

تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات: دراسة تطبيقية على
شركة كونسير في المملكة العربية السعودية، جدة.

**The impact of artificial intelligence platforms on service
management: an applied study on Conser Company in Saudi
Arabia, Jeddah.**

إعداد الباحثان/

علي أحمد علي خليفة

الرقم الأكاديمي: 221001350

عبد المجيد محمد بن زكريا

الرقم الأكاديمي: 221002134

إشراف/

د. أحمد راجح

العام الدراسي: 2026

الشكر والتقدير

الحمد لله أولاً وآخراً، الذي بنعمته تتم الصالحات، وله الحمد على ما أنعم به من توفيقٍ وعونٍ حتى أتممت هذا البحث.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير والامتنان إلى أستاذي الفاضل الدكتور أحمد راجح، مشرف هذا البحث، على ما قدمه من توجيه علمي سديد، ومتابعة مستمرة، ونصائح قيّمة، ودعم وتشجيع طوال مراحل إعداد هذه الدراسة. فله مني جزيل الشكر وعظيم الامتنان، وأسأل الله أن يجزيه خير الجزاء، وأن يجعل ذلك في ميزان حسناته.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى إدارة شركة كونسير وجميع موظفيها، على تعاونهم الكريم واستجابتهم للمشاركة في الدراسة، وتقديمهم التسهيلات اللازمة التي أسهمت في إنجاز الجانب الميداني من هذا البحث، مما كان له بالغ الأثر في إتمام الدراسة وتحقيق أهدافها.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى جميع أساتذتي الكرام في البرنامج، وكل من قدم لي العون والمساندة، أو أسهم برأي أو توجيه أو كلمة تشجيع خلال رحلة إعداد هذا البحث.

وفي الختام، أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به الباحثين والمهتمين، وأن يكتب له القبول والتوفيق.

الإهداء

إلى والدينا الغاليين...

إلى من كان دعاؤهم سندًا لنا، وصبرهم مصدر قوتنا، وعطاؤهم بلا حدود، ودعمهم الدائم
سببًا في مواصلة طريق العلم والنجاح.

نهدي هذا العمل المتواضع إليكما، عرفانًا بجميلكما، وتقديرًا لما بذلتماه من تضحيات وجهود
في سبيل تعليمنا ورعايتنا، سائلين الله تعالى أن يجزيكما خير الجزاء، وأن يمدكما بموفور الصحة
والعافية، وأن يجعل هذا الإنجاز ثمرةً من ثمار عطائكما.

كما نهديه إلى كل من ساندنا ووقف إلى جانبنا، وقدم لنا الدعم والتشجيع طوال مسيرتنا
العلمية، راجين من الله أن ينفع بهذا العمل، وأن يجعله خالصًا لوجهه الكريم.



الباحثان

علي احمد علي خليفة

عبد المجيد محمد بن زكريا

جدول المحتويات

9	المستخلص:
12	الفصل الأول: الإطار العام للبحث
13	1.1 المقدمة:
17	1.2 مشكلة البحث:
18	1.2.1 الفجوات العلمية
18	1.2.2 الفجوات العملية
19	1.3 أهمية البحث:
20	1.3.1 الأهمية العلمية
20	1.3.2 الأهمية العملية
21	1.4 أسئلة البحث:
21	1.5 أهداف البحث:
22	1.6 فرضيات البحث:
23	1.7 نموذج البحث:
24	1.8 الدراسة الميدانية:
25	مخطط المشروع:
26	الفصل الثاني: الإطار النظري
27	1.2 مقدمة:
28	2.2 منصات الذكاء الاصطناعي:
29	2.2.2 تعريفات منصات الذكاء الاصطناعي:
30	2.2.2 نظريات منصات الذكاء الاصطناعي:
31	2.2.3 أبعاد منصات الذكاء الاصطناعي:
32	2.2.4 أهمية منصات الذكاء الاصطناعي:
33	2.2.5 تطور الذكاء الاصطناعي ومنصاته:
35	2.3 إدارة الخدمات:
36	2.3.1 تعريفات إدارة الخدمات:
37	2.3.2 نظريات إدارة الخدمات:
38	2.3.3 أبعاد إدارة الخدمات:
39	2.3.4 أهمية إدارة الخدمات:
40	2.3.5 تطور إدارة الخدمات:
42	2.4 العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات:
44	2.5 المنطلقات النظرية للدراسة:

45	2.6 الخاتمة:
47	الفصل الثالث: منهجية البحث
48	3.1 المقدمة:
48	3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:
48	3.2.1 المتغير المستقل (منصات الذكاء الاصطناعي):
48	3.2.2 المتغير التابع (إدارة الخدمات):
48	3.3 تصميم البحث:
49	3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:
50	3.4.1 مجتمع البحث:
50	3.4.2 عينة البحث:
51	3.4.3 طريقة وتقنيات أخذ العينة:
52	3.5 طريقة جمع البيانات:
52	3.5.1 المتغير المستقل (منصات الذكاء الاصطناعي):
52	3.5.2 المتغير التابع (إدارة الخدمات):
53	3.6 أنواع البيانات:
53	3.6.1 البيانات الأولية:
53	3.6.2 البيانات الثانوية:
54	3.7 طرق وأساليب تحليل البيانات:
54	3.8 خاتمة:
55	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي
56	4.1 التمهيد:
56	4.2 خصائص عينة الدراسة:
60	4.3 قياس الصدق والثبات لأدوات البحث:
60	4.3.1 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة
62	4.3.2 ثبات أداة الدراسة
64	4.4 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة
66	4.5 معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة
68	4.6 نتائج اختبار فرضيات الدراسة
73	4.7 الخاتمة

75	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
76	5.1 المقدمة:
76	5.2 المساهمة العلمية:
76	5.3 المساهمة العملية:
77	5.4 التوصيات:
78	5.5 حدود البحث:
78	5.5.1 الحدود الموضوعية:
78	5.5.2 الحدود البشرية:
78	5.5.3 الحدود المكانية:
78	5.5.4 الحدود الزمنية:
78	5.6 الدراسات المستقبلية:
79	5.7 الخاتمة:
80	المراجع:
85	الملاحق:

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	النموذج المقدم للمشروع المصدر له الطالب	1
25	المخطط المقدم للمشروع المصدر له الطالب	2
49	منهجية البحث للمشروع المصدر له الطالب	3
58	تصنيف العينة وفقاً للجنس. المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	3
58	تصنيف العينة وفقاً للعمر. المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	4
59	تصنيف العينة وفقاً للمؤهل العلمي. المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	5
59	تصنيف العينة وفقاً لعدد سنوات الخبرة. المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	6

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	مجتمع البحث المصدر له الموارد البشرية في شركة كونسير بجدة.	50
2	عينة البحث المصدر له (Krejcie 1970)	50
3	المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل منصات الذكاء الاصطناعي المصدر له الطالب	52
4	المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع إدارة الخدمات المصدر له الطالب	53
5	توصيف عينة البحث المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	57
6	صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير المستقل المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	61
7	صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير التابع المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	62
8	قياس الثبات لأداة الدراسة المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	63
9	دلالة المتوسطات الحسابية.	65
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	65
11	معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة المصدر له من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.	67

المستخلص:

الهدف من البحث: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال قياس أثرها على أبعاد إدارة الخدمات المتمثلة في كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة للخدمات، والتحسين المستمر للخدمات، بما يسهم في توضيح دور منصات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الخدمي داخل المؤسسات الخدمية.

منهجية البحث: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة بلغت (70) موظفًا من شركة كونسير، تم اختيارهم باستخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية من مجتمع الدراسة البالغ (85) موظفًا. كما تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

نتائج البحث: أظهرت نتائج الدراسة وجود تباين في أثر منصات الذكاء الاصطناعي على أبعاد إدارة الخدمات. فقد بينت النتائج عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمنصات الذكاء الاصطناعي على كفاءة العمليات الخدمية والتحسين المستمر للخدمات، مما أدى إلى رفض الفرضيتين الأولى والرابعة. في المقابل، أظهرت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمنصات الذكاء الاصطناعي على جودة تقديم الخدمات وسرعة الاستجابة للخدمات، مما أدى إلى قبول الفرضيتين الثانية والثالثة. وتشير هذه النتائج إلى أن أثر منصات الذكاء الاصطناعي يختلف باختلاف أبعاد إدارة الخدمات.

المساهمة النظرية: تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بمنصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، من خلال اختبار أثر منصات الذكاء الاصطناعي على أربعة أبعاد رئيسة لإدارة الخدمات في البيئة السعودية، مما يوفر فهمًا أعمق لطبيعة هذه العلاقة، ويشكل أساسًا يمكن الاستناد إليه في الدراسات المستقبلية.

التطبيقات العملية: تقدم الدراسة عددًا من التوصيات التي تساعد المؤسسات الخدمية على توظيف منصات الذكاء الاصطناعي بصورة أكثر فاعلية، مع التركيز على تعزيز استخدامها في تحسين جودة تقديم الخدمات وسرعة الاستجابة، والعمل على معالجة التحديات التي تحد من إسهامها في رفع كفاءة العمليات

الخدمية ودعم التحسين المستمر للخدمات، بما يساهم في تحقيق أهداف التحول الرقمي والتميز المؤسسي.

الكلمات المفتاحية: منصات الذكاء الاصطناعي، إدارة الخدمات، كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات، شركة كونسير، المملكة العربية السعودية.

Abstract:

Research Objective: This study aimed to examine the impact of Artificial Intelligence (AI) platforms on service management at Concir Company in the Kingdom of Saudi Arabia by measuring their impact on the dimensions of service management, namely service process efficiency, service delivery quality, service response speed, and continuous service improvement. The study seeks to clarify the role of AI platforms in enhancing service performance within service organizations.

Research Methodology: The study adopted the descriptive-analytical approach. A questionnaire was used as the primary data collection instrument. Data were collected from a sample of (70) employees selected through a stratified random sampling technique from a study population of (85) employees at Concir Company. The collected data were analyzed using appropriate statistical methods to test the study hypotheses.

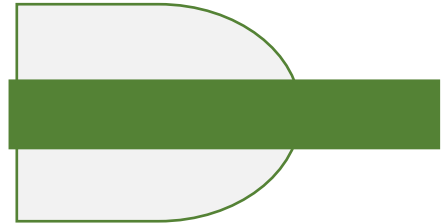
Research Findings: The findings revealed variation in the impact of AI platforms on the dimensions of service management. The results indicated no statistically significant impact of AI platforms on service process efficiency and continuous service improvement, leading to the rejection of the first and fourth hypotheses. Conversely, the findings demonstrated a statistically significant impact of AI platforms on service delivery quality and service response speed, resulting in the acceptance of the second and third hypotheses. These findings suggest that the impact of AI platforms varies across the different dimensions of service management.

Theoretical Contribution: This study contributes to the existing literature on AI platforms and service management by examining the impact of AI platforms on four key dimensions of service management within the Saudi context. It provides a deeper understanding of the relationship between these variables and offers a theoretical foundation for future research in this field.

Practical Applications: The study provides practical recommendations to help service organizations utilize AI platforms more effectively, with particular emphasis on improving service delivery quality and service response speed while addressing the challenges that limit their contribution to enhancing service process efficiency and continuous service improvement. These recommendations support digital transformation initiatives and organizational excellence.

Keywords: Artificial Intelligence Platforms, Service Management, Service Process Efficiency, Service Delivery Quality, Service Response Speed, Continuous Service Improvement, Concir Company, Kingdom of Saudi Arabia.

الفصل الأول: الإطار العام للبحث



1.1 المقدمة:

شهد العالم خلال العقدين الأخيرين تحولاً جذرياً في بيئات الأعمال نتيجة التطور المتسارع في تقنيات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، إذ أصبحت هذه التقنيات تمثل أحد أهم المحركات الرئيسية لإعادة تشكيل النماذج الإدارية والتشغيلية في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية. وقد أسهمت التطورات المتلاحقة في تقنيات التعلم الآلي، والتعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتحليل البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي التوليدي في إحداث نقلة نوعية في أساليب إدارة المؤسسات، حيث انتقلت المنظمات من الاعتماد على الأنظمة التقليدية إلى تبني حلول ذكية تعتمد على تحليل البيانات، والتنبؤ، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرار، الأمر الذي أدى إلى تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز القدرة التنافسية، ورفع جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين.

وأصبحت منصات الذكاء الاصطناعي تمثل أحد أبرز تطبيقات هذا التحول، إذ توفر بيئة رقمية متكاملة تُمكن المؤسسات من الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنفيذ العديد من المهام الإدارية والتشغيلية بكفاءة أعلى. ولا يقتصر دور هذه المنصات على أتمتة الإجراءات الروتينية، وإنما يمتد ليشمل تحليل البيانات الضخمة، وإدارة المعرفة المؤسسية، ودعم الابتكار، وتقديم التوصيات الذكية، وتحسين التواصل مع العملاء، وتطوير الخدمات بما يتوافق مع احتياجات المستفيدين وتوقعاتهم المتغيرة. وقد أدى هذا التطور إلى تغير جوهري في مفهوم إدارة الخدمات، حيث أصبحت الخدمة تعتمد بصورة متزايدة على التقنيات الذكية، والقرارات المبنية على البيانات، والتفاعل الرقمي الفوري مع العملاء.

ويُعد قطاع الخدمات من أكثر القطاعات تأثراً بالتطورات التقنية الحديثة، نظراً لارتباط جودة مخرجاته بسرعة الاستجابة، ودقة الأداء، وكفاءة إدارة الموارد، ومستوى رضا العملاء. ومع تزايد المنافسة بين المؤسسات الخدمية، أصبح من الضروري تبني حلول تقنية قادرة على تحسين العمليات التشغيلية، وتقليل التكاليف، وتعزيز جودة الخدمات، وتحقيق الاستدامة المؤسسية. وفي هذا السياق، برزت منصات الذكاء الاصطناعي باعتبارها أداة استراتيجية تُمكن المؤسسات من تطوير نماذج أعمالها، وتحسين عملياتها الإدارية، ورفع مستوى الكفاءة والإنتاجية، بما يسهم في تحقيق قيمة مضافة للمؤسسة وعمالها في آنٍ واحد.

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن استخدام منصات الذكاء الاصطناعي لم يعد مقتصرًا على المؤسسات التقنية، بل امتد ليشمل قطاعات الخدمات، والرعاية الصحية، والتعليم، والخدمات المالية، والموارد البشرية، واللوجستيات، والتجارة الإلكترونية، وغيرها من القطاعات التي

تعتمد بصورة كبيرة على سرعة معالجة المعلومات واتخاذ القرارات الفعالة. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن توظيف منصات الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين جودة الخدمات، ورفع كفاءة العمليات، وتقليل الأخطاء البشرية، وتحسين تجربة العملاء، وزيادة القدرة على الابتكار، وهو ما جعلها أحد أهم محاور التحول الرقمي في المؤسسات المعاصرة.

وفي المملكة العربية السعودية، يحظى الذكاء الاصطناعي باهتمام متزايد باعتباره أحد الممكّنات الرئيسية لتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030، التي تؤكد أهمية بناء اقتصاد رقمي قائم على المعرفة والابتكار، وتعزيز كفاءة الأداء المؤسسي، ورفع جودة الخدمات في القطاعين العام والخاص. وانطلاقاً من هذه الرؤية، شهدت المملكة توسعاً ملحوظاً في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وإطلاق المبادرات الوطنية الهادفة إلى تمكين المؤسسات من توظيف التقنيات الذكية في مختلف المجالات، بما يساهم في تحسين الإنتاجية، وتعزيز التنافسية، وتحقيق التنمية المستدامة.

وفي ظل هذا التوجه، تسعى العديد من الشركات السعودية العاملة في قطاع الخدمات إلى دمج منصات الذكاء الاصطناعي في عملياتها الإدارية والتشغيلية، بهدف تحسين جودة الخدمات، وتسريع إنجاز الأعمال، وتعزيز كفاءة الموظفين، وتطوير تجربة العملاء، وتحقيق مستويات أعلى من الأداء المؤسسي. ويُعد هذا التوجه انعكاساً للتحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الذكية، التي تعتمد على البيانات والتحليلات المتقدمة في التخطيط والتنفيذ والرقابة واتخاذ القرارات.

وانطلاقاً من ذلك، تأتي هذه الدراسة بعنوان “تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات: دراسة تطبيقية على شركة كونسير في المملكة العربية السعودية”، سعياً إلى استقصاء طبيعة العلاقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي ومستوى كفاءة إدارة الخدمات داخل الشركة محل الدراسة، والكشف عن مدى إسهام هذه المنصات في تحسين العمليات الإدارية، ورفع جودة الخدمات، وتعزيز سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء، ودعم اتخاذ القرار الإداري.

كما تسعى الدراسة إلى تقديم نتائج علمية يمكن أن تساهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الخدمات، وتوفير توصيات عملية تساعد المؤسسات السعودية على تعظيم الاستفادة من هذه المنصات بما ينسجم مع متطلبات التحول الرقمي وأهداف التنمية المستدامة.

الجزور التاريخية للموضوع وأسباب اختياره

ترجع الجزور التاريخية لموضوع الذكاء الاصطناعي إلى منتصف القرن العشرين، عندما بدأت الجهود العلمية الرامية إلى تطوير أنظمة حاسوبية تمتلك القدرة على محاكاة بعض القدرات العقلية البشرية، مثل التفكير المنطقي، والتعلم، والاستنتاج، وحل المشكلات. وقد ظهر مصطلح "الذكاء الاصطناعي" رسميًا خلال مؤتمر دارتموث عام 1956، الذي يُعد نقطة الانطلاق الرئيسية لهذا المجال، حيث طرح الباحثون آنذاك تصورًا لإمكانية تصميم أنظمة حاسوبية قادرة على أداء المهام التي تتطلب عادةً الذكاء البشري. ومنذ ذلك الوقت، مر الذكاء الاصطناعي بعدة مراحل من التطور، تأثر خلالها بالتقدم في علوم الحاسب والرياضيات والإحصاء، إلى أن شهد خلال العقدين الأخيرين طفرة كبيرة بفضل التطور في قدرات الحوسبة، وتوافر البيانات الضخمة، وظهور تقنيات التعلم الآلي والتعلم العميق.

ومع اتساع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي، انتقل من كونه مجالًا بحثيًا متخصصًا إلى تقنية استراتيجية تعتمد عليها المؤسسات في مختلف القطاعات، حيث أصبحت تطبيقاته تشمل الصناعة، والرعاية الصحية، والتعليم، والخدمات المالية، والتجارة الإلكترونية، والخدمات الحكومية، وإدارة الموارد البشرية، وإدارة الخدمات. وقد أسهم هذا التطور في ظهور منصات الذكاء الاصطناعي التي تتيح للمؤسسات إمكانية الاستفادة من التطبيقات الذكية دون الحاجة إلى تطوير حلول برمجية معقدة، الأمر الذي أدى إلى تسريع تبني الذكاء الاصطناعي داخل بيئات الأعمال.

وشهدت السنوات الأخيرة تطورًا غير مسبوق في منصات الذكاء الاصطناعي، خاصة مع ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، التي تمتاز بقدرتها على إنتاج النصوص، وتحليل البيانات، وتلخيص المعلومات، ودعم اتخاذ القرار، وإدارة المعرفة، وإنشاء التقارير، وتقديم التوصيات الذكية. وقد أدى هذا التطور إلى انتقال المؤسسات من الاستخدام المحدود للذكاء الاصطناعي إلى دمجها في العمليات الإدارية اليومية، وأصبح عنصرًا رئيسًا في تحسين الأداء المؤسسي ورفع جودة الخدمات وزيادة كفاءة العمليات التشغيلية.

