

TJAE

Tikrit Journal for
Administration & Economic Sciences
Journal Homepage: www.tu-Jaes.com



The contribution of cloud computing to reinforce the Blue Ocean strategy Paths

A survey of the opinions of an employees sample in Zain Telecommunications Company

Asst.Lect.Faraj Najimesh
FarajAl-Shammari
Faculty of
Management and Economics /
University of Mosul
Faraj.shammry@yahoo.com

Asst.Lect.Abdullah Hashim
Hamoudi Alballah
Faculty of
Management and Economics /
University of Mosul
Abdallaalbla@yahoo.com

ARTICLE INFO.

Article history:

- Received XXXXXX
- Accepted XXXX
- Available online:2018/6/1

Keywords:

- Cloud Computing
- Cloud Computing Architecture
- Cloud Types Based On Propagation Models
- Blue Ocean Strategy
- Blue Ocean Strategy Paths.

Abstract :

In business world, several changes have occurred because of knowledge revolution which caused significant changes imposed on firms. Internet networks and its tools have expanded very fast, cloud computing became an urgent necessity of the firms as well, particularly communication firms that look for paths far from its competitors to find a private work areas to achieve solo portion in the market destined to the so-called blue ocean. For that, the current research came to know the role of cloud computing in improving and promoting blue ocean strategy paths. Theoretical part show the concept and the architecture of the cloud computing and its types that depend on propagation forms, as well as blue ocean strategy concept and paths. Repetition and percentages have used to describe the variable of cloud computing and blue ocean strategy in the firm which was under consideration, also a test has applied to show the effect of cloud computing on blue ocean strategy paths through the analysis of the employees opinions by using the questionnaire from which distributed to research sample. Several conclusions have found through the research, which contributed to develop the research's recommendations.

المستخلص

أحدثت ثورة المعرفة تغيرات كبيرة في عالم الأعمال، فرضت على المنظمات تغييرات كبيرة، حيث انتشرت شبكات الانترنت وأدواتها بشكل متسارع، كذلك الحوسبة السحابية التي باتت ضرورة ملحة للمنظمات، ومنها منظمات الاتصالات التي تبحث عن مسارات بعيدة عن المنافسين لتوجد مساحات عمل خاصة تحقق لها حصة سوقية منفردة متجهة لما يسمى بالمحيطات الزرقاء، لذا جاء البحث الحالي لمعرفة إسهام الحوسبة السحابية في تعزيز مسارات استراتيجية المحيط الأزرق في شركة زين للاتصالات، عرض الاطار النظري مفهوم الحوسبة السحابية ومعمارية الحوسبة وانواعها المستندة على نماذج الانتشار، فضلاً عن مفهوم ومسارات استراتيجية المحيط الأزرق، واستخدمت التكرارات والنسب المئوية لوصف متغير الحوسبة السحابية ومتغير استراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة قيد البحث، وتم اختبار اثر الحوسبة السحابية على مسارات استراتيجية المحيط الأزرق من خلال تحليل آراء العاملين في المنظمة المبحوثة باستخدام استمارة الاستبانة التي وزعت على عينة البحث، توصل البحث لمجموعة استنتاجات اسهمت في وضع التوصيات الخاصة بالبحث.

المقدمة:

مما لا شك فيه أننا نعيش عصر تتسارع فيه وتيرة التطورات التقنية وتنبأ بوجود موجة من التغيرات الجوهرية في شبكة الانترنت منتجة مفهوم جديداً هو الحوسبة السحابية الذي شاع في الآونة الأخيرة لوصف تقديم خدمات البرمجيات والبنية التحتية والتخزين عبر شبكة الانترنت، ويتوقع أن تحدث الحوسبة السحابية تغييراً كبيراً في مجال التسويق وعالم الأعمال، ومع زيادة المنافسة القائمة وتنامي رغبات الزبائن وزيادة العرض على الطلب باتت المنظمات تتجه نحو ايجاد مساحات لم تكن معروفة لدى المنافسين محاولة الانفلات من المنافسة التي توصف أحياناً بالدموية وفق مسارات تخطوها لتحقيق تلك الاستراتيجية التي تعرف بمسارات استراتيجية المحيط الأزرق، تتيح المعطيات الحالية للمنظمات التي تستطيع صياغة استراتيجياتها بعيداً عن المنافسة المحمومة والمقارنات المرجعية مع المنظمات المنافسة وكيفية التفوق على المنافسين أن تتفرد من خلال البحث عن مساحات زرقاء لا منازع فيها تتمركز حول اقضاء المنافسين عن حصتها السوقية والاحتفاظ بالزبائن وكسب زبائن جدد عن طريق تقديم ابتكار قيمي ومنفعة استثنائية تاركة المنافسين دون فعالية.

المحور الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث: أوجبت التطورات التقنية على منظمات الأعمال أن تتواكب معها وتستجيب لها، ومنها الحوسبة السحابية، كذلك البحث عن مسارات تسويقية تحقق لها الابتكار الاستراتيجي وتخرجها من المنافسة الدموية وإيجاد فراغات في السوق لا منازع فيها، ولأجل ذلك يمكن عرض مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية:

١. هل هناك تصور لدى المنظمة المبحوثة عن الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق؟
٢. ما طبيعة العلاقة والأثر بين الحوسبة السحابية ومسارات استراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة المبحوثة.

ثانياً. أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث في جانبين أساسيين هما:

١. **الأهمية النظرية:** اثراء المكتبات العربية والعراقية بمساهمة بسيطة في مفاهيم الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق تضاف للنتاجات الأدبية، إذ لا يزال موضوع تبني وتوظيف الحوسبة السحابية مثار جدل ونقاش متزايد في منظمات الأعمال.
٢. **الأهمية التطبيقية:** تتمركز حول تحديد طبيعة العلاقة والأثر بين الحوسبة السحابية ومسارات استراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة قيد البحث.

ثالثاً. أهداف البحث: يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

١. التأطير النظري للحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق ومساراتها.

٢. الوقوف على مستوى العلاقة والأثر بين الحوسبة السحابية ومسارات استراتيجية المحيط الأزرق.

رابعاً. فرضيات البحث:

* **الفرضية الرئيسية الصفرية الأولى:** ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق، وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

١. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية والنظر للصناعات الشبيهة.

٢. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة.

٣. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية وإعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين.

٤. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية ومتابعة السلع والخدمات المكمل.

٥. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية ومنظور الإغراء الوظيفي والعاطفي.

٦. ليس هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الحوسبة السحابية ومنظور الزمن.

* **الفرضية الرئيسية الصفرية الثانية:** لا تؤثر الحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق، وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

١. لا تؤثر الحوسبة السحابية في النظر للصناعات الشبيهة

٢. لا تؤثر الحوسبة السحابية في النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة.

