

العنوان باللغة العربية

أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات

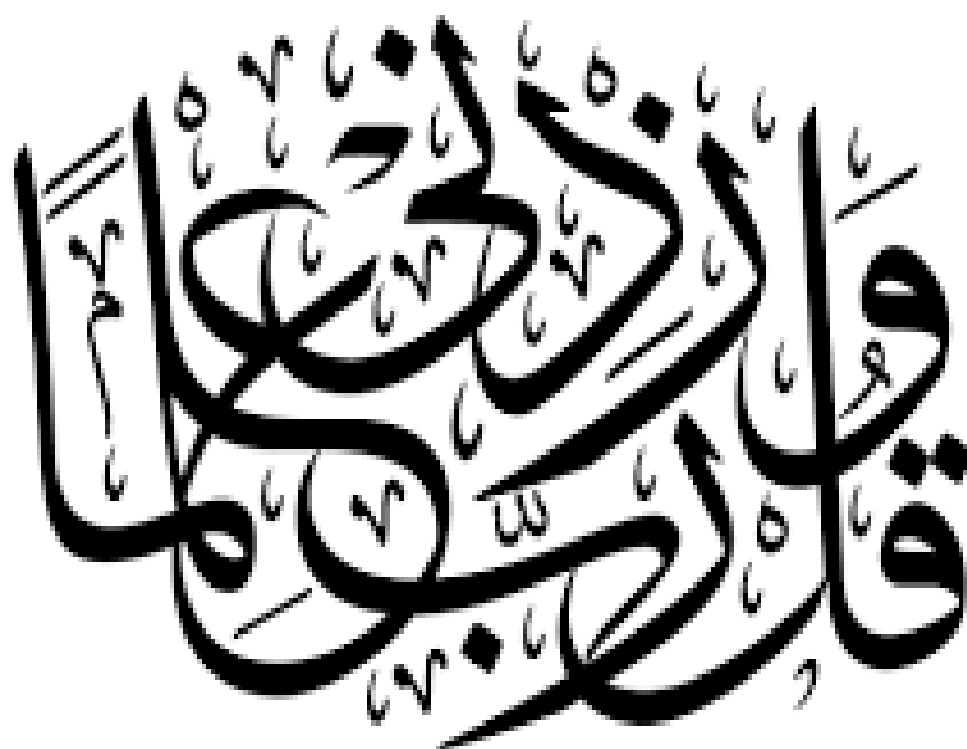
السعودي

إعداد/ خليل إبراهيم النوشان

إشراف/ أسماء ابوعنزة

العام الدراسي:

2024



فهرس المحتويات

5.....	قائمة الجداول
7.....	فهرس الأشكال
9.....	المستخلص Abstract
10.....	الفصل الأول
11.....	المقدمة
12.....	مشكلة الدراسة
13.....	أهمية الدراسة
13.....	أهداف الدراسة
14.....	تساؤلات الدراسة
15.....	فروض الدراسة
15.....	النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث
18.....	الفصل الثاني
18.....	الدراسات السابقة
19.....	مقدمة
21.....	المتغير التابع والمستقل:
24.....	الدراسات السابقة
49.....	الإطار النظري
52.....	الفصل الثالث
52.....	منهجية الدراسة
53.....	مقدمة
55.....	المنهجية وطرق البحث
57.....	مجتمع البحث
60.....	محددات حجم العينة:
63.....	خطوات جمع البيانات:
65.....	حدود البحث

68	 الفصل الرابع
68	 نتائج الدراسة
69	 مقدمة
71	 تحليل البيانات
104	 التوصيات
105	 المراجع
106	 المراجع العربية:
107	 المراجع الأجنبية:
111	 الملاحق
113	 Abstract الملخص

قائمة الجداول

- جدول 1: الوصف الاحصائي للبيانات. 73
- جدول 2: الوصف الاحصائي لعمر المشاركين في التجربة. 74
- جدول 3: الوصف الاحصائي لجنس المشاركين في التجربة. 75
- جدول 4: الوصف الاحصائي لدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة. 76
- جدول 5: الوصف الاحصائي لاستخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات. 77
- جدول 6: الوصف الاحصائي لمساهمته تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء. 78
- جدول 7: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال. 79
- جدول 8: الوصف الاحصائي لاعتبار المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار. 80
- جدول 9: الوصف الاحصائي لاعتبار المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي. 81
- جدول 10: الوصف الاحصائي لمساهمة استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق. 82
- جدول 11: الوصف الاحصائي لمساعدة المناعة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي. 84
- جدول 12: الوصف الاحصائي لاعتبار تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا. 85
- جدول 13: الوصف الاحصائي لاستثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة. 86
- جدول 14: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات. 87
- جدول 15: الوصف الاحصائي لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء. 88
- جدول 16: الوصف الاحصائي لوجود استراتيجيات واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما. 89
- جدول 17: الوصف الاحصائي لمساهمة المناعة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات. 90
- جدول 18: الوصف الاحصائي لاستخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية. 91
- جدول 19: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع. 92
- جدول 20: الوصف الاحصائي لاعتبار المرونة التنظيمية عنصرا حاسما في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي. 93
- جدول 21: الوصف الاحصائي لمساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات. 95
- جدول 22: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في زيادة القدرة على الابتكار في قطاع الاتصالات السعودي
- لزيادة الميزة التنافسية. 98

جدول 23: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات السوق في قطاع الاتصالات السعودي	
لزيادة الميزة التنافسية.....	100
جدول 24: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة	
التنافسية.....	102
جدول 25: ملخص تحليل البيانات.....	103
جدول 26: الإحصائيات الموثوقة.....	103

فهرس الأشكال

- رسم توضيحي 1: الإطار النظري للدراسة 49
- رسم توضيحي 2: التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة 74
- رسم توضيحي 3: التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة 75
- رسم توضيحي 4: التمثيل البياني لدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة 76
- رسم توضيحي 5: التمثيل البياني لاستخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات... 77
- رسم توضيحي 6: التمثيل البياني لمساهمته تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء 78
- رسم توضيحي 7: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال 79
- رسم توضيحي 8: التمثيل البياني لاعتبار المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار..... 80
- رسم توضيحي 9: التمثيل البياني لاعتبار المنافسة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي..... 81
- رسم توضيحي 10: التمثيل البياني لمساهمة استراتيجيات المنافسة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق . 83
- رسم توضيحي 11: التمثيل البياني لمساعدة المنافسة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي .. 84
- رسم توضيحي 12: التمثيل البياني لاعتبار تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا..... 85
- رسم توضيحي 13: التمثيل البياني لاستثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة 86
- رسم توضيحي 14: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات 87
- رسم توضيحي 15: التمثيل البياني لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء..... 88
- رسم توضيحي 16: التمثيل البياني لوجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما 89
- رسم توضيحي 17: التمثيل البياني لمساهمة المنافسة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات 91
- رسم توضيحي 18: التمثيل البياني لاستخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية 92
- رسم توضيحي 19: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع 93
- رسم توضيحي 20: التمثيل البياني لاعتبار المرونة التنظيمية عنصرا حاسما في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي 94
- رسم توضيحي 21: التمثيل البياني لمساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات 95
- رسم توضيحي 22: متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة 96

رسم توضيحي 23: المقاييس المتماثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في زيادة القدرة على الابتكار

98..... في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

رسم توضيحي 24: المقاييس المتماثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات

100..... السوق في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

رسم توضيحي 25: المقاييس المتماثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر في قطاع

102..... الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

المستخلص Abstract

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الذكاء الاصطناعي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، مع التركيز على الدور المعدل للمناعة التنظيمية. تناولت الدراسة استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة أساسية لتحسين الكفاءة التشغيلية، وتقديم خدمات مبتكرة، وتحقيق رضا العملاء في بيئة تنافسية. ركزت الدراسة على كيفية تأثير هذه التكنولوجيا في تعزيز القدرات التنافسية للشركات من خلال تحسين العمليات وتقديم منتجات جديدة. منهجية الدراسة اعتمدت على تحليل البيانات التي تم جمعها من شركات الاتصالات السعودية، حيث تم تطبيق منهجية كمية باستخدام استبيانات لجمع البيانات وتحليلها إحصائيًا. شملت العينة مجموعة من العاملين في القطاع ممن لديهم معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي. توصلت النتائج إلى أنه يعد الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحسين تجربة العملاء وزيادة الكفاءة. أسهمت المناعة التنظيمية في تعزيز تأثير الذكاء الاصطناعي عبر تحسين مرونة الشركات وقدرتها على التكيف مع التغيرات التكنولوجية. وجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي يدعم نجاح الشركات في تحقيق التميز التنافسي. أوصت الدراسة بتشجيع الشركات على الاستثمار في تطوير البنية التحتية التكنولوجية، وضرورة تحسين المناعة التنظيمية لتعزيز قدرة الشركات على تبني الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، وتدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتوسيع الابتكار وتحقيق الكفاءة التشغيلية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي - الميزة التنافسية - المناعة التنظيمية - قطاع الاتصالات - الابتكار -

الكفاءة التشغيلية - رضا العملاء.

الفصل الأول

المقدمة

يعد الذكاء الاصطناعي من أهم التطورات التكنولوجية التي شهدها العالم في العقود الأخيرة، حيث أصبح له تأثير كبير على مختلف القطاعات الاقتصادية والصناعية، بما في ذلك قطاع الاتصالات، حيث يعد الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة الأنظمة الحاسوبية على تنفيذ المهام التي تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً، مثل التعلم، التفكير، التحليل، واتخاذ القرارات، كما إن استخدام الذكاء الاصطناعي في قطاع الاتصالات يمكن أن يؤدي إلى تحسين الكفاءة التشغيلية، تقديم خدمات مبتكرة، وتحقيق مستوى عالٍ من رضا العملاء، وفي البيئة التنافسية العالية التي تواجهها شركات الاتصالات اليوم، أصبح تحقيق ميزة تنافسية أمراً ضرورياً للبقاء والنجاح، نظراً لأنها تسمح بالقدرة على تقديم قيمة متفوقة للعملاء مقارنة بالمنافسين، مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية وتحقيق أرباح أعلى، وفي هذا السياق، يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً محورياً في تعزيز هذه الميزة من خلال تمكين الشركات من تحسين عملياتها، تقديم خدمات جديدة ومبتكرة، وتحسين تجربة العملاء (Liu، 2020).

ومن ناحية أخرى، لا يمكن تجاهل أهمية المناعة التنظيمية في هذا السياق لأن من خلالها يمكن للمؤسسة القدرة على التكيف مع التغيرات الخارجية والداخلية، التعافي من الأزمات، والمرونة في مواجهة التحديات، علاوة على ذلك تُعد المناعة التنظيمية عاملاً حاسماً في ضمان استدامة الميزة التنافسية التي تحققها الشركات من خلال الذكاء الاصطناعي، إذ يمكن للمؤسسات التي تتمتع بمناعة تنظيمية قوية أن تستجيب بسرعة وفعالية للتغيرات التكنولوجية، السوقية، والتنظيمية، مما يعزز من قدرتها على الحفاظ على ميزتها التنافسية.

وفي قطاع الاتصالات السعودي، يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً متزايد الأهمية في تعزيز الميزة التنافسية للشركات، حيث إن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة، تطوير منتجات جديدة، وزيادة كفاءة العمليات، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم حلول مخصصة وتحليلات دقيقة لاحتياجات العملاء وتفضيلاتهم، والجدير بالذكر أن تحقيق الاستفادة القصوى من الذكاء الاصطناعي يتطلب تبني نهج شامل يتضمن تطوير البنية التحتية التكنولوجية، تدريب العاملين، وتطوير سياسات تنظيمية تدعم الابتكار، بالإضافة إلى ذلك، يجب على شركات الاتصالات العمل على تعزيز مناعتها التنظيمية لضمان استدامة المكاسب التنافسية التي تحققها من خلال الذكاء الاصطناعي (Georgescu، 2024).

وبالتالي، يمكن القول إن دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات الشركات في قطاع الاتصالات السعودي، مع التركيز على تعزيز المنافسة التنظيمية، يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، ويعد هذا الأمر ضروريًا للشركات التي تسعى للتميز في سوق متغير وديناميكي مثل قطاع الاتصالات، وفي هذا السياق، فإن دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات السعودية، مع التركيز على دور المنافسة التنظيمية كعامل معدل يعزز من تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء التنافسي للشركات (Negut، 2024).

مشكلة الدراسة

تواجه شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية تحديات كبيرة في ظل بيئة تنافسية متزايدة وتعقيدات تكنولوجية متسارعة، فمع تطور التكنولوجيا وازدياد توقعات العملاء، أصبحت الشركات بحاجة إلى تبني تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي لتحسين أدائها وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، حيث أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين كفاءة العمليات، تقديم خدمات مبتكرة، وتحليل البيانات الضخمة لتوفير تجارب مخصصة للعملاء، ومع ذلك، فإن تحقيق الاستفادة القصوى من هذه التكنولوجيا يتطلب ليس فقط تبني الأدوات والتقنيات المناسبة، بل أيضًا تطوير قدرات تنظيمية تمكن الشركة من التكيف مع التغيرات السريعة والاستجابة للتحديات المستمرة (Alfaifi، 2022).

ومن ثم تبرز الإشكالية البحثية حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، والدور الذي تلعبه المنافسة التنظيمية كعامل معدل في هذا السياق، والتي تعكس قدرة المؤسسة على التكيف، الابتكار، والتحمل في وجه الضغوط الخارجية، علاوة على ذلك تعد عنصرًا حاسمًا لضمان استدامة الفوائد المستمدة من الذكاء الاصطناعي، وفي سياق ما سبق إن الشركات التي تمتلك مناعة تنظيمية قوية ستكون قادرة على استغلال الذكاء الاصطناعي بكفاءة أعلى، مما يمكنها من الحفاظ على تفوقها التنافسي في سوق متغير وديناميكي، وبالتالي ظهرت الحاجة إلى دراسة العلاقة بين تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وأداء الشركات، وتحليل كيفية تأثير المنافسة التنظيمية على قدرة الشركات على تحقيق وتثبيت هذه الميزة التنافسية مما يؤدي إلى تحسين أدائها وزيادة رضا عملائها في السوق السعودي (Chatterjee، 2021).

أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية:

تكتسب هذه الدراسة أهمية علمية كبيرة كونها تركز على تحليل أثر الذكاء الاصطناعي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، بالإضافة لدور المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق، وهذا الموضوع له أهمية بالغة في الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية في قطاع الاتصالات، كما ستقدم الدراسة فهماً عميقاً للعوامل التي تؤثر على فعالية الذكاء الاصطناعي في ضمان نجاح الميزة التنافسية من خلال تحليل البيانات النوعية والكمية المستمدة من شركات الاتصالات السعودية، وستساهم الدراسة في تقديم نموذج تحليلي شامل يمكن أن يكون مرجعاً للباحثين والممارسين في مجال الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية والمناعة التنظيمية في قطاع الاتصالات، ومن ثم، يمكن أن تسهم في إثراء المعرفة وتمثل إسهاماً كبيراً على الصعيد العلمي في ظل غياب الكتابات العربية المتخصصة في هذا الشأن، كما أنها تسهم في فتح الباب أمام دراسات أخرى للدول العربية (Alnor، 2024).

- الأهمية العملية:

توفر هذه الدراسة توجيهات عملية لشركات الاتصالات السعودية لتحسين وتطوير استراتيجيات الذكاء الاصطناعي وتحقيق الميزة التنافسية، بما يتماشى مع أهداف ونمو أعمالها، كما ستساعد الدراسة في تحسين كفاءة وفعالية وتميز شركات الاتصالات من خلال تقديم توصيات عملية مستمدة من أفضل الممارسات العالمية في مجال الذكاء الاصطناعي والمناعة التنظيمية والميزة التنافسية في قطاع الاتصالات، علاوة على ذلك، ستساعد هذه الدراسة الجهات الحكومية والمؤسسات الداعمة على فهم أفضل للاحتياجات والتحديات التي تواجه شركات الاتصالات في هذا المجال، مما يساهم في صياغة سياسات وبرامج داعمة لتعزيز نجاح هذه الشركات في القطاع (Alshawawreh، 2024).

أهداف الدراسة

إن الهدف الرئيس والمحموري لهذا البحث يتمثل في محاولة التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق، ويمكن تحديد الأهداف الفرعية للدراسة على النحو الآتي:

- (1) بيان أثر التعلم الآلي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، والدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل.
- (2) بيان أثر الذكاء الاصطناعي التنبؤي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، والدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل.
- (3) بيان أثر الأتمتة الذكية على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، والدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل.
- (4) بيان أثر تحليل البيانات الكبيرة على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، والدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل.

تساؤلات الدراسة

- السؤال الرئيسي للدراسة:

- ✓ ما هو أثر الذكاء الاصطناعي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق؟

- ويتفرع من هذا السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- (1) ما أثر التعلم الآلي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل؟
- (2) ما أثر الذكاء الاصطناعي التنبؤي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل؟
- (3) ما أثر الأتمتة الذكية على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل؟
- (4) ما أثر تحليل البيانات الكبيرة على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، وما الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل؟

فروض الدراسة

- الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.005$) لتأثير الذكاء الاصطناعي بأبعاده (التعلم الآلي، الذكاء الاصطناعي التنبؤي، الأتمتة الذكية، تحليل البيانات الكبيرة)، على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، بالإضافة للدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق، وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- (1) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.005$) للتعلم الآلي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، ولا للدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق.
- (2) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.005$) للذكاء الاصطناعي التنبؤي على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، ولا الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق.
- (3) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.005$) للأتمتة الذكية على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، ولا للدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق.
- (4) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.005$) لتحليل البيانات الكبيرة على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي، ولا الدور الذي تلعبه المناعة التنظيمية كمتغير معدل في هذا السياق.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

لإعداد دراسة بعنوان "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، من الضروري الاعتماد على نظرية علمية شاملة ومتعددة الأبعاد. هذه النظرية ستضمن عدة جوانب رئيسية، منها تعريف الذكاء الاصطناعي، استعراض مفهوم الميزة التنافسية، وتحليل دور المناعة المنظمة. إليك شرحًا تفصيليًا للنظرية العلمية المتبعة لإعداد هذا البحث:

- تعريف الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب يهدف إلى تطوير أنظمة قادرة على محاكاة الذكاء البشري. يتضمن الذكاء الاصطناعي تقنيات مثل التعلم الآلي، الشبكات العصبية، معالجة اللغة الطبيعية، والروبوتات. في السياق المؤسسي، يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين الكفاءة التشغيلية، وتحليل البيانات الضخمة، وتقديم رؤى استراتيجية يمكن أن تعزز من الميزة التنافسية. يتمحور البحث حول كيفية استخدام الشركات في قطاع الاتصالات للذكاء الاصطناعي لتعزيز أدائها التنافسي (Collins، 2021).

- مفهوم الميزة التنافسية

الميزة التنافسية تشير إلى قدرة الشركة على تحقيق أداء أفضل من منافسيها في السوق. يتم تعريفها على أنها العوامل التي تمكن الشركة من تحقيق مستويات أعلى من الكفاءة، والابتكار، ورضا العملاء. تشمل المزايا التنافسية تحسين العمليات، تقديم منتجات وخدمات مبتكرة، وتطوير علاقات قوية مع العملاء. وفي ظل التحول الرقمي الذي يشهده قطاع الاتصالات، يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي دور حيوي في تعزيز هذه المزايا (Twin، 2024).

- دور المناعة المنظمة

تعتبر المناعة المنظمة بمثابة القدرة التي تمتلكها المنظمات لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية. تشمل المناعة المنظمة القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في البيئة الخارجية، والحفاظ على استقرار العمليات. في هذا السياق، فإن المناعة المنظمة تُعتبر عاملاً معديلاً، حيث يمكن أن تؤثر على كيفية استجابة الشركات في قطاع الاتصالات لتقنيات الذكاء الاصطناعي. على سبيل المثال، يمكن للشركات التي تمتلك مناعة تنظيمية قوية أن تتبنى تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بسرعة أكبر، مما يمنحها ميزة تنافسية (Jabur، 2022).

- العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية

يتمثل الجزء الأساسي من الدراسة في فهم كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤثر بشكل مباشر على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات. يعتمد البحث على تحليل البيانات والإحصاءات لفهم كيفية تحسين الذكاء الاصطناعي للعمليات، مثل تحسين خدمة العملاء، وتقليل التكاليف، وزيادة الإيرادات. سيتم استعراض دراسات سابقة توضح كيف استخدمت الشركات الكبرى في قطاع الاتصالات الذكاء الاصطناعي لتعزيز أدائها التنافسي (Climent، 2024).

- الإطار البحثي

سينتضمن الإطار البحثي في هذه الدراسة نماذج نظرية وأدوات تحليلية مختلفة. سيتم استخدام المنهج الكمي لجمع البيانات، حيث ستستخدم استبيانات لجمع الآراء حول استخدام الذكاء الاصطناعي وتأثيره على الميزة التنافسية. بالإضافة إلى ذلك، سيتم استخدام التحليل الإحصائي لتفسير النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات. سيتناول الإطار أيضًا نماذج تحليلية توضح العلاقة بين المناعة التنظيمية ونجاح تطبيق الذكاء الاصطناعي.

- النتائج والتوصيات

ستسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية تستند إلى النتائج المستخلصة من التحليل. من المتوقع أن تسلط النتائج الضوء على أهمية استثمار الشركات في تطوير قدراتها في الذكاء الاصطناعي، وضرورة تعزيز المناعة التنظيمية لتحقيق أقصى استفادة من هذه التقنيات. ستختتم الدراسة بتوصيات لتحسين الاستراتيجيات المؤسسية في هذا السياق. ستجمع هذه الدراسة بين مجموعة من النظريات والأدوات التحليلية لتقديم رؤى عميقة حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي. ستوفر النتائج إطارًا يساعد الشركات في فهم كيفية التكيف مع التحولات التكنولوجية والتنافس بشكل فعال في السوق.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

المقدمة

يعتبر الفصل الثاني من الدراسة جزءاً محورياً من البحث، حيث يُعنى بتقديم الدراسات السابقة والإطار النظري الذي سيعتمد عليه الباحث في تحليل الظواهر المدروسة. يهدف هذا الفصل إلى استعراض الأدبيات العلمية المتعلقة بالموضوع، والتي تشكل أساساً لفهم كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤثر على الميزة التنافسية للشركات في قطاع الاتصالات، بالإضافة إلى توضيح دور المناعة التنظيمية كعامل معدّل.

سيتضمن هذا الفصل مراجعة شاملة لأبرز الأبحاث والدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، بالإضافة إلى مفهوم المناعة التنظيمية. سيتم تحليل كيفية ارتباط هذه المفاهيم ببعضها البعض وكيف أثبتت الدراسات السابقة وجود تأثيرات ملحوظة في هذا السياق. من خلال هذا الاستعراض، سيتمكن الباحث من تقديم سياق أكاديمي يستند إلى الأدلة والبراهين، مما يعزز من مصداقية النتائج التي سيتم التوصل إليها في الدراسة.

تعتبر الدراسات السابقة عنصراً أساسياً في البحث الأكاديمي، حيث توفر سياقاً تاريخياً وفهماً معمقاً للموضوع المدروس. من خلال مراجعة الأدبيات، يمكن تحديد الثغرات الموجودة في الأبحاث السابقة، وتحديد الاتجاهات البحثية التي لم تُستكمل بعد. في حالة دراسة أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية، سيكون من المهم النظر إلى الأبحاث التي تناولت الموضوعات ذات الصلة، مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع الاتصالات، ونتائجها على الأداء المؤسسي.

تساعد مراجعة الدراسات السابقة في تحديد المناهج النظرية التي تم استخدامها في الأبحاث السابقة، مما يسهل على الباحث اختيار المنهج المناسب للدراسة الحالية. ستساهم هذه المراجعة أيضاً في بناء إطار نظري متكامل يعتمد على المفاهيم الرئيسية التي سيتم تناولها في البحث، مثل الذكاء الاصطناعي، والميزة التنافسية، والمناعة التنظيمية. من خلال وضع هذا الإطار، يمكن توضيح كيف تتداخل هذه المفاهيم وتؤثر على بعضها البعض.

سيتمثل الإطار النظري في هذا الفصل في وضع الأطر المفاهيمية والنماذج التي تفسر العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، ودور المناعة التنظيمية في تعزيز هذه العلاقة. سيتناول البحث أهم النظريات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، مثل نظرية الابتكار التكنولوجي ونظرية الموارد والقدرات، مما يساعد في تفسير كيفية تأثير هذه العوامل على قدرة المؤسسات على تحقيق ميزة تنافسية في بيئاتها.

سيتضمن الإطار النظري تحليلًا لكيفية تأثير المناعة المنظمية على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي. ستساعد هذه التحليلات في فهم كيف يمكن للمؤسسات أن تبني قدرتها على التكيف مع التغيرات التكنولوجية، وبالتالي تعزيز ميزة تنافسية دائمة. من خلال هذا الإطار، سيتمكن الباحث من صياغة فرضياته البحثية بشكل منظم، مما يسهل عملية جمع البيانات وتحليلها لاحقًا.

سيكون الفصل الثاني بمثابة العمود الفقري للدراسة، حيث سيوفر الأساس النظري الذي يُبنى عليه البحث. من خلال مراجعة الأدبيات السابقة وتقديم إطار نظري متكامل، سيكون الباحث قادرًا على وضع نتائج البحث في سياق أكاديمي وعلمي قوي. سيسهم ذلك في تعزيز فهم العلاقات المعقدة بين الذكاء الاصطناعي، والميزة التنافسية، والمناعة المنظمية، وبالتالي تقديم رؤى استراتيجية قيمة يمكن أن تسهم في تحسين أداء قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

المتغير التابع والمستقل:

تلعب المتغيرات دوراً حيوياً في هيكلة أي دراسة علمية، حيث تحدد العلاقات التي يسعى الباحث لفهمها واختبارها. في دراسة "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، تنقسم المتغيرات إلى متغير تابع، وهو دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية، ومتغيرات مستقلة، والتي تشمل القدرة على الابتكار، والاستجابة لتغيرات السوق، وتقليل المخاطر. يعد توضيح هذه المتغيرات بشكل مفصل أمراً ضرورياً لفهم الأبعاد المختلفة التي تؤثر على الأداء التنافسي للشركات في قطاع الاتصالات.

- المتغير التابع: دور الذكاء الاصطناعي

يُعتبر الذكاء الاصطناعي المتغير التابع في هذه الدراسة، حيث يتمثل في الأدوات والتطبيقات التكنولوجية التي تعتمد على قدرات الآلات على معالجة البيانات وتحليلها لاتخاذ قرارات أو تقديم توصيات. في قطاع الاتصالات، يستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات مثل تحسين خدمة العملاء، تحسين كفاءة العمليات، وتحليل البيانات الضخمة، مما يساهم بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية للشركات.

الذكاء الاصطناعي يمكن شركات الاتصالات من تحسين كفاءة العمليات التشغيلية من خلال أتمتة المهام الروتينية، مما يتيح للموظفين التركيز على المهام الأكثر أهمية وإبداعاً. كما يسمح بتحليل البيانات الكبيرة التي تجمعها الشركات، مما يساعد على اتخاذ قرارات أسرع وأكثر دقة بناءً على التنبؤات المستقبلية. بالإضافة إلى ذلك، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء من خلال تطبيقات مثل المساعدات الافتراضية والدعم التقني الآلي، مما يعزز من رضا العملاء ويحافظ على ولائهم للشركة.

يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كمصدر رئيسي للميزة التنافسية في قطاع الاتصالات، حيث يمكن أن يؤدي تبني استراتيجيات الذكاء الاصطناعي إلى تحسين الأداء التشغيلي وزيادة الكفاءة العامة. لذلك، دور الذكاء الاصطناعي هو المتغير المحوري الذي تقيس الدراسة مدى تأثيره على الميزة التنافسية.

- المتغيرات المستقلة

✓ القدرة على الابتكار

تعد القدرة على الابتكار أحد المتغيرات المستقلة الرئيسية التي تؤثر على قدرة الشركات في قطاع الاتصالات على استخدام الذكاء الاصطناعي لتحقيق الميزة التنافسية. الابتكار يشير إلى قدرة الشركات على تطوير منتجات وخدمات جديدة، أو تحسين العمليات الداخلية باستخدام تقنيات مبتكرة، وهو ما يمكن أن يمنحها ميزة تنافسية مستدامة.

الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا محوريًا في تعزيز الابتكار داخل الشركات، حيث يتيح استكشاف مجالات جديدة من خلال تحليل البيانات واستخلاص أنماط تساعد على التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية. الشركات التي تتمتع بقدرة عالية على الابتكار تكون أكثر استعدادًا لتبني تقنيات جديدة وتطوير حلول تكنولوجية متقدمة تميزها عن منافسيها.

على سبيل المثال، يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي الشركات على تطوير خدمات جديدة تعتمد على التحليلات التنبؤية أو تحسين تجربة المستخدم عبر تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي التفاعلي. الابتكار المستمر يعزز مكانة الشركات في السوق، ويجعلها أكثر قدرة على الاستجابة لتغيرات الطلب، ما يزيد من قوتها التنافسية.

✓ الاستجابة لتغيرات السوق

تعتبر الاستجابة لتغيرات السوق من أهم المتغيرات المستقلة التي تساهم في تحديد نجاح الشركات في قطاع الاتصالات. في عالم يتميز بسرعة التغير التكنولوجي واحتياجات العملاء المتغيرة باستمرار، القدرة على التكيف مع هذه التغيرات يمثل عاملاً حاسماً في البقاء والمنافسة. الذكاء الاصطناعي يوفر للشركات أدوات تساعد على التنبؤ بتغيرات السوق بسرعة وفعالية.

القدرة على الاستجابة لتغيرات السوق تشمل مرونة الشركات في تعديل استراتيجياتها ومنتجاتها وخدماتها بما يتناسب مع الطلب المتغير واحتياجات العملاء الجديدة. الشركات التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي تكون أكثر قدرة على فهم الأنماط السلوكية للعملاء والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، مما يمكنها من اتخاذ قرارات سريعة استناداً إلى بيانات دقيقة وموثوقة.

