

جامعة ميداوثن
كلية الإدارة
قسم إدارة الأعمال

دور الذكاء الاصطناعي في توجيه استراتيجيات التواصل المؤسسي
وتحسين أداء فرق العمل

إعداد الطالب/
فاطمة القحطاني

إشراف/
الدكتور/ الفیصل حسن
الدكتور/ فايز جراد

٢٠٢٤

مقدمة:

تواكب المجتمعات مؤخرًا تطورات متعاقبة في استخدامات البيئة الرقمية التكنولوجية والاتصالية والمعلوماتية في تطوير أداء المؤسسات المختلفة ورفع كفاءة العاملين بها لتحقيق إنتاجية تنافسية، ومن ثم تعظيم قدرات المؤسسات الإدارية والإنتاجية والبشرية والاقتصادية وتمكينها من تحقيق التنافس العربي والعالمي (محاسن السيد نصر، ٢٠١٩)، كما يشهد العصر الرقمي تحولًا كبيرًا في كيفية إدارة المؤسسات وتوجيه استراتيجياتها عبر الاستفادة من التقنيات الحديثة حيث تعتبر التطورات في الذكاء الاصطناعي نتاجاً للابتكار البشري، وليست نتيجة عملية ميكانيكية حتمية، ومن ثم فإن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل يجب أن يخدم مصالح البشر ويعمل على تسهيل تنفيذها، حيث يمكن تحسين بيئة العمل وجعل الوظائف أكثر أمانًا ورضا عبر توظيف الذكاء الاصطناعي في تعزيز حقوق العاملين بالمؤسسات وزيادة دعمهم وعائلاتهم، فضلاً عن تعزيز صوته في مؤسسات العمل، ومما سبق أصبح الذكاء يلعب دوراً مركزياً في تعزيز الاتصال المؤسسي وتطوير أدوات فعالة للتواصل بين فرق العمل داخل المؤسسة حيث تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير تحليلات عميقة وفورية للمعلومات، وتقديم توصيات استراتيجية، مما يساهم في تحسين كفاءة العمل الجماعي ودعم عمليات اتخاذ القرار. (ARTIFICIAL.p1) (INTELLIGENCE AND WORKER WELL-BEING.2024)

وتقلل الأساليب الخوارزمية من تدخل العمال وتفسيرهم في أماكن العمل حيث من المقبول عمومًا أن الذكاء الاصطناعي في مكان العمل يهدد استمرارية وأمان وظائف العمال كما يُتوقع أن تحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل الوظائف بدوام كامل ودائم بينما سيتم توظيف العمال للمهام القصيرة الأجل لذلك، يبدو أن عدم اليقين بشأن توظيف العمال جزءاً مدمجاً من الذكاء الاصطناعي في مكان العمل، ويشكل هذا التهديد خطراً حقيقياً على الوظائف التي تتطلب الحركات المتكررة، إدارة وتحليل البيانات، التحكم البدني المتكرر في المعدات، والتفاعل التقييمي الفردي. ومن ناحية أخرى، قد يشعر بعض العمال بالشك تجاه قرارات الذكاء الاصطناعي وتوصياته واستجاباته، وقد يرون أن تعزيز الذكاء الاصطناعي لقدراتهم يعد بمثابة مراقبة لأنظمتهم الذكية ومتابعة تحركاتهم، هذا الشعور بالتجسس يمكن أن يعزز القلق وفقدان الثقة في دور الذكاء الاصطناعي في مكان العمل، ومن ثم يجلب دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات المنظمات تغييرات "عميقة" في الوظائف والقوى العاملة، فالتقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي المرتبطة بفقدان المهارات البشرية، مثل المركبات الذاتية القيادة والطائرات بدون طيار لم تعمل بعد بشكل مستقل عن إشراف البشر، حتى لو تم تحقيق الكمال المتوقع في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكان العمل، فلا يزال من غير الواضح ما إذا كان استبدال العمال البشر بالكامل بتقنيات الذكاء الاصطناعي في مكان العمل أمر ممكن من الناحية السياسية والاجتماعية والاقتصادية وبالتالي، قد يأتي خوف

العمال من فقدان وظائفهم بسبب العمل مع الذكاء الاصطناعي من التصورات المبالغ فيها حول قدرات الذكاء الاصطناعي في أماكن العمل. (Islam.et.al.2023. p1)

وانطلاقاً مما سبق، تتزايد الحاجة لدراسة كيفية تسخير تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات التواصل المؤسسي، لمعرفة مدى إسهامها في بناء فرق عمل متعاونة ومتكاملة وتوجيه استراتيجيات التواصل بشكل أكثر فعالية.

