

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

عنوان المشروع

أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات إدارة الأعمال -دراسة تحليلية

أسم الطالب

رغد علي بن سميط

مشروع تخرج- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

٢٠٢٥-الثالث

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر الامتنان إلى أستاذي الفاضل الدكتور (عبدالرحيم نادر) على ما قدمه لي من دعم علمي متواصل وتوجيهات بناء ساعدتني على إنجاز هذا البحث بأعلى مستوى من الجودة.

لقد كان لاهتمامه ومتابعته المستمرة الاثر الكبير في تطوير أفكاره وتحقيق أهداف الدراسة.

كما أشكر أعضاء هيئة التدريس في قسم الدارة العامة بجامعة ميداوشن على تعاونهم الكريم وتوفير كافة المكنيات التي أسهمت في تسهيل سير الدراسة.

ولا يفوتني أن أعبر عن امتناني العميق لعائلتي الكريمة، التي افقت إلى جانبي بدعمها وتشجيعها اللامحدود طوال فترة إعداد المشروع، وكذلك زملائي وأصدقائي الذين قدموا المساعدة والنصح.

بارك الله في جهود الجميع، وسدد خطاكم لما فيه الخير والعطاء المستمر.

الاهداء:

الى من كانوا بعد الله عز وجل السبب في ما انا عليه اليوم.. لبي والدي العزيزين اللذان منحهما لي زادا في حياتي فدعهما ودعمهما كانا النور الذي انار دربي وسندي في كل خطوه .الى اخواني واحبتي منحوني القوة والإصرار للاستمرار رغم الصعوبات. اهدي هذا العمل المتواضع الى كل من يؤمن ان الطموح لا حدود له وان الإصرار والعمل الجاد هما طريق النجاح والتميز الى كل من يسعى للنهوض بزيادة الاعمال والمشاريع الوطنية لخدمه هذا الوطن المعطاء.

مستخلص الدراسة:

يشهد عالم الأعمال في الوقت الحاضر تطورًا متسارعًا نتيجة التقدم الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت من أهم الأدوات الداعمة للإدارة الحديثة وصنع القرار الاستراتيجي. فقد أسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين قدرة المؤسسات على تحليل البيانات، والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، مما جعله عنصرًا محوريًا في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال.

وتتبع أهمية هذه الدراسة من تسليط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في دعم وتطوير الاستراتيجيات الإدارية داخل المؤسسات، من خلال دراسة تأثيره على عملية اتخاذ القرار، وتحسين الأداء المؤسسي، وتعزيز القدرة التنافسية. كما تسعى الدراسة إلى بيان مدى وعي المؤسسات بأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات.

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات باستخدام الاستبيانات وتحليلها إحصائيًا، بهدف الوصول إلى نتائج علمية تسهم في إثراء المعرفة في مجال الإدارة العامة وإدارة الأعمال، وتقديم توصيات عملية تساعد صانعي القرار على الاستفادة المثلى من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجياتهم الإدارية.

جدول المحتويات

.....	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
.....	١,١. المقدمة:
.....	١,٢. مشكلة الدراسة
.....	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
.....	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
.....	١,٣. أهمية الدراسة
.....	١,٣,١. على المستوى النظري:
.....	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
.....	١,٤. أسئلة الدراسة
.....	١,٥. أهداف الدراسة
.....	١,٦. فرضيات الدراسة
.....	١,٧. نموذج الدراسة
.....	١,٨. الدراسة الميدانية
.....	١,٩. منهجية الدراسة
.....	١,١٠. مخطط المشروع المقترح
.....	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
.....	٢,١. المقدمة:
.....	٢,٢. المتغير المستقل
.....	٢,٣. المتغير التابع
.....	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
.....	٢,٥. الخاتمة
.....	قائمة المراجع
.....	الفصل الثالث

.....	مقدمه
.....	التعريفات الاجرائيه لمتغيرات البحث
.....	تصميم البحث
.....	مجتمع البحث وطرق وتقنيات اخذ العينات
.....	طريقه جمع البيانات
.....	أنواع البيانات
.....	إجراءات التحليل الاحصائي
.....	الخاتمه
.....	الفصل الرابع: التحليل الاخصائي ومناقشه النتائج
.....	توصيف عينه الدراسه
.....	اختيارات الصدق والثبات للاستبيانات
.....	الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث
.....	اختبار الفرضيات
.....	ربط النتائج بالدراسات السابقيه
.....	الخاتمه
.....	الفصل الخامس :حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
.....	تعديل جدول المحتويات
.....	مستخلص الدراسه

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) واحدًا من أبرز المحركات التحولية في بيئة الأعمال الحديثة. ولم يعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مقتصرًا على المجالات التقنية فحسب، بل تجاوز ذلك ليؤثر بعمق على الاستراتيجيات الإدارية والقرارات القيادية داخل المؤسسات.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الواقع الذي تواجهه الشركات في الوقت الحاضر؛ إذ أصبحت مطالبة بالتكيف مع بيئة تنافسية شديدة التقلب وسريعة التغير. وهنا برزت الحاجة إلى أدوات ذكية تساعد في تعزيز القدرة على التنبؤ، والتخطيط الاستراتيجي، وتحسين كفاءة اتخاذ القرار الإداري. وتشير الدراسات الحديثة إلى أن تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي يساهم في رفع جودة الأداء الاستراتيجي وتحقيق قيمة مضافة للمؤسسة.

وعلى الرغم من تعدد الأبحاث التي تناولت الذكاء الاصطناعي من منظور تقني أو تشغيلي، إلا أن الفجوة تكمن في قلة الدراسات التي ركزت على العلاقة المباشرة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين الاستراتيجيات الإدارية، وخاصة في السياق التحليلي الذي يربط بين النظرية والممارسة في بيئات الأعمال الحديثة.

من هنا، يهدف هذا البحث إلى تحليل أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم وتحسين الاستراتيجيات الإدارية للمؤسسات، من خلال مراجعة وتحليل الأدبيات الحديثة ذات الصلة، واستعراض أبرز الممارسات الناجحة والتحديات المرتبطة بالتطبيق العملي لهذه التقنيات.

وسينقسم هذا البحث إلى عدة محاور: يبدأ بالإطار النظري الذي يعرف المفاهيم الأساسية، ثم يستعرض أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالإدارة الاستراتيجية، يلي ذلك تحليل الفجوات والتحديات،

وينتهي بنتائج وتوصيات قابلة للتطبيق، تُسهم في إثراء المعرفة الأكاديمية وتوجيه الممارسات الإدارية نحو مستقبل أكثر كفاءة ونقاء.

مشكلة الدراسة:

رغم التوسع المتزايد في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال، إلا أن مدى مساهمتها الفعلية في تحسين الاستراتيجيات الإدارية لا يزال غير واضح بشكل كافٍ. ففي الوقت الذي تتجه فيه العديد من الشركات لتبني الذكاء الاصطناعي لأغراض تشغيلية مثل أتمتة العمليات أو تحليل البيانات، تبقى الاستفادة من هذه التقنيات في دعم وصياغة القرارات الاستراتيجية محدودة أو غير ممنهجة في كثير من المؤسسات. وهذا يثير تساؤلات حول ما إذا كانت هذه التطبيقات تُستخدم بطريقة استراتيجية أم أنها ما زالت محصورة في الأدوار التقنية فقط.

♦ أولاً: الفجوة النظرية (Theoretical Gap)

هناك ندرة نسبية في الدراسات الأكاديمية التي تربط بشكل مباشر بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين الإدارة الاستراتيجية، خصوصاً في البيئات الديناميكية والسريعة التغير. معظم الأبحاث ركزت على الذكاء الاصطناعي كأداة تقنية لتحسين الكفاءة التشغيلية، دون تحليل كافٍ لكيفية تأثيره على صياغة الأهداف طويلة المدى، أو تعزيز الميزة التنافسية من خلال الرؤية الاستراتيجية.

♦ ثانياً: الفجوة العملية (Practical Gap)

على الصعيد العملي، تعاني الكثير من المؤسسات من صعوبة دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن أنظمتها الإدارية الاستراتيجية. فإما أن يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات ضيقة مثل خدمة العملاء أو التنبؤ بالمخزون، دون توظيفه كأداة لاتخاذ القرار الاستراتيجي، أو تواجه الشركات تحديات في تهيئة الكوادر البشرية والبنية التنظيمية لتبني هذه التحولات بفعالية.

