

خطة بحث بعنوان

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية لدى
الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية

The Impact of Artificial Intelligence Techniques on Competitive
Advantage in Small and Medium Enterprises in the Insurance Sector

إعداد الطالب/

الجوهرة عويض العتيبي

الرقم الأكاديمي/252000825

إشراف/

أ.د. الفیصل عبد الحمید محمد

د. فايز جراد

العام الجامعي

2025

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين

المقدمة

يشهد المشهد الاقتصادي العالمي، والقطاع المالي على وجه الخصوص، مرحلة من التحول الجذري المتمثل في الثورة الصناعية الرابعة، حيث برزت تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) كقوة لا يمكن تجاهلها في صياغة استراتيجيات الأعمال. هذه التقنيات لم تعد مجرد أدوات مساعدة، بل أصبحت محركاً أساسياً للابتكار وتغيير نماذج الأعمال، خاصة في الصناعات التي تعتمد على معالجة البيانات الضخمة وإدارة المخاطر كقطاع التأمين (Aksoy & Demir 2023). يُعرف هذا التلاقي بين التقنية والتأمين بـ "التأمين التقني" (Insurtech)، الذي يعد اليوم ساحة المعركة الرئيسية لتحقيق التفوق المؤسسي (Eling et al. 2022, P. 205-241). وتُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التأمين لتعزيز قدرات الاكتتاب، وتسريع معالجة المطالبات، وتطوير خدمة العملاء عبر واجهات ذكية، مما يقلل التكاليف ويزيد من جودة الخدمة (فتحي 2021، ص. 319-336).

وتُعد الميزة التنافسية الهدف الاستراتيجي الأسمى لأي منظمة تسعى للاستمرار والنمو في بيئة السوق الديناميكية، حيث تسعى الشركات لتحقيق التفوق إما عبر قيادة التكلفة أو التمايز في المنتجات والخدمات (Krakowski et al. 2023, P. 1425-1452). وفي ظل التنافسية الشديدة التي يشهدها قطاع التأمين في المملكة العربية السعودية، يصبح اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي ليس خياراً للتحسين فحسب، بل ضرورة استراتيجية للحفاظ على الحصة السوقية وتحقيق التمايز (مزور 2023، ص. 119-140).

وفي السياق السعودي، تتسارع وتيرة التحول الرقمي تماشياً مع مستهدفات رؤية 2030 لتمكين الاقتصاد الوطني. ويحتل قطاع المنشآت المتوسطة والصغيرة (SMEs) أهمية محورية في هذا الاقتصاد. وتواجه شركات التأمين المتوسطة والصغيرة تحدياً مزدوجاً: فمن ناحية، يجب عليها الاستجابة لمتطلبات التحول الرقمي وضغوط المنافسة التي تفرضها الشركات الكبرى لضمان بقائها، ومن ناحية أخرى، تعاني هذه الشركات غالباً من قيود في الموارد المالية والكوادر التقنية المؤهلة اللازمة لتبني

حلول الذكاء الاصطناعي المعقدة (Gupta et al. 2022). لذلك، فإن فهم كيفية تأثير تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي على أبعاد الميزة التنافسية لهذه الشركات يعد أمراً حيوياً.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تحاول سد الفجوة المعرفية حول كيفية ترجمة الاستثمارات التقنية في الذكاء الاصطناعي إلى مكاسب تنافسية ملموسة لشركات التأمين صغيرة الحجم في السوق السعودي. فبينما تؤكد الأدبيات النظرية على الارتباط الوثيق بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية (Razia et al. 2024)، تبقى الحاجة قائمة لدراسة تطبيقية تقيس هذا الأثر بدقة في سياق تنظيمي محدد، كالشركات المتوسطة والصغيرة في قطاع التأمين السعودي. وتهدف الدراسة إلى توفير رؤى تحليلية دقيقة تساعد هذه الشركات على تحديد الأولويات الاستثمارية التقنية لضمان تحقيق ميزة مستدامة.

مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الإجرائي المتعلق بمدى فاعلية تبني وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة ولملموسة للشركات المتوسطة والصغيرة العاملة في قطاع التأمين السعودي، في ظل محدودية مواردها التشغيلية وتزايد ضغوط السوق. فعلى الرغم من الاتفاق النظري حول كون الذكاء الاصطناعي هو المصدر الجديد للميزة التنافسية في القطاع المالي (سليمان سبوع 2024، ص. 915-988)، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي تقيس هذا التأثير على المستوى التطبيقي لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية، حيث تختلف متطلبات وتحديات التطبيق لهذه الشركات عنها في الشركات الكبيرة أو القطاعات الأخرى (خشبة 2024). وتتجسد المشكلة في ضرورة تحديد تقنيات الذكاء الاصطناعي الأكثر تأثيراً في تحقيق أبعاد الميزة التنافسية (كقيادة التكلفة والتمايز)، وفهم كيفية إدارة الإدارة العليا لهذه التقنيات لضمان التفوق المستدام.

