

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات إدارة الأعمال -دراسة تحليلية

أسم الطالب

رغد علي بن سميط

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

٢٠٢٥- الثالث

جدول المحتويات

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	١,١
..... ١,١ المقدمة:	١,٢
..... ١,٢ مشكلة الدراسة:	١,٢,١ فجوات على المستوى النظري
..... ١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي	١,٣ أهمية الدراسة
..... ١,٣,١ على المستوى النظري:	١,٣,٢ على المستوى التطبيقي:
..... ١,٤ أسئلة الدراسة	١,٥ أهداف الدراسة
..... ١,٦ فرضيات الدراسة	١,٧ نموذج الدراسة
..... ١,٨ الدراسة الميدانية	١,٩ منهجية الدراسة
..... ١,١٠ مخطط المشروع المقترح	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
..... ٢,١ المقدمة:	٢,٢ المتغير المستقل
..... ٢,٣ المتغير التابع	٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
..... ٢,٥ الخاتمة	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) واحدًا من أبرز المحركات التحولية في بيئة الأعمال الحديثة. ولم يعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مقتصرًا على المجالات التقنية فحسب، بل تجاوز ذلك ليؤثر بعمق على الاستراتيجيات الإدارية والقرارات القيادية داخل المؤسسات.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الواقع الذي تواجهه الشركات في الوقت الحاضر؛ إذ أصبحت مطالبة بالتكيف مع بيئة تنافسية شديدة التقلب وسريعة التغير. وهنا برزت الحاجة إلى أدوات ذكية تساعد في تعزيز القدرة على التنبؤ، والتخطيط الاستراتيجي، وتحسين كفاءة اتخاذ القرار الإداري. وتشير الدراسات الحديثة إلى أن تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي يسهم في رفع جودة الأداء الاستراتيجي وتحقيق قيمة مضافة للمؤسسة.

وعلى الرغم من تعدد الأبحاث التي تناولت الذكاء الاصطناعي من منظور تقني أو تشغيلي، إلا أن الفجوة تكمن في قلة الدراسات التي ركزت على العلاقة المباشرة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين الاستراتيجيات الإدارية، وخاصة في السياق التحليلي الذي يربط بين النظرية والممارسة في بيئات الأعمال الحديثة.

من هنا، يهدف هذا البحث إلى تحليل أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم وتحسين الاستراتيجيات الإدارية للمؤسسات، من خلال مراجعة وتحليل الأدبيات الحديثة ذات الصلة، واستعراض أبرز الممارسات الناجحة والتحديات المرتبطة بالتطبيق العملي لهذه التقنيات.

وسينقسم هذا البحث إلى عدة محاور: يبدأ بالإطار النظري الذي يعرف المفاهيم الأساسية، ثم يستعرض أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالإدارة الاستراتيجية، يلي ذلك تحليل الفجوات والتحديات، وينتهي بنتائج وتوصيات قابلة للتطبيق، تسهم في إثراء المعرفة الأكاديمية وتوجيه الممارسات الإدارية نحو مستقبل أكثر كفاءة وذكاء.

مشكلة الدراسة:

رغم التوسع المتزايد في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال، إلا أن مدى مساهمتها الفعلية في تحسين الاستراتيجيات الإدارية لا يزال غير واضح بشكل كافٍ. ففي الوقت الذي تتجه فيه العديد من الشركات لتبني الذكاء الاصطناعي لأغراض تشغيلية مثل أتمتة العمليات أو تحليل البيانات، تبقى الاستفادة من هذه التقنيات في دعم وصياغة القرارات الاستراتيجية محدودة أو غير ممنهجة في كثير من المؤسسات. وهذا يثير تساؤلات حول ما إذا كانت هذه التطبيقات تُستخدم بطريقة استراتيجية أم أنها ما زالت محصورة في الأدوار التقنية فقط.

