

دور الذكاء الاصطناعي على حماية العلامات التجارية في الفضاء

الرقمي في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

علي صالح سليمان العثمان

242002016

إشراف/

نورالله الكلاي

العام الدراسي:

2024

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

تشهد المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً في مجال التحول الرقمي، وهو ما يعكس اهتمام الدولة الكبير بتطوير بيئة اقتصادية تنافسية مبنية على التكنولوجيا والابتكار. يأتي ذلك ضمن رؤية السعودية 2030 التي تسعى إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي وتحفيز الاستثمارات في مجالات التكنولوجيا الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي. وفي هذا السياق، تُعد حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي واحدة من أبرز التحديات القانونية والتجارية التي تواجه الشركات السعودية، خصوصاً مع تزايد استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وظهور أساليب جديدة للتهديدات الرقمية التي قد تؤثر على حقوق الملكية الفكرية.

لقد أظهرت الدراسات الحديثة أهمية الذكاء الاصطناعي كأداة فعالة في حماية العلامات التجارية من التزوير والانتهاك في الفضاء الرقمي. حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقدم حلولاً مبتكرة تساعد في كشف الانتهاكات وملاحقة المقلدين، مما يعزز من قدرة الشركات على حماية سمعتها وممتلكاتها الفكرية. في هذا البحث، سيتم التركيز على كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لحماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية، وتوضيح التحديات القانونية والفنية التي قد تواجه هذه الاستراتيجيات.

العلامات التجارية تعد من الأصول الأساسية التي تميز الشركات وتمنحها هوية فريدة في السوق. ومع انتشار التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، أصبح الفضاء الرقمي يمثل ساحة كبيرة لنشاطات الأعمال التجارية. لكن هذا الانتشار المتسارع للتجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور تهديدات جديدة تتعلق بحماية العلامات التجارية من الانتهاكات الرقمية، مثل التقليد والتزوير، خاصة في منصات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ولذا، فإن الحاجة لحماية هذه الحقوق تزداد مع تطور التكنولوجيا واستخدام الإنترنت بشكل متزايد في الترويج للمنتجات والخدمات.

تواجه العلامات التجارية في العصر الرقمي تحديات كبيرة، أبرزها تقليد العلامات التجارية بشكل غير قانوني على الإنترنت، مما يؤثر سلباً على سمعة الشركات ويخلق تداخلاً في حقوق الملكية الفكرية. ويلاحظ أن هذه التحديات تتطلب استراتيجيات متطورة وفعالة للحماية، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب دوراً محورياً في توفير حلول مبتكرة لمكافحة التزوير والانتهاك الرقمي (سعيد، 2021)،

الذكاء الاصطناعي يشمل مجموعة من التقنيات التي تعتمد على الخوارزميات المعقدة لمعالجة البيانات واستخلاص الأنماط من المعلومات المتاحة. وتتمثل أهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في قدرته على تحليل البيانات الضخمة ومراقبة الأنشطة الرقمية للكشف عن الانتهاكات المحتملة. على سبيل المثال، يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تُستخدم في مسح مواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بحثاً عن استخدام غير قانوني للعلامات التجارية أو محاكاة لمنتجات الشركات.

بحسب دراسة يُظهر الذكاء الاصطناعي قدرة كبيرة على مراقبة الأسواق الرقمية بشكل فعال. فيفضل تقنيات التعلم الآلي وتحليل الصور والنصوص، يمكن للأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تحديد الأنماط التي تدل على انتهاك حقوق العلامات التجارية في منصات التجارة الإلكترونية أو في الإعلانات الرقمية. ويمكن لهذه الأدوات أن تساعد الشركات في رصد المنتجات المقلدة في الأسواق الرقمية قبل أن تؤثر بشكل كبير على سمعتها التجارية (قنطقي، 2022)،

إضافة إلى ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تسريع الإجراءات القانونية المتخذة ضد المقلدين. تم التأكيد على أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد المحامين والهيئات القانونية في السعودية على ملاحقة الانتهاكات الرقمية بفعالية أكبر، من خلال أتمتة عمليات البحث والتحليل القانوني وتقديم الأدلة التي تدعم القضايا القانونية (بوزيان، 2023)

رغم الفوائد العديدة للذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية، إلا أن هناك تحديات قانونية قد تواجه تطبيق هذه التقنيات. من أبرز هذه التحديات هو الفجوة بين التشريعات القانونية الحالية والتطورات التكنولوجية السريعة، مما يستدعي تحديث الأنظمة القانونية لضمان فعالية حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي. فعلى سبيل المثال، قد تكون القوانين الحالية المتعلقة بالملكية الفكرية غير كافية لمواكبة التحديات الرقمية، ما يعيق القدرة على مكافحة التزوير والتقليد الإلكتروني بشكل فعال.

