

أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين بالفنادق
المصرية من خلال توسيط عمليات إدارة المعرفة

**The impact of using artificial intelligence applications on
enhancing the innovative behavior of employees in Egyptian
hotels through knowledge management Processes mediation.**

د. عماد عبد العزيز عيد القصبي النجار

أستاذ مساعد إدارة الأعمال - جامعة شقراء - المملكة العربية السعودية

أستاذ مساعد إدارة الأعمال - معهد الدلتا العالي لنظم المعلومات الإدارية والمحاسبية

المخلص:

تتناول هذه الدراسة الكشف عن تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين بالفنادق المصرية من خلال توسيط عمليات إدارة المعرفة. تهدف هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة والتأثير بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال نموذج قبول التكنولوجيا الحديثة والسلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية، مع بيان دور عمليات إدارة المعرفة بوصفها متغيرا وسيطا في تلك العلاقة، وبشكل أكثر تفصيلا. وقد اعتمد الباحث على قائمة استقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة لاختبار فروض الدراسة لعينة قوامها (414) مفردة من العاملين في الفنادق المصرية.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أنه توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، كما كشفت عن وجود تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي باستثناء بُعد المنفعة المدركة على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، وعن وجود تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على إدارة المعرفة. بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي ايجابي لإدارة المعرفة على جميع أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين. وأخيرا يزداد التأثير المعنوي الايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط إدارة المعرفة.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي، نموذج قبول التكنولوجيا، إدارة المعرفة، السلوك الابتكاري للعاملين.

Abstract

This study addresses the impact of using artificial intelligence applications in enhancing the innovative behavior of employees in Egyptian hotels through mediating knowledge management processes. The aim of this study is to attempt to reveal the nature of the relationship and influence between the use of artificial intelligence applications

through a modern technology acceptance model and the innovative behavior of employees in Egyptian hotels, while clarifying the role of knowledge management processes as a mediating variable in that relationship, in more detail. The researcher relied on a survey questionnaire as the main tool for collecting the necessary data to test the study hypotheses from a sample of (414) individuals working in Egyptian hotels.

The main findings of this study indicated that there is a significant positive correlation between the dimensions of artificial intelligence use, knowledge management, and the dimensions of innovative behavior of employees. It also revealed a significant positive impact of the dimensions of artificial intelligence application, except for the perceived usefulness dimension, on the dimensions of employees' innovative behavior, and a significant positive impact of the dimensions of artificial intelligence application on knowledge management. Additionally, there is a significant positive impact of knowledge management on all dimensions of employees' innovative behavior. Finally, the positive significant impact of the dimensions of artificial intelligence application on the dimensions of employees' innovative behavior increases when knowledge management is mediated.

key words:

Artificial intelligence, Technology acceptance model, knowledge management, the Innovative behavior of employees.

مقدمة:

يشهد العالم حالياً تطوراً سريعاً في مجال التكنولوجيا، خصوصاً في الذكاء الاصطناعي الذي أصبح له تأثير ملموس على مختلف نواحي الحياة، بما فيها قطاع الضيافة. ومع اشتداد المنافسة في هذا المجال، أصبح الابتكار عاملاً حاسماً للحفاظ على الميزة التنافسية وتحقيق التميز. لذلك، تكتسب دراسة تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية أهمية متزايدة.

تعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي أداة فعالة لتعزيز السلوك الابتكاري وتقديم حلول مبتكرة لتحسين الخدمات وزيادة الكفاءة (Yin, M., & et al, 2024). تعد إدارة المعرفة جزءاً

أساسيًا من تعزيز السلوك الابتكاري لأنها تساهم في تبادل المعرفة وتحفيز الابتكار بين الموظفين.

تُعتبر إدارة المعرفة من أبرز العناصر التي تساهم في دعم الابتكار، إذ توفر بيئة مشجعة على تبادل الأفكار والمعارف بين الموظفين (Kim, M., & Han, H.S, 2021). ومع الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي، يمكن تعزيز عمليات إدارة المعرفة بشكل ملحوظ، مما يؤدي إلى رفع مستوى الكفاءة والفعالية في مشاركة المعرفة وابتكار الأفكار الجديدة.

تعتبر الفنادق المصرية قطاعاً حيويًا يسهم بشكل كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ومع زيادة الطلب على الخدمات الفندقية، أصبح من الضروري تعزيز السلوك الابتكاري بين العاملين في هذا القطاع لضمان توفير خدمات متميزة تلبي احتياجات العملاء المتغيرة (Al-Shanfari, A., 2023).

وفي هذا الصدد يسعى هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري لدى العاملين في الفنادق المصرية، مع التركيز على دور إدارة المعرفة كوسيط لهذه العلاقة. وسيتم في هذا البحث طرح مجموعة من الأسئلة البحثية التي تتعلق بمدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على مختلف أبعاد السلوك الابتكاري، وكيفية مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز هذه التأثيرات.

أولاً: ادبيات الدراسة:

تتضمن أدبيات الدراسة الإطار النظري الذي يشمل مفاهيم، والأبعاد الخاصة بمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى عرض لعدد من الدراسات السابقة والتي لها صلة مباشرة بهذه المتغيرات، والتي أتاحت للباحث فرصة الاطلاع عليها، وذلك على النحو التالي:

1. الإطار النظري:

في هذا الجزء يتناول الباحث مفاهيم، وأبعاد متغيرات الدراسة، وذلك على النحو التالي:

1/1- استخدام الذكاء الاصطناعي:

تجاوزت التطورات السريعة في علوم الحاسوب وتطبيقاتها البرمجية في السنوات الأخيرة تلك الموجودة في مجالات علمية أخرى. تُعرف هذه التقدّمات في البرمجيات بالذكاء الاصطناعي، الذي يُعتبر تكنولوجيا حديثة حظيت باهتمام واسع في المجالات الأكاديمية والعملية. يشير الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام ويمكنها تحسين نفسها بناءً على المعلومات التي تجمعها (Russell, 2009). يتعلق الأمر أكثر بالقدرة على التفكير وتحليل البيانات بدلاً من كونه شكلاً أو وظيفة محددة. يرتبط الذكاء الاصطناعي بتصميم أنظمة الحاسوب والبرمجيات التي تهدف إلى محاكاة السلوك البشري. كما يشير (Budzik, J., & Hammond, K. J., 2000) إلى أن هذه البرمجيات تُعتبر من بين الأكثر ذكاءً في مجال الحوسبة، حيث تشمل اتجاهين رئيسيين: الأول يتعلق بتوسيع نطاق معالجة المعلومات، والثاني يتمثل في تعزيز مستوى فهم المعلومات. بينما يرى (Kok, J.N., et al., 2009) أن هدف هذه التطبيقات هو تعزيز مهارات العمال بدلاً من استبدالهم، فإنها تعمل كحلقة وصل بين التطبيقات المعقدة، والعمال، والحواسيب، والمعرفة، والعالم المادي. ومن بين أبرز مهامها تمكين التطبيقات من توزيع واسترجاع البيانات، واستخراج البيانات، وتصميم المنتجات، وعمليات التصنيع، والتخطيط. يرى (Laudon, K. C., & Laudon, J. P., 2021) أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تعتمد على تجارب البشر ومعرفتهم.

وفي هذا الصدد ونتيجة للتقدم التكنولوجي وتطور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي مما أدى إلى رقمنة الخدمات المقدمة للسائحين والمستفيدين

من الخدمات الفندقية، نجد أن بيئة صناعة السياحة بشكل عام قد اختلفت بصورة كبيرة. ومع دخول الألفية الجديدة وتطبيق التقنيات الحديثة ومنها الذكاء الاصطناعي حدث تطور كبير في صناعة السياحة والضيافة من خلال تحسين خدمة العملاء (شاكي & بوخاري، 2021). وقد أدى استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تحليلات أفضل، وحجوزات أسرع، وتنبؤات أكثر دقة، وأتمته العديد من العمليات، من تقديم توصيات مخصصة بناءً على تفضيلات المستخدم إلى تحسين الحملات التسويقية وتسهيل عملية الحجز (Boon, Yi Jean, 2024).

وفي هذا السياق، ستم مناقشة الأبعاد الخاصة بالاتجاه نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بناءً على نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model (TAM) الذي طوره (Davis, 1989). يُعتبر هذا النموذج واحدًا من أكثر النماذج استخدامًا وتطبيقًا في مجال قبول التكنولوجيا الحديثة. يفترض هذا النموذج أن قبول الأفراد للتكنولوجيا الحديثة يتحدد بعاملين رئيسيين: الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة. كما يقدم النموذج أن هذين العاملين يتأثران بعدة متغيرات خارجية. وأن الهدف الرئيسي من هذا النموذج هو تفسير سلوك المستخدم تجاه المعلومات والتنبؤ بنية الاستخدام والاستخدام الفعلي للابتكارات التكنولوجية.

يستند نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) على فرضية أن إدراك الفرد للتكنولوجيا الجديدة بأنها سهلة ومفيدة يرتبط مباشرة بزيادة الميل الإيجابي تجاهها (Lefrid, et al., 2023)، مما يعزز من دافعه أو رغبته في التفاعل معها. أوضح "ديفيس" العوامل التحفيزية التي تؤثر على تفاعل المستخدم مع نظم المعلومات في النموذج الأساسي، محددًا ثلاثة مكونات حاسمة: الفائدة المدركة، سهولة المدركة للاستخدام، والموقف تجاه الاستخدام، بينما افترض أن موقف المستخدم يعتبر المحدد الرئيسي لكل من التفاعل الفعلي وعدم التفاعل مع التكنولوجيا.

لاحقاً، قام "ديفيس" بتنقيح الإطار النظري، حيث افترض أن الفائدة المدركة تؤثر بشكل مباشر على الاستخدام الفعلي للنظام، وأن سمات النظام لها تأثير مباشر على ميل المستخدم بغض النظر عن أي اعتماد فعلي على النظام. ثم تقدم النموذج ليشمل نية السلوك لاستخدام النظام كمتغير يتأثر مباشرة بالفائدة المدركة ويعمل كوسيط بين الاستخدام الفعلي والموقف تجاه الاستخدام. بعد ذلك، أجرى تقييماً تجريبياً للنسخة الثانية من النموذج، مظهرًا فعاليتها (Davis, 1989).

وفي هذا الجزء نتناول الأبعاد الخاصة بنموذج قبول التكنولوجيا كما يلي:

– سهولة الاستخدام المدركة (PEU) Perceived Ease Of Use تشير PEU إلى مدى إدراك الفرد بأن استخدام تقنية معينة خالٍ من الجهد (Ampo et al., 2024). كما أشار (Sri et al., 2024) إلى أن سهولة الاستخدام المدرك هي الدرجة التي يدركها الفرد أن استخدام نظاماً ما سيكون سهل التشغيل ومفهوماً وتفاعلياً ومرناً. كما يعتبر (Ampo et al., 2024) أن سهولة الاستخدام المدرك من العوامل المحددة لقبول تقنية معينة في نموذج قبول التكنولوجيا، حيث توجد إمكانية لأن يؤثر إدراك الفرد لسهولة الاستخدام تأثيراً مباشراً في إدراكه لفائدة الاستخدام، وأن يكون التأثير بمقدار إسهام إدراك الفرد لسهولة الاستخدام المدركة في تحسين الأداء.

– فائدة الاستخدام المدركة (PU) Perceived Usefulness تُعرّف فائدة الاستخدام المدركة بأنها مدى إدراك الفرد أن استخدام تقنية معينة سيزيد من أدائه المهني أو يُحسن أنشطته الروتينية. تشير الأدلة التجريبية إلى أن وجود إدراك قوي للفائدة يرتبط إيجابياً بالانوايا السلوكية في استخدام التقنية (Ampo et al., 2024) (Zabukovšek & Bobek, 2025) وقد أشار (Zabukovšek & Bobek, 2025) أنه

ضمن مجال حلول تخطيط موارد المؤسسات، أفادت المنظمات التي قامت بتخصيص أنظمتها لتتوافق مع متطلبات معينة بمعدلات قبول مرتفعة تعزى إلى الفائدة المدركة للتقنية.

– نية السلوك (BI) Behavioral Intention

تؤثر مواقف المستخدمين تجاه الأنظمة التكنولوجية المتأثرة بـ PEU وPU، بشكل مباشر على نواياهم السلوكية بشأن استخدام التكنولوجيا. وترتبط المواقف الإيجابية بزيادة احتمال الاستخدام الفعلي للنظام، كما يتضح من العديد من الدراسات التجريبية (Sri et al., 2024) (Ampo et al., 2024) بأنه على الرغم من أن (TAM) يوفر إطارًا شاملاً لفهم قبول التكنولوجيا، فإنه من الضروري أخذ العوامل الخارجية في الاعتبار، مثل التأثيرات الثقافية والسياقات التنظيمية، التي يمكن أن تؤثر أيضًا بشكل كبير على قبول المستخدم (Taherdoost et al., 2024) (Armouti et al., 2023).

2/1 – إدارة المعرفة:

مفهوم إدارة المعرفة: يجب على المنظمات اكتشاف طرق فعالة لتعزيز أدائها في مواجهة العولمة والتقدم التكنولوجي السريع وتغير بيئة السوق (Teoh et al., 2023). تعتبر إدارة المعرفة حلاً كافياً للشركات التي تسعى لتصبح أكثر كفاءة وتنافسية. لا شك أن العالم الحديث دخل عصر المعلومات، مما يجعل من الضروري تحويل البيانات التنظيمية إلى معرفة. علاوة على ذلك، أصبحت إدارة المعرفة أصولاً استراتيجية للمؤسسات بسبب التركيز المتزايد على إدارة وتطبيق المعرفة لتحسين الأداء التنظيمي والكفاءة والقدرات التنافسية (Chetty et al., 2021). ويرى (Abuaddous et al., 2018) أن الاستثمار في موارد إدارة المعرفة سيساهم في حل مشاكل الأعمال وتبسيط أساليب العمل وتوفير الكفاءة وتحسين نمو الأعمال واستدامتها. لذلك، من الضروري دعم المديرين في تعزيز

ثقافة تبادل المعرفة المناسبة. كما يرى (Shateri & Hayat, 2020) أن تبادل المعرفة له تأثير كبير وجوهري على تنمية المهارات وزيادة القيمة والحفاظ على الميزة التنافسية في المنظمة.

وفي هذا السياق عرف (Girard & Girard, 2015) إدارة المعرفة بأنها "عملية إدارية لإنشاء وتبادل واستخدام المعلومات والمعرفة التنظيمية." في حين عرفها (Wu and Chen, 2014) بأنها عملية تتضمن إنشاء المعرفة (توليد المعرفة)، واكتسابها، وترميزها، وتخزينها، ونقلها (تحويل المعرفة)، وتوزيعها، وتكاملها، وتطبيقها. كما يرى (Al Amiri, 2024) أن قدرات إدارة المعرفة بما في ذلك إنشاء المعرفة واكتسابها ومشاركتها واستخدامها أكثر أهمية للتغيير التنظيمي والنمو والقدرة التنافسية. وفي الوقت نفسه، وضح (Teoh et al., 2023) أن قدرات إدارة المعرفة لها تأثير مباشر وواضح على أداء الإبداع التنظيمي. إذا تمكنت المنظمة من اكتساب المعرفة الصحيحة وتطبيقها بنجاح، فسيؤدي ذلك إلى نتائج إيجابية.

أبعاد إدارة المعرفة: تشمل عملية إنشاء المعرفة تشخيص المعرفة وتوليدها وتخزينها وتوزيعها وتطبيقها في بيئتها التسويقية، وذلك لاتخاذ القرارات التسويقية. وفيما يلي أبعاد إدارة المعرفة واستخدامات الذكاء الاصطناعي:

- خلق المعرفة: تشمل ظاهرة خلق المعرفة صياغة مفاهيم وحلول جديدة من الألف إلى الياء، وفي بعض الأحيان، تتوج هذه الظاهرة بإعادة تكوين وإعادة تجميع المعرفة الموجودة مسبقاً. وتسهل هذه القدرة على تكيف المنظمة مع السياقات المتطورة. وبالتالي، قد يتجلى خلق المعرفة في اكتساب المعرفة من خلال استكشاف المعلومات أو الحصول عليها (Jarrahi et al., 2023). يساعدنا الذكاء الاصطناعي في قيادة التحليلات التنبؤية من خلال قدرات التحليلات ذاتية التعلم، والتعرف على

الأنماط غير المعروفة سابقًا، وتحليل البيانات التنظيمية واكتشاف العلاقات، وتطوير رؤى إعلانية جديدة.

