

## تكليف ٦ مهارات بحثية ٢

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



عنوان البحث

أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي  
دراسة تطبيقية على شركة موبايلي بالمملكة العربية السعودية

الرابط : <https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss/article/view/8210>

## أهمية عرض البيانات والمقاييس الوصفية

يمثل عرض البيانات واستخدام المقاييس الوصفية خطوة جوهرية في توضيح نتائج البحث العلمي بشكل دقيق وموضوعي. فمن خلال الجداول، و الرسوم البيانية، والنسب المئوية، يتمكن الباحث من تقديم البيانات بطريقة منظمة تُسهّل فهمها وتفسيرها. كما تُسهم المقاييس الوصفية – مثل الوسط الحسابي، الوسيط، والانحراف المعياري – في تلخيص خصائص العينة وتحديد الاتجاهات العامة داخل البيانات، مما يُعد أساسًا لتحليل أعمق واستخلاص استنتاجات علمية موثوقة، و إن هذه الأدوات لا تساعد فقط في تبسيط البيانات.. بل تعزز كذلك مصداقية البحث وجودته العلمية

## أولاً: المقاييس الوصفية:

- تم استخدام أساليب إحصائية متعددة مثل معامل الثبات ألفا كرونباخ .
- تم استخدام معامل ارتباط بيرسون .
- تم استخدام بعض مقاييس التشتت والنزعة المركزية .
- كما تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط .

### الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- اختبار معامل الثبات ألفا كرونباخ للتعرف على ثبات مكونات الدراسة.
- اختبار معامل ارتباط بيرسون للتعرف على الصدق الداخلي لفقرات الاستبانة والصدق البنائي لأبعاد ومجاور الدراسة.
- استخدام بعض مقاييس التشتت والنزعة المركزية لإيجاد الإحصاء الوصفي لمجاور الدراسة.
- استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط للتعرف على أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي وأبعاده في شركة موبيلي.

الجدول (1) التحليل الوصفي للمحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركة موبايلي

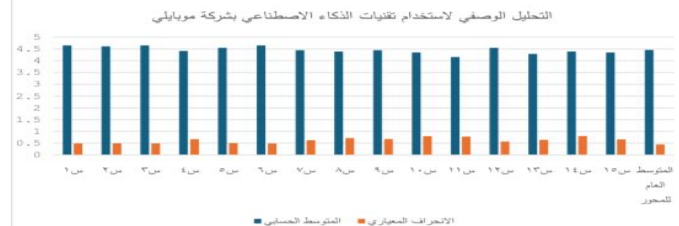
| الرقم | المحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة موبايلي                                                       | النتائج | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة المئوية | درجة الاستجابة |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|-----------------|----------------|----------------|
| 1     | تعتمد الشركة على روبوتات الدردشة الآلية للإجابة على الاستفسارات وتقديم الدعم للعملاء (خدمة المساعد الافتراضي)       | 237     | 486               | 4.65            | 93%            | مرتفعة جداً    |
| 2     | تطبق الشركة تقنية التعلم الآلي لتحليل معلومات العملاء والبحث عن عملاء محتملين                                       | 245     | 495               | 4.61            | 92.2%          | مرتفعة جداً    |
| 3     | تتبع الشركة تقنية تحليل شبكات التواصل الاجتماعي لفهم سلوك العملاء وقياس مدى انتشار العلامة التجارية                 | 237     | 486               | 4.65            | 93%            | مرتفعة جداً    |
| 4     | تعتمد الشركة على تقنية نظم الوكيل الذي لاستقبال ملاحظات وطلبات العملاء فيما يخص جودة المنتجات والخدمات المقدمة      | 452     | 672               | 4.42            | 88.4%          | مرتفعة جداً    |
| 5     | تستخدم الشركة تقنية تحليل البيانات الضخمة لتحسين تجربة العميل والتعرف على احتياجاته                                 | 256     | 506               | 4.55            | 91%            | مرتفعة جداً    |
| 6     | تعتمد الشركة على تقنية العروض الموجهة عن طريق تحليل نشاط العميل وتقديم إعلانات ذات علاقة باهتمامه                   | 237     | 486               | 4.65            | 93%            | مرتفعة جداً    |
| 7     | تطبق الشركة تقنية توصية وتخصيص المحتوى لتقديم الاقتراحات وتوصيات بالمنتجات والخدمات التي تتوافق مع احتياجات العملاء | 389     | 624               | 4.45            | 89%            | مرتفعة جداً    |
| 8     | تسكن تقنية الخوارزميات الجينية للشركة إيجاد أفضل الحلول والبدائل من بين الحلول والبدائل المتاحة في تصميم المنتجات   | 512     | 715               | 4.39            | 87.8%          | مرتفعة جداً    |