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الموقع الاستراتيجي لقطاع التأمين كأحد ركائز الاستقرار الاقتصادي في المملكة، والحاجة الملحة لتمكين الشركات المتوسطة والصغيرة من المنافسة بفعالية في ظل التحول الرقمي. وتبرز أهميتها في المحاور الآتية:

1. الأهمية العلمية (النظرية)

- بتقديم إطار تحليلي كمي يوضح طبيعة العلاقة السببية بين الذكاء الاصطناعي (في الاكتتاب والمطالبات وخدمة العملاء) وبين الميزة التنافسية (في قيادة التكلفة والتمايز)، في سياق الشركات المتوسطة والصغيرة.
- تسهم الدراسة في تطوير النموذج النظري لاعتماد التكنولوجيا (مثل نموذج التكنولوجيا-المنظمة-البيئة) من خلال تطبيقه على شركات التأمين صغيرة الحجم التي تتميز ببيئة عمل مختلفة عن الشركات الكبيرة.

2. الأهمية العملية (التطبيقية)

- تقدم فوائد مباشرة للشركات المتوسطة والصغيرة في قطاع التأمين السعودي من خلال توفير خارطة طريق عملية تحدد أي تطبيقات الذكاء الاصطناعي (كالتعلم الآلي في التسعير أو روبوتات الدردشة) يجب الاستثمار فيها لتعزيز العائد على الميزة التنافسية.
- تساعد الإدارات التنفيذية على اتخاذ قرارات استثمارية مبنية على بيانات موثوقة، تمكنهم من تخصيص مواردهم المحدودة بفعالية أكبر لضمان تحقيق التفوق على المنافسين.
- تتمثل القيمة المضافة للدراسة في تركيزها النوعي على الشركات المتوسطة والصغيرة في قطاع التأمين السعودي، مما يسد فجوة بحثية واضحة في هذا المجال.
- يساعد التحليل المقدم في فهم تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي ضمن قيود الموارد المحدودة لهذه الفئة من الشركات، مما يفيد الجهات التشريعية والتنظيمية في المملكة (مثل البنك المركزي السعودي "ساما") في صياغة سياسات وبرامج دعم تكنولوجي تتناسب مع احتياجات وقدرات الشركات الصغيرة لتعزيز تنافسيتها الشاملة.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

1. ما تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية؟

وبغية الإحاطة الشاملة بجوانب المشكلة، تُشتق التساؤلات الفرعية الآتية:

2. ما مستوى تبني وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في وظائف شركات التأمين المتوسطة والصغيرة في المملكة العربية السعودية (كالاكتتاب، ومعالجة المطالبات، وخدمة العملاء)؟
3. ما مستوى الميزة التنافسية المحقق لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية من حيث أبعادها (كقيادة التكلفة والتمايز)؟
4. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحقيق قيادة التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية لدى الشركات المبحوثة؟
5. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحقيق التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية لدى الشركات المبحوثة؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على مستوى تبني وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في وظائف شركات التأمين المتوسطة والصغيرة في المملكة العربية السعودية.
2. قياس مستوى الميزة التنافسية المحقق لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية من حيث أبعادها.
3. تحديد ما إذا كان هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحقيق قيادة التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية لدى الشركات المبحوثة.
4. تحديد ما إذا كان هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحقيق التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية لدى الشركات المبحوثة.

فرضيات الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة وتساولاتها وأهدافها، تم صياغة الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية لدى الشركات المتوسطة والصغيرة في مجال التأمين بالسعودية.

وينبثق من هذه الفرضية الرئيسية الفروض الفرعية الآتية:

الفرض الفرعي 1.1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات والاكتتاب على الميزة التنافسية (بُعد قيادة التكلفة) لدى الشركات المبحوثة.

الفرض الفرعي 1.2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء الرقمية على الميزة التنافسية (بُعد التمايز) لدى الشركات المبحوثة.

الفرض الفرعي 1.3: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في معالجة المطالبات الآلية على الميزة التنافسية لدى الشركات المبحوثة.