- تخزين المعرفة واسترجاعها: أكد كل من (Jarrahi et al., 2023) أن هذه العملية تهتم في المقام الأول باستخراج المعرفة وتوضيحها وتوثيقها بشكل منهجي للاستخدام المستقبلي، وهو ما يتحقق غالبًا من خلال إنشاء مستودعات المعرفة. وعلاوة على ذلك، لاحظ (Alavi & Leidner., 2001) أن الوظيفة الأساسية لإدارة المعرفة هي تطوير واستدامة ذاكرة تنظيمية تراقب كل من أصول المعرفة المولدة والمكتسبة. يشكل تنفيذ استراتيجيات التخزين والاسترجاع الفعالة إحدى الآليات الحاسمة للحفاظ على الذاكرة التنظيمية. تساعد الذكاء الاصطناعي في تجميع المعلومات المتماسكة وتصنيفها وهيكلتها وحفظها واسترجاعها. كما يحل ويرشح بشكل منهجي المحتوى المتنوع ووسائل الاتصال. كما يتيح إعادة استخدام المعرفة من قبل الفرق التعاونية والممارسين الأفراد.
- تبادل المعرفة: كما أوضح (Jarrahi et al., 2023) ، فإن النشر الفعال للمعرفة داخل المنظمة أمر ضروري لاستخدامها بنجاح في مجالات حل المشكلات واتخاذ القرار. ومع ذلك، فإن عملية تبادل المعرفة تواجه في كثير من الأحيان عقبات تتعلق بالأبعاد الزمنية والمكانية والوظيفية. وبالتالي، غالبًا ما تتميز ظاهرة تبادل المعرفة داخل العديد من المنظمات بطبيعتها المحلية والمجزأة. يسهل الذكاء الاصطناعي ربط الأفراد المنخرطين في قضايا مماثلة من خلال تعزيز الروابط الضعيفة وعلاقات المعرفة. وهذا بدوره يعزز الذكاء التعاوني وزراعة الذاكرة التنظيمية المشتركة.
- تطبيق المعرفة: (Bhatt, 2001) افترض أن تطبيق المعرفة يشمل تحقيق المعرفة بعد استرجاعها أو نشرها. وهذا يتطلب في كثير من

الأحيان إعادة هيكلة أصول المعرفة القائمة وتحويلها إلى حلول قابلة للتطبيق أو خلق منتجات وخدمات جديدة مصممة خصيصا لسياق معين. وفي العديد من الحالات، يتوقف تطبيق المعرفة على عملية إعادة الاختراع، والتي "لا تقتصر على مجرد تغيير مفاهيم الآخرين". ويتطلب هذا المسعى الاختيار والتحليل والتكامل الماهر للمعرفة الخارجية ذات الصلة. ويسهل الذكاء الاصطناعي تعزيز تطبيق المعرفة الخاصة بالسياق من خلال إجراء عمليات البحث وتنظيم مستودعات المعرفة. وعلاوة على ذلك، فإنه يعزز الوصول العادل إلى المعرفة.

3/1- السلوك الابتكاري للعاملين:

يتناول الباحث في هذا الجزء الخلفية النظرية لمتغير السلوك الابتكاري للعاملين، من حيث مفهومه وأبعاده، وذلك كما يلي:

مفهوم السلوك الابتكاري للعاملين: إن السلوك الابتكاري هو مفتاح النجاح في عالم الأعمال المتغير باستمرار، عندما يتمتع الموظفون بقدرة على التفكير خارج الصندوق وتقديم أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشكلات، ويتميز السلوك الابتكاري بأنه كل الأنشطة المعرفية أو المادية التي يقوم بها الموظفون، سواء بشكل فردي أو جماعي، بهدف توليد وتحقيق أفكار جديدة قابلة للتطبيق في إطار واجباتهم المهنية (Afsar et al, 2021). وفي الوقت نفسه، وصفه (Strobl et al, 2020) بأنها عملية متعددة المراحل تشمل تحديد المشكلات، وتوليد أفكار جديدة، ورعايتها، وتوفير الدعم حتى تحقيقها. بينما أوضح (Afsar et al, 2021) أن السلوك المبتكر يتعلق بتنفيذ المفاهيم والمنهجيات والعمليات الجديدة داخل مجموعات العمل بالمنظمة. في حين عرف (Singh & Sarker, 2019) السلوك الابتكاري على أنه قدرة الموارد البشرية على استكشاف الأفكار الجديدة والترويج إليها مع السعي للحصول على الدعم لتنفيذها. وعرف (Yuan et al,)

(2018) السلوك الابتكاري على أنه سلوك موجه نحو توليد الأفكار المفيدة، بالإضافة إلى الترويج لها وتنفيذها ضمن سياق اجتماعي محدد. ويشكل السلوك المبتكر الذي يظهره الموظفون شكلاً استباقياً من السلوك والذي يعتمد على فهمهم للواجبات والمسؤوليات داخل بيئة العمل، والذي ينتج من خلال دوافعهم الذاتية (Asurakkody & Shin, 2018). يعتبر الموظفون الذين يشاركون في الممارسات المبتكرة مورداً مهماً داخل المنظمات المعاصرة، ويلعبون دوراً أساسياً في نجاحها من خلال تعزيز المزايا التنافسية (Contreras et al, 2017). علاوة على ذلك، يعد السلوك الابتكاري أمراً محورياً للنجاح التنظيمي. وبالتالي، ومن الضروري التركيز على تنمية الموارد البشرية لتنمية السلوكيات الابتكارية الجديدة التي تخلق المزايا التنافسية (Hamdy et al, 2019).

وفي ذات السياق يؤكد (Calipjo et al, 2023) على الأهمية الكبيرة للسلوك الابتكاري للموظفين داخل المنظمات، مما يعزز ديناميكيته في الوقت الحالي، وذلك نظراً إلى أنه يجب على المنظمات الابتكار لتلبية متطلبات العملاء والاستفادة من التقدم التكنولوجي وديناميكيات السوق المتغيرة. ومن هنا فالسلوك الابتكاري للعاملين لا غنى عنه لنمو واستدامة المنظمات، مما يمثل عملية نشطة للتطوير التنظيمي والتوسع من خلال تنفيذ مفاهيم مبتكرة جديدة. أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين: يُعتبر السلوك الابتكاري للعاملين من العوامل الحاسمة التي تسهم في تطوير المؤسسات وتعزيز قدرتها على المنافسة في بيئة العمل المتغيرة. ويتضمن هذا السلوك مجموعة من الأبعاد الأساسية، وهي توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، وتنفيذ الأفكار الجديدة، وكل منها يشكل جزءاً مهماً من العملية الابتكارية. وتقوم الدراسة الحالية على عرض أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، كما يلي:

- توليد الأفكار الجديدة: يقصد بتوليد الأفكار الجديدة تلك المرحلة الأولى من السلوك الابتكاري، والتي تشمل قدرة الأفراد على التفكير النقدي والإبداعي لإيجاد حلول وأفكار جديدة للمشكلات الحالية أو لتطوير منتجات وخدمات جديدة. وفقاً لدراسة (Adekanmbi, 2023) والتي تشير إلى أن الموظفين الذين يتمتعون بمهارات التفكير الابتكاري قادرون على توليد أفكار جديدة بشكل مستمر، وذلك من خلال دمج الخبرات والمعرفة المتنوعة. بالإضافة إلى ذلك، تدعم بيئة العمل المفتوحة التي تشجع على التجربة والتحفيز الابتكاري قدرة الأفراد على توليد أفكار مبتكرة.
- ترويج الأفكار الجديدة: أما ترويج الأفكار الجديدة فيتمثل في القدرة على تسويق وترويج الأفكار داخل المنظمة، سواء كانت عبر التفاعل مع الزملاء أو مع القيادات العليا. يتطلب ترويج الأفكار القدرة على إقناع الآخرين بجدوى الفكرة وحثهم على دعمها. في هذا السياق، تشير دراسة (Abd-Elmoghith, 2024) إلى أن العاملين الذين يمتلكون مهارات التواصل الفعال والعلاقات الجيدة مع زملائهم يمكنهم ترويج أفكارهم بفاعلية أكبر، مما يسهل عملية تبني الأفكار الجديدة.
- تنفيذ الأفكار الجديدة: يعد المرحلة الأخيرة في السلوك الابتكاري، ويتضمن تحويل الأفكار إلى واقع عملي. يشمل هذا البعد إدارة الموارد وتنظيم العمل لضمان نجاح تنفيذ الفكرة. وفقاً لدراسة (Abd-Elmoghith, 2024)، يشير الباحثون إلى أن العاملين الذين يتمتعون بمهارات تنظيمية وقدرة على التكيف مع التحديات يمكنهم تنفيذ الأفكار المبتكرة بنجاح، وذلك من خلال التعاون مع فرق العمل وتوفير الحلول المناسبة للتحديات التي قد تظهر أثناء عملية التنفيذ.

من المهم أن نلاحظ أن هذه الأبعاد الثلاثة ليست مراحل منفصلة بل هي تفاعلية ومرتبطة. حيث أن القدرة على توليد الأفكار الجديدة تؤثر بشكل مباشر على قدرة الأفراد على ترويج هذه الأفكار، في حين أن نجاح الترويج يعتمد على قدرة الأفراد على تنفيذ تلك الأفكار وتحقيق النتائج الملموسة.

2. الدراسات السابقة والفروض:

1/2: العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة:

يتناول هذا الجزء عرض مجموعة الدراسات التي بحثت في العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي أو أحد أبعاده وإدارة المعرفة أو أحد أبعادها، سواء كانت هذه العلاقة بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، أو بصورة شاملة أو بصورة جزئية - أي العلاقات بين أحد الأبعاد لكلا المتغيرين - وفي ذلك الإطار نجد (Sanzogni et al., 2017) قد حدد أن كل من الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة مترابطان بشكل لا ينفصل مع الخصائص الأساسية للمعرفة والتعلم، وعلاوة على ذلك، تمتلك التطورات المعاصرة في الذكاء الاصطناعي القدرة على إنشاء أطر جديدة لإصلاح إدارة المعرفة داخل السياقات التنظيمية. وبناء على ما تقدم، حيث تشير الأدبيات إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على إدارة المعرفة، فإن هناك حاجة إلى بحث إضافي لفهم إمكانات استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل كامل في تحسين اتخاذ القرارات وتعزيز أداء المنظمات.

وفي هذا الصدد سعى (Jarrahi et al.,2023) إلى توضيح أهمية تبني المؤسسات تلك النظم التي تعتمد على استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال إدارة المعرفة، وأظهرت الدراسة مساعدة الذكاء الاصطناعي في تعزيز الجوانب الأساسية لإدارة المعرفة: توليد المعرفة وحفظها واسترجاعها ونشرها وتطبيقها. ثم بعد ذلك، تقديم مناهج عملية لتنمية التعاون بين الوكلاء البشريين والذكاء الاصطناعي في تعزيز جهود إدارة المعرفة التنظيمية، وتحدد الآثار المختلفة للتقدم والحوكمة لأنظمة الذكاء الاصطناعي بناءً على عناصر الموظفين والبنية التحتية والعمليات. بينما

دراسة (Bhupathi et al, 2023) والتي هدفت إلى اقتراح إطار تحليلي متعدد الأبعاد لتنظيم وتحليل وتصوير مجالات المعرفة المعقدة، بما في ذلك مصادر البيانات، وأنواع المعلومات، وذلك من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية، ويمكن للإطار معالجة وتحليل مجموعات البيانات المتنوعة بكفاءة، بما في ذلك البيانات المنظمة وغير المنظمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوثائقي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أنه يمكن للمنظمات الاستفادة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحديد علامات أو أنماط الإنذار المبكر المرتبطة بإنهاء الخدمة المحتملة للموظفين، والاستفادة أيضا من تحليل بيانات الموظفين في صياغة مقاييس الأداء، وسجلات الحضور، والتعليقات والسمات الأخرى ذات الصلة، كما يدعم الذكاء الاصطناعي تبادل المعرفة التعاونية في المنظمة.

في حين أن دراسة (Salshalhoob, & Khutob, 2023) هدفت إلى التعرف على واقع تطبيق إدارة المعرفة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإبراز درجة تطبيق أبعاد إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من القيادات التعليمية من مديري الإدارات والمكاتب والأقسام، والوحدات والمراكز في الإدارة العامة للتعليم بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية، والبالغ عددهم (30) فردا، حيث تم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) على جميع أفراد المجتمع، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن واقع تطبيق إدارة المعرفة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القيادات في إدارة التعليم بجدة جاء بدرجة مرتفعة لكل من مجال توليد تطبيق مشاركة المعرفة، بينما جاء بدرجة متوسطة المجال تخزين المعرفة.

بينما في دراسة (الدوسري & النوح، 2024) أنها هدفت إلى التعرف على واقع توظيف الذكاء الاصطناعي لتطبيق عمليات إدارة المعرفة (توليد المعرفة تخزين المعرفة مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة بوزارة التعليم في المملكة العربية واستخدمت

الدراسة المنهج الوصفي المسحي، من خلال أداة الاستبانة، والتي طبقت على القيادات في ديوان وزارة التعليم وتكونت عينة الدراسة من (160) فردا. وأظهرت النتائج أن واقع توظيف الذكاء الاصطناعي لتطبيق عمليات إدارة المعرفة توليد المعرفة، تخزين المعرفة مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة بوزارة التعليم في المملكة العربية جاء بدرجة ضعيفة، وجاء بعد تخزين المعرفة في المرتبة الأولى، كما جاء في المرتبة الثانية بعد توليد المعرفة، يليه وبفارق بسيط بعد مشاركة المعرفة، وفي المرتبة الأخيرة بعد تطبيق المعرفة. وفي النهاية أوصت الدراسة على أهمية وضع خطة استراتيجية لدعم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الداعمة لتعزيز عمليات إدارة المعرفة.

وفي ذات المجال نجد دراسة (مدوري & سعيد، 2024) والتي كان الهدف منها معرفة دور التطبيقات المحتملة للذكاء الاصطناعي ومدى أهميتها في عمليات إدارة المعرفة، وهل يتضمن الاستخدام الفعال لهذه التطبيقات تحسين الإنتاجية والكفاءة بالإضافة إلى استكشاف التحديات والمخاطر. وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير لاستراتيجيات تطبيق الذكاء الاصطناعي على تطوير عمليات إدارة المعرفة المتمثلة في: إنشاء المعرفة، تخزين المعرفة واسترجاعها. بالإضافة إلى التأكيد على أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحسين القرارات الإدارية من خلال تعزيز عمليات إدارة المعرفة.

2/2: العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين:

يتناول هذا الجزء عرض مجموعة الدراسات التي بحثت في العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي أو أحد أبعاده والسلوك الابتكاري للعاملين أو أحد أبعاده، سواء كانت هذه العلاقة بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، أو بصورة شاملة أو بصورة جزئية - أي العلاقات بين أحد الأبعاد لكلا المتغيرين - وفي ذلك الإطار نجد دراسة (Trocin, C., et al, 2021) التي تناولت شرح كيفية الاستفادة من تطبيقات وإمكانيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الابتكار في العمليات والخدمات المقدمة،

طبقت الدراسة منهج دراسة الحالة المتعددة والذي يوفر مجموعة من الأدوات الأكثر دقة وقابلية للاختبار، وأجريت الدراسة على مجموعة من المنظمات الاسكندنافية التي تقدم خدمات الموارد البشرية، حيث دمجت دراسة أربع حالات للخروج بنتائج أكثر قابلية للتطبيق. ولقد أظهرت الدراسة كيفية الاستفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي وكيف يؤدي إلى فعالية عملية صنع القرار وتوفير النظم القائمة على البيانات. بالإضافة إلى المساهمة في أبحاث الابتكار الرقمي من خلال توضيح إمكانيات الذكاء الاصطناعي وتحقيقها في المنظمات.