16

The impact of artificial intelligence techniques on marketing ... Aloraihi • Al-Youbi

| الرقم | المحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة موبايلي                                                     | النتائج | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة المئوية | درجة الاستجابة |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|-----------------|----------------|----------------|
| 9     | تسند الشركة على تقنية النظم الخبيرة في إنتاج الأفكار المبدعة والحلول العملية للمشكلات المعقدة لتحسين اتخاذ القرار | 456     | 675               | 4.45            | 89%            | مرتفعة جداً    |
| 10    | تستخدم الشركة تقنية الشبكات العصبية الاصطناعية للتنبؤ بالمتغيرات واتخاذ القرارات المستقبلية                       | 637     | 798               | 4.35            | 87%            | مرتفعة جداً    |
| 11    | تساهم تقنية نظم المناطق الغامضة الحسابي في اتخاذ القرارات الصناعية للشركة                                         | 606     | 779               | 4.16            | 83.2%          | مرتفعة جداً    |
| 12    | تستخدم الشركة تقنية الواقع المعزز لزيادة المبيعات قبل شراء العميل مما يعطي فرصة أكبر لتسويق الخدمات والمنتجات     | 323     | 568               | 4.55            | 91%            | مرتفعة جداً    |
| 13    | تطبق الشركة تقنية التسعير الديناميكي للمنتجات بناءً على العرض والطلب                                              | 413     | 643               | 4.29            | 85.8%          | مرتفعة جداً    |
| 14    | تنفذ الشركة تقنية التعلم العميق في تسويق الإعلانات بشكل آلي                                                       | 645     | 803               | 4.39            | 87.8%          | مرتفعة جداً    |
| 15    | تستخدم الشركة تقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد لتنفيذ إعلانات ابتكارية للمنتجات والخدمات                              | 437     | 661               | 4.35            | 87%            | مرتفعة جداً    |
|       | المتوسط العام للمحور                                                                                              | 199     | 446               | 4.46            | 89.2%          |                |

الشكل (1) التحليل الوصفي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركة موبايلي



## ثانياً: طرق عرض البيانات :

- تم استخدام جداول ورسوم بيانية بشكل منهجي وواضح :
- **جدول ١:**
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لشركة موبايلي يتضمن
- ١٥ فقرة كل فقرة موضحة بالتباين والانحراف المعياري
- والمتوسط الحسابي والنسبة المئوية مع تمثيل ذلك بالرسم البياني

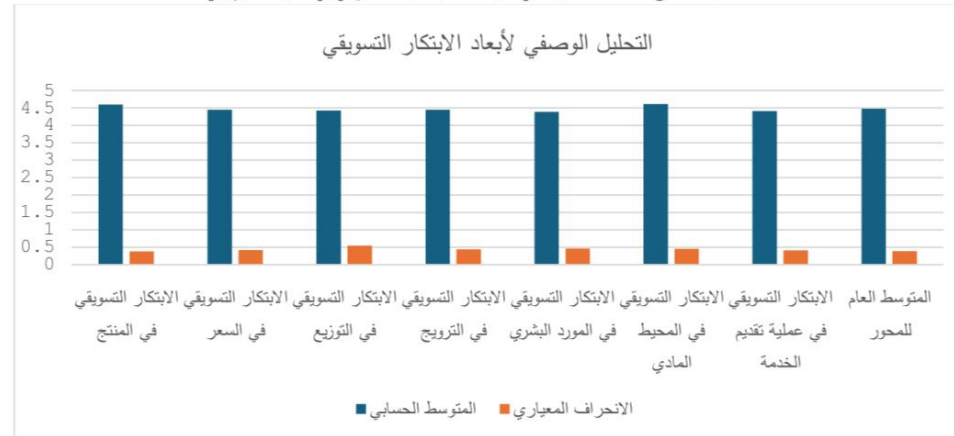
## جدول ٢:

- يوضح الجدول الثاني مدى تطبيق ابعاد
- الابتكار التسويقي في المنتج والسعر والتوزيع
- والترويج والموارد البشرية والمحيط المادي
- والخدمة مع توضيح ذلك بالرسم البياني

