

أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في

شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية

فهرس المحتويات

3.....	المقدمة:
5.....	مشكلة الدراسة:
6.....	أسئلة الدراسة:
7.....	أهمية الدراسة:
9.....	أهداف الدراسة:
9.....	فرضيات الدراسة:
10.....	مصطلحات الدراسة:
11.....	منهج الدراسة:
12.....	الدراسات السابقة:
18.....	المراجع

المقدمة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي أصبحت تمثل أحد أبرز محركات التحول الرقمي في مختلف القطاعات الاقتصادية والإدارية. وقد ساهم هذا التطور في إحداث تغييرات جوهرية في أساليب العمل التقليدية، من خلال توفير حلول ذكية تعتمد على تحليل البيانات، وأتمتة العمليات، ودعم اتخاذ القرارات، مما جعل المؤسسات تتجه بصورة متزايدة نحو تبني هذه التطبيقات لتعزيز كفاءة أدائها وتحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية والتنافسية.

وفي ظل هذا التحول الرقمي، برزت تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأدوات قادرة على تحسين العديد من الوظائف الإدارية والتنظيمية داخل المؤسسات، ومن بينها الاتصال المؤسسي الذي يعد أحد الركائز الأساسية لنجاح المنظمات الحديثة. إذ يساهم الاتصال المؤسسي في تنظيم تدفق المعلومات بين الإدارات والعاملين وأصحاب المصلحة، كما يساعد في بناء بيئة عمل أكثر تعاونًا ووضوحًا، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على جودة الأداء المؤسسي.

وقد أسهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الاتصال المؤسسي من خلال توفير وسائل اتصال أكثر سرعة ومرونة، مثل المساعدات الذكية، وروبوتات المحادثة، وأنظمة الرد الآلي، وتحليل محتوى الرسائل، بالإضافة إلى تقنيات معالجة اللغة الطبيعية التي ساعدت في تسهيل التواصل الداخلي والخارجي. كما أصبحت المؤسسات تعتمد على هذه التطبيقات لتحسين تدفق المعلومات وتقليل الوقت والجهد اللازمين لإنجاز عمليات الاتصال المختلفة.

ويعد الاتصال المؤسسي عنصرًا حيويًا في نجاح المؤسسات؛ لأنه يمثل الوسيلة التي يتم من خلالها تبادل المعلومات، وتنسيق الجهود، ونقل القرارات، وتحقيق التكامل بين مختلف الوحدات التنظيمية. وكلما

اتسمت عمليات الاتصال بالكفاءة والسرعة والدقة، زادت قدرة المؤسسة على مواجهة التحديات والاستجابة للمتغيرات، وتحقيق أهدافها بكفاءة أكبر، خاصة في البيئات التي تتسم بالمنافسة والتغير المستمر.

ومن بين القطاعات التي تشهد تحولاً رقمياً متسارعاً يأتي قطاع التطوير العقاري، الذي أصبح يعتمد بصورة متزايدة على التقنيات الرقمية في إدارة المشروعات، والتسويق، وخدمة العملاء، والتواصل مع المستثمرين والموردين والعملاء. ويتميز هذا القطاع بتعدد الأطراف المشاركة في تنفيذ المشروعات، مما يجعل الاتصال المؤسسي عنصراً أساسياً لضمان التنسيق الفعال بين الإدارات المختلفة وتحقيق الانسجام في سير الأعمال.

وفي المملكة العربية السعودية يشهد قطاع التطوير العقاري نمواً ملحوظاً مدفوعاً بمشروعات التنمية الكبرى وبرامج التحول الوطني المرتبطة برؤية المملكة 2030، التي أولت اهتماماً كبيراً بالتحول الرقمي والابتكار التقني في مختلف القطاعات. وقد انعكس ذلك على توجه شركات التطوير العقاري نحو الاستثمار في التقنيات الحديثة، بما في ذلك تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بهدف تحسين جودة الخدمات، ورفع كفاءة العمليات الإدارية، وتعزيز القدرة التنافسية في السوق.