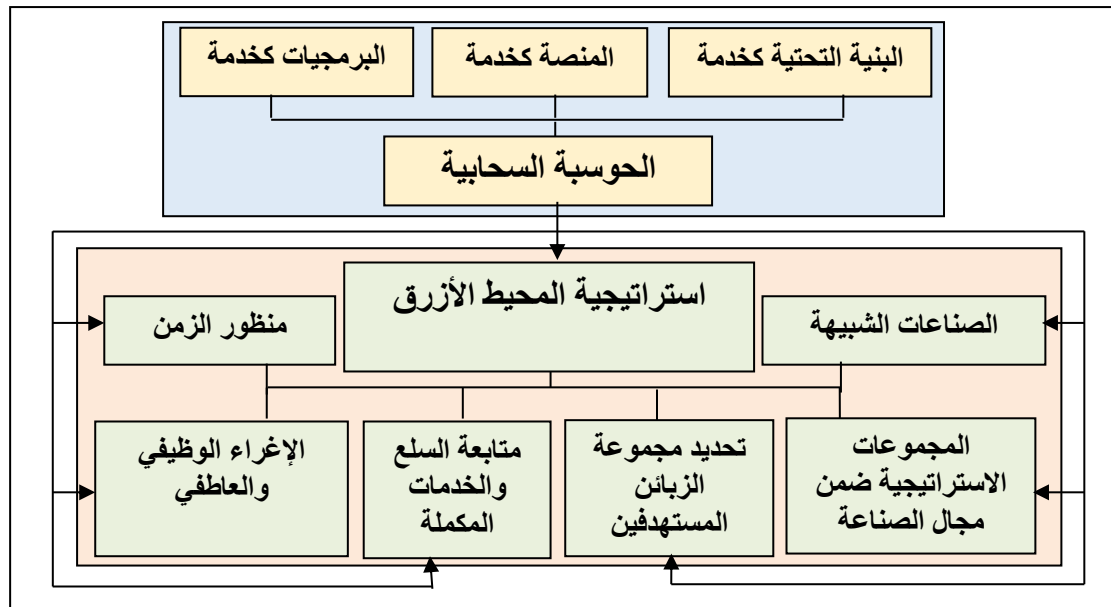
٣. لا تؤثر الحوسبة السحابية في إعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين.

٤. لا تؤثر الحوسبة السحابية في متابعة السلع والخدمات المكمل.

٥. لا تؤثر الحوسبة السحابية في منظور الإغراء الوظيفي والعاطفي.

٦. لا تؤثر الحوسبة السحابية في منظور الزمن.

خامساً. نموذج البحث:



الشكل (١) نموذج البحث

سادساً. حدود البحث:

تم تقسيم حدود البحث إلى:

١. **الحدود الزمانية:** تمتد الحدود الزمنية للبحث من ٢٠١٧/١٠/١م ولغاية ٢٠١٨/٤/١٥م.

٢. **الحدود المكانية:** تتمثل الحدود المكانية للبحث في شركة زين للاتصالات فرع محافظة نينوى، وشركة زين للاتصالات فرع محافظة دهوك.

سابعاً. أساليب جمع البيانات والمعلومات: يتضح في الجانبين الآتيين

١. **الجانب النظري:** تم الاعتماد في تغطية الجانب النظري على المراجع المتاحة من الدراسات العربية والأجنبية التي تتعلق في موضوع البحث، فضلاً عن الاعتماد على الشبكة الدولية للمعلومات.

٢. **الجانب العملي (التطبيقي):** اعتمد الباحث على المقابلات الشخصية مع الأفراد ذوي العلاقة في موقع المسؤولية، فضلاً عن استمارة الاستبيان التي صممت لأغراض هذا البحث، وتم الاعتماد على جهود الباحثين السابقين في بعض جوانبها، وتم إجراء الإضافة والحذف والتعديل بما يتناسب مع توجهات البحث الحالي، وقد عرضت استمارة الاستبيان على مجموعة من السادة المحكمين^(١) لغرض التحقق من صدق الاستمارة الظاهري وثباتها وشموليته.

ثامناً. وصف الأفراد المبحوثين

تم اختيار الأفراد المبحوثين في المنظمات المبحوثة الذين يملكون معلومات عن مهام المنظمة وقراراتها، فضلاً عن الأفراد الذين يعملون في مجال المعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات، كذلك المتخصصين في مجال التسويق، وبموجب ذلك التصور تمثلت عينة الأفراد المبحوثين الذين تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم، والتي بلغت (٤٠) استمارة، وتم استعادة (٣٩) استمارة، واستبعدت (٣) استمارات لعدم صلاحيتها، لذا فإن عدد الاستمارات التي جرى تحليلها (٣٦) استمارة تمثل (٩٠%) من الاستمارات الموزعة.

المحور الثاني: الإطار النظري للحوسبة السحابية

أولاً: مفهوم الحوسبة السحابية

اختلفت وجهات النظر في اعطاء المعنى الحقيقي لهذا المفهوم واجمالاً يمكن وصفه بأنه "الخدمات الحاسوبية عبر الانترنت"، إذ يستخدم مصطلح Cloud للتعبير عن السحابة والتي تعني مجازاً الانترنت ومصطلح Computing للتعبير عن الأعمال أو الخدمات الحاسوبية، وهذا يعني أن قدرات تقانة المعلومات تقدم كخدمات حوسبية ضمن الانترنت، وبذلك تمكن المستخدمين من الدخول إلى الخدمات التقانية من الانترنت (السحابة) من دون المعرفة أو التحكم أو الاختبار للبنية الأساسية التي تدعم ذلك (حسين وآخرون، ٢٠١٤، ١٠-٣٠).

وذكر (Tutorials Point, 2014) أن مفهوم الحوسبة السحابية ظهر إلى حيز الوجود في عام ١٩٥٠م مع ظهور أجهزة الحاسوب المركزية وتحديداً تم استخدامها في المجالات البحثية والعسكرية، وتطورت الحوسبة السحابية من مفهومها البسيط إلى مفهومها الحالي، ويوضح الشكل (١) تطور الحوسبة السحابية (الفضل، ٢٠١٦، ٢٤٦-٢٦٨).