وفي الوقت نفسه، شهد مفهوم إدارة الخدمات تطورًا ملحوظًا؛ فبعد أن كان يركز على تنفيذ العمليات التشغيلية وفق الأساليب التقليدية، أصبح يعتمد بصورة متزايدة على التقنيات الرقمية والأنظمة الذكية التي تتيح تقديم خدمات أكثر سرعة ودقة ومرونة. وأصبحت إدارة الخدمات الحديثة تركز على استثمار البيانات، وفهم احتياجات العملاء، وتحسين تجربة المستفيد، والقدرة

على الاستجابة الفورية للمتغيرات، وهو ما وفرتة منصات الذكاء الاصطناعي من خلال إمكانياتها في التحليل والتنبؤ والأتمتة والتفاعل الذكي مع العملاء.

وفي المملكة العربية السعودية، اكتسب موضوع الذكاء الاصطناعي أهمية متزايدة في ظل توجه الدولة نحو بناء اقتصاد رقمي قائم على الابتكار، وذلك من خلال رؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي جعلت التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي من الممكنات الرئيسية لتحقيق التنمية المستدامة، وتحسين جودة الخدمات، ورفع كفاءة الأداء في القطاعين العام والخاص. وقد انعكس ذلك في إطلاق العديد من المبادرات والاستراتيجيات الوطنية التي تشجع المؤسسات على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها في تطوير الخدمات وتعزيز التنافسية.

وجاء اختيار موضوع "تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات: دراسة تطبيقية على شركة كونسير في المملكة العربية السعودية" استجابةً للتطورات المتسارعة التي يشهدها مجال الذكاء الاصطناعي، ولما تمثله منصات من أهميته متزايدة في تطوير الممارسات الإدارية داخل المؤسسات الخدمية. كما أن التوسع في استخدام هذه المنصات يفرض الحاجة إلى دراسة آثارها على إدارة الخدمات، وقياس مدى إسهامها في تحسين جودة الخدمات، ورفع كفاءة الأداء، وتعزيز سرعة اتخاذ القرار، وتحسين تجربة العملاء.

ويرجع اختيار هذا الموضوع أيضاً إلى الأهمية المتزايدة لقطاع الخدمات في الاقتصاد السعودي، والدور الذي تؤديه المؤسسات الخدمية في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إضافة إلى محدودية الدراسات العربية -وفق ما اطلع عليه الباحث- التي تناولت بصورة مباشرة تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات داخل الشركات السعودية، الأمر الذي يشير إلى وجود فجوة بحثية تستحق الدراسة والتحليل.

كما يتميز هذا الموضوع بأهميته العلمية والعملية؛ فمن الناحية العلمية، يسهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإدارة، ويضيف معرفة حديثة حول العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات. أما من الناحية العملية، فمن المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في مساعدة متخذي القرار في المؤسسات الخدمية على تبني ممارسات أكثر كفاءة في توظيف منصات الذكاء الاصطناعي، بما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات، وكفاءة العمليات، ورضا العملاء، وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة أعمال تتسم بالتغير المستمر.

1.2 مشكلة البحث:

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأصبحت منصاته من أهم الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسات في تطوير عملياتها الإدارية وتحسين جودة الخدمات وتعزيز كفاءة الأداء. وقد ساهمت هذه المنصات في توفير حلول ذكية تعتمد على تحليل البيانات، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين التواصل مع العملاء، مما جعلها محورًا رئيسيًا في استراتيجيات التحول الرقمي للمؤسسات الخدمية. وعلى الرغم من هذا التوسع، فإن درجة الاستفادة الفعلية من منصات الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات تختلف من مؤسسة إلى أخرى تبعًا لمستوى التبني التقني، وجاهزية البنية التحتية، وكفاءة الموارد البشرية، والدعم الإداري.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد قطاع الخدمات تحولًا رقميًا متسارعًا في ظل مستهدفات رؤية المملكة 2030، التي تؤكد أهمية توظيف التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة الأداء المؤسسي وتحسين جودة الخدمات. ورغم هذا التوجه، لا تزال العديد من المؤسسات تواجه تحديات تتعلق بآليات توظيف منصات الذكاء الاصطناعي بالشكل الذي يحقق أثرًا ملموسًا في إدارة الخدمات، الأمر الذي يستدعي إجراء المزيد من الدراسات التطبيقية لقياس أثر هذه المنصات على مختلف جوانب الإدارة الخدمية.

وتتبع مشكلة البحث من الحاجة إلى التعرف على مدى تأثير استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات داخل شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية، والكشف عن طبيعة العلاقة بين مستوى استخدام هذه المنصات وتحسين كفاءة إدارة الخدمات، وسرعة إنجاز العمليات، وجودة الخدمات المقدمة، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين تجربة العملاء. كما يسعى البحث إلى تحديد مدى إسهام منصات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسات الإدارية داخل الشركة، بما يسهم في تحقيق أهدافها التشغيلية والاستراتيجية.

وبناءً على ما سبق، يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:
ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية؟

1.2.1 الفجوات العلمية

من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، يلاحظ وجود عدد من الفجوات العلمية التي تستدعي إجراء هذه الدراسة، ومن أبرزها:

- ركزت معظم الدراسات السابقة على أثر الذكاء الاصطناعي بصورة عامة، بينما لم تحظ منصات الذكاء الاصطناعي بوصفها متغيراً مستقلاً باهتمام كافٍ، خاصة في الدراسات التطبيقية.
- تناولت العديد من الدراسات الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل التسويق، والتعليم، والرعاية الصحية، والخدمات المالية، في حين لا تزال الدراسات التي تربط بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات محدودة.
- تركز أغلب الدراسات المنشورة على البيئات الأجنبية، مع محدودية الدراسات التي تناولت المؤسسات السعودية، مما يشير إلى الحاجة إلى أدلة علمية مستمدة من البيئة المحلية.
- لا يزال هناك نقص في الدراسات التي تقيس تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات باستخدام نماذج تطبيقية داخل الشركات الخدمية في المملكة العربية السعودية.
- تختلف نتائج الدراسات السابقة حول حجم تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإداري وجودة الخدمات، الأمر الذي يستدعي إجراء دراسات إضافية للتحقق من هذه العلاقة في قطاعات وسياقات تنظيمية مختلفة.

1.2.2 الفجوات العملية

إلى جانب الفجوات العلمية، توجد مجموعة من الفجوات العملية التي تعزز أهمية هذه الدراسة، ومن أبرزها:

- التوسع المتزايد في استخدام منصات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات يقابله محدودية في الدراسات التي توضح أفضل الممارسات لتوظيف هذه المنصات في إدارة الخدمات.

- حاجة المؤسسات الخدمية إلى أدلة عملية تساعد متخذي القرار على تقييم أثر الاستثمار في منصات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات ورفع كفاءة الأداء.
- محدودية المؤشرات التطبيقية التي توضح مدى مساهمة منصات الذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة تقديم الخدمات، ودقة العمليات، ورفع مستوى رضا العملاء داخل الشركات السعودية.
- الحاجة إلى تقديم نتائج وتوصيات عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات التحول الرقمي، وتعزيز الاستفادة من منصات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الخدمية.
- حاجة شركة كونسير إلى الوقوف على واقع استخدام منصات الذكاء الاصطناعي، وتحديد جوانب القوة وفرص التحسين بما يساهم في رفع كفاءة إدارة الخدمات وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

ومن ثم، تأتي هذه الدراسة لسد جانب من هذه الفجوات العلمية والعملية، من خلال تقديم دراسة تطبيقية تساهم في توضيح طبيعة تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في إحدى الشركات السعودية، بما يدعم الأدبيات العلمية ويوفر نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات الإدارية داخل المؤسسات الخدمية.

1.3 أهمية البحث:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة التي اكتسبتها منصات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال المعاصرة، وما أحدثته من تغيرات جوهرية في أساليب إدارة المؤسسات وتقديم الخدمات. فقد أصبحت هذه المنصات من أبرز التقنيات الداعمة للتحول الرقمي، وأسهمت في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية، وتعزيز جودة الخدمات، ودعم اتخاذ القرارات الإدارية المبنية على البيانات، الأمر الذي جعلها محوراً رئيساً في استراتيجيات التطوير المؤسسي. كما تتزامن هذه الدراسة مع توجه المملكة العربية السعودية نحو توسيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، انسجاماً مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 الرامية إلى بناء اقتصاد رقمي قائم على المعرفة والابتكار، وتعزيز كفاءة الأداء في القطاعين العام والخاص.

1.3.1 الأهمية العلمية

تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة في مساهمتها في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بمنصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، من خلال دراسة العلاقة بين هذين المتغيرين في بيئة تنظيمية سعودية، وهو مجال لا يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسات التطبيقية. كما تسهم الدراسة في توسيع المعرفة العلمية حول دور منصات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسات الإدارية وتحسين جودة الخدمات، وتقديم إطار علمي يمكن أن يشكل مرجعاً للباحثين في مجالات الإدارة، ونظم المعلومات الإدارية، والتحول الرقمي، وإدارة الخدمات.

وتتبع أهميتها أيضاً من تناولها أحد الموضوعات الحديثة التي تشهد اهتماماً متزايداً في الأدبيات الإدارية، والمتمثل في تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ومنصاته داخل المؤسسات الخدمية، بما يساعد على سد جانب من الفجوة البحثية المرتبطة بدراسة أثر هذه المنصات على إدارة الخدمات في المملكة العربية السعودية. كما يمكن أن تمثل نتائج الدراسة أساساً تنطلق منه دراسات مستقبلية تتناول متغيرات أخرى مرتبطة بالذكاء الاصطناعي، مثل جودة القرارات، والابتكار التنظيمي، وتجربة العملاء، والتميز المؤسسي.

1.3.2 الأهمية العملية

تتمثل الأهمية العملية للدراسة في تقديم نتائج وتوصيات يمكن أن تسهم في دعم متخذي القرار في المؤسسات الخدمية عند التخطيط لتبني منصات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في إدارة الخدمات. كما تساعد الدراسة في توضيح مدى إسهام هذه المنصات في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية، ورفع جودة الخدمات، وتسريع إنجاز الإجراءات، وتعزيز دقة القرارات الإدارية، بما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية.

ومن المتوقع أن توفر نتائج الدراسة مؤشرات عملية يمكن أن تستفيد منها شركة كونسير في تقييم واقع استخدام منصات الذكاء الاصطناعي، وتحديد مجالات التطوير والتحسين، بما يدعم جهودها في تعزيز كفاءة إدارة الخدمات وتحقيق أهدافها التشغيلية والاستراتيجية. كما يمكن أن تستفيد من نتائج الدراسة الشركات الخدمية الأخرى في المملكة العربية السعودية من خلال التعرف على أفضل الممارسات المتعلقة بتوظيف منصات الذكاء الاصطناعي في إدارة

الخدمات، بما يساهم في دعم برامج التحول الرقمي وتحقيق التنمية المستدامة،
ويعزز توافقها مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

1.4 أسئلة البحث:

السؤال الرئيسي:

ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية
السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

- ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على كفاءة العمليات الخدمية في شركة كونسير
بالمملكة العربية السعودية؟
- ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على جودة تقديم الخدمات في شركة كونسير
بالمملكة العربية السعودية؟
- ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على سرعة الاستجابة للخدمات في شركة
كونسير بالمملكة العربية السعودية؟
- ما تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على التحسين المستمر للخدمات في شركة
كونسير بالمملكة العربية السعودية؟

1.5 أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

التعرف على تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في شركة كونسير
بالمملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية:

- التعرف على تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على كفاءة العمليات الخدمية في
شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.
- قياس تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على جودة تقديم الخدمات في شركة
كونسير بالمملكة العربية السعودية.

- تحديد تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على سرعة الاستجابة للخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.
- التعرف على تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على التحسين المستمر للخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.

1.6 فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية:

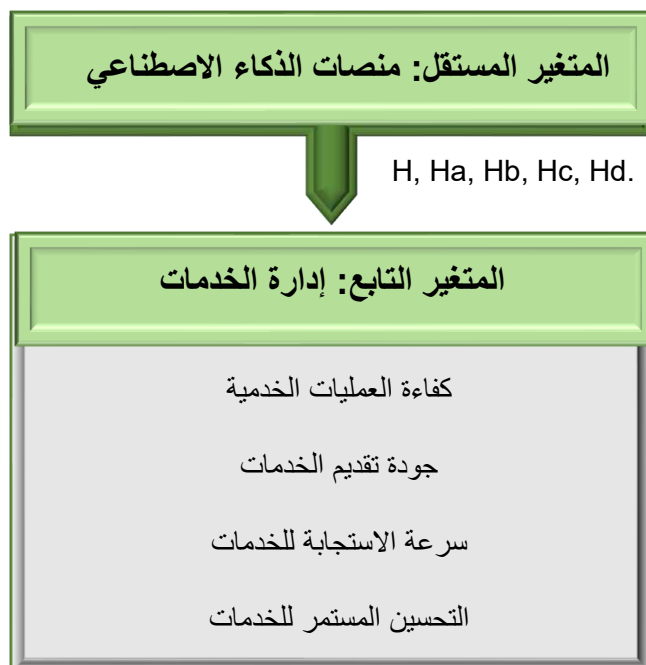
- H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية:

- H_{1a} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وكفاءة العمليات الخدمية في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.
- H_{1b} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وجودة تقديم الخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.
- H_{1c} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وسرعة الاستجابة للخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.
- H_{1d} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي والتحسين المستمر للخدمات في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية.

1.7 نموذج البحث:

يوضح الشكل التالي بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي:



الشكل 1: النموذج المقدم للمشروع المصدر له الطالب.

1.8 الدراسة الميدانية:

تعد شركة كونسير (Concir) إحدى الشركات السعودية المتخصصة في تقديم الحلول الاستشارية والتقنية، حيث تعمل على دمج الاستشارات الإدارية مع التحول الرقمي والتقنيات الحديثة، بما في ذلك تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بهدف تحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات المقدمة للعملاء. وتسعى الشركة إلى تمكين المؤسسات من تحقيق التحول الرقمي من خلال تقديم حلول مبتكرة تدعم اتخاذ القرار، ورفع الكفاءة التشغيلية، وتعزيز القدرة التنافسية.

يقع المقر الرئيس للشركة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتقدم خدماتها لمختلف القطاعات الحكومية والخاصة، وتشمل خدماتها التطوير المؤسسي، وإعادة الهيكلة، والتحول الرقمي، والاستشارات التقنية، والاستثمار في التقنيات الحديثة، إضافة إلى تصميم المبادرات الاستراتيجية الوطنية. كما تركز الشركة على توظيف التقنيات الذكية في تحسين العمليات الإدارية وإدارة الخدمات بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة 2030.

واعتمدت هذه الدراسة على شركة كونسير كـ مجال للتطبيق؛ لكونها من الشركات التي تتبنى التقنيات الرقمية الحديثة، وتسعى إلى توظيف منصات الذكاء الاصطناعي في أعمالها، مما يجعلها بيئة مناسبة لدراسة أثر هذه المنصات على إدارة الخدمات، وقياس مدى مساهمتها في تحسين جودة الخدمات، وسرعة إنجاز العمليات، ودعم اتخاذ القرار، ورفع مستوى رضا المستفيدين.

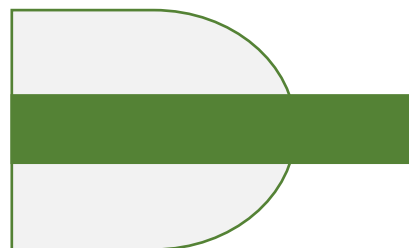
حيث يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية، ممن تتطلب طبيعة أعمالهم التعامل مع الأنظمة الرقمية أو منصات الذكاء الاصطناعي أو الاستفادة منها في تنفيذ المهام اليومية وإدارة الخدمات. وتم اختيار العاملين باعتبارهم الأكثر قدرة على تقييم واقع استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وأثرها في تحسين إدارة الخدمات داخل الشركة.

مخطط المشروع:



الشكل 2: المخطط المقدم للمشروع المصدر له الطالب.

الفصل الثاني: الإطار النظري



هذا الفصل يحتوي على الدراسات السابقة للمتغيرات الخاصة في هذا البحث منصات الذكاء الاصطناعي وتأثيره على إدارة الخدمات وعلاقتها ببعضها البعض.

1.2 مقدمة:

يمثل الإطار النظري والدراسات السابقة الركيزة العلمية التي تستند إليها البحوث الأكاديمية، إذ يساهمان في بناء الأساس المفاهيمي لمتغيرات الدراسة، وتوضيح العلاقات النظرية بينها، وتحديد الاتجاهات البحثية التي تناولتها الأدبيات العلمية، مما يساعد في تفسير الظاهرة محل الدراسة وصياغة الفرضيات وبناء النموذج المفاهيمي للدراسة. كما يتيح هذا الفصل للباحث الإحاطة بالمفاهيم والنظريات المرتبطة بموضوع الدراسة، وتحليل نتائج الدراسات السابقة، واستخلاص أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها (Johnston et al., Grönroos, 2015)، (2021).

ويُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التقنيات التي أحدثت تحولاً جذرياً في بيئة الأعمال المعاصرة، حيث أسهم في إعادة تشكيل أساليب الإدارة، وتطوير العمليات التشغيلية، وتعزيز القدرة على تحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات، وتحسين جودة الخدمات. وقد أدى التطور السريع في تقنيات التعلم الآلي، والتعلم العميق، والذكاء الاصطناعي التوليدي إلى ظهور منصات متخصصة تُمكن المؤسسات من توظيف هذه التقنيات في مختلف الأنشطة الإدارية والخدمية، الأمر الذي جعل منصات الذكاء الاصطناعي إحدى الركائز الأساسية للتحول الرقمي وتحقيق الميزة التنافسية (Russell & Norvig, 2021)، (Dwivedi et al., 2023).

وفي المقابل، تُعد إدارة الخدمات من المجالات الإدارية التي شهدت تطوراً ملحوظاً خلال العقود الأخيرة، نتيجة ازدياد المنافسة بين المؤسسات الخدمية، وارتفاع توقعات العملاء، والتوسع في استخدام التقنيات الرقمية. ولم يعد نجاح المؤسسات يعتمد على تقديم الخدمة فحسب، وإنما أصبح يرتبط بقدرتها على إدارة العمليات الخدمية بكفاءة، وتحسين جودة الخدمات، والاستجابة السريعة لاحتياجات المستفيدين، وتبني ثقافة التحسين المستمر، بما يحقق رضا العملاء ويعزز الأداء المؤسسي (Lovelock & Wirtz, 2022)، (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).