كما ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في توفير بيئة اتصال أكثر تفاعلية داخل المؤسسات، من خلال تحليل البيانات المتعلقة بسلوك العاملين والعملاء، وتقديم تقارير فورية، وتسهيل مشاركة المعرفة، وتخصيص الرسائل وفق احتياجات الفئات المستهدفة. وأصبح من الممكن متابعة عمليات الاتصال وتقييمها بصورة مستمرة، بما يساهم في تحسين جودة التواصل وتقليل الأخطاء وتعزيز سرعة الاستجابة للمواقف المختلفة.

ومن ناحية أخرى، فإن كفاءة الاتصال المؤسسي لم تعد تعتمد فقط على الوسائل التقليدية لنقل المعلومات، وإنما أصبحت ترتبط بقدرة المؤسسات على توظيف التقنيات الذكية في إدارة المعرفة،

وتحسين تدفق البيانات، وتسهيل التعاون بين العاملين، وتعزيز التواصل مع البيئة الخارجية. ولذلك أصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثل أحد العوامل المؤثرة في تطوير منظومة الاتصال المؤسسي بما يتوافق مع متطلبات بيئة الأعمال الحديثة.

وفي ضوء ما يشهده قطاع التطوير العقاري في المملكة العربية السعودية من توسع مستمر، وما يصاحبه من توجه متزايد نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، تبرز الحاجة إلى تناول العلاقة بين استخدام هذه التطبيقات وكفاءة الاتصال المؤسسي داخل شركات التطوير العقاري، باعتبارها إحدى القضايا التي تعكس التطورات الحديثة في الإدارة الرقمية، وتساهم في فهم آليات توظيف التقنيات الذكية لدعم الأداء المؤسسي وتحسين جودة عمليات الاتصال داخل المؤسسات.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التوسع المتزايد في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل مؤسسات الأعمال، فإن توظيف هذه التطبيقات في مجال الاتصال المؤسسي لا يزال يواجه تفاوتاً في مستوى التطبيق والاستفادة، حيث تختلف المؤسسات في مدى قدرتها على دمج التقنيات الذكية ضمن عمليات الاتصال الداخلية والخارجية، وفي تحويل الإمكانيات التقنية إلى ممارسات تساهم في رفع كفاءة التواصل المؤسسي. ويزداد هذا التحدي في القطاعات التي تعتمد على تعدد الأطراف وسرعة تبادل المعلومات، ومن بينها قطاع التطوير العقاري.

وفي المملكة العربية السعودية يشهد قطاع التطوير العقاري توسعاً كبيراً في حجم المشروعات وتنوعها، الأمر الذي يفرض متطلبات متزايدة على نظم الاتصال المؤسسي لضمان سرعة تداول المعلومات، وتحقيق التنسيق بين الإدارات المختلفة، وإدارة العلاقات مع العملاء والشركاء بكفاءة. ورغم التوجه نحو التحول الرقمي، فإن مستوى الاستفادة الفعلية من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم كفاءة الاتصال

المؤسسي داخل شركات التطوير العقاري لا يزال غير واضح، كما لا تتوافر أدلة ميدانية كافية توضح طبيعة هذا الأثر وحجمه.

وتتجسد الفجوة البحثية في أن معظم الدراسات السابقة ركزت على أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء التنظيمي، أو دعم اتخاذ القرار، أو رفع جودة الخدمات، أو تعزيز الإنتاجية، بينما تناولت دراسات أخرى الاتصال المؤسسي باعتباره متغيراً مستقلاً عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي، دون الربط المباشر بين المتغيرين داخل قطاع التطوير العقاري. كما أن الدراسات التي بحثت العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والاتصال المؤسسي أجريت في قطاعات مختلفة مثل القطاع المصرفي أو الصحي أو التعليمي، وهو ما يحد من إمكانية تعميم نتائجها على شركات التطوير العقاري التي تمتلك طبيعة تنظيمية وتشغيلية مختلفة.

ومن ثم تتمثل المشكلة البحثية في وجود نقص في الدراسات الميدانية التي تناولت أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى دراسة هذه العلاقة بصورة علمية، بما يساهم في تقديم فهم أكثر وضوحاً لطبيعة تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في هذا القطاع.

