

المنظمات الذكية و أثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور
الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات
العاملة بمدينة الرياض

مشروع تخرج

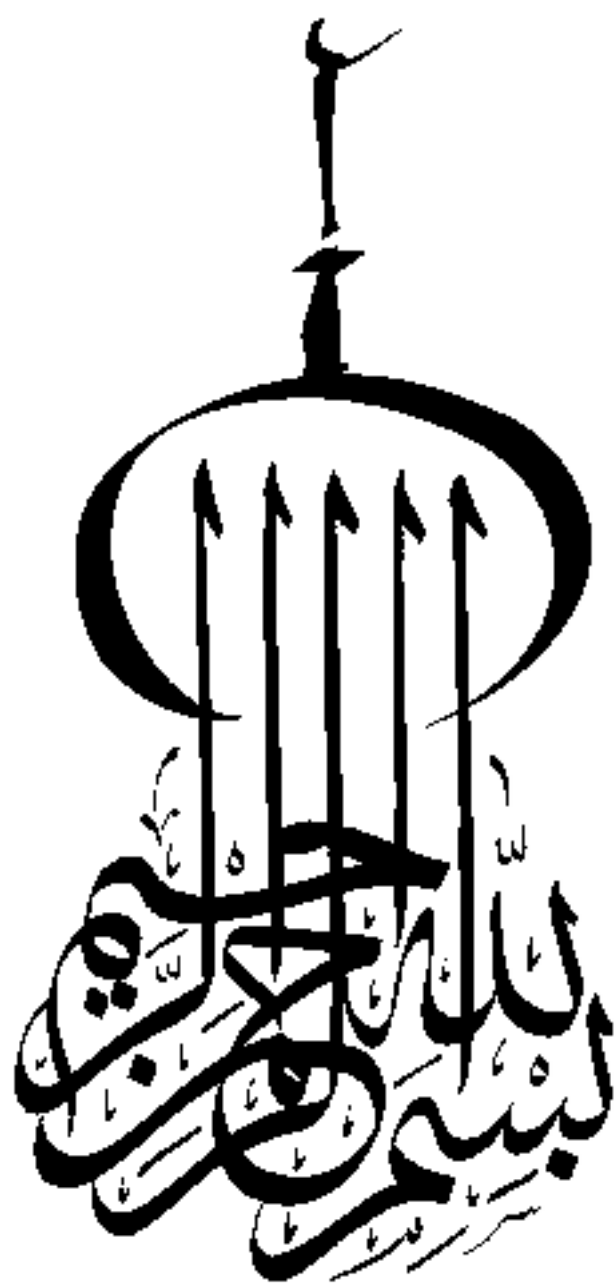
إعداد:

221002405	فيصل خالد عايش العنزي
221002220	محمد عبدالعزيز الدوخي
221001956	محمد بن عيسى

إشراف:

د. وليد عبد الجواد سليمان صديق

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن



إِهْدَاء

إلى من علّمني كيف أقف بكل نبات فوق الأرض

أبي المحترم

إلى نبع المحبة والإيتار والكرم.

أبي الموقرة

إلى أقرب الناس إلى نفسي.

زوجتي المنيصة

إلى روحي وقرة عيني ونبض فؤادي.

أبنائي الأعزاء

إلى جميع من تلقّيت منهم النصح والدعم

أهديكم خلاصة جهدي العلمي

شكر ونفلة

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله مراراً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور / وليد عبد الجواد سليمان

صديق والأستاذ الدكتور / الفيصّل عبد الحميد محمد حسن، على كل ما قدماه لنا من

توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلى إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي

والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجياً من

المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت الدراسة التعرف إلى أثر المنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، ندرة الموارد، صعوبة التقليد، تنظيم الموارد) من خلال وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وتعتبر دراسة كمية من حيث الآلية والإجراءات، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية متساوية، وقد تم اعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم توزيعها على المديرين في الإدارة العليا والوسطى في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض كما بلغ عدد الاستبانات الموزعة (350) استبانة وقد تم استرداد (334) استبانة الصالح منها للتحليل (326) استبانة وتم استخدام الحزمة الإحصائية (SPSS) بالإضافة إلى استخدام برنامج (Amos). وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذا 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، كما تبين وجود أثر ذا دلالة إحصائية للمنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة من خلال وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض

و قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، أهمها: استمرارية شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بتعزيز مفهوم المنظمة الذكية بأبعادها كافة، مما ينعكس إيجابيا على الميزة التنافسية المستدامة للشركات ويزيد من أرباحها وعوائدها، ومن الضروري تفعيل وسائط التواصل الاجتماعي لأهميتها الكبيرة في عمليات شركات المقاولات .

الكلمات المفتاحية : المنظمات الذكية – الميزة التنافسية المستدامة – الوسائط الاجتماعية –

شركات المقاولات .المقاولات .

قائمة المحتويات

ب.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ج.....	إهداء
د.....	شكر وتقدير
ه.....	المستخلص
و.....	قائمة المحتويات
ي.....	قائمة الجداول
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1,1.....	1,1 المقدمة:
2.....	2.1 مشكلة الدراسة
3.....	3.1 أهمية الدراسة:
3.....	3..... ? الأهمية العلمية
3.....	3..... ? الأهمية العملية
3.....	4,1 أهداف الدراسة
4.....	5.1 أسئلة الدراسة
5.....	6.1 فرضيات الدراسة
6.....	7.1 نموذج الدراسة
8.....	8.1 أسباب اختيار الموضوع
9.....	9.1 المنهجية :

9.....	٢ مصادر البيانات :
9.....	٢ أدوات الدراسة:
10.....	10.1 حدود الدراسة.....
10.....	11.1 الدراسات السابقة.....
23.....	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
23.....	المبحث الأول: المنظمات الذكية.....
23.....	1.1.2 مفهوم المنظمات الذكية.....
25.....	2.1.2 أهداف المنظمة الذكية:.....
26.....	3.1.2 أهمية المنظمة الذكية.....
27.....	4.1.2 خصائص المنظمة الذكية.....
28.....	المبحث الثاني: الميزة التنافسية المستدامة.....
28.....	1.2.2 تمهيد:.....
28.....	2.2.2 نشأة الميزة التنافسية المستدامة.....
28.....	3.2.2 مفهوم الميزة التنافسية المستدامة.....
29.....	4.2.2 أهمية الميزة التنافسية المستدامة.....
30.....	5.2.2 مصادر الميزة التنافسية المستدامة.....
31.....	6.2.2 طرق المحافظة على الميزة التنافسية المستدامة.....
32.....	7.2.2 أبعاد الميزة التنافسية المستدامة.....
35.....	المبحث الثالث: وسائط التواصل الاجتماعي.....
36.....	1.3.2 أبعاد وسائط التواصل الاجتماعي:.....

41.....	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
41.....	1.3 منهج الدراسة:
41.....	2.3 نوع الدراسة وطبيعتها:
41.....	3.3 الاستراتيجية المتبعة في الدراسة:
41.....	4.3 مجتمع الدراسة:
42.....	5.3 وحدة التحليل:
42.....	6.3 طرق جمع البيانات:
42.....	1.6.3 المصادر الثانوية:
42.....	2.6.3 المصادر الأولية:
42.....	7.3 أداة الدراسة:
45.....	8.3 ثبات أداة الدراسة:
47.....	9.3 اختبار ملائمة النموذج:
50.....	10.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة:
52.....	الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات
52.....	1.4 وصف خصائص عينة الدراسة:
52.....	1.1.4 الخصائص الشخصية:
53.....	2.1.4 الخصائص الوظيفية:
54.....	2.4 تحليل أسئلة الدراسة:
70.....	3.5 اختبار فرضيات الدراسة:
87.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

87.....	1.5 تمهيد.....
87.....	2.5 نتائج تحليل الدراسة.....
87.....	1.2.5 الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.....
89.....	3.5 نتائج اختبار فرضيات الدراسة.....
89.....	1.3.5 الفرضية الرئيسة الأولى، والفرضيات الفرعية المنبثقة منها:.....
93.....	4.5 الاستنتاجات.....
94.....	5.5 التوصيات:.....
96.....	Abstract.....
97.....	المراجع.....
97.....	أولا: المراجع العربية.....
100.....	ثانيا : المراجع الأجنبية.....
104.....	الملاحق.....
II	أولا: البيانات الشخصية.....
III	ثانيا محاور الاستبيان.....

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
43	جدول رقم (1) مقياس ليكرت	(1)
43	الجدول رقم (2) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون لأبعاد المتغير المستقل	(2)
44	الجدول رقم (3) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة الفرعية والأصل	(3)
45	الجدول رقم (4) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لأبعاد المنظمات الذكية	(4)
46	الجدول رقم (5) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لمتغير الميزة التناسقية المستدامة	(5)
46	الجدول رقم (6) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لفقرات متغير وسائط التواصل الاجتماعي	(6)
47	جدول رقم (7) اختبار معامل الالتواء	(7)
48	الجدول رقم (8) نتائج اختبار معامل تضخم التباين (VIF) والمسموحية (Tolerance)	(8)
48	الجدول رقم (9) اختبار ديربن - واتسون	(9)
52	الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي)	(10)
53	الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب متغير (سنوات الخبرة)	(11)
54	الجدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب متغير (المستوى الوظيفي)	(12)
54	جدول رقم (13) الأهمية النسبية لفقرات فهم البيئة	(13)
55	الجدول رقم (14) الأهمية النسبية لفقرات الرغبة في التغيير	(14)

57	الجدول رقم (15) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات التنظيمية	(15)
58	الجدول رقم (16) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات المعرفية	(16)
59	الجدول رقم (17) الأهمية النسبية لمتغيرات المنظمات الذكية	(17)
59	الجدول رقم (18) الأهمية النسبية لفقرات قيمة الموارد	(18)
60	الجدول رقم (19) الأهمية النسبية لفقرات ندرة الموارد	(19)
62	الجدول رقم (20) الأهمية النسبية لفقرات صعوبة التقليد	(20)
63	الجدول رقم (21) الأهمية النسبية لفقرات تنظيم الموارد	(21)
64	الجدول رقم (22) الأهمية النسبية لمتغيرات الميزة التنافسية المستدامة	(22)
64	الجدول رقم (23) الأهمية النسبية لفقرات الاتصالات	(23)
65	الجدول رقم (24) الأهمية النسبية لفقرات التطوير السريع للتطبيقات	(24)
67	الجدول رقم (25) الأهمية النسبية لفقرات التدريب	(25)
68	الجدول رقم (26) الأهمية النسبية لفقرات الابتكار	(26)
69	الجدول رقم (27) الأهمية النسبية لفقرات إدارة علاقات العملاء	(27)
70	الجدول رقم (28) الأهمية النسبية لمتغيرات وسائط التواصل الاجتماعي	(28)
71	الجدول رقم (29) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسية الأولى	(29)
72	الجدول رقم (30) نتائج تحليل المعاملات الفرضية الرئيسية الأولى	(30)
73	الجدول رقم (31) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسية الأولى	(31)
75	الجدول رقم (32) نتائج جدول تحليل المعاملات للفرضية الرئيسية الأولى	(32)
76	الجدول رقم (33) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الأولى	(33)

77	الجدول رقم (34) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الثانية	(34)
79	الجدول رقم (35) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الثالثة	(35)
80	الجدول رقم (36) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الرابعة	(36)
81	الجدول رقم (37) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسية الثانية	(37)
82	الجدول (38) نتائج تحليل المعاملات للفرضية الرئيسية الثانية	(38)
83	الجدول رقم (39) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الرئيسية الثالثة	(39)
84	الجدول رقم (40) ملخص مواءمة النموذج	(40)
85	الجدول رقم (41) نتائج تحليل المسار (Path Analysis) للفرضية الرابعة	(41)

الفصل الأول: الإطار العام للدارسة

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 هدفاً أساسياً 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 تستثنى 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 الرئيسي: 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 الرئيسة 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 الرئيسة 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 الرئيسة 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:

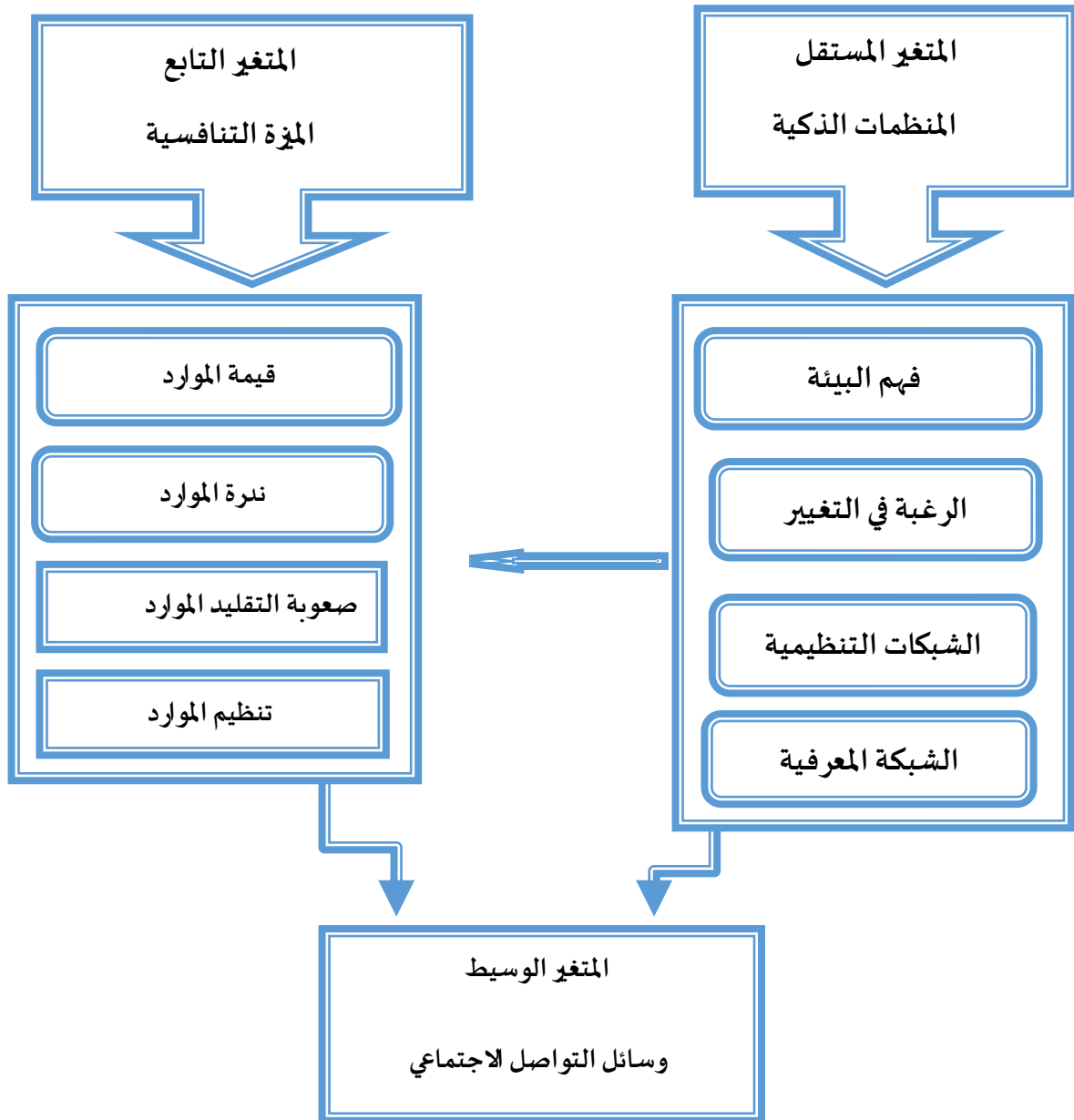
لـ المتغير المستقل: المنظمات الذكية (فهم البيئة، الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية، الشبكات

المعرفية)

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

لـ المتغير الوسيط: وسائط التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

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 نسبيًا.
- 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 :

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف التعرف علي 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 و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة

لـ 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

لـ أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب 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، والمتمثلة 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 لوسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة

الرياض

● **حدود مكانية:** مدينة الرياض

● **حدود زمانية:** العام الدراسي 2023.

● **حدود بشرية:** تم التطبيق على العاملين في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

11.1 الدراسات السابقة

الدراسات العربية	
الدراسة	(أحمد ، وآخرون ، 2022)
أهداف الدراسة	إلقاء الضوء على 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	
(أمين، وآخرون ، 2023)	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.	أهداف الدراسة
نظم المعلومات	المتغير المستقل
بناء المنظمات الذكية	المتغير التابع
استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي	منهجية البحث
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.	أهم النتائج والتوصيات

إعادة هندسة العمليات داخل المصلحة بما يتلاءم مع متطلبات نظم المعلومات وأليات عملها.	
(محمد، 2022)	الدراسة
الكشف عن أبعاد المنظمة الذكية وأهمية توافرها في الجامعات المصرية. التوصل إلى تصور مقترح لتحسين الأداء المؤسسي للمنظمات الجامعية في العصر الرقمي.	أهداف الدراسة
العصر الرقمي.	المتغير المستقل
الأداء المؤسسي للمنظمات الجامعية.	المتغير التابع
المنهج الوصفي التحليلي .	منهجية البحث
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. اقتراح تصور مقترح لتحسين الوضع مستقبلاً.	أهم النتائج والتوصيات
(مهيب، 2023)	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.	أهداف الدراسة
التعلم التنظيمي	المتغير المستقل
الميزة التنافسية	المتغير التابع
المنهج الوصفي التحليلي	منهجية البحث

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.	
(بعلي، 2023)	الدراسة
التعرف على أثر الرقابة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر – وكالة تبسة. تقديم إحاطة نظرية لأبعاد الدراسة ومتغيراتها.	أهداف الدراسة
الرقابة الإستراتيجية.	المتغير المستقل
الميزة التنافسية.	المتغير التابع
المنهج الوصفي التحليلي.	منهجية البحث
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.	أهم النتائج والتوصيات
(لينا، وآخرون، 2023)	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.	أهداف الدراسة

تقديم توصيات للشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية لتحسين أداء سلسلة التوريد لتحقيق ميزة تنافسية.	
سلسلة التوريد بمكوناتها (تكامل الموردين، التكامل الداخلي، ومشاركة المعلومات).	المتغير المستقل
الميزة التنافسية بمكوناتها (التكلفة، الإبداع، المرونة، والتسليم).	المتغير التابع
المنهج الوصفي التحليلي.	منهجية البحث
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.	أهم النتائج والتوصيات
(عبدالوهاب، 2023)	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.	أهداف الدراسة

	• 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 وتطوير استخدام التكنولوجيا بما يسهم 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.	
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي KMDGs.	المتغير المستقل
أداء المنظمة (كما يقاس بإنتاجية العمل والعائد على الأصول).	المتغير التابع
المنهج الوصفي التحليلي	منهجية البحث
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.	أهم النتائج والتوصيات
(Nisar, et al.2019)	الدراسة
تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات التنافسية التي تستخدمها شركة Shopee في السوق الإلكترونية في إندونيسيا.	أهداف الدراسة
المتغير المستقل في هذه الدراسة هو استراتيجيات التنافسية التي تستخدمها شركة Shopee.	المتغير المستقل
الأداء التنافسي لشركة Shopee	المتغير التابع

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 والتوصيات	حددت المراجعة المنهجية خمس موضوعات رئيسية في أبحاث المدن الذكية: الاستراتيجية 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 استراتيجية 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.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: المنظمات الذكية

1.1.2 مفهوم المنظمات الذكية

ظهر مفهوم المنظمة الذكية، كاستجابة سريعة للتغيرات الحاصلة في البيئة في القرن العشرين. ونتيجة لذلك، ألزمت المنظمات بالعمل على إعادة التفكير بطريقة تعمل على تحسين النتائج في العمليات التشغيلية وتحقيق الغايات الأساسية. حيث إن الأساليب والمبادرات الحديثة المستخدمة من قبل المنظمات المنافسة، لم تعد كافية لتحقيق التميز. وعلى المنظمات أن تعمل على تحفيز عقلها التنظيمي والفتنة الجماعية لديها، وذلك لضمان أن تبقى على وجودها في بيئة الأعمال المتجددة. وتعرف المنظمة الذكية بأنها: "المنظمة التي تتصف بسرعة الفهم والتعامل مع المتغيرات في البيئة بأسلوب غير مرجح، وهي تعبر عن حالة من الدهاء الناتج عن المهارات للقدرة على الخروج من حالة الغموض والتعقيد والإنجاز المتميز للأداء" (فرعون وآخرون، 2019).