ويرى (الناصر، ٢٠١٦، ٢٨٧-٣١٣) أن الحوسبة السحابية تعتمد على فكرة منظمات الأعمال متعددة الجنسية المتمثلة بالوصول إلى مواقع الأعمال من أي موقع وفي أي وقت في إطار إدارة عمليات الأعمال، فالحوسبة السحابية هي الأجهزة والمعدات ونظم التشغيل والتطبيقات التي ببساطة يمكن تسليمها للمستفيد كخدمة له بواسطة شبكة الانترنت أو أي شبكة

(١) السادة المحكمين الذين عرضت عليهم استمارة الاستبيان:

- أ.د. ثائر أحمد سعدون السمان، رئيس قسم نظم المعلومات الإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- أ.م.د. ليث سعد الله حسين، نظم المعلومات الإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- أ.م.د. نجلة يونس محمد، إدارة التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- أ.م.د. رائد عبد القادر الدباغ، أنظمة حاسبات، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- أ.م.د. ولاء جمال الدين النوري، إدارة التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- أ.م.د. يسام عبد الرحمن اليوزبكي، نظم المعلومات الإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- م.د. محمد مصطفى حسين، نظم المعلومات الإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

الالكترونية أخرى (الانترنت، الاكسترنانت)، مع مراعاة خاصية الدفع لقاء توفير الخدمة في الحوسبة السحابية العامة وخاصية حصر التشغيل والاستخدام للموارد التكنولوجية في نطاق محدد في الحوسبة السحابية الخاصة، والجمع بينهما يؤدي الى تبني الحوسبة السحابية الهجينة. ويعرف (Mahmood, 2017, 1-11) الحوسبة السحابية بأنها نموذجاً لتمكين الوصول إلى الشبكة لمجموعة مشتركة من موارد الحوسبة (مثل الخوادم والشبكات والتطبيقات والخدمات والتخزين).

وبالرغم من تعدد وجهات النظر حول مفهوم الحوسبة السحابية إلا أن التعريف الذي يبدو أنه قد اشتمل على جميع هذه العناصر والذي يتوافق مع توجهات الباحث هو تعريف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير والتقانة (National Institute of Standards and Technology: NIST) الذي ينص على أن الحوسبة السحابية هي أنموذج لتمكين الوصول الدائم والملائم للشبكة بناءً على الطلب، والمشاركة بمجموعة من موارد الحوسبة (الشبكات، الخوادم، وحدات التخزين، التطبيقات، الخدمات) والتي يمكن نشرها وتوفيرها بسرعة مع بذل أقل جهد من قبل الإدارة أو التفاعل مع مجهز الخدمة (NIST, 2011, 2).

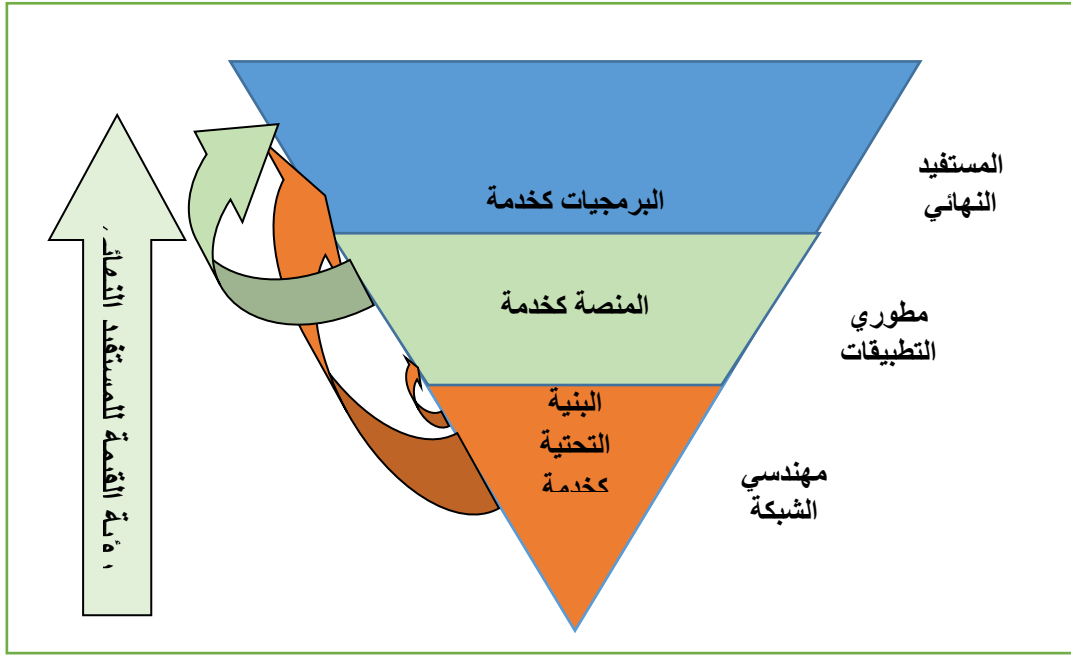
ثانياً. معمارية الحوسبة السحابية

تنقسم خدمات الحوسبة السحابية على نطاق واسع إلى فئات ثلاث هي (كلو، ٢٠١٥، ١-١١) و (العلمي، ٢٠١٤، ١-١٤) و (Faraj, et. al., 2012, 1-8) و (Mahmoud, 2012, 158-169).

١. **البنية التحتية كخدمة (Infrastructure as a Service (IaaS):** وهي الأساس أو الطبقة السفلية من الحوسبة السحابية، وأحياناً ما يشار إليها باسم الاجهزة كخدمة، إذ أنها تنطوي على عدة خدمات مثل التخزين والنسخ الاحترازية والتعافي من الكوارث، وقواعد البيانات والأمن في المنظمات، ولأن هذا النموذج "الدفع مقابل ما استخدمته" يشبه الطريقة التي يتم بها استهلاك الكهرباء والوقود والمياه فإنه يشار إليها أحياناً بمرفق الحوسبة، ومن الأمثلة على البنية التحتية كخدمة هي خدمات أمازون على الويب (Amazon on Web Services).

٢. **المنصة أو البيئة الحوسبية كخدمة (Platform as a Service (PaaS):** وهي المستوى التالي من السحابة، غالباً ما يتم استخدامها للمنظمات التي تقوم بتطوير أو تعديل برمجياتها، وتدعم البيئة الحوسبية (المنصة) عمليات تطوير البرمجيات بما في ذلك النماذج الأولية Prototyping، وتطوير واختبار ونشر واستضافة البرمجيات، وعادةً ما تكون منصة الخدمات السحابية مرتبة مسبقاً مع بيئة تشغيل معينة مثل ويندوز أو لينوكس، ويمكن لمقدمي "المنصة كخدمة" من استخدام واجهات برمجة التطبيقات وبوابات المواقع أو برامج البوابات المثبتة على جهاز حاسب العميل، ومن الأمثلة على المنصة كخدمة هي تطبيقات جوجل Google Apps.

٣. **البرمجيات كخدمة (Software as a service (SaaS):** وهي أعلى مستوى في السحابة حيث تتم استضافة تطبيقات البرمجيات أو البيانات الخاصة بالمكتبة على شبكة الانترنت، وهذا المستوى من السحابة هو الأكثر سهولة في الوصول إليها من قبل المنظمات الغير ربحية لأنها تتطلب تطويراً وتدريباً قليلاً نسبياً من داخل المنظمة للحصول عليها وتشغيلها، كما يشار للمصطلح SaaS أيضاً على أنه التخزين كخدمة Storage as a service، ومن الأمثلة على البرمجيات كخدمة برامج Microsoft Office.



