

جامعة ميدأوشن

كلية الريادة والابتكار

ماجستير ريادة الأعمال

مشروع التخرج

الخطة البحثية

عنوان البحث

أثر تبني الذكاء الاصطناعي في ابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية في شركات استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو):
دراسة نوعية لخبراء القطاع في المملكة العربية السعودية

**The Impact of Artificial Intelligence Adoption on Business Model Innovation and Competitive
Advantage in Management System (ISO) Consulting Firms: A Qualitative Study of Industry Experts
in Saudi Arabia**

إعداد الطالب: منذر حامد عبيد

الرقم الأكاديمي: 253000254

مشرف المشروع: د. أحمد راجح

العام الدراسي: 1447 هـ / 2026 م

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	أولاً: مدخل الدراسة وخلفيتها
3	المقدمة
4	مشكلة الدراسة
4	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	تساؤلات الدراسة
	ثانياً: الإطار المعرفي والنظري
5	الدراسات السابقة
5	المنطلقات النظرية (الإطار النظري)
6	مصطلحات الدراسة (تعريفات إجرائية)
	ثالثاً: نطاق الدراسة ومنهجيتها
6	حدود الدراسة
6	منهجية الدراسة
	رابعاً: الخاتمة والمراجع
7	الخاتمة
8	المراجع والمصادر المقترحة

أولاً: المقدمة

يشهد العالم في العقد الحالي تحولاً رقمياً متسارعاً يقوده الذكاء الاصطناعي بوصفه تقنية عامة الأثر (General-Purpose Technology) تُعيد تشكيل نماذج الأعمال ومصادر الميزة التنافسية عبر مختلف القطاعات. وقد انتقل الذكاء الاصطناعي من كونه أداة لأتمتة المهام إلى كونه مُمكنًا استراتيجيًا لإعادة تصميم آليات خلق القيمة وتقديمها والتقاطها داخل المنشآت، ولا سيّما في الصناعات كثيفة المعرفة كالاستشارات المهنية.

وتُعدّ صناعة الاستشارات في أنظمة الإدارة المعتمدة على مواصفات المنظمة الدولية للتقييس (الأيزو)، من أبرز الصناعات المعرفية التي تعتمد على خبرة الاستشاريين والمدققين المعتمدين في تقديم خدمات التأهيل والتدقيق والتحسين المستمر. وقد شكّل صدور مواصفة ISO/IEC 42001:2023، وهي أول مواصفة عالمية لنظام إدارة الذكاء الاصطناعي، نقطة تحول مفصلية؛ فقد باتت هذه المواصفات نفسها موضوعاً لعمل الاستشاري ومجالاً جديداً للخدمة في آنٍ واحد.

الجدور التاريخية لموضوع البحث

تعود الجدور النظرية لدراسة تبني التقنية داخل المنشآت إلى إطار التقنية والتنظيم والبيئة (TOE) الذي قدّمه تورناتزكي وفلايشر (Tornatzky & Fleischer)، (1990)، والذي يفسّر قرار التبني على مستوى المنشأة عبر ثلاثة سياقات: التقني والتنظيمي والبيئي. ورافق ذلك تطوّر نماذج قبول التقنية على المستوى الفردي، بدءاً من نموذج قبول التقنية (Davis)، (1989) وصولاً إلى النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها (Venkatesh et al., 2003). وفي المقابل، تطوّر الأدب الخاص بابتكار نموذج الأعمال (Amit & Zott)، (2001)، Chesbrough، (2010)، Teece، (2010)، (2018) ونظرية القدرات الديناميكية (Teece، (Pisano & Shuen، 1997، Teece، (2007) لتفسير كيفية تجديد المنشآت لمصادر ميزتها التنافسية في بيئات سريعة التغيّر.

وعلى المستوى الوطني، أرسّت المملكة العربية السعودية بنيةً مؤسسية داعمة للتحول نحو اقتصاد قائم على المعرفة والذكاء الاصطناعي، تمثّلت في رؤية المملكة 2030 وإطلاق الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي (NSDAI) عام 2020 عبر الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (SDAIA)، مع مستهدفات طموحة لعام 2030. كما أعلن مجلس الوزراء اعتماد عام 2026 «عاماً للذكاء الاصطناعي»، ما يجعل توقيت هذه الدراسة وثيق الصلة بالسياق التنموي الراهن.