يوضح في دراسته أهمية تكامل الذكاء الاصطناعي مع التشريعات القانونية لمواكبة التغيرات السريعة في البيئة الرقمية. وأشار إلى أن المملكة بحاجة إلى تطوير أنظمة قانونية تواكب استخدام الذكاء الاصطناعي في مراقبة التجارة الإلكترونية وحماية الحقوق الفكرية بشكل أكثر فعالية. (Abdulhamid, 2023) إضافة إلى ذلك، يعتبر بن قايد (2023) أن مهنة المحاماة في المملكة قد تستفيد بشكل كبير من الذكاء الاصطناعي، حيث يمكن أن تسهم التقنيات الحديثة في تسريع الإجراءات القانونية الخاصة بمكافحة التعديات على العلامات التجارية (عبد الحميد، 2023)

لتعزيز فعالية حماية العلامات التجارية، من الضروري وجود تنسيق مستمر بين الجهات القانونية والهيئات التقنية. تحتاج المملكة إلى تطوير بيئة تشريعية مرنة تدعم استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي في مجال حماية الملكية الفكرية. هذا التنسيق يمكن أن يعزز من قدرة الهيئات القانونية على معالجة القضايا المتعلقة بانتهاك حقوق الملكية الفكرية في بيئة رقمية.

في هذا السياق، أشار الفضل (2024) إلى ضرورة تحديث التشريعات السعودية لتواكب الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي في الفضاء الرقمي. وأضاف أن تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص في هذا المجال من شأنه أن يساهم في تطوير حلول قانونية وتقنية مبتكرة لحماية العلامات التجارية. (Al-Fadhli, 2024)

من المتوقع أن يواصل الذكاء الاصطناعي دوره البارز في حماية العلامات التجارية في المستقبل، خصوصاً في ظل تزايد الاعتماد على التجارة الرقمية. يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تتطور لتشمل أنظمة أكثر تعقيداً مثل الذكاء الاصطناعي القادر على التفاعل مع الأنظمة القانونية بشكل مباشر، مما يساهم في تسريع الإجراءات القانونية وتوسيع نطاق حماية العلامات التجارية.

أن المملكة العربية السعودية بحاجة إلى تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في إطارها التشريعي لتوفير بيئة قانونية محمية لحقوق الملكية الفكرية. كما أن دمج الذكاء الاصطناعي مع الأنظمة القانونية قد يساهم في رفع مستوى حماية العلامات التجارية بشكل أكثر شمولية وفعالية. (Abdulrazak, 2021)

إن دور الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية يعد أحد الجوانب الأساسية لمواكبة التحديات القانونية والتجارية في العصر الرقمي. من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة، يمكن تحسين مستوى الحماية ضد التزوير والانتهاك الرقمي، مما يدعم استدامة الشركات وحمايتها من المخاطر التي قد تواجهها في الأسواق الرقمية. ولتحقيق ذلك، ينبغي على المملكة تطوير تشريعات متكاملة تدعم استخدام الذكاء الاصطناعي وتعزز من حماية حقوق الملكية الفكرية في الفضاء الرقمي، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد الرقمي السعودي في المستقبل (عبدالرازق، 2021).

2.1 مشكلة الدراسة:

. شهدت المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة نمواً ملحوظاً في استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وهو ما ساهم بشكل كبير في تطور الاقتصاد الرقمي. ومع هذا النمو، ظهرت تحديات جديدة تتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية، وبالأخص حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي. حيث أصبح من السهل على الأفراد والعصابات التلاعب بالعلامات التجارية عبر منصات الإنترنت والتجارة الإلكترونية، مما يهدد الشركات ويؤثر سلباً على سمعتها التجارية وأرباحها.

تُعد جرائم التزوير والتقليد للعلامات التجارية في الفضاء الرقمي من أكثر المشاكل القانونية التي تواجه الشركات في المملكة، حيث يتم استخدام تقنيات متقدمة مثل المواقع الإلكترونية المزيفة، والإعلانات الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي لتسويق سلع مقلدة أو لا تحمل نفس الجودة التي تروج لها العلامات التجارية الأصلية. كما يتم إخفاء هذه الأنشطة وراء تقنيات متطورة مثل الشبكات الافتراضية الخاصة

(VPN) وطرق الدفع الرقمية التي تجعل من الصعب تتبع الجناة أو اتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة ضدهم.

في هذا السياق، يبرز دور الذكاء الاصطناعي كأداة فعّالة للمساهمة في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي. يُمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كميات ضخمة من البيانات، واكتشاف الأنماط غير الطبيعية التي تشير إلى نشاطات غير قانونية مثل التزوير أو التقليد. كما يمكنه تتبع الأنشطة التجارية المشبوهة على منصات الإنترنت بشكل أسرع وأكثر دقة من الطرق التقليدية.