على سبيل المثال، باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات السوق، يمكن للشركات تحديد الفرص الجديدة وتحليل أداء منتجاتها وخدماتها في الوقت الفعلي، مما يتيح لها التكيف مع الاتجاهات الجديدة قبل منافسيها. تلك المرونة في الاستجابة تمكن الشركات من المحافظة على موقعها التنافسي والتفوق في ظل بيئة ديناميكية متغيرة.

✓ تقليل المخاطر

تقليل المخاطر يعد أيضاً أحد المتغيرات المستقلة التي ترتبط بتأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية. في بيئة الأعمال التي تواجه فيها الشركات العديد من التحديات والمخاطر مثل التغيرات الاقتصادية، التحديات التقنية، والمخاطر التشغيلية، فإن تقليل هذه المخاطر يشكل ميزة تنافسية رئيسية.

الذكاء الاصطناعي يتيح للشركات التنبؤ بالمخاطر وتحليل السيناريوهات المستقبلية بناءً على البيانات التاريخية، مما يمكنها من اتخاذ إجراءات وقائية قبل حدوث الأزمات. كما يمكن للشركات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لمراقبة عملياتها باستمرار وتحليل البيانات في الوقت الفعلي للكشف عن أي تهديدات محتملة أو نقاط ضعف في النظام التشغيلي.

من خلال تقليل المخاطر، تستطيع الشركات الحفاظ على استقرار عملياتها وتقليل التكاليف الناتجة عن التوقعات غير المتوقعة أو الأخطاء التشغيلية. هذا التحسين في إدارة المخاطر يعزز ثقة المستثمرين والعملاء في الشركة، ويمنحها القدرة على المنافسة بشكل أكثر فعالية، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز قدرتها التنافسية.

➤ العلاقة بين المتغيرات

تسعى الدراسة إلى فهم كيفية تأثير المتغيرات المستقلة الثلاثة (القدرة على الابتكار، الاستجابة لتغيرات السوق، وتقليل المخاطر) على المتغير التابع، وهو دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الميزة التنافسية. تفترض الدراسة أن الشركات التي تتمتع بقدرات ابتكارية عالية، وتستجيب بسرعة لتغيرات السوق، وتقلل من المخاطر التشغيلية باستخدام الذكاء الاصطناعي، ستكون أكثر قدرة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في قطاع الاتصالات.

علاوة على ذلك، يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً مركزياً في تعزيز هذه القدرات. فهو يمكن الشركات من الابتكار بشكل أسرع، والاستجابة للتغيرات السوقية بمرونة أكبر، وتقليل المخاطر عبر التنبؤ الدقيق وتحليل البيانات. بناءً على هذا النموذج، تستند الفرضيات الأساسية في الدراسة إلى التأثير المشترك لهذه المتغيرات على الأداء التنافسي لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

تمثل متغيرات الدراسة جزءاً مهماً من الهيكل العلمي الذي يقوم عليه البحث. الذكاء الاصطناعي بوصفه المتغير التابع يعتبر الأساس الذي يتم قياس تأثيره على الميزة التنافسية. في المقابل، تمثل المتغيرات المستقلة، مثل القدرة على الابتكار،

والاستجابة لتغيرات السوق، وتقليل المخاطر، العوامل التي تعزز من قيمة الذكاء الاصطناعي وتساهم في تعزيز القدرة التنافسية للشركات.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي

1) الدراسات العربية

- دراسة (عثمان، 2020)

هدفت إلى تقديم مقارنة قانونية شاملة للذكاء الاصطناعي، حيث ركزت على تحليل الأطر القانونية والتنظيمية التي تحكم استخدام وتطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي، هدفت الدراسة إلى استكشاف التحديات القانونية والأخلاقية التي تواجه هذه التقنيات، وتقديم توصيات لتحسين التشريعات والسياسات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، حيث المتغير المستقل هو الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة، والذي يتضمن التقنيات المتقدمة مثل التعلم الآلي، والروبوتات، وتحليل البيانات الكبيرة، ركزت الدراسة على كيفية تأثير هذه التقنيات على مختلف القطاعات الاجتماعية والاقتصادية، أما المتغير التابع هو الأطر القانونية والتنظيمية، ويشمل ذلك القوانين والتشريعات والسياسات التي تنظم استخدام وتطوير الذكاء الاصطناعي، وكيفية تكيف هذه الأطر مع التحديات الجديدة التي تفرضها التقنيات الحديثة، واعتمدت منهجية البحث في هذه الدراسة على تحليل نوعي للأدبيات القانونية والسياسات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، تم استخدام تحليل المحتوى لدراسة القوانين الحالية وتحديد الفجوات والتحديات التي تواجه تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى ذلك، استندت الدراسة إلى مقارنة بين الأطر القانونية في مختلف الدول لتحديد أفضل الممارسات.

وتوصلت الدراسة إلى أن الأطر القانونية الحالية غالباً ما تكون غير كافية لمواجهة التحديات التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي. أظهرت الدراسة أن هناك فجوات كبيرة في التشريعات، مما يؤدي إلى مخاطر تتعلق بالخصوصية والأمان والمسؤولية القانونية، كما أشارت الدراسة إلى الحاجة الماسة لتحديث القوانين وتطوير سياسات جديدة تتناسب مع التطورات السريعة في مجال الذكاء الاصطناعي، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير أطر قانونية مرنة وشاملة تتماشى مع

التقدم التكنولوجي. دعت إلى وضع سياسات جديدة تركز على حماية الحقوق الشخصية وضمان الأمان السيبراني، بالإضافة إلى تحديد المسؤوليات القانونية بشكل واضح بين مختلف الأطراف المعنية بتطوير واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أكدت على أهمية التعاون الدولي في مجال تنظيم الذكاء الاصطناعي لتبادل الخبرات وتطوير معايير قانونية مشتركة.

- دراسة (بويحة، 2022)

هدفت إلى استكشاف التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي وتأثيراته على مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية، ركزت الدراسة على تحليل كيفية استفادة القطاعات المختلفة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع تحديد الانعكاسات الإيجابية والسلبية لهذه التطبيقات على المجتمعات والأفراد، حيث المتغير المستقل هو الذكاء الاصطناعي بأبعاده المتعددة، ويتضمن ذلك تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصناعة، والخدمات المالية، والرعاية الصحية، والتعليم، وغيرها من القطاعات. ركزت الدراسة على كيفية تطبيق هذه التقنيات لتعزيز الكفاءة وتحقيق الابتكار، أما المتغير التابع هو الانعكاسات الاقتصادية والاجتماعية لهذه التطبيقات، ويشمل ذلك تأثير الذكاء الاصطناعي على سوق العمل، وتحسين جودة الحياة، وتعزيز النمو الاقتصادي، بالإضافة إلى التحديات المرتبطة بالخصوصية والأمان، اعتمدت منهجية البحث في هذه الدراسة على تحليل نوعي ووصفي لمجموعة واسعة من الأدبيات والتقارير الأكاديمية والتجارب العملية المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، تم استخدام تحليل المحتوى لتقييم البيانات والمعلومات المتعلقة بالتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على الدراسات التي تناولت تجارب محددة في هذا المجال.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد أسهمت بشكل كبير في تحسين الكفاءة والإنتاجية في مختلف القطاعات، مما أدى إلى زيادة النمو الاقتصادي وتحسين جودة الخدمات المقدمة، كما أظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤدي إلى تغييرات جوهرية في سوق العمل، من خلال خلق فرص عمل جديدة تتطلب مهارات متقدمة، في حين قد يتسبب في فقدان وظائف تقليدية تتطلب مهارات أقل، بالإضافة إلى ذلك، أبرزت الدراسة التحديات المتعلقة بحماية الخصوصية والأمان السيبراني، والتي تحتاج إلى معالجات فعالة لضمان الاستخدام الآمن والمسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير سياسات شاملة لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، تشمل توفير التدريب والتأهيل المهني للعاملين في القطاعات المختلفة لمواكبة التحولات التكنولوجية، كما دعت إلى تعزيز التعاون

بين القطاعين العام والخاص لتطوير بنية تحتية تكنولوجية متقدمة، وتوفير الموارد اللازمة لدعم الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى ذلك، أكدت الدراسة على أهمية وضع تشريعات وقوانين تحمي الخصوصية وتضمن الأمان السيبراني، مع تعزيز الوعي العام حول فوائد ومخاطر الذكاء الاصطناعي.

- دراسة (عامر ، 2022)

هدفت إلى استكشاف الأسس النظرية والتطبيقية للذكاء الاصطناعي في مجال المكتبات وعلوم المعلومات، مع التركيز على كيفية تطبيق هذه التقنيات لتعزيز خدمات المكتبات وتحسين إدارة المعلومات، تناولت الدراسة أهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير المكتبات الرقمية وتحسين الكفاءة التشغيلية للمكتبات التقليدية، حيث المتغير المستقل هو الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة، ويتضمن ذلك تقنيات معالجة اللغة الطبيعية، التعلم الآلي، وتحليل البيانات الكبيرة، وركزت الدراسة على كيفية تطبيق هذه التقنيات في المكتبات لتحسين عمليات البحث واسترجاع المعلومات، وإدارة المجموعات الرقمية، وتقديم خدمات معلوماتية مخصصة للمستخدمين، أما المتغير التابع هو تحسين خدمات المكتبات وعلوم المعلومات، ويشمل ذلك زيادة فعالية البحث واسترجاع المعلومات، تحسين إدارة الموارد، وتقديم خدمات مبتكرة تلبي احتياجات المستخدمين بشكل أكثر دقة وفعالية، اعتمدت منهجية البحث في هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات وتحليل البيانات المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المكتبات وعلوم المعلومات، استخدمت الدراسة تحليل المحتوى لتحديد الاتجاهات الرئيسية والتحديات في هذا المجال، مع التركيز على الدراسات التي تناولت تجارب محددة في تطبيق الذكاء الاصطناعي في المكتبات.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المكتبات قد أسهمت بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقديم خدمات معلوماتية متقدمة، وأظهرت الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تعزز قدرة المكتبات على معالجة كميات كبيرة من البيانات، وتحسين دقة وفعالية عمليات البحث واسترجاع المعلومات، كما أشارت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في المكتبات يمكن أن يوفر خدمات مخصصة تلبي احتياجات المستخدمين بشكل أفضل، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الاستثمار في تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال المكتبات وعلوم المعلومات، دعت إلى تقديم برامج تدريبية للموظفين في المكتبات لتعزيز مهاراتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أوصت بتطوير بنية تحتية تكنولوجية متقدمة لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المكتبات، بالإضافة إلى ذلك، أكدت الدراسة على أهمية التعاون بين المكتبات والمؤسسات الأكاديمية لتبادل الخبرات وأفضل الممارسات في هذا المجال.

(2) الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Lund، 2024)

هدفت الدراسة إلى توضيح كيفية إدارة الذكاء الاصطناعي في عملية النشر العلمي. تهدف هذه الورقة إلى مناقشة كيفية تكامل الذكاء الاصطناعي في عملية النشر والتحديات والمخاطر المحتملة المرتبطة باستخدامه، حيث المتغير المستقل هو الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة مثل الخوارزميات وتقنيات التعلم الآلي والأدوات التوليدية مثل ChatGPT و Scite و DALL-E. أما المتغير التابع هو عملية النشر العلمي وتأثير الذكاء الاصطناعي عليها، بما في ذلك الكتابة والتحليل والمراجعة وتقديم المقالات، ومنهجية البحث شملت مراجعة الأدبيات الحالية والممارسات المتبعة في النشر العلمي، بالإضافة إلى تحليل السياسات والتوجهات المعتمدة من قبل دور النشر والمؤسسات العلمية الكبرى فيما يخص استخدام الذكاء الاصطناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل خطوة كبيرة في عملية النشر العلمي، حيث يمكن استخدامه في الكتابة والتحليل والمراجعة وتقديم المقالات، ومع ذلك، فإن هناك مخاطر كبيرة تتعلق بالأخطاء والتزييف العلمي الذي قد ينتج عن استخدام هذه التقنيات، كما أبرزت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يحسن من الكفاءة والجودة في النشر العلمي، ولكنه لا يمكن أن يحل محل البشر في اتخاذ القرارات العلمية، وأوصت الدراسة بضرورة وضع سياسات واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في النشر العلمي، تشمل توضيح دور الذكاء الاصطناعي وحدود استخدامه، وضمان الشفافية في استخدام الأدوات التوليدية، والحفاظ على الأمانة العلمية، كما أوصت بضرورة تدريب الباحثين على استخدام هذه التقنيات بشكل مسؤول وفهم المخاطر المرتبطة بها.

- دراسة (Krenn، 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في كيفية مساهمة أنظمة الذكاء الاصطناعي المتقدمة، وبشكل خاص الذكاء الاصطناعي، في الحصول على فهم علمي جديد أو اكتسابه ذاتيًا، حيث حدد الباحثون ثلاثة أبعاد أساسية لمساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق الفهم العلمي الجديد، أما المتغير المستقل فهو أنظمة الذكاء الاصطناعي المتقدمة، والتي تتضمن ثلاثة أبعاد رئيسية: أولاً، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعمل كأداة لكشف خصائص النظام المادي التي من الصعب أو المستحيل استكشافها بطرق أخرى، والتي يمكن بعد ذلك لإنسان أن يرفعها إلى مستوى الفهم العلمي، ثانياً، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون مصدرًا للإلهام في ابتكار مفاهيم وأفكار جديدة والتي يتم بعد ذلك فهمها وتعميمها من

قبل العلماء البشريين. ثالثاً، يعمل الذكاء الاصطناعي كوكيل للفهم، حيث يصل إلى رؤى علمية جديدة ويمكن نقلها إلى الباحثين البشريين، أما المتغير التابع فهو الفهم العلمي الجديد.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استعراض الأدبيات ذات الصلة بالموضوع، بالإضافة إلى مسح لعدة عشرات من العلماء العاملين على تقاطع علوم الحياة والكيمياء والفيزياء مع الذكاء الاصطناعي والطرق الحسابية المتقدمة، وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في الفهم العلمي الجديد من خلال تلك الأبعاد الثلاثة، وأوصت الدراسة بضرورة توجيه البحث المستقبلي في هذا المجال المتعدد التخصصات والناشئ بشكل كبير.

- دراسة (Salvatore La Rosa، 2024)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الواقع العملي، أما المتغير المستقل فهو تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأبعاده (التعلم الآلي، التعلم العميق، الحوسبة المعرفية)، والمتغير التابع هو كيفية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة الأدبيات والبحوث السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي قد أحدث ثورة في جميع جوانب الحياة، وأنه يستخدم في تحليل البيانات الضخمة وتحسين كفاءة الأنظمة التصنيعية والخدمية. كما أن التعلم الآلي والتعلم العميق والحوسبة المعرفية هي من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في فهم اللغة البشرية والتنبؤ والتعلم من الخبرات السابقة، وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في جميع المجالات، وتشجيع البحث والتطوير في هذا المجال لتطوير حلول جديدة تساعد في تحسين حياة الإنسان، كما أوصت بضرورة تدريب الكوادر البشرية على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها المختلفة.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية:

(1) الدراسات العربية:

- دراسة (رايح، 2023)

هدفت الدراسة إلى تحليل أبعاد الميزة التنافسية في آسيا وفهم كيفية تحقيقها والحفاظ عليها في منظمات الأعمال، ركزت الدراسة على تحديد العوامل التي تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية وكيفية استغلالها بشكل فعال لتعزيز القدرة

التنافسية للمنظمات، حيث المتغير المستقل هو أبعاد الميزة التنافسية، التي تشمل الابتكار، والجودة، والكفاءة، والعلاقات مع العملاء، وتوافر الموارد، بينما المتغير التابع هو تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال في آسيا، إذ تم دراسة كيفية تأثير كل بعد من أبعاد الميزة التنافسية على القدرة التنافسية للمنظمات وكيفية تحسين الأداء العام للمؤسسات، واعتمدت الدراسة على منهجية تحليلية وصفية، حيث تم جمع البيانات من خلال المسوحات والاستبيانات الموزعة على عينة من الشركات في آسيا، تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المختلفة لاستخلاص النتائج والتوصل إلى استنتاجات موثوقة، كما استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات التحليلية لتقييم العلاقة بين أبعاد الميزة التنافسية والقدرة التنافسية للمنظمات.

وتوصلت الدراسة إلى أن الابتكار يلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الميزة التنافسية، حيث يعزز من قدرة الشركات على تقديم منتجات وخدمات متميزة تتفوق على المنافسين، كما أكدت الدراسة أن جودة المنتجات والخدمات تعتبر عاملاً أساسيًا في بناء سمعة قوية للشركات والحفاظ على ولاء العملاء، بالإضافة إلى ذلك، أشارت النتائج إلى أن الكفاءة في استخدام الموارد والعمليات التشغيلية تسهم بشكل كبير في تحقيق الميزة التنافسية، حيث تقلل من التكاليف وتحسن من فعالية الأداء، كما أظهرت الدراسة أن العلاقات الجيدة مع العملاء والقدرة على فهم احتياجاتهم وتلبيةها تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز القدرة التنافسية للشركات، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على الابتكار كاستراتيجية أساسية لتحقيق الميزة التنافسية، مع تعزيز جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء، كما أكدت على أهمية تحسين الكفاءة التشغيلية واستخدام الموارد بشكل فعال لتحقيق التميز وتقليل التكاليف، كما دعت إلى بناء علاقات قوية مع العملاء والحفاظ عليها من خلال فهم احتياجاتهم وتقديم حلول مبتكرة لتلبيةها، وشددت الدراسة على ضرورة استثمار الشركات في تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم لضمان استمرار الابتكار والجودة والكفاءة في العمل، مما يسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمنظمات في السوق الآسيوي.

- دراسة (الياس، 2021)

هدفت الدراسة إلى استكشاف وتحليل مفهوم التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، وقد سعت إلى فهم كيفية تحقيق هذه الميزة والمحافظة عليها في بيئة الأعمال المتغيرة، تركزت الدراسة على تحديد العوامل الأساسية التي تسهم في بناء الميزة التنافسية وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات في ظل المنافسة الشديدة، حيث المتغير المستقل هو التنافسية بأبعادها المختلفة، والتي تشمل الابتكار، والجودة، والمرونة، والسرعة في الاستجابة، والقدرة على التكيف مع التغيرات

في السوق، بينما المتغير التابع هو الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، حيث تم دراسة كيفية تأثير كل من هذه الأبعاد على تحقيق الميزة التنافسية ونجاح المنظمات في السوق، اعتمدت الدراسة على منهجية وصفية تحليلية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومسوحات تم توزيعها على عينة من الشركات، تم تحليل البيانات باستخدام تقنيات إحصائية متنوعة لاستخلاص النتائج وتقديم استنتاجات دقيقة، كما استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات التحليلية لتقييم تأثير التنافسية على الميزة التنافسية في منظمات الأعمال.

وتوصلت الدراسة إلى أن الابتكار يعتبر أحد العوامل الرئيسية في تحقيق الميزة التنافسية، حيث يساعد الشركات على تقديم منتجات وخدمات جديدة وفريدة تلي احتياجات العملاء بطرق مبتكرة، كما أظهرت الدراسة أن جودة المنتجات والخدمات تلعب دورًا حاسمًا في بناء سمعة قوية للشركات وتحقيق رضا العملاء، بالإضافة إلى ذلك، أشارت النتائج إلى أن المرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات في السوق تساهم بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية، حيث تمكن الشركات من الاستجابة بسرعة للتحديات والفرص الجديدة، كما أوضحت الدراسة أن السرعة في الاستجابة لاحتياجات العملاء وتلبية توقعاتهم تعتبر عنصرًا مهمًا في بناء الميزة التنافسية والمحافظة عليها، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على الابتكار كعنصر أساسي لتحقيق الميزة التنافسية، مع تعزيز الجودة في جميع جوانب العمليات الإنتاجية والخدمية، كما شددت على أهمية المرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات في السوق لضمان الاستجابة السريعة للتحديات والفرص، كما دعت إلى تحسين السرعة في الاستجابة لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم لتحقيق رضاهم وبناء علاقات طويلة الأمد معهم، وأكدت الدراسة على أهمية الاستثمار في تدريب وتطوير الموظفين لضمان استمرار الابتكار والجودة والمرونة في العمل، مما يساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمنظمات والمحافظة على مكانتها في السوق.

- دراسة (المرتضى، 2022)

هدفت الدراسة إلى تحليل وتقييم أبعاد الميزة التنافسية في نظام التعليم العام بليبيا، ركزت الدراسة على استكشاف العوامل التي تساهم في تحسين جودة التعليم وزيادة قدرته على التنافس مع الأنظمة التعليمية الأخرى، حيث المتغير المستقل هو أبعاد الميزة التنافسية في التعليم العام، والتي تشمل جودة التعليم، وفعالية المناهج الدراسية، وكفاءة المدرسين، والبنية التحتية التعليمية، بينما المتغير التابع هو القدرة التنافسية لنظام التعليم العام، تم تحليل كيفية تأثير كل بعد من أبعاد الميزة التنافسية على الأداء العام وجودة التعليم في المدارس العامة، اعتمدت الدراسة على منهجية تحليلية وصفية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع المدرسين والطلاب وأولياء الأمور، وتم تحليل

البيانات باستخدام تقنيات إحصائية متنوعة لاستخلاص النتائج وتقديم استنتاجات موثوقة، كما تم استخدام مجموعة من الأدوات التحليلية لتقييم العلاقة بين أبعاد الميزة التنافسية وجودة التعليم.

وتوصلت الدراسة إلى أن جودة التعليم تعتبر من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية، حيث أظهرت النتائج أن المدارس التي تقدم تعليمًا عالي الجودة تتمتع بسمعة أفضل وتجذب عددًا أكبر من الطلاب، كما أشارت الدراسة إلى أن فعالية المناهج الدراسية وكفاءة المدرسين يلعبان دورًا كبيرًا في تحسين الأداء التعليمي وزيادة القدرة التنافسية للمدارس، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن تحسين البنية التحتية التعليمية يساهم بشكل كبير في توفير بيئة تعليمية محفزة وجاذبة للطلاب، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على تحسين جودة التعليم من خلال تطوير المناهج الدراسية وتوفير تدريب مستمر للمدرسين لتعزيز كفاءتهم، كما شددت على أهمية تحسين البنية التحتية للمدارس لتوفير بيئة تعليمية ملائمة، دعت الدراسة أيضًا إلى تعزيز الشراكة بين المدارس وأولياء الأمور والمجتمع المحلي لتحسين جودة التعليم وزيادة القدرة التنافسية للمدارس العامة في ليبيا، وأكدت الدراسة على ضرورة تبني سياسات تعليمية تستند إلى تحليل دقيق للاحتياجات التعليمية ومتطلبات السوق لضمان تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

- دراسة (حنان، 2024)

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور اليقظة التنافسية في تطوير الميزة التنافسية، مع التركيز على حالة مؤسسة المياه المعدنية منصورة تلمسان، هدفت الدراسة إلى فهم كيفية استخدام اليقظة التنافسية كأداة استراتيجية لتحسين الأداء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، حيث المتغير المستقل هو اليقظة التنافسية بأبعادها المختلفة، التي تشمل جمع المعلومات، وتحليل البيانات، ومراقبة السوق، والاستجابة السريعة للتغيرات، بينما المتغير التابع هو الميزة التنافسية للمؤسسة، تم دراسة تأثير اليقظة التنافسية على تحقيق وتحسين الميزة التنافسية في مؤسسة المياه المعدنية، واعتمدت الدراسة على منهجية وصفية تحليلية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع موظفي المؤسسة والإدارة، وتم تحليل البيانات باستخدام أدوات إحصائية متنوعة لاستخلاص النتائج وتقديم استنتاجات دقيقة، كما استخدمت الدراسة أدوات تحليلية لتقييم كيفية تأثير اليقظة التنافسية على الأداء والميزة التنافسية للمؤسسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن اليقظة التنافسية تلعب دورًا حاسمًا في تطوير الميزة التنافسية، حيث أظهرت النتائج أن المؤسسة التي تعتمد على جمع المعلومات وتحليل البيانات بشكل فعال تستطيع التكيف بسرعة مع التغيرات في السوق وتحقيق تفوق على المنافسين، كما أشارت الدراسة إلى أن مراقبة السوق والاستجابة السريعة للتغيرات تساعد في تحسين

الأداء وزيادة القدرة التنافسية، أظهرت النتائج أيضًا أن اليقظة التنافسية تعزز من قدرة المؤسسة على تقديم منتجات ذات جودة عالية تلبي احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة اليقظة التنافسية داخل المؤسسات من خلال تدريب الموظفين على أهمية جمع المعلومات وتحليلها بشكل مستمر، كما شددت على أهمية تطوير نظم معلومات متقدمة تساعد في مراقبة السوق وتحليل البيانات بفعالية، دعت الدراسة أيضًا إلى تبني استراتيجيات استجابة سريعة للتغيرات في السوق لضمان تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وأكدت على ضرورة تحسين التواصل والتعاون بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة لتعزيز القدرة على التكيف والاستجابة للتحديات والفرص الجديدة.

- دراسة (الكراتي، 2024)

هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين الميزة التنافسية وسلاسل التوريد في منظمات الأعمال، ركزت الدراسة على فهم كيفية تحسين إدارة سلاسل التوريد لتحقيق الميزة التنافسية وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات في السوق، حيث المتغير المستقل هو إدارة سلاسل التوريد بأبعادها المختلفة، التي تشمل التخطيط الاستراتيجي، وإدارة العلاقات مع الموردين، وتحسين العمليات اللوجستية، واستخدام التكنولوجيا، بينما المتغير التابع هو الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، تم دراسة تأثير إدارة سلاسل التوريد على تحقيق وتحسين الميزة التنافسية، واعتمدت الدراسة على منهجية تحليلية وصفية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع مديري سلاسل التوريد في عدة شركات، وتم تحليل البيانات باستخدام تقنيات إحصائية متنوعة لاستخلاص النتائج وتقديم استنتاجات دقيقة، كما استخدمت الدراسة أدوات تحليلية لتقييم كيفية تأثير إدارة سلاسل التوريد على الميزة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التخطيط الاستراتيجي الفعال لإدارة سلاسل التوريد يلعب دورًا رئيسيًا في تحقيق الميزة التنافسية، حيث أظهرت النتائج أن الشركات التي تقوم بتخطيط استراتيجي دقيق تتمكن من تحسين كفاءة العمليات وتقليل التكاليف، كما أشارت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات مع الموردين تسهم بشكل كبير في تحسين جودة المواد الخام وتقليل زمن التوريد، مما يؤدي إلى تحسين الأداء العام، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن تحسين العمليات اللوجستية واستخدام التكنولوجيا الحديثة يعزز من قدرة الشركات على تلبية احتياجات العملاء بفعالية وسرعة، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على التخطيط الاستراتيجي الفعال لإدارة سلاسل التوريد كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية، كما شددت على أهمية بناء علاقات قوية مع الموردين وتطوير استراتيجيات تعاونية لتحسين الجودة وتقليل زمن التوريد، دعت الدراسة أيضًا إلى تحسين العمليات اللوجستية وتبني التكنولوجيا الحديثة لتعزيز الكفاءة والقدرة

على تلبية احتياجات العملاء، وأكدت على ضرورة التدريب المستمر للموظفين في مجال إدارة سلاسل التوريد لضمان تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

- دراسة (نزار، 2020)

هدفت الدراسة إلى تحليل دور الابتكار التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية، مستندة إلى نموذج المصرف التجاري السوري، سعت الدراسة إلى فهم كيفية تطبيق الابتكار التنظيمي لتحسين الأداء وزيادة القدرة التنافسية للمصرف في السوق المالي، حيث المتغير المستقل هو الابتكار التنظيمي بأبعاده المختلفة، التي تشمل الابتكار في العمليات، الابتكار في المنتجات والخدمات، والابتكار في الإدارة، أما المتغير التابع هو الميزة التنافسية، تم دراسة كيفية تأثير كل بعد من أبعاد الابتكار التنظيمي على تحقيق الميزة التنافسية في المصرف التجاري السوري، اعتمدت الدراسة على منهجية وصفية تحليلية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع موظفي المصرف، وتم تحليل البيانات باستخدام تقنيات إحصائية متنوعة لاستخلاص النتائج وتقديم استنتاجات دقيقة، كما استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات التحليلية لتقييم العلاقة بين الابتكار التنظيمي والميزة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الابتكار التنظيمي يلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الميزة التنافسية، حيث أظهرت النتائج أن الابتكار في العمليات يساهم بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف، مما يعزز من القدرة التنافسية للمصرف، كما أظهرت النتائج أن الابتكار في المنتجات والخدمات يساعد في تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وجذب عملاء جدد، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن الابتكار في الإدارة يعزز من القدرة على اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة وتحسين الأداء الإداري بشكل عام، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة الابتكار التنظيمي داخل المصرف من خلال توفير بيئة تشجع على الإبداع والتجديد، كما شددت على أهمية تقديم التدريب المستمر للموظفين في مجالات الابتكار لتحسين مهاراتهم وقدراتهم، دعت الدراسة أيضًا إلى تطوير استراتيجيات واضحة للابتكار في المنتجات والخدمات لتحسين تلبية احتياجات العملاء وزيادة القدرة التنافسية، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة العمليات لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل المصرف لتشجيع تبادل الأفكار وتعزيز الابتكار التنظيمي بشكل مستدام، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة التنافسية وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

هدفت إلى استكشاف دور القيادة التنظيمية في تعزيز الابتكار وخلق ميزة تنافسية في شركات الخدمات في الأسواق الناشئة، تسعى الدراسة إلى فهم كيف يمكن للقيادة التنظيمية أن تؤثر في قدرة الشركات على الابتكار وتحقيق تفوق تنافسي في بيئات الأعمال المتغيرة والسريعة النمو، حيث المتغير المستقل هو القيادة التنظيمية بأبعادها المختلفة، التي تشمل الرؤية القيادية، والدعم الإداري، وتشجيع الابتكار، وبناء ثقافة تنظيمية داعمة، أما المتغير التابع هو الميزة التنافسية، تم تحليل كيف يمكن لعناصر القيادة التنظيمية أن تسهم في تطوير وتنفيذ استراتيجيات الابتكار التي تعزز من الميزة التنافسية للشركات في الأسواق الناشئة، واعتمدت الدراسة على منهجية بحثية كمية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من المدراء والموظفين في شركات خدمات مختلفة في الأسواق الناشئة، استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لتحديد العلاقة بين القيادة التنظيمية والابتكار والميزة التنافسية، وتم تحليل البيانات باستخدام نماذج الانحدار وتحليل المسار لفهم تأثير المتغيرات المختلفة.