مشكلة الدراسة:

في ظل الاهتمام المتزايد بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التواصل المؤسسي، تواجه المؤسسات تحديات عدة تتعلق بكيفية توظيف هذه التقنيات بشكل فعال لتحقيق أهدافها وتعزيز تفاعل فرق العمل حيث تأتي الدراسة لتسليط الضوء على هذه التحديات، عبر الإجابة على التساؤل الرئيسي المتمثل في:

إلى أي مدى يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التواصل المؤسسي وأداء فرق العمل؟ وتركز الدراسة على فهم كيفية تسخير الذكاء الاصطناعي لتحسين التواصل الداخلي والخارجي للمؤسسة وتعزيز الإنتاجية والكفاءة في بيئات العمل الجماعية.

أهمية الدراسة:

في الوقت الحالي تحتاج المؤسسات لتبني تقنيات حديثة لمواجهة التحديات المتزايدة في بيئات العمل الرقمية المتغيرة حيث عبر فهم دور الذكاء الاصطناعي في توجيه استراتيجيات التواصل المؤسسي الداخلي والخارجي، تستطيع المؤسسات تحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية والفعالية، ومن ثم تسهم الدراسة في تقديم توصيف نظري لمجالات توظيف الذكاء في العمل الإداري المؤسسي ورفع الإنتاجية.

تسهم الدراسة في سد الفجوة المعرفية حول آليات دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التواصل المؤسسي، حيث تعتبر الدراسة إضافة نوعية للمجال الإداري والتقني معاً، حيث تضع إطاراً يمكن بناء عليه للمؤسسات من تحسين أدائها وتحقيق أهدافها بفعالية من خلال تعزيز توظيفها للتقنيات الرقمية الحديثة على اختلافها وفي المقدمة تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أهداف الدراسة:

- تحليل دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في توجيه استراتيجيات التواصل المؤسسي.
- تقييم أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أداء فرق العمل لتحقيق الكفاءة والتعاون.
- توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي بيئة عمل محفزة وداعمة للإبداع.
- العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز التواصل المؤسسي الداخلي مع العاملين بها.

- العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز التواصل المؤسسي الخارجي مع الجمهور.
- تقديم توصيات مبنية على نتائج الدراسة حول كيفية تحسين أداء الفرق داخل المؤسسات من خلال الذكاء الاصطناعي.

تساؤلات الدراسة:

- ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في توجيه استراتيجيات التواصل المؤسسي؟
- كيف تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أداء فرق العمل من حيث تحقيق الكفاءة وتعزيز التعاون؟
- إلى أي مدى تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير بيئة عمل داعمة للإبداع داخل المؤسسات؟
- ما العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز التواصل المؤسسي الداخلي مع الموظفين؟
- ما العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز التواصل المؤسسي الخارجي مع الجمهور؟
- ما التحديات التي تواجه المؤسسات عند دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التواصل المؤسسي؟
- كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على ديناميكية العلاقات بين الموظفين والإدارة؟
- إلى أي مدى يساهم الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرارات داخل المؤسسات؟
- كيف تؤثر أدوات الذكاء الاصطناعي على مدى استجابة المؤسسات لاحتياجات جمهورها الخارجي؟
- ما تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير مهارات الموظفين التقنية والشخصية؟
- كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تعزيز الثقة والتفاعل بين المؤسسة وموظفيها؟
- ما أهم أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التواصل المؤسسي، ومدى فعاليتها؟
- ما التوصيات التي يمكن تقديمها لتحسين أداء الفرق داخل المؤسسات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

فروض الدراسة:

- هناك علاقة إيجابية دالة إحصائية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات وتطوير استراتيجيات التواصل المؤسسي الداخلي والخارجي.
- هناك علاقة إيجابية دالة إحصائية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات وتطوير مهارات الموظفين التقنية والشخصية.

- هناك علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير بيئة عمل داعمة للإبداع داخل المؤسسات وتأثير هذه التقنيات على ديناميكية العلاقات بين الموظفين والإدارة.

- هناك فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية فيما يتعلق بتقييم التحديات التي تواجه المؤسسات عند دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التواصل المؤسسي.

