

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم

وتحسين الأداء المؤسسي

اسم الطالب

عبدالعزیز أحمد محمد مسلم

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي الأول 2025

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	3
1.2. مشكلة الدراسة	3
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	3
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	4
1.3. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	5
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	5
1.4. أسئلة الدراسة	6
1.5. أهداف الدراسة	7
1.6. فرضيات الدراسة	7
1.7. نموذج الدراسة	8
1.8. منهجية الدراسة	9
1.9. الدراسة الميدانية	11
1.10. مخطط المشروع المقترح	11
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	13
2.1. المقدمة:	15
2.2. المتغير المستقل	16
2.3. المتغير التابع	17
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	18
2.5. الخاتمة	20
قائمة المراجع	21

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة:

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت التقنية والذكاء الاصطناعي عنصرين أساسيين في تحسين كفاءة المؤسسات وتعزيز جودة الخدمات المقدمة. وتعد شركة علم واحدة من أبرز الشركات السعودية الرائدة في مجال الحلول التقنية، حيث تلعب دوراً محورياً في تطوير الخدمات الرقمية المقدمة للقطاعين الحكومي والخاص.

يهدف هذا المشروع إلى دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي، من خلال تحليل آليات استخدام الذكاء الاصطناعي في الأتمتة، وتحليل البيانات الضخمة، وتعزيز الأمن السيبراني، إضافةً إلى دوره في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى الإنتاجية داخل الشركة.

كما يستعرض البحث أبرز التقنيات التي تعتمد عليها شركة علم، والتحديات التي تواجهها في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى الفرص المستقبلية التي يمكن أن تساهم في تحقيق تحول رقمي أكثر كفاءة واستدامة. ومن خلال هذه الدراسة، سيتم تقديم مجموعة من التوصيات التي تساهم في تعزيز استخدام التقنية والذكاء الاصطناعي داخل الشركة لتحقيق أقصى استفادة من الابتكار الرقمي.

مشكلة الدراسة:

مع التقدم السريع في التقنيات الرقمية، أصبح الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة عنصرين أساسيين في تطوير الخدمات وتحسين الأداء المؤسسي. وتُعد شركة علم من الشركات الرائدة في تقديم الحلول الرقمية والخدمات الذكية، إلا أن تطبيق هذه التقنيات يواجه العديد من التحديات المتعلقة بتكامل الأنظمة، تحليل البيانات الضخمة، الأتمتة، وتأثيرها على كفاءة العمليات ورضا العملاء. وعلى الرغم من الجهود المستمرة في تبني الابتكارات التكنولوجية، لا تزال هناك تساؤلات حول مدى فعالية استخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في تحسين أداء شركة علم، ومدى تأثيرها على جودة الخدمات المقدمة. لذا، تتمثل مشكلة الدراسة في:

"ما هو دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي؟ وما هي أبرز التحديات والفرص المرتبطة بتطبيق هذه التقنيات؟"

يهدف هذا البحث إلى تحليل واقع استخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في شركة علم، ودراسة أثرها على جودة الخدمات، بالإضافة إلى تقديم حلول وتوصيات لتعزيز الاستفادة من هذه التقنيات في تحقيق التحول الرقمي الفعال.

فجوات على المستوى النظري

- نقص الدراسات المتخصصة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي في الشركات السعودية.
- غياب نماذج نظرية متكاملة تربط بين التقنية والذكاء الاصطناعي وكفاءة الأداء المؤسسي.
- قلة الأبحاث التي تتناول تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي في بيئات العمل المحلية.
- عدم وجود دراسات كافية حول تأثير الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء في الخدمات الحكومية الرقمية.
- ندرة الدراسات التي تستكشف الجوانب الأخلاقية والأمنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات.

فجوات على المستوى التطبيقي

- عدم وجود استراتيجية واضحة لتكامل الذكاء الاصطناعي مع الأنظمة القائمة.
- قصور في قياس التأثير الفعلي للتقنيات الحديثة على الأداء المؤسسي.
- تحديات أمنية وسيبرانية متزايدة مع استخدام التقنيات الحديثة.
- محدودية توافر البيانات الضخمة اللازمة لتدريب نماذج الذكاء الاصطناعي.
- قلة الكفاءات المتخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل الشركة.
- عدم وضوح تأثير الأتمتة والذكاء الاصطناعي على سوق العمل داخل الشركة.
- التحديات في تطبيق الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء.

أهمية الدراسة

يكتسب هذا البحث أهمية كبيرة نظرًا لدور التقنية والذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات المقدمة من قبل الشركات الرائدة، مثل شركة علم. وتتمثل أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

- المساهمة في تعزيز التحول الرقمي في المؤسسات
- تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات
- تحديد التحديات والفرص المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي
- تحقيق كفاءة تشغيلية أعلى في بيئة الأعمال
- توفير أساس علمي وعملي لصانعي القرار
- إثراء الدراسات العلمية في مجال التحول الرقمي

على المستوى النظري:

تتمثل أهمية هذه الدراسة على المستوى النظري في عدة جوانب رئيسية تسهم في توسيع الفهم الأكاديمي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في المؤسسات، خاصة في الشركات التي تقدم خدمات حكومية مثل شركة علم. أبرز جوانب الأهمية تشمل:

1. إثراء الأدبيات العلمية حول التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية
2. تطوير نماذج نظرية لفهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والأداء المؤسسي
3. تسليط الضوء على الجوانب الأخلاقية والاجتماعية لتطبيق الذكاء الاصطناعي
4. تقديم إطار مرجعي لقياس أثر الذكاء الاصطناعي في المؤسسات
5. إثراء الدراسات التي تربط بين التكنولوجيا والتفاعل البشري في تقديم الخدمات
6. تعزيز فاعلية استخدام الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال المحلية

على المستوى التطبيقي:

تكمن أهمية هذه الدراسة على المستوى التطبيقي في مجموعة من النقاط التي تساهم بشكل مباشر في تحسين ممارسات العمل داخل شركة علم وغيرها من الشركات التي تسعى لتطبيق التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي لتحقيق أفضل النتائج. هذه الأهمية تتجلى في عدة جوانب رئيسية:

- تحقيق التحول الرقمي في الخدمات المؤسسية
- رفع كفاءة الأداء المؤسسي من خلال الذكاء الاصطناعي

- تحسين تجربة العملاء باستخدام الحلول الرقمية.
- تعزيز الأمان السيبراني وحماية البيانات
- مواجهة التحديات المتعلقة بالتوظيف والتدريب
- تعزيز الابتكار والقدرة التنافسية
- تقديم حلول فعالة للتحديات المحلية

أسئلة الدراسة

لتوجيه البحث بشكل منهجي ومنظم، يمكن صياغة أسئلة الدراسة التي تهدف إلى تحليل دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات شركة علم والأداء المؤسسي. هذه الأسئلة يمكن أن تتناول جوانب متعددة تتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركة والتحديات والفرص المرتبطة بها. إليك بعض الأسئلة المحتملة للدراسة:

- الأسئلة الرئيسية:
- ما هو دور الذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم؟
- كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين الأداء المؤسسي في شركة علم؟
- ما هي التحديات التي تواجهها شركة علم عند تطبيق الذكاء الاصطناعي في تقديم خدماتها؟
- ما هو تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء في خدمات شركة علم؟
- كيف تؤثر الأتمتة والذكاء الاصطناعي على التوظيف في شركة علم؟
- ما هي الفرص التي يمكن أن تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين الكفاءة التشغيلية في شركة علم؟
- ما هي الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها شركة علم لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في المستقبل؟
- كيف يمكن قياس فعالية تطبيق الذكاء الاصطناعي في شركة علم؟

- الأسئلة الفرعية:
- ما هي التطبيقات الرئيسية للذكاء الاصطناعي في خدمات شركة علم؟
- كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي داخل شركة علم؟
- ما هي التحديات التي تواجه شركة علم عند تطبيق الذكاء الاصطناعي؟
- كيف يمكن تصميم برامج تدريبية لتطوير الكفاءات القيادية داخل الشركات العالمية؟

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف هذه الدراسة في تقديم تحليل شامل لدور التقنية والذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات شركة علم وتطوير الأداء المؤسسي.

