Comprehensive Journal of Science
Volume (10), Issue (39), (March, 2026)
ISSN: 3014-6266

مجلة العلوم الشاملة
المجلد (10) ملحق العدد 39 مارس 2026
ردمد: 3014-6266

دور الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وبناء الميزة التنافسية في الاقتصاد الرقمي

عبد السلام موسى محمد الزاطل
المعهد العالي للتقنية الزراعية بالغيران / قسم ادارة الاعمال والمشروعات الزراعية

The Role of Artificial Intelligence in Enhancing Value Addition and Building Competitive Advantage in the Digital Economy

Abdulsalam Musa Mohammed Alzatil
Higher Institute of Agricultural Technology in Al-Ghiran

abdulsalam.alzatil@gati.edu.ly

تاريخ الاستلام:2026/02/10 –تاريخ المراجعة:2026/03/01– تاريخ القبول: 2026/03/10– تاريخ للنشر 2026 /04/20

الملخص :

تهدف هذه الدراسة الفلسفية التحليلية إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وبناء الميزة التنافسية المستدامة ضمن سياق الاقتصاد الرقمي و ركزت الأهداف على تحديد مفهوم القيمة المضافة الرقمية وتحليل آليات عمل الذكاء الاصطناعي في خلقها (كتحسين العمليات والابتكار) واستكشاف العوامل التحليلية والفلسفية (المعرفية والتنظيمية) التي تحول الذكاء الاصطناعي من مجرد أداة تقنية إلى مصدر للتفوق التنافسي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الفلسفي التحليلي ، معتمدة كلياً على المصادر الثانوية وتحليل الأدبيات العلمية والنظريات الاقتصادية والفلسفية ذات الصلة دون جمع بيانات من عينة بشرية. يقتصر المجتمع البحثي على الإطار النظري والفلسفي للاقتصاد الرقمي حتى عام 2026، توصلت النتائج إلى أن مفهوم القيمة المضافة قد تحول ليصبح ناتجاً عن معالجة البيانات وتحويلها إلى معرفة قابلة للتطبيق عبر الخوارزميات الذكية ، وأن الذكاء الاصطناعي أصبح مورداً استراتيجياً يعيد تشكيل منطق المنافسة . كما أكدت أن استدامة الميزة التنافسية لا تتحقق بامتلاك التقنية فحسب بل بتكاملها مع القدرات الديناميكية للمؤسسة والأبعاد المعرفية والتنظيمية (كالقيادة الرقمية والثقافة المرنة) .

أوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجية شاملة للبيانات ، والاستثمار في رأس المال البشري الرقمي ،وإعادة تصميم نماذج الأعمال لخلق منتجات ، وخدمات ذكية وتعزيز الثقافة التنظيمية المرنة ، والالتزام بالأطر الأخلاقية والقانونية لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي، القيمة المضافة، الميزة التنافسية، الاقتصاد الرقمي.

Abstract:

This philosophical-analytical study aims to examine the role of artificial intelligence in deepening added value and building sustainable competitive advantage within the context of the digital economy. The study's objectives focused on defining the concept of digital added value, analyzing the mechanisms through which artificial intelligence generates this value (such as improving operations and fostering innovation), and exploring the analytical and

philosophical factors (cognitive and organizational) that transform artificial intelligence from a mere technical tool into a source of competitive superiority,The study employed a descriptive-analytical methodology and a philosophical-analytical approach, relying entirely on secondary sources and analyzing relevant scientific literature, economic theories, and philosophical frameworks, without collecting primary data from human samples. The research population is limited to the theoretical and philosophical framework of the digital economy up to the year 2026,The findings indicate that the concept of added value has shifted to become the outcome of data processing and its transformation into actionable knowledge through intelligent algorithms, and that artificial intelligence has become a strategic resource that reshapes the logic of competition. The study also confirmed that sustaining competitive advantage is not achieved merely by possessing technology, but by integrating it with the organization's dynamic capabilities and cognitive and organizational dimensions (such as digital leadership and flexible culture),The study recommends the development of a comprehensive data strategy, investment in digital human capital, redesigning business models to create intelligent products and services, strengthening flexible organizational culture, and adhering to ethical and legal frameworks for the use of artificial intelligence.

Keywords: Artificial Intelligence, Added Value, Competitive Advantage, Digital Economy.

المقدمة :

يشهد العالم المعاصر تحوّلًا جذريًا في بنية الاقتصاد العالمي، حيث لم تعد الأنشطة الاقتصادية محكومة فقط بعوامل الإنتاج التقليدية ، بل أصبحت المعرفة والبيانات والتقنيات الرقمية تمثل الركيزة الأساسية لخلق القيمة وتحقيق النمو، وقد أفرز هذا التحول ما يُعرف بالاقتصاد الرقمي ، الذي يُعرَّف بأنه منظومة اقتصادية تعتمد على التقنيات الرقمية والاتصال الشبكي في إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها واستهلاكها، بما يعيد تشكيل أنماط العمل والمنافسة والابتكار (Bukht & Heeks, 2018) وفي هذا النمط ، يوكد أن الاقتصاد الرقمي لا يغيّر أدوات الإنتاج فحسب ، بل يعيد صياغة مفهوم القيمة المضافة ذاته ، بحيث تصبح مرتبطة بالقدرة على توليد المعرفة واستثمارها بكفاءة عالية ومع تعمق هذا التحول برز الذكاء الاصطناعي بوصفه أحد أهم محركات الاقتصاد الرقمي وأكثرها تأثيرًا في إعادة تشكيل سلاسل القيمة ، فالذكاء الاصطناعي لم يعد تقنية مستقبلية، بل أصبح عنصرًا بنيويًا في الأنشطة الاقتصادية ، بدءًا من التحليل التنبؤي واتخاذ القرار، وصولًا إلى تصميم المنتجات والخدمات الذكية ويشير إلى أن القيمة الاقتصادية للذكاء الاصطناعي لا تتحقق تلقائيًا بمجرد تبنّيه ، بل تنشأ عندما يُعاد تنظيم العمل ونماذج الأعمال بما يتوافق مع منطق هذه التقنية وفي إطار الاقتصاد الرقمي أصبحت القيمة المضافة ترتبط بقدرة المؤسسات على تحويل البيانات إلى معرفة قابلة للتطبيق وعلى استثمار الخوارزميات في تحسين الكفاءة والابتكار في آن واحد ، وتوضح منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تعميق القيمة المضافة عبر تحسين الإنتاجية ، وابتكار نماذج أعمال جديدة ، وخلق أسواق رقمية أكثر ديناميكية ، لكنه في الوقت ذاته يفرض تحديات تتعلق بالمنافسة العادلة والحوكمة الاقتصادية ومن هذا المنطلق ، لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة تقنية ، بل تحول إلى مورد استراتيجي يعيد تعريف مصادر القيمة داخل الاقتصاد الرقمي.(OECD, 2024) .

