

دور الإعلام الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية



إعداد

محمد خالد الديباس

المقدمة:

في عصر يتسارع فيه التقدم التكنولوجي وتكنولوجيا المعلومات، أصبح الإعلام الرقمي أحد الأدوات الأكثر تأثيراً في تشكيل المجتمعات وتعزيز التنمية المستدامة في مختلف أنحاء العالم ، يمثل الإعلام الرقمي، الذي يشمل منصات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، البودكاست، و الوسائط المتعددة، أداة حيوية لنقل الرسائل وتحقيق التفاعل بين الأفراد والمنظمات، بل ويعد من أهم الوسائل لتمكين الأفراد من المشاركة في العملية التنموية و البيئية، كما يُعد الإعلام الرقمي محركاً أساسياً في دفع عجلة التنمية المستدامة، خاصة في دول مثل المملكة العربية السعودية، التي تسعى لتحقيق أهدافها الوطنية

المتعلقة بالاستدامة في مختلف المجالات (Kalmamatova et al., 2024)..)

المقدمة

وتلعب المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية دورًا محوريًا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فقد أظهرت الإحصاءات أن القطاع غير الربحي في المملكة شهد نموًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة. فقد بلغ عدد المنظمات غير الربحية في المملكة حوالي ٣,٠٠٠ منظمة في عام ٢٠٢١، مع توقعات بزيادة هذا العدد في المستقبل القريب بفضل الدعم المتزايد من الحكومة السعودية والمجتمع المدني. (Agarwal et al., 2024)

يعد الإعلام الرقمي وسيلة أساسية لهذه المنظمات للوصول إلى جمهور واسع، ونشر الوعي، وتحقيق الاستدامة في مشاريعها على المدى الطويل، و يتضح من خلال زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستجرام من قبل هذه المنظمات للتفاعل مع الجمهور وزيادة مشاركتهم في المبادرات التنموية ..(Xu et al., 2022)

المقدمة:

في المملكة العربية السعودية، أصبح الإعلام الرقمي جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات المنظمات غير الربحية في تحقيق أهدافها، ففي إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، التي تسعى إلى تحويل المملكة إلى اقتصاد مستدام، تشكل المنظمات غير الربحية ركيزة أساسية في تحقيق هذه الرؤية من خلال المشاركة في المشاريع البيئية، الاجتماعية، والصحية. هذه المنظمات تعمل على تطوير مشروعات تهدف إلى مكافحة الفقر، تحسين جودة التعليم، تعزيز الرعاية الصحية، وحماية البيئة، وتعتبر الوسائل الرقمية من أهم الأدوات التي تساعد في الوصول إلى هذه الأهداف.

وتتمثل أهمية الإعلام الرقمي بالنسبة للمنظمات غير الربحية في أنه يسمح لها بالتفاعل مع جمهورها بشكل مستمر ومن خلال منصات متعددة، وهو ما يزيد من قدرتها على تحقيق الاستدامة في مشاريعها، بينما كانت هذه المنظمات في الماضي تعتمد بشكل كبير على الوسائل التقليدية مثل الإعلانات الورقية و الفعاليات المجتمعية، فإن التوجه الحالي نحو استخدام الإعلام الرقمي فتح أمامها أبوابًا جديدة لزيادة الوعي الاجتماعي و تحفيز المشاركة المجتمعية (Singh &

Singh, 2024)..

المقدمة:

يظهر أن الإعلام الرقمي هو أداة حاسمة في تحقيق استدامة المشاريع غير الربحية في المملكة العربية السعودية، فمع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في جميع المجالات، يجب على المنظمات غير الربحية تبني استراتيجيات رقمية شاملة تساعد على تحقيق أهداف التنمية المستدامة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.