الشكل (٢) معمارية الحوسبة السحابية

المرجع: العلمي، ثروت العلمي المرسى، ٢٠١٤، سبل الاستفادة من تطبيقات الحوسبة السحابية في تقديم خدمات المعلومات بدولة الإمارات العربية المتحدة، المؤتمر السنوي العشرون "SLA-AGC" في ٢٥-٢٧ آذار، الدوحة، قطر، ص ١٤-١٤.
<http://dx.doi.org/10.5339/qproc.2014.gsla.6>

ثالثاً. أنواع السحابات مستندة على نماذج الانتشار

- هناك عدد من نماذج بناء السحابات أو نماذج النشر، يمكن توضيحها كالاتي (AL_Obaidy, 2015, 25-36) و(الارياي والعريقي، ٢٠١٧، ١٨٦-٢٠٠):
١. **السحب الخاصة (Private cloud):** هي سحب خاصة لاستخدام جهة معينة، توفر مراقبة كاملة للبيانات، قد تدار من قبل منظمة أو طرف ثالث ويمكن النفاذ لها من العمل أو المنزل أو أي مكان بعيداً عن مكان العمل.
 ٢. **السحب العامة (Public cloud):** متاحة لعامة المستفيدين أو لقطاع معين، وهي مبنية على أساس تجاري، وعادةً ما تكون مملوكة من قبل منظمات بيع الخدمات السحابية، مما يسمح للمستخدم بتطوير العمل على برمجية معينة أو استغلال مورد معين من خدمة في السحابة عن طريق مبدأ الاستئجار مع تكلفة مادية ضئيلة جداً بالمقارنة مع النفقات الكبيرة المرتبطة عادةً بامتلاك تلك الخدمات.
 ٣. **السحب المجتمعية (Community cloud):** يتم تقاسم البنية التحتية السحابية من قبل العديد من المنظمات والذين عادةً ما يتمتعون بالمتطلبات والاهتمامات نفسها ومجال العمل المشابه، والنفاذ للسحابة ممكن أن يتم من مقر المنظمة التي تشارك هذه الخدمة أو من خلال طرف ثالث حسب الطلب.
 ٤. **السحب الهجينة (Hybrid cloud):** البنية السحابية لها تكون مركبة من اثنين أو أكثر من السحب (الخاصة، المجتمعية أو العامة)، والتي ترتبط بمعايير موحدة أو تقنية خاصة تمكنها من السماح بنقل البيانات و/أو التطبيقات من سحابة إلى أخرى.

المحور الثالث: الإطار النظري لاستراتيجية المحيط الأزرق

أولاً. مفهوم استراتيجية المحيط الأزرق Blue Ocean strategy

يعد مصطلح المحيط الأزرق (Blue Ocean) من المصطلحات الحديثة المقتبسة من لون المياه النقية الصافية الزرقاء غير الملوثة والتي لم تعكرها دموية المياه الحمراء، والتي بمجموعها تشكل المحيطات الزرقاء، إذ من تلك الخصائص اقتبست الفلسفة تسميتها لتدخل عالم الأعمال بفضل بعض الباحثين والمفكرين مما يتطلب من المنظمات البحث عن/ أو غزو أسواق جديدة لم تكن معروفة مسبقاً لها وللمنافسين، من أجل خلق الطلب فيها، وإيجاد فرص استثمارية جديدة سعياً وراء البقاء والنمو وتحقيق المنفعة، مما يعني قيام المنظمات بعمل شيء مختلف عما يفعله الآخرون وإنتاج شيء لم ينتج سابقاً، فضلاً عن تكيفها بشكل كبير مع القيم الأساسية الشائعة لدى الزبائن لتشكل مجموعة جديدة من القيم دون وجود أي منافسة تذكر (القطار، ٢٠١٠، ٥٢-٦٨).

ويشير الكاتبان (Kim & Mauborgne, 2006) إلى أن استراتيجية المحيط الأزرق هي بمثابة تحدي أمام المنظمات لتنتشر نفسها من المنافسة الدمية، وذلك عبر إيجاد مساحة من السوق لا منازع فيها بحيث تصبح المنافسة أمراً غير مطروح، فبدلاً من تقسيم الطلب الذي هو قليل أصلاً وملاحظة المنافسين وتقليدهم، فإن استراتيجية المحيط الأزرق تقوم على زيادة الطلب والانفلات من المنافسة (قاسم ومحمد، ٢٠١٣، ٤٠-٥٥).

ويرى (أحمد، ٢٠١٠، ٤) أن المنظمات الرائدة في المستقبل لا تتفوق من خلال الصراعات مع المنافسين، وإنما عبر إيجاد محيطات زرقاء في مجالات أسواق خالية من التصارع حولها، إضافة إلى جاهزيتها للنمو وتعرف مثل هذه الحركات بالابتكار القيمي التي تخلق قفزات قوية في القيم لكل من المنظمة والمستهلكين تاركة المنافسين دون فعالية. ويعضد (Bjerke, 2011, 18) ذلك الرأي بوصفه أن استراتيجية المحيط الأزرق تخلق للمنظمات مساحة سوقية جديدة بلا منازع من خلال اصلاح جميع المعايير والعوامل والقواعد التي يمكن أن تؤثر على السوق من خلال الابتكار وخلق ما يسمى بطفرة أو قفزة القيمة (value jump) مما يجعل المنافسة من قبل المنظمات لا علاقة له بمساحة عمل المنظمة.

ثانياً. مسارات استراتيجية المحيط الأزرق Blue Ocean strategy paths

للخروج من المنافسة الحادة التي يطلق عليها (المحيط الأحمر) ينبغي إعادة بناء حدود السوق ومن ثم إيجاد مساحات يجهلها المنافسين يطلق عليها (المحيط الأزرق) عبر مسارات هذه الاستراتيجية، وتتمثل مسارات استراتيجية المحيط الأزرق بالآتي:

١. **النظر للصناعات الشبيهة:** ينبغي على المنظمة التي تبحث عن التفرد أن تتمتع بمنطق أكثر شمولية من خلال إمعان النظر ومتابعة عمل المنظمات المناظرة لها التي تنتج منتجات بديلة أو مشابهة تؤدي الغرض ذاته الذي تقدمه منتجاتها، كما أن هناك منتجات تأخذ أشكالاً مختلفة ومتنوعة وتؤدي الغرض نفسه (Kim & Mauborgne, 2005, 49). ويشير (الطائي، ٢٠٠٩) إلى أن المنتجات التي تتفق في طريقة عملها والفوائد التي تقدمها لعملائها تعد (بدائل متشابهة) حتى وإن اختلفت في شكلها الخارجي، من ناحية أخرى تعد المنتجات التي تختلف في طريقة عملها وفي شكلها الخارجي لكنها متفقه في الفوائد التي تقدمها لعملائها (بدائل متقابلة) (قاسم ومحمد، ٢٠١٣، ٤٠-٥٥).