ومن جهة أخرى تعرف المنظمة الذكية أيضاً بأنها: "المنظمة التي لديها المقدرة على الخفة وسرعة الحركة والرشاقة في عملية توليد المعرفة، والاستفادة من هذه المعرفة من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة. من خلال اقتناص الفرص، والتكيف مع التحديات والتغيرات البيئية (راضي وآخرون 2018). لذلك تعرف المنظمة الذكية كذلك بأنها نوع من المنظمات، التي تعمل على تشجيع التعلم والسعي إليه. فالمنظمة الذكية بصفته مفهوم معاصر ينادي بتغيير طريقة إدارة منظمات الأعمال، فهو يعمل على العمل بقوة في مواجهة التغيرات المتسارعة التي تحصل في البيئة التي تحيط بها وتعمل بها. وذلك من خلال إيجاد بيئة ابتكارية وإبداعية للأفراد العاملين (كاظم وآخرون، 2020).

فيما عرف القضاة وآخرون (2020) المنظمة الذكية بأنها: قابلية المنظمة بالالتزام بالتمسك بقدرات المعرفة الإبداعية، لأجل تحقيق الأهداف والتأقلم مع البيئة في ظل الضغوط. وتطوير معرفة

العاملين لديها من خلال توافق وانتظام كافة محاور عمل المنظمة بالشكل الذكي في تحقيق مركز تنافس ربحي".

وبحسب الزعبي والنواصرة (2019) فقد تبينت المنظمة الذكية في أهمية مفهومها من خلال الأوساط الأكاديمية في عام 1980، عندما حدد بورتر أهمية المنظمة الذكية والتنافسية. وقد تم تحديد مفاهيم متعددة لها من قبل الباحثين والمهتمين بهذا النوع من المنظمات، فأضاف الزعبي والنواصرة (2019) (تعريفات مفكري الإدارة. حيث ذكر في دراسته، أن بورتر أكد على أن المنظمة يجدر بها أن تتعلم كيف تكون ذكية، وذلك من خلال القيام بربط العناصر المتعلقة بإدارة المعلومات وأدوات التعلم كافة. وكذلك، أن ويليم أكد المنظمات الذكية بأنها: "المنظمات التي تتعلم وتتكيف مع البيئة العاملة فيها، باستخدام المسح البيئي الخارجي Windows الذي يضيف قيمة إلى عمل المنظمة".

وبحسب العكش (2020) فإن المنظمة الذكية تعرّف على أنها: "المنظمة التي تستثمر في المعرفة وتعمل إدارتها على التطوير المستمر والقدرة على إدراك واستشعار البيئة المحيطة بها ولديها مرونة في التكيف مع المحيط واقتناص الفرص للبقاء في المركز التنافسي، وذلك ضمن منظومة قيم تحاكي واقع المنظمة".

وبحسب راضي وحسين (2017)، فإنها تعرف أيضاً بأنها: "مجموعة من المهارات الواسعة، التي تساعد على تحليل التركيبة في المنظمة، من أجل تسهيل الاتصال بأشكال المنظمة الجديدة ومستويات الدعم الداخلي والخارجي فيها، وهي المنظمة التي تقدر على توزيع المعرفة في كل أنحاءها"

وتعد المنظمة الذكية مدخلاً إدارياً حديثاً يساعد المنظمة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية وبالتالي تجعل المنظمة متمكنة من تحقيق أهدافها محلياً ودولياً. وقد ثبت عن بعض الدراسات أن المنظمات الذكية بسماتها ومبادئها تؤثر على إدارة الأزمات وقدرة المنظمة على التكيف مع الظروف بشكل إيجابي (الجبوري والسمان، 2020).

كما أضاف الزعبي والنواصرة (2019)، أن ويج عرف مفهوم المنظمات الذكية بأنها: "المنظمات التي تتصرف بفاعلية في الحاضر، ولها القدرة على التعامل بفاعلية مع تحديات المستقبل وتهتم بشكل كبير

بحيويتها ونجاحها وتنظر إلى ما وراء نطاق العمل اليومي إلى الأداء المستدام على الأمد البعيد"، بالإضافة إلى أنها تهتم بالمستوى العالي لخدمة ذوي المصالح التي لها علاقة مع المنظمة.

حيث عرّف فيكرز المنظمات الذكية بأنها: "المنظمات الناجحة التي تستخدم الاستراتيجيات بعيدة الأمد لتحقيق مكاسب مستدامة على الأمد البعيد وإن قادها ذلك إلى التضحية بالمكاسب على الأمد القريب".

أما فيلوس فعرف المنظمات الذكية بأنها: "تلك المنظمات التي لديها القدرة على أن تكون منظمة رشيقة، بسبب خفتها وسرعة توليدها للمعرفة التي تفيد في اغتنام الفرص المتاحة من جهة، والتكيف السريع عند مواجهة التحديات البيئية من جهة أخرى".

حيث أن المنظمة الذكية تقوم على ثلاثة محاور أساسية، هي: تطوير المعرفة، العمليات، والاتصال. حيث إن تطوير المعرفة يعتبر من أهم المقومات للمنظمة الذكية، لأن المنظمة الذكية تعبر عن السلم المعرفي للتطور في المنظمات، باعتبار أن المعرفة فيها هي الأساس في تكوين تلك المنظمات.

أما فيما يتعلق بالعمليات، فتتمحور بشكل متسلسل للمنظمة عن طريق تحويل البيانات إلى معلومات والوصول إلى نتائج فعلية. أما الاتصال، فيعد أساسياً بين العاملين في تعاملهم وإنجازهم في تنفيذ مهامهم، وهو أساسي أيضاً في التعاملات مع الأطراف خارج المنظمة المتمثلة بأصحاب المصلحة الزعبي والنواصرة، 2019).

وبناء على ما سبق، يعرف الباحث المنظمة الذكية بأنها تلك المنظمة التي تتضمن في خصائصها مجموعة من الصفات التي تعمل على تحسين رؤيتها الاستراتيجية وزيادة سيطرتها على المحيط الداخلي والخارجي، من خلال فهم البيئة المحيطة والعمل على إدارة مواردها الخاصة، وبالتالي تحقيق الأهداف .

2.1.2 أهداف المنظمة الذكية:

تسعى المنظمة الذكية إلى مجموعة من الأهداف التي تساعد على مواكبة التطورات التي تحصل في التحول إلى منظمة ذكية. وتعمل هذه الأهداف على تحسين قدرتها في الأعمال، وهذه لأهداف هي: التحول إلى بيئة استباقية تعمل على إدراك المحيط بدلاً من أن تكون بيئة رد الفعل تدرك المعلومات فقط، والعمل

على أتمتة الخطوات والوظائف ودمجها بأكبر قدر ممكن، والعمل على توفير بيانات لعملية التحليل البيئي، والمحافظة على تنافس المنظمة وتحقيق نجاحها بشكل مستدام، وذلك في ظل بيئة أعمال متغيرة جداً، والعمل على الدعم بالتفكير الاستراتيجي والاستثمار بالخبرات في مجال ذكاء الأعمال، والعمل على التخطيط لأجل تلبية متطلبات العمل، والحصول على الفرص المتوفرة في البيئة لتمكين المنظمة العمل على تبسيط وتخصيص فرق العمل للاندماج بالتعلم والمعرفة، وذلك بإضافة قيم جديدة للمنظمة، ونقل جميع المعلومات ذات القيمة إلى جميع أنحاء المنظمة عن طريق ذكاء الأعمال (العكش 2020).

3.1.2 أهمية المنظمة الذكية

ينت أهمية المنظمة الذكية منذ البداية في عام 1980 ، عندما قام بوتر بتحديد أهمية المنظمة الذكية والتنافسية من وجهة النظر البشرية، وقد جاءت الأهمية الكبرى لهذه المنظمات، لتسد حاجات المنظمات الأساسية، الأمر الذي أدى إلى توضيح بعض الدراسات لأهمية المنظمة الذكية حيث عدت منظومة مكونة من ثلاثة مكونات رئيسية رأس المال الفكري، تكنولوجيا المعلومات والقيم. وبناء عليه، فإنه تم التعبير عن المنظمة الذكية بالمعادلة التالية (الزعيبي والنواصرة، 2019).

وتشير بعض الدراسات الأخرى إلى ميزات إضافية للمنظمة الذكية، وهذه الميزات تركز على مجموعة من العناصر التي تشكل البنية الأساسية للمنظمة الذكية. وتتلخص هذه الميزات في (Lazarevic & Lukic, 2015) نقاط رئيسية كالتالي:

- (1) تتوافر فيها ثقافة إيجاد القيمة، فهذه الثقافة إن توافرت أدى ذلك إلى تعظيم القيمة للعملاء وتعمل على إيجاد البدائل الجيدة، فالمنظمة الذكية في عملها لا بد لها من اختيار البديل الأفضل من بين البدائل المتاحة التي تساعد على اتخاذ القرار الصحيح.
- (2) تدعم التعلم المستمر، ويركز التعلم المستمر هنا على زيادة قدرة المنظمة الذكية في إيجاد قيمة بشكل أكبر لمواجهة التغيرات في البيئة، وقدرتها على تخفيف حالة اللا تأكد البيئي، فالأفراد في المنظمة الذكية تعمل على فهم كيفية التعامل مع حالة اللا تأكد البيئي الذي من الممكن أن تواجهه، فهم يعملون على قياس ما لا يعرفونه وإدارة المخاطر الطارئة.

(3) تميزها بالتفكير النظري، حيث إن تطوير التكنولوجيات الحديثة والمنتجات والخدمات والعمليات والعمل على تنميتها جميعها، يؤدي إلى توليد التغييرات الضرورية في عالم المنافسة والعملاء. وتستخدم المنظمة الذكية التفكير النظري لفهم وتقييم تأثير القرارات طويلة الأمد.

4.1.2 خصائص المنظمة الذكية

للمنظمة الذكية مجموعة من الخصائص التي تتصف بها، وقد تلخصت هذه الخصائص في مجموعة من النقاط الرئيسية التالية (الطائي والزهيري، 2021)

- الإبداع ويعني ذلك، أن الإبداع هو المقدرة على إيجاد الأفكار الحديثة في ابتكار خدمات ومنتجات جديدة، ويعد القوة التي تظهر من الابتكار.
- اتخاذ المخاطر ويعني ذلك الاستفادة من الأخطار المعتدلة التي تستطيع المنظمة السيطرة عليها، وذلك من خلال محاولات الأفراد الشخصية في عملية مواجهة الأخطار التي من الممكن حل مشكلتها.
- الدافع: ويعني ذلك، تقديم المنظمة الذكية الخطوات التي تشجع أفرادها وتحفزهم مادياً ومعنوياً في تحقيق الدافع لديهم.
- تقسيم العمل ويعني ذلك تحديد المسؤوليات في المنظمة وبالشكل الفعال، لأجل إطلاق المواهب لدى أفرادها عن طريق استخدام التخصص في العمل.
- الرؤية المستقبلية: ويعني ذلك، أن تكون للمنظمة الذكية القدرة على رسم الرؤية المستقبلية الواضحة عن طريق التحليل إلى البيئة الخارجية، ووضع الخطط المستقبلية بموجبها.

المبحث الثاني: الميزة التنافسية المستدامة

1.2.2 تمهيد:

تتنوع السلع والخدمات المقدمة بتطور الزمان والمكان، وتتغير العوامل والمؤثرات التي تحكم السوق تبعاً لهذه التطورات؛ فالمنظمات ازدادت بكثرة حتى تستطيع تلبية متطلبات هذا التطور، وبلا شك كل ما ازدادت السلع والخدمات زادت المنظمات، وبالتالي تزداد المنافسة مع ازديادها، وتحتاج المنظمات الميزة تنافسية مستدامة حتى تستطيع البقاء والاستمرار في السوق والتغلب على المنافسين لمدة طويلة من الزمن؛ لذلك لجأت المنظمات إلى تبني إستراتيجية الميزة التنافسية المستدامة حتى تحافظ على ازدهارها في سوق أطول فترة ممكنة (البرزنجي، 2017).

2.2.2 نشأة الميزة التنافسية المستدامة

تعود بدايات الاهتمام بالميزة التنافسية المستدامة إلى الجهود التي قام بها (Ansoff) عام 1965، وتبعته دراسات من قبل مجموعة من الباحثين في (Harvard Business School Journal) أشارت إلى جهود التي تمثلت في العديد من البحوث والمقالات التي تناولت مختلف النماذج والاستراتيجيات كما ذكرت بعض الدراسات إلى أن أول من قدم فكرة مفهوم الميزة التنافسية المستدامة هو (Day) (George) في عام 1984 إذ أوضح أنه على المنظمات إتباع إستراتيجيات مختلفة التي تهدف إلى البقاء..

و في أواخر السبعينيات وبدايات الثمانينيات، ومن ثم إصدارات (Strategic Management) لكن الأساس في منشأ الميزة التنافسية المستدامة هو ما قدمه بورتر (Porter) عام 1985 في نموذج استراتيجيات التنافس التي تم ربطها بالبيئة (عايض، وأبو هادي، 2019).

3.2.2 مفهوم الميزة التنافسية المستدامة

تعد الميزة التنافسية المستدامة نموذجاً مطوراً من الميزة التنافسية؛ وهي عبارة عن قدرة المنظمة على جذب واستقطاب الزبائن والعمل على بناء المكانة الذهنية لها كمنظمة أو لما تقدمه من سلع وخدمات، وزيادة القيمة المدركة؛ مما يعني تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين (آدم أبكر، فريش، فقيدة، 2022).

وقد قام العديد من الباحثين بتعريف الميزة التنافسية المستدامة منهم (عايض والبشاري، 2022) حيث عرفها على أنها عبارة عن منفعة يتم تحقيقها من قبل المنظمة لا يمكن للمنظمات الأخرى أن تقوم على استنسخها أو خلق بديل لها ، وأن تقوم على تحقيق مزايا تنافسية لمدة زمنية طويلة.

بينما عرفها بكوش، وبو غازي (2022) على أنها عبارة عن مجموعة من مميزات الجديدة التي تحصل عليها المنظمة، مما يجعلها في مركز متقدم على منافسيها باستمرار.

وعرفها الغامدي، والسبحان (2020) على أنها عبارة عن هدف المنظمة بتكوين ميزة فريدة بالمنتج الخاص بها تتفوق به على المنافسين من خلال قيامها بإعطاء قيمة للزبون بطريقة تمتاز بالكفاءة حتى تتمكن من المحافظة عليه باستمرار .

وأما محمود (2017) فعرفها على أنها المنافع أو العوائد التي تحصل عليها المنظمة لأبعد مدى ممكن، والتي يصعب أو يستحيل تقليدها أو استنساخها من قبل المنظمات الأخرى.

وترى الدراسة أن الميزة التنافسية المستدامة هي عبارة عن مجموعة من الخصائص، أو المميزات التي تمتلكها المنظمة وتميزها عن غيرها من المنظمات المنافسة، حيث تعتبر هذه الميزة بمثابة درع حامي يعمل على استمرارية المنظمة لأطول مدة ممكنة، بحيث لا يمكن نسخها أو تكرارها وتتفرد المنظمة بها.

4.2.2 أهمية الميزة التنافسية المستدامة

تتمثل أهمية الميزة التنافسية في عدة نقاط وفق دراسة علي (2020)

(1) تعد الميزة التنافسية المستدامة بمثابة سلاح لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة، وذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات عملائها في المستقبل.

(2) تساعد الميزة التنافسية المستدامة على إيجاد نماذج جديدة متفردة في السوق يصعب تقليدها ومحاكاتها من قبل المنافسين باستمرار؛ لأن النماذج القديمة قد تم تقليدها بالفعل من قبلهم.

(3) تعمل على تحديد مدى توافر عناصر النجاح الأساسية؛ حيث يتم مقارنتها مع المنافسين وبناء إستراتيجيتها التنافسية الخاصة المتفردة عنهم، وتكون هذه الإستراتيجية طويلة الأمد

(4) تعد الميزة التنافسية المستدامة هدفاً أساسياً وفي غاية الأهمية، حيث تسعى إليه جميع المنظمات التي تهدف إلى التفوق والتميز، كما أنها تساهم في تعزيز مدى قدرة المنظمة على استغلال الموارد واختيار أفضل المواقع التنافسية.

(5) ترتبط في الأساس بالأداء المتحقق في المنظمة والأفراد العاملين، حيث إن المنظمات لا تستطيع تحقيق ميزة تنافسية مستدامة ما دامت لم تحقق أداء أفضل من منافسيها وعلى المدى البعيد.

وذكر (Bhandari, Ranta & Salo (2020) بعض العوامل التي تؤثر على الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة على النحو التالي:

- القيادة، وتتضمن حوكمة ورؤية ورسالة المنظمة.
- الحوافز، وتتضمن إدارة الموارد البشرية، وتحسين الأداء
- الثقافة التنظيمية، وتتضمن العادات والقيم التنظيمات.
- التصميم التنظيمي، تتضمن الهيكل التنظيمي.
- النظم التنظيمية، وتتضمن الخطط الاستراتيجية للمنظمة إضافة إلى البنى التحتية للمنظمات.

5.2.2 مصادر الميزة التنافسية المستدامة

تقسم مصادر الميزة التنافسية وفق ما ذكرت في دراسة محمود (2017) ودراسة البرزنجي (2017) إلى مصادر داخلية ومصادر خارجية، وقد تم توضيحها من قبلهم على نحو الآتي:

– **المصادر الداخلية:** وهي المصادر التي ترتبط بـموارد المنظمة الملموسة، وغير الملموسة؛ مثل: (المباني، المواد الأولية، الطاقة، الموارد البشرية، العلامة التجارية، قنوات التوزيع إضافة إلى الأنشطة والمهارات والتي تتمثل في إدارة المنظمة، وأساليب المتبعة فيها والأنشطة التي تقوم عليها المنظمة.

كما تتكون من المقدرات الداعمة للمنظمة ومن أمثلتها المواد المادية المتكونة من الموارد الرأسمالية التي تنعكس بصورة إيجابية بفائدة للمنظمة من خلال اكتساب الميزة التنافسية المستدامة من

حيث موقعها وعمرها وقدرتها. وكذلك الأمر بالنسبة إلى المواد البشرية إذ يعد من أهم مصادر الميزة التنافسية التي تتمثل بالعمالة الجيدة التي تقيم بعدد وأنواع مهاراتها التي يتمتعون بها، وقابليتهم للتكيف مع كافة الظروف، والتعلم ورغبتهم في التطوير، وتكمن أهمية الموارد البشرية أيضاً كونهم يقومون على استخدام الأموال وكيفية إدارتها بما يخدم المنظمة ويدعم موقفها التنافسي.