ويتصل مفهوم القيمة المضافة اتصالًا وثيقًا بمفهوم الميزة التنافسية ، التي تشير إلى قدرة المنظمة أو الاقتصاد على تحقيق أداء متفوق يصعب على المنافسين تقليده أو محاكاته ، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل عاملًا حاسمًا في بناء هذه الميزة عندما يُدمج ضمن استراتيجية طويلة المدى تعتمد على تطوير القدرات الرقمية والمعرفية للمؤسسات

ويتضح أن الذكاء الاصطناعي يعزز الميزة التنافسية ليس فقط من خلال خفض التكاليف ، بل عبر تمكين الابتكار المستمر وتحسين جودة القرارات الاستراتيجية ، وهو ما ينعكس مباشرة على القيمة الاقتصادية المضافة Hoang Van Dinh&) . et al, 2026)

ومن منظور فلسفي تحليلي ، يثير هذا الواقع الجديد تساؤلات عميقة حول طبيعة القيمة الاقتصادية في عصر الذكاء الاصطناعي ، وحول العلاقة بين الإنسان والتقنية في إنتاج الثروة ويرى أن الذكاء الاصطناعي لا يمثل مجرد تطور تقني ، بل تحولًا معرفيًا يؤثر في كيفية فهمنا للعمل والإنتاج والمنافسة ، ويستدعي إعادة التفكير في الأسس الأخلاقية والتنظيمية للاقتصاد الرقمي ويؤكد أن الميزة التنافسية في هذا السياق لم تعد قائمة فقط على امتلاك الموارد ، بل على القدرة على توجيه الأنظمة الذكية ضمن إطار قيمي وتنظيمي واعٍ(Jelinek, 2020) .

انطلاقًا من ذلك تتجه هذه الدراسة إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وبناء الميزة التنافسية في الاقتصاد الرقمي من خلال مقاربة فلسفية تحليلية تسعى إلى تجاوز الطرح التقني البحت، والوقوف عند الأبعاد المفاهيمية والمعرفية التي تحكم هذا الدور، وتسعى الدراسة إلى تقديم فهم أعمق لكيفية إسهام الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل منطق القيمة والتميز التنافسي في الاقتصاد الرقمي المعاصر، بما يفتح آفاقًا نظرية وتطبيقية للبحث المستقبلي وصناعة السياسات الاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التوسع الكبير في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل الاقتصاد الرقمي ، إلا أن هناك فجوة معرفية واضحة في فهم كيفية تحويل هذه التقنيات إلى قيمة مضافة حقيقية ، وأيضًا كيف تُترجم هذه القيمة إلى ميزة تنافسية مستدامة ، فالكثير من المؤسسات والدول تتبنى التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي لكنها لا تحقق دائمًا زيادة ملموسة في الإنتاجية أو التفوق التنافسي ، بل قد يظل تأثيرها محدودًا بسبب قصور في الاستراتيجية أو ضعف في تكامل التقنية مع نموذج العمل ، أو بسبب غياب فهم فلسفي عميق لطبيعة القيمة في الاقتصاد الرقمي وبالتالي، تبرز مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يسهم الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وبناء الميزة التنافسية في الاقتصاد الرقمي ، وما هي الشروط الفلسفية والتحليلية التي تجعل من هذا الإسهام ممكنًا ومستدامًا ؟

من خلال التساؤل الرئيسي يتم اشتقاق التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما مفهوم القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي، وكيف يختلف عن مفهوم القيمة في الاقتصاد التقليدي؟

2- ما آليات عمل الذكاء الاصطناعي التي تمكّنه من خلق قيمة مضافة داخل المؤسسات الرقمية؟

3- ما العوامل الفلسفية والتحليلية (المعرفية والتنظيمية) التي تحوّل الذكاء الاصطناعي من أداة تقنية إلى مصدر ميزة تنافسية مستدامة؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1- تحديد مفهوم القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي وتوضيح أوجه الاختلاف بينه وبين مفهوم القيمة في الاقتصاد التقليدي من منظور فلسفي تحليلي .

2- تحليل آليات عمل الذكاء الاصطناعي في خلق القيمة المضافة داخل المؤسسات الرقمية ، وتبيان كيف يسهم في تحسين العمليات واتخاذ القرار والابتكار.

3- استكشاف العوامل الفلسفية والتحليلية التي تحول الذكاء الاصطناعي إلى مصدر ميزة تنافسية مستدامة من خلال دراسة الشروط المعرفية والتنظيمية التي تضمن تحقيق القيمة وتحويلها إلى تفوق تنافسي .

أهمية الدراسة :

تم تقسيم أهمية الدراسة إلى قسمين هما :

الأهمية العلمية :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من خلال محاولة تقديم فهم فلسفي وتحليلي عميق لدور الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد الرقمي ، وهو ما يساهم في تطوير الأدبيات النظرية حول القيمة المضافة والميزة التنافسية في ظل التحول الرقمي ، كما تسهم الدراسة في إثراء النقاش الفلسفي حول طبيعة القيمة في الاقتصاد الرقمي عبر إعادة تأطير مفهوم القيمة المضافة ضمن إطار معرفي جديد يرتبط بالبيانات والمعرفة والخوارزميات وليس فقط بالموارد التقليدية ، وبذلك تقدم الدراسة إسهامًا نظريًا في تفسير كيفية انتقال الذكاء الاصطناعي من كونه تقنية إلى كونه موردًا استراتيجيًا قادرًا على إعادة تشكيل منطق المنافسة الاقتصادية .

الأهمية العملية :

تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة في تقديم مؤشرات وإرشادات استراتيجية للمؤسسات والدول التي تسعى إلى الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في تعزيز قيمتها الاقتصادية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

إذ تساعد الدراسة صانعي القرار ومديري المؤسسات على فهم الشروط التنظيمية والمعرفية اللازمة لتحويل الاستثمارات في الذكاء الاصطناعي إلى قيمة مضافة حقيقية، مثل: إعادة تصميم نماذج الأعمال، وتطوير البنية الرقمية، وتحسين قدرات التحليل والتنبؤ، ورفع مستوى ثقافة الابتكار.