مشكلة الدراسة

تُعد وسائل الإعلام الرقمي من الأدوات الرئيسية التي تلعب دورًا محوريًا في تعزيز استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية، فالعالم يتسم بالتحويلات التكنولوجية السريعة، وأصبح الإعلام الرقمي جزءًا أساسيًا من استراتيجيات المنظمات غير الربحية، ومع تزايد الاعتماد على الإنترنت، أصبحت المنصات الرقمية من أبرز الوسائل التي يمكن أن تساعد هذه المنظمات في تحسين فعالية عملها وزيادة تأثيرها، سواء كان ذلك في تعزيز الوعي الاجتماعي أو جذب المتبرعين أو تعزيز التفاعل مع الجمهور. وتشير الإحصائيات إلى نمو ملحوظ في القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية؛ حيث ارتفع عدد المنشآت غير الربحية إلى ٦٢,٠٠٠ منشأة في نهاية عام ٢٠٢٤، بمعدل نمو سنوي يبلغ نحو ٥٧%، مما يشير إلى زيادة الوعي بأهمية القطاع غير الربحي في المملكة والفرص التي يوفرها في تحسين جودة الحياة. ومع تزايد استخدام وسائل الإعلام الرقمي في التواصل مع الجمهور، تظهر الحاجة إلى تحليل كيفية استفادة هذه المنظمات من وسائل الإعلام الرقمي لتحقيق استدامتها واستمراريتها

مشكلة الدراسة

و يُلاحظ أن القطاع غير الربحي في المملكة يساهم بشكل متزايد في الاقتصاد الوطني، فوفقًا للهيئة العامة للإحصاء، تم حصر أكثر من ٥,٠٠٠ منظمة غير ربحية، مما يعكس دورها المتنامي في دعم الاقتصاد الوطني ((Stats.gov.sa, 2023)، وأصبحت المنظمات محركًا رئيسيًا في توفير الخدمات الاجتماعية و البيئية في المملكة، ولكن رغم هذه الأرقام المشجعة، ما زال هناك تحديات كبيرة تواجه هذه المنظمات في توفير الإعلام الرقمي بشكل فعال.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن هناك حاجة ماسة لدراسة دور الإعلام الرقمي في تعزيز استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة، و تتطلب هذه الدراسة فهم التحديات والفرص المرتبطة باستخدام هذه الوسائل في القطاع غير الربحي.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: ماهو دور الإعلام الرقمي بأبعاده (المنصات الرقمية، التواصل الاجتماعي، المحتوى الرقمي، التفاعل مع الجمهور) في

استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية ؟ وتتفرع منه عدة اهداف فرعية منها :

✓ ما دور المنصات الرقمية في تعزيز استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية؟

✓ كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية؟

✓ ما فعالية المحتوى الرقمي في تحقيق استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية؟

✓ ما هو أثر التفاعل مع الجمهور في تعزيز استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية؟

✓ ما هي التحديات والفرص التي تواجه المنظمات غير الربحية في استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق أهداف الاستدامة؟

أهمية الدراسة:

- تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة باستخدام الإعلام الرقمي في القطاع غير الربحي، خصوصًا في سياق المملكة العربية السعودية. فهي تقدم رؤية جديدة حول كيفية دمج الأدوات الرقمية (مثل المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي) لتحقيق استدامة مشاريع القطاع غير الربحي.
- تقدم الدراسة مفاهيم نظرية جديدة تتعلق بتوظيف الإعلام الرقمي في القطاع غير الربحي وكيفية تحسين الأداء والتفاعل مع الجمهور، مما يساعد في تطوير فهم أكاديمي شامل عن الإعلام الرقمي في هذا المجال.
- تساهم الدراسة في توفير دلائل علمية تُوضح كيف يمكن للمشاريع غير الربحية أن تستخدم الإعلام الرقمي بشكل استراتيجي، مما يفتح المجال لإجراء أبحاث مستقبلية تسعى لتطبيق نفس المفاهيم في بيئات أخرى أو دول مختلفة.

أهمية الدراسة:

الأهمية التطبيقية:

تساعد نتائج الدراسة المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية على تبني استراتيجيات إعلامية رقمية فعّالة، مما يعزز استدامتها وقدرتها على الوصول إلى الجمهور المستهدف والتفاعل معه بشكل مستدام.

تساهم الدراسة في تقديم نصائح عملية حول كيفية الاستفادة من المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتحسين التفاعل مع الجمهور وزيادة فعالية الحملات الإعلامية، مما يعزز من قدرة المنظمات على جمع التبرعات وتحقيق أهدافها الاجتماعية.