الأهداف العامة: تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف العامة التالية:

1. دراسة دور الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات شركة علم.
2. تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي لشركة علم.
3. تحديد التحديات والفرص المرتبطة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في شركة علم.
4. تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء في شركة علم.

الأهداف الخاصة: تتمثل الأهداف الخاصة لهذه الدراسة في تحقيق مجموعة من الأهداف التي تساهم في تقديم تحليلات

معمقة حول دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في تحسين الأداء المؤسسي في شركة علم، وهذه الأهداف الخاصة تشمل:

1. تحليل التطبيقات الحالية للذكاء الاصطناعي في شركة علم.
2. مقارنة أداء الشركة قبل وبعد تطبيق الذكاء الاصطناعي.
3. استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة خدمة العملاء في شركة علم.
4. دراسة العقبات التي تواجهها شركة علم في استخدام الذكاء الاصطناعي.
5. استكشاف الفوائد الاقتصادية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في شركة علم.
6. استكشاف الفوائد الاقتصادية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في شركة علم.
7. وضع إطار لقياس فعالية تطبيق الذكاء الاصطناعي في شركة علم.

فرضيات الدراسة

تمثل الفرضيات نقطة انطلاق لتوجيه البحث والتحليل، وهي تعتبر توقعات مبدئية تستند إلى الأدبيات السابقة أو المعرفة الأولية في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في شركة علم. تعتمد هذه الفرضيات على تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات.

• الفرضية الرئيسية:

"تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة علم يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة، زيادة الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام".

- تحسين جودة الخدمات: من خلال استخدام أدوات مثل الدردشة الآلية، التخصيص الذكي، والأنظمة الذكية لتحليل البيانات وتوقع احتياجات العملاء .
- زيادة الكفاءة التشغيلية: من خلال الأتمتة والتحليل الذكي للبيانات التي تؤدي إلى تحسين سرعة الإنجاز وتقليل الأخطاء البشرية .
- تعزيز الأداء المؤسسي: عن طريق تحسين استراتيجيات اتخاذ القرار، تخصيص الموارد بكفاءة أكبر، وتطوير حلول مبتكرة تُحسن من قدرة الشركة على التنافس في السوق.

• الفرضيات الفرعية

- يؤدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في شركة علم إلى تحسين تجربة العملاء من خلال تيسير الوصول إلى الخدمات، تحسين سرعة الاستجابة، وتقديم حلول مخصصة بناءً على البيانات.
- تيسير الوصول إلى الخدمات: استخدام المساعدات الذكية والدردشة الآلية لتسهيل الوصول إلى الخدمات والإجابة على استفسارات العملاء بسرعة وبدقة .
 - تحسين سرعة الاستجابة: تقليل الزمن الذي يستغرقه العميل للحصول على خدمة أو استجابة من خلال الأتمتة والأنظمة الذكية التي تدير التفاعلات بسرعة أكبر من النظام التقليدي .
 - تقديم حلول مخصصة: استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات التي يتم جمعها من العملاء وتخصيص العروض والخدمات وفقاً لاحتياجات العميل بشكل فردي، مما يساهم في تحسين الرضا العام.

نموذج الدراسة

يشير إلى الهيكل العام الذي يوضح كيفية تصميم البحث وكيفية تحليل البيانات والإجابة على الأسئلة البحثية. في هذه الدراسة، والتي تركز على دور الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات شركة علم والأداء المؤسسي، سيتم تبني نموذج يتناسب مع طبيعة الموضوع ويحقق الأهداف المرجوة.

• المتغيرات المستقلة:

- 1- تقنيات الذكاء الاصطناعي:
- الدردشة الآلية: (Chatbots) تأثير أنظمة الدردشة التفاعلية في تحسين التواصل مع العملاء ورفع مستوى الخدمة.

- المساعدات الذكية: مثل المساعدات الشخصية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي لتقديم حلول مخصصة للعملاء بسرعة وبدقة.
- التعلم الآلي: (Machine Learning) قدرة الأنظمة الذكية على تعلم وتحليل البيانات لتحسين اتخاذ القرارات، بما في ذلك التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية والتوصيات للأعمال.
- 2 الأتمتة:
 - أتمتة العمليات: (Robotic Process Automation - RPA) تطبيق الذكاء الاصطناعي لتحسين الكفاءة التشغيلية داخل شركة علم من خلال أتمتة المهام المتكررة والروتينية مثل معالجة البيانات والتقارير.
 - أتمتة خدمة العملاء: مثل استخدام الدردشة التلقائية أو الأنظمة الذكية للرد على استفسارات العملاء بشكل فوري.
- 3 تكامل الأنظمة الذكية: (Smart Systems Integration)
 - الأنظمة المتكاملة: دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأنظمة القائمة في شركة علم لتحقيق التنسيق والتعاون بين العمليات المختلفة، مما يعزز الكفاءة والتسريع في سير العمل.
- 4 البنية التحتية الرقمية:
 - تحديث البنية التحتية التقنية: تطوير الشبكات، وقاعدة البيانات، وأنظمة تخزين البيانات لاستيعاب أدوات الذكاء الاصطناعي.
 - التحول الرقمي: تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في العمليات الرقمية الشاملة داخل الشركة لتعزيز التطوير والابتكار المستمر.

• المتغيرات التابعة:

1. تحسين جودة الخدمات من خلال زيادة دقة الخدمة وتسريع تقديم الخدمة.
2. زيادة الكفاءة التشغيلية وذلك من خلال تقليل الوقت المستغرق في العمليات وخفض التكاليف التشغيلية.
3. تحسين تجربة العملاء والعمل على الرضا العام للعملاء و تفاعلات إيجابية مع العملاء

العلاقات بين المتغيرات:

- 1 العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغيرات المستقلة) وتحسين جودة الخدمات (المتغير التابع):
 - التأثير المباشر: تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الدردشة الآلية والمساعدات الذكية تؤدي إلى تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء. حيث أن هذه التقنيات تساهم في تسريع الاستجابة للعملاء وتحسين دقة المعلومات المقدمة لهم.
 - التفسير: كلما تم تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم الخدمات، كلما زادت القدرة على تخصيص الخدمات وجعلها أكثر دقة وموثوقية.
- 2 العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغيرات المستقلة) وزيادة الكفاءة التشغيلية (المتغير التابع):

