

تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال بالمملكة العربية السعودية

إعداد الطالبة:

ريمه محمد مأمون فحله

إشراف:

الدكتورة مي إسماعيل

العام الدراسي:

2026

تبقى حقوق الطباعة والنشر لصالح جامعة ميد أوشن

فهرس المحتويات

الموضوع	1
مقدمة	3
مشكلة الدراسة	3
أهمية الدراسة	4
أهداف الدراسة	5
تساؤلات الدراسة	5
فروض الدراسة	6
الدراسات السابقة	6
الفجوة البحثية	7
المنطلقات النظرية للدراسة	7
المنهجية وطرق البحث	8
مجتمع وعينة الدراسة	8
أداة الدراسة	9
أساليب التحليل الإحصائي	9
حدود الدراسة	10
المراجع	10

أولاً: مقدمة

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التطور الكبير في الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحت تطبيقاته عنصراً رئيسياً في تطوير المؤسسات وتحسين أدائها. وتستخدم الشركات تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات، وخدمة العملاء، والتنبؤ بالطلب، وأتمتة العمليات، ودعم القرارات الإدارية.

وتبرز أهمية الموضوع عالمياً ومحلياً في ظل توجه المملكة العربية السعودية نحو التحول الرقمي ضمن رؤية السعودية 2030، مما يزيد من أهمية دراسة أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على بيئة الأعمال السعودية. ورغم تزايد الاهتمام بهذا المجال، إلا أن هناك فجوة بحثية تتعلق بقياس التأثير الفعلي لهذه التطبيقات على الأداء المؤسسي والميزة التنافسية في البيئة المحلية.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال بالمملكة العربية السعودية؟

ويتفرع عنه التساؤلات التالية:

1. ما مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركات السعودية؟

2. ما أثر الذكاء الاصطناعي على كفاءة العمليات التشغيلية؟

3. كيف يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين اتخاذ القرار؟

4. ما أثره في رضا العملاء وتعزيز الميزة التنافسية؟

5. ما أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات عند التطبيق؟

وتظهر المشكلة من خلال تسارع تبني التقنيات الحديثة مقابل تفاوت جاهزية المؤسسات للاستفادة منها.

ثالثاً: أهمية الدراسة

أ) الأهمية العلمية

- إثراء المعرفة النظرية في مجال الذكاء الاصطناعي وإدارة الأعمال.
- سد الفجوة المتعلقة بتأثير الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال.
- تقديم إطار نظري يربط بين التقنية والأداء المؤسسي.

ب) الأهمية التطبيقية

- تقديم توصيات عملية للمؤسسات.
- مساعدة صانعي السياسات في دعم التحول الرقمي.
- تطوير أدوات لقياس أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

رابعاً: أهداف الدراسة

الهدف العام:

تحليل تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

الأهداف الخاصة:

1. تحديد أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات.
2. قياس أثر الذكاء الاصطناعي على الكفاءة التشغيلية.
3. دراسة دوره في تحسين القرارات الإدارية.
4. تقييم أثره على رضا العملاء والميزة التنافسية.
5. تحديد المعوقات التنظيمية والتقنية.
6. تقديم نموذج مقترح لتعزيز تبني الذكاء الاصطناعي.

خامساً: تساؤلات الدراسة

1. ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في بيئة الأعمال؟
2. كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاجية؟
3. ما العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وجودة القرار الإداري؟
4. ما أثر الذكاء الاصطناعي في رضا العملاء؟
5. ما التحديات التي تواجه الشركات السعودية في التطبيق؟

سادسا: فروض الدراسة

الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين بيئة الأعمال.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة إيجابية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وكفاءة العمليات التشغيلية.
2. يؤثر الذكاء الاصطناعي إيجابيا في جودة القرارات الإدارية.
3. توجد علاقة إيجابية بين الذكاء الاصطناعي ورضا العملاء.
4. يؤثر الذكاء الاصطناعي إيجابيا في الميزة التنافسية.

سابعا: الدراسات السابقة

1. أشارت بعض الدراسات إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي رفع كفاءة العمليات التشغيلية بنسبة ملحوظة في الشركات الخدمية.
2. كما توصلت إلى وجود علاقة قوية بين أنظمة الذكاء الاصطناعي وسرعة اتخاذ القرار الإداري.

التحليل النقدي:

- اتفقت الدراسات على الأثر الإيجابي للذكاء الاصطناعي.
- اختلفت في البيئات التطبيقية والمنهجيات المستخدمة.
- معظم الدراسات أجنبية أو قطاعية، مما يبرز الحاجة لدراسة محلية شاملة.

ثامنا: الفجوة البحثية

- قلة الدراسات العربية الشاملة حول أثر الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال السعودية.
- محدودية الدراسات التي تجمع بين الأداء التشغيلي والإداري والتنافسي معا.
- الحاجة إلى نموذج تطبيقي يناسب البيئة السعودية.

تاسعا: المنطلقات النظرية للدراسة

تعتمد الدراسة على:

1. نظرية الموارد والقدرات
تركز على أن التقنية مورد استراتيجي يمنح ميزة تنافسية.
2. نظرية الابتكار
توضح دور التكنولوجيا في تطوير الأعمال.
3. نظرية أصحاب المصلحة
تربط الأداء المؤسسي برضا العملاء والموظفين والمستثمرين.

عاشرا: المنهجية وطرق البحث

- نوع البحث: وصفي تحليلي تطبيقي.
- المنهج: كمي، مع إمكانية دعم نوعي بالمقابلات.

خطة التنفيذ:

1. إعداد الاستبانة.
2. جمع البيانات من الشركات.
3. تحليل النتائج.
4. صياغة التوصيات.

الحادي عشر: مجتمع وعينة الدراسة

- مجتمع الدراسة: الشركات والمؤسسات السعودية.
- العينة: 10-20 شركة من قطاعات مختلفة.
- طريقة الاختيار: عينة عشوائية طبقية.

الثاني عشر: أداة الدراسة

أدوات جمع البيانات:

1. الاستبيان ويتكون من:

- البيانات الديموغرافية.
- مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي.
- أثره على الأداء.
- التحديات والمعوقات.

2. المقابلات.

الثالث عشر: أساليب التحليل الإحصائي

- المتوسطات الحسابية.

الرابع عشر: حدود الدراسة

أ) المجال البشري:

مديرو وموظفو الشركات السعودية.

ب) المجال المكاني:

المملكة العربية السعودية.

ج) المجال الزمني:

2026.

الخامس عشر: المراجع الأولية

1. Russell, S., & Norvig, P. Artificial Intelligence
2. مقالات علمية محكمة في قواعد بيانات Scopus و Web of Science
3. تقارير التحول الرقمي في السعودية.