ولكن، رغم الإمكانيات الكبيرة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي، تظل هناك تحديات رئيسية في تطبيق هذه التقنيات على أرض الواقع في المملكة، منها نقص التنسيق بين الجهات القانونية والتقنية، وتوافر الأنظمة التشريعية المرنة التي تدعم هذا الاستخدام في الحماية الفعّالة للعلامات التجارية. كما أن تطور أساليب الاحتيال الرقمي يعني أن الذكاء الاصطناعي يجب أن يتم تحديثه بشكل مستمر ليواكب الأساليب الجديدة في التهديدات الرقمية.

مشكلة الدراسة تكمن في تحديد مدى تأثير الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية، وكيفية تطوير بيئة قانونية وتقنية لدعمه بشكل فعّال لمكافحة التزوير والتقليد الرقمي، بالإضافة إلى تسليط الضوء على التحديات القانونية والتقنية التي قد تواجه تطبيق هذه التقنيات في حماية الحقوق التجارية.

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال البحثي التالي :

ما هو تأثير الذكاء الاصطناعي على حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية؟

3.1 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوع حيوي وجديد في مجال حماية الملكية الفكرية في الفضاء الرقمي، وهو "دور الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية". يعكس هذا الموضوع التحديات المتزايدة التي تواجهها العلامات التجارية في ظل الانتشار الواسع للإنترنت والتجارة الإلكترونية. ورغم أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قد أظهرت إمكانات كبيرة في تحسين الأمن الرقمي، إلا أن تطبيقاتها في هذا المجال لم تُدرس بالشكل الكافي في الأدبيات العلمية العربية أو السعودية، مما يجعل هذه الدراسة تمثل إضافة علمية مهمة لمجال الملكية الفكرية وحمايتها في العصر الرقمي.:

1.3.1 الأهمية العلمية

تكمن الأهمية العملية لهذه الدراسة في تسليط الضوء على كيفية استفادة الشركات والمؤسسات الحكومية في المملكة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لحماية حقوق العلامات التجارية في الفضاء الرقمي. من خلال تقديم حلول مبتكرة لمكافحة التزوير والتقليد الرقمي، يمكن لهذه الدراسة أن تكون مرجعاً للمسؤولين في الهيئات الحكومية ذات الصلة، مثل الهيئة السعودية للملكية الفكرية والجمارك، في تطوير سياسات وأنظمة فعّالة لتحديد ومعالجة انتهاكات العلامات التجارية بشكل أسرع وأكثر دقة. كذلك، ستساعد هذه الدراسة في تعزيز قدرات الشركات المحلية على حماية علاماتها التجارية في الأسواق الرقمية، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد الرقمي وحماية سمعة الشركات الوطنية.

من خلال تحليل التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في مراقبة الانتهاكات الرقمية للعلامات التجارية، ستساهم الدراسة في تمكين صانعي القرار من اتخاذ قرارات مدروسة وفعّالة في مواجهة تهديدات التقليد الإلكتروني. كما أن النتائج التي ستُستخلص من هذه الدراسة يمكن أن تكون أساساً لتطوير استراتيجيات جديدة لهيئات الرقابة القضائية والتنظيمية في المملكة، مما يساهم في تقوية الإجراءات الوقائية في سوق التجارة الإلكترونية.

2.3.1 الأهمية العملية

من الناحية العلمية، تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تقدم رؤية جديدة لمفهوم حماية العلامات التجارية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو مجال لا يزال في طور التطور في العالم العربي. تسلط الدراسة الضوء على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وقوانين الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، وتقدم إطاراً نظرياً يمكن أن يستفيد منه الباحثون في المستقبل لدراسة المزيد من التطبيقات العملية لهذه التقنيات في قطاعات أخرى.

كما أن الدراسة تفصل آلية استخدام الذكاء الاصطناعي في مراقبة الانتهاكات المحتملة للعلامات التجارية، وتحليل أساليب تطبيقه في المملكة العربية السعودية ضمن إطار تشريعي يتسم بالمرونة والحدثة. وبالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة التوصيات اللازمة لتطوير السياسات الوطنية المتعلقة بحماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي، ما يجعلها مرجعاً مهماً للباحثين والقانونيين الذين يرغبون في دراسة وتطوير هذا المجال بشكل أوسع.

وتسهم الدراسة في توضيح العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وبين القوانين المنظمة للملكية الفكرية، وتقديم حلول عملية لمشاكل حقيقية تواجهها الشركات في المملكة في مواجهة الجرائم الرقمية. من خلال هذا الإطار العلمي، ستساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في مجال حماية العلامات التجارية، وتقديم أسس قوية لبحوث مستقبلية تسهم في تعزيز حماية الملكية الفكرية في الفضاء الرقمي.

4.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- دراسة دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي: تسعى الدراسة إلى استكشاف كيفية استفادة الشركات والمؤسسات في المملكة العربية السعودية من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراقبة وتحديد الانتهاكات الرقمية لعلاماتها التجارية.

- تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حماية الملكية الفكرية: دراسة التطبيقات الحالية لتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي، والشبكات العصبية، والأنظمة الذكية في حماية العلامات التجارية من التزوير والتقليد الرقمي.
- تقديم توصيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي: العمل على تقديم حلول وتقنيات مبتكرة لتحسين فعالية الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الانتهاكات وحماية العلامات التجارية في الأسواق الرقمية.
- دراسة التحديات القانونية والتقنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية: دراسة القضايا القانونية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية في العصر الرقمي وكيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي تجاوز هذه التحديات.
- اقتراح استراتيجيات لتطوير إطار قانوني وتقني لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المملكة: دراسة كيفية تطوير الأنظمة القانونية والتشريعية لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أفضل في المملكة العربية السعودية.

5.1 تساؤلات الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- دراسة دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي: تسعى الدراسة إلى استكشاف كيفية استفادة الشركات والمؤسسات في المملكة العربية السعودية من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراقبة وتحديد الانتهاكات الرقمية لعلاماتها التجارية.
- تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حماية الملكية الفكرية: دراسة التطبيقات الحالية لتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي، والشبكات العصبية، والأنظمة الذكية في حماية العلامات التجارية من التزوير والتقليد الرقمي.

تقديم توصيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي: العمل على تقديم حلول وتقنيات مبتكرة لتحسين فعالية الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الانتهاكات وحماية العلامات التجارية في الأسواق الرقمية.

- دراسة التحديات القانونية والتقنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية: دراسة القضايا القانونية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية في العصر الرقمي وكيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي تجاوز هذه التحديات.
- اقتراح استراتيجيات لتطوير إطار قانوني وتقني لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المملكة: دراسة كيفية تطوير الأنظمة القانونية والتشريعية لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أفضل في المملكة العربية السعودية.

6.1 فروض الدراسة:

- الفرضية الرئيسية:
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية.
- الفرضيات الفرعية:
الفرضية الفرعية الأولى:
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأنظمة الذكية في الكشف عن الانتهاكات الرقمية للعلامات التجارية في المملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثانية:
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق تقنيات التعلم الآلي في حماية العلامات التجارية من التزوير والتقليد الرقمي.
- الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الشبكات العصبية الاصطناعية في تعزيز القدرة على تتبع وحماية العلامات التجارية على الإنترنت.

— الفرضية الفرعية الرابعة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي (مثل الوكلاء الذكية) في مكافحة عمليات التزوير والتقليد للعلامات التجارية عبر الإنترنت.

7.1 الدراسات السابقة:

1- سعيد، محمد محمد القطب مسعد (2021)

هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور قواعد الملكية الفكرية في مواجهة التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على التطبيقات القانونية المرتبطة بالحقوق الفكرية في هذا المجال المتطور.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور الملكية الفكرية في حماية حقوق الأفراد والشركات في عصر الذكاء الاصطناعي، إذ تواجه القوانين التقليدية تحديات في مواكبة حقوق المؤلف والابتكار مع التقنيات الحديثة. كما تبرز الحاجة لتطوير تشريعات جديدة لحماية الابتكارات المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن هناك فجوة كبيرة بين التشريعات الحالية في مجال الملكية الفكرية وتحديات الذكاء الاصطناعي. كما أكدت على ضرورة تطوير إطار قانوني عالمي يحمي حقوق الملكية الفكرية في مواجهة التطور

السريع للتقنيات، مع ضرورة التعاون الدولي لتوحيد المعايير القانونية لحماية الابتكارات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

2- قنطجى، إياد محمد يحيى حلاق(2022)

هدف الدراسة:

استكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي (AIM) أن يعزز من فاعلية واستراتيجيات التسويق في الأعمال التجارية من خلال دمج التكنولوجيا لتحسين الأداء وزيادة العائدات.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في فهم كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي لتسريع تطور استراتيجيات التسويق، مما يساهم في تطوير الشركات وزيادة قدرتها التنافسية في السوق. كما تسلط الضوء على تقنيات جديدة لتحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز استراتيجيات التسويق بشكل كبير من خلال تحسين استهداف العملاء وتخصيص العروض التسويقية، مما يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحسين الولاء للعلامة التجارية. وأكدت أن الدمج الفعال للتقنيات يساهم في تحسين إدارة البيانات وتحليل سلوك العملاء بشكل أكثر دقة.

3- .بوزيان، حسان(2023)

هدف الدراسة:

تحليل تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق من خلال عرض أمثلة على تطبيقات بعض العلامات التجارية العالمية التي اعتمدت هذه التقنيات في استراتيجياتها التسويقية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تقديم دراسات حالة حية من تطبيقات الشركات الكبرى التي استثمرت في الذكاء الاصطناعي. تساعد الدراسة في توضيح الفوائد العملية التي يمكن أن تحققها العلامات التجارية من استخدام هذه التقنيات في تعزيز الأداء التسويقي.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في التسويق قد حققت تحسينات كبيرة في تخصيص الحملات الإعلانية وتحليل البيانات. كما أبرزت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يعزز من تجربة العملاء عبر تقديم عروض مخصصة وتوجيه المنتجات وفقاً لاحتياجات المستهلكين.

