

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

عنوان المشروع:

تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء بالتطبيق على مستشفيات
دله بمدينة الرياض .
(دراسة حالة)

أسم الطالب

سلوى سعيد ماضي

المشروع النهائي- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

الفصل الثاني 24/10/2025

الشكر والتقدير

الإهداء

مستخلص الدراسة

الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء داخل مستشفيات دله بمدينة الرياض، من خلال تحليل العلاقة بين استخدام التطبيقات الذكية المختلفة وجودة الخدمات المقدمة للعملاء والمرضى.

المنهجية: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وجرى تطبيقها على عينة مكونة من (٢٠٠) مفردة من المرضى والمراجعين وموظفي خدمة العملاء في مستشفيات دله بالرياض.

النتائج: أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحسين خدمة العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.82$) عند مستوى دلالة ($\text{Sig.} = 0.001$)، كما تبين أن استخدام التقنيات الذكية يفسر ما نسبته ٦٧% من التباين في جودة الخدمة، وقد جاء أعلى مستوى استجابة للبنود المتعلقة بسهولة حجز المواعيد وسرعة الاستجابة ودقة المعلومات، وهو ما يعكس تحسناً واضحاً في تجربة العميل الصحي.

التطبيقات والأهمية: تُقدّم الدراسة توصيات عملية لإدارات المستشفيات تتضمن أهمية الاستثمار في تطوير الأنظمة الذكية، وتدريب الكوادر البشرية على استخدامها، وتعزيز التكامل بين قواعد البيانات والأنظمة الآلية بما يسهم في تحسين تجربة العميل، ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية للخدمات الصحية.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي – خدمة العملاء – رضا المرضى – التحول الرقمي – مستشفيات دله – جودة الخدمة الصحية.

Abstract

Objective: This study aims to explore the impact of using artificial intelligence (AI) technologies on improving customer service within Dallah Hospitals in Riyadh, by analyzing the relationship between the use of various smart applications and the quality of services provided to clients and patients.

Methodology: The study adopted a descriptive-analytical approach, utilizing a questionnaire as the main tool for data collection, the instrument was distributed to a sample of 200 participants, including patients, visitors, and customer service employees at Dallah Hospitals in Riyadh.

Results: The results revealed a strong positive correlation between the use of artificial intelligence technologies and the improvement of customer service, with a correlation coefficient of ($r = 0.82$) at a significance level of ($\text{Sig.} = 0.001$), Moreover, the use of smart technologies explained 67% of the variance in service quality, The highest response levels were recorded for items related to the ease of booking appointments, response speed, and accuracy of information, reflecting a clear improvement in the patient experience.

Applications and Significance: The study provides practical recommendations for hospital administrations, emphasizing the importance of investing in the development of smart systems, training human resources in their effective use, and enhancing integration between databases and automated systems, which contributes to improving the customer experience and increasing operational efficiency in healthcare services.

Keywords: Artificial Intelligence – Customer Service – Patient Satisfaction – Digital Transformation – Dallah Hospitals – Healthcare Service Quality.

جدول المحتويات

ب	الشكر والتقدير.....
ج	الإهداء.....
د	مستخلص الدراسة.....
	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
	١,١. المقدمة: Error! Bookmark not defined.
	١,٢. مشكلة الدراسة.....
	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري Error! Bookmark not defined.
	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي..... Error! Bookmark not defined.
	١,٣. أهمية الدراسة..... Error! Bookmark not defined.
	١,٣,١. على المستوى النظري: Error! Bookmark not defined.
	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي: Error! Bookmark not defined.
	١,٤. أسئلة الدراسة..... Error! Bookmark not defined.
	١,٥. أهداف الدراسة Error! Bookmark not defined.
	١,٦. فرضيات الدراسة..... Error! Bookmark not defined.
	١,٧. نموذج الدراسة..... Error! Bookmark not defined.
	١,٨. الدراسة الميدانية.....
	١,٩. مخطط المشروع.....
	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٢٢	٢,١. المقدمة: ٢٢
٢٣	٢,٢. المتغير المستقل..... ٢٣
٢٣	٢,٣. المتغير التابع..... ٢٣
٢٣	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع..... ٢٣
٢٤	٢,٥. الخاتمة..... ٢٤
٢٤	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة..... ٢٤

٢٥	٣,١.المقدمة.....
٢٥	٣,٢.التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٦	٣,٣.تصميم البحث.....
٢٦	٣,٤.مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
٢٧	٣,٥.طريقة جمع البيانات.....
٢٧	٣,٦.أنواع البيانات.....
٢٧	٣,٧.إجراءات التحليل الإحصائي.....
٢٨	٣,٨.الخاتمة.....
٢٩	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
٣٠	4.1.المقدمة.....
٣٠	4.2.توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).....
٣٠	4.3.اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....
٣١	4.4.الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....
٣١	4.5.اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....
٣١	٤,٦.الخاتمة.....
٣٢	٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....
٣٣	٥,١.حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:.....
٣٣	٥,٢.توصيات الدراسة:.....
٣٣	٥,٣.الخاتمة:.....
٣٤	قائمة المراجع.....
٣٦	الملاحق.....

اسم الجدول	رقم الصفحة
الجدول رقم (١). النموذج المفاهيمي للدراسة	١٣
الجدول رقم (٢). أبعاد متغير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	٢٥
الجدول رقم (٣). أبعاد متغير تحسين خدمة العملاء	٢٦
الجدول رقم (٤). التوزيع اليموغرافي لعينة الدراسة	٣٠
الجدول رقم (٥). نتائج معامل ألفا كرونباخ	٣١
الجدول رقم (٦). المتوسطات والانحرافات لمتغير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	٣٢
الجدول رقم (٧). المتوسطات والانحرافات لمتغير تحسين خدمة العملاء	٣٣
الجدول رقم (٨). اختبار الارتباط بيرسون	٣٥
الجدول رقم (٩). تحليل الانحدار الخطي البسيط	٣٦

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تُعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرز التحولات الرقمية التي أحدثت ثورة في أساليب تقديم الخدمات في مختلف القطاعات، ولا سيما في القطاع الصحي الذي يشهد تطورًا متسارعًا نحو الأتمتة وتحسين تجربة المريض، فقد أصبحت الأنظمة الذكية، مثل روبوتات المحادثة التوليدية (Catboats)، وسيلة فعالة لتسهيل التواصل بين المستفيدين والمنشآت الصحية، مما يسهم في تعزيز رضا العملاء ورفع كفاءة العمليات التشغيلية. لقد تزايد الاهتمام في المملكة العربية السعودية بتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن خطط التحول الرقمي تماشيًا مع رؤية المملكة ٢٠٣٠، والتي تهدف إلى تطوير جودة الخدمات الصحية وتحقيق الكفاءة التشغيلية، وتشير الدراسات إلى أن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في المستشفيات أدى إلى تحسين دقة التشخيص، وتقليل فترات الانتظار، وتحسين رضا المرضى، وهو ما يعكس فعالية هذه التقنيات في تعزيز جودة الخدمات الصحية المقدمة.

أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء عنصرًا محوريًا في تحسين تجربة المتعاملين مع المؤسسات الخدمية عمومًا، إذ تُمكن هذه التقنيات من تقديم استجابات فورية واستباقية لاحتياجات العملاء، وتُسهم في بناء علاقة أكثر تفاعلية بين المؤسسة ومتلقي الخدمة، وقد أظهرت الدراسات التطبيقية في مجالات مختلفة أن الذكاء الاصطناعي يسهم في رفع مستوى الرضا عن الخدمات المقدمة عبر تعزيز سرعة الاستجابة ودقة المعلومات المقدمة للعملاء.

وفي القطاع الصحي، يُعد رضا المريض أحد أهم مؤشرات جودة الخدمات، لذلك فإن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقة مع العملاء أصبح مطلبًا استراتيجيًا للمستشفيات الحديثة، إذ تساعد هذه التقنيات في تنظيم المواعيد، وتقديم الاستشارات الأولية، ومتابعة الحالات الطبية عبر التطبيقات الذكية، مما يعزز ثقة المريض بالمؤسسة الصحية ويرسخ مفهوم التحسين المستمر لجودة الخدمات وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء بالتطبيق على مستشفيات دله بالرياض، بوصفها إحدى المؤسسات التي تبنت الحلول الرقمية الحديثة ضمن إطار التنافسية في القطاع الصحي السعودي، كما تهدف الدراسة إلى تحديد مستوى رضا العملاء تجاه هذه التطبيقات، ومدى إسهامها في تحقيق التحسين المستمر في جودة الخدمات الصحية.

1.1. مشكلة الدراسة:

تُعدّ مستشفيات دله بمدينة الرياض من المؤسسات الصحية الرائدة في المملكة التي تبنت التحول الرقمي ضمن استراتيجياتها لتحسين تجربة العملاء، إذ بدأت في إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في بعض خدماتها مثل جدولة المواعيد، والاستشارات الإلكترونية، والردود الآلية على استفسارات المراجعين، ومع ذلك، لا يزال من الضروري تقييم مدى فعالية هذه التقنيات في تحقيق التحسين الفعلي في جودة خدمة العملاء، من حيث رضاهم وسرعة الاستجابة ودقة المعلومات المقدمة لهم، وعلى الرغم من وجود دراسات عديدة حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع الصحي السعودي بوجه عام، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التطبيقية التي تتناول تجربة مستشفيات دله كحالة مستقلة لقياس العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمة من منظور العملاء (الهزاني، ٢٠٢٤، ص. ٢) و(مؤمنة، ٢٠٢٢، ص. ١٥).

1.1.1. فجوات على المستوى النظري:

تُظهر المراجعة النظرية أن الأدبيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي ركزت في معظمها على الجوانب التقنية والهندسية دون الخوض العميق في العلاقة النظرية التي تربط بين استخدام هذه التقنيات ومستوى رضا العملاء أو تحسين تجربتهم في المؤسسات الخدمية، فالدراسات الحديثة، مثل دراسة البنا وآخرون (٢٠٢٤)، ركزت على تأثير الذكاء الاصطناعي في المتاجر الإلكترونية، لكنها لم تتناول بصورة كافية العلاقة التفاعلية بين العميل والنظام الذكي في بيئة المستشفيات، والتي تتسم بطبيعتها بخصوصية عالية من حيث الحساسية الزمنية والمعلوماتية للخدمة، ومن ثمّ، تظهر فجوة معرفية في تطبيق النماذج النظرية لتفسير تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة خدمة العملاء في السياقات الصحية الواقعية (البنا وآخرون، ٢٠٢٤، ص. ١٠٦).

كما أن دراسات أخرى تناولت الذكاء الاصطناعي من منظور عام دون توضيح كيف تؤثر العوامل التنظيمية والثقافية داخل المستشفى في نجاح تطبيقه لتحسين تجربة العملاء، وبالتالي، فإن توسيع الإطار النظري ليشمل العلاقة بين الأبعاد التقنية والبشرية والإدارية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مستشفيات دله يُعدّ ضرورة لتكوين رؤية أكثر شمولية (مؤمنة، ٢٠٢٢، ص. ١٦).

1.1.2. فجوات على المستوى التطبيقي:

على الصعيد التطبيقي، ورغم تبني مستشفيات دله لعدد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل روبوتات المحادثة والأنظمة الذكية لحجز المواعيد، إلا أن هناك محدودية في الدراسات التي تقيس مدى تأثير هذه التطبيقات فعليًا على جودة تجربة العملاء، وتشير الدراسات التطبيقية إلى أن بعض المؤسسات الصحية السعودية، ومنها مستشفيات دله، لا تزال تواجه تحديات في تكامل أنظمة الذكاء الاصطناعي مع أنظمة إدارة علاقات العملاء التقليدية، مما يحد من الفاعلية الكاملة لهذه التقنيات (الظفيري وآخرون، ٢٠٢٢، ص. ١١٩).

كما تواجه المستشفى تحديات أخرى تتعلق بضعف الوعي لدى بعض العملاء بألية استخدام الأنظمة الذكية، ونقص الخبرات التقنية بين بعض موظفي خدمة العملاء، وهو ما يعيق الاستفادة المثلى من الإمكانيات التقنية المتاحة، وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن التحسين المستمر في جودة الخدمات الصحية يتطلب تهيئة البنية المؤسسية وتدريب الكوادر البشرية لزيادة كفاءة تطبيقات الذكاء الاصطناعي (إسماعيل والعنزي، ٢٠٢٥، ص. ٣٤٠).

انطلاقًا من الفجوات النظرية والتطبيقية السابقة، تتمحور المشكلة البحثية في السؤال الآتي:

ما مدى تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة خدمة العملاء في مستشفيات دله بمدينة الرياض؟

1.2. أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من تركيزها على أحد الاتجاهات الحديثة في إدارة الخدمات الصحية وهو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العميل في المستشفيات، وخاصة في مستشفيات دله بالرياض التي تُعدّ من المؤسسات الصحية الرائدة في تبني الحلول الرقمية لخدمة عملائها، وتُعدّ الدراسة بتقييم الأثر الفعلي لتلك التقنيات على جودة الخدمة، بما يضيف بعدًا علميًا وعمليًا جديدًا للبحوث ذات الصلة بالتحول الرقمي في القطاع الصحي السعودي (الهزاني، ٢٠٢٤، ص. ٣).