كما يمكن أن تُستخدم نتائج الدراسة كمرجع لصياغة سياسات عامة تشجع على الاستثمار في القدرات الرقمية والمعرفية وتؤطرها ضمن أطر أخلاقية وتنظيمية تضمن المنافسة العادلة وتحقيق التنمية المستدامة.

منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي عبر تحليل الأدبيات العلمية والنظريات الفلسفية والاقتصادية ذات الصلة، وتفسير النتائج بشكل منطقي ومنهجي، مع ربط الأفكار ضمن إطار متكامل يعكس التحولات التي أحدثتها التقنيات الرقمية ، كما تستخدم الدراسة المنهج الفلسفي التحليلي في تفكيك مفاهيم مثل القيمة المضافة والميزة التنافسية والاقتصاد الرقمي، وإعادة تركيبها في إطار مفاهيمي جديد يتناسب مع طبيعة التحول الرقمي.

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية: خلال الفترة الحالية 2026م

الحدود البشرية: لا تشمل الدراسة جمع بيانات من أفراد أو عينة بشرية، بل تعتمد على المصادر الثانوية.

الحدود الموضوعية: تقتصر على دور الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وبناء الميزة التنافسية دون التوسع في الأبعاد الاجتماعية أو التقنية التفصيلية.

الحدود المنهجية: تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الفلسفي التحليلي دون استخدام المنهج التجريبي أو الإحصائي.

مصطلحات الدراسة:

1- الذكاء الاصطناعي

يشير الذكاء الاصطناعي إلى نظم وتقنيات قادرة على تنفيذ مهام تتطلب عادة ذكاء بشري، مثل التعلم من البيانات واتخاذ القرار ، ويُستخدم لتحسين العمليات وتحليل المعلومات في سياقات متعددة وقد بيّن أن الذكاء الاصطناعي يعزز قدرات التحليل والتنبؤ لدى الأنظمة الرقمية، مما يساهم في تحسين الأداء التنظيمي دون تدخل بشري مباشر (Shrestha& et al , 2019) .

2- القيمة المضافة

القيمة المضافة في السياق الرقمي تُعرَّف بأنها الزيادة في الفائدة الاقتصادية الناتجة عند تحويل المدخلات المعرفية والرقمية إلى منتجات أو خدمات تعزز القدرة التنافسية والفعالية السوقية ، وتوضح الدراسات أن التقنية الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي تُسهم في زيادة القيمة عبر تحسين الإنتاجية واستحداث نماذج عمل جديدة(OECD, 2020) .

3- الميزة التنافسية

الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على التفوق على منافسيها بشكل مستدام من خلال تقديم قيمة فريدة يصعب تقليدها، ويُنظر إلى التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي كعوامل تمكّن المنظمة من تحسين كفاءتها وابتكار عروضها السوقية بشكل يحقق لها تفوقًا مستمرً (Albuquerque&Zhu, 2019) .

4- الاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي هو النموذج الاقتصادي الذي تعتمد فيه الأنشطة الإنتاجية والتجارية والخدمية على البيانات والتقنيات الرقمية مثل الحوسبة السحابية، البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، مما يعيد تشكيل سلاسل القيمة وأساليب المنافسة في الأسواق (Bukht & Heeks,2018)

مسار الدراسة:

1- الدراسات السابقة:

تناولت دراسة (أبو بكر وخير الدين،2017) بعنوان:

" الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول: قراءة في التجربة اليابانية" .

هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم الذكاء الاقتصادي والإطار النظري المحيط به، وإبراز دوره في دعم التنافسية الاقتصادية، من خلال استعراض وتحليل النموذج الياباني الناجح، بالإضافة إلى لفت انتباه الباحثين لأهمية هذا الموضوع ودعوتهم لإجراء مزيد من الدراسات المعمقة واعتمد في جمع البيانات والمعلومات على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمت الاستعانة بمجموعة متنوعة من المصادر المكتوبة والإلكترونية، شملت المراجع العلمية من الكتب والمجلات المحكمة والرسائل الجامعية والتقارير والمؤتمرات، إضافة إلى إجراء مسح مكتبي في كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة باجي مختار – عنابة، والبحث عبر الإنترنت للحصول على دراسات سابقة باللغات العربية والفرنسية والإنجليزية، وتمحور مجتمع الدراسة حول التجربة اليابانية في مجال الذكاء الاقتصادي، حيث تم تحليل ظهور هذا المفهوم في اليابان، وخصائص النموذج الياباني الفريد، والجهات الفاعلة فيه، وتأثيره المباشر على تنافسية الاقتصاد الوطني وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: تأكيد فعالية النموذج الياباني للذكاء الاقتصادي والذي ساهم بشكل حاسم في التحول الاقتصادي لليابان من دولة منهكة بعد الحرب العالمية الثانية إلى ثالث أكبر اقتصاد على المستوى العالمي، وتميز هذا النموذج بالتعاضد بين الدولة والمؤسسات والجامعات، والاستثمار الاستراتيجي في المعلومات والمعرفة، وإعطاء أولوية قصوى للتعليم والتدريب المستمر، واعتماد نظام يقظة فعال يجمع بين البعدين الهجومي والدفاعي، كما أثبتت النتائج صحة الفرضية القائلة بأن الذكاء الاقتصادي أداة فاعلة في تعزيز تنافسية المؤسسات والدول على حد سواء وأوصت الدراسة في ختامها بضرورة قيام الباحثين، خاصة في الجزائر والوطن العربي، بإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث لفهم أسرار تفوق ونجاح التجربة اليابانية في مجال الذكاء الاقتصادي، بغية استنباط نماذج ملائمة قابلة للتطبيق يمكن أن تساهم في تعزيز التنافسية الاقتصادية في دولهم.