تساعد الدراسة في تحفيز المنظمات غير الربحية على تبني تكنولوجيا الإعلام الرقمي والابتكار في استخدامه لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

تقدم الدراسة خطوات عملية للمنظمات غير الربحية التي تسعى لتحقيق التحول الرقمي ودمج الأدوات الرقمية في استراتيجياتها بما يساهم في تحسين أدائها وزيادة تأثيرها في المجتمع.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى دور الإعلام الرقمي بأبعاده (المنصات الرقمية، التواصل الاجتماعي، المحتوى الرقمي، التفاعل مع الجمهور) في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية ، وتنبتق العديد من الاهداف فرعية :

١. تحليل دور المنصات الرقمية في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودي.
٢. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودي.
٣. استكشاف فعالية المحتوى الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودي.
٤. تقييم أثر التفاعل مع الجمهور في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودي.
٥. استكشاف التحديات والفرص التي تواجه المنظمات غير الربحية في استخدام الإعلام الرقمي لتحقيق أهداف الاستدامة.

فرضيات الدراسة

- الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الإعلام الرقمي (المنصات الرقمية، التواصل الاجتماعي، المحتوى الرقمي، التفاعل مع الجمهور) في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية، وينبثق من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:
- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمنصات الرقمية في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لفعالية المحتوى الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأثر التفاعل مع الجمهور في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية.



دراسة (Kalmamatova et al., 2024)

- هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التكنولوجيا الرقمية في تعزيز أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في التعليم بأبعاده (التكنولوجيا الرقمية، التحول التربوي، الاستدامة، تمكين الطلاب) على البيئات التعليمية وأثرها على التعليم المستدام في المؤسسات التعليمية، واستخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي التحليلي، وتكونت العينة من الدراسات والمقالات المتعلقة بتطبيقات التكنولوجيا الرقمية في التعليم وأهداف التنمية المستدامة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا الرقمية تلعب دورًا مهمًا في سد الفجوات بين الممارسات التربوية التقليدية واحتياجات التعليم في القرن الواحد والعشرين، كما تساهم في تمكين الطلاب من أن يكونوا مساهمين نشطين في المجتمع من خلال بيئات تعليمية شاملة وعادلة. وأوصت بضرورة دمج التكنولوجيا الرقمية في التعليم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعزيز الاستدامة، وتمكين الطلاب من المشاركة الفعالة في المجتمع.

الدراسات السابقة

دراسة (درويش والبدالعظيم، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي، وذلك في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية، فقد تم استخدام المنهج، كما تم استخدام منهج دراسة الحالة لمركز العمل التطوعي في الأحساء، وقد اعتمدت الدراسة على أداتي الملاحظة والمقابلة التي طبقت على عينة قصدية من العاملين بمركز العمل التطوعي بالأحساء وعددهم ٢٢ مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن العاملين في مركز العمل التطوعي بالأحساء يدركون القضايا البيئية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي في ظل العصر الرقمي الحالي، كما أن الغالبية العظمى من المبحوثين في عينة الدراسة يعتقدون أن للإعلام الرقمي دورا فعالا في تعزيز الثقافة البيئية في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية، من خلال توفير المعرفة والتثقيف بالقضايا البيئية في المناسبات البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي.

دراسة (الغمرأوى وعبد الحميد، ٢٠٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في تنمية وعي الجمهور بأهمية إقامة المدن الذكية كأحد متطلبات التنمية المستدامة في المجتمعات المتنوعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من الجمهور المستهدف من وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث استمرارية المتابعة من الجمهور، مما يستدعي زيادة استخدام الوسائل الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية ومنصات مثل يوتيوب في التوعية حول المدن الذكية. كما أظهرت الدراسة أن الجمهور يمتلك قاعدة معرفية واسعة عن المدن الذكية، مما يعزز من فعالية الإعلام في زيادة الوعي بأهميتها لبناء مجتمع مستدام وتحقيق العوائد الاقتصادية وتحسين البيئة. وأوصت بضرورة تنويع أساليب الإعلام لتشمل المزيد من الوسائل الرقمية والتقليدية لزيادة الوعي بأهمية المدن الذكية، وأكدت على ضرورة تحسين تناول القضايا المتعلقة بالمدن الذكية لضمان تعزيز المشاركة المجتمعية.

