

عنوان المشروع
تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على المشاريع الناشئة:
دراسة على تطبيقات التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية

أسم الطالب
صالح بن علي الحديثي

مشروع تخرج- 2
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

1.1. المقدمة:

تشكل منهجية الدراسة جزءاً أساسياً في أي دراسة بحثية، حيث توفر الإطار الذي من خلاله يتم جمع وتحليل البيانات للوصول إلى نتائج موثوقة. في سياق هذه الدراسة، التي تركز على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على المشاريع الناشئة في التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية، تم تصميم منهجية الدراسة لتكون شاملة وموثوقة.

تبدأ المنهجية بتحديد التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث لضمان وضوح الأبعاد التي سيتم قياسها وتحليلها. ثم يتم تطوير تصميم البحث الذي يتضمن اختيار مجتمع البحث المناسب وأساليب أخذ العينات لضمان تمثيل دقيق للبيانات.

أيضاً تشمل منهجية الدراسة تقنيات جمع البيانات المتنوعة، بما في ذلك الاستبيانات والمقابلات، لضمان الحصول على رؤية شاملة حول التأثيرات المحتملة. أخيراً، يتم تطبيق طرق التحليل الإحصائي المناسبة لتحليل البيانات وتفسير النتائج بشكل دقيق. توفر هذه المنهجية الأساس الضروري لدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على تطبيقات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية بشكل منهجي وموضوعي.

1.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تعريف تأثير الذكاء الاصطناعي: التغيرات والتحسينات التي تحدث في كفاءة وفعالية عمليات التجارة الإلكترونية بفضل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي، التحليل التنبؤي، والتخصيص الذكي.

تعريف المشاريع الناشئة: هي الشركات التي في مراحلها الأولية، غالباً ما تكون جديدة في السوق وتستخدم تقنيات جديدة أو نماذج أعمال مبتكرة.

تعريف تطبيقات التجارة الإلكترونية: هي الأنظمة والبرمجيات التي تسهم في بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، مثل المنصات الإلكترونية، نظم الدفع الإلكتروني، وخدمات العملاء المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

1.3. تصميم البحث

منهج الدراسة: منهج البحث الكمي، وذلك لدراسة الأثر الإحصائي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الأداء المالي والعمليات، بينما سأستخدم المنهج النوعي لفهم التجارب والآراء.

عينة الدراسة : عينة عشوائية من عدد من الشركات الناشئة التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية.

1.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:

أ. **مجتمع البحث:** يتكون من جميع المشاريع الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

ب. **طرق أخذ العينات:** سيتم استخدام تقنيات أخذ العينات العشوائية.

1.5. طرق جمع البيانات:

- استبيانات: جمع البيانات الكمية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها. (تم الحاق الاستبانة سابقا)

- مقابلات: جمع بيانات نوعية من خلال التحدث مع مديري الشركات أو خبراء في التجارة الإلكترونية.
- مراجعة مستندات: تحليل تقارير الأداء والتقارير المالية التي يمكن أن تعكس تأثير الذكاء الاصطناعي.

1.6. أنواع البيانات:

- بيانات كمية: مثل الأرقام والإحصائيات حول الأداء المالي، مؤشرات الأداء الرئيسية، ومستويات استخدام الذكاء الاصطناعي.
- بيانات نوعية: مثل تجارب وآراء الأفراد حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على عملياتهم وأعمالهم.

1.7. إجراءات التحليل الإحصائي للدراسة:

الإجراءات الأساسية لهذه الدراسة :

1. تحضير البيانات :

تنظيف البيانات: تأكد من أن البيانات خالية من الأخطاء ومعالجة القيم المفقودة أو غير المنطقية.

ترميز البيانات: وتحويلها إلى صيغة كمية (مثل ترميز الفئات) لسهولة التحليل.

2. وصف البيانات:

- التحليل الوصفي: استخدم الإحصائيات الوصفية مثل المتوسطات، الوسيطات، الانحرافات المعيارية، والتوزيعات النسبية لتلخيص خصائص البيانات.
- الرسوم البيانية: وهي مخططات مثل الرسوم البيانية الشريطية، والمدرجات التكرارية، والرسوم البيانية الدائرية لتصوير البيانات.

3. تحليل العلاقة بين المتغيرات:

- التحليل الارتباطي: معاملات الارتباط (مثل معامل بيرسون) لقياس العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأداء المشاريع الناشئة.
- التحليل الانحداري: وذلك بإجراء تحليل الانحدار (الخطّي أو المتعدد) لتحديد مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على المتغيرات المستقلة (مثل الإيرادات، النمو، التفاعل مع العملاء).

4. اختبارات الفرضيات:

- اختبارات التوزيع: مثل اختبار كولموغوروف-سميرنوف للتحقق لأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.
- اختبارات المقارنة: مثل اختبار T-test لمقارنة متوسطات مجموعتين.

5. تحليل المتغيرات النوعية:

- تحليل التكرارات: استخدم جداول التكرارات لتحليل البيانات النوعية وتصنيف الردود.
- تحليل محتوى: تحليل المحتوى لاستخراج الأنماط والمواضيع الرئيسية.

6. التحليل المتقدم

- النمذجة التنبؤية: استخدم تقنيات النمذجة مثل الانحدار اللوجستي، أو شجرة القرار للتنبؤ بالأداء بناءً على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- التحليل العنقودي: لتصنيف المشاريع إلى مجموعات بناءً على استخدام الذكاء الاصطناعي وأدائها.

7. تفسير النتائج:

- تفسير النتائج: وربط النتائج بالإطار النظري للبحث وتحديد مدى توافقها مع الفرضيات.
- الاستنتاجات: وهي مجموعة توصيات بناءً على التحليل، أناقش فيها كيفية استفادة المشاريع الناشئة من تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- كتابة التقرير: وتوثيق كل خطوة من التحليل، بما في ذلك البيانات، الأساليب، النتائج، والتفسيرات.
- مراجعة النتائج: تأكد من صحة التحليل وموثوقيته من خلال التحقق من النتائج مع البيانات الأصلية.

7.1. الخاتمة

وختاماً تتمثل منهجية هذه الدراسة في إطار شامل يجمع بين التحليل الكمي والنوعي لتقييم تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على المشاريع الناشئة في التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية.

من خلال تحديد التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث بعناية، واختيار المجتمع المناسب والعينة المناسبة، وتم استخدام تقنيات جمع البيانات المتنوعة، تمكنا من جمع معلومات دقيقة وشاملة. تشمل طرق التحليل الإحصائي المستخدمة التحليل الوصفي، التحليل الارتباطي، واختبارات الفرضيات، مما يوفر أساساً متيناً لفهم العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وأداء المشاريع.

تتيح هذه المنهجية تقييماً دقيقاً وموثوقاً للأثر الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يعزز قدرتي على تقديم توصيات مستنيرة وجيدة ومفيدة حول كيفية تأثير استراتيجيات الأعمال في هذا المجال وبالتالي تقديم توصيات للتحسين.