الدراسات السابقة

يسعى هذا الجزء إلى تحليل ومناقشة مجموعة من الدراسات الحديثة (المحلية/العربية، والأجنبية) التي تناولت بالبحث والتحليل متغيرات الدراسة الحالية (الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية في قطاع التأمين/الخدمات المالية)، بهدف بناء أساس نظري متين وتحديد موقع الدراسة الحالية ضمن السياق المعرفي القائم.

أولاً: دراسات محلية وعربية

1. دراسة إبراهيم، معروف، وحسانين (2024)، مصر، بعنوان "أثر التكامل بين تقنيات الذكاء الاصطناعي ونظام محاسبة المسؤولية في تحقيق الميزة التنافسية للشركات: دراسة ميدانية". هدفت هذه الدراسة إلى قياس الأثر المشترك لتقنيات الذكاء الاصطناعي ونظام محاسبة المسؤولية على تحقيق الميزة التنافسية للشركات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة من العاملين في الشركات المصرية. وقد توصلت النتائج إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي للتكامل بين الذكاء الاصطناعي ونظام محاسبة المسؤولية في دعم الميزة التنافسية، مشيرة إلى أن الذكاء الاصطناعي يعزز دقة اتخاذ القرارات التنافسية. وأوصت الدراسة بضرورة توجيه الاستثمارات نحو دمج التقنيات الذكية في الأنظمة المحاسبية والإدارية.

2. دراسة خشبة (2024)، مصر، بعنوان "دور تقنيات التسويق الرقمي الموجهة بالذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية في مصر: دراسة ميدانية على عملاء المتاجر الإلكترونية". سعت الدراسة إلى تحديد دور تقنيات الذكاء الاصطناعي المطبقة في التسويق الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة من عملاء المتاجر الإلكترونية. وخلصت النتائج إلى وجود دور كبير لهذه التقنيات في تعزيز التمايز والميزة التنافسية من خلال تقديم تجارب شراء شخصية ومبتكرة. وأوصت الدراسة الشركات بزيادة الاستثمار في أدوات التسويق المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لرفع مستوى تنافسيتها.

3. دراسة سليمان سبع (2024)، مصر، بعنوان "تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية: الدور الوسيط للقدرة الاستيعابية — دراسة تطبيقية على البنوك التجارية بمدينة المنصورة". هدفت الدراسة إلى قياس تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية مع اختبار الدور الوسيط للقدرة الاستيعابية لدى البنوك التجارية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وقد أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ومعنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية، مؤكدة أن القدرة الاستيعابية للمنظمة تلعب دوراً وسيطاً في تضخيم هذا الأثر. وأوصت الدراسة بضرورة بناء القدرات الداخلية لاستيعاب التطورات التكنولوجية المتسارعة.

4. دراسة خفوس (2024)، الجزائر، بعنوان "مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير قطاع التأمين". سعت هذه الدراسة إلى استكشاف الكيفية التي يمكن بها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تسهم في تطوير قطاع التأمين بشكل عام. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليل المفاهيمي للأدبيات النظرية والتجارب العالمية. توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يساهم بشكل كبير في تطوير وظائف القطاع، خاصة في مجالات الاكتتاب الآلي، وكشف الاحتيال، وتخصيص المنتجات، مما يدعم الأداء العام للقطاع. وأوصت الدراسة بضرورة تبني شركات التأمين لاستراتيجيات رقمية متكاملة للاستفادة من هذه التطبيقات.

ثانياً: دراسات أجنبية

1. دراسة Acosta-Prado et al (2024)، بعنوان "Three Horizons of Technical Skills in Artificial Intelligence for the Sustainability of Insurance Companies". هدفت الدراسة إلى تحديد الآفاق الثلاثة للمهارات التقنية في الذكاء الاصطناعي اللازمة لضمان استدامة شركات التأمين. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي والمراجعة المنهجية للأدبيات، مع التركيز على أهمية المهارات المستقبلية. أشارت النتائج إلى أن الاندماج الفعال للذكاء الاصطناعي يتطلب تطوير الكوادر في مجالات تحليل البيانات والتفسير الأخلاقي للنماذج، مما يعزز القدرة على الحفاظ على الميزة التنافسية المستدامة. وأوصت الدراسة بدمج تدريب مكثف على المهارات التقنية في استراتيجيات الموارد البشرية لشركات التأمين.

2. دراسة Razia et al (2024)، بعنوان "Competitive advantage in light of AI to achieve innovative insurance performance".