♦ أولاً: الفجوة النظرية (Theoretical Gap)

هناك ندرة نسبية في الدراسات الأكاديمية التي تربط بشكل مباشر بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين الإدارة الاستراتيجية، خصوصاً في البيئات الديناميكية والسريعة التغير. معظم الأبحاث ركزت على الذكاء الاصطناعي كأداة تقنية لتحسين الكفاءة التشغيلية، دون تحليل كافٍ لكيفية تأثيره على صياغة الأهداف طويلة المدى، أو تعزيز الميزة التنافسية من خلال الرؤية الاستراتيجية.

♦ ثانياً: الفجوة العملية (Practical Gap)

على الصعيد العملي، تعاني الكثير من المؤسسات من صعوبة دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن أنظمتها الإدارية الاستراتيجية. فإما أن يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات ضيقة مثل خدمة العملاء أو التنبؤ بالمخزون، دون توظيفه كأداة لاتخاذ القرار الاستراتيجي، أو تواجه الشركات تحديات في تهيئة الكوادر البشرية والبنية التنظيمية لتبني هذه التحولات بفعالية.

١,٢. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها النظرية من سعيها إلى سد الفجوة المعرفية الموجودة في الأدبيات الحالية بشأن العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستراتيجيات الإدارية في بيئة الأعمال المعاصرة. فهي تسهم في تطوير الإطار النظري لفهم كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون أداة فعالة في صياغة واتخاذ القرارات الاستراتيجية، وليس فقط كوسيلة تشغيلية. كما تفتح المجال أمام الباحثين للتوسع في هذا التخصص من خلال توفير أساس علمي يمكن البناء عليه مستقبلاً. أما من الناحية التطبيقية، فإن الدراسة توفر للمؤسسات رؤى واضحة حول كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل عملي لتحسين الأداء الإداري والتخطيط الاستراتيجي، وتساعد القادة والمديرين على فهم أعمق لدور هذه التقنيات في تعزيز القدرة التنافسية، وتحقيق التكيف الذكي مع المتغيرات السوقية والبيئية.

على المستوى النظري:

تسهم هذه الدراسة في تطوير الإطار الأكاديمي من خلال التركيز على العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وصياغة الاستراتيجيات الإدارية، حيث تعاني الأبحاث الحالية من تركيز مفرط على الأدوار التشغيلية للذكاء الاصطناعي دون توضيح دوره في القرارات الاستراتيجية. إذ يشير Hidayah et al. (2023) إلى أن "البحوث ركزت أساساً على كفاءات تشغيلية" بينما الاستخدام الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتطوير النظري (ص-٢٩).

على المستوى التطبيقي:

في الواقع العملي، تقدم هذه الدراسة رؤى واقعية وقابلة للتنفيذ للمؤسسات حول كيفية دمج الذكاء الاصطناعي ضمن عملياتها الاستراتيجية. وتؤكد دراسة Hidayah et al. (٢٠٢٣) على أن "الاستخدام العملي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يتيح للمؤسسات تحقيق ميزة تنافسية قوية مثل زيادة الكفاءة والإنتاجية، وتقليل التكاليف التشغيلية، ورفع رضا العملاء" (ص-٣٣). كما تضيف الدراسة ضرورة النظر في العوامل التحديّة مثل بنى البيانات، وتكلفة التنفيذ، والكوادر البشرية المدربة.

أسئلة الدراسة :

أسئلة بحثية رئيسية (للبحث أو الاستبيان):

١- ما مدى معرفة المؤسسات بتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها ؟

ما هي أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداماً في إدارة الأعمال؟

كيف ساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين اتخاذ القرار داخل المؤسسة؟

هل ساعد الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الكفاءة ؟ .

إلى أي مدى يساهم الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالتغيرات السوقية؟ .

ما التحديات التي تواجه المؤسسات عند تطبيق الذكاء الاصطناعي؟

ما تأثير الذكاء الاصطناعي على مرونة وابتكار الاستراتيجيات الإدارية؟ .