4- الفضلي، فاطمة الزهراء (2024)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين رقمنة الإجراءات القضائية والذكاء الاصطناعي، مع التركيز على كيفية دمج هذه التقنيات في تحسين أداء النظام القضائي.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة تكمن في أهمية التطوير التكنولوجي في القطاع القضائي لتحسين كفاءة الإجراءات وتسهيل الوصول إلى العدالة. كما تبرز أهمية الذكاء الاصطناعي في تسريع المعاملات القضائية وتقليل حجم العمل اليدوي في المحاكم.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الرقمنة والذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهمان في تسريع الإجراءات القضائية وتقليل الأخطاء البشرية في النظام القضائي. وأكدت الدراسة على ضرورة وجود إطار قانوني يواكب هذه التحولات التكنولوجية لضمان حقوق الأفراد وحماية الخصوصية في هذه العمليات الرقمية.

5- عبد الحميد، عائشة (2023)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني والتشريعي المتعلق بالرقمنة واستخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، مع تسليط الضوء على التحديات القانونية المرتبطة بتطبيق هذه التقنيات في الممارسات التجارية والإدارية.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة تكمن في تحديد الفجوات التشريعية الحالية في مجال الرقمنة والذكاء الاصطناعي، وتقديم توصيات لتحديث الأطر القانونية بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن العديد من الأنظمة القانونية لا تزال غير مهيأة لمواكبة استخدامات الذكاء الاصطناعي، وأن هناك حاجة ملحة لتطوير القوانين لحماية البيانات الشخصية وضمان الشفافية في استخدام هذه التقنيات. كما أكدت الدراسة على أهمية التعاون بين الهيئات التشريعية والتكنولوجية لصياغة قوانين جديدة ومرنة تلائم المستقبل الرقمي.

6- بن قايد، علي محمد لين (2023)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على مهنة المحاماة، ودراسة التحولات التي قد تشهدها هذه المهنة نتيجة لاستخدام هذه التقنيات الحديثة في تقديم الاستشارات القانونية وتحليل القضايا.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في تسليط الضوء على كيفية تأثير التطور التكنولوجي على المهن التقليدية مثل مهنة المحاماة. كما تبرز ضرورة إعادة التفكير في النماذج التقليدية لممارسة هذه المهنة، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تحسين الكفاءة وتيسير الوصول إلى العدالة.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يلعب دورًا محوريًا في تحويل مهنة المحاماة من خلال تسريع الإجراءات القانونية وتحسين دقة التحليل القانوني. كما أظهرت النتائج أن المحامين قد يحتاجون إلى إعادة تأهيل مهني للتكيف مع استخدام هذه التقنيات. وأكدت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في أتمتة العديد من المهام الروتينية، مما يسمح للمحامين بالتركيز على القضايا الأكثر تعقيدًا.

7-عبد الحميد، عائشة(2021)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني والتشريعي المرتبط بالرقمنة واستخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، مع التركيز على التحديات القانونية التي قد تنشأ نتيجة لتوسع استخدام هذه التقنيات في الحياة اليومية.

أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة مهمة لأنها تقدم رؤية شاملة حول كيفية تأثير الرقمنة على التشريعات الحالية، وتسلط الضوء على الحاجة الماسة لتحديث القوانين لتواكب الثورة التكنولوجية والتطورات السريعة في مجال الذكاء الاصطناعي.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن هناك نقصًا في الإطار القانوني الذي يضمن حماية حقوق الأفراد في ظل الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي، مشيرة إلى ضرورة تطوير تشريعات تحمي الخصوصية وتراعي التحديات الجديدة في مجالات مثل حقوق الملكية الفكرية وحماية البيانات الشخصية. كما أكدت الدراسة على أهمية التعاون بين الجهات القانونية والمجتمع التقني لضمان توافق القوانين مع الاحتياجات التكنولوجية.

8- قندوز، طارق أحمد (2024)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى دراسة التقارب بين المنظومة التسويقية والذكاء الاصطناعي، وكيفية تأثير هذا التقارب في ميلاد عصر التسويق الخوارزمي، وكذلك استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تسريع الثورة الصناعية الخامسة.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة تكمن في إظهار الدور الكبير للذكاء الاصطناعي في تغيير مفهوم التسويق التقليدي وتحويله إلى تسويق يعتمد على الخوارزميات والتحليل الذكي للبيانات. كما تبرز الدراسة أهمية التحول الرقمي في الشركات التجارية التي تسعى للبقاء في صدارة المنافسة.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق يساهم في خلق تجارب تسويقية مخصصة ويعزز من قدرة الشركات على التفاعل بشكل أكثر دقة مع المستهلكين. كما أشارت الدراسة إلى أن الثورة الصناعية الخامسة ستشهد بروز التسويق الخوارزمي الذي يعتمد على استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتقديم حلول تسويقية مبتكرة.