– المصادر الخارجية البيئة الخارجية): وهي مجموعة من العوامل السياسية والديموغرافية والاقتصادية والتكنولوجية التي تؤثر في المنظمات بشكل إيجابي أو سلبي. كما تمثل المصادر الخارجية فرصاً للمنظمة وظروفاً مناسبة لها، فإن الميزة لا تتحقق إلا من خلال خلق موارد وقدرات للمنظمة ومن خلال قدرتها على التعامل مع الظروف واستثمار تلك الفرص.

6.2.2 طرق المحافظة على الميزة التنافسية المستدامة

تسعى المنظمات للمحافظة على استدامة ميزتها التنافسية ويتم ذلك من خلال عدة طرق ذكرتها دراسة: على الشكل الآتي (Mahdi & Nassar, 2021)

1. وضع الخطط الاستراتيجية المناسبة لمواجهة المنافسين في ظل التسارع التنافسي في السوق، أما بإقامة التحالفات الاستراتيجية معهم، أو تغيير مجال المنافسة والتركيز على مجال محدد في قطاع الأعمال.
2. ابتكار وإضافة سوق جديدة لم تكن موجودة في السابق، مما يعطي المنظمة الأسبقية في العمل فيها والتمتع بميزة تنافسية منفردة، والبقاء أطول فترة ممكنة قبل ظهور منافسين في هذا السوق.
3. للتركيز على إنجاز وتنمية التميز التنافسي في أسرع وقت ممكن، باعتبار أن عامل الوقت ضروري لحجز مركز تنافسي مستديم لمدة أطول.
4. الاعتماد على الكفاءات والقدرات المتميزة في تطوير وتجديد الموارد والإمكانات، وتطبيق الخطط الاستراتيجية التي يصعب على المنافسين تقليدها، والعمل على استدامة الميزات التنافسية بشكل فعال .

7.2.2 أبعاد الميزة التنافسية المستدامة

(1) قيمه الموارد

إن هدف منظمات الأعمال هو الاستحواذ على موارد قيمة ومتميزة باستمرار وتقديم منتجات وخدمات يشعر بها العملاء والموردين والشركاء الاستراتيجيين والمجتمع؛ لأنها القاعدة الأساسية لتطوير العلاقة مع هذه الفئات باستمرار بشكل إيجابي. (ميرخان وآخرون، 2015).

حيث تنشئ المنظمات قيمة وذلك من خلال انتهاز الفرص، والاستفادة من خصائصها المميزة، وتدرّك بوضوح عوامل النجاح الحاكمة لوحدات الأعمال حيث تمتلك رؤية واضحة أيضاً لنمط الأعمال التي يمكنها أن تضيف قيمة بوجه خاص .

ولأن الموارد القيمة تزيد من فاعلية المنظمة في استغلال الفرص وتجنب التهديدات في البيئة الخارجية، حيث تتمكن من صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التي تنشئ قيمة لعملائها، وأن الموارد القيمة تسمح للمنظمة باستغلال واستثمار الفرص المتاحة في البيئة الخارجية من خلال الاستخدام الفاعل والكفؤ للقدرات المتوفرة حيث تصبح القدرات ذات قيمة بعد إخضاعها لتعديلات معينة أو بالشكل الذي يحسن من إمكانياتها من إشباع حاجات ورغبات الزبائن. (طالب والبناء، 2012)

إن المورد له قيمة عالية إذا كانت المنظمة لديها القدرة على رصد التغيرات في البيئة الخارجية، ولديها القدرة لتقييم الفرص والتهديدات، واستخدام المعرفة الجديدة، مما يسمح للمنظمة بالاستفادة الفعالة من التغيرات في البيئة الخارجية وتطوير المنتج أو الخدمة في أي جزء من إنشاء سلسلة القيمة والتأكد من أن جزءاً معيناً من هذه السلسلة ينشئ قيمة أعلى بين المنافسين (Marichova, 2018)

إن المنافس بالنسبة للمنظمة هو العامل الأكثر ديمومة، وخطورة في خسارة القيمة في المنظمة، ولكن من جهة أخرى يمكن أن نلاحظ أن هذا المنافس الذي يمكن أن ي تلف قيمة، يمكن أيضاً أن يساعد المنظمة بطريقة مختلفة على إنشاء قيمة؛ وذلك بسبب التنافس الذي يعطي المنظمة دافعية عالية من أجل إنشاء قيمة عن طريق التحسين والابتكار؛ لكي تستطيع البقاء ومن ثم النمو وتميزها عن المنافسين في إنشاء القيمة (نجم، 2010)

(2) ندرة الموارد

إن الميزة التنافسية المستدامة تعتمد بشكل رئيسي على ما تمتلكه المنظمة من موارد نادرة ومتنوعة في داخلها وما طبيعة هذه الموارد وماهي نقاط القوة التي تؤهل المنظمة لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة تمتاز بها عن منافسيها ، وهي الصفة الثانية المطلوب توفرها في المورد؛ لكي تحقق ميزة تنافسية مستدامة وهي ندرة المورد، فالمورد الذي يمتلكه عدد قليل من المنافسين يعمل على تلبية حاجة العميل بطريقة مثلى، إذ إن المزايا التنافسية المستدامة تنبع من استغلال الموارد والقدرات النادرة بكفاءة وفعالية فالمنظمة التي تمتلك موارد نادرة تستطيع أكثر من غيرها تلبية حاجات ورغبات العملاء بشكل أفضل من المنافسين لها (طالب والبناء، 2012).

نادرا فلن يحقق ميزات تنافسية، ولكن عندما تكون المنظمة قادرة على السيطرة على الموارد القيمة وتكون نادرة في الصناعة فسوف تحقق موقعا تنافسيا متميزا، وذلك يتم باستغلال الفرص المتاحة وإبعاد التهديدات قدر الإمكان بطرق لا يدركها المنافسون ميرخان وآخرون، 2015)

(3) صعوبة التقليد

يصعب تقليد المورد إذا اتبعت المنظمة عملية التكامل والتنسيق وإعادة التشكيل؛ أي بناء قدرات ديناميكية، وذلك باستخدام الآلية التي تدمج المعرفة والمهارات وإنشاء مهارات جديدة فريدة خاصة بكل منظمة (Marichova, 2018).

وقد تكون لدى بعض المنظمات القدرة على بناء ميزة تنافسية ولكن سرعان ما يقلدها المنافسون وبالتالي تختفي الميزة التنافسية، فالموارد والقدرات التي بنيت عليها الميزة التنافسية تؤثر في سهولة أو صعوبة تقليده فكلما كانت هذه الموارد صعبة النقل والتقليد كلما استمرت الميزة التنافسية لفترة أطول وأيضاً، فإن اعتماد الميزة التنافسية على العديد من الموارد والقدرات يجعل من الصعب معرفة أسباب هذه الميزة التنافسية وكيفية تقليدها (الطيبي، 2013)

من وجهة نظر أخرى لا بد للمنظمات أن تكون على وعي بسلوك مواردها أو قدراتها من حيث التكلفة، ولا بد أن تحدد ما إذا كانت التكاليف استخدمت لمرة واحدة أو متكررة، وعلاوة على ذلك، ينبغي

على المنظمات أن تقيم ما إذا كانت التكاليف نسبيًا عالية أو منخفضة، وذلك من أجل الحفاظ على وضع معين من الموارد أو القدرات، حيث كلما ارتفعت التكلفة، كلما قل احتمال التقليد، وإذا كان المورد قيما ونادرًا فتكون صعوبة التقليد منخفضة، ويمكن القول إن المنظمة (Dondjio & Haafst, 2017)

(4) تنظيم الموارد

هو ترتيب الأنشطة بطريقة تستخدم في تحقيق الأهداف، وإن هذا التنظيم هو الذي يدعم المنظمة شخصيتها وميزتها الإدارية أي أنها عملية حصر الواجبات والنشاطات المراد القيام بها وتقسيمها إلى اختصاصات العاملين، وتحديد وتوزيع السلطة والمسؤولية وإنشاء العلاقات بين العاملين وتوحيد الاتجاهات بغرض تمكين مجموعة من العاملين من العمل بانسجام وتناسق لتحقيق الهدف (جمال، 2018)

إن جميع الأنشطة المتعلقة بترتيب واستخدام الموارد المختلفة في المنظمة وتسعى إلى تحقيق أهداف المنظمة عن طريق جمع العاملين وتصنيف جميع الأنشطة في وحدات عمل محددة، والعملية التنظيمية مهمة لمنظمات الأعمال بوصفها أنظمة اجتماعية تتواصل وتتناسق في إطار مواردها المختلفة لتحقيق نتائج مرغوب فيها، فنرى التنظيم متجسدًا بشكل واضح في السمات الأساسية للمنظمات التي منها تنسيق الجهود في المنظمة وتقسيم العمل ووضع هيكلية وهرمية السلطة لغرض الوصول إلى أهداف مشتركة، فإن كل هذه الجوانب يجمعها هيكل تنظيمي لا بد أن يتصف بالكفاءة والفاعلية. (الغالي، 2011).

المبحث الثالث: وسائط التواصل الاجتماعي

تعرف وسائط التواصل الاجتماعي بشكل عام، بأنها مجموعة من التطبيقات المستندة على الإنترنت التي بنيت على أسس التكنولوجيا للويب ، التي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (Ahmed et al., 2019).

وعرفها (Humaid 2015) بأنها مجموعة من المواقع على الشبكة العنكبوتية العالمية التي تسمح بالتواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعية افتراضية، حيث يتجمعون في مجال العمل والانتماء إلى بلد أو مدرسة أو فئة خاصة في نظام دولي لنقل المعلومات، وتتكون وسائط التواصل الاجتماعي من الأدوات التي تمكن من تبادل المعلومات على الإنترنت من خلال المحادثة والتفاعل. كما أن وسائط التواصل الاجتماعي هي إحدى التكنولوجيات الناشئة التي يمكن أن تسمح بالمرونة والقدرة على التكيف (Omar et al., 2016).

تنطوي وسائط التواصل الاجتماعي على ما ينشئه المستخدم على الإنترنت من نصوص وصور وصوت وفيديو، يتم تسليمها عبر أدوات ومنصات الويب ، وتستخدم وسائط at التواصل الاجتماعي في المقام الأول التفاعلات الاجتماعية والمحادثات، مثل: تبادل الآراء التواصل الاجتماعي في المقام الأول التفاعلات الاجتماعية والمحادثات، مثل تبادل الآراء والخبرات والرؤى والتصورات عبر الإنترنت. (Turban et al., 2011)

تمثل وسائط التواصل الاجتماعي التفاعل الاجتماعي على الشبكة العالمية بما في ذلك السلوكية والثقافية، حيث إن برمجيات التواصل الاجتماعي تمثل فئة كبيرة من تطبيقات الويب التي يمكن أن تعمل كوسيط للتواصل بين الأشخاص وتبادل المعلومات، ويمكن وصف الأدوات عبر الإنترنت التي يستخدمها الأشخاص المشاركة المحتوى والملفات الشخصية والآراء والرؤى والخبرات ووجهات النظر وغيرها من أشكال الوسائط نفسها، وبالتالي تسهيل محادثات والتفاعل عبر الإنترنت بين مجموعات من الأشخاص (Friedrichsen, 2013)

و لقد عرفت على أنها أشكال الوسائط التي تسمح للأشخاص بالتواصل ومشاركة المعلومات باستخدام الإنترنت أو الهواتف المحمولة، مثل: الفيسبوك، تويتر ولينكد إن، وهي مجموعة من أنواع جديدة

من وسائط الإعلام على الإنترنت التي تشترك في معظم أو كل من الخصائص التالية: (Al-Shawbkeh, 2017)

المشاركة، والانفتاح، والمحادثة، والاتصال تشير وسائط التواصل الاجتماعي إلى منصات تفاعلية للغاية، فيمكن للأفراد والمجتمعات مشاركة المحتوى الذي ينشئه المستخدم أو يقوم بإنشائه أو يناقشه و/أو يعدله وتعزز وسائط التواصل الاجتماعي التعاون من خلال إنشاء قنوات ومجتمعات عبر الإنترنت تستخدمها المنظمات للتفاعل مع المستخدمين، لا سيما في مراحل توليد الأفكار وتطوير المنتجات، مما يزيد بشكل كبير. (De Zubielqui et al., 2019)

إن اكتساب المعرفة من وسائط التواصل الاجتماعي هي طريقة لتراكم الخبرات، والبحث عن المعرفة، ونقل المعرفة، حيث يعتمد أداء المنظمات على مدى تعبئة الموارد المعرفية المتاحة جميعها، وتحويلها إلى أنشطة منشئة للقيمة تؤكد على الدور الهام الذي يؤديه اكتساب المعرفة في (Nguyen et al., 2015)

إنشاء مشاريع تكنولوجية جديدة يمكن أن تضيف وسائط التواصل الاجتماعي قيمة لتعزيز العلامة التجارية، وذلك بسبب استخدامها بشكل كبير وتأثيرها في أنحاء العالم جميعها، حيث من الممكن أن تسترجع المعلومات ويمكن للصفحات التجارية لوسائط التواصل الاجتماعي أن تساعد المنظمات على تحقيق ثلاثة أهداف استراتيجية بناء الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة الولاء، وزيادة المبيعات (Wang, 2017). (Kim, &

1.3.2 أبعاد وسائط التواصل الاجتماعي:

تمثلت أبعاد وسائط التواصل الاجتماعي في الاتصالات التطوير السريع للتطبيقات الابتكار التدريب، وإدارة علاقات العملاء (Mamaqi, 2015).

■ الاتصالات

هي عملية تفاعلية بين مرسل ومستقبل الرسالة في أطر اجتماعية معينة، وفي هذه العملية يتم نقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد عن حدث معين، فعندما يتصل الشخص فإنه يحاول إشراك الآخرين

معه، بالتالي فإنه يشارك بالمعلومات والأفكار، فعملية الاتصال تقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية، وهي عملية يقوم بها شخص ما، في ظروف معينة، بنقل رسالة تحمل معلومات، أو آراء، أو أفكار، أو مشاعر إلى الآخرين لتحقيق هدف معين عن طريق الرموز مهما تعرضت للتغيير. (القضاة، 2013)

طبيعة عملية الاتصال تعني التدفق المستمر في التعارف وتبادل المعرفة ونقل المعلومات من مكان إلى آخر إما بهدف إتمام عمل أو عقد صفقة تجارية أو مجرد العلم لاحتمالات الحاجة إلى اتخاذ موقف أو قرار في المستقبل.

من طرق التواصل عبر منصات وسائط التواصل الاجتماعي في المنظمة (Ahmed et al., 2019)

- نشر وتحرير وفرز النصوص والملفات المرتبطة بالمنظمة أو غيرها.
- إرسال الرسائل لزملاء العمل بشكل محدد.
- الإشارة بشكل صريح لزملاء العمل أو إظهارهم ضمنياً كشركاء في الاتصالات.
- عرض الرسائل والاتصالات والنص والملفات التي تم توصيلها ونشرها وتحريرها وفرزها من قبل أي شخص آخر في المنظمة في أي وقت من اختيارهم.

ولقد مكنت وسائط التواصل الاجتماعي الأشخاص الذين لديهم معرفة أو موارد يحتاج الآخرون الوصول إليها، أي أن الوصول إلى وسائط التواصل الاجتماعي هو الجانب الرئيس الذي يولد ميزة تنافسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، دون الحد من المسافة المادية. (Hitchen et al., 2017)

وعلى الصعيد نفسه، تغيرت الاتصالات الداخلية في المنظمة بسبب ظهور وسائط التواصل الاجتماعي، حيث يتواصل الموظفون باستخدام وسائط التواصل الاجتماعي ويساهمون في صورة المنظمة وسمعتها، والتواصل الكلاسيكي من خلال القنوات التقليدية، لم يعد يلبي احتياجات الموظفين، كما أنه لا ينشئ شعور بالانتماء، وينظر العملاء إلى الموظفين على أنهم سفراء حقيقيون للشركة، بالتالي فإن التغذية المرتدة تأخذ دوراً رئيساً في بناء سمعتها، ويتمثل التحدي الذي يواجه المنظمات بأن تجعل هياكلها مرنة ومتناسقة من أجل دمج وسائط التواصل الاجتماعي بنجاح لتفعيل الاتصالات (Badea (2014)

من أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي وضعها (Humaid (2015

1. الشبكات الأساسية: يطلق عليها اسم شبكات التواصل الاجتماعية العامة"، بما في ذلك ملفات

المستخدمين والخدمات العامة، مثل: الدردشة، ومشاركة الصور، والسجلات الصوتية والمرئية،
والروابط والنصوص.

2. شبكات العمل: ليس لها طبيعة عامة، ولكن هذا النوع من الشبكات هو الذي يركز على المهنيين،
ويربط العاملين بالمنظمات، بما في ذلك بيانات المستخدم من سيرة ذاتية وإنجازات.

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بدايتها إلى الآن تطورات سريعة، وما يزال هذا التطور
مستمراً، فلا يمكن التنبؤ بحجم التطور في المستقبل، والنمو الذي تشهده وسائط التواصل الاجتماعي،
فهي تميزت في مرحلتين متداخلتين يصعب وضع فاصل زمني بينهما، حيث شهدت المرحلة الأولى وهي المرحلة
الأساسية، وظهرت مع فترة التسعينات مع الجيل الأول للويب حيث ظهرت فيها مواقع للتواصل حيث
تنحصر في إرسال الرسائل القصيرة الخاصة بالأصدقاء، وقد اعتمدت هذه المواقع على تقنية الويب في هذه
المرحلة التي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية، أما المرحلة الثانية: تميزت بالنضج
والاكتمال، حيث استخدمت تقنيات متنوعة في التواصل مع الأفراد وتنوع في الخدمات التي تقدمها وسائط
التواصل الاجتماعي (دراحي، 2017)

■ التطوير السريع للتطبيقات

يمكن اعتبار التطوير السريع للتطبيقات نوع من التقنيات الرشيقة، وهذا النهج يتسم بقدر كبير
من التفاعل مع المستخدمين، ويعد وسيلة لإنتاج تطوير البرمجيات ذات الجودة العالية (Naz & Khan, 2015)

إن نموذج التطوير السريع للتطبيقات (RAD) مرن وقابل للتكيف مع التغيرات؛ لأنه يتضمن
دورات تطوير قصيرة، كما أنه ينطوي على مشاركة المستخدم، فيساهم في زيادة فرص المستخدم
بالاستخدام في وقت مبكر حيث يؤثر في قبول المجتمع، ويحقق انخفاضاً عاماً في مخاطر المشروع، فيعد
نموذجاً رشيقاً، وذلك بسبب التواصل مع العملاء ولا يترك أي مجال للتخمين، والنتيجة النهائية لهذه
البرمجيات هو الحصول على جودة عالية في أقل مدة زمنية ممكنة (Sabale & Dani, 2012).

المراحل الأساسية للتطوير السريع للتطبيقات (RAD)، حيث يشترك كل من المستخدمين والمحللين في التحديد والتصميم والتنفيذ.

(أ) مرحله تحديد المتطلبات حيث يلتقي كل من المستخدمين والمحللين لتحديد أهداف النظام وتحديد متطلبات النظام من المعلومات الناشئة عن الأهداف، وتتطلب هذه المرحلة تواصل كبير من كلا الطرفين.