1.2.1. على المستوى النظري:

تُسهّم الدراسة من الناحية النظرية في إثراء الأدبيات العلمية حول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وجودة خدمة العملاء في بيئة المستشفيات، إذ أن الدراسات السابقة ركزت في معظمها على البيئات التجارية والخدمية العامة، بينما قلّما تناولت التطبيقات الصحية كبيئة بحثية يمكن فيها قياس أثر الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء وجودة الخدمات (البنا وآخرون، ٢٠٢٤، ص. ١٠٧).

كما تقدم الدراسة نموذجًا علميًا يجمع بين الأبعاد التقنية والإدارية والسلوكية للذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل، مما يضيف منظورًا متكاملًا إلى الإطار النظري للبحث في هذا المجال، ويمكن الباحثين من بناء نماذج تفسيرية جديدة حول دور التقنيات الذكية في تحسين رضا العملاء في المؤسسات الصحية (مؤمنة، ٢٠٢٢، ص. ١٨). علاوة على ذلك، تُبرز هذه الدراسة فجوة معرفية مهمة تتمثل في ضعف التكامل بين دراسات الذكاء الاصطناعي ونظريات إدارة علاقات العملاء في القطاع الصحي، حيث تسعى إلى بناء أساس علمي لفهم كيف تؤثر الأدوات الذكية مثل روبوتات المحادثة التوليدية على تفاعل العملاء مع الخدمات الصحية، وهو ما يسهم في تطوير النظرية الإدارية في سياق التحول الرقمي للرعاية الصحية (الهزاني، ٢٠٢٤، ص. ٢).

1.1.1. على المستوى التطبيقي:

أما على المستوى التطبيقي، فتنبع أهمية الدراسة من واقع أن مستشفيات دله بالرياض تُعدّ نموذجًا متقدمًا لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الخدمات الصحية داخل المملكة، إلا أن قياس الأثر الفعلي لهذه التطبيقات لا يزال محدودًا، لذا، توفر هذه الدراسة تحليلًا علميًا ميدانيًا يساعد إدارة المستشفى في تقييم مستوى كفاءة الأنظمة الذكية في تحسين تجربة العملاء، وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير (الظفيري وآخرون، ٢٠٢٢، ص. ١١٩).

كما تقدم النتائج التطبيقية للدراسة قاعدة بيانات يمكن الاستفادة منها في تطوير السياسات التشغيلية والاستراتيجية داخل مستشفيات دله، بما يسهم في تعزيز الكفاءة التنظيمية وتحقيق التحسين المستمر في جودة الخدمات المقدمة (إسماعيل والعنزي، ٢٠٢٥، ص. ٣٤٥).

ومن ناحية أخرى، تُمكن هذه الدراسة المؤسسات الصحية الأخرى من الاستفادة من تجربة مستشفيات دله كنموذج ناجح لتطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات مع العملاء، وهو ما يتماشى مع توجهات وزارة الصحة السعودية في دعم الابتكار التقني ضمن مبادرات التحول الرقمي الوطني (مؤمنة، ٢٠٢٢، ص. ١٩).

1.2. أسئلة الدراسة:

1. ما مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء داخل مستشفيات دله بالرياض؟
2. ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء؟
3. ما العلاقة بين تطبيق الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا العملاء في مستشفيات دله؟
4. ما أهم التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء؟

1.3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء بمستشفيات دله بالرياض، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء داخل مستشفيات دله بالرياض.
2. تحليل أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء في مستشفيات دله، من حيث سرعة الاستجابة، ودقة المعلومات المقدمة.
3. تحديد العلاقة بين تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا العملاء في مستشفيات دله بالرياض.
4. تحديد أبرز التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء بمستشفيات دله، سواء كانت تحديات تقنية أو تنظيمية أو بشرية، واقتراح حلول تطويرية.

1.4. فرضيات الدراسة:

- (1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة خدمة العملاء في مستشفيات دله بالرياض.
- (2) توجد علاقة إيجابية قوية بين درجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا العملاء في مستشفيات دله.
- (3) تختلف جودة خدمة العملاء باختلاف مستوى تبني المستشفيات لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

4) تواجه إدارة المستشفى تحديات فنية وتنظيمية تحد من كفاءة تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء.

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل روبوتات المحادثة، التطبيقات الذكية، أنظمة المواعيد الإلكترونية	جودة الأنظمة التقنية كفاءة الموارد البشرية - التحديات التنظيمية	تحسين خدمة العملاء (جودة الخدمة سرعة الاستجابة، رضا العملاء)

1.5. نموذج الدراسة:

الجدول رقم (١). النموذج المفاهيمي للدراسة

انطلاقاً من أهداف الدراسة وتساؤلاتها، تم بناء النموذج المفاهيمي المقترح الذي يوضح العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كمتغير مستقل، وتحسين خدمة العملاء كمتغير تابع، وذلك في إطار البيئة التطبيقية لمستشفيات دله بمدينة الرياض، يهدف النموذج إلى تفسير الكيفية التي تُسهم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في رفع جودة الخدمات وتعزيز رضا العملاء، مع مراعاة تأثير العوامل الوسيطة مثل جودة الأنظمة التقنية وكفاءة الموارد البشرية والتحديات التنظيمية.

يُفترض في النموذج أن زيادة استخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات خدمة العملاء كاستخدام روبوتات المحادثة، وأنظمة حجز المواعيد الذكية، والتحليل التنبؤي لشكاوى العملاء تؤدي إلى تحسين ملموس في مؤشرات جودة الخدمة من حيث الاستجابة السريعة، والموثوقية، والتفاعل الإنساني الافتراضي، وهو ما ينعكس في نهاية المطاف على مستوى رضا العملاء (البنا وآخرون، ٢٠٢٤، ص. ١٠٧).

كما يتضمن النموذج بعداً تنظيمياً يتمثل في قدرة مستشفيات دله على تهيئة بيئة عمل رقمية متكاملة تدعم تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بفاعلية، من خلال تطوير البنية التحتية المعلوماتية وتدريب الكوادر البشرية، فنجاح التطبيق يعتمد بدرجة كبيرة على مدى تبني إدارة المستشفى لثقافة التحسين المستمر والابتكار التقني في تقديم الخدمات الصحية (إسماعيل والعنزي، ٢٠٢٥، ص. ٣٤٢).

هذا النموذج يمثل الإطار التصوري الذي ستستند إليه الفروض الإحصائية للدراسة، إذ يربط بشكل مباشر بين مستوى تطبيق الذكاء الاصطناعي وبين جودة وفعالية الخدمات المقدمة لعملاء مستشفيات دله بالرياض.