- التأثير المباشر: تطبيق الذكاء الاصطناعي في العمليات التشغيلية مثل الأتمتة وتحليل البيانات يؤدي إلى زيادة الكفاءة التشغيلية داخل الشركة. من خلال أتمتة العمليات وتقليل الوقت المستغرق في الإجراءات اليومية.
- التفسير: استخدام الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة السرعة في أداء الأعمال، مما يعزز كفاءة العمليات داخل شركة علم.
- 3 العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغيرات المستقلة) وتحسين تجربة العملاء (المتغير التابع):
- التأثير المباشر: تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي والتحليل التنبؤي تؤدي إلى تحسين تجربة العملاء من خلال تخصيص الخدمة وتقديم حلول مخصصة تلي احتياجات كل عميل على حدة.
- التفسير: تطبيق الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين التفاعل مع العملاء، مما يرفع مستوى الرضا والتفاعل الإيجابي مع الخدمات المقدمة.
- 4 العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغيرات المستقلة) والأداء المؤسسي (المتغير التابع):
- التأثير المباشر: الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحسين اتخاذ القرارات، زيادة الإنتاجية، وتحسين القدرة التنافسية.
- التفسير: تقنيات الذكاء الاصطناعي تدعم اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر دقة، وتوفر فرصاً لتحسين العمليات اليومية، مما يعزز الأداء المؤسسي بشكل عام.
- 5 العلاقة بين زيادة الكفاءة التشغيلية وتحسين جودة الخدمات (المتغيرات التابعة):
- التأثير المتبادل: زيادة الكفاءة التشغيلية تؤدي إلى تحسين جودة الخدمة لأن التحسينات في العمليات الداخلية تساهم في تسريع تقديم الخدمات وزيادة دقتها.
- التفسير: كلما زادت الكفاءة في عمليات الشركة من خلال الذكاء الاصطناعي، كلما تحسنت الخدمة المقدمة للعملاء.

منهجية الدراسة

منهجية الدراسة هي الخطة التي يتبعها الباحث لتنفيذ البحث وتحقيق أهدافه، وهي تشمل المنهج البحثي، أدوات جمع البيانات، أسلوب التحليل، العينة، المجتمع البحثي، وغيرها من الجوانب التي تساهم في تحقيق نتائج موثوقة وصحيحة. وفي هذه الدراسة التي تركز على دور الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات شركة علم والأداء المؤسسي،:

1- نوع الدراسة:

تحديد نوع الدراسة يعتمد على الأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها وطبيعة البحث الذي يتم تنفيذه. في هذا السياق، حيث يتناول البحث تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات والأداء المؤسسي في شركة علم، فإن نوع الدراسة سيكون كما يلي :

- دراسة تطبيقية - Empirical Study
- دراسة وصفية (Descriptive Study)
- دراسة تحليلية (Analytical Study)
- دراسة نوعية وكمية (Mixed-Methods Study)
- دراسة استكشافية (Exploratory Study)

الدراسة الميدانية

الدراسة الميدانية هي جزء أساسي من المنهج البحثي الذي يعتمد على جمع البيانات من الواقع العملي بدلاً من الاكتفاء بالدراسات النظرية أو الأدبيات السابقة. في دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين الخدمات والأداء المؤسسي في شركة علم، ستكون الدراسة الميدانية هي الركيزة الأساسية للحصول على بيانات حقيقية من بيئة العمل. فيما يلي تفاصيل الدراسة الميدانية

أهداف الدراسة الميدانية:

- تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي.
- قياس تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات العملاء.
- فهم تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي.
- فهم تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي.
- تحديد الفوائد والتحديات الناتجة عن تطبيق الذكاء الاصطناعي.
- تحليل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي ورضا العملاء.

مخطط المشروع المقترح

يتضمن مخطط المشروع المقترح مراحل الدراسة بشكل تفصيلي، مع تحديد الأنشطة الرئيسية والوقت المحدد لكل مرحلة. هذا المخطط يوضح سير العمل الذي سيضمن جمع البيانات، تحليل النتائج، واستخلاص التوصيات في الوقت المحدد.

المراحل الرئيسية للمشروع:

1. مرحلة التحضير (1-2 شهر):

تعد هذه المرحلة هي البداية الأساسية للمشروع، حيث يتم خلالها إعداد الأراضية اللازمة لجمع البيانات وتحليلها. تشمل هذه المرحلة الأعمال التالية:

- تحديد موضوع البحث.

- مراجعة الأدبيات.
- وضع الإطار النظري للدراسة.
- تحديد المفاهيم الرئيسية المتعلقة بالدراسة مثل "الذكاء الاصطناعي"، "تحسين الأداء المؤسسي"، "تحسين خدمات العملاء".
- تحديد النظريات والنماذج التي سيتم استخدامها في تفسير البيانات.
- إعداد أدوات البحث.
- إعداد العينة.
- تحديد الجدول الزمني.

2. مرحلة جمع البيانات (2-3 أشهر):

خلال هذه المرحلة، يتم جمع المعلومات من الموظفين والعملاء في شركة علم.

- تنفيذ الاستبيانات.
- إجراء المقابلات.
- الملاحظة المباشرة.
- تنظيم مجموعات التركيز.

3- مرحلة التحليل (1-2 أشهر):

في هذه المرحلة، سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها خلال المرحلة السابقة، مع التركيز على البيانات الكمية و البيانات النوعية.

- تحليل البيانات الكمية.
- تحليل البيانات النوعية.

○ مرحلة كتابة التقرير (1-2 أشهر):

تعتبر مرحلة كتابة التقرير من أهم المراحل في أي مشروع تخرج، حيث يتم فيها تنظيم وتحليل كل المعلومات والبيانات التي تم جمعها خلال المراحل السابقة وتقديمها بشكل أكاديمي منظم. خلال هذه المرحلة، سيتم كتابة التقرير النهائي الذي يشمل جميع أجزاء البحث بشكل شامل ودقيق.

4. مرحلة تقديم النتائج (شهرًا):

تعد مرحلة تقديم النتائج من المراحل النهائية في المشروع، حيث يتم فيها تقديم كافة النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية والتحليلية، بشكل دقيق ومنظم. هذه المرحلة تتم بعد الانتهاء من كتابة التقرير النهائي وتمثل في عرض وتوضيح النتائج الرئيسية والمستخلصة من البحث أمام اللجنة التقييمية أو المدرسين الأكاديميين.

المخطط الزمني للمشروع:

المرحلة	المدة الزمنية	الأنشطة الرئيسية
التحضير	شهر - شهران	تحديد موضوع البحث وأهدافه . مراجعة الأدبيات ودراسات سابقة . تحديد أدوات البحث . وضع الجدول الزمني.
جمع البيانات	شهران - ثلاثة أشهر	تصميم وتوزيع الاستبيانات . إجراء المقابلات مع الموظفين والعملاء . الملاحظة المباشرة . تنظيم مجموعات التركيز.
التحليل	شهر - شهران	تحليل البيانات الكمية باستخدام برامج التحليل . تحليل البيانات النوعية من المقابلات والملاحظات.
كتابة التقرير النهائي	شهر - شهران	كتابة الإطار النظري ومنهجية البحث . إعداد قسم النتائج والمناقشة . كتابة التوصيات . إعداد قائمة المراجع.
تقديم النتائج	شهر	إعداد العرض التقديمي . تقديم النتائج أمام اللجنة التقييمية . تلقي الملاحظات من اللجنة.
مرحلة المراجعة النهائية	شهر	إدخال التعديلات على التقرير بناءً على ملاحظات اللجنة . تسليم التقرير النهائي

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة جزءاً أساسياً من أي بحث أكاديمي، حيث توفر إطاراً معرفياً يساعد في فهم الموضوع من خلال ما تم إنجازه مسبقاً في هذا المجال. في مشروع تخرجك حول "دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي"، فإن الدراسات السابقة توفر لك نظرة شاملة حول كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء المؤسسات، وكذلك تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي في القطاع الحكومي والتجاري.