سعت الدراسة إلى استكشاف دور الميزة التنافسية في ضوء الذكاء الاصطناعي لتحقيق أداء تأميني مبتكر. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والتطبيقي، وخلصت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل محركاً رئيسياً للابتكار في الأداء التأميني، خصوصاً من خلال تعزيز القدرة على تحليل المخاطر بشكل غير مسبوق، مما يترجم إلى ميزة تنافسية واضحة. وأوصت الدراسة بالاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتبسيط الإجراءات وتحقيق أداء متميز ومبتكر.

3. دراسة Krakowski et al (2023)، بعنوان "Artificial intelligence and the changing sources of competitive advantage".

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية تغيير الذكاء الاصطناعي لمصادر الميزة التنافسية التقليدية. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي والنظرية الاستراتيجية، وأكدت أن الذكاء الاصطناعي ينقل مصدر الميزة التنافسية من الموارد المادية إلى القدرة على "الاستخراج والتفسير السريع للبيانات" وتحويلها إلى قرارات تنافسية فورية. وتوصي الدراسة القادة الاستراتيجيين بإعادة تقييم نماذج أعمالهم بالكامل على أساس البيانات.

4. دراسة Demir & Aksoy (2023)، بعنوان "The use of artificial intelligence in the insurance sector: Risks and opportunities".

استعرضت الدراسة استخدام الذكاء الاصطناعي في قطاع التأمين من منظور المخاطر والفرص. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي (المراجعة الأدبية)، وأكدت أن الفرص تكمن في خفض تكاليف التشغيل وتحسين تجربة العملاء، بينما تتركز المخاطر في القضايا الأخلاقية والتحيز وحماية البيانات، وهي عوامل قد تقوض الميزة التنافسية إذا لم تُدار بفعالية. وأوصت الدراسة بتطوير أطر حوكمة لتقليل المخاطر القانونية والتشغيلية.

5. دراسة Eling et al (2022)، بعنوان "The impact of artificial intelligence along the insurance value chain and on the insurability of risks".

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير الذكاء الاصطناعي على طول سلسلة القيمة التأمينية وعلى قابلية التأمين على المخاطر. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الاستنتاجي، وأوضحت أن الذكاء الاصطناعي يساهم

في أتمتة الاكتتاب ومعالجة المطالبات، مما يقلل التكلفة بشكل كبير ويعزز قيادة التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية. كما أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يغير من تعريف المخاطر القابلة للتأمين. وأوصت الدراسة شركات التأمين بدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كافة مراحل سلسلة القيمة.

6. دراسة **Mishra & Ahluwalia (2022)**، بعنوان "Artificial intelligence in insurance: Transforming competitive advantage". سعت هذه الدراسة إلى تحليل كيف يعمل الذكاء الاصطناعي على تحويل الميزة التنافسية لشركات التأمين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي للأطر الاستراتيجية، وخلصت إلى أن الذكاء الاصطناعي يعيد تعريف الميزة التنافسية من خلال السماح بتقديم خدمات تأمينية شديدة التخصيص ومنتجات فريدة، مما يركز على بُعد التمايز. وأوصت الدراسة شركات التأمين بتبني استراتيجية الابتكار المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لتحقيق التفوق.

ثالثاً: التعقيب العام على الدراسات السابقة

جوانب الاتفاق والاختلاف مع الدراسات السابقة

اتفقت غالبية الدراسات السابقة، العربية والأجنبية، على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُعد مصدراً حيوياً ومحورياً لتحقيق الميزة التنافسية في القطاع المالي عموماً وقطاع التأمين خصوصاً، سواء عبر خفض التكاليف (Eling et al. 2022) أو عبر تعزيز التمايز والابتكار في المنتجات والخدمات (Ahluwalia & Mishra 2022؛ خشبة 2024). كما اتفقت الدراسات على ضرورة إدارة المخاطر الأخلاقية والتشغيلية المصاحبة لتطبيق هذه التقنيات (Aksoy & Demir 2023). يكمن الاختلاف الرئيسي في سياق التطبيق؛ حيث ركزت معظم الدراسات العربية على البنوك أو القطاعات التجارية الكبرى (سليمان سبع 2024؛ إبراهيم وآخرون 2024)، في حين ركزت الدراسات الأجنبية على شركات التأمين بشكل عام دون تخصيص كبير للشركات المتوسطة والصغيرة تحديداً.

استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

تستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسات في بناء الإطار النظري وتحديد أبعاد المتغيرين (تقنيات الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية)، حيث سيتم اعتماد أبعاد الميزة التنافسية (قيادة التكلفة والتمايز) التي أكدت الدراسات أهميتها (Krakowski et al. 2023). كما ستستفيد الدراسة من الأساليب الإحصائية والتحليلية التي استخدمتها الدراسات التطبيقية في اختبار الفرضيات، بالإضافة إلى الاستعانة بالتصنيف الوظيفي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التأمين (الاكتتاب، المطالبات، خدمة العملاء) كما ورد في دراسات خفوس (2024) و Eling et al (2022).