وتوصلت الدراسة إلى أن القيادة التنظيمية تلعب دورًا حاسمًا في تعزيز الابتكار وخلق ميزة تنافسية، حيث أظهرت النتائج أن الرؤية القيادية والدعم الإداري يشجعان على تبني ممارسات الابتكار ويسهمان في تحسين الأداء التنظيمي، كما بينت الدراسة أن تشجيع الابتكار وبناء ثقافة تنظيمية داعمة يعزز من قدرة الشركات على تطوير منتجات وخدمات مبتكرة، مما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وأكدت النتائج أن القيادة الفعالة ترتبط ارتباطًا وثيقًا بتحقيق التفوق التنافسي من خلال تعزيز قدرة الشركات على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال والاستجابة للاحتياجات المتغيرة للعملاء.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز دور القيادة التنظيمية في دعم الابتكار من خلال تبني استراتيجيات واضحة للرؤية القيادية وتشجيع ثقافة الابتكار داخل الشركات، كما شددت على أهمية تقديم الدعم الإداري اللازم لتحفيز الموظفين على الابتكار وتطوير أفكار جديدة، دعت الدراسة أيضًا إلى بناء ثقافة تنظيمية داعمة تشجع على التعاون وتبادل المعرفة بين الموظفين لزيادة الفعالية التنظيمية، وأكدت على ضرورة الاستثمار في برامج تدريبية لتنمية مهارات القيادة والابتكار لدى المدراء والموظفين، وأشارت إلى أهمية تقييم ومراجعة سياسات وإجراءات الشركات بانتظام لضمان تماشيها مع

التغيرات في بيئة الأعمال، وأخيراً، أكدت الدراسة على ضرورة تبني نهج استراتيجي متكامل يعزز من التنسيق بين جميع عناصر القيادة التنظيمية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

- دراسة (Muhammad، 2018)

هدفت إلى استكشاف دور الشبكات في أداء المشاريع الجديدة، وكيفية تأثير الميزة التنافسية كوسيط في هذه العلاقة، تسعى الدراسة إلى فهم كيفية تحسين أداء المشاريع الجديدة من خلال الشبكات الاجتماعية والمهنية، وأيضاً تحديد العوامل التي تسهم في تحقيق ميزة تنافسية، حيث المتغير المستقل هو الشبكات بأبعادها المختلفة، التي تشمل الشبكات الاجتماعية، والشبكات المهنية، والشبكات الصناعية، أما التابع هو أداء المشاريع الجديدة، يتم تحليل كيف يمكن لعناصر الشبكات أن تسهم في تحقيق ميزة تنافسية وبالتالي تحسين أداء المشاريع، كما أن الدراسة تدرس دور الميزة التنافسية كوسيط في تعزيز العلاقة بين الشبكات وأداء المشاريع، واعتمدت الدراسة على منهجية بحثية كمية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من رواد الأعمال في المشاريع الجديدة في الأسواق الناشئة، تم استخدام التحليل الإحصائي لتحديد العلاقة بين المتغيرات المختلفة، واستخدام النماذج الهيكلية لفهم تأثير الشبكات على أداء المشاريع من خلال الميزة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشبكات تلعب دوراً حاسماً في تحسين أداء المشاريع الجديدة، حيث أظهرت النتائج أن الشبكات الاجتماعية والمهنية تساهم في تبادل المعرفة والموارد، مما يعزز من القدرة التنافسية للمشاريع، وأكدت النتائج أن الميزة التنافسية تعد وسيلة مهمة لتعزيز تأثير الشبكات على أداء المشاريع، حيث تبين أن المشاريع التي تحقق ميزة تنافسية من خلال شبكاتها تتمتع بأداء أفضل من تلك التي لا تفعل ذلك، وأشارت الدراسة إلى أن الشبكات الصناعية لها تأثير أقل مقارنة بالشبكات الاجتماعية والمهنية في تحسين أداء المشاريع، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز دور الشبكات في دعم أداء المشاريع الجديدة من خلال تشجيع رواد الأعمال على بناء وتوسيع شبكاتهم الاجتماعية والمهنية، كما شددت على أهمية تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال استراتيجيات مبتكرة ومتكاملة، دعت الدراسة إلى توفير بيئة داعمة لتبادل المعرفة والموارد بين رواد الأعمال لتحسين أداء مشاريعهم، وأكدت على ضرورة تقديم برامج تدريبية وتنموية لتعزيز مهارات بناء الشبكات والتنافسية لدى رواد الأعمال، وأشارت إلى أهمية استخدام تقنيات حديثة ومنهجيات متقدمة لتحليل ودراسة تأثير الشبكات على أداء المشاريع، وأخيراً، أكدت الدراسة على ضرورة تبني استراتيجيات شاملة ومتكاملة لتعزيز العلاقات بين رواد الأعمال والمجتمع الصناعي لتحقيق أداء أفضل للمشاريع الجديدة.

هدفت إلى استكشاف العلاقة بين رأس المال الفكري، والاستراتيجية الريادية، وأداء المشاريع الجديدة، مع التركيز على دور الميزة التنافسية كوسيط في هذه العلاقة، تسعى الدراسة إلى فهم كيفية تعزيز أداء المشاريع الجديدة من خلال الاستفادة من رأس المال الفكري وتبني استراتيجيات ريادية فعالة، حيث المتغير المستقل هو رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة التي تشمل رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال العلاقتي، والاستراتيجية الريادية بأبعادها المختلفة، التي تشمل الابتكار، والمخاطرة، واستباقية السوق، أما التابع هو أداء المشاريع الجديدة، يتم تحليل كيف يمكن لعناصر رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية أن تسهم في تحقيق ميزة تنافسية وبالتالي تحسين أداء المشاريع، كما أن الدراسة تدرس دور الميزة التنافسية كوسيط في تعزيز العلاقة بين رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية وأداء المشاريع، اعتمدت الدراسة على منهجية بحثية كمية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من رواد الأعمال في المشاريع الجديدة في الأسواق الناشئة، تم استخدام التحليل الإحصائي لتحديد العلاقة بين المتغيرات المختلفة، واستخدام النماذج الهيكلية لفهم تأثير رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية على أداء المشاريع من خلال الميزة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية يلعبان دوراً حاسماً في تحسين أداء المشاريع الجديدة، حيث أظهرت النتائج أن رأس المال البشري والهيكلية والعلاقاتي يسهم بشكل كبير في تحقيق ميزة تنافسية، وأكدت النتائج أن الابتكار والمخاطرة واستباقية السوق تعد عناصر أساسية في تحقيق الأداء المتميز للمشاريع، وأشارت الدراسة إلى أن الميزة التنافسية تعمل كوسيط قوي في تعزيز تأثير رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية على أداء المشاريع، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز دور رأس المال الفكري في دعم أداء المشاريع الجديدة من خلال الاستثمار في تنمية المهارات البشرية وبناء الهياكل التنظيمية الداعمة، كما شددت على أهمية تبني استراتيجيات ريادية مبتكرة وشجاعة لتعزيز الميزة التنافسية، دعت الدراسة إلى توفير بيئة داعمة لتبادل المعرفة والموارد بين رواد الأعمال لتحسين أداء مشاريعهم، وأكدت على ضرورة تقديم برامج تدريبية وتنموية لتعزيز مهارات رأس المال الفكري والريادة لدى رواد الأعمال، وأشارت إلى أهمية استخدام تقنيات حديثة ومنهجيات متقدمة لتحليل ودراسة تأثير رأس المال الفكري والاستراتيجية الريادية على أداء المشاريع، وأخيراً، أكدت الدراسة على ضرورة تبني استراتيجيات شاملة ومتكاملة لتعزيز العلاقات بين رواد الأعمال والمجتمع الصناعي لتحقيق أداء أفضل للمشاريع الجديدة.

هدفت إلى استكشاف تأثير عوامل إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة داخل المنظمات، تسعى الدراسة إلى فهم كيفية استخدام وإدارة المعرفة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة تسهم في تحسين الأداء التنظيمي، حيث المتغير المستقل هو عوامل إدارة المعرفة، بأبعادها المختلفة التي تشمل اكتساب المعرفة، وتخزين المعرفة، ونقل المعرفة، وتطبيق المعرفة، أما المتغير التابع فهو الميزة التنافسية المستدامة، يتم تحليل كيف يمكن لعناصر إدارة المعرفة أن تسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة داخل المنظمات، واعتمدت الدراسة على منهجية بحثية كمية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من العاملين في منظمات مختلفة، تم استخدام التحليل الإحصائي لتحديد العلاقة بين المتغيرات المختلفة، واستخدام النماذج الهيكلية لفهم تأثير عوامل إدارة المعرفة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

وتوصلت الدراسة إلى أن عوامل إدارة المعرفة تلعب دوراً حاسماً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة داخل المنظمات، حيث أظهرت النتائج أن اكتساب المعرفة وتخزينها ونقلها وتطبيقها تسهم بشكل كبير في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وأكدت النتائج أن الاستخدام الفعال للمعرفة يمكن أن يعزز الابتكار والكفاءة والأداء التنظيمي بشكل عام، كما أشارت الدراسة إلى أن المنظمات التي تستثمر في إدارة المعرفة تحقق أداءً أفضل من تلك التي لا تفعل ذلك، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز دور إدارة المعرفة في دعم تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة المعرفة، دعت الدراسة إلى توفير بيئة داعمة لتبادل المعرفة ونقلها وتطبيقها داخل المنظمة لتحسين الأداء التنظيمي، كما شددت على أهمية الاستثمار في تنمية مهارات العاملين في إدارة المعرفة وتوفير التدريب اللازم لهم، وأكدت الدراسة على ضرورة استخدام تقنيات حديثة ومنهجيات متقدمة لتحليل ودراسة تأثير عوامل إدارة المعرفة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وأخيراً، أكدت الدراسة على ضرورة تبني استراتيجيات شاملة ومتكاملة لإدارة المعرفة بهدف تعزيز الأداء التنظيمي وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

هدفت إلى دراسة تأثير مرونة سلسلة التوريد على أداء الشركات والميزة التنافسية، تسعى الدراسة إلى فهم كيفية تأثير مرونة سلسلة التوريد في تعزيز الأداء والميزة التنافسية للشركات في بيئة الأعمال الحديثة، حيث المتغير المستقل هو مرونة سلسلة التوريد، بأبعادها المختلفة التي تشمل التكيف، والمرونة، والقدرة على الاستجابة السريعة، أما المتغير

التابع فهو أداء الشركات والميزة التنافسية، يتم تحليل كيف يمكن لعناصر مرونة سلسلة التوريد أن تسهم في تحسين أداء الشركات وتحقيق ميزة تنافسية، اعتمدت الدراسة على منهجية بحثية كمية، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى عينة من الشركات في قطاعات مختلفة، تم استخدام التحليل الإحصائي لتحديد العلاقة بين المتغيرات المختلفة، واستخدام النماذج الهيكلية لفهم تأثير مرونة سلسلة التوريد على أداء الشركات والميزة التنافسية. وتوصلت الدراسة إلى أن مرونة سلسلة التوريد تلعب دوراً حاسماً في تحسين أداء الشركات وتحقيق ميزة تنافسية، حيث أظهرت النتائج أن القدرة على التكيف والمرونة والاستجابة السريعة تسهم بشكل كبير في تحسين الأداء الكلي للشركات، وأكدت النتائج أن الشركات التي تتمتع بمرونة عالية في سلسلة التوريد تحقق أداءً أفضل من تلك التي لا تتمتع بهذه المرونة، كما أشارت الدراسة إلى أن المرونة في سلسلة التوريد يمكن أن تعزز القدرة التنافسية للشركات من خلال تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمات والمنتجات، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز مرونة سلسلة التوريد في دعم أداء الشركات وتحقيق الميزة التنافسية من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لزيادة التكيف والمرونة والاستجابة السريعة في سلسلة التوريد، دعت الدراسة إلى توفير بيئة داعمة لتحسين مرونة سلسلة التوريد داخل الشركات وتعزيز القدرة على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال، كما شددت على أهمية الاستثمار في تقنيات حديثة ومنهجيات متقدمة لتحليل ودراسة تأثير مرونة سلسلة التوريد على أداء الشركات والميزة التنافسية، وأخيراً، أكدت الدراسة على ضرورة تبني استراتيجيات شاملة ومتكاملة لتعزيز مرونة سلسلة التوريد بهدف تحسين الأداء الكلي للشركات وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

- دراسة (Krakowski، 2022)

هدفت إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على مصادر الميزة التنافسية المتغيرة في الشركات، سعت الدراسة إلى فهم كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية لتعزيز الميزة التنافسية وتحديد التحديات والفرص التي تواجه الشركات في تبني هذه التكنولوجيا، حيث المتغير المستقل هو الذكاء الاصطناعي، بأبعاده المختلفة التي تشمل تحليل البيانات، والتعلم الآلي، والأتمتة، أما المتغير التابع فهو الميزة التنافسية للشركات، يتم تحليل كيف يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تؤثر على تحسين الأداء وتعزيز القدرة التنافسية للشركات في بيئات الأعمال الديناميكية، واعتمدت الدراسة على منهجية بحثية نوعية، حيث تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة مع مدراء تنفيذيين في شركات متنوعة، بالإضافة إلى مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، تم استخدام

التحليل النوعي لفهم التوجهات والاستراتيجيات المتبعة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقييم تأثيرها على الميزة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً محورياً في تحويل مصادر الميزة التنافسية داخل الشركات، حيث أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز الكفاءة التشغيلية، ويزيد من القدرة على الابتكار، ويحسن من تجربة العملاء، أكدت النتائج أن الشركات التي تتبنى الذكاء الاصطناعي بفعالية تحقق أداءً أفضل وتتمكن من التفوق على المنافسين، كما أشارت الدراسة إلى أن التحديات المتعلقة بتبني الذكاء الاصطناعي تشمل قضايا الخصوصية، والأمان، والأخلاقيات، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات داعمة لتبني هذه التكنولوجيا، دعت الدراسة إلى توفير بيئة تنظيمية وتكنولوجية ملائمة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتعزيز ثقافة الابتكار داخل الشركات، كما شددت على أهمية الاستثمار في تدريب الموظفين على استخدام الذكاء الاصطناعي وتطوير مهاراتهم التقنية، وأكدت الدراسة على ضرورة التعاون بين الشركات والمؤسسات البحثية لتطوير حلول مبتكرة في مجال الذكاء الاصطناعي، وأخيراً، أوصت الدراسة بضرورة وضع إطار عمل أخلاقي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لضمان الاستخدام المسؤول والأخلاقي لهذه التكنولوجيا في بيئات الأعمال.

ثالثاً: الدراسات المتعلقة بالمناعة التنظيمية:

(1) الدراسات العربية:

- دراسة (محمد، 2022)

هدفت الدراسة إلى دراسة أثر نظم المناعة التنظيمية في الصحة التنظيمية للشركة المصرية للاتصالات، تهدف الدراسة إلى تحليل كيف يمكن لنظم المناعة التنظيمية تعزيز الصحة التنظيمية من خلال تحسين مرونة الشركة وقدرتها على التكيف مع التحديات والمخاطر المختلفة، حيث المتغير المستقل هو نظم المناعة التنظيمية بأبعادها المتعددة، التي تشمل المناعة الاستراتيجية، المناعة التشغيلية، والمناعة الثقافية، أما التابع هو الصحة التنظيمية، تم تحليل كيف تساهم كل من هذه الأبعاد في تعزيز الصحة التنظيمية عبر تحسين الأداء العام للشركة وتعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية، واعتمدت الدراسة على منهجية ميدانية باستخدام الاستبيانات لجمع البيانات من عينة من موظفي

الشركة المصرية للاتصالات، كما استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات، تم تطبيق أدوات تحليلية متنوعة لتقديم فهم عميق لتأثير نظم المناعة التنظيمية على الصحة التنظيمية. وتوصلت الدراسة إلى أن نظم المناعة التنظيمية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز الصحة التنظيمية، حيث أظهرت النتائج أن المناعة الاستراتيجية تسهم في تحسين القدرة على التكيف مع التغيرات في السوق وتجنب الأزمات المحتملة، كما بينت النتائج أن المناعة التشغيلية تساعد في تحسين كفاءة العمليات وتقليل الأخطاء التشغيلية، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن المناعة الثقافية تعزز من روح الفريق والالتزام بالقيم التنظيمية، مما يسهم في تعزيز الصحة التنظيمية بشكل عام، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز نظم المناعة التنظيمية داخل الشركة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة المخاطر والتكيف مع التغيرات، كما شددت على أهمية تقديم التدريب المستمر للموظفين في مجالات المناعة التنظيمية لتحسين مهاراتهم وقدراتهم على التكيف مع التحديات، دعت الدراسة أيضًا إلى تعزيز التواصل الداخلي وتبادل المعرفة بين الموظفين لتعزيز المناعة الثقافية، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة العمليات لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل الشركة لتشجيع تبادل الأفكار وتعزيز الصحة التنظيمية بشكل مستدام، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة التنافسية وتحقيق الصحة التنظيمية المستدامة.

- دراسة (عبدالله، 2021)

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير التفكير النظري على زيادة المناعة التنظيمية في شركة الحفر العراقية، تهدف الدراسة إلى فهم كيف يمكن لتطبيق منهجية التفكير النظري تحسين مرونة الشركة وقدرتها على التكيف مع التحديات المختلفة، حيث المتغير المستقل هو التفكير النظري بأبعاده المتعددة، التي تشمل التكامل والابتكار والتكيف، أما المتغير التابع هو المناعة التنظيمية، تم تحليل كيف تساهم كل من هذه الأبعاد في تعزيز المناعة التنظيمية عبر تحسين الأداء العام للشركة وتعزيز قدرتها على مواجهة الأزمات، اعتمدت الدراسة على منهجية استطلاعية باستخدام الاستبيانات لجمع البيانات من عينة من المسؤولين في شركة الحفر العراقية، كما استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات، تم تطبيق أدوات تحليلية متنوعة لتقديم فهم عميق لتأثير التفكير النظري على المناعة التنظيمية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التفكير النظري يلعب دورًا مهمًا في زيادة المناعة التنظيمية، حيث أظهرت النتائج أن التكامل يسهم في تحسين التنسيق بين الأقسام وتقليل التضارب في المهام، كما بينت النتائج أن الابتكار يعزز من قدرة الشركة على إيجاد حلول جديدة للمشكلات وتحقيق التميز، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن التكيف يساعد الشركة على التكيف بسرعة مع التغيرات في البيئة الخارجية، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز منهجية التفكير النظري داخل الشركة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز التكامل والابتكار والتكيف، كما شددت على أهمية تقديم التدريب المستمر للموظفين في مجالات التفكير النظري لتحسين مهاراتهم وقدراتهم على التكيف مع التحديات، دعت الدراسة أيضًا إلى تعزيز التواصل الداخلي وتبادل المعرفة بين الموظفين لتعزيز المناعة التنظيمية، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة العمليات لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل الشركة لتشجيع تبادل الأفكار وتعزيز المناعة التنظيمية بشكل مستدام، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة التنافسية وزيادة المناعة التنظيمية.

- دراسة (أحمد، 2020)

هدفت الدراسة إلى تحليل دور نظام المناعة التنظيمية في تحقيق التوازن الاستراتيجي في المستشفيات الأردنية الخاصة، سعت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير نظام المناعة التنظيمية على القدرة الاستراتيجية للمستشفيات في تحقيق أهدافها والحفاظ على استقرارها، حيث المتغير المستقل هو نظام المناعة التنظيمية بأبعاده المتعددة، التي تشمل المناعة الاستراتيجية، المناعة التشغيلية، والمناعة الثقافية، أما المتغير التابع هو التوازن الاستراتيجي، تم تحليل كيف تساهم كل من هذه الأبعاد في تحقيق التوازن الاستراتيجي عبر تحسين الأداء العام للمستشفيات وتعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها، واعتمدت الدراسة على منهجية تطبيقية باستخدام الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات من عينة من موظفي المستشفيات الأردنية الخاصة، كما استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات، تم تطبيق أدوات تحليلية متنوعة لتقديم فهم عميق لتأثير نظام المناعة التنظيمية على التوازن الاستراتيجي.

وتوصلت الدراسة إلى أن نظام المناعة التنظيمية يلعب دورًا مهمًا في تحقيق التوازن الاستراتيجي، حيث أظهرت النتائج أن المناعة الاستراتيجية تسهم في تحسين القدرة على التكيف مع التغيرات في السوق وتجنب الأزمات المحتملة، كما بينت النتائج أن المناعة التشغيلية تساعد في تحسين كفاءة العمليات وتقليل الأخطاء التشغيلية، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت

الدراسة أن المناعة الثقافية تعزز من روح الفريق والالتزام بالقيم التنظيمية، مما يسهم في تعزيز التوازن الاستراتيجي بشكل عام، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز نظام المناعة التنظيمية داخل المستشفيات من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة المخاطر والتكيف مع التغيرات، كما شددت على أهمية تقديم التدريب المستمر للموظفين في مجالات المناعة التنظيمية لتحسين مهاراتهم وقدراتهم على التكيف مع التحديات، دعت الدراسة أيضًا إلى تعزيز التواصل الداخلي وتبادل المعرفة بين الموظفين لتعزيز المناعة الثقافية، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة العمليات لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل المستشفيات لتشجيع تبادل الأفكار وتعزيز التوازن الاستراتيجي بشكل مستدام، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة التنافسية وتحقيق التوازن الاستراتيجي المستدام.

- دراسة (حسن، 2021)

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير ممارسات التسويق الداخلي على المناعة التنظيمية لدى العاملين في جامعة مؤتة في الأردن، تهدف الدراسة إلى فهم كيف يمكن لممارسات التسويق الداخلي أن تسهم في تعزيز المناعة التنظيمية للجامعة وتحسين قدرتها على التكيف مع التحديات الداخلية والخارجية، حيث المتغير المستقل هو ممارسات التسويق الداخلي بأبعاده المتعددة، التي تشمل التدريب، والتطوير المهني، والتواصل الفعال، والتحفيز، والتمكين، أما المتغير التابع هو المناعة التنظيمية، تم تحليل كيف تساهم كل من هذه الأبعاد في تعزيز المناعة التنظيمية عبر تحسين أداء العاملين وزيادة رضاهم الوظيفي، اعتمدت الدراسة على منهجية تطبيقية باستخدام الاستبيانات لجمع البيانات من عينة من العاملين في جامعة مؤتة، كما استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات، تم تطبيق أدوات تحليلية متنوعة لتقديم فهم عميق لتأثير ممارسات التسويق الداخلي على المناعة التنظيمية. وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسات التسويق الداخلي تلعب دورًا مهمًا في تعزيز المناعة التنظيمية، حيث أظهرت النتائج أن التدريب والتطوير المهني يساهمان في تحسين مهارات العاملين وزيادة معرفتهم، مما يعزز من قدرتهم على التكيف مع التحديات، كما بينت النتائج أن التواصل الفعال يساهم في تحسين نقل المعلومات بين العاملين وزيادة الشفافية، مما يعزز من الثقة والتعاون بينهم، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن التحفيز والتمكين يساعدان في زيادة رضا العاملين وانتمائهم للجامعة، مما يعزز من مناعتهم التنظيمية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات التسويق الداخلي داخل الجامعة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة للتدريب والتطوير المهني، كما شددت على أهمية تحسين قنوات التواصل الداخلي لتعزيز الشفافية وتبادل المعرفة بين العاملين، دعت الدراسة أيضًا إلى تقديم حوافز مناسبة للعاملين وزيادة فرص التمكين لتحسين رضاهم الوظيفي، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة الموارد البشرية لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل الجامعة لتشجيع تبادل الأفكار وتعزيز المناعة التنظيمية بشكل مستدام، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة الأكاديمية وتعزيز المناعة التنظيمية.

- دراسة (الثابت، 2020)

هدفت الدراسة التي أجراها الثابت، أحمد سمير نايف نعمان (2020) إلى تعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة في ظل التشارك المعرفي في شركة دياي العامة، تهدف الدراسة إلى فهم كيف يمكن للتشارك المعرفي أن يسهم في تعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة وتحسين قدرة الشركة على التكيف مع التحديات المختلفة، حيث المتغير المستقل هو التشارك المعرفي بأبعاده المتعددة، التي تشمل تبادل المعرفة، والتعلم التنظيمي، والمشاركة الفعالة، أما المتغير التابع هو المناعة التنظيمية المكتسبة، تم تحليل كيف تساهم كل من هذه الأبعاد في تعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة عبر تحسين الأداء العام للشركة وزيادة قدرتها على التكيف مع التغيرات، واعتمدت الدراسة على منهجية استطلاعية باستخدام الاستبيانات لجمع البيانات من عينة من موظفي شركة دياي العامة، كما استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات، تم تطبيق أدوات تحليلية متنوعة لتقديم فهم عميق لتأثير التشارك المعرفي على المناعة التنظيمية المكتسبة.

وتوصلت الدراسة إلى أن التشارك المعرفي يلعب دورًا مهمًا في تعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة، حيث أظهرت النتائج أن تبادل المعرفة يسهم في تحسين فهم الموظفين للمشكلات وزيادة قدرتهم على إيجاد حلول مبتكرة، كما بينت النتائج أن التعلم التنظيمي يعزز من قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات من خلال تعزيز قدرات الموظفين، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن المشاركة الفعالة تزيد من انخراط الموظفين وتحسين روح الفريق، مما يسهم في تعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التشارك المعرفي داخل الشركة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لتبادل المعرفة والتعلم التنظيمي، كما شددت على أهمية تشجيع المشاركة الفعالة بين الموظفين لتعزيز روح الفريق والتعاون، دعت الدراسة أيضًا إلى تقديم فرص تدريبية مستمرة للموظفين لتحسين مهاراتهم وزيادة معرفتهم، وأكدت على ضرورة تبني تقنيات حديثة في إدارة المعرفة لتعزيز الكفاءة وتقليل التكاليف، كما دعت الدراسة إلى تعزيز التواصل الداخلي وتبادل الأفكار بين الأقسام المختلفة داخل الشركة لتعزيز التشارك المعرفي، وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة السياسات والإجراءات التنظيمية بانتظام لضمان تماشيها مع التغيرات السريعة في البيئة التنافسية وتعزيز المناعة التنظيمية المكتسبة.

(2) الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Chun، 2017)

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير أبعاد مختلفة من الفضائل التنظيمية، مثل الأخلاق والنزاهة والمسؤولية، على الجهاز المناعي التنظيمي، والذي يشير إلى قدرة المؤسسة على التكيف والاستجابة بفعالية للضغوط الخارجية، ومنهجياً، اعتمد البحث على نهج تحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة مختارة من المؤسسات، واستخدام أساليب إحصائية متقدمة لدراسة العلاقات بين المتغيرات المختلفة، من خلال تحليل البيانات بشكل دقيق، توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين الفضائل التنظيمية والجهاز المناعي التنظيمي، وتشير هذه العلاقة إلى أن تعزيز الفضائل داخل المؤسسات يعزز قدرتها على الصمود والتكيف، وهو أمر أساسي للحفاظ على أداء المؤسسة المستدام وفعاليتها في مواجهة التحديات.

وتؤكد نتائج الدراسة أهمية تعزيز الفضائل التنظيمية كاستراتيجية متكاملة لتعزيز الجهاز المناعي التنظيمي، من خلال ذلك، يمكن للمؤسسات تعزيز قدرتها على التحمل لمواجهة الانقطاعات الخارجية والضغوط الداخلية، مما يعزز في نهاية المطاف الاستدامة والفعالية التنظيمية على المدى الطويل.

- دراسة (Alsiah، 2020)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير المناعة التنظيمية على خيارات التغيير التكنولوجي الاستراتيجي في الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في بورصة عمان، حيث سعت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير تطبيق الإدارة الرشيدة الخضراء

على تعزيز النظام المناعي التنظيمي ، والدراسة ركزت على تحديد العوامل المؤثرة في قدرة الشركات على التكيف مع التغيرات التكنولوجية السريعة والمستمرة، حيث المتغير المستقل هو المنة التنظيمية بأبعاده المتعددة والتي تشمل المرونة التنظيمية، التكيف السريع مع التغيرات، والقدرة على التعلم والتطوير المستمر، أما التابع هو خيارات التغيير التكنولوجي الاستراتيجي، حيث تم قياس تأثير المنة التنظيمية على تلك الخيارات، والدراسة سعت إلى معرفة العلاقة بين المتغيرين وكيفية تحسين الاستراتيجيات التكنولوجية عبر تعزيز المنة التنظيمية، ومنهجية البحث اعتمدت على دراسة ميدانية باستخدام استبيان تم توزيعه على عينة من الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في بورصة عمان، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات تم تصميمها خصيصاً لقياس المنة التنظيمية وخيارات التغيير التكنولوجي الاستراتيجي، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لفحص العلاقة بين المتغيرات وتحديد النتائج الرئيسية.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية قوية بين المنة التنظيمية وخيارات التغيير التكنولوجي الاستراتيجي، حيث أظهرت النتائج أن الشركات التي تتمتع بمستويات عالية من المنة التنظيمية تكون أكثر قدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية وتبني الخيارات الاستراتيجية الفعالة، كما أشارت النتائج إلى أن المرونة التنظيمية والتكيف السريع مع التغيرات هما من العوامل الرئيسية التي تسهم في تعزيز قدرة الشركات على مواجهة التحديات التكنولوجية والاستفادة من الفرص الجديدة، وأوصت الدراسة بضرورة تبني الشركات الصناعية الأردنية استراتيجيات لتعزيز المنة التنظيمية من خلال التركيز على تطوير المهارات والقدرات التنظيمية، وتعزيز التواصل والتعاون بين الأقسام المختلفة، والعمل على تحقيق التوازن بين الاستقرار والتغيير، كما شددت الدراسة على أهمية الاستثمار في التدريب والتطوير المستمر للعاملين لتحسين قدرتهم على التكيف مع التغيرات التكنولوجية، وأخيراً، دعت الدراسة إلى تبني نهج الإدارة الرشيدة الخضراء كمدخل لتعزيز النظام المناعي التنظيمي وتحقيق النجاح الاستراتيجي في ظل التغيرات التكنولوجية المستمرة.