(ب) مرحلة ورشة عمل تصميم النظام في هذه المرحلة يتم تصميم النظام من خلال المشاركة الكبيرة من الطرفين لإنجاح النظام، حيث يستجيب المستخدمون لنماذج العمل الفعلية، ويدعم المحللون الوحدات المصممة استنادًا إلى استجابات المستخدمين. ت مرحله تنفيذ النظام يتم تنفيذ النظام الجديد بمشاركة المستخدمين.

■ التدريب

إن التدريب عبارة عن عملية منظمة يتم من خلالها تطوير سلوكيات ومشاعر العاملين من أجل زيادة وتحسين فاعليتهم وأدائهم، وهي عملية منظمة يستطيع الموظف من خلاله اكتساب مهارة أو معرفة جديدة تساعده على تحقيق أهداف محددة، أو جهد مخطط من قبل المنظمة لتسهيل تعلم الموظف، وبهذا يتضح أن التدريب يركز على اكتساب معارف ومهارات جديدة من أجل إحداث التغيير في سلوك العاملين وتحسين أدائهم في العمل، فتدريب العاملين هو سمة المنظمات الحديثة التي تؤكد على مواكبة كل تغيير في المجالات التكنولوجية والإدارية، ودون قوة بشرية متطورة وقادرة على استيعاب التغيير لن تستطيع المنظمة تحقيق أهدافها الاستراتيجية، حيث إن التدريب يحسن من قدرات العاملين وتطوير مهاراتهم، فإنه ومن هذا المنطلق يساهم بشكل مباشر في تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للموظف، ويزيد من درجة أمانه الوظيفي (السالم، 2009).

ومن جهة أخرى عرفت أنها عملية تقليدية هدفها سد الثغرات إن وجدت لمن تم اختياره للعمل في المنظمة؛ وليتماشى سلوكه وأدائه مع خطة وتنظيم العمل في المنظمة، وهذه العملية تجاوزت حالياً مفهومها التقليدي لتشمل التكيف مع التغييرات البيئية سواء في مجال تكنولوجيا الأعمال أو ما يطرأ من تغييرات

على الهيكل التنظيمي ومجالات العمل في المنظمة تجاوبا مع متطلبات البيئة والموقف الذي تجد منظمات الأعمال نفسها (العتيبي، 2005).

يشير الابتكار إلى أي درجة يمكن أن تتقبل المنظمة تبني أفكار تحيد عن مسار العمل الروتيني، والتخلي عن العادات القديمة، فينظر المفهوم إلى المنظمة في كونها تتوجه نحو التنمية التكنولوجية، وأن تطوير منتجات وخدمات جديدة و أو تحسين الإنتاج وغيره من العمليات التجارية يكون من أجل تحقيق ميزة تنافسية، والابتكار عملية تبدأ بفكرة، وتستمر في تطوير اختراع، وينطوي الابتكار على تنفيذ جديد أو تحسين كبير في الإنتاج، وفي طرق التسليم وغيرها من العمليات التجارية، ويمكن أن يكون هدف الابتكار في العمليات، هو خفض تكاليف وحدة الإنتاج أو التسليم أو زيادة جودة المنتجات أو الخدمات، أو إدخال منتجات جديدة يفترض أن يكون له تأثير واضح وإيجابي على نمو الدخل والعمالة. (Turulja & Bajgoric 2018)

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.3 منهج الدراسة:

تناول هذا الفصل الطرائق والإجراءات التي اتبعت في هذه الدراسة، من حيث نوع الدراسة وطبيعتها، والاستراتيجية المتبعة فيها، وتم أيضاً توضيح مجتمع الدراسة، والعينة، وكيفية اختيارها، وتوضيح أداة الدراسة ومدى ثباتها، وما هي الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في معالجة البيانات واستخلاص النتائج.

2.3 نوع الدراسة وطبيعتها:

تعد هذه الدراسة إيضاحية من حيث الغرض، فهي تعمل على اكتشاف الأثر بين المتغيرات، كما أنها استنتاجية في طبيعتها لاعتمادها على النظريات الإدارية والدراسات السابقة. وتعتبر دراسة كمية من حيث الآلية والإجراءات.

3.3 الاستراتيجية المتبعة في الدراسة:

لقد استخدم الباحث استراتيجية المعاينة حيث تم اعتماد عينة عشوائية طبقية متساوية للمديرين العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض (النجار وآخرون 2020).

4.3 مجتمع الدراسة:

تشكل مجتمع الدراسة من في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض، وقد تم توزيع الاستبانات على المديرين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وقد تم استردادها (334) استبانة منها، فبلغت نسبة الاسترداد (95.4%)، وبعد جمع الاستبانات وفرزها تبين أن عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (326) استبانة.

5.3 وحدة التحليل

تمثلت في المديرين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

6.3 طرق جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على مصدرين لجمع البيانات، هما:

1.6.3 المصادر الثانوية

تمثلت المصادر الثانوية في المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة والأطروحات الجامعية، والمقالات، والدوريات، والأبحاث، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة. وتم توثيق البيانات والمعلومات والمراجع على طريقة جمعية علماء النفس الأمريكية.

2.6.3 المصادر الأولية

اعتمد الباحث في جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية؛ وذلك لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، ضمن الاستبانة عدداً من العبارات التي تعكس أهداف الدراسة وأسئلتها، كما عكست متغيرات الدراسة وأبعادها، حيث تغطي كل من المتغير المستقل (المنظمات الذكية)، والمتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة)، والمتغير الوسيط (وسائط التواصل الاجتماعي)، وتم توزيعها على المديرين العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

7.3 أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الاستبانة؛ كونها تناسب الدراسة، وشملت الاستبانة على أربعة أجزاء على النحو التالي:

← الجزء الأول: تضمن هذا الجزء الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتشتمل على: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة، والمستوى الوظيفي (الوظيفة التي يشغلها).

← الجزء الثاني: تضمن هذا الجزء العبارات التي تقيس متغير الدراسة المستقل (المنظمات الذكية)، ويتمثل في المتغيرات التالية: (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية).

← الجزء الثالث: تضمن هذا الجزء العبارات التي تقيس الدراسة التابع (الميزة التنافسية المستدامة)، ويتمثل في المتغيرات التالية: (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد).

← الجزء الرابع: تضمن هذا الجزء العبارات التي تقيس متغير الدراسة الوسيط (وسائط التواصل الاجتماعي)، ويتمثل في المتغيرات التالية: (الاتصالات، والتطوير السريع للتطبيقات، والتدريب، الابتكار، وإدارة علاقات العملاء)، وقد تم التعامل معها دفعة واحدة في المتغير الوسيط، وقد طلب من المستجوبين الإجابة عن فقرات الدراسة اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي كما هو مبين في الجدول (1).

جدول رقم (1) مقياس ليكرت

درجة الموافقة	درجة عالية جدا	درجة عالية درجة عالية	درجة متوسطة	درجة قليلة جدا	درجة قليلة
الدرجة	5	4	3	2	1

ويبين الجدول (2) الارتباطات البينية لأبعاد المتغير المستقل.

الجدول رقم (2) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون لأبعاد المتغير المستقل

المتغير	فهم البيئة	الرغبة في التغيير	الشبكات التنظيمية	الشبكات المعرفية
فهم البيئة	1			
الرغبة في التغيير	.750**	1		

	1	.798**	.725**	الشبكات التنظيمية
1	.787**	.733*	.698**	الشبكات المعرفية

** الارتباط معنوي عند مستوى معنوية 0.01

يوضح الجدول (2) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة الفرعية، فتبين أن جميعها أقل من (0.80)، وهذا يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، وبناء عليه، تخلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد (Montgomery et al., 2006, 118)

ويبين الجدول (3) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة الفرعية والأصل

الجدول رقم (3) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة الفرعية والأصل

المتغير المستقل الرئيس (المنظمات الذكية)	المتغيرات المستقلة الفرعية
.833	فهم البيئة
.875	الرغبة في التغيير
.865	الشبكات التنظيمية
.820	الشبكات المعرفية

يوضح الجدول (3) أن قيم معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة الفرعية والمتغير المستقل (المنظمات الذكية) معظمها أعلى من (0.80)، وهذا يدل على وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة الفرعية والمتغير المستقل الكلي للمنظمات الذكية.

8.3 ثبات أداة الدراسة:

لقد تم التأكد من ثبات الأداة المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الاستبانة، تبعاً لإجابات الأفراد المستجوبين فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة، التي تتمثل في المنظمات الذكية، والميزة التنافسية المستدامة، ووسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال احتساب قيمة معامل كور نباخ ألفا، إذ تكون القيمة مقبولة إحصائياً، وجيدة عندما تكون القيمة (0.70) فأكثر، ويدل ذلك على درجة عالية من ثبات الدراسة (Sekaran & Bougie, 2016, 325).

ويظهر الجدول (4) قيم معامل الاتساق الداخلي للمتغير المستقل وأبعاده.

الجدول رقم (4) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لأبعاد المنظمات الذكية

البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا
المنظمات الذكية	20	.971
1. فهم البيئة	5	.923
2. الرغبة في التغيير	5	.915
3. الشبكات التنظيمية	5	.889
4. الشبكات المعرفية	5	.927

يبين الجدول (4) قيم معامل الاتساق الداخلي للمتغيرات الفرعية في المتغير المستقل (المنظمات الذكية)، وقد تراوحت بين (0.889 – 0.927)، كما بلغت قيمة ألفا لفقرات المنظمات الذكية ككل (0.971). وهي "أكبر من (0.70) وهذا يدل على وجود اتساق داخلي عالٍ في أبعاد المتغير المستقل" (النجار وآخرون، 2020،

(151)

يوضح الجدول (5) قيم معامل الاتساق الداخلي للمتغير التابع وأبعاده.

الجدول رقم (5) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لمتغير الميزة التناسقية المستدامة

البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا
الميزة التناسقية المستدامة	20	.974
1. قيمة الموارد	5	.920
2. ندرة الموارد	5	.933
3. صعوبة التقليد	5	.906
4. تنظيم الموارد	5	.939

يتبين من الجدول (5) أن قيم معامل كرو نباخ ألفا لفقرات المتغيرات الفرعية لمتغير الميزة التناسقية المستدامة تتراوح بين (906. - 939). وتدل هذه القيم على وجود اتساق داخلي، وأن قيمة ألفا لفقرات الميزة التناسقية المستدامة ككل بلغت (974). "وجميعها كانت أكبر من (0.70)، مما يدل على وجود اتساق داخلي في الفقرات المتعلقة بالمتغير التابع" (النجار وآخرون، 2020، 151).

يظهر الجدول (6) قيم معامل الاتساق الداخلي للمتغير الوسيط

الجدول رقم (6) قيم معامل (كرو نباخ ألفا) لفقرات متغير وسائط التواصل الاجتماعي

البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا
وسائط التواصل الاجتماعي	20	.978
1. الاتصالات	4	.931
2. التطوير السريع للتطبيقات	4	.951
3. التدريب	4	.952
4. الابتكار	4	.931
5. إدارة علاقات الزبائن	4	.881

يتبين من الجدول (6) أن قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات المتغيرات الفرعية للمتغير الوسيط تتراوح بين (881. - 952). حيث تشير هذه القيم إلى وجود اتساق داخلي، وأن قيمة ألفا لفقرات وسائط التواصل الاجتماعي ككل بلغت (978) "وجميعها كانت أكبر من (0.70) مما يؤكد على وجود اتساق داخلي في فقرات المتغير الوسيط" (النجار وآخرون، 2020، 151)

9.3 اختبار ملائمة النموذج

[1] اختبار اعتدالية البيانات (التوزيع الطبيعي)

يبين الجدول (7) اختبار اعتدالية البيانات

جدول رقم (7) اختبار معامل الالتواء

البعد	معامل الالتواء Skewness
المنظمات الذكية	-0.642
الميزة التناسقية المستدامة	-0.720
وسائط التواصل الاجتماعي	-0.699

يتضح من الجدول (7) أن قيمة معامل الالتواء للمنظمات الذكية = (642) وللميزة التناسقية المستدامة = (720) أما قيمة الالتواء للوسائط التواصل الاجتماعي = (699) وجميعها تقع بين (0 - 1±) وبناء عليه، فإن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي وصالحة لإجراء الانحدار الخطي عليها.

[2] اختبار الارتباط الخطي

لقد تم إجراء اختبار (Multicollinearity) للوصول إلى الدرجة التي فيها أحد المتغيرات المستقلة مشروح بواسطة متغير مستقل آخر، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (8) نتائج اختبار معامل تضخم التباين (VIF) والمسموحية (Tolerance)

البعد	معامل التضخم التباين (VIF)	Tolerance المسموحية
فهم البيئة	2.662	.376
الرغبة في التغيير	3.439	.291
الشبكات التنظيمية	2.986	.335
الشبكات المعرفية	3.772	.265

يتبين من الجدول (8) أن قيم معامل تضخم التباين (VIF) جميعها أكبر من (1) وأقل من (10)، وأن قيم المسموحية (Tolerance) جميعها أكبر من (0.10)، مما يشير إلى عدم وجود ارتباط خطي بين متغيرات الدراسة المستقلة (Sekaram & Bougei, 2016, 351)

[3] اختبار الارتباط الذاتي Autocorrelation

يستخدم هذا الاختبار للتأكد من خلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي في نموذج الانحدار، ويبين الجدول (9) نتائج اختبار ديرين واتسن.

الجدول رقم (9) اختبار ديرين – واتسون

النتيجة	القيمة الجدولية العليا Du	القيمة الجدولية الدنيا DI	القيمة المحسوبة	حجم العينة N	الفرضية
لا يوجد	1.838	1.784	1.859	300	H ₀₁
ارتباط	--	--		326	
ذاتي	1.848	1.802		350	
	1.817	1.804		300	H _{01.1}

لا يوجد ارتباط ذاتي	--	--	1.889	326	
	1.830	1.819		350	
لا يوجد ارتباط ذاتي	1.817	1.804	1.989	300	H ₀ 1.2
	--	--		326	
	1.830	1.819		350	
لا يوجد ارتباط ذاتي	1.817	1.804	1.553	300	H ₀ 1.3
	--	--		326	
	1.830	1.819		350	
لا يوجد ارتباط ذاتي	1.817	1.804	2.074	300	H ₀ 1.4
	--	--		326	
	1.830	1.819		350	
لا يوجد ارتباط ذاتي	1.838	1.784	1.899	300	H ₀ 2
	--	--		326	
	1.848	1.802		350	
لا يوجد ارتباط ذاتي	1.817	1.804	1.769	300	H ₀ 3
	--	--		326	
	1.830	1.819		350	

** عند مستوى معنوية (0.05)

يتبين من الجدول (9) أن عدد العينة (n= 326) في الدراسة، ولا توجد قيم عليا ودنيا لها في جداول ديرين، لكنها تقع بين العدد (n= 300) والعدد (n= 350) والقيم كلها قد تم استخراجها من جداول ديرين، كما يظهر في الجدول رقم (10.4)، ويلاحظ أن قيم ديرين المحسوبة للفرضيات مقابل العينة (326) جميعها، هي خارج حدود القيم العليا والدنيا للعينة الأدنى (n= 300)، وكذلك خارج حدود القيم العليا والدنيا للعينة

الأعلى ($n = 350$) في جداول ديرين، كما أنها تقترب من العدد (2)، وهذا يؤكد عدم وجود ارتباط ذاتي بين المتغيرات الفرعية في المتغير المستقل (Montgomery et al., 2006, 477-478)

10.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

للإجابة عن أسئلة وفرضيات الدراسة استخدم الباحث الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Science- SPSS كما يلي:

لـ أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistical Measures

وذلك لغايات وصف خصائص عينة أفراد الدراسة الديموغرافية ولوظيفية وأسئلة الدراسة، التي تشمل:

- ← التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة.
- ← النسب المئوية: لقياس التوزيعات التكرارية النسبية لخصائص أفراد العينة.
- ← الوسط الحسابي: لقياس متوسط إجابات المبحوثين عن فقرات الاستبانة.
- ← الانحراف المعياري: لقياس مدى تشتت الإجابات عن الوسط الحسابي.
- ← الأهمية النسبية: ويتم تحديدها عند التعليق على المتوسطات، وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي.

لبدائل الإجابة لكل فقرة التي يمكن تحديدها وفق المقياس التالي:

- تكون الأهمية النسبية منخفضة إذا بلغ المتوسط الحسابي بين (1 – أقل من 2.34)
- تكون الأهمية النسبية متوسطة إذا بلغ المتوسط الحسابي بين (2.34 - أقل من 3.67)
- تكون الأهمية النسبية مرتفعة إذا بلغ المتوسط الحسابي بين (3.67 – 5)

لـ ثانياً: الإحصاء التحليلي:

1. معامل الثبات كرونباخ ألفا للتعرف إلى مدى ثبات مقاييس الدراسة.

2. اختبارات التوزيع الطبيعي معامل الالتواء
3. مصفوفة ارتباط بيرسون
4. اختبار ديرين واتسون
5. تحليل الانحدار الخطي البسيط
6. تحليل معامل الانحدار الخطي المتعدد القياسي
7. تحليل معامل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج
8. تحليل المسار **Path Analysis** : باستخدام AMOS 21 لاختبار الأثر غير المباشر للمتغير الوسيط.

الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1.4 وصف خصائص عينة الدراسة:

تناول هذا الجزء التكرارات والنسب المئوية للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في: النوع الاجتماعي، والعمر، وسنوات الخبرة، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.

1.1.4 الخصائص الشخصية:

يبين الجدول (10) الخصائص الشخصية المختلفة لعينة الدراسة من حيث: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي.

الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	66.3
	أنثي	33.7
العمر	أقل من 30	31.9
	30 – أقل من 40	46.6
	40 – أقل من 50	16.6
	50 سنة فأكثر	4.9
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	12.3
	بكالوريوس	80.7
	ماجستير	6.4
	دكتورة	.6

يوضح الجدول (10) أن نسبة الذكور (66.3%) من عينة الدراسة، كما بلغت نسبة الإناث (33.7%)، مما يشير ذلك إلى تدني مشاركة الإناث في الوظائف الإشرافية. وأن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (30 – 40 سنة) ويشكلون ما نسبته (46.6%)، وأن أقل نسبة هي للفئة العمرية (50 سنة فأكثر) حيث بلغت (4.9%)، مما يشير إلى حاجة الشركات لفئة الشباب أكثر؛ بسبب ضغط العمل، فذلك الفئة لديها القدرة على التكيف مع كل جديد على سبيل المثال: التطورات التكنولوجية. بالنسبة للمؤهل العلمي فكانت النسبة الأعلى لحملة درجة البكالوريوس بنسبة (80.7%) من عينة الدراسة، وذلك يعود أن نسبة الخريجين في المجتمع السعودي لدرجة البكالوريوس أكبر بكثير من الدراسات العليا، وأن أقل نسبة كانت لحملة الدكتوراة، حيث بلغت (6.%)

2.1.4 الخصائص الوظيفية:

يبين الجدول (11، 12) الخصائص الوظيفية المختلفة لعينة الدراسة، وتشمل سنوات الخبرة والمستوى الوظيفي.

الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب متغير (سنوات الخبرة)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	22.4
	5 – أقل من 10 سنوات	30.7
	10 – أقل من 15 سنة	25.8
	15 سنة فأكثر	21.1

يوضح الجدول (11) أن أعلى نسبة في سنوات الخبرة هي من الفئة (5- أقل من 10 سنوات) بنسبة بلغت (30.7%)، وهو مؤشر على وجود دوران وظيفي بين العاملين والرغبة في تحسين أوضاعهم، وأقل نسبة كانت لفئة (15 سنة فأكثر) بنسبة (21.2%)

الجدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب متغير (المستوى الوظيفي)

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
المستوى الوظيفي	إدارة عليا	13.5
	إدارة وسطى	86.5

يوضح الجدول (12) أن أعلى نسبة في المستوى الوظيفي هي من (الإدارة الوسطى) ونسبة بلغت 86.5% وأقل نسبة كانت من (الإدارة) العليا بنسبة 13.5%.

2.4 تحليل أسئلة الدراسة

يتضمن هذا الجزء وصفاً لفقرات الاستبانة ومتغيرات الدراسة، حيث سيتم عرض الوسط الحسابي والانحراف المعياري بحيث من (1 – أقل من 2.34) منخفضة، و(2.34 – أقل من 3.67) متوسطة، و(3.67 – 5) مرتفعة. والجدول التالي تبين الأهمية النسبية لأسئلة الدراسة لفرعيات المتغير المستقل المنظمات الذكية.

جدول رقم (13) الأهمية النسبية لفقرات فهم البيئة

رقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
1	تعمل الشركة على مسح بيئي باستمرار لرصد نقاط القوة والضعف.	3.70	.965	5	مرتفعة
2	تمتلك الشركة القدرة على التكيف مع البيئة الخارجية	3.99	.850	2	مرتفعة

مرتفعة	1	.854	4.00	تمتلك الشركة القدرة على رصد المخاطر المستقبلية لرصد حلول للمشاكل التي من المحتمل وقوعها	3
مرتفعة	4	.806	3.95	تمتلك الشركة القدرة على تحديد المتغيرات التي تؤثر على عمليات الشركة	4
مرتفعة	2	.886	3.99	تمتلك الشركة القدرة على تحقيق أهدافها على المدى الطويل	5
مرتفعة			3.93	فهم البيئة	

يوضح الجدول (13) الأهمية النسبية لفقرات فهم البيئة، حيث جاءت جميعها بدرجة (مرتفعة) وبوسط حسابي (3.93). حيث جاءت الفقرة "تمتلك الشركة القدرة على رصد المخاطر المستقبلية لتقديم حلول للمشاكل التي من المحتمل وقوعها"، بالمرتبة الأولى بوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (.854). وبأهمية نسبية مرتفعة. أما الفقرة: "تعمل الشركة على مسح بيئي باستمرار لرصد نقاط القوة والضعف"، فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (.965). وبأهمية نسبية مرتفعة، ويشير ذلك إلى اهتمام ف شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بإجراء مسح بيئي مستمر.

الجدول (14) الأهمية النسبية لفقرات الرغبة في التغيير

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
6	تسعى الشركة نحو التغيير بما يتناسب مع متطلبات العمل.	4.06	.970	2	مرتفعة

مرتفعة	1	.850	4.25	تحرص الشركة على تطبيق السياسات وقوانين العمل	7
مرتفعة	4	.988	3.75	تقوم الشركة بعمليات مسح داخلية لمعرفة ما تحتاج إليه من عمليات للتغيير.	8
مرتفعة	3	1.042	3.86	تتجه الشركة لبناء فريق قادر على قيادة التغيير	9
مرتفعة	5	.974	3.73	تمتلك الشركة القدرة على المواءمة بين عمليات التغيير والهيكل التنظيمي	10
مرتفعة			3.93	الرغبة في التغيير	

يبين الجدول (14) الأهمية النسبية لفقرات الرغبة في التغيير، حيث جاءت بدرجة مرتفعة وبوسط حسابي (3.93). وقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تحرص الشركة على تطبيق السياسات وقوانين العمل"، بوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (.850). وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يدل على سعي شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض لتطبيق السياسات وقوانين العمل. وجاءت الفقرة: "تمتلك الشركة القدرة على المواءمة بين عمليات التغيير والهيكل التنظيمي"، بوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (.974). وبأهمية نسبية مرتفعة.

الجدول رقم (15) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات التنظيمية

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
11	تمتلك الشركة البنية التحتية الأزمة لتسهيل التواصل مع العاملين	4.05	.869	2	مرتفعة
12	تمتلك الشركة أنظمة متطورة للتواصل مع العملاء	3.93	.899	4	مرتفعة
13	تمتلك الشركة أنظمة الشبكات الأزمة للتواصل مع الشركات الأخرى المعنية بالتعامل معها	3.85	.850	5	مرتفعة
14	تسمح الشركة للعاملين بتنفيذ أعمالهم عن بعد	4.06	.920	1	مرتفعة
155	تمتلك الشركة القدرة لإدارة مواردها	4.03	.899	3	مرتفعة
	الشبكات التنظيمية	3.98			مرتفعة

يوضح الجدول (15) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات التنظيمية، حيث جاءت بأهمية نسبية مرتفعة، وبوسط حسابي (3.98). وقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تسمح الشركة للعاملين بتنفيذ أعمالهم عن بعد"، بوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (.920). وبأهمية نسبية مرتفعة، كما جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تمتلك الشركة أنظمة الشركات الأخرى المعنية بالتعامل معها"، بوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (.850). وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يشير إلى اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بالتواصل والاطلاع على كل جديد مع الشركات المعنية بالتعامل معها.

الجدول رقم (16) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات المعرفية

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
16	تمتلك الشركة قاعدة معرفية يتم تطويرها باستمرار	3.88	.931	3	مرتفعة
17	تمتلك الشركة قاعدة معرفية تمكن العاملين من مشاركة معارفهم	3.69	.966	5	مرتفعة
18	تمتلك الشركة أنظمة تساعد على الاتصال بين العاملين	4.00	.935	1	مرتفعة
19	توفر الشركة البرامج التدريبية للعاملين للاستفادة من الأنظمة المستخدمة	3.70	1.059	4	مرتفعة
20	تسعى الشركة إلى بناء شبكة قوية من الاتصالات لتنظيم الوارد بشكل فعال	3.92	.957	2	مرتفعة
	الشبكات المعرفية	3.84			مرتفعة

يوضح الجدول (16) الأهمية النسبية لفقرات الشبكات المعرفية، حيث جاءت بأهمية نسبية مرتفعة، وبوسط حسابي (3.84). وقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تمتلك الشركة أنظمة تساعد على الاتصال بين العاملين"، بوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (.935). وبأهمية نسبية مرتفعة، كما جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تمتلك الشركة قاعدة معرفية تمكن العاملين من مشاركة معارفهم"، لوسط حسابي (3.69) وانحراف معياري (.966). وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يشير إلى الاهتمام بالأنظمة لتفعيل الاتصالات بين

العاملين في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض. يبين الجدول (17) ملخص لمتوسطات أبعاد المتغير المستقل (المنظمات الذكية).

الجدول رقم (17) الأهمية النسبية لمتغيرات المنظمات الذكية

السؤال	المتغير	الوسط الحسابي	الترتيب	الأهمية النسبية
1	فهم البيئة	3.93	2	مرتفعة
2	الرغبة في التغيير	3.93	2	مرتفعة
3	الشبكات التنظيمية	3.98	1	مرتفعة
4	الشبكات المعرفية	3.84	4	مرتفعة
	المنظمات الذكية	3.93		مرتفعة

يوضح الجدول (17) الأهمية النسبية لفقرات متغيرات المنظمات الذكية حيث بلغ الوسط الحسابي (3.93) وهي بدرجة مرتفعة، وقد جاء متغير الشبكات في المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.98) وبأهمية مرتفعة، وهذا يشير إلى اهتمام شركات التأمين بالتفاعل والمرونة العالية بشكل مستقل عن الهياكل التنظيمية. بينما جاء متغير الشبكات المعرفية في المرتبة الأخيرة لوسط حسابي (3.84) وبأهمية نسبية مرتفعة. والجدول التالي تبين الأهمية النسبية لأسئلة الدراسة لفرعيات المتغير التابع الميزة التنافسية المستدامة .

الجدول رقم (18) الأهمية النسبية لفقرات قيمة الموارد

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
21	تسعي الشركة لتقديم خدمات مميزة للعملاء	4.17	.850	1	مرتفعة

22	تسعى الشركة لتحسين المستمر على الخدمات التي تقدمها	4.08	.950	2	مرتفعة
23	تتوافر بالشركة موارد مالية كافية لتمويل الأنشطة	3.94	1.009	4	مرتفعة
24	تلتزم الشركة بتقديم الخدمات للعملاء بالوقت المحدد	4.01	.905	3	مرتفعة
25	تتميز الشركة ببناء استراتيجية واضحة للاستغلال الأمثل للموارد	3.81	.971	5	مرتفعة
	فهم البيئة قيمة الموارد	4.00			مرتفعة

يوضح الجدول (18) الأهمية النسبية لفقرات قيمة الموارد، حيث جاءت بأهمية نسبية مرتفعة، وبوسط حسابي (4.00). وقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تسعى الشركة لتقديم خدمات مميزة للعملاء"، بوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (850). وبأهمية نسبية مرتفعة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تتميز الشركة ببناء استراتيجية واضحة للاستغلال الأمثل للموارد"، في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (971). وبأهمية نسبية مرتفعة، ويشير ذلك إلى اهتمام شركات التأمين في الأردن بوضع خطط استراتيجية واضحة لاستغلال الفرص من الموارد.

الجدول رقم (19) الأهمية النسبية لفقرات ندرة الموارد

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
26	تتميز الشركة بتقديم خدمات متميزة عن منافسيها	3.95	.885	1	مرتفعة

مرتفعة	3	.974	3.91	تتميز الشركة بالقدرات العالية التي تختلف عن باقي الشركات	27
مرتفعة	4	1.006	3.89	تستخدم الشركة أنظمة متقدمة مميزة تختلف عن منافسيها	28
متوسطة	5	1.045	3.54	تمتلك الشركة موارد نادرة يصعب على المنافسين تقليدها	29
مرتفعة	1	1.093	3.95	تتميز الشركة بوجود قسم تكنولوجيا يعمل على تطوير الأنظمة المستخدمة	30
مرتفعة			3.85	ندرة الموارد	

يظهر الجدول (19) الأهمية النسبية لفقرات ندرة الموارد، فجاءت بأهمية نسبية بين متوسطة ومرتفعة وبوسط حسابي (3.85). وقد جاءت بالمرتبة الأولى فقرة: "تتميز الشركة بتقديم خدمات متميزة عن منافسيها"، بوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (.885). وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يدل على سعي شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بتقديم خدمات متميزة باستمرار لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. كما احتلت المرتبة الأولى أيضا الفقرة: "تتميز الشركة بوجود قسم تكنولوجيا يعمل على تطوير الأنظمة المستخدمة"، بوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (1.093)، وبأهمية نسبية مرتفعة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تمتلك الشركة موارد نادرة يصعب على المنافسين تقليدها"، بوسط حسابي (3.54) وانحراف معياري (1.045) وبأهمية نسبية متوسطة.

الجدول رقم (20) الأهمية النسبية لفقرات صعوبة التقليد

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
31	تعتمد الشركة على بناء رأس مال فكري مميز	3.75	1.032	2	مرتفعة
32	تقدم الشركة خدمات يصعب على المنافسين تقليدها	3.49	1.095	4	متوسطة
33	تعتمد الشركة في بناء علاقاتها مع العملاء على شهرتها مع العلامة التجارية	3.94	.85499	1	مرتفعة
34	تمتلك الشركة حقوق ملكية للخدمات التي تقدمها	3.50	1.142	3	متوسطة
35	تحتاج الشركات المنافسة إلى وقت طويل لتقليد الخدمات المقدمة من قبل الشركة	3.43	1.055	5	متوسطة
	صعوبة التقليد	3.62			متوسطة

يبين الجدول (20) الأهمية النسبية لفقرات صعوبة التقليد، حيث جاءت متوسطة وبوسط حسابي (3.62). وقد جاءت بالمرتبة الأولى فقرة "تعتمد الشركة في بناء علاقاتها مع العملاء بناءً على شهرتها مع العلامة التجارية"، بوسط حسابي (3.94) وانحراف معياري (0.899). وبأهمية نسبية مرتفعة، يشير ذلك إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تعتمد في بناء علاقاتها مع العملاء من خلال شهرتها مع العلامة التجارية. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة "تحتاج الشركات المنافسة إلى وقت طويل لتقليد الخدمات من قبل الشركة، بوسط حسابي (3.43) وانحراف معياري (1.055) وبأهمية نسبية متوسطة

الجدول رقم (21) الأهمية النسبية لفقرات تنظيم الموارد

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
36	تعمل الشركة على تنظيم الموارد المتاحة	3.79	.903	1	مرتفعة
37	تسعي الشركة لبناء هيكل تنظيمي مرن	3.70	.996	4	مرتفعة
38	يتم تقسيم الأنشطة الأساسية في الشركة إلى مهام فرعية	3.73	.908	3	مرتفعة
39	يتم تخصيص الموارد المادية اللازمة لإنجاز الأنشطة	3.66	.976	5	متوسطة
40	يتم تخصيص الموارد البشرية اللازمة لإنجاز الأنشطة	3.75	.908	2	مرتفعة
	تنظيم الموارد	3.73			مرتفعة

يبين الجدول (21) الأهمية النسبية لفقرات تنظيم الموارد، حيث جاءت مرتفعة وبوسط حسابي

(3.73). وقد جاء بالمرتبة الأولى الفقرة "تعمل الشركة على تنظيم الموارد المتاحة"، بوسط حسابي (3.79)

وانحراف معياري (.903). وبأهمية نسبية مرتفعة، يشير ذلك إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض

تهتم في تنظيم الموارد (المادية، المالية، البشرية). في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة: "يتم تخصيص الموارد

المالية اللازمة لإنجاز الأنشطة"، بوسط حسابي (3.66) وانحراف معياري (.976) وبأهمية نسبية متوسطة ،

يبين الجدول (22) ملخصاً لمتوسطات أبعاد المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة)

الجدول رقم (22) الأهمية النسبية لمتغيرات الميزة التنافسية المستدامة

المتغير	الوسط الحسابي			الترتيب	الأهمية النسبية
1	قيمة الموارد	4.00	1	مرتفعة	
2	ندرة الموارد	3.85	2	مرتفعة	
3	صعوبة التقليد	3.62	4	متوسطة	
4	تنظيم الموارد	3.73	3	مرتفعة	
	الميزة التنافسية المستدامة	3.80		مرتفعة	

يوضح الجدول (22) الأهمية النسبية لمتغيرات الميزة التنافسية المستدامة، حيث بلغ الوسط الحسابي (3.80) وهي بدرجة مرتفعة، وقد جاء متغير قيمة الموارد في المرتبة الأولى بوسط حسابي (4.00) وبأهمية نسبية مرتفعة ويدل ذلك على اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض على الاهتمام بالموارد مما يميزهم بتقديم خدمات مختلفة ومميزة. بينما جاء متغير صعوبة التقليد في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.62) وبأهمية نسبية متوسطة، والجدول التالي تبين الأهمية النسبية لأسئلة الدراسة لفرعيات المتغير الوسيط وسائط التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (23) الأهمية النسبية لفقرات الاتصالات

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
41	تمتلك الشركة قنوات من الاتصال تسمح بتبادل الأفكار مع الآخرين	3.82	.999	1	مرتفعة
42	تسمح قنوات الاتصال للشركة بنشر المعلومات والصورة الذهنية بين الأفراد	3.67	1.049	2	مرتفعة

متوسطة	3	1.022	3.58	تسمح الاتصالات المتوفرة من وسائط التواصل الاجتماعي للشركة بإتمام الصفقات التجارية	43
متوسطة			3.66	الاتصالات	

يبين الجدول (23) الأهمية النسبية لفقرات الاتصالات، حيث جاءت متوسطة وبوسط حسابي (3.66) وبأهمية نسبية متوسطة. فقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تمتلك الشركات قنوات من الاتصال تسمح بتبادل الأفكار مع الآخرين"، بوسط حسابي (3.82) وانحراف معياري (0.999). وبأهمية نسبية مرتفعة، ويدل ذلك على أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تولي اهتماماً كبيراً لقنوات الاتصال بين العاملين. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "يدعم نظام الاتصالات المعتمد على وسائط التواصل الاجتماعي اتخاذ القرارات بالوقت المناسب"، بوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.084) وبأهمية نسبية متوسطة

الجدول رقم (24) الأهمية النسبية لفقرات التطوير السريع للتطبيقات

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
45	تمتلك الشركة القدرة على تطوير سريع للتطبيقات ذات الدورات القصيرة بجودة عالية بمشاركة المستخدم.	3.64	1.031	2	متوسطة
46	يسهل التطوير السريع للتطبيقات من بناء نموذج	3.66	1.010	1	متوسطة

				رشيقي يمكن من القدرة على التواصل مع العملاء	
متوسطة	3	1.052	3.57	يشارك المستخدمون والمحللون في تصميم التطوير السريع للتطبيقات	47
متوسطة	4	1.044	3.56	تعمل الشركة على دمج التغذية الراجعة والتطبيقات الحالية في الأعمال التجارية الجديدة من خلال إدارة الويب	48
متوسطة			3.61	التطوير السريع للتطبيقات	

يبين الجدول (24) الأهمية النسبية لفقرات التطوير السريع للتطبيقات، حيث جاءت متوسطة وبوسط حسابي (3.61) وبأهمية نسبية متوسطة. فقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة "يسهل التطوير السريع للتطبيقات من بناء نموذج رشيقي يمكن من القدرة على التواصل مع العملاء"، بوسط حسابي (3.66) وانحراف معياري (1.010) وبأهمية نسبية متوسطة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تعمل الشركة على دمج التغذية الراجعة والتطبيقات الحالية في الأعمال التجارية الجديدة من خلال إدارة الويب"، بوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.044) وبأهمية نسبية متوسطة، وبدل ذلك على ضرورة تعزيز شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض على أخذ التغذية الراجعة من خلال إدارة الويب.

الجدول رقم (25) الأهمية النسبية لفقرات التدريب

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
49	تدعم وسائط التواصل الاجتماعي التدريب عن بعد	3.47	1.147	1	متوسطة
50	تعتمد الشركة على وسائط التواصل الاجتماعي لتحديد الاحتياجات التدريبية	3.37	1.098	2	متوسطة
51	تستخدم الشركة وسائط التواصل الاجتماعي لتنفيذ التدريب الإلكتروني التفاعلي	3.37	1.140	2	متوسطة
52	تعمل الشركة على تدوين وتوزيع المحتوى التدريبي من خلال وسائط التواصل الاجتماعي	3.36	1.103	4	متوسطة
	التدريب	3.39			متوسطة

يبين الجدول (25) الأهمية النسبية للتدريب، حيث جاءت متوسطة وبوسط حسابي (3.39) وبأهمية نسبية متوسطة. فقد جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة: "تدعم وسائط التواصل الاجتماعي التدريب عن بعد"، بوسط حسابي (3.47) وانحراف معياري (1.147) وبأهمية نسبية متوسطة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تعمل الشركة على تدوين وتوزيع المحتوى التدريبي من خلال وسائط التواصل الاجتماعي"، بوسط حسابي (3.36) وانحراف معياري (1.103) وبأهمية نسبية متوسطة، ويشير ذلك إلى ضرورة تفعيل شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض المحتوى التدريبي من خلال وسائط التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (26) الأهمية النسبية لفقرات الابتكار

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
53	تسعى الشركة إلى جذب الأفكار الخارجية الجديدة	3.70	1.047	1	مرتفعة
54	تسعى الشركة إلى الأفكار الجيدة وتحويلها إلى خدمات رقمية حقيقية	3.69	1.053	2	مرتفعة
55	يساعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي الشركة في تسجيل براءات اختراع خدمية	3.21	1.184	4	متوسطة
56	تمتلك الشركة الكفاءة الرقمية في توجيه وسائط التواصل الاجتماعي لتأمين عملية الابتكار	3.45	1.077	3	متوسطة
	الابتكار	3.51			متوسطة

يبين الجدول (26) الأهمية النسبية للابتكار، فهي متوسطة وبوسط حسابي (3.51) وبأهمية نسبية متوسطة. جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة "تسعى الشركة إلى جذب الأفكار الخارجية الجديدة"، بوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (1.047) وبأهمية نسبية مرتفعة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "يساعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي الشركة في تسجيل براءات اختراع خدمية"، بوسط حسابي (3.21) وانحراف معياري (1.148) وبأهمية نسبية متوسطة، ويشير ذلك إلى ضرورة تفعيل شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وسائط التواصل الاجتماعي بالتفاعل مع العملاء وتقديم الخدمات من خلالها.

