

المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط
التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض

Smart Organizations and Their Impact on Sustainable Competitive Advantage: The
Mediating Role of Social Media in Construction Companies Operating in Riyadh

City

مشروع تخرج

إعداد

فيصل خالد عايش العنزي 221002405

محمد عبدالعزيز الدوخي 221002220

محمد بن عيسى 221001956

إشراف

د. وليد عبد الجواد سليمان صديق

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

2023/1445

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1,1 المقدمة:

تعد المنافسة بين المنظمات هي جزء من بيئتها، فبدأت معهم وازدادت مع زيادة عدد المنظمات ووفرة المنتجات والخدمات من نفس النوع، وكذلك تحسن الوضع الاقتصادي للشركات، والذي حفزت الرغبة في الحصول على ميزة تنافسية أفضل من المنافسين، بهدف الحصول على حصة سوقية أكبر، وبذلك أصبحت محط اهتمام الباحثين والخبراء في الإدارة الإستراتيجية (طالب وإنشاءات، 2012، 141).

في ظل المنافسة الشديدة في الأسواق العالمية، أصبحت الميزة التنافسية المستدامة هدفًا أساسيًا للمؤسسات والشركات في مختلف القطاعات. وتُعد المنظمات الذكية من أبرز المؤسسات القادرة على تحقيق هذه الميزة، وذلك من خلال قدرتها على جمع وتحليل البيانات واتخاذ القرارات الذكية بشكل سريع ودقيق.

ومع شدة المنافسة، أصبح السعي لتحقيق الميزة التنافسية غير كاف لضمان بقاء المنظمة في السوق ولكي تكون الميزة التنافسية مستدامة وتحقق أقصى قدر من النجاح في بيئة أعمال معقدة ومضطربة، فإنها تتطلب استخدام مواردها وقدراتها لاستغلال الفرص وتحديد التهديدات لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (ليم وآخرون، 2018).

وبناء على ما سبق فإن المنظمات الذكية لديها القدرة على الاستجابة للتغيرات في البيئة، ولأن المنظمات التقليدية أصبحت غير قادرة على مواكبة التطورات السريعة في السوق بأدواتها التي عفا عليها الزمن، فإن هذه المنظمات تتمتع بخصائص تختلف عن غيرها، حيث أنها تتسم بالمرونة والتكيف مع البيئة الخارجية، ولديها القدرة على استغلال الفرص، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم التطبيقات التي حازت على شعبية واسعة بين المستخدمين، وتتميز بقدرة كبيرة على تبادل البيانات والمعلومات والمعرفة بين المستخدمين، و أصبحت وسائط التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المستخدمة في المنظمات الذكية. حيث تساعد هذه الأدوات على جمع البيانات وتحليلها، وبناء علاقات مع العملاء وأصحاب المصلحة.

وأهمية هذه المتغيرات الثلاثة دفعت الباحثة إلى الربط بينها من خلال هذه الدراسة، علماً أن الدراسات السابقة وإن كانت نادرة إلا أنها تناولت دراسة كل من المتغيرين على حدة، ونظراً لأهمية الموضوع تم ربطهما معاً. ومن خلال دراسة تأثير المنظمات الذكية على الميزة التنافسية المستدامة، أي أنه يجب قياس الموارد والقدرات الداخلية للمنظمات من حيث القيمة (الموارد، شح الموارد، صعوبة التقليد وتنظيم الموارد)، وهذا وهو ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، بالإضافة إلى اختياره لوسائل التواصل الاجتماعي لتكون وسيطاً بين المتغيرين، والعمل على الحصول على إضافة لهذه الدراسة، فقد عرف مدى تأثيره في صالح الدراسة للمنافسة المستدامة.

2.1 مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة البحث في الميزة التنافسية المستدامة لشركات المقاولات بمدينة الرياض، حيث أن البيئة الخارجية بما فيها التطورات التكنولوجية السريعة والعوامل الاجتماعية والتغيرات السياسية والاقتصادية، غير مستقرة، مما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة بين الشركات. الأمر الذي سيؤدي إلى تقلبات سريعة في الأسواق، وهذا يتطلب اتخاذ قرارات سريعة وفعالة لتجنب أي خطر من المنافسين المحتملين. وهذه التقلبات ليست تحت سيطرة الشركات ولا تستثني أيّاً منها؛ ولذلك فمن الضروري الاستفادة من نقاط قوتها في تقديم خدمات ذات ميزة تنافسية مستدامة، والسعي إلى القضاء على نقاط الضعف والتهديدات الخارجية قدر الإمكان، للحفاظ على بقائها والسعي لتحقيق أكبر قيمة اقتصادية.