1.6. الدراسة الميدانية:

تهدف الدراسة الميدانية إلى تطبيق الإطار النظري عملياً من خلال جمع البيانات الميدانية وتحليلها إحصائياً للتحقق من صحة فرضيات البحث حول أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء بمستشفيات دله في مدينة الرياض. وقد تم تصميم الدراسة الميدانية وفق المنهج الوصفي التحليلي، لما يتميز به من القدرة على وصف الظواهر كما هي في الواقع، وتحليل العلاقات بين المتغيرات قيد الدراسة، يساعد هذا المنهج في تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء (المرضى والمراجعين).

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المرضى والمراجعين وموظفي خدمة العملاء في مستشفيات دله بالرياض خلال عام ٢٠٢٥، إذ يمثلون الفئات الأكثر تعاملًا مع الأنظمة الذكية المستخدمة في تقديم الخدمات، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغ حجمها (٢٠٠) مفردة، توزعت بين (١٢٠) من المرضى والمراجعين، و(٨٠) من موظفي خدمة العملاء، بهدف تحقيق تمثيل متوازن يضمن دقة النتائج وموثوقيتها.

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، حيث تم إعدادها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، وتضمنت ثلاثة محاور رئيسية تمثل أبعاد المتغيرات المستقلة وأبعاد المتغير التابع.

1.7. مخطط المشروع:

- الفصل الأول: الإطار النظري.
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة.
- الفصل الثالث: منهجية البحث.
- الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
- الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 المقدمة:

تُعد الدراسات السابقة الركيزة العلمية التي يستند إليها أي بحث أكاديمي، إذ تمثل الإطار المرجعي الذي يوضح ما تم إنجازه في موضوع الدراسة، وما تزال تمثل فجوات بحثية تحتاج إلى معالجة وتطوير، وانطلاقاً من أهمية البحث الحالي الذي يتناول أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء في مستشفيات دله بالرياض، فقد حرصت الباحثة على استعراض مجموعة من الدراسات الحديثة ذات الصلة بموضوع البحث، سواء المحلية أو العربية أو الأجنبية، بهدف بناء أساس علمي متين يدعم فرضيات الدراسة ويوجه مسارها التحليلي.

وقد ركزت الدراسات السابقة على عدة محاور رئيسية، منها تأثير الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات الصحية، وقياس رضا العملاء عن الأنظمة الذكية، ودور تقنيات الدردشة الآلية (Catboats) في تحسين تجربة المستخدم، كما تناولت بعض الدراسات العلاقة بين التحول الرقمي والرضا الوظيفي وجودة الخدمة في بيئات العمل الصحية.

ومن خلال تحليل تلك الدراسات، أمكن تحديد الفجوات البحثية التي يسعى البحث الحالي إلى سدّها، والمتمثلة في قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت العلاقة المباشرة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحسين خدمة العملاء في المستشفيات السعودية، وخاصة في مستشفيات دله بالرياض، رغم كونها من المؤسسات الرائدة في تبني الحلول التقنية الحديثة.

إن استعراض الدراسات السابقة لا يهدف فقط إلى عرض الجهود البحثية السابقة، بل إلى مقارنة النتائج، واستخلاص الاتجاهات العامة، وتحديد مواطن الاتفاق والاختلاف بين الباحثين، بما يسهم في إثراء الفهم العلمي للموضوع، وتأكيد أهمية البحث الحالي في سد الفجوة النظرية والتطبيقية في ميدان الذكاء الاصطناعي في الخدمات الصحية.

2.1. المتغير المستقل:

هدفت دراسة (التميمي، ٢٠٢٥) إلى بيان سياسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات المعلومات السعودية، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من مجتمع الباحثين الذين يعتمدون على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في بعض مؤسسات المعلومات السعودية، وخلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يثير العديد من المشاكل الأخلاقية، مثل انتهاك

الخصوصية والتحيز العنصري، وغير ذلك من المشكلات، وهو ما تنبّهت إليه مبكرًا المملكة العربية السعودية لتطبيق الممارسات الأخلاقية للتقنيات الناشئة، وخاصة تقنية الذكاء الاصطناعي، فقد استحدثت هيئة البيانات والذكاء الاصطناعي السعودية مهن ووظائف جديدة تتعلق بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، كما أنشئ المركز الدولي لأبحاث وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي بالمشاركة مع منظمة اليونسكو لمتابعة سياسات تعزيز الوعي المجتمعي، وتوفير التدريب في مجال أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، كما اهتمت الهيئة الملكية لحقوق الملكية الفكرية بهذا الموضوع وتطبيقاته في المملكة لحفظ الحقوق الناتجة عن استخدام هذه التقنية الناشئة الحديثة وأثارها في المجتمع السعودي والعربي.

ارتكزت دراسة (آل داود، ٢٠٢٥) على قياس أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في توثيق التجارب العملية لمختبر العلوم على دافعية التعلم لدى طالبات المدرسة الثانوية المتوسطة بصفوى في المملكة العربية السعودية، تكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات المدرسة، واختيرت عينة عشوائية قوامها ١٥ طالبة، استخدمت الدراسة مقياس دافعية تعلم العلوم، ونظامًا قائمًا على الذكاء الاصطناعي لتوثيق التجارب العملية، أظهرت النتائج فروقًا ذات دلالة إحصائية (٠,٠٥) بين متوسط درجات المجموعة في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس دافعية التعلم، مما يشير إلى فاعلية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الدافعية، بلغ حجم التأثير ٥,٧٤ (Cohen's d)، ما يُعدّ حجم تأثير كبيرًا، مما يؤكد أثر هذه التقنيات إيجابيًا على دافعية التعلم. أوصت الدراسة بتعميم استخدام هذه التقنيات في مختبرات العلوم لتحسين دافعية الطالبات نحو التعلم.

فيما هدفت دراسة (محمد، ٢٠٢٥) إلى التعرف على أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف وزيادة كفاءة استخدام الموارد في مشاريع التطوير التكنولوجي بالمملكة العربية السعودية، وذلك في ضوء ما تشهده المملكة من تحولًا رقميًا واسعًا يتطلب تنفيذ مشاريع تطوير تكنولوجي متقدمة، إلا أن هذه المشاريع تواجه تحديات تتعلق بارتفاع التكاليف وضعف كفاءة استخدام الموارد، مما يؤدي إلى تأخير الإنجاز وزيادة النفقات؛

لذا برزت الأهمية لاعتماد حلول تكنولوجية مبتكرة، ومنها تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتعزيز الكفاءة وتقليل التكاليف، خاصة مع وجود فجوة بحثية في دراسة أثر هذه التقنيات في السياق المحلي السعودي. وقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين بمشاريع التطوير التكنولوجي بالمملكة العربية السعودية، واشتملت عينة الدراسة على (٩٧) مفردة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي كمنهج للدراسة، واستعان بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف وزيادة كفاءة استخدام الموارد في مشاريع التطوير التكنولوجي بالمملكة العربية السعودية، حيث جاء المحور الأول: أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف بدرجة استجابة (عالية) بمتوسط حسابي (٣,٨٩) وانحراف معياري (٣٤٠)، وجاء المحور الثاني: أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة استخدام الموارد بدرجة استجابة (عالية) بمتوسط حسابي (٣,٧٠)، وانحراف معياري (٤٩١).

وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها: ضرورة عقد دورات تدريبية للعاملين في مشاريع التطوير التكنولوجي لتأهيلهم لفهم واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أوضحت دراسة (ابوضيف، ٢٠٢٥) أن عصرنا هو العصر الرقمي فالتكنولوجيا الرقمية تغزو جميع المجالات، وأصبح الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز اليوم مفهومان متداولان لدخولهما في جميع المجالات العلمية التقنية. فالذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) هو محاكاة وتقليد للذكاء البشري، والواقع المعزز (Augmented Reality) هو تقنية تتداخل فيها الصور الافتراضية ثلاثية الابعاد مع العالم الحقيقي، وبالتالي يهدفان إلى فهم العمليات الذهنية المعقدة التي يقوم بها العقل البشري اثناء ممارسة التفكير ثم ترجمة هذه العمليات الذهنية إلى عمليات حسابية مكافئة يمكن تصورها بشكل افتراضي في العالم الحقيقي، ومن هذا المنطلق يأتي تساؤل البحث وهو ما مدي إمكانية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في تحسين البيئة الداخلية في مستشفيات الأطفال؟ تمثل الهدف في الوصول إلى تصميمات مبتكرة موحية بأنماط تصميمية تراعي البعد النفسي من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية الاستفادة منها، واتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لاستنباط المفاهيم ومعرفة التطبيقات الخاصة بكلا من الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في مجال التصميم الداخلي، وتحليل التجارب التصميمية من خلال استخدام تلك التطبيقات. وكان من اهم نتائج استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) أنها ساعدت على التنبؤ بالنتائج التصميمية المحتملة لاستخدام الواقع المعزز (AR) في التصميم الداخلي لمستشفيات الأطفال وتوالد أفكار تصميمية مختلفة بالإضافة إلى تعزيز العملية الابداعية، وذلك لأن هناك منهجية ومضمون للفكرة. باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم

الداخلي لمستشفيات الأطفال بهدف تعزيز الفراغ الداخلي، وسهولة التشكيل فيه وتطويعه بما يناسب الطفل المريض ونشاط الفراغ لسهولة الاستجابة للعلاج بشكل أكثر فاعلية ومراعاة الحالة النفسية للطفل.

1.1. المتغير التابع:

تناولت دراسة (المرامحي وأسامة، ٢٠٢٤) أثر الخدمات الإلكترونية على رضا عملاء البنوك التجارية بالمملكة العربية السعودية، حيث تعد البنوك ركيزة أساسية في تنمية اقتصاد أي دولة، وقد شهدت في العقود الأخيرة تحولات سريعة نتيجة للابتكارات والتحديث المستمر في الخدمات الإلكترونية المصرفية، في هذا السياق، خصصت الدراسة لتقييم أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء لدى البنوك التجارية بالمملكة، حيث أظهرت الدراسة نتائج هامة تعكس العلاقة الطردية بين جودة هذه الخدمات ورضا العملاء، كما أن البيانات المستخلصة تؤكد أن تحسين جودة الخدمات الإلكترونية يسهم بشكل إيجابي في تعزيز رضا العملاء، مما يشير إلى أهمية الاستثمار في هذا القطاع لضمان تجربة مستخدم أفضل. مع ذلك، كشفت الدراسة أيضاً عن وجود نقاط ضعف مهمة تحتاج إلى معالجة، من بين هذه النقاط، تبين أن البنوك لا تولي اهتماماً كافياً للتحسين المستمر في تقديم خدماتها المصرفية الإلكترونية، حيث تفتقر إلى توفير التعليمات والإرشادات الواضحة والفعالة للعملاء حول كيفية استخدام هذه الخدمات بشكل صحيح.

هدفت دراسة (العتيبي وعبد العزيز، ٢٠٢٤) إلى دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية "دراسة تطبيقية" مع قياس درجة جودة الخدمة الصحية، بالإضافة إلى قياس الاختلاف بين آراء العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول التسويق الإلكتروني وجودة الخدمة الصحية ، من خلال عينة من العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف من المدراء ورؤساء الأقسام ومسؤولي التسويق قدر عددها (٣٧٩) مفردة ، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وتم تحليل البيانات من خلال برنامجي spss و. Amos ، وتوصلت نتائج البحث إلى وجود علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والاعتمادية ، وكذلك وجود علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والاستجابة ، بالإضافة إلى وجود علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والضمان في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية، كما وجدت علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والجوانب الملموسة في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية، فضلاً عن وجود علاقة معنوية بين التسويق الإلكتروني والتعاطف في قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية، مع وجود فروق معنوية بين آراء العاملين بقطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية تعزى للمتغيرات

الديمغرافية (النوع، العمر، المؤهل)، وأخيرا لا توجد فروق معنوية بين آراء المترددين / المرضى على قطاعات وزارة الصحة بمدينة الطائف السعودية حول جودة الخدمة الصحية .

أوضحت دراسة (حسن، ٢٠١٩) نموذج مقترح لأبعاد التوقع لجودة الخدمة في قطاع الرعاية الصحية السعودي، حيث تهدف هذه الدراسة إلى دراسة الفروق القائمة بين الجنسين في توقعات العملاء لجودة الخدمة في قطاع الرعاية الصحية، تم اختبار الفروض الخاصة بالفروق بين الجنسين المعرفية والوجدانية في التوقع باستخدام تحليل ANOVA، وتم تطبيق القيم المركبة لكل بُعد من الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة كمتغيرات تابعة. وتشير النتائج إلى أن جميع أبعاد التوقع باستثناء "المشاركة الوجدانية" ليس لها فرق إحصائي قائم على النوع. ومع ذلك، هناك فرق دال في تأثير الأبعاد المعرفية، من شأن نتائج هذه الدراسة أن تساعد مقدمي الرعاية الصحية في تحسين خدماتهم بناءً على الفروق بين الجنسين.

