



مجلة التجارة والتمويل

[/https://caf.journals.ekb.eg](https://caf.journals.ekb.eg)

كلية التجارة – جامعة طنطا

العدد : الثالث

سبتمبر 2022

تقييم خصائص الخدمات الذكية للمنظمات (من وجهة نظر المدراء)
دراسة على الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين"
(الأردن)

الدكتور عبدالرزاق سالم الرحاحله

أستاذ مساعد

٠٠٩٦٦٥٩٥٤٨٤٣٠١

قسم إدارة الموارد البشرية

كلية إدارة الاعمال

جامعة الحدود الشمالية

المملكة العربية السعودية

أثر خصائص المنظمة الذكية على ميزتها التنافسية

الملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر خصائص المنظمة الذكية على ميزتها التنافسية من وجهة نظر المدراء، كآلية داعمة لبناء القدرات التنافسية، والتعرف على قدرة خصائص الذكاء التنظيمي في بناء وتنظيم وتحديث ادواتها ووسائلها لدعم تنافسياتها. مجتمع وعينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع المدراء في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" والبالغ عددهم (١٢٠) مديراً. وصممت استبانة لغرض جمع البيانات الأولية في ضوء متغيرات البحث، ووفق المجالات (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء، سرعة الاستجابة، تبني القدرات الاستباقية) وتم توزيع الاستبانة على افراد العينة إلكترونياً. وتوصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات منه وجود فروق ذات دلالة احصائية للأهمية خصائص المنظمة الذكية في دعم ميزتها التنافسية. من حيث توافر المعلومات وتكاملها وشموليتها وجودتها، إن المعيار الاول جاء مدى امتلاك المنظمات ابتكارات الحلول، ثم مرونة التفاعل مع المعطيات التكنولوجية وتقديم المنتجات الذكية، تسهيل عمليات الذكاء التنظيمي، وتم طرح مجموعة من التوصيات اهمها ضرورة تكامل الخدمات بين المنظمات المتماثلة.

الكلمات المفتاحية: المنظمة الذكية، الذكاء التنظيمي، الميزة التنافسية.

Abstract:

This study aimed to identify the impact of the characteristics of the intelligent organization on its competitive advantage from the point of view of managers, as a supportive mechanism for building competitive capabilities, and to identify the ability of the characteristics of organizational intelligence to build, organize and update its tools and means to support its competitiveness. Study population and sample: The study population consisted of all managers in the Jordanian Company for Mobile Telephone Services Ltd. "Zain", which numbered (120) managers. A questionnaire was designed for the purpose of collecting primary data in light of the research variables, and according to the fields (interaction with technological data based on intelligence, creating solutions, facilitating intelligence operations, speed of response, adopting proactive capabilities) and the questionnaire was distributed to the sample members electronically. The study reached a number of conclusions, including the presence of statistically significant differences for the importance of the characteristics of the smart organization in supporting its competitive advantage. In terms of the availability, integration, comprehensiveness and quality of information, the first criterion was the extent to which organizations possess solution innovations, then the flexibility of interacting with technological data and providing smart products, facilitating organizational intelligence processes, and a set of recommendations were put forward, the most important of which is the necessity of integrating services between similar organizations.

Keywords: smart organization, organizational intelligence, competitive advantage.

المقدمة:

إن سعي المنظمات لامتلاك ميزة استراتيجية تمكنها من تحقيق اهدافها في ظل بيئة من سماتها التغيير المستمر والمتسارع وبمعدلات عالية يجعلها امام مهام الحاجة للتغيير المستمر (Restructuring) وإعادة هيكلة مواردها وامكاناتها، ومن ثم التعديل في سياساتها وبرامجها واجراءاتها فضلاً عن الجوانب السلوكية. وهذا ما يتفق مع مفهوم مدخل النظم الذي يرى بأن التغيير في المنظومات الفرعية يقود الى تغيير في الجوانب الاخرى للمنظمة. ويأخذ التغيير عدة اتجاهات، على وفق تصور قيادة المنظمة وفلسفتها في اختيار المنظومات الفرعية الاكثر فاعلية في احداث مستويات التغيير المطلوبة. لذا فإن لخصائص المنظمة دور مهم في برمجة دورها وتحديد اتجاهها وتوجيه البوصلة نحو الميزة التنافسية لتحقيق الحصة السوقية المطلوبة وضمان الاستمرار والبقاء. وجاءت هذه الدراسة التطبيقية على الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن) للتعرف على أثر خصائص المنظمة الذكية على ميزتها التنافسية.

مشكلة الدراسة: جاءت مشكلة البحث نتيجة للتغيرات المتسارعة التي تشكل احداث أدت الى تحديات أمام المنظمات وتمحورت في إيجاد علاقة إيجابية هدفها تكوين اتجاه يؤدي الى بناء خصائص تنظيمية ذكية وتسخيرها من أجل تحقيق الميزة التنافسية التي تشكل فجوة في عملية التغيير المستمر والمضطرب بين الحاجات والرغبات، من خلال استطلاع مداخل التغيير التكنولوجي من جهة ومن ثم تسليط الضوء على معاني التحديات التي تواجهها المنظمات لإعادة صياغة وتعريف أدواتها ووسائلها لتقديم السلعة أو الخدمة وفق استحقاقات الاحتياج الى قدرات تنافسية تمكنها من ان تكون الاسرع، الاقوى، الاعلى باعتماد احكام المقارنة المرجعية. ومن هنا جاءت هذه الدراسة؛ لمعرفة أثر خصائص المنظمة الذكية على ميزتها التنافسية الشركة الأردنية

لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

هل يوجد أثر لخصائص المنظمة الذكية على ميزتها التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن)؟

الفرضيات: يقوم هذا البحث على الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لخصائص المنظمة الذكية بأبعادها (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء، سرعة الاستجابة، تبني القدرات الاستباقية) على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لابتكار الحلول على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتسهيل عمليات الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لسرعة الاستجابة على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتبني القدرات الاستباقية على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن).

أهمية وأهداف الدراسة: تتبع أهمية هذا البحث على اعتبار امتلاك المنظمة لخصائص الذكاء التنظيمي الذي يساعدها في الحصول على الميزة التنافسية، وبالتالي فإن هذه الدراسة ستسهم فيما يلي:

١. تحديد خصائص ذكاء المنظمة في الشركات المبحوثة ومدى تحقيقها للميزة التنافسية.
٢. التعرف على طبيعة الأثر بين خصائص ذكاء المنظمة والميزة التنافسية.
٣. إلقاء الضوء على الأدب الإداري المتعلق بذكاء المنظمات والمساهمة في الكشف عن جوانبها، والتوصل إلى نتائج ومعلومات ميدانية وبالتالي فإن هناك مساهمة علمية لهذه الدراسة حيث أنها ستضيف معلومات جديدة إلى الأدبيات المتعلقة بتطوير القدرات التنافسية.
٤. إثارة نقاط بحثية محفزة تكون أساساً لدراسات أخرى لاحقه حول نفس الموضوع وضمن بيئات مختلفة

حدود الدراسة:

١. الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على المدراء العاملين في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين".
٢. الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين".
٣. الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على معرفة أثر خصائص المنظمة الذكية بأبعادها (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء،

سرعة الاستجابة، تبني القدرات الاستباقية) على الميزة التنافسية.