الدراسات السابقة:

تنوعت الأدبيات العلمية التي ناقشت العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والعمل المؤسسي، وجاءت النتائج كما يلي:

تهدف دراسة (Yang.et.al 2024) تقييم تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على التحول الرقمي في الشركات عبر فحص ٣,٦٠٢ ملاحظة سنة-شركة مدرجة في بورصتي شنغهاي وشنتشن، وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات التي تستثمر استراتيجياً في تقنيات الذكاء الاصطناعي تشهد تحولاً رقمياً أسرع بفضل أتمتة العمليات التشغيلية وقدرات اتخاذ القرارات المعززة بالبيانات التي توفرها تقنيات الذكاء الاصطناعي وأن تكامل الذكاء الاصطناعي له تأثير إيجابي كبير في دفع التحول الرقمي عبر الشركات المدروسة. من المثير للاهتمام أن الدراسة تكشف عن تباين كبير في تأثير الذكاء الاصطناعي على التحول الرقمي، وذلك بناءً على هيكل ملكية الشركات كما تظهر الشركات المملوكة للدولة (SOEs) درجة أقل من التحول الرقمي بعد تكامل الذكاء الاصطناعي مقارنة بالشركات الخاصة غير المملوكة للدولة.

تناقش دراسة (Kelm, Johann .2024) طبيعة العوامل المؤثرة على قبول الذكاء الاصطناعي (AI) والتحويلات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي في الاتصالات المؤسسية وأجرت الدراسة مقابلات شبه منظمة مع ١٩ خبيراً في الذكاء الاصطناعي في الشركات الكبرى في ألمانيا، وتوصلت الدراسة إلى طبيعة العوامل المؤثرة على قبول الذكاء الاصطناعي المرتبطة بفائدته وسهولة استخدامه، كما تحدد العوامل على المستوى الكلي، مثل الوعي التنظيمي والإطارات المؤسسية، ومن المتوقع أن تكتسب الاتصالات المؤسسية أهمية نتيجة تكامل الذكاء الاصطناعي في المنظمات، ويتم تشجيع المنظمات على تطوير استراتيجيات تعزز جاهزية الأفراد والمنظمات للذكاء الاصطناعي عبر التأمل في العوامل الدقيقة والكليّة لقبول الذكاء الاصطناعي، ويمكن تعزيز فهم أكثر شمولية لمبادرات إدارة التغيير الفعالة المتعلقة بتكامل الذكاء الاصطناعي.

تناولت دراسة (عبد القادر، ٢٠٢٤) أن المؤسسات، بما فيها الجامعات، أصبحت تتجه نحو الانفتاح على المنافسة العالمية، حيث لم يعد التميز التنافسي للمؤسسات قائماً فقط على تقديم الخدمات التقليدية، بل بات يعتمد على مستوى التفوق المؤسسي والتميز في مختلف الأنشطة.

وأظهرت الدراسة أن الجامعات المصرية ما زالت تميل إلى النمطية والتقليدية مع محدودية في التطوير والابتكار، كما تعاني من ضعف في اعتماد أحدث النظريات الإدارية وتوظيف التكنولوجيا المتقدمة لتحسين الأداء المؤسسي. وأوصت الدراسة بضرورة توفير موارد مالية كافية لدعم التحول إلى الأنظمة الذكية، مع توجيه الجامعات نحو استثمار تلك الموارد بشكل أمثل لتحقيق أهدافها ورؤيتها، وذلك من خلال اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنظيم الجداول الزمنية، واستخدام أساليب كمية مثل صفوف الانتظار والبرمجة الديناميكية، ووضع خطة تنفيذية لتحقيق ذلك.

هدفت دراسة (تاية، ٢٠٢٤) إلى استكشاف فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات العراقية في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق مزايا التواصل الحديثة. استخدمت الدراسة استبيانًا لجمع البيانات من عينة تضم ٢٠٠ ممارس للعلاقات العامة من عشرين مؤسسة عراقية. وأظهرت النتائج أن فاعلية العلاقات العامة تزداد مع الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن معظم المؤسسات العراقية تعتمد على هذه التقنيات بدرجة متوسطة لتعزيز التواصل مع جمهورها. كما تبين أن الاستخدامات الأكثر شيوعًا تشمل الترجمة الآلية، والكشف السريع عن الأخبار الزائفة، واستخدام برامج الدردشة كوسيلة فعّالة للتواصل. وأشارت الدراسة إلى تحديات عدة، أبرزها صعوبة التحكم في تقنيات الذكاء الاصطناعي وقلق العملاء بشأن الخصوصية وسرية البيانات. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز البنية التحتية للمؤسسات لزيادة فاعلية العلاقات العامة في توظيف الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى أهمية تدريب الممارسين باستمرار لتطوير مهاراتهم في هذا المجال.