هدفت دراسة (الزبيدي والعميري، ٢٠٢٣) إلى دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا كوفيد -١٩ اصبح من المهم أن تركز المنظمات على التسويق الرقمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت، لذلك تناول هذا البحث الكيفية التي يمكن من خلالها تحسين التسويق الرقمي من خلال ادارة خدمة العملاء. حيث يهدف البحث الحالي الى معرفة دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي لعملاء البنوك في المملكة العربية السعودية، وذلك بسبب زيادة أهمية خدمة العملاء باعتبارها عاملا مهما في تحسين كفاءة التسويق الرقمي ومؤشرا أساسيا لأداء المؤسسات. ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على قائمة الاستقصاء لجمع البيانات الأولية باستخدام عينة عشوائية من عملاء بنك الراجحي بمنطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية قوامها (٢٠٣) مفردة. تم تحليلها بواسطة برنامج SPSS، وظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدد من النتائج أهمها: ان الاتصال يؤثر على نجاح خطط التسويق الرقمي بشكل فعال، كما اكدت الدراسة انه هناك علاقة بين التسويق الرقمي و ادارة خدمة العملاء، كما اظهرت النتائج مدى تأثير التسويق الرقمي على ثقة العملاء. وقد اوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بمستوى الثقة لدى العملاء، وأهمية مواكبة المستجدات باستمرار من اجل تحقيق التنافسية مع البنوك الاخرى، كما اوصت بضرورة اجراء المزيد من الدراسات والابحاث المستقبلية في مجال التسويق الرقمي وتأثيره على ادارة خدمة العملاء.

1.2.3 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:

بينت دراسة (المطرفي، ٢٠٢٥) أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق في القطاع الصحي في المملكة العربية السعودية، وقد ركزت الدراسة على استكشاف أبرز المجالات التي يُستخدم فيها، التحديات التي تواجه تطبيقه، والتحسينات الممكنة لتعزيز فعاليته، تم استخدام استبانة من تصميم الباحث تتضمن ٣٤ عبارة موزعة على أربعة محاور رئيسية، وتم تحليل النتائج باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق في القطاع الصحي مرتفع، خاصة في تحسين استهداف الجمهور وتصميم الحملات الترويجية، مع بروز تحديات مثل غياب التشريعات الواضحة، ارتفاع التكاليف، والمخاطر السيبرانية، كما أوضحت الدراسة أن التحسينات المطلوبة تشمل زيادة الاستثمار في التقنيات، توفير برامج تدريبية، وتحسين البنية التحتية التقنية، توصي الدراسة بوضع إطار تنظيمي واضح، تعزيز الاستثمار في البنية التحتية، إطلاق حملات توعية، وتطوير استراتيجيات لحماية البيانات الصحية من التهديدات السيبرانية، بما يتماشى مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ لتعزيز التحول الرقمي في القطاع الصحي.

1.2.4 تحليل العلاقة بين المتغيرات وفجوة البحث:

يتناول هذا البحث موضوعًا محوريًا في ميدان إدارة الخدمات الصحية يتمثل في تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين خدمة العملاء بالتطبيق على مستشفيات دله بالرياض، وهو موضوع يجمع بين بعدين رئيسيين: المتغير المستقل وهو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والمتغير التابع وهو تحسين خدمة العملاء، ويرتبط هذان المتغيران بعلاقة سببية مباشرة؛ إذ تشير الأدبيات الحديثة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل الدردشة الآلية (Chatbots)، وأنظمة حجز المواعيد الذكية، والتفاعل الآلي مع العملاء تسهم بفاعلية في رفع جودة الخدمات الصحية وتسريع الاستجابة وتحسين تجربة المرضى.

وقد تناولت دراسات سابقة متعددة هذا الارتباط من زوايا مختلفة، فقد ركزت دراسة (التميمي، ٢٠٢٥) على الجوانب التنظيمية والسياسات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات السعودية، مؤكدة أن المملكة تبنت مبادرات استراتيجية لتعزيز الممارسات الأخلاقية وضمان الاستخدام الآمن للتقنيات الذكية، أما دراسة (آل داود، ٢٠٢٥) فقد تناولت الجانب التعليمي للتطبيقات لتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أظهرت أثرًا

إيجابيًا واضحًا في رفع دافعية التعلم، وهو ما يشير إلى قدرة هذه التقنيات على تحسين التفاعل الإنساني والمعرفي في مختلف البيئات.

كما بينت دراسة (محمد، ٢٠٢٥) أثر الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف وزيادة كفاءة استخدام الموارد، موضحة أن الاعتماد على الأنظمة الذكية يسهم في ترشيد النفقات وتحسين إدارة العمليات التشغيلية، بينما ركزت دراسة (أبوضيف، ٢٠٢٥) على التطبيقات التصميمية للذكاء الاصطناعي في تحسين البيئة الداخلية لمستشفيات الأطفال، مؤكدة دوره في تعزيز البعد النفسي والتفاعلي للمرضى.

وعلى الجانب الآخر، عالجت دراسات المتغير التابع (تحسين خدمة العملاء) جوانب الجودة والرضا، فقد أظهرت دراسة (المرامحي وأسامة، ٢٠٢٤) وجود علاقة طردية بين جودة الخدمات الإلكترونية ورضا العملاء في البنوك السعودية، بينما أوضحت دراسة (العتيبي وعبدالعزیز، ٢٠٢٤) أن التسويق الإلكتروني في القطاعات الصحية يسهم بفاعلية في تحسين جودة الخدمات وزيادة استجابة العاملين والمرضى، وأكدت دراسة (الزبيدي والعميري، ٢٠٢٣) أهمية إدارة خدمة العملاء في تعزيز نجاح خطط التسويق الرقمي وزيادة ثقة العملاء، وهو ما يدعم فكرة أن تحسين الخدمة يتطلب استثمارًا في الأنظمة الرقمية الحديثة.

أما الدراسات التي تناولت العلاقة التكاملية بين المتغيرين، فقد وضّحتها دراسة (المطرفي، ٢٠٢٥) التي بينت أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق في القطاع الصحي بالمملكة، مؤكدةً على أن التطبيق الفعّال للذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين الاتصال مع العملاء، وتخصيص الخدمات، ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية، وهو ما يتقاطع بشكل مباشر مع موضوع البحث الحالي.

• الفجوة البحثية.

من خلال تحليل الدراسات السابقة، يمكن تحديد الفجوة البحثية في محورين رئيسيين:

1- الفجوة النظرية.

رغم كثرة الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي في مجالات التعليم، والتسويق، والإدارة، إلا أن الأدبيات العربية والسعودية تحديدًا تفتقر إلى نموذج نظري متكامل يربط بوضوح بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومؤشرات تحسين خدمة العملاء في القطاع الصحي، كما أن معظم الدراسات ركزت على جانب واحد (مثل الكفاءة التشغيلية أو تقليل التكاليف)، دون دمج الأبعاد النفسية والتجريبية لتجربة العميل الصحي.

2- الفجوة التطبيقية.