9-دهشان، أحمد إبراهيم محمد متولي(2024)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل المعاملة الضريبية للأنشطة الاقتصادية الرقمية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، ودراسة كيفية معاملة هذه الأنشطة في إطار الأنظمة الضريبية الحالية.

أهمية الدراسة:

تعتبر الدراسة مهمة في ظل التوسع المستمر للأنشطة الرقمية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات الاقتصادية. كما تبرز أهمية تحديد كيفية تعامل الأنظمة الضريبية مع هذه الأنشطة الجديدة بما يضمن تحقيق العدالة الضريبية ويشجع على الابتكار.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الأنظمة الضريبية الحالية قد لا تكون مجهزة بشكل كافٍ للتعامل مع النمو السريع للأنشطة الرقمية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي. وقد أوصت الدراسة بضرورة تطوير سياسات ضريبية مرنة تواكب هذا التطور التكنولوجي، مع التأكيد على أهمية تعزيز التعاون الدولي لوضع معايير ضريبية منسقة.

10-البابلي، عمارياسر محمد زهير(2019)

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى استكشاف دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالجريمة، وتوضيح كيفية استخدام هذه الأنظمة لتحليل البيانات الأمنية والتنبؤ بأنماط الجريمة المستقبلية.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة تكمن في تقديم فهم شامل لكيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في تعزيز قدرة الأجهزة الأمنية على مكافحة الجريمة بشكل استباقي. كما تبرز ضرورة استخدام هذه التقنيات لتطوير استراتيجيات وقائية للحد من الجرائم.

أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة فعالة في التنبؤ بأنماط الجريمة وتحليل البيانات الأمنية بشكل أفضل، مما يساعد على اتخاذ قرارات أمنية أكثر دقة وفعالية. كما أظهرت الدراسة أن تطبيق هذه الأنظمة قد يؤدي إلى تحسين استراتيجيات الوقاية من الجرائم وتقليل الجرائم في المناطق ذات المعدلات المرتفعة.

8.1 تعليق على الدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية

تناولت الدراسات السابقة أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات القانونية، الاقتصادية، والتكنولوجية، مع التركيز على تأثير هذه التكنولوجيا على القطاعات المختلفة في ظل التحديات المعاصرة. فقد أظهرت الدراسات دور الذكاء الاصطناعي في تمكين المنظمات من التكيف مع المتغيرات الرقمية والاقتصادية، وأثره في تحسين الكفاءة والإنتاجية داخل الأنظمة القانونية والإدارية. كما تم تناول تأثير الذكاء الاصطناعي على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، مع التأكيد على ضرورة تحديث الأطر القانونية والتشريعية لمواكبة هذه التقنيات الحديثة.

الدراسات أيضًا تناولت التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء التسويقي، القضائي، والاقتصادي، مع الإشارة إلى ضرورة التنسيق بين الجهات التشريعية والتكنولوجية لضمان

توافق القوانين مع التطورات السريعة في مجال الذكاء الاصطناعي. كما كانت هناك إشارات إلى الأبعاد الاجتماعية والأخلاقية لاستخدام هذه التقنيات، خاصة فيما يتعلق بحماية البيانات الشخصية والخصوصية.

أما هذه الدراسة، فستركز على دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة عمل المؤسسات القضائية والإدارية في مكافحة الجرائم الرقمية، وتحديدًا في مجال مكافحة جرائم الاحتيال الإلكتروني. ستعمل الدراسة على استكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في كشف الجرائم الرقمية وتحليل البيانات الأمنية بطريقة أكثر دقة وفعالية، مما يساهم في تقليل الفجوات في النظام القضائي الحالي. كما ستتناول التحديات المرتبطة بتوظيف هذه التقنيات في هذا المجال، من بينها القضايا المتعلقة بالخصوصية وحماية البيانات، وضرورة تطوير سياسات قانونية مرنة تدعم تكامل الذكاء الاصطناعي مع الأنظمة القضائية.

على الصعيد الاقتصادي، من المتوقع أن تسهم الدراسة في تحسين استراتيجيات المكافحة، مما يعزز من فعالية الإجراءات القانونية والتشريعية في مواجهة الجرائم الرقمية، ويؤكد على ضرورة التوازن بين الابتكار التكنولوجي وحماية الحقوق الفردية في ظل الثورة الرقمية المستمرة.