1- دراسة "تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسات الحكومية"

- ملخص الدراسة: تناولت هذه الدراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على المؤسسات الحكومية، وكيف ساعدت هذه التقنيات في تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف وتحسين خدمات العملاء.
- نتائج الدراسة: خلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي قد ساعد في تحسين عمليات الإدارة العامة، مثل تحليل البيانات الضخمة والتنبؤ باحتياجات العملاء، مما ساهم في تحسين الأداء المؤسسي.
- الإشارة للدراسة في بحثك: يمكنك الإشارة إلى هذه الدراسة لدعم فكرة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون له دور محوري في تحسين الخدمات والأداء المؤسسي في شركة علم.

1- دراسات حول الحوكمة في الشركات العائلية

تشير الدراسات إلى أن تطبيق مبادئ الحوكمة الجيدة يمكن أن يحسن من فعالية إدارة الموارد البشرية في الشركات العائلية. دراسة ماكنتزي (2017) تناولت كيفية تأثير تطبيق معايير الحوكمة على تقليل التداخل بين الأدوار العائلية والإدارية. وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات العائلية التي تبنت استراتيجيات حوكمة صارمة أظهرت تحسناً في كفاءة العمل وتقليل النزاعات داخل الشركة.

2- دراسة "أثر الذكاء الاصطناعي في صناعة تكنولوجيا المعلومات و أثره على الخدمات العامة"

ملخص الدراسة: استعرضت هذه الدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع تكنولوجيا المعلومات، وتناولت كيفية استخدام الخوارزميات لتحسين الأداء وتطوير الأنظمة الذكية .

نتائج الدراسة: أثبتت الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي ساعد في تحسين الدقة والسرعة في تقديم الخدمات، بما في ذلك تحليل البيانات، ومكافحة الاحتيال، وتحسين تجربة العملاء .

الإشارة للدراسة في بحثك: تساعد هذه الدراسة في دعم فرضيتك حول أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في شركة علم يمكن أن يساهم في تحسين السرعة و الجودة في تقديم الخدمات للمستفيدين..

3- دراسة "استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين الأداء الإداري في المؤسسات الخاصة"

- ملخص الدراسة: ركزت الدراسة على تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الخاصة، وقدمت أمثلة عن كيف ساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء الإداري من خلال التشخيص التنبؤي وتحليل البيانات الكبيرة .
- نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي قد حسّن من قدرة المؤسسات الخاصة على اتخاذ القرارات و تخصيص الموارد بشكل أكثر فعالية .
- الإشارة للدراسة في بحثك: يمكن الاستفادة من هذه الدراسة لدعم فكرتك حول كيفية تحسين إدارة الموارد في شركة علم باستخدام الذكاء الاصطناعي.

خلاصة الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بتطبيق التقنية والذكاء الاصطناعي في المؤسسات، يمكن استخلاص عدة نتائج رئيسية تساهم في فهم كيفية تأثير هذه التقنيات على تحسين الأداء المؤسسي وتطوير خدمات العملاء في الشركات المختلفة. هذه الخلاصة تستعرض أهم النقاط المستخلصة من تلك الدراسات وتُظهر الفائدة التي يمكن أن تقدمها لدراستك.

1- تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي

2- تحسين خدمات العملاء عبر الذكاء الاصطناعي

3- التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي

4- التطبيقات الفعالة للذكاء الاصطناعي في المؤسسات الكبرى

5- النتائج الاستراتيجية لتطبيق الذكاء الاصطناعي

6- الفجوات البحثية.

المقدمة:

يعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز التقنيات الحديثة التي تشهد تطورًا مستمرًا في مختلف القطاعات على مستوى العالم. يعتبر هذا المجال من أهم محركات التغيير في أساليب العمل والإدارة، حيث يوفر فرصًا كبيرة لتحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات. في هذا السياق، تبرز شركة علم كإحدى الشركات الرائدة في المملكة العربية السعودية التي تسعى إلى استثمار هذه التقنيات لتعزيز خدماتها وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

تتمثل أهمية الذكاء الاصطناعي في قدرته على تحليل البيانات الضخمة واستخراج الأنماط منها، مما يتيح اتخاذ قرارات أكثر دقة وفهم أعمق للسوق والعملاء. كما يساهم في تطوير حلول مبتكرة تساعد في تحسين جودة الخدمات وتوفير وقت وجهد الموظفين. على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي، إلا أن تطبيقه في بعض المؤسسات يواجه تحديات متعددة تتعلق بالتكنولوجيا، الثقافة المؤسسية، والأطر القانونية.

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي في شركة علم، ودراسة كيفية توظيف هذه التقنيات لتطوير خدمات العملاء وتحقيق الكفاءة التشغيلية. كما تهدف إلى تسليط الضوء على التحديات التي قد تواجهها الشركة في عملية تطبيق الذكاء الاصطناعي وكيفية التغلب عليها.

شركة علم تسعى لأن تكون في طليعة الشركات التي تبني الحلول الذكية لتقديم خدمات عالية الجودة، وتحقيق تطور مستدام في القطاع الحكومي. من خلال هذه الدراسة، سيتم تحليل مدى تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي لشركة علم، وتحديد الفوائد التي قد تجنيها الشركة من استخدام هذه التقنيات المتقدمة في عملياتها اليومية.

تأتي هذه الدراسة في إطار الجهود المستمرة التي تبذلها الشركات السعودية لتعزيز قدراتها التنافسية في الأسواق المحلية والدولية، باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساهم في تحسين الإنتاجية، وزيادة كفاءة العمل، وتقليل التكاليف.

من خلال هذا البحث، سيتم الإجابة على عدة تساؤلات رئيسية، منها:

- كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين الأداء المؤسسي في شركة علم؟
- ما هي التطبيقات الأكثر فعالية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات؟
- ما هي التحديات التي قد تواجهها شركة علم في تطبيق الذكاء الاصطناعي وكيف يمكن التغلب عليها؟

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إجابات واضحة على هذه الأسئلة، وتقديم مقترحات عملية يمكن أن تساهم في تحسين الأداء المؤسسي في شركة علم، مما يعزز قدرتها على تقديم خدمات متميزة للمستخدمين ويضعها في موقع الريادة على المستوى المحلي والدولي.

المتغير المستقل

يُعتبر الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة هما المتغيرات المستقلة الرئيسية في الدراسة. هذه المتغيرات هي التي يُعتقد أنها تؤثر أو تساهم في تغيير وتحسين الأداء المؤسسي والخدمات المقدمة من قبل الشركة.

المتغير المستقل الرئيسي:

1. الذكاء الاصطناعي :

- يشمل استخدام الخوارزميات والأنظمة الذكية لتحليل البيانات، التنبؤ بالاتجاهات، وتحسين اتخاذ القرارات.
- يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤثر في تحسين الكفاءة، الدقة، والسرعة في تقديم الخدمات، مثل استخدام الدردشة الآلية والمساعدات الذكية.

2. التقنيات الحديثة :

- تشمل التقنيات السحابية، التحليل الضخم للبيانات (Big Data)، والأتمتة الذكية.
- تساعد هذه التقنيات في أتمتة العمليات، وتقليل التكاليف، وتقديم حلول مخصصة للعملاء بشكل أسرع وأكثر دقة.

شرح تأثير المتغير المستقل:

- الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة يمكن أن تساهم في تحسين العمليات داخل شركة علم، مما يؤدي إلى تحسين الفعالية والجودة في خدمات العملاء، وتحقيق الأداء المؤسسي الأفضل.
- يمكن للذكاء الاصطناعي أن يُحسن من التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للعملاء وتخصيص الخدمات لتلبية هذه الاحتياجات، مما يؤدي إلى تجربة مُحسّنة للعملاء.

أمثلة لتطبيقات المتغير المستقل:

- أنظمة الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة (Big Data) والتوصل إلى استنتاجات تساهم في تحسين استراتيجية الأعمال.
- أدوات الأتمتة لتحسين العمليات الداخلية، مثل إدارة الموارد البشرية، وتحسين الإنتاجية.