الفجوة البحثية، والجوانب المميزة للدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتمثل الفجوة البحثية الرئيسية في ندرة الدراسات التطبيقية، خاصة في البيئة السعودية، التي تتناول تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية في الشركات المتوسطة والصغيرة ضمن قطاع التأمين. هذا التركيز المزدوج على "القطاع" و"حجم الشركة" يميز الدراسة.

وتتميز الدراسة الحالية بما يلي:

1. **التركيز على حجم الشركات:** استهداف الشركات المتوسطة والصغيرة، مما يوفر نتائج قابلة للتطبيق على فئة الشركات ذات الموارد المحدودة والتي تلعب دوراً حيوياً في الاقتصاد السعودي.
2. **القياس الكمي المباشر:** إجراء قياس كمي ومباشر لتأثير أنواع محددة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي على أبعاد الميزة التنافسية (قيادة التكلفة والتمايز).
3. **السياق السعودي:** تقديم رؤى خاصة بالسوق التنظيمي السعودي الذي يتسم ببيئة تنظيمية سريعة التطور وتوجيه حكومي واضح نحو التحول الرقمي.

المنطلقات النظرية للدراسة

تمهيد

يوفر هذا الجزء الأساس المفاهيمي والتحليلي الذي تُبنى عليه الدراسة في تناول إشكالياتها المتعلقة بتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية. يتم ذلك من خلال استعراض وتحليل الأدبيات ذات الصلة بالمتغير المستقل (تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التأمين) والمتغير التابع (الميزة التنافسية).

المتغير المستقل: تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التأمين

يُعرف الذكاء الاصطناعي بأنه الأنظمة القادرة على محاكاة القدرات المعرفية البشرية في مجالات التعلم، والاستدلال، وحل المشكلات، والتنبؤ (Aksoy & Demir 2023, P. 311-329). وفي قطاع التأمين، الذي يركز بشكل أساسي على إدارة المخاطر والبيانات، تتركز تطبيقاته على أتمتة المهام المعقدة وتحسين دقة التنبؤ، والتي يمكن تصنيفها على النحو الآتي في إطار الدراسة:

تحليل البيانات والاكتتاب الذكي (Smart Underwriting):

تتمثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي هنا في استخدام خوارزميات التعلم الآلي (Machine Learning) لتقييم المخاطر بشكل فوري ودقيق عبر تحليل كميات هائلة من البيانات المهيكلية وغير المهيكلية (كبيانات السجلات الصحية، أو سجلات القيادة، أو البيانات الجغرافية). تسمح هذه التقنية لشركات التأمين بتحديد أسعار وثائق التأمين المخصصة (Personalized Pricing) بناءً على سلوك العميل الفعلي، مما يقلل من الخسائر الاحتمالية (Loss Ratio) ويحسن من دقة الاكتتاب بشكل كبير، وهو ما ينعكس مباشرة على التكلفة والربحية (Eling et al. 2022).

خدمة العملاء الرقمية والتفاعلية (Digital Customer Service):

تُستخدم روبوتات الدردشة (Chatbots) والمساعدون الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي للرد على استفسارات العملاء الأساسية والمعقدة على مدار الساعة دون تدخل بشري، وإدارة تجربة

العمل بشكل شخصي وفوري. هذا التفاعل الرقمي يرفع من مستوى تجربة العميل، ويزيد من ولاء العلامة التجارية، ويدعم بُعد التمايز في الخدمة (Ahluwalia & Mishra 2022, P. 43-58).

معالجة المطالبات الآلية وكشف الاحتيال (Automated Claims Processing):

يتمثل دور الذكاء الاصطناعي هنا في استخدام تقنيات متقدمة مثل الرؤية الحاسوبية (Computer Vision) والتعلم الآلي لتقدير الأضرار في صور الحوادث، والتحقق من صحة المطالبات بسرعة فائقة، والكشف عن أنماط الاحتيال المشبوهة. إن الأتمتة الكاملة أو الجزئية لعملية معالجة المطالبات تقلل الوقت اللازم للتسوية، وتقلل التكاليف التشغيلية، وترفع من رضا العملاء (خفوس 2024, ص. 61-78).