ومع تزايد الاعتماد على التقنيات الذكية، اتجهت العديد من المؤسسات إلى دمج منصات الذكاء الاصطناعي في عملياتها الخدمية بهدف تحسين كفاءة الأداء، وأتمتة الإجراءات، وتحليل البيانات التشغيلية، ودعم القرارات الإدارية، وتطوير تجربة العملاء. وقد أشارت الأدبيات الحديثة إلى أن توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات يساهم في تحسين جودة العمليات، وزيادة سرعة الاستجابة، وتعزيز الابتكار في تقديم الخدمات، ورفع كفاءة استثمار الموارد، مما يعكس أهمية دراسة

العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات في المؤسسات الخدمية (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

وتأتي هذه الدراسة في ظل الاهتمام المتزايد الذي توليه المملكة العربية السعودية بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي، انطلاقاً من مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي أكدت أهمية تبني التقنيات الحديثة لتعزيز كفاءة الأداء المؤسسي، وتحسين جودة الخدمات، وبناء اقتصاد معرفي قائم على الابتكار. وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى دراسة أثر منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات داخل الشركات السعودية، بما يسهم في توفير أدلة علمية تدعم متخذي القرار وتعزيز الاستفادة من التقنيات الذكية في تطوير الأداء المؤسسي (مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، 2016؛ الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2020).

وانطلاقاً من ذلك، يتناول هذا الفصل الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، حيث يستعرض أولاً مفهوم منصات الذكاء الاصطناعي، وخصائصها، وأهميتها، وأبرز تطبيقاتها في المؤسسات، ثم يناقش مفهوم إدارة الخدمات وأبعادها المتمثلة في كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة للخدمات، والتحسين المستمر للخدمات. كما يستعرض الفصل أبرز الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة، ويحلل نتائجها، ويقارن بينها، وصولاً إلى تحديد الفجوة البحثية التي تستند إليها الدراسة الحالية.

2.2 منصات الذكاء الاصطناعي:

حظيت منصات الذكاء الاصطناعي خلال السنوات الأخيرة باهتمام متزايد في الأدبيات العلمية، وذلك نتيجة التطورات المتسارعة التي شهدها مجال الذكاء الاصطناعي، واتساع نطاق تطبيقاته في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية. فقد ركزت الدراسات الحديثة على استكشاف الدور الذي تؤديه هذه المنصات في دعم التحول الرقمي، وتحسين كفاءة العمليات الإدارية، وتعزيز جودة القرارات، وتطوير الخدمات، ورفع مستوى الإنتاجية والابتكار داخل المؤسسات. كما تناولت هذه الدراسات أثر منصات الذكاء الاصطناعي في تمكين المؤسسات من الاستفادة من البيانات الضخمة، وأتمتة العمليات، وتحسين تجربة المستخدمين، بما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية وتعزيز الأداء المؤسسي (Dwivedi et al., 2021؛ Russell & Norvig, 2023).

وتشير الأدبيات إلى أن الاهتمام البحثي بمنصات الذكاء الاصطناعي شهد نمواً ملحوظاً، خاصة بعد ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، التي أسهمت في توسيع مجالات استخدام هذه المنصات داخل المؤسسات، وأصبحت محوراً رئيساً في العديد من الدراسات التي تناولت علاقتها بالكفاءة التشغيلية، واتخاذ القرار، والابتكار، وإدارة المعرفة، وجودة الخدمات. كما أكدت هذه الدراسات أن توظيف منصات الذكاء الاصطناعي لا يقتصر على الجانب التقني، وإنما يمتد ليشمل الجوانب الإدارية

والتنظيمية والاستراتيجية، الأمر الذي جعلها أحد أهم الموضوعات البحثية في مجال الإدارة وتقنية المعلومات خلال السنوات الأخيرة (Kaplan & Haenlein, 2019؛ Wamba et al., 2021). وانطلاقاً من ذلك، تستعرض الدراسة الحالية أبرز الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت منصات الذكاء الاصطناعي أو تطبيقاتها في المؤسسات، مع التركيز على أهدافها، ومنهجياتها، وأهم النتائج التي توصلت إليها، وذلك بهدف تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، والاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة الحالية، وصياغة فرضياتها، وتحديد الفجوة البحثية التي تسعى إلى معالجتها.

1.2.2 تعريفات منصات الذكاء الاصطناعي:

نظراً لحدثة مفهوم منصات الذكاء الاصطناعي، فقد تناولته الأدبيات من زوايا مختلفة، حيث ركزت بعض الدراسات على مفهوم الذكاء الاصطناعي بوصفه الأساس الذي تقوم عليه هذه المنصات، بينما ركزت دراسات أخرى على المنصات باعتبارها بيانات رقمية توفر أدوات وخدمات ذكية تدعم المؤسسات في أداء أعمالها. وفيما يلي أبرز التعريفات:

عرّف Norvig و Russell (2021) الذكاء الاصطناعي بأنه فرع من علوم الحاسب يهتم بتطوير أنظمة تمتلك القدرة على محاكاة الذكاء البشري من خلال التعلم، والاستدلال، واتخاذ القرار، وحل المشكلات، بما يمكنها من أداء مهام كانت تتطلب سابقاً تدخلاً بشرياً.

يرى Kaplan و Haenlein (2019) أن الذكاء الاصطناعي يمثل قدرة الأنظمة الحاسوبية على تفسير البيانات الخارجية، والتعلم منها، واستخدام تلك المعارف لتحقيق أهداف محددة عبر التكيف المستمر مع البيانات المختلفة.

أوضح Davenport و Ronanki (2018) أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات تعتمد على تقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، ورؤية الحاسب، بهدف أتمتة العمليات، وتحسين اتخاذ القرار، وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

أشار Makridakis (2017) إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل مجموعة من التقنيات الذكية التي تساعد المؤسسات على التنبؤ بالمشكلات، وتحليل البيانات، وتحسين الأداء، بما يسهم في رفع الإنتاجية وتعزيز القدرة التنافسية.

أوضح Dwivedi وآخرون (2023) أن منصات الذكاء الاصطناعي أصبحت بيانات رقمية متكاملة تتيح للمؤسسات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحليل البيانات، وإنتاج المحتوى، ودعم القرارات، وتحسين العمليات الإدارية والخدمية.

يرى Wamba وآخرون (2021) أن منصات الذكاء الاصطناعي تمثل بنية تقنية متكاملة تجمع بين البيانات والخوارزميات والقدرات الحاسوبية، بما يمكن المؤسسات من تطوير حلول ذكية تدعم الابتكار وتحسن الأداء المؤسسي.

يوضح Huang و Rust (2021) أن تقنيات ومنصات الذكاء الاصطناعي أصبحت عنصرًا رئيسًا في تطوير الخدمات، من خلال تحسين كفاءة العمليات، وتخصيص الخدمات، وتحسين تجربة العملاء، ودعم اتخاذ القرارات الإدارية.

يرى Verma وآخرون (2021) أن منصات الذكاء الاصطناعي توفر للمؤسسات إمكانيات متقدمة في معالجة البيانات الضخمة، والتنبؤ، والتوصية، والأتمتة، مما يسهم في تطوير الأداء وتحقيق قيمة مضافة للمؤسسات.

تؤكد الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدابا، 2020) أن الذكاء الاصطناعي يعد أحد الممكّنات الرئيسة للتحوّل الرقمي، ويعتمد على استثمار البيانات والتقنيات الذكية لتطوير الخدمات، ورفع كفاءة الأداء، وتعزيز الابتكار في مختلف القطاعات.

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن منصات الذكاء الاصطناعي يمكن النظر إليها بوصفها أنظمة رقمية متكاملة توفر مجموعة من الأدوات والخدمات الذكية التي تمكّن المؤسسات من تطوير العمليات، وتحسين إدارة المعرفة، ودعم اتخاذ القرار، وتعزيز جودة الخدمات من خلال الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وتحليل البيانات (Dwivedi et al., 2023؛ Wamba et al., 2021).

التعريف الإجرائي

يعرف الباحثان منصات الذكاء الاصطناعي إجرائيًا بأنها: مجموعة من المنصات والتطبيقات الرقمية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتحليل البيانات، بهدف دعم العمليات الإدارية، وتحسين اتخاذ القرار، وتعزيز كفاءة إدارة الخدمات داخل شركة كونسير بالملكة العربية السعودية، ويُقاس هذا المتغير من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المعدة لهذا الغرض.

2.2.2 نظريات منصات الذكاء الاصطناعي:

- **نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovation Theory):** قدمها Rogers (2003)، وتُعد من أكثر النظريات استخدامًا في تفسير تبني التقنيات الحديثة داخل المؤسسات. وترى النظرية أن انتشار أي تقنية جديدة يعتمد على إدراك الأفراد والمنظمات لخصائصها، مثل الميزة النسبية، وسهولة الاستخدام، وإمكانية التجربة، والتوافق مع بيئة

العمل. وتستخدم هذه النظرية على نطاق واسع لتفسير تبني منصات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات.

- **نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model - TAM):**

طوره Davis (1989)، ويعد من أشهر النماذج في مجال نظم المعلومات. ويفترض أن استخدام الأفراد للتقنيات الحديثة يعتمد بصورة أساسية على عاملين هما: الإدراك بسهولة الاستخدام والإدراك للفائدة المتوقعة. ويستخدم هذا النموذج بكثرة في الدراسات التي تتناول استخدام تطبيقات ومنصات الذكاء الاصطناعي.

- **النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT):** قدمها Venkatesh et al.

(2003)، وتفسر سلوك الأفراد تجاه تبني التكنولوجيا من خلال أربعة عوامل رئيسية هي: توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة. وتعد من أكثر النماذج استخدامًا في أبحاث التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي.

- **نظرية الموارد والقدرات (Resource-Based View - RBV):** قدمها Barney

(1991)، وترى أن الموارد الفريدة التي تمتلكها المؤسسة تمثل مصدرًا للميزة التنافسية المستدامة. وتعد منصات الذكاء الاصطناعي من الموارد الإستراتيجية التي تساعد المؤسسات على تحسين الأداء ورفع كفاءة الخدمات.

- **نظرية القدرات الديناميكية (Dynamic Capabilities Theory):** طورها

Teece, Pisano, & Shuen (1997)، وتركز على قدرة المؤسسة على إعادة تشكيل مواردها وتطويرها لمواكبة التغيرات البيئية. وتساعد هذه النظرية في تفسير كيفية توظيف منصات الذكاء الاصطناعي لتعزيز الابتكار وتحسين الأداء الخدمي.

- **نظرية معالجة المعلومات التنظيمية (Organizational Information Processing Theory):** قدمها Galbraith (1973)، وتفترض أن نجاح

المؤسسة يعتمد على قدرتها على جمع المعلومات وتحليلها واستخدامها في اتخاذ القرارات. وتعد هذه النظرية مناسبة لتفسير دور منصات الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرار وتحسين إدارة العمليات والخدمات.

2.2.3 أبعاد منصات الذكاء الاصطناعي:

- **كفاءة معالجة البيانات وتحليلها (Data Processing and Analytics):** يشير

هذا البعد إلى قدرة منصات الذكاء الاصطناعي على جمع البيانات، وتحليلها، واستخراج المعلومات والأنماط التي تساعد المؤسسة على تحسين الأداء ودعم القرارات الإدارية، بما يسهم في رفع كفاءة العمل وتحقيق الأهداف المؤسسية (Russell & Norvig, 2021؛ Davenport & Ronanki, 2018).

- **أتمتة العمليات (Process Automation):** يقصد بهذا البعد قدرة منصات الذكاء الاصطناعي على تنفيذ العمليات والإجراءات التشغيلية بصورة آلية، وتقليل التدخل البشري في الأعمال الروتينية، بما يساهم في زيادة الإنتاجية، وتقليل الأخطاء، وتحسين كفاءة الأداء التشغيلي (Davenport & Ronanki, 2018؛ Makridakis, 2017).
- **دعم اتخاذ القرار (Decision Support):** يشير هذا البعد إلى قدرة منصات الذكاء الاصطناعي على توفير تحليلات وتوقعات دقيقة تساعد المديرين والعاملين على اتخاذ قرارات أكثر كفاءة وفاعلية اعتمادًا على البيانات والمعلومات المتاحة (Russell & Dwivedi et al., 2023؛ Norvig, 2021).
- **تحسين التواصل والتفاعل (Communication and Interaction Enhancement):** يقصد بهذا البعد قدرة منصات الذكاء الاصطناعي على تحسين التواصل بين العاملين والعملاء، وتسهيل تبادل المعلومات، وتسريع الاستجابة للاستفسارات، بما يساهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز تجربة المستخدمين (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

2.2.4 أهمية منصات الذكاء الاصطناعي:

تكتسب منصات الذكاء الاصطناعي أهمية متزايدة في بيئة الأعمال المعاصرة، نظرًا لما توفره من إمكانيات متقدمة في تحليل البيانات، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين الأداء المؤسسي. وقد أصبحت هذه المنصات إحدى الركائز الأساسية للتحويل الرقمي، حيث تساعد المؤسسات على توظيف البيانات بكفاءة، وتطوير أساليب العمل، والاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة الأعمال، بما يساهم في تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية (Russell & Norvig, 2021؛ Dwivedi et al., 2023).

وتبرز أهمية منصات الذكاء الاصطناعي في قدرتها على تحويل كميات كبيرة من البيانات إلى معلومات ومعارف قابلة للاستفادة، الأمر الذي يدعم متخذي القرار في اختيار البدائل المناسبة وتقليل درجة عدم التأكد عند اتخاذ القرارات الإدارية. كما تساهم هذه المنصات في تحسين دقة التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، واكتشاف الأنماط الخفية في البيانات، بما يساعد المؤسسات على رفع كفاءة الأداء وتحسين جودة الخدمات (Davenport & Ronanki, 2018؛ Makridakis, 2017).

وتؤدي منصات الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في أتمتة العمليات التشغيلية من خلال تنفيذ المهام المتكررة بسرعة ودقة، مما يقلل من الأخطاء البشرية، ويخفض التكاليف التشغيلية، ويمنح العاملين فرصة للتركيز على الأنشطة ذات القيمة المضافة. كما تساهم في تحسين سرعة

إنجاز الأعمال، ورفع مستوى الإنتاجية، وتعزيز كفاءة استخدام الموارد داخل المؤسسة (Wamba et al., 2021؛ Davenport & Ronanki, 2018).

وفي مجال إدارة الخدمات، تساعد منصات الذكاء الاصطناعي المؤسسات على تحسين جودة الخدمات المقدمة، وتسريع الاستجابة لاحتياجات العملاء، وتقديم خدمات أكثر دقة ومواءمة لتوقعاتهم، من خلال الاعتماد على التحليلات الذكية، والمساعدات الرقمية، وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية، مما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء والأداء المؤسسي (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

كما تسهم منصات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الابتكار المؤسسي من خلال توفير بيئة تقنية تدعم تطوير الخدمات والعمليات، وتمكن المؤسسات من تصميم حلول جديدة، وتحسين تجربة المستفيدين، والتكيف مع المتغيرات التقنية والتنظيمية بصورة أكثر فاعلية. ويعد ذلك أحد العوامل الرئيسية التي تساعد المؤسسات على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة (Kaplan & Haenlein, 2019؛ Dwivedi et al., 2023).

وعلى المستوى الوطني، أولت المملكة العربية السعودية اهتماماً كبيراً بالذكاء الاصطناعي بوصفه أحد الممكنات الرئيسية للتحول الرقمي، حيث أكدت الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي ورؤية المملكة 2030 أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات، وتحسين كفاءة الأداء الحكومي والخاص، وتعزيز الاقتصاد الرقمي القائم على الابتكار والمعرفة، مما يعكس أهمية دراسة أثر منصات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات السعودية، ومنها شركة كونسير محل الدراسة (مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، 2016؛ الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2020).

2.2.5 تطور الذكاء الاصطناعي ومنصاته:

شهدت منصات الذكاء الاصطناعي تطوراً متسارعاً خلال العقود الأخيرة نتيجة التطور المستمر في تقنيات الحوسبة، وتزايد القدرة على معالجة البيانات، والتقدم في خوارزميات التعلم الآلي والتعلم العميق. وقد أسهم هذا التطور في انتقال الذكاء الاصطناعي من كونه مجاًلاً بحثياً يقتصر على المختبرات والجامعات إلى كونه تقنية أساسية تعتمد عليها المؤسسات في إدارة أعمالها وتطوير خدماتها وتحسين عملياتها التشغيلية (Russell & Norvig, 2021).

تعود البدايات الأولى للذكاء الاصطناعي إلى منتصف خمسينيات القرن العشرين، عندما ظهر المصطلح لأول مرة خلال مؤتمر دارتموث عام 1956، الذي عُدَّ نقطة الانطلاق الرسمية لهذا المجال العلمي. وخلال تلك المرحلة انصب الاهتمام على تطوير برامج قادرة على محاكاة التفكير البشري في حل المشكلات والاستدلال المنطقي، إلا أن محدودية الإمكانيات التقنية

والقدرات الحاسوبية آنذاك حالت دون تحقيق تطبيقات عملية واسعة النطاق (Russell & Norvig, 2021).

ومع التطور التقني في ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي، شهد الذكاء الاصطناعي تقدماً ملحوظاً بفضل ظهور النظم الخبيرة، وزيادة كفاءة الحواسيب، وتحسن تقنيات تخزين البيانات ومعالجتها. وأسهم ذلك في توسيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات، خاصة في مجالات دعم القرار، وتحليل البيانات، والتنبؤ، وأتمتة بعض العمليات التشغيلية، مما مهد الطريق لتطوير منصات أكثر تكاملاً ومرونة (Makridakis, 2017).

ومع بداية الألفية الثالثة، أدى الانتشار الواسع للحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، وتقنيات التعلم الآلي، إلى تحول نوعي في تطبيقات الذكاء الاصطناعي. فقد بدأت الشركات التقنية في تطوير منصات متكاملة تتيح للمؤسسات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي دون الحاجة إلى بناء بنية تحتية تقنية معقدة، الأمر الذي أسهم في زيادة الاعتماد على هذه المنصات في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية (Wamba et al., 2021; Davenport & Ronanki, 2018).

وشهدت السنوات الأخيرة طفرة غير مسبوقة مع تطور تقنيات التعلم العميق والذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث أصبحت منصات الذكاء الاصطناعي قادرة على إنتاج النصوص والصور، وتحليل البيانات الضخمة، وتقديم التوصيات الذكية، ودعم اتخاذ القرار، وأتمتة العديد من العمليات الإدارية والخدمية. وقد أدى ظهور المنصات التوليدية إلى توسيع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات، وزيادة الاعتماد عليه في تحسين الإنتاجية، وتطوير الخدمات، والابتكار المؤسسي (Dwivedi et al., 2023; Kaplan & Haenlein, 2019).

وفي المملكة العربية السعودية، شهد مجال الذكاء الاصطناعي اهتماماً متزايداً في إطار جهود التحول الرقمي، حيث أطلقت الحكومة الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، ورفع كفاءة الخدمات، ودعم الابتكار، وتمكين الاقتصاد الرقمي، بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2020؛ مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، 2016).

وبناءً على هذا التطور، أصبحت منصات الذكاء الاصطناعي عنصراً استراتيجياً في المؤسسات الحديثة، إذ لم يعد دورها مقتصرًا على تنفيذ المهام التقنية، وإنما امتد ليشمل دعم

التخطيط، وتحسين العمليات، وتعزيز جودة الخدمات، والمساهمة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وهو ما يفسر الاهتمام المتزايد بدراسة أثرها في المجالات الإدارية والخدمية.