منهجية البحث:

سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث يهدف هذا المنهج إلى وصف وتحليل دور الإعلام الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية، ويعتمد المنهج الوصفي على جمع البيانات بشكل دقيق من خلال استبيانات ، بالإضافة إلى تحليل المحتوى الرقمي المنشور عبر المنصات الرقمية مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب، مما يساعد هذا المنهج في تقديم تصور شامل عن كيفية استخدام هذه المنظمات للإعلام الرقمي وأثر ذلك على استدامتها..

مجتمع وعينة الدراسة :

مجتمع الدراسة يتكون من المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية التي تستخدم وسائل الإعلام الرقمية كجزء من استراتيجياتها لتحقيق الاستدامة في مشاريعها، ويشمل هذا المجتمع المنظمات التي تعمل في مجالات متعددة مثل القطاع الاجتماعي، البيئي، الصحي، والثقافي، وتستفيد من المنصات الرقمية مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها للتفاعل مع الجمهور وتعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية.

العينة ستكون عينة قصدية تتكون من ٢٠ إلى ٣٠ منظمة غير ربحية في المملكة، تم اختيارها بناءً على معايير محددة تشمل استخدام الإعلام الرقمي في أنشطتها و تركيزها على تحقيق الاستدامة. ستشمل العينة ١٥ إلى ٢٠ من مسؤولي الإعلام أو مديري المشاريع في هذه المنظمات، مع إجراء مقابلات معمقة مع ١٠ إلى ١٥ فردًا للحصول على رؤى مفصلة حول تأثير الإعلام الرقمي على استدامة المشاريع غير الربحية.

مصادر البيانات:

سوف تعتمد الدراسة على نوعين أساسيين من مصادر جمع البيانات.

أما المصادر الثانوية فستشمل الكتب والمراجع العلمية المتخصصة، والدوريات والمجلات العلمية المحكمة العربية والأجنبية، والرسائل الجامعية (ماجستير ودكتوراه)، والتقارير والمنشورات الرسمية لوزارة الصناعة، وقواعد البيانات الإلكترونية العالمية والعربية، وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة وتأسيس مفاهيمها ومتغيراتها.

أما المصادر الأولية فستمثل في الاستبانة التي سيتم تصميمها وتطويرها خصيصاً لأغراض هذه الدراسة، والتي ستوزع على أفراد عينة الدراسة لجمع البيانات الميدانية اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

أداة الدراسة :

ستعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. سيُصمم الاستبيان لقياس دور الإعلام الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي في المملكة العربية السعودية، و سيتضمن الاستبيان أسئلة مغلقة لتحديد مدى استخدام المنظمات غير الربحية لوسائل الإعلام الرقمية مثل المنصات الاجتماعية والمحتوى الرقمي، وكيفية تأثير هذه الوسائل على الاستدامة في مشاريعها، كما ستتضمن الأسئلة تقييمًا لمدى تفاعل الجمهور مع هذه الوسائل ودورها في تعزيز الاستدامة على المستويين المالي والاجتماعي.

الأساليب الإحصائية:

سوف تستخدم الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

- أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة وترتيب أبعادها وفقراتها.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) للتحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة وقياس العلاقة بين المتغيرات.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات أداة الدراسة ومدى اتساقها الداخلي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس أثر كل بُعد من أبعاد المتغيرات
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) لقياس الأثر المجمع لأبعاد المتغيرات وتحديد الأهمية النسبية لكل بُعد.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية : تقتصر الدراسة على دور الإعلام الرقمي بأبعاده (المنصات الرقمية، التواصل الاجتماعي، المحتوى الرقمي، التفاعل مع الجمهور) في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي.
- الحدود الزمانية: يتم تطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية ٢٠٢٥م.
- الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية التي تستخدم وسائل الإعلام الرقمية ضمن استراتيجياتها. يتم اختيار عينة من المنظمات المنتشرة في مدن المملكة المختلفة مثل الرياض، جدة، الدمام، وغيرها.
- الحدود البشرية: تشمل الدراسة عينة من مسؤولي الإعلام ومديري المشاريع في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية.