المتغير التابع: الميزة التنافسية

تُعرف الميزة التنافسية بأنها مجموعة الخصائص أو القدرات التي تسمح للمنظمة بتحقيق أداء متفوق ومستدام على منافسيها في السوق، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح والحصة السوقية (Krakowski et al. 2023, P. 1425-1452). وتُصنف الميزة التنافسية في إطار هذه الدراسة إلى بُعدين رئيسيين يتأثران بشكل مباشر بتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

قيادة التكلفة (Cost Leadership):

يُقصد بهذا البُعد قدرة الشركة على تصميم، إنتاج، وتسويق منتجاتها أو خدماتها بأقل تكلفة إجمالية مقارنة بالمنافسين، مما يتيح لها تقديم أسعار تأمينية أقل للعملاء أو تحقيق هوامش ربح أعلى عند تثبيت السعر (إبراهيم وآخرون 2024, ص. 3929-3952). تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أتمتة العمليات وتقليل الأخطاء البشرية ودقة الاكتتاب (التي تخفض المطالبات) في دعم هذا البُعد بشكل أساسي.

التمايز (Differentiation):

يُقصد بهذا البُعد قدرة الشركة على تقديم منتج أو خدمة يعتبرها العملاء فريدة وذات قيمة مضافة لا يمكن للمنافسين توفيرها بنفس الجودة، مما يسمح بفرض سعر أعلى أو بناء ولاء للعلامة التجارية

(سليمان سبع 2024). ويتمثل دور الذكاء الاصطناعي هنا في تخصيص المنتجات التأمينية بدقة غير مسبقة، وتصميم تجربة عملاء مبتكرة وذكية، وتقديم خدمة استباقية وتوقعية للمخاطر، مما يضمن التفوق على المنافسين في جودة الخدمة والقيمة المقدمة (Ahluwalia & Mishra 2022).

المنطلقات النظرية الأساسية

ترتكز الدراسة الحالية على منطلقين نظريين رئيسيين لتفسير العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية:

المنظور القائم على الموارد (Resource-Based View - RBV):

يفترض هذا المنظور أن تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ينبع من امتلاك المنظمة لموارد وقدرات تتسم بأنها قيمة (Valuable)، نادرة (Rare)، صعبة التقليد (Inimitable)، وغير قابلة للاستبدال (Non-substitutable) (VRIN). تُعد تقنيات الذكاء الاصطناعي المدمجة بفعالية في عمليات التأمين مصدراً حيوياً ضمن هذا المنظور، إذ تُمثل قدرة تكنولوجية تنظيمية معقدة يصعب على الشركات المتوسطة والصغيرة تقليدها بسهولة، مما يجعلها أساساً لتحقيق التمايز وقيادة التكلفة (سليمان سبع 2024).

نظرية الميزة التنافسية الاستراتيجية (Strategic Competitive Advantage Theory):

تعتمد هذه النظرية، التي وضع أسسها مايكل بورتر، على أن الميزة التنافسية يمكن تحقيقها والاحتفاظ بها من خلال استراتيجيتين أساسيتين: إما تحقيق قيادة التكلفة في السوق، أو تحقيق التمايز في المنتجات أو الخدمات. تتكامل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل مباشر مع هذه الاستراتيجيات، حيث يوفر الذكاء الاصطناعي الوسائل التكنولوجية لتحسين كفاءة العمليات (قيادة التكلفة) وابتكار منتجات وخدمات تأمينية جديدة ومخصصة (التمايز).

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: منهج الدراسة

ستعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analytical Method). سيهدف هذا المنهج إلى وصف الظواهر والمتغيرات كما هي قائمة في الواقع، وهي: مستوى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي (المتغير المستقل)، ومستوى الميزة التنافسية (المتغير التابع). كما سيتيح المنهج التحليلي قياس الأثر الكمي وتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرات للإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

أ. مجتمع الدراسة:

سيكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المستويات الإدارية والإشرافية والفنية ذات العلاقة المباشرة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي أو الميزة التنافسية في الشركات المتوسطة والصغيرة العاملة في قطاع التأمين السعودي. سيتم تحديد القائمة الشاملة لهذه الشركات وتحديد الأفراد المستهدفين بالتعاون مع الجهات المختصة في القطاع.

ب. عينة الدراسة:

سيتم اختيار عينة ممثلة من مجتمع الدراسة، يُرجَّح أن تكون عينة عشوائية طبقية، وذلك لضمان تمثيل كافة فئات العاملين والإداريين المعنيين في الشركات المبحوثة. سيتم تحديد حجم العينة وفقاً للمعادلات الإحصائية المعتمدة لضمان الدلالة الإحصائية للنتائج.