تهدف دراسة (Binlibdah, 2024) إلى توضيح الروابط بين التواصل الاستراتيجي، المحتوى الإعلامي المخصص، الذكاء الاصطناعي، وكفاءة خدمة العملاء في شركات التسويق الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية. اعتمدت الدراسة على العينة العنقودية ضمن تصميم بحثي كمي، واستهدفت ٤٩٨ مشاركًا من خلال توزيع استبيان على منصات التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن التواصل الاستراتيجي يساهم بشكل كبير في تحسين المحتوى الإعلامي المخصص وكفاءة خدمة العملاء، مما يؤكد أهميته في تعزيز التفاعل مع العملاء ودعم نتائج الأعمال. ومع ذلك، لم يظهر المحتوى الإعلامي المخصص تأثيرًا كبيرًا في تحسين كفاءة خدمة العملاء، ما يشير إلى احتمال وجود عوامل وسيطة أخرى تؤثر في هذه العلاقة. يلعب الذكاء الاصطناعي دور الوسيط، حيث يعزز التواصل الاستراتيجي والمحتوى المخصص مما يساهم في رفع كفاءة الخدمة. كما يتوسط الذكاء الاصطناعي بالكامل بين التواصل الاستراتيجي والمحتوى الإعلامي المخصص لتحسين كفاءة الخدمة، مما يبرز قدراته التحويلية في مجالات التواصل والعمليات التجارية، ويؤكد على دوره في دعم استراتيجيات التواصل ضمن التسويق الرقمي.

تستهدف دراسة (Akriem.et.al. 2023) فحص تأثير الذكاء الاصطناعي على التواصل الداخلي في المنظمات، مع التركيز على مزايا وعيوب تبني هذه التكنولوجيا، واستخدمت الدراسة منهجًا استكشافيًا مع مقابلات شبه منظمة لجمع البيانات، كما تم تطبيق منهج استكشافي في إطار منهجية نوعية لدعم هدف الدراسة كما تم جمع البيانات عبر مقابلات شبه منظمة، وتوصلت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يعزز التواصل داخل وبين الأقسام، ويحسن تفاعلات الفرق والكفاءة والمرونة ويقدم مزايا مثل التواصل الأقصر والأوضح، والترجمات، وزيادة الإنتاجية. ومع ذلك، تشمل العيوب عدم التخصيص وإمكانية وجود فجوات في التواصل، وانعدام التفاعل البشري. من الضروري إيجاد توازن بين فوائد الذكاء الاصطناعي والتفاعل البشري من أجل تواصل فعال. تهدف دراسة (Nuseir. El Refae. 2022) تحليل تأثير سلوك المنظمة كعامل معتدل بين هذه العناصر، وأظهرت النتائج ارتباطًا إيجابيًا بين الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات التسويق والأداء المؤسسي، مع دور إيجابي للقدرات المؤسسية في الربط بينها، وأن الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات التسويق لهما ارتباط إيجابي مع الأداء المؤسسي لصناعة السياحة في الإمارات، وأن القدرات المؤسسية تتوسط بشكل إيجابي في الروابط بين الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات التسويق والأداء المؤسسي، وأن سلوك المنظمة يؤثر بشكل كبير على الروابط بين الذكاء الاصطناعي واستراتيجيات التسويق والأداء المؤسسي لصناعة السياحة في الإمارات، وتعد هذه الدراسة ذات صلة للجهات التنظيمية في دعم تطوير السياسات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي واستراتيجيات التسويق من أجل تحقيق أداء مؤسسي عالي".