كما أكدت دراسة الفيتوري والعمري (2018) أن توفير أبعاد المنظمة الذكية سيسهم بشكل كبير في تحقيق وزيادة الميزة التنافسية المستدامة وتعرف دراسة المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة من حيث الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي، مع بيان أهميتها في تنشيط النشاط الاقتصادي في مجال شركات شركات المقاولات بالأردن.

وتتمثل المشكلة في التساؤل الرئيس التالي:

"هل تؤثر المنظمات الذكية على الميزة التنافسية المستدامة: مع وجود وسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات بالرياض؟"

3.1 أهمية الدراسة:

وتكمن الأهمية النظرية للبحث في تسليط الضوء على المنظمات الذكية، لما لها من آثار إيجابية إذا تم تطبيقها في شركات المقاولات بالرياض، مما يؤثر على الميزة التنافسية المستدامة لهذه الشركات من خلال ندرة القيمة، وصعوبة تقليد قدرات المنظمة والموارد.

➤ الأهمية العلمية

ظهرت أهمية البحث العلمي في التأكيد على مفهوم المنظمات الذكية، بأبعادها (فهم البيئة، الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية والشبكات المعرفية ذات الميزة التنافسية المستدامة، بأبعادها (قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد، وتنظيم الموارد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات بالرياض، لذا يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة إضافة للدراسات والمكتبات العربية..

➤ الأهمية العملية

وقد ثبتت أهمية البحث العملي من خلال النتائج والتوصيات التي سيقدمها البحث حول مفهوم المنظمات الذكية والميزة التنافسية المستدامة ووسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل أزمة ظهرت فجأة دون سابق إنذار وهي وباء كورونا. مما أثر على التغيير في سلوك الموظفين والعملاء، وهذا البحث سيدعم أصحاب المقاولات في الرياض في مواجهة التحديات الناشئة والتي ستؤثر على جميع المنظمات والمؤسسات العاملة فيها.

4.1 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على أثر المنظمات الذكية على الميزة التنافسية المستدامة من خلال وجود وسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض.

- التعرف على مستوى الأهمية النسبية للمنظمات الذكية في شركات المقاولات في الرياض.
- التعرف على مستوى الأهمية النسبية للميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض.
- التعرف على مستوى الأهمية النسبية لوسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض.
- التعرف على أثر المنظمات الذكية على الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض.

- التعرف إلى أثر المنظمات الذكية في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض.
- التعرف إلى أثر وسائط التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض.

5.1 أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس: ما أثر المنظمات الذكية بأبعادها فهم البيئة الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية، الشبكات المعرفية في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد تنظيم الموارد) في ظل وجود وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض؟

ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

- السؤال الأول: ما هو مستوى الأهمية النسبية للمنظمات الذكية في شركات المقاولات في الرياض ؟
- السؤال الثاني: ما هو مستوى الأهمية النسبية للميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض ؟
- السؤال الثالث: ما هو مستوى الأهمية النسبية لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض ؟
- السؤال الرابع: ما أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض ؟
- السؤال الخامس: ما أثر المنظمات الذكية في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض ؟
- السؤال السادس: ما أثر وسائط التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات في الرياض ؟

6.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، الرغبة في التغيير الشبكات التنظيمية والشبكات المعرفية في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، ندرة الموارد صعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات في الرياض.

ويندرج منها الفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة فهم البيئة، الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية في قيمة الموارد في شركات المقاولات في الرياض.
 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، الرغبة في التغيير الشبكات التنظيمية والشبكات المعرفية) في ندرة الموارد في شركات المقاولات في الرياض.
 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في صعوبة التقليد في شركات المقاولات في الرياض.
 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، الرغبة في التغيير الشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في تنظيم الموارد في شركات المقاولات في الرياض.
- الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، الرغبة في التغيير الشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لوسائط التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد وتنظيم (الموارد في شركات المقاولات في الرياض.
- الفرضية الرئيسية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، الرغبة في التغيير الشبكات التنظيمية والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) من خلال وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات في الرياض.