٤. الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة في عام ٢٠٢٢.

منهجية الدراسة:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لغرض جمع البيانات والمعلومات لتحقيق اهداف البحث وبالاعتماد على المصادر التالية:

١. المصادر الثانوية: وذلك بالاعتماد على موجودات المكتبة من المراجع التي تبحث في الذكاء الاداري والاطلاع على الدراسات السابقة.

٢. المصادر الأولية: من خلال الاعتماد على البيانات والمعلومات التي تم جمعها من مصادر عينة الدراسة ومن خلال الاستبانة التي صممت لهذه الغاية.

مجتمع وعينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع المدراء في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" والبالغ عددهم (١٢٠) مديراً. وتم اخذ عينة عشوائية بسيطة مؤلفة من (٩٢) مدير يعملون في تلك المنظمة. وتم توزيع الاستبانة عليهم وذلك لأغراض البحث العلمي، وقد تم استرداد (٨٢) استبانة صالحة للتحليل وبالتالي فإن نسبة الاسترداد تعتبر ممتازة حيث بلغت النسبة المئوية (٨٩.١٣٪).

اداة الدراسة: تم تصميم استبانة لغرض جمع البيانات الاولية في ضوء متغيرات البحث، ووفق المجالات (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء، سرعة الاستجابة، تبني القدرات الاستباقية) وتم توزيع الاستبانة على افراد العينة إلكترونياً.

صدق الأداة وثباتها: للتأكد من صحة (Validity) أداة القياس فقد تم عرض العبارات التي تضمنتها هذه المقاييس على المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع الدراسة، وفي ضوء ملاحظاتهم تم إجراء التعديلات المناسبة، وتم التحقق من ثبات الأداة من خلال

استخدام معامل الثبات (Cronbach Alpha) حيث بلغ معامل الثبات (94%) وهي مناسبة لإمكانية الاستمرار بالتحليل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم استخدام البرنامج الإحصائي الجاهزة (SPSS) بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية التالية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة:

الأساليب الوصفية: التكرارات، النسب المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري للفقرات الواردة في استبانة الدراسة. ومقاييس النزعة المركزية ومقاييس النسب ومعامل الارتباط. وكذلك تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفرضيات. واستخدم اختبار (t) (One Sample T-Test) لاختبار الفرضيات.

الدراسات السابقة: لقد كان من الصعب الحصول على دراسات سابقة في الأدب الإداري حول هذا المفهوم وتخص المنظمات الاسلامية على وجه التحديد، إلا ان من أهم الدراسات التي أمكن الحصول عليها، وتم تقسيم الدراسات حسب ترتيب عنوان الدراسة وكما يلي:

أولاً: الدراسات التي تناولت المنظمات الذكية:

(١) دراسة (احمد، وآخرون، ٢٠٢٠) بعنوان: "دور خصائص المنظمة الذكية في تعزيز التأهب الريادي عن طريق تبني سلوكيات العمل الاستباقية". هدف البحث إلى تحليل دور خصائص المنظمة الذكية في تحقيق التأهب الريادي عن طريق تبني سلوكيات العمل الاستباقية بالتطبيق في شركة اسيا سيل العراقية للاتصالات المتنقلة، ومن أهم الاستنتاجات التي تم التوصل إليها أن تبني سلوكيات العمل الاستباقية يؤثر تأثيراً فاعلاً في تعزيز العلاقة بين خصائص المنظمة الذكية في تحقيق التأهب الريادي للشركة عينة البحث في ظل التنافسية المتنامية في قطاع الاتصالات العراقي. وقد اختتم البحث بعدد من التوصيات أبرزها ضرورة توظيف الدور الوسيط لسلوكيات العمل الاستباقية في تعزيز العلاقة التأثيرية الإيجابية بين خصائص المنظمة الذكية في تحقيق التأهب الريادي ضمن بيئة الاتصالات المتنقلة بما يسهم في تقديم خدمات مبتكرة ومتجددة باستمرار تضيف قيمة للشركة ولزبائنها مما يدعم استدامة تفوقها

الريادي على المستوى المحلي فضلاً عن إمكانية جذب مشتركين جدد لشبكتها نتيجة التسابق المغربي للخدمات المقدمة ضمن مراكزها الخدمية المنتشرة حديثاً في بعض احياء واقضية المحافظات عينة البحث.

٢) دراسة (فادي وآخرون، ٢٠١٩) بعنوان: "أثر خصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن". هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر ممارسة خصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار، ولغايات تحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة خاصة ببناء على مجموعة من الدراسات السابقة لقياس متغيرات الدراسة بدقة. وتألف مجتمع الدراسة من جميع المديرين ورؤساء الأقسام والموظفين العاملين في المراكز الرئيسية لشركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن، وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج منها وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار، وبناءً على النتائج تم تقديم جملة من التوصيات العامة والخاصة من أهمها ضرورة الاهتمام بتعزيز خصائص المنظمة الذكية في الشركات ويجب على المنظمات الاستعداد للتغير التنظيمي كمتغير داعم في تعزيز الابتكار.

٣) دراسة (ردايدة، ومحمد أمين، ٢٠١٦) بعنوان: "أثر خصائص المنظمة الذكية في إدارة الأزمات دراسة تطبيقية في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان". هدفت الدراسة إلى بيان أثر خصائص المنظمة الذكية في إدارة الأزمات في جميع المستشفيات الخاصة الواقعة ضمن نطاق مدينة عمان، وخصت وحدة التحليل المديرين ورؤساء الأقسام والمشرفين الإداريين العاملين بتلك المستشفيات. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الدراسة العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لخصائص المنظمة الذكية بأبعادها على جميع مراحل إدارة الأزمات وتوصلت الدراسة لمجموعة من التوصيات منها ضرورة الاهتمام بالمستشفيات بتحديد حالات عدم التأكد البيئي المتعلقة بقراراتها تجاه الحالات الطارئة والأزمات المحتملة وتحديد حالات التأكد والتواصل مع المختصين لمعالجتها، وقيام إدارات تلك المستشفيات بتوفير الدعم المادي المناسب للفريق المسؤول عن التشخيص والتخطيط لمعالجة الأزمات المحتملة.

٤) دراسة (عمران، ٢٠١٥) بعنوان: "أثر الذكاء الاستراتيجي على الابداع التنظيمي ومدى تحقيق المنافسة للحصول على مكانة متميزة". وتوصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات اظهرت ان للذكاء الاستراتيجي بجميع مكوناته له أثر في تحقيق القدرة الابداعية للشركة المبحوثة. وأن الشركة حققت الاستفادة من خبرة ومهارة تفكير مديريها في التأثير لإنضاج التفكير الابداعي بينما كان هناك قصور لدى الشركة المبحوثة في استثمار مبدأ الشراكة. ومن التوصيات ضرورة الاهتمام بالقدرات الابداعية واعطاؤها بعدا استراتيجيا للتحفيز على توليد الافكار الابداعية وتقليل القيود التقليدية.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية

١) دراسة (الربيع وعبدالوهاب، 2018) بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة "مؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة": هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في استخراج النتائج، واستخدمت الاستبانة أداة للدراسة، توصلت الدراسة الى وجود اثر ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، واوصت الدراسة بضرورة ادماج المؤسسات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ضمن الرؤية والرسالة لما لها من دور في تحسين الصورة الذهنية للعاملين والمجتمع.