الجدول (2) نتائج التحليل الوصفي لأبعاد الابتكار التسويقي في شركة موبايي

| م | المحور الثاني                           | التباين | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة المئوية | درجة الاستجابة |
|---|-----------------------------------------|---------|-------------------|-----------------|----------------|----------------|
| 1 | الابتكار التسويقي في المنتج             | .144    | .379              | 4.60            | 92%            | مرتفعة جداً    |
| 2 | الابتكار التسويقي في السعر              | .174    | .418              | 4.45            | 89%            | مرتفعة جداً    |
| 3 | الابتكار التسويقي في التوزيع            | .298    | .546              | 4.43            | 88,6%          | مرتفعة جداً    |
| 4 | الابتكار التسويقي في الترويج            | .197    | .443              | 4.45            | 89%            | مرتفعة جداً    |
| 5 | الابتكار التسويقي في المورد البشري      | .216    | .464              | 4.39            | 87,8%          | مرتفعة جداً    |
| 6 | الابتكار التسويقي في المحيط المادي      | .208    | .456              | 4.61            | 92,2%          | مرتفعة جداً    |
| 7 | الابتكار التسويقي في عملية تقديم الخدمة | .168    | .410              | 4.41            | 88,2%          | مرتفعة جداً    |
|   | المتوسط العام للمحور                    | .150    | .388              | 4.48            | 89,6%          | مرتفعة جداً    |

الشكل (2) نتائج التحليل الوصفي لأبعاد الابتكار التسويقي في شركة موبايي



تمثل نتائج التحليل الوصفي لأبعاد الابتكار التسويقي في شركة موبايي (4.61، 4.39، 4.43، 4.45، 4.39، 4.61، 4.41) حيث جاء في الترتيب الأول المحور

## جدول ٣ و ٤:

يعرض نتائج الانحدار الخطي البسيط لقياس اثر الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي وابعاده

الجدول (4) اختبار الانحدار الخطي البسيط بين أشكال تقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي

| فقرات تقنيات الذكاء الاصطناعي                                                                                    | قيمة المعلمة (أو قيمة الأثر) | مستوى الدلالة المعنوية | معامل التحديد | قيمة ف (مستوى جودة النموذج) | التفسير أو النتيجة |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| تعتمد الشركة على روبوتات الردشة الآلية للإجابة على الاستفسارات وتقديم الدعم للعملاء (خدمة المساعد الافتراضي)     | .512                         | .000                   | .413          | 20.442 (.000)               | يوجد أثر           |
| تطبق الشركة تقنية التعلم الآلي لتحليل معلومات العملاء والبحث عن عملاء محتملين                                    | .566                         | .000                   | .523          | 31.740 (.000)               | يوجد أثر           |
| تتبع الشركة تقنية تحليل شبكات التواصل الاجتماعي لفهم سلوك العملاء وقياس مدى انتشار العلامة التجارية              | .526                         | .000                   | .435          | 22.363 (.000)               | يوجد أثر           |
| تعتمد الشركة على تقنية نظم الوكيل الذي لاستقبال ملاحظات وملاحظات العملاء فيما يخص جودة المنتجات والخدمات المقدمة | .332                         | .001                   | .332          | 14.432 (.001)               | يوجد أثر           |
| تستخدم الشركة تقنية تحليل البيانات الضخمة لتحسين تجربة العميل والتعرف على احتياجاته                              | .598                         | .000                   | .610          | 45.328 (.000)               | يوجد أثر           |
| تعتمد الشركة على تقنية العروض الموجهة عن طريق تحليل نشاط العميل وتقديم إعلانات ذات علاقة باهتمامه                | .492                         | .000                   | .382          | 17.895 (.000)               | يوجد أثر           |

19

Journal of Human and Social Sciences (JHSS) • Vol 8, Issue 11 (2024)