أسباب اختيار الموضوع

- الأهمية العملية الملحة: تشير مؤشرات الصناعة إلى تحوّل عميق في نموذج أعمال الاستشارات؛ فقد أورد استبيان جمعية شركات الاستشارات (MCA) في يناير 2026 أن نحو 77% من شركات الاستشارات دمجت الذكاء الاصطناعي في أنظمتها، فيما يتوقّع تقرير HFS/IBM (نوفمبر 2025) تراجع نموذج التسعير المرتبط بعدد الموظفين لصالح نماذج قائمة على القيمة، وهو تحوّل يمسّ جوهر عمل شركات استشارات الأيزو.
- وجود فجوة بحثية واضحة: لا توجد - على حدّ اطلاع الباحث - دراسة واحدة تجمع بين تبني الذكاء الاصطناعي، وسياق استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو)، وابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية من منظور ريادي، ضمن سياق سعودي بمنهج نوعي.
- الملاءمة المهنية والسياقية: يمتلك الباحث خبرة ممتدة في مجال أنظمة الإدارة والاستشارات في السوق السعودي، ما يتيح وصولاً نوعياً إلى الخبراء ويثري عمق التحليل التفسيري للظاهرة قيد الدراسة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

يواجه قطاع استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو) في المملكة العربية السعودية تحدياً مزدوجاً: فمن جهة، يفرض الانتشار المتسارع لأدوات الذكاء الاصطناعي ضغوطاً على النموذج التقليدي للخدمة القائم على ساعات العمل وعدد الاستشاريين؛ ومن جهة أخرى، يفتح الذكاء الاصطناعي فرصاً لإعادة تصميم نموذج الأعمال وتعزيز الميزة التنافسية عبر رفع الكفاءة التشغيلية (سرعة وجودة وكلفة) وتقديم خدمات جديدة. غير أنّ قرار التبني يُتخذ في ظلّ حالة عدم يقين مرتفعة تكثف الجدوى والمخاطر وأثرها على استدامة الميزة.

وعلى المستوى المعرفي، تتوزع الأدبيات ذات الصلة على محاور منفصلة: فقد تُدرس تبني الذكاء الاصطناعي في الخدمات المهنية نوعيًا عبر إطار (Yang, Blount & Amrollahi, TOE, 2024) لكن في سياق التدقيق الأسترالي ودون تناول ابتكار نموذج الأعمال أو الميزة التنافسية أو السياق الخليجي؛ كما تُدرس تبني الذكاء الاصطناعي في المملكة كميًا لدى المنشآت الصغيرة والمتوسطة عمومًا (Badghish & Soomro, 2024) دون عمق نوعي أو تركيز على استشارات أنظمة الإدارة أو عدسة ريادة. وبذلك تبقى نقطة التقاطع بين هذه الأبعاد مجالًا غير مطروق.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: كيف يؤثر تبني الذكاء الاصطناعي في ابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية لدى شركات استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو) في المملكة العربية السعودية، وما العوامل التقنية والتنظيمية والبيئية والريادية التي تشكل هذا الأثر؟

ثالثًا: أهمية الدراسة

الأهمية العلمية (النظرية)

- سد فجوة بحثية دقيقة عبر الدمج بين أربعة أبعاد لم تُدرس مجتمعة: تبني الذكاء الاصطناعي، واستشارات أنظمة الإدارة (الأيزو)، وابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية بعدسة ريادة بالإضافة إلى دراسة السياق السعودي بمنهج نوعي.
- توسيع الدراستين المرجعيتين: تعميق البُعد النوعي للأدب السعودي (Badghish & Soomro, 2024)، ونقل نتائج أدب الخدمات المهنية (Yang, Blount & Amrollahi, 2024) إلى سياق استشارات الأيزو مع إضافة عدسة ابتكار نموذج الأعمال والريادة.
- المساهمة في دمج إطار TOE مع نظرية القدرات الديناميكية ونظرية ابتكار نموذج الأعمال ونظرية التأثير (Effectuation) في نموذج تفسيري متكامل.

الأهمية التطبيقية (العملية)

- تزويد الاستشاريين والمدققين المعتمدين ومديري الجودة بفهم عملي لكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في إعادة تصميم خدماتهم ونماذج تسعيرهم وتعزيز ميزتهم التنافسية.
- تقديم رؤى قابلة للتطبيق حول تحديات التبني وعوامل التمكين في منشآت غالبها صغير ومملوك لمشغليها.

