجية والتي يتم اعدادها حسب اللعبة التي يفوق فيها عدد اللاعبين ثلاثة (شرحها انظر في (Philip d. STRAFFIN,1993,p137) ؛ ويتم ترتيب المتعاملين حسب ما وضحناه في شرح شخصياتهم.

موبيليس (لا تخفض)		موبيليس (تخفيض)	
جيزي		جيزي	
لا تخفض	تخفيض	لا تخفض	تخفيض
(-2، -2) (4)	(2، 2، -4)	(2، -4، 2)	(1، 1، 1) ⁽³⁾
(0، 0، 0)	(-2، 4، -2)	(-2، -2، 4)	(-4، 2، 2)
	تخفيض		تخفيض
	لا		لا
	أوريدو		أوريدو

د- استراتيجية النوعية:

موبيليس (لا تحسن)		موبيليس (تحسن)	
جيزي		جيزي	
لا تحسن	تحسن	لا تحسن	تحسن

¹القيمة متحصل عليها في السؤال رقم (8) -نسبة الذين يفضلون سعر أفضل مع نفس الخدمة-؛ والقيمة السالبة تعني خسارة.

²القيمة متحصل عليها في السؤال رقم (8) -نسبة الذين يفضلون خدمة أفضل بنفس السعر-؛ والقيمة السالبة تعني خسارة.

³(موبيليس، جيزي، أوريدو)

(-2, -2) (7)	(2, 2, -4)	تحسن	أوريدو	(4, -7, 4)	(3, 3) (1)(3)	تحسن	أوريدو
(0, 0, 0)	(-4, 7, -4)	لا تحسن		(-4, -4, 7)	(-7, 4, 4)	لا تحسن	

ج- التوازن: نقدم مباشرة "توازن ناش" وهو يظهر في الوضعيتين [تخفض، تخفض، تخفض)؛ (تحسن، تحسن، تحسن)، أي [(1, 1, 1)؛ (3, 3, 3)؛

د- المعنى الاقتصادي للتوازن هو: أن جميع المتعاملين تقوهم المنافسة لاكتساب أكبر حصة من السوق، ومنه سيسعون لخفض أسعارهم مع مرور الوقت وتقديم أفضل خدمة ممكنة؛ لأنهم يعلمون أنها الوضعية التي لا يتنازل عنها باقي اللاعبين، ومنه كل واحد سيحرص عليها؛ هذا ينتج عنه تطور سوق الهاتف النقال وزيادة الأرباح الموزعة في السوق.

خاتمة:

ما يمكن استخلاصه في هذه الدراسة هو أهمية "الذكاء الاقتصادي" كآلية مساعدة على اتخاذ وترشيد القرار، ذلك من خلال استغلال المعلومات التي أصبحت سلاحاً فتاكاً؛ فهو (الذكاء الاقتصادي) يبحث عن المعلومات عن طريق تحقيقات موسعة، ثم يعالجها بطريقة محكمة وأكثر من ذلك -ذكية-، وأخيراً يبث جملة من المعلومات التي تعزز من تنافسية المؤسسة؛ وخلق وضعية مريحة (تنافسية مميزة) في سوق شديد المنافسة؛

النتائج:

النتائج الدراسة النظرية:

- "الذكاء الاقتصادي" يرسم الاستراتيجيات انطلاقاً مما هو موجود من بيانات؛ أما "نظرية الألعاب" فتقوم بمساعدة متخذي القرار على اختيار الاستراتيجية المثلى عن طريق النتائج المتوقعة.
- يبدأ التحليل من خلال منهج "نظرية الألعاب" عندما ينتهي التحليل بمنهج "الذكاء الاقتصادي".

نتائج الدراسة التطبيقية:

- مازالت سوق الهاتف النقال في الجزائر خصبة؛ ويتطلع المشتركين (الزبائن) إلى خدمات أفضل مع طموح لأسعار أفضل.
- توجد منافسة بين متعاملين (موبيليس وأوريدو) لتقديم خدمة أفضل مع أسعار مقبولة؛ ويجب أن يمارس هذا الوضع ضغطاً على المتعامل (جيزي)، لدفعه نحو تقديم الأفضل والاستمرار في المنافسة أو الخروج من السوق.
- بعد التحليل بمنهج الذكاء الاقتصادي ونظرية الألعاب ظهر التوازن في سوق الهاتف النقال فيشكل الثنائية [تخفيض، تحسين]، وهو خلل لا بد منه لتطوير سوق الهاتف النقال في الجزائر.
- في الأخير نؤكد على أن أداء المؤسسة مرتبط بدرجة رشادة وكفاءة قراراتها، وبمدى استفادتها من محيطها الخارجي، في تكوين وضعية تنافسية مميزة، ولا يكون لها ذلك إلا إذا كانت قادرة على التحكم في أدوات "الذكاء

¹(موبيليس، جيزي، أوريدو)

الاقتصادي "و"نظرية الألعاب".
المراجع المعتمدة:

- 1- Eric RASMUSEN ; '**Jeux et Information : Introduction la Théorie des Jeux**' ; DEBOOK and LANCIER ; 2004 ; Belgaum.
- 2- Guy MASSE, Christian MARCON et Nicolas MOINET ; '**Les Fondements de L'intelligence Economique : Réseaux et Jeux D'influence**' ; 2006.
- 3- Michael E. PORTER ; '**From Competitive Advantage to Corporate Strategy**' ; USA ; 1987 ;.
- 4- Nabila DAIDJ et Abdelhakim HAMMOUDI ; '**Le Management Stratégique par la Théorie Des Jeux, une Introduction**' ; Paris.2008.
- 5- Ouassila LABBANI ; '**Comparaison des théories des jeux pour l'étude du comportement d'agents**' ; (Mémoire de DEA Session de juillet 2003).
- 6- Pierre DUFAU et Jean .M ; '**l'intelligence économique**' ; juillet 2010 assemblé parlementaire de la francophonie XXVIème session ; Dakar ; 2010.
- 7- S.GRANDVAL et A.HIKMI ; Op.cit.
- 8- S.GRANDVAL et A.HIKMI ; Op.cit.
- 9- Samuel GRANDVAL et Ahmed HIKMI ; '**L'apport de la Théorie des Jeux à la Démarche d'analyse Stratégique**' ; 2005.
- 10- Tawfik HOULINE ; '**l'intelligence économique au service de la veille stratégique**' ; 2010.