٢. **النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة:** يمكن تصنيف المجموعات الاستراتيجية استناداً للسعر والجودة، فكل قفزة في السعر تؤدي إلى قفزة في بعض أبعاد الجودة، ويمكن للمنظمات تحسين مكانتها الاستراتيجية من خلال النظر إلى الصناعات المشابهة ومن ثم إيجاد المحيطات الزرقاء، إذ إن مفتاح إنشاء المحيط الأزرق عبر المجموعات الاستراتيجية القائمة هو الخروج من الرؤية الضيقة للنفق من خلال فهم العوامل التي تحدد قرارات الزبائن بالتجارة صعوداً أو هبوطاً من مجموعة إلى أخرى (Kim & Mauborgne, 2005, 55).

٣. **إعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين:** تتفق معظم المنظمات على تعريف عام للزبون المستهدف على الرغم من اختلافهم من ناحية القدرة على اتخاذ قرار الشراء، وبشكل عام فإن جميع المنظمات في مجال صناعة ما تستهدف شريحة محددة من الزبائن، ففي الصناعات

الدوائية يكون التركيز بشكل كبير على المؤثرين في اتخاذ قرار الشراء وهم الأطباء متجاهلة المنطق التقليدي في التركيز على المستخدمين لمنتجاته وهم المرضى (رؤوف، ٢٠١٠، ٣١٧-٣٣٥).

٤. **متابعة السلع والخدمات المكملة:** يشير (طالب والبناء، ٢٠١٠) إلى أن المنتجات التكميلية هي المنتجات التي ترتبط بعضها مع البعض الآخر، وإن المنظمات تقدم تشكيلة من المنتجات التكميلية التي توفر قاعدة لتمييز المنظمات الناجحة عن المنظمات غير الناجحة، حيث أن المنتجات التكميلية أصبحت معياراً لقياس فعالية المنظمات على اختلاف أنواعها (قاسم ومحمد، ٢٠١٣، ٤٠-٥٥).

٥. **منظور الإغراء الوظيفي والعاطفي:** تتباين أوجه المنافسة بين المنظمات، حيث يركز البعض منها على الكلفة وحساب المنفعة، في حين يركز الآخر على تحريك المشاعر وإغراء الزبون عاطفياً، وعندما تسعى المنظمات إلى الأفراد في السوق، فإنها تمارس عملية الانتقال بين هذين النموذجين. (رؤوف، ٢٠١٠، ٣١٧-٣٣٥)

٦. **منظور الزمن:** يشير (Kim & Mauborgne, 2005, 75) إلى أن كل الصناعات تخضع لاتجاهات خارجية تؤثر في أعمالها التجارية بمرور الزمن منها التفكير بالظهور والانتشار السريع للإنترنت أو الحركة العالمية نحو حماية البيئة، حيث أن النظر إلى مثل هذه التحولات من المنظور الصحيح يتيح للمنظمات أن تعرف كيف توجد فرصاً للمحيط الأزرق، إذ تتكيف معظم المنظمات بشكل تدريجي وبطرق سلبية إلى حد ما مع تطور الأحداث، سواء كانت هذه التطورات ظهور تقنيات جديدة أو تغييرات تنظيمية رئيسية، فالمدراء يميلون للتركيز على إبراز الاتجاه نفسه كالتطور التقني وكيف سيتم اعتماده إذا أصبح قابلاً للتطور، ويسرعون الإجراءات الخاصة بهم لمواكبة تطور الاتجاهات التي يتبعونها، إلا أن الأفكار الرئيسية في استراتيجية المحيط الأزرق نادراً ما تأتي من الاتجاه نفسه، إنما تنشأ عن رؤية المنظمة في كيفية تغيير الاتجاه إلى قيمة للزبون بمرور الزمن، أي من القيمة التي يوفرها السوق اليوم إلى القيمة التي يمكن تقديمها للزبون غداً.



الشكل (٤) مسارات استراتيجية المحيط الأزرق

المراجع: اعداد الباحثان.

المحور الرابع: الإطار التحليلي للبحث

يعرض هذا المحور وصفاً وتشخيصاً لمتغيرات البحث بهدف معالجتها مستخدمين بذلك التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، ولكل متغير من متغيراتها باستخدام البرمجية الحاسوبية Minitab، فضلاً عن عرض وتحليل علاقات التأثير للحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق، وبموجب ذلك تم تقسيم المحور إلى:

أولاً: وصف متغيرات البحث وتشخيصها ١. وصف متغير الحوسبة السحابية وتشخيصه

تشير معطيات الجدول (١) أن إجابات الأفراد المبحوثين حول هذا المتغير من خلال مؤشرات (X1-X11) كانت باتجاه الاتفاق وبنسبة (38.12%)، في حين شكّل الاتجاه السلبي (عدم الاتفاق) لتلك الإجابات نسبة (24.24%)، فيما بلغت نسبة المحايد (37.62%) والذي جاء كله بوسط حسابي قدره (2.13) وبانحراف معياري قدره (0.76). وهناك مؤشرات عدة ساهمت في ايجابية بعد الحوسبة السحابية اهمها المؤشر (X1) والذي حصل على اعلى نسبة اتفاق (50%) يدعمها قيمة الوسط الحسابي (2.36) وبانحراف معياري (0.72) اما المؤشر (X5) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق بنسبة (22.22%) يدعمها الوسط الحسابي (1.86) وبانحراف معياري (0.76).

الجدول (١)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للحوسبة السحابية

المتغير	أنفق		محايد		لا أنفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
X1: تفضل الإدارة صيغة التعاقد بين المنظمة ومجهز خدمات الحوسبة السحابية.	18	50.00	13	36.11	5	13.89	2.36	0.72
X2: أفضل الاعتماد على تطبيقات خدمة الحوسبة السحابية.	12	33.33	18	50.00	6	16.67	2.16	0.69
X3: أعتقد أن الحوسبة السحابية ستوفر لي طريقة لتقديم موارد الحوسبة كخدمة عند الطلب.	16	44.44	14	38.89	6	16.67	2.27	0.74
X4: تحقق الحوسبة السحابية للمنظمة متطلبات البنية التحتية لتقانة المعلومات والاتصالات.	12	33.33	16	44.44	8	22.22	2.11	0.74
X5: تحقق الحوسبة السحابية للمنظمة وفورات في النفقات.	8	22.22	15	41.67	13	36.11	1.86	0.76
X6: تحسن الحوسبة السحابية من الكفاءة التنظيمية.	16	44.44	13	36.11	7	19.44	2.25	0.77
X7: تحسن الحوسبة السحابية من التعاون بين الوحدات الإدارية.	9	25.00	17	47.22	10	27.78	1.97	0.73
X8: توفر الحوسبة السحابية خدمات الصيانة الدورية لتقانة المعلومات والاتصالات للمنظمة.	13	36.11	11	30.56	12	33.33	2.02	0.84
X9: تحسن الحوسبة السحابية إدارة المعلومات في المنظمة.	17	47.22	14	38.89	5	13.89	2.33	0.71
X10: يتوافر في المنظمة اتصال مستمر وسريع عبر الانترنت.	18	50.00	10	27.78	8	22.22	2.27	0.81
X11: توفر لي الحوسبة السحابية جميع الخدمات كتطبيقات موضوعة في السحابة.	12	33.33	8	22.22	16	44.44	1.88	0.88
المؤشر الكلي		38.12		37.62		24.24	2.13	0.76