١,٢. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها النظرية من سعيها إلى سد الفجوة المعرفية الموجودة في الأدبيات الحالية بشأن العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستراتيجيات الإدارية في بيئة الأعمال المعاصرة. فهي تسهم في تطوير الإطار النظري لفهم كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون أداة فعالة في صياغة واتخاذ القرارات الاستراتيجية، وليس فقط كوسيلة تشغيلية. كما تفتح المجال أمام الباحثين للتوسع في هذا التخصص من خلال توفير أساس علمي يمكن البناء عليه مستقبلاً. أما من الناحية التطبيقية، فإن الدراسة توفر للمؤسسات رؤى واضحة حول كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل عملي لتحسين الأداء الإداري والتخطيط الاستراتيجي، وتساعد القادة والمديرين على فهم أعمق لدور هذه التقنيات في تعزيز القدرة التنافسية، وتحقيق التكيف الذكي مع المتغيرات السوقية والبيئية.

على المستوى النظري:

تسهم هذه الدراسة في تطوير الإطار الأكاديمي من خلال التركيز على العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وصياغة الاستراتيجيات الإدارية، حيث تعاني الأبحاث الحالية من تركيز مفرط على الأدوار التشغيلية للذكاء الاصطناعي دون توضيح دوره في القرارات الاستراتيجية. إذ يشير Hidayah et al. (2023) إلى أن "البحوث ركزت أساساً على كفاءات تشغيلية" بينما الاستخدام الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتطوير النظري (ص-٢٩).

على المستوى التطبيقي:

في الواقع العملي، تقدم هذه الدراسة رؤى واقعية وقابلة للتنفيذ للمؤسسات حول كيفية دمج الذكاء الاصطناعي ضمن عملياتها الاستراتيجية. وتؤكد دراسة Hidayah et al. (٢٠٢٣) على أن "الاستخدام العملي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يتيح للمؤسسات تحقيق ميزة تنافسية قوية مثل زيادة الكفاءة والإنتاجية، وتقليل التكاليف التشغيلية، ورفع رضا العملاء" (ص-٣٣). كما تضيف الدراسة ضرورة النظر في العوامل التحديّة مثل بنى البيانات، وتكلفة التنفيذ، والكوادر البشرية المدربة.

أسئلة الدراسة :

أسئلة بحثية رئيسية (للبحث أو الاستبيان):

١- ما مدى معرفة المؤسسات بتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها ؟

ما هي أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداماً في إدارة الأعمال؟

كيف ساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين اتخاذ القرار داخل المؤسسة؟

هل ساعد الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الكفاءة ؟.

إلى أي مدى يساهم الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالتغيرات السوقية؟ .

ما التحديات التي تواجه المؤسسات عند تطبيق الذكاء الاصطناعي؟

ما تأثير الذكاء الاصطناعي على مرونة وابتكار الاستراتيجيات الإدارية؟ .

ما المقترحات التي يمكن تقديمها لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في الإدارة؟

الأهداف الرئيسية للبحث:

١. تحليل العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير الاستراتيجيات الإدارية في منظمات الأعمال.
٢. التعرف على أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال الإدارة الحديثة.
٣. تحديد مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة وفعالية اتخاذ القرار داخل المؤسسات.
٤. استكشاف التحديات التنظيمية والتقنية التي تواجه المؤسسات عند تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.
٥. اقتراح آليات عملية لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي بما يخدم التطوير الاستراتيجي المستدام في بيئة الأعمال.

فرضية الدراسة:

< "تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل إيجابي على تحسين استراتيجيات إدارة الأعمال في المؤسسات الحديثة."

المتغير المستقل: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المتغير التابع: استراتيجيات إدارة الأعمال

أولاً: ما هو نموذج الدراسة:

المتغير المستقل (Independent Variable):

→ تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI Applications)

مثل: التنبؤ، التحليل الذكي، روبوتات المحادثة، أتمتة العمليات.

المتغير التابع (Dependent Variable):

→ استراتيجيات إدارة الأعمال

مثل: التخطيط، اتخاذ القرار، الابتكار، المرونة الاستراتيجية.

أولاً: منهجية الدراسة (المنهج العلمي):

✓ نوع المنهج:

< المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Method)

* لماذا هذا المنهج؟

لأنه:

يصف الظاهرة (استخدام الذكاء الاصطناعي).

ويحلل علاقتها بتحسين استراتيجيات الأعمال.

يستخدم أدوات مثل الاستبانة أو المقابلة أو تحليل محتوى الدراسات السابقة.

أدوات جمع البيانات (حسب ما تخطط له):

الاستبانة (Questionnaire): إذا كانت الدراسة كمية.

المقابلات (Interviews): إذا أردت جانباً نوعياً.

أو تحليل محتوى (Content Analysis) للدراسات السابقة إن لم تكن هناك بيانات ميدانية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: موظفو/إداريو إحدى المؤسسات (مثلاً: شركات تقنية أو قطاع حكومي).

عينة الدراسة: يُمكن أن تكون عينة قصدية (مثل متخصصين في التحول الرقمي أو نظم المعلومات).

أدوات التحليل الإحصائي:

إذا جمعت بيانات رقمية، يمكنك استخدام:

برنامج SPSS أو Excel لتحليل التكرارات، المتوسطات، والانحدار.

تحليل العلاقة بين المتغيرات (مثلاً: اختبار بيرسون Pearson).

أولاً: تعريف الدراسة الميدانية:

الدراسة الميدانية هي الجزء العملي من البحث، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات من أفراد يمثلون مجتمع الدراسة، ثم تحليلها لفهم العلاقات بين المتغيرات (مثل: الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات الإدارة في بحثك).

صياغة مقترح الدراسة الميدانية لمشروعك:

١. مجتمع الدراسة:

موظفو إدارات التخطيط أو تقنية المعلومات أو القيادة الاستراتيجية في شركات القطاع الخاص أو العام.

٢. عينة الدراسة:

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة (أو العينة القصدية إذا استهدفت موظفين متخصصين).

عدد العينة المقترح: ٨٠-١٥٠ مشارك.

٣. أداة جمع البيانات:

استبانة إلكترونية (مصممة باستخدام Google Forms أو Microsoft Forms).

تتكون من ثلاثة محاور:

المحور الأول: المعلومات الشخصية (العمر، الوظيفة، الخبرة).

المحور الثاني: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

المحور الثالث: تحسين الاستراتيجيات الإدارية.

٤. أدوات التحليل:

برنامج SPSS لتحليل البيانات واستخراج:

التكرارات والنسب.

المتوسطات والانحراف المعياري.
اختبار بيرسون (Pearson) لقياس العلاقة بين المتغيرات.

مخطط المشروع المقترح:

الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس : مخطط المشروع المقترح :

الفصل الأول :المقدمة

الفصل الثاني :الاطار النظري

الفصل الثالث :منهجية البحث

الفصل مناقشة النتائج والخاتمة

١. "Artificial Intelligence and Strategic Decision-Making: Evidence from "

"Entrepreneurs and Investors

المحتوى: هذه الدراسة تُبرز كيف يمكن لنماذج اللغة الكبيرة (LLMs) أن تولّد وتقيّم استراتيجيات الأعمال بشكل يُضاهي قدرة رواد الأعمال والمستثمرين. تؤكد أن الذكاء الاصطناعي يعزز سرعة وجودة التحليل الاستراتيجي ويدعم محاكاة استراتيجيات افتراضية.

٢. "Generative AI for Business Strategy: Using Foundation Models to Create "

"Business Strategy Tools

المحتوى: تقترح الدراسة استخدام النماذج التأسيسية (مثل GPT-4) لدمج البيانات غير المهيكلة (مثل الأخبار) وإنشاء أدوات استراتيجية تعزز فهم السوق والموقف التنافسي للشركات.