دراسة (زعمومكي ومرزق ، 2023) بعنوان:

"الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم "

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم الذكاء الاصطناعي من حيث أهميته وخصائصه، وتوضيح العلاقة بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي، مع تحليل الانعكاسات الاقتصادية المتوقعة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر القطاعات الاقتصادية على المستوى العالمي ، وارتكزت الإشكالية الرئيسية للبحث حول مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق تلك الانعكاسات الاقتصادية العالمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لرصد الأطر النظرية لمفهوم الذكاء الاصطناعي وأنظمته الذكية من خلال استعراض الأدبيات السابقة، كما استخدمت المنهج التحليلي لتحديد وتقييم الآثار الاقتصادية المترتبة على انتشار هذه التقنيات وتناولت الدراسة تعريف الذكاء الاصطناعي وتطوره التاريخي منذ جذوره الفلسفية والرياضية حتى مؤتمر "دارتموث" عام 1956 الذي أطلق التسمية الرسمية، كما ناقشت أهمية الذكاء الاصطناعي في حفظ الخبرات البشرية وتمكين استخدام اللغة الطبيعية والتطبيقات في مجالات حساسة مثل الصحة والتعليم والأمن. وتم استعراض أهداف الذكاء الاصطناعي المتمثلة في فهم العمليات الذهنية البشرية ومحاكاة السلوك الذكي، بالإضافة إلى خصائصه مثل القدرة على التعلم والتكيف وحل المشكلات المعقدة، وأوضحت العلاقة بين الذكاء البشري والاصطناعي من خلال محاكاة الأساليب البشرية في معالجة الرموز واتخاذ القرارات ونقل الخبرات إلى الأنظمة الحاسوبية وعلى الصعيد الاقتصادي، أشارت الدراسة إلى توقعات نمو سوق الذكاء الاصطناعي العالمي ليصل إلى حوالي 60 مليار دولار بحلول عام 2025، مع إسهام التقنيات في زيادة الناتج العالمي بنحو 15.7 تريليون دولار عام 2030، كما بينت أن الذكاء الاصطناعي سيعزز الإنتاجية والتنافسية المؤسسية وسيؤدي إلى تحولات كبيرة في أنماط طلب المستهلكين وسلوكهم ،أما في مجال سوق العمل، فتوقعت الدراسة ظهور وظائف جديدة تتطلب مهارات عالية في حين ستتراجع الوظائف الروتينية متوسطة ومنخفضة المهارة، مما قد يؤدي إلى تفاقم الفجوة الرقمية وعدم المساواة في توزيع الدخل بين الدول المتقدمة والنامية بسبب

اختلاف القدرات الاستثمارية وتوفر رأس المال البشري وخلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل قفزة نوعية في الثورة الصناعية الرابعة ويحمل إمكانات هائلة للنمو الاقتصادي، لكنه يطرح تحديات كبيرة على صعيد العمالة والعدالة الاجتماعية ، وأوصت بضرورة ترويج نماذج التعلم الرقمي وتطوير الكفاءات المحلية في مجال الذكاء الاصطناعي، وتحفيز المؤسسات الاقتصادية خاصة في الدول النامية للاستثمار في هذه التقنيات، وتطوير الأطر القانونية والتشريعية لمواكبة التسارع التقني، مع زيادة التوعية بأهمية الذكاء الاصطناعي لدى أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

دراسة (Burakhanova et al., 2023) بعنوان:

"Using Artificial Intelligence for Retail Value Chain"

هدفت الدراسة إلى اختبار فرضيات حول دمج الذكاء الاصطناعي في سلاسل القيمة بالتجزئة ضمن الفضاء الاقتصادي لما بعد الاتحاد السوفيتي، مع التركيز على تحديد أكثر المجالات ملاءمة لتطبيق هذه التقنية. اعتمدت الدراسة على منهجية كمية من خلال تصميم استبيان إلكتروني تم توزيعه عبر قنوات مخصصة وغير مخصصة، حيث تم جمع آراء 512 مديرًا في قطاع التجزئة من ثلاث دول هي أذربيجان وكازاخستان وطاجيكستان، شملت أدوات جمع البيانات استمارة تحتوي على جزئين: معلومات عامة عن المؤسسات، وجزء تحليلي لاختبار الفرضيات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية والرياضية مثل حساب المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الارتباط، بالإضافة إلى استخدام تحليل ABC استنادًا إلى مبدأ باريتو وأظهرت نتائج الدراسة أن سوق التجزئة في الفضاء الاقتصادي لما بعد الاتحاد السوفيتي ليس مستعدًا بعد لتطبيق الروبوتات والأتمتة الكاملة في المتاجر، كما أكدت صحة جميع الفرضيات المطروحة، والتي تضمنت أن تقنية الشات بوت تُعد الأكثر فعالية وإتاحة لإدارة المعرفة في مرحلة التنمية الحالية، وأن استخدام الذكاء الاصطناعي لإدارة المخزون يناسب بشكل رئيسي سلاسل التجزئة الكبيرة، فيما لا يزال المستهلكون ومشغلو السوق غير مستعدين لتطبيقات الروبوتات والمتاجر الآلية، بالإضافة إلى أن جذب العملاء عبر الذكاء الاصطناعي يكون أكثر ملاءمة للسلاسل الكبيرة وللمتاجر الصغيرة والمتوسطة التي تركز على المبيعات عبر الإنترنت وخلصت الدراسة إلى توصيات تستهدف مديري التجزئة في دول الفضاء الاقتصادي لما بعد السوفيتي، أهمها التركيز على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ذات القيمة المضافة المباشرة والمحدودة التكلفة مثل الشات بوت وتحسين تجربة العملاء، مع ضرورة رفع الوعي التقني وتوفير البنى التحتية الداعمة قبل التوجه نحو الحلول المتقدمة مثل الأتمتة الشاملة.

دراسة (عيفة، 2025) بعنوان:

"دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية"

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، مع التركيز على تحليل العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعناصر الميزة التنافسية مثل الابتكار وتحسين الكفاءة ورضا العملاء، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والنماذج النظرية والعملية، مع استعراض تجارب مؤسسات اقتصادية طبقت تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل تحليل البيانات الضخمة والأتمتة وإدارة العمليات ، وقد تم تحليل محتوى الدراسات السابقة والتجارب المؤسسية لفهم آليات تحقيق الميزة التنافسية عبر الذكاء الاصطناعي وأظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا محوريًا في خفض التكاليف التشغيلية، ورفع جودة الخدمات، وتسريع عمليات اتخاذ القرار، كما يعزز القدرة على الابتكار وتطوير منتجات جديدة، مما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. كما بينت النتائج أن المؤسسات التي تطبق الذكاء الاصطناعي في استراتيجياتها التسويقية وتفاعلها مع العملاء تمكنت من

تحسين تجربة العملاء وبناء ولائهم وخلصت الدراسة إلى أن الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة حتمية لتعزيز تنافسية المؤسسات في البيئة الديناميكية المعاصرة، وأوصت بتبني استراتيجيات شاملة لدمج الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على تدريب الموارد البشرية وتطوير البنية التحتية التكنولوجية وضمان أمن البيانات وخصوصية العملاء.