٢) دراسة (العواسا، 2015) بعنوان "فاعلية استراتيجية المنظمة في تحقيق الميزة التنافسية في ظل المتغيرات العالمية الجديدة": هدفت هذه الدراسة الى معرفة العلاقة بين فاعلية استراتيجية المنظمة في ظل وجود المتغيرات العالمية الحديثة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في المملكة الأردنية الهاشمية، وقد اعتمدت الباحثة على الاستبانة في جمع البيانات، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق اهداف الدراسة. وتوصلت الدراسة الى وجود دور مهم بين فاعلية استراتيجية الشركة والميزة التنافسية من حيث تخطيط وتوظيف الموارد البشرية والتدريب والتطوير وتقييم الأداء. وأوصى الباحث بأن تقوم المنظمات بتحديث وتطوير

الأساليب والأنظمة الخاصة بإدارة الموارد البشرية وباعتبارها وظيفة استراتيجية تواكب التطورات والمستجدات العالمية والتكيف معها.

(٣) دراسة (المبيضين، ٢٠١٥) بعنوان: "نظم المعلومات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في شركة البوتاس العربية في المملكة الأردنية الهاشمية" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة البوتاس العربية في الأردن، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اعداد استبانة بهدف جمع البيانات، وظهرت نتائج الدراسة وجود أثر لتطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، واوصى الدراسة بالاهتمام ببناء موارد المعلومات الاستراتيجية والاهتمام بمدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية وزيادة كفاءة التنسيق بين العمليات التشغيلية في الشركات المبحوثة لأجل تقديم منتجات جديدة وكسب حصة سوقية وتطوير منتجاتها اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجة الزبائن للحفاظ على الميزة التنافسية.

ثالثاً: الدراسات التي تناولت الذكاء في الميزة التنافسية:

(١) دراسة (خريسات والنجار، ٢٠٢١) بعنوان: أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة: الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات التأمين في الأردن. هدفت الدراسة الى معرفة أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة: الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي، تكون مجتمع الدراسة من ٢٣ شركة تأمين، اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة لتحقيق اهداف الدراسة، تكونت عينة الدراسة من ٣٢٦ موظفاً، أظهرت نتائج الدراسة الى وجود أثر للمنظمات الذكية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وأوصت الدراسة بضرورة استمرار شركات التأمين بتعزيز مفهوم المنظمة الذكية لما له من دور في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

(٢) دراسة (Eidizadeh et al, ٢٠١٧) بعنوان: تحليل دور ذكاء الأعمال وتبادل المعرفة والابتكار التنظيمي في اكتساب ميزة تنافسية". هدفت الدراسة الى معرفة أثر ذكاء الأعمال في اكتساب ميزة تنافسية، وقد تكون

مجتمع الدراسة من المديرين والمتخصصين من شركات التصدير، وتكونت عينة الدراسة من ٢١٣ موظفاً. وأظهرت نتائج أن ذكاء الأعمال له تأثير إيجابي في اكتساب ميزة تنافسية. وان ذكاء الأعمال له تأثير إيجابي في الميزة التنافسية من خلال مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي. أوصت الدراسة بضرورة التركيز على الإبداع والابتكار في تسويق العمليات والمنتجات وأنظمة الأعمال الجديدة للتفوق في الأداء والتنافس. وضرورة التطوير الفعال لذكاء الأعمال والتحليلات المتقدمة والتكامل الدقيق للبيانات في جميع أنحاء المنظمة التي تفقد لتحسين جودة الوصول إلى المعلومات؛ وبالتالي للميزة التنافسية للمنظمة، والبحث العثور تجريبياً على العوامل التي تؤثر في النشر الناجح لذكاء الأعمال وعلاقته بالميزة التنافسية المستدامة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

بعد الرجوع للدراسات السابقة المتعلقة في موضوع الدراسة الحالية، تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مجالات متعددة حيث عرضت الدراسات السابقة المتغيرات المختلفة، وناقشت أهم مسببات إحداث التغييرات عليها وأهم مشاكلها وأهم التوصيات للحفاظ عليها، في حين ان الدراسة الحالية درست أثر خصائص المنظمة الذكية على الميزة التنافسية على الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة "زين" (الأردن) تحديداً علماً بأن هذه البيئة تفتقر الى هذا النوع من الدراسات في ظل وجود منظمات ذكية تمتاز بالتطور، وكذلك أن معظم الدراسات السابقة أجريت على الدول الاجنبية التي تنسم في التطور المستمر كذلك اعتمد الباحث بشكل رئيسي على أداة الدراسة وهي الاستبانة المحكمة ومن خلالها تم الوصول إلى النتائج، وقد اتسم هذا الموضوع بلحداثة والاختلاف عن غيره كما ان شركة الهواتف المتنقلة " زين" الأردن لم تتل الحظ الوافر من الدراسات. كما وتميزت الدراسة في عينتها والتي تم اختيار وظائف ذات اهمية استراتيجية في تلك المشاريع وهم (المدراء) وتمثل تلك الفئة من الوظائف القيادية والإشرافية في وتعتبر المحرك الأساسي والذي له تأثير مباشر في اعمال الشركة وعلى اجراءات العمل وهم المعنيين بصورة مباشرة في صياغة وتخطيط وتنظيم والرقابة على متغيرات وأبعاد الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

الذكاء التنظيمي:

هو منظومة من المهارات والمعارف والقدرات الفكرية التي تؤدي الى تكوين رؤية تتحول الى منتج يتوافق مع المعطيات المرتبطة بالتطور التكنولوجي، ويتطلب ذلك مجموعة من الخطوات اولها " تبني طرق اعادة هندسة الاجراءات التي تقدم بها الخدمات والسلع. وهذا ما يعرف بتحسين مستوى المنتج الذكي"، وثانيها: "يمكن ان تقدم الخدمة بالكامل من خلال الانترنت

حيث يمكن ان يتم تقديم كافة المعاملات، ويمكن أن تحصل على الخدمة مباشرة" من خلال الموقع. ويعرف الذكاء الاستراتيجي بأنه العملية او أداة لجمع المعلومات التي تحدد صناع القرار بالمعرفة التي تدعهم في صناعتهم لتلك القرارات وتمكنهم من الاستجابة للبيئة التي فيها المنظمة، ثم تحليل المعلومات لتعجيل قدراتهم في التنبؤ والتخطيط المستقبلي والتكيف مع التغييرات البيئية، وذلك في إطار تسلسلي متعاقب يهدف الى المسار الفكري ازاء ما يحدث الان وما سيحدث مستقبلاً (صالح، ٢٠١٠). وفي ميدان علم الإدارة نجد أن هناك العديد من إسهامات الباحثين التي أغنت المضمرة العلمي للذكاء، فقد عرفته بأنه "عملية تهدف إلى دعم قرارات الأعمال في مجالات التسويق، التمويل، تحديد اتجاهات السوق، الزبائن والمنافسين، لأجل تحقيق الحصة السوقية والفوز بزبائن جدد والتفوق على المنافسين الآخرين (العزاوي، ٢٠٠٨)