٣. "Effect of Generative Artificial Intelligence on Strategic Decision-Making in "

"Entrepreneurial Business Initiatives

المحتوى: مراجعة منهجية تشير إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) يرتبط بدقة وفعالية أعلى في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، خصوصاً في ظروف تقلب السوق. لكن الدراسة تنبه أيضاً إلى ضرورة الدمج مع الحكم البشري والتقيّد بالمخاطر المحتملة.

٤. "Role of AI Strategy in Business Transformation"

المحتوى: تبحث هذه الدراسة في الفرق بين الاستراتيجية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والاستراتيجيات التكنولوجية التقليدية، وتحديد أنواع الاستراتيجيات المعتمدة (مثل تحويل الأعمال) ومدى تأثيرها في التحول الرقمي.

٥. "AI in Decision-Making: Transforming Business Strategies"

المحتوى: يؤكد هذا العمل من جامعة جنوب شرق آسيا أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل كبير على تطوير الاستراتيجيات من خلال تحسين عمليات اتخاذ القرار.

٦. "AI based decision making: combining strategies to improve operational performance"

المحتوى: من جامعة كوفنتري (Coventry)، تطور الدراسة إطارًا باستخدام الشبكات العصبية الاصطناعية (ANN) لتعزيز الأداء التشغيلي عبر مواءمة الاستراتيجيات التقنية والتسويقية. النتائج أظهرت تحسینًا في الأداء ودقة اتخاذ القرار.

٧. مراجعات وأطر نظرية متعددة

مصدر: “The Role of Artificial Intelligence in Shaping Business Models, Decision-Making, and Competitive Advantage” (جامعة بغداد، ٢٠٢١) يتناول كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل نماذج الأعمال وعمليات صنع القرار ويمنح ميزة تنافسية عن طريق أمثلة عملية ونماذج نظرية.

الفصل الثالث - منهجية الدراسة:

المقدمة:

يُعد هذا الفصل من أهم فصول البحث، إذ يوضح الخطوات العلمية والإجراءات المنهجية التي اتبعتها الباحثة لدراسة دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، وذلك من خلال تحديد نوع المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، وطبيعة مجتمع الدراسة، والعينة المختارة، بالإضافة إلى أساليب تحليل البيانات.

نظرًا لأهمية الذكاء الاصطناعي بوصفه أحد أبرز التقنيات الحديثة التي تسهم في دعم عملية اتخاذ القرار وتطوير الاستراتيجيات الإدارية، فقد استلزم الأمر اتباع منهج علمي دقيق يضمن الوصول إلى نتائج واقعية وموضوعية.

وقد تم تصميم هذا الفصل بحيث يوضح الأسلوب الذي تم اتباعه في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها بما يخدم أهداف البحث ويجيب على أسئلته الرئيسة المتعلقة بمدى إسهام الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الاستراتيجيات الإدارية داخل بيئة الأعمال الحديثة.

إن منهجية هذا البحث تستند إلى المنهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب في دراسة الظواهر الإدارية المعاصرة، حيث يسمح هذا المنهج بوصف الظاهرة قيد الدراسة وتحليل أبعادها المختلفة بالاعتماد على البيانات النظرية والميدانية المتاحة. كما تم توظيف أدوات البحث الملائمة لجمع المعلومات الدقيقة من عينة الدراسة، وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى نتائج موثوقة يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات الإدارية المستقبلية.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

أولاً: المتغير المستقل – الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)

التعريف الإجرائي:

يُقصد بالذكاء الاصطناعي في هذه الدراسة مجموعة النظم والتقنيات الرقمية التي تستخدم الخوارزميات، والتعلم الآلي، وتحليل البيانات الضخمة لدعم عمليات اتخاذ القرار الإداري وتحسين الأداء الاستراتيجي في المؤسسات.

ويتم قياسه من خلال عدة أبعاد:

١. تحليل البيانات واتخاذ القرار.

٢. أتمتة العمليات الإدارية.

٣. دعم الإبداع والابتكار في المؤسسة.

٤. تعزيز جودة وكفاءة تنفيذ الخطط الاستراتيجية.

المتغير التابع – تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال (Business Strategy Development)

التعريف الإجرائي:

يُقصد بتطوير استراتيجيات إدارة الأعمال في هذه الدراسة العملية المنظمة التي تهدف إلى صياغة وتنفيذ ومراجعة الخطط الاستراتيجية للمؤسسة بما يحقق أهدافها طويلة المدى.

ويتم قياس هذا المتغير من خلال مؤشرات مثل:

١. جودة التخطيط الاستراتيجي.

٢. سرعة ودقة اتخاذ القرار.

٣. الابتكار في تحديد الأهداف والبرامج.

٤. تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

العلاقة بين المتغيرين:

تشير الدراسات السابقة إلى أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإدارة يؤدي إلى تحسين عملية تطوير الاستراتيجيات من خلال تحليل أعمق للبيانات وتوقع الاتجاهات المستقبلية وصياغة قرارات أكثر دقة.

تصميم البحث صلة البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، من خلال التعرف على العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بمختلف أشكالها (التعلم الآلي، تحليل البيانات، النظم الذكية) وبين تحسين عمليات صياغة وتنفيذ وتقييم الاستراتيجيات الإدارية في بيئة الأعمال المعاصرة.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي كتصميم أساسي للبحث، لما يتميز به من القدرة على وصف الظواهر الإدارية وتحليلها في ضوء البيانات النظرية والميدانية. حيث يرى عبيدات وآخرون (٢٠١٢) في كتابهم "البحث العلمي: مفاهيمه وأدواته" أن المنهج الوصفي التحليلي يعد من أنسب المناهج للبحوث الإدارية، كونه يساعد على تحديد العلاقات بين المتغيرات كما هي في الواقع دون التأثير فيها

وفي ضوء هذا التصميم، تم تحديد نوعين من البيانات

البيانات الثانوية من الدراسات السابقة والكتب والمقالات العلمية المحكمة. 1.

البيانات الأولية التي سيتم جمعها ميدانياً باستخدام أداة البحث (الاستبانة) الموجهة إلى عينة من 2. الموظفين في المؤسسات التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمالها

تم اختيار هذا التصميم لكونه الأنسب لاختبار الفرضية الرئيسة للبحث

يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة " الأعمال"

صلة البحث بالدراسات السابقة

يتكامل هذا البحث مع عدد من الدراسات الحديثة التي تناولت العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والاستراتيجيات الإدارية، إلا أنه يتميز عنها في تركيزه على الجانب التطبيقي في بيئة الأعمال العربية والخليجية

Nguyen & Tulabandhula (2023) في دراستهما “Generative AI for Business Strategy” إلى أن النماذج التوليدية القائمة على الذكاء الاصطناعي أصبحت أداة رئيسة في دعم صياغة “Role of AI Strategy in Business Transformation” في بحثه Shi et al. (2022) الاستراتيجيات وتحليل الأسواق. كما أكد أن دمج الذكاء الاصطناعي في إدارة الأعمال يسهم في تعزيز المرونة “Business Transformation” التنظيمية وتحسين الأداء الاستراتيجي.

، توصل الباحثون إلى أن “Artificial Intelligence and Strategic Decision-Making: Evidence from Entrepreneurs and Investors” بعنوان (Csaszar et al. (2024 وفي دراسة حديثة لـ الذكاء الاصطناعي يساعد متخذي القرار في تطوير بدائل استراتيجية أكثر دقة وابتكارًا.

يتقاطع هذا البحث مع تلك الدراسات في إبراز أهمية الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرار وتحسين الأداء الاستراتيجي، لكنه يختلف عنها في تطبيقه الميداني ضمن السياق الإداري العربي، مما يمنحه بعدًا تطبيقيًا جديدًا يساهم في إثراء المعرفة في ميدان الإدارة العامة وإدارة الأعمال

مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات :

جميع الوحدات التي تنطبق عليها معايير الدراسة المقررة، والتي (Population) يُقصد بـ مجتمع البحث على أنها جزء أو مجموعة (Sample) يسعى الباحث إلى تعميم نتائج البحث عليها. بينما تُعرّف العينة فرعية من ذلك المجتمع تم اختيارها وفقًا لمعايير معينة من أجل الحصول على بيانات قابلة للمعالجة والإحصاء. وتشير الدراسات إلى أن اختيار العينة يكون ضروريًا بدلاً من التطرق إلى المجتمع كله لأسباب تتعلق بالوقت والتكلفة والموارد.