بينما نجد أن دراسة (Ramachandran, K. K., et al, 2022) قد هدفت إلى بحث استخدام الشركات للتحليلات العميقة لبياناتها بغرض تحسين الإنتاجية واكتساب ميزة تنافسية، وتعزيز نتائجها النهائية. ولهذا السبب، نجد حرص الشركات على دمج التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي للحصول على نتائج أسرع وأكثر دقة. بالإضافة إلى ذلك، أدى التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي إلى تحسين الإنتاجية من خلال تقليل المهام المتكررة. وبناء على المزايا السابقة يعترف كل قطاع تقريباً في العالم استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي. حيث خلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي يلعب أدواراً مختلفة في الأعمال التجارية، بدءاً من تعزيز تفاعل الموظفين والعملاء إلى اكتشاف الأنماط المختلفة من خلال تحليل الكميات الهائلة من البيانات وأتمتة الأنشطة الروتينية. والهدف هو اغتنام الفرصة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في نجاح الموظفين وإنتاجيتهم. بالإضافة إلى أن تنفيذ الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي أداة حيوية لأي شركة تسعى للحصول على مساعدة كمية في اتخاذ القرار حيث يمكنها تحليل الكميات الهائلة من البيانات وإصدار اقتراحات قابلة للتنفيذ. وفي مجال الابتكار يساعد الذكاء الاصطناعي الموظفين والشركات على تحديد أهداف أفضل وتحقيقها.

وفي ذات السياق قدم (Wang, Z., et al, 2022) عملية ابتكار الأعمال القائمة على استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنية Block chain (BI-AIBT) لتعزيز

ممارسات الأعمال والحفاظ على التفاعل الآمن بين العملاء المختلفين. حيث قام بدراسة تجريبية نوعية وجمع البيانات من عدد قليل من المستجيبين الأساسيين من قطاعين تجاريين متميزين. وذلك لاستكشاف الاختلاف والتشابهات بين تأثير الرقمنة على تطوير القيمة والاستحواذ على الأعمال. إلى جانب ذلك تحسين قدرات المنظمة ومجال مهارات تفاعل الموظفين من خلال BT. وخلصت الدراسة إلى أن نتيجة استخدام التكنولوجيا الرقمية المقترحة BI-AIBT فإنها تعمل على تحسين نسبة التنبؤ بالطلب (97.1%)، ونسبة جودة المنتج (98.3%)، ونسبة تطوير الأعمال (98.9%)، ونسبة تحليل سلوك العملاء (96.3%)، ونسبة رضا العملاء (97.2%)، وهذا يؤكد على أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يجعل ممارسات الأعمال المختلفة معززة بالقدرة على خلق وسائل جديدة للتعاون. وتساعد هذه التكنولوجيا المتنامية في تقديم خدمات العلامة التجارية وحتى بعض الأنواع الجديدة من التفاعلات المؤسسية مع العملاء والموظفين. بالإضافة إلى تمكين الشركات من اقتناص الفرص الجديدة في السوق من خلال ابتكار الأعمال.

وعلى جانب آخر هدفت دراسة (Tabikh, L. S. A., et al, 2024) إلى اكتشاف طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والابتكار التنظيمي، حيث قامت الدراسة على تحليل للبيانات المتحصلة بواسطة استمارة استبيان تم توزيعها على عينة مؤلفة من (87) من المهندسين العاملين في شركة ريان السفينة للصناعات الكهربائية والهندسية في النجف الأشرف، وقد كشفت نتائج الدراسة أن الابتكار التنظيمي يعتبر وسيلة جديدة لابتكار منتجات فريدة ومتميزة والريادة في تقديم أساليب جديدة للإنتاج. هذا بالإضافة إلى أنه هناك علاقة ارتباط طردية ومعنوية بين الذكاء الاصطناعي والابتكار التنظيمي على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد الفرعية.

وعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي قد يحسن سلوك الابتكار لدى الموظفين، إلا أن دراسة (Yin, M., Jiang, S., & Niu, X., 2024) قدمت بعض الأدلة التي تشير إلى وجود تأثير سلبي على الرفاهية النفسية للموظفين. حيث

هدفت هذه الدراسة في التأثير المزدوج لذكاء مساعد الذكاء الاصطناعي على سلوك الابتكار لدى الموظفين بناءً على النموذج التفاعلي للتوتر. تكشف نتائج الدراسة عن أن مساعد الذكاء الاصطناعي الذي يتميز بذكاء عالٍ له تأثير غير مباشر إيجابي على سلوك الابتكار المدعوم بالذكاء الاصطناعي لدى الموظفين من خلال الكفاءة الذاتية الإبداعية عندما تكون جاهزية الذكاء الاصطناعي التنظيمية أعلى. وعلى جانب آخر فإن نفس مساعدة الذكاء الاصطناعي لها تأثير غير مباشر سلبي على سلوك الابتكار المدعوم بالذكاء الاصطناعي لدى الموظفين عندما تكون جاهزية الذكاء الاصطناعي التنظيمية منخفضة.

في حين نجد أن دراسة (الأهل & سيد، 2025) قد اختبرت تأثير تطبيق الذكاء الاصطناعي لممارسات إدارة الموارد البشرية على تحسين أداء الموظف، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير توفر جانب هام من جوانب المناخ التنظيمي والتوجه الحالي للدولة وهو التفكير الابتكاري في العلاقة بين تطبيق الذكاء الاصطناعي لممارسات إدارة الموارد البشرية وأداء الموظف، وطُبقت الدراسة على البنوك الحكومية في القاهرة الكبرى، وأتبعَت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على أسلوب المعاينة العشوائية الطبقية لتحديد حجم العينة، وقد بلغ حجم العينة (384) مفردة. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج وهي: أنه يوجد تأثير جوهري لتطبيق الذكاء الاصطناعي لممارسات إدارة الموارد البشرية بأبعاده على تحسين أداء الموظف بأبعاده في البنوك محل الدراسة. وأنه يوجد تأثير جوهري لتطبيق الذكاء الاصطناعي لممارسات إدارة الموارد البشرية بأبعاده على تحسين التفكير الابتكاري بأبعاده في البنوك محل الدراسة.

3/2: العلاقة بين إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين:

يتناول هذا الجزء عرض مجموعة الدراسات التي بحثت في العلاقة بين إدارة المعرفة أو أحد أبعادها والسلوك الابتكاري للعاملين أو أحد أبعاده، سواء كانت هذه العلاقة بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، أو بصورة شاملة أو بصورة جزئية -

أي العلاقات بين أحد الأبعاد لكلا المتغيرين - وفي ذلك الإطار يتناول هذا الجزء عرض مجموعة الدراسات التي بحثت في العلاقة بين إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين في المنظمات، وذلك لتوضيح أهمية المتغيرين واستنتاج طبيعة العلاقة بينهما، مع مراعاة عملية الترابط الشديد بين الإبداع والابتكار، فالابتكار يبنى على الأفكار المبدعة التي تعتبر الأساس لعملية الابتكار، وهذا يعنى أنه لن يكون هناك ابتكار بدون وجود أفكار إبداعية (Nayak, et al., 2011)، ومن هنا نجد أن دراسة (الدريرى، 2017) التي هدفت إلى استكشاف الدور الذي تلعبه إدارة المعرفة في تنمية الإبداع التنظيمي وبقاء ونمو المؤسسات ومحاولة الرفع من فعاليتها وأدائها في ظل التحديات الكبيرة التي تواجهها، حيث تبرز أهمية إدارة المعرفة من خلال إضافة قيمة للمؤسسة وخلق ميزة تنافسية وجعل المؤسسة أكثر مرونة، واعتماد أشكال التنسيق والتصميم والهيكلية، وأظهرت نتائج الدراسة أنه لا يمكن الاستغناء عن إدارة المعرفة في المنظمات المعاصرة لأن الإبداع التنظيمي يعتمد على إدارة ناجحة للمعرفة. لذا نستنتج أن المعرفة هي المادة الخام والمصدر الأساسي لتحقيق الإبداع في المنظمة، وبعبارة أخرى يعتبر الإبداع عملية تحويل للمعرفة الجديدة إلى منتجات جديدة، وبالتالي فهو مصدر لخلق القيمة، وتحقيق الميزة التنافسية. فإدارة المعرفة تسهم في الإبداع داخل المنظمة عبر تأثيرها على عوامل مختلفة كالأفراد والعمليات والمخرجات.

أما من الناحية التطبيقية، فقد عززت عدة دراسات سابقة العلاقة بين إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري ومن أبرزها دراسة (أبو زريق، 2017) التي هدفت إلى التعرف على دور عمليات إدارة المعرفة (توليد، تخزين، توزيع، تطبيق) في تحسين الإبداع التنظيمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على جميع العاملين بالمحاكم النظامية في قطاع غزة، وتوصلت إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين عمليات إدارة المعرفة ومستوى الإبداع التنظيمي، ووجود تأثير موجب لعمليات إدارة المعرفة ذو دلالة إحصائية في الإبداع التنظيمي.

وفي ذات السياق قدم (Kmieciak, R., 2021) دراسة كان الغرض منها معرفة تأثير تبادل المعرفة - كأحد أبعاد إدارة المعرفة - على السلوك الابتكاري للعاملين بالمنظمة (توليد الأفكار وتحققها). وقد تم استخدام نموذج مسار المربعات الجزئية بالاعتماد على بيانات تم جمعها من 252 مشاركاً في مجموعة رأسمالية بولندية كبيرة لاختبار فرضيات الدراسة. وقد أظهرت النتائج أن التبرع بالمعرفة يرتبط بشكل كبير بتوليد الأفكار، وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحقيق الفكرة. لا توجد علاقة مباشرة بين سلوك تبادل المعرفة وتحقيق الفكرة. وهذا ما يؤكد التأثير الإيجابي لعمليات إدارة المعرفة على السلوك الابتكاري للعاملين.

كما أن دراسة (Singh, S. K., et al, 2021) كانت تبحث في كيفية استفادة الشركات المتعددة الجنسيات في الأسواق الناشئة من الموارد الاستراتيجية لدفع أداء الابتكار، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات من 352 عينة ثنائية (المشرف والمرؤوس) في الشركات المتعددة الجنسيات في الأسواق الناشئة. وخلصت الدراسة إلى أن ممارسات إدارة الموارد البشرية القائمة على المعرفة تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر من خلال رأس المال الاجتماعي على سلوكيات تبادل المعرفة في الشركات المتعددة الجنسيات. وعلاوة على ذلك، تشير نتائج الدراسة إلى أن تبادل المعرفة يتوسط تأثير رأس المال الاجتماعي على أداء الابتكار.

ونجد أن دراسة (Alsayed., & Aql., 2022) قد هدفت إلى التعرف على دور جودة اتخاذ القرارات كمتغير وسيط في العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي لدى العاملين في مجمع الشفاء الطبي بفلسطين بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على كل من السلوك الإبداعي كمتغير تابع وجودة اتخاذ القرارات كمتغير وسيط، كما كان جودة اتخاذ القرارات ذات تأثير دال إحصائياً في السلوك الإبداعي، كما تؤدي بشكل جزئي دوراً وسيطاً متداخلاً في العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي.

وأخيرا هدفت دراسة (Montani, F., & Staglianò, R., 2022) إلى بحث عملية تبادل المعرفة كشرط يمكن من خلاله تعزيز ابتكار الموظفين استجابةً لضغوط العمل الناجمة عن جائحة كوفيد-19. بالإضافة إلى أنه عندما يتشارك الموظفون المعرفة، يمكنهم توسيع قاعدة معرفتهم وبالتالي تعزيز إمكاناتهم الإبداعية. وتظهر النتائج المستندة إلى عينة من 61 موظفًا في مجال البحث والتطوير في شركات تعتمد على التكنولوجيا في المملكة المتحدة والولايات المتحدة أن تبادل المعرفة خفف من العلاقة بين ضغوط العمل الناجمة عن كوفيد-19 وابتكار الموظفين، بحيث كانت العلاقة سلبية عندما كان تبادل المعرفة أقل ولكنها أصبحت إيجابية عندما كان تبادل المعرفة أعلى. وتسلط هذه النتائج الضوء على أهمية الاستثمار في الموارد القائمة على المعرفة لتعزيز سلوك الابتكار في العمل أثناء الجائحة.

4/2: العلاقات بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين:

يتناول هذا الجزء عرض مجموعة الدراسات التي بحثت في العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين أو بأحد الأبعاد الخاصة بالمتغيرات، سواء كانت هذه العلاقات بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، أو بصورة شاملة أو بصورة جزئية - أي العلاقات بين أحد الأبعاد لكلا المتغيرين - وفي ذلك الإطار ومن خلال مراجعة الأدبيات السابقة نجد أن تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين من خلال وساطة عمليات إدارة المعرفة له أهمية كبيرة ومتعددة الأوجه، ففي دراسة (Olan, F., et al, 2022) فإنها تقدم رؤى محددة مهمة حول كيفية مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمعرفة في تحسين الأداء التنظيمي، وخاصة تلك العمليات المختلفة المتبعة في تحليل البيانات كمساهمة قيمة وفعالة في مساندة نظم الذكاء الاصطناعي وعمليات إدارة المعرفة. ففي حين تساعد التقنيات المتطورة التي تدعمها الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات التجارية والأداء، إلا أنه لا تزال العديد من المنظمات تواجه تحديات

متكررة في عملياتها التجارية. والسبب الرئيسي وراء هذه التحديات يتعلق بالنقطة التي مفادها أن المنظمات غالبًا ما تجد صعوبة في دمج المعرفة الحالية والجديدة في عملية التعلم الخاصة بالذكاء الاصطناعي. وهذا يمثل عائق أمام تطوير وتنفيذ الأنظمة الذكية، وعملية التوزيع والاحتفاظ وإعادة استخدام المعرفة. وعلى هذا النحو، تصبح فوائد الذكاء الاصطناعي للأداء التنظيمي محدودة. وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن تنفيذ تقنيات الذكاء الاصطناعي وحدها لا يكفي لتحسين وتطوير الأداء التنظيمي. بل إن المنظمات في حاجة إلى ربط عمليات إدارة المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساهم في تحسين الأداء والكفاءة. واكتشفت هذه الدراسة أيضًا أن عمليات إدارة المعرفة فقط لا تعتبر عاملاً رئيسيًا لتحسين الأداء.

أما في دراسة (Malik, N., et al, 2022) فكان الغرض منها عرض الجوانب الإيجابية والسلبية للموظفين بسبب استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبيان التحديات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية خلال الضغوط التكنولوجية من استخدام هذه التطبيقات الحديثة. وتم الدراسة من خلال مقابلات شبة منظمة مع 32 محترفًا في تسع مجالات صناعية مختلفة بمتوسط خبرة من 6 إلى 7 سنوات، وكانت أهم النتائج التي حصلت عليها الدراسة هي أولاً: التأثيرات السلبية الناجمة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهي أمن المعلومات وخصوصية البيانات والتغييرات الجذرية الناتجة عن التحولات الرقمية ومخاطر العمل وانعدام الأمن في نفسية الموظف. ثانياً: التأثيرات الإيجابية وهي المرونة والاستقلالية المرتبطة بالعمل والإبداع والابتكار والتحسين الشامل في أداء الوظيفة. بالإضافة إلى وجود عوامل أخرى تساهم في الضغوط التكنولوجية بين الموظفين منها: زيادة عبء العمل وانعدام الأمن الوظيفي والتعقيد. أما على جانب التأثيرات العملية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فإن المنظمات في حاجة إلى مجموعات مختلفة من المهارات والكفاءات التكنولوجية الحديثة. وبالتالي تحتاج المنظمات إلى نشر تدابير استراتيجية لتطوير القوى العاملة تتضمن ترقية المهارات وإدارة المعرفة.