2.3 إدارة الخدمات:

حظيت إدارة الخدمات باهتمام واسع في الأدبيات الإدارية نظرًا لدورها المحوري في تعزيز كفاءة المؤسسات الخدمية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. وقد ركزت الدراسات السابقة على تحليل المفاهيم المرتبطة بإدارة الخدمات، وبيان أهميتها في تحسين العمليات التشغيلية، ورفع جودة الخدمات، وتعزيز سرعة الاستجابة لاحتياجات المستفيدين، إلى جانب دعم جهود التحسين المستمر والابتكار في تقديم الخدمات. كما سعت هذه الدراسات إلى استكشاف العوامل المؤثرة في كفاءة إدارة الخدمات، وتقييم أثرها في الأداء المؤسسي والميزة التنافسية، مما جعل إدارة الخدمات من أكثر الموضوعات بحثًا في مجال الإدارة خلال العقود الأخيرة (Grönroos, 2015؛ Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).

وتشير الأدبيات إلى أن إدارة الخدمات لم تعد تقتصر على تنظيم الأنشطة التشغيلية المرتبطة بتقديم الخدمة، بل أصبحت مفهومًا إداريًا متكاملًا يشمل التخطيط، والتنظيم، والتنسيق، والرقابة، وتطوير العمليات الخدمية، بما يضمن تحقيق الجودة والكفاءة والاستجابة الفاعلة لمتطلبات المستفيدين. وقد أسهم التطور التقني والتحول الرقمي في إعادة تشكيل ممارسات إدارة الخدمات، حيث أصبحت المؤسسات تعتمد على التقنيات الحديثة في تحسين العمليات، ورفع كفاءة الأداء، وتطوير الخدمات بصورة مستمرة، بما يعزز قدرتها على المنافسة في بيئة الأعمال المعاصرة (Lovelock & Wirtz, 2022؛ Johnston et al., 2021).

كما أولت الدراسات الحديثة اهتمامًا متزايدًا بدراسة إدارة الخدمات في ظل التطورات التقنية، ولا سيما تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي، إذ أشارت إلى أن توظيف التقنيات الذكية يساهم في تحسين العمليات الخدمية، وتعزيز جودة تقديم الخدمات، وزيادة سرعة الاستجابة، ودعم التحسين المستمر، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على الأداء المؤسسي ورضا المستفيدين (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

وانطلاقًا من ذلك، تستعرض الدراسة الحالية أبرز الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت إدارة الخدمات، مع التركيز على أهدافها، ومنهجياتها، وأهم النتائج التي توصلت إليها، بهدف الوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، والاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة الحالية، وتحديد الفجوة البحثية التي تسعى إلى معالجتها.

2.3.1 تعريفات إدارة الخدمات:

تناول الباحثون مفهوم إدارة الخدمات من زوايا متعددة، تبعًا لتطور الفكر الإداري والخدمي، وفيما يلي أبرز التعريفات:

يرى Grönroos (2015) أن إدارة الخدمات تمثل فلسفة إدارية تركز على إدارة المؤسسة من منظور العميل، من خلال تصميم العمليات والموارد والعلاقات بما يحقق قيمة مستدامة للعميل ويعزز جودة الخدمات المقدمة.

عرّف Lovelock و Wirtz (2022) إدارة الخدمات بأنها عملية تخطيط وتنظيم وتقديم الخدمات بما يضمن تحقيق قيمة مضافة للعملاء من خلال الاستخدام الفعال للموارد البشرية والتقنية والتنظيمية.

أوضح Fitzsimmons و Fitzsimmons (2022) أن إدارة الخدمات هي عملية متكاملة تشمل تصميم العمليات الخدمية، وإدارة الموارد، وتقديم الخدمة، ومتابعة الأداء بهدف تحقيق الكفاءة التشغيلية ورضا المستفيدين.

يرى Johnston و Clark و Shulver (2021) أن إدارة الخدمات تتمثل في إدارة جميع الأنشطة والعمليات المرتبطة بتصميم الخدمة وتشغيلها وتطويرها بما يحقق التوازن بين احتياجات العملاء وأهداف المؤسسة.

أشار Normann (2001) إلى أن إدارة الخدمات تُعنى بتنسيق الموارد والأنشطة داخل المؤسسة بما يضمن تقديم قيمة حقيقية للمستفيدين من خلال إدارة فعالة للعلاقات والعمليات الخدمية.

يرى Albrecht (1992) أن إدارة الخدمات هي أسلوب إداري يهدف إلى توجيه جميع أنشطة المؤسسة نحو تحقيق رضا العملاء، من خلال تحسين جودة الخدمة وتطوير الأداء المستمر.

أوضح Gummesson (1998) أن إدارة الخدمات تقوم على بناء علاقات طويلة الأجل مع العملاء من خلال تحسين العمليات الخدمية، وتعزيز التعاون بين جميع الأطراف المشاركة في تقديم الخدمة.

يرى Zeithaml و Bitner و Gremler (2018) أن إدارة الخدمات تشمل مجموعة الأنشطة الإدارية التي تهدف إلى تخطيط الخدمات، وتنظيمها، وتقديمها، وتقييمها بما يحقق رضا العملاء ويعزز الأداء المؤسسي.

أشار Edvardsson و Tronvoll (2022) إلى أن إدارة الخدمات أصبحت تركز على مفهوم خلق القيمة المشتركة، حيث تتكامل موارد المؤسسة مع احتياجات العملاء لتقديم خدمات أكثر كفاءة وابتكاراً.

يرى Grönroos (2021) أن إدارة الخدمات تمثل منظوراً إدارياً شاملاً يوجه جميع وظائف المؤسسة نحو خلق القيمة للعميل، وليس مجرد إدارة للعمليات التشغيلية، بل إدارة للعلاقات والخبرات التي تقدمها المؤسسة.

التعليق على التعريفات

يتضح من التعريفات السابقة وجود اتفاق بين الباحثين على أن إدارة الخدمات عملية إدارية متكاملة تهدف إلى تخطيط الخدمات وتنظيمها وتقديمها وتطويرها بما يحقق قيمة للمستفيدين ويرفع كفاءة الأداء المؤسسي. كما تختلف التعريفات في زاوية التركيز؛ فبعضها يركز على العمليات التشغيلية، في حين يركز بعضها الآخر على خلق القيمة، أو إدارة العلاقات مع العملاء، أو التحسين المستمر للخدمات. ويعكس هذا الاختلاف التطور الذي شهده مفهوم إدارة الخدمات من كونه وظيفة تشغيلية إلى كونه فلسفة إدارية شاملة.

التعريف الإجرائي للدراسة

يعرف الباحثان إدارة الخدمات إجرائياً بأنها: مجموعة الأنشطة والعمليات الإدارية التي تمارسها شركة كونسير لتخطيط الخدمات وتنظيمها وتقديمها وتطويرها بما يحقق كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة، والتحسين المستمر للخدمات، ويُقاس هذا المتغير من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المعدة لهذا الغرض.

2.3.2 نظريات إدارة الخدمات:

- **منطق الخدمة المهيمن (Service-Dominant Logic):** قدمها Vargo و Lusch (2004)، وتُعد من أبرز الأطر النظرية في إدارة الخدمات. وترى أن القيمة لا تنتجها المؤسسة بمفردها، بل تُنشأ من خلال التفاعل والتعاون بين المؤسسة والعملاء، وأن الخدمة تمثل الأساس لجميع الأنشطة الاقتصادية، مما يجعل إدارة الخدمات عملية تهدف إلى خلق قيمة مشتركة مع المستفيدين.
- **نظرية إدارة الخدمات والتسويق (Service Management and Marketing Theory):** طورها Grönroos (2015)، وتركز على أن إدارة الخدمات تمثل فلسفة إدارية شاملة تهدف إلى خلق قيمة للعميل من خلال إدارة العمليات، والعلاقات، وجودة الخدمة، بما يحقق رضا العملاء واستدامة الأداء المؤسسي.

- نموذج فجوة جودة الخدمة (SERVQUAL Gap Model): طوره Parasuraman و Zeithaml و Berry (1985، 1988)، ويُعد من أكثر النماذج استخدامًا في تقييم جودة الخدمات. ويفترض أن جودة الخدمة تعتمد على حجم الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للخدمة المقدمة، مما يساعد المؤسسات على تحديد جوانب القصور وتحسين إدارة الخدمات.
- نموذج سلسلة الربح في الخدمات (Service Profit Chain): قدمها Heskett وآخرون (1994)، وتوضح أن جودة الخدمات الداخلية تؤثر في رضا الموظفين، والذي ينعكس على جودة الخدمات المقدمة للعملاء، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وولائهم وتحسين الأداء المالي للمؤسسة.
- نظرية جودة الخدمة المدركة (Perceived Service Quality Theory): قدمها Zeithaml, V. A. (1988)، تركز هذه النظرية على أن تقييم جودة الخدمات يعتمد على إدراك المستفيدين لأداء الخدمة مقارنة بتوقعاتهم السابقة، وأن الإدارة الفعالة للخدمات تتطلب فهم احتياجات العملاء والعمل على تلبيتها بصورة مستمرة.
- نظرية العمليات الخدمية (Service Operations Theory): تناولها Johnston و Clark و Shulver (2021)، وتركز على إدارة العمليات الخدمية من خلال التخطيط، والتصميم، والتنفيذ، والرقابة، بهدف تحقيق الكفاءة التشغيلية، وتحسين جودة الخدمات، وسرعة الاستجابة، والتحسين المستمر.

2.3.3 أبعاد إدارة الخدمات:

- تخطيط الخدمات (Service Planning): يقصد به قدرة المؤسسة على تحديد أهداف الخدمات، وتخطيط الموارد والإجراءات اللازمة لتقديمها بما يحقق احتياجات المستفيدين بكفاءة وفعالية (Grönroos, 2015؛ Johnston et al., 2021).
- كفاءة العمليات الخدمية (Service Operations Efficiency): يقصد به قدرة المؤسسة على تنفيذ العمليات الخدمية باستخدام الموارد المتاحة بكفاءة، وتقليل الوقت والتكاليف والأخطاء بما يضمن تقديم الخدمة بصورة فعالة (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022؛ Johnston et al., 2021).
- جودة تقديم الخدمات (Service Quality): يقصد بها مدى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات تتوافق مع توقعات المستفيدين أو تتجاوزها، من حيث الدقة، والاعتمادية، والسرعة، والاستجابة، بما يحقق رضا المستفيدين (Parasuraman et al., 1988؛ Lovelock & Wirtz, 2022).

- **سرعة الاستجابة للخدمات (Service Responsiveness):** يقصد بها سرعة المؤسسة في التعامل مع طلبات المستفيدين واستفساراتهم وشكاواهم، والاستجابة لها بكفاءة وفي الوقت المناسب (Grönroos, 2015؛ Lovelock & Wirtz, 2022).
- **التحسين المستمر للخدمات (Continuous Service Improvement):** يقصد به التزام المؤسسة بمراجعة الخدمات وتقييمها بصورة دورية، والعمل على تطويرها وتحسينها بما يتلاءم مع احتياجات المستفيدين والتغيرات في بيئة العمل (Johnston et al., 2021؛ Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).
- **رضا المستفيدين عن الخدمات (Customer Satisfaction):** يقصد به مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة، ومدى تلبيتها لتوقعاتهم واحتياجاتهم، ويُعد مؤشرًا رئيسيًا على نجاح إدارة الخدمات وتحقيق أهدافها (Grönroos, 2015؛ Zeithaml et al., 2018).

2.3.4 أهمية إدارة الخدمات:

تُعد إدارة الخدمات من الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات الخدمية، إذ تساهم في تنظيم العمليات الخدمية وتنسيقها بما يضمن تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي احتياجات المستفيدين وتحقق أهداف المؤسسة. كما تساعد الإدارة الفعالة للخدمات على الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية والتقنية، بما ينعكس إيجاباً على كفاءة الأداء وتحقيق الاستدامة المؤسسية (Grönroos, 2015؛ Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).

وتبرز أهمية إدارة الخدمات في قدرتها على تحسين كفاءة العمليات التشغيلية من خلال تخطيط الخدمات، وتنظيم إجراءات تقديمها، وتقليل الوقت المستغرق في تنفيذها، والحد من الأخطاء التشغيلية، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى الإنتاجية وتحسين جودة الأداء داخل المؤسسة (Johnston et al., 2021؛ Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).

كما تساهم إدارة الخدمات في تحسين جودة الخدمات المقدمة من خلال تطوير معايير الأداء، ومتابعة تنفيذها، وضمان الالتزام بها، بما يساعد المؤسسات على تقديم خدمات تتوافق مع احتياجات المستفيدين وتوقعاتهم، ويعزز قدرتها على المنافسة في بيئة الأعمال الحديثة (Parasuraman et al., 1988؛ Lovelock & Wirtz, 2022).

وتتمثل أهمية إدارة الخدمات أيضاً في تعزيز سرعة الاستجابة لاحتياجات المستفيدين، حيث تساعد المؤسسات على تطوير آليات فعالة للتعامل مع الطلبات والاستفسارات والشكاوى، بما يضمن تقديم الخدمات في الوقت المناسب، ويرفع مستوى رضا المستفيدين عن الأداء المؤسسي (Grönroos, 2015؛ Lovelock & Wirtz, 2022).

ومن الجوانب المهمة لإدارة الخدمات دعمها لثقافة التحسين المستمر، إذ تعتمد المؤسسات الناجحة على التقييم الدوري للعمليات والخدمات، وتحليل مؤشرات الأداء، والاستفادة من التغذية الراجعة لتطوير الخدمات وتحسين كفاءتها بصورة مستمرة، بما يسهم في تعزيز الابتكار وتحقيق التميز المؤسسي (Johnston et al., 2021؛ Grönroos, 2015).

وفي ظل التحول الرقمي والتطور التقني، أصبحت إدارة الخدمات أكثر أهمية من أي وقت مضى، حيث تعتمد المؤسسات على التقنيات الحديثة، ومنها تطبيقات الذكاء الاصطناعي، لتحسين العمليات الخدمية، ورفع كفاءة الأداء، وتقديم خدمات أكثر دقة وسرعة ومرونة، مما يعزز قدرتها على الاستجابة للتغيرات في بيئة الأعمال وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

وبناءً على ما سبق، تمثل إدارة الخدمات عنصراً استراتيجياً في نجاح المؤسسات، إذ تجمع بين التخطيط الفعال، وكفاءة العمليات، وجودة الخدمات، وسرعة الاستجابة، والتحسين المستمر، بما يسهم في تحقيق رضا المستفيدين، ورفع الأداء المؤسسي، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات في مختلف القطاعات.

2.3.5 تطور إدارة الخدمات:

شهد مفهوم إدارة الخدمات تطوراً ملحوظاً عبر العقود الماضية، متأثراً بالتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والتحول في احتياجات العملاء، حيث انتقل من التركيز على تقديم الخدمة بوصفها نشاطاً تشغيلياً إلى اعتبارها فلسفة إدارية متكاملة تهدف إلى خلق القيمة للمستفيدين وتحقيق التميز المؤسسي. وقد ارتبط هذا التطور بالنمو المتسارع لقطاع الخدمات، الذي أصبح يمثل أحد أهم القطاعات الاقتصادية في معظم دول العالم، مما دفع الباحثين إلى تطوير مفاهيم ونماذج إدارية متخصصة لإدارة الخدمات وتحسين كفاءتها (Grönroos, 2015؛ Lovelock & Wirtz, 2022).

في بدايات القرن العشرين، انصب اهتمام المؤسسات على إدارة الإنتاج والسلع المادية، ولم تحظ الخدمات باهتمام مستقل في الفكر الإداري، إذ كانت تُعد نشاطاً تابعاً للعمليات الإنتاجية. ومع اتساع الاقتصاد الخدمي خلال ستينيات وسبعينيات القرن الماضي، بدأ الباحثون في التمييز بين إدارة السلع وإدارة الخدمات، نتيجة الخصائص المميزة للخدمات مثل عدم الملموسية، والتلازم بين الإنتاج والاستهلاك، والتباين في تقديم الخدمة، وعدم إمكانية تخزينها، مما استدعى تطوير أساليب إدارية تتلاءم مع طبيعتها (Lovelock & Wirtz, 2022).

وخلال الثمانينيات، شهدت إدارة الخدمات تطوراً نوعياً مع ظهور نماذج علمية ركزت على جودة الخدمة ورضا العملاء، وكان من أبرزها نموذج SERVQUAL الذي قدمه

Parasuraman و Zeithaml و Berry، والذي أوضح أن جودة الخدمة تُقاس من خلال مقارنة توقعات العملاء بإدراكاتهم للخدمة المقدمة، وأسهم هذا النموذج في توجيه المؤسسات نحو تحسين جودة الخدمات باعتبارها عنصرًا أساسيًا لتحقيق الميزة التنافسية (Parasuraman et al., 1988).

وفي التسعينيات، اتسع مفهوم إدارة الخدمات ليشمل إدارة العلاقات مع العملاء، وإعادة تصميم العمليات الخدمية، وتحقيق القيمة المضافة للمستهلكين. كما ظهرت مفاهيم مثل سلسلة الربح في الخدمات (Service Profit Chain)، التي أوضحت العلاقة بين جودة الخدمات الداخلية، ورضا الموظفين، وجودة الخدمات المقدمة، ورضا العملاء، والأداء المؤسسي، مما عزز النظرة الاستراتيجية لإدارة الخدمات (Grönroos, 2015؛ Heskett et al., 1994).

ومع بداية القرن الحادي والعشرين، أدى الانتشار الواسع لتقنيات المعلومات والاتصالات، والحوسبة السحابية، والإنترنت، إلى تحول كبير في إدارة الخدمات، حيث اتجهت المؤسسات إلى رقمنة العمليات الخدمية، وتوظيف الأنظمة الإلكترونية لتحسين الكفاءة التشغيلية، وتسريع تقديم الخدمات، وتعزيز تجربة المستهلكين. كما ركزت الأدبيات الحديثة على دمج التكنولوجيا في تصميم الخدمات وإدارتها بما يحقق المرونة والاستجابة السريعة للتغيرات (Johnston et al., 2021؛ Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2022).

وفي السنوات الأخيرة، دخلت إدارة الخدمات مرحلة جديدة مع ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء، والأنظمة الذكية، حيث أصبحت المؤسسات تعتمد على هذه التقنيات في أتمتة العمليات، وتحليل البيانات، والتنبؤ بالاحتياجات، وتخصيص الخدمات، وتحسين سرعة الاستجابة وجودة الأداء. وقد أدى ذلك إلى إعادة صياغة مفهوم إدارة الخدمات ليصبح أكثر اعتمادًا على الابتكار والتحول الرقمي وخلق القيمة المستدامة للمستهلكين (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

وفي المملكة العربية السعودية، اكتسبت إدارة الخدمات أهمية متزايدة في ظل برامج التحول الرقمي المرتبطة برؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي أكدت على تطوير الخدمات الحكومية والخاصة، وتحسين جودة الأداء، وتبني التقنيات الحديثة، بما في ذلك تطبيقات الذكاء الاصطناعي، لتعزيز كفاءة الخدمات ورفع مستوى رضا المستهلكين. كما دعمت الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي هذا التوجه من خلال تشجيع المؤسسات على الاستثمار في الحلول الرقمية والذكاء لتطوير الخدمات وتحقيق الاستدامة المؤسسية (مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، 2016؛ الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2020).

وبناءً على هذا التطور، أصبحت إدارة الخدمات في الوقت الحاضر تمثل نهجًا إداريًا استراتيجيًا يدمج بين التخطيط الفعال، وإدارة العمليات، وجودة الخدمات، والتحسين المستمر، والاستفادة من التقنيات الرقمية، بما يمكن المؤسسات من تحقيق الكفاءة التشغيلية، وتعزيز رضا المستفيدين، والمحافظة على قدرتها التنافسية في بيئة أعمال تتسم بالتغير المستمر.