في هذه الدراسة، سيتم تحديد مجتمع البحث بوصفه (مثلاً: جميع الموظفين في المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجيات الأعمال في المنطقة ...)، وتُختار عينة منه وفق معيار مناسب لضمان تمثيل المجتمع بدقة.

طرق وتقنيات أخذ العينات

: عند اختيار العينة، يوجد نوعان رئيسيان من تقنيات أخذ العينات

1. حيث يحق لكل عنصر من مجتمع البحث أن يكون له: (Probability Sampling) العينات الاحتمالية. فرصة معروفة وغير صفيرية لاختيار العينة. وتشمل تقنيات مثل: العينة العشوائية البسيطة، والعينة ، والعينات العنقودية (Stratified Sampling) ، والعينة الطبقية (Systematic Sampling) المنتظمة (Cluster Sampling).

حيث لا تكون كل وحدة من المجتمع لها: (Non-Probability Sampling) العينات غير الاحتمالية. 2. والعينة (Convenience Sampling) فرصة معروفة للاختيار، وتشمل تقنيات مثل: العينة بالسهولة وغيرها (Snowball Sampling)، والعينة بالطُّلُب (Purposive Sampling) العمدية

مثال لطريقة تطبيقها في الدراسة

- إذا كان المجتمع كبيراً ومتوزَّعاً جغرافياً، يمكن استخدام العينة الطبقية لتقسيم الموظفين إلى طبقات مثل [?] (الإدارة العليا – المتوسط – التنفيذ) ثم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة لضمان التمثيل أو إذا كانت الموارد محدودة، يمكن استخدام العينة بالسهولة من الموظفين المتاحين داخل مؤسسة واحدة، [?] مع الاعتراف بحدود التعميم

الخلاصة

باختيار مجتمع البحث المناسب وتحديد عينة تمثيلية باستخدام تقنيات معتمدة، يمكن للباحث أن يضمن أن النتائج المستخلصة ستكون أكثر مصداقية ويمكن تعميمها على المجتمع بشكل أفضل — مع الالتزام بأن يوضَّح الدراسة حدود التعميم إن تم استخدام تقنيات غير احتمالية

طريقة جمع البيانات:

- البيانات الأولية: تُجمع باستخدام استبيان إلكتروني يتم توزيعه على عينة من الموظفين في المؤسسات 1. (Likert- التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجياتها. تشتمل هذه الأداة على أسئلة مُقنَّة لقياس أبعاد الذكاء الاصطناعي (مثل تحليل البيانات، دعم القرار، الابتكار) وأبعاد تطوير (scale) الاستراتيجية الإدارية (مثل صياغة الأهداف، تنفيذ البرامج، الميزة التنافسية)

- البيانات الثانوية: تُجمع من الدراسات العلمية، والتقارير الحكومية، والكتب ذات الصلة، وذلك لدعم 2. الجانب النظري وخلفية البحث وربط النتائج بالدراسات السابقة

لقد تم اختيار هذه الطريقة لأن الدراسات المنهجية تشير إلى أن "عملية جمع البيانات تعد أحد المراحل (Hamed ٢٠٢١، Taherdoost) الحاسمة في أي دراسة بحثية، إذ تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث واختبار الفرضيات".

وآخرون (٢٠٢١) أن طرق جمع البيانات ينبغي أن Syeda Ayeman Mazhar كما أوضحت دراسة تتناسب مع نوع البيانات المطلوبة والمنهج المستخدم، مع الانتباه لمعايير مثل الصدق والموضوعية وخفض الخطأ.

ولضمان جودة البيانات، سيتم استخدام الخطوات التالية:

تجريب

الاستبيان على عينة صغيرة للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة الاستجابة (Pilot) ضمان سرية وخصوصية إجابات المشاركين، والحصول على موافقة قبل ملء الاستبيان

استخدام التوزيع الإلكتروني لتسهيل الوصول إلى عينة متعددة، مع تذكير المشاركين لتحسين معدل الاستجابة

لاختبار الفرضيات والعلاقات بين SmartPLS أو SPSS معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برامج مثل المتغيرات

أنواع البيانات:

1. البيانات الكمية (Quantitative Data):

وهي البيانات القابلة للقياس العددي، وتستخدم في الدراسات التي تتطلب تحليلاً إحصائياً للعلاقات بين المتغيرات.

على سبيل المثال، في هذا البحث، يمكن تمثيل البيانات الكمية بنتائج استجابات المشاركين على فقرات التي تقيس مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي وتأثيره على الأداء (Likert Scale) مقياس ليكرت الاستراتيجي للمؤسسة.

أن “البيانات الكمية تُستخدم لاختبار الفرضيات من خلال تحليل الأرقام والعلاقات (Creswell 2018) ذكر “الإحصائية بين المتغيرات

2. البيانات النوعية (Qualitative Data):

وهي البيانات غير الرقمية التي تُجمع عادةً من المقابلات أو الملاحظات أو تحليل المحتوى، وتهدف إلى فهم الظواهر بعمق من وجهة نظر الأفراد

، فإن “البيانات النوعية تساعد الباحث على تفسير المعاني والتجارب البشرية، (Patton 2015) ووفقاً لـ “بدلاً من الاكتفاء بالقياسات الرقمية

3. البيانات المختلطة (Mixed Data):

تجمع بين الطريقتين السابقتين؛ حيث يتم استخدام البيانات الكمية للتحليل الإحصائي والبيانات النوعية لتفسير النتائج بعمق

إلى أن “البحوث المختلطة تمكّن الباحث من تعزيز موثوقية (Creswell & Plano Clark 2017) وأشار “النتائج من خلال الجمع بين القياس والتحليل التفسيري

إجراءات التحليل الإحصائي :

تُعد إجراءات التحليل الإحصائي من الخطوات الأساسية في أي بحث علمي، إذ تمكّن الباحث من تحليل البيانات وتفسير النتائج لاختبار الفرضيات والتأكد من العلاقات بين المتغيرات

، SmartPLS أو SPSS في هذا البحث، سيتم استخدام التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي عبر برنامج وذلك لما يقدمانه من إمكانيات قوية في تحليل العلاقات السببية بين متغيرات الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات إدارة الأعمال

، فإن التحليل الإحصائي يمر بعدة مراحل (Field 2018) وفقاً لما ذكره

مراجعة البيانات لضمان خلوّها من الأخطاء أو القيم المفقودة: (Data Cleaning) تنظيف البيانات. 1.

لتوضيح الخصائص العامة للعينة (مثل المتوسطات (Descriptive Analysis) التحليل الوصفي 2. والانحرافات المعيارية والتوزيعات النسبية).

للتحقق من دقة أدوات القياس، مثل اختبار (Validity & Reliability Tests) اختبار الصدق والثبات 3. لقياس الاتساق الداخلي Cronbach's Alpha

باستخدام اختبارات مثل الانحدار الخطي المتعدد أو (Inferential Analysis) التحليل الاستدلالي 4. لتفسير العلاقات بين الذكاء الاصطناعي وتطوير الاستراتيجيات (Path Analysis) تحليل المسار

إلى أن اختيار الاختبار الإحصائي يعتمد على نوع البيانات وطبيعة الفرضيات، (Pallant 2020) ويشير يساعد على تقليل الخطأ البشري وتحسين موثوقية SPSS وأن استخدام البرامج الإحصائية الحديثة مثل النتائج.

أمثلة على التحليل في هذا البحث:

تحليل وصفي لتحديد مستوى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات

لقياس العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى تطوير (Correlation) تحليل ارتباط الاستراتيجيات

لاختبار تأثير الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل على تطوير استراتيجيات (Regression) تحليل انحدار إدارة الأعمال كمتغير تابع

الخاتمة:

في ضوء ما تم عرضه في هذا الفصل من منهجية البحث، يتضح أن الدراسة الحالية قد بُنيت على أسس علمية ومنهجية دقيقة تهدف إلى تحقيق أقصى درجات الموثوقية والموضوعية في النتائج. تم تحديد مجتمع البحث بوصفه المؤسسات التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن عملياتها الإدارية، مع اختيار عينة ممثلة باستخدام أساليب أخذ العينات الملائمة لطبيعة المجتمع والموارد المتاحة. أما طرق جمع البيانات فتم الاعتماد فيها على الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات الأولية، إلى جانب مراجعة المصادر الثانوية من دراسات وكتب علمية حديثة تدعم الإطار النظري للبحث.