دراسة (Liu et al., 2025) بعنوان:

The Impact of Digital Transformation on High-Quality Development of Manufacturing Enterprises: An Integrated Perspective on Efficiency and Social Responsibility."

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير التحول الرقمي على تحقيق تنمية عالية الجودة في الشركات التصنيعية، مع التركيز على بعدي الكفاءة الإنتاجية والأداء البيئي والاجتماعي والحوكمي (ESG) واستخدمت الدراسة منهجية تحليلية كمية باستخدام بيانات 482 شركة تصنيعية مدرجة في سوقي شنغهاي وشينزن للأوراق المالية من الفترة 2010–2022 ، واعتمدت على قياس درجة الرقمنة من خلال تحليل نصوص التقارير السنوية للشركات باستخدام تقنيات تحليل النصوص، وقياس إنتاجية العناصر الكلية بطريقة(LP) ، وأداء الاستدامة باستخدام مؤشر ESG الصيني (Huazheng ESG) وتم توحيد المؤشرين في مؤشر واحد للتنمية عالية الجودة باستخدام طريقة الإنتروبيا ، واستخدمت الدراسة نموذج الآثار الثابتة ثنائية الاتجاه لفحص الفرضيات، مع معالجة مشكلات السببية العكسية باستخدام متغير آلي يتمثل في الوعي الرقمي للإدارة العليا وأظهرت النتائج أن التحول الرقمي له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على تحسين إنتاجية العناصر الكلية وأداءESG ، مما يدعم تحقيق تنمية عالية الجودة ، وتم التحقق من متانة النتائج عبر اختبارات متعددة تشمل استبدال المؤشرات واستبعاد عينات سنوات الأزمات وإضافة متغيرات تحكم ، وكشفت تحليلات الآليات أن التحول الرقمي يعزز التنمية عالية الجودة من خلال ثلاث قنوات رئيسية: خفض تكاليف التمويل، زيادة الإنتاج الابتكاري (براءات الاختراع)، وتحسين هيكل رأس المال البشري (نسبة الموظفين الحاصلين على تعليم عالٍ) ، كما أظهر التحليل التبايني أن التأثير أكثر وضوحًا في الشركات المملوكة للدولة مقارنة بغيرها، وفي المناطق الشرقية المتقدمة تقنيًا، وفي الصناعات كثيفة التكنولوجيا وخلصت الدراسة إلى توصيات موجهة لكل من صانعي السياسات والمؤسسات التصنيعية ، فالحكومات مدعوة لتعزيز البنية التحتية الرقمية، وتقديم حوافز مالية ودعم تقني، وبناء الشراكات مع المؤسسات البحثية، وتنمية المواهب الرقمية ، في المقابل، يتعين على الشركات وضع استراتيجيات رقمية متدرجة تتناسب مع أحجامها وقطاعاتها، وزيادة الاستثمار في التقنيات الناشئة، وتدريب الكوادر، وتعزيز الابتكار عبر المنصات الرقمية، مع إدارة المخاطر المرتبطة بالتحول الرقمي مثل أمن البيانات ، هذه الإجراءات مجتمعة تساهم في رفع كفاءة الشركات ومسؤوليتها المجتمعية، مما يمهد الطريق لتنمية اقتصادية مستدامة وعالية الجودة في القطاع التصنيعي الصيني.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

تتقاطع الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة في الإقرار بالأهمية المتزايدة للذكاء الاصطناعي بوصفه محركًا أساسيًا للتنافسية الاقتصادية وخلق القيمة في البيئات المعاصرة ، فقد أكدت دراسة أبو بكر وخير الدين (2017) أن الاستثمار في المعرفة والمعلومات يشكل ركيزة استراتيجية لتعزيز تنافسية الاقتصادات الوطنية، وهو ما ينسجم مع منطلقات الدراسة الحالية التي تنظر إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره أداة متقدمة لتحويل المعرفة إلى قيمة اقتصادية ، كما تتوافق الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة زعمومكي ومرزق (2023) من أن الذكاء الاصطناعي يمثل عنصرًا حاسمًا في التحولات الاقتصادية العالمية وزيادة الإنتاجية وتحسين الأداء المؤسسي، وهو ما تؤكده الأدبيات الحديثة حول الاقتصاد الرقمي ، كذلك تتقاطع نتائج الدراسة الحالية مع ما أظهرته دراسة Burakhanova et al (2023) بشأن دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في

تعزيز القيمة داخل سلاسل القيمة ، لا سيما من خلال تحسين العمليات وتجربة العملاء، ومع ما خلصت إليه دراسة عيفة (2025) التي أبرزت إسهام الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية عبر الابتكار وخفض التكاليف وتحسين جودة الخدمات ، كما تنسجم الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Liu et al (2025 التي أثبتت الأثر الإيجابي للتحول الرقمي في تحقيق تنمية عالية الجودة من حيث الكفاءة والاستدامة وعلى الرغم من هذا الاتفاق العام، فإن الدراسة الحالية تختلف جوهرياً عن الدراسات السابقة من حيث زاوية المعالجة والمنطلق النظري ، إذ ركزت معظم الدراسات السابقة على الجوانب التطبيقية أو الكمية للذكاء الاصطناعي، أو على تحليل تجارب قطاعية وجغرافية محددة، في حين تنطلق هذه الدراسة من مقاربة فلسفية تحليلية تهدف إلى تفكيك مفهوم القيمة المضافة ذاته داخل الاقتصاد الرقمي، وليس الاكتفاء بقياس نتائجه الاقتصادية ، كما أن الدراسات السابقة تعاملت مع القيمة بوصفها ناتجًا اقتصاديًا أو مؤشر أداء، بينما تعالجها الدراسة الحالية بوصفها بناءً معرفياً يتشكل من البيانات والخوارزميات والتفاعلات الرقمية ، إضافة إلى ذلك، لم تتناول الأدبيات السابقة بعمق الشروط الفكرية والتنظيمية التي تجعل الذكاء الاصطناعي مصدرًا مستدامًا للميزة التنافسية ، بل ركزت في الغالب على نتائج استخدامه قصيرة أو متوسطة الأجل وانطلاقًا من ذلك، تتجلى الفجوة البحثية في غياب إطار فلسفي تحليلي يفسر الكيفية التي يسهم بها الذكاء الاصطناعي في تعميق القيمة المضافة وتحويلها إلى ميزة تنافسية مستدامة في سياق الاقتصاد الرقمي، حيث ظل التركيز السائد منصبًا على التطبيقات والأثر الكمي، مع إهمال التحليل المفاهيمي والمعرفي لهذا التحول ، وتسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم قراءة تحليلية تدمج بين الفلسفة والاقتصاد الرقمي، وتوضح الأسس المعرفية والتنظيمية التي يقوم عليها خلق القيمة في عصر الذكاء الاصطناعي وعليه، تتمثل المساهمة العلمية للدراسة الحالية في تقديم مقاربة نظرية تحليلية تسهم في إعادة تعريف مفهوم القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي، وبناء إطار تفسيري يربط بين الذكاء الاصطناعي والقيمة والميزة التنافسية من منظور فلسفي وتنظيمي متكامل، بما يعزز فهماً أعمق لدور الذكاء الاصطناعي بوصفه ليس مجرد أداة تقنية، بل كعنصر بنيوي في تشكيل التفوق التنافسي المستدام في الاقتصاد الرقمي المعاصر.