- دراسة (Muhammad، 2021)

هدفت الدراسة التي قام بها طارق أنور السمان وزياد غازي الدباغ بعنوان "الإدارة الرشيدة الخضراء كمدخل لتعزيز النظام المناعي التنظيمي" إلى تسليط الضوء على دور الإدارة الرشيدة الخضراء في تحسين وتعزيز النظام المناعي التنظيمي في المؤسسات. سعت الدراسة إلى فهم كيف يمكن للإدارة الرشيدة الخضراء، التي تجمع بين مبادئ الرشاقة والاستدامة

البيئية، أن تسهم في تعزيز قدرة المؤسسات على التكيف مع التغيرات البيئية والتكنولوجية والمحافظة على استمراريته، حيث المتغير المستقل هو الإدارة الرشيقة الخضراء بأبعادها التي تشمل العمليات المستدامة، استخدام الموارد بكفاءة، وتقليل الفاقد البيئي، أما التابع هو النظام المناخي التنظيمي، الذي يتضمن مرونة المؤسسة، قدرتها على التعلم المستمر، واستجابتها السريعة للتحديات، ومنهجية البحث اعتمدت على تحليل وثائق ودراسات سابقة بالإضافة إلى استبيان تم توزيعه على عدد من المؤسسات التي تبنت نهج الإدارة الرشيقة الخضراء. تم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع المسؤولين في تلك المؤسسات، وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق الإدارة الرشيقة الخضراء له تأثير إيجابي على تعزيز النظام المناخي التنظيمي للمؤسسات، حيث أظهرت النتائج أن المؤسسات التي تبنت هذا النهج استطاعت تحسين كفاءتها التشغيلية، تقليل التكاليف، وزيادة قدرتها على التكيف مع التغيرات البيئية والتكنولوجية، كما أظهرت الدراسة أن الإدارة الرشيقة الخضراء تساهم في خلق ثقافة تنظيمية تركز على التحسين المستمر والاستدامة، مما يعزز من قدرة المؤسسة على مواجهة التحديات المختلفة، وأوصت الدراسة بضرورة تبني المؤسسات لمبادئ الإدارة الرشيقة الخضراء لتعزيز نظامها المناخي التنظيمي، مع التركيز على تدريب الموظفين على المبادئ الرشيقة والخضراء، وتطوير سياسات تضمن الاستدامة البيئية والكفاءة التشغيلية، كما دعت إلى تعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة داخل المؤسسة لتحقيق التوازن بين الأهداف البيئية والتشغيلية، وأخيراً، أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من البحوث لتحديد أفضل الممارسات في تطبيق الإدارة الرشيقة الخضراء وتأثيرها على الأداء المؤسسي.

- دراسة (Alshawabkeh, 2021)

هدفت إلى استكشاف تأثير تطبيق مبادئ الحوكمة على تعزيز المنة التنظيمية في بلدية مادبا الكبرى، حيث سعت الدراسة إلى فهم كيفية تحسين المرونة والقدرة على التكيف للمؤسسة من خلال تنفيذ ممارسات الحوكمة الفعالة، حيث المتغير المستقل هو الحوكمة بأبعادها المختلفة، والتي تشمل الشفافية، المساءلة، المشاركة، والعدالة، أما التابع هو المنة التنظيمية، التي تتضمن قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات، الاستجابة السريعة للآزمات، وتحقيق الاستدامة المؤسسية، وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين تطبيق الحوكمة وتعزيز المنة التنظيمية في بلدية مادبا الكبرى، ومنهجية البحث اعتمدت على دراسة حالة لبلدية مادبا الكبرى، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات

وزعت على الموظفين والمسؤولين في البلدية، بالإضافة إلى مقابلات مع بعضهم لتحليل ممارسات الحوكمة المتبعة وتأثيرها على المناعة التنظيمية، وتم استخدام الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق مبادئ الحوكمة بشكل فعال يساهم بشكل كبير في تعزيز المناعة التنظيمية في بلدية مادبا الكبرى، حيث أظهرت النتائج أن الشفافية والمساءلة لهما تأثير إيجابي مباشر على قدرة البلدية على التكيف مع التغيرات والاستجابة للأزمات، كما أن المشاركة والعدالة تساهمان في تحسين التعاون الداخلي وزيادة الالتزام المؤسسي بين الموظفين، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسات الحكومية، وخاصة البلديات، من خلال تطوير سياسات وإجراءات تضمن الشفافية والمساءلة، كما دعت إلى تعزيز المشاركة الفعالة للموظفين في عملية صنع القرار، وتوفير التدريب والتطوير المستمر للموظفين لتعزيز فهمهم لمبادئ الحوكمة وأهميتها، وأخيرًا، أوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث لتحديد أفضل الممارسات في تطبيق الحوكمة وتعزيز المناعة التنظيمية في المؤسسات المختلفة.

- دراسة (Treichl، 2019)

هدفت إلى تحليل تأثير رفض الجلسات الشفهية من قبل المحاكم الإدارية الدولية على رفع المناعة التنظيمية أمام المحاكم الأوروبية، حيث سعت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير هذا الرفض على حقوق الأطراف المعنية وتأثيره على النظام القانوني الدولي، حيث المتغير المستقل هو رفض الجلسات الشفهية بأبعاده التي تشمل القرارات الأحادية، نقص الشفافية، والتأثير على العدالة، أما التابع هو المناعة التنظيمية، التي تشمل قدرة المنظمة على الدفاع عن نفسها أمام المحاكم الأوروبية وحماية مصالحها القانونية، وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين رفض الجلسات الشفهية ورفع المناعة التنظيمية أمام المحاكم الأوروبية، ومنهجية البحث اعتمدت على تحليل قانوني للمحاكمات والقرارات السابقة للمحاكم الإدارية الدولية والمحاكم الأوروبية، حيث تم دراسة حالات سابقة تم فيها رفض الجلسات الشفهية وتأثير ذلك على المناعة التنظيمية، وتم استخدام التحليل النوعي لفهم الديناميكيات القانونية والتأثيرات الناجمة عن هذه القرارات.

وتوصلت الدراسة إلى أن رفض الجلسات الشفهية من قبل المحاكم الإدارية الدولية يمكن أن يؤدي إلى ضعف المناعة التنظيمية أمام المحاكم الأوروبية، حيث أظهرت النتائج أن نقص الشفافية والقرارات الأحادية يمكن أن تضر بمصداقية المؤسسات الدولية وتقلل من قدرتها على الدفاع عن نفسها بشكل فعال، كما أن ذلك يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الشعور بعدم العدالة بين الأطراف المتضررة، وأوصت الدراسة بضرورة تحسين شفافية المحاكم الإدارية الدولية وتعزيز حق

الأطراف في الحصول على جلسات شفوية لضمان تحقيق العدالة، كما دعت إلى تطوير إجراءات قانونية أكثر توازناً وشفافية لضمان حماية حقوق الأطراف المعنية وتعزيز الثقة في النظام القانوني الدولي، وأخيراً، أوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث القانونية لتحليل تأثير القرارات الأحادية ورفض الجلسات الشفوية على المناعة التنظيمية للمؤسسات الدولية.

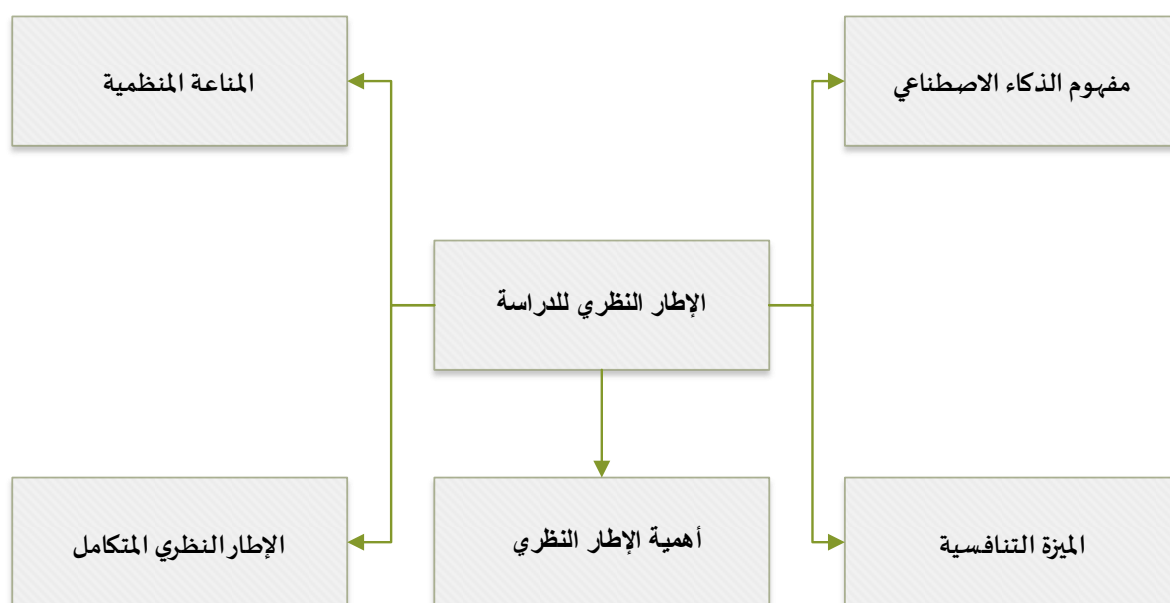
- دراسة (Voo، 2021)

هدفت إلى مناقشة الجوانب الأخلاقية لإصدار شهادات المناعة للأفراد الذين تعافوا من فيروس COVID-19، حيث سعت الدراسة إلى استكشاف التحديات الأخلاقية المرتبطة بتطبيق هذا النظام وتأثيره على المجتمع والأفراد، حيث المتغير المستقل هو شهادات المناعة بأبعادها التي تشمل معايير الإصدار، الآثار الصحية، والاجتماعية، والسياسات المرتبطة بها، أما التابع هو الاعتبارات الأخلاقية، التي تشمل العدالة، الخصوصية، والمساواة، وهدفت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير شهادات المناعة على القيم الأخلاقية المختلفة وتحديد التوازن المطلوب بين الصحة العامة وحقوق الأفراد، ومنهجية البحث اعتمدت على تحليل الأدبيات والدراسات السابقة حول موضوع شهادات المناعة، بالإضافة إلى مناقشات وحوارات مع خبراء في الأخلاقيات والصحة العامة، وتم استخدام التحليل النوعي لفهم التحديات الأخلاقية المرتبطة بتطبيق شهادات المناعة وتقديم توصيات حول كيفية التعامل معها.

وتوصلت الدراسة إلى أن إصدار شهادات المناعة لـ COVID-19 يثير العديد من التحديات الأخلاقية، حيث أظهرت النتائج أن هناك مخاوف بشأن العدالة والمساواة في الحصول على الشهادات، وكذلك التأثير على الخصوصية وحقوق الأفراد، كما أظهرت الدراسة أن هناك حاجة إلى وضع سياسات واضحة ومبنية على أسس أخلاقية لضمان التوازن بين الصحة العامة وحقوق الأفراد، وأوصت الدراسة بضرورة وضع معايير واضحة وشفافة لإصدار شهادات المناعة، مع التأكيد على ضرورة احترام حقوق الأفراد وضمان العدالة والمساواة في الوصول إلى الشهادات، كما دعت إلى تعزيز الحوار المجتمعي حول الموضوع وتوعية الجمهور بالتحديات الأخلاقية المرتبطة به، وأخيراً، أوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث حول تأثير شهادات المناعة على المجتمع والأفراد لتطوير سياسات مبنية على الأدلة والأخلاقيات.

الإطار النظري

يعتبر الإطار النظري للدراسة بعنوان "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي" نقطة انطلاق أساسية لفهم المفاهيم والعلاقات التي سيتم استكشافها. يهدف هذا الإطار إلى توضيح الأسس النظرية التي ستبنى عليها التحليلات والنتائج، مما يساعد في تقديم سياق أكاديمي يفسر كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية من خلال المناعة المنظمة.



رسم توضيحي 1: الإطار النظري للدراسة

- مفهوم الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب يهدف إلى تطوير أنظمة قادرة على محاكاة الذكاء البشري. يتضمن الذكاء الاصطناعي تقنيات متعددة مثل التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، ورؤية الحاسوب، التي تُستخدم لتحليل البيانات واتخاذ القرارات. في سياق الأعمال، يُعتبر الذكاء الاصطناعي أداة استراتيجية تُمكن المؤسسات من تحسين كفاءتها وزيادة قدرتها التنافسية من خلال تطبيقات متنوعة مثل تحسين خدمة العملاء، تحليل البيانات الضخمة، وإدارة العمليات (عزيز، 2023).

- الميزة التنافسية

الميزة التنافسية تشير إلى القدرة التي تمتلكها المؤسسة على تقديم منتجات أو خدمات تتفوق على تلك التي تقدمها المنافسون. تتأتى هذه الميزة من عدة عوامل، بما في ذلك الجودة، الابتكار، التكاليف، والقدرة على التكيف مع تغيرات السوق. يعزز الذكاء الاصطناعي من قدرة المؤسسات على الابتكار وتقديم خدمات مخصصة، مما يزيد من قدرتها التنافسية.

من خلال استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات تحسين تجربة العملاء وتحليل اتجاهات السوق بشكل أكثر دقة، مما يُمكنها من اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة. هذا الدور المحوري للذكاء الاصطناعي في تعزيز الميزة التنافسية سيكون محور التركيز الرئيسي في هذه الدراسة (محمود، 2024).

- المناعة المنظمة

المناعة المنظمة تُشير إلى قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات في بيئتها الداخلية والخارجية، والاستجابة بفعالية للتحديات التي تواجهها. تشمل هذه المناعة قدرة المؤسسة على الابتكار، وتطوير مهارات موظفيها، وتعزيز ثقافة العمل الجماعي. تلعب المناعة المنظمة دورًا حاسمًا في تعزيز قدرة المؤسسة على استخدام الذكاء الاصطناعي بفعالية. عندما تكون المؤسسات لديها مناعة تنظيمية قوية، تصبح أكثر قدرة على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يعزز من قدرتها على الاستجابة للتغيرات السريعة في السوق ويعزز من تنافسيتها. سيتم استكشاف كيف يمكن للمناعة المنظمة أن تعمل كعامل معدّل يؤثر في العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، مما يفتح آفاقًا جديدة لفهم تأثير هذه العوامل على أداء الشركات (Mahmood، 2022).

- الإطار النظري المتكامل

يتكون الإطار النظري للدراسة من عدة مكونات مترابطة، تبدأ بتعريف الذكاء الاصطناعي ودوره في الأعمال، وتستمر بفهم الميزة التنافسية كنتاج لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ثم تشمل المناعة المنظمة كعامل يؤثر في نجاح هذه التطبيقات.

سيتم وضع نموذج يُظهر العلاقات بين هذه المكونات، حيث سيُوضح كيف يمكن أن يؤثر الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية، وكيف يمكن للمناعة المنظمة أن تعزز أو تقوض هذا التأثير. سيساعد هذا النموذج في تقديم فرضيات البحث، والتي ستكون الأساس لتحليل البيانات في الفصول اللاحقة (بافليك، 2023).

- أهمية الإطار النظري

يمثل الإطار النظري أساسًا قويًا لفهم العلاقات المعقدة بين الذكاء الاصطناعي، والميزة التنافسية، والمناعة المنظمة. يعزز هذا الإطار من مصداقية البحث، حيث يقدم تفسيرات مدعومة بالأدلة والمفاهيم العلمية. كما يُساعد في توضيح كيفية توظيف النتائج في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين الأداء المؤسسي في قطاع الاتصالات السعودي.

يمثل الإطار النظري للدراسة قاعدة معرفية متكاملة تساهم في فهم العلاقات بين المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة. من خلال تسليط الضوء على الذكاء الاصطناعي كأداة لتحسين الميزة التنافسية، ودور المناعة المنظمة كعامل معدّل، يوفر هذا الإطار رؤية شاملة لفهم كيف يمكن للمؤسسات في قطاع الاتصالات السعودي أن تستفيد من هذه التقنيات لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. سنُشكل هذه الأسس النظرية محورًا رئيسيًا لتحليل البيانات ومناقشة النتائج في الفصول القادمة، مما يضمن تقديم إجابات دقيقة عن الأسئلة البحثية المطروحة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

المقدمة

يعتبر الفصل الثالث من الدراسة محورا حاسما في إطار البحث العلمي، حيث يتم فيه تحديد المنهجية المتبعة وطرق البحث المستخدمة في الدراسة. يلعب هذا الفصل دورا أساسيا في توضيح كيفية جمع البيانات وتحليلها، بالإضافة إلى تقديم معلومات حول مجتمع الدراسة وحدودها. تعتبر هذه الجوانب ضرورية لضمان موثوقية النتائج ودقتها، مما يساهم في تعزيز مصداقية البحث.

تحدد المنهجية الإطار العام الذي يتبعه الباحث لتحقيق أهداف الدراسة. في هذا السياق، سيتم اعتماد منهجية بحث وصفية تحليلية، حيث يهدف البحث إلى وصف وتحليل العلاقات بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية في قطاع الاتصالات، مع التركيز على دور المنافسة المنظمية كعامل معدّل. ستساعد هذه المنهجية في جمع البيانات من مصادر متنوعة، بما في ذلك الاستبيانات والمقابلات، مما يتيح للباحث جمع معلومات شاملة تعكس آراء وتجارب الأفراد في هذا المجال.

ستتضمن طرق البحث المستخدمة في هذه الدراسة الأساليب الكمية والنوعية. في الجانب الكمي، سيتم تصميم استبيان يتضمن مجموعة من الأسئلة المقننة التي تغطي الموضوعات الرئيسية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية والمنافسة المنظمية. سيتم توزيع هذا الاستبيان على عينة من العاملين في قطاع الاتصالات، مما يتيح للباحث جمع بيانات رقمية يمكن تحليلها إحصائيا.

أما في الجانب النوعي، فستُجرى مقابلات متعمقة مع عدد من الخبراء والمديرين في قطاع الاتصالات لاستكشاف تجاربهم وآرائهم حول تطبيق الذكاء الاصطناعي وتأثيره على الميزة التنافسية. سيساهم هذا التنوع في طرق البحث في تقديم صورة شاملة ومعقدة عن الموضوع، مما يعزز من فهم العلاقة بين المتغيرات المختلفة.

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في قطاع الاتصالات السعودي، بما في ذلك موظفي الشركات الكبرى والناشئة في هذا القطاع. يشمل ذلك مختلف المستويات الوظيفية، من الإداريين إلى الفنيين، لضمان تمثيل شامل لمختلف وجهات النظر. ستمثل هذه العينة مجموعة متنوعة من الخبرات والآراء، مما يمكن الباحث من تحليل كيف يمكن أن تؤثر التكنولوجيا في الأداء التنافسي بشكل مختلف اعتمادا على الوظيفة والموقع.

تتمثل الحدود البشرية في الأفراد المشاركين في الدراسة، حيث سيتم اختيار عينة من مختلف الشركات في قطاع الاتصالات. سيكون من المهم التأكد من تنوع العينة من حيث الخبرة والمستوى الوظيفي لضمان شمولية النتائج. قد تؤثر هذه الحدود على النتائج إذا كانت العينة غير ممثلة بشكل كافٍ لجميع فئات العاملين في القطاع.

أما بالنسبة للحدود الزمانية، فإن الدراسة ستُجرى خلال فترة زمنية محددة، مما يعني أن النتائج قد تعكس واقعًا معينًا قد يتغير مع مرور الوقت. سيتم جمع البيانات خلال فترة زمنية محددة، لذلك سيكون من المهم تحليل كيف يمكن أن تؤثر التغيرات السريعة في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على النتائج.

فيما يتعلق بالحدود المكانية، ستتركز الدراسة على قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية، مما يعني أن النتائج قد لا تكون قابلة للتعميم على قطاعات أو دول أخرى. ومع ذلك، ستقدم الدراسة رؤى قيمة عن الحالة المحلية وتحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي في هذا السياق.

يمثل الفصل الثالث من الدراسة إطارًا مفصلاً يحدد كيفية تنفيذ البحث، من خلال توضيح المنهجية وطرق البحث المستخدمة، إلى تحديد مجتمع الدراسة وحدودها. هذا الفصل ليس فقط دليلاً للباحثين الآخرين على كيفية إجراء دراسات مماثلة، ولكنه أيضًا عنصر أساسي في تعزيز موثوقية النتائج وقيمتها. سيسهم فهم منهجية البحث بشكل جيد في التأكيد على أهمية البيانات والنتائج المستخلصة، مما يدعم الأهداف العامة للدراسة في استكشاف أثر الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي.

المنهجية وطرق البحث

في إطار الدراسة المعنونة بـ "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، تم اعتماد المنهجية الكمية كإطار رئيسي لجمع وتحليل البيانات. يعتمد هذا المنهج على استخدام الأساليب الإحصائية لتحليل المعلومات الرقمية، مما يتيح للباحثين استنتاج استنتاجات دقيقة وقابلة للتعميم. سيتم توضيح خطوات المنهجية الكمية بشكل مفصل، بدءاً من تصميم البحث إلى جمع البيانات وتحليلها، مما يساهم في تحقيق أهداف الدراسة.

- تصميم البحث

يبدأ تصميم البحث بتحديد الفرضيات البحثية، وهي الأسئلة التي يسعى الباحث للإجابة عليها من خلال الدراسة. في هذه الحالة، تتعلق الفرضيات بعلاقة الذكاء الاصطناعي بالميزة التنافسية، وكيفية تأثير المناعة المنظمة على هذه العلاقة. ستستخدم هذه الفرضيات لتوجيه البحث وتحديد ما يجب قياسه من خلال الاستبيانات.

تم تصميم الدراسة لتكون وصفية تحليلية، حيث يهدف الباحث إلى وصف الواقع الحالي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الاتصالات، وتحليل تأثيرها على الميزة التنافسية. سيتم بناء استبيان يتضمن مجموعة من الأسئلة التي تستهدف قياس مكونات الدراسة المختلفة، مثل مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي، وتحليل تأثيره على الأداء، ودرجة المناعة المنظمة في الشركات.

- عينة البحث

يتطلب تنفيذ المنهجية الكمية تحديد عينة تمثل مجتمع الدراسة. في هذه الحالة، سيتم اختيار عينة من العاملين في قطاع الاتصالات السعودي، بما في ذلك موظفي الشركات الكبرى والمتوسطة والصغيرة. سيتم استخدام تقنية العينة العشوائية لضمان تمثيل شريحة متنوعة من المشاركين، بما يتضمن مختلف المستويات الوظيفية (مثل الإدارة العليا، والموظفين الفنيين، وموظفي خدمة العملاء).

من المهم أن تكون العينة كافية من حيث الحجم لتقديم نتائج موثوقة. بناءً على المعايير الإحصائية، سيتم تحديد عدد المشاركين الذي يلبي الحاجة إلى تحقيق دقة عالية في النتائج. سيساهم هذا التنوع في تقديم نتائج شاملة تعكس وجهات نظر متعددة.

- أدوات جمع البيانات

ستستخدم الدراسة أداة رئيسية لجمع البيانات، وهي الاستبيان. سيتم تصميم الاستبيان ليكون شاملاً ويتضمن أسئلة مقننة، تتراوح بين الأسئلة المغلقة (نعم/لا) والأسئلة ذات الخيارات المتعددة. ستغطي الأسئلة محاور متعددة تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال، وآثاره على الأداء التنافسي، ومستوى المناعة المنظمة.

سيتم اختبار الاستبيان في البداية على عينة صغيرة من المشاركين للتأكد من وضوح الأسئلة وصياغتها بشكل صحيح، ومن ثم سيتم إجراء التعديلات اللازمة. سيعتمد الاستبيان على مقياس ليكرت (Likert Scale) لقياس استجابات المشاركين، مما يوفر بيانات رقمية دقيقة يمكن تحليلها إحصائياً.

- إجراءات جمع البيانات

بعد تصميم الاستبيان، سيتم توزيعه على العينة المستهدفة من خلال وسائل مختلفة، مثل البريد الإلكتروني، أو المنصات الرقمية، أو اللقاءات المباشرة. ستتم مراعاة قضايا الأخلاق البحثية من خلال التأكيد على سرية المعلومات المقدمة من المشاركين، وأن مشاركتهم طوعية.

سنسعى لضمان أعلى نسبة استجابة ممكنة من خلال توفير الحوافز للمشاركين، مثل فرصة للمشاركة في سحب على جوائز أو تقديم ملخص للنتائج النهائية للبحث. يعد تحقيق نسبة استجابة عالية أمراً ضرورياً لضمان موثوقية البيانات المستخرجة.

- تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، سيتم استخدام البرامج الإحصائية مثل SPSS لتحليل النتائج. سيشمل التحليل عدة خطوات، بدءاً من التحليل الوصفي الذي يتضمن تلخيص البيانات وتقديم المعلومات الأساسية حول العينة، مثل التوزيع العمري، والجنس، والمستوى التعليمي.

سيتم ذلك التحليل الاستنتاجي لاختبار الفرضيات البحثية. سيتم استخدام اختبارات إحصائية متعددة، مثل تحليل الارتباط (Correlation Analysis) واختبارات الانحدار (Regression Analysis) لتحديد العلاقة بين الذكاء الاصطناعي

والميزة التنافسية، وكيفية تأثير المنافسة المنظمة على هذه العلاقة. سيساعد هذا التحليل في تقديم أدلة قوية تدعم أو تنفي الفرضيات المطروحة.

- نتائج البحث

ستُعرض النتائج الناتجة عن تحليل البيانات بطريقة منهجية ومنظمة. سيتم تقديم النتائج في شكل جداول ورسوم بيانية لتسهيل فهم الأنماط والتوجهات. سيسمح هذا العرض المرئي بتسليط الضوء على النتائج الرئيسية ومقارنتها بالفرضيات المطروحة في بداية البحث.

سيتم تحليل النتائج في سياق الدراسات السابقة، مما يعزز من قدرة البحث على تقديم رؤى جديدة أو التأكيد على النتائج الموجودة في الأدبيات السابقة. هذا التحليل الشامل سيساهم في بناء المعرفة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي.

تعتبر المنهجية الكمية المعتمدة في هذه الدراسة إطاراً متكاملاً يضمن جمع بيانات موثوقة وتحليلها بطريقة علمية دقيقة. من خلال تصميم البحث بعناية، واختيار عينة تمثل المجتمع، واستخدام أدوات جمع البيانات المناسبة، وتحليل النتائج بدقة، يسعى الباحث لتحقيق أهداف الدراسة واستنتاج نتائج تعزز من فهم العلاقات المعقدة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية والمناعة المنظمة. ستساعد هذه المنهجية في تقديم معلومات قيمة تساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين الأداء المؤسسي في قطاع الاتصالات السعودي.

مجتمع البحث

في إطار الدراسة المعنونة "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، يُعتبر تعريف مجتمع البحث وتحديد خطوه أساسية لفهم نطاق الدراسة وأهدافها. يمثل مجتمع البحث مجموعة من الأفراد أو الكيانات الذين يتم دراستهم، ومن خلال فهم خصائص هذا المجتمع يمكن الحصول على نتائج دقيقة تعكس الواقع.

- تعريف مجتمع البحث

يتم تعريف مجتمع البحث على أنه كافة الأفراد أو الوحدات الذين يمتلكون خصائص معينة تهم الدراسة، وفي هذه الحالة، يتكون مجتمع البحث من العاملين في قطاع الاتصالات السعودي. هذا القطاع يشمل مجموعة متنوعة من الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات الاتصالات، مثل شركات الهاتف المحمول، وشركات الإنترنت، ومزودي خدمات الاتصالات الثابتة.

يمكن تقسيم مجتمع البحث إلى عدة شرائح تشمل الإدارة العليا، والموظفين الفنيين، وموظفي خدمة العملاء، وغيرهم من العاملين في هذا المجال. من المهم أن تكون العينة المختارة من مجتمع البحث ممثلة لخصائص هذا القطاع، مما يضمن أن النتائج المستخلصة تعكس الواقع الفعلي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الميزة التنافسية.

- خصائص مجتمع البحث

يتسم مجتمع البحث بخصائص مميزة تشمل:

- ✓ تنوع الخلفيات التعليمية: يضم مجتمع البحث أفرادًا ذوي خلفيات تعليمية متنوعة، مما يعكس مزيجًا من التخصصات الأكاديمية، مثل الهندسة، وإدارة الأعمال، وتقنية المعلومات. هذا التنوع يساهم في تقديم وجهات نظر متعددة حول تأثير الذكاء الاصطناعي.
- ✓ اختلاف المستويات الوظيفية: يشمل المجتمع موظفين من مختلف المستويات الوظيفية، بدءًا من الإدارة العليا وصولاً إلى الموظفين الفنيين وموظفي الخدمة. هذه التعددية توفر فهمًا شاملاً حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي وتأثيره على الأداء المؤسسي.
- ✓ تجارب عمل متنوعة: يتمتع أفراد مجتمع البحث بتجارب عمل مختلفة في قطاع الاتصالات، مما يساهم في فهم كيف يختلف تطبيق الذكاء الاصطناعي من شركة إلى أخرى.
- ✓ التعرض للتكنولوجيا: بالنظر إلى طبيعة القطاع، فإن الأفراد في مجتمع البحث غالبًا ما يكون لديهم مستوى عالٍ من التعرض للتكنولوجيا الحديثة، مما يؤثر على آرائهم حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفعاليتها.

- حجم مجتمع البحث

يمتد مجتمع البحث ليشمل العديد من الشركات في قطاع الاتصالات السعودي. من المهم تحديد حجم مجتمع البحث بعناية، حيث إن وجود عدد كبير من الشركات قد يوفر تنوعاً أكبر في البيانات. ومع ذلك، سيتم اختيار عينة تمثل هذا المجتمع لضمان تحقيق النتائج بدقة.

تُعتبر العينة المثلّي لحجم مجتمع البحث من 200 إلى 300 فرد تمثل نسبة جيدة من العاملين في هذا القطاع. سيتم اعتماد أسلوب العينة العشوائية لضمان تمثيل شامل لمختلف الشركات والمستويات الوظيفية، مما يسهم في تحسين موثوقية النتائج.

- أهمية اختيار المجتمع

يعتبر اختيار مجتمع البحث أمراً بالغ الأهمية، لأنه يؤثر بشكل مباشر على نتائج الدراسة وصلاحيتها. من خلال اختيار مجتمع البحث بعناية، يضمن الباحث أن تكون النتائج المستخلصة مفيدة وعملية، ويمكن استخدامها لتطوير استراتيجيات فعالة تستند إلى الأدلة.

بالإضافة إلى ذلك، سيساهم اختيار مجتمع البحث في تقديم رؤى قيمة حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء التنافسي في قطاع الاتصالات السعودي، وكيف تلعب المنافسة المنظمة دوراً في تعزيز هذا التأثير.