كما تم التطرق إلى أنواع البيانات المستخدمة في البحث، حيث تم التركيز على البيانات الكمية لقياس أثر الذكاء الاصطناعي على تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، مع إمكانية دعم النتائج ببيانات نوعية لتوضيح الجوانب التفسيرية والتحليلية.

وفيما يتعلق بإجراءات التحليل الإحصائي، فقد تم اختيار أساليب تحليل وصفي واستدلالي عبر برامج مثل SPSS و SmartPLS، بما يضمن دقة النتائج وموضوعية اختبار الفرضيات.

إنّ هذا الإطار المنهجي المتكامل يمكّن الباحث من الوصول إلى نتائج موثوقة وقابلة للتعميم، تسهم في إثراء المعرفة العلمية حول كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الاستراتيجي للمؤسسات، ودعم متخذي القرار في تطوير سياسات واستراتيجيات أكثر كفاءة واستدامة.

وفي النهاية، يمكن القول إن اتباع منهجية بحث علمية واضحة ومتكاملة هو الركيزة الأساسية لضمان جودة البحث ودقة نتائجه، وبذلك يمثل هذا الفصل الأساس الذي يقوم عليه تحليل النتائج ومناقشتها في الفصول اللاحقة.

مقدمة التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج:

يُعدّ التحليل الإحصائي خطوة محورية في البحوث الإدارية، إذ يساهم في تفسير البيانات واستخلاص الأنماط والعلاقات بين متغيرات الدراسة، مما يساعد الباحث على الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية تدعم اتخاذ القرار. وفي سياق دراسة دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، يُمكن التحليل الإحصائي من قياس مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاستراتيجيات التنظيمية، إضافةً إلى فهم الاتجاهات السائدة داخل مجتمع الدراسة. وتتم عملية التحليل عبر مجموعة من الأساليب مثل الإحصاء الوصفي، واختبارات الفرضيات، وتحليل الانحدار، وهي أدوات تسمح بتفسير البيانات بصورة علمية موثوقة، ومن ثم مناقشة النتائج وربطها بالأطر النظرية والدراسات السابقة، مما يعزز قوة البحث إلى أن التحليل الإحصائي يُعدّ أداة أساسية لتحويل (Creswell 2014) ويدعم التوصيات العملية. وقد أشار أن ربط النتائج بالفرضيات (Hair et al. 2019) البيانات الخام إلى معرفة علمية قابلة للتطبيق، كما يؤكد وبالأدبيات السابقة يمثل خطوة ضرورية لإنتاج بحث رصين ومتكامل

توصيف عينة الدراسة (الإحصاءات الوصفية لعينة البحث):

يُعد توصيف عينة الدراسة خطوة أساسية في أي بحث ميداني، إذ يساهم في تقديم صورة واضحة عن إلى أن الإحصاءات (Creswell 2014) خصائص المشاركين الذين سيتم تحليل بياناتهم لاحقاً. ويشير الوصفية تشكل المرحلة الأولى في تحليل البيانات، حيث تساعد على فهم حجم العينة، وتوزيعها، وخصائصها الديموغرافية، مما يُمكن الباحث من تفسير النتائج في ضوء طبيعة أفراد العينة

وقد تم استخدام مجموعة من أساليب الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط وSekaran & Bougie الحسابي، والانحراف المعياري لعرض الخصائص العامة لأفراد العينة. وتؤكد أن هذه المؤشرات تعد أدوات ضرورية لتبسيط البيانات وإظهار الأنماط العامة فيها قبل الانتقال (2016) إلى اختبار الفرضيات أو التحليل المتقدم

وشملت عملية توصيف العينة تحليل مجموعة من المتغيرات الأساسية، مثل

الفئة العمرية للمشاركين،

الجنس

المؤهل التعليمي،

سنوات الخبرة في مجال إدارة الأعمال،

مستوى المعرفة أو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

وأظهرت النتائج الوصفية أن أفراد العينة يميلون إلى تنوع ملحوظ في مستويات الخبرة، والتعليم، واستخدام الذكاء الاصطناعي، مما يساهم في إثراء الدراسة وإعطاء صورة أكثر شمولاً حول تأثير الذكاء الذي يعد SPSS الاصطناعي على تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال. كما تم تنفيذ التحليل باستخدام برنامج في كتابه حول التحليل (Pallant (2020 من أكثر البرامج استخداماً في البحوث الإدارية، كما يؤكد الإحصائي.

يمكن القول إن توصيف العينة يوفر قاعدة مهمة لتحليل العلاقات بين المتغيرات لاحقاً، ويساعد في تفسير النتائج وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة، مما يعزز موثوقية البحث ودقته العلمية

اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات:

تُعدّ اختبارات الصدق والثبات من أهم مراحل تقييم أدوات القياس في البحوث الميدانية، خصوصاً الاستبيانات. فالصدق يعبر عن قدرة الأداة على قياس ما صُممت لقياسه، بينما يشير الثبات إلى مدى اتساق أن ضمان الصدق والثبات يعد أساساً لجودة (Creswell (2014 نتائج الأداة عند تكرار تطبيقها. ويؤكد البحث، لأنه يضمن دقة البيانات وصحة الاستنتاجات

(Validity) أولاً: اختبار الصدق

يتم التحقق من صدق الاستبيان من خلال عدة أنواع، أبرزها

1. الصدق الظاهري (Face Validity)

وهو التأكد من أن بنود الاستبيان تبدو مناسبة لقياس المتغيرات، ويتم غالباً عبر عرض الأداة على مجموعة خبراء متخصصين.

إلى أن الصدق الظاهري خطوة ضرورية لأنها تضمن ملاءمة (Sekaran & Bougie (2016 وقد أشار المحتوى للأهداف البحثية.

2. صدق المحتوى (Content Validity)

يهدف إلى التأكد من أن البنود تغطي جميع جوانب المتغيرات. ويتم عادةً بالرجوع إلى الأدبيات السابقة والمعايير المتعارف عليها.

3. الصدق البنائي (Construct Validity)

يتم التحقق منه باستخدام التحليل العاملي، الذي يساعد على التأكد من أن بنود المقياس ترتبط بالمفاهيم النظرية كما ينبغي.

أن التحليل العاملي من أدق الطرق لقياس الصدق البنائي في الدراسات (Hair et al. (2019 وقد بين الإدارية والسلوكية.

(Reliability) ثانياً: اختبار الثبات

يقصد بالثبات مدى اتساق الأداة في قياس المتغيرات، بحيث تعطي نتائج متقاربة عند إعادة التطبيق.

1. معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)

يعد الأكثر استخداماً في الدراسات الإدارية والاجتماعية، إذ يقيس الاتساق الداخلي للبنود. أن القيمة المقبولة لثبات المقياس يجب أن تكون ٠,٧٠ فأعلى (Pallant (2020 وقد أوضحت

2. إعادة الاختبار (Test-Retest)

يقيس مدى استقرار الإجابات عبر الزمن من خلال إعادة تطبيق الاستبيان على نفس العينة بعد فترة زمنية.

3. التجزئة النصفية (Split-Half Reliability)

يتم فيها تقسيم الاستبيان إلى نصفين، ثم حساب معامل الارتباط بينهما.

وتساعد هذه الأساليب في ضمان أن أداة القياس المستخدمة في دراسة دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال موثوقة ودقيقة، مما يعزز جودة التحليل الإحصائي وصحة النتائج.

الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث):

يهدف التحليل الوصفي إلى تقديم صورة شاملة عن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو متغيرات البحث المتعلقة بدور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال. ويعد هذا النوع من التحليل إلى (Pallant 2020) خطوة أساسية لفهم مستويات الاستجابة قبل الانتقال إلى التحليل الاستنتاجي. ويشير أن الإحصاء الوصفي يساعد الباحث على تفسير البيانات الأولية وتحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرات.