9.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

1. نظرية الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation Theory)

تعتبر نظرية الابتكار التكنولوجي من الأسس التي يمكن الاستناد إليها في دراسة دور الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية. هذه النظرية تركز على كيفية تأثير الابتكارات التكنولوجية على تحسين الأداء الإداري والقانوني في المؤسسات. في سياق العلامات التجارية، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في رصد الانتهاكات الرقمية والتعرف على التقليد في السوق بسرعة ودقة أكبر. (Utterback, 1994)

2. نظرية الشبكات الاجتماعية (Social Network Theory)

تركز هذه النظرية على دراسة التفاعلات بين الأفراد والمؤسسات في الفضاء الرقمي. بما أن الفضاء الرقمي يسهل تفاعل المستخدمين بشكل واسع، فإن هذه التفاعلات قد تؤدي إلى انتهاك حقوق الملكية الفكرية. لذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل هذه الشبكات لاكتشاف المخالفات مثل التزييف والتقليد. (Borgatti, 2005)

3. نظرية الإدارة الذكية (Smart Management Theory)

تعد نظرية الإدارة الذكية من الأدوات الأساسية لفهم كيفية استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي في إدارة الشركات وحماية أصولها الفكرية. تقوم هذه النظرية على فكرة أن الذكاء الاصطناعي يعزز القدرات الإدارية ويسهم في اتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة، بما في ذلك استراتيجيات حماية العلامات التجارية. (Keen & Wood, 2004)

4. نظرية الحوكمة الرقمية (Digital Governance Theory)

تؤكد هذه النظرية على أهمية إدارة الفضاء الرقمي بشكل فعال باستخدام أدوات تكنولوجية جديدة، مثل الذكاء الاصطناعي، لضمان حماية العلامات التجارية من الانتهاكات. يسهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز الحوكمة الرقمية عبر رصد الانتهاكات والتحقيق فيها باستخدام تقنيات الرصد التلقائي. (Mueller, 2016).

5. نظرية الملكية الفكرية (Intellectual Property Theory)

تستند نظرية الملكية الفكرية إلى حماية الحقوق القانونية التي يمتلكها الأفراد أو المؤسسات تجاه أعمالهم الفكرية، مثل العلامات التجارية. في العصر الرقمي، أصبحت هذه الحقوق مهددة بشكل متزايد. يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في حماية هذه الحقوق من خلال تقنيات مثل تحليل الصور والكشف عن التشابهات بين العلامات التجارية. (Lessig, 2004)

6. نظرية الأمن السيبراني (Cybersecurity Theory)

تعتبر نظرية الأمن السيبراني من المنطلقات المهمة في دراسة دور الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية. مع زيادة الهجمات السيبرانية على العلامات التجارية، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون أداة قوية للكشف عن الأنشطة غير القانونية مثل اختراق الحسابات التجارية أو سرقة البيانات. (Anderson, 2014).

7. نظرية التعلم الآلي (Machine Learning Theory)

تستند هذه النظرية إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي لتحليل البيانات واكتشاف الأنماط المتكررة. في مجال حماية العلامات التجارية، يمكن تدريب أنظمة الذكاء الاصطناعي على التعرف على العلامات التجارية المزيفة والتقليدية واكتشاف الانتهاكات بشكل أسرع وأكثر دقة (Bishop, 2006).

8. نظرية التجارة الإلكترونية (E-Commerce Theory)

تركز هذه النظرية على تأثير التجارة الإلكترونية في تسهيل حركة التجارة عبر الإنترنت. نتيجة لذلك، قد تواجه العلامات التجارية تهديدات بسبب انتشار التقليد والاحتيال عبر منصات التجارة الإلكترونية. يساهم الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية من خلال توفير آليات مراقبة وتحليل فعالة (Laudon & Traver, 2021).

9. نظرية البيانات الكبيرة (Big Data Theory)

تعتبر نظرية البيانات الكبيرة أساسية لفهم دور الذكاء الاصطناعي في حماية العلامات التجارية. باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن تحليل كميات ضخمة من البيانات الخاصة بالنشاطات الرقمية المرتبطة بالعلامات التجارية لاكتشاف الانتهاكات أو التقليد على نطاق واسع (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013).

10. نظرية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Impact Theory)

تؤكد هذه النظرية على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في سلوك الأفراد والشركات. مع تزايد الأنشطة التجارية عبر هذه المنصات، يمكن أن تظهر تحديات في حماية العلامات التجارية. يساهم الذكاء الاصطناعي في رصد هذه الأنشطة عبر منصات التواصل الاجتماعي ومنع استخدام العلامات التجارية بطريقة غير قانونية (Kaplan & Haenlein, 2010).

10.1 المنهجية وطرق البحث:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على دور الذكاء الاصطناعي على حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة

11.1.. مصادر جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.

- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة،

حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على دور الذكاء الاصطناعي على حماية العلامات التجارية في الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية

12.1 أدوات الدراسة :

سيتم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات

السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من العاملين في

العلامات التجارية المعروفة والمتمثلة ب: النوع، والعمر، والمستوى التعليمي والمستوى الوظيفي

وعدد سنوات الخبرة

القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل

والتابع.