- صعوبات محتملة في دراسة المجتمع

على الرغم من أهمية مجتمع البحث، قد تواجه الدراسة بعض التحديات. من بينها:

- ✓ صعوبة الوصول إلى المشاركين: قد يواجه الباحث صعوبة في الوصول إلى الأفراد في بعض الشركات، مما يؤثر على حجم العينة ونسبة الاستجابة.
- ✓ التحيز في الاستجابة: من الممكن أن تؤثر وجهات نظر المشاركين بشكل غير متوازن، خاصة إذا كانت بعض الشركات لديها رؤية أكثر تفاؤلاً أو تشاؤماً بشأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ✓ فروق الثقافة التنظيمية: قد تؤثر الفروق في الثقافة التنظيمية بين الشركات المختلفة على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي، مما يستدعي ضرورة التعامل مع هذه الفروق بعناية في تحليل النتائج.

يمثل مجتمع البحث العنصر الأساسي في هذه الدراسة، حيث يلعب دورًا حاسمًا في فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي. من خلال تحديد الخصائص، والحجم، والأهمية، والتحديات المتعلقة بهذا المجتمع، يتمكن الباحث من جمع بيانات موثوقة تعكس تجارب وآراء العاملين في هذا القطاع. بالتالي، سيساهم ذلك في تقديم نتائج دقيقة ومفيدة تساهم في تطوير استراتيجيات قائمة على الأدلة لتعزيز الأداء المؤسسي في مجال الاتصالات.

محددات حجم العينة:

تعد عملية اختيار العينة من أبرز الخطوات التي تؤثر بشكل كبير على مصداقية النتائج واستنتاجات الدراسة. اختيار عينة مناسبة وذات تمثيل كافٍ هو عنصر حاسم لضمان أن النتائج التي يتم الوصول إليها تعكس الواقع وتساعد في تقديم صورة شاملة عن المتغيرات المدروسة. في دراسة "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، تم اتباع منهجية دقيقة لجمع العينة، بناءً على مجموعة من المحددات العلمية التي تضمن أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتسمح بتحليل البيانات بشكل موثوق. سندعرض في الفقرات التالية هذه المحددات بالتفصيل وأهميتها في تعزيز دقة نتائج الدراسة.

- التمثيل الشامل لمجتمع الدراسة

أول محدد من محددات جمع العينة هو التأكد من تمثيل جميع مكونات مجتمع الدراسة. بما أن الدراسة تستهدف قطاع الاتصالات السعودي، فإنه من الضروري أن تكون العينة ممثلة للعاملين في هذا القطاع على مختلف المستويات الوظيفية. يتكون مجتمع الدراسة من عدة فئات، بما في ذلك الإدارة العليا التي تتولى اتخاذ القرارات الاستراتيجية، والموظفين الفنيين الذين ينفذون عمليات الذكاء الاصطناعي، وموظفي خدمة العملاء الذين يتعاملون مع تأثير التكنولوجيا على تجربة العميل اليومية.

الهدف من تمثيل مختلف هذه الفئات هو الحصول على بيانات متنوعة تعكس آراء وتجارب المشاركين في كل مستوى وظيفي. فقد تكون رؤية المديرين التنفيذيين لتأثير الذكاء الاصطناعي مختلفة عن تلك التي يقدمها المهندسون الفنيون أو موظفو خدمة العملاء. هذه التنوعات تعد ضرورية لفهم الأبعاد المختلفة لتأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية ودور المناعة المنظمة في تعزيز هذا التأثير.

- حجم العينة

حجم العينة يمثل أحد المحددات المهمة في جمع البيانات. يعتمد حجم العينة على حجم مجتمع الدراسة الكلي، وكذلك على مدى التعقيد الذي يميز المتغيرات المدروسة. لضمان نتائج موثوقة، تم اعتماد قاعدة حساب حجم العينة باستخدام المعادلات الإحصائية المناسبة، التي تأخذ بعين الاعتبار حجم المجتمع الأصلي، ومستوى الثقة المطلوب، وهامش الخطأ المقبول.

تم تحديد حجم العينة بحيث يكون كافياً لتحليل العلاقات الإحصائية بين المتغيرات المستقلة (الذكاء الاصطناعي والمناعة المنظمية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية). وكلما كان حجم العينة أكبر، زادت دقة النتائج وقلت فرص حدوث أخطاء إحصائية، مما يعزز من قوة الاستنتاجات المستخلصة. ومع ذلك، تم مراعاة ألا يكون حجم العينة مبالغاً فيه، لضمان إمكانية إجراء التحليل بكفاءة ودون تعقيد زائد.

- طريقة اختيار العينة

من محددات جمع العينة الأخرى هي الطريقة التي تم بها اختيار المشاركين. في هذه الدراسة، تم اعتماد العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل شامل لمختلف الفئات الوظيفية داخل قطاع الاتصالات. تعتبر العينة الطبقية خياراً مثالياً في الحالات التي يكون فيها مجتمع الدراسة غير متجانس، كما هو الحال في هذه الدراسة، حيث يشمل المجتمع العاملين في مستويات مختلفة من الشركة، بدءاً من الإدارة العليا إلى العاملين في المستويات التنفيذية اليومية.

باستخدام العينة الطبقية، تم تقسيم المجتمع إلى طبقات حسب الفئات الوظيفية أو الإدارات داخل شركات الاتصالات، ثم تم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة. هذه الطريقة تضمن أن العينة لا تميل نحو فئة معينة دون الأخرى، وتسمح بالحصول على بيانات تعكس التنوع الحقيقي داخل الشركات. وبذلك، يكون التحليل أكثر دقة في تحديد كيف يختلف تأثير الذكاء الاصطناعي باختلاف الوظائف والمستويات الوظيفية.

- مراعاة العوامل الديموغرافية

أخذت الدراسة أيضاً بعين الاعتبار العوامل الديموغرافية عند جمع العينة. يتضمن ذلك مراعاة تنوع المشاركين من حيث العمر، والخبرة العملية، والموقع الجغرافي داخل المملكة. هذه العوامل تلعب دوراً هاماً في تحليل تأثير الذكاء

الاصطناعي على الميزة التنافسية، حيث قد تختلف وجهات النظر والتجارب باختلاف مستويات الخبرة أو المواقع الجغرافية التي تعمل فيها شركات الاتصالات.

على سبيل المثال، قد تكون الشركات التي تعمل في المدن الكبرى مثل الرياض وجدة أكثر تطوراً من الناحية التقنية مقارنة بتلك التي تعمل في المناطق النائية، وبالتالي قد يختلف تأثير الذكاء الاصطناعي على أدائها. كما أن الموظفين ذوي الخبرة الطويلة قد يكون لديهم رؤى مختلفة عن الموظفين الجدد فيما يتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- الاعتبارات اللوجستية

من محددات جمع العينة أيضاً الاعتبارات اللوجستية التي تؤثر على عملية جمع البيانات. تم مراعاة الوصول إلى المشاركين من خلال وسائل ميسرة وسهلة الاستخدام. نظراً لأن قطاع الاتصالات يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا، فقد تم توزيع الاستبيانات إلكترونياً لضمان وصولها بسرعة وكفاءة إلى المشاركين في جميع أنحاء المملكة. هذا الأسلوب يتيح الحصول على ردود شاملة من مختلف الفئات، دون الحاجة إلى الاعتماد على وسائل تقليدية قد تعيق عملية جمع البيانات.

إضافة إلى ذلك، تم التأكد من تصميم الاستبيان بطريقة تتيح للمشاركين فهم الأسئلة بسهولة والإجابة عليها بشكل صحيح، مع توفير تعليمات واضحة حول كيفية إتمامه. يساهم ذلك في تقليل احتمالية الأخطاء أو الإجابات الناقصة، مما يضمن جودة البيانات التي يتم جمعها.

- الالتزام بالاعتبارات الأخلاقية

أحد المحددات الهامة في جمع العينة هو الالتزام بالمعايير الأخلاقية المتعلقة بسرية وخصوصية المشاركين. تم إبلاغ المشاركين بأن بياناتهم ستبقى سرية تماماً ولن تستخدم إلا لأغراض البحث، كما تم ضمان أن المشاركة في الاستبيان طوعية بالكامل. هذه الاعتبارات الأخلاقية تعزز من ثقة المشاركين في البحث وتشجعهم على تقديم إجابات صادقة وشاملة.

خطوات جمع البيانات:

تعد عملية جمع البيانات من أهم المراحل في أي دراسة علمية، حيث تمثل الأساس الذي تبنى عليه النتائج والتوصيات. في دراسة "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي"، تعتمد منهجية البحث على عدة خطوات محددة لجمع البيانات بطريقة تضمن الدقة والموضوعية. اختيار الأدوات المناسبة، وتحديد المصادر الموثوقة، وتنفيذ عملية الجمع بطريقة منظمة يعد من الأمور الحاسمة لنجاح الدراسة وتحقيق أهدافها. سنعرض في الفقرات التالية الخطوات الرئيسية التي تم اتباعها لجمع البيانات في هذه الدراسة.

- تحديد الأداة المناسبة لجمع البيانات

الخطوة الأولى في جمع البيانات هي اختيار الأداة المناسبة التي يمكن من خلالها جمع المعلومات اللازمة من مجتمع البحث. وبما أن هذه الدراسة تعتمد على المنهجية الكمية، فإن استخدام الاستبيانات يعد الخيار الأمثل. الاستبيانات هي أداة شائعة وفعالة في الدراسات الكمية لأنها توفر بيانات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي. من خلال تصميم استبيان شامل يغطي الجوانب المختلفة للدراسة، مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على الميزة التنافسية ودور المناعة المنظمة، يتمكن الباحث من جمع آراء وبيانات من مجتمع البحث بطريقة منظمة.

تم تصميم الاستبيان بحيث يشمل أسئلة مغلقة تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتيح للمشاركين تقييم درجة موافقتهم على مجموعة من العبارات المتعلقة بالبحث. بالإضافة إلى الأسئلة المغلقة، قد يتضمن الاستبيان بعض الأسئلة المفتوحة للحصول على ملاحظات أكثر تفصيلاً من المشاركين حول تجاربهم وآرائهم.

- تحديد عينة البحث

بعد اختيار أداة جمع البيانات، تأتي خطوة تحديد العينة التي ستجري عليها الدراسة. نظراً لأن مجتمع البحث يشمل جميع العاملين في قطاع الاتصالات السعودي، فقد تم استخدام تقنية العينة العشوائية الطبقية لاختيار مجموعة ممثلة لجميع المستويات الوظيفية في القطاع. تشمل هذه المستويات المديرين التنفيذيين، والمهندسين، وموظفي خدمة العملاء، وغيرهم من العاملين في الإدارات المختلفة.

إن استخدام العينة الطبقية يهدف إلى ضمان تمثيل شامل لجميع الفئات الوظيفية في شركات الاتصالات، مما يزيد من موثوقية النتائج ويقلل من التحيز الذي قد ينشأ عند الاعتماد على عينة محددة دون النظر إلى اختلاف التخصصات

الوظيفية داخل القطاع. وقد تم تحديد حجم العينة بناءً على الأسس الإحصائية المناسبة لضمان كفاية البيانات لدراسة العوامل المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والمناعة التنظيمية.

- توزيع الاستبيان

الخطوة التالية في جمع البيانات هي توزيع الاستبيان على المشاركين. تم الاعتماد على وسائل مختلفة لتوزيع الاستبيان، بما في ذلك البريد الإلكتروني والمنصات الرقمية الداخلية لشركات الاتصالات المستهدفة. استخدام هذه الوسائل يساهم في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاركين في مختلف أنحاء المملكة، مما يساعد في الحصول على عينة تمثيلية تغطي تنوعات المجتمع الوظيفي والجغرافي داخل القطاع.

تمت مراعاة السرية في التعامل مع بيانات المشاركين، حيث تم توضيح أن الإجابات ستكون سرية ولن يتم الكشف عن هويات المشاركين. كما تم تقديم شرح وافٍ لغرض البحث وكيفية الإجابة عن الأسئلة لضمان فهم المشاركين للأهداف المرجوة.

- جمع البيانات الميدانية

إلى جانب توزيع الاستبيان الرقمي، تم تنفيذ عملية جمع البيانات الميدانية في بعض الحالات. حيث تم التواصل مع العاملين في شركات الاتصالات عبر لقاءات مباشرة للحصول على ردود أفعالهم حول الذكاء الاصطناعي وأثره على الميزة التنافسية. قد يضيف هذا النهج مزيداً من العمق للفهم حيث يمكن للباحث الاستماع إلى ردود فعل المشاركين والتفاعل معهم للحصول على توضيحات إضافية أو أمثلة محددة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمشاكل التي قد يواجهونها.

- مراقبة جودة البيانات

لضمان دقة البيانات المجمعة، تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات لمراقبة جودة البيانات أثناء عملية الجمع. أولاً، تم اختبار الاستبيان على عينة صغيرة قبل البدء في التوزيع الكامل للتحقق من وضوح الأسئلة وصلاحياتها لتحقيق أهداف البحث. ثانياً، تم فحص البيانات المجمعة بشكل مستمر للتحقق من الإجابات الناقصة أو غير المكتملة، مع اتخاذ التدابير اللازمة لمعالجة أي مشاكل في البيانات.

بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء متابعة مستمرة مع المشاركين لضمان استكمال الاستبيانات في الوقت المناسب وتقديم إجابات شاملة ودقيقة. هذا النوع من المتابعة يضمن تجنب التحيز الذي قد ينتج عن انخفاض نسبة الاستجابة أو تقديم إجابات غير مكتملة.

- تحليل البيانات

بعد اكتمال عملية جمع البيانات، يتم تحويل البيانات المجمعة إلى صيغة قابلة للتحليل باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة. تعتمد هذه الخطوة على تنظيم البيانات وتصنيفها وفقاً للمتغيرات الرئيسية في الدراسة، مثل درجة تأثير الذكاء الاصطناعي والمناعة المنظمية على الميزة التنافسية. يساعد التحليل الإحصائي في اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج التي تعكس العلاقة بين المتغيرات المدروسة.

يتم استخدام تقنيات تحليل متعددة، مثل تحليل الانحدار وتحليل التباين، لتحديد مدى تأثير كل متغير على الميزة التنافسية ولتحديد الدور المعدل للمناعة المنظمية. هذا التحليل يوفر رؤى دقيقة حول طبيعة العلاقات بين الذكاء الاصطناعي والمناعة المنظمية وقدرتها على تحسين القدرة التنافسية لشركات الاتصالات.

تُعتبر خطوات جمع البيانات جزءاً جوهرياً في هذه الدراسة، حيث تهدف إلى ضمان الدقة والشمولية في تحليل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي. من خلال استخدام استبيان مصمم بعناية وتوزيعه بطرق مختلفة، بالإضافة إلى اختيار عينة بحث ممثلة، يتم جمع بيانات تعكس واقع تطبيق الذكاء الاصطناعي في هذا القطاع وتأثيره على أداء الشركات. هذه البيانات تمثل الأساس لتحليل النتائج واستخلاص التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير استراتيجيات تحسين الأداء وتعزيز القدرة التنافسية.

حدود البحث

تعد حدود البحث من العناصر الأساسية التي تحدد نطاق الدراسة، حيث توفر إطاراً لفهم موضوع البحث وتفسير النتائج بشكل دقيق. في الدراسة المعنونة "أثر الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية: الدور المعدل للمناعة المنظمية في قطاع الاتصالات السعودي"، سيتم تحديد حدود البحث من ثلاثة جوانب رئيسية: الحدود البشرية، الحدود الزمانية،

والحدود المكانية. يمثل كل من هذه الحدود عنصرًا حيويًا لفهم كيف يمكن أن تؤثر العوامل المدروسة على النتائج والتوصيات.

- الحدود البشرية

تشير الحدود البشرية إلى الفئة المستهدفة من الأفراد الذين سيتم دراسة آرائهم وتجاربهم. في هذه الدراسة، ينصب التركيز على العاملين في قطاع الاتصالات السعودي، وهذا يشمل الأفراد من مختلف المستويات الوظيفية. سيكون هذا البحث شاملاً لموظفي الإدارة العليا، الذين يتحملون مسؤولية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وللموظفين الفنيين، الذين يتعاملون بشكل مباشر مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وكذلك لموظفي خدمة العملاء الذين يمثلون واجهة الشركة مع الجمهور.

إن اختيار هذا المجتمع يعد خطوة استراتيجية، حيث يُظهر تنوع خلفيات هؤلاء الأفراد. فبينما يقدم المديرون التنفيذيون رؤى استراتيجية حول كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعزز من القدرة التنافسية، يُعتبر الفنيون مصدرًا هامًا لفهم التحديات والتطبيقات العملية لهذه التكنولوجيا في بيئة العمل. وبالمثل، يقدم موظفو خدمة العملاء وجهات نظر فريدة حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء ورضاهم.

ومع ذلك، يجب الإشارة إلى أن الحدود البشرية للدراسة تستبعد العاملين في قطاعات أخرى غير مرتبطة بالاتصالات، مثل القطاع الحكومي أو الصناعي. وهذا يعني أن النتائج قد لا تعكس تجارب هؤلاء الأفراد، كما أن التركيز على قطاع الاتصالات قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على قطاعات أخرى. لذا، فإن البيانات التي سيتم جمعها ستكون محددة لقطاع الاتصالات فقط، مما قد يشكل قيدًا على دراسة التأثيرات الواسعة للذكاء الاصطناعي في ميادين مختلفة.

- الحدود الزمانية

تشير الحدود الزمانية إلى الفترة الزمنية التي سيتم فيها إجراء الدراسة. في هذه الدراسة، سيتم التركيز على البيانات المجمعة خلال الفترة الأخيرة، مما يسمح للباحثين بتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في الوقت الحالي. تكمن أهمية اختيار هذه الفترة الزمنية في كونها تعكس الواقع التكنولوجي المتطور بشكل مستمر، خاصة في قطاع الاتصالات، حيث تشهد الشركات تحديثات مستمرة في تقنياتها واستراتيجياتها.

إن دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي خلال هذه الفترة الزمنية تتيح فرصة لفهم كيف يتم تبني هذه التكنولوجيا وكيف تؤثر على الأداء المؤسسي في الوقت الحاضر. قد يكون من الضروري أيضاً الإشارة إلى أن النتائج التي سيتم الحصول عليها قد تتغير بمرور الوقت بسبب التطورات السريعة في هذا المجال، مما يعني أن هناك حاجة إلى دراسات مستقبلية لمواكبة تلك التغيرات.

- الحدود المكانية

تشير الحدود المكانية إلى الموقع الجغرافي الذي ستركز عليه الدراسة. في هذه الحالة، يتركز البحث على قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية. يعد هذا الاختيار مناسباً بالنظر إلى النمو السريع في هذا القطاع والجهود التي تبذلها الحكومة لتعزيز الابتكار والتكنولوجيا. كما أن المملكة تعتبر واحدة من الدول الرائدة في مجال الاتصالات في المنطقة، مما يجعلها نقطة انطلاق مثالية لدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي.

ومع ذلك، فإن التركيز على السعودية قد يحد من تعميم النتائج على سياقات جغرافية أخرى. قد تكون هناك عوامل ثقافية، واقتصادية، وتكنولوجية تختلف بشكل كبير من دولة إلى أخرى، مما يعني أن النتائج التي يتم التوصل إليها قد لا تكون قابلة للتطبيق في بيئات مختلفة. لذا، سيكون من المهم النظر في تلك العوامل عند محاولة تعميم النتائج على السياقات الأوسع.

تحدد حدود البحث الإطار الذي سيتم فيه إجراء الدراسة، مما يساعد على تحقيق النتائج بدقة وموضوعية. من خلال تحديد الحدود البشرية والزمانية والمكانية، تسعى الدراسة إلى تقديم صورة شاملة عن تأثير الذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية، مع التركيز على الدور المعدل للمناعة المنظمة في قطاع الاتصالات السعودي. إن فهم هذه الحدود سيسمح للباحثين من توضيح نطاق الدراسة بشكل أفضل، مما يعزز من مصداقية النتائج والتوصيات المستخلصة منها.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

المقدمة

يمثل الفصل الرابع من الدراسة مرحلة حاسمة في البحث، حيث يركز على تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال أدوات البحث المختلفة، ومناقشة النتائج المستخلصة منها، بالإضافة إلى تقديم توصيات عملية تتناسب مع هذه النتائج. يعتمد هذا الفصل على البيانات الكمية والنوعية المستخلصة من الاستبيانات والمقابلات، مما يوفر قاعدة صلبة لفهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، كما يسعى إلى استكشاف دور المناعة المنظمة في تعزيز هذه العلاقة.

سيتناول جزء تحليل البيانات من الفصل الأساليب والإجراءات المستخدمة في تحليل البيانات، حيث سيتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي، مثل SPSS، لتحليل البيانات الكمية المستخرجة من الاستبيانات. سيتم البدء بإجراء التحليل الوصفي الذي يهدف إلى تلخيص الخصائص الأساسية للبيانات، مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية، مما يوفر صورة أولية عن كيفية توزيع الآراء والتوجهات بين المشاركين في الدراسة. بالإضافة إلى ذلك، سيتم استخدام التحليل الاستنتاجي لاختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية، وتحديد ما إذا كانت هناك تأثيرات معنوية.

أما بالنسبة للبيانات النوعية، فسيتم تحليل نتائج المقابلات باستخدام أسلوب التحليل الموضوعي، حيث سيتم استخراج المواضيع الرئيسية التي تظهر في ردود المشاركين. ستساعد هذه الطريقة في توفير رؤى عميقة حول تجارب المشاركين، وكيف ينظرون إلى تأثير الذكاء الاصطناعي على العمليات التنافسية في المؤسسات التي يعملون بها. من خلال دمج هذه التحليلات الكمية والنوعية، سيتاح للباحث فهم شامل ومعمق للتأثيرات المختلفة للذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية.

بعد الانتهاء من تحليل البيانات، سيتم عرض النتائج بشكل منهجي ومنظم. سيتضمن هذا القسم نتائج التحليلات الإحصائية، مع تفسير المفاهيم الإحصائية بشكل مبسط ومفهوم، ليتمكن القارئ من فهم مدى قوة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية. سيتم عرض البيانات في شكل جداول ورسوم بيانية، مما يسهل فهم الأنماط والاتجاهات. سيتم تسليط الضوء على العلاقة بين المناعة المنظمة والقدرة على استغلال الذكاء الاصطناعي، حيث سيتم تحليل كيفية تأثير قدرة الشركات على التكيف مع التغيرات التكنولوجية على أدائها التنافسي. سيتضمن هذا التحليل مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة لتحديد ما إذا كانت النتائج تدعم الفرضيات المطروحة أم لا، وما إذا كانت تتماشى مع الاتجاهات الحالية في الأبحاث المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في الأعمال.

استنادًا إلى النتائج المستخلصة، سيتم تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي تهدف إلى تحسين الأداء التنافسي لقطاع الاتصالات السعودي. ستتناول هذه التوصيات عدة مجالات، بما في ذلك استراتيجيات تطوير استخدام الذكاء الاصطناعي، وتبني تقنيات جديدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل. ستركز التوصيات أيضًا على أهمية تدريب وتطوير مهارات العاملين في القطاع لضمان قدرتهم على التكيف مع التكنولوجيا المتطورة.

ستعزز التوصيات من أهمية الاستثمار في البنية التحتية التكنولوجية، وتحفيز الابتكار، كما ستوصي بتعزيز التعاون بين الشركات لتبادل المعرفة والخبرات، مما يساهم في تعزيز قدرة القطاع على المنافسة في الأسواق العالمية. ستمثل هذه التوصيات إطارًا عمليًا يمكن أن يساهم في توجيه الاستراتيجيات المستقبلية للشركات في قطاع الاتصالات.

تعتبر أهمية الفصل الرابع متجسدة في كونه يقدم تحليلًا علميًا دقيقًا للبيانات، مما يساهم في بناء قاعدة معرفية قوية لفهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية. يوفر هذا الفصل أيضًا معلومات قيمة لصناع القرار والممارسين في قطاع الاتصالات، حيث يعرض لهم النتائج التي قد تؤثر على استراتيجياتهم وعملياتهم.

إن التوصيات المستندة إلى النتائج تقدم نهجًا عمليًا لتحسين الأداء التنافسي، مما يجعلها ذات قيمة خاصة للشركات التي تسعى لتحقيق ميزة تنافسية في سوق متغير. هذا الفصل أيضًا يعزز من مصداقية البحث ككل، حيث يُظهر كيف يمكن للبيانات والتجارب أن تترجم إلى استراتيجيات ملموسة تساهم في تحسين الأداء المؤسسي.

يمثل الفصل الرابع من الدراسة نقطة محورية في فهم كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات السعودي. من خلال تحليل البيانات ومناقشة النتائج، يقدم هذا الفصل رؤى عميقة تساعد في تحديد كيفية استفادة الشركات من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. بالتالي، تساهم التوصيات المستندة إلى النتائج في توجيه استراتيجيات العمل وتقديم أدوات عملية تساعد المؤسسات في تحقيق أهدافها التنافسية في عالم سريع التغير.

تحليل البيانات

• الوصف الإحصائي للبيانات

الوصف الإحصائي للبيانات هو عملية فحص قطعة من البيانات لاستخراج معلومات قابلة للاستخدام عنها، باستخدام مجموعة من الأدوات والمنهجيات الإحصائية. تتضمن هذه العملية جمع البيانات وتلخيصها وتحليلها بطريقة تسمح بفهم الجوانب الرئيسية للبيانات وتوزيعها.

تبدأ عملية الوصف الإحصائي بجمع البيانات من مصادر متعددة، وقد تكون هذه البيانات كمية أو نوعية. في حالة البيانات الكمية، قد يتم قياسها كميًا، مثل طول الأشخاص أو نتائج الاختبارات. تمثل البيانات النوعية سمات أو خصائص، مثل لون العين أو نوع السيارة. يجب تحديد المتغيرات المراد دراستها وتحديد نوع كل منها، حيث توجد متغيرات مستقلة، يتم تعديلها أو التحكم فيها، ومتغيرات تابعة، يتم تقييمها ردًا على التغيرات في المتغيرات المستقلة.

بعد جمع البيانات، من الضروري تلخيصها، وهذا يتضمن تلخيص البيانات باستخدام مقاييس إحصائية أساسية، مثل المتوسط، وهو مجموع القيم مقسومًا على عددها، ويقدم صورة واسعة لمستوى البيانات. كما أن الوسيط هو القيمة التي تقع في مركز مجموعة البيانات عند ترتيبها، ويتم استخدام الوسيط عندما تتضمن البيانات قيمًا شاذة. والمنوال هو القيمة الأكثر شيوعًا في مجموعة البيانات، والتي تساعدك على تحديد ما هو الأكثر انتشارًا.

يمكن استخدام الرسوم البيانية لتصوير توزيع البيانات، وتشمل الأنواع الشائعة من الرسوم البيانية الهistogram الترددي، والذي يستخدم لتمثيل توزيع القيم العددية. تعرض الرسوم البيانية الصندوقية الانخفاضات والارتفاعات والمتوسطات وتوزيع البيانات، بينما تستخدم مخططات التشتت لدراسة العلاقة بين متغيرين

يتضمن التحليل الوصفي مقاييس حساب التشتت، مثل الانحراف المعياري، الذي يقيس مدى توزيع البيانات حول المتوسط، وكلما كان الانحراف المعياري أكبر، كلما كانت البيانات أكثر تشتتًا. التباين هو مربع الانحراف المعياري، ويقدم فكرة عن مدى تشتت البيانات، في حين أن نطاق البيانات هو الفرق بين أعلى وأدنى القيم.

قد تتضمن عملية الوصف الإحصائي أيضًا اختبار الفرضيات، عندما يتم إنشاء فرضية محددة وتقييمها باستخدام تقنيات إحصائية، مثل اختبار t أو اختبار ANOVA، لتقييم ما إذا كانت النتائج ذات دلالة إحصائية. بعد تقييم البيانات، من الضروري تفسير النتائج، حيث يجب على الباحثين شرح ما تشير إليه النتائج لموضوع الدراسة، وأي

استنتاجات يمكن أخذها منها. هذا المكون بالغ الأهمية لأنه يساعد في التأثير على الاختيارات المستقبلية (Amrhein, 2019).

Statistics						
Std. Error of Kurtosis	Kurtosis	Std. Error of Skewness	Skewness	Std. Deviation	N	
					Valid	
0.297	-1.280	0.149	0.249	1.435	268	العمر
0.297	-2.007	0.149	-0.090	0.500	268	الجنس
0.297	-1.333	0.149	0.115	1.433	268	الدرجة
0.297	-1.239	0.149	-0.003	1.398	268	يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.
0.297	-1.353	0.149	-0.169	1.454	268	تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
0.297	-1.153	0.149	-0.045	1.340	268	يعزز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.
0.297	-1.353	0.149	0.009	1.454	268	تعتبر المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار.
0.297	-1.230	0.149	0.094	1.381	268	تعتبر المنافسة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
0.297	-1.309	0.149	-0.118	1.429	268	تسهم استراتيجيات المنافسة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.
0.297	-1.364	0.149	0.108	1.453	268	تساعد المنافسة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي.
0.297	-1.245	0.149	-0.016	1.388	268	يعتبر تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا.

0.297	-1.342	0.149	-0.049	1.452	268	تؤدي استثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة.
0.297	-1.409	0.149	0.000	1.490	268	يعزز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات.
0.297	-1.247	0.149	-0.032	1.378	268	تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.
0.297	-1.271	0.149	0.103	1.414	268	يعتبر وجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمراً مهماً.
0.297	-1.400	0.149	-0.078	1.475	268	تساهم المنافسة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات.
0.297	-1.336	0.149	0.127	1.444	268	يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
0.297	-1.343	0.149	0.125	1.447	268	يعزز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع.
0.297	-1.319	0.149	-0.036	1.423	268	تعتبر المرونة التنظيمية عنصراً حاسماً في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي.
0.297	-1.328	0.149	-0.125	1.441	268	يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات.

جدول 1: الوصف الاحصائي للبيانات.