7.1 نموذج الدراسة

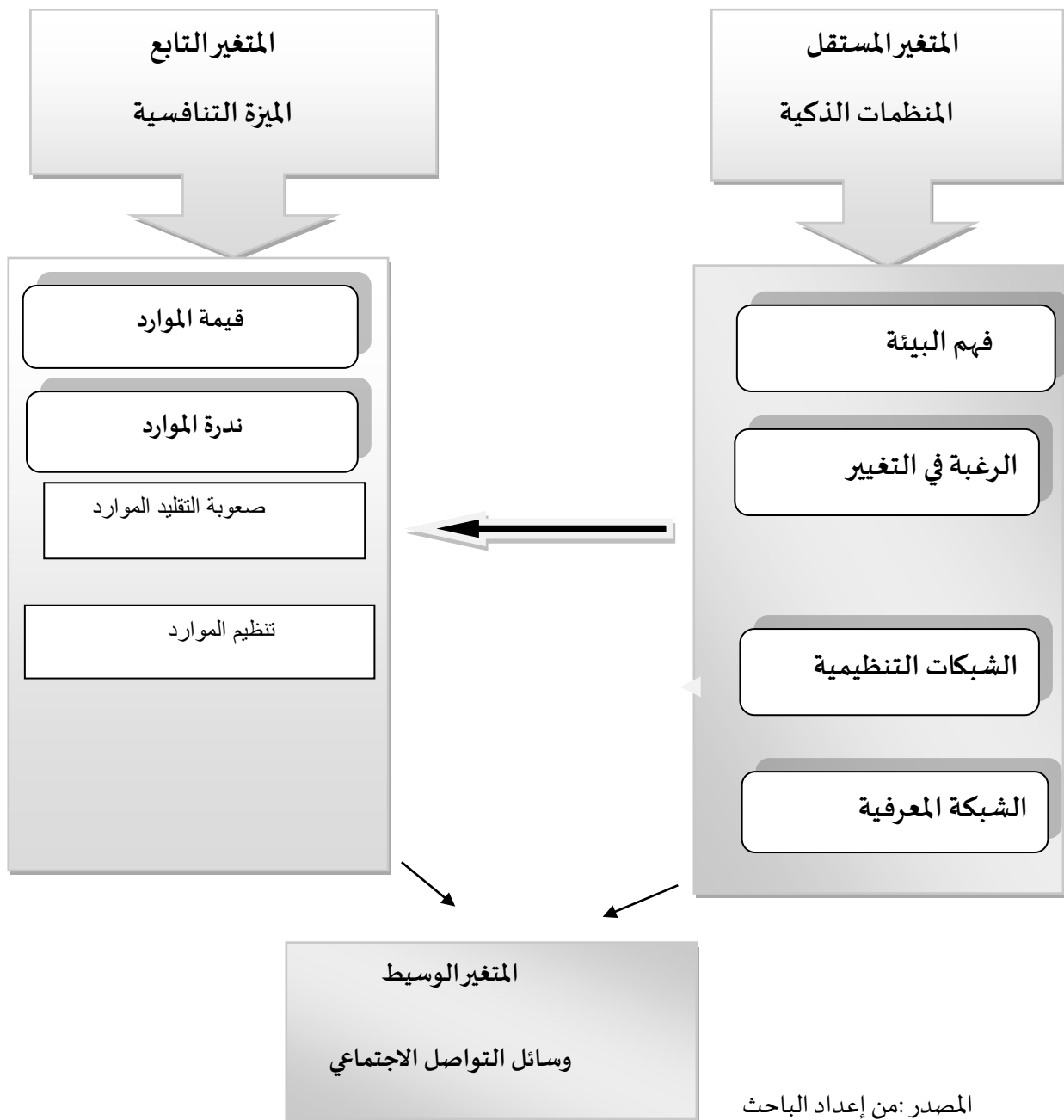
يهدف هذا النموذج إلى دراسة أثر المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي ويتضمن المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: المنظمات الذكية (فهم البيئة ، الرغبة في التغيير ، الشبكات التنظيمية ، الشبكات المعرفية)

- المتغير التابع: الميزة التنافسية (قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد الموارد، تنظيم الموارد)