الأهمية الوطنية

- مواصلة موضوع الدراسة مع رؤية المملكة 2030 والاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي، ومع توجه اعتماد عام 2026 عامًا للذكاء الاصطناعي، بما يدعم تنافسية قطاع خدمات معرفي واعد.

رابعًا: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. استكشاف العوامل التقنية والتنظيمية والبيئية المؤثرة في تبني شركات استشارات الأيزو للذكاء الاصطناعي في السياق السعودي.
2. فهم كيفية إسهام تبني الذكاء الاصطناعي في ابتكار نموذج الأعمال (خلق القيمة وتقديمها والتقاطها) لدى هذه الشركات.
3. تحليل أثر تبني الذكاء الاصطناعي في مصادر الميزة التنافسية واستدامتها من منظور القدرات الديناميكية.
4. الكشف عن المنطق الريادي (لا سيما منطق التأثير) الذي يوجه قرارات الاستشاريين في تبني الذكاء الاصطناعي في ظلّ عدم اليقين.
5. صياغة توصيات عملية ومسارات بحثية مستقبلية تخدم القطاع وصنّاع القرار.

خامسًا: تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيس: كيف يؤثر تبني الذكاء الاصطناعي في ابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية لدى شركات استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو) في المملكة العربية السعودية؟
وينفّر عنه التساؤلات الآتية:

1. ما العوامل التقنية والتنظيمية والبيئية التي تشجّع أو تعيق تبني الذكاء الاصطناعي في شركات استشارات الأيزو؟
2. كيف يُعيد تبني الذكاء الاصطناعي تشكيل عناصر نموذج الأعمال (خلق القيمة وتقديمها) في هذه الشركات؟
3. كيف يسهم تبني الذكاء الاصطناعي في تعزيز الكفاءة التشغيلية (السرعة والجودة والكلفة) والميزة التنافسية واستدامتها؟
4. ما المنطق الريادي الذي يوجّه قرارات الخبراء في تبني الذكاء الاصطناعي في ظلّ عدم اليقين؟

سادساً: الدراسات السابقة

تتوزّع الدراسات ذات الصلة على عدّة محاور، تبرز منها دراستان مرجعيتان تمثلان أقرب نقاط الاستناد لهذه الدراسة:

- **المرجع المنهجي:** (Yang, Blount & Amrollahi, 2024): دراسة نوعية متعدّدة الحالات لثلاث شركات تدقيق أسترالية، مبنية على إطار TOE، حدّدت ستة عوامل مؤثّرة في تبني الذكاء الاصطناعي تتباين بحسب حجم المنشأة. وتصلح نموذجاً منهجياً مباشراً لهذه الدراسة، غير أنها لم تتناول استشارات الأيزو أو ابتكار نموذج الأعمال أو السياق السعودي.
 - **المرجع السياقي:** (Badghish & Soomro, 2024): دراسة كميّة (PLS-SEM) على منشآت صغيرة ومتوسطة سعودية، أثبتت أثر عوامل TOE في تبني الذكاء الاصطناعي وتحسّن الأداء، ضمن إطار رؤية 2030. وتصلح مرجعاً سياقياً، لكنها كميّة وعامة ولا تتناول عدسة الريادة أو ابتكار نموذج الأعمال.
- وتؤكّد مراجعات الأدب في مجال الذكاء الاصطناعي وابتكار نموذج الأعمال (Jorzik et al., 2024)؛ (Mariani et al., 2023)؛ (Sjodin et al., 2021) أنّ النقاط قيمة الذكاء الاصطناعي يستلزم غالباً إحداث ابتكار في نموذج الأعمال. كما يغلب على الأدب السعودي الطابع الكميّ (Soomro et al., 2025)، ما يعزّز قيمة تصميم نوعي قائم على مقابلات الخبراء. وبذلك تتموضع الدراسة في فجوة حقيقية وضيق عند تقاطع هذه الأبعاد.