الجدول رقم (27) الأهمية النسبية لفقرات إدارة علاقات العملاء

السؤال	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الأهمية النسبية
57	تمتلك الشركة قواعد بيانات للعملاء للوصول إلى تحديد احتياجاتهم	3.85	0.919	2	مرتفعة
58	تعمل الشركة على تطوير علاقات طويلة الأجل مع العملاء بوجهة نظر موحدة	3.91	.953	1	مرتفعة
59	تمتلك الشركة القدرة على استخدام التكنولوجيا لأتمته العمليات التجارية لخدمة العملاء	3.85	.971	2	مرتفعة
60	تستخدم الشركة وسائط التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات بين المنظمة وسلسلة التوريد	3.48	1.052	4	متوسطة
	فإدارة علاقات العملاء	3.77			مرتفعة

يبين الجدول (27) الأهمية النسبية لإدارة علاقات العملاء، حيث جاءت من مرتفعة إلى متوسطة وبوسط حسابي (3.77) وبأهمية نسبية مرتفعة. وجاءت بالمرتبة الأولى الفقرة "تعمل الشركة على تطوير علاقات طويلة الأجل مع العملاء بوجهة نظر موحدة"، بوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (.953). وبأهمية نسبية مرتفعة. في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة "تستخدم الشركة وسائط التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات بين المنظمة وسلسلة التوريد"، بوسط حسابي (3.48) وانحراف معياري (1.052) وبأهمية

نسبية متوسطة، ويشير ذلك إلى ضرورة اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ لما لها دور في تبادل المعلومات.

يبين الجدول (28) ملخصاً لمتوسطات أبعاد المتغير الوسيط (وسائل التواصل الاجتماعي).

الجدول (28) الأهمية النسبية لمتغيرات وسائل التواصل الاجتماعي

المتغير	الوسط الحسابي	الترتيب	الأهمية النسبية
1 الاتصالات	3.66	2	متوسطة
2 التطوير السريع للتطبيقات	3.61	3	متوسطة
3 التدريب	3.39	5	متوسطة
4 الابتكار	3.51	4	متوسطة
5 إدارة علاقات الزبائن	3.77	1	مرتفعة
وسائل التواصل الاجتماعي	3.59		متوسطة

يوضح الجدول (28) الأهمية النسبية لمتغيرات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ الوسط الحسابي (3.59) وهي بدرجة متوسطة، وقد جاء متغير إدارة علاقات الزبائن في المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.77) وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء متغير التدريب في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.39) وبأهمية نسبية متوسطة، ويشير ذلك إلى ضرورة اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتفعيل تدريب العاملين وتحديد الاحتياجات التدريبية؛ لما لها الأثر الكبير في تطوير العاملين.

3.5 اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية H_01 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات

المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

لتحليل الفرضية الرئيسية الأولى تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد المعيارى لمعرفة قوة المتغيرات الفرعية ومعنوياتها في النموذج عندما تدخل مرة واحدة. والانحدار الخطي المتعدد المتدرج لمعرفة أى المتغيرات الفرعية أكثر أثراً في نموذج الانحدار، يبين الجدولين (29)، (30) "نتائج الانحدار الخطي المتعدد المعيارى"

الجدول رقم (29) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسية الأولى

النموذج		ملخص النموذج		تحليل التباين	
Model		Model Summary		ANOVA ^b	
	R	Adjusted R ²	F	DF	Sig F
	معامل الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجة الحرية	
1	.860 ^a	.740	28.942	4	0.000 ^a

a. المتنبي: فهم البيئة، الرغبة في التغيير، الشبكات التنظيمية، الشبكات المعرفية

b. المتغير التابع: الميزة التنافسية المستدامة

يتضح من الجدول (29) وفي ملخص النموذج، أن قيمة معامل الارتباط ($R = 0.860$) وهذا يعني وجود ارتباط عال جداً بين أبعاد المنظمات الذكية والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين أن معامل التحديد قد بلغت ($R^2 = 0.740$) عند (4 درجات حرارية، وأن قيمة ($F = 228.942$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يؤكد معنوية الانحدار. ويشير إلى أن (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) معاً قد فسرت ما نسبته (74.0 %) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة، ويبين الجدول (30) تحليل المعاملات.

الجدول رقم (30) نتائج تحليل المعاملات الفرضية الرئيسية الأولى

جدول المعاملات			النموذج	رقم النموذج
Coefficient ^a				
Sig t	T	β	Model	
مستوى الدلالة	المحسوبة			
.003	2.964	.138	فهم البيئة	1
.000	3.943	.208	الرغبة في التغيير	
.000	7.025	.345	الشبكات التنظيمية	
.000	4.682	.259	الشبكات المعرفية	

a. المتغير التابع: الميزة التنافسية المستدامة

يبين الجدول المعاملات (30) أن قيم بيتا في النموذج قد جاءت بالترتيب حسب قوة المعامل للشبكات التنظيمية (.354). تلاها الشبكات المعرفية (.259). ثم الرغبة في التغيير (.208). وأخيراً جاءت فهم البيئة (.138). عند مستويات (t) المختلفة جميعها جاءت عند مستوى معنوية تتراوح ما بين (0.000 – 0.003) وهي أقل من (0.05) ومعنوية، فيستنتج أن المعاملات جميعها معنوية.

وبناء على ذلك، لا تقبل الفرضية العدمية الرئيسية الأولى وتقبل الفرضية البديلة التي تنص:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض". ولمعرفة أي الأبعاد أكثر أثراً تم تحليل الفرضية باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج.

الجدول رقم (31) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسية الأولى

ملخص النموذج						تحليل التباين	
Model Summery						ANOVA ^e	
رقم النموذج	النموذج Model	R	R ²	Adjusted R ²	F	DF	Sig F
معامل الارتباط	معامل التحديد				المحسوبة	درجة الحرية	
.797 ^a	.635	.634	564.521	1	.000		
.843 ^b	.710	.709	396.046	2	.000		
.856 ^c	.733	.731	295.169	3	.000		
.860 ^d	.740	.737	228.924	4	.000		

a. المتنبي: الشبكات التنظيمية

b. المتنبي: الشبكات التنظيمية، الرغبة في التغيير

c. المتنبي: الشبكات التنظيمية، الرغبة في التغيير، الشبكات المعرفية

d. المتنبي: الشبكات التنظيمية، الرغبة في التغيير، الشبكات المعرفية، فهم البيئة

e. المتغير التابع: الميزة التنافسية المستدامة

يوضح الجدول (31) ملخص النموذج، في النموذج الأول منه أن قيمة ($R = .797$) وهذا يعني أن هناك ارتباط عال بين الشبكات التنظيمية والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين قيمة معامل التحديد ($R^2 = .635$) عند درجة حرية (1) كما أن قيمة ($F = 564.521$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يشير إلى أن الشبكات التنظيمية قد فسرت ما نسبته (63.5%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة.

وفي النموذج الثاني من ملخص النموذج تبين أن قيمة ($R = .843$) وهذا يعني أن هناك ارتباط عال جداً بين الشبكات التنظيمية والرغبة في التغيير معاً والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين معامل التحديد ($R^2 = .710$) عند درجتى حرية وقيمة ($F = 396.046$) وعند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يشير إلى أن الشبكات التنظيمية والرغبة في التغيير معاً قد فسرتا (71%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة.

أما بالنسبة للنموذج الثالث بلغت قيمة ($R = .856$) وهذا يعني أن هناك ارتباط عال جداً بين الشبكات التنظيمية والرغبة في التغيير والشبكات المعرفية معاً والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين معامل التحديد ($R^2 = .733$) عند درجة حرية (3) وقيمة ($F = 295.169$) وعند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يشير إلى أن الشبكات التنظيمية، الرغبة في التغيير، والشبكات المعرفية معاً قد فسرت ما نسبته (73.3%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة.

وأخيراً بالنسبة للنموذج الرابع بلغت قيمة ($R = .860$) وهذا يعني وجود ارتباط عال جداً بين الشبكات التنظيمية والرغبة في التغيير والشبكات المعرفية وفهم البيئة معاً والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين معامل التحديد قد بلغ ($R^2 = .740$) عند درجة حرية (4) وقيمة ($F = 228.924$) وعند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يشير إلى أن الشبكات التنظيمية، والرغبة في التغيير، والشبكات المعرفية، وفهم البيئة معاً قد فسرت ما نسبته (74.0%)، وهذا يثبت معنوية الانحدار، ويظهر الجدول (32) جدول تحليل المعاملات.

الجدول (32) نتائج جدول تحليل المعاملات للفرضية الرئيسية الأولى

جدول المعاملات ^a Coefficient			النموذج Model	رقم النموذج
Sig t	T	β		
مستوى الدلالة	المحسوبة			
.000	23.760	.797	الشبكات التنظيمية	1
.000	11.403	.502	الشبكات التنظيمية	2
.000	9.144	.403	الرغبة في التغيير	
.000	7.732	.376	الشبكات التنظيمية	3
.000	5.303	.264	الرغبة في التغيير	
.000	5.270	.289	الشبكات المعرفية	
.000	7.025	.345	الشبكات التنظيمية	4
.000	3.943	.208	الرغبة في التغيير	
.000	4.682	.259	الشبكات المعرفية	
	2.964	.138	فهم البيئة	

a. المتغير التابع: الميزة التنافسية المستدامة

يتبين من الجدول (32) جدول المعاملات أن قيم (β) عند المستويات المختلفة من قيم (t) جميعها

تقع عند مستوى (0.000 – 0.003) وجميعها أقل من (0.05) وهي معنوية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

وهذا يثبت معنوية معاملات الانحدار في النماذج الأربعة.

وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية العدمية الرئيسية الأولى وقبول الفرضية البديلة التي تنص على

أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم

البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة

بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

ومن الفرضية الرئيسية الأولى تنبثق عنها الفرضيات التالية، وقد تم استخدام "تحليل الانحدار الخطي البسيط" لاختبارها، ولمعرفة أثر المنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة في فرعيات المتغير التابع كل على حدا.

❖ الفرضية الفرعية الأولى:

H₀₁₋₁: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في قيمة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

الجدول رقم (33) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الأولى

ملخص النموذج			تحليل التباين		جدول المعاملات			
Model Summery			ANOVA ^b		Coefficient ^b			
R	R ²	Adjusted	F	DF	Sig F	β	t	Sig t
معامل الارتباط	معامل التحديد	r ²	المحسوبة	درجة الحرية	مستوى معنوية	معامل بيتا المعياري	المحسوبة	مستوى الدلالة
.792 ^a	.726	.626	544.890	1	.000 ^a	.792	23.343	.000

a. المتنبئ: المنظمات الذكية

b. المتغير التابع: قيمة الموارد

يتضح من الجدول (33) ومن ملخص النموذج أن قيمة ($r = .792$) وهذا يعني وجود ارتباط عال بين المنظمات الذكية وقيمة الموارد، كما يتبين أن معامل التحديد لمتغير المنظمات الذكية قد بلغ ($r^2 = .627$). وهذا يعني أن المنظمات الذكية قد فسرت ما نسبته (62.7%) من التباين في قيمة الموارد، ومن جدول

تحليل التباين تبين أن قيمة ($F = 544.890$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وعند درجة حرية (1) وهذا يؤكد معنوية الانحدار.

كما تبين من جدول المعاملات أن قيمة ($\beta = .792$) وأن قيمة ($t = 23.343$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يؤكد معنوية المعامل.

وبناء على ذلك، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الأولى، ونقبل الفرضية الفرعية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية في قيمة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

❖ الفرضية الفرعية الثانية

H01-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في ندرة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

الجدول رقم (34) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الثانية

ملخص النموذج			تحليل التباين			جدول المعاملات		
Model Summary			ANOVA ^b			Coefficient ^b		
R	R ²	Adjusted	F	DF	Sig F	β	t	Sig t
معامل الارتباط	معامل التحديد	r ²	المحسوبة	درجة الحرية	مستوى معنوية	معامل بيتا المعياري	المحسوبة	مستوى الدلالة
.797 ^a	.636	.634	565.138	1	.000 ^a	.797	23.773	.000

a. المتنبئ: المنظمات الذكية

b. المتغير التابع: ندرة الموارد

يظهر من الجدول (34) ومن ملخص النموذج أن قيمة ($r = 0.797$) وهذا يعني وجود ارتباط عال بين المنظمات الذكية وندرة الموارد، كما تبين أن معامل التحديد لمتغير المنظمات الذكية قد بلغت ($r^2 = 0.636$)، وهذا يعني أن المنظمات الذكية قد فسرت ما نسبته (63.6%) من التباين في ندرة الموارد، ومن جدول تحليل التباين تبين أن قيمة ($F = 565.138$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وعند درجة حرية (1) وهذا يؤكد معنوية الانحدار.

كما تبين من جدول المعاملات أن قيمة ($\beta = 0.797$) وأن قيمة ($t = 23.773$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) ، وهذا يؤكد معنوية المعامل.

اعتمادًا على ما سبق، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الثانية، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في ندرة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

❖ الفرضية الفرعية الثالثة

H₀₁₋₃: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في صعوبة التقليد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

الجدول رقم (35) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الثالثة

ملخص النموذج			تحليل التباين			جدول المعاملات		
Model Summary			ANOVA ^b			Coefficient ^b		
R	R ²	Adjusted R ²	F	DF	Sig F	β	t	Sig t
معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل	المحسوبة	درجة الحرية	مستوى معنوية	معامل بيتا المعياري	المحسوبة	مستوى الدلالة
.769 ^a	.591	.590	468.434	1	.000 ^a	.769	21.643	.000

a. المتنئ: المنظمات الذكية

b. المتغير التابع: صعوبة التقليد

يبين الجدول (35) ومن ملخص النموذج أن قيمة ($r = .769$) وهذا يعني وجود ارتباط عال بين المنظمات الذكية وصعوبة التقليد، كما تبين أن معامل التحديد للمنظمات الذكية قد بلغت ($r^2 = .591$) وهذا يعني أن الجدول فسر ما نسبته (59.1%) من التباين في صعوبة التقليد، ومن جدول تحليل التباين تبين أن قيمة ($F = 468.434$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وعند درجة حرية (1) وهذا يؤكد معنوية الانحدار.

كما تبين من جدول المعاملات أن قيمة ($\beta = .769$) وأن قيمة ($t = 21.643$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$)، وهذا يؤكد معنوية المعامل.

اعتماداً على ما سبق لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة) فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في صعوبة التقليد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

❖ الفرضية الفرعية الرابعة

H₀1-4: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في تنظيم الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض".

الجدول رقم (36) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الفرعية الرابعة

ملخص النموذج			تحليل التباين			جدول المعاملات		
Model Summery			ANOVA ^b			Coefficient ^b		
R	R ²	Adjusted	F	DF	Sig F	β	t	Sig t
معامل الارتباط	معامل التحديد	r ²	المحسوبة	درجة الحرية	مستوى معنوية	معامل بيتا المعياري	المحسوبة	مستوى الدلالة
.829 ^a	.688	.687	714.089	1	.000 ^a	.829	26.722	.000

a. المتنبي: المنظمات الذكية

b. المتغير التابع: تنظيم الموارد

يبين الجدول (36) ومن ملخص النموذج أن قيمة ($r = .829$) وهذا يعني وجود ارتباط عال جداً بين المنظمات الذكية وتنظيم الموارد، كما تبين أن معامل التحديد للمنظمات الذكية قد بلغ ($r^2 = .688$) ، وهذا يعني أنه قد فسر ما نسبته (68.8 %) من التباين في تنظيم الموارد، ومن جدول تحليل التباين تبين أن قيمة ($F = 714.089$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وعند درجة حرية (1) ، وهذا يؤكد معنوية الانحدار.

كما تبين من جدول المعاملات أن قيمة ($\beta = .829$) وأن قيمة ($t = 26.722$) عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$) وهذا يؤكد معنوية المعامل.

اعتمادًا على ما سبق، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الرابعة، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة) فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في تنظيم الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض".

الفرضية الرئيسة الثانية

H₀₂: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض". ولتحليل هذه الفرضية تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد المعياري".

الجدول رقم (37) ملخص النموذج وتحليل التباين للفرضية الرئيسة الثانية

النموذج		ملخص النموذج		تحليل التباين	
Model		Model Summary		ANOVA ^b	
	R	Adjusted R ²	F	DF	Sig F
	معامل الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجة الحرية	
1	.858 ^a	.736	223.608	4	0.000 ^a

a. المتنبئ: فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية

b. المتغير التابع: وسائط التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول (37) وفي ملخص النموذج أن قيمة ($R = 0.858$) وهذا يعني وجود ارتباط عال جداً بين أبعاد المنظمات الذكية ووسائط التواصل الاجتماعي، كما تبين أن معامل التحديد ($R^2 = 0.736$) عند (4) درجات حرية، وأن قيمة ($F = 223.608$) عند مستوى معنوية ($\text{Sig} = 0.000$) وهذا يشير إلى أن

المنظمات الذكية بأبعادها قد فسرت ما نسبته (73.6%) من التباين في وسائط التواصل الاجتماعي، وهذا يثبت معنوية الانحدار. ويظهر الجدول (38) تحليل المعاملات.

الجدول (38) نتائج تحليل المعاملات للفرضية الرئيسة الثانية

جدول المعاملات			النموذج Model	رقم النموذج
Coefficient ^a				
Sig t	T	β		
مستوى الدلالة	المحسوبة			
.003	3.885	.182	فهم البيئة	1
.000	3.680	.196	الرغبة في التغيير	
.000	4.999	.248	الشبكات التنظيمية	
.000	5.789	.323	الشبكات المعرفية	

a. المتغير التابع: وسائط التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول (38) جدول المعاملات أن قيم (β) في النموذج بالترتيب حسب قوة المعامل للشبكات المعرفية (.323) تلاها الشبكات التنظيمية (.248) ثم الرغبة في التغيير (.196) وأخيراً جاءت فهم البيئة (.182) عند المستويات المختلفة من قيم (t) وجميعها تقع عند مستوى معنوية (Sig = 0.000) وجميعها أقل من (0.05) وهي معنوية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) ، وهذا يثبت معنوية معاملات الانحدار.