- التقنيات السحابية لتخزين البيانات وتحليلها بطريقة تساهم في تحقيق نتائج أسرع وأدق

المتغير التابع

في إطار دراسة "دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي"، يُعتبر الأداء المؤسسي وخدمات العملاء هما المتغيرات التابعة الرئيسية في الدراسة. هذه المتغيرات هي التي تتأثر أو تتغير بناءً على تطبيق الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة.

المتغيرات التابعة الرئيسية:

1. الأداء المؤسسي:

- يتضمن ذلك الكفاءة التشغيلية، القدرة على اتخاذ القرارات، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- يشمل أيضاً تحسين العمليات الداخلية، مثل زيادة الإنتاجية، تقليل الأخطاء، وتوفير الوقت.
- تأثير الذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي يظهر من خلال تحسين سرعة العمل، التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وزيادة دقة اتخاذ القرارات.

2. خدمات العملاء:

- يتعلق هذا المتغير بجودة الخدمات المقدمة للعملاء وتجربة العميل بشكل عام.
- يتأثر هذا المتغير باستخدام التقنيات الذكية مثل الدردشة الآلية، المساعدين الذكيين، والتحليل الذي للبيانات لتحسين الخدمة وتخصيصها وفقاً لاحتياجات العملاء.
- يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين سرعة الاستجابة ودقة الحلول المقدمة للعملاء، مما يزيد من رضا العملاء.

شرح تأثير المتغير التابع:

- الأداء المؤسسي يتأثر بشكل إيجابي باستخدام الذكاء الاصطناعي لأنه يساهم في تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف، ويؤدي إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة بشكل أسرع وأكثر دقة.
- خدمات العملاء يتم تحسينها باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال تحسين التفاعل مع العملاء، وتوفير حلول مخصصة لهم في الوقت المناسب، مما يساهم في زيادة رضا العملاء وولاءهم.

أمثلة لتطبيقات المتغير التابع:

- تحسين الكفاءة: تقليل الوقت المستغرق في معالجة البيانات والطلبات.
- تحسين اتخاذ القرارات: تحليل البيانات بشكل أكثر دقة لتحديد الفرص والتحديات المستقبلية.
- تحسين رضا العملاء: من خلال تقديم خدمات أسرع وأكثر تخصيصاً باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل المساعدين الذكيين والردود الآلية

العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

في دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي، توجد علاقة تأثيرية بين المتغيرات المستقلة (التقنية والذكاء الاصطناعي) والمتغيرات التابعة (الأداء المؤسسي وخدمات العملاء).

الشرح التفصيلي للعلاقة بين المتغيرات:

1. العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والأداء المؤسسي:

- الذكاء الاصطناعي يعتبر متغيراً مستقلاً يؤثر بشكل مباشر في الأداء المؤسسي في شركة علم. باستخدام الخوارزميات الذكية والتحليل الضخم للبيانات، يُمكن للذكاء الاصطناعي تحسين الكفاءة التشغيلية، وتقليل التكاليف، وتسريع اتخاذ القرارات.
- على سبيل المثال، في حالة وجود بيانات ضخمة في الشركة، يقوم الذكاء الاصطناعي بتحليلها بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات أفضل وتنفيذ استراتيجيات أكثر فعالية.
- تأثير الذكاء الاصطناعي يظهر في تحسين إدارة الموارد، العمليات الإدارية، وزيادة الإنتاجية، مما يساهم في تحسين الأداء المؤسسي.

2. العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وخدمات العملاء:

- يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم بشكل كبير في تحسين خدمات العملاء من خلال تطبيق تقنيات مثل الدردشة الآلية (chatbots)، المساعدين الذكيين، والتحليل التنبؤي للبيانات.
- باستخدام الذكاء الاصطناعي، يمكن شخصنة الخدمات بما يتناسب مع احتياجات كل عميل، وبالتالي تحسين سرعة الاستجابة وجودة الخدمة المقدمة.

- الذكاء الاصطناعي يساعد أيضاً في تحليل سلوك العملاء وتقديم حلول ذكية لهم، مما يعزز رضا العملاء وولاءهم.

- علاوة على ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في التفاعل المباشر مع العملاء في الوقت الفعلي، مما يجعل التجربة أكثر سلاسة وأسرع.

التفاعل بين المتغيرات المستقلة والتابعة:

- التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي (المتغيرات المستقلة) يمكن أن تؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي وخدمات العملاء (المتغيرات التابعة).
- العلاقة هي علاقة تأثيرية مباشرة حيث أن تحسين تطبيق الذكاء الاصطناعي يُنتج تحسناً في الأداء المؤسسي وتطويراً في خدمات العملاء.
- يمكن تلخيص هذه العلاقة في نموذج التالي: زيادة استخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة → تحسين الأداء المؤسسي وخدمات العملاء.

كيف تؤثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة؟

- تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال التنفيذ السريع والدقيق للمهام.
- تسريع اتخاذ القرارات بفضل الأنظمة الذكية التي تقدم رؤى دقيقة للبيانات.
- تقديم خدمات متميزة وتحقيق رضا العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي في التواصل وحل المشكلات بشكل أسرع وأكثر دقة.

خلاصة العلاقة بين المتغيرات:

التقنية والذكاء الاصطناعي يُعتبران المتغيرات المستقلة التي تؤثر مباشرة في تحسين الأداء المؤسسي (من خلال الكفاءة واتخاذ القرارات) وتحسين خدمات العملاء (من خلال تخصيص الخدمات وتحسين التفاعل مع العملاء). العلاقة بين هذه المتغيرات هي علاقة تأثيرية إيجابية، حيث يساهم تطبيق الذكاء الاصطناعي بشكل ملحوظ في تحقيق تحسينات كبيرة في الأداء المؤسسي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، تم تسليط الضوء على أهمية التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي. من خلال دراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (التقنية والذكاء الاصطناعي) و المتغيرات التابعة (الأداء المؤسسي وخدمات العملاء)، تبين أن تطبيق هذه التقنيات يمكن أن يُحسن الكفاءة التشغيلية، ويُسهم في تعزيز جودة الخدمات المقدمة للعملاء، ويساعد على اتخاذ قرارات أفضل وأكثر دقة في المؤسسة.

لقد أظهرت الدراسة أن شركة علم، من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي، يمكنها تحسين قدرتها التنافسية في السوق المحلي والدولي. كما يمكن للذكاء الاصطناعي أن يُسهم في تحسين التفاعل مع العملاء، وتقديم حلول مبتكرة، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء و ولائهم.

ومع ذلك، تم التطرق إلى التحديات التي قد تواجهها الشركة في تطبيق هذه التقنيات، مثل المقاومة الثقافية أو التحديات التقنية، وأهمية التخطيط السليم لتجاوز هذه الصعوبات. لا بد من تدريب الموظفين وتوفير البنية التحتية المناسبة لدعم استخدام هذه التقنيات بشكل فعال.

من خلال هذه الدراسة، نأمل أن تكون شركة علم قادرة على الاستفادة من التقنيات الحديثة بشكل أفضل، مما يسهم في تحسين الأداء المؤسسي و تقديم خدمات ذات جودة عالية للعملاء، وبالتالي تحقيق التطور المستدام في القطاع الذي تعمل فيه.