المراجع :

- درويش، جهاد مصطفى كرم، و العبدالعظيم، ماجد عبدالعزيز عبدالرحمن. (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي. مجلة التواصل، مج ٣٠، ع ١، ١٦ - ١٧.
- الغمراوي، رجاء، و عبدالحמיד، غادة محمود. (٢٠٢٢). دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٨٠، ٥٧٩ - ٦٢٣.

- Agarwal, N., Agarwal, E., & Hipona, J. B. (2024). Role of Media and Communication on Sustainable Entrepreneurship (pp. 178–191). Routledge. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2197-3.ch010>
- Al Adwan, A., & Altrjman, G. (2023). The role of social media marketing and marketing management promoting and developing brand sustainability strategy. Available at SSRN 4436265. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.011>
- Bomark, S., & Westergren, U. H. (2024, June). Digital sustainability projects: Organizational convergence of digitalization and sustainability outcomes. In 2024 10th International Conference on ICT for Sustainability (ICT4S) (pp. 65-75). IEEE.. <https://doi.org/10.1109/ict4s64576.2024.00016>
- Elvira-Lorilla, T., Garcia-Rodriguez, I., Romero-Merino, M. E., & Santamaría-Mariscal, M. (2023). The Role of Social Media in Nonprofit Organizations' Fundraising. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. <https://doi.org/10.1177/08997640231213286>
- Gregori, P., Holzmann, P., & Audretsch, D. B. (2023). Sustainable entrepreneurship on digital platforms and the enactment of digital connectivity through business models. Business Strategy and The Environment. <https://doi.org/10.1002/bse.3551>
- Kalmamatova, Z., Mamaturaimova, G., & Belekova, K. (2024). Digital Technology in the Context of Sustainable Development. The Eurasia Proceedings of Educational & Social Sciences, 39, 201–206. <https://doi.org/10.55549/epess.885>
- Li, Y., Sun, H., Li, D., Song, J., & Ding, R. G. (2022). Effects of Digital Technology Adoption on Sustainability Performance in Construction Projects: The Mediating Role of Stakeholder Collaboration. Journal of Management in Engineering, 38(3). [https://doi.org/10.1061/\(asce\)me.1943-5479.0001040](https://doi.org/10.1061/(asce)me.1943-5479.0001040)

- □ Antunes, H. D. J. G., & Pinheiro, P. G. (2020). Linking knowledge management, organizational learning and memory. *Journal of innovation & knowledge*, 5(2), 140-149.
- □ Darmanto, P. M. (2025). The Impact Of Customer Complaint Resolution Time On The Number Of Network Complaints At Pt XYZ: An Experimental Study On The Implementation Of Complaint Handling Technology (SOC Platform). *The Eastasouth Management and Business*, 4(01), 126-142.
- □ Di Vaio, A., Palladino, R., Pezzi, A., & Kalisz, D. E. (2021). The role of digital innovation in knowledge management systems: A systematic literature review. *Journal of business research*, 123, 220-231
- □ Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*, 7(1), 66
- □ Manesh, M. F., Pellegrini, M. M., Marzi, G., & Dabic, M. (2020). Knowledge management in the fourth industrial revolution: Mapping the literature and scoping future avenues. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 68(1), 289-300
- □ Sahoo, S., Kumar, A., & Upadhyay, A. (2023). How do green knowledge management and green technology innovation impact corporate environmental performance? Understanding the role of green knowledge acquisition. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 551-569.
- □ Singh, S. K., Gupta, S., Busso, D., & Kamboj, S. (2021). Top management knowledge value, knowledge sharing practices, open innovation and organizational performance. *Journal of business research*, 128, 788-798.
- □ Tucker, C. E., Wang, Y., & Yu, S. (2023). Does it lead to more equal treatment? an empirical study of the effect of smartphone use on customer complaint resolution. *An Empirical Study of the Effect of Smartphone Use on Customer Complaint Resolution* (July 4, 2023).