- المتغير الوسيط: وسائل التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



8.1 أسباب اختيار الموضوع

- يُعد هذا الموضوع من الموضوعات المهمة في مجال الإدارة والتنظيم، حيث يتناول دراسة أحد أهم الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال، وهو مفهوم المنظمات الذكية. كما يتناول الدراسة أثر المنظمات الذكية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وهو موضوع مهم لكافة المؤسسات والشركات في مختلف القطاعات.
- يُعد هذا الموضوع ذو أهمية عملية كبيرة لشركات المقاولات العاملة في مدينة الرياض، حيث يساعدها على فهم أهمية المنظمات الذكية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. كما يساعدها على تطوير استراتيجياتها وممارساتها الإدارية لتكون أكثر ذكاءً وقدرة على المنافسة.
- يُعد هذا الموضوع من الموضوعات الحديثة، حيث لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الدراسات السابقة. كما أنه يتناول دراسة أثر وسائط التواصل الاجتماعي في المنظمات الذكية، وهو موضوع جديد نسبياً.
- يُعد هذا الموضوع قابلاً للتطبيق في الواقع العملي، حيث يمكن تطبيق نتائجه على شركات المقاولات العاملة في مدينة الرياض وقطاعات أخرى.
- الحاجة إلى دراسة أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة في قطاع المقاولات، حيث يعد هذا القطاع من القطاعات المهمة في الاقتصاد السعودي.
- الحاجة إلى دراسة دور وسائط التواصل الاجتماعي كقناة وسيطة بين المنظمات الذكية والميزة التنافسية المستدامة، حيث أصبحت هذه الوسائل من أهم الأدوات المستخدمة في المنظمات الذكية.
- الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع في مدينة الرياض، حيث تعد هذه المدينة من أهم المدن في المملكة العربية السعودية.

9.1 المنهجية :

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف التعرف على دور المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح

متغيرات الدراسة ، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها ويعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف دور المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض

أدوات الدراسة:

- تم العمل على الاستبانة لتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:
- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين في شركات المقاولات العاملة في مدينة الرياض، والمتثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني، والدخل الشهري.
 - القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع .

10.1 حدود الدراسة

- حدود موضوعية: قامت الدراسة بقياس أثر المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض

- حدود مكانية: مدينة الرياض
- حدود زمانية: العام الدراسي 2023.
- حدود بشرية: تم التطبيق علي العاملين في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

11.1 الدراسات السابقة

الدراسات العربية	
الدراسة	(أحمد ، وآخرون ، 2022)
أهداف الدراسة	إلقاء الضوء علي مفهوم الرقابة التنظيمية والإدارة بالتجوال أو بالحركة ومفهوم المنظمات الذكية وتحديد بعض خصائصها. توضيح كيف أن اكتساب المنظمات للرقابة التنظيمية وكيف أن تطبيق أو ممارسة الإدارة بالتجوال أو بالحركة يعزز بناء المنظمات الذكية. تقديم عدد من التوصيات التي يمكن أن تساهم في زيادة درجة الرقابة التنظيمية في منظماتنا.
المتغير المستقل	الرقابة التنظيمية
المتغير التابع	بناء المنظمات الذكية
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	أن الرقابة التنظيمية هي قدرة المنظمة على التكيف بسرعة مع التغيرات البيئية. أن الإدارة بالتجوال أو بالحركة هي أسلوب إداري يعتمد على التحرك والتفاعل مع البيئة المحيطة. أن المنظمات الذكية هي منظمات قادرة على التعلم والتكيف والابتكار. التوصيات ضرورة حرص المنظمات على اكتساب الرقابة التنظيمية من خلال تطبيق الإدارة

	بالتجوال أو بالحركة. تطوير قدرات العاملين على التعلم والتكيف والابتكار. الاستثمار في التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي.
الدراسة	(رغد، وآخرون، 2023)
أهداف الدراسة	بيان دور السلوك الإبداعي في تطوير المنظمة الذكية قياس مدى تأثير وارتباط السلوك الإبداعي للعاملين على المنظمة الذكية تحديد مدى اهتمام الجامعة المبحوثة بالسلوك الإبداعي للعاملين فيها تحديد مدى اهتمام الجامعة المبحوثة بأبعاد المنظمة الذكية (التكيف، الاستدامة، تشكيل وفهم البيئة، البراعة)
المتغير المستقل	السلوك الإبداعي للعاملين
المتغير التابع	المنظمة الذكية
منهجية البحث	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	توجد علاقة ارتباط وأثر ذات دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل السلوك الإبداعي للعاملين والمتغير المعتمد المنظمة الذكية ضرورة تعزيز السلوك الإبداعي للعاملين ومن ثم القيام على بذل الجهود الممكنة من أجل تفعيل الأبعاد المنبثقة منه وهي (الطلاقة، الأصالة، المرونة، الإحساس بالمشكلة، المخاطرة وروح المجازفة)
الدراسة	(طه، وآخرون، 2022)
أهداف الدراسة	تهدف الدراسة إلى: التعرف على دور الذاكرة التنظيمية في بناء المنظمات الذكية. قياس مستوى الذاكرة التنظيمية في شركات الهاتف المحمول في مصر.