ثالثاً: أداة الدراسة

ستكون الأداة الرئيسية للدراسة هي الاستبانة (Questionnaire). ستتضمن الاستبانة ثلاثة محاور رئيسية: المحور الأول يقيس مستوى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وظائف التأمين، والمحور الثاني يقيس أبعاد الميزة التنافسية (قيادة التكلفة والتمايز)، والمحور الثالث يتعلق بالبيانات الديموغرافية لأفراد

العينة. سيتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لتحديد مدى موافقة المبحوثين على العبارات.

التحقق من صدق وثبات الأداة:

1. الصدق:

سيتم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين من أساتذة الجامعات والخبراء في مجالات التأمين والذكاء الاصطناعي لتقييم وضوح العبارات وملاءمتها وصياغتها اللغوية. سيتم الأخذ بتوصياتهم لإجراء التعديلات اللازمة. كما سيتم التأكد من اتساق عبارات الأداة داخلياً عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

2. الثبات:

سيتم التحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وذلك للتأكد من موثوقية الأداة واستقرارها في قياس ما وُضعت لقياسه.

رابعاً: إجراءات تنفيذ الدراسة

ستتبع الدراسة الإجراءات التالية:

1. جمع البيانات:

بعد التأكد من صدق وثبات الاستبانة، سيتم الحصول على الموافقات الرسمية اللازمة من الشركات المعنية أو الجهة المنظمة للقطاع. سيتم توزيع الاستبانات إلكترونياً على أفراد عينة الدراسة، مع تقديم شرح وافٍ لأهداف الدراسة وضمان سرية المعلومات. سيتم فرز الاستبانات المستلمة واستبعاد غير المكتملة أو غير الصالحة للتحليل لضمان جودة البيانات.

2. التحليل:

سيتم ترميز البيانات المدخلة في برامج إحصائية متخصصة، وسيستخدم البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) أو ما يماثله. سيتم إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها.

3. التفسير:

سيتم تفسير ومناقشة النتائج الإحصائية في ضوء الإطار النظري للدراسة وقائمة المراجع المعتمدة، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة لتحديد جوانب الاتفاق والاختلاف والخروج باستنتاجات علمية وعملية.

خامساً: الأساليب الإحصائية التي ستستخدمها الدراسة

1. التحليل الوصفي:

سيتم استخدام التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percentages) لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة. كما سيتم استخدام المتوسطات الحسابية (Means) والانحرافات المعيارية (Standard Deviations) لوصف مستوى تبني الذكاء الاصطناعي والمستوى المحقق للميزة التنافسية.

2. التحليل الاستدلالي:

سيتم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين أبعاد تطبيق الذكاء الاصطناعي والميزة التنافسية. سيتم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لتحديد الأثر (التأثير) النسبي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي (كمتغيرات مستقلة) على أبعاد الميزة التنافسية (كمتغيرات تابعة)، واختبار الفرضيات المتعلقة بالتأثير. وسيتم استخدام اختبار "ت" (t-test) وتحليل التباين أحادي الاتجاه (One-Way ANOVA) حسب الحاجة، لمقارنة المتوسطات وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية.

حدود الدراسة

ستلتزم هذه الدراسة بمجموعة من الحدود لضمان تركيزها وواقعيتها، على النحو الآتي:

- **الحدود الموضوعية (العلمية):** ستقتصر الدراسة على بحث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في وظائف التأمين على الميزة التنافسية، وذلك ضمن بُعدي قيادة التكلفة والتمايز.
- **الحدود المكانية:** ستقتصر الدراسة في تطبيقها الميداني على الشركات المتوسطة والصغيرة العاملة في قطاع التأمين في المملكة العربية السعودية.
- **الحدود البشرية:** ستقتصر عينة الدراسة على العاملين في المستويات الإدارية والإشرافية والفنية المعنية بالتطبيقات التكنولوجية وتطوير المنتجات داخل الشركات المبحوثة.
- **الحدود الزمنية:** ستكون الفترة الزمنية المخصصة لجمع البيانات والتطبيق الميداني للدراسة هي شهر نوفمبر 2026م.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. إبراهيم، زينب محمد أبو الحسن؛ معروف، سامي؛ حسانين، سارة. (2024). أثر التكامل بين تقنيات الذكاء الاصطناعي ونظام محاسبة المسؤولية في تحقيق الميزة التنافسية للشركات: دراسة ميدانية. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، 15(3)، 3929-3952.
2. الاسوددي، نها. (2023). تطبيق آليات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي وآثارها في تحقيق المزايا التنافسية — دراسة ميدانية على الخبراء. *مجلة البحوث الإعلامية*، 67(2)، 837-902.
3. بن عبد الله، عادل. (2022). الاستراتيجيات الرقمية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين. *مجلة التنمية وإدارة المشاريع*، 5(4)، 201-225.
4. خشبة، إسلام عمر حسن. (2024). دور تقنيات التسويق الرقمي الموجهة بالذكاء الاصطناعي في الميزة التنافسية في مصر: دراسة ميدانية على عملاء المتاجر الإلكترونية. *المجلة العلمية للبحوث التجارية (جامعة المنوفية)*، 54(3)، 9-52.
5. خفوس، سهيلة. (2024). مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير قطاع التأمين. *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات*، 13(1)، 61-78.
6. سليمان سبع، سنية محمد أحمد. (2024). تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية: الدور الوسيط للقدرة الاستيعابية — دراسة تطبيقية على البنوك التجارية بمدينة المنصورة. *مجلة راية الدولية للعلوم التجارية*، 3(10)، 915-988.
7. فتحي، أسماء محمد. (2021). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير العمليات التأمينية وتحسين القدرة التنافسية. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة*، 10(1)، 319-336.