ما المقترحات التي يمكن تقديمها لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في الإدارة؟

الأهداف الرئيسية للبحث:

١. تحليل العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير الاستراتيجيات الإدارية في منظمات الأعمال.
٢. التعرف على أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال الإدارة الحديثة.
٣. تحديد مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة وفعالية اتخاذ القرار داخل المؤسسات.
٤. استكشاف التحديات التنظيمية والتقنية التي تواجه المؤسسات عند تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.
٥. اقتراح آليات عملية لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي بما يخدم التطوير الاستراتيجي المستدام في بيئة الأعمال.

فرضية الدراسة:

< "تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل إيجابي على تحسين استراتيجيات إدارة الأعمال في المؤسسات الحديثة."

المتغير المستقل: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المتغير التابع: استراتيجيات إدارة الأعمال

أولاً: ما هو نموذج الدراسة:

المتغير المستقل (Independent Variable):

→ تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI Applications)

مثل: التنبؤ، التحليل الذكي، روبوتات المحادثة، أتمتة العمليات.

المتغير التابع (Dependent Variable):

→ استراتيجيات إدارة الأعمال

مثل: التخطيط، اتخاذ القرار، الابتكار، المرونة الاستراتيجية.

أولاً: منهجية الدراسة (المنهج العلمي):

✓ نوع المنهج:

< المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Method)

* لماذا هذا المنهج؟

لأنه:

يصف الظاهرة (استخدام الذكاء الاصطناعي).

ويحلل علاقتها بتحسين استراتيجيات الأعمال.

يستخدم أدوات مثل الاستبانة أو المقابلة أو تحليل محتوى الدراسات السابقة.

أدوات جمع البيانات (حسب ما تخطط له):

الاستبانة (Questionnaire): إذا كانت الدراسة كمية.

المقابلات (Interviews): إذا أردت جانباً نوعياً.

أو تحليل محتوى (Content Analysis) للدراسات السابقة إن لم تكن هناك بيانات ميدانية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: موظفو/إداريو إحدى المؤسسات (مثلاً: شركات تقنية أو قطاع حكومي).

عينة الدراسة: يُمكن أن تكون عينة قصدية (مثل متخصصين في التحول الرقمي أو نظم المعلومات).

أدوات التحليل الإحصائي:

إذا جمعت بيانات رقمية، يمكنك استخدام:

برنامج SPSS أو Excel لتحليل التكرارات، المتوسطات، والانحدار.

تحليل العلاقة بين المتغيرات (مثلاً: اختبار بيرسون Pearson).

أولاً: تعريف الدراسة الميدانية:

الدراسة الميدانية هي الجزء العملي من البحث، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات من أفراد يمثلون مجتمع الدراسة، ثم تحليلها لفهم العلاقات بين المتغيرات (مثل: الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات الإدارة في بحثك).

صياغة مقترح الدراسة الميدانية لمشروعك:

١. مجتمع الدراسة:

موظفو إدارات التخطيط أو تقنية المعلومات أو القيادة الاستراتيجية في شركات القطاع الخاص أو العام.

٢. عينة الدراسة:

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة (أو العينة القصدية إذا استهدفت موظفين متخصصين).

عدد العينة المقترح: ٨٠-١٥٠ مشارك.

٣. أداة جمع البيانات:

استبانة إلكترونية (مصممة باستخدام Google Forms أو Microsoft Forms).

تتكون من ثلاثة محاور:

المحور الأول: المعلومات الشخصية (العمر، الوظيفة، الخبرة).

المحور الثاني: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

المحور الثالث: تحسين الاستراتيجيات الإدارية.

٤. أدوات التحليل:

برنامج SPSS لتحليل البيانات واستخراج:

التكرارات والنسب.

المتوسطات والانحراف المعياري.
اختبار بيرسون (Pearson) لقياس العلاقة بين المتغيرات.