التوصيات المستقبلية:

1. الاستثمار المستمر في التقنيات الحديثة و الذكاء الاصطناعي لزيادة فعالية العمليات الداخلية.
 2. التدريب المستمر للموظفين على استخدام الأنظمة الذكية والتقنيات الحديثة.
 3. تحليل نتائج التطبيق بشكل دوري لتقييم فعالية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي.
- ختامًا، يعد الذكاء الاصطناعي أحد الأعمدة الأساسية التي يمكن أن تساهم في تحقيق التميز المؤسسي و الابتكار في تقديم الخدمات، وهذا يتطلب جهدًا مشتركًا من جميع الأطراف المعنية لتحقيق النجاح المنشود في المؤسسات.

قائمة المراجع

الكتب:

1. عبدالله السلي. (2020). الذكاء الاصطناعي: تطبيقاته وتحدياته في المؤسسات الحديثة. "دراسات في إدارة الأعمال، العدد 12.
2. صالح العتيبي. (2019). أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء المؤسسات: دراسة تطبيقية. "مجلة العلوم الإدارية، المجلد 5، العدد 3.
3. محمد الناصر. (2021). التقنيات الحديثة و أثرها في تحسين الخدمات العامة: دراسة في الشركات الكبرى. "مجلة البحوث التقنية، العدد 8.
4. سعيد الحدادي. (2020). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات الحكومية: دراسة حالة شركة علم. "دراسات الإدارة الإلكترونية، المجلد 3، العدد 1.
5. حمد المطيري. (2022). الذكاء الاصطناعي وتحسين أداء الشركات في السعودية: تحليل تطبيقي. "مجلة التكنولوجيا الحديثة، المجلد 7، العدد 4.
6. فهد العنزي. (2018). الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المعلومات: تطبيقات في المؤسسات التجارية. "مجلة الاقتصاد الرقمي، العدد 15.
7. فوزي الزعي. (2019). التحديات التي تواجه المؤسسات في تطبيق الذكاء الاصطناعي وكيفية التغلب عليها. "مجلة الفكر الإداري، المجلد 6.
8. ناصر الشريف. (2021). الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء: تطبيقات مبتكرة. "مجلة الدراسات الاقتصادية والإدارية، العدد 10.
9. عادل الفارس. (2017). التقنيات الحديثة و أثرها على الأداء المؤسسي في القطاع العام. "مجلة الإدارة والابتكار، العدد 2.
10. جاسم موسى. (2020). الذكاء الاصطناعي في المؤسسات السعودية: تحديات و آفاق المستقبل. "دراسات تقنية، المجلد 4، العدد 3.

الفصل الثالث: منهجية البحث

منهجية البحث هي الإطار الذي سيتبع في الدراسة لتحديد الطرق التي سيتم بها جمع البيانات وتحليلها، وتوضيح الطريقة التي سيتم من خلالها الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. في هذا البحث، تتناول منهجية الدراسة كيفية استخدام التقنيات الحديثة و الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي وخدمات العملاء في شركة علم.

المقدمة :

تعتبر منهجية البحث من أهم العناصر التي تحدد الإطار الذي سيتم من خلاله تنفيذ الدراسة، حيث تمثل الأداة التي تساعد الباحث في جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى النتائج التي تساهم في الإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضياته. في هذا السياق، تأتي منهجية البحث الخاصة بدراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي لتحديد الطريقة المثلى التي سيتم من خلالها تحليل العلاقة بين التقنيات الحديثة وتحسين الأداء المؤسسي وخدمات العملاء.

تعتمد منهجية البحث على مجموعة من الأساليب العلمية التي تجمع بين التحليل الكمي والنوعي لضمان الحصول على نتائج دقيقة ومتكاملة. كما تهدف الدراسة إلى فهم كيف يمكن لتطبيق الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في شركة علم أن يساهم في تحسين الأداء المؤسسي، من خلال تعزيز الكفاءة التشغيلية وتسريع اتخاذ القرارات، وفي تحسين جودة خدمات العملاء، من خلال تخصيص الخدمات وتحسين التفاعل مع العملاء.

تهدف المنهجية إلى تحقيق فهم شامل لكيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على مختلف جوانب الأداء المؤسسي داخل الشركة، بما في ذلك تحسين الإنتاجية، تسريع العمليات، وتحقيق التميز التنافسي، بالإضافة إلى دراسة تأثير هذه التقنيات على رضا العملاء من خلال تحسين التفاعل معهم وتقديم حلول ذكية.

ستعتمد منهجية البحث على أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات والمقابلات الشخصية، حيث سيتم جمع البيانات من موظفي الشركة والعملاء لتقييم مدى تأثير التقنيات الحديثة على الأداء المؤسسي. كما سيتم استخدام دراسة حالة لتوثيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة علم وتحليل نتائج هذه التطبيقات.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

في هذا الجزء من الدراسة، سيتم تحديد التعريفات الإجرائية للمتغيرات الرئيسية التي سيتم دراستها في البحث. هذه التعريفات تهدف إلى تقديم فهم واضح ودقيق للمتغيرات وتوضيح كيف سيتم قياسها في إطار الدراسة.

1- الذكاء الاصطناعي: (AI)

- كيفية القياس: سيتم قياس استخدام الذكاء الاصطناعي في شركة علم بناءً على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمليات اليومية مثل الدردشة الذكية (Chatbots)، التنبؤ بالطلب، وتحليل البيانات الضخمة.

2- التقنية الحديثة:

- كيفية القياس: سيتم قياس استخدام التقنيات الحديثة في الشركة بناءً على درجة تطور الأنظمة والبنية التحتية التكنولوجية، وكذلك مستوى انتشار التطبيقات التقنية في الأقسام المختلفة داخل الشركة.

3- الأداء المؤسسي:

- كيفية القياس: سيتم قياس الأداء المؤسسي عبر مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) التي تتعلق بتحسين في الكفاءة، الإنتاجية، والابتكار في العمليات الداخلية لشركة علم.

4- خدمات العملاء:

- كيفية القياس: سيتم قياس تحسين خدمات العملاء من خلال مؤشرات رضا العملاء مثل وقت الاستجابة، دقة الحلول المقدمة، مستوى التخصيص، ومستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة باستخدام استبيانات ومقابلات مع العملاء.

5- الكفاءة التشغيلية:

- كيفية القياس: سيتم قياس الكفاءة التشغيلية من خلال مؤشرات الأداء المتعلقة بالوقت المستغرق لإتمام المهام، التكاليف المرتبطة بالعمليات، ومستوى التنظيم الداخلي.

6- رضا العملاء:

- كيفية القياس: سيتم قياس رضا العملاء باستخدام استبيانات ومقابلات تستهدف قياس انطباعات العملاء حول تجربتهم مع الشركة، ومدى تأثير الذكاء الاصطناعي في تحسين هذه التجربة

تصميم البحث (بصلة البحث)

تصميم البحث هو الإطار الذي يتم من خلاله تنفيذ الدراسة، وهو يحدد الطريقة التي سيتم بها جمع البيانات وتحليلها، وكيفية ترتيب المتغيرات المختلفة في الدراسة. بالنسبة لهذا البحث، يتم استخدام تصميم وصلة البحث والذي يتبع ترتيباً منطقياً ومنهجياً يسمح بفهم العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

فيما يلي يتم عرض تصميم البحث باستخدام نموذج "بصلة البحث" الذي يعكس ترتيب المراحل الرئيسية في الدراسة والعلاقات بينها:

1- المدخلات:(Input)

- التقنية الحديثة (أدوات تكنولوجية مثل الأنظمة السحابية، الأجهزة الذكية، البرمجيات الحديثة)
- الذكاء الاصطناعي (مثل التعلم الآلي، التحليل التنبؤي للبيانات، شبكات الأعصاب الاصطناعية)

2- العملية:(Process)

- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات العملاء، مثل الدعم الذكي وتحليل البيانات لتخصيص الخدمات.
- استخدام الأنظمة الحديثة لتحسين العمليات الداخلية وزيادة الكفاءة التشغيلية.