8. محمود، فاتن عبد الحميد؛ جوهر، يوسف عبد المعطى مصطفى؛ الزهيري، إبراهيم عباس. (2024). تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم الأساسي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي. *مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية*، 18(9)، 1-33.
9. المخلافي، سهام محمد سرحان. (2025). أثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركات الاتصالات اليمنية. *مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية*، 4(1)، 386-351.
10. مزوز، عبد الحفيظ. (2023). أثر التوجه نحو الذكاء الاصطناعي في تعزيز الأداء الابتكاري لشركات التأمين الجزائرية. *مجلة الدراسات التطبيقية في الاقتصاد وإدارة الأعمال*، 7(2)، 140-119.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Acosta-Prado, J. C., Hernández-Cenzano, C. G., Villalta-Herrera, C. D., & Barahona-Silva, E. W. (2024). Three Horizons of Technical Skills in Artificial Intelligence for the Sustainability of Insurance Companies. *Administrative Sciences*, 14(9), 190.
- Ahluwalia, P., & Mishra, S. (2022). Artificial intelligence in insurance: Transforming competitive advantage. *Insurance Technology Review*, 10(2), 43-58.
- Aksoy, O., & Demir, E. (2023). The use of artificial intelligence in the insurance sector: Risks and opportunities. *Insurance Studies*, 19(4), 311-329.
- Bhattacharya, S., Chatterjee, S., & Sharma, A. (2025). AI revolution in insurance: Bridging research and reality. *Frontiers in Insurance*, 6, Article 1374987.
- Eling, M., Nuessle, D., & Staubli, J. (2022). The impact of artificial intelligence along the insurance value chain and on the insurability of risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, 47(2), 205–241.
- Gupta, S., Ghardallou, W., Pandey, D. K., & Sahu, G. P. (2022). Artificial intelligence adoption in the insurance industry: Evidence using the technology–organization–environment framework. *Research in International Business and Finance*, 63, 101757.

- Holland, C. P., & Kavuri, A. S. (2024). Insurtech strategies: A comparison of incumbent insurance firms with new entrants. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, 50(1), 78–105.
- Kaur, H., Singh, R., & Kumar, V. (2021). Machine learning innovations and competitive positioning in insurance markets. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4), 154.
- Krakowski, S., Luger, J., & Raisch, S. (2023). Artificial intelligence and the changing sources of competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 44(6), 1425–1452.
- Owens, E., Sheehan, B., Mullins, M., Cunneen, M., Ressel, J., & Castignani, G. (2022). Explainable Artificial Intelligence (XAI) in Insurance. *Risks*, 10(12), 230.
- Ramezani-Aval, M., Habibzadeh, H., & Salehi, S. (2025). Artificial intelligence applications in health insurances: A scoping review. *Journal of Insurance Innovation*, 15(7), 1021-1046.
- Razia, A. S., Mansour, M. M., & Jabr, S. (2024). Competitive advantage in light of AI to achieve innovative insurance performance. *SDGs Review*, 9(2), 81-99.
- Talha, M., Akmal, A., & Hossain, M. (2024). Analyzing the impact of artificial intelligence on the insurance sector: A sectoral review. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 12(3), 55-72.
- Zarifis, A., Holland, C. P., & Milne, A. (2023). Evaluating the impact of AI on insurance: The four emerging AI- and data-driven business models. *Emerald Open Research*, 1(1).