المرجع: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسوب
٢. وصف متغير استراتيجيية المحيط الأزرق وتشخيصه

يتضح من خلال الجدول (٢) أن إجابات الأفراد المبحوثين حول هذا المتغير من خلال مؤشرات (X12-X24) تميل باتجاه الاتفاق ونسبة (31.62%) من تلك الإجابات، في حين بلغت نسبة عدم الاتفاق (23.50%) ونسبة المحايد (44.87%) والذي جاء كله بوسط حسابي قدره (2.07) وبانحراف معياري قدره (0.71). وهناك مؤشرات ساهمت في ايجابية بعد النظر للصناعات الشبيهة اهمها المؤشر (X12) فقد حصل على اعلى نسبة اتفاق (38.89%) وبوسط حسابي قدره (2.27) وبانحراف معياري قدره (0.65)، اما المؤشر (X14) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (13.89) وبوسط حسابي قدره (1.77) وبانحراف معياري قدره (0.68). اما فيما يخص بعد النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة فان المؤشر (X16) حصل على اعلى نسبة اتفاق (41.67) وبوسط حسابي قدره (2.22) وبانحراف معياري قدره (0.76)، اما المؤشر (X15) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (30.56) وبوسط حسابي قدره (1.91) وبانحراف معياري قدره (0.84). اما بعد اعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين فان المؤشر (X18) قد حصل على اعلى نسبة اتفاق (33.33%) وبوسط حسابي قدره (2.19) وبانحراف معياري قدره (0.66)، اما المؤشر (X17) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (16.67%) وبوسط حسابي قدره (1.88) وانحراف معياري (0.66). وفيما يخص بعد متابعة السلع والخدمات المكملة فان المؤشر (X19) حصل على اعلى نسبة اتفاق (58.33%) وبوسط حسابي قدره (2.44) وبانحراف معياري قدره (0.73)، اما المؤشر (X20) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (47.22%) وبوسط حسابي قدره (2.25) وبانحراف معياري قدره (0.80). اما بعد منظور الاغراء الوظيفي والعاطفي فان المؤشر (X21) قد حصل على اعلى نسبة اتفاق (36.11%) وبوسط حسابي قدره (2.19) وبانحراف معياري قدره (0.71)، اما المؤشر (X22) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (22.22%) وبوسط حسابي قدره (1.97) وانحراف معياري (0.69). بينما في بعد منظور الزمن فان المؤشر (X24) قد حصل على اعلى نسبة اتفاق (36.11%) وبوسط حسابي قدره (2.16) وبانحراف معياري قدره (0.73) اما المؤشر (X23) فقد حصل على اقل نسبة اتفاق (19.44%) وبوسط حسابي قدره (1.91) وانحراف معياري (0.69).

الجدول (٢)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية
لمسارات استراتيجية المحيط الأزرق

المتغير	أتفق		محايد		لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
النظر للصناعات الشبيهة								
X12: تمعن منظمتنا النظر في عمل نظيراتها من المنظمات التي تقدم خدمات بديلة أو مشابهة.	14	38.89	18	50.00	4	11.11	2.27	0.65
X13: تتماثل خدمات منظمتنا مع خدمات لمنظمات تعمل في صناعات أخرى تقدم المنفعة الأساسية	6	16.67	18	50.00	12	33.33	1.83	0.69

								نفسها.
0.68	1.77	36.11	13	50.00	18	13.89	5	X14: تقدم منظمتنا خدمات متقابلة (تختلف في طريقة عملها وتتفق في الفوائد التي تقدمها لزملائها).

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		محايد		أتفق		المتغير
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة								
0.84	1.91	38.89	14	30.56	11	30.56	11	X15: تسعى منظمتنا لتجاوز المنافسة داخل المجموعات الاستراتيجية التي تنتمي إليها.
0.76	2.22	19.44	7	38.89	14	41.67	15	X16: تجمع منظمتنا بين استراتيجيتي السعر والجودة.
اعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين								
0.66	1.88	27.78	10	55.56	20	16.67	6	X17: تستهدف منظمتنا الزبائن وفقاً لدرجة تأثيرهم المباشر وغير المباشر على قرار الشراء.
0.66	2.19	13.89	5	52.78	19	33.33	12	X18: تحدد منظمتنا الزبائن المؤثرين وتستهدفهم في تقديم خدماتها.
متابعة السلع والخدمات المكملة								
0.73	2.44	13.89	5	27.78	10	58.33	21	X19: تقدم منظمتنا تشكيلة من الخدمات التكميلية التي ترتبط مع بعضها البعض.
0.80	2.25	22.22	8	30.56	11	47.22	17	X20: نتعرف منظمتنا على عقبات استخدام خدماتها لتقدم قيمة مبتكرة للزبائن.
منظور الاغراء الوظيفي والعاطفي								
0.71	2.19	16.67	6	47.22	17	36.11	13	X21: تجذب منظمتنا الزبائن من خلال تحريك مشاعرهم واغرائهم عاطفياً.
0.69	1.97	25.00	9	52.78	19	22.22	8	X22: تكسب منظمتنا رضا الزبائن بواسطة إنشاء الجودة في تخطيط العمليات منذ بداية الانتاج.
منظور الزمن								
0.69	1.91	27.78	10	52.78	19	19.44	7	X23: تتماشى منظمتنا مع التغيرات في الرغبات وانماط الاستهلاك التي تحدث بمرور الزمن.
0.73	2.16	19.44	7	44.44	16	36.11	13	X24: يتكيف مدراء منظمتنا مع التغيرات البيئية السريعة.
0.71	2.07	23.50		44.87		31.62		المؤشر الكلي

المرجع: إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسوب.

ثانياً: تحليل علاقة الارتباط

تحقيقاً لمتطلبات البحث واختبار الفرضيات، نعرض طبيعة العلاقة بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق، إذ يتبين من الجدول (٣) ومن خلال المؤشر الكلي وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.61) مما يشير إلى وجود تناسب وارتباط بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة المبحوثة.