	قياس مستوى بناء المنظمات الذكية في شركات الهاتف المحمول في مصر. التعرف على العلاقة بين الذاكرة التنظيمية وبناء المنظمات الذكية.
المتغير المستقل	الذاكرة التنظيمية
المتغير التابع	بناء المنظمات الذكية
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي: وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الذاكرة التنظيمية وبناء المنظمات الذكية. وجود اختلافات بين آراء العاملين فيما يتعلق بمستوي الذاكرة التنظيمية وفقاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية. وجود اختلافات بين آراء العاملين فيما يتعلق بمستوي بناء المنظمات الذكية وفقاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية. أما أهم التوصيات التي تم التوصل إليها فهي: تدعيم ذاكرة المنظمة وتحديثها بشكل دوري وتوعية العاملين بأهمية ودور الذاكرة التنظيمية في المحافظة على المعرفة. سرعة العمل على التحول الى المنظمات الذكية وتوليد ثقافة تلك المنظمات لدى العاملين. توفير كافة الآليات والعناصر التي تعزز من قدرة تلك الشركات للتحول الى منظمة ذكية
الدراسة	(أمين، وآخرون ، 2023)
أهداف الدراسة	بيان الدور الذي تلعبه نظم المعلومات في بناء المنظمات الذكية من وجهة نظر العاملين بديوان عام مصلحة الجمارك. اختبار فرضية وجود علاقة طردية بين نظم المعلومات وبناء المنظمات الذكية. الكشف عن متطلبات نظم المعلومات اللازمة لتعزيز بناء المنظمات الذكية. الكشف عن التحديات التي تواجه بناء المنظمات الذكية في مصلحة الجمارك.
المتغير المستقل	نظم المعلومات

المتغير التابع	بناء المنظمات الذكية
منهجية البحث	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات وبناء المنظمات الذكية. تعاني مصلحة الجمارك من عدم توفر بعض متطلبات نظم المعلومات اللازمة لتعزيز بناء المصلحة الذكية، حيث كان بُعد المتطلبات التنظيمية أقل أبعاد نظم المعلومات توفراً وبدرجة منخفضة. تعاني مصلحة الجمارك من محدودية توفر أبعاد المنظمات الذكية كالإدارة الإلكترونية وبلوغ الغايات وبدرجة منخفضة. أهم التوصيات ضرورة تفعيل دور الإدارة الإلكترونية في تقديم خدماتها. الاهتمام بدعم الأفكار الإبداعية وتعزيز استراتيجية التعلم المستمر. إعادة هندسة العمليات داخل المصلحة بما يتلاءم مع متطلبات نظم المعلومات وآليات عملها.
الدراسة	(محمد، 2022)
أهداف الدراسة	الكشف عن أبعاد المنظمة الذكية وأهمية توافرها في الجامعات المصرية. التوصل إلى تصور مقترح لتحسين الأداء المؤسسي للمنظمات الجامعية في العصر الرقمي.
المتغير المستقل	العصر الرقمي.
المتغير التابع	الأداء المؤسسي للمنظمات الجامعية.
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي .
أهم النتائج والتوصيات	توافر بعض متطلبات الجامعات الذكية داخل جامعة مدينة السادات بمصر بدرجة معقولة، مثل سعي الجامعة لامتلاك الأشخاص الأذكياء، وكذلك الإدارة الذكية، وبيئات التعلم الذكية. عدم توافر المباني الذكية بالجامعة.

	اقترح تصور مقترح لتحسين الوضع مستقبلاً.
الدراسة	(مهيب، 2023)
أهداف الدراسة	التعرف علي الإطار المفاهيمي للتعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية لمدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا. التعرف علي الأسس النظرية للتعلم التنظيمي والميزة التنافسية. رصد دور التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية للعاملين بمدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا.
المتغير المستقل	التعلم التنظيمي
المتغير التابع	الميزة التنافسية
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	وجود العديد من الأدوار التي يقوم بها مديري المدارس لتفعيل التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية. وجود مجموعة من المعوقات التي تواجه مديري هذه المدارس في تفعيل التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية. التوصل الي مجموعة من الآليات المقترحة لتفعيل التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية بمدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا. التوصيات: ضرورة اهتمام مديري مدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا بتعزيز دور التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية. إزالة المعوقات التي تواجه تفعيل التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية بمدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا. تطبيق الآليات المقترحة لتفعيل التعلم التنظيمي لتحقيق الميزة التنافسية بمدارس التعليم الأساسي بمحافظة المنيا