في حين دراسة (Sharma et. al., 2024) نجد أنها تستكشف دمج عمليات إدارة المعرفة والذكاء الاصطناعي لزيادة فعالية المؤسسة، كما تبحث في كيفية مساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنشاء المعرفة وتخزينها ومشاركة المعرفة وتطبيق المعرفة، وخلصت الدراسة إلى أنه يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) وعمليات إدارة المعرفة (KM) أن تعمل على تطوير وتحسين نجاح المنظمة. ولقد تطورت عمليات إدارة المعرفة (KM) بسبب التكنولوجيا الحديثة. كما أنه يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أشكال مختلفة من عمليات إدارة المعرفة، مثل إنشاء المعرفة وتخزينها ومشاركتها واستخدامها. حيث تمكن التقنيات المختلفة من الذكاء الاصطناعي مثل: أنظمة الخبراء، البحث الذكي روبوتات الدردشة، أتمتة العمليات الروتينية، التعلم الآلي (ML) ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP) في معالجة البيانات الكبيرة واستخراج المعلومات القيمة. وهذا يساعد أنظمة إدارة المعرفة التي تدعمها الذكاء الاصطناعي في المنظمات أن تحقق التحول من خلال تحسين التعلم التنظيمي واتخاذ القرارات بشكل أفضل بناءً على تحليل البيانات والتكنولوجيا المحدثة والابتكار، ويمكن أن توفر المساعدة لتكون أكثر اطلاعًا وذكاءً وقابلية للتكيف للاستجابة بسرعة مع التغيرات المؤسسية غير المتوقعة.

وفي هذا السياق قدم (Yang, S. S., 2024) دراسة عن الدور التحويلي للذكاء الاصطناعي في إدارة المعرفة، من خلال تقديم كلا المفهومين واستكشاف علاقتهما المتبادلة في اقتصاديات العصر الحالي التي تعتمد على البيانات. حيث توضح الدراسة كيف يتم دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي الناشئة في أنظمة إدارة المعرفة، وتعزيز عملياتها والقدرة التنظيمية على إدارة المعرفة. كما تتناول العوامل الثقافية والموارد البشرية التي تعتبر حاسمة للتبني الناجح للذكاء الاصطناعي في إدارة المعرفة. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن التنفيذ الناجح للذكاء الاصطناعي في إدارة المعرفة يمكن أن يعزز بشكل كبير من مرونة المنظمة، ويزيد من القدرة التنافسية، ويحسن الكفاءة التشغيلية. لذلك نستنتج أن الذكاء الاصطناعي يعمل على تبسيط

عمليات إدارة المعرفة وإعادة تعريف استراتيجيات إدارة المعرفة للاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين نتائج إدارة المعرفة المتمثلة في ثقافة التطوير المستمر والتأكيد على مبدأ التحسين المستمر داخل الهياكل التشغيلية للمنظمة.

وفي ذات السياق تبحت دراسة (Chen, E., 2024) في الإمكانيات التحويلية للذكاء الاصطناعي في تعزيز أنظمة إدارة المعرفة. حيث تواجه المنظمات تحديات مع الكميات الهائلة من البيانات ومخزون المعرفة المجزأة التي لا تستطيع أنظمة الإدارة التقليدية معالجتها بكفاءة. كما تسلط هذه الدراسة الضوء على كيفية أتمتة النقاط المعرفة واسترجاعها وتركيبها لتحسين الأداء التنظيمي. وكشفت هذه الدراسة عن التأثير العميق للذكاء الاصطناعي على أنظمة إدارة المعرفة. نوضح كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تحويل ممارسات إدارة المعرفة التقليدية إلى عمليات ديناميكية وفعالة. ولقد أثبت دمج الذكاء الاصطناعي في ممارسات إدارة المعرفة إمكانيات كبيرة لتعزيز كفاءة المنظمة من خلال أتمتة المهام الروتينية، حيث لا تعمل هذه الأتمتة على تسريع الوصول إلى المعلومات ذات الصلة فحسب، بل إنها تخفف أيضًا من العبء اليدوي على الموظفين، مما يسمح لهم بالانخراط في المزيد من الأنشطة ذات القيمة المضافة. علاوة على ذلك شهدت عملية صنع القرار داخل المنظمات تحسينات ملحوظة بسبب قدرة الذكاء الاصطناعي على تقديم رؤى دقيقة في الوقت المناسب. ومن الجوانب المهمة بنفس القدر أن للذكاء الاصطناعي في إدارة المعرفة قدرته على تعزيز التعلم المستمر والتكيف والابتكار.

ويخلص الباحث من عرض الدراسات السابقة إلى الاستنتاجات التالية:

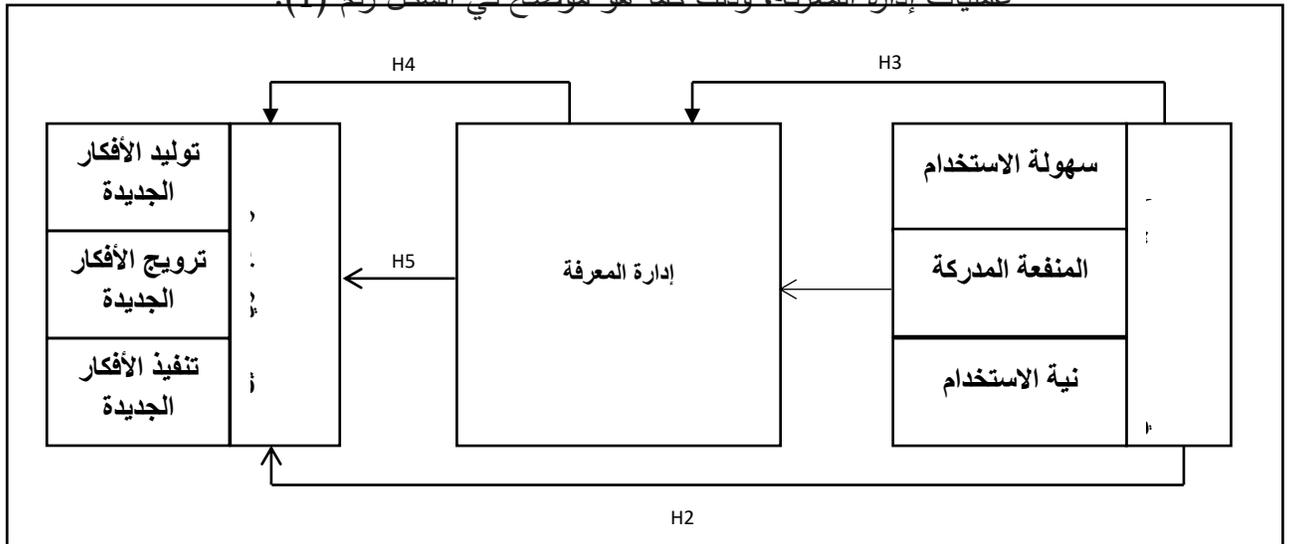
من خلال العرض السابق للدراسات السابقة وجد الباحث أن هذه الدراسات قد تعددت واختلفت فيما بينها باختلاف الاهداف ومجالات التطبيق والمتغيرات التي تناولتها، ومن هنا خلص الباحث إلى ما يلي:

- عرضت هذه الدراسة مجموعة من الدراسات السابقة لكشف طبيعة العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة، مثل دراسات: (Sanzogni et al.,)

- (2017)، (Jarrahi et al., 2023)، (الدوسري & النوح، 2024)، (مدوري & سعيد، 2024) والتي أكدت على وجود العلاقة ومدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات إدارة المعرفة. وهذا ما خلصت له هذه الدراسة من خلال استنباطها لنموذج الدراسة والفروض فيما يلي.
- تناولت الدراسة الحالية مجموعة من الدراسات السابقة والتي كشفت عن طبيعة العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي أو أحد تطبيقاته والسلوك الابتكاري للعاملين أو تعزيز الابتكار بصفة عامة، مثل دراسات: (Trocin, C., et al, 2021)، (Ramachandran, K. K., et al, 2022)، (Wang, Z., et al, 2022)، (Yin, M., Jiang, S., & Niu, X., 2024) والتي برهنت على وجود العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي أو أحد تطبيقاته والسلوك الابتكاري للعاملين، وهذا ما ساهم في رسم نموذج الدراسة وصياغة الفروض البحثية.
 - عرضت هذه الدراسة مجموعة من الدراسات السابقة لكشف طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين بصورة صريحة أو ضمنية متمثلة في الابداع، مثل دراسة (الدرديري، 2017) ودراسة (أبو زريق، 2017) والتي كشفت عن طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة والابداع التنظيمي، أما في دراسة (Kmieciak, R., 2021) والتي كشفت عن طبيعة العلاقة بين أحد أبعاد إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين، وهذا ما ساعد الدراسة الحالية في تقديم نموذج الدراسة الحالية وصياغة الفروض البحثية.
 - اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تناولها للدور الوسيط لعمليات إدارة المعرفة بصورة إجمالية في قياس دور استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين وذلك بصورة مباشرة، فالدراسات السابقة مثل دراسة (Olan, F., et al, 2022)، (Sharma et. al., 2024)، (Yang,)، (S. S., 2024)، (Chen, E., 2024) قد تناولت العلاقة بين متغير تطبيقات

الذكاء الاصطناعي ومدى تأثيرها في إدارة المعرفة، مع تقديم النتائج الأخرى لهذه العلاقة مثل المساهمة في تحسين الأداء والكفاءة للمنظمة، وتحسين التعلم التنظيمي واتخاذ القرارات بشكل أفضل، وزيادة القدرة التنافسية وتحسن الكفاءة التشغيلية، وتعزيز التعلم المستمر والتكيف والابتكار، كل هذه النتائج المتحققة لوجود هذه العلاقة كانت بصورة عامة وعلى مستوى المنظمة ككل، وليست خاصة بالسلوك الابتكاري للعاملين وهذا ما يمكن اعتباره بمثابة الفجوة البحثية لهذه الدراسة. وبهذا يمكن اعتبارها موضوعاً جديداً لم يتم تناوله من قبل - في حدود علم الباحث-بالإضافة إلى أهمية واختلاف مجال التطبيق على الفنادق المصرية.

بناء على ما سبق يسعى الباحث إلى وضع نموذج مقترح يوضح أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين من خلال توسيط عمليات إدارة المعرفة، وذلك كما هو موضح في الشكل رقم (1):



*المصدر: إعداد الباحث في ضوء الدراسات السابقة.

الشكل رقم (1)
النموذج المقترح للدراسة

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تعد صناعة الضيافة ومجال الفنادق من المجالات الحيوية التي تشهد تطورات متسارعة، حيث تسعى الفنادق المصرية جاهدة للبقاء في المنافسة وتقديم تجارب فريدة لعملائها. في هذا السياق، يبرز دور الذكاء الاصطناعي كأداة قوية يمكن أن تحدث تحولاً جذرياً في العديد من جوانب العمل الفندقي. ومن بين هذه الجوانب، يأتي تعزيز السلوك الابتكاري لدى العاملين كأحد أهم الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات. ونتيجة لأهمية هذا الموضوع ولزيادة عملية الكشف عن المشكلة ومسبباتها، فقد أجرى الباحث دراسة استطلاعية على عينة ميسرة قوامها (30) مفردة من العاملين في مجال الضيافة أو الفنادق بالمستويات الإدارية المختلفة خلال شهر يوليو 2024، وذلك للحصول على معلومات عن مدى قبول التطبيقات التكنولوجية الحديثة المتمثلة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأبعادها المختلفة، ودور إدارة المعرفة وأبعادها، والسلوك الابتكاري لدى العاملين في هذا المجال، كل ذلك من أجل بلورة وتحديد مشكلة الدراسة وصياغة التساؤلات، وقد أسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية عن الآتي:

- أن العاملين ليس لديهم الإلمام الكافي باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الضيافة، وكيفية الاستفادة المثلى منها.
- أن العاملين لا يشعرون بأبعاد استخدام الذكاء الاصطناعي، ودور هذه التطبيقات في تعزيز السلوك الابتكاري لديهم.
- أن العاملين في مجال الضيافة لا يدركون أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في عمليات إدارة المعرفة ومدى الاستفادة منها.
- أن العاملين في مجال الضيافة لا يدركون أهمية وتأثير عمليات إدارة المعرفة ودورها في تعزيز السلوك الابتكاري لديهم.

وفي ضوء ما تقدم فإن مشكلة الدراسة تتمثل بصورة أساسية في الكشف عن دور عمليات إدارة المعرفة في العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري لدى العاملين في الفنادق المصرية. ومما سبق يمكن صياغة التساؤل الرئيس التالي:

ما هو أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين بالفنادق المصرية من خلال توسيط عمليات إدارة المعرفة؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعمليات إدارة المعرفة والقدرة على توليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة للمشاكل في الفنادق المصرية؟
- كيف يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تساهم في عمليات إدارة المعرفة بين العاملين في الفنادق وتسهيل تبادل الخبرات والمعرفة؟
- كيف يمكن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري بين العاملين في الفنادق وتوليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة؟
- كيف يمكن لعمليات إدارة المعرفة أن تعزز السلوك الابتكاري بين العاملين في الفنادق وتوليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة؟
- ما هو تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعمليات إدارة المعرفة في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية؟

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة والتأثير بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال نموذج قبول التكنولوجيا الحديثة والسلوك

الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية، مع بيان دور عمليات إدارة المعرفة بوصفها متغيرا وسيطا في تلك العلاقة، وبشكل أكثر تفصيلا، تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. بيان العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعمليات إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية.
2. الكشف عن أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في فعالية عمليات إدارة المعرفة بين العاملين في الفنادق المصرية.
3. التعرف على أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري بين العاملين في الفنادق المصرية.
4. بيان أثر عمليات إدارة المعرفة في تعزيز السلوك الابتكاري بين العاملين في الفنادق المصرية.
5. الكشف عن الدور الوسيط لعمليات إدارة المعرفة في العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية؟

رابعاً: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال ما تقدمه من مساهمة في المجال الأكاديمي والتطبيقي، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

- الأهمية العلمية: تظهر الأهمية من الناحية الأكاديمية من خلال فهم الدور الوسيط لعمليات إدارة المعرفة في العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين، بالإضافة إلى المساهمة في تغطية جانب من النقص الذي تعاني منه المكتبة العربية في مجال الدراسات والبحوث المرتبطة بالتطبيق على مجال الضيافة والفنادق بصفة عامة. لذا تعتبر الدراسة

مساهمة في تطوير النظريات والاستراتيجيات المتعلقة بإدارة المعرفة والابتكار في المنظمات من خلال استخدامها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- الأهمية التطبيقية: تسهم الدراسة على المستوى التطبيقي من خلال تطبيقها على مجال الضيافة والفنادق، حيث تساهم الدراسة في تطوير صناعة الفنادق من خلال النتائج التي تتوصل إليها هذه الدراسة بتقديم رؤى جديدة حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتعزيز الابتكار وتحسين الأداء. بالإضافة إلى تعزيز القدرة التنافسية للفنادق حيث يمكن للفنادق التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي تعزيز الابتكار لديها وبالتالي تستطيع أن تحقق ميزة تنافسية كبيرة في السوق.

خامسا: فروض الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ومراجعة الأدبيات السابقة وأهمية الدراسة وأهدافها يمكن صياغة فروض الدراسة كما يلي:

1. توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي (سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، نية الاستخدام) وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين (توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، تنفيذ الأفكار الجديدة)، وإدارة المعرفة.
2. يوجد تأثير معنوي بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي (سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، نية الاستخدام) وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين (توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، تنفيذ الأفكار الجديدة).
3. يوجد تأثير معنوي بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي (سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، نية الاستخدام) وإدارة المعرفة.

4. يوجد تأثير معنوي بين إدارة المعرفة وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين (توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، تنفيذ الأفكار الجديدة).
5. يوجد تأثير معنوي بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي (سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، نية الاستخدام) وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين (توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، تنفيذ الأفكار الجديدة) من خلال توسيط إدارة المعرفة.