تناولت دراسة (صائم، ٢٠٢٢) موضوع استخدام الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرارات الإدارية، مع التركيز على تحديين أساسيين. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة القوانين والتشريعات ذات الصلة. وخلصت الدراسة إلى أن القرارات الإدارية المؤتمتة تخضع لنفس القواعد التي تحكم القرارات التقليدية، كما لاحظت غياب التشريعات الخاصة بالأعمال الإلكترونية في الإدارة، وكذلك آليات تنظيم العمل الإداري الإلكتروني وحماية المستندات الإلكترونية وتطبيق المسؤولية القانونية. كما أكدت الدراسة أن تطبيقات الأتمتة الذكية داخل الإدارة لا تعني الاستغناء عن الموظفين، وأن الأنظمة الإلكترونية المؤتمتة تعد مساعدة في إصدار القرارات ولا تحل محل الموظفين. كما أن القرارات الإدارية المؤتمتة لا تخضع للقيود الزمانية أو المكانية، ويلزم الالتزام بالقواعد المبرمجة مسبقًا في إعداد القرارات، مع عدم إمكانية تعديلها بالاجتهاد أو التأويل. وأوصت الدراسة بضرورة وضع تشريعات قانونية لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإدارة العامة، بالإضافة إلى تطوير البنية التحتية للبرمجيات لضمان نجاح هذه الأنظمة في دعم صانعي القرار.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة:

١. تكشف الدراسات السابقة عن أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الحديثة، حيث يلعب دورًا محوريًا في تحسين الكفاءة التنظيمية، وأنه يمكن أن يؤدي التفاعل الذكي بين الأنظمة البشرية والتقنية إلى تعزيز الإنتاجية، عبر الأتمتة وتحليل البيانات في الوقت الفعلي.

٢. يبرز التحدي أمام المؤسسات التأكد من أن هذه التقنيات لا تهدد الخصوصية أو تعزز التفاوتات الاجتماعية. لذا، فإن دمج القوانين واللوائح المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في المؤسسات يعد أمرًا حيويًا لضمان الاستخدام الأمثل لهذه الأدوات ضمن إطار أخلاقي وقانوني يراعي المصلحة العامة.

٣. تتفق الدراسات السابقة في تركيزها على دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التحول الرقمي وتحقيق الكفاءة المؤسسية عبر مختلف الصناعات، فدراسة (Yang et al., 2024) تؤكد على تأثير الذكاء الاصطناعي في تسريع التحول الرقمي داخل الشركات، مما يتماشى مع دراسات أخرى مثل (Kelm, 2024) التي تشدد على أهمية تفاعل الأفراد والمنظمات مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق النجاح المؤسسي.

٤. أبرز بعض الدراسات أهمية الذكاء في تحقيق التواصل، حيث تضيف دراسة (Binlibdah, 2024) بعدًا جديدًا بالربط بين تقنيات الذكاء الاصطناعي بالتواصل الاستراتيجي وكفاءة خدمة العملاء، بينما تركز دراسات أخرى على تطبيقاته في المؤسسات التعليمية كدراسة (عبد القادر، ٢٠٢٤) والمؤسسات الحكومية كدراسة (صائم، ٢٠٢٢) حيث تبرز أهمية القوانين التنظيمية لاستخدام هذه التقنيات.

٥. استفاد الباحث من استعراض الدراسات السابقة الوقوف على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة العمل المؤسسي، ومن ثم التعرف على مجالات توظيف هذه التقنيات رفع الإنتاجية وخلق بيئة عمل إيجابية بهدف الوصول لتصور إداري يمكن المؤسسات المختلفة أيا كانت طبيعتها على تعزيز توظيفها لهذه التقنيات في المجالات الاتصالية والإدارية المختلفة لرفع الكفاءة والإنتاجية معًا.

المنطلقات النظرية للدراسة:

المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي وأثره على القرارات المؤسسية:

شهد الذكاء الاصطناعي تطورًا ملحوظًا بمجالات متعددة مثل الصناعة، الاتصالات، التجارة، والنقل، ويعود تاريخ الذكاء إلى العصور القديمة حيث كان الفلاسفة مثل أرسطو وديكاريت يتناولون موضوع العقل البشري. ومع ذلك، بدأ البحث الرسمي في هذا المجال في الخمسينيات، حيث طور

العلماء خوارزميات لمحاكاة الذكاء البشري. وفي عام ١٩٥٦، تم صياغة مصطلح "الذكاء الاصطناعي" في مؤتمر دارتموث، الذي شكل نقطة انطلاق هذا التخصص الأكاديمي الذي جمع بين مجالات الحوسبة وعلم النفس والرياضيات (Shekhar , et.al.2021).