2- مفهوم القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي:

تشير القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي إلى القيمة المتولدة عن توظيف البيانات والمعرفة والتقنيات الرقمية في تحسين المنتجات والخدمات وعمليات اتخاذ القرار، بما يتجاوز المفهوم التقليدي للقيمة القائم على تحويل المدخلات المادية إلى مخرجات سلعية ، ففي الاقتصاد التقليدي، تُقاس القيمة المضافة أساسًا من خلال مساهمة العمل ورأس المال المادي في الإنتاج، بينما تقوم القيمة في الاقتصاد الرقمي على الأصول غير الملموسة، مثل البيانات، والمنصات الرقمية، والخوارزميات، وقدرتها على رفع الكفاءة وتعزيز الابتكار، ومن منظور فلسفي تحليلي، يعكس هذا التحول انتقال مفهوم القيمة من إطار مادي قائم على الندرة إلى إطار معرفي يقوم على وفرة المعلومات وقابليتها للتحليل وإعادة الاستخدام، حيث تصبح المعرفة الرقمية مصدرًا رئيسيًا لتعميق القيمة وبناء التفوق الاقتصادي ، وتؤكد منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أن القطاعات كثيفة الاستخدام للتقنيات الرقمية تسهم بشكل متزايد في إجمالي القيمة المضافة، نظرًا لدورها في تحسين الإنتاجية وتوليد أشكال جديدة من القيمة يصعب رصدها عبر المؤشرات التقليدية(OECD,2024) .

3- آليات الذكاء الاصطناعي في خلق القيمة المضافة:

يسهم الذكاء الاصطناعي في خلق القيمة المضافة داخل المؤسسات الرقمية عبر مجموعة من الآليات الفاعلة التي تشمل تحسين العمليات التشغيلية، تعزيز جودة اتخاذ القرار، ودعم الابتكار ، أولًا، تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل التعلم الآلي والتحليل التنبؤي، على أتمتة المهام الروتينية وتحسين كفاءة العمليات، مما يؤدي إلى توفير الوقت وتقليل الأخطاء

وتحسين جودة النتائج التشغيلية ؛ ثانيًا، يساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز اتخاذ القرار عبر تحليل البيانات الضخمة وتقديم استنتاجات دقيقة تساعد المديرين على اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر سرعة ودقة من الطرق التقليدية، وهو ما يعزز فعالية الإدارة ويقلل من التحيز البشري في التخطيط والتنفيذ. وأخيرًا، يعمل الذكاء الاصطناعي كداعم رئيس للابتكار من خلال تمكين المؤسسات من تطوير منتجات وخدمات جديدة، وتخصيص تجارب المستخدمين، والاستجابة سريعًا لتغيرات السوق، مما يُعد عنصرًا مهمًا في خلق قيمة مضافة مستدامة في الاقتصاد الرقمي(Abduljabbar & Shaban, 2024)

4- شروط تحويل الذكاء الاصطناعي إلى ميزة تنافسية مستدامة:

لكي تتحول القيمة المضافة الناتجة عن الذكاء الاصطناعي إلى ميزة تنافسية مستدامة في المؤسسات الرقمية، لا يكفي الاعتماد على التقنية وحدها، بل يلزم توافر مجموعة من العوامل المعرفية والتنظيمية التي تُمكِّن المؤسسة من استمرارية الاستفادة الاستراتيجية من هذه التقنية. فمن منظور تنظيمي، أشارت الأدبيات إلى أن القدرات الديناميكية مثل القدرة على استشعار الفرص والتهديدات، واقتناصها، وإعادة تكوين الموارد تعد عنصرًا حاسمًا في ربط الذكاء الاصطناعي بالأداء التنافسي المستدام، لأن هذه القدرات تعزز قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات البيئية وتقوية موقعها التنافسي (Gao& et al, 2025). كما أظهر بحث آخر أن العوامل الداخلية مثل القدرة على القيادة الرقمية، واستراتيجية البيانات، والثقافة التنظيمية التي تدعم الابتكار والتحول الرقمي تساهم في تعزيز دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق مزايا تنافسية طويلة الأمد، بينما تلعب المهارات الرقمية والقدرات المعرفية دورًا وسيطًا في هذا التحول من الاستخدام الفردي للتقنية إلى تكاملها ضمن المنظومة الاستراتيجية للمؤسسة .(Alhelal & et al, 2025) وبذلك، يتضح أن التحوّل إلى ميزة تنافسية مستدامة يتطلب إطارًا تنظيميًا معرفيًا فعالًا يمكن المؤسسة من تحويل الاستخدام الفني للذكاء الاصطناعي إلى قدرات تنظيمية قابلة للتجدد والتطوير تضمن استمرار التفوق في بيئات متغيرة ومعقدة.