خامسا: منهج الدراسة:

تحقيقا لأهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم الاعتماد على مسارين: -المسار الأول: -نظري باستخدام أسلوب المسح المكتبي، ويتضمن الاطلاع على المراجع والدراسات السابقة ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة من أجل تكوين الإطار النظري للدراسة. المسار الثاني: -أسلوب المسح الميداني لجمع البيانات بواسطة أداة الدراسة (الاستقصاء) وتحليل بياناتها إحصائيا لاختبار صحة الفروض والإجابة على أسئلة الدراسة. وفي هذا السياق يمكن عرض البيانات المطلوبة للبحث، مجتمع البحث والعينة، قياس متغيرات الدراسة، التحليل الإحصائي وذلك كما يلي:

- أ- البيانات المطلوبة للبحث: تطلب إعداد هذه الدراسة نوعين من البيانات:
- البيانات الثانوية: تم الحصول عليها من خلال مراجعة الكتب والدراسات والبحوث والدوريات العربية والأجنبية والتي تم الحصول من خلال المكتبة الالكترونية والتي تتناول موضوعات الدراسة، وأيضا البيانات الخاصة بمجتمع الدراسة من واقع سجلات المنظمات محل الدراسة.
 - البيانات الأولية: تم جمعها من خلال المستهدفين في الدراسة الميدانية وذلك عن طريق الاستقصاء.
- ب- مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع البحث في الإدارة العليا والإدارة الوسطى بفنادق الخمس نجوم بشرم الشيخ والتي يبلغ عددها 44 فندقاً وفقاً لدليل الفنادق المصرية. تم اختيار مدينة شرم الشيخ لقياس أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري للعاملين بالفنادق المصرية من خلال توسيط إدارة المعرفة كونها تضم عدد كبير من الفنادق المتميزة إدارياً وتنظيماً. كما تم اختيار فنادق الخمس نجوم بشرم الشيخ نظراً لأنها الأكثر قدرة على تبني وتطبيق الذكاء الاصطناعي والاهتمام بالسلوك الابتكاري لدى العاملين نظراً لامتلاكها الإمكانيات والقدرات البشرية والتقنية المناسبة لتبني مثل هذه الممارسات مقارنة بالفنادق ذات الفئات الأقل. وأوضح (Saunders et al., 2009) أن حجم العينة المطلوب من مجتمع البحث الذي يتراوح عدده ما بين 10000-100000 يجب أن يكون أكثر من 384 مفردة. وقد تم توزيع عدد 500 استمارة على عينة عشوائية من هؤلاء العاملين بالفنادق المبحوثة بشكل إلكتروني من خلاص تصميم الاستبانة على Google Drive خلال الفترة من يونيو وحتى سبتمبر 2024 وكانت الردود (414) استجابة فقط، وأصبح هذه الاستجابات هي الصالحة للتحليل النهائي ومنها تألفت عينة البحث.

ج- متغيرات الدراسة وأساليب القياس:

- استخدام الذكاء الاصطناعي: اعتمد الباحث على المقاييس الرئيسية لنموذج قبول التكنولوجيا (Davis, 1989)، ويشمل المقياس (11) عبارة مقسمة من حيث الأبعاد إلى: سهولة الاستخدام (عبارات أرقام: 1-4)، المنفعة المدركة (عبارات أرقام: 5-9) ونية للاستخدام (عبارات أرقام: 10-11).
- إدارة المعرفة: اعتمد الباحث على مقياس (Gupa, 1999)، ويشمل المقياس (17) عبارة مقسمة حيث وتم تقسيم الأبعاد إلى: توليد المعرفة (عبارات أرقام:

- 12-16)، تخزين المعرفة (عبارات أرقام: 17-20)، مشاركة المعرفة (عبارات أرقام: 21-24)، تطبيق المعرفة (عبارات أرقام: 25-28)
- السلوك الابتكاري للعاملين: تم قياس السلوك الابتكاري للعاملين باستخدام مقياس (Scott and Bruce's, 1994) والذي تم استخدامه في عدة دراسات سابقة، حيث يعتبر المقياس الأكثر تفصيلاً والمأموام مفهوم السلوك الابتكاري للعاملين وأبعاده عن غيره من المقاييس الأخرى، ويشمل المقياس (9) عبارات مقسمة بشكل متساو على ثلاثة أبعاد للسلوك الابتكاري للعاملين: توليد الأفكار الجديدة (عبارات أرقام: 29-31)، ترويج الأفكار الجديدة (عبارات أرقام: 32-34)، تنفيذ الأفكار الجديدة (عبارات أرقام: 35-37).

د- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- اعتمدت الباحث على الأساليب التالية:
- معامل ارتباط بيرسون: ويُستخدم لقياس العلاقة بين متغيرين أو أكثر مع تحديد نوع العلاقة وقوتها. وتم استخدامه في اختبار الفرض الأول من فروض الدراسة.
 - أسلوب تحليل المسار ونموذج المعادلة البنائية: ويُستخدم لقياس العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات. وتم استخدامه لاختبار بداية من الفرض الثاني إلى الفرض الخامس.
 - وتم استخدام الحزم الإحصائية التالية:

AMOS (version 25) & SPSS for windows (version 25)

سادسا: الصدق والثبات والإحصاء الوصفي:

بعد القيام بالتصميم المبدئي لقائمة الاستقصاء، قامت الباحثة بإجراء اختياري الصدق والثبات على النحو التالي:

أ. اختبار الصدق Validity Assessment:

يستخدم هذا الاختبار لبيان درجة صدق عبارات قائمة الاستقصاء في قياس ما صُممت من أجله، والتأكيد على أن عبارات القائمة تعطي للمستقصي منه نفس المعنى والمفهوم الذي تقصده الباحثة. واعتمدت الباحثة في إجراء اختبار الصدق على ما يلي:

- **صدق المحتوى:** تم عرض قائمة الاستقصاء في صورتها الأولية على الأساتذة المشرفين على الدراسة، وبعد إجراء التعديلات اللازمة تم عرضها على بعض المحكمين من السادة أعضاء هيئة التدريس وأساتذة إدارة الأعمال، وذلك للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية، وقد أبدى هؤلاء المحكمون مجموعة من الملاحظات على العبارات الواردة بقائمة الاستقصاء، وقامت الباحثة بتعديل القائمة وفقاً لهذه الملاحظات.

- **الصدق الموضوعي:** بعد إجراء صدق المحتوى وتعديل الباحثة لقائمة الاستقصاء، قامت الباحثة بإجراء الصدق الموضوعي عن طريق التحليل العاملي التوكيدي، حيث يُعد التحليل العاملي التوكيدي أحد تطبيقات نموذج المعادلة البنائية Structural Equation Model، ويتيح الفرصة لاستخدام صحة نماذج معينة للقياس والتي يتم بنائها في ضوء أسس نظرية سابقة، كما يتيح الفرصة للتأكد من أن عبارات المقياس تقيس ما أُعدت من أجله، وقامت الباحثة بإجراء هذا التحليل لكل متغير من متغيرات الدراسة باستخدام برنامج (AMOS 21).

وقد أظهرت نتائج التحليل والتي يوضحها الجدول رقم (1) ما يلي:

- بالنسبة لمقياس تطبيق الذكاء الاصطناعي فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية Standardized loading مقبولة-حيث يرى (Hair et al., 2014,p.115), أن قيم المعاملات المعيارية المقبولة لا بد أن تكون مُساوية أو أكبر من 0.30 ، وقد أظهر التحليل أن قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت قيمته (0.922) ، كما كانت قيم مؤشر المطابقة المقارن (CFI) مقبولة أيضاً (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، وبلغت قيمته (0.946) ، كما كانت قيم الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الصفر كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت (0.037) مما يدل على معنوية المقياس ، وأن العبارات تقيس ما أُعدت من أجله.

- بالنسبة لمقياس إدارة المعرفة فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية Standardized loading مقبولة-حيث يرى (Hair et al., 2014,p.115), أن قيم المعاملات المعيارية المقبولة لا بد أن تكون مُساوية أو أكبر من 0.30 ، وقد أظهر التحليل أن قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت قيمته (0.738) ، كما كانت قيم مؤشر المطابقة المقارن (CFI) مقبولة أيضاً (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، وبلغت قيمته (0.870) ، كما كانت قيم الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر

والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الصفر كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت (0.053) مما يدل على معنوية المقياس ، وأن العبارات تقيس ما أعدت من أجله.

- بالنسبة لمقياس السلوك الابتكاري للعاملين فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية Standardized loading مقبولة-حيث يرى (Hair et al., 2014,p.115) أن قيم المعاملات المعيارية المقبولة لا بد أن تكون مُساوية أو أكبر من 0.30 ، وقد أظهر التحليل أن قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت قيمته (0.957) ، كما كانت قيم مؤشر المطابقة المقارن (CFI) مقبولة أيضاً (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) ، وبلغت قيمته (0.958) ، كما كانت قيم الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) مقبولة (حيث تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما اقترب من الصفر كلما كان النموذج معنوياً) ، حيث بلغت (0.038) مما يدل على معنوية المقياس ، وأن العبارات تقيس ما أعدت من أجله.

ب. اختبار الثبات Reliability Assessment:

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة مدى إمكانية الاعتماد على قائمة الاستقصاء في الحصول على بيانات تتسم بالثبات، لذلك اعتمدت الباحثة في اختبار الثبات الخاص بقائمة الاستقصاء الخاصة بالدراسة على استخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach's α ، وقد أظهرت نتائج اختبار الثبات أن جميع معاملات ألفا لكرونباخ مقبولة، حيث يرى (Hair et al., 2014) أن قيم ألفا المقبولة هي التي تتراوح من 0.6 إلى 0.7، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة.

ويمكن توضيح إجراءات اختبار الثبات ألفا كرونباخ بشيء من التفصيل كما يوضحها الجدول رقم (1) فيما يلي:

بالنسبة لمقياس تطبيقات الذكاء الاصطناعي فقد تبين أن معامل ألفا لسهولة الاستخدام 0.798، والمنفعة المدركة 0.733، ونية الاستخدام 0.824، كما تبين أن معامل ألفا لمقياس تطبيقات الذكاء الاصطناعي ككل 0.923، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة. و بالنسبة لمقياس إدارة المعرفة فقد تبين أن معامل ألفا لتوليد المعرفة 0.902 ، و تخزين المعرفة 0.959 ، و مشاركة المعرفة 0.965 ، و تطبيق المعرفة 0.896 ، كما تبين أن معامل ألفا لمقياس إدارة المعرفة ككل 0.849 ، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة ، أما بالنسبة لمقياس السلوك الابتكاري للعاملين فقد تبين أن معامل ألفا لتوليد الأفكار الجديدة 0.847 ، و ترويج الأفكار الجديدة 0.738 ، و تنفيذ الأفكار الجديدة 0.692 ، كما تبين أن معامل ألفا لمقياس السلوك الابتكاري للعاملين ككل 0.886 ، وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة.

جدول رقم (1) المعاملات المعيارية والثبات

المتغير	البُعد	رقم العبارة	كود العبارة	المعاملات المعيارية	معامل ألفا	النموذج
أ. تطبيقات الذكاء الاصطناعي						
	1.سهولة الاستخدام	1	Q1	0.602	0.798	GFI=0.922 , CFI=0.946 , RMR=0.037
		2	Q2	0.749		
		3	Q3	0.726		
		4	Q4	0.760		
	2. المنفعة المدركة	5	Q5	0.537	0.733	
		6	Q6	0.816		
		7	Q7	0.765		

		0.624	Q8	8	3. نية الاستخدام
		0.742	Q9	9	
	0.824	0.728	Q10	10	
		0.697	Q11	11	
		ب. إدارة المعرفة			
GFI=0.738 , CFI=0.870 , RMR=0.053		0.849			
	0.902	0.912	Q12	12	1. توليد المعرفة
		0.846	Q13	13	
		0.821	Q14	14	
		0.564	Q15	15	
		0.732	Q16	16	
	0.959	0.691	Q17	17	2. تخزين المعرفة
		0.771	Q18	18	
		0.682	Q19	19	

المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

تابع/ جدول رقم (1) المعاملات المعيارية والثبات

المتغير	البعد	رقم العبد	كود العبارة	المعاملات المعيارية	معامل ألفا	النموذج
		20	Q20	0.722		

	0.965	0.968	Q21	21	3. مشاركة المعرفة	
		0.998	Q22	22		
		0.507	Q23	23		
		0.722	Q24	24		
	0.896	0.998	Q25	25	4. تطبيق المعرفة	
		0.981	Q26	26		
		0.909	Q27	27		
		0.889	Q28	28		
GFI=0.957 , CFI=0.958 , RMR=0.038		0.886	ج. السلوك الابتكاري للعاملين			
	0.847	0.724	Q29	29	1. توليد الأفكار الجديدة	
		0.684	Q30	30		
		0.879	Q31	31		
	0.738	0.832	Q33	32	2. ترويج الأفكار الجديدة	
		0.917	Q34	33		
		0.826	Q35	34		
	0.692	0.532	Q36	35	3. تنفيذ الأفكار الجديدة	
		0.741	Q37	36		
		0.644	Q38	37		

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

ج. بيان خصائص عينة الدراسة:

من خلال استخدام الإحصاء الوصفي يمكن وصف خصائص عينة الدراسة، وذلك على النحو الموضح بجدول (2). ويتضح من الجدول (2) ما يلي:

- اشتملت عينة الدراسة على 190 ذكر بنسبة 57.9%، و138 أنثى بنسبة 42.1%.
- الفئة العمرية الشائعة داخل الدراسة هي الفئة (من 30 إلى أقل من 40 عام) بنسبة 41.5% بواقع 136 مفردة، وهي الأعلى بالنسبة لباقي الفئات العمرية في العينة، يليها الفئة (من 40 لأقل من 50 عام) بنسبة 25% بواقع 82 مفردة، يليها الفئة العمرية (من 22 إلى أقل من 30 عام) بنسبة 19.5% بواقع 64 مفردة، وأخيراً الفئة العمرية (50 عام فأكثر) بنسبة 14% بواقع 46 مفردة.
- المؤهل الشائع بين العينة هو (جامعي) بنسبة 64.6% بواقع 212 مفردة، يليه المؤهل (دراسات عليا) بنسبة 22.9% بواقع 75 مفردة، وجاء في المرتبة الثالثة المؤهل (فوق المتوسط ودون الجامعي) بنسبة 10.1% بواقع 33 مفردة، وفي الترتيب الأخير جاء المؤهل (متوسط) بنسبة 2.4% بواقع 8 مفردات.
- فئة مدة الخدمة الشائعة بين العينة هي (من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات) بنسبة 41.5% بواقع 136 مفردة، يليها فئة مدة الخدمة (من 10 سنوات لأقل من 20 سنة) بنسبة 29.9% بواقع 98 مفردة، وجاء في المرتبة الثالثة فئة مدة الخدمة (أقل من 5 سنوات) بنسبة 19.5% بواقع 64 مفردة، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة مدة الخدمة (20 سنة فأكثر) بنسبة 9.1% بواقع 30 مفردة.

جدول (2): خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	العدد	النسبة
النوع		
- ذكر	190	%57.9
- أنثى	138	%42.1
فئة العمر		
- من 22 لأقل من 30 سنة	64	%19.5
- من 30 إلى أقل من 40 سنة	136	%41.5
- من 40 إلى أقل من 50 سنة	82	%25
- 50 سنة فأكثر	64	%14
المؤهل		
- متوسط	8	%2.4
- فوق المتوسط ودون الجامعي	33	%10.1
- جامعي	212	%64.6
- دراسات عليا	75	%22.9
مدة الخدمة		
- أقل من 5 سنوات	64	%19.5
- من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات	136	%41.5
- من 10 سنوات لأقل من 20 سنة	98	%29.9
- 20 سنة فأكثر	30	%9.1

ن*414 المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

د. التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات Descriptive Statistics

قامت الباحثة بإجراء تحليل إحصائي وصفي لمتغيرات الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS 25)، وذلك للتعرف على طبيعة البيانات وقيم المتوسطات والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة. ويوضح الجدول رقم (2/4) نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة على أساس قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

ويتضح من الجدول رقم (3) ما يلي:

1. بلغ الوسط الحسابي لتطبيق الذكاء الاصطناعي (3.913) بانحراف معياري مقداره 0.649، وتراوح متوسطات أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي ما بين 3.909 و4.248 درجة على درجات مقياس ليكرت، حيث بلغ أكبر متوسط حسابي 4.248 بانحراف معياري مقداره 0.708 ويتعلق ببُعد سهولة الاستخدام، وبلغ أقل متوسط حسابي 3.909 بانحراف معياري مقداره 0.867 ويتعلق ببُعد نية الاستخدام.