الدراسة	(بوخملة، 2023)
أهداف الدراسة	تسليط الضوء على واقع الإبداع الإداري في مؤسسة إتصالات الجزائر –تبسة-. بيان أثر الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الإتصالات والخدمات
المتغير المستقل	الإبداع الإداري.
المتغير التابع	الميزة التنافسية.
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي.
أهم النتائج والتوصيات	وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة إتصالات الجزائر –تبسة-. التوصية بضرورة تعزيز الإبداع الإداري في المؤسسة من خلال: تشجيع الابتكار والتفكير خارج الصندوق. توفير البيئة الداعمة للإبداع. الاستثمار في الموارد البشرية.
الدراسة	(بعلي، 2023)
أهداف الدراسة	التعرف على أثر الرقابة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر –وكالة تبسة-. تقديم إحاطة نظرية لأبعاد الدراسة ومتغيراتها.
المتغير المستقل	الرقابة الإستراتيجية.
المتغير التابع	الميزة التنافسية.
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي.
أهم النتائج والتوصيات	ضرورة تبني المؤسسة نهج الرقابة الإستراتيجية لتعزيز التكيف مع متغيرات البيئة الداخلية والخارجية للمحافظة على ميزتها التنافسية. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الرقابة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

	التوصيات: ضرورة العمل المثابر لنشر أبعاد الرقابة الإستراتيجية وتكريس ممارستها في كافة المستويات الإدارية.
الدراسة	(لينا، وآخرون، 2023)
أهداف الدراسة	قياس وتحليل أثر سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية. تحديد أبعاد سلسلة التوريد ذات الأثر الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية. تقديم توصيات للشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية لتحسين أداء سلسلة التوريد لتحقيق ميزة تنافسية.
المتغير المستقل	سلسلة التوريد بمكوناتها (تكامل الموردين، التكامل الداخلي، ومشاركة المعلومات).
المتغير التابع	الميزة التنافسية بمكوناتها (التكلفة، الإبداع، المرونة، والتسليم).
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي.
أهم النتائج والتوصيات	وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لسلسلة التوريد بأبعادها مجتمعة في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة في الشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية. أبعاد سلسلة التوريد ذات الأثر الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية هي: تكامل الموردين، التكامل الداخلي، ومشاركة المعلومات. التوصيات: ضرورة تبني الشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية منهجية سلسلة التوريد للاستفادة من مخرجاتها بتحقيق ميزة تنافسية. التركيز على تحسين تكامل الموردين، التكامل الداخلي، ومشاركة المعلومات لتعزيز الميزة التنافسية.
الدراسة	(عبدالوهاب، 2023)

أهداف الدراسة	• تحديد مستوى ممارسات الهدم الخلاق (التفكير الاستراتيجي- التغيير التنظيمي- الإبداع- الثقافة التنظيمية) بالجمعيات الأهلية. • تحديد مستوى تحقيق الميزة التنافسية (الكفاءة- الجودة في تقديم الخدمات- الاستجابة لاحتياجات المستفيدين- المرونة) للجمعيات الأهلية. • تحديد العلاقة الارتباطية بين مستوى ممارسات الهدم الخلاق وتحقيق الميزة التنافسية للجمعيات الأهلية. • التوصل إلى آليات إجرائية مقترحة من منظور طريقة تنظيم المجتمع لتحقيق الميزة التنافسية للجمعيات الأهلية.
المتغير المستقل	ممارسات الهدم الخلاق
المتغير التابع	تحقيق الميزة التنافسية
منهجية البحث	المنهج الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي الشامل
أهم النتائج والتوصيات	• وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين ممارسات الهدم الخلاق وتحقيق الميزة التنافسية للجمعيات الأهلية. • ضرورة التحديث المستمر للوائح والأنظمة الخاصة بالعمل في الجمعيات الأهلية وتطويع استخدام التكنولوجيا بما يساهم في تميز تقديم الخدمات للمستفيدين. • عمل تقييم دوري لأداء العاملين من خلال آراء أعضاء مجلس الإدارة والمستفيدين من خدمات الجمعيات الأهلية؛ وذلك لإنشاء خطط عمل لتطوير مهاراتهم بشكل دوري.
الدراسات الأجنبية	
الدراسة	(Israilidis, et al. 2021)
أهداف الدراسة	فحص تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مشاركة المعرفة في نوع معين من أنظمة إدارة المعرفة (KM) - مجموعات النقاش القائمة على مجتمع الممارسة (KMDG) (CoP).