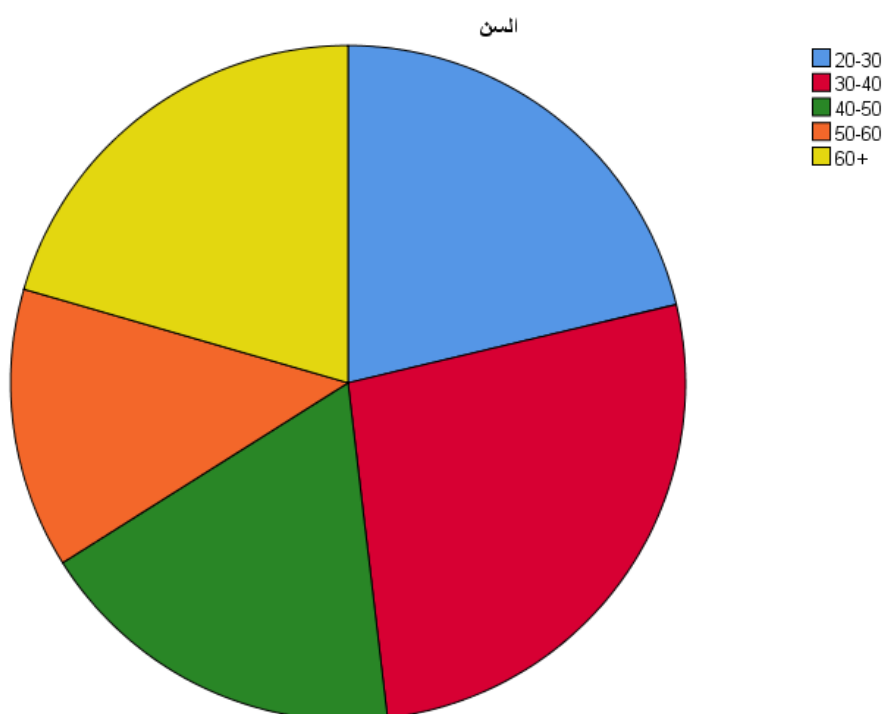
• السن

من الواضح تقارب النسب بين اعمار المشاركين مما يدل على عشوائية النتائج ويعطي قوه للاستبيان وللإجابات مما سيكون من المفيد للدراسة البحثية.

السن					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	57	21.3	21.3	21.3

	30-40	72	26.9	26.9	48.1
	40-50	48	17.9	17.9	66.0
	50-60	36	13.4	13.4	79.5
	60+	55	20.5	20.5	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 2: الوصف الاحصائي لعمر المشاركين في التجربة.



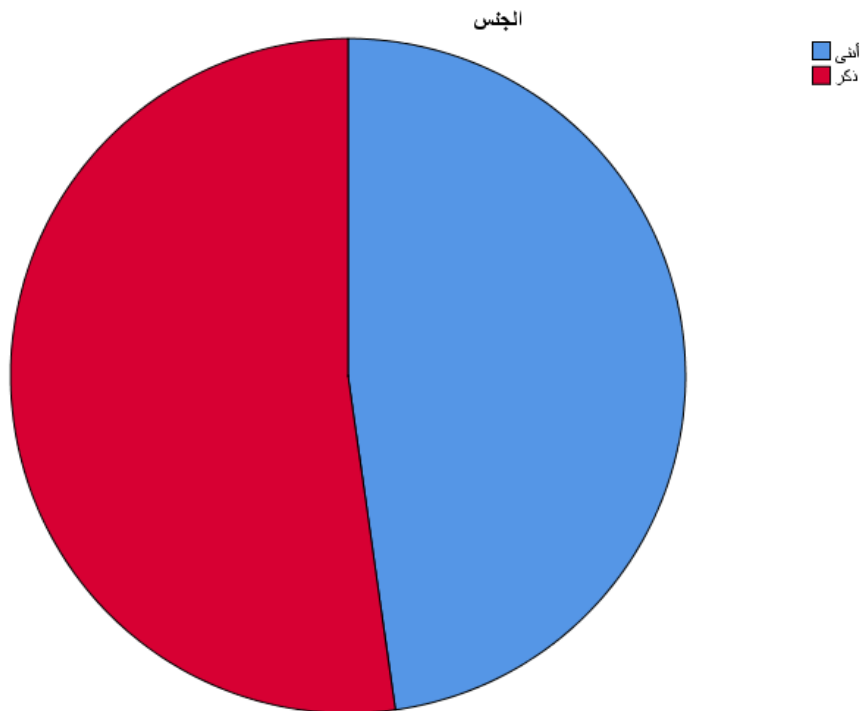
رسم توضيحي 2: التمثيل البياني لعمر المشاركين في التجربة

• الجنس

تتقارب النسب جدا بين الاناث والذكور في نتائج الاستبيان مما يدل على تساوي فرص المشاركة في الاستبيان بين الجنسين.

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أنثى	128	47.8	47.8	47.8
	ذكر	140	52.2	52.2	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 3: الوصف الاحصائي لجنس المشاركين في التجربة.



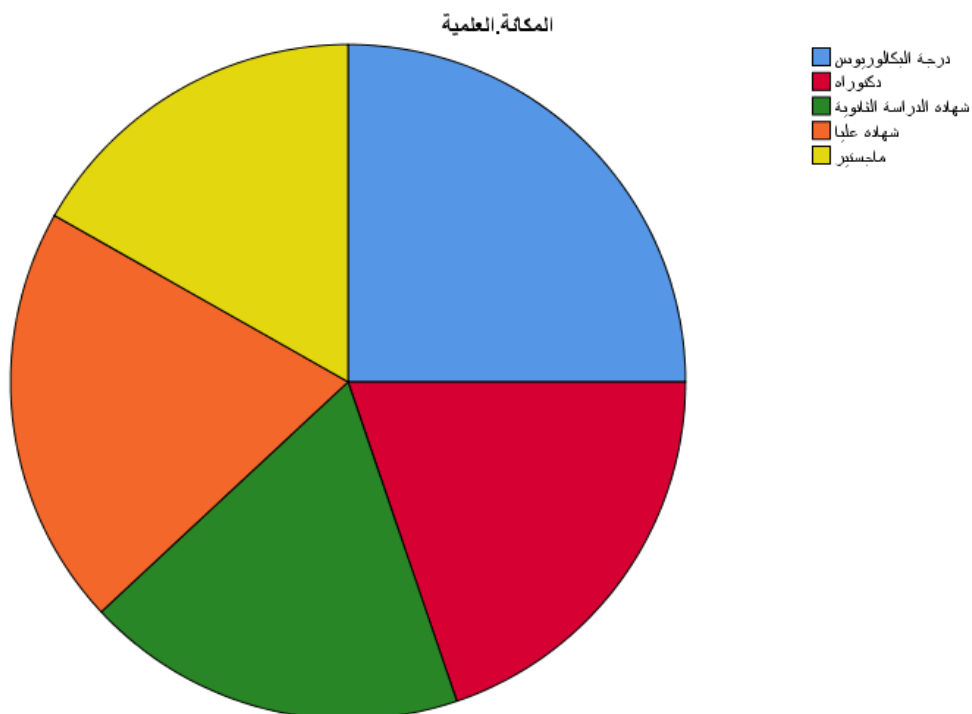
رسم توضيحي 3: التمثيل البياني لجنس المشاركين في التجربة

• الدرجة

تتنوع وتتقارب الاجابات مما يدل علي زيادة قوه الاستبيان لتوازن الدرجات العلمية للمشاركين.

الدرجة		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	درجة البكالوريوس	67	25.0	25.0	25.0
	دكتوراه	53	19.8	19.8	44.8
	شهادة الدراسة الثانوية	49	18.3	18.3	63.1
	شهادة عليا	54	20.1	20.1	83.2
	ماجستير	45	16.8	16.8	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 4: الوصف الاحصائي لدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة.



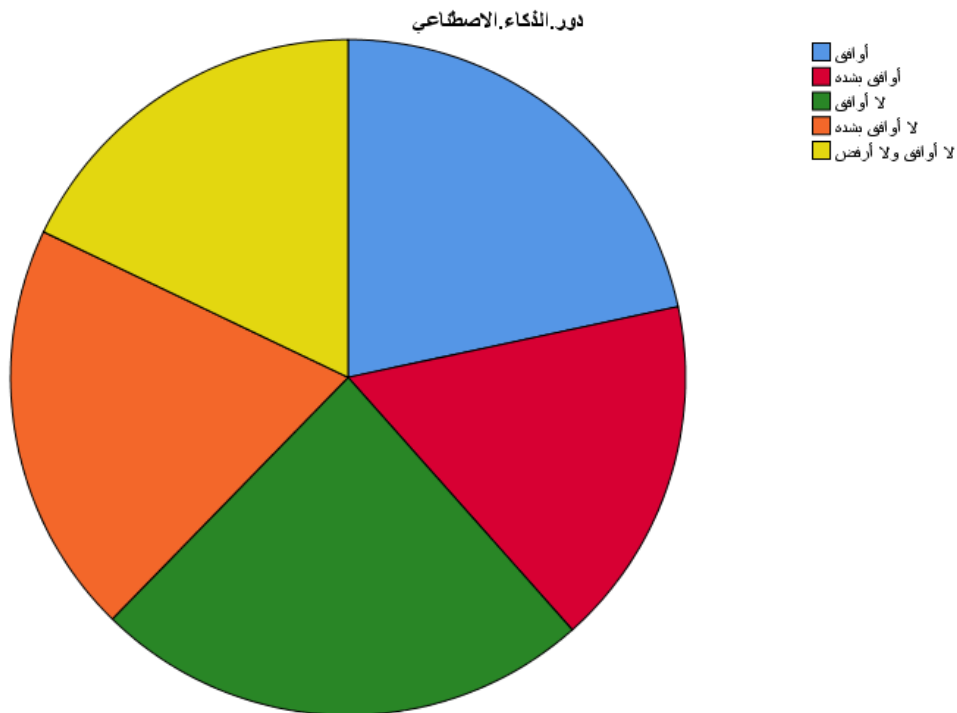
رسم توضيحي 4: التمثيل البياني لدرجة العلمية لدى المشاركين في التجربة

- يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.

تتقارب النسب بين الاجابات حيث نسبة الموافقة والموافقة حيث تعتبر 37% وعدم الموافقة وعدم الموافقة بشده تقترب من 40% وهذا يدل على عدم وعي المشاركين بأهمية دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.

يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	58	21.6	21.6	21.6
	أوافق بشدة	45	16.8	16.8	38.4
	لا أوافق	64	23.9	23.9	62.3
	لا أوافق بشدة	53	19.8	19.8	82.1
	لا أوافق ولا أرفض	48	17.9	17.9	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 5: الوصف الاحصائي لاستخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.



رسم توضيحي 5: التمثيل البياني لاستخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات

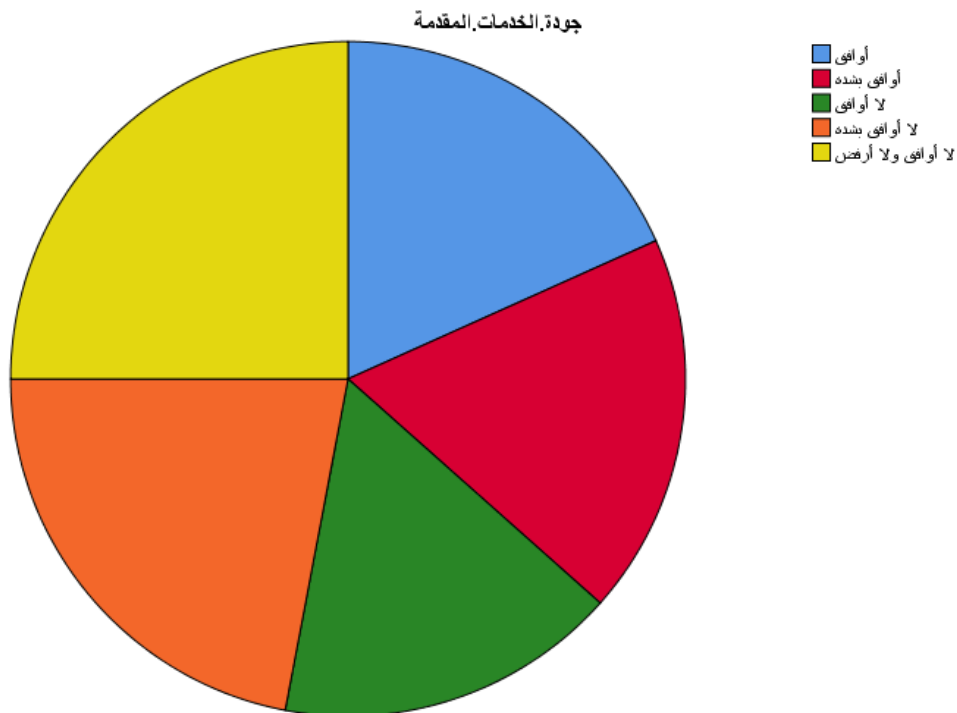
- تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

تقريب النسب بين الاجابات مما يدل على غياب الوعي الثقافي لدى المشاركين بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين

جودة الخدمات المقدمة للعملاء

تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	49	18.3	18.3	18.3
	أوافق بشدة	49	18.3	18.3	36.6
	لا أوافق	44	16.4	16.4	53.0
	لا أوافق بشدة	59	22.0	22.0	75.0
	لا أوافق ولا أرفض	67	25.0	25.0	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 6: الوصف الاحصائي لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.



رسم توضيحي 6: التمثيل البياني لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء

- يعزز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.

تقترب النسب بين الموافقة وعدم الموافقة مما يدل على عدم وجود إدراك لدى المشاركين بأهميه الذكاء الاصطناعي في

القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.

يعزز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	44	16.4	16.4	16.4
	أوافق بشدة	54	20.1	20.1	36.6
	لا أوافق	64	23.9	23.9	60.4
	لا أوافق بشدة	58	21.6	21.6	82.1
	لا أوافق ولا أرفض	48	17.9	17.9	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 7: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.



رسم توضيحي 7: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال

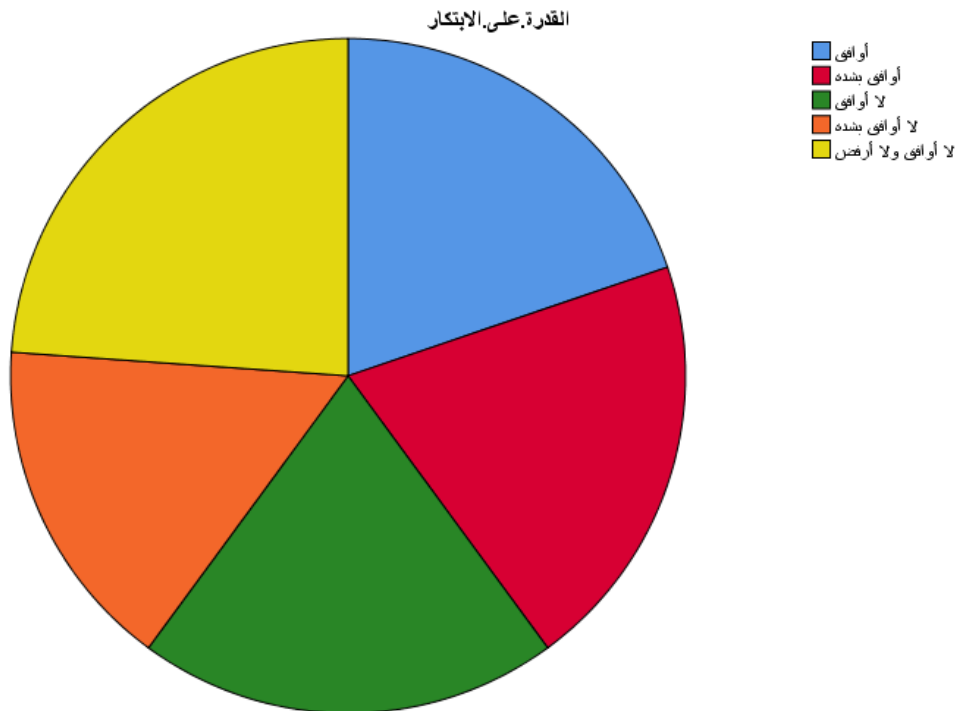
- تعتبر المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار.

اقتراب النسب بين كل من الموافقة وعدم الموافقة التي تقترب بشكل عام من 20% وهذا دليل على غياب الوعي الثقافي

بين المشاركين بأن الشركات والمؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار.

تعتبر المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	53	19.8	19.8	19.8
	أوافق بشدة	54	20.1	20.1	39.9
	لا أوافق	54	20.1	20.1	60.1
	لا أوافق بشدة	43	16.0	16.0	76.1
	لا أوافق ولا أرفض	64	23.9	23.9	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 8: الوصف الاحصائي لاعتبار المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار.



رسم توضيحي 8: التمثيل البياني لاعتبار المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار

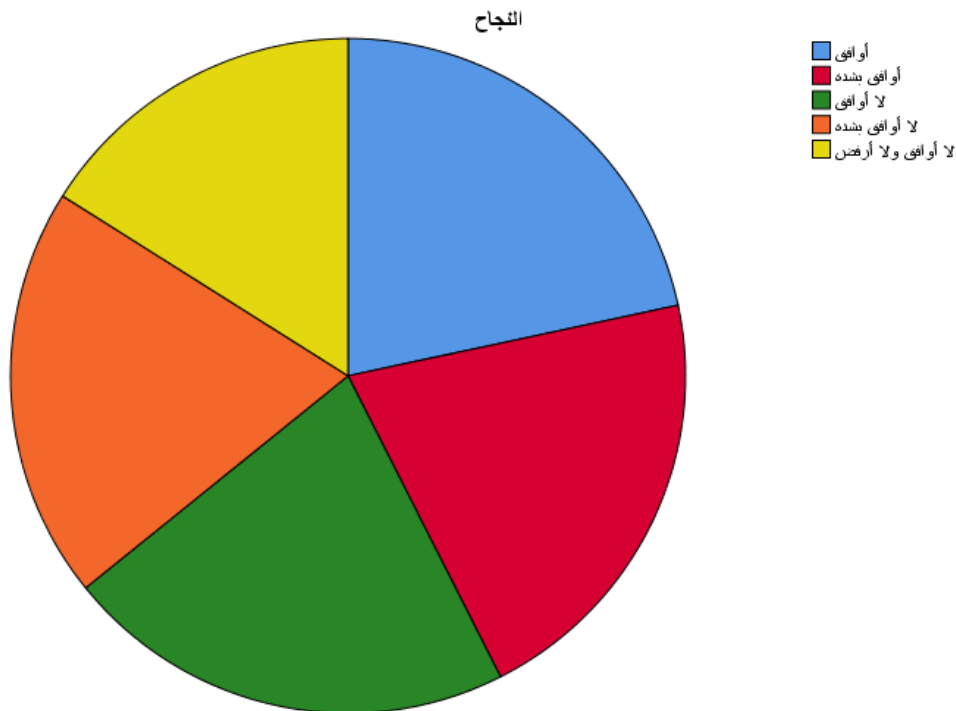
- تعتبر المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

ان اقتراب نسبه الموافقة وعدم الموافقة من 20% بشكل عام يدل على التوازن بين الاجابات وهذا يثبت عدم وجود غياب

الوعي لدى المشاركين بالاستبيان بأن المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي

تعتبر المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	58	21.6	21.6	21.6
	أوافق بشدة	56	20.9	20.9	42.5
	لا أوافق	58	21.6	21.6	64.2
	لا أوافق بشدة	53	19.8	19.8	84.0
	لا أوافق ولا أرفض	43	16.0	16.0	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 9: الوصف الاحصائي لاعتبار المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.



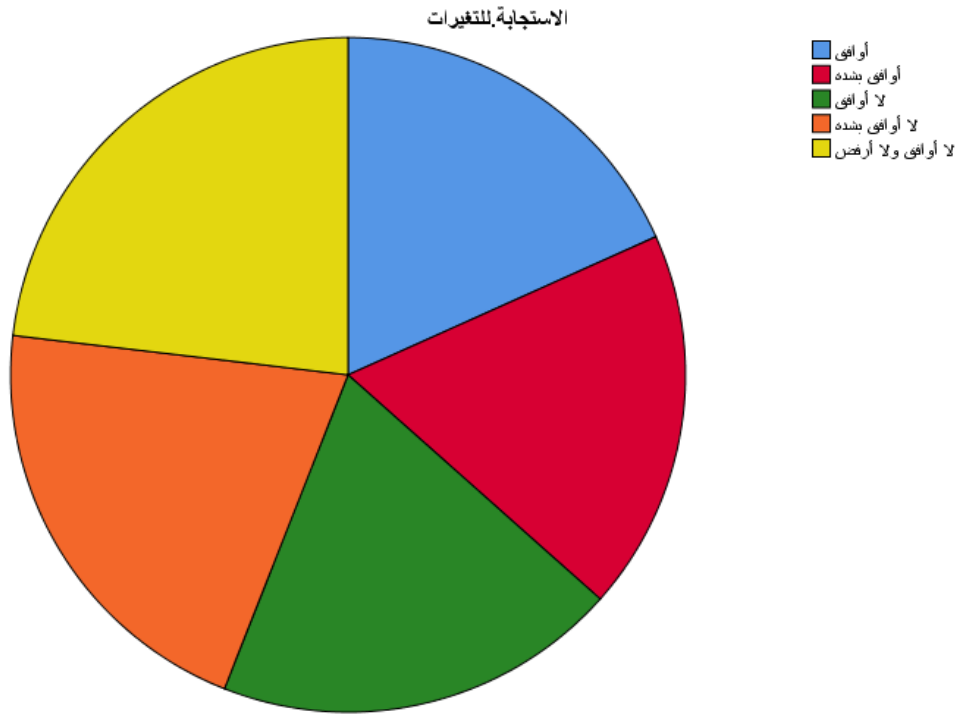
رسم توضيحي 9: التمثيل البياني لاعتبار المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- تسهم استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.

تقرب النسب للموافقة وعدم الموافقة حيث جاءت نسبة الموافقة والموافقة بشده تقرب من 37% وعدم الموافقة وعدم الموافقة بشده تقرب من 40% هذا دليل واضح على عدم وجود الوعي بين اغلب المشاركين ان استراتيجيات المناعة التنظيمية تساهم في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.

تسهم استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	49	18.3	18.3	18.3
	أوافق بشدة	49	18.3	18.3	36.6
	لا أوافق	52	19.4	19.4	56.0
	لا أوافق بشدة	56	20.9	20.9	76.9
	لا أوافق ولا أرفض	62	23.1	23.1	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 10: الوصف الاحصائي لمساهمة استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.



رسم توضيحي 10: التمثيل البياني لمساهمة استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق

• تساعد المناعة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي.

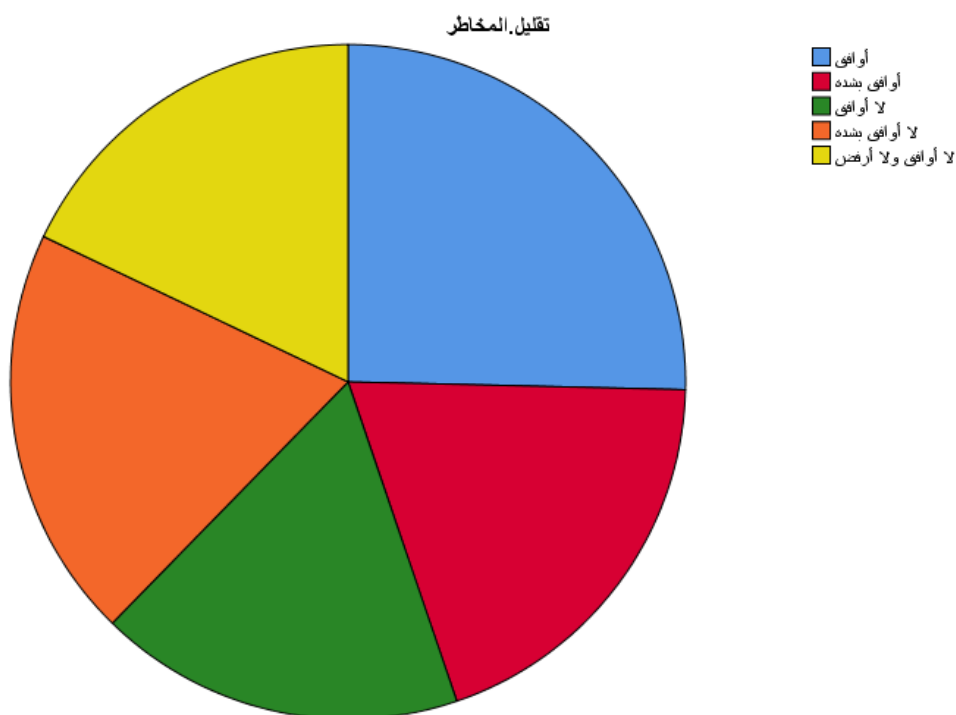
نسبه الموافقة والموافقة بشده التي تقترب من 46% تزداد بشكل بسيط عن عدم الموافقه الذي نسبته تقترب من 37% وهذا يدل بشكل بسيط عن اهميه المناعة التنظيمية في تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي في وجهه نظر

المشاركين

تساعد المناعة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	68	25.4	25.4	25.4
	أوافق بشدة	52	19.4	19.4	44.8
	لا أوافق	47	17.5	17.5	62.3
	لا أوافق بشدة	53	19.8	19.8	82.1
	لا أوافق ولا أرفض	48	17.9	17.9	100.0

	Total	268	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

جدول 11: الوصف الاحصائي لمساعدة المنظمة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي.



رسم توضيحي 11: التمثيل البياني لمساعدة المنظمة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي

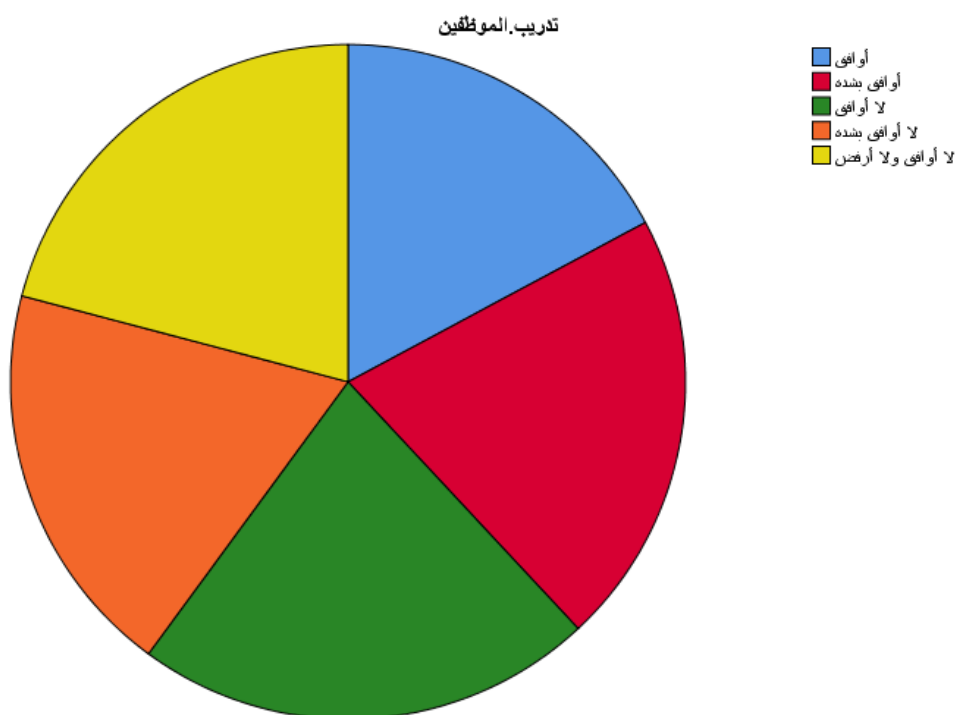
- يعتبر تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا.

تتقارب النسب بشكل كبير بين المتغيرات مما يبين غياب الوعي الثقافي بأهميه تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

يعتبر تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	46	17.2	17.2	17.2
	أوافق بشدة	56	20.9	20.9	38.1
	لا أوافق	59	22.0	22.0	60.1

	لا أوافق بشدة	51	19.0	19.0	79.1
	لا أوافق ولا أرفض	56	20.9	20.9	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 12: الوصف الاحصائي لاعتبار تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا



رسم توضيحي 12: التمثيل البياني لاعتبار تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا

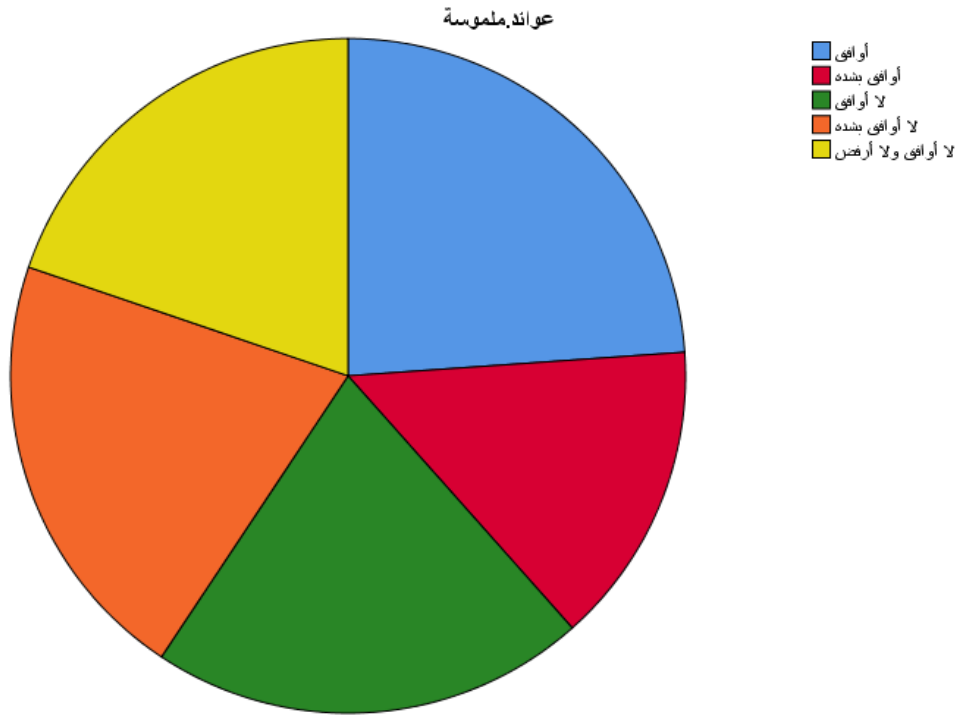
• تؤدي استثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة.

تقارب النسب مع زيادة ضئيلة في عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة التي تقترب نسبته من 42% يدل على الغياب التام للوعي الثقافي لدى المشاركين وكان يجب ان يوجد وعدي لديهم بان استثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى تحقيق عوائد ملموسة.