سابعاً: المنطلقات النظرية (الإطار النظري)

تنبّي الدراسة إطاراً نظرياً مركّباً يجمع أربع عدسات متكاملة، بما يوفر تفسيراً متعدّد المستويات للظاهرة:

- **إطار التقنية والتنظيم والبيئة (TOE):** يُستخدم بوصفه الإطار المنظّم الأساسي (Tornatzky & Fleischer, 1990)، لتصنيف العوامل المؤثّرة في تبني الذكاء الاصطناعي عبر ثلاثة سياقات: التقني والتنظيمي والبيئي، بما يتيح مقارنة مباشرة مع الدراستين المرجعيتين.
- **القدرات الديناميكية والموارد (RBV):** تُوظّف نظرية القدرات الديناميكية (Teece et al., 1997)؛ (Teece, 2007) لتفسير كيفية استشعار الفرص واقتناصها وإعادة تشكيل الموارد لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة عبر تبني الذكاء الاصطناعي.
- **ابتكار نموذج الأعمال (BMI):** يُعتمد أدب ابتكار نموذج الأعمال (Amit & Zott, 2001)؛ (Chesbrough, 2010)؛ (Teece, 2010, 2018)؛ (Foss & Saebi, 2017) لتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي في آليات خلق القيمة وتقديمها والتقاطها.
- **نظرية التأثير وتحديد الفرص:** تُستخدم نظرية التأثير (Sarasvathy, 2001) ومفهوم التعرّف على الفرص (Shane & Venkataraman, 2000) لتأطير تبني الذكاء الاصطناعي بوصفه فعلاً ريادياً يُتخذ في ظلّ عدم اليقين، اعتماداً على منطق الوسائل المتاحة والخسارة المحتملة المقبولة.

ثامناً: مصطلحات الدراسة (تعريفات إجرائية)

- **تبني الذكاء الاصطناعي:** قرار المنشأة وتطبيقها العملي لأدوات الذكاء الاصطناعي وتقنياته ضمن عملياتها وخدماتها الاستشارية.

- **ابتكار نموذج الأعمال:** إحداث تغيير جوهري في آليات خلق القيمة وتقديمها والتقاطها لدى شركة الاستشارات نتيجة توظيف الذكاء الاصطناعي.
- **الميزة التنافسية:** قدرة الشركة على تحقيق أداء متفوق ومستدام مقارنةً بمنافسيها، من منظور القدرات الديناميكية.
- **الكفاءة التشغيلية:** مركّب يشمل ثلاثة أبعاد هي السرعة في إنجاز الخدمة، وجودة المخرجات، وكلفة التقديم.
- **شركات استشارات الأيزو:** المنشآت المتخصصة في تأهيل العملاء وتدقيقهم على مواصفات الأيزو للأنظمة الإدارية.

تاسعاً: حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على تبني الذكاء الاصطناعي وأثره في ابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية داخل شركات استشارات أنظمة الإدارة (الأيزو) دون سواها من قطاعات الاستشارات.
- **الحدود المكانية:** المملكة العربية السعودية.
- **الحدود الزمانية:** سيجري جمع البيانات خلال عام 2026م.
- **الحدود البشرية:** المدققون المعتمدون في أنظمة الأيزو، ومديرو الجودة، ومستشارو أنظمة الإدارة من ذوي الخبرة.

عاشراً: منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة تصميمًا نوعيًا استكشافياً يتسق مع طبيعة الظاهرة الناشئة ومحدودية إمكانية الوصول إلى عينة كبيرة من الخبراء المتخصصين.