الجدول (٣)

نتائج علاقة الارتباط بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة المبحوثة

المتغير المستقل	المتغير المعتمد
الحوسبة السحابية	استراتيجية المحيط الأزرق
0.61	

N = 36

P <= 0.05

df = (1, 34)

المرجع: إعداد الباحثان في ضوء نتائج البرمجية Minitab.

وبهدف توضيح علاقة الارتباط بين الحوسبة السحابية وكل مسار من مسارات استراتيجية المحيط الأزرق نعرض الجدول (٤)، إذ يتبين وجود علاقة ارتباط بين الحوسبة السحابية وكل مسار من مسارات استراتيجية المحيط الأزرق، وكانت علاقة الارتباط موجبة ومعنوية بين الحوسبة السحابية وجميع مسارات استراتيجية المحيط الأزرق.

الجدول (٤)

نتائج علاقة الارتباط بين الحوسبة السحابية واستراتيجية المحيط الأزرق في المنظمة المبحوثة

المتغير المستقل	المتغير المعتمد
الحوسبة السحابية	استراتيجية المحيط الأزرق
0.41	النظر للصناعات الشبيهة
0.44	النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة
0.44	إعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين
0.41	متابعة السلع والخدمات المكملية
0.51	منظور الاغراء الوظيفي والعاطفي
0.48	منظور الزمن

N = 36

P <= 0.05

df = (1, 34)

المرجع: إعداد الباحثان في ضوء نتائج البرمجية Minitab.

ثالثاً: عرض وتحليل علاقات التأثير للحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق

تشير نتائج تحليل الانحدار والموضحة في الجدول (٥) وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (20.88) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (38%)، وهذا يعني أن متغير الحوسبة السحابية قد أسهم وفسر (38%) من الاختلافات الحاصلة في استراتيجية المحيط الأزرق وأن نحو (62%) من المتغيرات هي عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في أنموذج البحث أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (4.57) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير للحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق.

الجدول (٥)

نتائج تأثير الحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق على المستوى الكلي

الحوسبة السحابية					المتغير المستقل
F		R ²	T		β_1
الجدولية	المحسوبة		الجدولية	المحسوبة	
4.12	20.88	38%	2.03	4.57	0.66

N=36

P <= 0.05

df = (1, 34)

المرجع: إعداد الباحثان في ضوء نتائج البرمجية Minitab.

وبهدف توضيح علاقات التأثير للحوسبة السحابية في كل مسار من مسارات استراتيجية المحيط الأزرق وفي ضوء الفرضيات المنبثقة، فإن الجدول (٦) يوضح نتائج تأثير الحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق بدلالة مساراتها وكما يأتي:

١. يتبين من الجدول (٦) وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في النظر للصناعات الشبيهة، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (7.11) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (17.3%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (17.3%) من الاختلافات الحاصلة في النظر للصناعات الشبيهة ويعود الباقي (82.7%) إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها خارج نطاق البحث أصلاً، ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.67) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية والنظر للصناعات الشبيهة.

٢. تشير معطيات الجدول (٦) إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة، يدعم ذلك قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (8.18) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (19.4%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (19.4%) من الاختلافات الحاصلة في النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة وأن نحو (80.6%) من المتغيرات هي عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.86) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية والنظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة.

٣. يتضح من الجدول (٦) وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في إعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (8.42) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (19.8%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (19.8%) من الاختلافات الحاصلة في إعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين ويعود الباقي (80.2%) إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها خارج نطاق البحث أصلاً، ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.9) وهي أكبر من قيمتها

الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية وإعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين.

٤. يتبين من الجدول (٦) وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في متابعة السلع والخدمات المكمل، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (7.07) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (17.2%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (17.2%) من الاختلافات الحاصلة في متابعة السلع والخدمات المكمل ويعود الباقي (82.8%) إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها خارج نطاق البحث أصلاً، ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.66) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية ومتابعة السلع والخدمات المكمل.

٥. تشير معطيات الجدول (٦) إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في منظور الاغراء الوظيفي والعاطفي، يدعم ذلك قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (12.43) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (26.8%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (26.8%) من الاختلافات الحاصلة في منظور الاغراء الوظيفي والعاطفي وأن نحو (73.2%) من المتغيرات هي عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (3.53) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية ومنظور الاغراء الوظيفي والعاطفي.

٦. يتضح من الجدول (٦) وجود تأثير ذي دلالة معنوية للحوسبة السحابية في منظور الزمن، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (10.76) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.12) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (24%)، وهذا يعني أن الحوسبة السحابية قد أسهمت وفسرت (24%) من الاختلافات الحاصلة في منظور الزمن ويعود الباقي (76%) إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها خارج نطاق البحث أصلاً، ومن خلال متابعة معاملات (β) واختبار (T) تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (3.28) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.03) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 34)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين الحوسبة السحابية ومنظور الزمن.

الجدول (٦)

نتائج تأثير الحوسبة السحابية في استراتيجية المحيط الأزرق بدلالة مساراتها

الحوسبة السحابية						المتغير المستقل	
F		R ²	T		β_1	المتغيرات المعتمدة	
الجدولية	المحسوبة		الجدولية	المحسوبة			
4.12	7.11	17.3%	2.03	2.67	0.51	النظر للصناعات الشبيهة	استراتيجية المحيط الأزرق
	8.18	19.4%		2.86	0.77	النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة	
	8.42	19.8%		2.9	0.59	اعادة تحديد مجموعة الزبائن المستهدفين	
	7.07	17.2%		2.66	0.66	متابعة السلع والخدمات المكملة	
	12.43	26.8%		3.53	0.75	منظور الاعراء الوظيفي والعاطفي	
	10.76	24%		3.28	0.74	منظور الزمن	

N = 36

P <= 0.05

df = (1, 34)

المرجع: إعداد الباحثان في ضوء نتائج البرمجية Minitab.

الاستنتاجات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

- تمثل الحوسبة السحابية الحل الأمثل للمنظمات التي تروم الحصول على موقع تنافسي متفرد في ظل ضعف البنية التحتية والتشريعات الخاصة بالتعاملات الالكترونية في بيئة مضطربة كالبينة العراقية، إذ أن مزود الخدمة يقدم الخدمات البرمجية والمعدات دون شرائها من قبل المنظمات، وانما مقابل دفع أجور معينة.
- تتضمن الحوسبة السحابية مجموعة من الأنظمة الفرعية التي تعد بمثابة تطبيقات للحوسبة السحابية مثل تطبيق (Google Drive) وتطبيق (iCloud) في أجهزة موبايل iPhone وتطبيقات Google التعليمية و (Sheets) و (Gmail) و (Google Scholar) و (Research Gate) و (Drop Box) وغيرها من التطبيقات.
- تقود الحوسبة السحابية إلى خلق الابتكار المتسارع، وتوفر بيئة مرنة لدعم التغييرات، وللمسارات كافة.
- تفتقر الحوسبة السحابية إلى المزيد من الدراسات حول الجوانب الأمنية والثغرات المتعلقة بتطبيقاتها وخصوصية المعلومات السرية التي ينبغي التحوط عليها من الاختراقات والقرصنة.
- أثبتت نتائج البحث من خلال التحليلات الاحصائية أن هناك تأثير وعلاقة ارتباط معنوية موجبة بين الحوسبة السحابية ومسارات استراتيجية المحيط الأزرق في شركة زين للاتصالات، وساعدت نتائج البحث في ردم الفجوة بين هذين المتغيرين.