2. بلغ الوسط الحسابي لإدارة المعرفة (3.968) بانحراف معياري مقداره 0.804، وتراوح متوسطات أبعاد إدارة المعرفة ما بين 3.548 و4.039 درجة على درجات مقياس ليكرت، حيث بلغ أكبر متوسط حسابي 4.039 بانحراف معياري 0.818 ويتعلق ببُعد تخزين المعرفة، وبلغ أقل متوسط حسابي 3.548 بانحراف معياري 0.891 ويتعلق ببُعد تطبيق المعرفة.

3. بلغ الوسط الحسابي للسلوك الابتكاري للعاملين (4.306) بانحراف معياري مقداره (0.667)، وتراوح متوسطات أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين ما بين 4.242 و4.385 درجة على درجات مقياس ليكرت، حيث بلغ أكبر متوسط حسابي 4.385 بانحراف معياري 0.766 ويتعلق ببُعد تنفيذ الأفكار الجديدة، وبلغ أقل متوسط حسابي 4.242 بانحراف معياري 0.773 ويتعلق ببُعد ترويج الأفكار الجديدة.

جدول رقم (3): نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للمتغيرات بالوسط الحسابي والانحراف المعياري

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الوسط الحسابي
-----------	---------------	-------------------	---------------------------

1	0.708	4.248	سهولة الاستخدام
2	0.732	4.157	المنفعة المدركة
3	0.867	3.909	نية الاستخدام
-	0.649	3.913	تطبيق الذكاء الاصطناعي
2	0.897	3.897	توليد المعرفة
1	0.818	4.039	تخزين المعرفة
3	0.886	3.864	مشاركة المعرفة
4	0.891	3.548	تطبيق المعرفة
-	0.804	3.968	إدارة المعرفة
2	0.757	4.287	توليد الأفكار الجديدة
3	0.773	4.242	ترويج الأفكار الجديدة
1	0.766	4.385	تنفيذ الأفكار الجديدة
-	0.667	4.306	السلوك الابتكاري للعاملين

*ن = 414 المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

سابعاً: نتائج الدراسة:

أ. علاقة الارتباط بين أبعاد كل من تطبيق الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين:

لمعرفة علاقة الارتباط بين أبعاد متغيرات الدراسة، قامت الباحثة بصياغة الفرض الأول من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه **توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي (سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، نية الاستخدام)**

وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين (توليد الأفكار الجديدة، ترويج الأفكار الجديدة، تنفيذ الأفكار الجديدة)، وإدارة المعرفة".

وأظهر التحليل الإحصائي الذي تم إجرائه باستخدام معامل ارتباط بيرسون النتائج الخاصة بهذه العلاقة كما هو موضح بالجدول رقم (4)، وكانت كالتالي:

1. يوجد ارتباط معنوي موجب بمستوى قوة فوق المتوسط بين جميع أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي، حيث تبين أن أكثر أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي ارتباطاً هما المنفعة المدركة ونية الاستخدام بمعامل ارتباط 0.736، يليه الارتباط بين سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة بمعامل ارتباط 0.724، وأخيراً الارتباط بين سهولة الاستخدام ونية الاستخدام بمعامل ارتباط 0.659، عند مستوى معنوية 0.01.

2. يوجد ارتباط معنوي موجب بمستوى قوة فوق المتوسط بين جميع أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، حيث تبين أن أكثر أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين ارتباطاً هما توليد الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعامل ارتباط 0.722، يليه الارتباط بين ترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعامل ارتباط 0.694، ثم الارتباط بين توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة بمعامل ارتباط 0.652، عند مستوى معنوية 0.01.

3. توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين سهولة الاستخدام وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعاملات ارتباط (0.590، 0.642، 0.674) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين سهولة الاستخدام وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط (0.639) عند مستوى معنوية 0.01.

4. توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية متوسطة القوة بين المنفعة المدركة وتوليد الأفكار الجديدة بمعامل ارتباط 0.561 عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين المنفعة المدركة وكل من ترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعاملات ارتباط (0.642، 0.697) على

التوالي وعند مستوى معنوية 0.01، ومن ناحية أخرى توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين المنفعة المدركة وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط 0.645 عند مستوى معنوية 0.01.

5. توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين نية الاستخدام وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعاملات ارتباط (0.632، 0.613، 0.586) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين نية الاستخدام وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط (0.669) عند مستوى معنوية 0.01.

6. توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين إدارة المعرفة وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعاملات ارتباط (0.758، 0.704، 0.682) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01. وبناء على النتائج السابقة يتضح صحة الفرض الأول من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه " توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين".

جدول رقم (4): مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

تنفيذ الأفكار الجديدة	ترويج الأفكار الجديدة	توليد الأفكار الجديدة	إدارة المعرفة	نية الاستخدام	المنفعة المدركة	سهولة الاستخدام	
						1	سهولة الاستخدام
					1	**0.724	المنفعة المدركة
				1	**0.736	**0.659	نية الاستخدام
			1	**0.669	**0.645	**0.639	إدارة المعرفة

		1	**0.758	**0.632	**0.561	**0.590	توليد الأفكار الجديدة
	1	**0.652	**0.704	**0.613	**0.642	**0.642	ترويج الأفكار الجديدة
1	**0.694	**0.722	**0.682	**0.586	**0.697	**0.674	تنفيذ الأفكار الجديدة

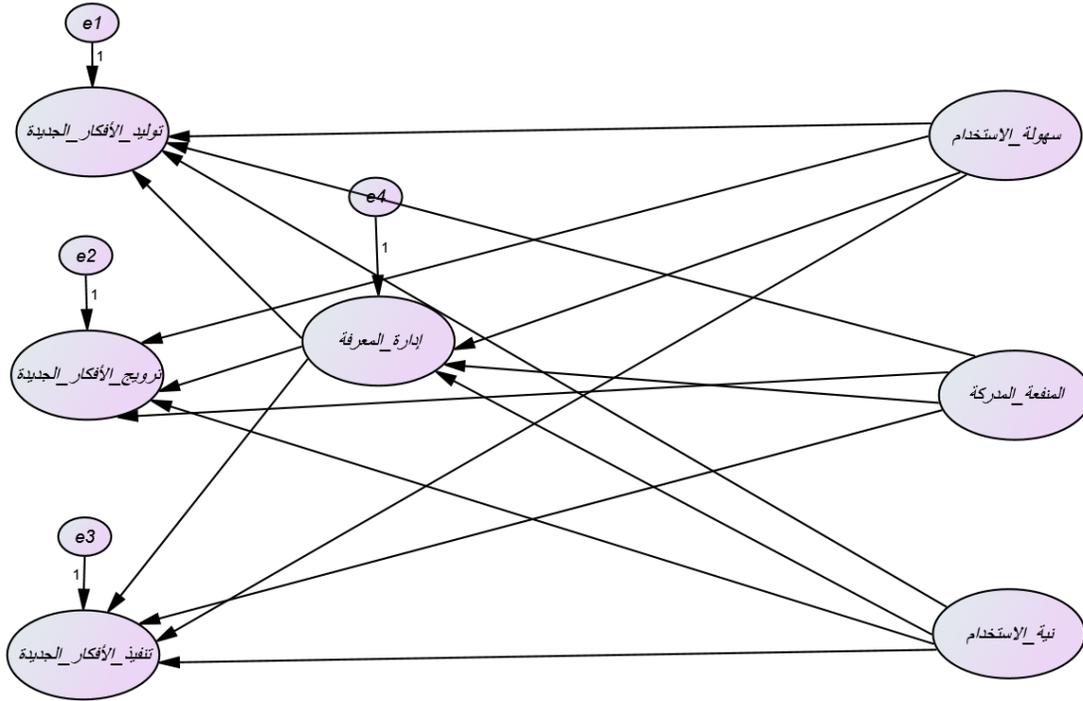
** معنوية عند مستوى 0.01 المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل

الإحصائي

ب. تأثير أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط

إدارة المعرفة:

قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (AMOS) لصياغة النموذج الموضح في الشكل رقم (2) ، وذلك لاختبار فروض الدراسة، ومعرفة معاملات المسار ومستوى معنوية العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة، وقد ثبتت معنوية النموذج المقترح Model Fit ، حيث بلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) (0.555) ، وبلغت قيم مؤشر المطابقة المقارن (CFI) (0.583) ، كما بلغت قيم الجذر التربيعي لمتوسط البواقي (RMR) (0.275) وهي قيم مقبولة ومعنوية عند مستوى أقل من 0.001 ، وبالتالي فهي تشير إلى أن نموذج الدراسة يتمتع بجودة ملائمة مقبولة، ويصلح بدرجة مرتفعة لتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة.



GFI= 0.555

CFI= 0.583

RMR= 0.275

شكل رقم (2): النموذج المقترح لعلاقة كل من أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط إدارة المعرفة

المصدر: اعداد الباحث

جدول رقم (5): نتائج تحليل معاملات المسار لمتغيرات الدراسة

نتيجة الفرض	مستوى المعنوية	قيمة معامل المسار	المتغير				م
			التابع	الوسيط	المستقل		
مقبول	0.002	**0.113	توليد الأفكار				

الفرض الثاني مقبول جزئياً	مقبول	0.027	*0.074	الجديدة ترويج الأفكار الجديدة	السلوك الابتكاري للعاملين		سهولة الاستخدام	تطبيق الذكاء الاصطناعي	الفرض الثاني
	مقبول	0.040	*0.605	تنفيذ الأفكار الجديدة					
	مقبول	0.002	**0.121	توليد الأفكار الجديدة					
	مرفوض	0.291	0.039-	ترويج الأفكار الجديدة					
	مرفوض	0.840	0.015	تنفيذ الأفكار الجديدة					
	مقبول	0.003	**0.016	توليد الأفكار الجديدة					
	مقبول	0.000	***0.135	ترويج الأفكار الجديدة					
	مقبول	0.006	**0.199	تنفيذ الأفكار الجديدة					
	مقبول	0.000	***0.168	إدارة المعرفة			سهولة الاستخدام		
مقبول	0.000	***0.195	المنفعة المدركة						
مقبول	0.000	***0.146	نية الاستخدام						

*** معنوية عند مستوى 0.001 ** معنوية عند مستوى 0.01 * معنوية عند مستوى 0.05

المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

تابع: جدول رقم (5): نتائج تحليل معاملات المسار لمتغيرات الدراسة

نتيجة الفرض		مستوى المعنوية	قيمة معامل المسار	المتغير			م	
				التابع	الوسيط	المستقل		
الفرض الرابع مقبول	مقبول	0.001	**0.092	توليد الأفكار الجديدة	السلوك الابتكاري للعاملين	إدارة المعرفة	الفرض الرابع	
	مقبول	0.002	**0.100	ترويج الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.001	**0.089	تنفيذ الأفكار الجديدة				
الفرض الخامس مقبول	مقبول	0.003	**0.354	توليد الأفكار الجديدة	السلوك الابتكاري للعاملين	سهولة الاستخدام	الفرض الخامس	
	مقبول	0.002	**0.075	ترويج الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.004	**0.685	تنفيذ الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.002	**0.162	توليد الأفكار الجديدة		إدارة المعرفة		تطبيق الذكاء الاصطناعي
	مقبول	0.003	**0.241	ترويج الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.005	**0.129	تنفيذ الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.002	**0.072	توليد الأفكار الجديدة				
	مقبول	0.006	**0.585	ترويج الأفكار الجديدة				
مقبول	0.003	**0.213	تنفيذ الأفكار الجديدة	نية الاستخدام				

** معنوية عند مستوى 0.01 المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

وقد أظهر التحليل الإحصائي الذي تم إجرائه باستخدام أسلوب تحليل المسار ونموذج المعادلة البنائية نتائج اختبار النموذج المقترح لفحص التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط إدارة

المعرفة، وذلك على النحو الموضح في الجدول رقم (5). ويتضح من الجدول رقم (5) ما يلي:

- فيما يتعلق بالتأثيرات المباشرة، اتضح ما يلي:

1. وجود تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي باستثناء بُعد المنفعة المدركة على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، حيث وُجد تأثير معنوي إيجابي لسهولة الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة و ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية (0.01 ، 0.05 ، 0.05) على التوالي ، كما وُجد تأثير معنوي إيجابي لنية الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة و ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية (0.01 ، 0.001 ، 0.01) على التوالي، وكذلك ثبت وجود تأثير معنوي للمنفعة المدركة على توليد الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية 0.01 ، في حين لم يثبت وجود تأثير معنوي للمنفعة المدركة على كل من ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة.

2. وجود تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على إدارة المعرفة، حيث ثبت وجود تأثير معنوي إيجابي لكل من سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة ونية الاستخدام على إدارة المعرفة عند مستوى معنوية 0.001.

3. وجود تأثير معنوي ايجابي لإدارة المعرفة على جميع أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، حيث ثبت وجود تأثير معنوي موجب لإدارة المعرفة على كل من توليد الأفكار الجديدة و ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية 0.01.

- فيما يتعلق بالتأثيرات غير المباشرة، اتضح ما يلي:

يزداد التأثير المعنوي الايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط إدارة المعرفة، حيث أظهرت النتائج ما يلي:

1. يزداد التأثير المعنوي الايجابي لسهولة الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بقيم (0.354، 0.075، 0.685) على التوالي وعند مستوى معنوية 0.01، مما يُعني أن إدارة المعرفة تتوسط جزئياً في العلاقة بين سهولة الاستخدام وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين.

2. يزداد التأثير المعنوي للمنفعة المدركة على توليد الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بقيمة 0.162 عند مستوى معنوية 0.01، مما يعني أن إدارة المعرفة يتوسط جزئياً في العلاقة بين المنفعة المدركة وتوليد الأفكار الجديدة، كما يوجد تأثير معنوي للمنفعة المدركة على كل من ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بمعاملات مسار (0.241 ، 0.129) على التوالي و عند مستوى معنوية 0.01، مما يعني أن إدارة المعرفة تتوسط كلياً في العلاقة بين المنفعة المدركة وكل من ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة.

3. يزداد التأثير المعنوي لنية الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بقيم (0.072، 0.585، 0.213) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01، مما يعني أن إدارة المعرفة تتوسط جزئياً في العلاقة بين نية الاستخدام وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة.

ثامنا: مناقشة النتائج:

توصلت الدراسة الحالية إلى مجموعة من النتائج، يمكن تناولها وتفسيرها على النحو الآتي:

1. توصلت نتائج اختبار فروض الدراسة إلى صحة الفرض الأول من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه " توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة وأبعاد السلوك الابتكاري للعاملين"، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الذي تم إجرائه إلى ما يلي:

○ بأنه توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين سهولة الاستخدام كأحد أبعاد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة- أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين بمعاملات ارتباط (0.590، 0.642، 0.674) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية متوسطة القوة بين المنفعة المدركة كأحد أبعاد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكل أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين بمعاملات ارتباط (0.561، 0.642، 0.697) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية متوسطة القوة بين نية الاستخدام كأحد أبعاد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكل أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين بمعاملات ارتباط (0.632، 0.613، 0.586) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01.

وهذا ما أكدت عليه دراسات: (Tabikh, L. S. A.,et al,)

(2024)، دراسة (الأهل & سيد، 2025) ودراسة (Ramachandran,)

(K. K., et al, 2022) حيث أكدت أنه هناك علاقة ارتباط طردية ومعنوية بين الذكاء الاصطناعي والابتكار التنظيمي بصفة عامة بالإضافة إلى تحسين أبعاد التفكير الابتكاري، كما يساعد الذكاء الاصطناعي الموظفين والشركات في مجال الابتكار على تحديد أهداف أفضل وتحقيقها.

وبهذا تشير النتائج إلى مدى أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعزيز السلوك الابتكاري للعاملين من خلال: أتمته العديد من المهام الروتينية، توفير تحليلات بيانات عميقة تساعد مديري الفنادق والموظفين على اتخاذ قرارات.

○ توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين سهولة الاستخدام وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط (0.639) عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين المنفعة المدركة وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط 0.645 عند مستوى معنوية 0.01، كما توجد علاقة ارتباط معنوية ايجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين نية الاستخدام وإدارة المعرفة بمعامل ارتباط (0.669) عند مستوى معنوية 0.01.

وهذا ما اتفقت معه دراسات: (Sanzogni et al., 2017)، دراسة (Jarrahi et al., 2023)، دراسة (الدوسري & النوح، 2024)، ودراسة (مدوري & سعيد، 2024) حيث أكدت على علاقة ودور تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعمليات إدارة المعرفة، في حين تناولت دراسة (Bhupathi et al, 2023) علاقة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتبادل المعرفة كأحد عمليات إدارة المعرفة.

ومن هنا تشير هذه النتيجة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أداة قوية لتحسين إدارة المعرفة في الفنادق المصرية، حيث تشمل المعرفة كل ما يتعلق بالعمليات التشغيلية، وتفضيلات النزلاء، والمعلومات عن المنتجات والخدمات، وغيرها، مما يؤدي إلى تحسين الأداء والكفاءة وزيادة رضا النزلاء.

○ توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بمستوى قوة فوق المتوسط بين إدارة المعرفة وكل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة بمعاملات ارتباط (0.758، 0.704، 0.682) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01.

وهذا ما تناولته دراسات: دراسة (الدرديري، 2017)، و دراسة (أبو زريق، 2017)، دراسة (Alsayed., & Aql., 2022)، للتأكيد على العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي بصورة عامة، في حين أكد دراسات: (Kmieciak, R., 2021)، ودراسة (Montani, 2022 (F., & Staglianò, R., 2022) على العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الابتكاري للعاملين بصفة خاصة.

وبهذا تشير النتائج إلى ارتباط عمليات إدارة المعرفة بالسلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية ارتباطاً وثيقاً. وذلك من خلال توفير بيئة محفزة على التعاون والتعلم، وتزويد العاملين بالمعرفة اللازمة، حيث يمكن إدارة الفنادق المصرية من تشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة وتحسين أدائهم.

2. توصلت نتائج اختبار فروض الدراسة إلى صحة الفرض الثاني من فروض الدراسة بصورة جزئية حيث يوجد تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق استخدام

الذكاء الاصطناعي باستثناء بُعد المنفعة المدركة على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، حيث وُجد تأثير معنوي إيجابي لسهولة الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية (0.01، 0.05، 0.05) على التوالي ، كما وُجد تأثير معنوي إيجابي لنية الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة و ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية (0.01، 0.001، 0.01) على التوالي، وكذلك ثبت وجود تأثير معنوي للمنفعة المدركة على توليد الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية 0.01 ، في حين لم يثبت وجود تأثير معنوي للمنفعة المدركة على كل من ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة.

وهذا ما أكدت عليه دراسات: (Tabikh, L. S. A., et al, 2024)، دراسة (الأهل & سيد، 2025) دراسة (Ramachandran, K. K., et al, 2022)، ودراسة (Wang, Z., et al, 2022) حيث أكدت على وجود تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز سلوك الابتكار سواء على مستوى المنظمة ككل أو بالنسبة للعاملين بصفة خاصة. واتفقت الدراسة بصورة جزئية مع الدراسات السابقة في أن إدراك العاملين للمنفعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يركز فقط في عملية توليد الأفكار الجديدة، ولا يرون أي منفعة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملية ترويج الأفكار الجديدة وعملية تنفيذها أيضا، وهذا ما تؤيده دراسة (Yin, M., Jiang, S., & Niu, 2024) حين وضحت أنه يمكن أن يكون هنا تأثير غير مباشر سلبي على سلوك الابتكار المدعوم بالذكاء الاصطناعي لدى الموظفين عندما تكون جاهزية الذكاء الاصطناعي التنظيمية منخفضة، وهذا يكون له دور في عدم إدراك العاملين للمنفعة في عملية ترويج الأفكار الجديدة وتنفيذها.

3. توصلت نتائج اختبار فروض الدراسة إلى صحة الفرض الثالث من فروض الدراسة حيث يوجد تأثير معنوي ايجابي لأبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي على إدارة المعرفة، حيث ثبت وجود تأثير معنوي إيجابي لكل من سهولة الاستخدام والمنفعة المدركة ونية الاستخدام على إدارة المعرفة عند مستوى معنوية 0.001. وهذا ما اتفقت معه دراسات: دراسة (Sanzogni et al., 2017)، دراسة (Jarrahi et al., 2023)، ودراسة (مدوري & سعيد، 2024) في وجود تأثير لاستخدام الذكاء الاصطناعي في دعم عمليات إدارة المعرفة، واختلف لكن بصورة جزئية مع دراسة (Salshalhoob, & Khutob, 2023) في وجود أثر لاستخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات توليد ومشاركة وتطبيق المعرفة، لكن عملية تخزين المعرفة كان الأثر بصورة متوسطة.

ومن خلال النتيجة السابقة يمكن الإشارة إلى أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال إدارة المعرفة بالفنادق من كونه يساهم بشكل كبير في رفع كفاءة العمليات وتحسين تجربة الضيوف، من خلال تحليل سلوك الضيوف وتفضيلاتهم لتقديم العروض والخدمات المخصصة، والرد الآلي على الاستفسارات المتكررة، كما يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء منصات لمشاركة المعرفة بين الموظفين، مما يساهم في تطوير المهارات وتحسين الأداء.

4. وجود تأثير معنوي ايجابي لإدارة المعرفة على جميع أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين، حيث ثبت وجود تأثير معنوي موجب لإدارة المعرفة على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة عند مستوى معنوية 0.01.

وهنا نجد الاتفاق مع دراسة (Montani, F., & Staglianò, R.,) (2022) في أن عملية تبادل المعرفة تعزز من سلوك الابتكار في العمل، ودراسة

(Kmieciak, R., 2021) في التأكيد على التأثير الإيجابي لعمليات إدارة المعرفة على السلوك الابتكاري للعاملين، ومع دراسات: دراسة (الدريري، 2017)، دراسة (أبو زريق، 2017)، ودراسة (Alsayed., & Aql., 2022) في وجود التأثير الإيجابي لإدارة المعرفة في الإبداع التنظيمي بصورة عامة.

وتشير هذه النتيجة إلى أن عمليات إدارة المعرفة لها دورًا حاسمًا في تحفيز الموظفين على تقديم أفكار جديدة وحلول مبتكرة لتحسين الخدمات المقدمة للضيوف، فإدارة المعرفة تشجع على تبادل الأفكار والخبرات بين الموظفين من مختلف الأقسام، مما يخلق بيئة تعاونية غنية بالأفكار الجديدة، وتمكنهم من اكتشاف الحلول المبتكرة للمشاكل التي يواجهونها في عملهم.

5. يزداد التأثير المعنوي الايجابي لأبعاد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أبعاد السلوك الابتكاري للعاملين عند توسيط إدارة المعرفة، حيث أظهرت النتائج ما يلي: يزداد التأثير المعنوي الايجابي لسهولة الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بقيم (0.354، 0.075، 0.685) على التوالي وعند مستوى معنوية 0.01، يزداد التأثير المعنوي للمنفعة المدركة على توليد الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بقيمة 0.162 عند مستوى معنوية 0.01، مما يعني أن إدارة المعرفة يتوسط جزئياً في العلاقة بين المنفعة المدركة وتوليد الأفكار الجديدة ، كما يوجد تأثير معنوي للمنفعة المدركة على كل من ترويج الأفكار الجديدة و تنفيذ الأفكار الجديدة عند توسيط إدارة المعرفة بمعاملات مسار (0.241 ، 0.129) على التوالي و عند مستوى معنوية 0.01، يزداد التأثير المعنوي لنية الاستخدام على كل من توليد الأفكار الجديدة وترويج الأفكار الجديدة وتنفيذ

الأفكار الجديدة عند توسط إدارة المعرفة بقيم (0.072، 0.585، 0.213) على التوالي عند مستوى معنوية 0.01.

وهذا ما اتفقت عليه دراسة (Olan, F., et al, 2022) في أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وحدها لا يكفي لتحسين وتطوير الأداء التنظيمي. بل إن المنظمات في حاجة إلى ربط عمليات إدارة المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساهم في تحسين الأداء والكفاءة، ودراسة (Sharma et. al., 2024) في أن أنظمة إدارة المعرفة التي يدعمها الذكاء الاصطناعي في المنظمات تحقق التحول من خلال تحسين التعلم التنظيمي واتخاذ القرارات بشكل أفضل بناءً على تحليل البيانات والتكنولوجيا الحديثة والابتكار، ودراسة (Chen, E., 2024) بأن للذكاء الاصطناعي وإدارة المعرفة قدرة على تعزيز التعلم المستمر والتكيف والابتكار.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن تطبيق الذكاء الاصطناعي في عمليات إدارة المعرفة في الفنادق المصرية يمثل فرصة كبيرة لتعزيز الابتكار وتحسين الأداء، حيث أن عملية تحسين جمع وتخزين المعرفة باستخدام المنصات ذكية يمكن من تحليل الكميات الهائلة من البيانات المتعلقة بتفضيلات الضيوف، وأداء الفندق، مما يساعد على استخلاص رؤى قيمة لدعم عملية صنع القرار. بالإضافة إلى أنه يمكن استخدام روبوتات الدردشة لتسهيل تبادل المعرفة بين الموظفين والإجابة على استفساراتهم، بالإضافة إلى أدوات التعاون مثل منصات العمل الجماعي والتي يشجع على تبادل الأفكار والخبرات، ومن خلال قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحليل البيانات لاكتشاف الاتجاهات الجديدة في السوق وتحديد الفرص المحتملة للابتكار مع عملية أتمتة المهام الروتينية فإن

ذلك يمنح الموظفين المزيد من الوقت للتركيز على المهام الإبداعية وتقديم اقتراحات جديدة للأفكار والمنتجات والخدمات.

تاسعا: توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، ومن خلال الاطلاع على نتائج العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وما أُدم من اقتراحات في ذلك الصدد، يمكن تقديم بعض التوصيات التي يمكن أن تسهم في التأثير الإيجابي لدور استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الابتكاري من خلال عمليات إدارة المعرفة للعاملين في الفنادق المصرية، ومن واقع نتائج تحليل البيانات التي تم توفيرها من المستقصي منهم الفنادق المصرية موضع الدراسة، يمكن عرضها من خلال جدول توصيات الدراسة رقم (6)، كما يلي:

الجدول رقم (6) توصيات الدراسة

م	التوصية	متطلبات وآليات التنفيذ	المسئول عن التنفيذ
1	ضرورة دعم الممارسات التي لها تحسين عمليات إدارة المعرفة (خلق المعرفة-تخزين المعرفة-تبادل المعرفة-تطبيق المعرفة)	<ul style="list-style-type: none"> - من خلال إنشاء منصات ذكية لجمع وتخزين المعرفة من مختلف المصادر، سواء كانت هذه المصادر موظفين أو ضيوف أو حتى بيانات السوق. - من خلال استخدام روبوتات الدردشة لتسهيل تبادل المعرفة بين الموظفين والإجابة على استفساراتهم. 	الإدارة العليا، إدارة الدعم التقني، وإدارة التسويق.
2	ضرورة العمل على	<ul style="list-style-type: none"> - من خلال استخدام التعلم الآلي لتوفير برامج 	إدارة الدعم التقني،

<p>إدارة الموارد البشرية.</p>	<p>تدريبية مخصصة لكل موظف بناءً على احتياجاته ومستواه.</p>	<p>تطوير المهارات للعاملين القائمين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.</p>	
<p>الإدارة العليا، إدارة الموارد البشرية.</p>	<p>- إنشاء منصات تواصل حيث يمكن للموظفين مشاركة الأفكار والاقتراحات، والتعاون في حل المشكلات.</p> <p>- استخدام أدوات التعاون المشترك والتي تمكن للموظفين من العمل معاً على مشاريع مشتركة وتطوير أفكار جديدة باستخدام أدوات التعاون المشترك التي تدعمها الذكاء الاصطناعي.</p> <p>- من خلال تشجيع التنوع حيث تمكن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تحليل الأفكار والاقتراحات المقدمة من الموظفين وتحديد الأفكار الأكثر ابتكاراً وتنوعاً.</p>	<p>ضرورة العمل على تعزيز التعاون والابتكار الجماعي.</p>	<p>3</p>
<p>الإدارة العليا</p>	<p>- من خلال الدور الحيوي للقادة في بناء ثقافة الابتكار من خلال تشجيع المبادرات الإبداعية وتوفير الدعم اللازم للموظفين.</p>	<p>ضرورة دعم ثقافة الابتكار لدى العاملين.</p>	<p>4</p>
<p>الإدارة العليا، إدارة العمليات</p>	<p>- من خلال الإدارة الفعالة للمخزون حيث يمكن للذكاء الاصطناعي التنبؤ باحتياجات الفندق من المنتجات والمواد وتقليل التكاليف.</p> <p>- التأكيد على صيانة المعدات حيث يمكن للذكاء الاصطناعي مراقبة حالة المعدات وتحديد الأعطال المحتملة قبل حدوثها، مما يقلل من</p>	<p>ضرورة رفع كفاءة العمليات التشغيلية.</p>	<p>5</p>

	تكاليف الصيانة. - من خلال عملية تحليل البيانات حيث يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كميات كبيرة من البيانات المتعلقة بأداء الفندق، مما يساعد الإدارة على اتخاذ قرارات أفضل.		
--	---	--	--

*المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج الدراسة

عاشرا: دلالات الدراسة:

أسفرت مناقشة نتائج الدراسة الحالية عن وجود بعض من الدلالات على مستوى النظرية، ودلالات أخرى على مستوى التطبيق، يمكن عرضها كما يلي:

- على مستوى النظرية:

قدمت الدراسة تصوراً للعلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين، والدور الوسيط الذي يمكن أن تقوم به عمليات إدارة المعرفة في تلك العلاقة في قطاع الضيافة أو الفنادق المصرية، حيث لم يرصد الباحث أي سبق في هذا الصدد، سواء في بيئة إدارة الأعمال العربية بشكل عام، والمصرية بشكل خاص، على الرغم من أن الأدب الإداري على الصعيد العالمي يزخر بغير قليل حسب ما توافر لدى الباحث من الدراسات في هذا الشأن، وبذلك قد يُعد ما تم تقديمه إضافة إلى الأدبيات السابقة في هذا المجال.

- على مستوى التطبيق:

- إن نتائج البحث الحالي، بما أكدته من وجود تأثير معنوي جزئي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على السلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق، يعطي دلالة فيما يتعلق بأهمية عمليات إدارة المعرفة،

الداعمة والمساهمة في تعزيز سلوكيات الابتكاري لدى العاملين بالفنادق، إذ يجب على الإدارة المسؤولة عن تلك الفنادق استخدام الأساليب والأدوات الفعالة في عمليات (خلق المعرفة-تخزين المعرفة-تبادل المعرفة-تطبيق المعرفة)، حيث مع يكون التأثير الإيجابي بصورة كلية في توسيط عمليات إدارة المعرفة في العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين.

- ثمة دلالة أخرى، فإن نتائج الدراسة الحالية بما أكدته من وجود تأثير لعمليات إدارة المعرفة بوصفها متغيراً وسيطاً للعلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين، تعطى دلالة على أن المعرفة تعد عنصراً حاسماً في الابتكار لدى قطاع الضيافة والفنادق، حيث أن طبيعة البيانات والمعلومات تكون متغيرة ومنتوعة بصورة كبيرة، نظراً لأنها ترتكز في المقام الأول على العملاء الضيوف المختلفين والمتباينين في اللغة والجنسية والتوجهات والتفضيلات، لذا تحتاج الإدارات المسؤولة إلى نظام فعال لعمليات إدارة المعرفة.