	التحقيق في الآليات المعلوماتية الوسيطة (ثراء المعلومات والتواصل غير الرسمي) التي يفترض أن تولدها وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs. قياس آثار KMDGs على إنتاجية العمل والعائد على الأصول.
المتغير المستقل	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs.
المتغير التابع	أداء المنظمة (كما يقاس بإنتاجية العمل والعائد على الأصول).
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	وجد الباحثون أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs أدى إلى زيادة في مشاركة المعرفة بين الموظفين داخل مجتمعات الممارسة. كما وجد الباحثون أن وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs ساعدت في توليد آليات معلوماتية وسيطة مثل ثراء المعلومات والتواصل غير الرسمي. أخيراً، وجد الباحثون أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs وأداء المنظمة. التوصيات: يوصي الباحثون المنظمات بتبني وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs كجزء من أنظمة إدارة المعرفة الخاصة بهم. كما يوصي الباحثون المنظمات بتدريب موظفيها على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs بشكل فعال لمشاركة المعرفة. أخيراً، يوصي الباحثون المنظمات بقياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs على أدائها.
الدراسة	(Nisar, et al.2019)
أهداف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات التنافسية التي تستخدمها شركة Shopee في السوق الإلكترونية في إندونيسيا.
المتغير المستقل	المتغير المستقل في هذه الدراسة هو استراتيجيات التنافسية التي تستخدمها

شركة Shopee.	
المتغير التابع	الأداء التنافسي لشركة Shopee
منهجية البحث	اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	خلصت هذه الدراسة إلى أن شركة Shopee تستخدم مجموعة متنوعة من استراتيجيات التنافسية لتحقيق الأداء التنافسي المتميز في السوق الإلكترونية في إندونيسيا. وتشمل هذه الاستراتيجيات: استراتيجية الأداء التسويقي: تركز هذه الاستراتيجية على تقديم تجربة تسويقية فعالة للعملاء، من خلال تحسين جودة المنتجات والخدمات، وتعزيز العلامة التجارية، وبناء العلاقات مع العملاء. استراتيجية القيادة في التكلفة: تركز هذه الاستراتيجية على تخفيض التكلفة، من خلال الاستفادة من الحجم الكبير للعمليات، وتحسين الكفاءة التشغيلية، واستخدام التكنولوجيا الحديثة. استراتيجية التحالف: تركز هذه الاستراتيجية على التعاون مع الشركات الأخرى، من أجل الوصول إلى أسواق جديدة، وتطوير منتجات وخدمات جديدة، وتعزيز العلامة التجارية. استراتيجية الابتكار: تركز هذه الاستراتيجية على تطوير منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة، من أجل تلبية احتياجات العملاء المتغيرة.
الدراسة	(Chong. Et al. 2022)
أهداف الدراسة	- دراسة الدور الناشئ للمدن الذكية كمركز للمعلومات ووعاء للمعرفة. - استكشاف دور إدارة المعرفة في أبحاث المدن الذكية المستقبلية.
المتغير المستقل	المدن الذكية
المتغير التابع	إدارة المعرفة
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج	حددت المراجعة المنهجية خمس موضوعات رئيسية في أبحاث المدن الذكية: الاستراتيجية