القسم الأول (المتغيرات الديمغرافية):

القسم الثاني (متغيرات الدراسة المستقل والتابع):

13.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية

للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم

استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات العاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

· معامل الثبات كرونباخ ألفا: للتعرف على مدى ثبات متغيرات الدراسة.

· الانحدار البسيط: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

· ارتباط بيرسون: للتحقق من صدق متغيرات الدراسة

13.1 حدود الدراسة :

حدود موضوعية: قامت الدراسة بالتعرف على دور الذكاء الاصطناعي على حماية العلامات التجارية في

الفضاء الرقمي في المملكة العربية السعودية

حدود مكانية: المشاريع صاحبة العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية

حدود زمانية: العام الدراسي 2024.

حدود بشرية: تم التطبيق على العاملين المشاريع العاملة في العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. سعيد، محمد محمد القطب مسعد. (2021). دور قواعد الملكية الفكرية في مواجهة تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة قانونية تحليلية مقارنة. *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*، ع75، 1628 - 1742. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1142956>
2. قنطقي، إياد محمد يحيى حلاق. (2022). التسويق بالذكاء الاصطناعي AIM: دمج تقني لنتائج أعمال عالية: ما هي أبرز طرق الاستخدام؟. *مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية*، ع116، 42 - 52. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1248812>
3. بوزيان، حسان. (2023). استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق: أمثلة على بعض العلامات التجارية العالمية. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، مج16، ع1، 16 - 29. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1389540>
4. الفضلي، فاطمة الزهراء. (2024). رقمنة الإجراءات القضائية والذكاء الاصطناعي: أية علاقة؟. *مسارات في الأبحاث والدراسات القانونية*، ع33، 57 - 68. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1470445>
5. عبدالحميد، عائشة. (2023). الإطار القانوني والتشريعي للرقمنة والذكاء الاصطناعي. *مجلة الباحث للدراسات القانونية والقضائية*، ع50، 21 - 42. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1348895>
6. بن قايد، علي محمد لمين. (2023). الذكاء الاصطناعي ومهنة المحاماة: نحو التخلي عن النموذج التقليدي لممارسة المهنة. *مجلة الاجتهاد القضائي*، مج15، ع2، 145 - 159. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1451241>

7. عبدالحميد، عائشة. (2021). الإطار القانوني والتشريعي للرقمنة والذكاء الاصطناعي. المجلة الدولية

للذكاء الاصطناعي في التعليم والتدريب، مج1، ع1 ، 16 - 36. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1490880>

8. قندوز، طارق أحمد. (2024). التقارب بين المنظومة التسويقية والذكاء الاصطناعي: مقدمات الثورة

الصناعية الخامسة وميلاد عصر التسويق الخوارزمي. مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية والقانونية،

مج8، ع9 ، 123 - 141. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1490525>

9. دهشان، أحمد إبراهيم محمد متولي. (2024). المعاملة الضريبية لأنشطة الاقتصاد الرقمي باستخدام

تقنية الذكاء الاصطناعي. مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع88 ، 430 - 681. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1485131>

10. البابلي، عمار ياسر محمد زهير. (2019). دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالجريمة. الفكر

الشرطي، مج28، ع110 ، 59 - 133. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1053306>

11. البابلي، عمار ياسر محمد زهير. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في مواجهة الجريمة المنظمة عبر العالم

الافتراضي: دراسة تحليلية. مجلة الدراسات القانونية والأمنية، مج4، ع2 ، 135 - 207. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1477896>

12. عبدالرازق، رانا مصباح عبدالمحسن. (2021). تأثير الذكاء الاصطناعي على الجريمة الإلكترونية. المجلة

العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية، مج22، ع1 ، 430 - 437. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1091336>

13. علي، وائل محمد رفعت إبراهيم. (2024). الحماية القانونية للأسرار التجارية المتعلقة بالذكاء

الاصطناعي: دراسة مقارنة بين القانون المصري والنظام السعودي. مجلة الفكر القانوني والاقتصادي،

س14، ع1 ، 1 - 51. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1458522>

14. محمد، نهد فاروق عباس. (2022). استخدام الذكاء الاصطناعي في تنفيذ العقوبات الجنائية بالنظام

السعودي: دراسة مقارنة بالقانون الإماراتي. مجلة قضاء، ع28 ، 425 - 488. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1325883>

ثانيا : المراجع الإنجليزية

- Alhejaili, M. O. (2024). Infusing Artificial Intelligence into Saudi Arabia's Agreement Ecosystem: Legal Implications and Practical Insights. Kufa Journal of Legal and Political Sciences, Vol. 17, No. 59, 231-265. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1488789>
- Al-Khudairi, Abdulwahab bin Muhammad bin Abdullah. (2023). How Possible Is It to Apply Artificial Intelligence "AI" When Issuing Judicial Rulings in the Saudi Courts?: An Analytical and Comparative Study that Showcases International Experiences. Journal of Jurisprudential and Legal Research, Vol. 43, 1201-1282. Retrieved from <http://search.mandumah.com/Record/1465640>