لم تُجرَ حتى الآن بحسب ما استعرضه الباحث دراسة ميدانية تطبيقية على مستشفيات دله بالرياض، رغم أنها من أوائل المؤسسات الصحية السعودية التي تبنت أنظمة ذكاء اصطناعي متكاملة لخدمة العملاء، لذا تأتي هذه الدراسة لتسد هذه الفجوة التطبيقية من خلال بناء نموذج تحليلي يختبر العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (كمتغير مستقل) وتحسين خدمة العملاء (كمتغير تابع) في بيئة واقعية داخل مؤسسة صحية سعودية رائدة، مما يجعل نتائجها ذات قيمة علمية وعملية عالية يمكن الاستفادة منها في تطوير استراتيجيات التحول الرقمي في القطاع الصحي السعودي.

2.2 الخاتمة :

من خلال استعراض وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، يتضح أن الذكاء الاصطناعي أصبح أحد أبرز العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات وتحسين تجربة العملاء في مختلف القطاعات، ولا سيما القطاع الصحي، فقد أكدت غالبية الدراسات على أن تطبيق التقنيات الذكية مثل الأنظمة الآلية والدرشة التفاعلية وحجز المواعيد الإلكتروني، يسهم في رفع كفاءة الأداء المؤسسي، وتسريع الاستجابة، وتعزيز رضا العملاء، كما بينت الأدبيات أن الاستخدام الفعال للذكاء الاصطناعي لا يقتصر على التحسينات التشغيلية، بل يمتد ليشمل تحسين التواصل الإنساني والخدمة المخصصة التي تلبي احتياجات المستفيدين بدقة أعلى.

ومع ذلك، أظهرت مراجعة الدراسات وجود تفاوت في نطاقات التطبيق والمنهجيات المتبعة، حيث ركزت بعض الدراسات على الجوانب التقنية أو الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، في حين تناولت أخرى أثره في التعليم أو التسويق أو تقليل التكاليف التشغيلية، أما في المجال الصحي، فقد برزت الأبحاث التي تناولت أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات الطبية، لكنها لم تركز بما يكفي على العلاقة المباشرة بين تطبيق هذه التقنيات وتحسين خدمة العملاء داخل المستشفيات السعودية .

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن البحث الحالي يختلف عن سابقاته من حيث البيئة التطبيقية والسياق المؤسسي، إذ يتناول مستشفيات دله بالرياض كنموذج تطبيقي واقعي يمثل أحد النماذج البارزة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الخدمات الصحية. كما يسعى هذا البحث إلى دمج الأبعاد النظرية للذكاء الاصطناعي مع مؤشرات قياس جودة الخدمة ورضا العملاء في إطار متكامل لم يُتناول بهذا الشكل من قبل.

وتتمحور القيمة العلمية لهذه الدراسة في سد الفجوة النظرية والتطبيقية التي ظهرت من خلال تحليل الأدبيات السابقة، وذلك عبر اختبار العلاقة بين المتغير المستقل (استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي) والمتغير التابع (تحسين خدمة العملاء) باستخدام أدوات بحثية ميدانية دقيقة وبيانات إحصائية موثوقة، ومن ثم، فإن هذه الدراسة تُعد إضافة علمية جديدة إلى حقل البحوث الإدارية والتقنية في القطاع الصحي السعودي، وتفتح المجال أمام دراسات مستقبلية أكثر تخصصًا لقياس الأثر طويل المدى لتقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات واستدامة رضا العملاء.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة:

يُعد هذا الفصل من أهم فصول البحث، إذ يوضح المنهجية العلمية التي تم اتباعها للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة حول تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء داخل مستشفيات دله بمدينة الرياض، وتكمن أهمية المنهجية في كونها الأداة التي تُترجم الإطار النظري للدراسة إلى خطوات تطبيقية تُمكن من اختبار الفرضيات والتحقق من العلاقات بين المتغيرات قيد البحث (الهزاني، ٢٠٢٤، ص. ٢).

تقوم هذه الدراسة على منهج وصفي تحليلي ذي طابع تطبيقي ميداني، إذ يهدف إلى وصف واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المستشفى وتحليل مدى انعكاسها على جودة الخدمات ورضا العملاء، ويُعد هذا المنهج الأنسب لطبيعة البحث لأنه يُمكن الباحث من جمع بيانات كمية وموضوعية تتيح اختبار العلاقات السببية بين استخدام التقنيات الذكية ومستوى جودة الخدمة (الظفيري وآخرون، ٢٠٢٢، ص. ١١٩).

كما يعتمد هذا الفصل على منهج المسح الميداني من خلال تصميم استبيان موجه إلى عينة من العملاء وموظفي خدمة العملاء في مستشفيات دله، بهدف جمع بيانات مباشرة حول آرائهم وتجاربهم مع الأنظمة الذكية المستخدمة في التواصل والخدمات الإلكترونية، ويساعد هذا الأسلوب على توفير بيانات واقعية دقيقة يمكن تحليلها إحصائياً لتفسير الفرضيات المطروحة.

وبالتالي، يشكل هذا الفصل الأساس الإجرائي للدراسة، إذ يتضمن تحديد مجتمع البحث والعينة، وطرق جمع البيانات، ونوع الأدوات المستخدمة، وأساليب التحليل الإحصائي التي تم الاعتماد عليها لاختبار الفرضيات واستخلاص النتائج النهائية (الظفيري وآخرون، ٢٠٢٢، ص. ١١٩).

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

تهدف التعريفات الإجرائية إلى توضيح المفاهيم الأساسية التي بُني عليها البحث بشكل قابل للقياس الميداني والتحليل الإحصائي، بحيث تُحدد أبعاد كل متغير وطريقة قياسه داخل بيئة مستشفيات دله بمدينة الرياض، وتسهم هذه التعريفات في توحيد الفهم النظري والتطبيقي للمتغيرات الرئيسية التي تتمثل في: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، جودة الخدمات المقدمة، رضا العملاء، والتحديات التنظيمية والتقنية.

- أولاً: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغير المستقل).