والتوصيات	والرؤية، الأطر، العوامل الداعمة والمثبطة، مشاركة المواطنين، والفوائد. خلصت الدراسة إلى أن إدارة المعرفة تلعب دورًا حيويًا في تطوير المدن الذكية. اقترحت الدراسة ثلاث اتجاهات بحثية مستقبلية في مجال إدارة المعرفة في المدن الذكية: المقاربات الاجتماعية التقنية، ووجهات نظر تقاسم المعرفة، وقدرات التعلم التنظيمي. قدمت الدراسة أيضًا سلسلة من التوصيات السياسية القائمة على المعرفة للمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة.
الدراسة	(Gareche,2019)
أهداف الدراسة	- الاطلاع على الدراسات السابقة في مجال المزايا التنافسية للأعمال. التعرف على الأساليب الأكثر شيوعاً التي تستخدمها الشركات للحصول على المزايا التنافسية. دراسة العلاقة بين استراتيجيات الميزة التنافسية وأداء الأعمال.
المتغير المستقل	استراتيجية الميزة التنافسية
المتغير التابع	أداء الأعمال
منهجية البحث	المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	تعد استراتيجيات بورتر الثلاثية، وهي التمايز والمركزية وقيادة التكلفة، من أكثر الأساليب شيوعاً التي تستخدمها الشركات للحصول على مزايا تنافسية. لقد حظيت استراتيجيات التمايز بأكبر قدر من الاهتمام من الشركات. يعد الاستخدام المتزامن للاستراتيجيات الثلاث ظاهرة نادرة. التوصيات يجب أن تركز الشركات على تطوير الميزة التنافسية والحفاظ عليها من أجل تحقيق أداء متفوق. يجب على الشركات أن تنظر بعناية في السوق والموارد المستهدفة عند اختيار استراتيجية الميزة التنافسية.

يجب على الشركات مراجعة وتحديث استراتيجية الميزة التنافسية الخاصة بها بانتظام
للتأكد من أنها لا تزال فعالة في بيئة السوق المتغيرة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- مهيوب حسن إبراهيم، محمد. (2023). آلة حاسبة لتفعيل دور التعلم التنظيمي حتى تظل في المدارس التعليمية الأساسية بمحافظة المنيا. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية
- بخملة، خولة، بوحنيك. (2023). للإبداع الإداري كمدخل لتحقيق المستمر (أطروحة دكتوراه، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).
- بعلي، نوي. (2023). للمشاركة في المشاركة الاستراتيجية في العدد الجديد (أطروحة دكتوراه، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).
- لينا شكري زرافيلي، سامر عبد المجيد البشاشة. (2023). متابعة سلسلة التوريد في متابعة حتى النهاية: دراسة ميدانية على الشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية. سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 38(4).
- عبد الوهاب، بسمة عبد اللطيف أمين. (2023). ممارسات الهدم الاخلاقي وعلاقتها المتنوعة، للجمعيات الأهلية. دراسات في الخدمة الاجتماعية، 64(4)، 807-844.
- أحمد، عبد الناصر محمد سيد. (2022). الرعاية الصحية لمساعدة المنظمات الذكية. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، 3(9)، 131-140.
- رغد محمد يحيى، الباحث، محمد أحمد إبراهيم سليمان. (2023). يتحمل مسؤولية حضور الحضور المتميزين ليكون نموذجاً للتنظيمات الدراسة التحليلية الذكية لأراء المبتكرة من جامعة تكريت. مجلة اقتصاديات الأعمال للأبحاث التطبيقية، 4(5).
- طه، حمزة أحمد عبد الرحمن. (2022). دور الذاكرة في بناء المنظمات الذكية (دراسة ميدانية). المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية. 35-1، 14(2) ،
- أمين محمد ، أحمد أبوعلي. (2023). دور نظم المعلومات في بناء المنظمات الذكية تطبيقاً على إدارة الجمارك اليمنية. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، 2(1).

- محمد، محمد غانم، احمد. (2022). دور التنظيم الرقمي الذكي في تعزيز الأداء الجماهيري لجامعة مدينة السادات. مجلة جامعة الفيوم العلوم التربوية والنفسية, 16(9), 1138-1089.

ثانيا : المراجع الأجنبية

- Israilidis, J., Odusanya, K., & Mazhar, M. U. (2021). Exploring knowledge management perspectives in smart city research: A review and future research agenda. *International Journal of Information Management*, 56, 101989.
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94, 264-272.
- Chong, D., & Ali, H. (2022). Literature Review: Competitive Strategy, Competitive Advantages, and Marketing Performance on E-Commerce Shopee Indonesia. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 299-309.
- Gareche, M., Hosseini, S. M., & Taheri, M. (2019). A comprehensive literature review in competitive advantages of businesses. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 8(3), 223-240.

Mid-Ocean University



College of Management

Department of Project Management

**Smart Organizations and Their Impact on Sustainable
Competitive Advantage: The Mediating Role of Social Media in
Construction Companies Operating in Riyadh City**

Preparation:

Faisal Khalid Ayeshe Al-Anazi - 221002405

Mohammed Abdulaziz Al-Dukhi - 221002220

Mohammed Bin Isa - 221001956

Supervision:

Dr. Walid Abdul Jawad Saleem Sadiq

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

1445-2023