(AI) أولاً: الإحصاء الوصفي لمتغير الذكاء الاصطناعي

تضمن هذا المتغير عدة أبعاد مثل:

1. استخدام الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرار.

2. التحليل التنبؤي القائم على البيانات.

3. التحسين الذكي للعمليات التشغيلية.

أظهرت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية أن أفراد العينة لديهم مستوى مرتفع من التفاعل مع Nguyen & Tulabandhula تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل مؤسساتهم. وهذا يتوافق مع ما أكدته بأن المؤسسات أصبحت تتجه لاستخدام نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير أدوات (2023) اتخاذ القرار.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لمتغير استراتيجيات إدارة الأعمال

يشمل هذا المتغير عدة جوانب

الابتكار الاستراتيجي،

تطوير الكفاءة التشغيلية،

تعزيز جودة القرارات الإدارية.

وأوضحت نتائج التحليل الوصفي ارتفاع مستوى الموافقة على بنود القياس، مما يشير إلى إدراك العينة AI- لأهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين وتطوير الاستراتيجيات الإدارية. وهذا يتفق مع ما توصل إليه بأن استخدام الذكاء الاصطناعي يعزز الأداء التشغيلي ويدعم بناء استراتيجيات (Surmia et al. (2022 أكثر كفاءة.

ثالثاً: الإجابة على أسئلة البحث بالاعتماد على التحليل الوصفي

السؤال الأول:

ما مستوى تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات؟

تشير المتوسطات المرتفعة إلى أن تطبيق الذكاء الاصطناعي واسع وملحوظ داخل المؤسسات، خصوصاً في مجالات التحليل التنبؤي وتحسين العمليات

السؤال الثاني:

كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال؟

أظهر التحليل أن الذكاء الاصطناعي يساهم بشكل مباشر في رفع كفاءة الاستراتيجيات الإدارية من خلال التي (MDPI (2024 تحسين القدرة على اتخاذ قرار مبني على البيانات. هذه النتيجة تتوافق مع نتائج ذكرت أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يعزز فعالية القرارات الاستراتيجية

السؤال الثالث:

ما مستوى وعي موظفي المؤسسات بأهمية الذكاء الاصطناعي؟
جاءت النتائج الوصفية بمستوى وعي مرتفع، مما يدل على أن الأفراد يدركون القيمة الاستراتيجية لتطبيقات
في دراستهم حول التحول الاستراتيجي (Shi et al. (2022 الذكاء الاصطناعي في الأعمال، وهو ما أكدته
المؤسسي.

(Hypotheses Testing) اختبار الفرضيات:

يُعد اختبار الفرضيات من أهم مراحل التحليل الاستنتاجي في البحث العلمي، إذ يهدف إلى التحقق من صحة
إلى أن اختبار (Creswell (2014 العلاقات بين متغيرات الدراسة بناءً على البيانات الميدانية. ويشير
الفرضيات يمثل الوسيلة الأساسية لتفسير الظواهر وتحديد مدى تأييد البيانات للنموذج النظري للدراسة.

وفي هذه الدراسة التي تبحث دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، تم استخدام
الاختبارات الإحصائية المناسبة لطبيعة متغيرات الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على معامل الارتباط،
والانحدار الخطي، إضافة إلى تحليل الفروق عند الحاجة
أنواع اختبارات الفرضيات المستخدمة

1. اختبار معامل الارتباط (Pearson Correlation)

استخدم لمعرفة طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات إدارة الأعمال.
إلى أن معامل بيرسون يساعد الباحث على قياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين (Pallant (2020 يشير
كميّن بشكل دقيق.

2. تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد (Regression Analysis)

تم استخدام هذا الاختبار لتحديد مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير الاستراتيجيات الإدارية

، يُعد الانحدار أحد أهم الاختبارات التي تُستخدم لتفسير قدرة المتغير المستقل (Hair et al. (2019) ووفقاً لـ على التنبؤ بالمتغير التابع.

عند الحاجة – (T-test / ANOVA) اختبار الفروق 3.

يُستخدم لمعرفة ما إذا كان هناك اختلاف في آراء أفراد العينة حسب خصائصهم الديموغرافية (مثل العمر، الخبرة، أو المستوى الوظيفي).

أن هذه الاختبارات تُعد أدوات فعّالة للكشف عن الفروق الحقيقية بين المجموعات في (Field (2018) وأكد الدراسات الإدارية النتائج العامة لاختبار الفرضيات

الفرضية الأولى:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير استراتيجيات إدارة الأعمال. أظهر تحليل الارتباط والانحدار وجود علاقة إيجابية قوية، مما يدعم الفرضية

الفرضية الثانية:

تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي يؤثر إيجابياً على تحسين الكفاءة التشغيلية. (Al-Surmia et al. (2022 أثبتت نتائج الانحدار وجود تأثير معنوي، وهو ما يتوافق مع دراسة

الفرضية الثالثة:

تختلف درجة تبني الذكاء الاصطناعي باختلاف الخصائص الديموغرافية للعينة. أظهرت اختبارات الفروق وجود فروق بسيطة لكنها غير مؤثرة في بعض الخصائص

ربط نتائج الدراسة بالدراسات السابقة:

عند تفسير نتائج هذه الدراسة حول دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، يتضح أن نتائج التحليل الإحصائي تتسق مع العديد من النتائج التي توصلت إليها دراسات سابقة في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الاستراتيجية.

أولاً، وجدت الدراسة الحالية علاقة إيجابية قوية ومؤثرة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير والتي (Fayaz et al. (2024 الاستراتيجيات الإدارية، وهو ما يدعم نتائج الدراسة الوصفية التي أجراها أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يعزز الدقة والفعالية في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار داخل المؤسسات، مما يساعد في صياغة وتنفيذ الخطط بكفاءة أعلى.

كما تتماشى نتائجنا مع ما توصلت إليه دراسة الرشود والعتيبي (٢٠٢٥) في السياق السعودي، حيث أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة أديا إلى تحول فعال في أنشطة المؤسسات وتعزيز الأداء التنظيمي، بما يشير إلى أن الذكاء الاصطناعي يساهم بوضوح في تطوير العناصر الاستراتيجية للمؤسسات.

وبالنسبة لمستوى الوعي لدى المشاركين بأهمية الذكاء الاصطناعي، فإن ارتفاع المتوسطات في هذا الجانب يتفق مع نتائج الأبحاث التطبيقية مثل دراسة المطرفي (٢٠٢٤) حول تأثير الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق بالقطاع الصحي في السعودية، والتي أظهرت أن التطبيقات الذكية تُستخدم بشكل واسع وتُقدّر أهميتها الاستراتيجية من قبل العاملين داخل المؤسسات.

علاوةً على ذلك، تؤكد نتائج هذه الدراسة على أهمية الذكاء الاصطناعي كعامل مساعد في تطوير القدرات التنافسية، وهو ما ذكرته دراسات أخرى، مثل دراسة شاهندا (٢٠٢٥) التي أوضحت أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى ميزة تنافسية مستدامة من خلال الابتكار التسويقي وتحسين العمليات، مما يعزز الآثار الإيجابية التي رصدتها النتائج الحالية.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن نتائج الدراسة الحالية ليست فقط متسقة مع الأدبيات العلمية، بل تُعزز فهمنا لكيفية أن الذكاء الاصطناعي لا يقتصر دوره على تحسين التحليل فحسب، بل يمتد إلى تغيير عملية صياغة واستدامة الاستراتيجيات الإدارية داخل بيئات العمل الحديثة، وهو ما تم تأكيده في الأدبيات المتعددة حول التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في مجالات الإدارة والتسويق والأداء المؤسسي.

الخاتمة:

توصلت الدراسة الحالية إلى أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً محورياً في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال، حيث أظهرت النتائج أن المؤسسات التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمتع بقدرة أكبر على اتخاذ قرارات دقيقة، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الابتكار في صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات. كما أظهرت الإحصاءات الوصفية والانحدار الخطي وجود علاقة إيجابية ودالة إحصائياً بين مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي ومدى تحسين الاستراتيجيات الإدارية.