ثانياً: المقترحات

- العمل على تطوير الخطط والاستراتيجيات للتوسع في استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية، والاشتراك في المواقع العالمية التي تقدم خدمات الحوسبة السحابية للتعرف على الخدمات التي من الممكن الاستفادة منها في دعم الأجهزة ونظم التشغيل، وإعداد فريق بحثي لإعداد تحليل (SWOT) وتقديم النتائج للإدارة العليا.

٢. تطوير مسارات استراتيجية المحيط الأزرق باعتماد تقنيات الحوسبة السحابية، إذ أن التعاقد مع مزود خدمات الحوسبة السحابية من شأنه أن يوفر في الكلف ويلبي كثير من احتياجات الدعم لتلك المسارات.
٣. تنقيف عملاء المنظمة على استخدام الحوسبة السحابية وتقديم الدعم لهم من خلال إتاحة إمكانية دخولهم لقواعد بيانات المنظمة بشكل محدود وتلبية رغباتهم من خلال الحصول على المعلومات التي يحتاجونها.
٤. الاهتمام ببناء وتطوير معماريات الحوسبة السحابية في منظمات الاتصالات التي ترغب في الانفلات من المنافسة والاتجاه للمحيط الأزرق بجعل معمارياتها تواكب الحول الإبداعية التي تدعم مسارات استراتيجية المحيط الأزرق.
٥. رفع الوعي الأمني للتعامل مع الأنظمة بشكل خاص أو خصوصية عمل المنظمة بشكل عام وتكثيف الدورات التدريبية والتوعية لكافة الموظفين في إدارة تقنية المعلومات.
٦. ينبغي أن تستهدف المنظمة المبحوثة الزبائن المباشرين وغير المباشرين الذين يؤثرون على قرار الشراء.
٧. على المنظمة المبحوثة السعي لتقديم خدمات متقابلة (تختلف في طريقة عملها وتتفق في الفوائد التي تقدمها لزبائنهم).

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. أحمد، محمد، ٢٠١٠، استراتيجية المحيط الأزرق بدلاً من البحر الأحمر، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق. www.tahasoft.com/books/184.docx
٢. الأرياني، أروى والعريقي، سماح عبدالعزيز، ٢٠١٧، استقصاء وعي منسوبي إدارات تكنولوجيا المعلومات للانتقال إلى خدمة الحوسبة السحابية: حالة دراسية-مؤسسات يمنية)، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (١٤)، العدد (١).
٣. حسين، ليث سعدالله، وجبار، مشاعل منهل وعبدالجبار، رؤى لؤي، ٢٠١٤، نظم أتمتة المكاتب والحوسبة السحابية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من مسؤولي المكاتب في عدد من كليات جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (٣٦)، العدد (١١٦).
٤. رؤوف، رعد عدنان، ٢٠١٠، دور أبعاد استراتيجية المحيط الأزرق في الأداء التسويقي: بالتطبيق على الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية – نينوى، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (٣٢)، العدد (٩٨)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
٥. العطار، فؤاد حمودي، ٢٠١٠، دور فلسفة المحيط الأزرق في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في شركة زين للاتصالات ببغداد، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد (٨)، العدد (٣).
٦. العليمي، ثروت العليمي المرسي، ٢٠١٤، سبل الإفادة من تطبيقات الحوسبة السحابية في تقديم خدمات المعلومات بدولة الإمارات العربية المتحدة، المؤتمر السنوي العشرون "SLA-AGC" في ٢٥-٢٧ آذار، الدوحة، قطر.
٧. الفضل، علي عبد الحسين، ٢٠١٦، فاعلية الحوسبة السحابية في تدعيم قواعد البيانات المصرفية: دراسة تحليلية لعينة من المختصين في المعلوماتية في المصارف العراقية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٨)، العدد (٣).

<http://dx.doi.org/10.5339/qproc.2014.gsla.6>

٨. قاسم، سعد وعبدالله ومحمد، سعيد عبدالله، ٢٠١٣، مدى توافر مسارات استراتيجية المحيط الأزرق في المنظمات الصناعية: دراسة استطلاعية في شركة الحكماء لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/ الموصل، **مجلة تنمية الرافدين**، المجلد (٣٥)، ملحق العدد (١١٣).
٩. كلو، صباح محمد، ٢٠١٥، الحوسبة السحابية: مفهومها وتطبيقاتها في مجال المكتبات ومراكز المعلومات، المؤتمر السنوي الحادي والعشرون "SLA-AGC" في ١٧-١٩ آذار، ابو ظبي، الامارات العربية المتحدة. <http://dx.doi.org/10.5339/qproc.2015.gsla.8>
١٠. الناصر، عامر عبد الرزاق عبد المحسن، ٢٠١٦، استخدام الحوسبة السحابية العامة والخاصة في تطوير نظام تقييم الأداء السنوي لمنتسبي الجامعات العراقية: دراسة مقارنة، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية**، المجلد (٢٢)، العدد (٩٣).

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. AL_Obaidy, Abeer Tariq, 2015, The Future for Adaptive Software Development in Cloud Computing Environment Using Multi Agent System, **Eng. & Tech. Journal**, Vol.33, Part (B), NO.1.
2. Bjerke, Bjorn, 2011, The evolution of strategic thinking and practices: Blue Ocean Strategy, Master Thesis, School of Business and Economics, **Linnaeus University**.
3. Faraj, Sufyan T., Awad, Waleed K. & Kifayat, Kashif, 2012, Trusted Cloud Computing, **J. of university of anbar for pure science**, Vol.6:NO.2.
4. Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée, 2005, Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Harvard Business School Publishing Corporation All rights reserved, **United States of America**.
5. Mahmood, Ghassan Sabeeh, 2017, Data Security Protection in Cloud Computing by using Encryption, **Kirkuk University Journal /Scientific Studies (KUJSS)**, Volume 12, Issue 4. www.kujss.com
6. Mahmoud, Halah Hasan, 2012, Design Enterprise Data Center Infrastructure at Computer Center of Al-Jaderyia Baghdad-University Campus, **Journal of Al-Nahrain University**, Vol.15: NO.1., March.
7. National Institute of Standards and Technology (NIST), 2011, The NIST Definition of Cloud Computing, **USA**.