بناءً على ما سبق، لا نقبل الفرضية العدمية الرئيسة الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: "يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية والشبكات المعرفية) في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

الفرضية الرئيسية الثالثة

H_03 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لوسائل التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض." ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (39) ملخص النموذج وتحليل التباين والمعاملات للفرضية الرئيسية الثالثة

ملخص النموذج			تحليل التباين			جدول المعاملات		
Model Summary			ANOVA ^b			Coefficient ^b		
R	R ²	Adjusted R ²	F	DF	Sig F	β	t	Sig t
معامل الارتباط	معامل التحديد		المحسوبة	درجة الحرية	مستوى معنوية	معامل بيتا المعياري	المحسوبة	مستوى الدلالة
.853 ^a	.727	.726	862.697	1	.000 ^a	.853	29.372	.000

a. المتنبئ: وسائل التواصل الاجتماعي

b. المتغير التابع: الميزة التنافسية المستدامة

يبين الجدول (39) ومن ملخص النموذج أن قيمة ($r = .853$) وهذا يعني وجود ارتباط عال جداً بين وسائل التواصل الاجتماعي والميزة التنافسية المستدامة، كما تبين أن معامل التحديد لوسائل التواصل الاجتماعي قد بلغ ($r^2 = .727$) وهذا يعني أنه قد فسر ما نسبته (72.7%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة، ومن جدول تحليل التباين تبين أن قيمة ($F = 862.697$) عند مستوى معنوية (Sig = 0.000) وعند درجة حرية (1) وهذا يؤكد معنوية الانحدار.

كما تبين من جدول المعاملات أن قيمة ($\beta = .853$) وأن قيمة ($t = 29.372$) عند مستوى معنوية (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية المعامل.

اعتمادا على ما سبق، لا نقبل الفرضية العدمية الرئيسة الثالثة، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لوسائل التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

الفرضية الرئيسة الرابعة:

H₀₄: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

لقد تم استخدام تحليل المسار (Path Analysis)، باستخدام برنامج (Amos) لاختبار هذه الفرضية. ويبين الجدول (40) ملخص مواءمة النموذج للتحليل.

الجدول رقم (40) ملخص مواءمة النموذج

RAMSEH	CFI	CFI	Sig	Chi ²	مؤشرات
الجذر التربيعي	مؤشر	مؤشرات	مستوى	المحسوبة	الجودة
لمتوسطات	المواءمة	مواءمة	الدلالة		
الخطأ التقريبي	المقارن	الجودة			
.059	.955	.983	.031	16.962	القيمة

(Goodness of fit Index / GFI) (مؤشر مواءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد الصحيح)

(Comparative Fit Index / CFI) (مؤشر المواءمة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد الصحيح)

(Mean Square Error Root / RMSEA) (مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي ومن المفترض يقترب

من الصفر)

لقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي كما في الجدول (40)، أن اختبار مربع كاي (χ^2) المحسوبة قد بلغ (16.962)، وهي ذات دلالة إحصائية، حيث بلغ مستوى الدلالة ($\text{Sig} = 0.031$) وهي أقل من (0.05) ومعنوية.

كما تبين من الجدول (40) أيضا أن مؤشر مواءمة الجودة ($\text{GFI} = 0.983$) ، ومؤشر المواءمة المقارن ($\text{CFI} = 0.995$) ، كلاهما يقتربان من العدد (1). كما تبين أيضا أن مؤشر قيمة الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي ($\text{RAMESH} = 0.059$) ، وهي تقترب من الصفر، وهذا يؤكد أن المؤشرات جميعها تؤيد مواءمة النموذج للتحليل الإحصائي (Hair et al., 2006) ويبين الجدول (41) نتائج تحليل المسار (Path Analysis) للفرضية الرابعة.

الجدول رقم (41) نتائج تحليل المسار (Path Analysis) للفرضية الرابعة

المسار	الأثر المباشر المعياري	الأثر غير المباشر المعياري	الأثر الكلي المعياري
المنظمات الذكية ← الميزة التنافسية المستدامة	0.636	0.255	0.891
المنظمات الذكية ← وسائط التواصل الاجتماعي	0.891		
وسائط التواصل الاجتماعي ← الميزة التنافسية المستدامة	0.286		

يتبين من الجدول (41)، أن الأثر المباشر المعياري للمنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة في شركات التأمين في الأردن قد بلغ (0.636) ، وأن الأثر المباشر المعياري للمنظمات الذكية بأبعادها في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات التأمين في الأردن قد بلغ (0.891) ، وتبين أيضا أن الأثر

المباشر المعياري لوسائل التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض قد بلغ (0.286)، وجميعها معنوية.

كما تبين من الجدول (41) أيضاً أن الأثر غير المباشر المعياري لوسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض قد بلغ (0.255) ويعتبر بسيطاً جزئياً، هذا يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية قد فسرت ما نسبته (25.5%) من أثر المنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أصبح الأثر الكلي المعياري للمنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة، بوجود وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية (0.891).

وما سبق من تحليل يؤيد عدم قبول الفرضية العدمية الرئيسة الرابعة، وقبول الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض".

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 تمهيد

من خلال النتائج التي توصل إليها الباحث في الدراسة الحالية، وفقا لمخرجات ونتائج التحليل الإحصائي التي تم مناقشتها في الفصل الرابع، إضافة إلى النتائج والتوصيات بما يتناسب مع أهداف الدراسة .

2.5 نتائج تحليل الدراسة

1.2.5 الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة

- بينت النتائج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة هم من الذكور، حيث بلغت نسبتهم (66.3%) بينما بلغت نسبة الإناث (33.7%) ويشير ذلك إلى تدني نسبة مشاركة الإناث في المناصب الإشرافية في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض
- أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة هم من الفئة العمرية (30- أقل من 40 سنة) ويشكلون ما نسبته (46.6%)، بينما بلغت النسبة الصغرى (4.9%) عند الفئة العمرية (50 سنة فأكثر)، وقد يعود ذلك إلى أن غالبية أفراد المجتمع السعودي من فئة الشباب، وأن طبيعة العمل في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تحتاج إلى مهارات متنوعة .
- فيما يتعلق بالمؤهل العلمي فقد كانت النسبة الأعلى لحملة درجة البكالوريوس بنسبة بلغت (80.7%) بينما كانت النسبة الصغرى لحملة درجة دكتوراه بنسبة بلغت (0.6%)، ويعود ذلك إلى أن غالبية المجتمع السعودي حاصلة على درجة البكالوريوس كحد أدنى وبنسبة كبيرة، وأن طبيعة شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تسعى إلى استقطاب وتعيين حملة البكالوريوس .
- كما تبين من النتائج أن أعلى نسبة في سنوات الخبرة هي من الفئة (5- 10 سنوات) بنسبة بلغت، (30.7%) وأقل نسبة كانت لفئة (15 سنة فأكثر) بنسبة بلغت - (21.2 %) أما بالنسبة لمتغير المستوى الوظيفي فقد كانت النسبة الأعلى للإدارة الوسطى حيث بلغت (86.5%)، وبلغت نسبة الإدارة العليا (13.5%)

1.1.2.5 الأهمية النسبية للمنظمات الذكية

أظهرت نتائج التحليل الوصفي، أن الأهمية النسبية للمنظمات الذكية قد حصلت على مستوى مرتفع للأهمية النسبية من وجهة نظر المديرين في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وبنسبة (3.93)، حيث جاء في المرتبة الأولى بعد الشبكات التنظيمية بأهمية نسبية مرتفعة وبمتوسط حسابي (3.98)، وذلك يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض لديها القدرة على التعامل مع المديرين دون وجود قيود زمانية أو مكانية؛ وذلك بسبب استخدام أنظمة متطورة للتواصل، مع العاملين والعملاء. في حين جاء بعد فهم البيئة بالمرتبة الثانية مكرر بأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.93)، ويدل ذلك على اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بمسح بيئتها باستمرار، كما جاء بالمرتبة الثانية مركز بعد الرغبة في التغيير وبأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.93)، وأخيرا جاء بالمرتبة الرابعة بعد الشبكات المعرفية وبأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.84)، ويدل ذلك على امتلاك شركات التأمين في السعودية قاعدة معرفية تسمح للمديرين العاملين بمعرفة كل ما هو جديد وتمكنهم من مشاركة معارفهم.

2.1.2.5 الأهمية النسبية للميزة التنافسية المستدامة

أظهرت النتائج أن متغير الميزة التنافسية المستدامة قد جاء بأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.80)، وهذا يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تهتم بتحقيق ميزة تنافسية مستدامة وبناء أكبر حصة سوقية ممكنة. حيث تبين من التحليل بأن أعلى مستوى أهمية جاء لمتغير قيمة الموارد بوسط حسابي مقداره (4.00) وبأهمية نسبية مرتفعة مما يدل على اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بالموارد وبناء استراتيجية واضحة للاستغلال الأمثل للموارد. في حين جاء متغير ندرة الموارد في المرتبة الثانية وبأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.85) وهذا يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تهتم بتقديم خدمات متميزة دائما. أما في المرتبة الثالثة فقد جاء متغير تنظيم الموارد وبأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.73)، وهذا يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تسعى إلى تنظيم وتخصيص الموارد اللازمة كانت موارد مادية أو موارد بشرية لإنجاز الأنشطة المطلوبة. وأخيرا جاء في المرتبة الأخيرة: متغير صعوبة التقليد وبأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.62) وهذا يشير إلى أن تتميز شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بمواردها ليصعب تقليدها من المنافسين.

3.1.2.5 الأهمية النسبية لوسائل التواصل الاجتماعي

أظهرت نتائج التحليل أن متغير وسائل التواصل الاجتماعي، قد جاء بأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.59)، وهذا يفسر اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة متوسطة. فقد جاء في المرتبة الأولى متغير إدارة علاقات الزبائن بمتوسط حسابي (3.77) وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يشير إلى أن شركات التأمين في الأردن تهتم وتتواصل مع العملاء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. أما في المرتبة الثانية فقد جاء متغير الاتصالات بأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.66)، وهذا يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بحاجة لتعزيز عمليات الاتصالات بين العملاء والعاملين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. أما في المرتبة الثالثة فقد جاء متغير التطوير السريع للتطبيقات بأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.61)، مما يشير إلى ضرورة قيام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بتفعيل دور المستخدمين والمحللين في تصميم التطبيقات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. في المرتبة الرابعة جاء متغير الابتكار بأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.51)، وهذا يشير إلى أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض في حاجة إلى استخدام وتفعيل وسائل التواصل الاجتماعي لجذب الأفكار الخارجية. وأخيرا جاء التدريب بأهمية نسبية متوسطة وبوسط حسابي (3.39).

3.5 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1.3.5 الفرضية الرئيسة الأولى، والفرضيات الفرعية المنبثقة منها :

لـ أولا: الفرضية الرئيسة الأولى

تبين من النتائج "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05 a) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض."

كما تبين من نتائج التحليل أن متغير الشبكات التنظيمية قد فسر ما نسبته (63.5%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة، بينما الشبكات التنظيمية والرغبة في التغيير معا فسرتا (71.0%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة. أما في المرتبة الثالثة: الشبكات التنظيمية، والرغبة في التغيير، والشبكات المعرفية معا التي فسرت ما نسبته (73.3%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة. وأخيرا الشبكات التنظيمية، والرغبة في التغيير، والشبكات المعرفية، وفهم البيئة معا فسرت ما نسبته (74.0%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة.

ولقد بينت النتائج أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض هي منظمات ذكية، فقد بلغت أهميتها نسبية مرتفعة وبوسط حسابي (3.91)، وهذا يشير إلى إدراك شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وأثرها الكبير في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، حيث جاء متغير الشبكات التنظيمية في المرتبة الأولى وبأهمية نسبية مرتفعة وبوسط حسابي بلغ (3.98)، وهذا يشير إلى اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بإنشاء شبكات تنظيمية لديها فعالية في التواصل مع العملاء والعاملين.

■ الفرضية الفرعية الأولى :

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في قيمة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض". حيث بلغ معامل التحديد ($r^2 = 0.627$)، وهذا يعني أن المنظمات الذكية قد فسرت ما نسبته (62.7%) من التباين في قيمة الموارد.

■ الفرضية الفرعية الثانية :

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في ندرة الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض"، حيث بلغ معامل التحديد ($r^2 = 0.636$)، وهذا يعني أن المنظمات الذكية قد فسرت ما نسبته (63.6%) من التباين في ندرة الموارد.

■ الفرضية الفرعية الثالثة :

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في صعوبة التقليد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض"، حيث بلغ معامل التحديد ($r^2=0.591$) ، وهذا يعني أن متغير المنظمات الذكية قد فسر ما نسبته (59.1%) من التباين في صعوبة التقليد .

■ الفرضية الفرعية الرابعة :

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها مجتمعة (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في تنظيم الموارد في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض"، حيث بلغ معامل التحديد ($r^2=0.688$) ، وهذا يعني أن متغير المنظمات الذكية قد فسر ما نسبته (68.8%) من التباين في تنظيم الموارد .

لـ ثانيا: الفرضية الرئيسة الثانية

أظهرت نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد المعياري للفرضية الرئيسة الثانية، "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض ."

حيث بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.736$) وهذا يشير إلى أن المنظمات الذكية بأبعادها قد فسرت ما نسبته (73.6%) من التباين وسائط التواصل الاجتماعي .

لـ ثالثاً: الفرضية الرئيسة الثالثة

أظهرت نتائج اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسة الثالثة: "وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لوسائط التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض ."

حيث بلغت قيمة معامل التحديد (2.727) وهذا يشير إلى أن وسائط التواصل الاجتماعي قد فسرت ما نسبته (72.7%) من التباين في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض .

لـ رابعاً: الفرضية الرئيسة الرابعة :

أظهرت نتائج تحليل المسار للفرضية الرئيسة الرابعة وجود أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمنظمات الذكية بأبعادها (فهم البيئة، والرغبة في التغيير، والشبكات التنظيمية، والشبكات المعرفية) في الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها مجتمعة (قيمة الموارد، وندرة الموارد، وصعوبة التقليد، وتنظيم الموارد) من خلال وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض .

لقد بينت نتائج التحليل أن الأثر المباشر تباري للمنظمات الذكية بأبعادها في الميز التنافسية المستدامة في شركات التأمين في الأردن قد بلغ (0.636)، وأن الأثر المباشر المعياري للمنظمات الذكية بأبعادها في وسائط التواصل الاجتماعي في شركات التأمين في الأردن قد بلغ (0.891)، وتبين أيضاً أن الأثر المباشر المعياري لوسائط التواصل الاجتماعي في الميزة التنافسية المستدامة في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض قد بلغ (0.286)، وجميعها معنوية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وأن الأثر غير المباشر المعياري للمنظمات الذكية لأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة بوجود وسائط التواصل الاجتماعي قد بلغ (0.255)، وهذا يعني أن وسائط التواصل الاجتماعي في الأردن قد فسرت ما نسبته (25.5%) من أثر المنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة، وأن الأثر الكلي المعياري للمنظمات الذكية بأبعادها في الميزة التنافسية المستدامة بوجود وسائط التواصل

الاجتماعي في السعودية قد بلغ (0.891)، وهذا يشير إلى وجود أثر إيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي كدور وسيط في تفسير أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة .

4.5 الاستنتاجات

- (1) ارتفاع مستوى الاهتمام بالمنظمات الذكية في هذه الشركات من خلال ارتفاع المتوسطات الحسابية لهذا المتغير وأبعاده.
- (2) أن شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض تسعى لاستقطاب الفئات العمرية من (30- أقل من 40 سنة) لما لها آثار إيجابية على أداء الشركات وتطورها، حيث تتميز هذه الفئة العمرية بالقدرة على العطاء والتكيف مع كل جديد .
- (3) تحرص شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض على المسح البيئي باستمرار مما يؤثر على تحقيق أهدافها على مدى القصير والبعيد .
- (4) تحرص شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض على التكيف مع التغييرات المفاجئة والمخططة، حيث إنها على استعداد لمواءمة ومواكبة التغييرات التي من الممكن أن تحدث .
- (5) تهتم شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض ببناء شبكات معرفية من خلال استخدام أنظمة تساعد على مشاركة المعرفة بين العاملين .
- (6) تحرص شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض لبناء شبكات تنظيمية لتسهيل التواصل مع العاملين، حيث إنها خلال جائحة كورونا كانت الشركات لديها القدرة والجاهزية لإنجاز الأعمال عن بعد .
- (7) تسعى شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض لتخصيص الموارد المادية والمالية والبشرية اللازمة لإنجاز أنشطتها وعملياتها .
- (8) تهتم شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بإبراز علامتها التجارية مما يؤثر على نوعية الخدمات المقدمة للعملاء، بالتالي لديها القدرة على تلبية رغبات ومتطلبات العملاء.

(9) تحرص شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض على إستخدام وسائط التواصل الاجتماعي لتواصل الموظفين من جهة ومن جهة أخرى للتواصل مع العملاء للأستفادة من الافكار التي يمكن أن يقدموها .

(10) اهتمام في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض ببناء قاعدة بيانات للعملاء مما يؤثر على نوعية الخدمات المقدمة، إذ يتم من خلالها تحديد متطلبات ورغبات العملاء وبناء علاقات طويلة الأجل.

5.5 التوصيات:

(1) استمرار اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بمفهوم المنظمة الذكية بأبعادها كافة، مما ينعكس إيجابيا على ميزة التنافسية المستدامة للشركات ويزيد من أرباحها وعوائدها .

(2) زيادة اهتمام شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بأبعاد الميزة التنافسية المستدامة من قيمة الموارد وندرة موارد وصعوبة التقليد وتنظيم الموارد، وذلك بسبب شدة المنافسة بين شركات المقاولات لما لها حاجة ملحة وضرورية في تعزيز القدرات التنافسية لتضمن استمراريتها في دائرة المنافسة .

(3) ضرورة استخدام الموارد النادرة كانت بشرية أو مادية مما يعزز الميزة التنافسية المستدامة، وذلك من خلال استقطاب موارد البشرية ذات المواهب، والذين يتميزون بمهارات مختلفة ومتنوعة، وإدخال كل ما هو جديد من أنظمة تدعم العمليات الإدارية .

(4) زيادة الوعي والاهتمام بتوثيق الخدمات المقدمة كافة، أي الحصول على حقوق ملكية لتعزز من ميزتها التنافسية ولتحقيق القدرة للبقاء في دائرة المنافسة .

(5) على شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض الاهتمام بتخصيص الموارد المادية اللازمة لإنجاز المهام والأنشطة المطلوبة، فالموارد المادي مهم وأساسي لإنجاز أعمالها وتساعد على تطوير خدماتها .

(6) ضرورة تفعيل وسائط التواصل الاجتماعي لما لها أهمية كبيرة في عمليات الاتصالات، التطوير السريع للتطبيقات، التدريب، الابتكار، إدارة علاقات العملاء، وذلك من خلال تحديد قسم في الشركة يهتم بوسائط التواصل الاجتماعي وتفعيله بشكل الذي يجب أن يكون عليه .

(7) زيادة الاهتمام باستخدام وسائط التواصل الاجتماعي في عمليات الاتصالات؛ لما لها أهمية في سرعة اتخاذ القرارات المناسبة، وكما لها أهمية في معالجة المشاكل الإدارية أن حدثت؛ وذلك بسبب سهولة استخدامها، مما يؤثر على تفاعل العاملين فيما بينهم وبين العاملين والعملاء على هذه الوسائط .