- **الفلسفة البحثية:** تتبنّى الدراسة الفلسفة التفسيرية (Interpretivism) التي تلائم فهم المعاني والخبرات الذاتية من منظور المشاركين، وهي الأنسب لموضوع نوعي يتناول تفسيرات الخبراء لظاهرة ناشئة.
- **المدخل والغرض:** مدخل استقرائي وغرض استكشافي يناسب موضوعاً حديثاً قليل التنظير في سياقه.
- **استراتيجية البحث:** مقابلات معمّقة مع خبراء (Expert Interviews) شبه مهيكلة، بعدد يتراوح بين 8 و 12 مقابلة، وهو نطاق مبرّر في التحليل الموضوعي الانعكاسي (Braun & Clarke, 2021).
- **مجتمع الدراسة وعيّنتها:** المدققون المعتمدون في أنظمة الأيزو، ومديرو الجودة، ومستشارو أنظمة الإدارة في المملكة العربية السعودية. وتُعدّ المعاينة القصدية (Purposive Sampling) غير الاحتمالية لاختيار مشاركين ذوي خبرة عالية بالظاهرة.
- **أداة جمع البيانات:** دليل مقابلة شبه مهيكّل مبنيّ على محاور الإطار النظري (TOE)، ابتكار نموذج الأعمال، الميزة التنافسية، المنطق الريادي)، مع أسئلة مفتوحة تتيح التعمّق والمرونة.
- **أسلوب التحليل:** التحليل الموضوعي الانعكاسي وفق منهجية براون وكلاّرك بمراحله الست (Braun & Clarke, 2006, 2019)، مدعوماً ببرمجيات تحليل البيانات النوعية عند الحاجة.
- **معايير الجودة والموثوقية:** يُراعى تحقيق المصداقية وقابلية النقل والاعتمادية والتأكيدية، عبر التوثيق المنهجي، ومراجعة المشاركين، والتدقيق التتبعي.
- **الاعتبارات الأخلاقية:** الالتزام بالموافقة المستنيرة، وسريّة البيانات، والاستخدام البحثي المحدود، وفق الأطر الأخلاقية المعتمدة في الجامعة.

حادي عشر: الخاتمة

تقدّم هذه الخطة مقترحاً بحثياً لدراسة ظاهرة راهنة وثيقة الصلة بالتحوّل الرقمي في المملكة العربية السعودية، تتموضع في فجوة معرفية حقيقية عند تقاطع تبني الذكاء الاصطناعي، واستشارات أنظمة الإدارة (الأيزو)، وابتكار نموذج الأعمال والميزة التنافسية بعدسةً ريادية. ومن خلال تصميم نوعي استكشافي قائم على مقابلات الخبراء وإطار نظري مركّب، يُتوقّع أن تُسهم الدراسة في

إثراء الأدب النظري وتقديم رؤى عملية للقطاع وصنّاع القرار، بما يواكب مستهدفات رؤية المملكة 2030. وتمثّل المرحلة التالية الانتقال من طور بناء المفهوم والإطار النظري إلى طور جمع البيانات الميدانية عبر مقابلات الخبراء وتحليلها.

- Soomro, R. B., Al-Rahmi, W. M., Dahri, N. A., Almuqren, L., Al-mogren, A. S., & Aldaijy, A. (2025). A SEM-ANN analysis to examine the impact of artificial intelligence technologies on the sustainable performance of SMEs. *Scientific Reports*, 15(1), Article 5438. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-86464-3>
- Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 493–520. <https://doi.org/10.1002/smj.187>
- Badghish, S., & Soomro, Y. A. (2024). Artificial intelligence adoption by SMEs to achieve sustainable business performance: Application of the technology–organization–environment framework. *Sustainability*, 16(5), Article 1864. <https://doi.org/10.3390/su16051864>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(2), 201–216. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1704846>
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: Opportunities and barriers. *Long Range Planning*, 43(2–3), 354–363. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.010>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Foss, N. J., & Saebi, T. (2017). Fifteen years of research on business model innovation: How far have we come, and where should we go? *Journal of Management*, 43(1), 200–227. <https://doi.org/10.1177/0149206316675927>
- International Organization for Standardization. (2023). ISO/IEC 42001:2023 — Information technology — Artificial intelligence — Management system. ISO.
- Jorzik, P., Klein, S. P., Kanbach, D. K., & Kraus, S. (2024). AI-driven business model innovation: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 182, Article 114764. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114764>
- Mariani, M. M., Machado, I., & Nambisan, S. (2023). Types of innovation and artificial intelligence: A systematic quantitative literature review and research agenda. *Journal of Business Research*, 155, Article 113364. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113364>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Saudi Data and Artificial Intelligence Authority (SDAIA). (2020). National Strategy for Data and Artificial Intelligence (NSDAI). SDAIA.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sjödin, D., Parida, V., Palmié, M., & Wincent, J. (2021). How AI capabilities enable business model innovation: Scaling AI through co-evolutionary processes and feedback loops. *Journal of Business Research*, 134, 574–587. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.009>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>

- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Yang, J., Blount, Y., & Amrollahi, A. (2024). Artificial intelligence adoption in a professional service industry: A multiple case study. *Technological Forecasting and Social Change*, 201, Article 123251. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123251>