5- نظريات القيمة من منظور فلسفة التكنولوجيا والاقتصاد المعرفي:

تتجه النظريات الحديثة في فلسفة التكنولوجيا والاقتصاد المعرفي إلى إعادة تفسير مفهوم القيمة بما يتناسب مع واقع الاقتصاد الرقمي المعاصر، معتبرة أن القيمة لا تنشأ فقط من الموارد المادية والعمل التقليدي كما في الاقتصاد الكلاسيكي، بل هي نتيجة العمليات المعرفية والتكنولوجية التي تنتج المعرفة وتحوّلها إلى قدرة تنافسية و في هذا الإطار، يرى البعض أن الاقتصاد المعرفي يعتمد بشكل أساسي على الابتكار وتوليد المعرفة المتجددة والقدرة على التعلم المستمر باعتبارهما المصدرين الرئيسيين للقيمة والنمو، وليس فقط تراكم رأس المال أو استخدام الموارد المادية، حيث ترتبط القيمة بمستوى التخصص والبحث والتطوير والاستفادة من التقنيات المعرفية في العمليات الاقتصادية (Schilirò, 2025) من جهة أخرى، تقدم فلسفة التكنولوجيا تحليلًا أعمق للعلاقة بين التكنولوجيا والقيمة من منظور فلسفي، معتبرة أن التقنيات الرقمية لا تعمل كأدوات محايدة فحسب، بل كعوامل تشكل المعرفة وتعيد تنظيم العلاقات الاجتماعية والاقتصادية، وبالتالي تؤثر في ما يُعد ذا قيمة اقتصاديًا واجتماعيًا(Blok, 2023) وبناءً عليه، تصبح القيمة في الاقتصاد الرقمي ليست مجرد ناتج اقتصادي كمي، بل قيمة معرفية تتكون من تفاعلات البيانات والخوارزميات والقدرة البشرية على استخراج النتائج المفيدة من هذه التفاعلات، وهو ما يعيد رسم حدود مفهوم القيمة في ضوء الاقتصاد الرقمي وتكنولوجياته المتقدمة.

6- النموذج النظري للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والقيمة المضافة والميزة التنافسية:

من اعداد الباحث ، بالاعتماد على الأدبيات الدراسة

حيث يوضح النموذج النظري كيف تتحول التقنية إلى نجاح ملموس عبر ثلاث محطات رئيسية:

المحطة الأولى: الذكاء الاصطناعي (المدخلات)

هنا نبدأ بامتلاك الأدوات التقنية مثل الخوارزميات الذكية والتعلم الآلي .

المحطة الثانية: تعميق القيمة المضافة (العمليات)

هذه هي المرحلة الأهم، حيث يتم تحويل التقنية إلى فائدة حقيقية من خلال:

1 – الكفاءة: أداء المهام بسرعة أكبر وتكلفة أقل (أتمتة العمليات).

2– الذكاء: اتخاذ قرارات دقيقة بناءً على البيانات وليس التخمين (تحسين القرار).

3– التجديد: ابتكار خدمات ومنتجات ذكية لم تكن موجودة من قبل (الابتكار الرقمي).

المحطة الثالثة: الميزة التنافسية المستدامة (المخرجات)*

هذا هو الهدف النهائي ، عندما تنجح المؤسسة في خلق قيمة مضافة فإنها تحقق تفوقاً سوقياً يصعب على المنافسين تقليده، مما يؤدي إلى ولاء العملاء واستمرارية النجاح في السوق الرقمي.

العوامل الممكنة (المحرك الخفي) :

نلاحظ في النموذج وجود "عوامل ممكنة" (مثل القيادة الرقمية والثقافة المرنة) ، هذه العوامل هي التي تضمن نجاح الانتقال بين المحطات، فبدون إدارة واعية وثقافة تتقبل التغيير، لن يتمكن الذكاء الاصطناعي من خلق قيمة حقيقية أو ميزة مستدامة ويرى الباحث أن الذكاء الاصطناعي (كأداة) يحتاج إلى إدارة ذكية (عوامل ممكنة) ليخلق فائدة حقيقية (قيمة مضافة)، مما يضمن في النهاية التفوق على المنافسين (ميزة تنافسية).

مناقشة النتائج الدراسة:

تظهر نتائج هذه الدراسة توافقاً جوهرياً مع الأدبيات الحديثة التي تناولت التحول الرقمي، مع تقديم أبعاد فلسفية أعمق حول طبيعة القيمة والميزة التنافسية. وتكشف عملية الربط بين النتائج والأدبيات أن القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي لم تعد مرتبطة بالمدخلات المادية أو العمالة التقليدية، بل أصبحت ناتجة عن معالجة البيانات وتحويلها إلى معرفة قابلة للتطبيق عبر الخوارزميات الذكية، وهو ما يعزز رؤية Schilirò (2025) بأن الاقتصاد المعرفي يعتمد على الابتكار وتوليد المعرفة المتجددة كمصدرين رئيسيين للقيمة ، كما تتقاطع هذه النتيجة مع أطروحات فلسفة التكنولوجيا التي يمثلها(2023) Blok ، حيث يُنظر للتقنيات الرقمية كعوامل تشكل المعرفة وتعيد تنظيم العلاقات الاقتصادية وفيما يتعلق بدور الذكاء الاصطناعي كمورد استراتيجي يعيد تشكيل منطق المنافسة، فإن النتائج تدعم ما توصلت إليه دراسة زعمومكي ومرزق (2023) من أن هذه التقنيات تزيد الإنتاجية وتحسن الأداء المؤسسي بشكل حاسم. كما ينسجم تأكيد الدراسة على أن استدامة الميزة التنافسية لا تتحقق بامتلاك التقنية فحسب بل بتكاملها مع القدرات الديناميكية مع نتائج Gao et al. (2025) التي ربطت بين الذكاء الاصطناعي والقدرة على استشعار الفرص واقتناصها وتبرز أهمية التكامل بين الأبعاد التنظيمية والمعرفية كشرط للتميز المستدام، وهو ما يتفق مع دراسة Alhelal et al. (2025) التي أثبتت الدور الوسيط للثقافة والمهارات الرقمية في تحويل الاستخدام الفني للذكاء الاصطناعي إلى ميزة تنافسية. أخيراً، فإن قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين اتخاذ القرار وتقليل التحيز البشري تجد صدى لها في دراسة Shrestha et al. (2019) التي أكدت أن الأنظمة الذكية تعزز الأداء التنظيمي

عبر تحسين دقة التنبؤ، ودراسة عيفة (2025) التي ربطت بين هذه التقنيات وتسريع عمليات اتخاذ القرار لتحقيق تفوق مستمر في الأسواق .

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من خلال الباحث:

1- تحول مفهوم القيمة المضافة

القيمة المضافة في الاقتصاد الرقمي لم تعد ترتبط بالمدخلات المادية أو العمالة التقليدية، بل أصبحت ناتجة عن معالجة البيانات وتحويلها إلى معرفة قابلة للتطبيق عبر الخوارزميات الذكية.