تسعى كل منظمة متميزة لأن تبني وحدات الأعمال متوائمة مع استراتيجيتها، وهو ما طبقته الشركات الكبرى، كشركة موبيل وشل وموتورولا وجنرال إلكتريك وغيرها من المؤسسات الرائدة، وهو المبدأ المعروف ب المنظمة الموجهة بالاستراتيجية، كما اصبحت هذه المبادئ أساسية في نظم كثير من المنظمات المتوافقة مع بيئتها. وعليه فان ذكاء الاعمال مهم حيث يترتب عليه الذكاء التنافسي (Burns, K. 2012)

ولبيئة المنظمة دورا مهما في تحقيق اهدافها والوصول الى جمهورها في الوقت الذي أظهرت فيه بيئة العمل الجديدة عدم كفاءة النظم والطرق والتوجهات التقليدية. وبالإضافة إلى ذلك، فقد أجبرت عولمة الاقتصاد المنظمات على البحث عن نظم ومبادئ وممارسات أكثر فعالية لتبنيها وتطبيقها. ولكي تصل المنظمات بشكل عام للنجاح والاستمرار في ظل النظام العالمي الجديد، لا بد من توفر نظام الذكي للتكيف وهو سبيل جديد للمنظمات الناجحة في المستقبل، ولمنظمات الجيل القادم تصميم خدمي خاص للتعامل مع بيئة العمل المتقلبة، لذا على المنظمات تطوير هياكلها وأنظمتها الإدارية باستخدام أحدث علوم الإدارة ونظرياته المبنية على تكنولوجيا الاتصالات. وهذا التغيير نابع من داخل المنظمات ذاتها

ويمكن عن طريقها التغيير وإعادة تشكيلها لتتناسب مع القدرة المطلوبة للتوافق بنجاح مع البيئة العملية في المستقبل. وذلك من خلال ما يلي (David Bennet, 2003) :

١. الذكاء المؤسسي: وتشير هذه الصفة إلى قدرة المنظمة على الإدراك والتفسير والاستجابة للبيئة المحيطة بها بطريقة تفي بمتطلبات وأهداف المنظمة بطريقة فورية، وينتج هذا الذكاء عن هيكله وثقافته وقيادة المنظمة من خلال تفاعلاتها مع الواقع. ولكي تتصرف المنظمة بذكاء وتتكيف مع النظام المحيط بها يجب عليها التواصل والتعاون مع جميع الفرق والمجتمعات المحيطة بها عن طريق الموازنة بين المعلومات المتاحة والمهام المطلوب تنفيذها من العاملين في ظل هذه المعلومات للتمكن من تحقيق المهام ذات المستوى المتقدم أو العادي وفقا للمعطيات المتاحة.

٢. التعقيد المثالي: والتعقيد هو عدد العوامل والعلاقات والأنظمة التي قد يعتمد عليها نظام ما. ويجب التفرقة بين التعقيد الداخلي بين عمليات المنظمة الداخلية والتعقيد الخارجي في تعاملاتها مع الآخرين، فلا تستطيع أية شركة البقاء في ظل السيطرة المحكمة على كل صغيرة وكبيرة أو الحرية المطلقة في كل عملياتها وإنما مزيج بين هذا وذاك. وهنا يتطلب الأمر قدرة وتكتيك المنظمة في الاختيار لتحديد المعلومات الهامة من غيرها، لذلك لابد من التوجه نحو مركزية المعلومات ونشرها لإتاحة التشارك بين جميع العاملين في المنظمة لضمان زيادة فرص التعاون بين أعضائها.

٣. المرونة التنظيمية من خلال اقضاء التعقيد الاجرائي لتصبح المنظمة أكثر مرونة فتتكيف بسهولة مع التغيير المحيط بها مما يؤدي الى تعدد الأبعاد التي تطور كفاءاتها من حيث قدرتها على الملاحظة والتعلم والتكيف مع البيئة المحيطة بها.

أهمية الذكاء في تنمية المنظمة: يمكن تشخيص جوانب الأهمية الخاصة بالذكاء الاستراتيجي من التعرف الى الأدوار التي ينهض بها هذا النمط من الذكاء، ومن هذه الأدوار هي كالاتي: (صالح وآخرون، ٢٠١٠)

- ١) دور الذكاء في ترسيخ السمات القيادية.
 - ٢) دوره في عمليات التغيير.
 - ٣) دور الذكاء الاستراتيجي كسلاح تنافسي.
 - ٤) دور الذكاء الاستراتيجي في دعم صناعة القرار.
- إن بروز المنظمة الذكية كمفهوم معاصر والذي أكد على عمليات البحث والتطوير في المنظمات المختلفة أخذ يتدرج من داخل المنظمة ليشمل بعد ذلك تطور المنظمة ككل (الطائي، ٢٠١٥)، وأشار (Clarke & Clegg, 2000) إلى أن المنظمة الذكية هي في الأصل منظمة مستدامة، والاستدامة من وجهة نظر الباحثين لها معنيان، المعنى الأول يركز على القدرة على الاستمرار، والمعنى الثاني يركز على التجديد، وكلا المعنيين في الواقع مرتبطان ببعضهما. أما الاستمرار وطول البقاء فيتمثل في أربعة عوامل تمثل خصائص للمنظمة وهي كما يأتي:

١. الحساسية للبيئة: وهي قدرة المنظمة على التغيير والتكيف.
 ٢. تماسك المنظمة: مع شعور قوي بالهوية الذاتية؛ فهي قادرة على بناء مجتمع من الأفراد الملتزمين والمتمسكين بها على المستوى الداخلي والخارجي، وهي قادرة كذلك على تطوير شخصيتها.
 ٣. اللامركزية والتسامح في المنظمة اللذان يسمحان " بالتجريب المقبول "ومن خلال قدرتها على بناء علاقات بناءة مع مختلف الكيانات الداخلية والخارجية.
 ٤. قدرة المنظمة على التحكم بنموها وتطورها، وبالتالي السيطرة على ادراكها للاتجاه.
- وقد أشار (Atos, 2017) إلى أن المنظمة الذكية تستند على ثلاثة محاور أساسية، هي:

- ١) تطوير المعرفة: حيث تعد الجوهر الأساسي في العمل وذلك لأن المنظمة الذكية تعبر عن السلم المعرفي وهو الحجر الأساس للذكاء.
- ٢) العمليات، تتمحور في طريقة متسلسلة للمنظمة من خلال تحويل المواد الأولية إلى نتائج فعلية بما يتناسب مع تحقيق التوازن البيئي والاقتصادي والاجتماعي لبناء منظمة ذكية.

٣) الاتصال، مشاركة الافراد بالمعلومات على المستويات المختلفة، وبين (Matheson, 2001) أنه يمكن للمنظمة الذكية فهم البيئة من خلال تطبيقها على مجموعة من الوظائف الهامة، وتشتمل هذه المجموعة على المبادئ عديده اهمها " استيعاب حالات عدم التأكد وفهمهم هذه الحالات ومصادرها وكيفية العمل على تجنبها، وأخذها بعين الاعتبار عند صناعة القرار، وقياسها وإدارة المخاطر المتوقعة أو المرتبطة بها، وكيفية تبادل الاتصال بشأنها وإدارتها، ويشكل ذلك تحدياً حاسماً للقيادات الإدارية يتمثل في أن توجد المنظمة بيئة يشعر العاملون فيها بأن منظماتهم تتعامل مع حالات عدم التأكد بواقعية".