| فقرات تقنيات الذكاء الاصطناعي                                                                                     | قيمة المعلمة (أو قيمة الأثر) | مستوى الدلالة المعنوية | معامل التحديد | قيمة ف (مستوى جودة النموذج) | التفسير أو النتيجة |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| تطبق الشركة تقنية توصية وتخصيص المحتوى لتقديم اقتراحات وتوصيات بالمنتجات والخدمات التي تتوافق مع احتياجات العملاء | .483                         | .000                   | .606          | 44.547 (.000)               | يوجد أثر           |
| تمكن تقنية الخوارزميات الجينية للشركة إيجاد أفضل الحلول والبدائل من بين الحلول والبدائل المتاحة في تصميم المنتجات | .309                         | .001                   | .325          | 13.978 (.001)               | يوجد أثر           |
| تسند الشركة على تقنية النظم الخبيرة في إنتاج الأفكار المبدعة والحلول العملية للمشكلات المعقدة لتحسين اتخاذ القرار | .319                         | .001                   | .308          | 12.931 (.001)               | يوجد أثر           |
| تستخدم الشركة تقنية الشبكات العصبية الاصطناعية للتنبؤ بالمخاطر واتخاذ القرارات المستقبلية                         | .338                         | .000                   | .485          | 27.300 (.000)               | يوجد أثر           |
| تساهم تقنية نظم المنطق الغامض الضبابي في اتخاذ القرارات الصائبة للشركة                                            | .329                         | .000                   | .438          | 22.606 (.000)               | يوجد أثر           |
| تستخدم الشركة تقنية الواقع المعزز لرؤية المنتج قبل شراء العميل مما يعطي فرصة أكبر للتسويق والخدمات والمنتجات      | .450                         | .000                   | .435          | 22.322 (.000)               | يوجد أثر           |
| تطبق الشركة تقنية التسعير الديناميكي للمنتجات بناءً على العرض والطلب                                              | .445                         | .000                   | .544          | 34.593 (.000)               | يوجد أثر           |
| تنفذ الشركة تقنية التعلم العميق في تسويق الإعلانات بشكل آلي                                                       | .277                         | .001                   | .330          | 14.268 (.001)               | يوجد أثر           |
| تستخدم الشركة تقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد لتنفيذ إعلانات ابتكارية للمنتجات والخدمات                              | .450                         | .000                   | .587          | 41.301 (.000)               | يوجد أثر           |

الجدول (3) اختبار الانحدار الخطي البسيط بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي وابعادهما

| الأثر                                                   | قيمة المعلمة (أو قيمة الأثر) | مستوى الدلالة المعنوية | معامل التحديد | قيمة ف (مستوى جودة النموذج) | التفسير أو النتيجة |
|---------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي           | .808                         | (.000)                 | .866          | 187.342 (.000)              | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في المنتج | .693                         | (.000)                 | .665          | 57.673 (.000)               | يوجد أثر           |

18

The impact of artificial intelligence techniques on marketing ...

Alotaibi • Al-Youbi

| الأثر                                                               | قيمة المعلمة (أو قيمة الأثر) | مستوى الدلالة المعنوية | معامل التحديد | قيمة ف (مستوى جودة النموذج) | التفسير أو النتيجة |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في السعر              | .699                         | (.000)                 | .558          | 36.680 (.000)               | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في التوزيع            | 1.044                        | (.000)                 | .730          | 78.325 (.000)               | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في الترويج            | .911                         | (.000)                 | .841          | 153.542 (.000)              | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في المورد البشري      | .931                         | (.000)                 | .802          | 117.303 (.000)              | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في المحيط المادي      | .757                         | (.000)                 | .548          | 35.178 (.000)               | يوجد أثر           |
| تقنيات الذكاء الاصطناعي --- الابتكار التسويقي في عملية تقديم الخدمة | .620                         | (.000)                 | .455          | 24.198 (.000)               | يوجد أثر           |

الجدول (5) ارتباط بيرسون للعلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي وأبعادها

| المتغير المستقل: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي |               |                     | محااور الدراسة    |                   |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| عدد المشاهدات                                    | مستوى الدلالة | معامل ارتباط بيرسون | الابتكار التسويقي | المتغيرات التابعة |
|                                                  | .000          | .931**              |                   |                   |

21

- جدول ٥:

- يوضح تحليل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة .

Journal of Human and Social Sciences (JHSS) • Vol 8, Issue 11 (2024)

| المتغير المستقل: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي |      |        | محااور الدراسة                          |  |
|--------------------------------------------------|------|--------|-----------------------------------------|--|
| 30                                               | .000 | .816** | الابتكار التسويقي في المنتج             |  |
|                                                  | .000 | .747** | الابتكار التسويقي في السعر              |  |
|                                                  | .000 | .854** | الابتكار التسويقي في التوزيع            |  |
|                                                  | .000 | .917** | الابتكار التسويقي في الترويج            |  |
|                                                  | .000 | .895** | الابتكار التسويقي في المورد البشري      |  |
|                                                  | .000 | .740** | الابتكار التسويقي في المحيط المادي      |  |
|                                                  | .000 | .674** | الابتكار التسويقي في عملية تقديم الخدمة |  |





مجموعة جامعة  
الجميع الذكية  
للتعليم القابضة

MIDOCEAN  
UNIVERSITY



# Thank You