2.4 العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات:

شهدت المؤسسات خلال السنوات الأخيرة تحولاً جوهرياً في أساليب إدارة الخدمات نتيجة التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحت منصات الذكاء الاصطناعي من أبرز الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسات لتحسين كفاءة العمليات الخدمية، وتعزيز جودة الخدمات، ودعم اتخاذ القرارات، والاستجابة السريعة لاحتياجات المستفيدين. وقد أدى هذا التحول إلى زيادة اهتمام الباحثين بدراسة العلاقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، في ضوء ما توفره هذه المنصات من إمكانيات متقدمة في تحليل البيانات، وأتمتة العمليات، والتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية، وتحسين تجربة المستفيدين (Russell & Norvig, 2021؛ Dwivedi et al., 2023).

وتشير الأدبيات إلى أن منصات الذكاء الاصطناعي تساهم في تطوير إدارة الخدمات من خلال توفير معلومات دقيقة تدعم متخذي القرار، وأتمتة الإجراءات التشغيلية، وتحسين التنسيق بين الوحدات التنظيمية، والحد من الأخطاء البشرية، مما يؤدي إلى رفع كفاءة الأداء الخدمي وتحسين جودة الخدمات المقدمة. كما تمكن هذه المنصات المؤسسات من تحليل كميات كبيرة من البيانات بصورة آنية، الأمر الذي يساعد في التعرف على احتياجات المستفيدين، والاستجابة لها بسرعة وفاعلية، بما يعزز قدرة المؤسسات على تقديم خدمات أكثر كفاءة ومرونة (Davenport & Ronanki, 2018؛ Wamba et al., 2021).

كما تؤكد الدراسات الحديثة أن دمج منصات الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات لا يقتصر على تحسين العمليات التشغيلية، بل يمتد إلى دعم التحسين المستمر، وتطوير الخدمات، وتعزيز الابتكار المؤسسي، من خلال توظيف تقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، والتحليلات الذكية في تصميم الخدمات وإدارتها. وقد أسهم ذلك في إعادة صياغة مفهوم إدارة الخدمات ليصبح أكثر اعتماداً على البيانات والتقنيات الذكية، بما ينسجم مع متطلبات التحول الرقمي وبيئة الأعمال الحديثة (Huang & Wirtz et al., 2021؛ Rust, 2021).

وانطلاقاً من ذلك، تتناول الدراسة الحالية العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات من خلال تحليل الأطر النظرية والدراسات السابقة التي تناولت تأثير استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة إدارة الخدمات، وذلك بهدف بناء أساس علمي يفسر طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، ويدعم صياغة فرضيات الدراسة وتفسير نتائجها في ضوء الأدبيات العلمية ذات الصلة.

أولاً: العلاقة النظرية بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة وثيقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، حيث تعتمد المؤسسات الحديثة على هذه المنصات في تحسين العمليات الخدمية، ورفع جودة الخدمات، وتعزيز سرعة الاستجابة، ودعم التحسين المستمر. وتوفر منصات الذكاء الاصطناعي إمكانات متقدمة في تحليل البيانات الضخمة، وأتمتة الإجراءات، والتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية، مما يساعد الإدارات على اتخاذ قرارات أكثر دقة وفاعلية (Russell & Norvig, 2021؛ Davenport & Ronanki, 2018).

كما تسهم منصات الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة العمليات الخدمية من خلال تقليل الوقت والجهد المبذولين في تنفيذ الإجراءات، والحد من الأخطاء البشرية، وتحسين استغلال الموارد، وهو ما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات وسرعة تقديمها للمستخدمين (Makridakis, 2017؛ Wamba et al., 2021).

وتؤكد الأدبيات كذلك أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد المؤسسات على تطوير الخدمات بصورة مستمرة من خلال تحليل التغذية الراجعة، والتنبؤ باحتياجات العملاء، واقتراح حلول مبتكرة، الأمر الذي يعزز قدرة المؤسسات على تحقيق التميز المؤسسي والمحافظة على ميزتها التنافسية في ظل بيئة الأعمال الرقمية (Huang & Rust, 2021؛ Wirtz et al., 2021).

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات علاقة إيجابية، إذ يسهم الاستخدام الفعال لهذه المنصات في تحسين مختلف أبعاد إدارة الخدمات، مثل كفاءة العمليات، وجودة الخدمات، وسرعة الاستجابة، والتحسين المستمر.

ثانياً: الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات

يتناول هذا الجزء الدراسات العربية والأجنبية التي بحثت أثر استخدام الذكاء الاصطناعي أو منصاته في تطوير إدارة الخدمات، مع التركيز على أهداف الدراسات، ومنهجها، وعيناتها، وأهم النتائج التي توصلت إليها، بهدف الاستفادة منها في بناء الدراسة الحالية، وإبراز موقعها ضمن الأدبيات العلمية.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من مراجعة الدراسات السابقة وجود اتفاق عام على أن استخدام منصات الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين إدارة الخدمات من خلال رفع كفاءة العمليات، وتعزيز جودة الخدمات، وتسريع الاستجابة، ودعم التحسين المستمر. كما اختلفت الدراسات في القطاعات التي تناولتها، والمناهج المستخدمة، والأبعاد التي ركزت عليها، وهو ما يعكس تنوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئات التنظيمية المختلفة.

رابعاً: الفجوة البحثية

على الرغم من تزايد الدراسات التي تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات، إلا أن معظمها ركز على الأداء المؤسسي، أو جودة الخدمات، أو التحول الرقمي بصورة عامة، بينما لا تزال الدراسات التي تناولت تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات بصورة مباشرة محدودة، خاصة في بيئة الشركات السعودية.

كما تشير مراجعة الأدبيات إلى ندرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وأبعاد إدارة الخدمات المتمثلة في كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة، والتحسين المستمر داخل شركات الخدمات في المملكة العربية السعودية. ويزداد هذا النقص وضوحاً في الدراسات التطبيقية التي تستهدف شركة كونسير، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى إجراء الدراسة الحالية لسد هذه الفجوة العلمية والعملية، والإسهام في إثراء الأدبيات المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات.

2.5 المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند الدراسة الحالية إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تفسر العلاقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، وذلك من خلال الاستفادة من النظريات الإدارية ونظريات تبني التكنولوجيا التي تناولت أثر التقنيات الحديثة في تحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات. وتوفر هذه المنطلقات إطاراً علمياً لفهم كيفية توظيف منصات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الخدمية، وتفسير أثرها في تحسين كفاءة العمليات وجودة الخدمات وسرعة الاستجابة والتحسين المستمر.

وتنطلق الدراسة من نظرية الموارد والقدرات (Resource-Based View - RBV) التي قدمها Barney (1991)، والتي تفترض أن الموارد الإستراتيجية التي تمتلكها المؤسسة تمثل المصدر الرئيس لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة إذا كانت ذات قيمة، ونادرة، ويصعب تقليدها أو استبدالها. وفي ضوء هذه النظرية، يمكن النظر إلى منصات الذكاء الاصطناعي بوصفها مورداً إستراتيجياً يسهم في تحسين إدارة الخدمات من خلال تعزيز كفاءة العمليات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين جودة الخدمات، ورفع الأداء المؤسسي.

كما تستند الدراسة إلى النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT) التي طورها Venkatesh وآخرون (2003)، والتي تفسر تبني الأفراد للتقنيات الحديثة من خلال أربعة متغيرات رئيسية هي: توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة. وتُعد هذه النظرية

مناسبة لتفسير استخدام الموظفين لمنصات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات، إذ إن درجة تقبلهم لهذه المنصات تؤثر في مدى الاستفادة منها وانعكاسها على إدارة الخدمات.

ومن جانب المتغير التابع، تعتمد الدراسة على نظرية إدارة الخدمات والتسويق التي طورها Grönroos (2015)، والتي تنظر إلى إدارة الخدمات باعتبارها فلسفة إدارية شاملة تهدف إلى خلق قيمة للمستفيد من خلال إدارة العمليات، والعلاقات، والموارد، والتحسين المستمر. وتؤكد هذه النظرية أن الإدارة الفعالة للخدمات تعتمد على التكامل بين الموارد البشرية والتقنية والتنظيمية لتقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي احتياجات المستفيدين.

كما تسترشد الدراسة بمبادئ منطق الخدمة المهيمن (Service-Dominant Logic) الذي قدمه Vargo و Lusch (2004)، والذي يرى أن القيمة تُخلق من خلال التفاعل بين المؤسسة والمستفيد، وأن التقنيات الحديثة، ومنها منصات الذكاء الاصطناعي، تمثل أدوات تمكّن المؤسسات من تعزيز هذا التفاعل وتحسين تصميم الخدمات وتقديمها وتطويرها بصورة مستمرة.

وبناءً على هذه المنطلقات النظرية، تفترض الدراسة أن استخدام منصات الذكاء الاصطناعي يمثل مورداً إستراتيجياً وأداة تقنية داعمة تسهم في تطوير إدارة الخدمات من خلال تحسين كفاءة العمليات الخدمية، ورفع جودة الخدمات، وتعزيز سرعة الاستجابة، ودعم التحسين المستمر، وهو ما يشكل الأساس النظري الذي بُني عليه النموذج المفاهيمي للدراسة وصياغة فرضياتها.

2.6 الخاتمة:

تناول هذا الفصل الإطار النظري والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، من خلال استعراض الأدبيات العلمية التي تناولت متغيري الدراسة، وهما استخدام منصات الذكاء الاصطناعي بوصفه المتغير المستقل، وإدارة الخدمات بوصفها المتغير التابع، بالإضافة إلى توضيح العلاقة النظرية بينهما. وقد أظهرت مراجعة الأدبيات أن منصات الذكاء الاصطناعي أصبحت من أهم التقنيات الداعمة للتحويل الرقمي، لما توفره من إمكانيات في تحليل البيانات، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين التواصل، الأمر الذي يسهم في رفع كفاءة الأداء المؤسسي وتعزيز جودة الخدمات (Russell & Dwivedi et al., 2023؛ Norvig, 2021).

كما أوضحت الأدبيات أن إدارة الخدمات تمثل أحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي تركز على تخطيط الخدمات، وتنظيم العمليات الخدمية، وتحسين جودة الخدمات، ورفع كفاءة الأداء، والاستجابة

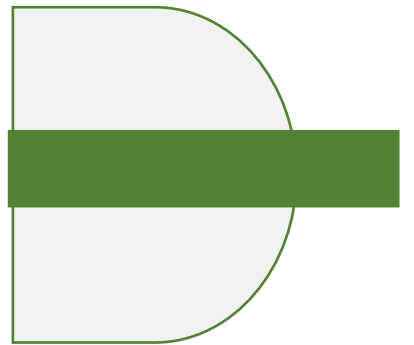
لاحتياجات المستفيدين، مع الاعتماد على التحسين المستمر باعتباره مدخلاً لتحقيق التميز المؤسسي والميزة التنافسية (Grönroos, 2015؛ Lovelock & Wirtz, 2022).

وأظهرت الدراسات السابقة وجود اهتمام متزايد بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الخدمية، حيث أشارت غالبية الدراسات إلى وجود آثار إيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العمليات، وجودة الخدمات، وسرعة الاستجابة، ودعم الابتكار والتحول الرقمي. وفي المقابل، كشفت مراجعة الأدبيات عن محدودية الدراسات التي تناولت منصات الذكاء الاصطناعي بوصفها متغيراً مستقلاً وعلاقتها المباشرة بإدارة الخدمات في البيئة السعودية، ولا سيما في شركات الخدمات، وهو ما يمثل فجوة علمية تبرر إجراء الدراسة الحالية.

واستناداً إلى ما تم عرضه في هذا الفصل، أمكن بناء الأساس النظري للدراسة، واختيار أبعاد المتغيرين، وصياغة أسئلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، وتطوير النموذج المفاهيمي الذي يفسر العلاقة بين استخدام منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات. كما أسهمت مراجعة الدراسات السابقة في تحديد الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها، بما يضيف معرفة علمية تسهم في إثراء الأدبيات، وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات الإدارية داخل المؤسسات الخدمية، وبخاصة شركة كونسير في المملكة العربية السعودية.

وبذلك يُعد هذا الفصل أساساً علمياً ومنهجياً للفصول اللاحقة، ولا سيما الفصل الثالث الذي يتناول منهجية الدراسة وإجراءاتها، من خلال توضيح منهج البحث، ومجتمع الدراسة وعينها، وأداة الدراسة، وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

الفصل الثالث: منهجية البحث



3.1 المقدمة:

يوضح هذا الجزء المنهجية التي تم تطبيقها في المشروع الحالي، وذلك للإجابة على أسئلة البحث، واختبار فرضيات البحث. حيث توضح العناوين التالية التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وما تم تطبيقه، كما يلي:

3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

في الدراسات البحثية، تعتبر التعريفات الإجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح. حيث يصف التعريف الإجرائي كيفية قياس المتغير أو ملاحظته أو معالجته. يساعد الباحثين على التأكد من أن دراساتهم متسقة وموثوقة وصالحة.

3.2.1 المتغير المستقل (منصات الذكاء الاصطناعي):

التعريف الإجرائي: سيتم قياس منصات الذكاء الاصطناعي من خلال الاستبيان بسؤال الموظفين عن مستوى إدارة الخدمات. (حسين 2026)

3.2.2 المتغير التابع (إدارة الخدمات):

التعريف الإجرائي: سيتم قياس إدارة الخدمات من خلال الاستبيان بسؤال الموظفين عن مستوى تأثير منصات الذكاء الاصطناعي من مختلف جوانب إدارة الخدمات مثل كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات. (Bontis et al., 2011; Field et al., 2004; Jayaram & Xu, 2016)

3.3 تصميم البحث:

1. فلسفة البحث: الفلسفة البحث الوضعية تركز على فهم الحقيقة والمعرفة من خلال سياق الوضع الحالي والظروف المحيطة. تعتمد هذه الفلسفة على التأكيد على السياق والثقافة لفهم الظواهر البحثية. (Amabile, 2018)
2. منهج البحث: الاستنتاجي. منهج البحث الاستنتاجي يهدف إلى استنتاج استنتاجات عامة من خلال تحليل البيانات والمعلومات المتاحة. يسعى هذا النوع من البحث إلى استخلاص نتائج شاملة وعامة. (Amabile, 2018)
3. استراتيجية البحث: دراسة الحالة. استراتيجية البحث في دراسة الحالة تركز على فهم عميق لظاهرة معينة من خلال دراسة حالة فردية أو مجموعة صغيرة. تعتبر هذه الاستراتيجية ذات قيمة في فهم السياق والتفاعلات المعقدة. (Amabile, 2018)
4. نوع البحث: الكمي. البحث الكمي يستند إلى الأرقام والبيانات الكمية لتحليل وفهم الظواهر المختلفة. يستخدم أدوات القياس والإحصاء للتوصل إلى نتائج معرفية قابلة للقياس والتحليل. (Amabile, 2018)

5. **الأفق الزمني:** المقطعية. الأفق الزمني المقطعي يشير إلى دراسة محددة في فترة زمنية محدودة، دون الركوب على تحليل تطورات زمنية طويلة. يركز هذا النوع من الأفق الزمنية على فترة زمنية محددة. (Amabile,2018)
6. **التقنيات والإجراءات:** الاستبيان والتحليل الإحصائي. يشير هذا النوع من التقنيات والإجراءات إلى استخدام استبيانات لجمع البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية لاستخلاص النتائج والاستنتاجات. (Amabile,2018)



الشكل 3: منهجية البحث المصدر له الطالب

3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:

مجتمع البحث لهذه الدراسة هو جميع موظفي شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة، والبالغ عددهم 85 موظفًا بمستويات وظيفية مختلفة وتعتبر شركة كونسير من الشركات الرائدة في المملكة العربية السعودية، والتي تقدم خدمات الأعمال الحكومية والاستثمارية، مما يجعلها مجتمعًا مناسبًا للدراسة.

3.4.1 مجتمع البحث:

مجتمع البحث لهذه الدراسة هو موظفي شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة، والبالغ عددهم 85 موظفًا. تم تصنيف مجتمع البحث وفقًا للمستويات الوظيفية كما يلي:

جدول رقم 1: مجتمع البحث

النسبة	عدد الموظفين	المستوى الوظيفي
5.9%	5	الإدارة العليا
17.6%	15	الإدارة الوسطى
23.5%	20	المشرفين وقادة الفرق
52.9%	45	الموظفين التنفيذيين والإداريين
100%	85	المجموع

المصدر: الموارد البشرية في شركة كونسير بجدة.

3.4.2 عينة البحث:

وفقًا لجدول Krejcie (1970) فإن حجم العينة 70 هو الممثل لحجم المجتمع 85، فقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث، والبالغ حجمها 70 موظفًا. وقد تم الحصول على استجابة من 70 موظفًا، أي بنسبة استجابة 100%.

جدول رقم 2: عينة البحث

نسبة المشاركة	عدد الموظفين	المستوى الوظيفي
5.7%	4	الإدارة العليا
17.1%	12	الإدارة الوسطى
22.9%	16	المشرفين وقادة الفرق
54.3%	38	الموظفين التنفيذيين والإداريين
100%	70	المجموع

المصدر: Krejcie (1970)

يتضح من الجدول أن عينة الدراسة بلغت (70) موظفًا من العاملين في شركة كونسير، وقد توزعت وفقًا للمستوى الوظيفي، حيث شكل الموظفون التنفيذيون والإداريون النسبة الأكبر بواقع (38) موظفًا بنسبة (54.3%)، يليهم المشرفون وقادة الفرق بعدد (16) موظفًا بنسبة (22.9%)، ثم الإدارة

الوسطى بعدد (12) موظفًا بنسبة (17.1%)، في حين جاءت الإدارة العليا في المرتبة الأخيرة بعدد (4) موظفين بنسبة (5.7%). ويُظهر هذا التوزيع تمثيلًا مناسبًا لمختلف المستويات الوظيفية داخل الشركة، بما يسهم في الحصول على بيانات تعكس وجهات نظر العاملين باختلاف مستوياتهم الإدارية.

3.4.3 طريقة وتقنيات أخذ العينة:

تم استخدام أسلوب العينة الطبقية في اختيار عينة الدراسة من مجتمع البحث والذي يتكون من 85 موظف في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية بمدينة جدة. وذلك وفقًا للخطوات التالية:

1. تحديد طبقات المجتمع: تم تقسيم مجتمع البحث إلى 4 طبقات وفقًا للمستويات الوظيفية كالتالي:

- الإدارة العليا: 5 موظفين
 - الإدارة الوسطى: 15 موظفًا
 - المشرفين وقادة الفرق: 20 موظفًا
 - الموظفين التنفيذيين والإداريين: 45 موظفين
2. تحديد حجم العينة الكلي: تم تحديد حجم العينة الكلي بـ 70 موظف، وهي نسبة تمثل 100% من مجتمع البحث.
3. توزيع حجم العينة على الطبقات: تم توزيع حجم العينة على الطبقات بناءً على نسبة كل طبقة في المجتمع الأصلي:

- الإدارة العليا: 4 موظفين (80% من إجمالي المجتمع)
- الإدارة الوسطى: 12 موظفًا (80% من إجمالي المجتمع)
- المشرفين وقادة الفرق: 16 موظفًا (80% من إجمالي المجتمع)
- الموظفين التنفيذيين والإداريين: 38 موظفين (82.4% من إجمالي المجتمع)

4. اختيار أفراد العينة داخل كل طبقة: تم اختيار أفراد العينة داخل كل طبقة باستخدام العينة العشوائية البسيطة. حيث تم توزيع الاستبيان على الموظفين بشكل إلكتروني لضمان الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاركين.