خصائص المزايا التنافسية: عند ذكر الميزة التنافسية لابد من جمعها بمجموعة من

الخصائص ضمن أطر محددة وشاملة واهم هذه الخصائص ما يلي (مقصود، ٢٠١٦):

١. الاستدامة: وتعني أن تظهر بصورة مستدامة ومستمرة اي أن تكون المنظمات سابقة في المدى البعيد، وليس في المدى القريب فقط.
٢. النسبية المرتفعة: وهي ان الميزات التنافسية تتسم بالنسبية العالية بالنسبة للمنافسين وتقارن في فترات زمنية مختلفة، ويجب على المنظمات الفهم الصحيح لأعمالها.
٣. التغيير: أن تكون قابلة للتغيير تناسباً مع متطلبات البيئة الخارجية من جهة وامكانيات المنظمات الداخلية من جهة أخرى.
٤. التوافق: أن تكون مرنة بمعنى ان تتوافق مع المتطلبات، مثل: إحلال ميزات تنافسية بسهولة وفق التغييرات الحاصلة في البيئة أو تطور قدرات المنظمة من جهة أخرى.
٥. الملائمة: الميزات التنافسية مع اهداف ونتائج التي تسعى المنظمات الى تحقيقها.

الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين".

أحدثت الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين"، ثورة في أسواق الاتصالات في المملكة في العام 1995. وذلك من خلال طرح خدمات جي. إس. إم للاتصالات المتنقلة. وما يؤكد ريادة "زين" لقطاع الاتصالات المتنقلة محلياً وإقليمياً، تصدّرها ل طرح العديد من الخدمات الجديدة في الأسواق لتواكب أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في مختلف المجالات. وقامت "زين" أيضاً وبالتزامن مع استثمارها في أحدث التقنيات والخدمات التي تُثري

حياة زبائننا، بتطوير أنشطة برامج المسؤولية الاجتماعية المؤسسية وأكثرها تأثيراً في المملكة، من خلال دعم التعليم والرعاية الصحية والشباب والرياضة. وتُعتبر "زين" أحد أعمدة الاقتصاد الوطني الأردني، حيث تضم حوالي (١٠٠٠) موظف أردني، وتوفّر فرص عمل غير مباشرة لآلاف عدة غيرهم، وكانت الخيار الأول لأكثر من (٥,٩٠٣) مليون زبون أردني اختاروها كشبكتهم المفضلة. وفي تشرين أول (٢٠١٤) أطلقت شركة زين "منصة زين للإيداع (ZINC)"، والتي تُشكّل مظلة تجمع كل مبادرات وبرامج الشركة في مجال مسؤولية ريادة الأعمال.

عرض النتائج وتحليلها: عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

أولاً: وصف خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) توزيع عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (المؤهل العلمي، الخبرة العلمية، العمر)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	دكتوراه	6	٧.٣١%
	ماجستير	30	٣٦.٦٠%
	بكالوريوس	٤٦	٥٦.٠٩%
	المجموع	٨٢	100%
الخبرة العملية	5 سنوات فأقل	٩	١٢.٢٨%
	6-10	١١	١٤.٦٣%
	11-15	21	٢٥.٦١%
	16 سنة فأكثر	٤٠	٤٧.٤٨%
	المجموع	٨٢	100%

30 - 25	٣٦	%٤٣.٩٠	العمر
36 - 31 سنة	٣٩	% ٤٧.٥٦	
36 سنة فأكثر	١٢	%٩.٥٣	
المجموع	٨٢	%100	

يبين الجدول (1) خصائص عينة الدراسة حيث يلاحظ أن ما نسبته (٥٦.٠٩%) من أفراد مجتمع الدراسة من حملة البكالوريوس، في حين تقل نسبة الأفراد من حملة الدكتوراه تبلغ (7,31%) بينما شكلت نسبة الماجستير (36,60%) من الأفراد وهي نسبة مقبولة، ويمكن عزو ذلك إلى اشتراط التعيين لدرجة البكالوريوس، أو حصول الفرد على المؤهل الأعلى بعد التحاقه بالعمل لتحسين الوضع الوظيفي.

ويلاحظ من الجدول نفسه أن غالبية المدراء (٤٧.٤٨%) من أفراد مجتمع الدراسة تزيد مدة خدمتهم عن (16 سنة)، وهي فترة زمنية جيدة لبناء الخبرات الواسعة، ويلاحظ تدني نسبة الأفراد ضمن الفئة (5 سنوات فأقل) حيث بلغت (١٢.٢٨%) فقط وهؤلاء خارج التدرج الوظيفي. وكذلك يلاحظ من الجدول نفسه أن أغلب المدراء يقعون ضمن الفئة العمرية (31 - 36) سنة حيث شكلت هذه الفئة ما نسبته (٤٧.٥٦%) من أفراد مجتمع الدراسة، ويعزى ذلك إلى التدرج الوظيفي، ويلاحظ تدني النسبة المئوية للأفراد ضمن الفئة العمرية (30 سنة فأقل) حيث بلغت هذه النسبة (٩.٥٣%) فقط ويعود ذلك إلى كثرة التنقل الوظيفي حيث يستطيع الفرد الذهاب للوظيفة الملائمة دون فقدان ميزاتها.

نتائج الوصف الإحصائي:

المجال الاول: يدل الوسط الحسابي للمجال الأول من خلال القيم الواردة في الجدول أن هناك درجة توافق عالي بين أفراد عينة الدراسة، حول فعالية التفاعل مع المعطيات التكنولوجية من خلال الخدمات الذكية المقدمة وهذا شكل طبيعي ان يتفاعل متلقو الخدمات مع المنظمات الاكثر تطبيقاً للخدمات الذكية وقد بلغ المتوسط الحسابي (4,57)، وذلك يحتاج الى تأهيل الموظفين على المهارات

المختلفة للأداء المهام بما يتوافق مع تلك المتطلبات وقد بلغ المتوسط الحسابي (4,54)، الامر الذي يحتاج الى فهم وتشخيص العلاقة التفاعلية بين الشركة وجمهور المستفيدين وقد بلغ المتوسط الحسابي (4,52)، واكد افراد العينة ان ذلك يحتاج الى تفهم الشركة ما يحتاج الجمهور من تلك الخدمات اي حسب النوع وليس الكم. مما يدل على أهمية فعالية الخدمة الذكية في جذب المستخدمين.

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقرارات المعبرة عن خصائص

المنظمة الذكية في اعتماد التنافسية على المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء الإداري.

ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الاول: يتم التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء من خلال:
2	0,55	4,52	1 فهم وتشخيص العلاقة التفاعلية بين الشركة وجمهور المستفيدين
7	0,73	4,36	2 يتم التعرف على حاجات ورغبات المستخدمين يؤدي إلى جودة
5	0,62	4,43	3 يوجد معيار دقيق لقياس مستوى الأداء اللازم للتطبيق
6	0,66	4,41	4 يتم التركيز على التطوير المستمر للخدمة
3	0,55	4,54	5 يتم تأهيل الموظفين على المهارات المختلفة للأداء المهام
4	0,98	3,61	6 سرعة الحصول على المنتج تؤدي إلى رضا العميل
1	0,55	4,57	7 تولد الخدمة نوع من التفاعل بين الشركة والجمهور

المجال الثاني: أما بالنسبة للمجال الثاني معيار تمتلك المنظمات ابتكارات الحلول يتضح وجود توافق بين أفراد العينة حول ضرورة تبادل البيانات والمعلومات التي تساعد على ابتكار الحلول بشكل سهل يؤدي الى نشرها وقد بلغ المتوسط الحسابي مقدار (4,27)، وبالتالي توفير البيئة المناسبة للتعلم التنظيمي وقد بلغ المتوسط الحسابي مقدار (4,27) مما يؤدي الى امتلاك منسوبي الشركة الوعي الذاتي الذكي لتقديم الحلول، ويتفق ذلك مع دراسة (الحنيطي، 2005) على اعتبار أن جودة الحلول تشكل درجة مهمه في النجاح.

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن خصائص المنظمة الذكية في اعتماد التنافسية على امتلاك المنظمات ابتكارات الحلول.

ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الثاني: تمتلك المنظمات ابتكارات الحلول من خلال توفر عناصر تمثل
1	0,52	4,70	سهولة تبادل البيانات والمعلومات تساعد على ابتكار الحلول
2	0,60	4,27	يتمتع الشركة بالذاكرة التنظيمية المتعلمة لتوليد الحلول
5	0,61	4,12	التفكير العقلاني للجمهور يشكل احد مصادر الحلول
3	0,56	4,19	يملك منسوبي الشركة الوعي الذاتي الذكي لتقديم الحلول
6	0,66	4,06	القدرة على تفسير المعلومات تساعد على ابتكار الحلول
7	0,10	3,53	الحاجة للحل الذكي يؤدي لتكوين ائتلافات بين العاملين
4	0,68	4,18	البحث عن الحلول الذكية تؤدي الى ثقافة خلق القيمة

المجال الثالث: وبالنظر إلى الفقرات الدالة على تسهيل عمليات الذكاء التنظيمي من خلال الجدول السابق ان وجود نظام اتصال فعال لتقديم المنتج هو امر ضروري لتمير الافكار وتبادل الخبرات، وقد

بلغ المتوسط الحسابي مقدار (4,37) ومن خلال الوسط الحسابي لإجمالي الفقرات المتعلقة بهذا المعيار يتضح أن للمرونة التنظيمية دور في المساعدة على التكيف لتقديم الحلول وقد بلغ المتوسط الحسابي مقدار (4,27)، يدل وبدرجة عالية على أهمية تسهيل عمليات الذكاء التنظيمي، والذي من خلاله يتم تحقيق الأهداف، ويدل الانحراف المعياري على اتفاق افراد العينة حول هذا المعيار.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن خصائص المنظمة الذكية في اعتماد التنافسية على تسهيل عمليات الذكاء التنظيمي.

ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الثالث: تعتمد التنافسية على تسهيل عمليات الذكاء التنظيمي من خلال
2	0,69	4,27	المرونة التنظيمية تساعد على التكيف لتقديم الحلول
7	0,78	4,05	تساهم عمليات الأعمال في تسهيل زيادة الانتاجية
1	0,63	4,37	يتوفر لدى الشركة نظام اتصال فعال لتقديم المنتج
5	0,84	3,67	تعزز الادارة مناخ عمل يميل الى الاعتماد على طرق تفكير مبتكرة
4	0,88	3,39	يتم دعم تجربة الطرق الجديدة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات
3	0,88	3,61	يملك الشركة عمليات فعالة للتعلم المعرفي التكنولوجي
6	0,72	3,64	تتوفر جميع المعلومات التي تتوافق مع احتياجات المستخدم

المجال الرابع: سرعة الاستجابة للمتغيرات، من خلال الجدول السابق نجد أن الوسط الحسابي يدل على وجود أهمية كبيرة لسرعة الاستجابة للمتغيرات، من خلال توفير مدونة تراسل بين المستخدم والإدارة وقد بلغ المتوسط الحسابي مقدار (3,31) ويعود ذلك لتعدد وتنوع مهارات المستخدمين، يتفق ذلك مع دراسة (ابو فارة، ٢٠٠٥).

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لل فقرات المعبرة عن خصائص المنظمة الذكية في سرعة الاستجابة للمتغيرات.

ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الرابع: تعتمد سرعة الاستجابة للمتغيرات الشركة على :
6	1,07	3,31	22 تتوافق القوانين والأنظمة مع متطلبات الأداء الإلكتروني
1	1,06	3,17	23 يوفر الشركة لى مدونة تراسل بين المستخدم والإدارة
2	0,87	1,94	24 توجد مساعدة فنية ملائمة تسهل الاستخدام للمنتج الذكي
3	0,98	3,05	25 يتم تبادل المعلومات بين المستخدم وإدارة المنظمة دون عوائق
5	0,88	3,73	26 يستجيب الشركة للتغيرات نتيجة تطور التكنولوجيا والاتصال
4	0,95	3,42	27 يتم تعديل الواجهة الالكترونية البيئية وفقاً لمتطلبات المنتج

المجال الخامس تبنى الشركة للقدرات الاستباقية لبنية التكنولوجيا الذكية وهي الجاذبة الأهم لتقديم المنتج، مما يدل على درجة استقلالية عالية لهذا المعيار، ويعود ذلك لأهمية بناء جذور من الثقة والتعاون بناء على المصادقية المبنية على تطوير الحلول الجديدة المبتكرة التي تعتمد على المعلومات والتكنولوجيا والاتصال وقد بلغ المتوسط الحسابي مقدار (3,93)، ويدل الانحراف المعياري على مدى انسجام استجابات المدراء لذلك المعيار. وهذا يتفق مع (الشوا، 2004). وبذلك نرى ان تركيز اجابات افراد العينة على اهمية امتلاك المنظمات لابتكارات

الحلول التقنية التي تتوافق مع التطور التكنولوجي في مختلف المجالات، حيث يعتبر ذلك من قبيل توافق استراتيجيات التطوير والتحديث مع التغيرات البيئية السريعة.

جدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لل فقرات المعبرة عن خصائص المنظمة الذكية في تبنى القدرات الاستباقية لبنية التكنولوجيا الذكية.

ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الخامس: تبنى القدرات الاستباقية لبنية التكنولوجيا الذكية على:
5	1,04	3,40	المعلومات التي يحتاجها المستخدم بمصادقية عالية
3	0,99	3,43	تمكين نظم المعلومات العاملين في ايجاد قيمة للزبائن
1	0,71	3,93	تدقيق و تطوير معلومات المستخدم بشكل مستمر
2	0,81	3,84	فحص معايير بنية تكنولوجيا المعلومات بمشاركة المستخدمين
4	0,90	3,34	تساهم نظم المعلومات في تمكين الموظفين للقيام بأعمالهم بفعالية

اختبار فرضيات الدراسة: في هذا الجزء من الدراسة نستعرض اختبار الفرضيات، حيث تم اخضاع الفرضيات لتحليل الانحدار الخطي المتعدد Multiple linear regression، ولتحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear regression. وكما يلي:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لخصائص المنظمة الذكية بأبعادها (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء، سرعة الاستجابة، تبنى القدرات الاستباقية) على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ولاختبار الفرضية الرئيسية الأولى، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

تبين نتائج الجدول (٧) أن معامل الارتباط ($R = 0.905$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (خصائص المنظمة الذكية) في المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (٢٦٨,٦٠٣)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من ٠,٠٥، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.819$) وهي تشير إلى أن (٨١.٩%) من التباين في (الميزة التنافسية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (خصائص المنظمة الذكية) مجتمعة.

