

مقرر قضايا بحثية (3)

المهمة السابعة: عرض ومناقشة أحد المداخل
النظرية

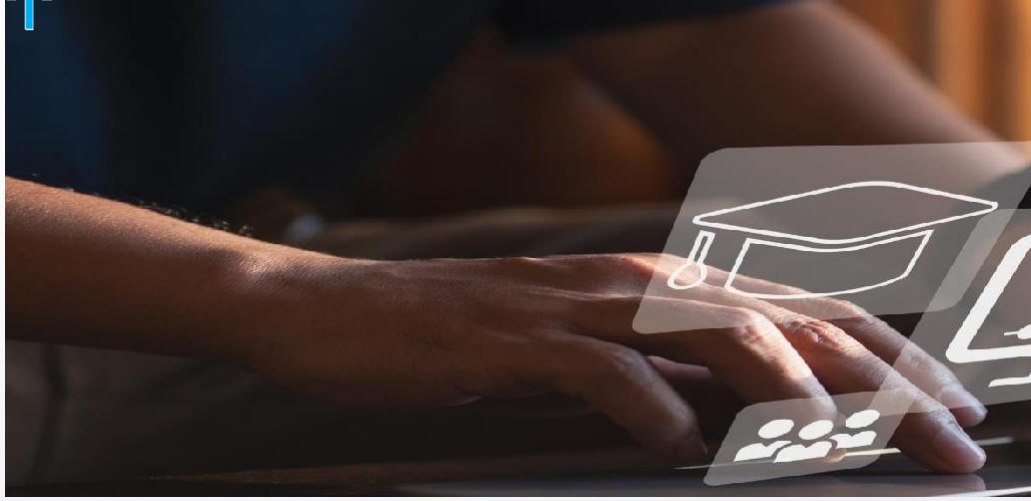
اعداد الطالب / فارس المزيني
العام الدراسي 1446 – 2025





مقدمة :

هناك العديد من المداخل النظرية التي تناولت استراتيجيات التسويق الالكتروني ، ومن اهم هذه المداخل والتي تتفق مع موضوع بحثي: " دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءات العمليات التشغيلية للمطارات". كأحد الاستراتيجيات التسويقية المبتكرة . نظرية انتشار المبتكرات 1.



نظرية انتشار المبتكرات 1 :

نشأة وظهور النظرية: ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينيات والستينيات، متأثرة بنظرية تدفق المعلومات ، وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية ، والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة كاستحداث وسيلة اتصالية أو استخدام تقنية حديثة في مجال الاتصال.

نموذج روجرز وشوميكر لانتشار المبتكرات 1 :

وصف روجرز وزميله عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات بالاقتباس من نماذج ديفيد بيرلو كما يلي:

- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.

- الرسالة : الابتكار الجديد.

-الوسيلة :قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي.

-المستقبل :أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

-الأثر :تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

مراحل تبني الأفكار والأساليب المستحدثة 1 :

عرف روجرز عملية تبني الأفكار الجديدة والأساليب المستحدثة بوجه عام أنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى ان يتمناه وتمر هذه العملية بخمس مراحل:

- **مرحلة الوعي بالفكرة:** وفي هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم الفكرة الجديدة لأول مرة ولا يمكن الجزم إن كان هذا الوعي عفويا أو مقصودا ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

- **مرحلة الاهتمام:** تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد للتعرف على واقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادف بشكل كبير.

- **مرحلة التقييم:** في هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقة بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه ولأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الأمر إلى اتخاذ قرار يرفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العلمي.

- **مرحلة التجريب:** فيها يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس في حالة عدم جدواها.

- **مرحلة التبني:** تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي لفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد اقناعها بجدوها غير أنه يجب تذكر أنه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تارك الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة.

ثالثاً: الإسقاط النظري لنظرية انتشار المبتكرات على الذكاء الاصطناعي ودوره في تحسين كفاءات العمليات التشغيلية للمطارات:

انطلاقاً من ذلك فإن المبتكرات الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي الجديدة تعد أحد الاستراتيجيات التسويقية المبتكرة ، التي تعتبر وسيلة لعرض هذه المبتكرات حيث تجعل الزبون يتعامل معها بمرونة أكثر ويدرك ما يمكن أن يتعرض لها من خلاله وينعكس ذلك على سلوكه نحو المستحدثات ويصل به الأمر إلى تبني الأنماط الجديدة التي توجيها وتتيحها تلك المستحدثات، كما يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءات العمليات التشغيلية للمطارات .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