2- الذكاء الاصطناعي كمورد استراتيجي

لم يعد الذكاء الاصطناعي أداة لتحسين الكفاءة فقط، بل أصبح مورداً استراتيجياً يعيد تشكيل منطق المنافسة ويخلق ميزات تنافسية يصعب تقليدها.

3- أهمية القدرات الديناميكية

امتلاك تقنيات الذكاء الاصطناعي وحده لا يكفي ، إذ يعتمد التفوق على القدرات الديناميكية للمؤسسة في استشعار الفرص واقتناصها وإعادة تشكيل الموارد بسرعة.

4- تكامل الأبعاد التنظيمية والمعرفية

استدامة الميزة التنافسية تتطلب تكاملاً بين التكنولوجيا من جهة ، وبين الثقافة التنظيمية والقيادة الرقمية والمهارات البشرية من جهة أخرى.

5- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين اتخاذ القرار .

يقلل الذكاء الاصطناعي من التحيز البشري ويرفع دقة التنبؤات، ما ينعكس على تحسين جودة القرارات الاستراتيجية وسرعة الاستجابة لمتطلبات السوق.

توصيات الدراسة:

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال الباحث ، إليك مجموعة من التوصيات:

1- تطوير استراتيجية بيانات شاملة

النظر إلى البيانات كأصل استراتيجي، وبناء بنية تحتية رقمية قوية لضمان جودة تدفق البيانات وتغذية أنظمة الذكاء الاصطناعي.

2- الاستثمار في رأس المال البشري الرقمي

تدريب الكوادر الإدارية على فهم إمكانات الذكاء الاصطناعي وكيفية اتخاذ قرارات مدعومة بالبيانات، وليس الاقتصار على المبرمجين فقط .

3- إعادة تصميم نماذج الأعمال

عدم الاكتفاء بأتمتة العمليات الحالية، بل إعادة التفكير في تقديم القيمة للعملاء عبر ابتكار خدمات ومنتجات ذكية وشخصية .

4- تعزيز الثقافة التنظيمية المرنة

تشجيع ثقافة الابتكار والتجريب وتقليل المقاومة للتغيير التكنولوجي لضمان دمج الذكاء الاصطناعي في العمليات اليومية .

5- الالتزام بالأطر الأخلاقية والقانونية

صياغة سياسات واضحة لضمان أمن البيانات وخصوصية المستخدمين والاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي .

6- دعم البحث والتطوير

تقديم حوافز للمؤسسات التي تستثمر في تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الشراكات بين القطاع الخاص والمؤسسات البحثية .

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: المصادر العربية :

أبو بكر، خوالد، & خير الدين ، بوزرب (2017). الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول: قراءة في التجربة اليابانية ، مجلة البشائر الاقتصادية ، 3(30)، 34-54.

زعمومكي سالم، ومرزق فتيحة حبالي (2023). الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم، مجلة التراث، 13(4)، 35–49.

عيفة، نريمان (2025)، دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية ، مجلة الإدارة وريادة الأعمال، 4(2)، 1–17.

ثانياً: المصادر الأجنبية :

Alhelal, A. A., Alshiha, A. A., & Al-Romeedy, B. S. (2025). AI-Driven Sustainable Competitive Advantage in Tourism and Hospitality: Mediating Roles of Digital Culture and Skills. Sustainability, 17(19), 8903. https://doi.org/10.3390/su17198903

Albuquerque, A., & Zhu, J. L. (2019). Has Section 404 of the Sarbanes–Oxley Act discouraged corporate investment? New evidence from a natural experiment. Management Science, 65(7), 3423–3446. https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3090

Abduljabbar, S., & Shaban, R. S. (2024). The Role of Artificial Intelligence for Value Creation in Digital Commerce. The Indonesian Journal of Computer Science, 13(4). https://doi.org/10.33022/ijcs.v13i4.4338

Blok, V. (2023). Philosophy of Technology in the Digital Age. Erasmus University Rotterdam. https://pure.eur.nl/ws/portalfiles/portal/201314786/Blok_2023_oratie_Philosophy_of_Technology_in_the_Digital_1_.pdf

Brynjolfsson, E., Rock, D., & Syverson, C. (2017). Artificial intelligence and the modern productivity paradox: A clash of expectations and statistics (NBER Working Paper No. 24001). National Bureau of Economic Research. https://doi.org/10.3386/w24001

Burakhanova, A., Baizhaxynova, G., Duisebayeva, A., Davletova, M., & Nurakhova, B. (2023). Using Artificial Intelligence for Retail Value Chain. International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology, 14(1), 1–20.

Gao, Y., Liu, S., & Yang, L. (2025). Artificial intelligence and innovation capability: A dynamic capabilities perspective. International Review of Economics & Finance, 98, 103923. https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.103923

Hoang Van Dinh, H. A. Duy, D. T. Thuy, D. T. Giang, V. N. M. Chau, N. L. M. Ngoc, & V. H. Quynh. (2025). Digital capabilities and competitive advantage in the context of technological uncertainty: Evidence from emerging market SMEs. International Journal of Innovation Management, 29(03n04), Article 2550018. https://doi.org/10.1142/S1363919625500185

Jelinek, T. (2020). The ethics and governance of artificial intelligence (Unpublished manuscript). Hertie School.

Liu, X., Hong, S., Su, Z., & Zhou, Y. (2025). The Impact of Digital Transformation on High-Quality Development of Manufacturing Enterprises: An Integrated Perspective on Efficiency and Social Responsibility. Mathematics, 13(5), 815. https://doi.org/10.3390/math13050815

OECD. (2020). Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard (224 p.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/061fe03d-en

OECD. (2024). Artificial intelligence, data and competition. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/e7e88884-en

OECD. (2024). OECD Digital Economy Outlook 2024: Embracing the technology frontier. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/a1689dc5-en

Schilirò, D. (2025). The knowledge economy and innovation: A glance at their relationship. Business and Management Studies, 11(2), Article 8389. https://doi.org/10.11114/bms.v11i2.8389

Shrestha, Y. R., Ben-Menahem, S. M., & von Krogh, G. (2019). Organizational decision-making structures in the age of artificial intelligence. California Management Review, 61(4), 66–83. https://doi.org/10.1177/0008125619862257

Bukht, R., & Heeks, R. (2018). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. International Organisations Research Journal, 13(2), 143–172. https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07