يُعرف **الذكاء الاصطناعي** على أنه عملية تحاكي فيها أنظمة الحاسوب القدرات العقلية البشرية، مثل التعلم، وفهم اللغة، والتحليل، وحل المشكلات، والتفاعل الاجتماعي، ومعالجة الصور والأصوات والفيديو كما يعتمد هذا المجال على التطور في تقنيات المعالجات والحواسيب، مما أتاح إنشاء أنظمة قادرة على محاكاة هذه المهارات بشكل متقدم، وتتطلب أنظمة الذكاء الاصطناعي ثلاثة عناصر رئيسية: القدرة على اكتساب المعرفة، وتحليل البيانات الكبيرة (Big Data) وإنشاء علاقات بينها، واتخاذ القرارات بناءً على التحليل المستند إلى تلك البيانات (خليفة، ٢٠١٩، ص ٢). يمكن تقسيم **الذكاء الاصطناعي** إلى ثلاثة أنواع رئيسية تتفاوت في قدرتها وأدائها. النوع الأول هو الذكاء الاصطناعي الضيق أو الضعيف، ويؤدي مهام محددة ضمن نطاق معين. النوع الثاني هو الذكاء الاصطناعي العام أو القوي، الذي يمكنه التعلم والتكيف واتخاذ قرارات مستقلة. أما النوع الثالث فهو الذكاء الاصطناعي الخارق، الذي ما زال قيد التجربة، ويهدف إلى محاكاة شاملة للقدرات البشرية. بناءً على ذلك، هناك نوعان من الذكاء الاصطناعي؛ أحدهما يفهم أفكار البشر، والآخر يعتمد على نظرية العقل، فيتفاعل مع المشاعر والتوقعات البشرية (خليفة، ٢٠١٧، ص ٦٢-٦٣).

تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي تحديات متعددة عند توظيفها في مختلف المجالات، تشمل قبول الأفراد لقرارات الآلات وأثرها على الموظفين، حيث تفرض عليهم الحاجة المستمرة لتطوير مهاراتهم لتأمين وظائفهم، بالرغم من أن الأتمتة تفتح فرصًا وظيفية جديدة، حيث أشارت توقعات بحثية حديثة أن حوالي ٥٧ مليون وظيفة سيتسبب الذكاء الاصطناعي في فقدانها، وسيتم تعويض هذه الخسائر عن طريق خلق ١٣٣ مليون وظيفة جديدة، وستنخفض ساعات العمل البشرية مقارنة بارتفاع ساعات العمل الآلات، لتصل إلى ٤٨٪ عام ٢٠٢٥، مقارنة بنحو ٧١٪ من ساعات العمل، في حين سترتفع ساعات العمل للآلات إلى ٥٢٪ عام ٢٠٢٥ مقارنة بنحو ٢٩٪ عام ٢٠١٨. (الذكاء الاصطناعي، ٢٠٢٠، ص ص ٧-٨).

كما تثير المخاوف بشأن خصوصية البيانات الشخصية، وإمكانية التحيز في القرارات المرتبطة بالمجالات المالية والاجتماعية. علاوة على ذلك، تتطلب هذه التقنيات بنية تحتية مكلفة وتزيد من المخاطر الأمنية والهجمات الإلكترونية، مما يثير قلق الأفراد بشأن سلامة بياناتهم وخصوصيتهم. (خليفة، ٢٠١٩، ص ٢).

أصبح الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا محوريًا في تحسين إدارة الشركات من خلال تعزيز الكفاءة الداخلية وتخصيص تجربة العملاء حيث يعتمد على تحليل البيانات الضخمة لتوفير رؤى

استراتيجية تساعد في اتخاذ قرارات مدروسة، مما يزيد من رضا العملاء وولائهم. وتُظهر التطورات التقنية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يتجاوز دورها في تحسين العمليات التقنية ليصبح أداة أساسية في تعزيز الإدارة الذكية داخل المؤسسات، مما يساعد في خلق بيئات عمل أكثر فعالية وابتكارًا، وأنه مع التغيرات السريعة في العالم، أصبح من الضروري أن تتبنى الشركات استراتيجيات جديدة لجذب والحفاظ على المواهب، بما في ذلك الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي لتحسين بيئة العمل. (رباع، ٢٠١٩).