أسئلة الدراسة:

ينبثق عن مشكلة الدراسة السؤال الرئيس الآتي:

السؤال الرئيس:

- ما أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير

العقاري بالمملكة العربية السعودية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الآتية:

1. ما مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية

السعودية؟

2. ما مستوى كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية؟

3. ما أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير

العقاري بالمملكة العربية السعودية؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي وكفاءة الاتصال المؤسسي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (مثل: الجنس، العمر،

المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي)؟

أهمية الدراسة:

يمكن تناول أهمية هذه الدراسة من جانبين:

أولاً: الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من تناولها أحد الموضوعات الحديثة التي تجمع بين مجالين يشهدان

اهتمامًا متزايدًا في الأدبيات الإدارية والإعلامية، وهما تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاتصال المؤسسي،

وذلك في إطار قطاع التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية. كما تسعى الدراسة إلى إثراء الأدبيات

العربية المتعلقة بالعلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكفاءة الاتصال المؤسسي، من خلال

تقديم إطار نظري يجمع بين المتغيرين، واختبار هذه العلاقة ميدانيًا في قطاع لم يحظَ بالقدر الكافي من

الدراسات السابقة، بما يسهم في سد جانب من الفجوة البحثية، ويتيح مرجعاً علمياً يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية ذات الصلة.

ثانياً: الأهمية العملية

تتمثل الأهمية العملية للدراسة فيما يأتي:

- تزويد القيادات الإدارية في شركات التطوير العقاري بمؤشرات علمية حول أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الاتصال المؤسسي.
- مساعدة شركات التطوير العقاري في تحديد مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بما يسهم في تطوير عمليات الاتصال الداخلي والخارجي.
- دعم متخذي القرار في بناء سياسات واستراتيجيات تعزز الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة الاتصال المؤسسي.
- الإسهام في تحسين سرعة ودقة تبادل المعلومات بين الإدارات المختلفة، بما يعزز كفاءة التنسيق التنظيمي وجودة الأداء المؤسسي.
- تقديم نتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها عند تصميم برامج تدريبية تهدف إلى تنمية مهارات العاملين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال المؤسسي.
- دعم جهود التحول الرقمي في شركات التطوير العقاري بما يتوافق مع توجهات المملكة العربية السعودية نحو تبني التقنيات الحديثة وتعزيز كفاءة الأداء المؤسسي.
- توفير قاعدة معلومات يمكن أن يستفيد منها الباحثون وصانعو السياسات في إجراء دراسات مستقبلية وتطوير الممارسات المتعلقة بالاتصال المؤسسي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس الأهداف الآتية:

1. التعرف على واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
2. قياس مستوى كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
3. تحليل أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
4. الكشف عن الفروق في استجابات أفراد الدراسة حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكفاءة الاتصال المؤسسي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي).
5. تقديم مجموعة من التوصيات التي تساهم في تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بما يدعم كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.

فرضيات الدراسة:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأتمتة الذكية على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتحليل البيانات الذكي على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعالجة اللغة الطبيعية على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لروبوتات المحادثة والمساعدات الذكية على كفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات أفراد الدراسة حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكفاءة الاتصال المؤسسي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي).

مصطلحات الدراسة

- تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence Applications)

تشير تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى الأنظمة والبرامج الحاسوبية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لمحاكاة القدرات البشرية في التعلم، والاستدلال، وتحليل البيانات، ومعالجة اللغة، واتخاذ القرارات، بما يتيح تنفيذ المهام بصورة أكثر كفاءة ودقة وسرعة.

المفهوم الإجرائي: يقصد بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذه الدراسة مجموعة التقنيات الذكية المستخدمة في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية، والتي تشمل تطبيقات مثل تحليل البيانات الذكي، والأتمتة الذكية، ومعالجة اللغة الطبيعية، والتعلم الآلي، ويتم قياسها من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المخصصة لهذا المتغير.

- كفاءة الاتصال المؤسسي (Institutional Communication Efficiency)

يقصد بكفاءة الاتصال المؤسسي قدرة المؤسسة على إدارة عمليات الاتصال الداخلي والخارجي بصورة تحقق سرعة ودقة ووضوح تبادل المعلومات، وتسهم في تعزيز التنسيق بين الإدارات، ودعم اتخاذ القرار، وتحقيق الأهداف التنظيمية بكفاءة وفعالية.