3- المخرجات:(Output)

- تحسين الأداء المؤسسي: مثل زيادة الإنتاجية، تحسين الكفاءة، تسريع اتخاذ القرارات.
- تحسين خدمات العملاء: مثل زيادة رضا العملاء، تحسين التفاعل مع العملاء، تخصيص الخدمات.

4- التغذية الراجعة:(Feedback)

- التغذية الراجعة تُستخدم لتحديد النقاط التي يمكن تحسينها، وتحسين العمليات المستقبلية بناءً على تقييم التأثير الفعلي لهذه التقنيات.

الرابط بين المراحل:

- المدخلات (التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي) تؤثر في العمليات (التطبيقات التي تنفذ داخل الشركة).
- هذه العمليات تؤدي إلى المخرجات (تحسين الأداء المؤسسي والخدمات).
- التغذية الراجعة تعزز من تحسين الأداء العام عن طريق تحليل النتائج وتحسين تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات.

نموذج "بصلة البحث" في هذا السياق:

[التغذية الراجعة] --> [المخرجات] --> [العملية] --> [المدخلات]

تتمثل الفائدة من استخدام هذا النموذج في إظهار العلاقة التتابعية بين المتغيرات التي تؤثر على بعضها البعض، وبتيح للباحث تتبع الأثر المتبادل بين التقنيات الحديثة وتحسين الأداء المؤسسي وخدمات العملاء.

مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

1- مجتمع البحث:

مجتمع البحث في هذه الدراسة يتكون من جميع الأفراد المعنيين بتطبيق التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في شركة علم، سواء من الموظفين أو العملاء الذين يتفاعلون مع هذه التقنيات بشكل مباشر أو غير مباشر. يتضمن هذا المجتمع:

- الموظفون في شركة علم: وهم الأفراد الذين يعملون في أقسام تقنية المعلومات، قسم العملاء، والإدارة العليا. هؤلاء الموظفون لديهم دور رئيسي في تطبيق واستخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة لتحسين العمليات الداخلية ورفع كفاءة الأداء المؤسسي.
- العملاء المتعاملون مع شركة علم: هم الأفراد أو الشركات الذين يستخدمون خدمات شركة علم التي تعتمد على التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي. يتفاعل هؤلاء العملاء مع أنظمة الخدمة الإلكترونية، مثل الدعم الذكي والأنظمة المتكاملة.

2- طرق وتقنيات أخذ العينات:

أخذ العينة هو عملية اختيار مجموعة ممثلة من الأفراد من مجتمع البحث بهدف جمع البيانات وتحليلها. في هذه الدراسة، سيتم استخدام طريقة العينة غير الاحتمالية، مع مراعاة اختيار العينات التي تمثل التفاعلات المختلفة بين التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في بيئة العمل.

أ. العينة المستهدفة:

تمثل العينة المستهدفة الأفراد الذين يعملون في شركة علم ويشملون:

- الموظفون التقنيون: الذين يعملون على تطوير وتطبيق التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي.
- الموظفون غير التقنيون: الذين يستخدمون هذه التقنيات في أداء وظائفهم اليومية مثل قسم خدمة العملاء.
- العملاء المتفاعلون مع الشركة: هؤلاء هم الأشخاص أو المؤسسات الذين يستخدمون خدمات الشركة المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

ب. تقنيات أخذ العينات:

1. العينة الهادفة: (Purposive Sampling) في هذه التقنية، سيتم اختيار الأفراد بناءً على معايير معينة تتعلق بمدى تفاعلهم مع التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي. على سبيل المثال، سيتم اختيار الموظفين الذين يعملون بشكل مباشر مع التقنيات أو أولئك الذين يؤثرون بشكل كبير في استخدام هذه التقنيات، مثل المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والموظفين في قسم الدعم الفني.
- كيفية التنفيذ: يتم تحديد الأفراد الذين لديهم تجربة واسعة أو معرفتهم العميقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة علم، وبالتالي تُعتبر هذه العينة أكثر قدرة على تقديم إجابات دقيقة وواقعية حول تأثير هذه التقنيات على الأداء المؤسسي وخدمات العملاء.
2. العينة العشوائية: (Random Sampling) هذه التقنية تعتمد على اختيار عينة عشوائية من المجتمع، والتي تمثل بشكل صحيح مجموعة أكبر. سيتم استخدام هذه التقنية لاختيار العملاء الذين تعاملوا مع شركة علم للاستفادة من خدمات الذكاء الاصطناعي.

- كيفية التنفيذ: يتم تحديد قائمة من العملاء الذين تم تفاعلهم مع أنظمة الدعم الذكي أو الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي، ثم يتم اختيار عينة عشوائية منهم للمشاركة في الاستبيانات أو المقابلات.
- 3. العينة الطبقية: (Stratified Sampling) تُستخدم هذه التقنية في حالة رغبة الباحث في أخذ عينات من عدة فئات ضمن المجتمع، بحيث يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات أو فئات متجانسة، ويتم أخذ عينة من كل طبقة.
- كيفية التنفيذ: يمكن تقسيم المجتمع إلى فئات بناءً على الدور الوظيفي في الشركة، مثل الإدارة العليا، الموظفين التقنيين، و الموظفين غير التقنيين، ثم يتم أخذ عينة من كل طبقة.
- 4. العينة العرضية: (Convenience Sampling) يتم اختيار العينة بناءً على سهولة الوصول إلى الأفراد. قد يتم اختيار هذه العينة في حال كان من الصعب تحديد مجموعة معينة من الأفراد بسبب الوقت أو التكلفة.
- كيفية التنفيذ: يتم اختيار الأفراد المتاحين بسهولة للإجابة على الاستبيانات أو المشاركة في المقابلات من داخل بيئة العمل في شركة علم.

3- حجم العينة:

حجم العينة سيعتمد على نوع التقنيات المستخدمة في أخذ العينات ومدى تنوع مجتمع البحث. وفقًا لهذا، سيكون حجم العينة كما يلي:

- الموظفون التقنيون: سيتم اختيار حوالي 20-30 موظفًا من قسم تكنولوجيا المعلومات والدعم الفني.
- الموظفون غير التقنيون: سيتم اختيار 30-40 موظفًا من مختلف الأقسام مثل المبيعات والدعم الإداري.
- العملاء: سيتم اختيار عينة من حوالي 50-100 عميل يتعاملون مع شركة علم باستخدام الخدمات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

4- طرق جمع البيانات:

بعد تحديد العينة، سيتم استخدام أدوات جمع البيانات المناسبة مثل:

- الاستبيانات لجمع البيانات الكمية من الموظفين والعملاء.
- المقابلات الشخصية مع المسؤولين في شركة علم لجمع بيانات نوعية عن كيفية تطبيق التقنيات الحديثة.
- دراسة الحالة لتحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركة.