(8) توصي الدراسة شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض بضرورة تطوير برمجياتها وأنظمتها من خلال وسائط التواصل الاجتماعي؛ لما لها القدرة العالية على بناء برمجيات ملائمة للعاملين؛ وذلك بسبب التواصل الفعال والمستمر بين المستخدمين والمحللين .

(9) العمل على استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض وتوظيف عمليات التدريب لما لها أثر إيجابي للوصول إلى عدد أكبر من العاملين مما يؤثر على برامج التدريب ونوعيتها؛ وذلك نتيجة التفاعل على وسائط التواصل الاجتماعي .

Abstract

The study aimed to investigate the impact of entrepreneurship on social responsibility within transportation companies in the city of Mecca. To achieve this objective, the researcher designed a questionnaire consisting of 50 items covering dimensions of the independent variable entrepreneurship (innovation, risk-taking, and proactiveness) and elements of the dependent variable social responsibility (voluntary responsibility and ethical responsibility). The primary data were collected from a sample of general managers and managers (marketing, human resources, production and operations, and financial) in transportation companies within the city of Mecca. A total of 135 questionnaires were distributed, with 108 retrieved and deemed valid for statistical analysis after verification.

Data analysis and hypothesis testing were conducted using statistical tests, including multiple regression analysis and analysis of variance. The study revealed significant statistical impact at a significance level of ($\alpha = 0.05$) for entrepreneurship and its dimensions (innovation, risk-taking, and proactiveness) on the social responsibility of transportation companies in Mecca. Specifically, the dimension of entrepreneurship (innovation) had a singular impact on the voluntary responsibility of transportation companies in Mecca. Additionally, the dimensions of entrepreneurship (innovation and proactiveness) had an impact on the ethical responsibility of transportation companies in Mecca.

Among the key recommendations is the necessity for the establishment of specialized departments within transportation companies in Mecca. These departments should be tasked with developing strategies and plans for practicing social responsibility. Support for these departments should include independent financial budgets and a workforce trained and specialized in the field of social responsibility to maximize their activities.

Keywords: Entrepreneurship - Social Responsibility - Transportation Companies - Mecca

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أحمد، عبد الناصر محمد سيد. (2022). الرعاية الصحية لمساعدة المنظمات الذكية. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، 3(9)، 131-140.
- أمين محمد ، أحمد أبوعلي. (2023). دور نظم المعلومات في بناء المنظمات الذكية تطبيقاً على إدارة الجمارك اليمنية. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، 2(1).
- آدم عبد العزيز حسن عبد العزيز ، أبكر ، مصطفى آدم ، محمد فيريش سلطان، و فقيدة، الفاتح أحمد علي (2022). أثر التسويق الريادي على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة : دراسة ميدانية على البنوك التجارية بمدينة الأبيض - السودان. مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، 5 (1)، 46 – 71
- البرزنجي، أحمد محمد فهمي سعيد (2017) أنموذج الجيل الثالث للتسويق ودوره في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة : دراسة تحليلية لآراء عينة من الزبائن ضمن وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية 14 (3)، 641 - 672 .
- بكوش، مهاء، وبوغازي، فريدة (2022) أثر إدارة المخاطر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمشاريع : دراسة حالة مؤسسة بيكو. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 25، 1، 149 – 168.
- بخملة، خولة، بوحنيك. (2023). للإبداع الإداري كمدخل لتحقيق المستمر (أطروحة دكتوراه، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).
- بعلي، نوي. (2023). المشاركة في المشاركة الاستراتيجية في العدد الجديد (أطروحة دكتوراه، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).
- الجبوري، سيف خلف عطالله والسلمان ثائر أحمد سعدون (2020) بناء المنظمات الذكية من خلال استراتيجيات الريادة ودورها في إدارة الأزمات دراسة تحليلية لعينة من كليات جامعة الموصل. مجلة تنمية الرافدين 39 (126) 41-61

- راضي جواد محسن وحسين سجي جواد (2017). دور أبعاد التعلم التنظيمي في التحول إلى منظمات ذكية دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الأقسام في بعض جامعات الفرات الأوسط. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 19 (3)، 33-6.
- راضي، ميرفت محمد محمد أبو شمالة ديانا عبد الناصر، وهنية ، شيماء موسى (2018). واقع تطبيق أبعاد المنظمة الذكية وعلاقته بمستوى الإبداع التقني في كلية فلسطين التقنية بدير البلح من وجهة نظر العاملين المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، (36) 11 75-110.
- رغد محمد يحيى، الباحث، محمد أحمد إبراهيم سليمان. (2023). يتحمل مسؤولية حضور الحضور المتميزين ليكون نموذجاً للتنظيمات الدراسة التحليلية الذكية لآراء المبتكرة من جامعة تكريت. مجلة اقتصاديات الأعمال للأبحاث التطبيقية، 4(5).
- الزعبي، حسن علي، والنواصرة، مصطفى سليمان (2019). المنظمات الذكية: منظور استراتيجي. دار وائل للنشر والتوزيع.
- شنبى صورية، وبن لخضر، السعيد (2017)، تحقيق إستراتيجية التنمية المستدامة من خلال الميزة التنافسية للمؤسسة. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، 2، 110 - 128.
- الشرافي، صهيب تيسير (2020). التحسين وفق (ISO 9001:2015) ودوره في بناء المنظمة الذكية دراسة حالة شركات مجموعة الاتصالات الفلسطينية. مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، 3 (2)، 63-77.
- العكش علاء خليل (2020) دور التكنولوجيا في بناء المنظمة الذكية: دراسة مقارنة بين مستشفيات الشفاء قناة السويس - ساهلجرينسكا). مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، 5 (13)، 80-65.
- الطائي، يوسف حجيم والزهييري، مروة عبد الكريم (2021) المنظمة الذكية ودورها في نشر المعرفة الأكاديمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من التدريسيين في جامعة الكوفة. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية (8)، 1-25.

- الطائي، أحمد هادي طالب. (2016). دور تبني الاستراتيجيات الريادية وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة استطلاعية على شركة بغداد للمشروبات الغازية المساهمة المختلطة. مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، 4، 160-136.
- طه، حمزة أحمد عبد الرحمن. (2022). دور الذاكرة في بناء المنظمات الذكية (دراسة ميدانية). المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية. 35-1، 14(2) ،
- عايض، عبد اللطيف مصلاح محمد ، و أبو هادي، أحمد جابر حسين (2019). أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة : دراسة ميدانية في الشركات اليمنية للصناعات الغذائية. مجلة الآداب، (12) ، 170 - 210 .
- عايض، عبد اللطيف مصلاح محمد و البشاري، نجيب محمد يحيى (2022). أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة : دراسة ميدانية في الشركات اليمنية المصنعة للأدوية في الجمهورية اليمنية مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 61، 190-158.
- علي، نهاد عصام. (2020). دور الثقافة التنظيمية في دعم الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات: دراسة مقارنة بين المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الدقهلية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 11 (4)، 245-286.
- عبد الوهاب، بسمة عبد اللطيف أمين. (2023). ممارسات الهدم الاخلاقي وعلاقتها المتنوعة، للجمعيات الأهلية. دراسات في الخدمة الاجتماعية، 64(4)، 844-807.
- الغامدي، عبد الرحيم علي جعفر ، والسبحان، فاطمة عبد الله راشد (2020). أثر الذكاء الاستراتيجي على الميزة التنافسية المستدامة : دراس تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية STC في المملكة العربية السعودية. مجلة البحوث التجارية المعاصرة ، 34 (2)، 302 - 273.
- فرعون، محمد ثابت، العنزي، سعد علي والخالدي، عواد كاظم (2019) صياغة استراتيجية ريادية الأعمال لتطوير أنموذج المنظمات الذكية بحث تطبيقي في شركات الاتصالات المتنقلة في العراق زين العراق - آسيا سيل - كورك). مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 10(33) ، 113-137

- القضاة، فادي حامد، النصور ، بلال هاشم والشوابكة، زياد علي (2020) اثر خصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار : دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن. مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، 6 (1)، 218-183.
- كاظم، جاسم راهي العطار، فؤاد حمودي والياسري، أكرم محسن (2020). تأثير تبني أنموذج المنظمة الذكية في تحقيق الأداء الاستراتيجي المتميز بحث استطلاعي لآراء عينة من المديرين في شركات الاتصالات المتنقلة في العراق زين العراق - كورك- آسيا سيل). مجلة المثني للعلوم الإدارية والاقتصادية ، 10 (3)، 79-60.
- 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).
- محمود، أحمد عبد. (2017). نظم المعلومات التسويقية وأثرها في استدامة الميزة التنافسية المستدامة: دراسة استطلاعية. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 14(1)، 256 - 229
- مهيبوب حسن إبراهيم، محمد. (2023). آلة حاسبة لتفعيل دور التعلم التنظيمي حتى تظل في المدارس التعليمية الأساسية بمحافظة المنيا. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية
- محمد، محمد غانم، احمد. (2022). دور التنظيم الرقمي الذكي في تعزيز الأداء الجماهيري لجامعة مدينة السادات. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، 16(9)، 1138-1089.

ثانيا : المراجع الأجنبية

- Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., Ahmad, N., & Zakaria, N. H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 72-112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015> 37,
- Al-Shawabkeh, Khaled Mahmoud (2017). Impact of knowledge sharing on competitive priorities: The moderating role of social media (An applied study in

jordanian telecommunication Companies). *International Business Research*, 10(10), 113.125-

- Badea, M. (2014). Social media and organizational communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 149, 70-75.
- Bhandari, K. R., Ranta, M., and Salo, J. (2022). The resource-based view, stakeholder capitalism, ESG, and sustainable competitive advantage: The firm's embeddedness into ecology, society, and governance. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1525-1537.
- 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.
- De Zubielqui, G. C., Fryges, H., & Jones, J. (2019). Social media, open innovation & HRM: Implications for performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 334-347.
- Friedrichsen, M. (2013). *Handbook of Social Media Management: Value Chain and Business Models in Changing Media Markets*. Springer.
- 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.
- Humaid, N. B. B. (2015). Preparing effective strategy to apply social networks in Saudi Electricity Company. *Procedia Computer Science*, 65, 711-717.

- 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.
- Lazarevic, Snezana & Lukic, Jelena (2015). Building Smart Organization through Learning and Development of Employees. *Faculty of Business Economics and Entrepreneurship*. 256-268.
- Mahdi, O. R., and Nassar, I. A. (2021). The business model of sustainable competitive advantage through strategic leadership capabilities and knowledge management processes to overcome covid-19 pandemic. *Sustainability*, 13(17), 1-27.
- Mamaqi, X. (2015). The efficiency of different ways of informal learning on firm performance: A comparison between, classroom, web 2 and workplace training. *Computers in Human Behavior*, 51, 812-820.
- Naz, R., & Khan, M. (2015). Rapid Applications Development Techniques: A Critical Review. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, 9(11), 163-175.
- Nguyen, B., Yu, X., Melewar, T. C., & Chen, J. (2015). Brand innovation and social media: Knowledge acquisition from social media, market orientation, and the moderating role of social media strategic capability. *Industrial Marketing Management*, 51, 11-25.
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94, 264-272.

- Omar, M. K., Dahalan, N. A., & Yusoff, Y. H. M. (2016). Social media usage, perceived team-efficacy and knowledge sharing behaviour among employees of an oil and gas organisation in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 309-316.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T., & Turban, D. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective* (8th ed.). Springer Texts in Business and Economics.

الملاحق

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

عزيزي المشارك، عزيزتي المشاركة

نشكرك على مشاركتك في هذا الاستبيان الذي يهدف إلى فهم المنظمات الذكية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات المقاولات العاملة بمدينة الرياض.

يرجى الرد على الأسئلة التالية بنزاهة ووضوح. تأكد من تحديد الإجابة التي تعكس آراءك وتجاربك بصدق. يرجى ملاحظة أن جميع المعلومات التي تقدمها ستظل سرية ولن يتم استخدامها إلا لأغراض هذا البحث

إن مشاركتك في هذه الدراسة طوعية و لك الحق التام في عدم قبول تعبئه الاستمارة أو الانسحاب في أي وقت تشاء بدون إبداء الأسباب، و ستبقى الردود على الأسئلة وهويتك سرية. كما نتعهد بأن مشاركتك لا يترتب عليها أي أضرار عاطفية، أو اجتماعية، أو مهنية، أو مالية.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

1- النوع ☐ ذكر ☐ أنثي

2-المسمى الوظيفي : ☐ إدارة عليا ☐ إدارة وسطي

3- الفئة العمرية ☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30 إلى أقل من 35 سنة

☐ من 35 إلى أقل من 40 سنة ☐ من 40 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي ☐ دبلوم فأقل ☐ بكالوريوس

☐ ماجستير ☐ دكتوراه

ثانيا محاور الاستبيان

المحور الأول: المتغير المستقل (المنظمات الذكية) ، اختر علامة (٧) في المربع المناسب

لاختيارك :

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات	
البعد الأول: فهم البيئة						
					1 تعمل الشركة على مسح بيئي باستمرار لرصد نقاط القوة والضعف.	
					2 تمتلك الشركة القدرة على التكيف مع البيئة الخارجية	
					3 تمتلك الشركة القدرة على رصد المخاطر المستقبلية لرصد حلول للمشاكل التي من المحتمل وقوعها	
					4 تمتلك الشركة القدرة على تحديد المتغيرات التي تؤثر على عمليات الشركة	
					تمتلك الشركة القدرة على تحقيق أهدافها على المدى الطويل	

البعد الثاني: الرغبة في التغيير					
				تسعى الشركة نحو التغيير بما يتناسب مع متطلبات العمل.	5
				تحرص الشركة على تطبيق السياسات وقوانين العمل	6
				تقوم الشركة بعمليات مسح داخلية لمعرفة ما تحتاج إليه من عمليات للتغيير.	7
				تتجه الشركة لبناء فريق قادر على قيادة التغيير	8
				تمتلك الشركة القدرة على المواءمة بين عمليات التغيير والهيكل التنظيمي	
البعد الثالث: الشبكات التنظيمية					
				تمتلك الشركة البنية التحتية الأزمة لتسهيل التواصل مع العاملين	9
				تمتلك الشركة أنظمة متطورة للتواصل مع العملاء	10
				تمتلك الشركة أنظمة الشبكات الأزمة للتواصل	11

					مع الشركات الأخرى المعنية بالتعامل معها	
					تسمح الشركة للعاملين بتنفيذ أعمالهم عن بعد	12
					تمتلك الشركة القدرة لإدارة مواردها	
البعد الرابع : الشبكات المعرفية						
					تمتلك الشركة قاعدة معرفية يتم تطويرها باستمرار	9
					تمتلك الشركة قاعدة معرفية تمكن العاملين من مشاركة معارفهم	10
					تمتلك الشركة أنظمة تساعد على الاتصال بين العاملين	11
					توفر الشركة البرامج التدريبية للعاملين للاستفادة من الأنظمة المستخدمة	12
					تسعى الشركة إلى بناء شبكة قوية من الاتصالات لتنظيم الوارد بشكل فعال	

لـ المحور الثاني: الميزة التنافسية المستدامة، اختراصة (٧) في المربع المناسب لاختيارك:

معارض بشدة	أوافق بشدة	أوافق بشدة	محايد	معارض بشدة	الفقرات
البعد الأول: قيمة الموارد					
					21 تسعي الشركة لتقديم خدمات مميزة للعملاء
					22 تسعي الشركة لتحسين المستمر على الخدمات التي تقدمها
					23 تتوافر بالشركة موارد مالية كافية لتمويل الأنشطة
					24 تلتزم الشركة بتقديم الخدمات للعملاء بالوقت المحدد
					25 تتميز الشركة ببناء استراتيجية واضحة للاستغلال الأمثل للموارد
البعد الثاني: ندرة الموارد					
					26 تتميز الشركة بتقديم خدمات متميزة عن منافسيها
					27 تتميز الشركة بالقدرات العالية التي تختلف عن باقي الشركات
					28 تستخدم الشركة أنظمة متقدمة مميزة تختلف عن منافسيها
					29 تمتلك الشركة موارد نادرة يصعب على المنافسين تقليدها

					30	تتميز الشركة بوجود قسم تكنولوجيا يعمل على تطوير الأنظمة المستخدمة
البعد الثالث : صعوبة التقليد						
					36	تعتمد الشركة على بناء رأس مال فكري مميز
					37	تقدم الشركة خدمات يصعب على المنافسين تقليدها
					38	تعتمد الشركة في بناء علاقاتها مع العملاء على شهرتها مع العلامة التجارية
					39	تمتلك الشركة حقوق ملكية للخدمات التي تقدمها
					40	تحتاج الشركات المنافسة إلى وقت طويل لتقليد الخدمات المقدمة من قبل الشركة
البعد الرابع : تنظيم الموارد						
					36	تعمل الشركة على تنظيم الموارد المتاحة
					37	تسعى الشركة لبناء هيكل تنظيمي مرن
					38	يتم تقسيم الأنشطة الأساسية في الشركة إلى مهام فرعية
					39	يتم تخصيص الموارد المادية اللازمة لإنجاز الأنشطة
					40	يتم تخصيص الموارد البشرية اللازمة لإنجاز الأنشطة

لـ المحور الثالث: وسائط التواصل الاجتماعي اختر علامة (✓) في المربع المناسب

لاختيارك:

الفقرات					أوافق بشدة	أوافق بشدة	محايد	معارض بشدة	معارض بشدة
البعد الأول: الاتصالات									
21	تمتلك الشركة قنوات من الاتصال تسمح بتبادل الأفكار مع الآخرين								
22	تسمح قنوات الاتصال للشركة بنشر المعلومات والصورة الذهنية بين الأفراد								
23	تسمح الاتصالات المتوفرة من وسائط التواصل الاجتماعي للشركة بإتمام الصفقات التجارية								
البعد الثاني: التطوير السريع للتطبيقات									
26	تمتلك الشركة القدرة على تطوير سريع للتطبيقات ذات الدورات القصيرة بجودة عالية بمشاركة المستخدم.								
27	يسهل التطوير السريع للتطبيقات من بناء نموذج رشيق يمكن من القدرة على التواصل مع العملاء								
28	يشارك المستخدمون والمحللون في تصميم التطوير السريع للتطبيقات								
29	تعمل الشركة على دمج التغذية الراجعة والتطبيقات الحالية في الأعمال التجارية الجديدة من خلال إدارة الويب								

البعد الثالث : التدريب					
				تدعم وسائط التواصل الاجتماعي التدريب عن بعد	36
				تعتمد الشركة على وسائط التواصل الاجتماعي لتحديد الاحتياجات التدريبية	37
				تستخدم الشركة وسائط التواصل الاجتماعي لتنفيذ التدريب الإلكتروني التفاعلي	38
				تعمل الشركة على تدوين وتوزيع المحتوى التدريبي من خلال وسائط التواصل الاجتماعي	39
البعد الرابع : الابتكار					
				تسعى الشركة إلى جذب الأفكار الخارجية الجديدة	36
				تسعى الشركة إلى الأفكار الجيدة وتحويلها إلى خدمات رقمية حقيقية	37
				يساعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي الشركة في تسجيل براءات اختراع خدمية	38
				تمتلك الشركة الكفاءة الرقمية في توجيه وسائط التواصل الاجتماعي لتأمين عملية الابتكار	39

مع خالص التقدير والاحترام

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