يُقصد باستخدام تقنيات

1.3. المقدمة:

1.4. المتغير المستقل

1.5. المتغير التابع

1.6. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

1.7. الخاتم

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.8. المقدمة

1.9. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

1.10. تصميم البحث (بصلة البحثي)

1.11. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

1.12. طريقة جمع البيانات

1.13. أنواع البيانات

1.14. إجراءات التحليل الإحصائي

1.15. الخاتمة

2. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

2.1. المقدمة

2.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

2.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

2.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

2.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

2.6. الخاتمة

3. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

3.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

3.2. توصيات الدراسة:

3.3. الخاتمة:

قائمة المراجع:

- ابوضيف، اسراء سلطان ابوضيف محمود، حسين، فاطمة احمد محمد حسين، عزت، & داليا محمد عزت سليم. (٢٠٢٥). استخدام الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في تحسين البيئة الداخلية لمستشفيات الأطفال. المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، ٤(١)، ١٧٨-١٥١.
- اسماعيل، صلاح الدين والعنزي، عبد الرحمن علي هوجان (٢٠٢٥). تحقيق التحسين المستمر بتطبيق منهجية الستة سيجما في قطاع الخدمات الصحية: دراسة حالة مدينة الملك سعود الطبية في منطقة الرياض. مجلة النيل للعلوم التجارية والقانونية ونظم المعلومات، ٥(٧)، ٣٨٤-٣٢٨.
- آل داوود، آسياء نعمة علي. (٢٠٢٥) أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في توثيق التجارب العملية لمختبر العلوم لتنمية دافعية التعلم لدى طالبات المدرسة الثانوية المتوسطة بصفوى في المملكة العربية السعودية. المجلة العربية للتربية النوعية، ٩(٣٩)، ١٨-١.
- البناء، طلعت أسعد عبد الحميد وغنيم، أحمد محمد السيد وإبراهيم، ميان مجدي محمد (٢٠٢٤). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء "دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الإلكترونية". ٤٨(٣). ١٠٩-٩.
- التميمي، أروى بنت عبدالله (٢٠٢٥). سياسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات المعلومات السعودية. مجلة كلية الآداب-جامعة القاهرة، ٨٥(١١)، ٣٠-١.
- حسن، هند سامح حافظ (٢٠١٩). نموذج مقترح لأبعاد التوقع لجودة الخدمة في قطاع الرعاية الصحية السعودي. مجلة البحوث التجارية، ٤١(٤)، ٣٤١-٣١٥.
- الزبيدي، هوازن والعميري، عبير كامل لافي (٢٠٢٣). دور إدارة خدمة العملاء في نجاح خطط التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية. المجلة العربية للإدارة، ٤٣(٢)، ١٨-٣.
- الظفيري، جابر هاج والظفيري، عبد العزيز هاج والظفيري، شيبه باطن (٢٠٢٢). دور استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على جودة الخدمات الصحية ومخرجاتها في محافظة حفر الباطن. المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات. ٥٣(١١٩).

- العتيبي، عادل طمحي وعبدالعزیز، حمدي جمعة (٢٠٢٤). دور التسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية. مجلة البحوث التجارية، ٤٦ (١)، ٧١٥-٧٣٧.
- محمد، أنور محمد قسم الله (٢٠٢٥). تحليل أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل التكاليف وزيادة كفاءة استخدام الموارد في مشاريع التطوير التكنولوجي في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية والقانونية، ٩ (٦ (ملحق))، ٥٢-٦٨.
- المرامحي، بسام محمد، صابر وأسامه، عبد اللطيف (٢٠٢٥). أثر جودة الخدمات البنكية علي رضا العملاء في البنوك السعودية؛ دراسة حالة مصرف الراجحي. المجلة العلمية لكلية التجارة (أسيوط)، ٤٥ (٨٤)، ١٥-٦٨.
- المطرفي، عمر عيد سليمان. (٢٠٢٥). أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق في القطاع الصحي في المملكة العربية السعودية. المجلة العلمية للبحوث التجارية (جامعة المنوفية) ، ٥٧ (٢)، ٢٦٤-٢٢١.
- مؤمنة، اعتماد محمد صالح (٢٠٢٢). تقييم استخدام التطبيقات الصحية لمرتادي العيادات الخارجية ومراكز الرعاية الصحية الأولية في مدينة الرياض. مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا. ٢٠٢٢ (٢). ٢-٢٠.
- الهزاني، بن عبدالله (٢٠٢٤). مدى فعالية استخدام روبوتات المحادثة التوليدية Chatbot في تعزيز مشاركة المعرفة لدى أفراد المجتمع السعودي. Journal of Information Studies and Technology، ٢ (١).

الملاحق

الاستبيان :

عزيزي المشارك،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع آرائكم حول أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة خدمة العملاء داخل مستشفيات دله بمدينة الرياض.

يُعد هذا البحث جزءاً من متطلبات استكمال درجة البكالوريوس في كلية الإدارة بجامعة ميدأوشن، راجين منكم التعاون في تعبئة هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية. تُستخدم البيانات لأغراض البحث العلمي فقط، وتُعامل جميع الإجابات بسرية تامة.

يرجى الإجابة على جميع الأسئلة بعناية، شاكرين ومقدّرين تعاونكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

الباحثة..... /

إشراف..... /

القسم الأول: البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة (✓) في المربع الذي يعبر عن اختيارك الصحيح:

1. الجنس:
☐ ذكر ☐ أنثى
2. الفئة العمرية:
☐ أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٥ إلى ٣٥ سنة ☐ من ٣٦ إلى ٤٥ سنة ☐ أكثر من ٤٥ سنة
3. المؤهل العلمي:
☐ ثانوي ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
4. الوظيفة:
☐ موظف خدمة عملاء ☐ مراجع / مريض ☐ أخرى (يرجى التحديد) :
5. مدة التعامل مع المستشفى:
☐ أقل من سنة ☐ من ١ إلى ٣ سنوات ☐ أكثر من ٣ سنوات

القسم الثاني: جدول متغيرات الدراسة

المتغير	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	1. تطبيقات الدردشة الآلية (Chatbots) 2. حجز المواعيد الذكي 3. سرعة الاستجابة والتفاعل 4. دقة المعلومات وتكامل الأنظمة 5. الإشعارات والتنبيهات الآلية	6	مؤمنة (2022)
تحسين خدمة العملاء	1. سرعة الاستجابة 2. سهولة الوصول للمعلومات 3. دقة الخدمة وجودة المعلومات 4. تجربة العميل داخل المستشفى 5. رضا العميل العام 6. الولاء والتوصية بالخدمة	6	البناء وآخرون (2024)

القسم الثالث: الاستبيان الرئيس

يرجى تحديد مدى موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

= 1 أعارض بشدة، = 2 أعارض، = 3 محايد، = 4 أوافق، = 5 أوافق بشدة

المحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

م	العبارة	1	2	3	4	5
1	أستخدم خدمات الدردشة الآلية (Chatbot) عند التواصل مع المستشفى.	☐	☐	☐	☐	☐
2	أجد سهولة في حجز المواعيد عبر النظام الذكي بالمستشفى.	☐	☐	☐	☐	☐
3	أحصل على إجابة فورية من أنظمة الذكاء الاصطناعي عند الاستفسار عن الإجراءات.	☐	☐	☐	☐	☐
4	أثق في دقة المعلومات المقدمة من النظام الذكي.	☐	☐	☐	☐	☐
5	التفاعل مع النظام الذكي يقلل من الحاجة	☐	☐	☐	☐	☐

					للاتصال الهاتفي البشري.	
			☐	☐	أحصل على إشعار أو تذكير تلقائي بالمواعيد من النظام الذكي.	6