تؤدي استثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	أوافق	64	23.9	23.9	23.9
	أوافق بشدة	39	14.6	14.6	38.4
	لا أوافق	56	20.9	20.9	59.3
	لا أوافق بشدة	56	20.9	20.9	80.2
	لا أوافق ولا أرفض	53	19.8	19.8	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 13: الوصف الاحصائي لاستثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة.



رسم توضيحي 13: التمثيل البياني لاستثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة

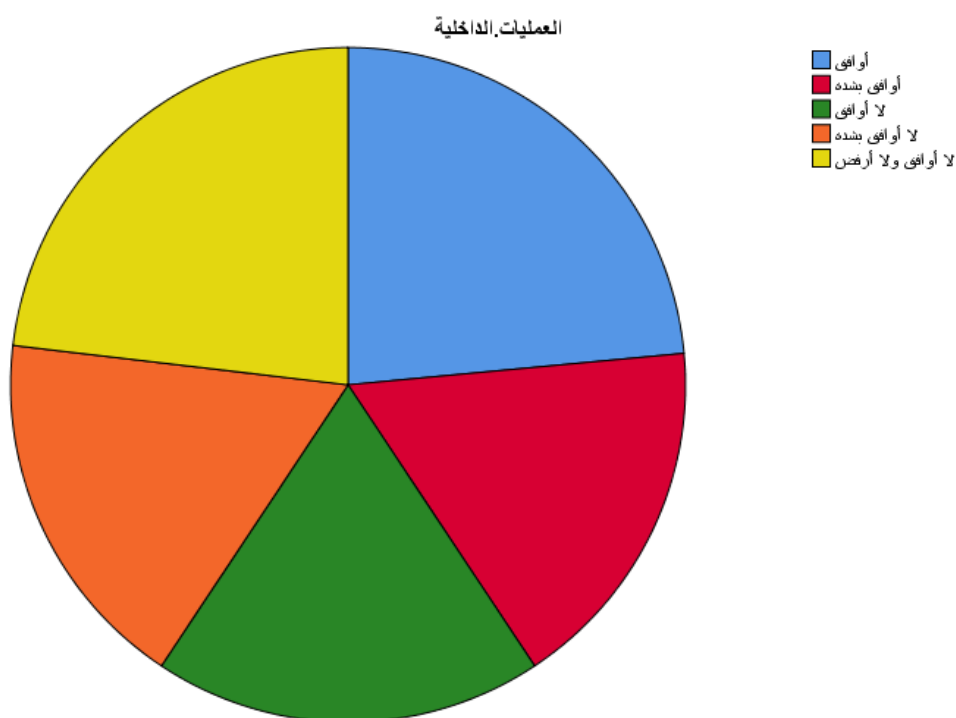
• يعزز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات

الزيادة البسيطة للموافقة والموافقة بشده الذي تخطت نسبتهم 40% يدل على وجود وعي عن جزء يعتبر الأغلبية لدى

المشاركين بأهمية الذكاء الاصطناعي في فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات.

يعزز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	63	23.5	23.5	23.5
	أوافق بشدة	46	17.2	17.2	40.7
	لا أوافق	50	18.7	18.7	59.3
	لا أوافق بشدة	47	17.5	17.5	76.9
	لا أوافق ولا أرفض	62	23.1	23.1	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 14: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات



رسم توضيحي 14: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات

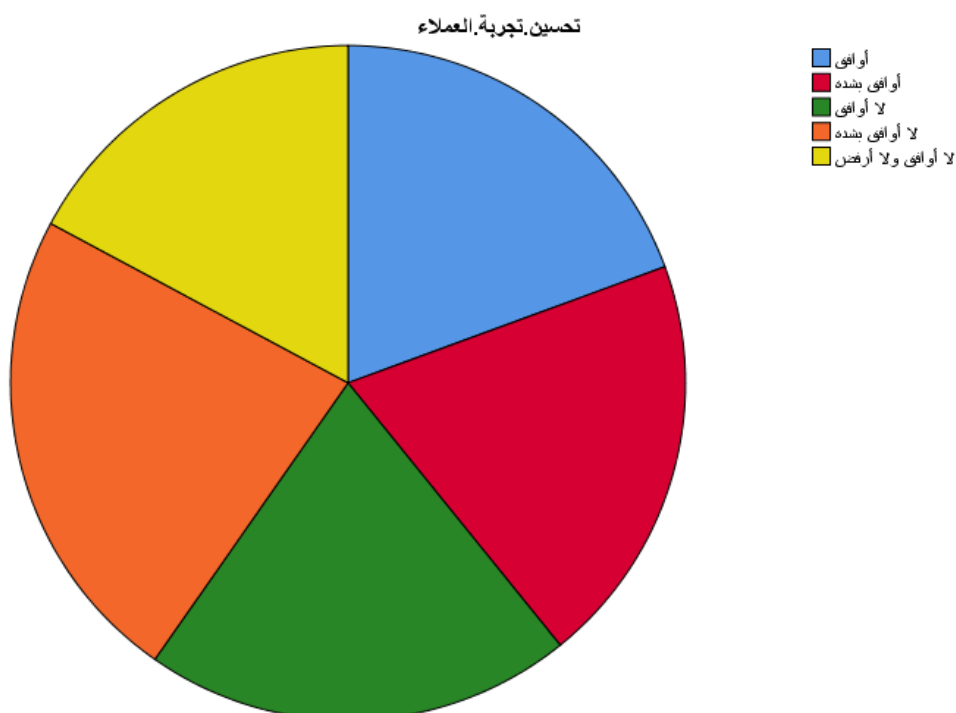
- تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.

تزداد نسبته الموافقة والموافقة بشده عن 43% مما يؤدي الى استنتاج غياب الوعي الثقافي التام لدي المشاركين في

الاستبيان بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء

تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	52	19.4	19.4	19.4
	أوافق بشدة	53	19.8	19.8	39.2
	لا أوافق	55	20.5	20.5	59.7
	لا أوافق بشدة	62	23.1	23.1	82.8
	لا أوافق ولا أرفض	46	17.2	17.2	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 15: الوصف الاحصائي لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.



رسم توضيحي 15: التمثيل البياني لمساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.

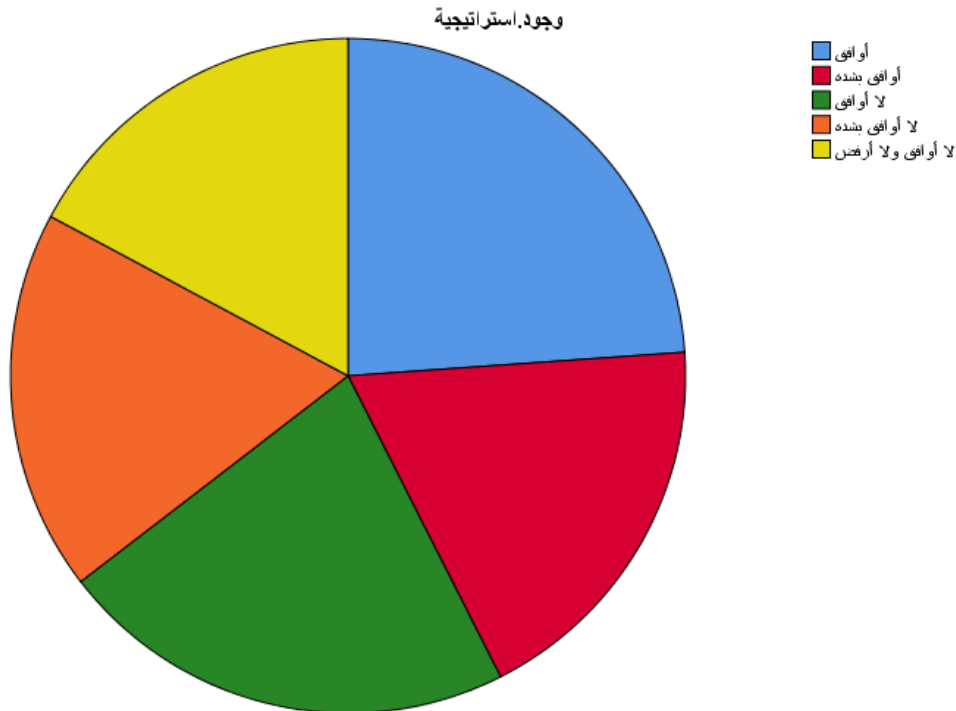
- يعتبر وجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما.

تتقارب النسب بين الموافقة والموافقة بشده (تخطت 40%) وعدم الموافقة وعدم الموافقة بشده (تقرب من 40% ايضا)

يدل على عدم معرفه المشاركين بأهمية وجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات.

يعتبر وجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	64	23.9	23.9	23.9
	أوافق بشده	50	18.7	18.7	42.5
	لا أوافق	59	22.0	22.0	64.6
	لا أوافق بشده	49	18.3	18.3	82.8
	لا أوافق ولا أرفض	46	17.2	17.2	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 16: الوصف الاحصائي لوجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما.



رسم توضيحي 16: التمثيل البياني لوجود استراتيجية واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما

• تساهم المنظمة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات.

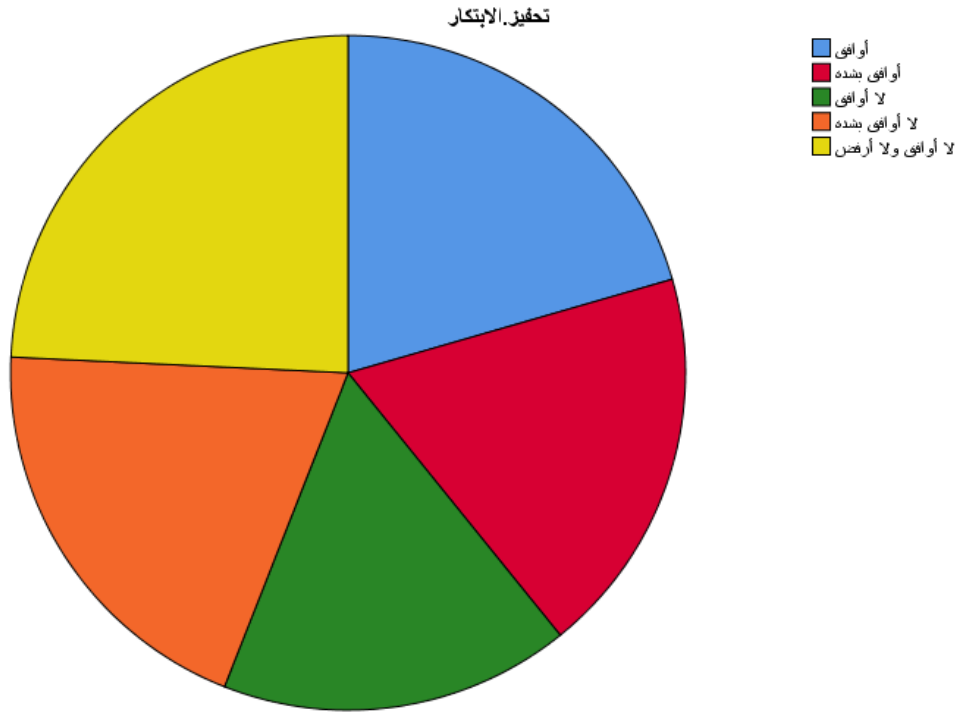
تزداد نسبة المشاركين الذين وافقوا ووافقوا بشده من 40% وهذا يزداد بفارق بسيط عن عدم الموافقة وعدم الموافقة

بشده الذي نسبتهم 38% تقريبا وهذا يدل على ان الوعي موجود لدى النسبة الاكبر من المشاركين في الاستبيان بأهمية

المناعة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات

تساهم المنظمة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	55	20.5	20.5	20.5
	أوافق بشدة	50	18.7	18.7	39.2
	لا أوافق	45	16.8	16.8	56.0
	لا أوافق بشدة	53	19.8	19.8	75.7
	لا أوافق ولا أرفض	65	24.3	24.3	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 17: الوصف الاحصائي لمساهمة المنظمة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات.



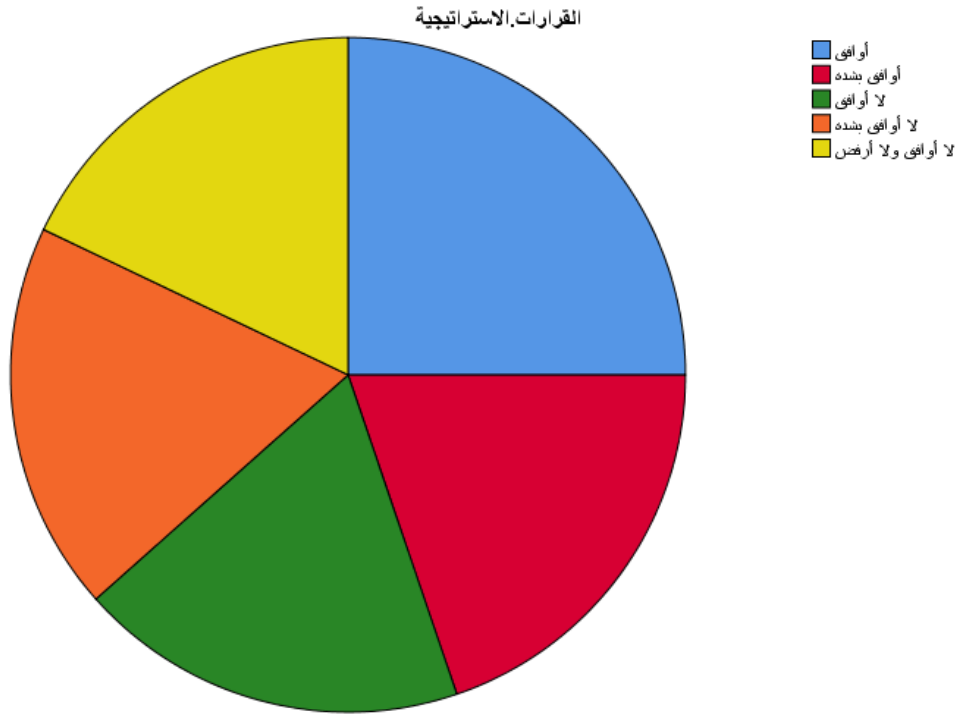
رسم توضيحي 17: التمثيل البياني لمساهمة المناعة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات

• يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.

من الواضح هنا اهمية الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرارات الاستراتيجية والدليل على هذا زيادة نسبه الموافقة والموافقة بشده لتقرب من 45%.

يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	67	25.0	25.0	25.0
	أوافق بشدة	53	19.8	19.8	44.8
	لا أوافق	50	18.7	18.7	63.4
	لا أوافق بشدة	50	18.7	18.7	82.1
	لا أوافق ولا أرفض	48	17.9	17.9	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 18: الوصف الاحصائي لاستخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.



رسم توضيحي 18: التمثيل البياني لاستخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية

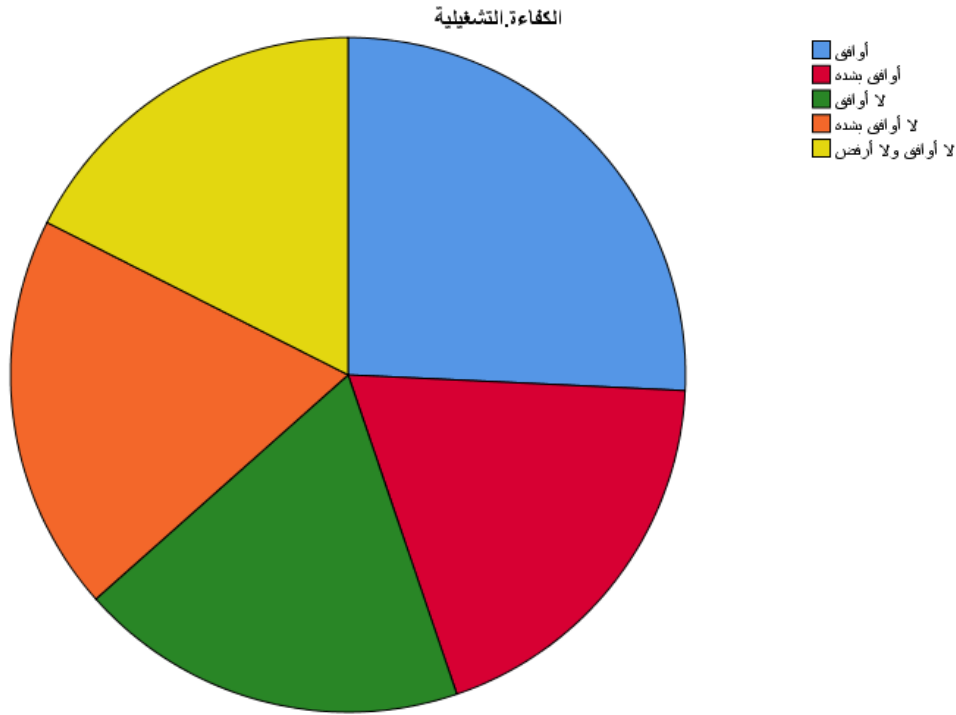
• يعزز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع.

تقترب نسبة الموافقة والموافقة بشدة من 45% وهذا يدل على ان الذكاء الاصطناعي يعزز من الكفاءة التشغيلية في

القطاع

يعزز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	69	25.7	25.7	25.7
	أوافق بشدة	51	19.0	19.0	44.8
	لا أوافق	50	18.7	18.7	63.4
	لا أوافق بشدة	51	19.0	19.0	82.5
	لا أوافق ولا أرفض	47	17.5	17.5	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 19: الوصف الاحصائي لتعزيز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع.



رسم توضيحي 19: التمثيل البياني لتعزيز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع

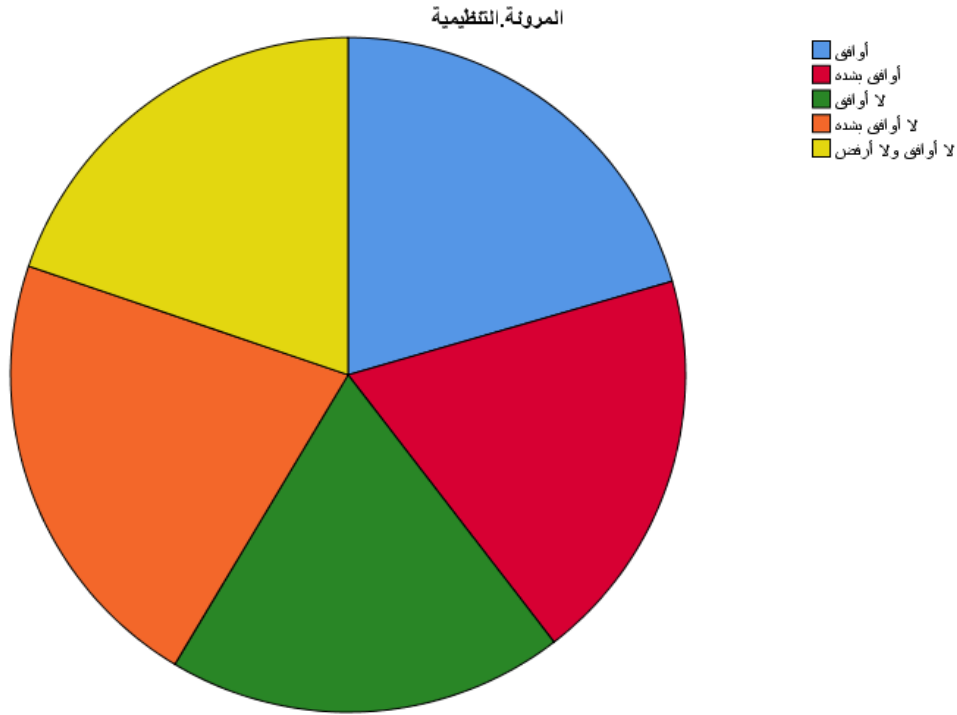
- تعتبر المرونة التنظيمية عنصراً حاسماً في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي.

تتقارب النسب بشده هنا مما يدل على غياب الوعي التام بأن المرونة التنظيمية تعد عنصراً حاسماً في نجاح استخدام

الذكاء الاصطناعي

تعتبر المرونة التنظيمية عنصراً حاسماً في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	55	20.5	20.5	20.5
	أوافق بشدة	51	19.0	19.0	39.6
	لا أوافق	51	19.0	19.0	58.6
	لا أوافق بشدة	58	21.6	21.6	80.2
	لا أوافق ولا أرفض	53	19.8	19.8	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

جدول 20: الوصف الاحصائي لاعتبار المرونة التنظيمية عنصراً حاسماً في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي.



رسم توضيحي 20: التمثيل البياني لاعتبار المرونة التنظيمية عنصرا حاسما في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي

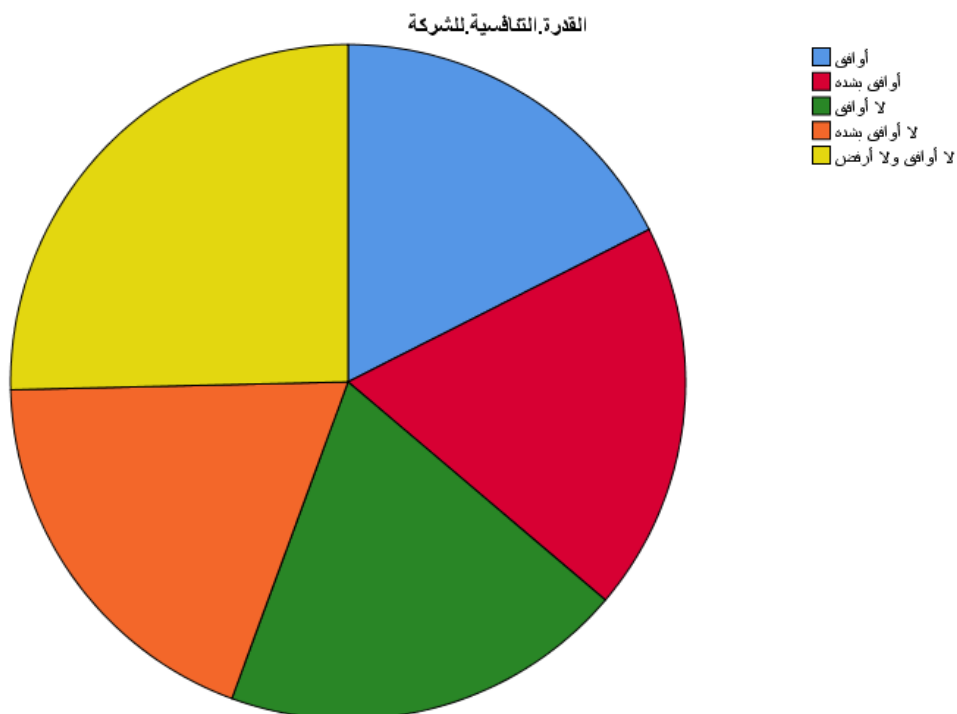
• يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات.

تتقارب النسب بشده بين الموافقة بشده والموافقة (35% تقريبا) وعدم الموافقة وعدم الموافقة بشده (38% تقريبا) وهذا يدل على غياب الوعي الثقافي لدى المشاركين في الاستبيان بأهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات.

يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أوافق	47	17.5	17.5	17.5
	أوافق بشدة	50	18.7	18.7	36.2
	لا أوافق	52	19.4	19.4	55.6
	لا أوافق بشدة	51	19.0	19.0	74.6
	لا أوافق ولا أرفض	68	25.4	25.4	100.0

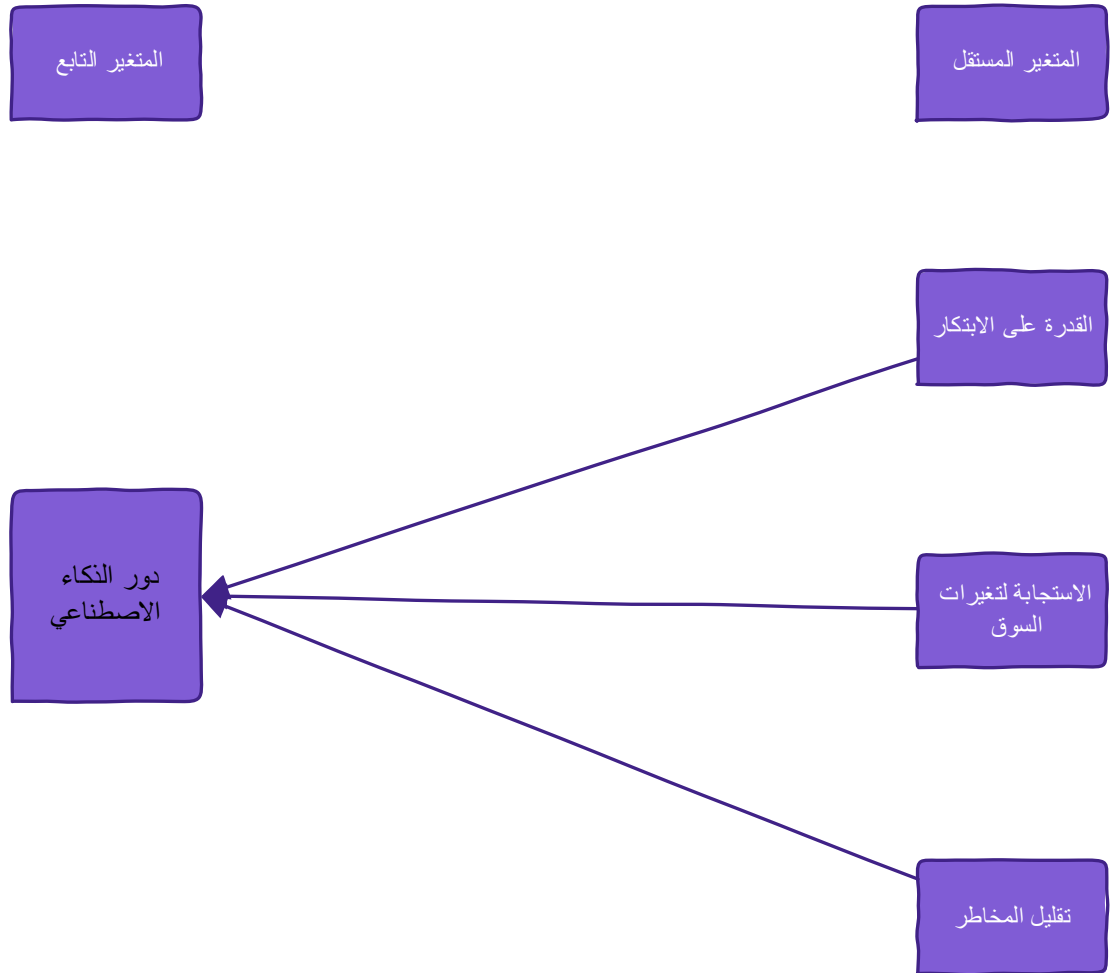
	Total	268	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

جدول 21: الوصف الاحصائي لمساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات.



رسم توضيحي 21: التمثيل البياني لمساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات

• متغيرات الدراسة



رسم توضيحي 22: متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة

• دور الذكاء الاصطناعي في زيادة القدرة على الابتكار في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

الذكاء الاصطناعي هو تقنية قوية تشجع الابتكار في العديد من المجالات، وخاصة في صناعة الاتصالات السعودية، وهي واحدة من الصناعات الأساسية التي تلعب دورًا كبيرًا في النمو الاقتصادي والاجتماعي. يعزز الذكاء الاصطناعي قدرة شركات الاتصالات على الابتكار من خلال تحسين العمليات، وتقديم خدمات جديدة، وزيادة تجربة العملاء.

إن إحدى أهم مهام الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصالات هي تحليل البيانات الضخمة. تجمع شركات الاتصالات كميات كبيرة من البيانات حول سلوك المستهلك واتجاهات الاستخدام. يمكن للذكاء الاصطناعي تفسير هذه البيانات بكفاءة، مما يسمح للمؤسسات بفهم رغبات العملاء بشكل أكثر اكتمالاً وبناء خدمات مخصصة تلبي هذه الاحتياجات. تساعد هذه التخصيصات على تحسين تجربة العملاء وزيادة رضا العملاء، مما يعزز الميزة التنافسية.

علاوة على ذلك، قد يعزز الذكاء الاصطناعي الكفاءة التشغيلية من خلال أتمتة الإجراءات. على سبيل المثال، يمكن استخدام أساليب التعلم الآلي في إدارة الشبكة، مما يؤدي إلى تحسين الأداء وخفض التكاليف التشغيلية. يمكن للذكاء الاصطناعي أيضًا اكتشاف الأعطال بشكل أفضل والتعامل مع الصيانة، وضمان استمرارية الخدمة وكفاءتها.

بالإضافة إلى ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في إنشاء خدمات جديدة، مثل المساعدين الافتراضيين وخدمات الدعم الفني القائمة على الدردشة. وتساعد هذه التطورات في تقديم خدمة على مدار الساعة، وتعزيز قدرة الشركات على تلبية متطلبات العملاء بسرعة وفعالية.

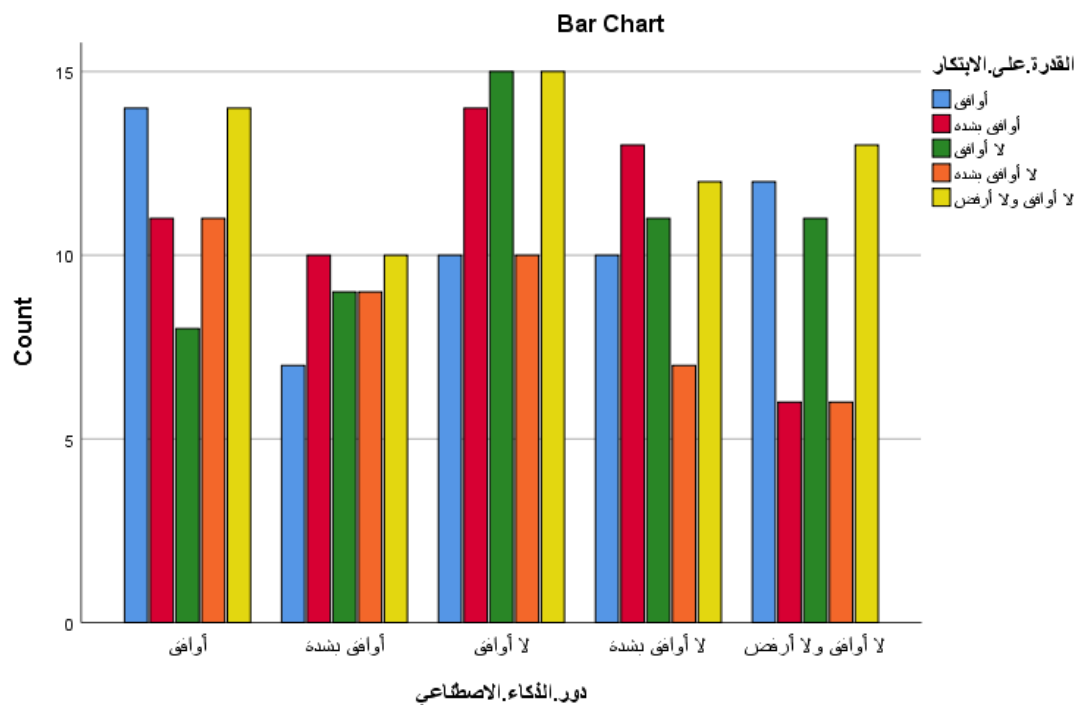
كما توفر الذكاء الاصطناعي خيارات جديدة للابتكار في خدمات جديدة مثل إنترنت الأشياء والمدن الذكية. ومن خلال دمج الذكاء الاصطناعي مع تكنولوجيا الاتصالات، يمكن إنتاج حلول إبداعية تساهم في تحسين حياة الناس وتعزيز كفاءة الأنظمة الحضرية.