طريقة جمع البيانات :

جمع البيانات هو خطوة أساسية في أي دراسة بحثية حيث يتم من خلالها جمع المعلومات اللازمة لتحليل الظاهرة المدروسة. في هذا البحث الذي يهدف إلى دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي، سيتم استخدام مجموعة من الأدوات وطرق جمع البيانات لضمان دقة وموثوقية النتائج

- 1- الأدوات المستخدمة في جمع البيانات
- 2- الاستبيانات:(Questionnaires)
- 3- المقابلات الشخصية(Interviews)
- 4- دراسة الحالة(Case Study)
- 5- ملاحظات ميدانية(Field Notes)
- 6- تحليل البيانات

أنواع البيانات :

يتم تصنيف البيانات إلى أنواع مختلفة بناءً على طريقة جمعها ومعالجتها. في هذا البحث الذي يهدف إلى دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي، سيتم التعامل مع نوعين رئيسيين من البيانات: البيانات الكمية و البيانات النوعية. سنتناول كلا النوعين بشكل مفصل:

- 1- البيانات الكمية(Quantitative Data)
 - 2- البيانات النوعية(Qualitative Data)
 - 3- البيانات الثانوية(Secondary Data)
 - 4- البيانات الأولية(Primary Data)
- البيانات الكمية تركز على الأرقام والإحصائيات التي تتيح للباحث إجراء تحليلات إحصائية .
 - البيانات النوعية تركز على التفاصيل والمعلومات التي تعكس تجارب وآراء الأفراد حول تطبيق الذكاء الاصطناعي.
 - البيانات الثانوية هي بيانات تم جمعها مسبقاً من مصادر خارجية .
 - البيانات الأولية هي البيانات التي يتم جمعها مباشرة من المشاركين في البحث.

إجراءات التحليل الإحصائي :

التحليل الإحصائي يعد خطوة مهمة في أي دراسة بحثية لتحويل البيانات الخام إلى معلومات قابلة للفهم والتفسير. في هذه الدراسة، التي تهدف إلى دراسة دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي، سيتم تطبيق الإجراءات الإحصائية التالية لتحليل البيانات الكمية التي تم جمعها من الاستبيانات والبيانات التشغيلية.

1- التحليل الوصفي:(Descriptive Analysis)

التحليل الوصفي هو أول خطوة في التحليل الإحصائي ويهدف إلى تلخيص البيانات بطريقة تسهل فهمها. يتضمن التحليل الوصفي استخدام مقاييس مثل:

- التكرار: عدد مرات تكرار كل إجابة في الاستبيانات أو البيانات المجمعة.
- النسب المئوية: لمعرفة توزيع الإجابات أو التصنيفات بالنسبة المئوية.
- المتوسط الحسابي (Mean): حساب المتوسط الحسابي للإجابات التي تم جمعها من الاستبيانات، لتحديد الاتجاه العام للآراء.
- الانحراف المعياري (Standard Deviation): لقياس مدى تشتت الإجابات حول المتوسط.
- الوسيط (Median): القيمة التي تقع في المنتصف عند ترتيب البيانات.
- المنوال (Mode): القيمة الأكثر تكرارًا في البيانات.

2- اختبار الفرضيات: (Hypothesis Testing)

بعد التحليل الوصفي، يمكن استخدام اختبارات إحصائية لاختبار فرضيات الدراسة. الهدف من هذه الاختبارات هو التحقق من صحة الفرضيات التي تم وضعها في بداية الدراسة.

- اختبار (T-test): يُستخدم لاختبار الفرضيات المتعلقة بالفروق بين مجموعتين، مثل: الفرق بين الأداء قبل وبعد تطبيق الذكاء الاصطناعي.
- الفرق بين رضا العملاء قبل وبعد تطبيق الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

3- تحليل الانحدار (Regression Analysis)

تحليل الانحدار يستخدم لتحديد العلاقة بين متغير مستقل (أو أكثر) ومتغير تابع. في هذه الدراسة، يمكن استخدام تحليل الانحدار لفحص كيف تؤثر التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي.

- الانحدار البسيط (Simple Regression): يستخدم عندما يكون لدينا متغير واحد مستقل. على سبيل المثال، دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل على تحسين الأداء المؤسسي.
- الانحدار المتعدد (Multiple Regression): يستخدم عندما يكون لدينا أكثر من متغير مستقل. على سبيل المثال، يمكن فحص تأثير الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة على رضا العملاء.

4- تحليل العوامل (Factor Analysis)

يُستخدم تحليل العوامل لتحديد العوامل المشتركة بين مجموعة من المتغيرات أو الأسئلة في الاستبيان. على سبيل المثال، قد يتم استخدامه لفحص الأبعاد المختلفة للذكاء الاصطناعي (مثل الأتمتة والدعم الذكي والتنبؤات الذكية (والعوامل المؤثرة في رضا العملاء

5- اختبار الموثوقية (Reliability Test)

اختبار الموثوقية يستخدم لقياس درجة ثبات الأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات، مثل الاستبيانات. يُستخدم مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس موثوقية الاستبيانات.

6- تحليل البيانات باستخدام البرمجيات الإحصائية

سيتم استخدام البرمجيات الإحصائية مثل SPSS أو Excel أو R لتحليل البيانات. هذه البرمجيات توفر أدوات قوية لإجراء الاختبارات الإحصائية المختلفة، وتحليل البيانات بطريقة فعالة وسريعة.

- SPSS يعد من أشهر البرمجيات في تحليل البيانات الاجتماعية والاقتصادية، حيث يمكن من خلاله إجراء اختبارات تكرارية، تحليل الانحدار، اختبار الفرضيات، وتحليل العوامل.
- Excel يمكن استخدامه لإجراء التحليل الوصفي وبعض الاختبارات الأساسية مثل التكرار والمتوسط الحسابي.

الخاتمة

دور التقنية والذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات شركة علم وتحسين الأداء المؤسسي يعد من المواضيع الحيوية التي تمثل تحولاً كبيراً في كيفية إدارة الشركات وتحقيق النجاح في عصر التكنولوجيا المتقدمة. لقد أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي كبير على تحسين الأداء المؤسسي، سواء من خلال تحسين الكفاءة التشغيلية، أو تعزيز رضا العملاء، أو تحسين اتخاذ القرارات داخل الشركة.

تمكنت شركة علم من الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة لتطوير وتحسين عملياتها وخدماتها، مما جعلها تتكيف بشكل أفضل مع التغيرات السريعة في السوق. كما أظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يساهم في أتمتة العديد من المهام الروتينية، مما يعزز الإنتاجية ويقلل من التكاليف التشغيلية. بالإضافة إلى ذلك، فإن تحسين خدمة العملاء باستخدام الدعم الذكي قد ساعد في تحسين التفاعل مع العملاء وتقديم حلول أسرع وأكثر دقة.

على الرغم من الفوائد الواضحة لتطبيق التقنيات الحديثة في شركة علم، إلا أن الدراسة أشارت إلى بعض التحديات التي تواجهها الشركة، مثل الاحتياجات التدريبية المستمرة للموظفين، وإدارة التغيير داخل المنظمة، وأيضًا التحديات التقنية المتعلقة بتطوير الأنظمة الذكية.

في المستقبل، ينبغي على شركة علم أن تواصل الاستثمار في التقنيات الجديدة، وتعزيز قدرتها على ابتكار حلول ذكية ومواكبة أحدث الاتجاهات في الذكاء الاصطناعي. كما يجب أن تعمل على تحسين عملية إدارة البيانات وأمن المعلومات لضمان سلامة البيانات وحمايتها من التهديدات المحتملة.

أخيرًا، تشير نتائج هذا البحث إلى ضرورة تبني التقنيات الحديثة بشكل مستمر في قطاع الأعمال كجزء من الاستراتيجيات المؤسسية، حيث إن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والتقنيات المبتكرة يمكن أن يكون له تأثير طويل الأمد في تعزيز التنافسية وتحقيق أهداف الشركات في عالم سريع التغير.

بناءً على ذلك، نوصي شركة علم بتوسيع نطاق تطبيقاتها للتقنيات الذكية، مع الاهتمام بالتدريب والتطوير المستمر للموظفين، وتعزيز الثقافة المؤسسية التي تدعم الابتكار والاختراعات في مجال الذكاء الاصطناعي.