

(عنوان البحث)

اتجاهات موظفي العلاقات العامة نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى

داخل الشركات العقارية

إعداد الطالب/ محمد علي أحمد علوي

العام الدراسي:

2023

مقدمة:

جذبت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اهتمام العديد من المنظمات، وانتشر استخدامها في مختلف المجالات ومحاولة الاستفادة من تطبيقاتها، لما لها من تأثير واضح في كافة المجالات، وقد تأثر ممارسي العلاقات العامة كغيرهم من المجالات التي تأثرت باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وعلى الرغم من اعتماد ممارسي العلاقات العامة على التقنيات الحديثة للعديد من السنوات والتي استهدفت رفع كفاءة أعمالها وفعاليتها، لم تستطع التكنولوجيا أن تحل محل المعرفة التي يمتلكها الخبراء في صنع القرارات واتخاذها وهي ما تحتاج إليه أغلبية المؤسسات وخاصة الشركات العقارية .

فقد توجهت المؤسسات العقارية ، فقد توجهت تلك المؤسسات الى التكيف مع البيئة والتغيرات التي أوجدتها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العقارات ، ولذلك فقد توجهت المؤسسات العقارية الى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتي تعمل على تنفيذ المهام الغير روتينية التي تحتاج الى مهارة عالية ، وتقديم خدمات متخصصة تنسم بالجودة والكفاءة لتحقيق أعلى مستويات رضا العملاء .

ويمكن القول بان الشركات العقارية أصبحت اكثر قدرة على التنبؤ بتوجهات وسلوكيات عملائها، وذلك بفضل التقنيات المبتكرة التي تعتمد عليها تطبيقات الذكاء الاصطناعي وهو ما يعزز من قدرة القطاع العقاري على تطوير الخدمات التي يقدمها .

ولذلك لم يعد للمؤسسات العقارية خيار غير التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف أقسامها، من خلال ذلك سوف نحاول من خلال الدراسة الحالية التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة

نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع العقارات. (عبد العاطي، 2022، ص14)

مشكلة الدراسة:

على الرغم من الآثار الايجابية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على الشركات ، الا أن هناك من يري أن الذكاء الاصطناعي قد يؤثر سلبا على القطاع العقاري منها امن البيانات والخصوصية بالإضافة الى عدم وجود تأكيد عن جدوى الإنشاءات المعمارية على ارض الواقع، وتشير العديد من الدراسات الى أن التأثيرات الايجابية للذكاء الاصطناعي اكثر من أثاره السلبية ، وفي ضوء نتائج الدراسات السابقة دراسة إسماعيل، خالد(2024)، دراسة عبد العاطي (2020) والتي أشارت الى أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي ظهرت مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على آراء ممارسي العلاقات العامة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع العقارات. ، وتتضح مشكلة الدراسة كما أشار ميشيل ، جورج (2023) إلى أن الاستعانة بالذكاء الاصطناعي للحصول على الخدمات المتكاملة ، تعد من التقنيات الهامة لحلول المشكلات الإدارية والمالية للشركة .

حيث تواجه الشركات العقارية العديد من المشكلات والتي تتمثل في اختيار المواقع المناسبة للإنشاءات ، والحاجة الى قياس تلك الأراضي والتعرف على خصائص التربة وقدرتها على التحمل ، ويعد الذكاء الاصطناعي من الأدوات الهامة التي يمكن أن تستخدم في مساعدة الشركات العقارية في توفير الجهد والوقت ، وكذلك عوامل الأمان من حيث اختيار الأراضي للمشاريع السكنية من حيث خصائص التربة وقوة تحملها .

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية المشكلة التي تتناولها والتي تتمثل في تحديد الآثار الايجابية والسلبية لأهمية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في قطاع العقارات والذي يستهدف تحسين جودة الخدمات العقارية ، بما يضيف مزيدا من الدقة والمصداقية والملائمة للخدمات التي تقدمها شركات العقارات للعملاء، ويمن عرض لأهمية الدراسة من الجانبين النظرية والتطبيقية على النحو التالي:

تتمثل الأهمية النظرية للدراسة فيما يلي:

-تزايد التطورات التي طرأت على النظم والممارسات الخاصة بالقطاع العقاري والتي ارتبطت بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته ، الأمر الذي دفع ممارسي العلاقات العامة الى المطالبة بوجود قواعد تنظم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع العقارات.