المفهوم الإجرائي: يقصد بكفاءة الاتصال المؤسسي في هذه الدراسة مستوى فعالية عمليات الاتصال داخل شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية من حيث سرعة تدفق المعلومات، ودقتها، ووضوحها، وسهولة تبادلها، والتنسيق بين الإدارات، والاستجابة لاحتياجات العاملين وأصحاب المصلحة، ويقاس من خلال الدرجة التي يحصل عليها أفراد عينة الدراسة في فقرات الاستبانة الخاصة بهذا المتغير.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث يُعد من أكثر المناهج استخدامًا في الدراسات الإدارية والإعلامية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليل العلاقات بين المتغيرات. ويتيح هذا المنهج جمع البيانات المتعلقة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكفاءة الاتصال المؤسسي في شركات التطوير العقاري بالمملكة العربية السعودية، ووصفها وتحليلها بصورة علمية، وصولًا إلى تفسير طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

كما يعتمد الجانب الميداني للدراسة على استخدام الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، ثم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، من خلال توظيف الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل الإحصاء الوصفي لوصف خصائص العينة ومتغيرات الدراسة، واختبارات الصدق والثبات للتحقق من صلاحية الأداة، وتحليل الارتباط والانحدار لاختبار فرضيات الدراسة وقياس أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على كفاءة الاتصال المؤسسي، بالإضافة إلى الاختبارات الإحصائية المناسبة لدراسة الفروق وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

الدراسات السابقة:

دراسة (صقر، 2026) بعنوان: "دور استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير ممارسات الاتصالات المؤسسية وانعكاسه على جودة الأداء التنظيمي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير ممارسات الاتصالات المؤسسية، وبيان مدى انعكاسها على جودة الأداء التنظيمي داخل المؤسسات، من خلال تحليل إسهام هذه التطبيقات في تحسين كفاءة العمليات الاتصالية، وتعزيز سرعة تبادل المعلومات، ودعم التنسيق بين الإدارات، بما يسهم في رفع مستوى الأداء التنظيمي وتحقيق أهداف المؤسسة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال إجراء دراسة ميدانية باستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، ثم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة وقياس أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات المؤسسية على جودة الأداء التنظيمي.

وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يسهم بدرجة كبيرة في تطوير ممارسات الاتصالات المؤسسية، من خلال تحسين سرعة ودقة تداول المعلومات، وتعزيز كفاءة التواصل بين العاملين والإدارات المختلفة، ودعم اتخاذ القرارات التنظيمية. كما أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الأداء التنظيمي، وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتطوير البنية التحتية الرقمية، وتنمية مهارات العاملين بما يعزز كفاءة الاتصال المؤسسي ويرفع مستوى الأداء داخل المؤسسات.

دراسة (محمد، 2026) بعنوان: "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي وانعكاساته على الولاء العاطفي للجمهور: دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات المصرية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي داخل شركات الاتصالات المصرية، وتحليل انعكاساتها على تعزيز الولاء العاطفي لدى الجمهور، من خلال بيان دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الاتصال المؤسسي، وتطوير التفاعل مع الجمهور، وتعزيز الثقة والانتماء للمؤسسة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال إجراء دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات المصرية، واستخدام الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من أفراد العينة، ثم تحليل البيانات إحصائياً لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي يسهم بصورة إيجابية في تطوير جودة الاتصال مع الجمهور، وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجاته، وتقديم خدمات اتصالية أكثر تخصيصاً وتفاعلاً، الأمر الذي ينعكس على تعزيز الولاء العاطفي للمؤسسة. كما أكدت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

وارتفاع مستويات الولاء العاطفي لدى الجمهور، وأوصت الدراسة بزيادة الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتطوير البنية الرقمية، وتأهيل الكوادر البشرية لضمان الاستخدام الأمثل لهذه التطبيقات في الاتصال المؤسسي.

دراسة (Kelm & Johann, 2025) بعنوان "Artificial Intelligence in Corporate

Communications: Determinants of Acceptance and Transformative Processes".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في قبول استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال المؤسسي، وتحليل التحولات التي يحدثها في ممارسات الاتصال داخل المؤسسات، من خلال دراسة تأثير العوامل الفردية والتنظيمية في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتطوير إطار يفسر عمليات التحول الرقمي في الاتصال المؤسسي.

واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي، حيث أجريت مقابلات شبه منظمة مع 19 خبيراً في مجال الذكاء الاصطناعي يعملون في شركات ألمانية كبرى، ثم جرى تحليل البيانات لاستخلاص العوامل المؤثرة في قبول تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتحولات المصاحبة لاستخدامها في الاتصال المؤسسي.

وتوصلت الدراسة إلى أن قبول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي يتأثر بعوامل على المستوى الفردي، أهمها الإدراك المرتفع لفائدة الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامه، إضافة إلى عوامل تنظيمية تتمثل في جاهزية المؤسسة، ووضوح الأطر والسياسات الداعمة للتحول الرقمي. كما أظهرت النتائج أن دمج الذكاء الاصطناعي يسهم في إحداث تحول جوهري في وظائف الاتصال المؤسسي وزيادة أهميته الاستراتيجية داخل المؤسسات، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز جاهزية المؤسسات والعاملين، وتطوير استراتيجيات لإدارة التغيير بما يضمن الاستخدام الفعال والمستدام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي.

دراسة (الواعر وبلحاج، 2025) بعنوان: "أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الأداء المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة الزاوية لتكرير النفط)".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الأداء المؤسسي داخل شركة الزاوية لتكرير النفط، من خلال تحديد مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الشركة، والكشف عن أبرز المعوقات التي تواجه توظيف هذه التطبيقات، وقياس أثرها في تحسين الأداء المؤسسي بمختلف أبعاده.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المسؤولين في الوحدات التنظيمية المختلفة بالشركة، والبالغ عددهم (48) مسؤولاً، فيما تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت (42) استبانة، استُرد منها (41) استبانة صالحة للتحليل بنسبة استجابة بلغت (97.62%).

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المؤسسي، كما أظهرت النتائج أن مستوى تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الشركة لا يزال منخفضاً نسبياً، على الرغم من إدراك العاملين لأهميتها في رفع كفاءة الأداء وتحسين جودة العمليات الإدارية. وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتطوير البنية التحتية الرقمية، وتأهيل الموارد البشرية، بما يساهم في تعزيز الأداء المؤسسي وتحقيق مستويات أعلى من الكفاءة والتميز.

دراسة (رويشد وطالب أحمد، 2024) بعنوان: "سبل تحقيق التميز المؤسسي من خلال تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التميز المؤسسي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط، من خلال قياس مستوى تطبيق هذه التقنيات، وبيان مدى إسهامها في تطوير الأداء المؤسسي، وتحسين جودة الخدمات، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، إلى جانب تحديد المتطلبات اللازمة لتفعيل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بما يدعم التميز المؤسسي.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال إجراء دراسة ميدانية باستخدام الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط، ثم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة وقياس العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والتميز المؤسسي.

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق التميز المؤسسي، حيث أسهمت هذه التقنيات في تحسين كفاءة العمليات الإدارية، وتطوير جودة الخدمات، وتسريع إنجاز الأعمال، وتعزيز دقة اتخاذ القرارات. كما أكدت النتائج أن التوسع في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوفير البنية التحتية الرقمية، وتنمية مهارات العاملين، من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز التميز المؤسسي وتحقيق الأداء المستدام.

دراسة (عيساوي وشايب الذراع، 2023) بعنوان: "الاتصال المؤسسي الرقمي وإبستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي: المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية".