مخطط المشروع المقترح:

الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس : مخطط المشروع المقترح :

الفصل الأول :المقدمة

الفصل الثاني :الاطار النظري

الفصل الثالث :منهجية البحث

الفصل مناقشة النتائج والخاتمة

١. "Artificial Intelligence and Strategic Decision-Making: Evidence from "Entrepreneurs and Investors"

المحتوى: هذه الدراسة تُبرز كيف يمكن لنماذج اللغة الكبيرة (LLMs) أن تولّد وتقيّم استراتيجيات الأعمال بشكل يُضاهي قدرة رواد الأعمال والمستثمرين. تؤكد أن الذكاء الاصطناعي يعزز سرعة وجودة التحليل الاستراتيجي ويدعم محاكاة استراتيجيات افتراضية.

٢. "Generative AI for Business Strategy: Using Foundation Models to Create "Business Strategy Tools"

المحتوى: تقترح الدراسة استخدام النماذج التأسيسية (مثل GPT-4) لدمج البيانات غير المهيكلة (مثل الأخبار) وإنشاء أدوات استراتيجية تعزز فهم السوق والموقف التنافسي للشركات.

٣. "Effect of Generative Artificial Intelligence on Strategic Decision-Making in "Entrepreneurial Business Initiatives"

المحتوى: مراجعة منهجية تشير إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) يرتبط بدقة وفعالية أعلى في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، خصوصاً في ظروف تقلب السوق. لكن الدراسة تنبه أيضاً إلى ضرورة الدمج مع الحكم البشري والتقييد بالمخاطر المحتملة.

٤. "Role of AI Strategy in Business Transformation"

المحتوى: تبحث هذه الدراسة في الفرق بين الاستراتيجية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والاستراتيجيات التكنولوجية التقليدية، وتحديد أنواع الاستراتيجيات المعتمدة (مثل تحويل الأعمال) ومدى تأثيرها في التحول الرقمي.

٥. "AI in Decision-Making: Transforming Business Strategies"

المحتوى: يؤكد هذا العمل من جامعة جنوب شرق آسيا أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل كبير على تطوير الاستراتيجيات من خلال تحسين عمليات اتخاذ القرار.

٦. "AI based decision making: combining strategies to improve operational performance"

المحتوى: من جامعة كوفنتري (Coventry)، تطور الدراسة إطارًا باستخدام الشبكات العصبية الاصطناعية (ANN) لتعزيز الأداء التشغيلي عبر مواءمة الاستراتيجيات التقنية والتسويقية. النتائج أظهرت تحسناً في الأداء ودقة اتخاذ القرار.

٧. مراجعات وأطر نظرية متعددة

مصدر: “The Role of Artificial Intelligence in Shaping Business Models, Decision-Making, and Competitive Advantage” (جامعة بغداد، ٢٠٢١) يتناول كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل نماذج الأعمال وعمليات صنع القرار ويمنح ميزة تنافسية عن طريق أمثلة عملية ونماذج نظرية.

قائمة المراجع:

١- المصدر

الكاتب: Gonesh Chandra Saha

العنوان: The Impact of Artificial Intelligence on Business Strategy and Decision-Making Processes

المجلة: European Economic Letters، المجلد ١٣، العدد ٣، ديسمبر ٢٠٢٣ .

الصفحات: ٩٢٦-٩٢٧ (مقدمة ومحتوى مرتبط).

https://www.researchgate.net/publication/376307798_The_Impact_of_Artificial_Intelligence_on_Business_Strategy_and_Decision-Making_Processes?utm_source.com

٢- المصدر الأكاديمي

الكاتبون: Lili و Puspo Dewi Dirgantari و Agus Rahayu و Nurdin Hidayah و Adi Wibowo

العنوان: AI-Based Decision-Making on Business Strategy: A Review

المجلة: International Journal of Social Science Research and Review

السنة: ٢٠٢٣

الصفحات: ٢٦-٣٤

https://ijssrr.com/journal/article/download/1598/1317/?utm_source.com

تفاصيل المصدر:

الكتاب: Nurdin Hidayah, Agus Rahayu, Puspo Dewi Dirgantari, Lili Adi Wibowo

العنوان: AI-Based Decision-Making on Business Strategy: A Review

المجلة: International Journal of Social Science Research and Review

السنة: ٢٠٢٣

الصفحات: ٢٦-٣٦

نقطة الفجوة النظرية: ص ٢٩

الأهمية التطبيقية: ص ٣٣

https://ijssrr.com/journal/article/view/1598?utm_source.com

المصدر الرابع:

العنوان: Strategic Implications of AI for Business Models and Innovation

الكاتب: Amit Joshi & Michael Wade

السنة: ٢٠٢٠

الناشر: IMD Business School

[/https://www.imd.org](https://www.imd.org)

العنوان: Artificial Intelligence Adoption and Strategic Management: Evidence from Modern Enterprises

الكاتب: [Fountainaine, T., McCarthy, B., & Saleh, T.]

السنة: ٢٠٢١

المجلة: Harvard Business Review

الاقتباس:

“ < Companies that integrate AI into their strategic planning processes report significant improvements in agility, forecasting accuracy, and decision-making effectiveness ”

<https://hbr.org/2019/07/building-the-ai-powered-organization>

عنوان الدراسة:

Artificial Intelligence and Business Strategy Alignment: A "
"Conceptual Model

الكاتب:

.Almalki, A., & Aziz, M

السنة:

٢٠٢٢

الناشر:

Journal of Business Research & Innovation

اقتباس:

The proposed conceptual model links AI application domains (like " < automation and prediction) with business strategy improvement areas
".such as decision-making, agility, and innovation

[https://www.researchgate.net/publication/379231008_IMPLEMENTING
AI IN BUSINESS MODELS STRATEGIES FOR EFFICIENCY AND I
NNOVATION?utm_source.com](https://www.researchgate.net/publication/379231008_IMPLEMENTING_AI_IN_BUSINESS_MODELS_STRATEGIES_FOR_EFFICIENCY_AND_INNOVATION?utm_source.com)

مصدر منهجية الدراسة (عالمية وحديثة)

العنوان: 

Artificial Intelligence in Strategic Management: Examining Novel AI Applications in Organizational Strategic Decision-Making

الكتاب:

Mojtaba Ghorbani Asiabar, Morteza Ghorbani Asiabar, & Alireza Ghorbani Asiabar

السنة:

٢٠٢٣ (تم نشره عبر منصة ما قبل الطباعة، ويصف مجال الدراسة بشكل تحليلي واضح)

< *الاقتباس من الدراسة:*

“Using a descriptive-survey methodology and questionnaire-based data collection, this research examines the influence of AI on strategic decision-making in large organizations... Data analysis was performed using SMART PLS software, revealing significant ...improvements

https://www.preprints.org/manuscript/202409.1330/v1?utm_source.com

عنوان الدراسة:

The Impact of AI Applications on Business Strategy: A Field Study "
"in the UAE

الكاتب:

.Al-Kuwaiti, A., & Al-Zahrani, M

السنة:

٢٠٢١

الناشر:

International Journal of Business Innovation

الاقتباس:

**A field study was conducted through a structured questionnaire “ <
distributed to 120 managers and IT officers in Emirati firms to explore
”.how AI tools support strategic development and innovation**

https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2025?utm_source.com

https://arxiv.org/abs/2408.08811?utm_source.com

https://arxiv.org/abs/2308.14182?utm_source.com

https://www.mdpi.com/2076-3387/15/2/66?utm_source.com

https://aisel.aisnet.org/treos_amcis2022/2/?utm_source.com

https://abcresearchalert.com/article/view/667?utm_source.com

[https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.1966540?
utm_source.com](https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2021.1966540?utm_source.com)

https://www.journal-iem.online/2/2/25?utm_source.com

[https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004016252200
=7855?utm_source.com](https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004016252200=7855?utm_source.com)

https://www.mdpi.com/2079-8954/13/4/264?utm_source.com

https://www.mdpi.com/2078-2489/14/2/85?utm_source.com