بهذا الأسلوب، تم ضمان تمثيل جميع المستويات الوظيفية في العينة بشكل متناسب مع نسبتها في المجتمع الأصلي، مما يعزز من قدرة الدراسة على التعميم والوصول إلى استنتاجات موثوقة.

3.5 طريقة جمع البيانات:

يصف هذا القسم أدوات البحث التي تم استخدامها لجمع البيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضيات البحث. وعليه فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي في جمع البيانات الكمية عن طريق الاستبيانات. وتعرض الأقسام التالية الأدوات التي تم استخدامها لقياس متغيرات البحث:

3.5.1 المتغير المستقل (منصات الذكاء الاصطناعي):

واعتمد الباحثان على استبانة حسين (2026). وذلك لقياس منصات الذكاء الاصطناعي، وذلك بإجمالي 7 فقرات للمتغير كله. نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث أن 1 = موافق، 2 = محايد، 3 = غير موافق.

جدول 3: المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل منصات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	عدد الفقرات	المرجع
منصات الذكاء الاصطناعي	7	عبدالمجيد محمد سالم حسين. (2026، 12 أبريل). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين مهارات أعضاء هيئة التدريس في كليات التربية البدنية وعلوم الرياضة الساحل الغربي. *مجلة الأصالة*.

المصدر: الطالب

3.5.2 المتغير التابع (إدارة الخدمات):

واعتمد الباحث على استبانة (Bontis et al., 2011; Field et al., 2004; Jayaram & Xu, 2016). وذلك لقياس إدارة الخدمات، وذلك من حيث أربعة أبعاد وهي كفاءة العمليات الخدمية وجودة تقديم الخدمات وسرعة الاستجابة للخدمات والتحسين المستمر للخدمات بإجمالي 12 فقرة للمتغير كله. حيث أن البعد كفاءة العمليات الخدمية يتكون من 3 فقرات، والبعد جودة تقديم الخدمات يتكون من 3 فقرات، والبعد سرعة الاستجابة للخدمات يتكون من 3 فقرات، والبعد التحسين المستمر للخدمات يتكون من 3 فقرات. نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث أن 1 = موافق، 2 = محايد، 3 = غير موافق.

جدول 4: المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع إدارة الخدمات.

المتغير	أبعاده	عدد الفقرات	المرجع
إدارة الخدمات	كفاءة العمليات الخدمية	3	1. Bontis, N., Janosevic, S., & Dzenopoljac, V. (2011). Intellectual capital and business performance in Serbia. Management Decision, 49(6), 876–896. https://doi.org/10.1108/00251741111143698
	جودة تقديم الخدمات	3	2. Field, J. M., Roth, A. V., & Barnes, D. (2004). Service quality and performance excellence: A review and research agenda. International Journal of Operations & Production Management, 24(11), 1144–1166.
	سرعة الاستجابة للخدمات	3	3. Jayaram, J., & Xu, K. (2016). The antecedents and consequences of service innovation implementation in service organizations. Journal of Service Management, 27(3), 332–356.
	التحسين المستمر للخدمات	3	

المصدر: الطالب

3.6 أنواع البيانات:

في هذا القسم سنقوم بالتمييز بين البيانات الأولية والبيانات الثانوية التي تم استخدامها في هذه الدراسة:

3.6.1 البيانات الأولية:

- نتائج استبيان أجريته للموظفين في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في منطقة جدة حول موضوع منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات.
- توزيع الاستبيان على العينة المختارة وجمع البيانات الخام حول تقييم الموظفين لمنصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات.
- تنظيم البيانات الأولية وإدخالها في برامج إحصائية لتحليلها كمياً.

3.6.2 البيانات الثانوية:

- الأبحاث والدراسات السابقة المنشورة في المجالات العلمية والكتب حول موضوع منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات.
- المعلومات المتوفرة على موقع شركة كونسير في المملكة العربية السعودية الإلكتروني وأي مواد إعلامية أخرى عن الشركة.

3.7 طرق وأساليب تحليل البيانات:

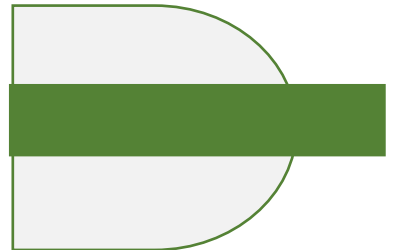
بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديدًا الإصدار 28 لتحليل البيانات المجمعة.

- تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.
- تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. اختبارات الصدق (التحليل العملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كورنباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت.

3.8 خاتمة:

في الفصل الثالث من البحث، تم توضيح بالتفصيل المنهجية البحثية المتبعة في هذه الدراسة. بداية، تم تحديد المنهج البحثي المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي، والذي يهدف إلى وصف وتحليل العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين إدارة الخدمات لدى موظفي شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة. وفيما يتعلق بأساليب جمع البيانات، فقد تم توزيع استبيانات على عينة مقصودة من الموظفين بمختلف طبقاتهم بهدف الحصول على البيانات الكمية حول هذه العلاقة. وفيما يتعلق بأساليب المعالجة والتحليل، فقد تم استخدام التحليل الوصفي والتحليل المضموني، بالإضافة إلى إجراء بعض التحليلات الإحصائية للبيانات الكمية المتوفرة. كما تمت مراعاة اعتبارات الأخلاقيات البحثية طوال مراحل إجراء الدراسة، حيث تم ضمان سرية المعلومات والمحافظة على خصوصية المشاركين. وبذلك، يكون الفصل الثالث قد وفر وصفًا تفصيليًا للمنهجية المتبعة في هذا البحث العلمي، والتي اتسمت بالدقة والموضوعية بما يضمن موثوقية النتائج وإمكانية تعميمها. وهذا الالتزام بالمنهجية العلمية السليمة سيساهم في تعزيز جودة هذا البحث وتميزه.

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي



4.1 التمهيد:

يتناول هذا الفصل عرضًا مفصلاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم جمع بياناتها من خلال استبيانات موجهة إلى عينة الدراسة، حيث تم تحليل هذه البيانات إحصائيًا باستخدام حزمة البرامج الإحصائية SPSS بالإصدار 28. يبدأ الفصل بتحليل البيانات من خلال استخدام الإحصاء الوصفي، الذي يهدف إلى تقديم صورة شاملة ودقيقة حول خصائص العينة محل الدراسة، بما في ذلك القياسات الإحصائية الأساسية مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية. بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء اختبار لصدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جمع البيانات، بهدف التأكد من قوة الأدوات البحثية وملاءمتها لقياس المتغيرات المستهدفة في الدراسة. تم تطبيق اختبارات إحصائية مناسبة لهذه الغاية باستخدام البرنامج المذكور، بما في ذلك تحليل الاتساق الداخلي والاستقرار الزمني. علاوة على ذلك، ومن أجل اختبار فرضيات البحث والتأكد من صحة نموذج الدراسة وملاءمته، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر البرنامج SPSS الإصدار 28. يسمح هذا التحليل بتحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، كما يوفر معلومات قيمة حول مدى تأثير المتغيرات على بعضها البعض، مما يعزز فهمنا للظواهر المدروسة ويساهم في تقديم نتائج دقيقة وداعمة للفرضيات المطروحة في البحث.

4.2 خصائص عينة الدراسة:

- تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقًا إلى الجنس – العمر – عدد سنوات الخبرة – المؤهل العلمي.
 - تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات العامة الديموغرافية التي تشمل:
 - الجنس ويشمل على (ذكر – انثى).
 - العمر ويشمل (أقل من 30 – من 30 إلى 39 سنة – من 40 إلى 49 سنة – أكثر من 49).
 - المؤهل العلمي ويشمل (تعليم عام – بكالوريوس – ماجستير – دكتوراه).
 - عدد سنوات الخبرة وتشمل (سنة – سنتين – 3 سنوات – أكثر من 3 سنوات)
- الجدول، الرسومات والفقرات التالية توضح تصنيف العينة محل الدراسة كما يلي:

جدول 5: توصيف عينة البحث.

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
النوع	ذكر	40	%57.1
	أنثى	30	%42.9
	الإجمالي	70	%100
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	41	%58.6
	من 30 إلى 39 سنة	18	%25.7
	من 40 إلى 49 سنة	6	%8.6
	أكثر من 49 سنة	5	%7.1
	الإجمالي	70	%100
المؤهل العلمي	تعليم عام	7	%10.0
	بكالوريوس	1	%1.4
	ماجستير	20	%28.6
	دكتوراه	42	%60.0
	الإجمالي	70	%100
عدد سنوات الخبرة	سنة	44	%62.9
	سنتين	10	%14.3
	3 سنوات	5	%7.1
	أكثر من 3 سنوات	11	%15.7
	الإجمالي	70	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية.

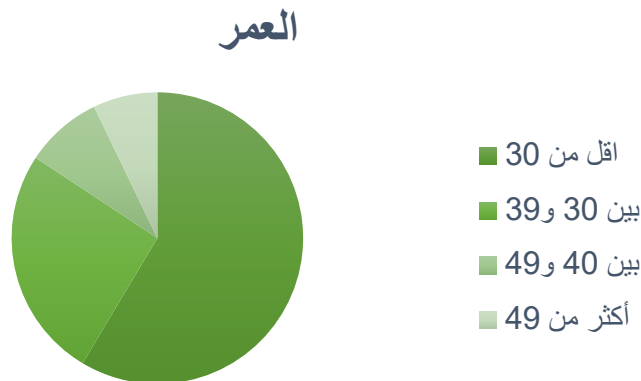
من بيانات الجدول رقم (5) تم استخلاص النتائج التالية:

- **بالنسبة للتوزيع حسب الجنس**، أظهرت النتائج الإحصائية أن عدد الذكور في العينة فاق عدد الإناث، حيث بلغ عدد الذكور 40، مما يشكل نسبة 57.1% من إجمالي العينة، في حين بلغ عدد الإناث 30، أي ما يعادل 42.9% من العينة. كما هو موضح في الشكل التالي:



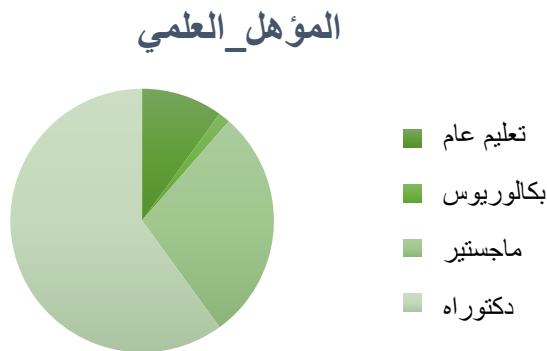
الشكل 4: تصنيف العينة وفقاً للجنس

- **أما بالنسبة للتوزيع حسب العمر**، فقد أظهرت النتائج الإحصائية أن 41 شخصاً من أفراد العينة تتراوح أعمارهم أقل من 30 عاماً، وهو ما يعادل 58.6% من إجمالي العينة. في حين أن 18 شخصاً تتراوح أعمارهم بين 30 و39 سنة، أي ما يعادل 25.7% من العينة. كما أن 6 أشخاص تتراوح أعمارهم بين 40 و49 سنة، مما يمثل 8.6% من العينة. وأخيراً، هناك 5 أشخاص أعمارهم تزيد عن 49 سنة، وهو ما يشكل أيضاً 7.1% من إجمالي العينة. كما هو موضح في الشكل التالي:



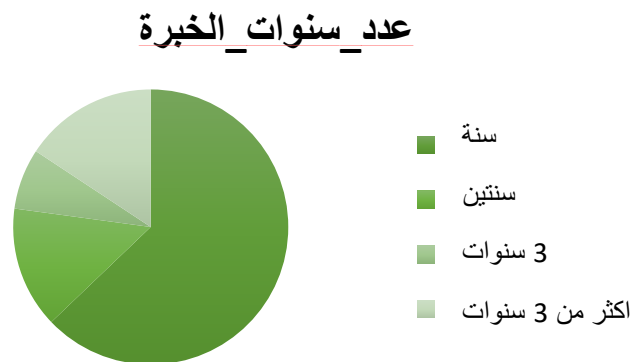
الشكل 5: تصنيف العينة وفقاً للعمر

♦ **أما بالنسبة للتوزيع حسب المؤهل العلمي،** فقد أظهرت النتائج الإحصائية أن 7 أشخاص من أفراد العينة حاصلون على التعليم العام، مما يمثل 10.0% من إجمالي العينة. بينما هناك شخص واحد فقط حاصل على شهادة البكالوريوس، أي ما يعادل 1.4% من العينة. أما بالنسبة للمؤهل ماجستير، فقد بلغ عدد الأشخاص الحاصلين عليه 20 شخصًا، وهو ما يمثل 28.6% من العينة. وفيما يتعلق بالدكتوراه، فقد تبين أن 42 شخصًا من أفراد العينة حاصلون عليها، مما يشكل 60.0% من إجمالي العينة. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل 6: تصنيف العينة وفقًا للمؤهل العلمي

♦ **أما بالنسبة للتوزيع حسب عدد سنوات الخبرة،** فقد أظهرت النتائج الإحصائية أن 44 شخص من أفراد العينة لديهم خبرة سنة، مما يمثل 62.9% من إجمالي العينة. بينما هناك 10 أشخاص لديهم خبرة سنتين، أي ما يعادل 14.3% من العينة. أما بالنسبة لأفراد العينة التي لديهم خبرة 3 سنوات، فقد بلغ عددهم 5 أشخاص، وهو ما يمثل 7.1% من العينة. وفيما يتعلق بمن هم لديهم خبرة تفوق 3 سنوات، فقد تبين أنهم 11 شخصًا من أفراد العينة، مما يشكل 15.7% من إجمالي العينة. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل 7: تصنيف العينة وفقًا لعدد سنوات الخبرة

4.3 قياس الصدق والثبات لأدوات البحث:

للتأكد من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة، تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات التي تم استخدامها لقياس متغيرات الدراسة. كما تم قياس الصدق التقاربي عن طريق حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted - AVE). أما بالنسبة لقياس الثبات، فقد تم استخدام عدة مؤشرات، تشمل حساب قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha). تم تنفيذ جميع هذه التحليلات من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 28. الفقرات والجداول التالية توضح هذه التحليلات بشكل مفصل.

4.3.1 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

- تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي من خلال حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted - AVE).
- صدق الاتساق الداخلي: يشير هذا النوع من الصدق إلى مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المتغير الذي تنتمي إليه. لهذا الغرض، قام الباحثان بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير الذي تنتمي إليه. وفقاً لدراسة Kaiser (1974)، تم استبعاد العبارات التي تكون قيمة معامل ارتباطها أقل من 0.5.
- الصدق التقاربي (Convergent Validity): يقيس هذا النوع من الصدق مدى تباين العبارات التي تقيس نفس المقياس. تم حساب متوسط التباين المستخرج (AVE)، والذي يجب أن تكون قيمته أكبر من 0.5 وفقاً لـ Hair et al (2006)، وذلك لضمان أن العبارات تقيس نفس المتغير بشكل دقيق.
- تعرض الجداول التالية النتائج الإحصائية المتعلقة بمعاملات الارتباط، الانحراف المعياري، قيمة T المحسوبة، وقيمة P بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير، وذلك لقياس صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات. كما تشمل الجداول أيضاً متوسط التباين المستخرج (AVE) لقياس الصدق التقاربي للاستبيانات. تم إجراء هذه التحليلات باستخدام عبر برنامج SPSS بالإصدار 28، كما هو موضح في ما يلي:

جدول 6: صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير المستقل.

المتغير	العبارات	KMO	Factor loadings معامل الارتباط	Standard deviation الانحراف المعياري	P Values	Average variance extracted متوسط التباين المستخرج
منصات الذكاء الاصطناعي	A1	0.815	0.718	0.542	0.000	0.669
	A2		0.604	0.753	0.000	
	A3		0.703	0.714	0.000	
	A4		0.673	0.622	0.000	
	A5		0.718	0.648	0.000	
	A6		0.730	0.767	0.000	
	A7		0.601	0.717	0.000	

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

يتضح بالجدول 6 الذي بالأعلى:

♦ **مقياس تطبيق منصات الذكاء الاصطناعي:** أظهرت معاملات الارتباط لجميع العبارات المتعلقة بمنصات الذكاء الاصطناعي ارتباطاً قوياً بالمتغيرات التابعة لها، حيث كانت القيم أكبر من 0.5. بالإضافة إلى ذلك، كانت جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001. بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، كما توضح النتائج المتعلقة بـ متوسط التباين المستخرج (AVE) أن قيمة AVE لمتغير تطبيق منصات الذكاء الاصطناعي هي 0.669، وهي قيمة أكبر من 0.5. بناءً على ذلك، يمكن التأكيد على أن الصدق التقاربي للاستبانة قد تحقق أيضاً.

جدول 7: صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير التابع.

Average variance extracted متوسط التباين المستخرج		P Values	Standard deviation الانحراف المعياري	Factor loadings معامل الارتباط	KMO	العبارات	المتغير
0.751	0.750	0.000	0.631	0.675	0.868	BA1	كفاءة العمليات الخدمية
		0.000	0.568	0.734		BA2	
		0.000	0.693	0.842		BA3	
	0.790	0.000	0.645	0.825		BB1	جودة تقديم الخدمات
		0.000	0.693	0.817		BB2	
		0.000	0.732	0.728		BB3	
	0.729	0.000	0.593	0.612		BC1	سرعة الاستجابة للخدمات
		0.000	0.640	0.784		BC2	
		0.000	0.631	0.791		BC3	
	0.735	0.000	0.603	0.732		BD1	التحسين المستمر للخدمات
		0.000	0.660	0.776		BD2	
		0.000	0.734	0.698		BD3	

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

يتضح بالجدول 7 الذي بالأعلى:

♦ **مقياس تطبيق إدارة الخدمات:** أظهرت معاملات الارتباط لجميع العبارات المتعلقة بكفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات ارتباطاً قوياً بالمتغيرات التابعة لها، حيث كانت القيم أكبر من 0.5. بالإضافة إلى ذلك، كانت جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001. بناءً على هذه النتائج، يمكن التأكيد على أنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، أما فيما يتعلق بمتوسط التباين المستخرج (AVE)، فقد أظهرت النتائج أن قيمته لمتغير تطبيق إدارة الخدمات هي 0.751، وهي أكبر من 0.5. بناءً على ذلك، يمكن القول إنه قد تم تحقيق الصدق التقاربي للاستبانة أيضاً.

4.3.2 ثبات أداة الدراسة

يشير ثبات الاستبيان إلى مدى استقرار نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير إذا تم إعادة توزيعه على أفراد العينة في فترات زمنية مختلفة. بعبارة أخرى، يشير إلى قدرة الاستبيان

على تقديم نتائج متسقة عند تطبيقه على نفس العينة في أوقات مختلفة. لتحقيق ذلك، يتم استخدام عدة مؤشرات إحصائية لقياس الثبات.