-تزايد الاهتمام بتحسين جودة الخدمات التي يقدمها قطاع العقارات والتي تسهم في تطوير القطاع وتعزيز الخدمات التي يقدمها .

-تعزيز قدرة ممارسي العلاقات العامة على فهم وتطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي والتي تعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة بقطاع العقارات..

الأهمية التطبيقية :

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة فيما يلي:

(1)يساعد تطبيق الذكاء الاصطناعي القطاع العقاري على تعزيز الخدمات التي يقدمها قطاع العقارات، بما يفي متطلبات المستثمرين والمحللين والعاملين بقطاع العقارات.

(3) تزايد إدراك مسئولي العلاقات العامة بقطاع العقارات بأهمية ودقة المعلومات التي تتوافر للشركات من خلال الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

(4)تزايد حاجات القطاع العقاري للمعلومات الذي يجنبهم المخاطر الناشئة عن عدم تماثل المعلومات وكيفية إدارتها.

أهداف الدراسة:

الأهداف العلمية :

- (1) التعرف على اتجاهات موظفي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى في الشركات العقارية.
- (2) التعرف على طبيعة الذكاء الاصطناعي والقطاع العقاري.
- (3) التعرف على تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المقدمة بالقطاع العقاري.
- (4) التعرف على النتائج التطبيقية لأثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المقدمة بالقطاع العقاري.

الأهداف العملية :

تتمثل الأهداف العملية للدراسة فيما يلي :

- (1) الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركات العقارية .
- (2) التعرف على كيفية تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركات العقارية .
- (3) التعرف على أهم الصعوبات التي تواجه تطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركات العقارية .

تساؤلات الدراسة

تمثلت سؤال البحث الرئيسي فيما يلي:

ما هي اتجاهات موظفي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى في الشركات العقارية؟

وتفرعت منه الأسئلة التالية:

(1) ما هي طبيعة الذكاء الاصطناعي والقطاع العقاري؟

(2) ما هو تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المقدمة بالقطاع العقاري؟

(3) ما هي أهم النتائج التطبيقية لأثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المقدمة بالقطاع العقاري؟

فروض الدراسة:

(1) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي و تحسين جودة الخدمات المقدمة بالقطاع العقاري.

(2) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية اتجاهات موظفي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى في الشركات العقارية.

(3) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومواجهة المشكلات في الشركات العقارية.

الدراسات السابقة:

دراسة إسماعيل، خالد(2024) والتي هدفت الى التعرف على اثر تطبيق الذكاء الاصطناعي على جودة التقارير المالية بالتطبيق على شركات التشييد والاستثمار العقاري واعتمدت الدراسة على منهجية نظرية تحليلية تركز على أربعة أقسام رئيسية، وتم تطبيق الدراسة على عينة من الشركات العقارية بالسوق المصرية ، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام مجموعة من الاساليب الإحصائية الوصفية .

وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها مساهمة تقنية الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة التقارير المالية بشركات التشييد والاستثمار العقاري من حيث مستوى الإنتاج وجودته، فضلا عن وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين تطبيق الذكاء الاصطناعي وتحسين مستوى جودة التقارير المالية وتطوير الاستثمار العقاري .

دراسة pribadi&nasution.2021 وهدفت الدراسة الى التعرف على مهام العلاقات العامة بالذكاء الاصطناعي ، وان ظهور أدوات العلاقات العامة الجديدة التي تشجع ممارسي العلاقات العامة على استخدام الأدوات المختلفة لتسهيل العمل، والتي تتمثل في إدارة البيانات وإنشاء المحتويات المتنوعة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وقد أشارت نتائج الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة يبنون فهمهم للعلاقات العامة من خلال اكتساب وتبادل المعارف من خلال إدارة العلاقات العامة، والاعتراف بأهمية وفوائد العلاقات العامة في إدارة العلاقات العامة ، فممارسي العلاقات العامة لديهم فهم محدود لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوقعوا أن تؤثر التكنولوجيا على تطور أداء ممارسي العلاقات العامة.