الجدول (٧) نتائج اختبار أثر أبعاد خصائص المنظمة الذكية في الميزة التنافسية *

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.006	2.783	0.035	التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء	0.000	268.603	0.819	0.905	الميزة التنافسية
0.000	5.019	0.040	ابتكار الحلول					
0.000	5.187	0.032	تسهيل عمليات الذكاء					
0.002	3.114	0.041	سرعة الاستجابة					
0.000	7.131	0.043	تبني القدرات الاستباقية					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$)

أظهر جدول المعاملات أن قيمة B عند بعد (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء) قد بلغت (0.098) وأن قيمة t عنده هي (2.783)، وبمستوى دلالة (Sig=0.006)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند بعد (ابتكار الحلول) قد بلغت (0.199) وأن قيمة t عنده هي (5.019)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وقد بلغت قيمة B عند بعد (تسهيل عمليات الذكاء) (0.166) وقيمة t عنده هي (5.187)، وبمستوى دلالة (Sig=0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. في حين كانت قيمة B عند بعد (سرعة الاستجابة) قد بلغت (0.127) وأن قيمة t عنده هي (3.114)، وبمستوى دلالة (Sig=0.002)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وكانت قيمة B عند بعد (تبني القدرات الاستباقية) قد بلغت (0.310) وأن قيمة t عنده هي (7.131)، وبمستوى دلالة (Sig=0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لخصائص المنظمة الذكية بأبعادها (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء، ابتكار الحلول، تسهيل عمليات الذكاء، سرعة الاستجابة، تبني القدرات الاستباقية) على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن)."

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للتفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (٨) نتائج اختبار أثر التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء على الميزة التنافسية *

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع	
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد		R معامل الارتباط
0,000	13,540	0,046	0,621	التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء	0,000	183,340	0,379	0,616	الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$)

تبين نتائج الجدول (٨) أن معامل الارتباط ($R=0.616$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغير المستقل (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء) في المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (١٨٣,٣٤٠)، وبمستوى دلالة ($0.000 = \text{Sig}$) وهو أقل من ٠,٠٥، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.379$) وهي تشير إلى أن (37.9%) من التباين في (تحليل البيانات) يمكن تفسيره من خلال التباين في (الابداع)، مع بقاء جميع العوامل الأخرى ثابتة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (التفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء) قد بلغت (٠,٦٢١) وأن قيمة t عنده هي (١٣,٥٤٠)، وبمستوى دلالة ($0.000=\text{Sig}$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) للتفاعل مع المعطيات التكنولوجية المبنية على الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن)."
الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لابتكار الحلول على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (٩) نتائج اختبار أثر ابتكار الحلول في الميزة التنافسية *

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	
٠,٠٠٠	٢١,٧٢١	٠,٠٣٧	٠,٨١٠	ابتكار الحلول	٠,٠٠٠	٤٧١,٧٨ ٥	٠,٦١١	٠,٧٨٢

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0,05$)

تبين نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R=0.782$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغير المستقل (ابتكار الحلول) في المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (٤٧١,٧٨٥)، وبمستوى دلالة ($0.000 = \text{Sig}$) وهو أقل من ٠,٠٥، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.611$) وهي تشير إلى أن (61.1%) من التباين في (تفكير النظم) يمكن تفسيره من

خلال التباين في (الابداع)، مع بقاء جميع العوامل الأخرى ثابتة. أظهر جدول المعاملات أن قيمة B عند (ابتكار الحلول) قد بلغت (٠,٨١٠) وأن قيمة t عنده هي (٢١,٧٢١)، وبمستوى دلالة (0.000=Sig)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لابتكار الحلول على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الاردن) الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لتسهيل عمليات الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الاردن). ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (١٠) نتائج اختبار أثر تسهيل عمليات الذكاء على الميزة التنافسية *

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع	
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد		R معامل الارتباط
٠,٠٠٠	١٩,٥١٧	٠,٠٣٨	٠,٧٣٣	تسهيل عمليات الذكاء	٠,٠٠٠	٣٨٠,٩١٥	٠,٥٥٩	٠,٧٤٨	الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0,05$)

تبين نتائج الجدول (١٠) أن معامل الارتباط ($R=0.748$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغير المستقل (تسهيل عمليات الذكاء) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (٣٨٠,٩١٥)، وبمستوى دلالة (0.000 = Sig) وهو أقل من ٠,٠٥، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.559$) وهي تشير إلى أن (55.9%) من التباين في (الميزة التنافسية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (تسهيل عمليات الذكاء)، مع بقاء جميع العوامل الأخرى ثابتة.

أظهر جدول المعاملات أن قيمة B عند (تسهيل عمليات الذكاء) قد بلغت (٠,٧٣٣) وأن قيمة

t عنده هي (١٩,٥١٧)، وبمستوى دلالة (0.000=Sig)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة القائلة: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لتسهيل عمليات الذكاء على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن) الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لسرعة الاستجابة على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ولاختبار الفرضية الرئيسية الرابعة، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (١١) نتائج اختبار أثر سرعة الاستجابة على الميزة التنافسية *

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
٠,٠٠٠٠	٢٢,٥٥٧	٠,٠٣٦	٠,٨١٧	سرعة الاستجابة	٠,٠٠٠ ٠	٥٠٨,٨١٨	٠,٦٢٩	٠,٧٩٣	الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0,05$)

تبين نتائج الجدول (١١) أن معامل الارتباط ($R=0.793$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغير المستقل (سرعة الاستجابة) في المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (٥٠٨,٨١٨)، وبمستوى دلالة (0.000 = Sig) وهو أقل من ٠,٠٥، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.629$) وهي تشير إلى أن (62.9%) من التباين في (الميزة التنافسية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (سرعة الاستجابة)، مع بقاء جميع العوامل الأخرى ثابتة.

أظهر جدول المعاملات أن قيمة B عند (سرعة الاستجابة) قد بلغت (٠,٨١٧) وأن قيمة t عنده هي (٢٢,٥٥٧)، وبمستوى دلالة (0.000=Sig)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لسرعة الاستجابة على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن)".

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لتبني القدرات الاستباقية على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن). ولاختبار الفرضية الرئيسة الثالثة، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (١٢): نتائج اختبار أثر القدرات الديناميكية في الابتكار

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع	
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد		R معامل الارتباط
0.000	55.638	0.033	0.839	تبني القدرات الاستباقية	0.000	657.303	0.653	0.808	الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تبين نتائج الجدول (١٢) أن معامل الارتباط ($R = 0.808$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أن أثر المتغير المستقل (تبني القدرات الاستباقية) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (٦٥٧,٣٠٣)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من 0,05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.653$) وهي تشير إلى أن (65.3%) من التباين في (الميزة التنافسية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (تبني القدرات الاستباقية).