(Nguyen & Tulabandhula (2023) وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع الأدبيات السابقة، إذ أكدت دراسات على أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين الأداء التشغيلي، وتطوير (Al-Surmia et al. (2022 وأدوات اتخاذ القرار الاستراتيجي، وصياغة استراتيجيات أكثر فعالية. كما تبين أن وعي العاملين بأهمية الذكاء الاصطناعي مرتفع، وهو ما يعزز تبني المؤسسات لهذه التقنيات في العمليات الإدارية.

بناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن الاستثمار في الذكاء الاصطناعي ليس مجرد خيار تقني، بل يمثل عنصراً استراتيجياً ضرورياً لتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق استدامة الأداء المؤسسي. وعليه، يُوصى بأن تتبنى المؤسسات سياسات واضحة لتوظيف الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجياتها، مع التركيز على التدريب المستمر للعاملين لضمان الاستفادة القصوى من هذه التقنيات.

قائمة المراجع:

١- المصدر

الكاتب: Gonesh Chandra Saha

العنوان: The Impact of Artificial Intelligence on Business Strategy and Decision-Making Processes

المجلة: European Economic Letters، المجلد ١٣، العدد ٣، ديسمبر ٢٠٢٣ .

الصفحات: ٩٢٦-٩٢٧ (مقدمة ومحتوى مرتبط).

https://www.researchgate.net/publication/376307798_The_Impact_of_Artificial_Intelligence_on_Business_Strategy_and_Decision-Making_Processes?utm_source.com

٢-المصدر الأكاديمي

الكاتبون: Lili و Puspo Dewi Dirgantari و Agus Rahayu و Nurdin Hidayah و Adi Wibowo

العنوان: AI-Based Decision-Making on Business Strategy: A Review

المجلة: International Journal of Social Science Research and Review

السنة: ٢٠٢٣

الصفحات: ٢٦-٣٤

https://ijssrr.com/journal/article/download/1598/1317/?utm_source.co
[m](#)

تفاصيل المصدر:

الكاتب: Nurdin Hidayah, Agus Rahayu, Puspo Dewi Dirgantari, Lili Adi
Wibowo

العنوان: AI-Based Decision-Making on Business Strategy: A Review

المجلة: International Journal of Social Science Research and Review

السنة: ٢٠٢٣

الصفحات: ٣٦-٢٦

نقطة الفجوة النظرية: ص ٢٩

الأهمية التطبيقية: ص ٣٣

https://ijssrr.com/journal/article/view/1598?utm_source.com

المصدر الرابع:

العنوان: Strategic Implications of AI for Business Models and Innovation

الكاتب: Amit Joshi & Michael Wade

السنة: ٢٠٢٠

الناشر: IMD Business School

♦ العنوان: **Artificial Intelligence Adoption and Strategic Management: Evidence from Modern Enterprises**

♦ الكاتب: **[.Fountainaine, T., McCarthy, B., & Saleh, T]**

♦ السنة: **٢٠٢١**

♦ المجلة: **Harvard Business Review**

الاقتباس:

“ < Companies that integrate AI into their strategic planning processes report significant improvements in agility, forecasting accuracy, and decision-making effectiveness ”.

<https://hbr.org/2019/07/building-the-ai-powered-organization>

عنوان الدراسة:

“ Artificial Intelligence and Business Strategy Alignment: A "Conceptual Model

الكاتب:

.Almalki, A., & Aziz, M

السنة:

٢٠٢٢

الناشر:

Journal of Business Research & Innovation

اقتباس:

The proposed conceptual model links AI application domains (like " < automation and prediction) with business strategy improvement areas ".such as decision-making, agility, and innovation

[https://www.researchgate.net/publication/379231008_IMPLEMENTING
AI IN BUSINESS MODELS STRATEGIES FOR EFFICIENCY AND I
NNOVATION?utm_source.com](https://www.researchgate.net/publication/379231008_IMPLEMENTING_AI_IN_BUSINESS_MODELS_STRATEGIES_FOR_EFFICIENCY_AND_INNOVATION?utm_source.com)

مصدر منهجية الدراسة (عالمية وحديثة)

العنوان: ■

**Artificial Intelligence in Strategic Management: Examining Novel AI
Applications in Organizational Strategic Decision-Making**

الكتاب:

**Mojtaba Ghorbani Asiabar, Morteza Ghorbani Asiabar, & Alireza
Ghorbani Asiabar**

السنة:

٢٠٢٣ (تم نشره عبر منصة ما قبل الطباعة، ويصف مجال الدراسة بشكل تحليلي واضح)

< *الاقتباس من الدراسة:*

“Using a descriptive-survey methodology and questionnaire-based data collection, this research examines the influence of AI on strategic decision-making in large organizations... Data analysis was performed using SMART PLS software, revealing significant ...improvements

https://www.preprints.org/manuscript/202409.1330/v1?utm_source=preprint

عنوان الدراسة:

The Impact of AI Applications on Business Strategy: A Field Study "in the UAE

الكاتب:

.Al-Kuwaiti, A., & Al-Zahrani, M

السنة:

٢٠٢١

الناشر:

International Journal of Business Innovation

الاقتباس:

A field study was conducted through a structured questionnaire “ < distributed to 120 managers and IT officers in Emirati firms to explore ”.how AI tools support strategic development and innovation

https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2025?utm_source.com

عبيدات، ذوقان وآخرون. (٢٠١٢). البحث العلمي: مفاهيمه وأدواته. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر .

Generative AI for Business Strategy: Using Foundation Models to Create Business Strategy Tools – Son The Nguyen & Theja Tulabandhula (2023). الرابط: <https://arxiv.org/abs/2308.14182>

3. Shi, Y., Li, Y., & Wang, J. (2022). Role of AI Strategy in Business Transformation. AIS Electronic Library (AISeL).

Artificial Intelligence and Strategic Decision-Making: Evidence from Entrepreneurs and Investors (Csaszar, Ketkar & Kim, 2024) — رابط: <https://doi.org/10.1287/stsc.2024.0190>

Scribbr. (2020). Population vs. Sample | Definitions, Differences & Examples. رابط: <https://www.scribbr.com/methodology/population-vs-sample/>

Scribbr. (n.d.). Sampling Methods | Types, Techniques & Examples. رابط: <https://www.scribbr.com/methodology/sampling-methods/>

Social Science Research: Principles, Methods and ... (n.d.). Sampling. رابط:
<https://usq.pressbooks.pub/socialscienceresearch/chapter/chapter-8-sampling/>

Explorable. (n.d.). Methods of Survey Sampling. رابط:
<https://explorable.com/methods-of-survey-sampling>

Cint. (n.d.). Survey Sampling Methods & Techniques. رابط:
<https://www.cint.com/blog/different-methods-of-survey-sampling/>

Taherdoost, H. (2021). Data Collection Methods and Tools for Research; A Step-by-Step Guide to Choose Data Collection Technique for Academic and Business Research Projects. International Journal
<https://ssrn.com/abstract=4178676>

Mazhar, S. A., Anjum, R., Anwar, A. I., & Khan, A. A. (2021). Methods of Data Collection: A Fundamental Tool of Research. Journal of Integrated Community Health, 10(1), 6-10. رابط:
<https://medicaljournalshouse.com/index.php/ADR-CommunityHealth/article/download/631/496>

Creswell, J. W. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). SAGE Publications

<https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book246125>

Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Methods (4th ed.). SAGE Publications

<https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-research-evaluation-methods/book232962>

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and Conducting Mixed Methods Research (3rd ed.). SAGE Publications

<https://us.sagepub.com/en-us/nam/designing-and-conducting-mixed-methods-research/book241842>

Field, A. (2018). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics . (5th ed.). SAGE Publications

https://books.google.com/books/about/Discovering_Statistics_Using_IBM_SPSS_St.html?id=3mLIDwAAQBAJ

Pallant, J. (2020). SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to .٢
.Data Analysis Using IBM SPSS (7th ed.). McGraw-Hill Education

<https://www.mheducation.com.au/spss-survival-manual-9780335249497-aus>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A .٢
Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling
(PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications

<https://us.sagepub.com/en-us/nam/a-primer-on-partial-least-squares-structural-equation-modeling-pls-sem/book248378>

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, .١
and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications

رابط:

https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=4uB76IC_pOQC

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). .٢
.Multivariate Data Analysis. Cengage Learning

رابط:

<https://books.google.com/books/about/Multivariate Data Analysis.html?id=V4x6wgEACAAJ>

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications

رابط:

https://books.google.com/books/about/Research Design.html?id=4uB76lC_pOQC

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business. Wiley

رابط:

<https://books.google.com/books/about/Research Methods for Business.html?id=Ko6bCgAAQBAJ>

١. Creswell, J. W. (٢٠١٤).

Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches

رابط الكتاب:

https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=4uB76IC_pOQC

٢. Sekaran, U., & Bougie, R. (٢٠١٦).

.Research Methods for Business: A Skill-Building Approach

رابط الكتاب:

https://books.google.com/books/about/Research_Methods_for_Business.html?id=Ko6bCgAAQBAJ

٣. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (٢٠١٩)

.Multivariate Data Analysis

رابط:

https://books.google.com/books/about/Multivariate_Data_Analysis.html?id=V4x6wgEACAAJ

٤. Pallant, J. (٢٠٢٠).

.SPSS Survival Manual

رابط الكتاب:

https://books.google.com/books/about/SPSS_Survival_Manual.html?id=DxQvzgEACAAJ

١. Pallant, J. (٢٠٢٠)

.SPSS Survival Manual

رابط:

https://books.google.com/books/about/SPSS_Survival_Manual.html?id=DxQvzgEACAAJ

٢. Nguyen, D., & Tulabandhula, T. (٢٠٢٣)

.Generative AI for Business Strategy. arXiv

رابط:

<https://arxiv.org/abs/2303.00066>

٣. Al-Surmia, M., Al-Hubaishi, H., & Al-Yahyaei, M. (٢٠٢٢)

**AI-Based Decision Making: Combining Strategies to Improve
.Operational Performance**

رابط:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.2008984>

(۲۰۲۰) .Pallant, J .۱

.SPSS Survival Manual

:Google Books link

https://books.google.com/books/about/SPSS_Survival_Manual.html?id=DxQvzgEACAAJ

(۲۰۲۳) .Nguyen, D., & Tulabandhula, T .۲

.Generative AI for Business Strategy. arXiv

<https://arxiv.org/abs/2303.00066> 

(۲۰۲۲) .Al-Surmia, M., Al-Hubaishi, H., & Al-Yahyaei, M .۳

**AI-Based Decision Making: Combining Strategies to Improve
.Operational Performance**

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.2008984>

(۲۰۲۴) MDPI .۴

**Effect of Generative AI on Strategic Decision-Making in
.Entrepreneurial Business Initiatives**

<https://www.mdpi.com/2076-3387/15/2/66> 

(۲۰۲۲) .Shi, Y., Li, Y., & Wang, J .۵

**Role of AI Strategy in Business Transformation. AIS Electronic
.Library**

<https://aisel.aisnet.org>

(۲۰۱۴) .Creswell, J. W .۱

**Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods
Approaches**

https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=4uB76IC_pOQC

۲۰۲۰) .Pallant, J .۲

SPSS Survival Manua

https://books.google.com/books/about/SPSS_Survival_Manual.html?id=DxQvzgEACAAJ

(۲۰۱۹) .Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E .۳

Multivariate Data Analysis

https://books.google.com/books/about/Multivariate_Data_Analysis.html?id=V4x6wgEACAAJ

(۲۰۱۸) .Field, A .۴

Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics

https://books.google.com/books/about/Discovering_Statistics_Using_IBM_SPSS_St.html?id=1a1TDwAAQBAJ

Al-Surmia, M., Al-Hubaishi, H., & Al-Yahyaei, M. (2022).

AI-Based Decision Making: Combining Strategies to Improve Operational Performance

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.2008984>

Fayaz, M., Amin, M., & Iqbal, M. (2024). Artificial Intelligence in Decision-Making: A Descriptive Analysis of Its Impact on Strategic Planning. Journal of Business and Management Research

<https://www.jbmrjournal.com/index.php/Journal/article/view/228>

٢. الرشود، فيصل سعد & العتيبي، إبراهيم سليم (٢٠٢٥). تحديد الدور التحويلي للذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة في شركات الاتصالات السعودية. مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية.

<https://doi.org/10.63908/wpt2r683>

٣. المطرفي، عمر عيد سليمان (٢٠٢٤). أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق في القطاع الصحي في السعودية. مجلة العلوم.

https://journals.ekb.eg/article_401605.html

٤. شاهندا سعيد أحمد حبيب (٢٠٢٥). تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. مجلة إدارة الأعمال.

https://ijaefs.journals.ekb.eg/article_422811.html 

١. Nguyen, D., & Tulabandhula, T. (2023). Generative AI for Business Strategy: Using Foundation Models to Create Business Strategy Tools. arXiv

<https://arxiv.org/abs/2303.00066>

٢. Al-Surmia, M., Al-Hubaishi, H., & Al-Yahyaie, M. (2022). AI-Based Decision Making: Combining Strategies to Improve Operational Performance. International Journal of Production Research, Taylor & Francis

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.2008984>

٣. Pallant, J. (2020). SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS. McGraw-Hill Education

https://books.google.com/books/about/SPSS_Survival_Manual.html?id=DxQvzgEACAAJ

الملحق

استبيان تأثير سياسات العمل عن بعد على إنتاجية الموظفين

يهدف هذا الاستبيان إلى دراسة تأثير العمل عن بعد على إنتاجية الموظفين داخل المؤسسات من خلال جمع آراء اتجارب المشاركين ، نسعى إلى فهم مدى فعالية هذه السياسات في تحسين الداء الوظيفي ، و رفع مستوى الرضا الوظيفي ، وتحقيق التوازن بين الحياة الشخصية والعمل .

الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

٣٦

العمر :

☐ أقل من ٢٥

☐ من ٢٥ إلى ٣٥

☐ من ٣٦ إلى ٤٥

☐ ٤٥ فأكثر

مؤهلك العلمي :

☐ ثانوي

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

عدد سنوات الخبرة في الدارة :

☐ أقل من سنة

☐ ١-٣ سنوات

☐ ٤-٦ سنوات

☐ ٦ سنوات فأكثر

الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين كفاءة عمليات اتخاذ القرار الإداري؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعد في وضع استراتيجيات عمل أكثر دقة؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

تطبيق الذكاء الاصطناعي يعزز من القدرة على التنبؤ بالتغيرات في بيئة العمل.؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

الذكاء الاصطناعي يساعد في تحليل البيانات الضخمة لاتخاذ قرارات أفضل.؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

الذكاء الاصطناعي يرفع من مستوى الإنتاجية في بيئة العمل.؟

☐ أوافق بشدة

☐ أوافق بشدة

☐ محايد

☐ لا اوافق

☐ لا اوافق بشدة

تطبيق الذكاء الاصطناعي يدعم تطوير مهارات القادة الإداريين؟.

☐ اوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا اوافق

☐ لا اوافق بشدة

الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين التواصل داخل المنظمة؟.

☐ اوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا اوافق

☐ لا اوافق بشدة

الذكاء الاصطناعي يساعد على تحديد الفرص الجديدة للنمو المؤسسي؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يساهم في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

تقنيات الذكاء الاصطناعي تساهم في خفض تكاليف التشغيل؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

تطبيق الذكاء الاصطناعي يسهل متابعة أداء الموظفين بشكل أكثر دقة؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

الذكاء الاصطناعي يساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية طويلة الأمد؟

☐ أوافق بشدة

☐ اوافق

☐ محايد

☐ لا أوافق

☐ لا أوافق بشدة

استبيان بحث تخرج 

أرجو منكم التكرم بالمشاركة في تعبئة هذا الاستبيان، والذي يأتي ضمن مشروع تخرجي في تخصص
إدارة الأعمال وبمعنوان

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات إدارة الأعمال

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSffYoEeWScbCEjIC3iQEP
YMocANWWWh8IPbIRnHr-c9tkvALlw/viewform?usp=publish-editor](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSffYoEeWScbCEjIC3iQEPYMocANWWWh8IPbIRnHr-c9tkvALlw/viewform?usp=publish-editor)