دراسة : ميشيل ، جورج (2023) بعنوان دور الذكاء الاصطناعي في حوكمة الشركات ، وهدفت الدراسة الى التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في حوكمة الشركات ، حي طبقت الدراسة على مجموعة من الشركات التي تعتمد على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يساعد الشركات على حوكمة الشركات والتي تعد احد الوسائل الأساسية التي تساعد الشركة على

مواجهة التغيرات الاقتصادية الحديثة ، حيث ساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مساعدة الشركات في مواجهة التغيرات الاقتصادية الحديثة والفساد الإداري والمالي والممارسات الغير سليمة .

دراسة : عبد العاطي ، شيماء (2022) والتي هدفت الى التعرف على تطبيقات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ، ومدى تأثيرها على تحول طلبات العملاء ، والتطور التكنولوجي في مجال العقارات ، ومدى دوره في تحقيق الشركة للميزة التنافسية في قطاع البنوك ، وأشارت نتائج الدراسة الى تكيف ادارة البنوك مع التطورات التقنية والرقمية ، والتي اعتمدت على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة العملاء وتقديم خدمات متخصصة تنسم بالجودة والكفاءة تساعد على تحقيق أعلى مستوى من الرضا وسعادة العملاء .

التعليق على الدراسات السابقة :

وبتحليل نتائج الدراسات السابقة نلاحظ أن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي استخدمت في العديد من المجالات كقطاع البنوك ، وقطاع العقارات حيث يؤدي تطبيق الذكاء الاصطناعي الى العديد من الآثار الايجابية ، وكذلك زيادة كفاءة القرارات الاستثمارية بقطاع العقارات .

ونلاحظ من خلال الدراسات السابقة أن هناك العديد من التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي سواء بالبنوك او الشركات او قطاع العقارات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

يعد الذكاء الاصطناعي في الوقت الحاضر من أهم الأدوات التي أفرزتها تطورات العصر الرقمي ، وهو ما انبثق التطورات في المجال الرقمي . وتتمثل المتطلبات النظرية للدراسة في أهمية تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي والتي باتت أساسا هاما لإدارة المعرفة والعمليات اللازمة للتطورات الاجتماعية والاقتصادية للمؤسسة ، فقد أصبحت قدرة المؤسسة ترتبط بدرجة كبيرة بمدى قدرتها على الاستفادة من خلق الفرص والمزايا ، ومدى قدرتها على مواجهة التحديات وإدارة المخاطر في القطاع العقاري .

مفهوم العلاقات العامة: للعلاقات العامة العديد من التعاريف المتنوعة وبالرغم من شيوعه في أوساط الأعمال ،
الا أنها كان تستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات مما أضاف غموضا وإبهاما.

وتعرف على أنها " الجهد المخطط للإنشاء والمحافظة على علاقة جيدة بين المؤسسة والمجتمع"

الذكاء الاصطناعي: يشير مفهوم الذكاء الاصطناعي الى ذلك النوع من الذكاء الذي يرتبط بالأجهزة الرقمية او
الالكترونية مثل الحاسب الالى والأجهزة الخلوية الروبوت، ويعبر الذكاء الاصطناعي عن مدى قدرة الأجهزة الرقمية
على أداء المهام التي ترتبط بالكائنات الذكية. (ميشيل، جورج، 2023، ص87)

بينما ذهب البعض الى تعريف مفهوم الذكاء الاصطناعي بأنه " محاكاة الذكاء البشري في الآلات المبرمجة للتفكير
مثل البشر وتقليد أفعالهم"

ومن خلال التعريفات السابقة نستطيع تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه " تقنيات وآلات التي تحاكي الذكاء البشري
وتعمل على تحقيق الأهداف الأساسية التي من أهمها انجاز المهام في أسرع وقت"

المنهجية وطرق البحث: اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي كونه يعد المنهج الأنسب للدراسة

وطريقة البحث المستخدمة في الدراسات الاستكشافية الوصفية لكونها تسهم في توفير قدر من المعرفة عن
تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع العقارات .