وفي نهاية المطاف، يعد الذكاء الاصطناعي محركًا مهمًا للابتكار في صناعة الاتصالات السعودية، حيث يساعد في تحسين القدرة التنافسية للشركات من خلال تحسين تجربة العملاء وزيادة الكفاءة التشغيلية وخلق خدمات جديدة تناسب متطلبات السوق. وسيكون لاستثمار الشركات في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تأثير كبير على مستقبل الصناعة ودورها في النمو الاقتصادي في المملكة (Ahmad، 2023).

من الموضح في الجدول تقارب نسبه حريه الاجابات ويساوي 4 مما يدل على قله التشتت بين المتغيرات مما يعطي اهميه للاستبيان والبحث العلمي بشكل عام.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.728 ^a	4	.957
Likelihood Ratio	8.012	4	.949
Linear-by-Linear Association	.006	1	.940
N of Valid Cases	268		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.22.			

جدول 22: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في زيادة القدرة على الابتكار في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية.



رسم توضيحي 23: المقاييس المتمثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في زيادة القدرة على الابتكار في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

• دور الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات السوق في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

الذكاء الاصطناعي هو تقنية استراتيجية تمكن قطاع الاتصالات السعودي من الاستجابة للتغيرات السريعة في السوق وتعزيز الميزة التنافسية. يتميز قطاع الاتصالات بالنمو المستمر، الأمر الذي يتطلب استجابات فعالة وسريعة من الشركات لمعالجة المشاكل والإمكانيات المتغيرة.

إن إحدى أهم مسؤوليات الذكاء الاصطناعي هي تعزيز تحليل البيانات الضخمة. تجمع شركات الاتصالات كميات كبيرة من البيانات حول سلوك المستهلك واتجاهات السوق. يمكن للذكاء الاصطناعي تقييم هذه البيانات في الوقت الفعلي، مما يمكن المؤسسات من اكتشاف أنماط جديدة والتنبؤ بمتطلبات العملاء في وقت أقرب. يساعد هذا التحليل الفوري المؤسسات على اتخاذ خيارات مدروسة مرتبطة بإنشاء وتكييف السلع والخدمات وفقًا لمتطلبات السوق.

وعلاوة على ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة المستهلك. من خلال حلول مثل المساعدين الافتراضيين وأنظمة الدردشة الذكية، يمكن للمؤسسات تقديم مساعدة سريعة للعملاء، مما يزيد من سعادتهم وولائهم. إن القدرة على الاستجابة السريعة للأسئلة ومعالجة القضايا تعزز قدرة الشركات على المنافسة في سوق متغيرة.

كما يتيح الذكاء الاصطناعي تقنيات تسويق أكثر ذكاءً. من خلال دراسة البيانات والأنماط السلوكية، يمكن للمؤسسات بناء جهود تسويقية أكثر تركيزًا ونجاحًا، مما يساعد في جذب مستهلكين جدد والحفاظ على العملاء الحاليين. وتساعد هذه الاستراتيجية المصممة خصيصًا للمؤسسات على التفوق على المنافسة.

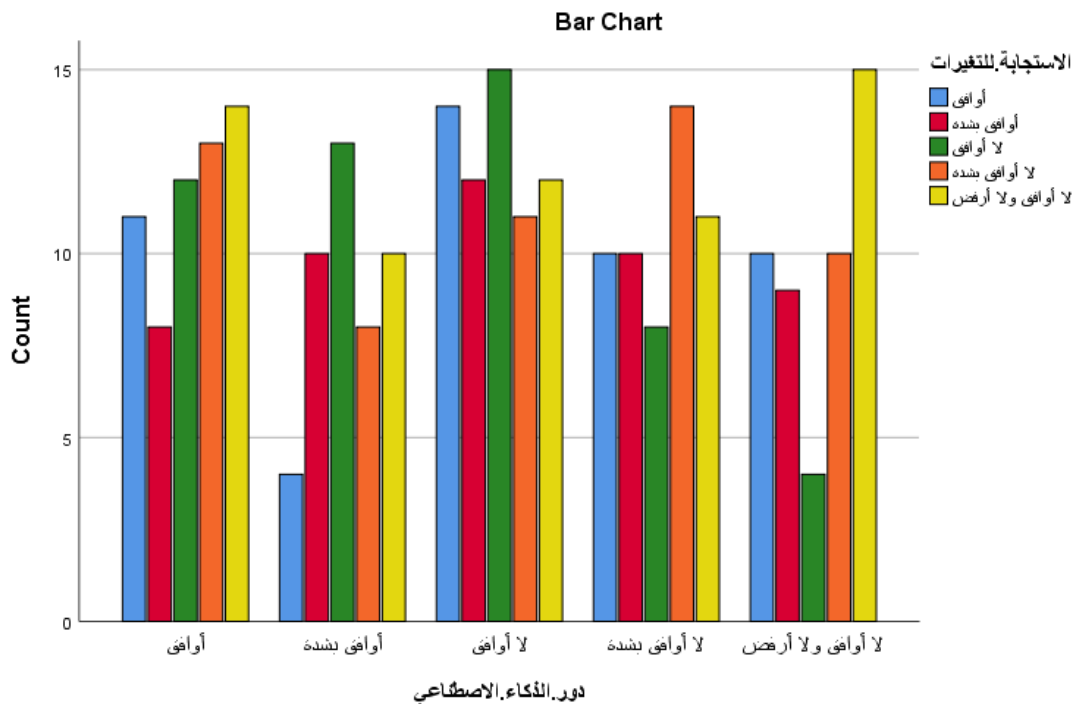
وعلاوة على ذلك، تعمل الذكاء الاصطناعي على تمكين المؤسسات من الابتكار في تقديم الخدمات. على سبيل المثال، يمكن الاستفادة من تقنية الذكاء الاصطناعي لبناء حلول مبتكرة مثل خدمات الاتصالات المستندة إلى السحابة وتطبيقات إنترنت الأشياء (IoT)، والتي تساهم في تعزيز كفاءة الخدمة وتعزيز القيمة المقدمة للعملاء.

في المناخ الحالي، حيث تتوسع المنافسة في قطاع الاتصالات السعودي، يعد الذكاء الاصطناعي أداة بالغة الأهمية تساعد المؤسسات على الاستجابة السريعة للتغيرات والمشاكل. ومن خلال الاستثمار في تقنية الذكاء الاصطناعي، قد تعزز الشركات قدراتها التنافسية، وتعزز أداء الشركات، وترفع من سعادة العملاء. وقد يفتح التعامل السلس والفعال مع تغييرات السوق فرصًا جديدة للشركات ويعزز استدامتها وتطورها المستقبلي (Alghamdi، 2023).

يبين الجدول التالي اهميه الاستبيان والعلاقة القوية بين الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات السوق في قطاع الاتصالات السعودي وزيادة الميزة التنافسية والدليل على هذه القيمة الصغيرة للحرية 4 والتي تؤكد على عدم التشتت بين الاجابات.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.612 ^a	3	.628
Likelihood Ratio	14.574	3	.556
Linear-by-Linear Association	.006	1	.938
N of Valid Cases	268		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.23.			

جدول 23: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات السوق في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية.



رسم توضيحي 24: المقاييس المتمثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في الاستجابة لتغيرات السوق في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

• دور الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

الذكاء الاصطناعي هو تقنية مفيدة في تقليل المخاطر وتعزيز الأمن في صناعة الاتصالات السعودية، مما يزيد من الميزة التنافسية لشركات الاتصالات. مع التوسع السريع لهذه الصناعة، تتطور الصعوبات المرتبطة بالأمن السيبراني وإدارة الشبكة، مما يستلزم طرقًا فعالة لمنع التهديدات المحتملة.

تعتبر زيادة أمان الشبكة من أبرز مهام الذكاء الاصطناعي. تستخدم شركات الاتصالات تقنية الذكاء الاصطناعي لمراقبة الشبكات وتحليل البيانات في الوقت الفعلي، مما يسمح لها باكتشاف السلوكيات الغريبة أو المشبوهة. تساعد هذه التقنية في التعرف المبكر على التهديدات الأمنية والرد عليها بسرعة، مما يقلل من خطر اختراق الشبكات أو الهجوم الإلكتروني.

بالإضافة إلى ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في زيادة إدارة المخاطر التشغيلية. من خلال فحص البيانات السابقة والأنماط الحالية، يمكن للذكاء الاصطناعي توقع المخاوف التشغيلية مثل أعطال المعدات أو انقطاع الخدمة. قد تعطي هذه الأنظمة إنذارات مبكرة، مما يمكن الشركات من اتخاذ إجراءات استباقية لتجنب المشكلات قبل ظهورها، وبالتالي زيادة استمرارية الخدمة وتقليل وقت التوقف.

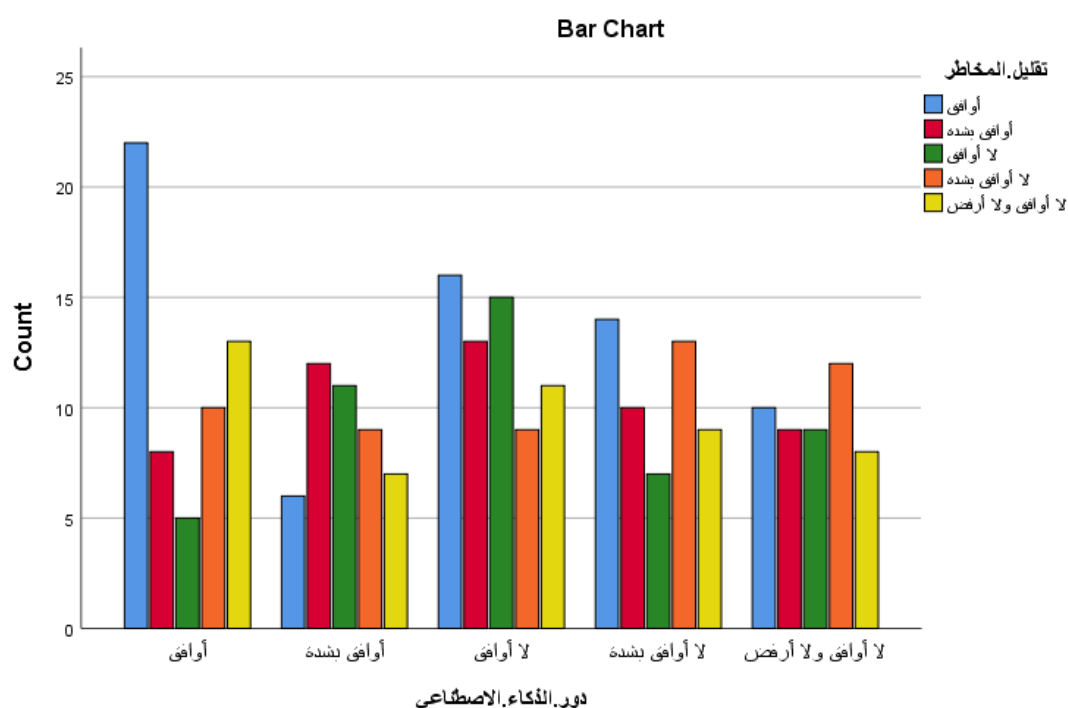
يساعد الذكاء الاصطناعي أيضًا في تحديد المخاطر المرتبطة بإنشاء سلع أو خدمات جديدة. من خلال استخدام أدوات تحليل البيانات ونماذج التنبؤ، يمكن للمؤسسات دراسة آراء المستهلكين واتجاهات السوق، مما يسمح لها باتخاذ خيارات مدروسة حول تقديم سلع جديدة. تعمل هذه الطريقة على التخلص من المخاطر المالية المرتبطة بالاستثمار في سلع قد لا تتم الموافقة عليها في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل من خلال تقديم خدمات فردية وتقليل فجوات الاتصال. يساعد استخدام أنظمة الدعم القائمة على الذكاء الاصطناعي، مثل المساعدين الافتراضيين، في القضاء على الأخطاء وتحسين جودة الردود على أسئلة العملاء، مما يعزز ولاء العملاء ويعزز الصورة العامة للشركات.

في سياق المنافسة المتزايدة في قطاع الاتصالات السعودي، يوفر الذكاء الاصطناعي أداة استراتيجية لتقليل المخاطر وتعزيز الأمن. من خلال الاستثمار في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، يمكن لشركات الاتصالات تحسين عملياتها وتقليل المخاوف الأمنية وتقديم تجربة عملاء أفضل، مما يزيد من تعزيز قدرتها التنافسية في السوق (Song, 2022).

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.928 ^a	3	.328
Likelihood Ratio	18.393	3	.301
Linear-by-Linear Association	.450	1	.502
N of Valid Cases	268		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.89.			

جدول 24: اختبار كاي اسكوير لدور الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية.



رسم توضيحي 25: المقاييس المتمثلة في تحليل الجداول المتقاطعة لدور الذكاء الاصطناعي في تقليل المخاطر في قطاع الاتصالات السعودي لزيادة الميزة التنافسية

• تحليل المصداقية والموثوقية

تحليل الموثوقية والصلاحية هو أسلوب يسعى إلى تحليل اتساق الأدوات المستخدمة لجمع البيانات، مما يزيد من تعزيز الثقة في النتائج التي تم التوصل إليها. يعد معامل ألفا كرونباخ أحد الأدوات الرئيسية المستخدمة في هذه الدراسة، لأنه يشير إلى درجة التجانس بين بنود الاستبيان أو الاختبار. يتراوح معامل ألفا من 0 إلى 1، حيث تشير القيم الأقرب إلى 1 إلى درجة عالية من الموثوقية.

عند استخدام ألفا كرونباخ، يتم تحديده بناءً على عدد البنود في المقياس والتباين داخل هذه البنود. إذا كان معامل ألفا أكبر من 0.7، فإنه يعتبر مرضياً، وأي رقم أعلى من 0.8 يشير إلى موثوقية ممتازة. من حيث التحقيقات الاجتماعية والنفسية، فإن العنصر على درجات أعلى من 0.9 قد يعني تكراراً غير ضروري في البنود.

من المهم أيضاً أن نتذكر أن الموثوقية لا تضمن دائماً الصلاحية، حيث يجب أن تكون الأداة قادرة على تقييم ما تحاول تقييمه بشكل صحيح. لذلك، ينبغي استخدام أساليب إضافية مثل تحليل العوامل لتحليل الصلاحية بشكل كامل (Taber, 2018).

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	268	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	268	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

جدول 25: ملخص تحليل البيانات.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.855	.848	20

جدول 26: الإحصائيات الموثوقية.

التوصيات

توصي الدراسة شركات الاتصالات بما يلي:

- الاستثمار في الأنظمة والتقنيات اللازمة لتطبيق الذكاء الاصطناعي لضمان تحقيق الاستفادة القصوى من هذه التكنولوجيا.
- يجب على الشركات تحسين قدرتها التنظيمية على التكيف مع التغيرات، سواء من خلال تحسين الهيكل التنظيمي أو تعزيز ثقافة الابتكار، مما يساعد على التعامل مع تحديات التكنولوجيا المتغيرة بسرعة.
- من الضروري توفير تدريب متخصص للموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة، مما يساهم في تعزيز الابتكار داخل الشركة وزيادة قدرتها على تقديم خدمات متميزة.
- يجب على الشركات وضع خطة استراتيجية محكمة لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، تتضمن أهداف واضحة وسياسات تساهم في تحسين الأداء وتحقيق التميز.
- يجب أن تركز الشركات على استخدام الذكاء الاصطناعي لتخصيص الخدمات وتحليل بيانات العملاء بفعالية، مما يعزز من رضا العملاء ويحسن سمعة الشركة في السوق.
- يجب تعزيز قدرة الشركات على التكيف السريع مع التغيرات التقنية والابتكارات الجديدة لضمان استدامة الميزة التنافسية.
- العمل مع الجهات المعنية لتطوير سياسات تنظيمية تدعم الابتكار وتسهّل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الاتصالات.

المراجع

المراجع العربية:

- دور نظام المنة التنظيمية في التوازن الاستراتيجي: دراسة تطبيقية في المستشفيات الأردنية الخاصة. أحمد, أ. ز. Retrieved from <http://demo.mandumah.com/Record/1311735>
- تعزيز المنة التنظيمية المكتسبة في ظل التشارك المعرفي. (2020). الثابت, أ. س. Retrieved from <https://www.jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/114>
- تأثير تكامل سلسلة التوريد على خلق ميزة تنافسية مستدامة دراسة تطبيقية على قطاع صناعة الإلكترونيات. الكراتي, ص. م. Retrieved from file:///C:/Users/bg/Downloads/Documents/AJSS_Volume%202_Issue%202_Pages%2013-47.pdf
- أثر استخدام معايير المحاسبة الإدارية الحديثة على تحقيق الميزة التنافسية للشركات. (2022). المرتضى, إ. ع. Retrieved from <file:///C:/Users/bg/Downloads/Documents/%D8%A3%D8%AB%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD>
- التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال. (2021). إلياس, س. Retrieved from <file:///C:/Users/bg/Downloads/Documents/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84>
- ما المقصود بالذكاء الاصطناعي المبتكر؟ كيف يعمل؟ (2023). بافيك, ج. Retrieved from <https://www.oracle.com/eg-ar/artificial-intelligence/generative-ai/what-is-generative-ai/>
- الذكاء الاصطناعي: تطبيقات وانعكاسات. مجلة اقتصاديات المال والأعمال. (2022). بوبحة, س. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1358535>
- تأثير ممارسات التسويق الداخلي على المنة التنظيمية "دراسة تطبيقية على العاملين في جامعه مؤته في". حسن, ع. أ. Retrieved from https://alat.journals.ekb.eg/article_217448.html
- "دور اليقظة التنافسية في تطوير الميزة التنافسية" دراسة حالة مؤسسة المياه المعدنية منصورة- تلمسان. (2024). حنان, م. Retrieved from <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/239132>
- دور التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية. (2023). رابح, ب. Retrieved from <file:///C:/Users/bg/Downloads/Documents/.pdf>
- الذكاء الاصطناعي: الأسس ومجالات التطبيق في المكتبات وعلوم المعلومات. (2022). عامر, ح. ي. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1282578>
- تأثير التفكير النظمي في زيادة المنة التنظيمية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من المسؤولين في شركة. (2021). عبدالله, م. ر. Retrieved from <http://demo.mandumah.com/Record/1271170>
- الذكاء الاصطناعي: مقارنة قانونية. دفاتر السياسة والقانون. (2020). عثمان, ف. ب. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1060744>
- دور الذكاء الاصطناعي في العلوم الاجتماعية والإنسانية. (2023). عزيز, م. أ. Retrieved from https://smnar.journals.ekb.eg/article_342012.html?lang=ar

أثر نظم المناعة التنظيمية في الصحة التنظيمية: دراسة ميدانية على الشركة المصرية للاتصالات. (2022). محمد, ر. م
Retrieved from <https://search.mandumah.com/Record/1373481>

استثمار الإنتاج المعرفي الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس مدخل لتحقيق الميزة التنافسية لجامعة. (2024). محمود, و. م
بنها (تصور مقترح). Retrieved from https://journals.ekb.eg/article_362319.html

دور الابتكار التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية: نموذج المصرف التجاري السوري. (2020). نزار, ح. ر
Retrieved from <http://demo.mandumah.com/Record/1184448>

المراجع الأجنبية:

Ahmad, H. (2023). The effects of big data, artificial intelligence, and business intelligence on e-learning and business performance: Evidence from Jordanian telecommunication firms. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 35-40. Retrieved from <https://growing-science.com/beta/ijds/5763-the-effects-of-big-data-artificial-intelligence-and-business-intelligence-on-e-learning-and-business-performance-evidence-from-jordanian-telecommunication-firms.html>

Alfaifi, Y. (2022). Benefits and Challenges of the Adoption of Cloud Computing in Telecommunications Companies in Saudi Arabia. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/378941441_Benefits_and_Challenges_of_the_Adoption_of_Cloud_Computing_in_Telecommunications_Companies_in_Saudi_Arabia

Alghamdi, O. A. (2023). Boosting Innovation Performance through Big Data Analytics Powered by Artificial Intelligence Use: An Empirical Exploration of the Role of Strategic Agility and Market Turbulence. *Sustainability*, 15(19). Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/19/14296>

Alnor, N. (2024). The Impact of Artificial Intelligence (Ai) on the Accounting System of Saudi Companies. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/375351558_The_Impact_of_Artificial_Intelligence_Ai_on_the_Accounting_System_of_Saudi_Companies

Alshawabkeh, Z. (2021). The impact of governance on strengthening organizational immunity in greater Madaba municipality: A Case Study. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/349452733_The_impact_of_governance_on_strengthening_organizational_immunity_in_greater_Madaba_municipality_A_Case_Study

Alshawawreh, A. R. (2024). Impact of big data analytics on telecom companies' competitive advantage. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X24000071>

Alsiah, A. m. (2020). ORGANIZATIONAL IMMUNITY AND ITS EFFECT ON STRATEGIC TECHNOLOGICAL CHANGE OPTIONS A FIELD STUDY AT JORDANIAN INDUSTRIAL COMPANIES LISTED IN AMMAN STOCK EXCHANGE. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/356191612_ORGANIZATIONAL_IMMUNITY_AND_ITS_EFFECT_ON_STRATEGIC_TECHNOLOGICAL_CHANGE_OPTIONS_A_FIELD_STUDY_AT_JORDANIAN_INDUSTRIAL_COMPANIES_LISTED_IN_AMMAN_STOCK_EXCHANGE

- Amrhein, V. (2019). Inferential Statistics as Descriptive Statistics: There Is No Replication Crisis if We Don't Expect Replication. *The American Statistician*, 73. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00031305.2018.1543137>
- Anning-Dorson, T. (2018). Innovation and competitive advantage creation: The role of organisational leadership in service firms from emerging markets. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/325369753_Innovation_and_competitive_advantage_creation_The_role_of_organisational_leadership_in_service_firms_from_emerging_markets
- Anwar, M. (2018). Intellectual Capital, Entrepreneurial Strategy and New Ventures Performance: Mediating Role of Competitive Advantage. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/325545583_Intellectual_Capital_Entrepreneurial_Strategy_and_New_Ventures_Performance_Mediating_Role_of_Competitive_Advantage
- Chandak, A. (2019). Analysis of the Impact of Supply Chain Flexibility on Supply Chain Performance: An Empirical Study in the Indian Automotive Industry. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/333566514_Analysis_of_the_Impact_of_Supply_Chain_Flexibility_on_Supply_Chain_Performance_An_Empirical_Study_in_the_Indian_Automotive_Industry
- Chatterjee, S. (2021). The effect of AI-based CRM on organization performance and competitive advantage: An empirical analysis in the B2B context. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/353661406_The_effect_of_AI-based_CRM_on_organization_performance_and_competitive_advantage_An_empirical_analysis_in_the_B2B_context
- Chun, R. (2017). Organizational Virtue and Performance: An Empirical Study of Customers and Employees. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/305312432_Organizational_Virtue_and_Performance_An_Empirical_Study_of_Customers_and_Employees
- Climint, R. C. (2024). AI-enabled business models for competitive advantage. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X24000714>
- Collins, C. (2021). Artificial intelligence in information systems research: A systematic literature review and research agenda. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401221000761>
- Georgescu, I. (2024). Enhancing Organizational Resilience: The Transformative Influence of Strategic Human Resource Management Practices and Organizational Culture. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/10/4315>
- Jabur, Z. K. (2022). ORGANIZATIONAL IMMUNITY AND ITS ROLE IN ACHIEVING STRATEGIC SUCCESS: APPLIED RESEARCH AT THE GENERAL COMPANY FOR IRAQI AIRWAYS. المناعة التنظيمية ودورها في تحقيق النجاح الاستراتيجي : بحث تطبيقي في الشركة العامة للخطوط الجوية العراقية. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/361428673_ORGANIZATIONAL_IMMUNITY_AND_ITS_ROLE_IN_ACHIEVING_STRATEGIC_SUCCESS_APPLIED_RESEARCH_AT_THE_GENERAL_COMPANY_FOR_IRAQI_AIRWAYS_almnat_altnzymyt_wdwrha_fy_thqyq_alnjah_alastratyjy_bhth_ttbyqy_fy_alshrkt

- Krakowski, S. (2022). Artificial Intelligence and the Changing Sources of Competitive Advantage. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/358827026_Artificial_Intelligence_and_the_Changing_Sources_of_Competitive_Advantage
- Krenn, M. (2022). On scientific understanding with artificial intelligence. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9552145/>
- Liu, J. (2020). Influence of artificial intelligence on technological innovation: Evidence from the panel data of china's manufacturing sectors. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162520309689>
- Lund, B. D. (2024). The Impact of AI on Academic Research and Publishing. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/381307162_The_Impact_of_AI_on_Academic_Research_and_Publishing
- Mahmood, N. S. (2022). المناعة التنظيمية وأهميتها. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/366001837_almnat_altnzymyt_wahmytha
- Muhammad. (2018). Networking and New Venture's Performance: Mediating Role of Competitive Advantage. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/328431291_Networking_and_New_Venture's_Performance_Mediating_Role_of_Competitive_Advantage
- Muhammad, U. (2021). Impact of agile management on project performance: Evidence from I.T sector of Pakistan. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8021201/>
- Negut, a. (2024). Integrating Artificial Intelligence for Drug Discovery in the Context of Revolutionizing Drug Delivery. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2075-1729/14/2/233>
- Salvatore La Rosa. (2024). The Implications of Artificial Intelligence in Pedodontics: A Scoping Review of Evidence-Based Literature. 12(13). Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC11240988/>
- Song, M. (2022). Will artificial intelligence replace human customer service? The impact of communication quality and privacy risks on adoption intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698921004665>
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48, 1273–129. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/S11165-016-9602-2>
- Torres, A. (2018). The Impact of Knowledge Management Factors in Organizational Sustainable Competitive Advantage. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/322779035_The_Impact_of_Knowledge_Management_Factors_in_Organizational_Sustainable_Competitive_Advantage
- Treichl, C. (2019). The Denial of Oral Hearings by International Administrative Tribunals as a Factor for Lifting Organizational Immunity before European Courts: A(nother) Critical View. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/345496326_The_Denial_of_Oral_Hearings_by_I

nternational_Administrative_Tribunals_as_a_Factor_for_Lifting_Organizational_Immunity_
before_European_Courts_Another_Critical_View

Twin, A. (2024). Competitive Advantage Definition With Types and Examples. Retrieved from
https://www.investopedia.com/terms/c/competitive_advantage.asp

Voo, T. C. (2021). Immunity certification for COVID-19: ethical considerations. Retrieved from
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7856365/>

الملاحق

الاستبانة

- الاسئلة العامة

1.العمر

2.الجنس

3.الدرجة

- أسئلة الإستبيان

4. يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي ضروريا لتعزيز الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.
5. تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
6. يعزز الذكاء الاصطناعي من القدرة على تحليل بيانات السوق بشكل فعال.
7. تعتبر المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر قدرة على الابتكار.
8. تعتبر المناعة التنظيمية عاملا مهما في نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
9. تسهم استراتيجيات المناعة التنظيمية في تعزيز الاستجابة للتغيرات في السوق.
10. تساعد المناعة التنظيمية على تقليل المخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي.
11. يعتبر تدريب الموظفين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضروريا.
12. تؤدي استثمارات الشركات في الذكاء الاصطناعي إلى تحقيق عوائد ملموسة.
13. يعزز الذكاء الاصطناعي من فعالية العمليات الداخلية في المؤسسات.
14. تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.
15. يعتبر وجود استراتيجيات واضحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الشركات أمرا مهما.
16. تساهم المناعة التنظيمية في تحفيز الابتكار والتطوير في الشركات.
17. يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي أداة فعالة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
18. يعزز الذكاء الاصطناعي من الكفاءة التشغيلية في القطاع.
19. تعتبر المرونة التنظيمية عنصرا حاسما في نجاح استخدام الذكاء الاصطناعي.
20. يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين القدرة التنافسية للشركات.

Abstract

The study aimed to analyze the impact of artificial intelligence on achieving competitive advantage in the Saudi telecommunications sector, with a focus on the modifying role of organizational immunity. The study addressed the use of artificial intelligence as a basic tool for improving operational efficiency, providing innovative services, and achieving customer satisfaction in a competitive environment. The study focused on how this technology affects enhancing companies' competitive capabilities by improving operations and introducing new products. The study methodology relied on analyzing data collected from Saudi telecommunications companies, where a quantitative methodology was applied using questionnaires to collect and statistically analyze data. The sample included a group of workers in the sector who have knowledge of artificial intelligence applications. The results concluded that artificial intelligence is an effective tool in achieving competitive advantage by improving customer experience and increasing efficiency. Organizational immunity contributed to enhancing the impact of artificial intelligence by improving companies' flexibility and ability to adapt to technological changes. Having a clear strategy for implementing artificial intelligence supports companies' success in achieving competitive excellence. The study recommended encouraging companies to invest in developing technological infrastructure, the need to improve organizational immunity to enhance companies' ability to adopt artificial intelligence effectively, and training employees to use artificial intelligence technologies to expand innovation and achieve operational efficiency.

Keywords: Artificial Intelligence - Competitive Advantage - Organizational Immunity - Telecommunications Sector - Innovation - Operational Efficiency - Customer Satisfaction.

Midocean University

College of Management

Specialization in Business Administration



Title in English

The Impact of Artificial Intelligence on Competitive Advantage: The Moderating Role of
Organizational Immunity in the Saudi Telecom Sector

Prepared by:

KHALIL IBRAHIM ALNAWSHAN

Supervised by:

ASMA ABUANZEH

Year: 2024