في هذه الدراسة، تم قياس ثبات الاستبانة التي استخدمت لقياس متغيرات الدراسة عن طريق حساب مؤشر رئيسي: قيمة ألفا كرونباخ. تم حساب هذه القيمة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS V.28 نموذج إحصائي يستخدم لتحليل العلاقات بين المتغيرات الكامنة (غير المرئية) والمتغيرات الظاهرة.

- قيمة ألفا كرونباخ تعد من أكثر المقاييس شهرة لقياس الثبات الداخلي للمقاييس. وهي تعكس درجة الاتساق بين العناصر المختلفة التي تقيس نفس المفهوم أو المتغير. كلما اقتربت قيمة ألفا كرونباخ من 1، كانت درجة الثبات أعلى.
- وفقاً لدراسة Hair et al (2010)، يجب أن تكون القيم الخاصة بمؤشر ألفا كرونباخ أكبر من 0.7 حتى يعتبر المقياس ثابتاً. هذه القيمة تعكس مستوى الثبات المقبول عادة في الأبحاث العلمية.
- الجدول التالي يعرض القيم المستخرجة من البرنامج الإحصائي SPSS V.28، بما في ذلك القيمة الخاصة بـ ألفا كرونباخ، مما يعكس مستوى الثبات العام للمقاييس المستخدمة في الدراسة.

جدول 8: قياس الثبات لأداة الدراسة.

Cronbach's alpha		عدد العبارات	المتغير	
0.902		7	منصات الذكاء الاصطناعي	
0.940	0.927	3	كفاءة العمليات الخدمية	إدارة الخدمات
	0.921	3	جودة تقديم الخدمات	
	0.933	3	سرعة الاستجابة للخدمات	
	0.923	3	التحسين المستمر للخدمات	

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

يتضح بالجدول 8 الذي بالأعلى ان قيم معاملات الثبات لمقاييس الدراسة كما يلي:

- أظهرت النتائج لمقياس تطبيق منصات الذكاء الاصطناعي أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل كانت 0.902. بما أن القيمة تتجاوز 0.7، وفقًا لدراسة Hair et al. (2010)، فإن الثبات قد تحقق للمقياس.
- أما بالنسبة لمقياس تطبيق إدارة الخدمات، فقد أظهرت النتائج أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل كانت 0.940. بالنسبة لأبعاد إدارة الخدمات، كانت قيم ألفا كرونباخ والثبات المركب على النحو التالي: كفاءة العمليات الخدمية 0.927، جودة تقديم الخدمات 0.921، سرعة الاستجابة للخدمات 0.933، التحسين المستمر للخدمات 0.923. بما أن جميع القيم أكبر من 0.6، وفقًا لدراسة Hair et al. (2010)، فإن الثبات قد تحقق أيضًا للمقياس.
- وفقًا للنتائج الإحصائية بالأعلى، التي اثبتت صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها وصلاحيه هذه الاستبانات للتطبيق والوثوق بها، واستخدامها في إجراء التحليلات الخاصة باختبار فرضيات الدراسة.

4.4 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

قد تم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس، طبقًا لمقياس ليكرت الثلاثي، وفقًا لما يلي:

موافق	محايد	غير موافق
1	2	3

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقًا للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $\frac{100}{3} = 33.33\%$

يوضح الجدول 9 دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي:

جدول 9: دلالة المتوسطات الحسابية.

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من 1 إلى 1.67	موافق	من 66.67% إلى 100%	موافقة مرتفعة
من 1.68 إلى 2.34	محايد	من 33.34% إلى 66.66%	موافقة متوسطة
من 2.35 إلى 3	غير موافق	من 0% إلى 33.33%	موافقة منخفضة

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة، والذي يتضمن الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغير باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي. يعتمد هذا التحليل على الجدول الذي يعرض دلالة المتوسط الحسابي، حيث يتم تفسير دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول أعلاه لتحديد مستوى تطبيق منصات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى مستوى إدارة الخدمات وأبعادها، وذلك وفقاً لآراء عينة الدراسة. يتم توضيح ذلك كما يلي:

جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة.

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	مستوى الأهمية
منصات الذكاء الاصطناعي	1.39	0.435	موافق	مرتفع
إدارة الخدمات	1.35	0.531	موافق	مرتفع
	1.38	0.591		
	1.30	0.521		
	1.41	0.540		

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

يتضح في الجدول 10 في الأعلى الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة ما يلي:

• تظهر نتائج توصيف عينة الدراسة بالنسبة للمتغير المستقل منصات الذكاء

الاصطناعي أن الاتجاه العام لمفردات العينة يميل إلى موافقة مرتفعة، مما يشير إلى

تحقيق عالٍ لممارسات منصات الذكاء الاصطناعي في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في منطقة جدة. حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل 1.39، مع نسبة موافقة بلغت 70.66% وانحراف معياري قدره 0.435. تظهر هذه النتائج موافقة مرتفعة من قبل عينة الدراسة على جميع عبارات منصات الذكاء الاصطناعي في الشركة.

♦ تظهر نتائج توصيف العينة للمتغير التابع إدارة الخدمات أن الاتجاه العام لمفردات العينة يشير إلى نسبة موافقة مرتفعة، مما يدل على مستوى عالٍ من تطبيق إدارة الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في منطقة جدة. حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل 1.36 مع نسبة موافقة 74.09% وانحراف معياري 0.546. كما أظهرت النتائج الإحصائية الوصفية لأبعاد إدارة الخدمات أن الاتجاه العام لجميع الأبعاد الأربعة (كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات) هو مستوى مرتفع من الموافقة، مما يشير إلى تطبيق مرتفع لممارسات إدارة الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في منطقة جدة. بالنسبة للأبعاد المختلفة لإدارة الخدمات، كانت النتائج على النحو التالي: بعد كفاءة العمليات الخدمية كان المتوسط الحسابي 1.35 بنسبة موافقة 73.8% وانحراف معياري 0.531، وبعد جودة تقديم الخدمات كان المتوسط الحسابي 1.38 بنسبة موافقة 73.83% وانحراف معياري 0.591، وبعد سرعة الاستجابة للخدمات كان المتوسط الحسابي 1.30 بنسبة موافقة 78.56% وانحراف معياري 0.521، وبعد التحسين المستمر للخدمات كان المتوسط الحسابي 1.41 بنسبة موافقة 69.03% وانحراف معياري 0.540. تشير هذه النتائج إلى أن معظم مفردات عينة الدراسة توافق على تطبيق ممارسات إدارة الخدمات في الشركة بشكل عام.

4.5 معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (البيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم قياسها باستخدام SPSS-V 28 وذلك على النحو التالي:

جدول 11: معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة.

المتغير	كفاءة العمليات الخدمية	جودة تقديم الخدمات	سرعة الاستجابة للخدمات	التحسين المستمر للخدمات	منصات الذكاء الاصطناعي
كفاءة العمليات الخدمية	Pearson Correlation	1	.683**	.644**	.653**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	70	70	70	70
جودة تقديم الخدمات	Pearson Correlation	.683**	1	.704**	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	70	70	70	70
سرعة الاستجابة للخدمات	Pearson Correlation	.644**	.704**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	70	70	70	70
التحسين المستمر للخدمات	Pearson Correlation	.444**	.620**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	70	70	70	70
منصات الذكاء الاصطناعي	Pearson Correlation	.653**	.772**	.807**	.725**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	70	70	70	70

.**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الارتباط الخطي بين منصات الذكاء الاصطناعي (كمتغير مستقل) وإدارة الخدمات وابعادها (كمتغير

تابع):

- تبين وجود ارتباط معنوي متوسط موجب (0.653) بين منصات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل وإدارة الخدمات وابعادها كمتغير تابع عند مستوى دلالة أقل من (0.01).
- تبين وجود ارتباط معنوي متوسط موجب بين كل بعد من ابعاد إدارة الخدمات (كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر

للخدمات) عند معامل ارتباط: 1، 0.683، 0.644، 0.444 على الترتيب كمتغيرات تابعة عند مستوى دلالة أقل من (0.01) وبين منصات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل.

- يلاحظ مما سبق أن قيم معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة مرتفعة، ومما يدل على قوة هذا الارتباط.

4.6 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يتعلق هذا الجزء باختبار صحة الفرض الرئيسي للدراسة وما يتبعه من فروض فرعية، ويتم عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS V.28، على النحو التالي:

الفرض الرئيسي للدراسة:

- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين إدارة الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة.
ويتفرع من هذا الفرض الرئيسي فروضا فرعية كما يلي:

- الفرضية 1: توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين كفاءة العمليات الخدمية في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة.

- الفرضية 2: توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين جودة تقديم الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة.

- الفرضية 3: توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين سرعة الاستجابة للخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة.

- الفرضية 4: توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي المتوازنة وبين التحسين المستمر في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة.

نتائج اختبار الفرض الرئيس للدراسة:

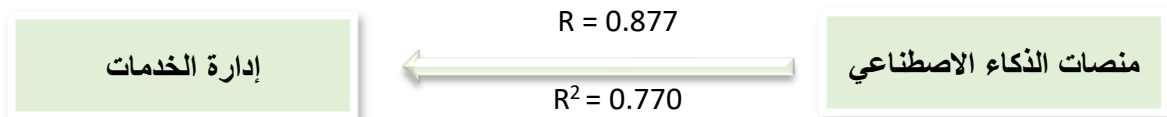
- ينص هذا الفرض على أنه "توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين إدارة الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة."

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression Analysis)، والذي يعد أحد الأساليب الإحصائية الشائعة المستخدمة لاختبار العلاقة بين متغيرين. في هذا السياق، تم تطبيق هذا الأسلوب لدراسة العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي، التي تمثل المتغير المستقل في الدراسة، وإدارة الخدمات، التي تعتبر المتغير التابع. ويهدف التحليل إلى تحديد ما إذا كانت هناك علاقة معنوية بين تطبيق منصات الذكاء الاصطناعي في الشركة وبين مستوى تطبيق ممارسات إدارة الخدمات. من خلال هذا التحليل، يتم اختبار مدى تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات، وكذلك قياس قوة واتجاه هذه العلاقة باستخدام المعاملات الإحصائية المستخلصة من نموذج الانحدار الخطي البسيط.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.770	.766	.238
a. Predictors: (Constant), المتغير_منصات_الذكاء_الاصطناعي				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.864	1	12.864	227.462	<.001 ^b
	Residual	3.846	68	.057		
	Total	16.710	69			
a. Dependent Variable: المتغير_إدارة_الخدمات						
b. Predictors: (Constant), المتغير_منصات_الذكاء_الاصطناعي						

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for	
		Coefficients					B	
Model		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-.023	.096		-.244	.808	-.214	.168
	المتغير_منصات_الذكاء_الاصطناعي	.992	.066	.877	15.082	<.001	.861	1.123
a. Dependent Variable: المتغير_ادارة_الخدمات								



يتضح من الجدول بالأعلى ما يلي:

- تشير مستوى المعنوية لاختبار (F) والذي يساوي (sig) أقل من (0.01)، مما يدل على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط ذو دلالة معنوية عند مستوى 0.01.
- تشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.877$) إلى وجود ارتباط إيجابي قوي بين منصات الذكاء الاصطناعي بشكل عام وإدارة الخدمات.
- يوضح معامل التحديد المعدل (R^2) أن حوالي 77% من التباين الحاصل في إدارة الخدمات يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى منصات الذكاء الاصطناعي.
- تشير قيمة (ت) (T-Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B)، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من (0.02).

وبناءً على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الذي ينص على وجود علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل وإدارة الخدمات (إجمالاً) كمتغير تابع.

نتائج اختبار الفرض الفرعي الأول والثاني والثالث والرابع للدراسة:

- ينص هذا الفرض الفرعي الأول على أنه "لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين كفاءة العمليات الخدمية" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين منصات الذكاء الاصطناعي محل الدراسة كمتغير مستقل، وكفاءة العمليات الخدمية كمتغير تابع.
- ينص هذا الفرض الفرعي الثاني على أنه "توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين جودة تقديم الخدمات" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين منصات الذكاء الاصطناعي محل الدراسة كمتغير مستقل، وجودة تقديم الخدمات كمتغير تابع.
- ينص هذا الفرض الفرعي الثالث على أنه "توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين سرعة الاستجابة للخدمات" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين منصات الذكاء الاصطناعي محل الدراسة كمتغير مستقل، وسرعة الاستجابة للخدمات كمتغير تابع.

© ينص هذا الفرض الفرعي الرابع على أنه "لا توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين التحسين المستمر للخدمات" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين منصات الذكاء الاصطناعي محل الدراسة كمتغير مستقل، والتحسين المستمر للخدمات كمتغير تابع. ولإختبار هذه الفرضيات الفرعية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد

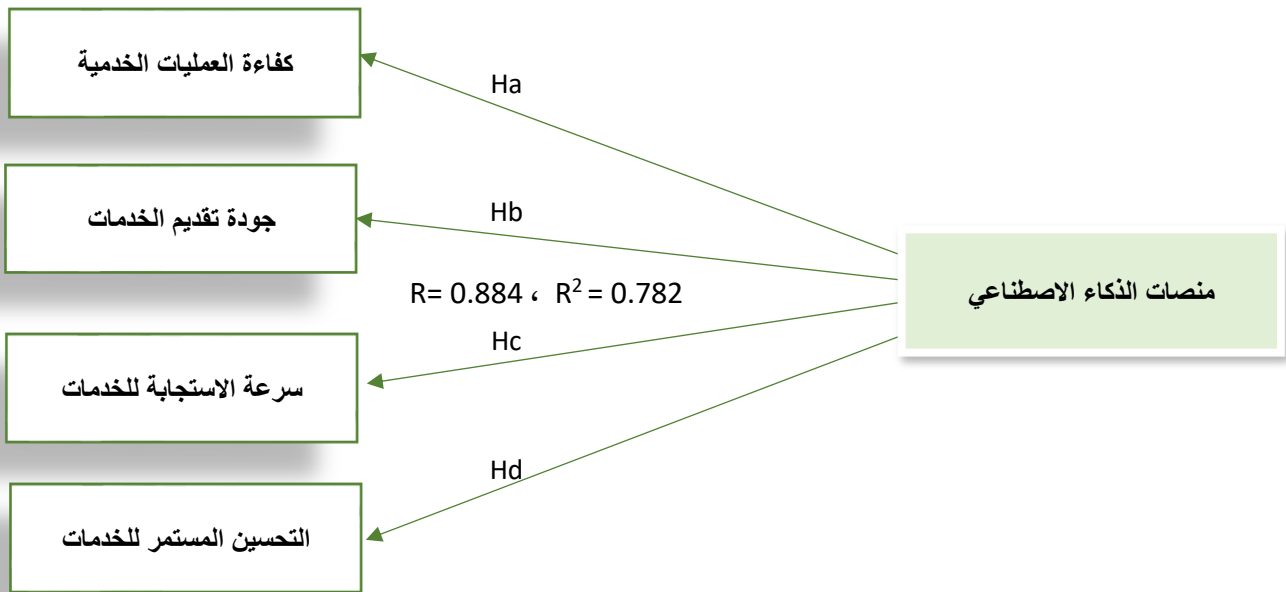
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.765	.239
a. Predictors: (Constant), كفاءة_العمليات_الخدمية, جودة_تقديم_الخدمات, سرعة_الاستجابة_للخدمات, التحسين_المستمر_للخدمات				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.068	5	2.614	45.922	<.001 ^b
	Residual	3.642	64	.057		
	Total	16.710	69			

a. Dependent Variable: المتغير_منصات_الذكاء_الاصطناعي

b. Predictors: (Constant), كفاءة_العمليات_الخدمية, جودة_تقديم_الخدمات, سرعة_الاستجابة_للخدمات, التحسين_المستمر_للخدمات

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-.024	.097		-.247	.806	-.218	.170
	كفاءة_العمليات_الخدمية	.068	.076	.077	.886	.379	-.085	.220
	جودة_تقديم_الخدمات	.218	.087	.243	2.508	.015	.044	.391
	سرعة_الاستجابة_للخدمات	.305	.099	.310	3.086	.003	.108	.503
	التحسين_المستمر_للخدمات	.186	.094	.179	1.978	.052	-.002	.373
a. Dependent Variable: المتغير_منصات_الذكاء_الاصطناعي								



يتضح من الجدول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) إلى أن قيمة (sig) أقل من 0.01، مما يدل على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط ذو دلالة معنوية عند مستوى 0.01.
- تشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.884$) إلى وجود ارتباط إيجابي قوي بين منصات الذكاء الاصطناعي وبين أبعاد إدارة الخدمات (كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات).
- يشير معامل التحديد المعدل (R^2) إلى أن 78.2% من التباين الحاصل في منصات الذكاء الاصطناعي يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى أبعاد إدارة الخدمات.
- تشير قيمة (ت) (T-Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B)، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من 0.02.

بناءً على النتائج السابقة، يتم رفض صحة الفرضية الأولى والرابعة حيث لم يتم إثبات وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العمليات الخدمية والتحسين المستمر للخدمات كمتغيرات تابعة، ومنصات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل. أما بالنسبة للفرضيات الفرعية الثانية، الثالثة، فقد تم قبول صحتها حيث تم إثبات وجود علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات كمتغيرات تابعة، ومنصات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل.

4.7 الخاتمة

يتناول هذا الفصل التحليل الإحصائي التفصيلي لنتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من موظفي شركة كونسير في المملكة العربية السعودية تحديداً في مدينة جدة، والذي كان هو الموقع الذي تم اختياره لتنفيذ البحث. لقد تم استخدام أساليب إحصائية متقدمة من خلال برنامج SPSS الإصدار 28 لتحليل البيانات التي تم جمعها، حيث يوفر هذا البرنامج أدوات إحصائية قوية تساعد في تفسير البيانات واستخلاص النتائج بشكل دقيق وموثوق.

بدأت عملية التحليل الإحصائي بتنفيذ التحليل الوصفي لعينة الدراسة، حيث تم دراسة التوزيع الديموغرافي للموظفين المشاركين في الدراسة. تم التركيز في هذا الجزء من التحليل على مجموعة من الخصائص الشخصية والمهنية للمشاركين مثل الجنس، العمر، المؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة. هذا التحليل الوصفي كان ضرورياً لفهم خصائص العينة بشكل شامل، مما يساعد في تقديم تفسير أدق للنتائج التي سيتم التوصل إليها لاحقاً.

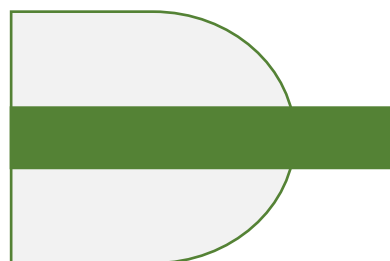
بعد ذلك، تم الانتقال إلى تحليل المتغيرات الرئيسية في الدراسة، والتي تتمثل في منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات تم تحليل هذه المتغيرات من خلال النظر في أبعادها المختلفة. في حالة منصات الذكاء الاصطناعي تم تحليله ككل، أما في حالة إدارة الخدمات تم تحليل أبعاد مثل كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات. هذا التحليل الوصفي للمتغيرات ساعد في توضيح مدى تطبيق هذه المفاهيم في بيئة العمل بالشركة وكيفية تأثيرها على الأداء العام في الشركة.