هدفت الدراسة إلى بحث أبعاد الاندماج الوظيفي بين الاتصال المؤسسي الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مع توضيح الأسس المعرفية والبنيوية التي تحكم هذا التكامل، واستشراف مستقبل العلاقات العامة الذكية في ظل التطورات المتسارعة للذكاء الاصطناعي، إلى جانب إبراز انعكاسات هذه التطبيقات على الاتصال الإداري والممارسات المهنية داخل المؤسسات.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الأدبيات والنماذج النظرية ذات الصلة بالاتصال المؤسسي الرقمي والذكاء الاصطناعي، ومناقشة أبعاد التكامل الوظيفي بينهما في إطار تحليلي وتفسيري، دون الاعتماد على دراسة ميدانية.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثل تحولاً نوعياً في بيئة الاتصال المؤسسي، وتسهم في إعادة تشكيل وظائف العلاقات العامة والاتصال الإداري من خلال تعزيز سرعة تداول المعلومات، وتحسين عمليات التفاعل والتواصل، ودعم اتخاذ القرارات الاتصالية. كما أكدت أن نجاح هذا التحول يتطلب تطوير الأطر المعرفية والمهنية للعاملين، وإعادة بناء الممارسات الاتصالية بما يتوافق مع متطلبات بيئة العمل الذكية، مع ضرورة توظيف الذكاء الاصطناعي بوصفه عنصراً داعماً للاتصال المؤسسي وليس بديلاً عن العنصر البشري.

دراسة (Getchell et al., 2022) بعنوان **"Artificial Intelligence in Business Communication: The Changing Landscape of Research and Teaching"**.

هدفت الدراسة إلى استعراض واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال في بيئات الأعمال، وتحليل تأثيرها في ممارسات الاتصال المؤسسي، مع توضيح الفرص والتحديات المرتبطة بتبني هذه التقنيات، واقتراح أجندة بحثية مستقبلية لتطوير الدراسات المتعلقة بالاتصال في عصر الذكاء الاصطناعي. كما تناولت الدراسة انعكاسات الذكاء الاصطناعي على التعاون، وبناء الثقة، وتصميم أدوات الاتصال، والقضايا الأخلاقية، وتطوير تعليم الاتصال في كليات إدارة الأعمال.

واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي القائم على مراجعة الأدبيات، حيث قام الباحثون بتحليل الدراسات والاتجاهات الحديثة المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المهني واتصال الأعمال، مع مناقشة المفاهيم والتحديات الرئيسية، واقتراح إطار بحثي يوجه الدراسات المستقبلية في هذا المجال.

وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح عاملاً مؤثراً في إعادة تشكيل الاتصال المؤسسي، من خلال تحسين كفاءة التواصل، ودعم التعاون داخل المؤسسات، وتطوير أدوات الاتصال الرقمية، إلا أن نجاح تطبيقه يتطلب مراعاة الجوانب الأخلاقية، والحد من التحيزات الخوارزمية، وتعزيز الثقة بين المستخدمين والأنظمة الذكية. كما أوصت الدراسة بضرورة توسيع البحوث التطبيقية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي، ودراسة آثاره على بيئات العمل، وتطوير البرامج التعليمية لإعداد الكوادر القادرة على توظيف هذه التقنيات بفاعلية.

المراجع:

رويشد، الزهراء، طالب أحمد، نور الدين. (2024). سبل تحقيق التميز المؤسسي من خلال تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي-دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط. *أبحاث اقتصادية معاصرة*, 7(1), 353-372.

سالم عبد النبي محمد الواعر، مصطفى أحمد العموري بلحاج. (2025). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الأداء المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة الزاوية لتكرير النفط). *مجلة الاصاله*, 3(11).

صقر، إسلام عبدالجواد الغريب مصطفى، عادل، ريم احمد، لمياء. (2026). دور استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير ممارسات الاتصالات المؤسسية وانعكاسه على جودة الأداء التنظيمي. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*, 2026(95), 473-502.

الطيب، عيساوي، زياد، شايب الذراع. (2023). الاتصال المؤسسي الرقمي وابستمولوجيا الاندماج الوظيفي في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي-المنطلقات البنيوية للعلاقات العامة الذكية. *مدار*, 3(2), 82-104.

محمد عبد الله سليم, أحمد. (2026). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي وانعكاساته على الولاء العاطفي للجمهور: دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال*, 19(19), 471-544.

Getchell, K. M., Carradini, S., Cardon, P. W., Fleischmann, C., Ma, H., Aritz, J., & Stapp, J. (2022). Artificial intelligence in business communication: The changing landscape of research and teaching. *Business and Professional Communication Quarterly*, 85(1), 7-33.

Kelm, K., & Johann, M. (2025). Artificial intelligence in corporate communications: determinants of acceptance and transformative processes. *Corporate Communications: An International Journal*, 30(1), 124-138.