حادي عشر: محددات الدراسة وتوجهات لبحوث مستقبلية:

سلطت الدراسة الحالية الضوء على عمليات إدارة المعرفة بوصفها متغيراً وسيطاً في العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والسلوك الابتكاري للعاملين في الفنادق المصرية، وهو موضوع يستحق المزيد من البحوث والدراسات العربية في المستقبل، لذا يوصى الباحث بإجراء بعض البحوث المستقبلية على النحو الآتي: -

- ركز مجال التطبيق في الدراسة على الفنادق المصرية، دون التطرق الأخذ في الاعتبار باقي المؤسسات أو الهيئات المرتبطة بقطاع السياحة وتقديم خدمة

الضيافة، ومن ثم يقترح الباحث إجراء مزيد من البحوث والدراسات ليشمل باقي الهيئات الأخرى مثل: وكالات السفر، شركات الطيران.

- اعتمدت الدراسة الحالية في اختبار صحة الفروض وجمع البيانات من خلال الاستقصاء، والتي تم جمعها من العاملين في الفنادق المصرية في مدينة شرم الشيخ نظراً لأنها الأكثر قدرة على تبني وتطبيق الذكاء الاصطناعي والاهتمام بالسلوك الابتكاري لدى العاملين، وبهذا فقد اعتمدت هذه الدراسة بصورة رئيسية على وجهات نظر العاملين في فنادق مدينة شرم الشيخ، ومن ثم يقترح الباحث إجراء هذه الدراسة على أكثر من مدينة أو مكان آخر، أو اختلاف النمط السياحي، أو تبعاً للغرض من الإقامة الفندقية.
- تناولت الدراسة المتغيرات التي اشتمل عليها الإطار المقترح للدراسة والمتمثل في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، عمليات إدارة المعرفة، السلوك الابتكاري للعاملين، ومن ثم يقترح الباحث في إعادة النظر في متغيرات هذه الدراسة لتشمل بعض المتغيرات الوسيطة الأخرى مثل: نمط القيادة، البنية التكنولوجية للمنظمة، أو دراسة تأثير بعض من المتغيرات المعدلة مثل: المتغيرات الديمغرافية، تصنيفات الفنادق المختلفة.

المراجع:

المراجع العربية:

- أبو زريق، فاتن نبيل. (2017). دور عمليات إدارة المعرفة في تحسين الإبداع التنظيمي في المحاكم النظامية، *رسالة ماجستير*، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، غزة، فلسطين.
<https://mobt3ath.com/uplode/book/book-13256.pdf>
- الأهل، & محمد الدسوقي سيد. (2025). دور التفكير الابتكاري كمتغير وسيط في العلاقة بين تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة الموارد البشرية وتحسين أداء الموظف: دراسة تطبيقية على البنوك الحكومية في القاهرة الكبرى، *مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية*، 5(2)، 185-303،
<http://dx.doi.org/10.21608/mjoms.2024.313816.1177>

- شاكى، هشام & بوخاري، سمية. (2021). تقنيات الذكاء الاصطناعي ودورها في تفعيل الصناعة السياحية الرقمية رؤية تحليلية لحالة الجزائر خلال الفترة(2000-2020) ، *الأفاق للدراسات الاقتصادية*، 6(2)، 213-229. <https://asjp.cerist.dz/en/article/172720>
- الدرديري، أحمد اسماعيل مدني. (2017). دور إدارة المعرفة في تنمية الإبداع التنظيمي، *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية*، العدد (24)، ص ص 149-162 . <https://asjp.cerist.dz/en/article/81526>
- مدوري، نورالدين، & سعيد ، محمد. (2024). دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين ودعم عمليات إدارة المعرفة، *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، 14(2)، ص ص 113-131. <https://asjp.cerist.dz/index.php/en/article/249449>
- الدوسري، مها بنت فهد بن مبارك & النوح، عبدالعزيز بن سالم. (2024). واقع توظيف الذكاء الاصطناعي لتطبيق عمليات إدارة المعرفة بوزارة التعليم في المملكة العربية السعودية، *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع*، عدد (113)، ص ص 316-339. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.113.2024.1257>

المراجع الأجنبية:

- Abd-Elmoghith, N. G. A., Mahmoud, A. S., & Abdel-Azeem, A. M. (2024). Relation between innovative work behavior and ethical climate perceptions among nursing personnel. *BMC nursing*, 23(1), 112. <https://doi.org/10.1186/s12912-024-01703-8>
- Abuaddous, H. Y., Al Sokkar, A. A., & Abualodous, B. I. (2018). The impact of knowledge management on organizational performance. *International journal of advanced computer science and applications*, 9(4). pp.204-208. [DOI:10.14569/IJACSA.2018.090432](https://doi.org/10.14569/IJACSA.2018.090432)
- Adekanmbi, F. P., & Ukpere, W. (2023). The impact of innovative work behavior, perceived Leadership 4.0, and corporate social responsibility on sustaining banking industry performance in Nigeria within the 4IR Era. *Banks and bank systems*, 18(4), 1-11. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(4\).2023.01](https://doi.org/10.21511/bbs.18(4).2023.01)
- Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., Cheema, S., & Javed, F. (2021). Cultural intelligence and innovative work behavior: the role of work engagement and interpersonal trust. *European Journal of Innovation*

- Management*, 24(4), 1082-1109. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2020-0008>
- Al Amiri, N. (2024). Integrating Effective Journal Club Activities into Knowledge Management Processes to Enhance Evidence-Based Practice, Service Quality, Research Skills, and Innovation among Nurses: A Literature Review. *Knowledge Management & E-Learning*, 16(2), 379-397. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2024.16.018>
 - Alsayed, Alaedin K. and Aqel, Sahar A. (2022). Decision -Making Quality as a Mediating Variable between Knowledge Management Operations and Creative Behavior: An Applied Study on Al-Shifa Medical Complex in Palestine, *AAU Journal of Business and Law*, Vol. 6: Iss. 1.56-91, <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/aaujbl/vol6/iss1/4>
 - Al-Shanfari, A. A. M. (2023). Role of Tourism Activity in achieving Economic Development in The Sultanate of Oman. *Journal of the Advances in Agricultural Researches*, 28(4), 842-851. <https://dx.doi.org/10.21608/jalexu.2023.249687.1171>
 - Ampo, M. V., Castro, J. A. D., Ramoso, J. P., Ilang-Ilang, M., Rodulfo, V., & del Rosario, A. (2024). Technology Acceptance Model (TAM)-Based Assessment of User Acceptance for a Smart Crop Management System. *Philippine Journal of Agricultural and Bio Systems Engineering*, 20(1). 57-67. <https://doi.org/10.48196/020.01.2024.05>
 - Armouti, M., Alhajhassan, S., & Alsamara, K. (2023). An Adapted Technology Acceptance Model (TAM 5) Framework to Enhance User Acceptance and Experience. *The Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics*, 26, 190-201. <https://doi.org/10.55549/epstem.1409471>
 - Asurakkody, T. A., & Shin, S. Y. (2018). Innovative behavior in nursing context: A concept analysis. *Asian Nursing Research*, 12(4), 237-244. <https://doi.org/10.1016/j.anr.2018.11.003>
 - Bhupathi, P., Prabu, S., & Goh, A. P. (2023). Artificial intelligence-enabled knowledge management using a multidimensional analytical framework of visualizations. *International Journal of Cognitive Computing in Engineering*, 4, 240-247. <https://doi.org/10.1016/j.ijcce.2023.06.003>
 - Boon, Yi Jean (2024). How artificial intelligence (AI) is transforming tourism industry, *Doctoral dissertation*, UTAR, <http://eprints.utar.edu.my/id/eprint/6725>

- Budzik, J., & Hammond, K. J. (2000, January). User interactions with everyday applications as context for just-in-time information access. *In Proceedings of the 5th international conference on intelligent user interfaces* (pp. 44-51). <https://doi.org/10.1145/325737.325776>
- Calipjo, M. G., Valdez, E. B., Macaspac, L. G. R., Julian, F. P., & Abun, D. (2023). The Effect of Innovative Leadership, Employees' Innovative Knowledge and Skills on the Innovative Work Behavior of Employees. *Divine Word International Journal of Management and Humanities*, 2(2). <https://doi.org/10.62025/dwijmh.v2i2.25>
- Chen, E. (2024). Empowering artificial intelligence for knowledge management augmentation. *Issues in Information Systems*, Volume 25, Issue 4 pp. 409-416. https://doi.org/10.48009/1_iis_2024_132
- Chetty, R., Proches, C. N. G., & Singh, N. (2021). Knowledge Management as a Strategic Asset for Customer Service Delivery at a Contact Centre in South Africa. *Knowledge Management & E-Learning*, 13(2), 225-249. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2021.13.013>
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness perceived ease of use and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Research Center. USA: University of Minnesota*. Vol.13(3). PP.319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Girard, J., & Girard, J. (2015). Defining knowledge management: Toward an applied compendium. *Online Journal of Applied Knowledge Management*, 3(1),1-20. https://www.iiakm.org/ojakm/articles/2015/volume3_1.php
- Hamdy, A., Fazida, K., Rashidah, M. I., Asyraf, A., Ahmad, M. S., Mohd, H. H., & Mahadzirah, M. (2019). Connecting the dots between the Big Five and innovative work behaviour: Maslow and Maqasid Al-Shari'a Perspectives. *Revista Espacios*, 40(27). <http://w.revistaespacios.com/a19v40n27/19402720.html>
- Jarrahi, M. H., Askay, D., Eshraghi, A., & Smith, P. (2023). Artificial intelligence and knowledge management: A partnership between human and AI. *Business Horizons*, 66(1), 87-99. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.03.002>
- Kim, M., Koo, D. W., & Han, H. S. (2021). Innovative behavior motivations among frontline employees: The mediating role of knowledge

- management. *International Journal of Hospitality Management*, 99, 103062. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103062>
- [Kmieciak, R.](#) (2021), "Trust, knowledge sharing, and innovative work behavior: empirical evidence from Poland", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 24 No. 5, pp. 1832-1859. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0134>
 - Kok, J.N., Boers, E.J., Kusters, W.A., Van der Putten, P. and Poel, M. (2009) Artificial Intelligence: Definition, Trends, Techniques, and Cases. *Artificial Intelligence*, 1, 270-299. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000128588>
 - Laudon C. Kenneth & Laudon P. Jane, (2021). "Management Information Systems: Managing the Digital Firm", 11/d, Pearson Prentice Hall Inc., London. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/management-information-systems-managing-the-digital-firm/P200000001392/9780136971542>
 - Lefrid, M., Cavusoglu, M., Richardson, S., & Donnelly, C. (2023). Simulation-Based Learning Acceptance Model (SBL-AM): Expanding the Technology Acceptance Model (TAM) into Hospitality Education. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/10963758.2023.2188217>
 - [Malik, N.](#), [Tripathi, S.N.](#), [Kar, A.K.](#) and [Gupta, S.](#) (2022), "Impact of artificial intelligence on employees working in industry 4.0 led organizations", *International Journal of Manpower*, Vol. 43 No. 2, pp. 334-354. <https://doi.org/10.1108/IJM-03-2021-0173>
 - Montani, F., & Staglianò, R. (2022). Innovation in times of pandemic: The moderating effect of knowledge sharing on the relationship between COVID-19-induced job stress and employee innovation. *R&D Management*, 52(2), 193-205. <https://doi.org/10.1111/radm.12457>
 - Olan, F., Arakpogun, E. O., Suklan, J., Nakpodia, F., Damij, N., & Jayawickrama, U. (2022). Artificial intelligence and knowledge sharing: Contributing factors to organizational performance. *Journal of Business Research*, 145, 605-615. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.008>
 - Ramachandran, K. K., Mary, A. A. S., Hawladar, S., Asokk, D., Bhaskar, B., & Pitroda, J. R. (2022). Machine learning and role of artificial intelligence in optimizing work performance and employee behavior. *Materials Today: Proceedings*, 51, 2327-2331. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.11.544>

- Russell, S.J., Norvig, P (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Third Edition. Prentice Hall: Upper Saddle River. Person Education, Inc. USA: New Jersey. PP.1-5.
- Salshalhoob, Khutob, Eman, (2023) the reality of applying knowledge management using artificial intelligence techniques and its relationship to institutional excellence by leaders in the Jeddah Education Department. *MIJEPS*, 296(10), pp.87-126. <http://ojs.mediu.edu.my/index.php/MIJEPS/article/view/4455>
- Sanzogni, L., Guzman, G., & Busch, P. (2017). Artificial intelligence and knowledge management: questioning the tacit dimension. *Prometheus*, 35(1), 37-56. <https://doi.org/10.1080/08109028.2017.1364547>
- Sharma, D., & Kumar, V. (2024). *Enhancing Organizational Intelligence Integration of Artificial Intelligence and Knowledge Management: Frameworks in India*. In *Digital Technologies in Modeling and Management: Insights in Education and Industry*, IGI Global. pp. 167-184. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-6684-9576-6.ch008>
- Shateri, K., & Hayat, A. A. (2020). Investigating the mediating role of organizational trust in the relationship between perceived organizational support and Knowledge sharing. *Knowledge Management & E-Learning*, 12(3), 298-314. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2020.12.016>
- Singh, M. and Sarkar, A. (2019), Role of psychological empowerment in the relationship between structural empowerment and innovative behavior, *Management Research Review*, Vol. 42 No. 4, pp. 521-538. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2018-0158>
- Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing. *Journal of International Management*, 27(1), 100830. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2021.100830>
- Sri, Indriani, Sri., Adam, Bachtiar., Indriaturrahmi., Akbar, Juliansyah. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Terhadap QRIS Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Infotek, Jurnal Informatika dan Teknologi*, 7(2), 533-543. <https://dx.doi.org/10.29408/jit.v7i2.26489>
- Strobl, A., Matzler, K., Nketia, B. A., & Veider, V. (2020). Individual innovation behavior and firm-level exploration and exploitation: how

family firms make the most of their managers. *Review of Managerial Science*, 14(4), 809-844. <https://doi.org/10.1007/s11846-018-0309-9>

- Tabikh, L. S. A., Al-Hakim, A. M., Hammoud, A. R., Hamza, E. M., & Matar, L. A. (2024). The role of artificial intelligence in supporting organizational innovation: an analytical study of the opinions of a sample of employees at Raban Al Safina Company for Electrical and Engineering Industries. *Al-Ghary Journal of Economic and Administrative Sciences*, 20(00), 1205-1225. <https://doi.org/10.36325/ghjec.v20i00.17006>
- Taherdoost, H., Mohamed, N., & Madanchian, M. (2024). Navigating Technology Adoption/Acceptance Models. *Procedia Computer Science*, 237, 833-840. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.05.172>
- Teoh, M. F., Lee, H. W., & Ahmad, N. H. (2023). Knowledge Translation in the Biomass Industry: Examine the Moderating Effect of Organizational Collaborative Environment. *Knowledge Management & E-Learning*, 15(4), 672-702. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2023.15.037>
- Trocin, C., Hovland, I. V., Mikalef, P., & Dremel, C. (2021). How Artificial Intelligence affords digital innovation: A cross-case analysis of Scandinavian companies. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121081. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121081>
- Wang, Z., Li, M., Lu, J., & Cheng, X. (2022). Business Innovation based on artificial intelligence and Block chain technology. *Information Processing & Management*, 59(1), 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102759>
- Wu, I. L., & Chen, J. L. (2014). Knowledge management driven firm performance: the roles of business process capabilities and organizational learning. *Journal of knowledge management*, 18(6), 1141-1164. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2014-0192>
- Yang, S. S. (2024). The impact of artificial intelligence on knowledge management practices. *Master theses*, LUT University, <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2024050727236>
- Yin, M., Jiang, S., & Niu, X. (2024). Can AI really help? The double-edged sword effect of AI assistant on employees' innovation behavior. *Computers in Human Behavior*, 150, 107987. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107987>
- Yuan, L., Zhang, L., & Tu, Y. (2018). When a leader is seen as too humble: A curvilinear mediation model linking leader humility to employee creative

- process engagement. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(4), 468-481. <https://doi.org/10.1108/LODJ-03-2017-0056>
- Zabukovšek, S. S., & Bobek, S. (2025). *Using the Technology Acceptance Model for Factors Influencing Acceptance of Enterprise Resource Planning Solutions*. In *Encyclopedia of Information Science and Technology*, Sixth Edition (pp. 1-28). IGI Global. <https://www.igi-global.com/pdf.aspx?tid=336913&ptid=307143&ctid=4&oa=true&isxn=9781668473665>