تطبيق الذكاء الاصطناعي له آثار إيجابية عديدة في تحسين الأداء الإداري، حيث يساهم في إنجاز الأعمال بسرعة ودقة أكبر مقارنة بالطرق التقليدية، كما يسهل الوصول إلى البيانات والمعلومات بشكل فوري، ويساعد الذكاء الاصطناعي صناع القرار في اتخاذ قرارات عقلانية وموضوعية، ويعزز التواصل بين الجهات الإدارية مما يسهل إجراءات العمل. كما يساهم في تقليل البيروقراطية والفساد الإداري، ويعزز المساواة بين المتعاملين. أخيرًا، يساهم في رفع كفاءة التخطيط الاستراتيجي وتحسين فعالية المؤسسة بشكل عام. (صائم، ٢٠٢٢، ص ٥٣-٥٤).

المبحث الثاني: نظرية البنائية الوظيفية:

قام بوضع هذه النظرية مدرستان من الفكر الاجتماعي، هما "بارسونز" و"أوجست كونت"، وتركز النظرية على أن المجتمع يتكون من أنساق مترابطة تعمل معًا لتحقيق التوافق والأهداف المشتركة حيث يتم دراسة تأثير القيم والمعتقدات بين أفراد المجتمع، وكيفية تطور الفكر البشري وتفاعلاته مع البيئة الاجتماعية، وهذه النظرية تلقي الضوء على استجابة الجمهور للرسائل التواصلية، بحيث يتفاعل مع محتواها بناءً على خلفيته الثقافية والاجتماعية، مما يجعل من الضروري أن يفهم المرسل توقعات الجمهور وطموحاته، وتؤكد على فكرة أن السلوك ليس رد فعل ولا استباقيًا، بل هو بناء وتوليدي، (Trofimova. 2021) ومن ثم فإن مفهوم البنائية الوظيفية (FC) هو بديل للسلوكية ويعتبر أن السلوك يتم توليده كل مرة من جديد، بناءً على قدرات الفرد، والموارد البيئية، والمتطلبات. (Trofimova. 2017. P441).

في سياق دور الذكاء الاصطناعي في توجيه استراتيجيات التواصل المؤسسي، يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين هذه الديناميكيات عن طريق جمع وتحليل البيانات المتعلقة بسلوك الجمهور، مما يتيح للمؤسسات تصميم رسائل أكثر تخصيصًا بناءً على حاجات الجمهور المتنوعة. الذكاء الاصطناعي يساهم في فهم أعمق لتوقعات واحتياجات الأفراد، مما يجعل استراتيجيات التواصل أكثر فعالية ودقة. على سبيل المثال، من خلال أنظمة الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين إدارة فرق العمل داخل المؤسسات وتوجيه الأفراد نحو الأهداف المشتركة بشكل يضمن التفاعل الأمثل مع الرسائل المرسله، مما يعزز من التنسيق داخل الفرق المختلفة.

إن تأثير هذه التكنولوجيا في التواصل المؤسسي يمكن أن يحدث فرقاً جوهرياً، خاصة عندما يتعلق الأمر بالتفاعل بين الأفراد من خلفيات اجتماعية وثقافية متعددة، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحديد أفضل طرق توصيل الرسائل بشكل يتناسب مع تلك الخلفيات ويؤدي إلى نتائج إيجابية في بيئات العمل المختلفة.

المنهجية وطرق البحث:

نوع الدراسة، وصفية، وتعتمد على المنهج الوصفي الهادف لتحليل العلاقة بين توظيف الشركات لتقنيات الذكاء الاصطناعي وأثر ذلك في رفع كفاءة التواصل المؤسسي الداخلي بين العاملين والخارجي مع الجمهور ومن ثم تحسين أداء فرق العمل مما يسهم في رفع الإنتاجية. **المنهج المستخدم،** تم استخدام المنهج الكمي، والذي يعتمد على جمع وتحليل البيانات الكمية لتحديد العلاقة بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير استراتيجيات التواصل المؤسسي ورفع الإنتاجية.

مجتمع الدراسة يتكون من العاملين في الشركات التجارية التي تحرص على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منتجاتها أو في تواصلها الداخلي والخارجي وتعلن عن ذلك في رؤيتها ورسالتها وأنشطتها، بما في ذلك الإداريين، الفنيين، والمتخصصين في المجالات المختلفة داخل هذه الشركات، ويُقدر أن هذه الفئة تضم عددًا كبيراً من الموظفين.

العينة، تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من العاملين في شركات التجارية السعودية التي تقوم بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منتجاتها أو تواصلها المؤسسي، حيث سيتم توزيع الاستبيانات الكترونياً على ١٥٠ موظف يعملون في شركات مختلفة.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة بشكل أساسي على أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بجمهور العاملين في الشركات التجارية التي تحرص على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منتجاتها أو تواصلها المؤسسي، وهو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق أو أفكار أو آراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة البحثية وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. (عبد الحميد، ٢٠١٠، ص ٣٥٣).