في المرحلة التالية من التحليل، تم التحقق من توافر شروط الصدق والثبات للمقاييس التي تم استخدامها لقياس المتغيرات المدروسة. وقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة مثل حساب معامل ألفا كرونباخ، وكذلك متوسط التباين المستخرج (AVE). تمثل هذه الأساليب أدوات أساسية لتقييم موثوقية الأدوات البحثية، وقد أظهرت النتائج أن جميع المقاييس المستخدمة تتمتع بمؤشرات عالية من الثبات والصدق، مما يعزز من موثوقية البيانات المستخلصة من الدراسة.

بعد التأكد من موثوقية المقاييس، تم اختبار الفرض الرئيسي للدراسة، والذي ينص على وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات. تم اختبار هذا الفرض باستخدام أساليب تحليلية مثل الانحدار الخطي البسيط والانحدار الخطي المتعدد، وهي أساليب قوية لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة. بالإضافة إلى ذلك، تم اختبار مجموعة من الفرضيات الفرعية المتعلقة بتأثير منصات الذكاء الاصطناعي ككل على أبعاد مختلفة من إدارة الخدمات، مثل كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات.

تؤكد النتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها في هذا الفصل على ما خلصت إليه الفصول السابقة من الدراسة، حيث أثبتت أن منصات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا محوريًا في تعزيز ممارسات إدارة الخدمات في شركة كونسير في المملكة العربية السعودية في جدة. من خلال هذه النتائج، يمكن تقديم التوصيات العملية التي سيتم عرضها في الفصل الختامي، والتي تهدف إلى تحسين منصات الذكاء الاصطناعي في المنظمة وتعزيز قدرتها على إدارة الخدمات بشكل فعال. هذه التوصيات ستكون قائمة على النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية والتحليل الإحصائي الذي تم تنفيذه، مما يعزز من فعالية تطبيق هذه التوصيات في الواقع العملي.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات



5.1 المقدمة:

يستعرض هذا الفصل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال البحث الحالي، ويقدم المساهمات النظرية والعملية التي تساهم في تعزيز الفهم حول تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات. كما يتضمن الفصل توصيات عملية للمديرين، ويحدد حدود البحث من حيث الموضوع والزمان والمكان، بالإضافة إلى اقتراح مجالات للدراسات المستقبلية. يهدف هذا الفصل إلى تقديم خلاصة شاملة تعكس أهمية الموضوع وتساعد في توجيه البحث الأكاديمي والممارسات العملية.

5.2 المساهمة العلمية:

تتمثل المساهمة النظرية لهذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية التي تناولت العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، وذلك من خلال تقديم إطار نظري يفسر كيفية إسهام منصات الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء إدارة الخدمات داخل المؤسسات الخدمية. كما تسعى الدراسة إلى دمج متغيرات لم يتم تناولها بصورة كافية في الدراسات العربية، خاصة في البيئة السعودية، من خلال تحليل تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على أبعاد إدارة الخدمات المتمثلة في كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة للخدمات، والتحسين المستمر للخدمات.

وتسهم الدراسة في توسيع الفهم النظري للدور الذي تؤديه منصات الذكاء الاصطناعي في تطوير إدارة الخدمات، من خلال بناء نموذج يربط بين المتغير المستقل (منصات الذكاء الاصطناعي) والمتغير التابع (إدارة الخدمات) بأبعاده الأربعة، الأمر الذي يضيف تصوّرًا علميًا متكاملًا للعلاقات بين هذه المتغيرات في قطاع الخدمات.

كما تقدم الدراسة دعمًا للأطر والنظريات المرتبطة بالتحول الرقمي والابتكار وإدارة الخدمات، من خلال اختبارها في سياق تطبيقي داخل شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية، مما يسهم في التحقق من مدى ملاءمة هذه النظريات في البيئات الخدمية المعتمدة على التقنيات الذكية.

إضافة إلى ذلك، توفر الدراسة مرجعًا علميًا يمكن أن تستند إليه الدراسات المستقبلية الراحبة في بحث تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الخدمات، سواء من خلال إعادة اختبار النموذج المقترح في قطاعات أخرى أو إضافة متغيرات وسيطة أو معدلة تسهم في تفسير العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات بصورة أكثر شمولاً.

5.3 المساهمة العملية:

تتمثل المساهمة العملية لهذه الدراسة في تقديم نتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها في تطوير إدارة الخدمات داخل شركة كونسير والمؤسسات الخدمية المشابهة، من خلال توضيح أثر استخدام منصات

الذكاء الاصطناعي في رفع مستوى كفاءة العمليات الخدمية وتحسين جودة الخدمات المقدمة وتسريع الاستجابة لطلبات العملاء وتعزيز التحسين المستمر للخدمات.

كما تساعد نتائج الدراسة متخذي القرار والإدارة العليا في الشركة على التعرف إلى الجوانب التي يمكن تعزيزها عند توظيف منصات الذكاء الاصطناعي، بما يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية، وتقليل الوقت والجهد والتكاليف، وتحسين جودة الأداء الخدمي بما يتوافق مع توقعات المستفيدين.

وتوفر الدراسة مؤشرات عملية للإدارات المعنية بالتحول الرقمي وتقنية المعلومات وإدارة الخدمات حول أهمية الاستثمار في منصات الذكاء الاصطناعي، وتطوير البنية التقنية، وتأهيل العاملين لاستخدام هذه المنصات بكفاءة، بما ينعكس إيجاباً على سرعة إنجاز الخدمات واستمرارية تحسينها.

كما تقدم الدراسة أداة قياس يمكن للباحثين والمؤسسات الاستفادة منها في تقييم أثر منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات، وإعادة تطبيقها في مؤسسات وقطاعات خدمية أخرى، بما يساهم في دعم عمليات التطوير المؤسسي وتعزيز جودة الخدمات في البيئة السعودية، وبما يتوافق مع توجهات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 نحو التحول الرقمي، والابتكار، والارتقاء بكفاءة الخدمات الحكومية والخاصة.

5.4 التوصيات:

- (1) التوسع في تبني منصات الذكاء الاصطناعي داخل شركة كونسير، لما لها من دور في تحسين إدارة الخدمات ورفع كفاءة العمليات الخدمية.
- (2) الاستثمار في تطوير البنية التحتية الرقمية وتحديث الأنظمة التقنية بما يضمن التكامل بين منصات الذكاء الاصطناعي والأنظمة التشغيلية المختلفة داخل الشركة.
- (3) تدريب وتأهيل العاملين على استخدام تطبيقات ومنصات الذكاء الاصطناعي بصورة فعالة، بما يساهم في رفع كفاءة الأداء وتحسين جودة الخدمات المقدمة.
- (4) توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات العملاء للتنبؤ باحتياجاتهم وتقديم خدمات أكثر دقة وتخصيصاً، بما يعزز رضا العملاء وولاءهم.
- (5) تعزيز استخدام الأنظمة الذكية في أتمتة العمليات الخدمية لتقليل الوقت والجهد والأخطاء التشغيلية، وتحسين كفاءة سير العمل.
- (6) تطوير آليات الاستجابة الفورية لطلبات العملاء من خلال الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي مثل المساعدات الذكية وأنظمة الدعم الآلي، بما يساهم في تقليل زمن تقديم الخدمة.
- (7) تبني ثقافة التحسين المستمر من خلال الاستفادة من التحليلات والتقارير التي توفرها منصات الذكاء الاصطناعي لتقييم الأداء واكتشاف فرص التطوير بصورة مستمرة.

- (8) إجراء تقييمات دورية لفاعلية منصات الذكاء الاصطناعي وقياس أثرها على كفاءة العمليات الخدمية وجودة الخدمات وسرعة الاستجابة، بهدف تطويرها وتحقيق أفضل النتائج.
- (9) تعزيز أمن المعلومات وحوكمة البيانات عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، لضمان حماية بيانات العملاء والالتزام بالأنظمة والتشريعات ذات العلاقة.
- (10) تشجيع إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول أثر الذكاء الاصطناعي في قطاعات خدمية أخرى، أو دراسة متغيرات وسيطة ومعدلة مثل الابتكار التنظيمي، والجاهزية الرقمية، وجودة المعلومات، بما يسهم في توسيع المعرفة العلمية في هذا المجال.

5.5 حدود البحث:

5.5.1 الحدود الموضوعية:

تقتصر الدراسة على بحث تأثير استخدام منصات الذكاء الاصطناعي بوصفه المتغير المستقل في إدارة الخدمات بوصفها المتغير التابع، من خلال دراسة أثر استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في أبعاد إدارة الخدمات، وهي: كفاءة العمليات الخدمية، وجودة تقديم الخدمات، وسرعة الاستجابة للخدمات، والتحسين المستمر للخدمات.

5.5.2 الحدود البشرية:

تقتصر الدراسة على موظفي شركة كونسير في المملكة العربية السعودية بمختلف مستوياتهم الوظيفية، باعتبارهم الفئة المستهدفة لجمع البيانات من خلال الاستبانة، وذلك لارتباطهم المباشر باستخدام منصات الذكاء الاصطناعي وممارسات إدارة الخدمات داخل الشركة.

5.5.3 الحدود المكانية:

تُجرى الدراسة في شركة كونسير بالمملكة العربية السعودية، باعتبارها ميدان التطبيق للدراسة الحالية.

5.5.4 الحدود الزمنية:

تُطبق الدراسة خلال العام الجامعي 1448هـ / 2026م، وهي الفترة التي يتم فيها جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج.

5.6 الدراسات المستقبلية:

في ضوء نتائج الدراسة وحدودها، يقترح الباحثان عددًا من الموضوعات التي يمكن أن تتناولها الدراسات المستقبلية، وذلك على النحو الآتي:

- (1) إجراء دراسات مماثلة لتطبيق أثر منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات في قطاعات خدمية أخرى، مثل القطاع الصحي، والقطاع المصرفي، والقطاع التعليمي، والجهات الحكومية، للمقارنة بين النتائج.

- (2) دراسة أثر منصات الذكاء الاصطناعي على متغيرات تنظيمية أخرى، مثل الأداء المؤسسي، والإبداع التنظيمي، والميزة التنافسية، ورضا العملاء، وجودة اتخاذ القرار.
- (3) إدخال متغيرات وسيطة أو معدلة في نموذج الدراسة، مثل التحول الرقمي، والجاهزية التقنية، وثقافة الابتكار، ودعم الإدارة العليا، وجودة البيانات؛ لمعرفة دورها في تعزيز أو إضعاف العلاقة بين منصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات.
- (4) إجراء دراسات مقارنة بين الشركات التي تطبق منصات الذكاء الاصطناعي والشركات التي لا تطبقها؛ لقياس الفروق في كفاءة العمليات الخدمية وجودة الخدمات وسرعة الاستجابة والتحسين المستمر.
- (5) استخدام مناهج بحثية مختلفة، مثل المنهج المختلط (الكمي والنوعي) أو الدراسات الطولية، لفهم أثر منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات عبر فترات زمنية مختلفة.
- (6) دراسة أثر أنواع محددة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل الذكاء التوليدي، والمساعدات الذكية، وتحليل البيانات الضخمة، والتعلم الآلي، على كل بُعد من أبعاد إدارة الخدمات بصورة مستقلة.
- (7) توسيع مجتمع الدراسة ليشمل شركات من مناطق مختلفة داخل المملكة العربية السعودية أو على مستوى دول مجلس التعاون الخليجي، بما يسمح بتعميم النتائج بصورة أكبر.
- (8) تطوير أداة قياس أكثر شمولاً لمنصات الذكاء الاصطناعي وإدارة الخدمات، وإعادة اختبارها في بيئات تنظيمية مختلفة للتحقق من صدقها وثباتها وإثراء الأدبيات العلمية في هذا المجال.

5.7 الخاتمة:

في الختام، تؤكد هذه الدراسة على الدور الحيوي الذي تلعبه منصات الذكاء الاصطناعي في تعزيز إدارة الخدمات داخل المنظمات. من خلال فهم العلاقة بين هذين المفهومين، يمكن للمنظمات تحسين أدائها وزيادة قدرتها على المنافسة في الأسواق. تُعتبر النتائج والتوصيات المقدمة في هذه الدراسة مرجعاً مهماً للباحثين والممارسين، مما يساهم في تحسين الممارسات الإدارية وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات.

المراجع:

عبد المجيد محمد سالم حسين. (2026، 12 أبريل). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين مهارات أعضاء هيئة التدريس في كليات التربية البدنية وعلوم الرياضة الساحل الغربي. مجلة الأصالة.

مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية. (2016). رؤية المملكة العربية السعودية 2030. الرياض، المملكة العربية السعودية.

منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. (2024). OECD Digital Economy Outlook. 2024. OECD Publishing.

الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا). (2020). الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي. الرياض، المملكة العربية السعودية.

Albrecht, K. (1992). The Only Thing That Matters: Bringing the Power of the Customer into the Center of Your Business. Harper Business.

Amabile, T. M. (2018). Creativity in context: Update to the social psychology of creativity. Routledge.

Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A., & Anand, A. (2021). Customer experiences in the age of artificial intelligence. Computers in Human Behavior, 114, 106548.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120.

Bontis, N., Richards, D., & Serenko, A. (2011). Improving service delivery: Investigating the role of information sharing, job characteristics, and employee satisfaction. The Learning Organization, 18(3), 239–250.
<https://doi.org/10.1108/09696471111123289>

Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. Harvard Business Review, 96(1), 108–116.

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wright, R. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.
- Edvardsson, B., & Tronvoll, B. (2022). *Service Management: Evolution and Moving Forward*. Springer.
- Field, J. M., Heim, G. R., & Sinha, K. K. (2004). Managing quality in the e-service system: Development and application of a process model. *Production and Operations Management*, 13(4), 291–306.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2022). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Galbraith, J. R. (1973). *Designing Complex Organizations*. Addison-Wesley.
- Grönroos, C. (2015). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic* (4th ed.). Wiley.
- Grönroos, C. (2021). *The Future of Service Management*.
- Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164–174.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). Engaged to a robot? The role of AI in service. *Journal of Service Research*, 24(1), 30–41.

- Jayaram, J., & Xu, K. (2016). Determinants of quality and efficiency performance in service operations. *International Journal of Operations & Production Management*, 36(3), 265–285.
- Johnston, R., Clark, G., & Shulver, M. (2021). *Service Operations Management* (5th ed.). Pearson.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25.
- krejcie, r.v., & morgan, d.w.,(1970). determining sample size for research activities. educational and psychological measurement.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Makridakis, S. (2017). The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms. *Futures*, 90, 46–60.
- Mariani, M., Machado, I., & Nambisan, S. (2023). Artificial intelligence in innovation and service management: A systematic literature review. *Journal of Business Research*.
- Normann, R. (2001). *Reframing Business: When the Map Changes the Landscape*. Wiley.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Verma, S., Sharma, R., Deb, S., & Maitra, D. (2021). Artificial intelligence in marketing: Systematic review and future research direction. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(1), 100002.

Wamba, S. F., Bawack, R. E., Guthrie, C., Queiroz, M. M., & Carillo, K. D. A. (2021). Are we preparing for a good AI society? A bibliometric review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120482.

Wirtz, J., Kunz, W. H., Hartley, M. A., & Tarbit, N. (2021). Corporate digital responsibility in service firms and their ecosystems. *Journal of Service Research*, 24(3), 344–361.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.

قسم الملاحق

الملاحق:

استبيان

بسم الله الرحمن الرحيم

أما بعد

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرني دعوتكم للمشاركة في هذا الاستبيان، الذي أُعدّ ضمن متطلبات البحث العلمي بعنوان:

“تأثير منصات الذكاء الاصطناعي على إدارة الخدمات: دراسة تطبيقية على شركة كونسير بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية.”

يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على آراء العاملين في شركة كونسير حول مدى تأثير استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة الخدمات، وذلك من خلال الإجابة عن فقرات الاستبيان بكل موضوعية ودقة.

وستُستخدم البيانات التي يتم **جمعها لأغراض البحث العلمي فقط**، وستُعامل جميع الإجابات بسرية تامة، ولن يتم الإفصاح عن أي معلومات شخصية أو استخدامها لأي غرض آخر، كما سيتم عرض النتائج بصورة إجمالية دون الإشارة إلى هوية أي مشارك.

لذا نأمل منكم التكرم بالإجابة عن جميع الفقرات بدقة، لما لذلك من أثر كبير في دعم هذا البحث والوصول إلى نتائج علمية تساهم في إثراء المعرفة في هذا المجال.

شاكرين لكم حسن تعاونكم، ومقدرين وقتكم ومساهماتكم القيّمة.

الجزء الأول البيانات الشخصية:

1- الجنس					
ذكر		انثى			
2- العمر					
أقل من 30		بين 30 و 39		بين 40 و 49	
أكثر من 49					
3- عدد سنوات الخبرة					
سنة		سنتين		3 سنوات	
أكثر من 3 سنوات					
4- المؤهل العلمي					
تعليم عام		بكالوريوس		ماجستير	
دكتوراه					

الجزء الثاني محاور الاستبيان:

المحور الأول: المتغير المستقل منصات الذكاء الاصطناعي

الرقم	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
1	تعرف الخصائص والمميزات الذي يتمتع بها الذكاء الاصطناعي			
2	تجد سهولة في الوصول الى منصات الذكاء الاصطناعي			
3	تقوم بتوظيف الذكاء الاصطناعي في ادارة الخدمات			
4	تستطيع التمييز بين أدوات الذكاء الاصطناعي			
5	تساهم الانظمة المعتمدة في الشركة على تطوير جودة الاداء			
6	تواجه صعوبة في فهم بعض ادوات الذكاء الاصطناعي			
7	تساهم الشركة بنشر ثقافة الذكاء الاصطناعي			

منصات الذكاء الاصطناعي

المحور الثاني: المتغير التابع إدارة الخدمات "كفاءة العمليات الخدمية، جودة تقديم الخدمات، سرعة الاستجابة للخدمات، التحسين المستمر للخدمات "

الرقم	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
1	تسهل إجراءات العمل في الشركة في إنجاز الخدمات بكفاءة.			
2	تُنفذ العمليات الخدمية بانسيابية مع تقليل الأخطاء التشغيلية.			
3	تُستخدم الموارد المتاحة بكفاءة عند تقديم الخدمات.			
الرقم	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
4	تحرص الشركة على تقديم خدمات تتوافق مع متطلبات المستفيدين.			
5	تتميز الخدمات المقدمة بالدقة والاعتمادية.			

كفاءة العمليات الخدمية

جودة تقديم الخدمات

	6	تلتزم الشركة بالمحافظة على مستوى ثابت من جودة الخدمات.			
غير موافق	موافق	محايد	الفقرات	الرقم	
	7	تستجيب الشركة بسرعة لطلبات العملاء.			سرعة الاستجابة للخدمات
	8	تتم معالجة المشكلات المرتبطة بالخدمات في الوقت المناسب.			
	9	تتمتع الشركة بالمرونة في التعامل مع المتطلبات الطارئة.			
غير موافق	موافق	محايد	الفقرات	الرقم	
	10	تعمل الشركة باستمرار على تطوير خدماتها.			التحسين المستمر للخدمات
	11	تستفيد الشركة من ملاحظات العاملين في تحسين الخدمات.			
	12	يتم تطبيق التحسينات بصورة مستمرة على العمليات الخدمية.			

<https://forms.gle/gz3v8kSr5N57xrQc8>