



كلية الإدارة

قسم/ تخصص ماجستير إدارة الأعمال

عنوان الدراسة

أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات
دراسة تطبيقية على مديري المنتجات الرقمية في المملكة العربية السعودية

إعداد: فيصل الجابر

التاريخ: 2026-07-10

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة 1.1

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأصبح الذكاء الاصطناعي التوليدي من أبرز التقنيات الحديثة التي أحدثت تحولًا في العديد من المجالات، لما يمتلكه من قدرة على إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين كفاءة الأعمال. وقد دفع هذا التطور العديد من المنظمات إلى تبني هذه التقنيات بهدف رفع الإنتاجية وتعزيز الابتكار، وتحسين جودة العمليات والخدمات.

وفي ظل هذا التطور، برزت إدارة المنتجات الرقمية كأحد المجالات التي تأثرت بشكل مباشر بتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث أصبح مديرو المنتجات يستخدمون هذه التقنيات في تحليل احتياجات العملاء، وصياغة متطلبات المنتجات، وإعداد وثائق العمل، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات المتعلقة بتطوير المنتجات وتحسين تجربة المستخدم. ورغم التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل المنظمات، إلا أن مدى تأثيره على أداء إدارة المنتجات لا يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسة، خاصة في البيئة السعودية، في ظل التوجه المتزايد نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي.

ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات لدى مديري المنتجات الرقمية في المملكة العربية السعودية، بما يساهم في تقديم نتائج يمكن الاستفادة منها على المستويين العملي والتطبيقي.

مشكلة الدراسة 1.2

شهدت المنظمات خلال السنوات الأخيرة توسعًا ملحوظًا في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وأصبح استخدامها يمتد إلى العديد من الوظائف الإدارية والتقنية، ومن بينها إدارة المنتجات الرقمية. ورغم هذا التوسع، لا يزال مدى تأثير تبني هذه التقنيات على أداء إدارة المنتجات غير واضح بصورة كافية، خاصة في البيئة السعودية، حيث تختلف مستويات تبني الذكاء الاصطناعي بين المنظمات، كما تختلف آليات توظيفه في الممارسات اليومية لمديري المنتجات.

كما أن معظم الدراسات السابقة تناولت الذكاء الاصطناعي من منظور عام، أو ركزت على أثره في التحول الرقمي أو تحسين الأداء المؤسسي، بينما لم تحظ العلاقة بين تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي وأداء إدارة المنتجات باهتمام كافٍ، مما يشير إلى وجود فجوة بحثية تستدعي الدراسة.

وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى التعرف على أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات لدى مديري المنتجات الرقمية في المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة 1.3

أولاً: الأهمية العلمية

تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في تناولها أحد الموضوعات الحديثة المتمثل في الذكاء الاصطناعي التوليدي وعلاقته بأداء إدارة المنتجات، كما تسهم في إثراء الأدبيات العلمية وتوفير أساس يمكن أن تستفيد منه الدراسات المستقبلية، خاصة في البيئة السعودية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

تسهم نتائج الدراسة في دعم المنظمات ومديري المنتجات في فهم أثر استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي على ممارسات إدارة المنتجات، بما يساعد على تحسين الأداء ودعم اتخاذ القرار وتعزيز الاستفادة من التقنيات الحديثة.

أهداف الدراسة 1.4

الهدف الرئيسي :

دراسة أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات لدى مديري المنتجات الرقمية في المملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية :

- التعرف على مستوى تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى مديري المنتجات الرقمية
- التعرف على أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات
- التعرف على أبرز مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في ممارسات إدارة المنتجات
- تقديم توصيات تسهم في تعزيز الاستفادة من الذكاء الاصطناعي التوليدي في إدارة المنتجات

أسئلة الدراسة 1.5

السؤال الرئيسي:

ما أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات لدى مديري المنتجات الرقمية في المملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية :

- ما مستوى تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى مديري المنتجات الرقمية؟
- ما أثر تبني الذكاء الاصطناعي التوليدي على أداء إدارة المنتجات؟
- ما أبرز مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في ممارسات إدارة المنتجات؟
- ما التوصيات التي يمكن أن تسهم في تعزيز الاستفادة من الذكاء الاصطناعي التوليدي في إدارة المنتجات؟