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تركز الدراسة على فحص أثر تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحقيق التواصل المؤسسي الفعال داخليا وخارجيا ومن ثم تحسين كفاءة عمل الفرق المختلفة داخل المؤسسات فرفع الإنتاجية.
- **الحدود المكانية:** تقتصر الدراسة على الشركات التجارية التي تحرص على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منتجاتها أو تعلن عن رؤيتها ورسالتها والتي تتضمن الحرص على مواكبة التقدم التقني الرقمي.
- **الحدود الزمانية:** تتناول الدراسة الفترة الزمنية لعام ٢٠٢٤-٢٠٢٥ مما يعني أن النتائج والتوصيات المستخلصة تعتمد على البيانات والمعطيات المتاحة خلال هذه الفترة.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

- عبد القادر، أ. م. (٢٠٢٤). تطوير الأداء المؤسسي للجامعات المصرية في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية. *مجلة الإدارة التربوية*، ٤١.
- سالم، منصور عبد الله رباع (٢٠١٩). استراتيجية الذكاء الصناعي وأثارها على وظائف الموارد البشرية بدولة الإمارات العربية المتحدة. *مجلة القانون المغربي*. المغرب. ٤٢. أكتوبر
- صائم أحمد، ر. م. (2022). تطبيقات الإدارة للذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرارات الإدارية رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط. كلية الحقوق، قسم القانون العام.
- خليفة، إيهاب (٢٠١٩). الذكاء الاصطناعي: ملامح وتداعيات هيمنة الآلات الذكية على حياة البشر. *مجلة دراسات المستقبل*. مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة. أبو ظبي. الإمارات العربية المتحدة. ٦.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري. (٢٠٢٠). الذكاء الاصطناعي: أهم عناصر الثورة الصناعية الرابعة. *توجهات مستقبلية* نشرة دورية، ١(٧-٨).
- نصر محمود، م. س. (2019). الاستثمار في رأس المال الفكري لتحقيق الأداء الابتكاري في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة تطبيقية. *رسالة دكتوراه غير منشورة*. جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية.
- خليفة، إيهاب (٢٠١٧). الذكاء الاصطناعي: تأثيرات تزايد دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية للبشر. *اتجاهات الإحداث*، الإمارات. مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة. العدد ٢٠.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Zirar, A., Ali, S. I., & Islam, N. (2023). Worker and workplace Artificial Intelligence (AI) coexistence: Emerging themes and research agenda. *Technovation*, 124, 102747. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102747>
- U.S. Department of Labor. (2024). *Artificial intelligence and worker well-being: Principles and best practices for developers and employers*. United States Department of Labor. <https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/general/ai/AI-Principles-Best-Practices.pdf>
- Binlibdah, S. (2024). Investigating the role of artificial intelligence to measure consumer efficiency: The use of strategic communication

and personalized media content. *Media*, 5(3), 1142-1161.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5030073>

Alkhateeb, M., Duné, E., & Akriem, E. (2023). *The impact of AI on internal communication within an organization: A critical examination of AI adoption* (Bachelor thesis, Mälardalen University, School of Business, Society and Engineering).

Yang, S., Hussain, M., Zahid, R. M. A., & Maqsood, U. S. (2024). The role of artificial intelligence in corporate digital strategies: Evidence from China. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-08-2023-1583>

Nuseir, M. T., & El Refae, G. (2022). The role of artificial intelligence, marketing strategies, and organizational capabilities in organizational performance: The moderating role of organizational behavior. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(4), 1457-1466.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.6.010>

Kelm, K., & Johann, M. (2024). Artificial intelligence in corporate communications: Determinants of acceptance and transformative processes. *Corporate Communications: An International Journal*.
<https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2023-0205>

Shekhar, S., Karipott, S., Guldberg, R., Ong, K., et al. (2021). Magnetoelastic sensors for real-time tracking of cell growth. *Biotechnology and Bioengineering*, 118(7), 2380–2385.
<https://doi.org/10.1002/bit.27899>

Trofimova, I. (2017). Functional constructivism: In search of formal descriptors. *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*, 21(4), 441-474.

Trofimova, I. (2021). Functional constructivism approach to multilevel nature of bio-behavioral diversity. *Frontiers in Psychiatry*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.641286>