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (تبني القدرات الاستباقية) قد بلغت (0.839) والخطأ المعياري (0.033) وأن قيمة t عنده هي (25.638)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، نقبل الفرضية البديلة القائلة: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لتبني القدرات الاستباقية على الميزة التنافسية في الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة المحدودة "زين" (الأردن)".

النتائج: في ضوء تحليل النتائج السابقة ومناقشة فرضياتها خلصت الدراسة إلى نتائج ميدانية، التي يؤمل بأن تساهم في تحسين الخدمات الذكية في شركة زين.

١. ان مجال التطبيق التكنولوجي الذكي يعطي للمنظمات ومنتجها المزايا الكافية لتطوير أجهزتها دونما المساس بقواعد ملكية أو إدارة تلك الأجهزة. وذلك كقيمة تنافسية للمنظمة.
٢. فكرة تطبيق الخدمات الذكية جاءت لرغبة المنظمات بشكل عام في تقديم خدمات جيدة والارتقاء بمستوى الأداء.
٣. ان الخدمات الذكية تساهم بشكل فعال في تحقيق كافة الجوانب المتعلقة بالميزة التنافسية.
٤. أظهرت النتائج التأثير الخدمات الذكية لها تأثيراً مباشراً في تعزيز القدرة الادائية للشركة المبحوثة.
٥. إن زيادة الرغبة لدى المستهلكين في البيئات التكنولوجية الحديثة جعلت تنفيذ هذا التحول يحقق عدة مزايا أهمها سهولة تقديم المنتج.
٦. زيادة الحاجات المجتمعية وزيادة توقعات المستهلك أهدت الى ضرورة تطوير شكل اداء الخدمات من التقليدي الى الإلكتروني.
٧. المجتمعات أصبحت على درجة كبيرة من استيعاب التقنيات الحديثة واستخدام التكنولوجيا المرتبطة بالاتصال، مما يدعم إمكانية التحول وتفاعل الجمهور من خلال الإنترنت.
٨. أسباب التخوف من التوجه لاستخدام الخدمات الذكية جاء نتيجة لعدم المعرفة بالاستخدام، والشعور بعدم سرية وأمان المعلومات.

التوصيات:

١. من اجل تحسين مرونة التفاعل مع المعطيات التكنولوجية وتقديم المنتجات الذكية على شركة زين اعتماد منهج المقارنة المرجعية Benchmarking.
٢. توفير الوسائل الادارية المبنية على الذكاء التكنولوجي لتقديم كل منتج.
٣. تدريب الكفاءات البشرية وتأهيلها لمواجهة الطلب غير المتوقع على التقنية الجديدة، وإجراء الدراسات والبحوث المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات الحديثة.
٤. بث الثقة من خلال تبني برامج توضح مزايا وأمان الاستخدام للخدمات الذكية.
٥. الانفتاح على رأس المال البشري من الخبرات الجديدة والطاقات الفعالة للمساهمة في تطوير خدمات ذكية.

قائمة المراجع:

احمد محمد رضا قنديل ونبراس كاظم عبد آل عوج وعلاء حسين فاضل الطرفي واحمد عبد الله الشمري، (٢٠٢٠) دور خصائص المنظمة الذكية في تعزيز التأهب الريادي عن طريق تبني سلوكيات العمل الاستباقية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية (المجلد ١٥) العدد (٦١).

الحنيطي، محمد (٢٠٠٥) "الحكومة الإلكترونية وأثرها على جودة الخدمة المقدمة إلكترونياً: دراسة حالة دائرة ضريبة الدخل"، مؤتمر إدارة الأعمال الأول كلية الأعمال الجامعة الأردنية. خريسات، ديانا والنجار، فايز (٢٠٢١) أثر المنظمات الذكية في الميزة التنافسية المستدامة: الدور الوسيط لوسائط التواصل الاجتماعي في شركات التأمين في الأردن. مجلة المتقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ٨(١)، ٤٧-٧٨.

الربيع، مطي، و عبدالوهاب، أشرف (٢٠١٨). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة "مؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة". أطروحة دكتوراه غير منشورة جامعة المسيلة، المسيلة، الجزائر.

ردايدة، إيناس "محمد أمين" أحمد، (٢٠١٦) أثر خصائص المنظمة الذكية في إدارة الأزمات" دراسة تطبيقية في المستشفيات الخاصة: بمدينة عمان" دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الأردن.

الشوا، نسرين (٢٠٠٤) "اتجاهات موظفي القطاع العام نحو تطبيق الحكومة الإلكترونية في الأردن: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن. الشوربجي، مجدي (٢٠٠٥)، مؤتمر إدارة الأعمال الأول: مستجدات الألفية الثالثة: الفرص والتحديات لمنظمات الأعمال العربية، 3-5 أيار، 2005.

صالح، احمد علي وآخرون، (٢٠١٠)، الادارة بالذكاءات، نهج التميز الاستراتيجي والاجتماعي للمنظمات، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

الطائي، غالب (2004)، تقييم مواقع فنادق الدرجة الأولى على شبكة المعلومات العالمية (حالة من الاردن)، مجلة دراسات، (31) (2).

العزاوي وبشرى هاشم محمد، (٢٠٠٨) أثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي، دراسة اختبارية تحليلية لآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد، اطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.

العواسا، صالح (2015). فاعلية استراتيجية المنظمات في الميزة التنافسية في ظل التغيرات العالمية الجديدة.

رسالة دكتوراه بفلسفة إدارة الأعمال، غير منشورة، جامعة الجنان، لبنان.

العوامل، نائل (2000) "الحكومة الإلكترونية ومستقبل الإدارة العامة: دراسة استطلاعية للقطاع العام قطر"، دراسات مجلد (1)، ص 163-182.

فادي القضاة وبلال النور وزياد الشوابكة، (٢٠١٩) أثر خصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن، مجلة المنقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد السادس، العدد (١) شوال ١٤٤١هـ/حزيران ٢٠٢٠.

أبو فارة، يوسف، مكونات ومراحل استراتيجية الأعمال الإلكترونية، مؤتمر إدارة الأعمال الأول: مستجدات الألفية الثالثة: الفرص والتحديات لمنظمات الأعمال العربية، 3-5 أيار، 2005.

المبيضين هشام (٢٠١٥) نظم المعلومات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في شركة البوتاس العربية في المملكة الاردنية الهاشمية" المجلة الاردنية في إدارة الاعمال، مجلد ١١، عدد ٢، ص ٤٨١-٥٠٨.

Burns, K. (2012). **Assessing and Exploring Strategic Crisis Management Planning in Michigan Small Businesses. *PhD Dissertation***, Lawrence Technological University, College of Management, Michigan: United State

Clarke, T. & Clegg, S. (2000). Management Paradigms for the new Millennium. **International Journal of Management Reviews**, 2(1):45-64.

David Bennet & Ms. Alex (2003) **Bennet Organizational Survival in the New World**, Butterworth-Heinemann Eidizadeh, R., Salehzadeh, R., & Esfahani, A. C. (2017). Analysing the role of business intelligence, knowledge sharing and organizational innovation on gaining competitive advantage. *Journal of Workplace Learning*, 29(4), 250-267 .

Matheson, D & Matheson, J. (2001). Smart Organizations Perform Better. **Research-Technology Management**, 44 (4): 49-54. Wan, c.s (2002). **The websites of international Tourist Hotels and Tour Wholesalers in Taiwan**. Tourism.