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال أداة الاستبيان للحصول على البيانات المتصلة بالظاهرة ، بهدف
رصد اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع العقارات .

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة

الشركة الوطنية للإسكان NHC	شركة لدن للاستثمار	فيو العقارية	المجموع
40	40	40	120

مجتمع الدراسة : بعض الشركات العقارية بالمملكة العربية السعودية .

عينة الدراسة : (120) عامل من العاملين بشركات (الشركة الوطنية للإسكان NHC ، شركة لدن للاستثمار فيو العقارية)

طريقة اختيار العينة : الطريقة العشوائية .

خصائص العينة :

العمر	سنوات الخبرة	المؤهل
(45-30)	(10-3)	جامعي

أدوات الدراسة :

اعتمدت الدراسة على إستبانه مقدمة لموظفي الشركات محل الدراسة للتعرف على آرائهم تجاه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالشركة ، وقد تمت صياغة الأسئلة وفقا للمعايير التي ترتبط بالمشكلة وأهدافها .

اختبار الصدق والثبات :

(1) اختبار الصدق reliability :

تم التأكد من صدق الاستبيان وانه يقيس تساؤلات الدراسة وفروضه وأسئلتها من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في موضوع الدراسة ، للتأكد من صلاحية أسئلة الأداة لقياس متغيرات الدراسة ، وبناء على آراء المحكمين في الاستمارة التي تم إجراء بعض التعديلات لبعض الأسئلة لتصبح في شكلها النهائي .

(2) اختبار الثبات validity :

قام الباحث بإختبار ثبات الاستمارة بإجراء دراسة قبلية على 10% من عينة الدراسة للتأكد من مدى صحة الأداة للتطبيق وتم التعديل وفقا لما أشار إليه المبحوثين من ملاحظات .

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : إتجاهات موظفي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى في الشركات العقارية.

الحدود المكانية: تتركز في عدد (3) شركات من الشركات العقارية بالمملكة العربية السعودية .

الحدود الزمانية: تتمثل في تطبيق وتحليل البيانات بالشركات محل الدراسة وهي تتراوح من (3-6) شهور.

إستبيان الدراسة

م	العبارة	موافق	غير موافق	أحيانا
1	تمنح تطبيقات الذكاء الاصطناعي تجربة فريدة للعملاء			
2	هناك تطور في المهارات والكفاءات التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة			
3	تساعد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الشركة على تقديم خدمات بشكل أرخص وأسرع			
4	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الاستجابة لطلبات العملاء			
5	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في توفير الوقت والجهد			
6	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التعرف على اهتمامات الجمهور المستهدف			
7	تهتم الشركة بتطوير مهارات موظفيها في تكنولوجيا وإستخدامات الذكاء الاصطناعي			
8	ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي الشركة على الاستثمار الأمن			
9	لا تهتم الشركة بتطوير الخدمات الرقمية			
10	تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات التي تقدمها الشركة			

المراجع:

- (1) عبد العاطي، شيماء(2022)، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الثاني عشر.
- (2) إسماعيل، خالد(2024)، اثر تطبيق الذكاء الاصطناعي على جودة التقارير المالية بالتطبيق على شركات التشييد والاستثمار العقاري، مجلة البحوث المالية والتجارية، العدد (25) ، العدد الثاني.
- (3) ميشيل، جورج(2023)، دور الذكاء الاصطناعي في حوكمة الشركات، المجلة الدولية للفقہ والقضاء والتشريع، المجلد(4) ، العدد(2).
- (4) ربيع، محمد(2021)، عقود الذكاء الاصطناعي، كلية الحقوق، جامعة القاهرة.
- (5) جوجل تستخدم الذكاء الاصطناعي لحل مشكلات الرهن العقاري.
- (6) مرفاش، سميرة (2018)، دور العلاقات في تحسين سمعة المؤسسة دراسة تحليلية لمؤسسة التطوير العقاري.